

料金値下げ？

奨励金廃止と料金値下げを混同している人がチラホラ。ハッキリ言おう、奨励金廃止は料金値下げではない。もちろん、料金値上げでもない。ただ、ユーザー間の不公平を是正するだけに過ぎない。料金が適正料金かどうかと奨励金廃止は別問題である。奨励金廃止 SIM ロック不要 SIM フリーという話をすれば間接的には多少関係がある（適正料金に向かうよう自浄作用が働きやすくなる）が、直接的な関係はない。

料金値下げという誤解の原因は、報道機関にある。検索すると、次のような、誤解をさそうタイトルがゴロゴロ。

- ・ K D D I、通話料安い新体系を発表・現行プラン併存（日本経済新聞）
- ・ KDDI、11月より月額1050円のケータイプランを開始（読売新聞）
- ・ よく買い換える人向けに --au、11月より月額1050円の料金プランを開始（読売新聞）
- ・ K D D I が通話料引き下げの新プラン、11月12日に導入（サンケイスポーツ）
- ・ 安さ買う時？使う時？ a u 新体系選択制に 来月12日から（東京新聞）
- ・ a u 基本料金1050円に K D D I が来月12日に新プラン導入（中日新聞）
- ・ 月々安いか、購入時安いか KDDI、新料金・携帯購入制度「au 買い方セレクト」開始（ITmedia）
- ・ K D D I 通話料引き下げ新プラン（スポーツニッポン）

こんなタイトル見たら誰でも料金値下げと思うわな。読売新聞の「よく買い換える人向けに」って、何？いや、確かによく買い換える人向けに制限を設けたわけだから、間違ってるとは言えないけれど、誰が読んでも正反対の意味に取るようなタイトルつけるか？

ついでに言えば、奨励金廃止の趣旨は、0円携帯や1円携帯をなくすことでもない。公平な代金負担が担保されるなら、0円携帯や1円携帯が残っても良いのだ。

優等生ドコモ

- ・ 新たなご購入方法および料金プランを提供

1. 「バリューコース」

「バリューコース」は、905i シリーズ以降に発売される対象携帯電話機^①をご購入いただく際に、従来のプランに比べて月額基本使用料（各種割引適用前）が1,680円（税込）安い「バリュープラン」が選択できるコースになります。

また、「バリューコース」でご購入いただく場合には、携帯電話機ご購入代金をこれまでと同じ現金・クレジットカードなど一括払いでのお支払い方法のほかに、分割払いでのお支払いも選択いただけます。

2. 「ベーシックコース」

「ベーシックコース」は、905i シリーズ以降に発売される対象携帯電話機^①をご購入いただく際に、2年間のご利用をお約束いただくことにより、ドコモが店頭販売価格から15,750円（税込）を割引（ベーシック購入サポート）するコースになります。なお、料金プランについては、従来の料金プランの中から選択いただけます。

ひとりでも割を利用している場合は、バリューコースを選ぶと15,750円端末代金が高くなる代わりに基本料が840円安くなる。これは19ヶ月元が取れる。「無料」通話分や通話単価は変わらない。

4分割支払金はお申込みの翌月から12ヶ月または24ヶ月のみ発生。金利年率は0%、手数料は無料となります。

分割払いの「金利年率は0%、手数料は無料」で、通常の通話料金と同じ方法で請求されるので、利用しやすい。

その他細かい所は報道発表資料を参照のこと。

実際に始まって

905i シリーズって高過ぎない？ドコモ、KDDIとも販売奨励金は平均36000～37000円だったはずである。だとすると、まだ、20,000円強の販売奨励金が残っているはずである。しかし、905i シリーズの価格を見ると、この残りの奨励金も含めて全廃したとしか思えない。廃止しておいて、料金に還元しないなら、実質値上げではないのか？

KDDI

KDDIは販売奨励金を廃止したかのように装っているが、実は、冬SALEという名目で販売奨励金を継続するようである。けしからん。詳細は[au 買い方セレクト](#)を参照のこと。

ソフトバンク追従

- ・[KDDI 新サービス発表を受け、24時間以内に対抗サービス発表～新料金プラン「シンプルオレンジ」を導入～](#)

