



検討の方向性(案)について (その他のモバイルに関する事項)

令和2年7月21日
事 務 局

1. 端末購入サポートプログラム	・・・ 2
2. スイッチングコスト	・・・ 17
① 端末補償サービス	
② 他のサービス等とのセット販売による割引	
③ 事業者の乗換え時の手数料	
3. その他	・・・ 30
① 頭金	
② わかりやすい料金プラン	
③ SIMに関する諸課題	
4. 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組	・・・ 54

1. 端末購入サポートプログラム

➤ 電気通信事業法第27条の3は、端末の購入及び回線契約を条件とする場合の利益の提供を規律の対象としており、回線契約を条件としない場合における利益の提供は規律の対象としていない。ただし、単に回線契約者と非回線契約者の両者に対して端末を販売することのみならず、両者に対する利益の提供に係る条件等に差異がない状態でなければ、「回線契約を条件としていない」とは言えない。

➤ ソフトバンクでは2019年9月から、KDDIでは同年10月※から、回線契約を条件とせずに、自社が販売する端末について一定の条件を満たすと割賦残債分の支払免除を行う端末購入サポートプログラムを提供している。これらのプログラムについて、「モバイル市場の競争環境に関する研究会」(以下「モバイル研究会」という。)において、プログラムの名称が利益の提供額について利用者の誤解を招く可能性があるものとなっていたこと、購入後100日間はSIMロック解除ができないため非回線契約者は購入した端末を他社回線で使用不可となっていたこと、利益の提供を受けるための端末の買い換え条件やプログラム利用料の支払条件が設定されていること等の課題が指摘された。

※ KDDIの当該プログラムは、2019年10月に1ヶ月間のみ提供。

➤ これを踏まえ、総務省は、次の対応を行った。

① KDDI及びソフトバンクに対する要請(2019年10月1日)

- プログラムの広告等の必要な見直しを行うこと
- 非回線契約者が購入端末を即時に使用できるようSIMロックに関する改善策を速やかに実施すること
- その他プログラムの収支に関する報告等を行うこと 等

② 「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」(以下「SIMロック解除ガイドライン」という。)の改正(2019年11月22日)

- 購入時のSIMロック解除端末の引渡し及び購入後100日以内のSIMロック即時解除(信用確認措置実施後)の義務化並びにSIMロック解除手数料の原則無料化(非回線契約者については2019年11月22日から、回線契約者については2020年4月6日から適用)
- オンラインでの中古端末SIMロック解除の義務化(2020年10月1日から適用)

➤ 総務省からの要請を受け、KDDI及びソフトバンクは、順次、不適切なプログラムの名称の見直し、非回線契約者に対するSIMロックの即時解除等の実施、プログラム利用料の撤廃等を行った。また、SIMロックを設定した端末を販売している事業者各社では、SIMロック解除ガイドラインに基づく購入時のSIMロック即時解除等の取組を実施し、一部のMVNOでは、SIMロックの設定自体を中止している。

- その後、KDDIが改めて2020年2月から、NTTドコモが同年3月から、それぞれ回線契約を条件としない端末購入サポートプログラムの提供を開始し、現在、MNO3社が回線契約を条件としない端末購入サポートプログラムを提供するに至っている。これらの各社が提供する端末購入サポートプログラムについて、本WGの第2回会合において、非回線契約者も対象となっていることが広告等において不明確であることや、回線契約者と非回線契約者との間に条件等の差異があることが課題として指摘された。
- これを踏まえ、総務省では、NTTドコモ、KDDI及びソフトバンクに対し端末購入サポートプログラムに係る要請を実施した(2020年5月29日)
 - プログラムの広告等の必要な見直しを行うこと
 - SIMロック解除ガイドラインを遵守・徹底すること
 - 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及び販路ごとの販売実績(回線契約者と非回線契約者の別)に関する報告等を行うこと 等

改正電気通信事業法
公布
2019/5/17

改正電気通信事業法
施行(スマートフォン)
10/1

改正電気通信事業法
施行(スマートフォン以外)
2020/1/1

6/1

10/1

2020/1/1

3/18

NTTドコモ

スマホおかし
プログラム
提供開始

- 36回割賦
- 端末返却で最大12回分の残債を免除^{※1}
- 対象は回線契約者
- 利用料はなし

スマホおかし
プログラム
条件変更

- 36回割賦
- 端末返却で最大12回分の残債を免除^{※1}
- 対象は回線契約者及び非回線契約者
- 利用料はなし

KDDI

2017/7/14

アップグレード
プログラムEX
提供開始

- 48回割賦
- 13ヶ月目以降、
- ①端末返却
- ②端末の再購入で最大24回分の残債を免除^{※1,2}
- 対象は回線契約者
- プログラム利用料は390円/月×24ヶ月

10/1

アップグレード
プログラムDX
提供開始

- 48回割賦
- 13ヶ月目以降、
- ①端末返却
- ②端末の再購入で最大24回分の残債を免除^{※1,2}
- 対象は回線契約者及び非回線契約者
- プログラム利用料は390円/月×24ヶ月

11/1

アップグレード
プログラムNX
提供開始

- 36回割賦
- 端末返却で最大12回分の残債を免除^{※1}
- 対象は回線契約者
- 利用料はなし

2/21

かえつくプログラム
提供開始

- 24回割賦
- 13ヶ月目以降
- ①端末返却
- ②端末の再購入で24回目の支払額(残債)を免除^{※3,4}
- 端末返却のみの場合、下取り額相当のポイント付与
- 対象は回線契約者及び非回線契約者
- 利用料はなし

ソフトバンク

2017/9/22

半額サポート
提供開始

- 48回割賦
- 13ヶ月目以降、
- ①端末返却
- ②端末の再購入で最大24回分の残債を免除^{※1}
- 対象は回線契約者
- 利用料はなし

9/13

半額サポート+
提供開始

- 48回割賦
- 13ヶ月目以降、
- ①端末返却
- ②端末の再購入で最大24回分の残債を免除^{※1,2}
- 対象は回線契約者及び非回線契約者
- プログラム利用料は390円/月×24ヶ月

10/10

トクするサポート
に名称変更

3/27

トクするサポート+
提供開始

- 48回割賦
- 13ヶ月目以降、
- ①端末返却
- ②端末の再購入で最大24回分の残債を免除^{※1}
- 端末返却のみの場合、下取り額相当のポイント付与
- 対象は回線契約者及び非回線契約者
- 利用料はなし

※1 24ヶ月目までに特典を利用する場合にも、24回目までの分割支払金は引き続き支払いが必要。 ※2 24ヶ月目までに特典を利用する場合には、残月分のプログラム利用料の前払いが必要。 ※3 23ヶ月目までに特典を利用する場合にも、23回目までの分割支払金は引き続き支払いが必要。 ※4 残債の再分割後は残債免除申込の当月以降の残債を免除

- 端末購入プログラムにおいて、回線契約者と非回線契約者への提供条件に差異(提供販路、残債の再分割手続等)が存在。
→ 実質的な条件の差異がある場合には、改正電気通信事業法の通信・端末セット販売時の利益の提供の規律の対象。
- 改正電気通信事業法に反することがないようにするよう求めるとともに、回線契約者と非回線契約者の提供条件の差異の状況を把握するため、競争ルールの検証に関するWG第2回(5/26)での議論も踏まえ、5月29日に、ドコモ、KDDI及びソフトバンクに対して、新たに要請を実施(これに伴い、2019年10月1日要請は廃止)。

スマホおかしプログラム (NTTドコモ)

開始時期 : 2019年6月1日
 対象 : 回線契約者
 回線契約者以外*1
 プログラム利用料 : なし
 買換要件 : なし

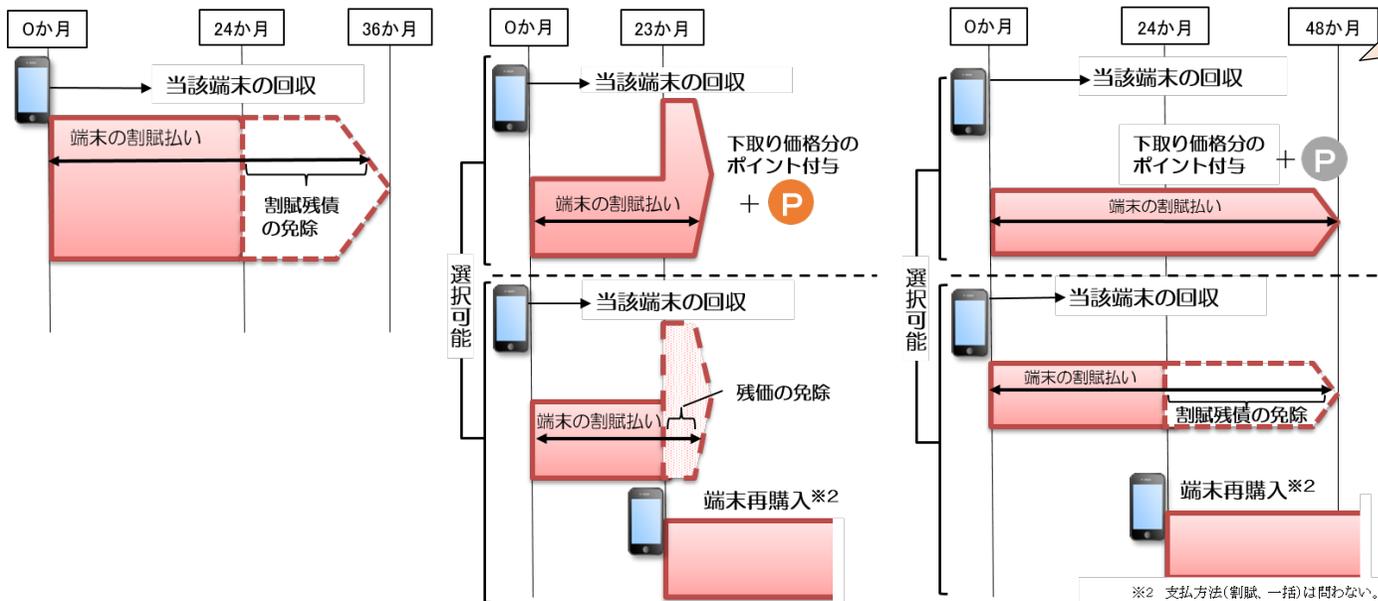
かえくプログラム (KDDI)

開始時期 : 2020年2月21日
 対象 : 回線契約者
 回線契約者以外
 プログラム利用料 : なし
 買換要件 : なし
 (残債免除の場合には、
 端末再購入が必要)

トクするサポート+ (ソフトバンク)

開始時期 : 2020年3月27日
 対象 : 回線契約者
 回線契約者以外
 プログラム利用料 : なし
 買換要件 : なし
 (残債免除の場合には、
 端末再購入が必要)

※1 2020年3月18日より開始



実質的な負担額、対象者、加入の条件等について端末購入プログラムに加入しようとする者が誤解することがないように、不適切な広告、勧誘、説明等を行わないようにすること。

