

韓国「移動通信端末装置流通構造改善に関する法律」の施行後の状況

平成 27 年 11 月 26 日
事 務 局

背景

- スマートフォン普及拡大を背景に、平均世帯通信費が急激に増加
(2009年から2012年で15%増(月13万2千ウオンから15万2千ウオンに))
- 2010年以降、放送通信委員会が端末1台当たりの補助金支給額の上限を設定するも、度々違反が発生
- 販売店ごとに示される補助金額が著しく異なる状況となり、利用者にとって透明性や不公平感が課題となっていた

法制定までの経緯

2012～2013年 利用者への補助金支給の制限等に関する議員提出法案提出

2014年 5月 移動通信端末装置流通構造改善法が議員立法により成立

2014年10月 移動通信端末装置流通構造改善法が施行

法の目的

移動通信端末の公正で透明な流通秩序を確立し、移動通信産業の健全な発達と利用者の権益を保護する(第1条)

- 2014年10月1日施行。補助金の過剰支給制限(第4条)の規定は3年間の時限。

補助金の差別支給禁止(第3条)

移動通信事業者、代理店等は、契約形態、サービスプラン、利用者の条件等により不当に差別的な補助金(購入支援を目的に利用者に支払われる費用)を支給してはならない。

補助金の過剰支給制限(第4条)

移動通信事業者は、放送通信委員会の定める上限(33万ウォン※公告による)を上回る補助金を支給してはならない(発売後15ヶ月を経過した端末を除く)。代理店等はこれに加えて15%までの追加補助金を支給できる(合計37万9,500ウォン)。移動通信事業者、代理店等はこれらの額を利用者に明示しなければならない。

補助金と連動した個別契約の禁止(第5条)

利用規約とは別に補助金を支払う条件として、特定の料金プラン等を一定期間使用する義務を課し、違反時に違約金を支払わせるような個別契約を締結してはならず、無効である。

補助金を受けない契約者にも補助金と同等の割引を義務化(第6条)

端末購入時に補助金を受けられなかった利用者や、中古端末などを別途調達して通信回線の契約のみを行う利用者に対しても、補助金と同等の料金割引(20% ※公告による)などを提供しなければならない。

公正な流通環境づくり(第8条、第9条)

販売店は移動通信事業者の承諾に基づき代理店が選任する(通信事業者—代理店—販売店—利用者 の構図)。移動通信事業者は代理店、販売店の状況を四半期ごとに報告。移動体通信事業者は、販売代理店との協定についての標準協定書を用意して未来創造科学部長官に申告しなければならない。

移動通信事業者、メーカーは差別的な補助金を支給したり特定の料金プランに契約させるよう代理店等を誘導してはいけない。

補助金上限等導入の実例及び効果

- 販売店では、同じ携帯電話事業者の同じ端末は同一プランでは、基本的にどこでも同一価格となった。
- MNP転入者を中心に支給されていた補助金が、法施行後は新規・機種変更の加入者と同額とされたところ、MNP・新規が減少し、機種変更の加入者の割合が増加した。