当社では、昨年秋より携帯電話機の割賦販売方式を導入しており、端末価格と通話料の分離など、料金の透明化を図っております。

ソフトバンクは奨励金廃止には追従しないと明言しているように見えるが、

「シンプルオレンジ」加入時は、基本使用料および通信料から毎月一定額を割り引く「スーパーボーナス特別割引」の総額が、ホワイトプラン等の従来料金プラン加入時より、最大2万880円（最大870円/月額）減りますが、低廉な料金プランを選択いただけます。

販売奨励金相当額を最大2万880円減らすなら、追従そのもの。しかし、ホワイトプラン目当ての人には全く意味がなく、奨励金廃止の趣旨に沿った不公平の是正とは言い難い。

| プラン | 基本使用料 | 音声通話料 |
|-----------|-------|------------|
| シンプルオレンジL | 2425円 | 10.5円/1分 |
| シンプルオレンジS | 850円 | 15.75円/30秒 |

シンプルプランには追従する。

- ・[NTT ドコモ新サービス発表を受け、210円安い対抗サービス発表～新料金プラン「ブループラン・バリュー」を導入～](#)

ソフトバンクモバイル株式会社（本社：東京都港区、社長：孫正義）は、新たに「ブループラン・バリュー」として、6つの新料金プランを2007年12月5日（水）より導入します。これは、NTTドコモの新サービス発表を受け、24時間以内に対抗サービスを発表するものです。「ブループラン・バリュー」は、従来から提供している「ブループラン」より、月額基本使用料を一律1680円安く設定しており、本日NTTドコモが発表した同等プランよりそれぞれ月額基本使用料が210円安くなります。

「ブループラン・バリュー」加入時は、基本使用料および通信料から毎月一定額を割り引く「スーパーボーナス特別割引」の総額が、ホワイトプラン等の従来料金プラン加入時より最大1万5600円(24回払いまたは一括払いの場合、最大650円/月額)減りますが、基本使用料が低廉な新料金プランを選択いただけます。

ドコモにも追従した。

ソフトバンクの新スーパーボーナス

ソフトバンクは販売奨励金をなくしたと言っていますが、実際の所、販売奨励金制度廃止の趣旨は全く達成されていません。ソフトバンクの新スーパーボーナスは、販売奨励金を分割払いにして、端末代金の分割払い額と相殺しているに過ぎません。そして、その販売奨励金の原資は契約期間の短小に関わらずに契約者全員から徴収しているのであって、従来の販売奨励金制度と同様に、同じ端末を長く使う人ほど負担が大きい不公平な制度に変わりありません。従来と違うのは、約2年契約を継続しないと販売奨励金が満額受け取れなくなっただけです。次の説明が分かりやすいでしょう。

キャリアにとって見れば、端末を高くして加入者を絞るより、基本料金を上げて、インセンティブ分を後から薄く回収したほうが、木を見て森を見ない、大多数のユーザーに支持されません。ユーザーは、端末に5万も6万も出したくないけど、月額で千~二千円くらい多くは素外平気で出します。メーカーは、インセンティブを当てにして端末の価格を決められるので、利用率が低いような機能でも平気で搭載していいです。またインセンティブ制度のおかげで、一定期間で買い替え需要が喚起され、一定数の需要を確保できます。(そのために機能追加を続けている面もある)

結局、キャリア、ユーザー、メーカーの全員が「インセンティブ制度」という麻薬に侵されてしまっているのです。それに一石を投じたSBモバイルの「スーパーボーナス」だって、結果的にインセンティブの額を明らかにし、途中でEXITする異常分子に対しての課徴金を新設しただけで、基本料金から回収するというモデル自体は大きく変わっていません。

これについては、ドコモの社長が珍しくまともな意見を言っています。

高価な端末に販売奨励金(インセンティブ)を付けて安価で売る今の仕組みがよいとは思わない。しかし0円で販売する方向に行くと、(販売奨励金の是正から)ますます離れてしまう

「ますます離れてしまう」と言った以上、ソフトバンクの物真似ではないんでしょう。蓋を開けてソフトバンクの物真似だったらガッカリですよ。

新スーパーボーナス一括9800円?

