

翻 訳

ブロードバンド市場における
ゼロレーティング慣行 (3)

林 秀 弥
佐々木 勉

目次

1. はじめに
2. 欧州におけるゼロレーティング慣行の調査
3. ケーススタディ
 - 3.1. ブルガリア
 - 3.2. ドイツ (以上 276 号)
 - 3.3. ポルトガル
 - 3.4. スウェーデン (以上、279 号)
 - 3.5. 英国
 - 3.5.1. 背景
 - 3.5.2. 移動体市場
 - 3.5.3. 固定市場
 - 3.5.4. まとめ
 - 3.6. 米国
 - 3.6.1. 背景
 - 3.6.2. 移動体市場
 - 3.6.3. 固定市場
 - 3.6.4. まとめ (以上、本号)
(以下、次号以降)
4. 調査のまとめ
5. ゼロレーティングの潜在的な費用と便益
6. 競争評価の枠組

3.5. 英国

3.5.1. 背景

英国は固定と移動体の市場に七つの主要なプレイヤーを持つ。固定市場には四つの主要プレイヤー（BT、Sky、Virgin Media、TalkTalk）、そして規模の小さな事業者 Vodafone が存在する。他には、Post Office のような事業者も存在するがその市場シェアは小さい。

移動体市場では四つの主要プレイヤーが MNO である（EE/BT、O2 (Telefonica)、Vodafone、Three (Hutchison)）。さらに Tesco Mobile、（最大の MVNO である）Virgin Mobile、Lycamobile、Lebara など多くの MVNO が存在する。

事業者	EE/BT	Sky	Virgin Media	TalkTalk	O2	Vodafone	Three
移動体	✓	(MVNO)	MVNO	MVNO	✓	✓	✓
固定電話/ ブロードバンド	✓	✓	✓	✓		✓	
TV コンテンツ	✓	✓	✓	✓			

図表 39 英国の主要なテレコム事業者

この市場では近年大きな合併が行われ、主要な例としては、2015 年、BT によるモバイル市場のリーダー EE の買収がある。固定プレイヤー Virgin Media と TalkTalk も MVNO で事業を開始し、Sky もまもなく MVNO になる。

これはクワッドプレイ事業者が三つ（まもなく四つ）（BT、Sky、Virgin Media、TalkTalk）になり、その全てが動画コンテンツ提供者となることを意味する。重要なのは人気のあるスポーツ・コンテンツの権利－サッカー、特にプレミアリーグとチャンピオンズリーグが主として Sky と BT により所有され、加入オンリーのサービスとして販売されていることである。また Netflix、Amazon Prime のような優れた品質の排他的なコンテンツを提供する OTT 提供者、そして BBC、ITV、Channel 4 のような無料視聴サービスの提供者も存在することである。

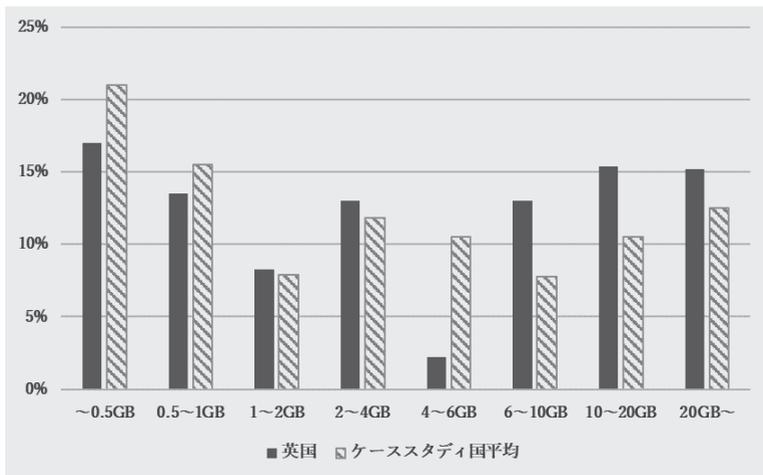
英国の市場は CAP（コンテンツ・アプリケーション提供者）に関して、

特に変わっているわけではない。グローバルな大手のソーシャル・メディア、通信のCAP（例えば、Facebook、WhatsApp、Skype）が強い存在となっている。大きな例外は音楽ストリーミング市場で、欧州の主要なライバルDeezerとTidalに対してSpotifyが大きくリードしていることである¹⁾。

3.5.2. 移動体市場

<移動体のデータ許容値>

英国の移動体市場は、他のケーススタディ国と比較すると、中程度のデータ許容値を持つ国である。英国の平均（無制限タリフを含まない）は7.6GBである（ケーススタディ国平均7.9GB。下図の縦軸はタリフ全体に対する割合）。



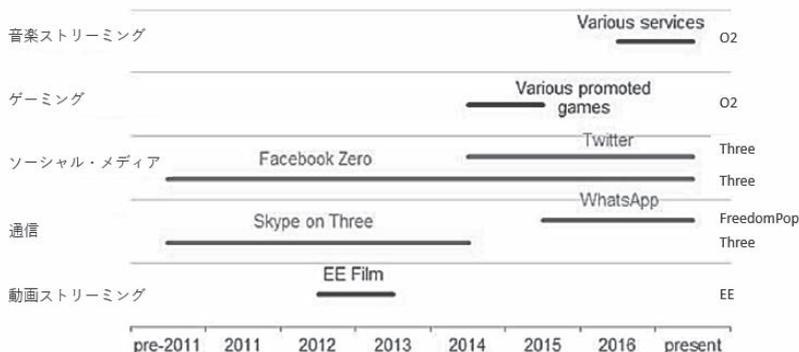
図表 40 タリフ別の月あたりデータ許容値

1) Spotify Claims Streaming Music Throne Worldwide, But Pandora Is Still Top Service In U.S., TechCrunch. Available at: <https://techcrunch.com/2015/12/01/spotify-claims-streaming-music-throneworldwide-but-pandora-is-still-top-service-in-u-s/> [Accessed 22 September 2016]

<ゼロレーティング・サービスの経緯>

英国の移動体市場におけるゼロレーティング・サービスはそれほど盛んではなかった。四つのMNOのうち三つがゼロレーティングを提供したが、一貫して続けてきたのは Three だけである。Three は人気のある通信 (Skype) とソーシャル・メディア (Twitter、Facebook Zero) をゼロレートとしてきた。

対照的に、EE と O2 は販売促進のために特定のサービス・イベントを期間限定でゼロレーティングとしてきた。EE の場合²⁾、EE Film からの映画のダウンロードあるいはストリーミングのために用いるデータ・トラフィックを、新たな合併会社のブランド促進のためのサービスの一部として、2012年と2013年にゼロレートにした。O2 の場合、2014年の4Gサービス開始に伴いいくつかのモバイル・ゲームのトラフィックをゼロレーティングにした - 新タイプのサービスが4G移動通信により可能になることを示すため -。このゼロレート・サービスは2015年に終わっている。



図表 41 英国のゼロレーティング・サービスの経緯

<現在のゼロレーティング・サービス>

現在、英国でのゼロレーティング・サービスはそれほど多くない。我々の知るところ、Three、O2、MVNO の FreedomPop という3事業者のみである。

2) EE は2012年にT-Mobile とオレンジの合併で設立された。

事業者	パッケージ	サービス	データ許容値	追加費用 (ユーロ)
Three	全て	Facebook Zero、Twitter	無制限	
O2	30GB + データ・パッケージで iPhone SE、7、7Plus、6s、6sPlus を持つ顧客のみ	Spotify、SoundCloud、iTunes、Apple Music、Deezer	40GB	
FreedomPop	全て	WhatsApp	無制限	

