

第194回電気通信紛争処理委員会

1 日時

令和元年9月18日（水）10時30分から11時55分

2 場所

共用1101特別会議室（総務省11階）

3 出席者（敬称略）

(1) 委員

中山 隆夫（委員長）、荒川 薫（委員長代理）、小野 武美、平沢 郁子、
山本 和彦（以上5名）

(2) 特別委員

青柳 由香、大橋 弘、矢入 郁子、葭葉 裕子、若林 和子（以上5名）

(3) 総務省総合通信基盤局事業政策課

課長補佐 瀬戸口 丈博

(4) 事務局

事務局長 奈良 俊哉、参事官 和久屋 聡、紛争処理調査官 蒲生 孝
上席調査専門官 田中 一生、同 瀬島 千恵子、同 岩崎 未希子

4 議題

電気通信事業分野における市場検証（平成30年度）年次レポートについて

【公開】

5 審議内容

(1) 開会【公開】

【中山委員長】 それでは、定刻になりましたので、第194回電気通信紛争処理委員会を開催いたします。

本日は委員5名が出席されておりますので、定足数を満たしております。また、特別委員は、現在のところ4名のご出席をいただいております。

(2) 議題 1：電気通信事業分野における市場検証（平成30年度）年次レポートについて【公開】

【中山委員長】 それでは、議事に入ります。

本日は公開の議事になっております。

議題は、電気通信事業分野における市場検証、平成30年度年次レポートについてであります。総合通信基盤局電気通信事業部事業政策課、瀬戸口課長補佐から御説明をしていただきます。

瀬戸口課長補佐には、お忙しいところ、誠にありがとうございます。それでは、よろしく願い申し上げます。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 ありがとうございます。電気通信事業部事業政策課の瀬戸口と申します。本日は、御説明の機会をいただきましてありがとうございます。

当初御説明させていただく予定でありました担当企画官の佐伯が、急遽、都合がつかなくなりましたので、かわりに参上いたしました。よろしく願いいたします。

本日は、8月29日に公表させていただきました、電気通信事業分野における市場検証の平成30年度の年次レポートにつきまして、御説明をさせていただきます。

なお、本日の説明内容につきまして、特に分析の切り口については、多くの部分で前年までの手法を踏襲しているところが多くございますので、昨年度までの説明内容とオーバーラップする部分があるかと思っておりますけれども、御容赦いただければと思います。

1 ページ目を御覧ください。最初に市場検証の概要についてご説明させていただきます。1 ポツ目に記載させていただいておりますとおり、市場検証につきましては、市場動向の分析と、電気通信事業者の業務の適正性の確認という2つの大きな柱から構成されております。

このうち、市場動向の分析は、各電気通信事業者の契約数や、料金等に関するデータ、また、我々が毎年度実施している利用者アンケートによって把握される利用者の選好に関するデータ等を使って、市場の競争状況等について分析を行

うものでございます。

一方、電気通信事業者の業務の適正性の確認と申しますのは、例えば、固定系であればNTT東西、移動系であればMNO、いわゆる携帯3キャリアについて、自社のネットワークを適正な条件で他社に対して開放しているか。公正な競争に悪影響を及ぼすような取引を行っていないかという観点を中心に、これらの事業者やこれらの事業者の取引先事業者、あるいは競争事業者に対して書面調査、ヒアリング等を行うものでございます。

この市場動向の分析と電気通信事業者の業務の適正性の確認の結果を踏まえまして、最終的に検証結果を年次レポートとして取りまとめるというプロセスをとらせていただいております。

この市場検証の取組につきましては、平成28年度から平成30年度までの3カ年を1つの期間として実施してきておりましたところ、令和元年度以降も引き続き市場検証の取組を実施すべく、8月29日に新しい基本方針を公表させていただいております。

2ページ目、この市場検証の実施に当たりまして、客観的かつ専門的な見地から御指導いただくことを目的といたしまして、学識経験者で構成する電気通信市場検証会議を設置・開催させていただいております。平成28年度以降、大橋先生に座長をお願いさせていただいております。大橋座長のほか、経済学、経済法、又は情報通信分野の有識者の先生に、御参画をいただいております。

3ページ目以降が平成30年度の年次レポートの内容になり、3ページから30ページ目までは、移動系通信の市場の分析結果を記載させていただいております。

4ページでは、移動系通信の契約数の推移を記載させていただいております。

1ポツ目にございますとおり、本年3月末時点における移動系通信の契約数は、1億8,045万件となっております。前年同期と比較して4%の増、3年前と比較して10%強増加をしていることが確認できます。

2ポツ目には、事業者別の契約数の増加率を書かせていただいております。

3キャリアともおおむね、時期や事業者によってばらつきはあるのですが、増加傾向にあると言って良いかと思えます。

また、MVNOの契約数については、前年同期と比較して13.8%の増となっております。携帯3キャリアと比較して高い増加率を維持しているとも言えますけれども、ただ前年と比較した増減率の推移について表した折れ線グラフのとおり、増加率が鈍化していることが見られるところでございます。

5ページ目は、今申し上げた移動系通信の契約数を区分別に細分化して、その傾向を見たものでございます。

細分化の方法でございますが、まず移動系通信の契約数というのは、いわゆるMNOがエンドユーザー、最終利用者に直接提供する契約数と、もう一つは、MVNOがエンドユーザーに直接提供する契約数に分けることができます。このMVNOがエンドユーザーに直接提供している契約数というのは、MNOが他の事業者に出している卸契約数で見ることができます。したがって、この卸契約数というのが、MVNO契約数と等しいということになります。

さらにMNOの契約数を、通信モジュールとそれ以外に分けております。通信モジュールについては、基本的に多くは、IoT、M2M向けに提供される通信サービスでございまして、それ以外の契約数についてはスマートフォン向け、フィーチャーフォン向けサービスが中心になっているところでございます。