ソフトバンクの端末を格安で買えるケースがあるらしい。

- ・ 端末代金9800円で一括払い
- ・ 3ヶ月目~26ヶ月目の基本料金980円割引

極端な話、1万円ちょっと払えば、2年間通話し放題も可能。運が良ければ、一括0円というセールスに出会えることもあるとか。これは、一体、どんなカラクリなんだろう。

- ・ <http://akiba.geocities.jp/gorillappa1989/koramu/koramu6.htm>

確かに販売店(代理店)にスーパーボーナスの販売価格の決定権はない。だが、一括払いという仕組みを利用すればこの価格をどういう風にも変えることが可能になるのだ。具体的に言えば、安く売って足りない分を代理店側で補填してソフトバンク側に支払いをすればいいからだ。

スーパーボーナスの24回払いは毎月の利用料と一緒に利用者側に請求されるため、代理店側ではどうにも操作できない。だが、一括払いの場合、代理店が利用者から預かったお金をソフトバンク側に支払うことになる。本当に代理店が全額を利用者から回収してソフトバンク側

に支払われたのか、それとも代理店が補填して合算したものがソフトバンク側に支払われたのかなんて到底わからないのだ。

スーパーボーナスで端末を販売するとソフトバンク側から販売促進金として 20,000 円(新規の場合)がもらえます。なので、差額分を補填しても 6,280 円は利益となります。

スーパーボーナス一括 9800 円セールは代理店側にもメリットがあります。不良在庫または不良在庫になりかねない機種の場合、販売数を増やすことによってソフトバンク側のボリュームインセンティブ(端末を大量に販売することによって追加される販売促進金)を増やすことができます。

販売奨励金相当額を直接通話料から割り引く制度とっていたら、その他にも 20000 円+ の販売促進金なる物が代理店に支払われてたわけね。つまり、割引額 + 販売促進金が販売奨励金相当額だったと。

注目すべきは、代理店の独自判断で行なわれているセールスで、新スーパーボーナスの仕組みを利用したものである点。つまり、9800 円で売られている端末に限らず、新スーパーボーナスで端末を売れば売るほど、ソフトバンクは赤字になる。ようするに、ソフトバンクは、古くからの契約者から巻き上げた金をバラまいて新規契約を増やしているのである。これは、従来の販売奨励金制度より更に不公平さを拡大する制度であり、完全に奨励金廃止の流れと逆行している。

端末価格を引き下げる奨励金廃止は、ソフトバンクにとっては、かえって大助かりかも知れない。「新スーパーボーナス一括 9800 円」がある限り、追従・対抗値下げをしなくても、ソフトバンクの純増数が鈍ることはないだろう。そう、ソフトバンクは、自らのダンピング行為で、悪名高き販売奨励金制度を廃止する絶好の機会を妨害することになるかも知れない。

不当廉売の疑い

スパボ一括 9800 円の仕組みが先のリンク先の通りなら、ソフトバンクが 26ヶ月に得る端末代や通話料の合計は下表の通りとなる。

| 項目 | 金額 |
|----------|----------|
| 契約事務手数料 | 2835 円 |
| 2ヶ月分基本料金 | 1960 円 |
| 端末代金 | 23520 円 |
| 販売促進金 | -20000 円 |
| 合計 | 8315 円 |

代理店がソフトバンクに払う 23,520 円には、端末の仕入代金も含まれているはずである。でないと、仕入代金分を利用者に添加せずに代理店が負担したことになってしまう。ということは、端末を提供しながら、8315 円しか貰っていないことになる。どんなに安い端末でも 8315 円で作ることには出来ないはずである。その値段で端末が作れるなら、販売奨励金は必要ないはずである。販売奨励金制度が幅を利かせていることは、8315 円で端末が作れないことを示している。仮に、販売促進金がなかったと仮定しても、ソフトバンクの取り分は 23,815 円に過ぎない。それでも、端末価格にも満たない金額だろう。つまり、契約者が増えるほど、ソフトバンクは赤字になるのである。