図表 42 現在のゼロレーティング・サービス

Three はそのタリフの全てで Twitter と Facebook Zero をゼロレートにしている³⁾。それらタリフは無制限のサービスとしても利用できるが、データ許容値を 500MB ~ 30GB の範囲の中で設定している。料金は (12 ヶ月契約、SIM オンリーで) 6.97 ユーロから 38.23 ユーロであり⁴⁾、ゼロレート・サービスはパッケージに含まれている⁵⁾。加入者がデータ許容値に達すると、データ利用は遅延化される。しかし Three のウェブサイト情報では、それがゼロレート・サービスにも適用されるのかどうか確認できなかった⁶⁾。

O2 は、対応のハンドセット (iPhone SE、iPhone 7、iPhone 7 Plus、iPhone 6s、iPhone 6s Plus) と合わせて 30GB (月 41.14 ユーロ) ないし 50GB (月 64.64 ユーロ) のエアタイム・タリフを購入する顧客に対して、Spotify、SoundCloud、iTunes、Apple Music、Deezer での音楽ストリーミングの 40GB をゼロレーティングとしている⁷⁾。注意すべきは、この 40GB の音楽ストリーミングが実質的に無制限を意味していることである。Spotify の「ハイクオリティ」設定では、この音楽ストリーミングが 1 日あたり 19 時間に相当す

3) What can I get or use for free? - Support - Three. Available at: [http://support.three.co.uk/SRVS/CGIBIN/WEBISAPI.dll?Command=New,Kb=Mobile,Ts=Mobile,T=CaseDoc,Case=Obj \(1192\),VARSET_BusinesshelpbckDisp=1,VARSET_CatID=](http://support.three.co.uk/SRVS/CGIBIN/WEBISAPI.dll?Command=New,Kb=Mobile,Ts=Mobile,T=CaseDoc,Case=Obj (1192),VARSET_BusinesshelpbckDisp=1,VARSET_CatID=) [Accessed 23 September 2016]

4) GBP6.00- GBP33.00

5) SIM Only Plans from £6 a month | Unlimited Data SIM | Three. Available at: http://www.three.co.uk/Store/SIM/Plans_for_phones [Accessed 23 September 2016]

6) EE teams up with Apple Music in bid to undermine Spotify, The Telegraph. Available at: <http://www.telegraph.co.uk/business/2016/08/25/ee-teams-up-withapple-music-in-bid-to-undermine-spotify/> [Accessed 10 October 2016].

7) O2 | Terms and Conditions. Available at: <http://www.o2.co.uk/termsandconditions/rewards/iphone-tariffs-with-unlimitedmusic-and-inclusive-o2-travel-terms-and-conditions> [Accessed 21 October 2016].

るためである⁸⁾。標準のデータ許容値に達した場合、そのゼロレートは中止される。したがってこのゼロレート・サービスは、新しい iPhone7 の販売促進の一部なのかもしれない。

顕著なのは三つのクワッドプレイ事業者 (BT、Virgin Media、TalkTalk) が存在するにもかかわらず、ゼロレートの動画ストリーミング事例がまだないことである。

MVNO の Freedom Pop は 200 分、200 通テキストメッセージ、200MB のデータを無料とするユニークな提案で、2015 年に参入した。その限度に達した後、ユーザーは追加の分、テキストメッセージとデータに課金される⁹⁾。しかし、2016 年から、Freedom Pop は音声とテキスト・サービスのために WhatsApp もゼロレートにしている。これはデータ許容値に達した場合でも利用できるように見える (ただし、Freedom Pop のウェブサイトですれを確認することは難しかった)。

<モバイル・ゼロレーティングの消費者行動に対する潜在的な影響>

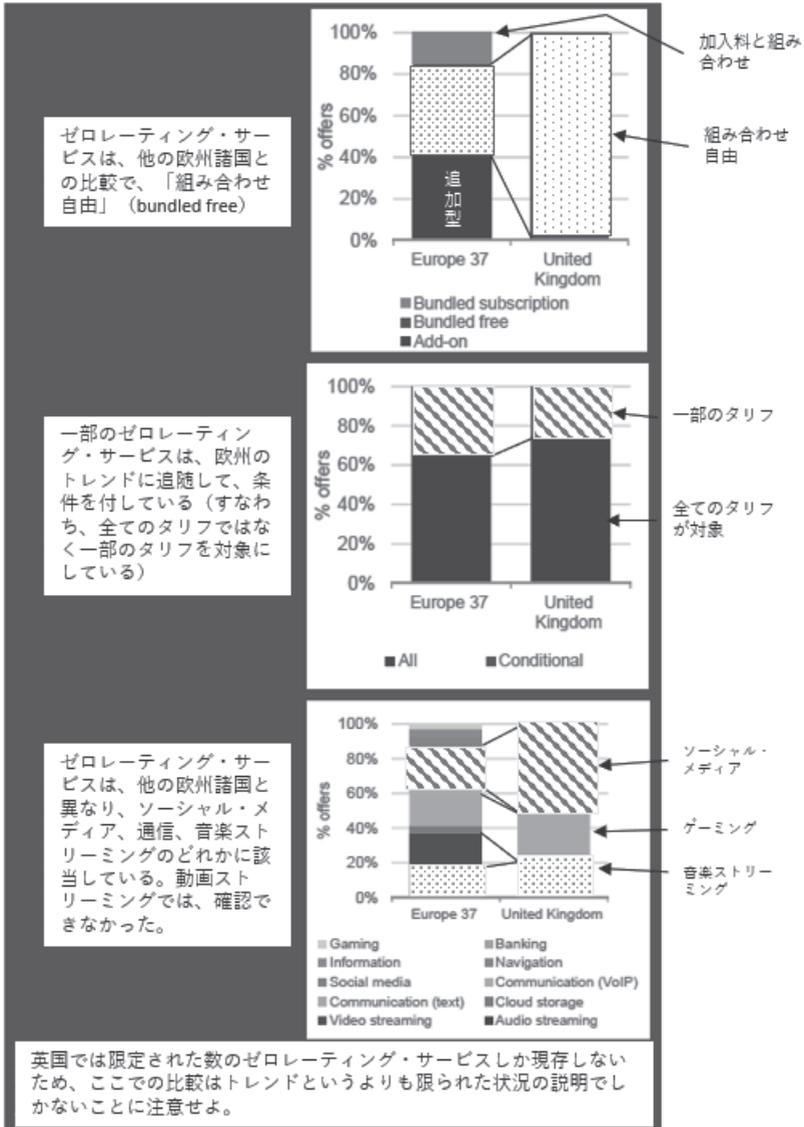
英国は大きなデータ許容値の市場ではないためゼロレート・サービスの影響は大きいと思われる。とはいえ、数で見ると、ゼロレート・サービスは少ない - Three、O2 と MVNO の Freedom Pop がゼロレート・サービスを提供しているにすぎず、少数のコンテンツ・カテゴリーにのみ限定されている。

ゼロレート・アプリケーションの四つのうち三つは、相対的にデータ少消費的なものである。消費者がこの事実に気づいていると仮定すると、ゼロレート・サービスは大きな差別化要因ではないかもしれない。競争する MNO の消費者は、データ許容値までの範囲であるいは少ない追加料金でそれらアプリケーションの妥当なデータ量を消費しているかもしれないためである。したがって消費者行動には影響が限定的と予想される。

しかし消費者がアプリケーションのデータ消費レベルに気づいていなく

8) Spotify data usage | Vodafone Support. Available at: <http://vodafone.intelliresponse.com/index.jsp?requestType=NormalRequest&source=100&id=1537&question=Spotify+data+usage> [Accessed 10 October 2016].

