

第78回接続料の算定等に関する研究会の議論を踏まえた
株式会社オプテージへの追加質問及び回答
（移動通信分野における接続料等と利用者料金の関係の検証関係）

参考資料79-2

問1 例えばMNOのサブブランドと貴社のサービスクオリティ（輻輳状況）が異なるとして、MVNOとして貴社が仮に同等のサービスクオリティを確保するために必要な帯域を確保するために必要となる追加のコスト（契約帯域増加）を試算できますか。

（佐藤構成員）

回答 MNOサブブランドにおける実効速度とPOI帯域・使用状況（混雑度合い）等の関係が明確ではないため、MVNO側で「MNOサブブランドと同等の速度を実現するためのPOI帯域（1回線当たりの割当帯域）」を正確に算出することは難しい状況です。

一方、あくまでも概算での参考値になりますが、①MNOおよびMVNOの昼間混時間雑帯における速度測定結果（調査会社や各社が公表している値等）および、②MVNO側の契約者一人当たりの割当帯域の実績値等を基に、「ネットワーク構成や利用者傾向がMVNOと同様である」と仮定した上でMNOと同等品質を実現するための割当帯域を想定することができれば、③必要となる追加帯域のコスト水準を仮想的に推測できるのではないかと考えております。（上記考え方の詳細は以下①～③の通りです。）

構成員限り

構成員限り

構成員限り

第78回接続料の算定等に関する研究会の議論を踏まえた
株式会社オプテージへの追加質問及び回答
(移動通信分野における接続料等と利用者料金の関係の検証関係)

問2 MNOの広告費あるいは営業費について、合理的な基準でメインブランドとサブブランドに割り振る提案ができますか。

例えば、広告費を新規加入者数で按分する等。

(佐藤構成員)

回答 MNOの広告費や営業費について、検証の適正性向上等の観点から実態を踏まえた割り当てを行うことが望ましいと考えます。

特に営業費について、新規獲得費用（新規契約の獲得における販売手数料等）は、MNOサブブランドとMVNOで大きく異なることが想定される※ことから、ブランド毎の活動状況に応じて割り当てる必要があると考えております。

※新規獲得費用（販売手数料等）の低い「オンライン申込み」が申込チャンネルの多数を占めるMVNOに比べ、MNOサブブランドについては、新規獲得費用（販売手数料等）の高い「ショップ・量販店等での店舗申込み」の割合が少なくないと考えられるところ、1契約あたりの獲得単価については、MNOとMVNO間で大きく差が存在するものと想定。

この点、仮にMNO側で営業費等を適切に割り当てることが困難である場合、例示いただいた通り、ブランド毎の新規加入者数で按分する考え方を採用することは、至近の競争状況を反映したものであることから、一定の合理性を有するものと考えております。

なお、MNO各社とも事業運営上、ブランド毎の収益等は把握しているものと想定されることから、ブランド毎の収益・営業費の割合等を算定することは可能であると考えております。