

## モバイルビジネス活性化プラン評価会議第2回会合（議事要旨）

1 日 時 平成20年7月1日（火）14：00～16：00

2 場 所 総務省8階第1特別会議室

3 出席者

（1）構成員（五十音順、敬称略）

飯塚周一、石渡昭好、北俊一、齊藤忠夫（座長）、佐藤治正、関口博正、  
泉水文雄（座長代理）、高橋伸子、津坂徹郎、野原佐和子、松本恒雄

（2）MVNO・コンテンツ関係者

社団法人テレコムサービス協会MVNO協議会 福田氏、  
モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原氏、  
社団法人デジタルメディア協会 岩浪氏、寺田氏

（3）総務省

寺崎総合通信基盤局長、武内電気通信事業部長、安藤総合通信基盤局総務課長、  
谷脇事業政策課長、古市料金サービス課長、竹内電気通信技術システム課長  
吉田消費者行政課企画官、松田事業政策課課長補佐

4 議事内容

- 開 会
- 議 事

5 主な議論

（1）モバイルビジネス活性化プランの進捗状況について

※ 事務局から、配布資料に基づき説明を行った。

○ 通信プラットフォーム研究会では、SIMロック解除のスケジュールに関する議論  
をしているのか。

→ 現在まではオプザーバの皆様にはプレゼンテーションをしていただいております、これ  
から具体的な整理を図っていく段階である。

○ 携帯電話サービス等の販売員等に係る検定試験は総務省の後援となっているが、こ  
れは後援名義の付与のみと考えてよいか。

→ キャリアに捕らわれない公正中立な試験を担保するため後援の際の基準を定めた  
ほかは、後援名義の付与のみで、試験の中身には関与しない。

○ データ通信型のMVNOが多く、独自の端末を用いたMVNOはあまり出ていない

ようだが、端末の調達に課題があると考えて良いか。

→ まだ詳細な分析をしていないので、これから議論していただきたい。

- フェムトセルは無線LANと同様、宅内に設置することになると思うが、その場合、フェムトセルが使えるのは家の中の人に限られるのか。
  - 事業者の計画によれば、限られるものと限られないものの両方があり得る。
- その場合、基地局の保守運営の責任に違いがあるように思うが、どう考えるか。
  - 基本的には携帯電話役務の提供なので、一義的には携帯電話事業者がすべての責任を負う。現在、品質の確保、責任分担を行うために必要な事業者及び利用者の協力体制についてのガイドラインを作成しているところ。
- 無線LANでFMCを行う場合と、フェムトセルの場合とで責任分担に関する考え方は同じなのか。無線LANの方が設置した人の責任が強いように思えるが。
  - 違う点と共通する点があるが、フェムトセルでは携帯サービスであり、通話品質及び接続品質について一定の品質を担保するために携帯事業者が責任を持って対応するのに対し、無線LANでは品質保証をしていない点が一番大きな違いである。
- 販売奨励金分離モデルについて、NTTドコモとKDDIでは販売奨励金が明確に分離されたのに対し、ソフトバンクモバイルでは柔軟に運用できる分離モデルのようなものになっているが、これについてどう考えるか。
  - 去年のモバイルビジネス研究会では、端末価格の全体と通信料金をまず分けることについて議論していただいたと理解している。ソフトバンクモバイルの料金プランの場合も、ある意味端末価格の全体は見えるわけだが、その後でどうクロスさせるかという部分がある。そこをどう考えるかについては、モバイルビジネス研究会では議論が至っていなかったので、今後必要に応じて議論していくことになる。
- 去年の今ごろはソフトバンクモバイルが分離プランに近いものをかろうじて出して、モバイルビジネス研究会では端末価格と通信料金を会計上分離し、利用者にも分かるようにすべきという議論をした。その点については、現在、ほぼそういう状況になってきているが、多少まだニュアンスに差があるという状況。
- 端末販売奨励金の廃止の要請を受けて市場がどう変化したか、それをユーザがどう評価したか、日本の携帯電話産業は活性化の方向に向かっているのか、そういったことを数字で議論する必要があるという意見が前回の議論にあったと思うが、そういった議論はいつごろできるのか。
  - 具体的にいつどうするというプランはないが、考える。
- 何が達成目標で、どのような順番で達成していくか、まだはっきりしていない。非常に複雑な展開なので、評価の方法も含め、いろいろな議論があり得ると思うが、モバイルビジネスの活性化ということで端末価格と通信料金の明確化という方針を打ち出し、各キャリアがその方向に動き出したという意味では、去年より雰囲気は良くなった。今後どうするかについては整理した議論が必要かもしれない。
- 携帯電話のショップ店員から話を聞くと、ユーザの大半は初期費用の安さに反応し、初期費用0円の割賦払いで携帯電話を購入する。24ヶ月の割賦払いだと、月々の支払額はハイエンドでもローエンドでもあまり変わらず、しかも2年間使う物だから良い物をとということでハイエンド端末を買う傾向があり、当初モバイルビジネス研究会