9) Mobile Phone Deals + Cheapest Mobile Phone Deals - FreedomPop™ UK. Available at: http://uk.freedompop.com/uk/plans_bundle?experience=uk.default [Accessed 23 September 2016]



ボックス9 英国のまとめ
図表 43 Freedom Pop のウェブサイト

れば、データ許容値に注意を払うかもしれない。その場合、ゼロレート・サービスは消費者行動に大きな影響を与える可能性を持つ。

もう一つのゼロレート・サービスの例は O2 の音楽ストリーミングである。このサービスは 30GB ないし 50GB のタリフに加入する新型 iPhone を持つ顧客しか利用できないため、消費者行動に大きな影響を与える可能性はないように思える。月 40 時間の音楽ストリーミングは約 1.14GB のデータ使用量に相当するため、このサービスはより大きなデータプランを求め顧客層にも影響しないだろう。

3.5.3. 固定市場

<固定市場のデータ許容値>

英国では、TalkTalk と Virgin Media の提供するプランを含め、大多数の料金プランは無制限のデータ許容値となっている。ただし無制限プランのほかに、BT は 12GB と 25GB の制限付きプラン¹⁰⁾、Sky は 25GB の制限付きプランを提供している¹¹⁾。

<固定のゼロレート・サービス>

我々の確認した固定のゼロレート・サービスは BT のものだけである。そこでは YouView と BT TV のサービスがゼロレートとなっている。YouView はハイブリットの (DTT と IPTV) TV プラットフォームであり、TV と多様なオンデマンド・サービスを提供している。それは BT、TalkTalk、Arqiva (鉄塔事業者)、放送事業者 BBC、ITV、Channel 4 と Channel 5 により所有されている。一方、BT TV は BT からの標準的な TV サービスであり、YouView を含んでいる。これらのサービスはセットトップ・ボックスを通じてアクセスされる。

10) Compare Cheap Broadband Deals and Packages | BT. Available at: https://www.productsandservices.bt.com/products/broadbandpackages?s_cid=con_ppc_maxus_vidZ60_T1&vendorid=Z60&gclid=CjwKEAjw8da8BRDssvyH8uPEgnoSJA BJmwYocgTKOrqQji2rDxBxFBx1YqvVXKKgM4a-0z-AsGjJXxoCJ67w_wcB&gclsrc=aw.ds&dclid=CN22sMz5js4CFRai7Qod19oFOA&mboxSession=1469461215911-557796#unlimited [Accessed 23 September 2016]

11) Sky Broadband compare - Compare Sky Broadband products. Available at: <http://www.sky.com/shop/broadband-talk/broadband-compare/#section-2> [Accessed 23 September 2016]

ゼロレート・サービスは以下のようになっている。

- ・ BT TV へ 12 ヶ月加入する場合、YouView と BT TV のライブとオンデマンドのサービスがゼロレートとなる¹²⁾。
- ・ Pay-As-You-Go BT Player のアカウントに登録する場合 (そして、例えば、YouView のセットトップ・ボックスが別個に購入される場合)、BT TV の番組だけがゼロレート・サービスとなる¹³⁾。
- ・ BT ブロードバンドに接続する場合、プレミアム BT Sport1、BT Sport2 と ESPN チャンネルがゼロレートになる - BT Sport への加入は最初にこれらのチャンネルにアクセスするために必要となっている¹⁴⁾。

BT は YouView の株主である。そのため YouView をゼロレート・サービスとすることは、BT が自らのコンテンツを販売促進することと同様である。しかし Sky Sports のパッケージと Netflix を BT TV の組み合わせに追加することができる。我々の知る限り、これらサービスは 12 ヶ月加入のサービスとしてゼロレートであり、したがってゼロレート・サービスである BT (あるいは BT の部分的所有の) コンテンツを排他的にしているわけではない。

<固定ゼロレーティングの消費者行動に与える潜在的影響>

無制限のブロードバンド・サービスは、三つの制限付きタリフがあるものの、英国の固定市場における最も一般的な形である。ゼロレーティングは市場のリーダー BT だけにより行われ、ゼロレーティングのコンテンツはほとんど全ての事業者が所有に関わっている。

しかし競争事業者の提供する無制限プランのため、このコンテンツは他の事業者に加入する消費者にも最小の追加費用で利用できる。例えば、TalkTalk も YouView の株主であり、YouView を見ることのできる無制限プ

12) Does my YouView viewing count towards my broadband usage allowance? Help | BT.com Help. Available at: http://bt.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/44084/~does-my-youviewviewing-count-towards-my-broadband-usage-allowance%3F [Accessed 23 September 2016]

13) Does BT TV count towards my broadband usage guidelines? | Help | BT.com Help. [online] Available at: http://bt.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/9871/~does-bt-tv-counttowards-my-broadband-usage-guidelines%3 [Accessed 23 September 2016]

14) Will using the BT Sport App and online player count towards my data usage cap? | Help | BT.com Help. Available at: http://bt.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/45884/~will-using-the-bt-sportapp-and-online-player-count-towards-my-data-usage-cap%3F [Accessed 23 September 2016]

ランを提供している。英国の固定ゼロレーティングは、結果として、消費者行動に与える影響はほとんどないだろう。

3.5.4. まとめ

<消費者行動に対する潜在的影響>

英国における移動体市場でのゼロレーティングはわずかしかない。これまで MNO は主に特定のサービスないしイベントの販売促進のためのマーケティング・ツールとしてゼロレーティングを用いてきたように思える。

現在の MNO のゼロレート・サービスは消費者に対して限定的な影響をしか与えていないように見える。ゼロレーティングのアプリケーションがデータ少消費的であり（例えば、Twitter）、あるいは大きなデータ許容値を持つ顧客にしか利用できないためである（O2 の音楽ストリーミング・サービスのゼロレーティング）。

MVNO では Freedom Pop だけがゼロレーティングを行っている。これは独特のビジネス・モデルであり、そこではゼロレート・サービスの WhatsApp が料金に重点を置く他の MVNO と差別化を図る大きな要因として利用されている。これがその市場参入の成功に繋がっているかもしれない。

英国市場は、固定市場でもゼロレート・サービスがある点で、欧州ではユニークである。最大手の二つの固定 ISP（BT と Sky）がデータ許容値のあるプランを提供しているが、市場リーダーの BT だけがゼロレーティングを行っている。