回線契約者と非回線契約者とで、端末の販売経路、利益の提供に係る追加的な条件等に相違がある場合には、その具体的な内容及び理由について報告すること。
 (例) 対象者、販売の販路、支払方法、残債の再分割設定等

非回線契約者が購入した端末がSIMロックにより使用不可になることがないように、SIMロック解除ガイドラインの遵守を徹底すること。
 (参考) SIMロック解除ガイドライン(2019年11月改正)
 回線契約の有無に関わらず、端末購入時に、一括払い又は割賦支払で信用確認措置に応じる場合には、無料で解除された端末を販売すること等

セット販売

利益提供の規律適用

(2万円の値引き上限)

※ ドコモ、KDDI、ソフトバンク等の利用者への端末販売

規律の対象

利用者

セット販売

端末単体販売

利益提供は自由

(2万円の値引き制限なし)

例: 量販店のSIMフリー端末販売

規律の対象外

利用者以外

端末単体販売

規律の対象外

セット販売と端末単体販売

利益提供(同条件)は自由

(2万円の値引き制限なし)

例: NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクの端末購入サポートプログラム

- ▶ スマホおかせしプログラムは、提供当初よりプログラム利用料の設定はなく、残債免除の適用の条件として新しい端末の買い換え条件も設定していない。今年3月18日から、回線契約のない者もプログラムを利用できるように見直しを行っている。その際、回線契約のない者もオンラインで購入可能としている。こうした取組により、端末に対する割引額が一定となることで、より使いやすく、わかりやすい端末購入の仕組みを設定している。また、店頭での広告等について、回線契約がなくても、スマホおかせしプログラムが利用できることをわかりやすく表示していく考え。(第4回WG・ドコモ)
- ▶ 回線契約と非回線契約者の条件の差異について、
 - auIDの取得は回線契約者も非回線契約者も取得することになっているので、実質的な差異ではない。
 - 非回線契約者の法人・オンライン契約については、現時点でニーズが非常に限定的であるため、プログラム対象外としているが、今後のニーズも踏まえて対応を検討することを考えている。
 - 未成年の非回線契約者による端末購入プログラムの割賦契約は不可としているが、未成年の回線契約者については、例外的に、親権者の同意の下で子供の名義で締結することを認めている。
 - 非回線契約者の支払方法はクレジットカードのみとなっているが、SIMロックを解除して利用することが想定されているところ、SIMロックの即時解除の条件となっているクレジットカードに支払いに限定している。
 - 残価の再分割は、基本的には店頭での審査で問題なければ可能となっているが、全員に店頭に来てもらうは手間であるため、例えば回線契約があって、毎月支払いをしている者や、回線契約のない者でもKDDIとの取引が多い者については、残価の再分割の審査簡素化を行い、来店を不要としている。(第4回WG・KDDI)
- ▶ トクするサポート+は、購入より2年経過以降については、端末の再購入を条件とせずに返却のみという選択肢を含む複数のオプションを用意している。回線契約者と非回線契約者との間で、原則、条件面での差異は設けておらず、支払い方法等についても、実質的な差異はない。回線契約のない機種購入者についても適用可能なプログラムであるということについて、わかりやすく理解してもらえるように、ショップや量販店において、ポスター、各種ポップ等で提示をして訴求している。(第4回WG・ソフトバンク)

(1) 回線契約者と非回線契約者の間の差異①

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
支払方法	<p>(1)差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者:口座振替、クレジットカード 非回線契約者:口座振替、クレジットカード(dカードのみ選択可) <p>(2)理由 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 非回線契約者を対象に含むプログラム提供条件の見直し(2020.3.18)に際して、取引条件やシステム連携等、クレジットカード会社との調整に時間を要しているため <p>(3)対応 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 対象のクレジットカードを拡充予定 	<p>(1)差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者:口座振替、クレジットカード 非回線契約者:クレジットカードのみ <p>(2)理由 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 非回線契約者は、端末購入と同時にSIMロックを解除することが想定されることから、支払い方法をクレジットカードに統一するため <p>(3)対応 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 変更予定なし 	<p>—</p>
販路	<p>—</p>	<p>(1)差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者:オンライン可 非回線契約者:オンライン不可 <p>(2)理由</p> <ul style="list-style-type: none"> 現時点でオンライン販路の需要が非常に限定的であるため(第4回会合) <p style="text-align: center;">構成員限り</p> <p>※ 端末販売の総数に占めるオンライン販路による販売件数の比率は、2020年3月までは <input type="text"/> で推移。2020年4-6月の平均(速報値)を見ても、3月に比べて一時的に比率は増えたものの、それでも <input type="text"/> (追加質問)</p> <p style="text-align: center;">構成員限り</p> <p>(3)対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後の対応は、オンライン販路全体の需要の動向や利用者ニーズ等を踏まえて検討(第4回会合) <p>※ 現時点で、「需要がある」との判断に至る明確な基準はないが、需要の動向(端末販売の総数に占めるオンラインショップにおける販売件数の比率の推移)や利用者ニーズ等を踏まえて検討(追加質問)</p>	<p>(1)差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者:オンライン可 非回線契約者:オンライン不可 <p>(2)理由</p> <ul style="list-style-type: none"> オンライン販路が端末販売の窓口として限定的であり、非回線契約者による利用がほとんど見込まれないことから、コストに見合ったシステム対応が困難であるため(第4回会合) <p>※ 従前より、回線契約者でもオンライン販路の端末購入は僅少であり非回線契約者についてもほとんど利用が見込まれないこと、また、システム対応費用が大きいためオンライン販路を見送り(追加質問)</p> <p>(3)対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 今後は、利用者ニーズ等を踏まえ検討(追加質問)

(2) 回線契約者と非回線契約者の間の差異②

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
対象者	—	<p>(1) 差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者: ①条件なし、②未成年可、③法人可 非回線契約者: ①auIDの取得が必要、②未成年不可(成人のみ)、③法人不可 <p>(2) 理由 (第4回会合)</p> <ol style="list-style-type: none"> 回線契約者はauIDを保持しており、非回線契約者にauIDの取得を求めることは、回線契約者と非回線契約者の実質的な差異ではないと考えているため 原則、端末販売の割賦契約は成人と締結することとしているが、過去の経緯から、回線契約には、親権者の同意のもと、未成年者の名義での役務提供契約を認めていることから、例外的に割賦契約も回線契約と名義を揃えて提供している。しかし、回線契約がない者に対しては、上記の原則に則り、端末販売の割賦契約は成人と締結することとしたため 現時点で需要が非常に限定的であるため <p>(3) 対応 (第4回会合)</p> <ol style="list-style-type: none"> 変更予定なし 変更予定なし 今後の対応は、需要の動向や利用者ニーズ等を踏まえて検討 	—
残価の再分割	—	<p>(1) 差異 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 回線契約者: 来店審査不要 非回線契約者: 来店審査必要(ポイントプログラムのゴールドステージ以上の者は来店審査不要) <p>(2) 理由 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 原則、再分割にあたっては支払能力に係る来店審査が必要だが、回線契約がある者、又は、決済サービスの利用が多いポイントプログラムのゴールドステージ以上の非回線契約者には当該審査を簡素化する方法を提供することとしたため <p>(3) 対応 (第4回会合)</p> <ul style="list-style-type: none"> 変更予定なし 	—

(2) その他

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
非回線契約者についても対象となっていることについての理解の促進	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイト、ショップや量販店の店頭広告等の表示を、「ドコモの回線契約がなくてもご利用いただけます」との記載に変更(20.6～) (第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイト、ショップや量販店の各種店頭広告媒体の表示を、「au回線の有無を問わず本プログラムでご購入いただけます」と記載 (第4回会合) 店頭スタッフが説明する際も上記条件が記載された各種説明ツールを用いて説明 (第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイト、ショップや量販店のポスター、各種ポップ等の表示を、「機種購入のみのお客さまも対象」と記載 (第4回会合)
端末に係る収支に対する考え、端末に係る収支の状況	<ul style="list-style-type: none"> 残債免除行使等に当たっては、端末販売利益と端末回収による端末売却益にて端末単体で収支が成り立つ(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 残債免除行使時期や引き取った端末の想定価値等、端末収支等を考慮して機種毎に残価額の設定が可能であり、端末単体で収支が成り立つ(第4回会合) ※ 現時点でまだ残債免除等が行使されていないため、実際の収支を判断できる状況ではない 	<ul style="list-style-type: none"> 残債免除行使等に当たっては、端末販売利益と端末回収による端末売却益にて端末単体で収支が成り立つ(第4回会合)

構成員限り

(1) 回線契約者と非回線契約者の差異

- 3社とも、端末購入サポートプログラムを改定して、端末単体販売を開始したが、回線契約者が非回線契約者よりも優遇されることがないように、同じ条件で提供してもらいたい。
- 分割購入の場合で、端末購入プログラムの利用不可と利用可の差異があるが、差異を設けている理由を知りたい。
- 端末と通信の分離がなされて以降も、回線契約者と非回線契約者の利用条件にアンバランスが生じていることは、結果的に端末と通信の分離に対する規制を潜脱する可能性が高くなることにつながると思う。非回線契約者に対して生じている不利益について、回線契約者との差分の合理性及びその差分の理由をこれから追及しなければいけない。
- 端末購入サポートプログラムについて、条件の差異に合理性があるのかという点を事業者に問うていくことが重要。
- 合理的理由が示されていない、あるいは合理的理由があるかどうかについての疑問がある事例がまだ幾つもあるため、条件の詳細を詰めていく必要がある。
- 法改正の趣旨として、スイッチングコストの低減、端末料金への内部補助の制限があるため、回線契約者と非回線契約者の間に条件の差異がある場合に、その相違が合理的であるかどうか、総務省がきちんと見ていく必要がある。
- 非回線契約者でも端末サポートプログラムを利用できるが、ドコモのdポイントクラブやKDDIのauID会員への加入条件、ソフトバンクについて最終的な利益の還元方法がPayPayであることに伴う加入条件等、対象者との接点を何らかの形で維持することで、見えない差異や見えない縛りが発生しているのではないかと。
- 電気通信事業法の改正の精神が残念ながら実現していないように思う。回線契約者と非回線契約者の間に条件の差異があること、オンラインでの購入の可否等販路について差異があることは非常に問題。新しい生活の中ではオンラインの重要性が増すところ、法律との関係からいっても至急見直しが必要。
- 3社が提供する端末購入サポートプログラムは、いずれも端末単体購入を含んでいるが、明らかに回線契約者と非回線契約者間で合理的とは思えない差異を設けていることが確認できたので、速やかに適切な運用を行ってほしい。

(2) 広告訴求、プログラムのわかりやすさ

- 広告宣伝が非常に大きな意味を持ってきている。店舗だけでなくオンラインにおける広告宣伝がいかに適正に行われているか、これについて消費者側がどのような認識を持っているかの両方の観点から、適正な改正法の運用が今後もなされていくように確保されるべきであると考える。
- 端末購入プログラムが非常に複雑なので、販売時にしっかりと説明していただくことをお願いしたい。

