

競争ルールの検証に関する報告書 2020

概要

目次

1 改正電気通信事業法の執行

2 モバイル通信市場の現況

3 モバイル市場に係る課題

4 固定通信市場に係る課題

1 改正電気通信事業法の執行

- 2019年10月1日の改正法の施行を踏まえ、各事業者は料金プランを見直し。
- 総務省では、事業法第27条の3の違反事案に対する行政指導を実施。
- 今後も、事業者・販売代理店は、法遵守するための体制整備等について、適切な対応が必要。
- 総務省においては、引き続き、改正法の適切な執行、ルールの明確化、関係者の理解促進のための取組が必要。

検討課題

- 2019年10月1日の改正法の施行を踏まえ、各事業者は、違約金の金額の見直し、期間拘束契約の撤廃、期間拘束なしの料金プランの料金を見直しを実施。
- 総務省では、改正法の円滑な施行に向けた事業者の適切な取組を促すため、2019年6月及び9月に、主要事業者に対して要請実施。
 - ・ 改正法の施行に向けた着実な準備の実施
 - ・ 改正法の施行前の駆け込み販売の自粛
 - ・ 改正法に適合する契約への移行の促進 等
- 各事業者・販売代理店では、社内の管理体制・システムの整備等を実施。
- 総務省では、事業法第27条の3に違反した販売代理店及び事業者に対し、再発防止等を図るよう行政指導を実施。
※ 2020年3月6日には、KDDIの販売代理店26社及びKDDI並びにUQコミュニケーションズ(以下「UQ」という。)の販売代理店社2社及びUQに対して、同年5月29日には、NTTドコモの販売代理店70社及びNTTドコモに対して、また、同年9月11日には、楽天モバイルに対して行政指導
- 総務省では、適時、関係ガイドラインの改正による規律の明確化を実施。

今後の方向性

- 販売代理店及び事業者は、改正法の違反事案も踏まえ、改正法の規律の遵守のための取組・体制強化が必要。
- 総務省においては、改正法の適切な執行が必要。また、共通のルールを明確にし、関係者による理解促進を図るため、事業法27条の3等運用ガイドラインの随時見直しが必要。
- 事業法27条の3の指定役務の内容(タブレット端末、固定ルータの扱い)、5G端末に対する2万円上限の規律の適用、不良在庫端末の特例は、現時点において見直しを行う状況にはない。今後も、総務省は、適切な執行・運用が必要。

2 モバイル市場の現況と分析

- 携帯電話の契約数(法人契約含む。)は、約1億5,000万契約。MNO3社のシェアは約86.8%。
- 最近の動きとして、楽天モバイルがMNOとして本格サービスを開始(2020年4月)。
- KDDIが系列のUQをサブブランド化(2020年10月)。
- 今後は、「低・中容量」について、サブブランドが競争環境に与える影響について注視。
- また、「大容量」について、楽天モバイルの参入による影響について注視。

分析・検証結果

- 事業法27条の3の規律対象事業者の契約数は、1億2,500万契約。うち、スマートフォン向け契約は約9,200万契約。
- 少数のMNOと多くのMVNOから競争市場が形成(MVNO事業者は1,128社)。
- 2020年4月から第4のMNOである楽天モバイルが、データ無制限、月額2,980円(税抜)で本格サービスを開始。基地局整備が進むにつれて競争環境に影響を与えることが想定。
- 2020年10月にKDDIがUQのMVNO事業の事業譲渡を受け、サブブランド化。
- 「低・中容量」の領域でサブブランド・MVNOが、多様な容量別の料金プランを提供し、活発な競争。MNO3社のメインブランドも、この領域において従量制プランを提供しているが、サブブランド・MVNOと比較すると料金水準は高め。
- 「大容量」の領域でMNO3社のメインブランドや一部MVNOが月額8,000円程度の価格帯でサービスを提供。