グラフで見比べていただくと、通信モジュールと、卸契約数、MVNO契約数については、いずれも全体数は相対的に少ないですが、高い増加率を維持しているところでございますが、MNOのスマホ・フィーチャーフォン向け契約については、既に頭打ちになっていることが御確認いただけるかと思えます。

6ページ目では、各社のシェアを記載させていただいております。NTTドコモが37.9%、KDDIグループが27.4%、ソフトバンクが23.1%、MVNOが11.6%となっております。先ほど、契約数のところでも少し言及させていただきましたが、MVNOのシェアは、每期、増加傾向は維持しているのですが、シェアベースで見ても、伸びがやや鈍化しているところでございます。

7ページはMVNOに特化して、契約数等について細かく見たものでございます。契約数が3万件以上あるMVNO事業者、本年3月末時点で70社からの報告に基づいて集計をしているものでございます。MVNOの契約数のうち、SIMカード型、こちらがいわゆるスマホ向けの契約数となりますが、その最新の契約数が1,294万件で、通信モジュールの契約数が577万件となっております。

ます。

続きまして、8ページ、1ポツ目では、MVNOのうちSIMカード型、いわゆるスマホ向けの上位のMVNOの事業者を記載させていただいております。楽天、インターネットイニシアティブ、NTTコミュニケーションズ、オプテージ、ビッグロブの順となっております。

2ポツ目が、通信モジュールの契約数の上位の事業者を、3社記載させていただいております。本田技研、セコム、トヨタコネクティッドが、通信モジュール全体の9割程度を占めているところでございます。

3ポツ目でございますが、今1ポツ目で少し御紹介させていただいた、MVNOのSIMカード型の契約数をMNOのサブブランド、ソフトバンクが提供するワイモバイルというブランドで提供されるものと、UQコミュニケーションズが提供されるUQモバイルをサブブランドとして呼ばせていただいているのですが、このMVNOのSIMカード型の契約数と、サブブランドの契約数の比較を書かせていただいております。ワイモバイルの契約数というのが、SIMカード型1位の楽天の3倍以上の契約数となっていて、MVNOと比べると圧倒的に今は契約数が多いのですが、経年で見てみますと、相対的なプレゼンスは年々小さくなってきている傾向が見られます。

一方でUQコミュニケーションズのシェアについては、最新のデータですと、I I Jを上回って、楽天より下回るという位置というのが現状の契約数なのですが、伸び率に関しては、楽天、I I J、オプテージといったSIMカード型のMVNO事業者と比べても、ずっと早いペースで契約数のシェアを伸ばしております。

9ページのスライドは卸売市場にフォーカスを当てて、契約数、シェアを見ているものでございます。MNOの卸契約数、2,094万件は、MVNO事業者がエンドユーザーに提供するMVNOサービスの契約数と一致するものでございます。

その次に書かせていただいている再卸契約数というのは、MNOから卸提供を受けたMVNOが、そこでエンドユーザーに直接提供するのではなくて、さらに別のMVNOに卸した契約数、卸契約数を指します。

2ポツ目でございますが、こちらは、MNOの3社に限ってMVNOに卸して

いる契約数の比較、シェアを算出しているものでございます。NTTドコモが48.2%ということございまして、エンドユーザー向けの小売市場と比較すると、NTTドコモがMNOの3社の中で、相対的なプレゼンスが大きいのかなというふうに考えております。

10ページは、MVNO事業者がエンドユーザーに提供した回線について、それぞれ提供に当たって、誰から卸提供を受けたかということをご報告いただいた上で、仕入元がMNO、ドコモ、ソフトバンク、KDDIのいずれかであるものについては、この下の図でいうところの濃い青色のところ、仕入元がMNOではない、つまりMVNOからの再卸という形で仕入れているものであれば、薄い青色にオンするような形で集計をさせていただいているものでございます。

3種類の図を並べさせていただいております。左から全体、真ん中がSIMカード型、右側が通信モジュールでございますが、この真ん中のSIMカード型のところでは、MVNOからの再卸の割合が半数弱を占めていることが、御確認いただけるかと思っております。こちらの格安スマホサービスに関しては、MNOからまとめて回線を仕入れた上で、MVNOに対して、回線とともにMVNOに係るコンサル的なサービスを行うという、MVNE、EというのはEnablerのEでございますが、と呼ばれるプレーヤーが存在していることに起因しているのではないかと考えております。

一方で通信モジュールにつきましては、MNOのほうから直接仕入れて、エンドユーザーに提供するというパターンが大部分を占めております。

続きまして、11ページ目からは、昨年度、利用者に行いましたアンケート結果の概要を記載させていただいております。11ページ目は、現在利用中の移動系通信サービスの継続利用年数の回答状況でございます。御覧のとおり、10年以上、同一の事業者のサービスを継続して利用しているという方が過半数を占めています。一方で2割強の方が、同じ事業者のサービスの利用年数が2年未満と回答しているところがございますから、比較的頻繁に事業者を変更される方と、長期間、同一の事業者のサービスを継続するという方に分かれているようにも見えます。

12ページは、移動系通信サービスを契約した際の契約場所について見たものでございます。MNO、サブブランド、MVNOの利用者ごとに回答状況に分

けて記載をさせていただいております。MNOの利用者及びサブブランドの利用者につきましては、携帯ショップや量販店等、対面による契約が中心になっているということが分かるかと思えます。

一方で、MVNOのほうを見てもみますと、インターネット等と回答されている方が大勢を占めておりまして、対面ではない形で契約をされているということが御確認いただけるかと思えます。

13ページは、現在利用中の移動系通信サービスを契約に当たって検討した際に、何社のサービスを検討の俎上に挙げましたかという質問を行った結果でございます。MNOの利用者は63.1%の方が実際に選択をした現在利用中の1社のみしか検討しなかったとされている一方で、MVNOの利用者に関しては、その割合が38.2%にとどまるなど、MVNO利用者においては、比較的多数の移動系通信事業者の中から、サービス選択を行っているということがうかがえる結果となりました。