(3) 端末単体販売での収支の在り方

- 端末単体販売により2万円という規制の枠から外れ、基本的に値付けは自由だが、端末収支が赤字になれば、その赤字分は通信料金で補填することになるため、端末の過度な安売りが進めば、再び通信料金の高止まりに繋がる。
- 量販店は、端末単体販売のみで利益を出さなければいけないため、仕入価格を下回るようなことはできないが、携帯事業者の場合、端末単体販売も可能とはいえ、実態としては圧倒的に大多数のユーザーが回線と一緒に端末を購入するので、仕入価格を下回るような安売りもできてしまう。端末単体販売時代における端末値引きの在り方について一定の規律が必要ではないか。

(4) その他

- KDDIの「かえトクプログラム」及びソフトバンクの「トクするサポート+」については、残価あるいは残債免除の条件として、端末の返却に加えて端末の再購入が必要となっており、端末による新たな囲い込みなのではないかという疑義があるため、この点の検証が必要。
- 一括払いに対する端末値引きの仕組みがないことはとても残念であり、割賦販売を条件にしていることについては納得がいかない。
- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、端末の購入等のオンライン手続が進んでいる中で、現状、3社ともオンラインでの非回線契約者への一括購入による端末販売を行っていない。一括払いなので、即時に債権回収できるにもかかわらず、受け付けていない理由を知りたい。

- 前述の総務省からの要請を受け、NTTドコモは、プログラムの対象者の周知について、2020年6月以降、広告表示を見直し、端末購入サポートプログラムの対象に非回線契約者が含まれることを明記する等の対応を行っている。改善後のNTTドコモの広告表示、KDDI及びソフトバンクの広告表示について、利用者にとってわかりやすいものとなっているか。
- 当該要請に関し、要請を受けた各社は、非回線契約者と回線契約者との提供条件等の差異について、次のとおり説明している。
- ① KDDIは、本WGのヒアリングにおいて、非回線契約者に対する追加的な条件について、その理由を次のとおり説明している。
- 対象者を個人に限定していること(法人不可)：法人契約の需要が限定的であるため。
 - 対象者を成人に限定していること(未成年不可)：回線契約者に対しては役務提供契約との並びで例外的に行っている未成年の名義による割賦契約を、非回線契約者に対しては行っていないため。
 - 支払方法をクレジットカードに限定していること(回線契約者は口座振替による支払可)：購入時のSIMロック解除が見込まれる非回線契約者について、SIMロック解除と同様の要件(クレジットカード払いによる信用確認措置)を満たす支払方法のみ設定しているため。
 - 残価の再分割時の手続き時に来店条件を設けていること(自動再分割不可)：回線契約者又は非回線契約者のうち一定の要件を満たした者(ポイントプログラムのゴールドステージ以上の者)に対しては、回線契約又は決済サービスの利用状況をもって例外的に行っている店頭審査の簡素化(来店不要の審査)を、非回線契約者(上記以外の者)に対しては行っていないため。
- これらの説明について、合理的な理由があるものといえるか。

② KDDI及びソフトバンクは、オンラインでは非回線契約者へのプログラムを提供していない(オンラインで端末を販売していない)理由について、現時点では、オンラインによる端末購入の需要が非常に限定的であるためと説明している。

ある窓口での需要が非常に限定的であれば、「回線契約を条件としていない」というために、システム改修等の多大な費用をかけてまで、その窓口でのプログラム提供を行うことが必要となるものとは言えない。一方で、オンラインでの端末購入の需要は、改正法の施行時点では限定的であったとしても、その後も徐々に増加しているものと考えられ、特に、新型コロナウイルス感染症への対応なども踏まえると、今後、さらに増加していくことが想定される。オンラインでの端末購入への需要が一定の比率を超えるまで拡大した場合には、非回線契約者に対してオンラインでプログラムを提供していないのであれば、「回線契約を条件としていない」とは言えないのではないか。「一定の比率」について、具体的にどの程度の比率が適当と考えるか。

③ NTTドコモ及びKDDI(ソフトバンクは、本年中に非回線契約者へのサービス提供開始予定。)は、端末補償サービスに非回線契約者が加入できないことについて、自社以外のサービスの選択肢があることから、差異を設けているものではないと説明している。

多くの端末購入者が端末補償サービスに加入するなど、端末補償サービスに加入できないことが端末購入の判断に影響を与える状況になっているのであれば、「回線契約を条件としていない」というためには、端末補償サービスに非回線契約者も加入できる必要があるのではないか。

- 総務省では、オンラインを含むチャネルごとの端末の販売について、継続的に状況を確認していく必要があるのではないか。また、要請を受けた各事業者からの報告を踏まえ、総務省では、各事業者の説明について合理的な理由があるといえるかについて精査する必要があるのではないか。
- また、非回線契約者への端末販売に際して、あたかも回線契約者のみ購入できるかのような店頭での説明により、非回線契約者に対する端末販売が実態として行われていない場合には、「回線契約を条件としていない」とは言えない。総務省では、必要に応じ、非回線契約者に対して端末の販売を制限していないか等、現場の実態についても調査・確認をすることが求められるのではないか。

- 実態として未だに回線契約を有する事業者で端末を購入する者が多いと考えられる中で、各事業者が現在提供している端末購入サポートプログラムについて、一括で購入した者は対象としていないことや、一部の事業者では端末の再購入を利益の提供の条件としていることについて、どのように考えるか。それらが、過度な困り込みの要因となっていないか。
- 通信料金と端末代金の完全分離により、通信料金からの補填による過度な端末代金の値引きが制限され、通信料金を原資としない端末自体での競争の進展が期待される。非回線契約者をも対象とする端末購入サポートプログラムによる利益の提供が行われるようになっている中で、通信料金からの補填による過度な値引きが行われる可能性があるか。端末単体で収支が相償するようになっていくことが望ましいのではないか。

2. スイッチングコスト

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指摘されている。

① 端末補償サービス

- 現在、MNO4社が提供している端末補償サービスは、①端末の購入時のみ加入可能となっており（NTTドコモは購入日から14日間、KDDIは購入時のみ、ソフトバンク及び楽天モバイルは購入日のみ）、また、NTTドコモ、KDDI及びソフトバンクでは、②回線契約者のみを対象とし、かつ、③回線契約の継続を条件としている。なお、楽天モバイルが提供するサービスでは、回線契約を条件とせず端末購入者全員を対象とし、また、回線契約の継続も条件としていない。
- ②については、前述のとおり、MNO3社が提供する端末購入サポートプログラムにおいて回線契約者と非回線契約者の間で利益の提供の条件等に差異がある場合には、電気通信事業法第27条の3の規律の適用の有無について判断する際に、「回線契約を条件としていない」ことに該当するためには、当該差異について合理的な説明が求められる。
- また、③により、サービスの加入者は、事業者の乗換え時に乗換え元の事業者からサービスの提供を受けられなくなるが、①のとおり、サービスの加入が端末の購入時に限られていることから、乗換え先でも新たにサービスに加入することができない状態が発生していることについて、事業者乗換えの制約となっているのではないかという課題の指摘がある。
- 端末補償サービスについては、補償の内容である修理等の対応期間の終了後も、利用者がそれを認識せず、漫然と端末補償サービスに加入し続け、料金を払い続けているという問題があるという指摘もある。

② 他のサービス等とのセット販売による割引

- 携帯電話の料金プランの期間拘束による行き過ぎた囲い込みが是正される一方で、利用者への還元は、通信料金自体の引下げにより行われる部分もあるものの、依然として、セット販売による割引や特典の付与等の形態で行われているものが多く、例えば、固定通信サービスとのセット割引について、固定回線を契約することを条件に、携帯の通信料金を永続的に割り引く施策や、コンテンツ割引について月々のコンテンツ利用料を永続的又は期間を限定して割り引く施策等が行われている。
- 固定通信サービスを始め、セットで販売されるサービス等には、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されている。

③ 事業者の乗換え時の手数料

- 各事業者は、電気通信事業法第27条の3等の規律を踏まえた料金プランにより、期間拘束のあるプランの撤廃や違約金の引下げ等を行っている一方で、事業者乗換え時のその他の金銭的なコストとして、全ての事業者が、MNP手数料や新規契約手数料を設定しているほか、一部の事業者においては、期間拘束契約を伴わない解約手数料を設定している。
- これらの手数料について、事業者からは、受付の稼働費等その様態に応じて利用者に負担を求めている、手続の対価として設定している等の説明がなされているが、MNP手数料以外の事業者乗換え時のコストについても、利用者が事業者を変更する際の金銭的な負担となることから、事業者変更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されている。

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク		Y!mobile		楽天モバイル	
名称	ケータイ補償サービス ※ iPhoneについてはAppleCare+ for iPhoneも加入可能。	故障紛失サポート	故障紛失サポート with Apple Care Services & iCloudストレージ	あんしん保証 バックプラス	あんしん保証 バックwith Apple Care Services	故障安心 バックプラス	故障安心 バック-S	スマホ交換保証 プラス
月額料金	330～1,000円	380円～660円 (Galaxy Fold、Galaxy Z Flipは1,190円)	707円～1,190円	650円	890～1,190円	690円	500円	650円
対象端末	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android フィーチャーフォン 	<ul style="list-style-type: none"> Android フィーチャーフォン 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone 	<ul style="list-style-type: none"> Android フィーチャーフォン 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android 	<ul style="list-style-type: none"> フィーチャーフォン 	<ul style="list-style-type: none"> Android
補償内容 ※端末に係る補償に関する内容を記載	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換又は店頭交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 店頭交換 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 故障修理 紛失盗難補償等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 紛失盗難補償等
回線契約者以外の加入	× (非回線契約者向けに提供するかどうかは今後の市場動向や利用者ニーズ、経済合理性等の観点から判断。)	× (非回線契約者向けに提供するかどうかは今後の市場動向や利用者ニーズ、経済合理性等の観点から判断。)	× (年内に非回線契約者へのサービス提供を開始する目途でシステム開発中。)		— ※ 非回線契約者への端末販売は行っていない。		○	
端末購入時以外の加入	× (機種購入日から14日以内のみ)	× (機種購入時のみ)	× (機種購入日のみ)		× (機種購入日のみ)		× (機種購入時のみ)	
回線契約解除後の継続加入	×	×	×		×		○	
備考	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(有償)の割引等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(有償)等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(無償)、遠隔サポートサービス等を提供。 		<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧支援サービス(無償)、セキュリティトラブル補償等を提供。 		<ul style="list-style-type: none"> その他、遠隔サポートサービス等を提供。 	

(注) 上記のほか、Y!mobileでは、「故障安心バックアップ」の名称で、SIM単体契約をした自社回線契約者に対し、①持込端末故障等の場合に所定の手数料を支払うことで指定機種(android、iphone)を購入でき、②端末紛失時に紛失したおおよその場所を利用者が確認できるサービスを提供(月額料金500円)。

(2020年5月現在)

