

携帯電話分野に関する意見交換会

平成30年4月13日

午後5時27分 開会

○藤井調整課長 それでは、定刻より少しまだ早いですけれども、皆さんおそろいですので、携帯電話分野に関する意見交換会を始めさせていただきます。

本日はお忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございます。

私は本日、座長選出まで司会を務めさせていただきます経済取引局調整課長の藤井と申します。よろしくお願いいたします。

なお、経済取引局長の菅久ですけれども、今、外部の会議に出ておりまして、遅れて出席する予定です。

公正取引委員会では、皆様御承知かと思えますけれども、一昨年8月に携帯電話市場における競争政策上の課題についてという報告書を公表させていただいております。今回は、その後の市場の状況にどういふ変化があったのかということと、それについて競争政策上どういふ課題があるのかないのかといったようなところについて検討したいということで、フォローアップ調査を実施することといたしました。

この意見交換会では、一昨年の報告書で課題とした論点に加えまして、それ以外にも接続料といったようなものもMNOとMVNOの競争条件に影響を与えるものでございますので、そういったもの、それから、あと、今回消費者に対するアンケートというものも行っておりまして、その結果を踏まえた検討といったようなこともしていきたいというふうに考えております。

公正かつ自由な競争を促進するため携帯電話分野の競争政策上の問題点の検討について有識者の皆様方から率直な御意見を拝聴できればと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

○事務局 それでは、報道関係の方の撮影につきましては、ここまでとさせていただきます。よろしくお願いいたします。

○藤井調整課長 それでは、本日御出席の方々の紹介をさせていただきます。

こちらから順番にです。

依田高典委員です。

川濱昇委員です。

佐藤治正委員です。

土佐和生委員です。

西村真由美委員です。

舟田正之委員です。

松村敏弘委員です。

それから、オブザーバーとして総務省の料金サービス課の藤野課長にお越しいただいております。よろしくお願いします。

本日の意見交換会については、非公開ということにさせていただいております。後日、公正取引委員会のホームページ上で配布資料や議事録について公表したいと考えております。ただ、その一部で公開が不適切な部分については、非公開とさせていただく予定となっております。

続きまして、本日の配布資料の確認をさせていただきます。

お手元に、資料1から順番にございまして、資料1というのが携帯電話分野における意見交換会の開催についてという紙でございまして、先ほど簡単に申しました今回の意見交換会開催の趣旨について書いているものでございます。

その後、資料2-1というのが本日御議論いただきたい論点について書かれているもので、事務局説明資料というふうに題するものです。

それから、資料2-2が事務局参考資料ということですが、こちらは論点に関するファクトを整理した部分となっております。

その後、資料3-1、3-2、3-3ということで、今日ヒアリングをする3社、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクの3社の資料がそれぞれ2点ずつございます。

それから、あと参考資料として冒頭に述べました、一昨年8月の報告書というものも席上に置かせていただいております。

以上が資料でございますけれども、足りないものがございましたら事務局にお申しつけいただければと思います。

では、続きまして、座長の選任に移らせていただきます。

委員の皆様の御賛同を頂けましたら、事務局としましては、競争政策及び電気通信市場に造詣が深い舟田委員にお願いしたいと存じますが、いかがでしょうか。

ありがとうございます。

皆様の御賛同を頂きましたので、舟田委員に座長をお願いしたいと思います。

それでは、以後の議事につきましては座長にお願いしたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

○舟田座長 それでは、よろしくお願いいたします。

早速ですが、今日はまず事務局から御議論いただきたい論点について御説明いただき、その後、事業者から順次御説明いただきたいと思います。その後、皆様から御意見を頂きたいとい

うこととございます。

まず、事務局から資料2-1の説明をお願いします。

○藤井調整課長 では、続きまして資料2-1に沿いまして本日の論点をまず紹介させていただきたいと思えます。

具体的な御議論はその後、3社からのヒアリングと質疑応答の後にしていただければと考えておりますので、よろしくをお願いします。

2-1の1ページをまず御覧いただきたいんですが、通信契約と端末販売の分離という論点を最初に挙げさせていただいております。

一昨年報告書では、どういうことを書いているかということを書いておりますけれども、最初のポツにございますように、事実上、通信役務の提供と端末販売が一体として行われていて、端末価格を通信料金から大幅に割り引くといった販売方法がとられている。このような販売方法というのは、結果的にはMVNOに対しMNOが競争上優位な地位を獲得することにつながりかねない。競争政策の観点からはこのような販売方法は見直されることが望ましい。こういうことを指摘しております。

その後の現状ということとございますが、総務省のガイドラインによって、端末購入補助というのが抑制されるようになったわけですが、それで期待していた通信料金自体が下がるというところについて必ずしも実現していないのではないかとございます。

それから、最近の動きとしては、MNO各社は端末購入補助をしないかわりに、通信料金を通常のプランより低くする料金プランというのも設けておりますけれども、ただ、各社とも条件が付いておまして、皆がそれを使えるというわけでは必ずしもないという状況でございます。

これらを踏まえて、論点例として下に書かせていただいておりますけれども、まず最初のポツは今の話の続きになるんですけれども、そういった端末購入補助をしないかわりに、通信料金を安くするプランというのはあるんですけれども、条件があつて、必ずしも通信契約と端末販売の分離に十分につながるものとは言えないんじゃないかという論点でございます。言い換えると依然として端末購入補助に偏った競争、端末とのセット販売を中心とした競争というのが行われるというふうに見ることができるんじゃないかというのが1点目でございます。

それから、二つ目のところは、それと関連するものでもあるんですけれども、自分でずっと同じ端末を使う人とか自分で独自に端末を確保する人というような人をMNOで取り合いをする競争というのが必ずしも機能してないんじゃないかということとございます。

それから、三つ目のところは、ライトユーザー向けのプランというところでも競争が十分ではないのではないかということでございます。

続きまして、2ページ目の端末のSIMロックということでございます。これは一昨年の報告書ではスイッチングコストを増加させるものであって、MNOとMVNO間の競争を阻害する効果があるんじゃないかと。競争政策の観点からは、SIMロックの設定をしないことが望ましいとしておりまして、現状ですけれども、SIMロックの解除要件は緩和されています。ただ、依然として端末、最初は端末にSIMロックをかけるという状況にはなっている。それから、緩和されたんですけれども、中古端末に関してはSIMロックの解除に応じないという形になっているということでございます。