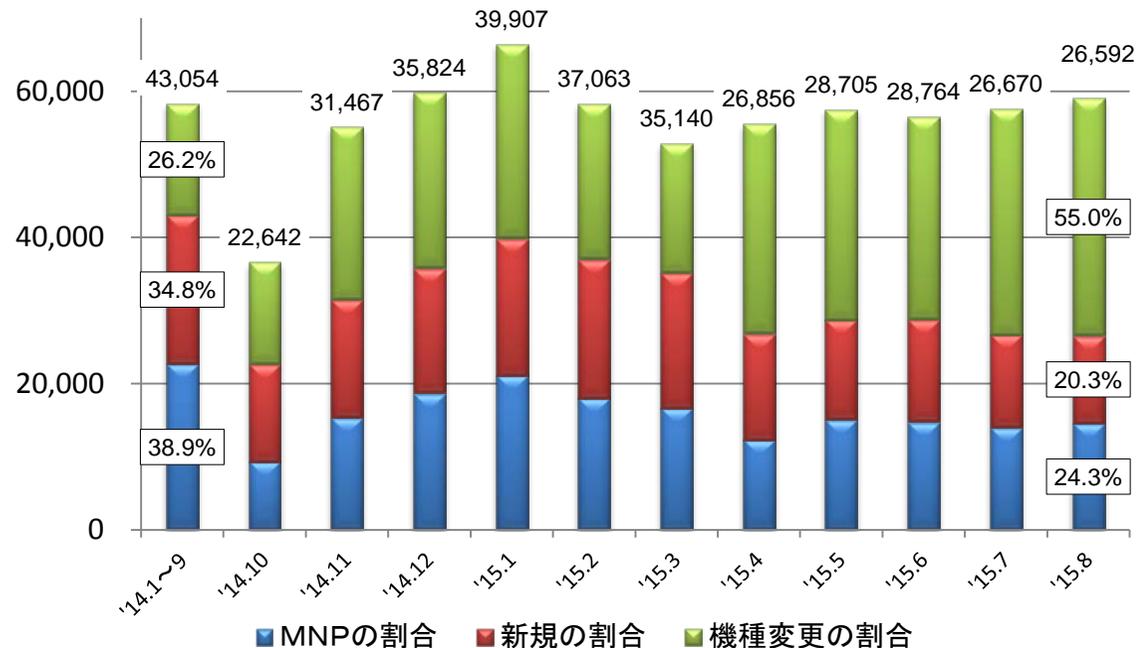
注：韓国では、新規・MNP加入時の加入費（手数料）が廃止され無料。
また、2年間の期間拘束契約は期間経過後の自動更新がない形態。

プランごとの補助金の例

プラン	公示補助金(ウォン)	
	公示補助金	販売店での15% 上乗せ含む
100,000ウォン	300,000	345,000
75,000ウォン	281,000	323,150
65,000ウォン	276,000	317,400
55,000ウォン	265,000	304,750
45,000ウォン	258,000	296,700
35,000ウォン	250,000	287,500

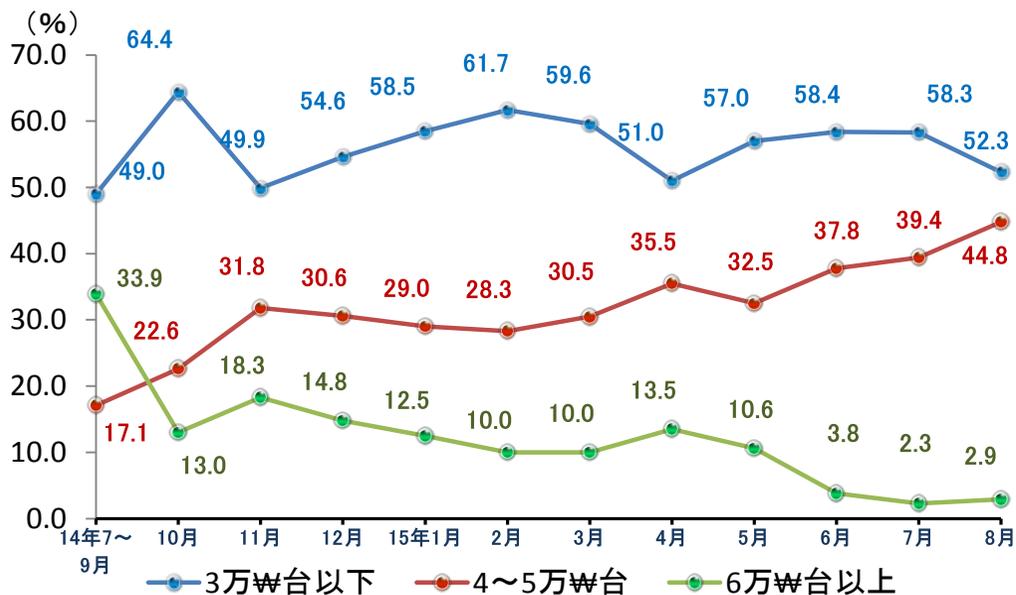
※SKテレコム、Galaxy A5（出庫価格48万4,000ウォン）の場合。
（2015年2月1日時点）