14ページから3ページほど、現在利用中の移動系通信サービスの満足度に関する回答状況を記載させていただいております。14ページ目が総合的満足度、15ページ目が料金に関する満足度、16ページ目が通信速度・品質に関する満足度となっております。まず、14ページ目でございますが、総合的満足度について見ると、この満足度というのは、非常に満足又は満足と回答している方の割合で算出しているのですが、MVNO利用者においては、60%の方が満足しているとしている一方で、サブブランド利用者では43.9%、MNO利用者では30.6%となっているところでございます。

続いて15ページ、料金に関する満足度の部分に関しては、MVNO利用者が81.9%の方が満足していると回答している一方で、サブブランド利用者においては60%程度、MNO利用者においては19.1%となっております。サービス形態間で非常に差が大きいことが見てとれるかと思えます。

続いて16ページ目が、通信速度・品質に関する満足度でございますが、こちらはサブブランドの利用者の方が、一番満足度が高く48.9%だったのに対して、MNO利用者においては47.1%、MVNO利用者においては42.9%という結果になっておりまして、MVNOについて、通信速度が遅いという指摘がよくなされるところでございますが、満足度という指標で見ると、料金に関

する満足度ですとか、総合的満足度と比較すると、サービス形態間で大きな差が見られなかったところでございます。

17ページは、移動系通信サービスの不満な点があると回答された方に、どの点が不満かについて質問をしたものでございます。MNO利用者においては、月額料金が低いという方が最も多く、サブブランド利用者の方では、契約の期間拘束を挙げる方が多く、MVNO利用者においては、データ通信の速度が遅いとか、特定の時間につながりにくいといった通信品質の不満を挙げるのが、比較的多く見られたところでございます。

続きまして18ページ目は、仮に現時点において、どの移動系通信サービスも利用しておらず、かつ、端末を保有していないという仮想的な状況において、新たに、どの移動系通信事業者のサービスを利用したいかということについて質問をした結果を記載させていただいております。その結果、今、現に使っている移動系通信事業者と同一の移動系通信事業者のサービスを選択された方が、52%いらっしゃいました。逆に言えば、もし何のしがらみもなければ、半数弱の方が他の事業者のサービスを利用したいというふうに考えているということになるかと思えます。他の事業者にスイッチしたいと回答された利用者の希望の移行先を見ますと、楽天モバイルを挙げていらっしゃる方が多く見られたところでございます。このアンケート自体は、本年の2月下旬から3月上旬にかけて行ったものでございますが、この時点において、MNOとしての新規参入に対して強い期待が持たれているということがうかがえる結果となりました。

19ページは、MVNOの認知度について記載しています。ここではMVNOを現に使っている方と、MVNOについて知っていますかという質問に対して、よく知っているという回答された方の割合の合計をもって認知度とさせていただきますが、最新の結果では45.6%、前年と比較すると少し上昇しているところがございます。

20ページは、MVNOを利用されている方に対して、その選択理由を尋ねた結果について記載しております。ある意味、当然な結果なのかもしれませんが、料金面でのメリットを挙げる方が圧倒的に多いという結果になりました。

21ページは、MVNOサービスを利用されていない方に対して、MVNOサービスを利用していない理由について尋ねた結果について記載しております。

こちらについては比較的、回答が分散しているところがございますが、通信品質に不安がある、事業者の変更が面倒、現在のサービスに満足しているといったような回答が多く見られたところがございます。

22ページから30ページ目まで、移動系の端末に関する質問の回答結果をまとめさせていただいております。現在使っている端末の調達方法に関しては、契約している移動系通信業者から新品の形で購入されたという方が4分の3程度を占めております。MVNO利用者に限ると、半分ぐらいの方が、契約している移動系通信事業者から新品を購入されたと回答されております。

中古端末を利用していると回答された方の割合は、現状は2.8%にとどまっております。MVNO利用者に限ると7.2%という数字になっているところがございますが、今後端末を交換する際に中古端末を購入すると考えていると回答された方は、4.4%となっているところがございます。

23ページ目では、移動系通信端末の買い換え頻度について記載しています。3年以上とされている方が6割以上、5年以上とされている方が3分の1以上を占めているということが御確認いただけると思います。

24ページ目は、端末の購入方法や代金の支払状況についての質問の回答結果でございます。MNO利用者やサブブランド利用者においては、3分の2程度の方が購入の際に、支払終了した方も含めた形でございますが、通信事業者との間で割賦契約を締結したと回答されている一方で、MVNO利用者においては、7割以上の方が一括払いで購入されたと回答しています。

25ページ目は、総務省が直接、事業者から報告を頂いているデータですが、SIMロックの解除の件数の推移でございます。これは四半期ごとの実績を棒グラフであらわしています。時期によって少し減っている期もありますが、中長期的に見れば、おおむね増加傾向にあると断言できているところがございます。

26ページ目は、説明を割愛させていただきますが、SIMフリーの端末、SIMロック解除対応の端末の発売状況や、利用者アンケートにおけるSIMロックの今後の利用意向についての回答結果を記載させていただいております。

27ページ目では、利用者アンケートにおいて、中古端末を利用したことがあると回答された方と、今後、利用したいと回答された方の割合が、合計で

28.6%となっております、前年と比較しても多い結果となっているという結果を記載しているところでございます。

28ページ目をお願いいたします。中古端末を利用したいと考えている方に、なぜ中古端末を利用したいと考えるのかという質問をさせていただいたところ、ある意味、当然ではございますが、理由として安さを挙げる方が断トツで多く、逆に利用したくないと回答されている方に対して、その理由を尋ねたところ、バッテリーの持ちが悪そう、きちんと動作をするかが分からない、故障時の補償がなさそうといったような、機能面の不安を挙げる方が多く見られたところでございます。