論点例としては、一昨年の報告書と同じではあるんですけれども、やっぱり、そもそもSIMロックが必要なのかということです。現に最近ですとSIMフリーという端末も増えてきているという中で、何でMNOが販売する端末に関してはSIMロックが必要なのかというのが1点目です。

それに関連して、二つ目ですけれども、お客さんの中にも信用できる人というのがいるはずなので、そういう人に関してはSIMロックを外すとか、そういう解決策もあるんじゃないかということを書いております。

それから、3点目は中古端末のSIMロック解除に応じないという点に関して、これは中古端末の流通を制限することになるのではないかとという論点を挙げさせていただいております。

続きまして、3ページを御覧いただきたいんですけれども、期間拘束・自動更新付契約等、いわゆる2年縛りということもございますけれども、最初のポツで、一昨年の報告書ですが、長期の契約とそれに伴う中途解約時の不当に高い違約金によってユーザーを囲い込むことは競争政策の観点からは望ましくないということを書いておりまして、現状としてはその後、各社で最初の2年は縛るんですけれども、2年経過後はいつでも違約金なく解約できるプランというのを導入してはいますということですが、依然として従来の契約、自動更新のプランを選択している利用者が多いという状況でございます。

論点例としては、最初から期間拘束がないプランというのもともとございますが、これは期間拘束があるプランに比べて1,500円高いということもございますけれども、これについてどう考えるかと。

二つ目は、違約金が9,500円、これについてどう考えるかと。

三つ目は新しいプランというのが出てきていますけれども、そのプランというのをどういう

ふうの評価するかということでございます。

それから、四つ目は少し違う話ではあるんですけども、最新の機種に関しては割賦を4年間にして、2年で半分払ったところで、機種変更して残債を払わなくてもいいですというプランが、プログラムがある。ただ、その条件として最初に使っていた端末の下取りと、それから次の端末についても全く同じ条件でプログラムに入ると、そういったようなプログラムが一部のMNOに出てきておまして、これは2年縛りよりもより強く囲い込むという効果があるんじゃないかということでございます。

それから、4ページですけども、こちらはHLR/HSSということで、加入者管理機能というものについては、MVNOもこういうものを使えるようにすることによって、新たなサービスの提供が可能になって、競争の促進にもつながるので開放することが望ましいということでございますが、その後、総務省のガイドラインでも開放されることが望ましい機能というふうに位置づけられておまして、実際にも個別の交渉はある程度進んでいるということですので、こちらはそういった状況を注視していけばよいのかなというふうに考えております。

それから、5ページでございますが、端末購入に係る割賦契約ということで、こちらは割賦契約の総額を機種ごとに一つの金額に固定されていたということで、これについて販売店が自由に価格を設定できなかったということの問題視していたわけですけども、現状ではその総額の固定は基本的に改善されていると。

論点例として書かせていただいていますのは、ただ、その会社によって1円単位でもいい、自由に設定できるとか、5,000円単位のところがあるとか、そういう違いは残っていますけれども、それについてどう考えるかということを書いております。

それから、6ページ、最後のページでございますが、中古端末の流通促進ということございまして、MVNOのユーザーというのは通信契約とは別に端末を購入する場合も多いと考えられて、そうであるとすると中古端末へのニーズも高いたらうということで、中古端末市場の活性化というのはMVNOの新規参入に資する面もあると考えられるということでございます。そういった中でMNOなどが自ら下取りした端末を第三者に販売するに当たって、第三者に対して国内市場での販売を制限するといったような行為があれば、MVNOの新規参入を阻害することにつながりかねないといったような指摘をしております。

現状としましては、そういった制限は直接は必ずしもかけていないということのようですけども、結果的に中古端末の流通というのはそれほど増加しているという感じでもないということでございます。

それから、先ほど申し上げた話ではありますが、その新しい4年割賦契約で2年たったところで下取りしてというようなプログラムが出てくることによって、これがまた中古端末が出なくなるということにつながるのではないかと二つ目を書いております。

論点例としまして、中古端末市場、伸び悩んでいる要因としてどういうことが考えられるかと。MNOが下取りした端末が国内の中古端末市場に余り流通していないことについてどう考えるか。繰り返しですけれども、先ほどの4年割賦契約で2年で引き取るというものの影響についてどう考えるかと。

それから先ほど、これも繰り返しでありますけれども、SIMロックの解除について中古端末については応じないということも中古端末の流通の制限につながるんじゃないかと、そういった論点があろうかと思えます。

以上が、フォローアップとして考えられる論点でございます。

○舟田座長 ただいまの説明について御質問がありましたら、お願いいたします。

よろしいですか。

※ この後、株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社及びソフトバンク株式会社から現在の携帯電話の取引慣行の実態について、ヒアリングを行い、競争政策の観点から質疑応答を行ったが、営業上の秘密が含まれるため、議事の内容を非公開とする。

午後7時26分 休憩

午後7時39分 再開

○舟田座長 再開したいと思います。

これからは本日の事務局説明資料及びヒアリングを踏まえて、携帯電話分野に関する競争政策の課題に関する意見交換を行いたいと思えます。

資料2-1に記載の項目順に意見交換を進めたいと思えますけれども、時間が限られているので、主に端末と通信の分離、それから期間拘束等については重点的に議論ができればということでございます。

資料2-1というのは最初に説明されたものですね。

1ページの一番最後のところですね。これは事務局の言葉でしょうけれども、ライトユーザー向けのプランがほとんどなく云々ということですが、これはさっきの中ではKDDIさんが一生懸命言っていましたけれども、自分たちは答えているということになるでしょうか。ソフトバンクははっきり、俺たちはそれはワイモバイルに任せるよということなんでしょ

うけれども。

よろしければ、この三つある論点例の中の一番上が一番問題で、通信契約と端末販売の分離につながるものとは言えないというふうに言っていていいかどうかですね。いかがでしょうか。