機種変更による加入者の増加

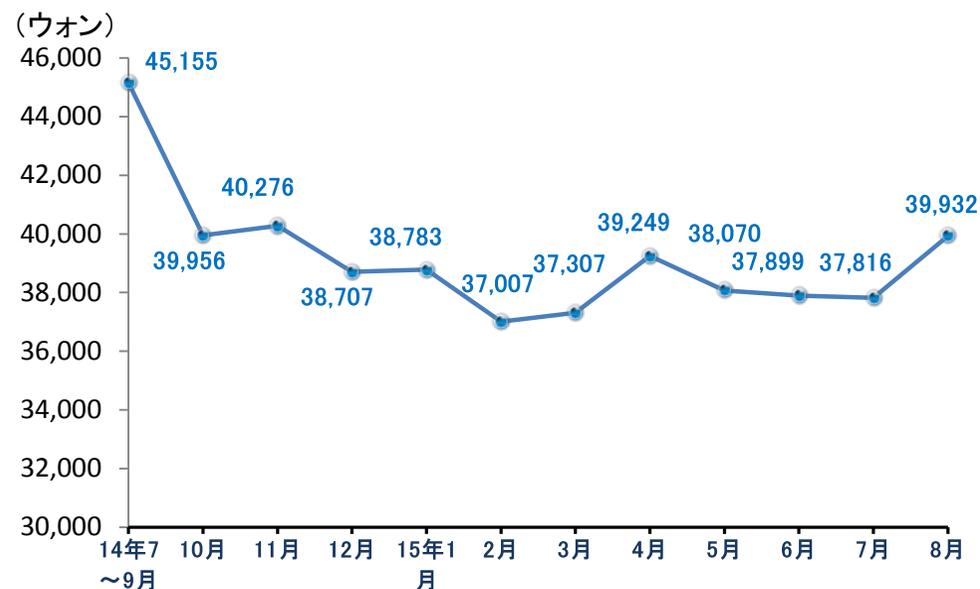


- 高額なプランへの著しい補助金が是正されたため、6万ウォン以上の料金プランの加入割合が減少する一方、4～5万ウォンの料金プランの加入割合が増加した。こうしたことを受け、加入料金プランの平均が法施行前(2014年7～9月)に比べて減少した。
- 20%割引プランは、補助金を受け取らない者又は購入から24ヶ月を超える者に対して提供され、加入者は270万人(2015年10月26日時点。全国移動通信流通協会資料)