で考えていたローエンド端末が普及する方向とは逆の方向に進んでいる。また、割賦契約が2年間続くため、機種変更の数が激減している。これは割賦販売モデルの導入に伴う一時的なものかもしれないが、その間に代理店、メーカーの淘汰が起こり、その先の明るい見通しも立ちにくい状況。今までの方針が良かったのかどうか、情報を持った上で議論し、判断する必要がある。

- 店頭ではあまり見かけないが、日本にもローエンド端末があって、着実に売られているという話もある。いろいろな面の議論があるのでは。
- 海外でハイエンド端末が売れないからといって、日本のユーザにローエンド端末を使えというのはおかしいのでは。消費者が好きな端末を自由に選べるようにすべき。らくらくホンなどを見ると、日本では需要が多岐にわたる市場ができているので、その中でうまく海外に展開していくのが端末ベンダの工夫しどころではないか。
- 消費者の選択の結果ハイエンド端末が多いなら問題ないが、ハイエンド端末しか出せないような事業構造があるのなら議論が必要。端末市場が縮小するという見方は、従来の事業構造を前提にした議論であり、MVNOやローエンド端末などの新しいビジネスの機会を創出できれば、端末市場が復活するという見方もできるのでは。
- 携帯電話市場が飽和状態というが、販売店が減っていないのが不思議である。それだけ利益が出るのか、競争が行われていないのか。今後売上の減少が予想されるので、販売店ビジネスの動向を注視する必要がある。販売店数や販売員数のデータを用意していただくと良い。
- 1億人のユーザが居て買い替えが2年サイクルなら、平均すれば1年で5000万台の端末が売れている。買い替えサイクルの長期化により販売台数が減少しているとはいえ、2~3年前と比べれば多く売れているのでは。
- 2年ごとの買い替えは、普通のIT機器と比べればまだ短いサイクルである。2年ごとに買い替えたくなるような技術開発、ビジネスが行われることが前提であり、2年の買い替えサイクルが維持できるか注視する必要がある。
- 従来の販売奨励金は商社を通じて代理店に入っていたが、割賦払いは消費者とキャリアとの直接契約なので、流通業者や卸業者が恩恵を受けなくなってきている。ビジネスモデルの変化にも注意が必要。
- いろいろな角度からの意見が出たが、少しデータその他の注文があったので、難しいデータも多いように思うが、次回そういうデータも含めて調べていただければと思う。
  - データのアベイラビリティでいえば、かなり難しい部分もあるかと思う。他方、ユーザの意識調査のようなものは、判断していく上で貴重な議論の材料になる。少し考えてみたいと思うし、可能な限り当たってみたいと思う。ローエンド端末については、利用者が多様な選択肢から選べるようにすることが基本。それが実現すれば、多様な端末、多様なサービスが生み出され、引いては日本の関連業界が海外でも優位に立てると考えている。
- 日本の携帯電話市場がキャリアごとに相いれないセクターに分かれていて、それが端末ベンダやMVNO、コンテンツプロバイダ等のコスト高の原因になっているというのは以前から言われているところであり、今後の議論の一つの方向になる。

## (2) MVNO・コンテンツ関係者からのプレゼンテーション

以下の3団体がプレゼンテーションを行った。

### 1) 社団法人テレコムサービス協会MVNO協議会 福田氏

- ・ MVNOのレイヤ2接続の潜在的な要望は強いが、現状だと最初に相互接続をしたMVNOがすべての開発費を負担しなければならない。顧客対応に必要な情報の授受のためのシステムの開発費についても同様であり、最初の会社の負担だけが大い現状は問題である。レイヤ2接続等の固定網において標準的な接続方式については、MNO自ら整備することを強く望みたい。また、MNOは携帯電話の基本機能（通話、メール、ブラウザ）の外部とのインターフェースを設けるべきである。
- ・ MNOとMVNOとの精算料金は相対契約が基本となっているが、相対契約だと契約内容が外部から分からず、事業の予見性や透明性の観点から問題である。MNOには、標準卸料金の作成・公表、広くMVNOから求められている接続条件等の整備、交渉の手順・日程等の提示をお願いしたい。
- ・ MVNOが独自に調達し、MVNOブランドで提供する端末に対し、MNOは法令が定める以上の要件をMVNOあるいは端末メーカーに要求すべきではない。
- ・ ハイエンドという言葉は、技術的な観点よりも、顧客利便性の観点から定義すべきではないか。今の日本の端末は、顧客利便性の点ではハイエンドとは言えない。
- ・ 端末販売奨励金の廃止により、海外の端末メーカーが日本に参入する機会をうかがっている。端末販売奨励金の廃止は、短期ではデメリットがあるとしても、中長期的には携帯電話市場の活性化につながると考えている。