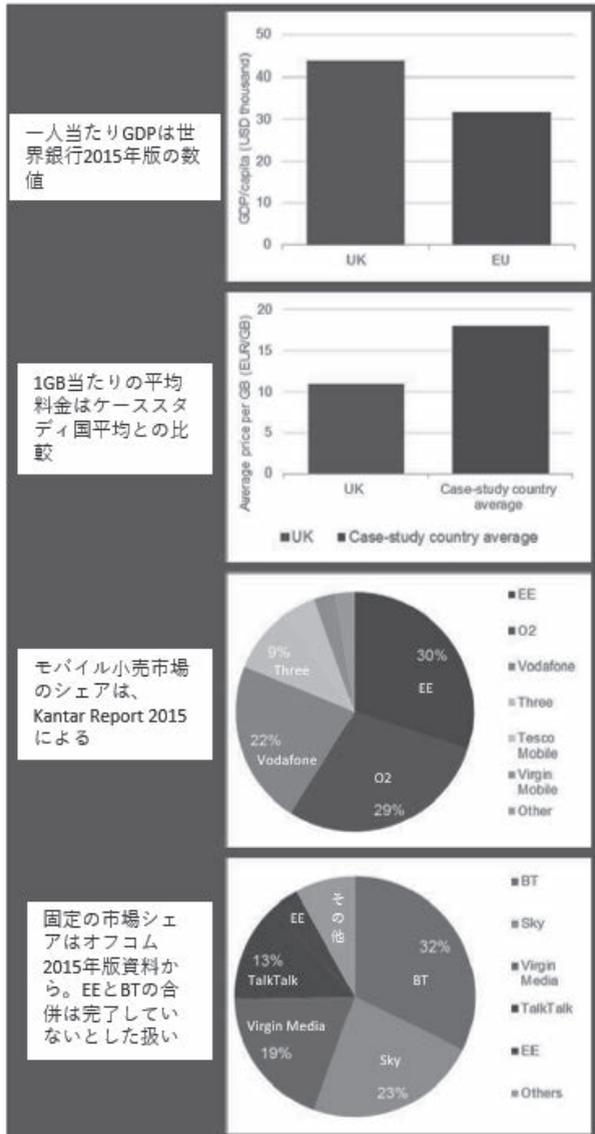
移動体のゼロレーティングが少なく無制限の固定プランが大きく普及しているため、ゼロレーティングは英国の消費者行動に小さな影響をしか与えていないように思える。

<潜在的な競争問題>

ゼロレーティングの限られた利用と競争者がゼロレート・サービスを複製化することの容易さのため、ゼロレーティングが ISP 間における競争に与える影響はほとんどない。

ゼロレート・アプリケーションのデータ少消費性と O2 のゼロレーティング音楽ストリーミング・サービスが異なった提供者を含んでいるという事実は、ゼロレーティングが CAP 間の競争に与える影響もほとんどない

ブロードバンド市場におけるゼロレーティング慣行 (3) (林・佐々木)



ボックス 10 英国の主要指標

※上の円グラフ：右から順に EE, O2, Vodafone, Three, Tesco Mobile, Virgin Mobile, その他
 ※下の円グラフ：右から順に BT, Sky, Virgin Media, TalkTalk, EE, その他

ことを示している。

3.6. 米国

3.6.1. 背景

米国は固定市場と移動体市場に六つの主要なプレイヤーを持つ。固定では四つの主要プレイヤー（Comcast、Charter、AT&T、Verizon）が市場のほぼ70%を掌握し、残りの市場シェアは多数の小規模プレイヤーが占めている。

移動体市場ではその四つのプレイヤーが全国規模のMNO（Verizon、AT&T、T-Mobile、Sprint）となっている。US Cellularのような地域MNOも存在するが市場シェアは小さい。米国は多数の小規模事業者による大きなMVNO市場を持つ。最も大きなMVNOはAmerica Movil - TracFone 所有であり、6%の市場シェアを持つ。Freedom PopもMVNOでありゼロレーティング・サービスで有名である。

事業者	Comcast	Charter	AT&T	Verizon	T-Mobile	Sprint	Tracfone
移動体	(MVNO)	(MVNO)	✓	✓	✓	✓	(MVNO)
固定電話 / ブロードバンド	✓	✓	✓	✓			
TVコンテンツ	✓	✓	✓	✓			

図表 44 米国の主要なテレコム事業者

主要なグローバルのソーシャル・メディアと通信のCAP（例えば、Facebook、WhatsApp、Twitter）の全てが大きな存在感を示している。それらのサービスのほとんどが米国所有か米国オリジンである。例外として、音楽ストリーミング市場では、市場のリーダー Pandora、Napster/Rhapsody のような米国中心のサービスが、Spotify や Tidal と共に大きな存在となっている¹⁵⁾。

15) Spotify Claims Streaming Music Throne Worldwide, But Pandora Is Still Top Service In U.S., TechCrunch. Available at: <https://techcrunch.com/2015/12/01/spotify-claims-streaming-music-throneworldwide-but-pandora-is-still-top-service-in-u-s/> [Accessed 22 September 2016]

米国市場では最近大きな合併があった。2016年に Charter と Time Warner Cable が合併し、固定市場で強力な第二のプレイヤーになった。さらに Charter と Comcast の両方が 2017 年に自前の MVNO を開始することになっている。これは米国の主要なクラウドプレイ事業者が二つからまもなく四つになることを意味している。

また米国市場の主要なプレイヤーは動画コンテンツに焦点を当ててきたように見える。2015 年の AT&T による DirecTV の合併と Verizon の (モバイル) コンテンツ提供者 AOL と Yahoo の買収はそうしたコンテクストにおける大きな変化を示している。さらに最近 AT&T は Time Warner の買収意図を明らかにした。これは多くのコンテンツ (HBO、CNN など) へのアクセスを可能にする。このほか Dish と Cox のような TV 事業者、Netflix、Hulu、Amazon Prime のような OTT 提供者もコンテンツ市場で大きな存在となっている。

3.6.2. 移動体市場

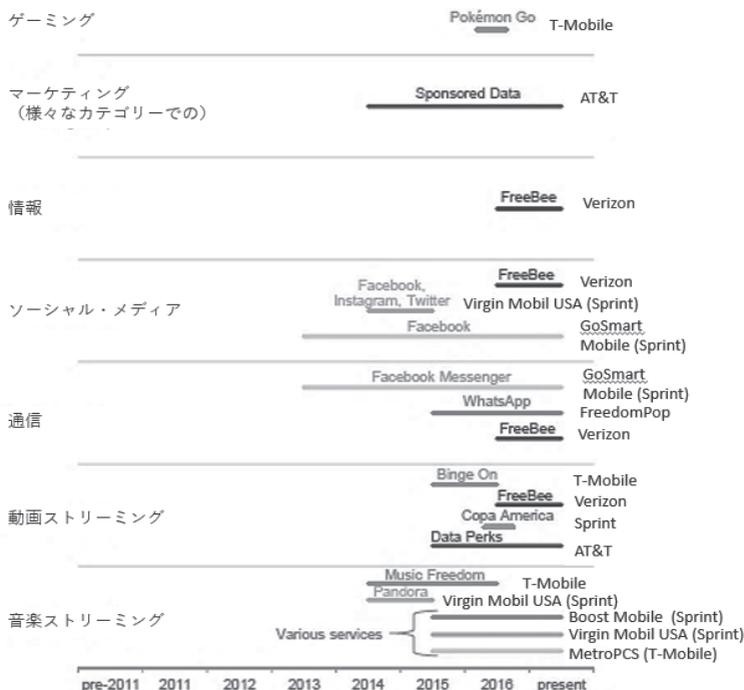
<ゼロレーティング・サービスの経緯>

米国におけるゼロレーティング・サービスは比較的最近の慣行である。我々は 2013 年以前のゼロレーティング・サービスについて確認できなかった。2014 年がゼロレーティングの盛んになった年である。それ以来四つの全国事業者の全てがゼロレーティングを行い、T-Mobile と Sprint もその代替プリペイド・ブランド (GoSmart、MetroPCS、Boost、Virgin Mobile USA) でゼロレーティング・サービスを提供している。

