



変わりゆく 携帯電話の契約



特集

携帯電話をめぐる 現状とこれから

北 俊一 Kita Shunichi 株式会社野村総合研究所 パートナー
1990年野村総合研究所入社以来、一貫して情報通信分野における調査・コンサルティング業務に従事。専門は事業戦略、競争戦略、マーケティング戦略立案。総務省情報通信審議会専門委員



携帯電話業界は今、変革期に差し掛かっています。携帯電話事業者が消費者をカネで取り合う市場から、消費者が事業者を自由に選択する市場への変革です。本稿では、ここに至るまでの道程について解説したうえで、当業界の今後の課題について述べます。

分離プランの導入と形骸化

2006年10月のMNP^{*1}導入前後から、事業者間の顧客争奪戦が過熱しました。MNPすると最新の携帯電話をほぼゼロ円で買い替えられる状況でした。頻りにMNPして端末を買い替える人に使われる端末購入補助金が、端末を長く使う人を含む全員の通信料金から回収されているという不公平性の拡大と、それに伴う通信料金の高止まりが問題視され、総務省は2007年9月、通信料金と端末代金の「分離プラン」の導入を事業者に要請しました。

それを受け、端末の値引きが無くなる代わりに、通信料金が一律30%（端末販売奨励金の回収分に相当）程度値下げされた新料金プランを、

NTTドコモ、au(KDDI)が投入しました。

一方、ソフトバンクは、端末を24回割賦で販売し、月々の割賦代金に相当する金額を月々の通信料金から値引くため、端末が“実質ゼロ円”で手に入る「月月割」という“潜脱的”なプランを投入しました。24カ月の割賦契約の途中で解約すると、割賦残債とともに、期間拘束契約(2年縛り)の違約金が請求されるという、ロックイン効果の強い販売手法でしたが、総務省はこれを問題視せず、ドコモもauも追随し、「分離プラン」は完全に形骸化しました。

当時の総務大臣が菅義偉氏であり、この時、菅氏の事業者に対する不信感、通信料金の値下げに対する強い想いが形成されたと推察されます。

その後、アップル社のiPhoneが2008年7月から日本で販売されました。当初はソフトバンクの独占販売でしたが、2011年秋にau、2013年秋にドコモもiPhoneを取り扱うようになること、iPhoneを含むすべてのスマートフォンの安売り、キャッシュバック競争が過熱し、「レ点販売」^{*2}が横行するようになりました。

*1 MNP (Mobile Number Portability) とは、携帯電話番号を変えずに携帯電話事業者を変更すること

*2 レ点販売とは、複数のオプションサービスを契約する代わりに端末代金を値引きする、という販売手法のこと。契約書面にはレ点を入れるチェックボックスと、値引き条件のオプションが記されている



総務省は2014年4月、行き過ぎたキャッシュバックの自粛を事業者に対して内々に要請しましたが、鎮静化したのはほんの一瞬だけでした。

端末販売適正化ガイドラインの施行と形骸化

2015年9月、安倍晋三首相(当時)が経済財政諮問会議において、家計支出における携帯電話料金の負担増を問題視し、総務省に検討の指示を出したことで、新たな局面を迎えました。

総務省は2016年4月、「スマートフォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」を策定し、通信料金高止まりの要因となる、端末の実質負担金がゼロ円を下回るような過度な値引きを規制しました。

ガイドラインの施行により端末の過度な値引きは一瞬無くなりましたが、すぐに元に戻り、ガイドラインは形骸化しました。ここに立ち上がったのが、独占禁止法における「再販価格拘束禁止」の壁でした。

総務省は事業者に対して端末の価格を規律することはできても、販売代理店が再販する端末価格を規律することはできないため、“代理店による独自値引き”という潜脱的なかたちで端末の値引きが行われました。値引き原資は他の名目で事業者から代理店に支払われていました。

公正取引委員会は2016年8月、代理店独自値引きについて、「独占禁止法上問題となるおそれがある」と指摘しましたが、端末の安売りは止まりませんでした。

消費者保護ルールの強化

前述したスマートフォン端末の安売りによる顧客争奪戦の激化に伴い、全国の消費生活センター等に寄せられる携帯電話サービスにかかわる苦情・相談件数が増加していきました。

総務省は、消費者委員会および消費者庁から苦情縮減の要請を受け、消費者保護ルールにかかる規制強化の検討を本格化し、2016年5月、消費者保護ルールにかかる改正電気通信事業法