これは、スパボ一括 9800 円に限った話ではない。通常の新スーパーボーナスにおいても、代理店

側の補填分 13,720 円がないだけで、他の仕組みは全く変わらないはずである。代理店側の補填分があるとなかろうと、ソフトバンクの収支は1円たりとも変わらない。とすると、新スーパーボーナスは契約者が増えれば増えるほど赤字になる。これは、独占禁止法違反の不当廉売であろう。

正当な理由がないのに商品又は役務をその供給に要する費用を著しく下回る対価で継続して供給し、その他不当に商品又は役務を低い対価で供給し、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれがあること。

赤字を背負ってまで契約者を増やすことで肥大する損失分は、一体、誰に転嫁されているのだろうか。消費者は、そのことを良く考えるべきだろう。

W-VALUE SELECT

WILLCOMは何を考えているのだろうか。ハッキリ言うと、馬鹿じゃね？元々、利幅の少ないPHSにとって、販売奨励金制度の温存は、経営を圧迫する害悪以外の何物でもない。しかし、他社が販売奨励金を出す以上、対抗措置としてやらざるを得ないという諸刃の剣。それなのに、わざわざ、奨励金制度を温存するための他社プランに対抗してどうする。WILLCOMにとってアピールすべきは、通話料や通信料の安さのはずだ。足枷を自ら進んではめようとするなど、ドンキホーテも聞いて呆れる。

消費者の利益

以下に、販売奨励金による消費者の損得を単純モデルで計算してみました。次の二通りの人しかいない想定です。

- ・ 端末寿命一杯まで使う人
- ・ 端末寿命の 2/5 で買い替える人

端末寿命を5年と考えると、ソフトバンクの新スーパーボーナスに近い想定と言えるでしょう。

図を分かりやすく説明するために、仮に、1台辺りの販売奨励金を5万円、機器寿命を5年としましょう。2年毎に買い替える人は、機器寿命 = 5年の間に $5万円 \times 5/2 = 12.5万円$ を受け取ります。5年毎に買い替える人は、機器寿命 = 5年の間に $5万円 \times 5/5 = 5万円$ を受け取ります。これは、加入者の分布とは無関係に、販売奨励金と機器寿命から決まります。

それに対して、各人が払うお金は加入者の分布によって左右されます。契約者の100%近くが5年毎に買い替える人とすると、各人の5年間の奨励金原資負担額は $5万円 \times 5/5 = 5万円$ で済みませす。逆に、契約者の100%近くが2年毎に買い替える人とすると、各人の5年間の奨励金原資負担額は $5万円 \times 5/2 = 12.5万円$ となります。その以外の奨励金原資負担額は図の青線を参照してください。

結果、受取額から負担額を引いた差額は次表の通りとなります。

| | 5年毎買替が100% 近く | ほぼ半々 | 2年毎買替が100% 近く |
|------------|---------------|---------|---------------|
| 5年毎に買い替える人 | +0 | -3.75万円 | -7.5万円 |
| 2年毎に買い替える人 | +7.5万円 | +3.75万円 | +0 |

見て明らかに、端末寿命一杯まで使い切る人は、余分なお金を取られています。一方、見かけ上は、短期間で端末を買い替える人は得をしているように見えます。しかし、実質的にはどうなのでしょう。確かに、販売奨励金がなくても自腹を切って次々と高性能な携帯電話を買う人にとっては、その代金の一部を他人に転嫁できる分だけ得になるでしょう。しかし、端末代金がタダ同然だから買い換えているだけで、自己負担なら買い替えずに寿命一杯まで使い切る人ならどうでしょう。そのような人は、販売奨励金がなければ、寿命一杯の期間で端末1台分の代金しか払わないはずで、つまり、受け取った販売奨励金は必要のない端末につき込まれることによって消失しているのであり、実質的に1台分しか販売奨励金を受け取ってないも同然です。にもかかわらず、それ以上のお金を通信料に上乗せして取られているのです。よって、実質的には、払わないはずの代金を徴収されているわけであり、端末を長く使う人と同じくらい損をしていると言えます。

