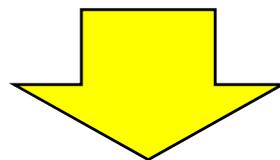


携帯電話分野に関する意見交換会

事務局資料(論点例)

携帯電話市場における消費者アンケートの実施

- 市場において十分な競争が行われるためには、消費者による商品・役務の選択が機能することも重要な要素である。
- 消費者がどのような選好を持っているか、実際の選択との間に乖離があるか、乖離がある場合、どのような要因により、それが生じているかを検討するため、以下のとおり、消費者アンケートを実施。



- MNO利用者, MVNO利用者のそれぞれ2,000名に対して実施。
- アンケートはリサーチ会社を通じたウェブアンケートにより実施。
- 質問内容は消費者行動の傾向を問うものを中心に実施。

※なお、商品役務の選択に際しての判断要素は消費者ごとに異なっているところ、アンケートによる本検討は、消費者の選択はこうあるべきということを論じるためのものではない。

論点例

※関連:資料2(12頁~20頁)

- ◆ 「通信料金や通信品質(速度や繋がりやすさ)にかかわらず、現在契約している通信会社を今のところ乗り換えるつもりはない」と回答する人が一定数存在するがこれにはどのような要因が考えられるか。
- ◆ 違約金の有無や残債・端末購入補助の存否は乗り換えにどのような影響を及ぼすと考えられるか。
- ◆ MNO利用者とMVNO利用者の間で、通信会社の乗り換えについて、どのような違いがあり、それはどのような要因によるものと考えられるか。

論点例

※関連:資料2(16頁, 17頁, 20頁)

- ◆ 料金差について月額で回答してもらう場合と2年間で回答してもらう場合を比較することにより, どのような傾向が指摘できるか。
- ◆ MNO利用者とMVNO利用者ではどのような違いがあり, その要因は何であると考えられるか。

論点例

※関連:資料2(21頁~23頁)

- ◆ 支払総額が同じ場合の分割払いと一括払いの選択の状況や、分割払いを選択する理由の分布から指摘できることは何か。
- ◆ MNO利用者とMVNO利用者ではどのような違いがあり、その要因は何であると考えられるか。

論点例

※関連:資料2(24頁~25頁)

- ◆ MNOとMVNOに類似したプランを簡潔・明瞭な形で示した場合、MVNOプランを選択する消費者が多いが、このことから何が指摘できるか。
- ◆ また、実際のMVNOのシェア(約10%)とかなり差があるが、この差を生じさせている要因(通信会社の契約条件、消費者の性向)としてどのようなものが考えられるか。
 - (1) 契約段階での要因としてどのようなものが考えられるか。
 - (例) 契約内容の理解は十分であったか、十分な理解ができないまま選択しているとするとその要因は何か。
 - (例) 総額で示される端末購入補助に対して、MNOとMVNOの月額料金の差が過小評価されていないか。
 - (2) 契約変更(解約, MNP)を妨げる要因としてどのようなものが考えられるか。
 - (例) 違約金付き自動更新契約等は障害になっていないか。

論点例

- ◆ アンケート全体から携帯電話市場における消費者の選択・判断について、競争政策上の観点からどのようなことが指摘できるか。