

## 第3回携帯電話分野に関する意見交換会に対する意見

甲南大学 土佐和生

## 〔本アンケート結果から推察される携帯電話分野の現状と課題に関する認識〕

キャリア3社は、携帯電話分野（以下「当該分野」）全体において料金・プラン等（以下「料金等」）で相互に競争するというよりも、特に特定キャリアとの間で通信サービス契約を長期に継続し続ける消費者（以下「長期ユーザー」）に観察される行動慣性に乗じて、キャリア間での競争圧力の弱いこの長期ユーザーに対する競争水準以上の料金設定による収益等を原資として、新規ユーザーの獲得及び短期に契約を変更するユーザーの引きはがしに関わるような局所的な場面での競争に注力しているように思います。

かりにキャリア3社による各種行為が直ちに独禁法上の法的措置の対象になるものではないと仮定すれば（また、であればこそ）、このようにキャリア間での料金等競争が活発であると必ずしも評価し難い当該分野で、当該分野全体として競争機能がより健全に働く方策等を探求する競争政策上の見地からは、通信サービスの契約時、更新までの間及び契約更新のそれぞれの段階ごとに、キャリア3社の料金等設定に関する行動に対してユーザーがいっそう競争的規律を及ぼし得る環境を、ユーザーの通信サービス選択・変更の判断に向けられる情報的基礎も含めて、どのように改善していくかが重要になると考えます。また、その際、ユーザーが、①これを一括りに見ることは困難であって長期・短期・新規などのクラスごとに固有の特性を持っていること、②限定合理的な存在であること、③売手の影響テクニック<sup>1</sup>や身近な者からの評判など他者からの影響も受けて選択判断を行うこと等の諸点に留意する必要があると思います。

なお、このようにユーザーによる競争的規律のあり方にも配慮することは、一昨年<sup>1</sup>の報告書のフォローアップを行って当該分野での競争環境の変化及び競争政策上の課題を検証するという当意見交換会の趣旨に適い、今後とも当該分野における競争政策上の課題を検討する際に保持されるべきであろうと思います。

## 〔本アンケート結果に関する感想及び意見等〕

ユーザーのキャリア選択における情報的基礎を現状よりも改善する方策を検討するうえで、契約プロセスの段階ごとに問題を整理しつつ分析することが有益であると思います。

## (1) 契約締結の段階

- ・MNO/MVNOともに、ユーザーは、主観的には説明を理解できていると思っているものの、違約金額を知らない者が過半を超える点からすれば、総じてその理解の程度は表面的・断片的に止まっているように見受けられます。
- ・1つの理由として、そもそも契約書面の記載内容が煩雑であることが考えられます。また、1台の契約としても割引プランは複雑で、かつ、そのうえに各種セット割やグループ割等を含めるならば、その場で1ヶ月なり2年間なりの支払総額や通信品質等を想起したうえで、キャリア間及びMVNOで、又は端末サービスの一体か分離かのメリット・デメリットを比較することには、ユーザーの選択判断時点での合理的な情報処理の範囲を超える面があるように思います。

<sup>1</sup> 社会心理学の用語で、人に影響を与えたり、人を説得したりするときに用いられる、受け手の応諾を促すような要因もしくは手法のこと。

- ・自由回答のなかには、上記の意味で販売員の影響テクニックや家族・知人の影響が選択判断に効果を及ぼすことを示唆し得るように思われるものもあり、単に書面記載事項の観点からだけでなく、本アンケートのような行動経済学的手法や、社会心理的な視点等も含めて、ユーザーが契約締結に至る過程をより多角的・複合的に分析・検討する必要があるのではないかと考えます。
- ・(更新時も含めて) 選択したプランが自分のデータ利用形態にとって最適のプランになっているかどうかは当人に必ずしも明らかではないのではないかと思います、現在の「〇〇GBまで□□円」等の料金プラン表示にはなお改善の余地があるのではないかと考えます。例えば、いまもなされているかと思えますけれども、「メールチェックやウェブブラウジングを毎日 20 分ほどするのであれば、このプランが適当です。」というような、プラン利用に関する補足的な情報について、体験や実感に即してユーザーの直感的理解をいっそう促すように、より詳述したり内容をより豊富にしたりすることが考えられます。

## (2) 契約期間中の段階

本アンケートではなされていませんが、料金等に関する苦情処理の実情、消費者団体等が果たしている役割や機能の現状等について、今後類似の調査等がなされるよう期待します。締結段階でいったん固められた消費者の選択評価を基礎付ける情報が、その後、当該取引の経過、(それがあつ場合には苦情処理、)及び政府のウェブサイトを含む各種比較サイトや消費者団体等による情報提供のなかで、ユーザーにとって必要なときに満足のいく形で適切に更新されていくかどうかは、契約更新の段階での供給主体変更に向けて重要な意味を持つと考えます。

今後、当該分野を含む公益事業的な商品等について、総務省、経済産業省及び消費者政策所管の他省庁並びに適格消費者団体等とも連携しつつ、消費者が供給主体を選択する情報的基礎がいっそう適切に更新されるような仕組みを考案・工夫していくことが重要になると考えます。

## (3) 契約更新の段階

主観的に、プッシュ通知を受け取っていない等と思っているユーザーが 6 割以上いることは、この制度の趣旨にもとっており、通知の方法・内容及び表現等について改善を要するように思います。例えば、ユーザー側で当該通知に対応する何らかのオプトインの簡便なアクションを行わない限り(自動に準じて)更新しない等の方策にも一考の余地はあるかと思つます。

(4) 以上について具体的な方策等を検討するに際しては、長期ユーザーのうち、いかなる事情があつてもキャリアを変えないとするクラスは別として、検討対象の標準的なユーザーとして料金等が有利であれば変更を考へるとつクラスの日常・経験を念頭に置いて、さよふなユーザーのクラスにとって適切かつ実効的な形でのキャリアの選択判断に役立つかどうかを検討の指標にすべきなのではないかと思つます。