今後の方向性

- 「低・中容量」の領域
 - ・ MNOのサブブランドは、利用者に多様な選択肢を提供するもの。競争の活性化を通じた更なる料金低廉化に繋がることが期待。
 - ・ 一方、新たな困り込みの手段として利用されるなど、特に独立系MVNOとの間の公正な競争環境の阻害要因となる可能性。
 - ・ 今後、サブブランドが競争環境に与える影響について、注視。このため、ブランド別のデータを取得する必要。
- 「大容量」の領域
 - ・ 5Gサービスの普及や遠隔活動の普及により、データ通信需要の一層の高まりが想定。
 - ・ 今後、各事業者の創意工夫による一層の競争を通じて料金の低廉化やサービスの多様化が進むことが期待される領域。
 - ・ 有効に競争が機能しているか、競争を阻害する要素はないか検証が必要。

- 改正法の施行に伴い、MNO3社は違約金の引下げや期間拘束のない料金プランを引下げ(約3割の値下げ)。
- しかしながら、我が国の料金は、国際的にみると依然として高位な水準。
- 今後は、競争を通じて、低廉で分かりやすいサービスが提供されるよう、競争の阻害要因の見極めが必要。

分析・検証結果

<通信料金の動向>

- 改正法の施行に伴い、MNO3社は、違約金の引下げ(上限1,000円)・撤廃や期間拘束のない料金プランの料金の引下げを実施。
→ 期間拘束のない大容量のプラン:改正法施行前後で約3割の値下げ。なお、一部の事業者では、期間拘束のある料金プランを撤廃。
- 一方で、総務省が実施した内外価格差調査では、我が国の料金については、依然として高位な水準。

<競争の状況>

- 2019年11月、「SIMロック解除ガイドライン」を改正。SIMロック解除端末数は、2020年第4四半期で初めて100万件を突破し、約110万件。
- SIMロック解除ガイドラインの全面適用に合わせ、多くのMVNOがSIMロックの設定自体を中止する動き。
→ SIMロック解除ガイドラインの効果が相当程度あり。
- MNO3社のMNP件数について、改正法施行前後において、件数が減少(施行前:51万件→施行後:23万件)。新規契約数に占める割合も低下(施行前:49%→施行後:30%)。
→ 高額なキャッシュバック目当てのMNPが減り、いわば市場が正常化。今後は純粹なMNP需要に基づき件数の増加が期待。
- MNO3社は新規契約数よりも契約解除数が多い。一方、その他の指定事業者は新規契約数の方が多い。
- これまでの取組により競争環境の整備が進む中、MNO3社から他事業者へ利用者が移行する動き。

今後の方向性

- 引き続き、競争を通じて利用者にとって低廉で分かりやすく、納得感のあるサービスが提供されるよう、公正な競争を阻害する要因を見極め、分析・検証を重ねていく必要。
- 通信料金水準については、通信品質などと併せて分析すべきとの指摘があり、諸外国や民間における手法を研究。

- MNO3社の端末売上台数・売上高は、改正法施行前後で大きな変化なし。
- 3G契約は、2020年3月末現在、残り1,624万契約。
- 今後は、端末売上について新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を注視。
- また、不良在庫端末について、特例の適用状況を注視するとともに適切な運用をしていくことが必要。

分析・検証結果

<市場全体の状況・端末価格の動向>

- MNO3社の端末売上台数・売上高は、改正法施行前後で大きな変動なし(月約300万台、2,000億円強)。季節変動の影響が大きいが、現時点で年間を通じたデータがない。
- 中古スマートフォンの販売台数は、2019年度で約163万台。今後右肩上がり増加との予測(2025年度:約265万台)
- スマートフォンの価格帯別の販売状況は、ミドルレンジや廉価な端末の取扱いが増加。消費者にとって、幅広い価格帯で選択が可能。
- 1台当たりの売上げの平均値は、改正法の施行前後で大きな変化なし。今回は機種別の売上台数の実績等を把握できず。

<競争の状況>

- 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供について、改正法の施行前後で、件数、金額ともに減少。特に、施行前の2019年6月に大幅な減少。
- メーカーへの支払金は、改正施行直前から増加。端末の故障修理や開発費等の対価によるもの。
- 不良在庫端末は2020年10月現在、3事業者・165機種が特例※対象(iOS:52機種、Android:113機種)。
※ 最終調達日から24か月経過、製造中止かつ最終調達日から12ヶ月経過又は24か月経過
- 3G契約は、改正法の施行後半年で約18.6%減少。2020年3月末時点で残り約1,624万契約。