### 2) モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原氏

- ・ モバイルコンテンツ市場の伸び率は、近年鈍化してきている。他方、モバイルコマース市場の伸び率が示すように、多様な事業者が参入してきている。
- ・ 垂直統合型ビジネスモデルにより、あらゆる販売チャネル、プロモーションチャネルにおいて非常に少数のプレーヤーが決定権を握っており、サービスの多様性、ユーザの選択性を狭めている。
- ・ 各レイヤでの公平な競争環境が確保され、ユーザがその競争メリットを享受できることが重要。優越的地位にある下位レイヤの事業者が上位レイヤに参入し、市場シェアに過度に影響することは多様なビジネスモデルを構築する上で問題が大きい。
- ・ 価格、品質、販売チャネル、プロモーションについて公平な環境が用意されないと、公平な競争が行われぬ。昨今の事例としてNTTドコモのメニューリストのオークション化があり、コンテンツプロバイダはキャリアに従い、限界まで広告費を支払わざるを得ない。最終的に制作費の不足、コンテンツの質の低下という弊害につながる。オープン化について明確なルール策定と実効性ある運用が必要である。
- ・ 各レイヤでの公正な競争が確保されるよう、優越的地位にあるレイヤでの独占又は寡占状態を解消する施策も検討すべきである。

3) 社団法人デジタルメディア協会 岩浪氏、寺田氏

- ・ 現在、端末の価格を下げ、その分を通信料金から端末メーカーにキックバックする販売モデルが登場しつつあるが、キックバックされる端末とそうでない端末との間で不公平が生じる懸念がある。また、ネットワークと端末が一体化することで、SIMロック解除が困難になるおそれもある。
- ・ 端末のメニューアプリやブラウザアプリ、ポータルサイトがキャリアに支配されているため、コンテンツプロバイダやサービスプロバイダまでがキャリアに支配されている。APIやアプリケーションインストールのオープン化が重要な課題。
- ・ 3G以降のネットワークは、一種のプラットフォームとなっており、QoS、プレゼンス、認証、ルーティング等の機能がアプリケーションサーバーで提供されている。これらがオープン化されない限り、サービスの多様性の確保は困難である。
- ・ 日本では、グローバルスタンダードと言っても、実態はキャリアの独自仕様で、インターオペラビリティが確保されていない例が多い。キャリアの仕様について、ステークホルダーが議論し、検証する場が必要である。
- ・ 検索やレコメンド、プッシュ等の機能の提供のため、ユーザの属性、行動履歴といったライフログを収集することが基本となるが、これらの情報をキャリアがプラットフォーム分野で独占的に収集することを懸念している。

○ MVNO協議会の接続関係の交渉は、新しいことでルールが決まっておらず苦労しているようだ。網改造料の費用負担の方法等について、行政としてのルール作りが必要だと思う。

→ 2. 5GHz帯の周波数の割当てでは、ネットワーク構築の段階からMVNOへのオープン化を前提とした。初めての取組なので、その成果を注視したい。700MHz帯の割当てなど、今後の施策についてはその成果を見て判断していく。

○ NTTドコモのメニューリストのオークション化は、もう少し考える必要があると思うが、気になるところ。ネットワーク上の希少なものをオークションで売ることは、果たして公平なのか。

→ NTTドコモのメニューリストは、第二種指定電気通信設備の接続ルールの対象とはならないが、今後、公正競争の観点等、いろいろな観点から議論する必要がある。

○ <モバイル・コンテンツ・フォーラム 岸原氏> 補足すると、キャリアからすれば、オークションは料金に応じて公平に取り扱うということだと思うが、ポータルサイトが選択できない中でのオークション化は、コンテンツプロバイダに選択の余地がないため、コンテンツプロバイダとキャリアとの間の公平性が保たれず、問題が大きい。

→ オークションの実施自体は、直ちに事業法でいうところの差別的取り扱いに該当するわけではない。また、ユーザに対してはオークションであることを周知する必要があるが、その点は、NTTドコモは行っており、問題ないと思う。ただし、オークションが非常に高額になり、結果的に一部の事業者のみ入札できるという状況になれば、競争政策上も問題になり得る。

- MVNO協議会に聞きたいが、MNOとの交渉が難航するのは、MVNOが展開するビジネスの規模が小さく、MNOにとって収益性に不安があるためではないのか。
- <MVNO協議会 福田氏> 交渉では、需要予測を最初に提出しているが、MNOから見て最大顧客となるのは間違いなく、小さな規模とは思っていない。また、海外の端末メーカーが日本で端末を販売しようとする動きは活発化している。その際、ネットワークの調達はMVNOが担うだろうし、販売部分を担うだろう商社も、他社では販売していない端末の仕入れに関心を持っている。これらのことを考えれば、MVNO市場が携帯電話市場全体の10%~15%を担うというのも現実味を帯びてくると思う。
- MNOが負担した費用を、どの程度の期間で回収できるか分かりにくいのが問題ではないか。
- <MVNO協議会 福田氏> その点が問題とは考えにくい。MVNOはキャリアの帯域を1%も使わないので、インフラ面でのコスト増は全くなく、帯域幅課金の場合には、MVNOからの収益はほぼ利益に直結するはずである。
- 有線系のアンバンドルの時も、キャリアはビジネスにならないと主張していた。MVNOによる新しいビジネスモデルも、キャリアに理解してもらうのが難しいのは理解できる。一義的にはMVNOがリスクを取り、キャリアがそれに対してどうするのか、難しい問題である。

## 6 今後の予定

次回会合は、9月下旬ごろを予定。具体的な日程については、追って事務局より連絡することとした。

(以上)