が施行されました。

本改正により、1)適合性の原則を含む説明義務の充実 2)書面交付義務 3)初期契約解除制度(移動通信の店頭・通信販売に関しては「8日以内キャンセル(確認措置)」)の導入 4)代理店に対する指導等の措置義務 5)勧誘継続行為・不実告知等の禁止 といった規律が整備され、施行後、消費者トラブルの縮減に一定の効果をもたらしました。

通信料金と端末代金の「完全分離」の施行

2018年8月、菅官房長官(当時)が「携帯電話料金は4割値下げ余地あり」と発言したことで、再び新たな局面を迎えました。

2018年11月、総務省の有識者会議が法改正を視野に入れた完全分離等の規律を緊急提言すると、2019年5月に改正電気通信事業法が公布、10月1日に施行されました。

これほどの短期間での法改正・施行は異例のことであり、2019年10月1日の消費税増税および楽天モバイルのMNO参入のタイミングに、法施行を合わせたと考えられます。

この改正法は、3つの柱で構成されています。

1) モバイル市場の競争の促進：通信料金と端末代金の分離、および、期間拘束などの行き過ぎた囲い込み是正のための制度の整備です。具体的には、回線と端末をセット販売する際、通信料金の割引を禁止すること、端末購入補助の上限を2万円とすること、2年縛りの違約金を千円以下とすることなどが盛り込まれました。

2) 代理店への届出制度の導入：代理店を媒介等業務受託者として電気通信事業法上に位置づけ、通信事業者と代理店、両者合わせた端末購入補助の上限を2万円とすることによって、“代理店独自値引き”というガイドラインの穴を塞ぎました。

3) 事業者・代理店への勧誘の適正化：主としてFTTH(家庭用光回線)の電話勧誘・訪問販売において多発している苦情を縮減するため、事



業者・代理店等が自己の名称等を告げずに勧誘する行為等を抑止するものです。

改正法の目的は、回線と端末がセット販売される際、端末の安さで消費者を誘引する市場から、消費者が回線(事業者)と端末を自由に選択できる市場への転換であり、通信料金、端末代金、それぞれが競争によって低廉化することを期待しました。

政権の公約となった 料金値下げ

改正法施行から8カ月ほど経過しても、通信料金は当初の期待どおりには下がりませんでした。大手3事業者の協調的寡占状態に風穴を開けるべく、第4の事業者として新規参入した楽天モバイルが、データ使い放題月額2,980円という格安プランを投入したものの、自社サービスエリアの狭さから、料金競争を巻き起こすには至らなかったからです。

短期的な成果を求めた菅官房長官(当時)は、2020年6月、総務省「内外価格差調査」の発表を受け、「料金水準は諸外国と比べて依然として高い水準にあり、大幅な引き下げの余地がある」と発言しました。

さらに、2020年8月の内閣総理大臣就任会見において、「国民の財産の電波の提供を受け、世界でも高い料金で、20%の営業利益を上げ続けている」と述べ、携帯電話料金の値下げは菅政権の公約となりました。

菅首相からの明確な指示を受けた総務省は、2020年10月、事業者間の競争促進による携帯電話料金の低廉化を主たる目的とする「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」を発表すると、各事業者が次々と廉価プランを発表しました。

とりわけ12月3日にドコモが発表したオンライン専用プラン「ahamo」は、20GBまで月額2,980円という価格設定で市場に衝撃を与え

ました。ソフトバンクとauも、それぞれ「LINEMO」「povo」という同様のプランで即座に追随し、両者のサブブランドであるワイモバイルとUQモバイルも値下げされました。

サブブランドの値下げはMVNOを直撃し、すかさずMVNO委員会は、サブブランドとMVNOとの同等性確保、すなわち、MNOの接続料および卸料金の早急な見直しを総務省に要望しました。総務省は、MNOに対して早期の料金見直しを要請し、MNOが受け入れたことで、MVNO各社も順次、料金値下げを発表しました。

スイッチングコストの撲滅

わが国の携帯電話料金は一気に低廉化しましたが、消費者が実際に事業者を乗り換えたり、料金プランを変更しなければ意味がありません。

総務省は前述の「アクション・プラン」で、事業者の乗り換え時のスイッチングコストを低下させる取り組みの強化を掲げ、有識者会議を立ち上げました。事業者と集中的に検討を重ねた結果、次の方向性が取りまとめられました。