今後の方向性

- 端末出荷台数について、今後、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響が顕著に出ると予測されることから状況を注視。
- 機種別の売上台数等を把握し、分析することが望ましい。
- 中古端末については、流通の状況を注視するとともに流通促進に係る課題などを確認していくことが必要。
- 不良在庫端末については、特例の適用状況を注視するとともに適切な運用をしていくことが必要。
- 廉価端末及び通信方式の移行については、特例の適用状況を注視。

- 既往契約は、改正法の施行後の半年で18.1%の減少。
- 事業法27条の3の規律に適合しない利益提供は、改正法施行後の半年で25.3%の減少。
- 今後も、事業者は、利用者が漫然と更新することがないよう移行促進のための取組が必要。
- また、事業者の経営状況については、分析・検証に当たっての参考指標として動向を注視。

○新プランへの移行状況

分析・検証結果

- 既往契約※については、事業法第27条の3の規律に適合する契約への移行が不利となるおそれのある利用者も存在するため、同条件での自動更新が可能。
 - ※ 既往契約:改正法の施行日前に締結された契約
- 規律に適合する契約により有利となるにもかかわらず漫然と自動更新をすることがないよう、総務省は事業者に対して要請、各事業者は移行促進のための取組を実施。
- 既往契約は改正法の施行後半年で18.1%の減少。事業法第27条の3の規律に適合しない利益提供は25.3%減少。一定程度の進捗。

今後の方向性

- 各事業者は、利用者が漫然と更新することがないよう、引き続き、移行促進のための施策を講じる。
- 総務省は、各事業者の移行促進のための取組について進捗状況を注視。

○事業者の経営状況

分析・検証結果

- MNO3社の営業利益率は、各社とも概ね20%前後。上場している代理店の営業利益率は、概ね5%以下。
 - 【参考】 全産業の営業利益率(2018年度)は、6.4%

今後の方向性

- 公正な競争環境の分析・検証に当たっての参考指標として、今後とも動向を注視。

3 モバイル市場に係る課題

- 現状、MNPの利用に際し、主にMVNOにおいて、自社プランへの誘導や利益提供による引き止め行為が多く行われているとの指摘。
- 今後は、過度の引き止めについて、申込みの明確な意思表示のタイミングを踏まえた一定の規制が必要。

検討

- 各受付窓口で行われる行為は、下記の4つに分類可能。
 - ア) 解約に当たっての留意事項、解約に当たって生じうる不利益の説明(解約時の説明)
 - イ) 利用者がMNP手続により他の事業者に移行しないことを目的とする既存の自社のプラン等の説明(既存の自社プランの説明)
 - ウ) 利用者がMNP手続により他の事業者に移行しないことを目的とする利益の提供及びその説明(利益の提供)
 - エ) 利用者がMNP手続により特定の他の事業者に移行することを目的とする他事業者のプラン等の説明(他事業者の説明)
- サブブランドの説明については、自社内におけるプランの変更であればイ)と、グループ内の他事業者の説明であればエ)と分類可能。

今後の方向性

- 利用者がMNPの申込みの明確な意思表示を行うタイミングを踏まえ、以下の扱いとすべき。

| タイミング | 利用者がMNP申込の明確な意思表示を行う前 | | 利用者がMNP申込みの明確な意思表示を行った後 |
|-------|--|------------|--|
| 詳細 | 行為の種類 | 対応 | 【禁止すべきもの】 イ) 既存の自社プランの説明 ウ) 利益の提供 エ) 他事業者の説明 (注) 不利益事項に係る説明は、消費者保護の観点から法令上求められるものであり、禁止されない。 |
| | イ) 既存の自社プランの説明 | 事前に同意をとるべき | |
| | ウ) 利益の提供 (・通信料金割引 ・端末代金値引き ・汎用ポイント付与 等) | 一定要件に限定(※) | |
| | エ) 他事業者の説明 | 禁止すべき | |