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	Y!mobile	楽天モバイル
--	--------	------	--------	----------	--------

キャリア・メーカーにおいて既に修理の受付を終了している端末に関する取扱い

<p>■ 端末補償サービスの扱い</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加入継続 	<ul style="list-style-type: none"> 【Android端末又はフィーチャーフォン】 加入継続 【iPhone】 最長4年間の有期サービスであり、その期間内にメーカーが修理受付を終了することはない。なお、4年間の有期サービス終了後は、メーカーの対応に準じる。 	<ul style="list-style-type: none"> 加入継続 	<ul style="list-style-type: none"> 加入継続 	<ul style="list-style-type: none"> 加入継続
<p>■ 修理・交換申込があった場合の対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 	<ul style="list-style-type: none"> 【Android端末又はフィーチャーフォン】 修理を申し込まれた端末がAndroid端末又はフィーチャーフォンであった場合は、同一機種又は同等以上の別機種に交換。 【iPhone】 - 	<ul style="list-style-type: none"> 端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。 	<ul style="list-style-type: none"> 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。 	<ul style="list-style-type: none"> 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。
<p>■ 利用者への案内</p>	<ul style="list-style-type: none"> 修理終了時期を自社HPで周知。 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。 メーカー修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理終了時期を自社HPで周知。 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。(Android端末又はフィーチャーフォン) メーカー修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に同等以上の自社指定機種と交換する旨を案内。(Android端末又はフィーチャーフォン) 	<ul style="list-style-type: none"> メーカーにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止及び自社指定機種を特別価格で機種変更可能な旨を周知。 個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。 	<ul style="list-style-type: none"> メーカーにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止を周知。 個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。 	<ul style="list-style-type: none"> 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。 メーカー修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。

顧客情報の削除

<p>■ 回線契約解約後の顧客情報の扱い</p>	<ul style="list-style-type: none"> 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。 	<ul style="list-style-type: none"> 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。
--------------------------	--	--	--	--	--

	サービス名	提供法人名	主な加入条件	料金	最大補償額	主な補償内容
スマートフォンを含む 携行品に対するもの	Super Value Plus お買物安心プラン 充実コース[Y]	(株)クレディセ ゾン	<ul style="list-style-type: none"> セゾンカードに加入の上で、お買物安心プラン 充実コース[Y]を申し込むこと 	300円/月	10万円/年間	<ul style="list-style-type: none"> 外出中に携行している持ち物が偶然な事故により壊れたり、盗まれた場合 サービスに加入したセゾンカードで購入した商品は、100万円まで補償
	JA賠償責任共済 携行品損害特約	JA共済	<ul style="list-style-type: none"> JA賠償責任共済に加入の上で、携行品損害特約を申し込むこと 	430円/月	50万円	<ul style="list-style-type: none"> 外出中に携行している持ち物が偶然な事故により壊れたり、盗まれた場合 1000万円までの個人賠償(日常生活において生じた損害に対する補償)
主としてスマートフォンを対象とするもの	モバイル補償 ※補償内容に応じ、料金 プラン3種	(株)エム・アール・ジー	(特になし)	400円/月	5万円/年間	<ul style="list-style-type: none"> 機器の破損、損壊、水漏れ全損、故障(盗難、紛失、バッテリー交換は補償対象外。中古端末の加入は可能)
				600円/月	10万円/年間	
				800円/月	10万円/年間	
	モバイル保険	さくら少額短期保険(株)	<ul style="list-style-type: none"> 端末の新規取得日から1年未満又は保険適用時に通信事業者が提供する補償サービスに加入し、補償が受けられる状態であること 	700円/月	10万円/年間	<ul style="list-style-type: none"> 外装破損、損壊、水漏れ全損、故障、盗難(3端末まで補償可。通信事業者・端末の変更可)
	スマホ保険 ※補償内容に応じ、料金 プラン3種	Mysurance(株)	(特になし)	200円/月	5万円/1事故	<ul style="list-style-type: none"> 破損・汚損(全てのスマホ対象)
			470円/月	10万円/1事故	<ul style="list-style-type: none"> 破損・汚損、水漏れ、故障、データ復旧、盗難・紛失(全てのスマホ対象) 	
			470円/月	10万円/1事故	<ul style="list-style-type: none"> 破損・汚損、水漏れ、故障、データ復旧、盗難・紛失(18才以下の子供が使用する全てのスマホ対象) 	
端末メーカーによるもの	Apple Care+ for iphone	Apple	<ul style="list-style-type: none"> 端末購入日から30日以内であること 対象端末は、iPhone 11 Pro、iPhone 11 Pro Max、iPhone 11ほか8機種 	22,800円/2年	-	<ul style="list-style-type: none"> 最大2回までの修理費用の減免
				24,800円/2年	-	<ul style="list-style-type: none"> 最大2回までの修理費用の減免 紛失時に11,800円の支払で端末交換
	ワイド保証サービス	富士通	<ul style="list-style-type: none"> 端末購入日から14日後までであること 対象端末は、arrows M04、arrows M05 	500円/月	-	<ul style="list-style-type: none"> 3年間の保証期間中、自然故障・破損・水濡れの場合に交換回数に応じた金額で交換

① 端末補償サービス

- 現在、非回線契約者に対しては未提供となっているが、利用者のニーズも高いことから、非回線契約者についても補償サービスを早期に提供する方向で、現在、準備中。(第4回・ソフトバンク)
- 回線サービスとは切り離して、端末販売に紐付くオプションサービスをしており、回線契約のない者や回線解約後の者も引き続き端末補償を利用できるという仕組みにしている。(第4回・楽天)

① 端末補償サービス

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
加入時の回線契約条件の有無	・ 有 (第4回会合)	・ 有 (第4回会合)	・ 有 (第4回会合)	・ 無 (第4回会合)	・ 有 (事務局確認)	・ 有 (事務局確認)	・ 有 (事務局確認)
回線契約継続利用条件の有無	・ 有 (第4回会合)	・ 有 (第4回会合)	・ 有 (第4回会合)	・ 無 (第4回会合)	・ 有 (事務局確認)	・ 無 (第4回会合)	・ 有 (事務局確認)
回線契約の有無での差異についての考え方	<ul style="list-style-type: none"> 回線契約者向けのサービスとして提供を行っているものであり、事業者の変更を制約することを目的とはしていない (第4回会合・追加質問) 利用者においては、市中の端末補償サービス等を選択することも可能であり、自社以外の選択肢も提供されている (追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> 回線契約者へのオプションサービスとして有償で提供しており、事業者の変更を制約することを目的とはしていない (事務局確認) 利用者においては、市中の端末補償サービス等を選択することも可能であり、自社以外の選択肢も提供されている (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 回線契約者向けのサービスとして提供を行っていたことから、現システム上非回線契約に対応していない(下段の通り、年内目途でシステム対応準備中) (事務局確認) 	/	<ul style="list-style-type: none"> 回線契約者向けのオプションサービスとして有償で提供している (事務局確認) 加入に関しては、利用者の判断に委ねられており、当社以外で提供されている端末補償サービスに加入するという選択肢もある (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> システム上、端末販売時には回線契約が既にもしくは同時になされていて会員IDとパスワードが利用者に発行されていることが前提であるため (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> システム及び業務運営等では、回線契約に基づき顧客管理やサポート対応等を実施しているため (事務局確認)
今後の対応	<ul style="list-style-type: none"> 非回線契約者への提供は、市場動向、利用者のニーズ、経済合理性を見て判断 (第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 非回線契約者への提供は、市場動向、利用者のニーズ、経済合理性を見て判断 (第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 非回線契約者への提供及び回線継続利用条件の撤廃を実施予定(ソフトバンクブランド)(年内) (第4回会合) 		<ul style="list-style-type: none"> 現時点では予定していないが、必要に応じ対応を検討 (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 回線契約なく端末のみを販売するためのシステム改修は現時点で予定していない (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 必要に応じ対応を検討 (事務局確認)

② 他のサービス等とのセット販売による割引

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
考え方	<ul style="list-style-type: none"> 固定通信サービス等とのセット割引については、利用者の多様なニーズに応えるため提供(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 単体でサービスを利用するよりも低廉な料金でサービスを利用できることから、利用者にとってもメリットがある(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 複数商材による一般的な割引である(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> セット販売による通信料金の値引き(いわゆるセット割)による囲い込みが市場の公平性を損ねる(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者にメリットがあるものについては、利用者が理解したうえで利用することに問題はない(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 固定回線等とのセット割引そのものは、原則的には事業者の創意工夫の余地が与えられるべき(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の創意工夫による自由なサービス提供が基本だが、過度な利用者の囲い込み施策等は、公正競争を阻害する要因となる(第4回会合)
競争上の問題	<ul style="list-style-type: none"> 携帯電話サービスで解約金がかからない定期契約なしのプランを選択することで、光サービスの更新期間のタイミングにおいて携帯電話・光サービスともに解約金がかからずに解約できるため、利用者の自由なサービス・事業者選択の機会は確保されている(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者に加入の選択が委ねられており、また、セット販売によって個々のサービスの解約を妨げるものではないことから、事業者の変更を制約することにはならない(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> セットでのサービス利用の離脱に関わる違約金もなく、事業者変更を制約しているとの指摘は当たらない(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 固定通信とのバンドルに加え、家族や親族といった人間関係に着目した過度な割引が、個々人にとって最適な通信サービスの選択を阻害しないよう、検討が必要(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 改正事業法の規律の下での競争が行われ、問題があるようであれば総務省において注視することが適当(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の創意工夫によるものが原則ではあるものの、割引の条件が過度に拘束的である場合(例えば3つ以上のサービスとのセット、複数のサービスのそれぞれで違約金なく乗換え可能な期間がずれている、オンラインでは解約できないなど解約しづらいサービスとのセット等)では、利用者の離脱を妨げる効果が強く、公正競争上の問題となり得る(事務局確認) 	

③ 手数料

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
根拠・考え方	<ul style="list-style-type: none"> 受付の稼働費等、その態様に応じて設定(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 情報システム費用、利用者応対等の直接的な人件費等、手続処理に係る間接的な人件費等が含まれているが、最終的な料金設定はコストベースのみで決定されるものではなく、市場競争を踏まえ利用者料金として設定(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> サービスの提供等にあたり発生する手続きの対価として設定(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者負担料金はコストや料金のわかりやすさも鑑みて設定(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 情報システム改修費、オペレータ等の利用者応対上直接発生する人件費、手続の処理に係る間接的な人件費等に、競争事業者の水準等を考慮し、設定(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 初期費用については、契約・解約に係るコスト(顧客管理システムの開発・運用費、サポートセンターの運用費)の一部を回収する目的で設定(第4回会合) 契約・解約に係るシステム費用、利用者サポートなど、通信役務(料金プラン)が直接的に影響しないコストについて初期費用とすることは、これらのコストを通信役務(料金プラン)に混ぜ込むことよりも利用者に理解しやすい。(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 受付・登録等の作業費用等を勘案し設定(事務局確認)
競争上の問題	<ul style="list-style-type: none"> 競争上の問題はない(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 新規契約手数料については、新規契約とMNPで同額の手数料となっており、MNPによる事業者変更を阻害するものではない(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 競争上の問題はない(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 競争上の問題はない(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の変更に際し発生する費用はあるが、これらは利用者が事業者を変更することを主体的に選択した結果発生するものであり、事業者の変更を制約する要因にはなっていない(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 著しく高額な初期費用を各社が課することがあるとすると利用者の流動性を阻害し、競争上の問題となり得るが、現時点でそのような問題が生じているという認識はない(事務局確認) 仮に初期費用の値下げをしなくてはならない場合、通信料金の値上げをするか、経営努力により吸収することで収益の悪化を招くことになり、利益率の低いMVNOの経営を圧迫する恐れ(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者の創意工夫による自由なサービス提供が基本だが、過度な利用者の囲い込み施策等は、公正競争を阻害する要因となる(第4回会合)