続いて29ページ目は、中古端末の供給者の側に立った質問ということになるのだと思いますが、以前利用されていた移動系通信端末の処分方法についての回答状況を記載させていただいているところでございます。1期前に利用していた移動系端末を有償で売却したという方の割合が、26.2%となっているところでございます。

最後、30ページでは、有償で売却をしなかった理由について尋ねたもので、端末が古い又は壊れている等の理由で、経済的な価値がないと考えたためと回答された方が最も多く、続いて、何となく所持している、個人情報保存されていて不安という理由を挙げている方が多く見られたところでございます。

以上が移動系通信市場における分析結果の概要でございまして、続いて31ページ目からが、固定系通信市場の分析結果になります。

32ページ、1ポツ目に書かせていただいているとおり、F T T H、C A T V及びD S Lの契約数を足し上げた固定系ブロードバンドの本年3月末時点での契約数が4,025万件となっております。このうち、8割弱の3,166万件がF T T Hの契約数となっております。固定ブロードバンド全体、F T T Hともに増加傾向にございますが、伸びについては年々鈍化傾向となっているところでございます。シェアについては、F T T Hのところ、改めて説明させていただきます。

33ページ目は、固定系超高速ブロードバンド、これは固定ブロードバンドのうち、F T T Hと下りの通信速度が30Mbps以上のC A T Vを取り出したものでございます。詳細については割愛させていただきます。

34ページ目をお願いいたします。こちらのページでは、F T T Hの小売市場の事業者別シェアを記載させていただいているところがございます。左下の図が、全国で見たときの事業者別シェアをあらわしたものでございまして、直近の本年3月末時点を御覧いただきますと、N T T東西の小売シェアが2者合計で26.5%となっております。これは、N T T東日本の13.9%という数字と、N T T西日本の12.6%という数字を足したものでございまして、この3年間でシェアを半分近く落としているという形になっているところがございます。

一方で、N T T東日本（卸）及びN T T西日本（卸）のシェアが、年々増加していることが確認いただけるかと思えます。こちらはN T T東日本ないしN T T西日本が、他の電気通信事業者にF T T Hの卸売をした上で、その卸先事業者がF T T Hの小売を行っているもので、光コラボレーションモデルですとか、光コラボなどと呼ばれているビジネスモデルに係る小売シェアになります。N T T東西の純粋な小売シェアに、この光コラボのシェアを足すと66.6%、3分の2ということになりまして、設備ベースで見ると、依然としてN T T東西の影響力が大きいということが言えるかと思えます。

この光コラボレーションによるF T T Hの小売によってシェアを伸ばしている事業者が、携帯キャリアであるN T Tドコモとソフトバンクでございまして、この図の中には出てきておりませんが、両者の小売シェアを合計すると29.0%となっております。

続いて、右側の図が地域ブロック別で見たときの事業者別シェアになります。光コラボも含めた設備ベースでのN T T東西のシェアが、どの地域でも高く半数以上を占めていることは、図を見ていただければ御確認いただけると思えますが、地域ごとにばらつきがございまして、特に近畿ブロックでは、4割以上がN T T東西以外の設備を用いてF T T Hが提供されているということが御確認いただけるかと思えます。

続きまして、35ページ目は、提供形態別の契約数を書かせていただいております。自己設置型、接続型、卸電気通信役務型、この3つに分けさせていただいております。自己設置型というのは、サービス提供者と設備保有者が一致している形態であり、N T T東西が小売まで提供しているというのが代表的な例でございまして、接続型と申しますのは、他の電気通信事業者の加入光ファイバー

について、接続料を支払う形で利用して、F T T Hサービスを提供するものがございます。卸電気通信役務型というのが、光コラボレーションモデルが典型例でございますが、他の電気通信事業者からF T T Hの卸電気通信役務を受けて、利用者に提供しているものがございます。全体的な傾向としては、自己設置の件数が減少し、卸電気通信役務型が増加しており、昨年度の第1四半期で、この自己設置と卸電気通信役務が逆転しております。一番大きな理由は、光コラボレーションモデルの進展だと考えているところでございます。

36 ページ目は、F T T H市場の卸電気通信役務の分野に絞って契約数を改めて記載させていただいたところでございまして、先ほどF T T Hの契約数が全部で3,166万件あると申し上げましたが、そのうち卸電気通信役務型の契約数が1,555万件、割合にして49.1%となっております。また、N T T東西の光コラボレーション、サービス卸の卸契約数の割合は40.1%になっているところでございます。

37 ページ目は、その卸電気通信役務の提供者について、事業者ごとの割合を見たものでございまして、当然のことながらN T T東西が圧倒的なシェアを占めておりまして、東西を合わせて8割強となっているところです。地域ブロック別で見ても、基本的に沖縄以外では7割超、沖縄でも半数以上が、N T T東西が卸をしているという形になっているところでございます。

38 ページ目は、N T T東西のサービス卸の卸契約数シェアを卸先事業者の属性や形態ごとに示しています。N T T東西全体で1,269万件卸しておりますが、このうち、過半数の52.1%をドコモやN T Tコミュニケーションズ等といったN T Tグループが占めております。右側の円グラフは、事業者形態別で見たものであり、1,269万件のうちの72.2%がMNO、具体的には、ドコモとソフトバンクが占めているということになります。

39 ページ目からは、固定系通信に関する利用者アンケート結果を幾つか紹介させていただきたいと思っております。最初は、継続利用年数でございまして、移動系と同様、10年以上同一の事業者を利用している方が多い結果となっているところでございます。

40 ページ目は、F T T Hの契約場所について尋ねたものでございます。MNO系の光コラボというものはソフトバンク光及びドコモ光を指しますが、これ

らの利用者においては、59.2%が携帯ショップ、つまり対面で契約をしています。一方でその他の形態を見ていただくと、インターネット等で契約をされたという方が多いという結果となっているところでございます。