※ MNPを検討している者のみを対象とした提供は禁止。他の一般利用者にも等しく提供されているものに限って提供可能とするべき。

- 各事業者のMNP手続が引き止めルールに基づき適切に行われるよう、今後、総務省において、具体的な対応の手順等を整理。

- ウェブによるMNPの利用は、利用者にとって店頭や電話のように対面によらない簡易な方法。
- 現状では、ウェブにおける引き止めが行われ、受付時間、表示を含めた使いやすさに課題。
- 今後は、「ポストコロナ時代」の「ニューノーマル」も見据え、ウェブの利用機会の改善やその充実を図ることが必要。

検討

- ウェブ等における引き止め
 - 主にMNO3社において行われている。
 - ※ 2018年に引き止め機会のないMNPを可能とするとの趣旨でMNPガイドラインの改正を実施。
- ウェブにおけるMNP予約番号発行の受付時間
 - MNO3社においては、その時間を制限(9時～20時等)。
 - ※ MNO3社においても新規加入契約の受付は、24時間対応。
- MNP手順の使いやすさ
 - 手順を開始できるページに移行するまでに必要な遷移が多く、必須でない事項が入力項目となっている等の指摘。
- ウェブにおけるMNP予約番号取得までの所要時間
 - 一部のMVNOにおいてウェブ等において数日を要すると表示。
 - ※ MNP予約番号の請求時に最大4日かかる旨アナウンスしているが、通常1日で実施しているとする事例あり。

今後の方向性

- 事業者において、以下の取組を行うこと。
 - ・引き止めが行われないウェブ画面を設けること
 - ・受付時間を24時間に拡充すること
 - ・ウェブ上の煩瑣な手続について自主的な取組を行うこと(総務省がこれを注視)
 - ・MNP予約番号取得までの所要時間が不必要に長期間と認識されないよう表示方法等を工夫すること
- 上記の施策を遂行することを通じて、比較的利用の多いウェブ以外の利用から、ウェブの利用への移行を促していくことが重要。

- MNP手数料は、現状、MNO4社及び主要なMVNOは3,000円と設定(MNP導入当初(2006年)は、全事業者2000円)。
- 今後は、コスト等を踏まえ、ウェブの場合は無料とし、店頭・電話の場合は上限を定め1000円以下に設定。

検討

- MNP手数料は、市場に任せても効率化が図られることは期待しにくいことから、検証を行い、低廉化・効率化を求めていくための措置を講じることが必要。
- 今回、MNP導入後初めて、MNP1件当たり発生するコストを主要事業者を確認。その際、当該コストについて、
①単純解約と同様に生じるコストと、②MNP予約番号の発行に係るMNP固有のコストに分けてそれぞれのコストを把握。

<MNP手数料見直しの考え方>

| コスト | 受付手段 | コストの整理・考え方 | 手数料設定に当たり考慮すべき点 | 手数料 |
|-------|-----------------|---|---|---------|
| ①のコスト | ウェブ 店頭 電話 | 契約の基本機能として新規加入手数料や基本料で回収されているものと整理可能 | — | — |
| ②のコスト | ウェブ | 個々のMNP利用時に生じる固有のコストと観念され、MNP利用者が負担すべきコストと整理可能 | <ul style="list-style-type: none"> ・コストが比較的軽微 ・ポストコロナ時代のニューノーマルを見据えた社会変革化に貢献 ・ウェブ移行の促進によるMNPコスト全体の低廉化に資する ・他の公共料金、主要国のMNP手数料が無料であるのが一般的 | 無料 |
| | 店頭/電話 | | <ul style="list-style-type: none"> ・ウェブが利用できない者が一定程度存在 ・上記対応に人件費等のコストが発生 ・利用者に負担を求めるのは妥当であるが、一定の制限必要 | 1000円以下 |

今後の方向性

- MNP手数料の設定について、ウェブの場合は無料、店頭・電話の場合は、コストを踏まえ、1000円以下とする。
- 店頭・電話のMNP手数料については、今後、ウェブも含めたMNPの利用数の動向や各受付窓口におけるMNPの受付状況を把握しつつ、コストの状況について適時適切に検証していくことが必要。