最初にゼロレーティングを開始したのは小規模事業者である。GoSmart (Facebook と Facebook Messenger をパッケージでゼロレートとした) と Virgin Mobile USA (Facebook、Twitter、Instagram、Pandora をアドオンでゼロレートとした) である。

最初の大きなゼロレーティング・プログラムは 2014 年の T-Mobile の Music Freedom であった。このプログラムは、Pandora や Spotify のような大手の CAP など人気のある多くのサービスで音楽ストリーミングをゼロレートにした。そのプログラムはそれらサービスをゼロレートにするが、それらサービスの加入料を含めなかった。

その次が T-Mobile の Binge On プログラムで動画コンテンツのゼロレー



図表 45 米国のゼロレーティング・サービスの経緯

ティング・サービスであった。T-Mobile は CAP に対して技術的な基準を満たすように求め（それは最初、YouTube のようなサービスが排除されることを意味した）、全ての CAP の動画コンテンツを標準画質（480p）に落とした。しかし、強制的な画質劣化に不満な消費者から反対があったにもかかわらず、最近の数字はそれで解約した T-Mobile 顧客が 0.8% 以下でしかなかったことを示している¹⁶⁾。こうした強さは顧客による動画ストリーミングの増大に導き¹⁷⁾、T-Mobile のデータ・トラフィックはピーク時に飽

16) Less Than 0.8% of T-Mobile's Customers Turn Off Binge On |Androidheadlines.com. Available at: <http://www.androidheadlines.com/2016/09/less-0-8-t-mobiles-customers-turn-offbinge.html> [Accessed 29 September 2016]

17) Reed, B. (2016) . Study reveals why Binge On was a brilliant move for T-Mobile. [online] BGR. Available at: <http://bgr.com/2016/01/18/t-mobile-binge-on-data-use/>

和した。そのトラフィック計測（例えば、ピーク時）内容がはっきりしないものの、T-Mobile は Binge On 開始後速度の減少（traffic decline）が 10%であったと報告している¹⁸⁾。

Music Freedom と Binge On の両方は、新しい無制限タリフの導入で 2016 年に中止された。無制限タリフは HD 動画ストリーミングとテザリングのようなデータ多消費サービスについて追加料金を求めている。

Sprint は主として代替ブランド（Boost, Virgin Mobile USA）からゼロレーティング・サービスを提供しており、特別なサービスの販促のためにゼロレーティングを自ら行った。2016 年のコパ・アメリカ・サッカー・トーナメントは米国開催で、Sprint は FuboTV アプリケーションで試合をストリーミングした。その際、通常の加入料と関連するデータ費用は事業者によってまかなわれた。

2016 年、T-Mobile は Tuesdays アプリケーションを通じてサービスを求める顧客に 1 年間 Pokémon Go のデータをゼロレートとするサービスを提供した。顧客は 2016 年 7 月 19 日から 8 月 9 日までこのサービスに加入できた¹⁹⁾。

<現在のゼロレーティング・サービス>

米国ではゼロレートのサービスが盛んになっている。主要な MNO の全てが、メインブランド（AT&T、Verizon）であるいはサブブランドで（T-Mobile、Sprint）行っている。MVNO の FreedomPop もゼロレーティングを行っている。

[Accessed 30 September 2016]

18) T-Mobile CTO Ray: only .8% of T-Mobile subscribers have opted out of Binge On. Phone Arena. Available at: http://www.phonearena.com/news/T-Mobile-CTO-Ray-only-.8-of-T-Mobile-subscribers-have-opted-out-of-Binge-On_id85949 [Accessed 30 September 2016]

19) Pokemon Go Mania Sweeps the Country ... So T-Mobile Thanks Customers with Free Pokemon Data and More | T-Mobile Newsroom. Available at: <https://newsroom.t-mobile.com/news-and-blogs/free-pokemon.htm> [Accessed 3 November 2016]

事業者	パッケージ	サービス	データ許容値	追加費用
Verizon	ポストペイドの全て	スポンサー付きの「FreeBee」のアプリケーションとウェブサイト	無制限	
AT&T (スポンサード・データ)	全て	スポンサー付きのデータ・アプリケーションとウェブサイト	無制限	
AT&T (Data Perks)	全て	スポンサー付きのデータ・アプリケーションとウェブサイト	無制限	
Boost Mobile (ソフトバンク)	ポストペイドの全て	Pandora、iHeartRadio、Slacker Radio、8Tracks、Napster、Spotify	無制限	
FreedomPop	全て	WhatsApp	無制限	
GoSmart Mobile (ドイツテレコム)	全て	Facebook、Facebook Messenger	無制限	
MetroPCS (ドイツテレコム)	40ドル以上のポストペイド・プラン	Apple Music、Pandora を含む音楽ストリーミング・サービス	無制限	
Virgin Mobile USA (ソフトバンク)	Virgin Mobile の無制限プラン	Pandora、iHeartRadio、Slacker Radio、8Tracks、Milk Music	無制限	

図表 46 米国の現在のゼロレーティング・サービス

AT&T のスポンサード・データと Data Perks そして Verizon の FreeBee は、どれもコンテンツ提供者が特定のデータ利用の費用を消費者に代わって負担してゼロレートにするプランである。消費者はスポンサード・データのコンテンツによるバナーあるいはステッカーの表示によって、それが分かるようにしている。

AT&T のプログラムはタリフの全てで採用している。Data Perks は主として、消費者への広告提供手段としてマーケティング会社により利用されている。このプランはマーケティング会社が AT&T の顧客に対し、商品購入、広告視聴、販促ゲームないしアプリの利用、アンケートへの回答などに対する報酬として、月あたりのデータ許容値に追加する形でその報酬データ量を提供できるようにしている。AT&T のスポンサード・データ・プログラムは CAP が AT&T の顧客にデータ費用を発生させることなく動

画ストリーミングとその他のコンテンツを提供できるようにしている。

Verizon の FreeBee プログラムは、目下 Go90 アプリケーションあるいは Hearst マガジンのような Verizon 自身の動画コンテンツを販売促進するために使用されている。データ許容値に達した後も、消費者がそのコンテンツにアクセスできるかどうかははっきりしていない。

Sprint のサブブランド Boost Mobile と Virgin Mobile USA は、一定範囲の音楽ストリーミング・サービス（例えば、Rhapsody、Pandora、iHeart、8tracks、Slacker Radio）をゼロレートとしている。それらはタリフ・パッケージに含まれ、料金設定で差をつけている（Boost は 2～5GB に 35～45 ドル²⁰⁾、Virgin のほうは 0.5GB～6GB までで 30～50 ドル²¹⁾）。事業者は非ゼロレート・タリフでも差別化を図っている。Boost Mobile の非ゼロレート・サービスは無制限のデータ・プランであり、Virgin Mobile USA のほうはデータを含まない料金としている。