○土佐委員 よろしいですか。もう一つの事務局参考資料ですか、この話を参考資料に基づいて整理をしていただいて、8ページを見たときに思ったことなんですけれども、典型的に出ていると思いますのは、もともとの報告書では結局MVNOの参入だとか事業活動遂行上のやっぱり制約というのか、抑制要因というのかになっていると。それは結局、単体としてその端末を一応用意しないとそもそもMVNOというのは当然競争できないわけなので、その端末をセットで購入するか別途購入するかという対比というのは、もともと報告書の観点から言うと大事だと思うのです。

現状、この8ページの図によれば、セット購入の場合には、ここに書いてある19万何がしだと。

○舟田座長 8ページって、何の8ページ。

○事務局 資料2-2です。

○舟田座長 どうぞ続けてください。

○土佐委員 他方、端末を別途購入し通信のみを契約する、MVNO的というのか、その事業活動を想定すると、それだとやっぱり合計では25万何がしになって、細かい話はちょっと分かりませんが、五、六万の差というのはやっぱり出てきて、現状でも出てきているようなことなので、ここの1ポツのつながるものと言えないのではないかという評価がどこまでどうかという表現上の適切さは置いておいて、ある種やっぱり従来と変わらず、新しいプランだとか、一応分離していますよというようなことで、若干見えにくくはだんだんできてきていると思うんですけれども、やはり実際の問題として五、六万の差があるというのは、当初やっぱりMVNOなのかMNOなのかという選択においては、ちょっと無視し得ないような落差ではないかというふうには思えるのです。

したがって、表現の問題は置いておいて、やっぱり当初の報告書において指摘をされた論点がフォローアップされるべき現状においても、基本的なトーンとしては余り変わらずに、依然として引き続き根本的には変わってないというふうに言えるのではないかなと、個人的には思っています。

○舟田座長 一番これは変わったのは、端末購入補助を総務省が非常に厳しく規制した。だからキャリアとしては実質ゼロ円のような分離促進は規制している、そこが違うはずだというの

が、総務省の説明だと思えますけれども、しかし、それでも残っているということになりますか。

○土佐委員 と思うのですけれどもね。

○川濱委員 要するに、この規制にもかかわらず残っている部分というのは、基本的にあれですかね。これは、この料金設定の場合に販売代理店側の対応の問題の部分も含めて出てきますよね、端末を売る場合には。

○舟田座長 はい、キャリア間と同時に、販売店間の。

○川濱委員 そのときに局所的に販売店の側にこの端末と通信のバンドリングのためのプロモーションという形で出したら、それは規制違反になるかも分からないけれども、プロモーションは一般的に出していますよね。そのプロモーションを原資に販売店がやることというのは、基本的にのまない。それは先ほど割賦販売のときに自由化された、総額の自由化等々になったということから、基本的には販売店側の自由裁量で行える行為の余地が広がって、だけど、それは明らかにMNOの資金力の援助があつてなされている部分だけれども、直接的にはこのカテゴリーには入らないタイプの、要するに直接的な補助にならないタイプの補助があるからだという形になっているんじゃないですかね。背景としては。

あの規制をやめても、結局のところプロモーション費用というのは基本的に販売代理店に出すはずで、それは販売代理店で、ある程度自社の専属的な販売代理店の役割で、そのときに販売代理店にとっては人気の端末が結局客を引くサービスになって、これはMNOの側から考えてそれを条件づけるということは明らかにやってはならない行為だけれども、実質的にプロモーションで入ってきたら同じことになるんじゃないかなというのは、あの制度ができたときからある程度そういうことはあるのではないかなというのは念頭には持たれていたのではないかなと思うのですけれども、そこら辺ちょっと実状が分からない。

○舟田座長 これ、実態、何か御存じでしたら、そのキャリアから出されるプロモーションとか、販売促進費がどういうふうに使われているとか、幾らとか、前は、だから1台売れば幾らというのがあった。それは禁止したわけですよ。しかし、それが今あるではないかと。

○川濱委員 うん、あのプロモーション自身はあっても不思議はないですね。

○舟田座長 何か御存じですか。

○藤野オブザーバー 端末の購入の際のインセンティブを全面的に禁止したわけじゃないんですね。極端なやつはやめなさいなので、要するにゼロ円近くになるようなものはやめてくださいというので、ある程度の端末購入補助というのはあるんだと思います。それがまず1点です

ね。

先生がおっしゃったように、キャリアが販売店にやるインセンティブというのはいろいろあるんですけども、大きなものは、一つは端末購入のインセンティブ、プラス回線契約、サービスの契約をとってきた場合のインセンティブというのがあるわけです。そういう、要はサービス契約をとってきたときのインセンティブについて明示的に何か規制をやっているというのはありません。ありませんが、ただ、総務省でも検討会をやっているんですけども、そこで一つ問題になっているのは、その原資を使って販売店がいろいろやるということは、これは基本自由なんですけれども、このインセンティブを使って端末を安くしなさいという指示をやっていることがありました。それはいかんのかなというふうな議論を今やっています。

○佐藤委員 この8ページ、まだよく分からないけれども、話を伺うと、通話料金は端末を別途購入してもセットでも通話料金は一緒ですと、これで見ると。端末の電話がiPhone 8だと8万5,000円で大体決まっていますとある。左に行くと、併せて買うと5万円安い。何で安いのが素朴な疑問で、もう一つ、2年間使うという条件が付きます。2年間使ってもらうことで、何か付随のいろいろなサービスを使ってもらえるメリットがあるのか、この5万円の差というのが何でなのか、どう説明できるのですか。

○藤野オブザーバー この数字をどうやって作ったか私は分からないんですけども、ただ、非常に多くのパターンとしてやっているのは、やり方は先ほどのいわゆる毎月割とか、あるいはドコモだと月々サポートというんですけども、通信料から引いた形で割賦代金と相殺させるようなやり方というのをやっていると言っていました。

それも事実上、確かに通信料の割引なんだけれども、端末購入補助じゃないかと言って、それでガイドラインの対象にしました。ですので、そうやってやるゼロ円端末というのは駄目ですとなっていますけれども、ある程度の引下げというのはやるんです、ゼロ円にならなければですね。そういったものが現状もあるということではあります。

○土佐委員 これも教えてほしいんですけども、今これってiPhone 8ということなんですけど、そんな高機能ではなくて、最新機種じゃなくて、もう少し普通であったり、あるいは低機能であったりする場合には、このような料金差はどう変化するのか、しないのか。