- MNO3社は、回線契約を条件としない利益の提供として、端末購入サポートプログラムを提供。
- 今後も、事業者が行うプログラムについて、回線契約者と非回線契約者の条件に合理的ではない差異が生じていないか、事業法第27条の3の規律を潜脱する行為が行われていないか継続して確認。

検討課題等

- MNO3社は、回線契約を条件としない利益の提供として、端末購入サポートプログラムを提供。
- 事業法第27条の3の規律の対象となる「回線契約を条件としない」利益の提供というためには、
 - ・ 回線契約の有無による利益の提供に係る条件等に差異がなく、仮に差異がある場合には合理的な理由が存在すること
 - ・ 「回線契約を条件としない」ことについて、利用者が認識できるよう広告等で明示すること等が必要。
- 総務省は、MNO3社に対して、端末購入サポートプログラムに係る課題について、要請を実施(2020年5月29日)。
 - ・ プログラムの広告等の見直し
 - ・ SIMロック解除ガイドラインの遵守・徹底
 - ・ 回線契約者と非回線契約者との間の条件等の差異の理由の説明
 - ・ 販路ごとの販売実績(回線契約者と非回線契約者の別)に関する報告 等

今後の方向性

- 総務省からの要請を受けて、
 - ・ NTTドコモは広告表示を見直し(2019年6月に見直し)
 - ・ KDDIは回線契約者と非回線契約者の間の差異の解消、非回線契約者へのオンライン販売開始(来夏までに見直し検討予定)
- 非回線契約者へのオンライン販売を行っていないソフトバンクは、増加するオンライン需要を踏まえ、オンラインでのプログラム提供による受付窓口の差異の解消の検討を行うべき。
- 端末補償サービスを非回線契約者に提供していないNTTドコモは、差異の解消に向けた検討を行うべき(ソフトバンクは、年内に対応予定。KDDIは、提供を検討中。)
- 総務省は、非回線契約者に対する端末の販売が制限されていないか等、現場の実態についても調査・確認が必要。
- 端末の再購入条件が過度な囲い込みの要因となっていないか、端末単体収支の状況を継続確認。
- 総務省は、事業法第27条の3の規律を潜脱する行為が行われていないか、要請を受けた報告の内容も踏まえ、確認が必要。

- 事業者乗換え時のスイッチングコストとなりうるものとして、端末補償サービス、他サービス等とのセット販売、事業者の乗換え時の手数料等が存在。
- 今後も、過度な囲い込みになっているものがないか、引き続き、注視。

検討課題等

<端末補償サービス>

- MNO4社が提供する端末補償サービスが、①加入を端末の購入時のみに限定、②回線契約者のみを対象、③回線契約の継続を条件としていることが、事業者乗換えの制約になっているのではないかと指摘。

<他のサービス等とのセット販売による割引>

- セット販売のサービス等には、期間拘束契約等の囲い込みの性質を有するものも含まれていることから、利用者の自由なサービス選択を阻害する可能性が指摘。

<事業者乗換え時の手数料>

- MNP手数料以外の事業者乗換え時のその他の金銭的なコストについても、事業者乗換え時の過度な制約になっていないか確認する必要性が指摘。

今後の方向性

<端末補償サービス>

- 上記の条件が、端末購入者の事業者乗換えの過度の制約となっていないかや、代替となる選択肢の状況について、注視（楽天は、②及び③の条件を設けていない。ソフトバンク及びKDDIは、②及び③の条件を撤廃予定。）。
- 事業者以外が提供するサービスが代替的な選択肢になり得るか確認。
- 修理等の期間の終了後も利用者が漫然とサービスに加入し続けている課題について、利用者周知等の状況を注視。

<他のサービス等とのセット販売による割引>

- 固定通信サービス以外のコンテンツサービスや決済手段等のサービス等とのセット販売による割引等についても、利用者の過度な囲い込み等の要因となっているものがないか、引き続き、状況を注視。

<事業者乗換え時の手数料>

- 今後も、MNP手数料以外の事業者乗換え時の金銭的なコストについて、過度な囲い込みの要因となっているものがないか、注視。

- 一般的な「頭金」と異なる用法を用いる携帯電話業界における「頭金」の用法について、利用者の誤解や混乱を招いているとの指摘。携帯電話事業者及び販売代理店は、「頭金」の用法について広告表示の見直しが必要。
- 今後も、分かりやすい料金プラン、SIMに関する諸課題について、引き続き、状況確認等を実施。