41ページ目は、固定ブロードバンドサービスの比較検討状況ということで、こちらは現在利用している固定ブロードバンドサービスを選択するに当たって、何社のサービスを検討の俎上に挙げましたかという御質問をしたところ、現在利用中の1社のみしか検討しなかったという方が最も多く、移動系と比較しても狭い選択肢の中から事業者選択を行っていることがうかがわれるところでございます。特にドコモ光ですとかソフトバンク光を利用されている方に限って見ると、8割以上の方が現在利用中の1社のみしか検討しなかったと回答されているところでございます。

42ページ目は、サービス選択に当たって、自分で能動的にインターネットや広告・チラシ等の情報を収集した上で事業者に接触をしたのか、そうではなくて、事業者のほうから勧誘を受けて、話を聞いているうちに契約しようかなというふうに考えたのかのどちらに該当しますかという質問をさせていただいたのですが、固定ブロードバンド全体で見ると、6割弱、55.7%の方が自分から能動的に事業者に接触したと回答されている一方で、ドコモ光、ソフトバンク光に限って見ると、6割ぐらいの方が事業者から勧誘を受けてサービスを選択されたと回答されているところでございます。

43ページ目から3ページにわたって、満足度について書かせていただいております。まず43ページ目が総合的満足度でございますが、現在利用中のF T T Hの総合的満足度について、光コラボ以外のF T T Hの利用者については、非常に満足、または満足と回答している方が計34.2%いらっしゃるのに対して、MNO系以外の光コラボ、つまりソフトバンク光、ドコモ光以外の光コラボレーションモデルを利用されている方に関しては32.9%で、ドコモ光、ソフトバンク光の方に限って見ると、25.1%の方が満足していると回答しているところでございます。

44ページ目は、料金に関する満足度でございますが、こちらも僅差でございますが一番満足度が高かったのは、光コラボ以外のF T T H利用者で26.2%となっているのに対して、MNO系以外の光コラボ利用者では、24.4%、M

NO系の光コラボ利用者においては18.1%という結果になっているところ
でございます。

続きまして45ページ目は、通信速度・品質に関する満足度でございます。こ
ちらも僅差といえば僅差なのですが、光コラボ以外のF T T H利用者では、満足
していると回答された方の割合が42.9%であるのに対して、MNO系以外の
光コラボ利用者では39.9%、MNO系光コラボ利用者においては38.2%
にとどまっております。総合的満足度、料金、通信速度・品質、いずれの満足
度について見ても、光コラボ以外の方の満足度が一番高く、次いでMNO系以外
の光コラボ利用者、一番満足度が低かったのが、MNO系の光コラボ利用者とい
うことで、シェアが拡大している割に満足度がほかの類型と比べて低いという
結果になっているところでございます。

続きまして46ページ目は、移動系通信サービスとの関係ということで、移動
系通信事業者が出されているサービスには、大容量プランがあつて、例えば、大
容量プランとテザリングを組み合わせれば、自宅でのネット利用に関しても移
動系通信のサービスを使えばよく、固定系通信サービスはもう利用しなくてい
いという方が、若い方を中心に増えているという話もあり、固定系と移動系の垣
根が低くなっているのではないかという指摘があります。そこで、固定系のブロー
ドバンドを現に今利用している方に対して、今、自分が使っている固定ブロー
ドバンドサービスの値段が値上がりするものの、ほかの固定ブロードバンドサ
ービスには移行することができない場合を仮定した場合、何割値上げをされた
ら、固定ブロードバンドサービスを解約し移動系通信に集約をしますかという
質問を行ったところでございます。結果として10%の値上げでは、固定ブロー
ドバンドを解約すると回答された方は13.8%にとどまりました。一方で、
10%を超えたあたりから解約者の割合が大きく増加する傾向にございまして、
仮に25%の値上げをした場合には、58%の方が、固定ブロードバンドサービ
スを解約すると回答しているところでございます。

以上から、移動系と固定系は、商品・サービスとしては、多くの利用者の方は
別々のサービスとして認識されているというふうと考えられる結果となったの
ですが、一方で、移動系通信の存在が、固定ブロードバンドサービスに対して一
定の競争圧力を与えているとも考えられるところでございます。

続きまして47ページ目については、移動系通信を利用して、固定ブロードバンドサービスを利用していない方、要は、移動系通信に集約している方に固定ブロードバンドサービスを契約していない理由を尋ねた結果を示しており、固定のインターネットの値段が高いという方が最も多い結果になっております。

一方で、固定ブロードバンドサービスの利用者に対して移動系通信に集約しない理由を尋ねたところ、パソコンを保有しているという方が多く、次いで固定インターネット回線のほうが、速度が安定しているといったような回答をされる方が多く見受けられるところでございます。

以上、ここまでが市場の分析結果でございます。

続きまして、移動系通信における禁止行為規制の緩和の影響についてですが、こちらは、昨年度に特有のものでございます。平成27年に電気通信事業法の改正が行われたところでございまして、平成27年改正前の段階では、NTTドコモは、全ての電気通信事業者を対等に取り扱わなければならないというルールだったのですが、平成27年度の改正でそこを一部緩和いたしまして、自分のグループ内の事業者を優遇してはいけないけれども、グループ外の事業者であれば優遇をする、要はその事業者との間で特別な取決めをすることに関しては問題ないという改正をいたしまして、その改正をした結果、NTTドコモにおいて、どのような新しいサービスが生まれたかについて説明を受けたり、競争事業者へのヒアリングを通じて競争上の弊害の有無について検証を行ったり、総務省で把握しているシェア等の数字を見て、何か大きな変化があったかという点について検証したのですが、現時点においては、具体的に大きい弊害が出ていないという結果になっておりますので、御説明は、この程度とさせていただきたいと考えております。

