

多段階的価格差別による収益モデルの形成とフリーライドを巡る一考察

柴田 怜 (Satoshi SHIBATA)

Keywords : 消費者政策、クリームスキミング、所得移転効果、劣後サービス、多段階価格差別

1 目的

生活インフラと化した携帯電話ネットワークの大規模な通信障害は、社会生活や経済活動に深刻な影響を与えかねない。通信事業者は市場シェアの拡大を図りつつ、常に安定的な供給に努める必要がある。一方、消費者はリスク回避のために、複数の通信回線を保有することも検討しなければならない。昨今の携帯電話端末では複数の通信回線を使い分けることが可能であり、その選択肢も多岐にわたる。その際、過度に安価な料金体系で通信回線を保有することも可能であるため、フリーライドに類似した問題も無視できない。本研究では複雑化する当該市場において、リスク回避のために生じかねないフリーライドと消費者選択のあり方を考察する。

2 方法

シェアの拡大には CRM(Customer Relationship Management:顧客関係管理)の概念に則った戦略が不可欠である。山口(2020)は多段階価格差別により、収益が見込めることを示している。楽天モバイルの提供する段階定額・従量制は硬直化した当該市場の料金プランに一石を投じ、利用料金に対する通信上限・下限にもインパクトを与えた。しかし、電気通信事業法第 27 条の 3 で定められている過度な囲い込みの禁止に抵触する恐れがあるため、料金体系は改定された。予ねてから指摘されるガイドライン行政に翻弄される通信事業者の実態を踏まえ、理論との乖離を考察した。

3 結果

総務省は通信障害に対して代替手段の確保を掲げている。先般、副回線サービスが提供されたがリスク回避に対するコストパフォーマンスが優れているとは言い難い。MVNO が支持された背景を鑑みれば、消費者は安価な利用料金を求める傾向が強く、通信上限が低容量でも 0 円維持は一定の支持を得ていた。通信事業者は他業種との連携を強め、新たな経済圏の創出を試みているように、通信事業者が属するグループ全体の経済圏を駆使すれば、広く消費者を獲得できた可能性は否めない。

4 結論

リスク回避とはいえ安価な利用料金の提供を模索し続けてきた当該市場において、副回線サービスは MNO がオールインワンで提供する割高なサービスである。比較的リテラシーの低い消費者向けのサービスゆえ、通信事業者自身がリテラシーの向上を妨げているようにも評価できる。デュアル SIM に対応した携帯電話端末が広く一般的に普及した昨今、SIM カードを追加することで副回線サービスと同等の利用料金で、高い費用対効果が得られることを消費者も認識すべきである。

【主要参考文献】

1. 後藤誠一「消費者の自立に関する一考察—消費者政策における基本理念に着目して—」(『消費者教育』第 31 巻、2011 年)pp.11-19。
2. 樋口一清・井内正敏『日本の消費者政策—公正で健全な市場をめざして—』創成社、2020 年。
3. 山口真一『なぜ、それは儲かるのか:<フリー+ソーシャル+価格差別>×<データ>が最強な理由』草思社、2020 年。