検討課題等

<頭金>

- 携帯電話業界における「頭金」は、一般的な「頭金」と異なる用法が用いられているため、利用者の誤解や混乱を招いているとの指摘。
 - ・ 販売代理店の店頭広告において、一括払いであっても「頭金」が必要となると誤認を与えるような表示
 - ・ 「頭金0円」など頭金が安いことを支払総額が安くなることの訴求として行う表示

<分かりやすい料金プラン>

- セット割引等やキャンペーン等による期間限定の割引等により、料金体系が利用者にとって分かりづらく不明確等の課題が指摘。

<SIMに関する諸課題>

- オンラインでのSIMロック解除手順の煩瑣、SIMの種類が複数あることによる利用者の混乱について課題が指摘。
- eSIMの普及が見込まれる中で、MNOからのRSP機能の解放や、Apple WatchにMVNOのeSIMを書き込めないことについて指摘。

今後の方向性

<頭金>

- 事業者及び販売代理店は、「頭金」を一般的な用法に限定して用いるべきであり、広告表示の見直しが必要。
 - ・ 例えば、一括購入時に「頭金」が生じるかのような表示や、端末価格自体が安いことを訴求するための「頭金」表示をしない。
- 利用者が比較することなく高い価格が設定された端末を購入することとなり、不利益を被るような混乱が生じないよう、事業者及び総務省においては、販売代理店ごとに端末価格自体が異なっている可能性があることを利用者が認識できるよう適切な周知等が必要。

<分かりやすい料金プラン>

- 総務省は、各種割引の適用状況等の実態も把握をした上で、引き続き状況を確認。

<SIMに関する諸課題>

- 中古端末のオンラインSIMロック解除の事業者の対応状況を確認(2020年10月1日から義務化)。
- MNOからのRSP機能の開放については、総務省は、要請に基づくMNOからの報告により継続して状況を確認。具体的に障壁になっている課題があれば、課題解決に向けて速やかに検討が必要。
- Apple Watchの利用に係る指摘については、具体的に障壁になっている課題について、引き続き、状況を確認。

- 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴い、総務省からの要請を踏まえ、各事業者においては、支払猶予、学生等の通信環境の確保に関する取組、店舗の営業時間の短縮・業務縮小等の対応を実施。
- 今後も、事業者や販売代理店は、各チャネルにおける適切な対応が必要。
- また、販売チャネルのバランスの変化に伴い、利用者のニーズとかけ離れた契約の勧奨など利用者利益に反する行為による混乱がないようにしていく必要。販売代理店の在り方に係る課題について、今後、議論を深めていくことが必要。

検討課題等

○ 料金支払期限延長等の措置

- ・ 総務省は、2020年3月19日に、通信事業者4団体経由で、通信事業者に対して要請。
- ・ 計201社の通信事業者が、新型コロナウイルス感染症の影響で支払困難な者を対象に、支払猶予措置を実施。
- ・ MNO3社及びNTT東日本・西日本では、総務省の要請と同日に措置を発表し、7月末まで措置を実施。

○ 学生等の学習に係る通信環境の確保のための措置

- ・ 総務省は、2020年4月3日に、通信事業者4団体経由で、通信事業者に対して要請。
- ・ 計29社の携帯電話事業者が、25歳以下の利用者に対して、月間のデータ容量を超過した場合に追加料金の支払を無償化する措置等を実施。
- ・ MNO3社は、総務省の要請と同日に措置を発表し、8月末まで措置を実施。

○ 店舗における新型コロナウイルス感染症対策

- ・ 総務省では、2020年4月17日に、TCAに対して要請。
 - ・ MNO4社は、営業時間の短縮や店舗での業務縮小等を実施。
- ※ 2020年5月25日に全国の緊急事態宣言が解除されたことを踏まえ、現時点では対応を終了。