53ページ目以降、電気通信事業者の業務の適正性等の確認に関しては、結論から申し上げますと、確認の結果、行政指導が必要だと考えられるような問題のある事例が確認されなかったということもございまして、ここでは非常に簡単に、どういう確認を行ったかということについて、53ページ目を使って御説明をさせていただきたいと思っております。

業務の適正性の確認に関しては3種類ございまして、一つ目が、固定系、NTT東西の業務の適正性の確認です。こちらは、NTT東西が卸先事業者に対して、

適正な基準で卸提供を行っているか、例えば、他の事業者に卸している値段よりも、自分で直接小売している値段のほうが、安いといった状況になっていないか、また、消費者保護の観点から、適切な措置をとっているかという点について確認をさせていただきました。

あわせて平成30年度においてはF T T Hサービス、特に光コラボレーションモデルでは、F T T Hのサービスを単独で提供するということはどちらかというところと少なく、ほかのサービスとの抱き合わせ、特にドコモ、ソフトバンクであれば、携帯のサービスとの抱き合わせでサービスを提供しているわけでございまして、そうすると、バンドルディスカウントみたいなことをやるわけでございますが、そういう提供状況の実態ですとか、乗り換えの際のキャッシュバック等の利用者誘引の実態等についての調査ですとか、利用者への乗換えの意識についての調査を行わせていただいたところでございます。

二つ目が、移動系通信の業務の適正性の確認です。こちらも基本的に考え方は固定系と同じでございまして、MNO 3社において、サービスの提供状況やグループ内取引に関して、不当な差別的取扱いがないかについて確認を行ったところでございます。こちらについては、電気通信市場検証の取組とは別に、モバイル市場における競争環境に関する研究会のほうで、こういう不当な取扱いが行われていないかを、今後また見ていくということで、今年度の市場検証のところでは、あまり踏み込まずという形になっているところでございます。

最後、三つ目でございますが、移動系通信の禁止行為規制に関する業務の状況の確認です。NTTドコモが、グループ内の事業者を優遇していないかということについて、ドコモですとか、競争事業者にヒアリング等を行って、現時点では問題のある行為というのは見つけられなかったと結論づけているところでございます。

60ページ目以降が検証結果ということで、最初60ページ目でございますが、スマホ、フィーチャーフォン向けサービスの契約数に関しては、既に頭打ち状態にあり、MVNO契約数については、増加率ベースで見ても増加傾向に陰りが見られるとしております。

61ページ目ではMNO間の競争状況について、検証結果を記載させていただいております。こちらは、先ほどは触れなかったもので、少しだけ説明をさせて

いただきますと、通信モジュールに限って見れば、MNO 3社間でシェアの変動が比較的多く見られるのですが、一方でスマホ向け、フィーチャーフォン向けのシェアに関しては、3年間ほとんど変動がないということを指摘させていただいております。

シェアの変動が小さいこと自体が、MNO 3社間の競争が十分でないことを直ちに示すわけではございませんが、MNO利用者に関しては、3分の2以上の方が10年以上同一の事業者を使っていることを踏まえると、利用者の多くは、今、自分が使っている事業者以外のサービスの料金プランの変更等について、あんまり魅力的でないと捉えているか、ほかの事業者の動きにほとんど関心を払っていないという状況、若しくは関心を払っていて動きたいと考えたとしても各種スイッチングコストの存在によって、移動がなかなかできない状況にあるのではないかというような問題意識を書かせていただいているところでございます。

62ページ目はSIMカード型のMVNO事業者間の競争にフォーカスした評価を書かせていただいております。MVNOのシェアは伸びてはいるのですが、伸び率に陰りが見られます。一方で、先ほど申し上げましたが、UQモバイルのシェアというのは、非常に大きく伸びておりまして、この点についてUQモバイルが同じグループのKDDIから不当な優遇を受けているのではないかという指摘もあることを踏まえ、引き続き注視をする必要があるということを書かせていただいております。

63ページ目が、MNO、MVNO間の競争に関する記載でございます。MVNOのシェアは伸びているということで、競争が一定程度進展しているのではないかと考えられると書かせていただきつつ、MVNO利用者の総合的満足度というのは、MNO利用者の満足度を上回っているにもかかわらず、MVNOの契約数の増加に陰りが見られる、つまり、これはMNOからMVNOへの利用者の移動があまり進んでいないということであり、その背景には、MNO利用者とMVNO利用者の間には、移動系通信サービスの選択の視点に違いがあるのではないかということを書かせていただいております。続いて、アンケート結果を踏まえまして、MNOサービスとMVNOサービスというのは、同じ携帯電話サービスとはいっても、代替性の程度というのが利用者によって異なり、あら

ゆるタイプの利用者が、MNOとMVNO間の競争による利益を享受できる状況にあるとまでは言えないのではないかと、記載させていただいております。

64ページ目については、端末に関する記載でございます。こちらに関しては、中古端末の利用意向、SIMロック解除の件数が増加していること、また、今回の法改正により、通信と端末の分離に係る制度整備がなされたことから、利用者が通信サービスを料金・品質で選択するという環境が整ってきているのではないかと、記載させていただいております。

65ページ目は、今後の課題について記載をさせていただいております。1ポツ目で、楽天モバイルが今後、新規参入することが見込まれていて、競争に良い影響があるのではないかと、期待を書きつつ、スマホ・フィーチャーフォン向けに関しては、新規需要を大きく喚起することは困難ではないかと、記載させていただいております。続いて2ポツ目でございます。この分野の競争というのは、既存の顧客の奪い合いというのが競争の中心となると考えているところでございますが、全ての利用者がMNOの新規参入による競争の利益を享受するためには、利用者があらゆる事業者の通信サービスの中から、自らに合ったものを選択できるというような環境を整える必要があり、具体的には、スイッチングコストの低減に向けた取組を実施する必要があるのではないかと、記載させていただいております。続いて3ポツ目において、既存の事業者においては、様々な方法で既存の利用者を囲い込むインセンティブがあると考えられることから、引き続き市場環境を注視する必要があると、記載させていただいております。4ポツ目、少し毛色は違いますが、移動系通信においては、通信モジュールとそれ以外で市場の成熟度に大きな違いが見られるので、今後は、それぞれを分けて分析をする必要があるのではないかと、記載させていただいております。