T-Mobile の MetroPCS ブランドは音楽サービスをゼロレートとしている（Pandora、Spotify、Apple Music を含む 40 以上のサービス）。ゼロレート・サービスは高額プラン（3～5GB に対して 40 ドルから 50 ドル）に適用されている。60 ドルの無制限プランと 30 ドルの非ゼロレートの 1GB プランもある²²⁾。

T-Mobile の GoSmart ブランドはタリフの全てと組み合わせてゼロレートの Facebook と Facebook Messenger を提供している（4～20GB まで 25～55 ドル²³⁾）。Facebook へのゼロレートのアクセスを除き、データを含まないパッケージも利用できる。

2016 年第 4 四半期、AT&T は「DirecTV Now」のブランド名でモバイル TV サービス（DirecTV）をゼロレートにする計画を発表した。現在、AT&T は固定の DirecTV 顧客に無制限モバイル・データ・プランを提供し

20) Unlimited Music - No Data Charges | Boost Mobile. Available at: <https://www.boostmobile.com/shop/plans/data-free-music> [Accessed 27 September 2016]

21) Virgin Mobile USA Data Free Music. Available at: <https://www.virginmobileusa.com/#!/datafreemusic/> [Accessed 27 September 2016]

22) Music Unlimited. Available at: <https://www.metropcs.com/music-unlimited.html> [Accessed 27 September 2016]

23) Compare Prepaid Cell Phone Plans | GoSmart Mobile. Available at: <https://www.gosmartmobile.com/browse-plans> [Accessed 27 September 2016]

ている（他の顧客には利用できない²⁴⁾。

MVNOのFreedom Popは、100分・100通テキストメッセージ・200MBのデータを無料とし、音声とテキスト・サービスのためにゼロレートのWhatsAppを提供している²⁵⁾。WhatsAppは無料のパッケージを使い切った後でも利用できるようである（この確認は難しい）。他のMVNOはゼロレーティングを提供していない。

米国のゼロレーティング・サービスの多くは排他的ではないことが注目される。非排他的なゼロレーティング・サービスが数多く存在している（例えば、T-MobileとSprintの音楽ストリーミングにおけるゼロレーティング）。様々な音楽サービスにおいて他の事業者もゼロレートにしているため（例えば、Pandora）、事業者とCAPの間に非排他的な協定がないことを示唆している。

<消費者に与える潜在的影響>

ゼロレーティングは米国の移動体市場に数多く存在している。大手の全国的なMNOが他との差別化を図るためにイノベティブなゼロレート・プランを提供している。

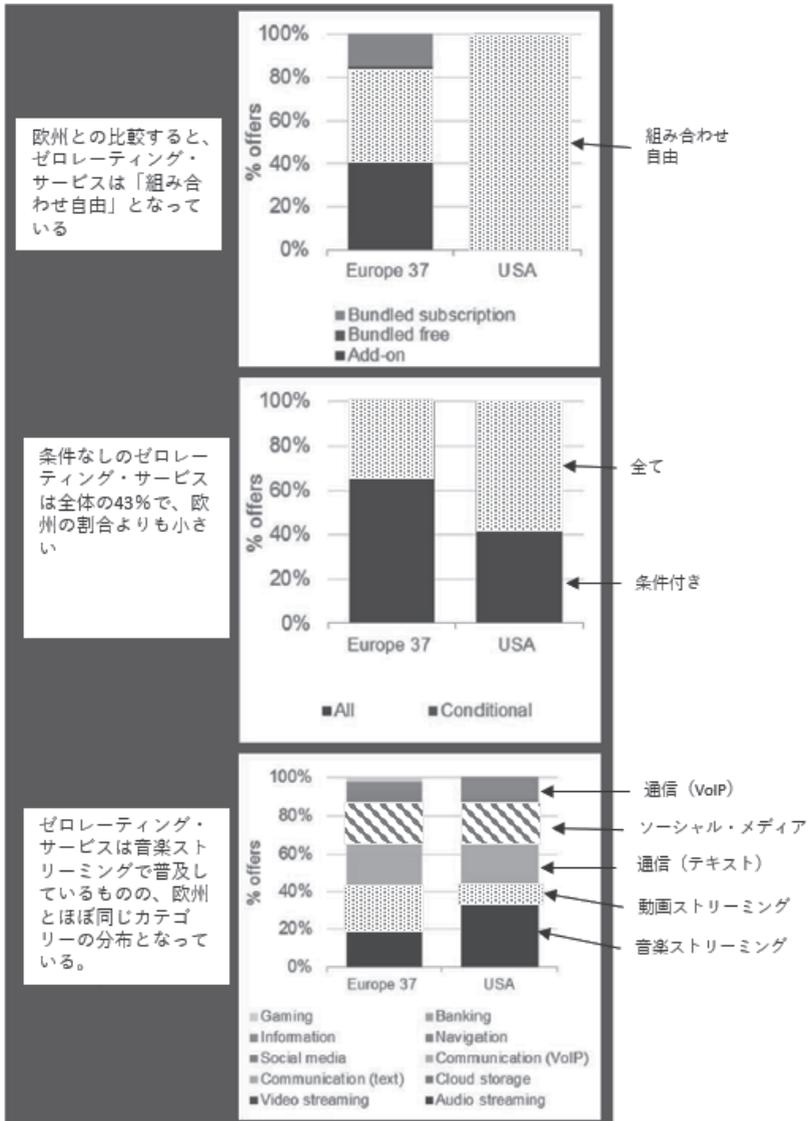
音楽ストリーミングと動画ストリーミングがゼロレーティング・アプリの主要なカテゴリーとなっている。音楽ストリーミングの場合、例えば、AT&T data calculatorによれば、毎日1時間の音楽試聴は月0.85GBに相当する²⁶⁾。Boost Mobile (Sprint 所有)は30ドルで音楽ストリーミングを含む1GBのゼロレーティング・プランを提供している²⁷⁾。Cricket Wireless (AT&T 所有のプリペイド・ブランド)で同等のデータ量(1.85GB)を得るには、

24) Get the AT&T Unlimited Data plan when you have AT&T wireless and DIRECTV. Available at: <https://www.att.com/shop/wireless/unlimited-plan.html> [Accessed 27 September 2016]

25) Free Wireless Internet | Free Internet | 4G Wireless Internet - FreedomPop. Available at: https://www.freedompop.com/wa?utm_oscampaign=FP_US_WebDesktop_Visitor_NA&utm_osplacement=LandingPage_Top-Ctr_940x60_Open&utm_oscreative=USSVF_wa_UnlimitedWhatsApp [Accessed 27 September 2016]

26) AT&T Data Calculator. Available at: <https://www.att.com/att/datacalculator/> [Accessed 3 October 2016]

27) Shop Prepaid Cell Phone Plans – Unlimited You | Boost Mobile. Available at: <https://www.boostmobile.com/unlimitedyou> [Accessed 27 September 2016]