○藤野オブザーバー これは各社とも、どの端末かに、先ほど申し上げたような月々サポート、あるいは何とか割という、月額を変えています。そこは非常に大きかったのが、引く額が大きかったのが我が国で非常に人気のあるアメリカの端末であったり、あるいは日本製ですけども、やっぱりハイスペックのものというのは割引が生じる、高かったという感じはあります。

○松村委員 これはドコモの文書で出した資料で、依田さんもおっしゃってた d o c o m o w i t h、これは明確に月々の料金を割り引くと言っているわけですね。だけど今回の資料で、この8ページのでどうしてこうなっているのかというと、ドコモは対象機種を、すごく限定していて、i P h o n e 8は入っていない。だから、これはi P h o n e 8という比較で見ると補助金の分だけ丸々安くなるというか、そういう格好になっているわけですが、これはi P h o n e 8を選んだからということでもあるわけですよ。

○舟田座長 それは、それを前提に作ったが。

○松村委員 だから、これは8ページだけ見て、変わってないと議論をするのはとてもミスリーディング。一方で、依田先生がヒアリングのときにもおっしゃっていたのですけれども、これは何で全機種に対応しないのかということで、もし全機種に対応していれば、仮にi P h o n e 8を選んだとしても通話料金に差が出てくるわけです。

なぜ対象機種が少ないのかと問うなら意味があると思いますが、この8ページだけ見て飛躍した議論をするのはよくない。

○土佐委員 なるほど、そうですね。おっしゃるとおりですね。

○藤井調整課長 これは飽くまでも1例でございます。

○川濱委員 ただ、d o c o m o w i t h は対象機種がめちゃくちゃ少ない。

○藤井調整課長 5機種です。

○川濱委員 ということなんで。

○藤井調整課長 比較的初心者向けの安い端末が多いですね。

○藤野オブザーバー ドコモとしては2機種で始めたんですね。だんだん増やしていくつもりですというので、その途上にあるというか。

○舟田座長 そもそもセット割は独禁法上は適法なんですよ。そもそも割り引いて、競争するために割り引くのであって、それが安いのが当たり前ですよ。それが不当に他社を排除するかどうか、これは川濱さんの専門だけれども、独禁法で言うと私的独占に当たるかどうかで、3社が同じようなセット割をすることによってMVNOとの競争が十分行われていない。独禁法から見てどうかというのと、これは違法かどうかはともかく、望ましいかどうかは議論するんでしょうね。多分ね。違法と言えなくても望ましいかどうか、やっている。

○佐藤委員 でも、今までのお話だと、セット割にして、割り引いてお客を囲って、途中でやめると高いお金を払わなければならないとして、やはり囲い込み戦略が強く見えて、それが本当に合理的なのか、どこかで誰かが損をしていないのか、あるいは競争が阻害されていないのか

疑問があります。

○依田委員 全くそのとおりで、これ単体で見れば、舟田先生や佐藤先生が言ったように、競争上有利な地位を仮に獲得としても、別に競争法上違法行為でも不法行為でもないので全く問題ないと思うんですが、何かと付け足して、2年縛りで消費者の錯覚とつなぎ合わせて実は囲い込みになってしまっていてとかいう問題になればよく分かるので、この単体の1ページだけだとちょっと議論しにくいところがあるとは思いますが、ロジック的に。

あともう1点は、一昨年の報告書の概要のときにそれは問題になったかどうか僕は分からないんですけども、端末を短期でポンポン買い換える人と、5年も10年も使える人との間の不当な内部相互補助というものも、これも競争政策上の問題なのかどうかちょっとよく分からないんですけども、このセットにした場合の消費者保護の観点で大いに問題になるところだったと思うので、この通信と契約の端末の分離の論点で、この1ページの一番上の報告書の概要だけで見ると別に悪くないじゃないかという気になってしまうので、そこはどうなんですかね。

ただ、ほかのものと結び合わせると2年縛りで消費者が、限定合理的な消費者がもう面倒くさくなったり何かで乗り換えしないで、ここで思い切り囲い込んでしまっているとか、何かあれば別なんですけれども。

別に、僕らはMVNOの肩を持たないといけないという特別の理由も全然ないので、彼らはそういう状況だともっといいサービスを出せばいいだけなので。ただ、出しているにもかかわらずお客さんが乗り換えてないという実態、実証、実績もあるので、何かお客さんの方で逆に問題があるんだろうと思ってはいるので、それが何か確かに競争上優位な地位、不当とか違法とは言えないかもしれないけれども、競争を歪める効果を持っているとは思いますが。

○土佐委員 あと、別の論点なんですけれども、この例では一番最後になるんでしょうか、ライトユーザー向けのプランが少ないと。3社とも、どこかの一覧表がありましたけれども、赤くなっていて、そのような意味ではその対応が乏しいと。競争政策上はさて置いても、事業規制上はやはりそれはもともと全体としての家計に占める携帯コスト、そういうものを下げていこうという物の考えの中で、当然ライトユーザーについても同じような形で相応の引下げがあって、あまねく国民がこういった電気通信役務に等しく恩恵にあずかるということが多分趣旨なので、そういう意味ではユーザー向けのプランが余りない、乏しいということは、それは事業規制上はやっぱり一つの指摘されるべき論点というのか、改善を図れるものならば図っていくべきであろうと思いますね。

○舟田座長 いや、事業規制をここは議論しているのではなくて、競争政策なり、広い競争法のことを議論しなければいけないので。

○川濱委員 事業規制としてもライトユーザー向けに安いものを出せというタイプの介入はできないので、むしろこのところはライトユーザー向けのものがなぜ出ないかということの原因を考えていくと、要するにライトユーザー向けに特化したもののサービスがあって、それが望ましいのだったら、それによって顧客はこちらに移動するはずだけれども、何らかのライトユーザー側の方の今までの慣性上、ライトユーザーであるけれども、ライトユーザー向けでない契約慣行でいいという人がほとんどだとしたら、ライトユーザー向けに特化した低価格のもので顧客を奪い合うかわりに、奪い合ったところでもメリットが大きくなければ、多くの事業者はそれを出さないまま済ませる可能性は十分にあるだろうと。