① 端末補償サービス

- ソフトバンクは年内を目途に非回線契約者へのサービス提供を開始し、楽天モバイルはいわゆる持込み端末も受け付けているほか回線契約継続も不要となっている。各社の対応が異なってきていることを考えると、消費者の混乱や端末補償難民がでないよう、業界として一定のルールづくりが必要ではないか。
- 端末補償サービスはずっと消費者苦情が続いている印象がある。積立金ではなくて、保険のような性質であることが理解されないまま利用されていたり、修理対象の端末がなくなった後も継続加入しているという話が前々からある。ソフトバンクがSMSで周知していること自体はよい取組だが、端末補償サービスの前提を改良する余地があるのではないか。

② 他のサービス等とのセット販売による割引

- 民間企業なのでビジネス上様々な割引を考えることもあると思うが、何をもって合理的あるいは行き過ぎた囲い込みに繋がる割引と言えるかについては、議論を深めていく必要がある。
- セット販売の実態がまだわかりにくい状況だという印象がある。
- 現在の状況下で、全国的にデータ通信が非常に重要となっている中で、ブロードバンド契約も伸びていくのではないかと思う。それらが適正な料金できちんと提供されているのかに加えて、セット割引もまた加速することが見込まれるので、状況を確認する必要がある。
- 諸外国でも電話、ブロードバンド、モバイル、放送等を組み合わせたトリプルプレーやクアドロプルプレーというセット販売が一般的で、規制当局のレポートでも、トータルで料金が安くなるため歓迎しているようにも読み取れが、それぞれのサービスを解約する際の違約金等のスイッチングコストがどの程度まで許容されているかといったルールや規律については、確認をする必要がある。
- セット販売による割引をどう考えるかは、今後の通信事業をめぐる取引を考える上では非常に重要。例えば、アメリカはセット販売により全体の料金が安ければ良いといったプラグマティックな発想をしているが、FTCやFCCの監督の下で行われているため、日本との単純比較は難しい。全体として安ければ良いというのはそのとおりなので、日本でどのように健全なセット販売を育てていくかは、議論をする必要がある。

③ 事業者の乗換え時の手数料

- 違約金の1,000円への引下げ等、スイッチングコスト引下げのために努力をしてきたが、MNPの利用者負担3,000円等を考えると、まだまだスイッチングコストが十分低くなっていないとも感じる。
- 例えば新規契約手数料について、MVNOではSIMの発行手続費用として徴収されており、MNOでは、ドコモであればオンラインでは費用が発生せず、対面の場合には発生するため、どのような性質を持つコストなのかを明確にする必要がある。また、コストの性質と負担者を分けた上で、今後も議論を継続する必要がある。

① 端末補償サービス

- 前述のとおり、MNO4社が提供する端末補償サービスについて、①加入を端末の購入時のみに限定していること、②回線契約者のみを対象とし、かつ、③回線契約の継続を条件としていることについて、電気通信事業法第27条の3の規律の適用の有無について判断する際に、「回線契約を条件としていない」ことに該当するためには、回線契約者と非回線契約者の間の条件の差異が生じることについての合理的な説明が必要であり、また、これらの差異が事業者乗換えの制約になっているのではないかという指摘がある。
- ②及び③については、前述のとおり楽天では非回線契約者も対象とし、かつ、回線契約の継続を条件としておらず、また、ソフトバンクからも、ヒアリングの中で、これらの条件の撤廃について検討しているとの説明があった。他方で、NTTドコモ及びKDDIは、ヒアリングの中で、これらの条件について、「市場動向、利用者のニーズ、経済合理性を見て判断する」と説明している。
- MNO4社が提供する端末補償サービスについて、①から③までの条件があることにより、事業者乗換への過度の制約となっていないか。
- 端末補償に係るサービスには、事業者が提供するもの以外にも、端末メーカーが自ら提供している例や、保険会社が直接提供している例などもある。これらの者が提供するサービスについては、回線契約と紐づいていないこと、端末購入時以外でも加入可能なものもあることなど、利用者にとって使いやすい条件となっているものと考えられる。一方で、端末の多くが販売代理店で販売されている中で、これらのサービスの加入の手続を別に行わなければならないのであれば、利用者にとっては使いづらいものとも考えられる。これらの者が提供するサービスは、事業者が提供する端末補償サービス以外の選択肢になり得るものであるか。総務省では、事業者以外が提供する端末補償サービスの提供の状況についても、引き続き、確認していくべきではないか。
- 修理等の期間の終了後も利用者が端末補償サービスに加入し続けている問題については、各事業者では、自社ホームページでの周知のほか、一部の事業者においてはSMS等で個別に周知をしているとの説明をしており、それにより利用者の混乱が収まっているかなど、引き続き、状況を注視するべきではないか。

② 他のサービス等とのセット販売による割引

- 前述のとおり、セット販売による割引について、利用者の自由なサービス選択を阻害する可能性が指摘されている中で、特に利用者により選択されることが多い固定通信サービスとのセット販売については、過度な囲い込みの要因となっていないかなどについて、別に検討を行う(固定通信パート)。
- また、固定通信サービス以外のサービス等とのセット販売については、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、状況を注視するべきではないか。

③ 事業者の乗換え時の手数料

- 前述のとおり、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されている。
- これらの手数料については、新規契約時か解約時か、全員一律か特定の者のみかなど、手数料ごとに異なる目的・性質を有しており、事業者乗換えを抑制する効果も異なると考えられることから、過度な囲い込みの要因となっているものがないか、引き続き、注視していくべきではないか。

3. その他

① 頭金

- 販売代理店の広告において、一括払いであっても「頭金」が必要となるような表示がされたり、「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がされたりしている。
- この「頭金」という用語の使用方法について、一般的な「頭金」という用語とは異なる意味で用いられており、利用者の誤解や混乱を招いているとの指摘がある。
- なお、MNO3社では、販売代理店の店頭広告について、事業者側で指定フォーマットを作成しており、販売代理店ではそれを用いて広告表示を行っている。

② わかりやすい料金プラン

- 事業者各社では、期間拘束のない料金プランや、シンプルな料金体系(従量制プランと大容量プランの大きく2つの料金体系等)でのサービスを開始している。
- 一方で、利用者が実際に支払う金額は、料金プラン自体の価格から、一部の利用者にも適用される条件(家族割、固定等とのセット割引等)やキャンペーン等による期間に定めのある割引等による一時的な割引が行われた後のものとなっており、通信料金の利用者への還元が一部の利用者に対するものに止まっていること、料金体系が利用者にとってわかりづらく不明確になっていること等の課題が指摘されている。
- また、2020年3月から、MNO3社が5Gサービスの提供を開始したところ、5Gサービスの料金についても、期間限定の割引サービスや、いわゆる「使い放題」に対して付される様々な条件等により、複雑でわかりづらい料金体系になっていると課題が指摘されている。

③ SIMに関する諸課題

- SIMロックの解除については、前述のとおり、2019年11月のSIMロック解除ガイドラインの改正により、SIMロックの即時解除(2020年4月全面適用)や、中古端末のオンライン手続(2020年10月適用)等が義務づけられた。
- オンラインでのSIMロック解除の手続について、SIMロック解除ガイドラインで、「迅速かつ用意な方法」として提供が義務づけられているが、トップページから手続ページを見つけづらい、SIMロック解除の手続工程が多い等、手続が煩瑣であるという課題が指摘がされている。
- SIMの種類について、一部の事業者では4G・5Gともに複数あり、端末の交換に伴い該当の端末に対応したSIMに差し替えることが必要になるため、利用者に混乱が生じている事例があるとの課題が指摘がある。また、各通信方式に対応する端末とそれに対応するSIMについても、同様の課題が指摘されている。
- そのほか、一部のMVNO事業者から、今後、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などの指摘がされている。

	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク	
	オンラインショップ	店舗D	オンラインショップ	店舗K	オンラインショップ	店舗S
iPhoneSE (64GB) (第2世代)						
端末の金額	57,024円	68,024円	55,270円	60,770円	57,600円	63,100円
一括の場合の支払額	57,024円	68,024円	55,270円	60,770円	57,600円	63,100円
分割の場合の支払額	57,024円	68,024円	55,270円	60,770円	57,600円	63,100円
頭金	0円	11,000円	0円	5,500円	0円	5,500円
割賦支払額	57,024円	57,024円 (合計額=1,584円×36ヶ月)	55,270円	55,270円 (合計額=2,324円(初回)+ 2,302円×23ヶ月(2回目以降))	57,600円	57,600円 (合計額=1,200円×48ヶ月)
iPhone11 (64GB)						
端末の金額	76,120円	87,120円	90,720円	96,220円	89,280円	94,780円
一括の場合の支払額	76,120円	87,120円	90,720円	96,220円	89,280円	94,780円
分割の場合の支払額	76,120円	87,120円	90,720円	96,220円	89,280円	94,780円
頭金	0円	11,000円	0円	5,500円	0円	5,500円
割賦支払額	76,120円	76,120円 (合計額=2,114円×36ヶ月)	90,720円	90,720円 (合計額=3,780円×24ヶ月)	89,280円	89,280円 (合計額=1,860円×48ヶ月)
AQUOS R5G						
端末の金額	111,672円	122,672円	129,145円	134,645円	129,600円	135,100円
一括の場合の支払額	111,672円	122,672円	129,145円	134,645円	129,600円	135,100円
分割の場合の支払額	111,672円	122,672円	129,145円	134,645円	129,600円	135,100円
頭金	0円	11,000円	0円	5,500円	0円	5,500円
割賦支払額	111,672円	111,672円 (合計額=3,102円×36ヶ月)	129,145円	129,145円 (合計額=5,382円(初回)+ 5,381円×23ヶ月(2回目以降))	129,600円	129,600円 (合計額=2,700円×48ヶ月)