料金プラン水準別加入割合

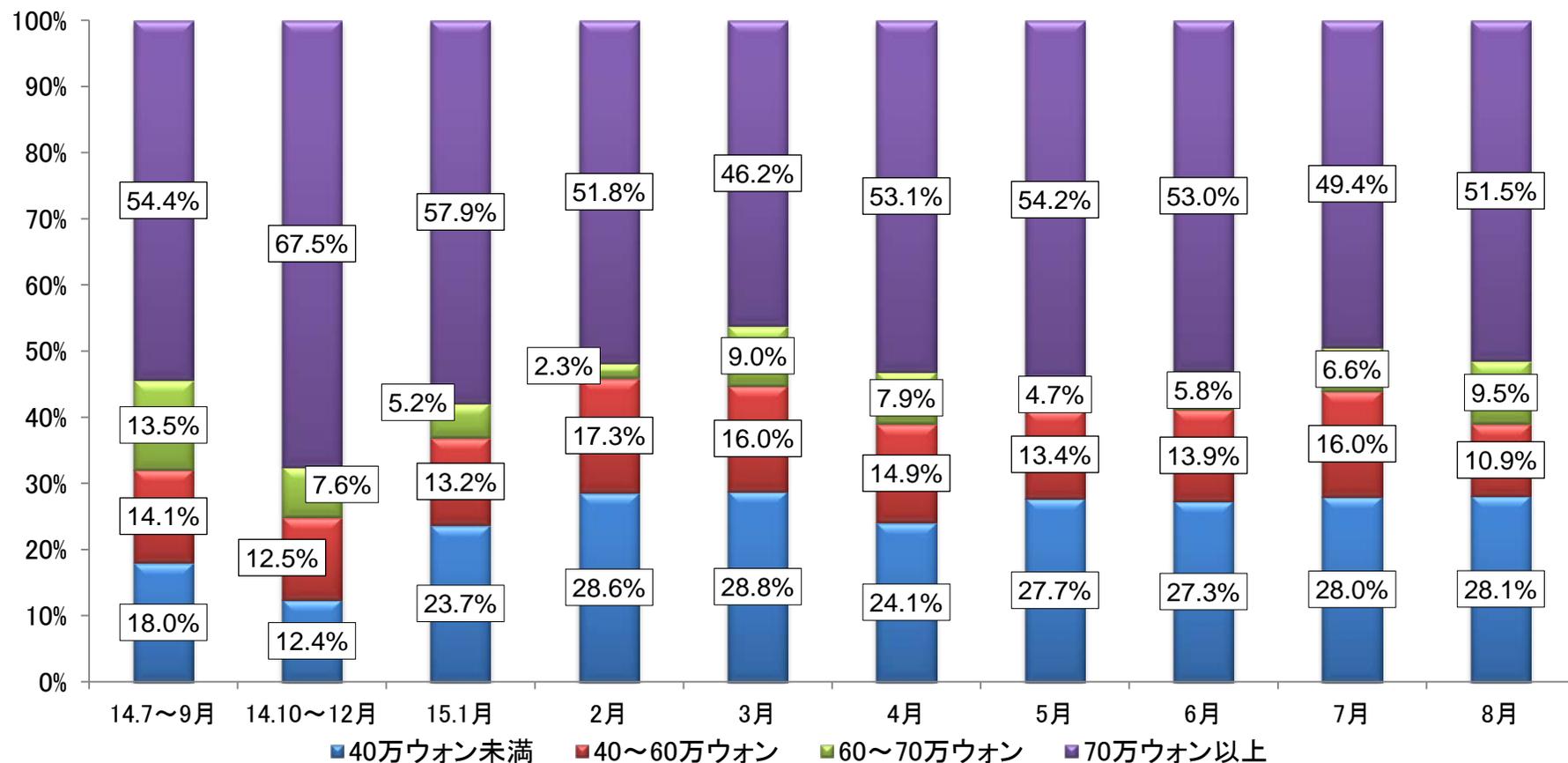


平均加入料金プラン



価格帯別の携帯電話端末販売割合の推移

- 法施行後、70万ウォン以上の高価格帯端末の販売割合はほぼ変わらないが、60～70万ウォン台の端末の割合が減少し、40万ウォン未満の低価格帯端末の割合が増加した。
- 未来創造科学部によると、高価格帯端末に対する補助金水準が減少している一方で、低価格帯端末に対する補助金水準が上昇している。