今後の方向性

- 店舗における取組について、引き続き、事業者と販売代理店の両者が連携をして対策を行うことが必要。
- コールセンター対応の逼迫について、事業者は、コールセンターの機能の確保のための取組に係る検討が必要。
- 需要の増加が見込まれるオンラインのチャネルについて、事業者は、利便性の向上に向けた取組の検討が必要。
- 販売チャネルのバランスの変化に伴い、利用者のニーズとかけ離れた契約の勧奨など利用者利益に反する行為による混乱がないようにしていく必要。販売代理店の在り方に係る課題について、今後、議論を深めていくことが必要。

4 固定通信市場に係る課題

- 開通工事費について、分割支払い期間中に解約した場合、一括での残債支払いが発生。期間拘束契約の期間(2年等)を超える分割支払い回数(60回等)しか選択できない場合には、工事費が囲い込み手段として機能することが課題。
- 今後、一括・分割支払いの別や分割回数で割引に差異を設けないことや、契約満了時に工事費残債等の追加的支払いなく解約できるよう事業者に対応を求め、必要な場合には、ガイドライン等により考え方を示すことを含め対応。
- また、工事費の適切な水準について必要な対応を検討するとともに、事業者連携による工事削減に係る取組を推進。

検討課題

① 工事費の分割支払いによる囲い込み

- ・ 開通工事費(18,000円~40,000円)の分割支払い期間は12回から60回まで幅があり、分割支払い期間の途中で解約時には一括で残債を支払うこととなっている。期間拘束契約の期間(2年等)を超える分割支払い回数しか選択できない場合には、工事費が利用者の囲い込みの手段として機能。

② 工事費の適正化

- ・ 開通工事費の事業者間での精算については、例えば、NTT東西が接続事業者に請求する額は19,000円程度となっており、事業者が利用者に請求する額(18,000円~40,000円)と乖離が生じている場合がある。また、撤去工事費については、契約時に必要となる開通工事費と比較して、事業者に費用を低減させるインセンティブが働きづらくなっている(不要としている事業者や利用者の撤去希望時に10,000円を請求する事業者、撤去しか選択できず30,000円程度を請求する事業者等、撤去工事費に係る対応は事業者によって異なる。)

③ 事業者間協議による工事自体の削減

- ・ 2019年7月からは「事業者変更」の導入により光コラボ事業者間での乗換え時の工事が不要となったほか、2021年度早々の導入に向け、一部事業者間(NTT東西、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク)で戸建の引込み線工事を不要とするための協議を実施中。集合住宅における屋内配線の転用や設備の標準化についても協議に向けて取組。

今後の方向性

- ① 開通工事費の分割支払いについては、一括支払いや短期の分割支払いと比べて長期の分割支払いの場合の割引が有利となっている場合や、期間拘束契約満了時に工事費残債の支払い等の負担なく契約を解除できない場合には、利用者の過度な囲い込みと考えられるため、事業者に改善を求める(工事費の割引等についても、期間拘束契約の期間内に全額が享受できるよう併せて改善することが望ましい旨示す)とともに、必要に応じ、ガイドライン等により一定の考え方を示すことも含め対応。
- ② 開通工事費及び撤去工事費の合理性について、引き続き確認し、必要な対応を検討。
- ③ 事業者間連携による工事の削減は、早期かつ幅広い事業者に適用されるか協議を注視し、状況に応じ必要な対応を検討。

事業者乗り換え時のスイッチングコストに関する事項②(期間拘束契約)

- 固定通信サービスは利用開始に当たり物理的な工事が発生するところ、申込から開通までの標準的な期間に比して違約金が不要で解約できる更新期間の短い事業者が多く、実質的に利用者の乗換えが阻害されていることが課題。
- 今後は、更新期間を3か月以上設けるよう、ガイドライン等により一定の考え方を示すことを含め、事業者に対し改善のための措置の実施を要請。
- また、セット割引等により固定通信契約がモバイル契約の囲い込みの手段となっていないかを確認していくとともに、モバイル契約との違いを踏まえた固定通信サービスの公正競争の在り方について検討。