ボックス 11 米国の移動体市場におけるゼロレーティングのまとめ

40 ドルの 2.5GB プランに加入する必要がある – 追加で月 10 ドル²⁸⁾。これは月あたりの消費量が少ないと仮定して、二つの類似のモバイル・ブランドを比較すると、相違がはっきりする。明らかに、Cricket のプランは日あたり 1 時間以上の音楽ストリーミングを行う加入者には割高である。すなわち、動画ストリーミングが音楽ストリーミングよりもデータ多消費的であることを前提にすれば、非ゼロレート・サービスの購入は消費者にとって割高となる。

したがって Verizon の Go90 のようなゼロレーティング・アプリ、AT&T の DirecTV Now のゼロレーティング、Virgin Mobile USA の Pandora と (Spotify ではなく) Napster のようなゼロレーティング・サービスは、消費者行動に何らかの影響を与える可能性がある。40 の異なった音楽サービスをゼロレートとする MetroPCS のサービスは、6 つのサービスしかゼロレートにしない Virgin Mobile USA ほど消費者の CAP 選択に対して大きな影響を与えないかもしれない。しかし消費者は小規模なあるいは独立的な音楽ストリーミング・サービスよりもそうしたサービスに転換するインセンティブを持つかもしれない。

GoSmart の Facebook のゼロレーティングのようなデータ少消費的なサービスも消費者行動にそれほど影響しない。これは非ゼロレートのタリフでそのサービスを得る費用が音楽あるいは動画のサービスほど消費者にとって高くないためである。しかしゼロレートの Facebook 以外のデータを提供しない GoSmart ブランド・プランのようなタリフは、低予算の市場における消費者の行動には影響するかもしれない。

3.6.3. 固定市場

<固定のデータ許容値>

米国では、Charter と Verizon の提供するものの全てを含め、プランの大部分が無制限のデータ許容値となっている。AT&T は 1TB を限度とするプランを提供し²⁹⁾、Comcast も 1TB 限度のいくつかのプランを提供してい

28) Cell Phone Plans: Cheap, Prepaid Plan Prices | Best Value | Cricket. Available at: <https://www.cricketwireless.com/cell-phone-plans> [Accessed 27 September 2016]

29) AT&T Internet Service - High Speed Internet Providers. Available at: <https://www.att.com/internet/> [Accessed 27 September 2016] .

る³⁰⁾。特に欧州と比べると、これらのプランの許容値は非常に大きい。両事業者はもちろん、無制限プランも提供している。

<固定のゼロレート・サービス>

ゼロレーティングのカテゴリーに入るかもしれない固定サービスは Comcast のサービスだけである。Comcast の Stream TV サービスは 2015 年に開始し、Comcast の顧客だけが利用できるもので、データ許容値が課されない³¹⁾。しかし Comcast は Stream TV がインターネットで提供されるものではなく、ケーブル TV サービスであるためゼロレーティングではないと主張している。すなわち、Stream TV サービスは顧客の固定ブロードバンド・サービスを通じてアクセスされるが、それは公衆向けインターネットを通じて伝送されるものではないため、ゼロレーティングと定義することができないと主張している。

しかし Stream TV は目下、シカゴ地区とボストン地区でしか利用できない。無制限プラン以外で Stream TV が提供されている他の地域はメイン州の一部地域だけである。

Stream TV は、2012 年から 2015 年まで利用できた Comcast の Xfinity Xbox360 アプリの後継と見なすことができる。このアプリケーションは様々なオンデマンド・サービス (HBO、Max Go、その他の Xfinity パッケージ・サービス) からの動画がデータ許容値へのカウントなしにストリームされるものであった³²⁾。アプリケーションは動画コンテンツと固定市場の大きな変化による顧客の関心不足のため中止された。もちろん、Netflix の急激な成長と Comcast と Time Warner Cable の合併にも影響されている。

<固定ゼロレーティングの消費者行動に対する影響>

無制限ブロードバンド・サービスは、米国の固定市場でのタリフでは最も一般的な形であり、二つの事業者 (AT&T と Comcast) は制限プランを提供しているものの、その許容値の上限は非常に大きい。固定市場のリー

30) Questions & Answers About Our Data Usage Plan. Available at: <https://customer.xfinity.com/help-and-support/internet/data-usage-trials/> [Accessed 27 September 2016]

31) Stream TV FAQs. Available at: <https://customer.xfinity.com/help-and-support/cable-tv/stream-faqs> [Accessed 27 September 2016]

32) Xbox 360's Comcast Xfinity TV app in beta testing, won't count against data caps when it launches. Available at: <https://www.engadget.com/2012/03/23/comcastxbox-360-video-app> [Accessed 27 September 2016].

ダー Comcast だけがゼロレーティング慣行を行い、その対象コンテンツは全て事業者所有である。

しかしこの慣行により影響を受ける顧客数が少ないため、消費者への影響は全体的に限られる。さらにこのプランの許容値が 1TB と大きいことから、影響を受ける消費者は大きな追加費用なしで非事業者所有のコンテンツへもアクセスできるはずである。したがって、米国の固定ゼロレーティング慣行の結果として消費者に与える影響は小さいと思われる。

3.6.4. まとめ

米国では、移動体市場においてゼロレーティングのイノベティブなアプローチが見られ、また固定市場でもゼロレーティングに類似する行動が存在している。

<消費者行動に対する潜在的影響>

移動体事業者は、以下のための差別化要因としてゼロレーティングを採用してきた。

- ・ 自らのコンテンツを販売促進するため（例えば、Verizon による FreeBee プログラムの一部としての Go90 のゼロレーティング）
- ・ 特に魅力的なコンテンツを利用するため（例えば、様々な音楽サービスに対する T-Mobile の Binge On プログラムと Boost Mobile のゼロレーティング）
- ・ 特定イベントの販売促進のため（例えば、Sprint のコパ・アメリカ試合のストリーミングにおけるゼロレーティング）
- ・ 既存ユーザーに特典を与えるため（例えば、AT&T のスポンサード・データと Verizon の FreeBee プログラム）

MVNO では、FeedomPop がゼロレーティングを行っている唯一の事業者である。

移動体市場におけるゼロレーティング・サービスの普及及びそれに対応するデータ多消費的なアプリケーションの普及は、ゼロレーティング化が消費者行動に大きな影響を与えるかもしれないことを意味している。ゼロレートである Facebook 以外のデータを含まない GoSmart のようなタリフは、低予算市場の顧客の行動に影響を与えるかもしれない。

固定市場では、市場のリーダー Comcast がゼロレーティングのような慣行を行っている唯一の事業者であるものの、提供している地理的範囲は限定的である。固定市場における無制限プランと大きなデータ許容値をもったプラン、そしてゼロレーティングの少なさを前提にすれば、ゼロレーティングが消費者行動に与える影響はほとんどない。

<潜在的な競争問題>

最近、FCC はスポンサード・データのプログラムに関連して AT&T と Verizon のゼロレート・サービスを問題に取り上げた。オープン・インターネット規則に定めるネット中立性原則の違反という枠組からではあるものの、中心にある問題は競争の歪みあるいは制限と関係している。