※ 端末の金額は、販売代理店の判断で設定されるものであり、販売代理店又は店舗によって、異なり得るものである。価格は税込。

1. ポスター等

au

新規(他社から乗りかえ含む)・機種変更の方

当店全機種

頭金



(税込) 円

詳しくは店頭スタッフへ

※販売店が必要に応じて利用

2. プライスカード

iPhone 11

	64GB	128GB	256GB
現金販売価格/支払総額 (A) + (B)	円	円	円
頭金 (A)	円	円	円
総分割支払金 (B) (分割支払金)	円 円/月×23ヵ月 +【最終回】 円	円 円/月×23ヵ月 +【最終回】 円	円 円/月×23ヵ月 +【最終回】 円
実質負担額 かえトクプログラムご利用時*	円	円	円
分割支払金の最終回分が お支払い不要 ※25ヵ月目までに機種を 買い替えし、本プログラムで 購入された機種を回収した場合	円/月×23ヵ月 = 円 + 頭金 円	円/月×23ヵ月 = 円 + 頭金 円	円/月×23ヵ月 = 円 + 頭金 円

【個別信用購入あっせん契約について】
支払期間：26ヵ月 支払回数：24回 実質年率：0%

1. ポスター等（なし）

2. プライスカード

機種	トクするサポートは次回買替え時に旧機種の回収・査定完了が必要となります。		頭金
48回払い	GB	GB	円
現金販売価格/割賦販売価格/ 支払総額(賦払金/分割支払金)	円 (円×48ヵ月)	円 (円×48ヵ月)	
〈トクするサポート適用時*〉25ヵ月目に 機種変更した場合 プログラム利用料込 (390円/月(不課税)×24回)	円 (円+390円)×24ヵ月)	円 (円+390円)×24ヵ月)	

・記載価格は当社直営店またはオンラインショップ販売価格です。販売店によって販売価格は異なります。

【割賦条件】 支払回数48回 / 支払期間49ヵ月(実質年率0%) ※当社指定の回収・査定条件あり。回収した機種が査定条件を満たさなかった場合、回収に加えて最大20,000円(不課税)のお支払いが必要です。次回買い替え時は、ソフトバンクで機種を購入いただく必要があります。●特に断りのない限り記載金額は全て税込。●支払い回数は48回以外も選択できます。(トクするサポート加入の場合は除く)●その他条件は店頭クルーにご確認ください。TM and ©2019 Apple Inc. All rights reserved.iPhoneはApple Inc.の商標です。iPhoneの商標は、アイホン株式会社のライセンスにもとづき使用されています。

(2020年7月時点)

		NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク		UQ	
ウェブによる手続のわかりやすさ	トップページからの画面遷移数	契約者	契約者以外	契約者	契約者以外	契約者	契約者以外※1	契約者	契約者以外※2
		9	9	13	13	9	10	10	—※3
	SIMロック解除の理由の入力の有無	不要		必要		不要		不要	
	備考	—		契約者は、15桁のIMEI(製造番号)が自動表示され、手入力が不要		—		契約者は、15桁のIMEI(製造番号)が自動表示され、手入力が不要	
ウェブでの情報提供	トップページから「SIMロック解除」を検索した際にSIMロック解除手続へのリンクが表示されるページ	1ページ目に記載 (検索結果3番目に表示)		1ページ目に記載 (検索結果9番目に表示)		— (トップページから1階層下のページで「SIMロック解除」を検索すると、1ページ目に記載(検索結果2番目に表示))		1ページ目に記載 (検索結果2番目に表示)	
	FAQへの記載	よくあるご質問に、「SIMロック解除について教えてください。」として掲載。		よくあるご質問に、「au携帯端末は「SIMロック解除」ができませんか?」として掲載。		よくあるご質問に、「SIMロック解除」について教えてください。」として掲載。		よくあるご質問に、「UQ mobileで購入した端末のSIMロック解除条件を教えてください」として掲載。	

※1 現時点では、非回線契約者。ウェブによる中古端末購入者のSIMロック解除は、2020年10月より実施予定。

※2 現時点では、ウェブによるSIMロック解除を受け付けていない。

※3 トップページからコールセンターへの連絡を案内するまでの画面遷移数は4。

(2020年7月現在)

		NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク		楽天モバイル
		5G	4G	5G	4G	5G	4G	4G
割引適用前 月額料金※1		7,650円	7,150円	8,650円	7,650円	8,480円	7,480円	2,980円
永続的な割引	家族割引	-1,000円 (3回線以上)	-1,000円 (3回線以上)	-2,020円 (4回線以上)	-2,020円 (4回線以上)	-2,000円 (4回線以上)	-2,000円 (4回線以上)	—
	固定割引	-1,000円	-1,000円	-1,000円	-1,000円	-1,000円	-1,000円	—
	その他割引※2	-170円	-170円	—	—	—	—	—
上記割引適用後 月額料金		5,480円 (-2,170円)	4,980円 (-2,170円)	5,630円 (-3,020円)	4,630円 (-3,020円)	5,480円 (-3,000円)	4,480円 (-3,000円)	2,980円 (-0円)
一時的な割引	5G割引	—	—	-1,000円 (最大25ヶ月間)	—	-1,000円 (最大25ヶ月間)	—	—
	プラン 加入割引	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-1,000円 (最大6ヶ月間)	-2,980円 (最大12ヶ月間)
全割引適用後 月額料金		4,480円 (-3,170円)	3,980円 (-3,170円)	3,630円 (-5,020円)	3,630円 (-4,020円)	3,480円 (-5,000円)	3,480円 (-4,000円)	0円 (-2,980円)

※1 ドコモは「5Gギガホ」及び「ギガホ」、KDDIは「データMAX 5G」及び「データMAX 4G LTE」、ソフトバンクは「メリハリプラン」の月額料金。ドコモの4Gプラン及びKDDIは期間拘束のあるプランを選択した場合、-170円/月。

※2 ドコモは「dカードお支払割」による割引。

① 頭金

- 頭金の設定を代理店に促しているわけではなく、代理店の自由。頭金X円を訴求する広告については、代理店からの要望でフォーマット化したもの。どう改善するかは、代理店の意見を聞きながら検討する。キャリアの一存だけで一律で決めるのは難しい。(第4回WG・NTTドコモ)
- 頭金は事業者が設定するものではないが、利用者の支払い総額は店頭で明示するべきなので、フォーマットを作り、任意で項目を入れる欄を設けている。頭金の記載を強制するものではなく、代理店の判断に応じてフォーマットを選べることとなっている。頭金という名称の是非については議論があると思う。(第4回WG・KDD I)
- 端末の小売価格には、代理店が自由に設定できるので、販売店によっては端末の頭金を徴収するケースが存在している。頭金や端末価格について、利用者への正確な理解を促す意味で、機種代金のプライスカードのフォーマットを作成している。当該フォーマットを販売代理店に利用をしてもらうことで、頭金は機種代金の一部であることと、頭金がある場合は当該金額を含めた機種代金の総額の2点をきちんと利用者に明示している。(第4回WG・ソフトバンク)
- ソフトバンク系列の代理店で頭金が設定されているところはそれほどないはず。割販法上の頭金という用語を間違った使い方をしている認識はない。端末代金の一部であることが明確であって、利用者が最終的にいくら払うのかに誤解が生じなければ問題ないと思う。用語が不適切であれば改善するが、問題点をもう少し特定してから議論すべき。(第4回WG・ソフトバンク)
- いわゆる頭金は端末代金の一部であり、独禁法の観点からも、協会として関与できないとの認識。一方で、多くの構成員からわかりにくい表現であるという指摘を受けていることから、各販売代理店と事業者間の議論が進むように、協会としても可能な範囲で協力を考えていきたい。(第5回・(一社)全国携帯電話販売代理店協会)
- 頭金の表示問題については、店頭で今どのように表示されているのかの実態の正確な把握に加えて、懸念点や問題の所在の明確化も必要だと考えている。電気通信サービス向上推進協議会としては、それらの明確化のためにも、TCAや事業者各社へのヒアリング・意見交換を行いたい。(第5回・電気通信サービス向上推進協議会)

③ SIMに関する諸課題

- 中古端末のSIMロック解除、オンラインでの無料解除など、これまでも義務化に先駆けて、自主的に取組を進めている。昨年11月に改正されたSIMロック解除ガイドラインについても、適切に対応している。(第4回・NTTドコモ)
- 米国ベライゾン社は、昨年7月にポリシーを改定して、SIMロック自動解除を導入している。また、フランスでは、ログインを不要とするSIMロック解除の実績がある。オンラインでのSIMロック解除時のログインについて、加入者以外による中古端末のSIMロックの解除が開始されたことで、手続上、ログインは不要ではないか。ログインは利用者の手間を増やすだけなので、やめられるのではないか。その他、NTTドコモは24時間オンライン受付に踏み切っているが、他社についても、24時間対応が義務化されるべきではないか。(第4回・楽天)
- eSIMによって物理的なSIMカードが不要となるため、利用者利便の向上であったり、市場競争の促進が期待されるので、早期に普及させることが重要。(第4回・オプテージ)
- 2019年からeSIMを提供しているが、より普及させていくことに関してのルール整備、もしくは機能の開放を期待。具体的には、キャリアからのRSPの機能開放、若しくは、今、Apple Watch自体がMNOによる囲い込みのツールになっているのではないかと考えているところ、MVNOのeSIMがインストールできない理由の検証と、必要に応じては、機能開放等の制度的な対応が望まれる。(第4回・IJJ)
- Apple Watchについて、MNOによる囲い込みのツールとしている意図は全くない。AppleのeSIMのプラットフォームは、GSMAのeSIMの仕様を遵守したものとなっており、基本的には当該仕様に対応しているMVNOであれば当社のプラットフォームに対応可能であるが、Apple Watchのセルラーモデルについては、(セルラー機能はiPhoneと同じ電話番号を使ってサービスが提供されているという前提があることから)技術的に非常に複雑になっている。あくまでも当社及びMVNOの投資判断にかかる事項と認識している。(第5回・Apple)

(1) 頭金①

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	UQ	全携協
頭金の考え方	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が設定するものではなく、販売代理店が独自に設定しているものであり、独占禁止法上禁止される再販売価格の拘束の観点からも、意見を述べる立場にない。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が設定するものではなく、販売代理店が独自に設定しているもの。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 端末の販売価格に関しては、代理店が独自に設定しているため、販売店によっては端末の頭金を徴収するケースが存在。(第4回会合) 店舗によって価格が異なるのは自然なこと。(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が設定するものではなく、販売代理店が独自に設定しているもの。(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 端末の販売価格に関しては販売代理店が独自に設定しているため、代理店毎に価格が異なるのは自然なこと。ただし、その旨を広く消費者に理解していただく必要はあると認識しており、引き続き各事業者や総務省と相談したい。(追加質問) 頭金は端末販売価格の一部である。(第5回会合) 頭金の是非や価格指導にあたるような取り組みはできない。(追加質問)
表示の方法	<ul style="list-style-type: none"> 販売代理店の要望にもとづき、キャリアでフォーマットを作成し、販売代理店が必要に応じて使用。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 独禁法に抵触しない範囲でキャリアでフォーマットを作成し、販売代理店が必要に応じて使用。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> キャリアでフォーマットを作成し、販売代理店が使用。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> キャリアでフォーマットは作成せず、クリエイティブルールに従い、代理店が独自で表示(事務局確認) UQクリエイティブルールに従い、適切に表示されているものと認識。(事務局確認) 	