あるいは、みんなが結局ライトユーザー向けのものを出すと、せっかく今ライトユーザーであるにもかかわらず、Willingness to payが大きい消費者がいるのに、それをわざわざ見放すことになるから、ある種、暗黙の協調でそういう形でやったところで奪えないからと考えているのか、それともライトユーザーが本当は、ひょっとしたら、そもそもライトユーザーが、ライトユーザーであるからこんなサービス選択をやったら損だということを十分にわきまえてないのか、あるいはということなんでしょうかね。

○藤野オブザーバー 各社ともライトユーザー向けのプランを出すことにはリラクタントであるというのは事実なんですネ。

4年ぐらい前までは、データのキャップが7ギガバイトぐらいのメニューしかなかったわけです。その後、その当時においても余り変わらないんですけども、実際には半分ぐらいのユーザーは2ギガバイトも使わない、3分の1は1ギガバイトも使わない、そういう方向けのメニューがないんじゃないかというふうな問題意識というのが総務省の検討会なんかで提起されたわけですね。そうすると、私ども答えなくちゃいけませんねというので、その後、3ギガ作り、2ギガ作り、1ギガ作る、ドコモは1ギガのプランを作っていませんが、他業者は作ったんですが、それはどうなったかを見ると、実際、たしか1ギガバイトを使わないユーザーはそれだけいるはずなのに、余り利用者は移行してないんです。

みんな、ヘビーユーザーの方は結構いいものを出すと、かなりどっと移動するんです。少ない方というのはなかなかそこまでの意識というのが薄い可能性があって、キャリアもそれを分かっているかもしれないと思いました。ですので、放っておいてもいるんだから、何も安くする必要はないんじゃないかという、そんなことは彼らは考えたかもしれないと思います。

○依田委員 そうすると、問題提起として、今おっしゃっていただいたように、ある種のスイッチングコストとか、消費者が実は自分に最適なメニューを選ぶ能力に欠けているとか、そういったような限定合理的な傾向があった場合に、それを悪用して、悪用とは言うてはいけないかな、有効利用して、しかもそれがまたMVNOが奪いにいってもそっちに移行してくだらない中で、そこでまた3社のMNOの協調的な寡占構造が出来上がっている、端的に言えばセット割引でどんとお客さんを取って、2年縛りで半ば騙すようにして2年でやって、だんだん忘れちゃう。自分は何に入っているかも忘れちゃって、ミドルユーザー向けの、自分が実際には使わないような料金プランにずっと入り続けて少しずつお金を払っていった。これが彼らのビジネス、商いなわけで、ただ、その根源で言うとスイッチングコストだったり、あるいは自分のタイプが実は発見的な過程の中で、そこを途中で分からないままになってしまっているとかいうところがあって、それは、だから正にここの競争政策上でどう位置づけるかということで、今までの反トラストの慣行の中で、そこまで何か是正をするかどうか、どう踏み込むか正に議論の最中で、そういうことの専門家、大阪大学の室岡先生のような専門家が一部出てきてはおられますけれども、どういう政策が望ましいか、公取も今、判断つきかねているところだろうから、この資料2-1の1ページだけ出したら弱いと言われて、おしまいですよ。

○川濱委員 今おっしゃったのはそのとおりで、今のような状況でいくと、要するにこのライトユーザーというのは十分に、ライトユーザーであるということはこれに対して十分に情報探索するインセンティブもなければ状況も分かってない人である可能性が高いということは、MVNOが彼ら向けにプランを出したところで、MVNOというのは大体ITリテラシーの高いユーザーでないとわざわざそんなものを使おうというような気はしないわけだから、MVNOの競争からも隔離されているし、それから、そういったライトユーザーに対して、わざわざそこをターゲットに営業するインセンティブも働かないような部分で、これは悪巧みというか、そんなものを出して、儲からないものは出さないというだけのことになってしまうんですね。

○藤井調整課長 MVNOに関して言うと、多分、かなり通信量が多いユーザーもいるとは思いますが、やっぱり通話は従量で、それから通信は1ギガとか2ギガぐらいで契約している人は多分それなりにいるはずですよ。

○川濱委員 それは量は分かるんですけども、ライトユーザーの中にそこまで分かってMVNOに移行するプレーヤーは、もともとライトユーザーであるがゆえに少ないと。

○藤井調整課長 分かっている人はもう移っている。

○川濱委員 そうですね。その分かかっていてMVNOに移る人間というのは初めから限定され

た人々に限られているということですね。だから、逆に言うとキャリアがやってくると安心して移行できるような、その慣性で使い続けている人々というのはいるんだろうけれども、MVNOに移行する人というのは、ライトユーザーでかつ商品業法に詳しいという、かなりソフティケートされた利用者という、かなり数少ない人々です。

○西村委員 でも、今、イオンとかでも売っているので、あの辺はネットで手続きがほぼほぼできないライトユーザーで、全然分からない人向けに、全部店舗に来させてイオンでお買物させるという選択でやっているのです、それはそれで面白い売り方ではありますよね。

○舟田座長 私は、この最後の文章は、ほとんどなくというのはちょっと言い過ぎじゃないかという気がしていて、MVNOが一部あるのと、それからワイモバイルとUQのような安いサブブランドがある。iPhoneに限らなければ、かなり私は競争は働いてきたんじゃないかという感じをちょっと持っているのですよね。問題はiPhoneじゃないか。

だから、これは一定の取引分野で、スマホというのが一定の取引分野でしょうけれども、その中のiPhoneとiPhone以外と別の市場なんじゃないかなという気がするんですけどもね。

○川濱委員 だけど、これを印象論ではない形でやろうと思ったら、ライトユーザーのセグメントにどれだけ人がいて、それで実はライトユーザーであるにもかかわらず高い値段を払っている人間がどれだけいるかということのチェックになってくるんだろうなと。

これは依田先生が最初に質問されたこととも関係しますけれども、自分に適切なメニューに合った形で買っているかどうか、ソフトバンクなんかはそういったことになっているんだ、現にそういう営業になっているんだと言っているけれども、現にそうなっているかどうかは我々チェックしようがないし、もう一つ言いますと、携帯電話を売る側は、いわゆる消費者保護法で言う適合性原則の義務はない。あるのは、厳密な適合性原則、要するに消費者のタイプに応じて最もいいものを売らなければいけないという、完全にノウ・ユア・カスタマーなった上で販売しなければいけない義務ではなく、かなり限定された、要するに不適合なものは初めから故意に売ってはいけないという程度のものでしょう。