結局、端末の機能に拘らない人、お金を出してまで高機能を求めない人にとっては、販売奨励金は損にしかありません。一部のマニア（お金をかけても高機能を求める人）だけが得をするのです。もし、そうしたマニアが多数派だったら、販売奨励金制度は普及しなかったでしょう、何故なら、奨励金などなくても端末が飛ぶように売れるはずだからです。奨励金制度が普及していることが、そうしたマニアが少数派である証拠なのです。よって、大多数の人は、販売奨励金によって損をしていると言えます。

まとめると、販売奨励金制度は、消費者に望まぬ浪費をさせる制度です。端末販売メーカーが、そうした望まぬ浪費に頼って企業努力を怠っては、良い製品は生まれてきません。PHSの普及を妨げた一因となったことも考慮すれば、魅力的な製品を売れなくする制度と言っても過言ではないでしょう。よって、携帯業界にとっても害悪以外の何物でもありません。

理想の販売奨励金制度

並存するなら

販売奨励金の有り無しを併用するなら、販売奨励金の原資は、純粹に、販売奨励金アリを選んだ人から回収しなければならない。何故なら、現行の問題点は、長期利用者に過度の原資負担を求めていることによる不公平を是正することにあるのだから。だから、販売奨励金ナシを選んだ人からには、一円たりとも原資を負担させてはいけない。

また、全ての契約者において、「端末値上額 = 期間内値下総額」となる必要がある。「期間内」の「期間」とは、販売奨励金の原資を回収する標準期間である。決して、「端末値上額 > 期間内値下総額」や「端末値上額 < 期間内値下総額」となる人がいてはいけない。さもないと、奨励金廃止は破綻する。

何故なら、毎月の通話時間を事前に予想できる前提でなら、全ての契約者が自分に得になる方を選ぶことができるからだ。では、全ての契約者が得をするなら、誰がその分を負担するのか。それは、言うまでもなく携帯会社である。つまり、携帯会社の収支が悪化するのである。

視点を改めて説明しよう。消費者が、自分にとっての損得を考えるなら、次のような選択をするはずである。

- ・「端末値上額 > 期間内値下総額」となる人 販売奨励金アリを選択
- ・「端末値上額 < 期間内値下総額」となる人 販売奨励金ナシを選択

販売奨励金アリを選ぶと、端末を安く買える分、月々の料金は高くなる。しかし、「端末値上額 > 期間内値下総額」ならば、期間内に奨励金の原資が回収できない。つまり、「端末値上額 < 期間内値下総額」となる人が販売奨励金ナシに移行し、「端末値上額 > 期間内値下総額」となる人だけが販売奨励金アリに残るのであれば、原資の回収が困難になって販売奨励金が赤字状態になる。

一方、販売奨励金ナシを選択すれば、端末が高くなる分、月々の料金は安くなる。「端末値上額 < 期間内値下総額」となれば、これまで求めていた奨励金原資の負担額よりも値下額の方が大きくなり、実質 ARPU は確実に下がる。そして、こちらを選択した人は端末を長く使い続ける人である。つまり、想定した期間より長く使い続けることになるので、値下額の合計は計算式より大きく、実質 ARPU の下がり幅はもっと大きくなるということである。

結果として、携帯会社の収支が悪化する。奨励金廃止は、契約者間の不公平を是正するためのものであって、料金全体の高低とは別問題である。よって、純粋な奨励金廃止であるならば、収支に影響を与えないことが前提となる。悪化しない前提で実施する以上、悪化すれば元に戻すことも考えられる。そして、携帯会社は「試しに導入してみたが失敗した」と言い訳し、それに対して誰も文句を言えなくなるのだ。

移行制限

販売奨励金を受け取っておいて、即、販売奨励金のない方の料金体系に変更してやろう、と考えるズルい人もいるだろう。そうしたズルを許しては、奨励金廃止が有名無実になってしまう。よって、この手のズルの防止策が必要となる。

割賦制度

割賦制度を導入する場合は、返還額を免除してはいけない。何故なら、免除分を他の契約者に転嫁することになり、それでは、現行の不公平が是正されないからである。それでは、奨励金廃止の趣旨から掛け離れている。ソフトバンクの新スーパーボーナスが奨励金廃止の趣旨から掛け離れているのは、返還額を免除しているからである。

最終更新時間：2007年12月03日21時42分56秒