- 韓国では、2011年以降、携帯電話事業者のマーケティング費用は増加する一方で、端末販売台数は減少する傾向にある。

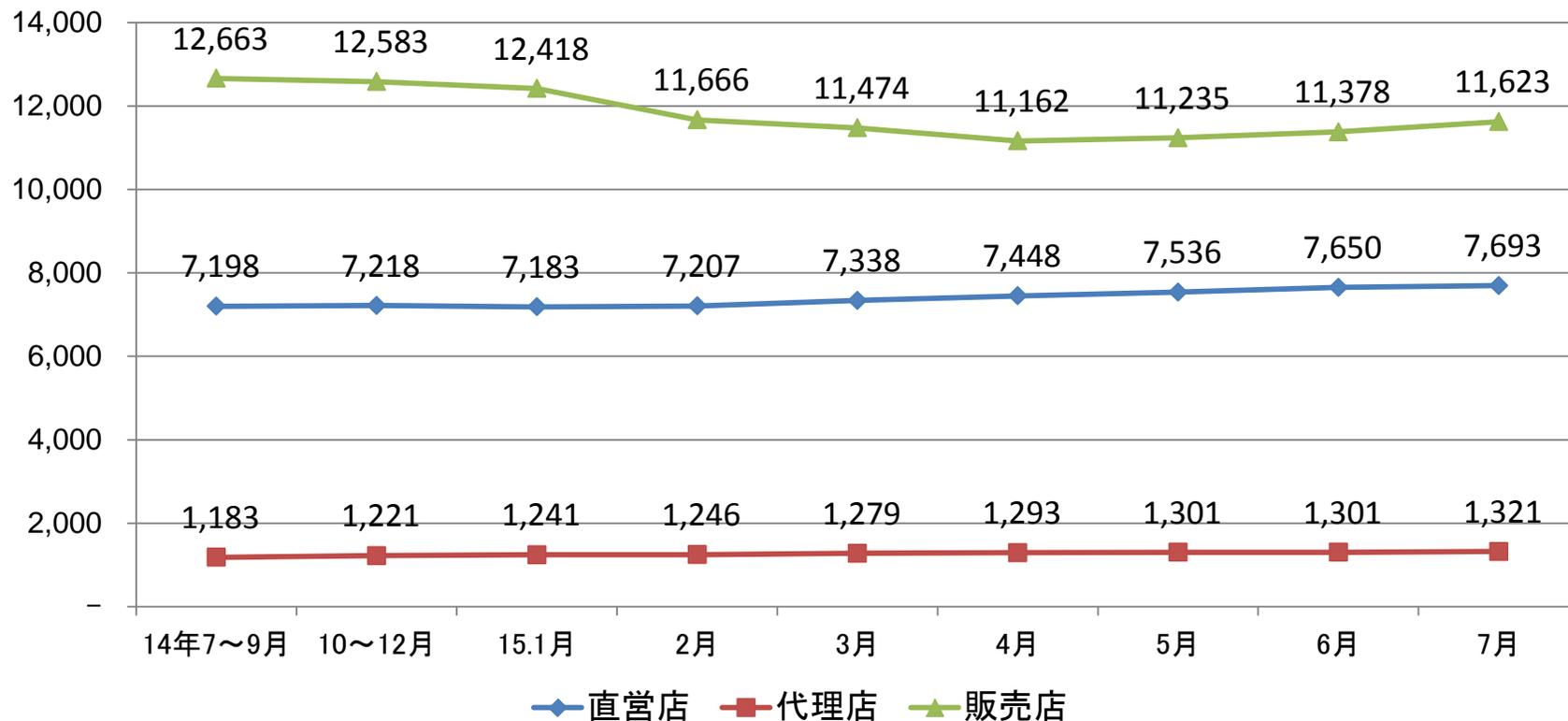
赤枠内は構成員限り

区分	'10年	'11年	'12年	'13年	'14年	'15年 1月～9月
マーケティング 費用 (単位:十億ウォン)	7,841	6,999	7,796	7,939	8,774	—
販売台数※ (単位:万台)	2,425	2,598	2,359	2,095	1,823	

※携帯電話事業者提出資料(マーケティング費用は固定・移動分野の合計)

代理店等の推移

- 法施行後、販売店(二次以下の代理店に相当)の数は約1割減少している一方、携帯電話事業者の直営店及び代理店(一次代理店に相当)の数は増加している。



代理店：携帯電話事業者との協定に基づいて、携帯電話事業者と利用者間との契約締結等を代理または委託を受けて処理する者。
販売店：代理店との協定に基づいて、携帯電話事業者と利用者間との契約締結等を複代理または再委託を受けて処理する者。

(参考) 韓国の携帯電話契約数の推移