(2) 頭金②

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	UQ	全携協
表示に関する考え方	<ul style="list-style-type: none"> 「頭金」(「頭金」の広告)に関する課題や検討の方向性が整理された場合については、その内容に沿って検討する(追加質問) 	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 15px; padding: 10px; width: fit-content; margin: auto;"> <p style="text-align: center; color: white; background-color: red; padding: 5px;">構成員限り</p> </div>	<ul style="list-style-type: none"> 割賦契約時の頭金は端末価格の一部であり、適切に表示されていれば問題ない。(追加質問) 頭金の広告表示について、何が課題なのかについて、正確に把握することが重要。その上で、頭金の表示が有利誤認を与えているといったことであれば、その適正化について検討する。(追加質問) 「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」は、代理店は対象には入っていないことから、当該ガイドラインへの追記等は適切ではない(追加質問) 多くの利用者がキャリアショップでは同じ端末は同じ価格であると誤認しているのであれば、そのことを広く周知することも考えられるが、機種代金の設定ルールに関する周知であるため、総務省から周知することが望ましい(追加質問) 事業者が自ら広告媒体の様式を設定し、代理店に対してこの様式を使用することを求め、事業者が広告媒体をコントロールすることも現実的な方法(追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者にわかりやすい丁寧な説明に努めるとともに、改正法違反とならないよう販売代理店を指導。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 独禁法の観点から協会として関与できないが、わかりづらいという指摘を受け、キャリアと代理店の議論が進むよう、協力していく。(第5回会合)

(2) わかりやすい料金プラン

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
料金プラン	<ul style="list-style-type: none"> ・ シンプルな2種類の料金プランに見直し(19.6.1~)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大きく2つの料金体系に見直し(20.6.2~)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ シンプルさを重視した3つのメインプランへ見直し。(19.9.13~)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 単一料金プランを設定。(20.4.8~)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 改正法施行を機にフラットな料金体系のプランを提供すると共に、2020年6月より料金種別を簡素化したプランの提供を開始することにより、料金プランをシンプル化。(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 3つのデータプラン、1つのデータなしプランを基本に、音声通話、SMSの利用有無により回線ごとの機能付帯料を加算する設計とすることで、シンプルでわかりやすく、利用者ニーズに合った料金プランを提供(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 契約期間に関わらず同一料金という、シンプルでわかりやすい料金プランを提供(事務局確認)
割引料金・キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の多様なニーズに応ずるため提供(第4回会合) ・ WEB等において、対象者や適用条件の詳細をわかりやすく案内(事務局確認) ・ キャンペーン適用の最安値だけの訴求により、利用者の誤認が生じないように丁寧な説明に努めていく(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の多様なニーズに応える一方、引き続きわかりやすい内容になるよう努めていく(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者の多様なニーズに応ずるため提供(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 単一料金プランの提供や、端末購入を条件としないキャンペーンを提供(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ホームページやパンフレット等において、割引料金の条件等を詳細に記載している(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Webページ等の媒体において、キャンペーンの適用条件等を詳細に案内している(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数回線割引では、自動適用で申込不要にする等、わかりやすさに加え利用者の手間を軽減(事務局確認)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用状況に応じた料金シミュレーションを提供(第4回会合) ・ 複雑・わかりづらいつの指摘があれば、利用者の誤認が生じないように丁寧な説明に努めていく(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料金プランはシンプル化を図りわかりやすいと考えるが、複雑・わかりづらいつの指摘があれば、利用者の誤認が生じないように引き続き丁寧な説明に努めていく(事務局確認) ・ 丁寧な説明にあたっては、利用状況に応じた最適料金案内も実施(料金シュミレーター等)(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引き続き、わかりやすい表示を行うようにするとともに、利用者丁寧に説明していく(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ MVNOの料金プランは、消費者が長きに渡り慣れ親しんできたMNOの料金プランとは考え方が違う場合があり(例：複数回線のシェアの考え方)、その点が利用者から見てわかりづらく感じてしまう可能性はある(事務局確認) ・ MVNOがMNOとの差別化を図るために重要な点であり、MVNOによる創意工夫を抑制すべきではない(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者にとって、サービス内容や料金プランがわかりやすく、簡潔であることは、利用者の自由で合理的なサービス選択にとって、非常に重要(第4回会合)

(3) SIMロックに関する諸課題①

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
ガイドラインへの対応	<ul style="list-style-type: none"> 適切に対応(第4回会合) 従前より中古端末のオンラインでのSIMロック解除受付(19.2.20～)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 適切に対応(第4回会合) 中古端末のオンラインでのSIMロック解除受付(20.4～)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 適切に対応(第4回会合) 中古端末のオンラインでのSIMロック解除受付(20.10～受付開始予定)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 従来よりSIMフリー(SIMロックなし)端末を提供(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 適切に対応。(第4回会合) 中古端末の電話でのSIMロック解除受付(19.9～)(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 従来よりSIMフリー(SIMロックなし)端末を提供(中古端末として販売している一部のフィーチャーフォンを除く。)(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 従来よりSIMフリー(SIMロックなし)端末を提供。(事務局確認)
手続き煩瑣への考え方	<ul style="list-style-type: none"> 今後のSIMロック解除件数の状況や利用者の声も踏まえた上で、必要に応じて検討を行うことが望ましい(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> SIMロック解除の手続きは、現状既に必要最低限の手続きであり、特段煩雑とは考えていないが、利用者の声も踏まえた上で、必要に応じて検討を行うことが望ましい(事務局確認) 端末購入時に利用者からの要望に基づき、ログインや解除コード等必要なく、SIMロックの解除を行っている。また、購入後においても、WEBでのログインや店頭での来店者証明の確認等、必要最低限の手続きを実施のうえ、SIMロック解除を行っている。(追加質問、事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> SIMロック解除の手続きは、現状既に必要最低限の手続きであり、特段煩雑とは考えていない(事務局確認) 	/	<ul style="list-style-type: none"> 必要最低限の手続きであり、特段煩雑であるとは考えていない(事務局確認) 	/	/

(3) SIMロックに関する諸課題②

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
SIMロックの自動解除、ログイン不要の解除手続への考え方	<ul style="list-style-type: none"> SIMロックがかかっていることにより、利用者が悪意ある第三者により端末を窃取されるおそれを防ぐ手立てにもなっている面等も考慮し、現在の仕様とされていることから、現時点では導入を考えていない (追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> WEBでのログインや店頭によるお客様の意思確認や来店者証明等を不要として良いのかということに加えて、端末のメーカーが複数にわたることなど、仕様が多岐に渡り、現時点ではできない (追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> 現行のSIMロックは殆ど障壁がないこと、利用者の端末が盗難に遭い易くなる懸念も存在することから、所有者の意思でSIMロック解除を行うというプロセスを維持することが必要。 (追加質問) SIMロックが解除された端末は他社や海外で利用可能となり転売の価値が高まるなど、盗難リスクが高まることから、利用者が意思を持ってSIMロック解除することが必要と考えるため、一定期間経過後の一律の解除には反対 (追加質問) ログインすることなくSIMロック解除することは、本人以外の第三者が解除申し込み可能な状態になるため、本人の意図しないSIMロック解除防止の観点で慎重な検討が必要 (追加質問) 		<ul style="list-style-type: none"> 端末盗難等のリスクが考えられることから、安全面を考慮し、自動解除やログイン不要の解除手続については、導入が難しい (事務局確認) 		

(3) SIMロックに関する諸課題③

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	IIJ	Apple
MVNOがApple WatchでeSIMを利用できない指摘について	<ul style="list-style-type: none"> Apple WatchにおけるMVNOのeSIMの動作に関して当社は関知していないため、回答できない(追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> Apple WatchにおけるMVNOのeSIMの動作に関して当社は関知していないため、回答できない(追加質問) 	<p>構成員限り</p>	<ul style="list-style-type: none"> MNOとMVNOの競争環境について、Apple WatchにMVNOのeSIMをインストールすることができない理由の検証、および必要に応じ機能開放等の制度的対応が望まれる(第4回会合) 	<p>構成員限り</p> <ul style="list-style-type: none"> ほとんどの機能について利用できるが、セルラー機能はiPhoneと同じ電話番号を使ってサービスが提供されているという前提がある。このため、技術的に非常に複雑(第5回会合)

(3) SIMロックに関する諸課題④

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ
<p>その他事業者間の公正競争を阻害するような課題</p>	<ul style="list-style-type: none"> 特になし (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての端末についてSIMロックを設定することを原則として禁止すべき (第4回会合) SIMロックの自動解除、ログイン不要の解除手続、24時間のオンライン受付の義務化を実施すべき (第4回会合) SIMスロットのない、eSIMのみ端末もガイドライン対象に含めるべき (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし (事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> eSIMの普及について、音声通話に対応したeSIMの提供に向けたMNOからのRSP機能の開放に期待 (第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> eSIMの普及について、eSIMにより物理的なSIMカードが不要となり、利用者利便の向上や市場競争の促進が期待できることから、早期にeSIMを普及させることが重要 (第4回会合) SIMカードの種類について、一部のMNOでは、同一サイズのSIMカードであっても利用端末や通信種別等により複数区分のSIMが存在することから、利用者に混乱を生じかねない (第4回会合)

① 頭金

- 頭金は前々からずっと消費者苦情が続いている印象がある。
- 頭金を正確に理解している消費者は本当に少ないのではないかと思うので、改善を求めたい。
- 頭金は消費者にとって謎の代金であり、もう少しわかりやすくしないと、印象としてはショップに行って損をしたというものになってしまう。
- 頭金は普通イニシャルペイメントのことを指すもので、消費者は最初に払う金額が0円で済むのかと誤解をしてしまう。有利誤認に当たるかはわからないが、今の頭金の表示は変える必要がある。
- 頭金という言葉の一般的な概念と通信業界での概念が違うことを、利用者で理解している人はほとんどいないはず。既に手数料も支払っており、二重取りになっているのではないかという懸念もある。事業者の発表資料では、端末価格を総額として考えるといった回答や、代理店が独自決めているといった回答があるが、業界では常識であっても、一般の利用者にはわからないことがまだまだあり、誤解を与えているので、わかりやすくする必要はある。
- 分割払いのところに頭金という欄があると、消費者はこれを見て分割払いの頭金と認識するが、実際は代理店の粗利を乗せているもので、頭金がゼロのショップに行っても分割支払金は変わらないため、粗利は一括払いの代金にも乗っている。こういったものを世間一般では頭金と呼ばないので、表現方法を含めて速やかに改めていただきたい。
- 現金一括時には頭金を取らず分割時だけにとるということになると、金利の問題があるおそれがある。前払いで金利をとることとなると、問題となる可能性があるのではないか、社会的に大きな批判を受けるのではないか。
- 頭金は、顧客の支払いリスクに応じて支払われる金銭のはず。顧客ごとにその額が異なるなら理解できるが、店舗によってその額が違うのは、頭金の趣旨がよくわからない。料金を不透明にするための価格付けとなっているのであれば問題だと思う。