○西村委員 一応は、適合性の原則に則って説明義務とかが、この間の電気通信事業法の改正で入ったので、無視できない大きさではあると思います。

○川濱委員 説明義務の要するに指針でしょう。完全にノウ・ユア・カスタマー・ルールで、その顧客のタイプを分かった上で、顧客のタイプに最適なものを売らなさいというような強い本来的な適合性原則の意味での適合性原則というのは、これは使いづらいから、まだ採用され

ないと思います。

説明義務なんかのときにお客さんが分かるような形で、自分のタイプを分かった上で、適切な判断ができるようにというタイプの適合性原則を自己決定に近い形で変容された限定ルールなのではないですか。

それを今から四半世紀前に論文で書いたことがあるんですけども、適合性原則型説明義務と、完璧に本来的適合原則だったら、売るときに完璧にタイプが分かった上で一番いいタイプのものを売らなければいけないことになる。なんだけれども、そこまでの強い適合性原則というのはまだ販売者側は負ってないですよ。

○西村委員 実態はそうですね、はい。もめたときに、我々が適合性の原則に則っていないので、解除してくださいみたいな使い方はしますけれども。

○川瀆委員 そのように、余りにも乖離したようなタイプのものを売ってしまっていたというような状況がターゲットということになりますね。およそ、こんなおじいちゃんがこんなもの、契約をするはずがないでしょうというようなタイプのものが適合性原則の主たる対象であって、当該需要者の本来の選好に合致したものを提案していないという程度の状況を改善するような形の適合義務はないんですよ。

そのタイプが、それは一つ問題は何かというと、消費者が自分でもタイプを分かってないこと。タイプを自分も分かってないものを、それを売る側が分かった上で売れというのは難しいところがある。けれども、それは本当に難しいかどうかも分からないところがあると。メニューに関して、ちゃんと自分のタイプを分かるような形でキャリアの方が伝えることがあったらちょっとは改善するかも分からないけれども、ここら辺の問題というのはどう理解するかということになってくるんだろうと思うんですね。

○舟田座長 川瀆さんをお願いね。今の話を後でまとめて、ちょっと私たちが分かりやすく説明してください。

○依田委員 ちょっとだけ、少し。今、川瀆先生の意見があったので、余りまとまるかどうか自信がないですけども、ちょっと言い逃げで言っちゃいますと、やっぱり競争政策の限定というのは消費者主権であって、合理的な消費者がちゃんと自分の好み、プレファレンスを分かっている、ラショナルに自分の効用を最大化するようなメニューを選んでくださるのが前提であるけれども、もし仮に非常に複雑なサービスであって、それが分からない場合は、やっぱりこの消費者が自身の効用を最大化すると、競争政策の目的がその段階で成り立たないので、その前座としてやはり消費者教育であるとか消費者保護政策というのはやっぱり競争政策のリク

ワイアメントとしてあって僕はいいと思っていて、そういうときに例えばどういう政策があり得るかといって、電力に詳しい松村先生がおられますが、アメリカだったら一律の電気料金があって、でも社会厚生的に時間帯別電気料金が望ましいという観点から、例えばカリフォルニア州がそっち側に移行させたいというときに、シャドービルといって、従来の一律の電気料金と、あと、もし時間帯で電気料金に移行した場合どっちがお得かという情報提供を州法の義務とする。それがあつた上で、例えば時間帯別電気料金の方にデフォルトを変えてもいいと、一種のパターナリスティックなデフォルトのチェンジがあつたので、そういう政策を今後こういう行動経済学的な、消費者は自分自身のことを分からない人も一部はいるから、全員とは思わないですが、そういう政策をとるようなことが今後議論される可能性はあるかなとは思っています。

でも、いろいろそこまでに議論はいっぱいあるでしょうね。それと、やっていいかどうかは。
○佐藤委員 公取の仕事をしたことないので、独禁法の視点はもしかしたらよく理解してないけれど、今までの話を聞くと、ライトユーザーなり長期ユーザーの中に、その合理的な意思決定ができてない、あるいは合理的な意思決定がしづらい状況が起こっていて、どこかで損をしている人がいるように何か思います。

一般的には、競争が機能すればそういうお客さんでもつかまえに行く企業があると考えます。例えば競争が足りないから特定ユーザーが限定された選択肢しか与えられないのか、あるいは消費者が合理的な選択をすること自体が難しい現実があつて、それが今言ったような問題を起こしているのか。

そういう意味では、なかなか消費者が正しい選択をしにくい状況があるのであれば、それではライトユーザー向けのメニューを作りなさいという対応では、問題は解決しないのではないかと思います。まずは、こういうユーザーの使用実態を見ると、こういうメニューがあればもっと得をしていたのに、間違った意思決定をしてこれだけ損をしていますとか、長期の人も本当はこういうふうに移れる可能性があるのに知らなかったとか、何かの関係でそういう判断ができていない実態がこれだけありますとか、何かそういう情報が少しあると、次の一手が打てそうな気がするんですけども。

○依田委員 二通り解決方法は例えばあつて、一つは多分今、総務省の方でも議論されていると思うのですが、自動的に最恵国待遇になるような、事後的に消費者の支払額が最小化されるようなメニューを当てはめてやれば問題は解決するけれども、それを強要できるかどうかという問題は1個あつて、次善策としては例えば契約時、あるいは2年縛りがとけた契約移行の2

か月の間で今言ったシャドービルで、こういうメニューだと幾ら幾ら、こういうメニューだと幾ら幾らというようなのを情報を提供して、消費者教育も兼ねるようなやり方というのはセカンドベースで僕はあるとは思いますが、そこですらできるかどうか、ちょっと事業者の御協力ができないと思うんですけども。

○川濱委員 先ほどちょっと私、ドコモに質問するべきだったかも分からないけれども、資料の方のドコモの書面回答の資料の……

○舟田座長 3-1 かな。

○川濱委員 3-2の方ですね、書面回答だから。2の方の、この資料や文書での提示のための質問事項の方の4ページのところで、各社のプランは複雑であり、最適なプランを検討するのが困難になっているとの指摘についてどのように考えていますかのところで、自身の利用量、データについて、従来からサイトやアプリで随時確認可能となっており、2018年3月からは、毎月の御利用額確定の通知において契約プランやデータ通信量、御利用額を一元的に随時御確認いただけるようになっていると。私、ドコモユーザーだけどこんなことやったことないんで、知らないんですけども、だから限定合理的なんだなということなののでしょうか。