66ページ目からの3ページは、固定系通信市場に関する検証結果でございます。66ページ目に関しては、先ほど申し上げたことと同じですので、割愛をさせていただきます。

67ページ目でございます。MNO系光コラボ、ドコモ光、ソフトバンク光のシェアが非常に伸びている一方で、満足度はついてきていない、ほかの類型と比べて低いという結果を踏まえ、MNO系光コラボ利用者の特徴、例えば、先ほど

申し上げたとおり、携帯ショップで契約をされる方が多いといったような状況に鑑みると、太字の一番上の部分でございますが、MNO系の光コラボ利用者の方というのは、ドコモないしはソフトバンクの携帯電話を利用するために携帯ショップに行ったところ、そこで勧誘されて契約をするというパターンが結構多いのではないかと考えているところでございます。勧誘方法ですとか、セット販売の対応について、公正な競争を阻害するものとなっていないかを注視する必要があると記載させていただいているとことでございます。

最後、68ページ目でございます。今後の課題としては、設備ベースで見れば、NTT東西、先ほど3分の2程度のシェアを占めていると申し上げましたが、存在感が非常に大きいという状況でございます。引き続き状況を注視する必要があると記載しております。

また、本年7月から、我々は事業者変更と呼ばせていただいておりますが、光コラボレーションモデルの利用者が、卸先事業者の変更を行う際に追加工事が不要になるということになりまして、結果としてスイッチングコストが低下することになりました。そのこと自体は悪いことではないのですが、その結果、光コラボレーションモデル以外の事業者も含めて、固定ブロードバンドサービス市場における競争状況に大きな変化が生じる可能性があることから、引き続き市場における状況において注視をするというふうにとめてさせていただいております。

御説明は以上となります。どうもありがとうございました。

【中山委員長】 御説明ありがとうございました。

なお、御説明の途中にもありましたけれども、当委員会の大橋特別委員がこの検証会議の座長をしておられますので、大橋先生のほうから、補足やコメントがございましたらお願い申し上げます。

【大橋特別委員】 ありがとうございます。ほんとうに丁寧に御説明をされたと思います。基本的に市場動向の分析検証と、あとは業務の適正性ということで、瀬戸口補佐が多分一番力を、時間を費やしたところに説明が厚くなったのかなという感じを持っているわけですが。

基本的には現状、足元では大きく行政が何かをしなければならないという問題は見られなかったという結論です。ただ、今、モバイルを中心にして施策がい

ろいろ打たれていて、そうしたものは、多分後で検証されなければいけないんだと思うんですけど、そうしたものを今後どうしていくのか。

あるいは、多分、競争も激しくなってくると、やはり公正・公平な競争環境の整備というのが重要なので、そういうところも、この市場検証がやっていくのかどうか。いろんな意味で、今後、考えていかなきゃいけないところも多いのかなと思ってしまして、そういう意味で、いろいろ御意見を頂戴できるといいのかなと思っております。

以上でございます。

【中山委員長】 ありがとうございます。

それでは、瀬戸口補佐、それから今の大橋特別委員のコメント等について、御質問等がございましたら、お願い申し上げます。どうぞ。

【矢入特別委員】 すみません。大変おもしろい内容で、11ページのところからユーザーのアンケートをされていると思いますが、こちらのユーザーの年齢とか職業とか、そういうのも同時にとっていらっしゃって分析したみたいなデータはおありになるのでしょうか。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 おおむね人口構成に合うように割り付けを行っております。ただ、年齢に関しては、やや20代の方が少なく、30代以上の方が結構多い構成となっており、ここでは紹介していないのですが、LINE等のソフトフォンの利用率について、他の民間調査においては、8割・9割といった数字が出ている一方、本調査においては5割程度という結果となっているなどの違いが生じておりまして、年齢層のとり方については来年度以降の課題と思っております。

【矢入特別委員】 MNOの各3社とかで、そういう年齢の構成が変わっていたり、また、MVNOも、法人利用に集中しているとか、何かそういう動向が見られると、今後の参考になるのかなと。

今朝、ドコモショップの前を通ったんですけど、開店前から高齢者の行列ができていて、ほかのキャリアとか、UQや楽天のお店ではそういうのは全く見たことがなくて、このアンケートを見て、年齢とのクロスというのも市場動向の調査で非常に大事で、特に高齢者のひとり暮らしの方って、ドコモがすごく多いという話も聞いております。それはなぜかといったら、災害時に、基地局を落とさな

のように電源車が出たり、あとは充電の機器とかも、まず最初に対応して下さったりとかそういうのが大きいのかなと。

そういう意味では、MVNOは、私も使っていて、月10ギガバイトとか。それは全然使い切れないのですが、2ギガバイトぐらいで、すごく安くてリーズナブルで使っていますが、そうじゃないところですごく勝負されているという。それも何か市場動向の調査、それから今後の日本に定着するサービスとか、そういった観点から大事なのかなと。すごくいいアンケートではないかと思いました。ありがとうございます。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 手元に御指摘のような観点からクロス分析を行った結果はないのですが、生データがありますので、確認してみたいと思います。ありがとうございます。