2016 年 11 月 9 日、FCC は AT&T に書簡を送り、「AT&T に関連しないコンテンツ提供者にスポンサード・データが提供される条件は、AT&T Mobility 加入者のためのゼロレートの DirecTV 動画アプリにかかわる AT&T 現在の慣行と組み合わせると、AT&T 非関連の現在あるいは将来の移動体動画サービスへの消費者によるアクセスを制約することによって、競争を妨げ消費者に弊害をもたらすかもしれない」との懸念を明らかにした³³⁾。問題はゼロレーティングそのものではなく、AT&T のサービスが独立の動画ストリーミング・サービス提供者に対して差別化を行うという事実であることを FCC は明らかにしている。DirecTV はスポンサード・データ・プログラムの外部参加者に適用されるのと同じ条件で内部移転の支払を行うと理解されているものの、FCC は「AT&T が自らの関連するモバイル動画サービスをゼロレートにする連結ベースでのキャッシュ費用はない(スポンサード・データの DirecTV の費用は AT&T Mobility のスポンサード・データの収入に等しいため)のに対して、AT&T Mobility に対する AT&T 非関連の提供者のスポンサード・データへの支払は真のキャッシュ費用である」ことに着目している。

この回答において AT&T は、スポンサード・データ・プログラムへの参加は、AT&T が直面するのと同じ条件で非差別的に第三者にもオープンであり、AT&T にとってもゼロレーティングのデータ・ストリームの提供

33) Letter from the FCC (Jon Wilkins) to AT&T (Robert Quinn) of 9 November 2016.

は費用なしというわけではないという事実を繰り返し述べた³⁴⁾。しかし、FCC は、1 日あたり LTE 動画 10 ～ 30 分をスポンサーする第三者にとっての費用が DirecTV の小売料金の 46% ～ 134% に間となっており、それによって独立の提供者が AT&T と有効に競争するのを妨げているのではないかとの指摘を行った³⁵⁾。同時に FCC は、Verizon の FreeBee スポンサー・データ・プログラムで第三者の提供者が利用できる条件との組み合わせにおいて、Go90 の動画ストリーミング・サービスのゼロレーティングについても懸念を示した³⁶⁾。

最終的に FCC は潜在的なマージン・スキーズについての懸念を確認した。自らのコンテンツのために MNO が設定した小売料金の比較から、FCC はスポンサー・データ・プログラムへの参加のための料金水準に言及した³⁷⁾。

2017 年 1 月 11 日、FCC はこの問題に関するレビューの結果をまとめた報告書を発表した。報告書は AT&T のスポンサー・データと Verizon の FreeBee に加え、AT&T の Data Perks と T-Mobile の Binge On も取り上げた。そして AT&T と Verizon は非差別的な条件でスポンサー・データ・プログラムと FreeBee へのアクセスを提供しているという十分な証拠—すなわち、第三者に提供される料金がデータ搬送の有効な増分費用と同じであることの証拠—を提出していないとした。FCC は、オープン・インターネット規則の「一般的行動ルール (the General Conduct Rule)」³⁸⁾ に両プログラムが違反している「大きな可能性」(substantial possibility) があると結論した。対照的に、FCC は T-Mobile の Binge On も AT&T の Data Perks が、主として以下により、一般的行動ルールに違反していないと結論した。

- ・ T-Mobile は Binge On への参加のための料金を CAP に課していない。

34) Letter from AT&T (Robert Quinn) to the FCC (Jon Wilkins) of 21 November 2016.

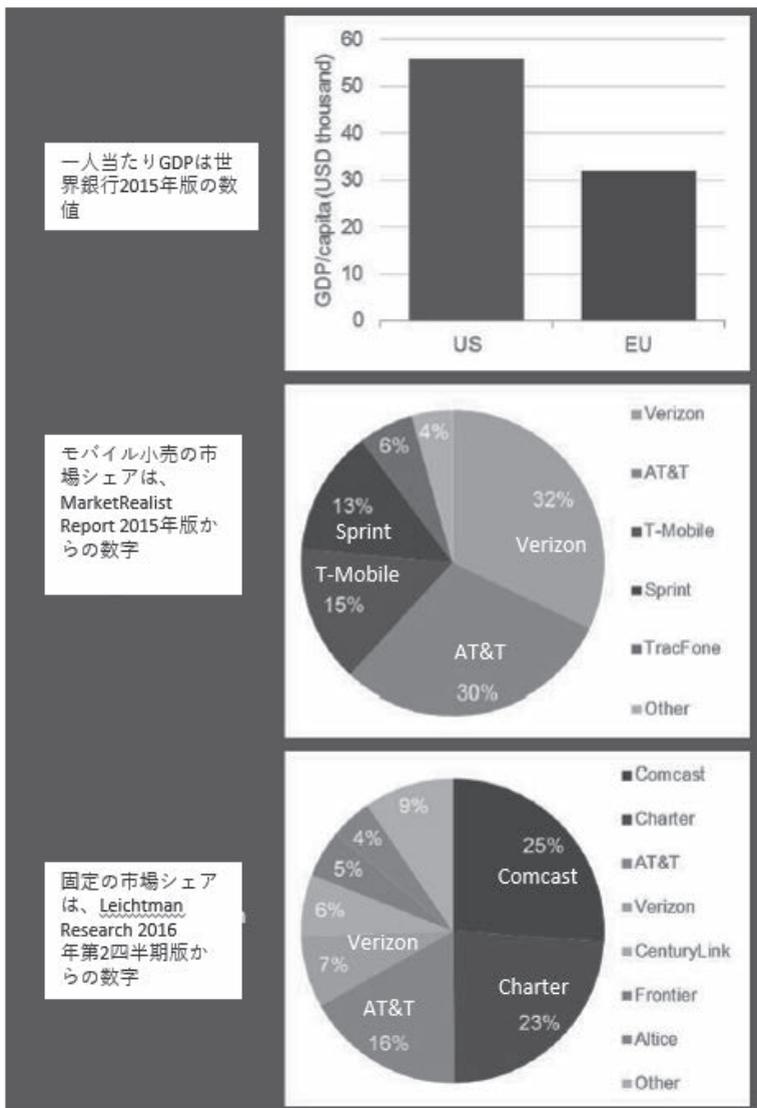
35) Letter from the FCC (Jon Wilkins) to AT&T (Robert Quinn) of 1 December 2016.

36) Letter from the FCC (Jon Wilkins) to Verizon (Kathleen Grillo) of 1 December 2016.

37) We note that the distinction drawn by the FCC between direct cash costs and internal transfer prices is not necessarily relevant in this context. Even at lower levels of charges for participation in the sponsored data programme, this difference would remain

38) The General Conduct Rule prohibits practices that unreasonably interfere with or unreasonably disadvantage end users' ability to select, access, and use broadband Internet access service (BIAS) or the lawful Internet content, applications, services, or devices of their choice, or that unreasonably interfere with or unreasonably disadvantage edge providers' ability to make lawful content, applications, services, or devices available to end users.

- ・ T-Mobile は、主要な動画コンテンツを自ら提供しておらず、そのため CAP と競争していない。
- ・ Data Perks の参加者は、移動体網で通常のマーケティング活動を行い、そのサービスをマーケティングする他の手段を持っている。
- ・ AT&T は Data Perks の参加者のサービスと競争するサービスを提供していない。



ボックス 12 米国の主要指標

※上の円グラフ：右から順に Verizon, AT&T, T-Mobile, Sprint, TracFone, その他
 ※下の円グラフ：右から順に Comcast, Charter, AT&T, Verizon, CenturyLink, Frontier, Altice, その他