○西村委員 でも、この辺りは3社全部やっていますから。

○川濱委員 やっているんですか。

○西村委員 はい、ドコモに限らず。

○川濱委員 これはWEBサイトで一応最適な適切なプランは選択を促すようなところまでは今、3社はやっているけれども、しかし限定合理的な私みたいな人間はそれさえやらないということになるわけですね。

○舟田座長 なかなか行きつくのは難しいんですよ。

○依田委員 確かにやっている。自分で探しに行けば見れるとね。

○藤野オブザーバー その点の議論をちょっと御紹介する形になるかもしれませんが、確かに自分のどういう利用実態なのかとか、どれだけ使うのか分かりませんというのがあるので、それが一つの解決策としてはKDDIのピタットプランですね、自動的にこう。

○舟田座長 ピタットプランが、あれが一番ですね。

○藤野オブザーバー あとはドコモの正に今の資料にありましたように、これは各社たしかやっているんですけども、メールが何か来ますと、そこからリンクを張ってどこかへ行くと、自分の例えば過去3か月間どれぐらい使用量とかが分かる。

そこで、利用実態まではあっても、じゃ、何が自分に適したものなのか、まだここまで示さ

れてないんじゃないかというのが今の御質問で、そういうところまで示してもいいんじゃないかというふうなところを今議論していますが、これは規制でやるというよりは、そういったことを注意喚起をして、何か取組を促すみたいなアプローチになっていますけれども、そんな議論はやっています。

○川濱委員　こんな契約をさせるとも言えないけれども、一定の推奨とか推薦とかをするような形をグッドプラクティスにしていくということになるのでしょうか。

○藤野オブザーバー　例えばこういうプランだったら合ってますよみたいなことを教えてあげてもいいんじゃないかと思います。

○川濱委員　今までのこの利用タイプであれば、あなたにとって一番安いのはこんなプランですということを知ると。これをできるだけ消費者に分からせていく形にやると、私みたいな限定合理的な消費者であっても、ちょっとは賢くなるかも分からないというわけですね。

○藤野オブザーバー　それを見ると、他社とも比較しやすいかもしれないですね。

○依田委員　そのところの、例えば自分がデータ量をどれだけ使って、通話分数をどれだけ使ったかというのは自分の履歴としての個人情報で、ある意味そこが逆に言うと一番皆さんが欲しがると、事業者さん各社が欲しがるところで、そういうプラットフォームの競争を促進する意味では、そういった価格. comではないですけども、そういったデータポータビリティの中でそういった自分の過去の履歴というのがキャリアさんと自分だけじゃなくて、他社さんにもオープンになって、最適なメニューを提示してくれるような、そういうプランのプラットフォームが出てくればいいわけで。

○西村委員　トリバゴみたいな感じと。

○依田委員　逆に言うと、僕は余り詳しくないんで、もうあるわけですね。

○西村委員　旅行サイトなんかで、一番安いところだとか、そういうのはありますけれども。

○依田委員　携帯ではまだないんですかね。

○西村委員　携帯は……

○川濱委員　自分の利用データの開示は、本人の同意のもとでないと多分できないだろうし、そのときの契約設計のやり方とか、2年の確定的な同意があった場合は別だけれども、途中で変更する同意の場合というのは個別的にとっていかなければいけないとかいう問題があるから、そこまでできるかどうかということでしょうか。

○藤野オブザーバー　航空チケットの場合、シカゴに行きたいですといたら、そこで出てくるわけですね。けども、自分は例えば3ギガ使っていますよということが分かるのであれば、

そういうのができるかもしれませんが、分からない人にどうやるかというのは、正にその利用実績のデータを持っているキャリアしか分からなくなっちゃうんで、そこがオープンにされるか、どうやったらオープンにされるか分かりませんが、されるのであれば、また何かあるのかもしれませんが。

○菅久経済取引局長 実は私、自分のスマホのギガの残高を頻繁に見るので、よく会員用のページを見てるのですが、いろいろな情報が入っていることにはこれまで気がついていなかったんですが、改めて見てみるとここに書いてあるようなことを書いていますね。データ通信量とか、これを見れば出ているので、議論があったように、例えば1年とか2年とかたてば、その過去の利用実績から平均的にこれだけ使うというのは当然データが出るわけだから、それに適用すると、あなたの最適プラン1、2、3とかいうのは自動的に出せることは出せますね。

○藤野オブザーバー そうですね。

○菅久経済取引局長 そうですよ。でも今はそうした最適プランといったものまでは出ていないですよ。

○舟田座長 だから、そこまでグッドプラクティスでやったら、少なくとも、その当該キャリアに関しては分かるようになってくると、それが分かったら他のキャリアに乗り換えるときも便利かも分からない。

○藤野オブザーバー 何か同等のものがこのキャリアにあるか、とかいうのを考えることができるかもしれませんが。

○依田委員 それは何かスマホのアプリケーションでそこまで、もちろん本人の同意が必要ですが、行ったら自動的に、一回でもそこを見たら各社と比較するような、そういうサイトまで持っていくことってできないものなんですか。

○松村委員 多分、料金がとても複雑だというのは、それこそずっとおっしゃっている行動経済学の発想からすると、比較を難しくして単純な価格競争を避けるということなんですよ。

そうすると、これはデータ通信料がどれだけで、何分話しているかだけじゃなく、極端なことを言うと、同じ人なら割り引きますとかということなら、誰にとということにも依存するし、長期割引があるならどれくらい契約しているのかとか、そういうような情報を全部入れないと比較できないわけですよ。そうすると普通の電力だとか、そういうものの比較サイトに比べてもはるかに難しくなるので、まず作りにくい。

それでも、長期契約とかというならKDDI内でプランを変えるなら関係ないじゃないかと言ってもこれも難しい。比較サイトを誰が運営するというと、これは移ったときに、そのサー