検討課題

① 短い更新期間による囲い込み

- ・ 固定通信サービスは利用の開始に当たって物理的な工事が発生するため、各事業者において申込から開通までの標準的期間は2週間～2か月と案内。一方で、違約金(1,500円～20,000円)が不要で解約できる期間(更新期間)は1か月や2か月としている事業者が多い状況であり、実質的に利用者の自由なサービス選択を阻害。

② セット割引によるモバイル契約の囲い込み

- ・ セット割引等によりモバイル契約と固定通信契約が一体的に提供され、モバイル契約と固定通信契約の契約期間にずれが生じることによって、固定通信契約が実質的にモバイル契約の囲い込みの手段として機能している可能性。

③ その他期間拘束契約による囲い込み

- ・ 期間拘束契約の期間や違約金の水準、自動更新について、モバイル契約においては一定の制度整備がなされたところ、固定通信契約においても、利用者の過度な囲い込みとして機能していないか等の懸念。

今後の方向性

- ① 違約金が不要で解約できる期間について、3か月以上設けること(契約期間の最終月、その翌月及び翌々月を含むことが望ましいこと)について、必要に応じガイドライン等により一定の考え方を示すことを含め、事業者に対して改善のための措置の実施を要請。
- ② 固定通信契約とセットで提供されていること等により、固定通信契約の期間拘束等が、モバイル契約において実質的に過度な囲い込みを生じさせていないか確認していくとともに、必要に応じて制度的な対応を検討。
- ③ 期間拘束契約の適切な期間や違約金の適切な水準、自動更新については、モバイル市場と固定通信市場の状況の違いや現状の課題を整理した上で、それぞれの在り方について検討。

過度なキャッシュバック・セット割引に関する事項

- MNO3社等において、モバイル市場等において得た超過利潤を利用して固定通信市場での過度なキャッシュバックやセット割引を実施していないか確認し、不当競争が生じている場合には是正していくことが課題。
- 今後は、セット割引やキャッシュバック等の状況について省令等の報告によりデータを取得し、不当競争が生じていないかについて、一のFTTH契約に対するモバイル契約のセット割引の適用回線数も考慮し、より精緻な検証を実施。
- また、状況の変化に応じて検証対象及び検証方法を見直し、ガイドライン等により一定の考え方を示すことについても検討。

検討課題

- 多くの事業者がキャッシュバックやセット割引等の提供により顧客獲得を図っているところ、固定通信サービスを提供するMVNOからは、MNOと同水準のセット割引等を設定することは困難であり、固定通信市場の競争環境が寡占的になっていくことを懸念する意見。利用者アンケートの結果においても、MNO2社（NTTドコモ、ソフトバンク）が提供する固定通信サービスの利用者の約7割が同一の事業者の携帯電話サービスをセットで利用している状況。これらの状況や、NTT東西の卸電気通信役務を利用したFTTHアクセスサービスのうち、MNO2社（NTTドコモ、ソフトバンク）の占める割合が72.8%を占めていることも踏まえ、特にMNO3社（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）の過度なキャッシュバックやセット割引により、不当な競争が生じていないか検証が必要。
- セット割引を提供しているMNO3社について、寡占的市場における超過利潤を利用して、固定通信市場における他の競争事業者を排除していないかを「割引総額帰属テスト」及び「FTTHアクセスサービスの提供条件が不当競争を引き起こす具体例」に照らして確認したところ、提出のあったデータの範囲では、直ちに不当競争が生じているとまで判断できる状況にはなかったが、検証に必要なデータの提出が不十分な状況のため、更なる精査が必要。

今後の方向性

- セット割引等により不当競争が生じていると判断される状況にないかについてより精緻な検証を行うため、セット割引の適用状況や契約締結補助（キャッシュバックや代理店向けの販売奨励金等）の額等について、省令等の報告によりデータを取得。
- 今回の検証では、一のFTTH契約にモバイル契約のセット割引が何回線分適用されているかという点も考慮した検証は十分に行えなかったところ、モバイル市場の寡占的な状況等も踏まえ、これらの状況を踏まえた検証を実施。
- 各社の状況の変化を踏まえた継続的な検証や検証方法の見直しを実施していくとともに、検証対象や検証方法等について、ガイドライン等で一定の考え方を示すことなども含めて検討。