【中山委員長】 一つの大事な視点だと思いますので、よろしくお願ひしたいと思います。

ほかには、いかがでしょうか。どうぞ。

【荒川委員長代理】 すみません。では、2点ほどで。

1つは移動体のほうで、ちょっと資料が多くてどこに書いてあったか忘れてましたが、MVNOの速度とつながりやすさの満足度は、MNOと比べてそんなに大差ないというアンケート結果と、だけど、何かMVNOはつながりにくいというアンケート結果があったと思いますが、それはどういう関係にあるのでしょうか。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 おそらくは、MVNOを利用される方というのが、ある程度、速度が遅いということは何となく理解した上で、それでも料金が安いのに惹かれて契約していて、少し通信速度が遅くてもまあこんなものだろうと思って、満足度には大きく影響しないという結果になっているという面もあるのかなと思っています。つまり、通信速度に対するニーズが比較的低い方が、MVNOに行っているという関係になるのかもしれないなと考えています。一方で、何か改善すべき点を挙げるとなると、やはり速度は速ければ速いほうが良いと考えていて、結果としてこのようなアンケート結果になっているのかなと考えているところでございます。

【荒川委員長代理】 分かりました。すみません、あと1点が、FTTHのほ

うで、たしかスマホと抱き合わせでないのは、店頭での申込みよりネットでの申込みが多いとかいうのがありまして、私はこれを実際に経験したのですが、うちの別宅のほうにF T T Hを入れようと思って電機量販店に行ったら、うちはスマホとのセットでは受け付けるけれど、F T T Hだけでは受け付けませんって言われました。ですから、もうお店がそうなっていて、店頭でF T T Hだけを家に引こうと思っても申し込めない。世の中のシステムがそうなっているから、スマホと抱き合せにしないF T T Hの契約はネットでの申込みが多いという傾向が出たのではないかと思います。

店頭では、ドコモ、スマートフォンとセットだと申し込めますが、フレッツ光だけでは申し込めませんと言われました。お店が、もうF T T Hだけの申込みを受け付けていない、そういうところが結構ありました。

ただ、どうしたらいいかといってネットで調べたら、インターネットからだて申し込めたので。結局、インターネットで、フレッツ光を申し込みましたが、何か販売システムがそうなっているのではないのでしょうか。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 おそらく御指摘のような側面はあるかと思えます。ただ、セットだったら店頭で契約を受け付けるけれども、F T T Hだけだとネットでしか受け付けられないという例があることは、存じ上げませんでした

【荒川委員長代理】 そうですか。私も最近それに気がついたので、ちょっと一応、情報提供をさせていただきます。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 ありがとうございます。各社のページを見えます。

【荒川委員長代理】 ありがとうございます。

【中山委員長】 そのほか、いかがでしょうか。はい、どうぞ。

【青柳特別委員】 御説明ありがとうございました。今回、中古端末の流通について、消費者の認知度から調査していただいたということで大変勉強になりましたが、今回、これが入っている理由、調査をされた理由を教えてください。

もう一つ、もしできれば、なのですが法的な根拠について教えてください。電気通信のほうは、法制度の裏づけがあるというのは確認できるかなと思ったのですが、中古端末に関する総務省の権限について、ちょっと教えていただければ。些末なところですが。携帯料金であるとか、そういったものと密接だということ

なのかなとは推察はしたのですけれども、果たしてその理解でいいのかとか、そういうことです。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 御指摘いただいたとおりに考えておりました、移動系端末それ自体を単体で見れば、総務省が所管する電気通信事業分野からは離れるのだと思っています。ただ、少なくとも現状において、今後、改正法が10月1日に施行されればまた状況は変わってくるのかもしれませんが、特にMNOにおいて、端末と通信がセットで提供されている状況で、通信分野における競争を見る上で、端末の存在を切り離して考えることができないという現状がございます。中古端末が流行することそれ自体を目的としているわけではないのですが、通信分野における競争を促進する観点からは、通信と端末が切り離されて提供されるのが望ましいという考えが前提にある中で、その一つの形として中古端末の流通というのがあるのかなと考えているところです。

【青柳特別委員】 ありがとうございます。

【中山委員長】 SIMフリーの延長線上で、そういう問題が出てくるということなんでしょね。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 そうですね。やはり、通信会社・通信サービスの選択において、各通信事業者がどのような端末を取り扱っているか、端末を値引きしてくれるかところばかりに引きずられるという形は避ける必要があるなというふうに考えているところでございます。

【中山委員長】 ほかに、いかがですか。よろしゅうございますか。

今回の検証結果というのは、現況の調査・分析・検証ということになっているわけですが、ちょっとそういう意味ではずれるのですが、今度は5Gに移行してきたときに、こういった通信市場についてどんな影響が出てくるかということは、議論されているのでしょうか。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 5Gサービスは、提供が来年からということで、市場検証は、基本的には過去のデータを用いて分析をしていることから、現状5Gに関する分析は行っていないところでございますが、5Gサービスが開始された後には、我々の分析においても留意すべき点があるのかなと考えております。

先ほど移動系通信と固定系通信の垣根が、少しずつ低くなりつつあると申し

上げましたが、5Gが普及して、現状よりもさらに高速大容量の通信が使われだすと、ますます固定との垣根というのが、少なくともサービスレベルでは低くなっていくのかなというのが一つ。あともう一つが、携帯電話回線を使った通信の中心が、いわゆるハンドセット型の通信からIoT向けの通信に移っていくということになるかと思っていて、そちらの分析をしっかりとやっていく必要があるというようなことは考えているところでございます。

【中山委員長】 ほかにはいかがでしょうか。よろしゅうございますか。よろしゅうございますか。はい。

それでは、他に特段御質問がなければ質疑を終えたいと思います。

瀬戸口課長補佐におかれましては、座長の前での御説明でやりにくい面もあったかと思えますけれども、お忙しい中誠にありがとうございました。

【瀬戸口事業政策課課長補佐】 どうもありがとうございました。

【中山委員長】 以上で議題は終了となりますので、傍聴者の方々は恐縮ですが、御退室をお願いいたします。

瀬戸口課長補佐にも御退室いただいて結構です。

(傍聴者退室)

(瀬戸口事業政策課課長補佐退室)

(3) 閉会【非公開】

以上