チした人が金を払うのではなく、そのサイトから来てくれた人、つまり新たにサービスを売った人が手数料払っているというビジネスモデルが非常に多い。そうすると自社内だったら関係ないので、もちろんお金を出してくれないですから、そういうビジネスモデルで新たに比較サイトが生まれてくるのは期待しづらい。

○舟田座長 でしょうね。

よろしければ、もう時間も迫ってきましたが、期間拘束については最初の事務局の2-1の3ページですけれども、こういう、どう考えるかとありますけれども、何か気づきの点があれば。

○佐藤委員 感想になりますが、その2年の契約で見ると、競争してどんどん新しい料金とか、料金が下がっていくのに、初めに契約したときの料金に拘束されていて、途中で何か変えると違約金になるのか、そういうことで初めのものにずっと拘束されているデメリットが消費者としてあるのか。

○松村委員 この9,500円は、これは同じキャリア内でプランを変えてもかかるのですか。

○藤井調整課長 プランの変更はできます。

○佐藤委員 契約を変えて、ピタットプランに変えますというのはできるということですね。

○藤井調整課長 一般論としては同じキャリア内であれば、違約金というのはその会社をやめるときに払うものなので、基本的にはかからないはずです。

○佐藤委員 娘が何か買いに行ったときに、こちらの料金プランにしてくれるようにと言ったら、解約して番号は変わるけれども、そちらの方がお得だろ、一回解約してくれないと、新しいプランが選べないことがあったようなので。

○舟田座長 そんなことはないでしょう。

○佐藤委員 それはないということですか。

○舟田座長 ええ、自分のサービスであればね。

○藤井調整課長 同じ会社の中であれば、基本的にはプランの変更自体は多分できる。

○佐藤委員 常時、新しく出たプランに契約は変更できるということですね。

○藤井調整課長 はい。

○佐藤委員 それは、じゃ、分かりました。

もう一つ、9,500円というのが本当に合理的な金額なのか、合理的ということが説明できないとすれば、顧客の囲い込みが目的で、結果的に、お客が他社に移りにくい状況が生まれているんじゃないか。

同様に、消費者が契約終わって判断して移る期間として、2か月であることについて何か合理的な説明ができるのか。競争がいろいろと制限されているような気がします、違約金、その期間の点では問題があるのでは。

○舟田座長 期間拘束の点は西村さんがずっと苦勞なさってきたでしょうけれども、何か感想はありますか。

○西村委員 期間拘束は最初の2年はいいですけれども、それ以降はちょっと拘束し過ぎじゃないかなと。大体2年で端末の分割払いも終わっていますし、何で3年目、4年目と、こうやって解約できない日が10か月もあるのかというのは、ちょっとありますね。

あと、ソフトバンクはプランの拘束が2年で端末の分割が3年でというのが多いので、はっきり言うと6年拘束されちゃうというのもあります。

他社乗り換えのときに、ものすごくキャッシュバックとかおまげが来るので、解約料9,500円払っても痛くないという。

○松村委員 そうですよ。ということは、逆に言えば9,500円ぐらいの金額は、ある意味でスイッチングコストをすさまじく高めるものになっていないということですよ。

○川濱委員 キャリア間競争のときには全く9,500円というのは苦になっていないと。だから、強いて言うならばMVNOの場合はどうかということだけになってしまうんでしょうね。

○舟田座長 そうですね。3社間ではいわば相討ちみたいなどころがあるんですね。しかし、それを3社をやめてMVNOになると、これは9,500円、丸々払わざるを得ない。

今、さっき言ったように、私は市場が別なんじゃないかという気がするんですね。

○松村委員 だから、議論をかき回して申し訳ないですけども、後ろの方、端末の流通というところに出てくる、4年契約で2年で機種変更という方が私にはよっぽど悪質に見える。

これを相当サブスタンスにスイッチングコストを上げるだけじゃなく、これは典型的な尺取営業と同じ効果を持つ。これに文句を言わないで、2年9,500円のところに文句を言うのはあまりにアンバランス。理屈としてどうやって説明したらいいのか私には理解しかねます。

○川濱委員 確かにおっしゃるとおり、9,500円のロックインよりも4年契約で2年で機種交換で、それで続けてまたローンを組ませて、また2年目に変えてという形でやっている方が明らかに転換のスイッチングコストが上がっていますよね。

○舟田座長 4年契約は3社ともやっているんですか。

○藤井調整課長 2社です。

○佐藤委員 確認しますけれども、2年拘束は割賦で払っているから2年間で払ってもらうま

でやめてほしくない、違約金取りますということですか。

○川濱委員 割賦とは関係ないです。一括払いでやっても拘束されるはずです。

○佐藤委員 それから後の2年契約後のさらに2年間の拘束は、どういう理由なのか。

○藤野オブザーバー 一括払いでやっても、2年拘束は2年拘束です。

○藤井調整課長 最初からそれを選べばということですね。

○藤野オブザーバー そうです。

○藤井調整課長 あと、端末購入補助というのは、一括で払っても分割でももらえるんですけども、それが2年間に分けてもらえるんで、結局、途中で解約すると端末購入補助も途中で放棄することになるので、解約金の9,500円に加えて、途中で抜けると端末購入補助の逃した分というのが出てくる。

○佐藤委員 藤野さんにお聞きしますが、MVNO側からするとスイッチングコストが高く複雑で、2年縛りもあれば違約金も自動更新もある。特にどういうところに競争相手は問題を感じていることになりますか。

○藤野オブザーバー MVNOからの意見なんかだと自動更新とかは批判的ですね。2年縛りやって、2か月間放っておくと自動でまた2年縛っちゃうんですね。全然自分のところに来ないじゃないかと、お客さんは来ないじゃないかと、そういうのは出ていますね。

○佐藤委員 その時点で合理的にどのキャリアが望ましいか考えればいいけれども、そのまま放っておくと2年継続してしまうということ。

○舟田座長 次回、MVNOが来るんですよね。皆さんもいろいろ、それを準備していただいで。

ほか、いかが。いろいろあるでしょうけれども、何かありますか。いいですか。ちょうど8時半なんですけれども。

○藤井調整課長 どうも、たくさんの御意見を頂きましてありがとうございます。

次回の日程は、また改めて御連絡させていただきます。

以上でございます。

○舟田座長 それでは、本日はこれにて終了いたします。

ありがとうございました。

午後8時31分 閉会