- MNP手続きのさらなる円滑化については、2年以内を目途にワンストップ化^{*3}が実施できるよう取り組むこと
- キャリアメール(@docomo.ne.jpなど)の持ち運びについては、2021年中に実現すること
- SIMロックを「原則禁止」とするルールへ見直すこと
- 現在eSIM^{*4}を提供していないスマートフォンについて、2021年夏頃を目途として、できるだけ早期に導入すること

これらの取り組みの実行により、消費者が現在加入している契約に縛られず、円滑に乗り換えられる環境が整備されることが期待されます。

今後の課題

最後に、今後携帯電話業界が取り組むべき課題について、4点ほど述べます。

*3 現在は移転元事業者から伝えられたMNP予約番号を移転先事業者に伝えるツーストップ方式

*4 eSIMとは、スマートフォンに内蔵された本体一体型のSIM。SIMカードを差し替えずに、開通手続きや事業者の乗り換えができる



1) 円滑な移行を促すための環境整備

スイッチングコストが低下し、円滑に乗り換えられる環境が整備されたとしても、高齢者が自ら情報を収集し、判断、実行するには高いハードルがあります。

このハードルを低くするため、総務省は「スマホ乗換え相談所」の実証実験を2021年度夏から開始予定です。中立的な事業者が消費者からの相談を受け、最適な事業者や料金プランを推奨し、有料で移行(乗り換え)手続き等の支援まで行うものです。2021年度の実証実験の結果を受け、2022年度以降、営利事業として全国で多様な事業者による運営が期待されています。

2) 誰一人取り残さないデジタル社会の創造

コロナ禍によってわが国のデジタル化の後れが露呈したことを受け、社会全体のデジタル化が一気に進展しようとしています。とりわけオンラインでの行政サービスを高齢者でも安心して利用できるようにするには、利用方法等に関する助言・相談を受ける体制を全国的に整備する必要があります。

総務省は2021年度から5年間、全国の携帯ショップのスマホ教室等を活用し、スマートフォンでの行政手続きや利用ニーズの高い民間サービスの活用方法の助言や相談を実施する活動に対して金銭的補助を行う「デジタル活用支援事業」を開始しました。

相談に来た高齢者に対して過度な販売勧奨を行うといった行為を厳に慎む必要があります。

3) 完全分離時代における端末販売の在り方

改正法では、非回線契約者を回線契約者と同等に扱う、すなわち、非回線契約者に対しても端末(いわゆる白ロム端末)を販売し、端末購入サポートプログラムを等しく提供するのであれば、回線契約者への端末購入補助が2万円を超えても問題はないことになっています。

ところが、総務省が2020年12月～2021年2月に実施した覆面調査では、3事業者のショップにおいて、非回線契約者への端末販売拒否(端末購入サポートプログラムの提供拒否を含む)

が多数確認されました。

その背景には、3事業者のオンライン販売価格と、代理店に卸す価格がほぼ同じであることなどから、代理店が非回線契約者に端末を販売しても儲からない、という構造的課題があります。

本来、代理店による再販価格の設定は自由であり、代理店が「頭金」を上乗せして販売することに問題はありませんが、事業者のオンライン販売価格が1つの目安となっており、消費者からクレームが来ることを恐れて頭金を上乗せできないという現実もあります。

今後、完全分離時代にふさわしい端末販売の在り方について、議論を深める必要があります。

4) DX時代における代理店の在り方

コロナ禍を契機とした携帯電話の各種手続きのオンライン化の進展、ドコモのahamoを契機としたオンライン販売の拡大などの環境変化により、事業者から代理店に支払われる手数料が今後減少していくことが予想されます。

総務省の携帯ショップのスタッフへのアンケート調査によると、4割強のスタッフが上位の料金プランを勧誘したことがあると回答し、高額なスマートフォンやオプション、アクセサリなどの勧誘を合わせると、多くのスタッフが適合性の原則に反した勧誘を行ったことがあるという結果が得られました。

こうした営業の要因についてスタッフに確認したところ、代理店の上司や経営層からの指示や目標を理由とした者も多かったが、各事業者が設定する営業目標を理由とした者が4割強存在しました。

全国に約8,000店舗ある携帯ショップが、消費者にとって本当に信頼できる拠点になれば、デジタルデバイドを解消する、地域のICT拠点になることはできません。

社会全体のデジタル化が急速に進展する今、事業者と代理店と消費者が“トリプルウィン”となる、代理店の評価体系や手数料体系を含む「代理店の在り方」について、早急に議論を深め、変革することが求められています。