① 頭金

- 事業者は、頭金をつけるかどうかは代理店によるもので、意見を述べることは独禁法に関わるとしているが、広告のフォーマットは事業者が作っており、頭金という言葉も自ら掲載している。頭金という表記はこれでよいと思っているのか。多くの人はキャリアショップで同じ端末を買ったら全国どこでも同じ価格だと思っているだろうが、頭金の設定によって価格がばらばらなのが実態。このユーザの認識との乖離に今後対応することは考えているか。
- ドコモの発表資料では、代理店独自に設定する頭金について再販価格維持などの不公正な取引方法に該当するため意見を述べる立場にないと記載されているが、事業者が、頭金の金額を記載するためのフォーマットを配布していることから、頭金の金額を設定するようにとの販売店への指導を行っていると思われ、誤認される対応だと思ふ。頭金という言葉が社会通念上の頭金とは別の意味で用いられていることに問題があると思ふので、具体的な対応策については、一定の結論を出したい。
- 事業者の側で販売代理店に提供するフォーマットの中に頭金の記載の欄を作っていることは妥当なのか非常に疑問を感じる。販売代理店の側では別に頭金を想定していない場合はとにかく0円と書かざるを得ないことになるが、これを一般の消費者の方が見たときに、0円とわざわざ書かれていると、特別の利益が提供されているという誤解を受けて、取引に誘引されてしまう効果が発生してしまうのではないか。頭金の性質を分析していくとともに、こういった広告表示の在り方についても、改めて考え直す必要があるのではないか。

② わかりやすい料金プラン

- 通信料金は確かに下がったが、競争によるものではなく、むしろ、割引の適用により、通信料金を安く見せているという形態になっているので、通信料金そのものが下がることを期待。
- 5G料金について、3社とも、通信料金の設定は4Gプランからあまり変更せずに、キャンペーンによる割引を組み合わせることによって、当面は4Gより5Gが安くなる設定となるプラン設計としている。また、5Gでは3社とも、使い放題、アンリミテッドのプランを提供しているが、使い放題としつつ様々な条件がついている。よりシンプルでわかりやすい料金体系というには、まだまだ非常に複雑で、相変わらず有利誤認を招きかねない状況と言える。今後、よりシンプルでわかりやすい料金プランによる競争へシフトしていくこと、更に、割引前の通信料金ベースでの料金競争に移行することを期待。
- 通信料金が下がったのかどうかの分析は、内外価格差調査等でも通信料金ベースで行うが、実際には、4G・5Gともに、様々な割引・キャンペーンを適用すると、実際の支払い額は安くなってきている。キャンペーンによる値引きといったものが日本の特徴だとすると、そこも加味して国際比較すべきなのか、通信料金ベースで競争するよう促すのか、まずは両方のデータを持って分析していく必要がある。

③ SIMに関する諸課題

- SIMロック解除が大幅に増加していることは、それだけのニーズがあったということなので、大きな成果。端末販売時のSIMロックについて、MVNOはSIMフリー端末の販売を始めている一方で、3社は全ての端末にSIMロックをかけているので、なぜ3事業者はSIMフリー端末の販売ができないのかということを確認したい。
- ソフトバンクはSIM差替えについて、SIMの種類とサイズが一致していれば利用可とあるが、端末とSIMカードを別々に購入することに伴い、SIMカードが適合しなかったという苦情が増えているように思う。利用者がSIMの種類とサイズを適切に判断できるのか。

① 頭金

- 前述のとおり、他業界と異なる携帯業界におけるいわゆる「頭金」の用法により利用者の誤解や混乱を招いているという指摘がある。
- 一般的に「頭金」とは、分割払いの際に、契約の成立時に代金の一部として支払うまとまった金額のことをいうものとして用いられている。
- 現在、販売代理店では、事業者から卸された端末を販売していることが多く、端末の販売価格は、販売代理店が独自に設定するものであり、また、事業者が販売価格を指示するなど販売価格を拘束することは禁止されている。
一方で、端末を購入する場合の割賦は、端末を販売代理店に卸した事業者により個別信用購入あっせん契約として提供されており、その割賦に係る上限額は、当該事業者が機種ごとに一律の額を設定することが多い。このため、販売代理店が設定した端末価格が、事業者の設定した上限額を超える場合には、「頭金」が発生することとなることから、「頭金」が安いこと、すなわち、端末価格のうち一律に設定された上限額を超える金額が少ないことを示すことにより、端末価格自体が安いことを訴求するものとなっており、わかりづらい表示となっているものと考えられる。
- 利用者の誤解や混乱を招かないようにするためには、一括購入の場合に「頭金」が生じるかのような表示を止めること、端末価格自体が安いことを訴求する場合に「頭金」が安いという表示をしないようにすることなど、「頭金」を一般的な用法に沿って用いることが求められるのではないか。
- この点に関して、一部の事業者から、頭金に係る広告表示について、指摘があるのであれば指摘を踏まえて適切な対応を行っていきたいとの見解が示されているところ、関係の事業者においては、利用者の誤解を招くことがないよう、早急に広告表示の見直しの検討を行うことが求められるのではないか。その際、現在MNO3社では店頭広告について指定フォーマットを作成しているが、それであっても、実際に広告表示を行う主体である個々の販売代理店も参画する形で議論が行われることが望ましいのではないか。

① 頭金

- また、「頭金」についての利用者の混乱の一因は、同じ看板を掲げているいわゆるキャリアショップにおいて、割引が行われる前の端末価格自体が異なっていることについて利用者が十分認識していないことにあるのではないか。そのため、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に適切な周知等が必要なのではないか。一方で、そのような利用者の認識が醸成されない中で、販売代理店ごとに異なる端末価格が設定されることにより、結果として、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、不利益を被るおそれがあることについて、どう考えるか。

②わかりやすい料金プラン

- 前述のとおり、3月からサービスの提供が開始された5Gプランを含む料金プランについて、家族割引や固定割引等による永続的な割引や、期間限定のキャンペーン等による一時的な割引により、通信料金の利用者への還元が一部の利用者に対するものに留まっていること、料金体系が利用者にとってわかりづらく不明確になっていること等が課題として指摘されている。
 - 利用者の意識も、総務省のアンケート調査の結果では、携帯電話の料金プランがシンプルでわかりやすくなってきたと感じるかについて、「わかりづらくなった」と回答した人が「わかりやすくなった」と回答した人の倍以上の割合となっており、また、改正法施行前後で傾向の変化が見られない※。
- ※ 「わかりやすくなった」と回答する割合は、9月は13.2%、12月・3月は12.5%と横ばいに推移、「わかりづらくなった」と回答する割合は、9月は29.7%、12月は26.1%、3月は27.2%と減少、「変わらない」と回答する割合は、9月は51.8%、12月は56.7%、3月は56.0%と増加。
- 割引等の条件やその表示が複雑であることにより、利用者は自らのニーズに合った料金プランが選択しづらくなっているのではないか。複雑な割引等が適用された後の通信料金ではなく、シンプルでわかりやすい料金プランによる通信料金そのものの競争への期待が示されている中で、複雑な料金体系により利用者の混乱を招いていないか、総務省では、通信料金そのものの競争の状況が進んでいるかについて、引き続き、評価・検証の状況も踏まえて、注視していくべきではないか。

③ SIMロックに係る諸課題

- 2020年10月1日には、適用が開始される中古端末のオンラインでのSIMロック解除の義務化について、各事業者において適切に対応が実施されるか、総務省において確認をしていく必要がある。
- オンラインでのSIMロック解除の手続が煩瑣であるとの指摘について、SIMロックが設定された端末を取り扱う4事業者(NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク及びUQコミュニケーションズ)が行うオンライン手続については、改正されたSIMロック解除ガイドラインの適用前後で全く変わっていない。手続が可能なページがわかりづらいなどの問題については、各事業者において利用者の声を踏まえて対応していくことが望ましいのではないか。事業者による改善状況などについては、総務省で継続的に確認していくべきではないか。
- SIMの種類が複数あることにより利用者の混乱が生じているとの指摘については、該当の事業者におけるシステム上の課題に起因するものであるが、直ちに改修することは困難であるとの説明があったところであり、当該事業者においては、利用者の混乱を招くことがないよう、利用者に対する適切な周知を行うことが求められるのではないか。
- Apple Watchの利用に係る指摘については、メーカーからは、MVNO契約によるApple Watchの利用時に一部の機能制限があることが説明されており、また、その理由として、技術的な課題に加えて経営判断が伴うものであることを挙げられている。当該端末の機能の制限が、利用者のMNOとMVNOの間の事業者選択に影響を及ぼす可能性もあることから、引き続き、状況を確認することが必要ではないか。

4. 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組

➤ 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴い、総務省では、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、**料金支払期限延長等の実施について要請**を行った。これを踏まえ、**通信事業者各社では、次のとおり対応**を行っている。

- 新型コロナウイルス感染症の影響で支払困難な全ての者を対象に、支払猶予措置を実施。
- 実施事業者数は、のべ201社。2020年7月8日時点で、実施事業者数は、81社
- MNO3社及びNTT東日本及びNTT西日本では、総務省の要請と同日に措置を発表し、7月末までの期限延長を発表している(再度の緊急事態宣言等がない場合は、更なる延長は実施しない旨も併せて公表。)

➤ また、総務省では、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**学生等の学習に係る通信環境の確保について要請**を行った。これを踏まえ、**携帯事業者各社では、次のとおり対応**を行っている。

- 携帯電話事業者各社が、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(契約者数の多いMNO3社は、無償化の対象となるデータ容量上限を50GBに設定)。
- 最大実施事業者数は、29社。7月10日時点で、実施事業者数は25社。
- MNO3社は、総務省の要請と同日に措置を発表し、その後、7月末までの期限延長を発表している。

➤ さらに、4月6日に発出された緊急事態宣言を踏まえ、総務省では、2020年4月17日に、(一社)電気通信事業者協会に対して、販売代理店での取組に関して、**新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に係る取組強化について(要請)**を行った。

この要請も踏まえ、**MNO4社においては、営業時間の短縮や販売代理店での業務縮小等を実施**したほか、**オンライン手続への誘導や、一部手続の電話での受付を実施**した。なお、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、現時点において、各事業者では、販売代理店の営業時間の短縮や業務縮小の対応を終了している。

※ (一社)テレコムサービス協会、(一社)電気通信事業者協会、(一社)日本ケーブルテレビ連盟及び(一社)日本インターネットプロバイダー協会

- 総務省から電気通信事業者関係4団体(テレコムサービス協会、電気通信事業者協会、日本ケーブルテレビ連盟、日本インターネットプロバイダー協会)に対し、3月19日付けで電話料金等の支払猶予に係る要請を実施。
- 7月8日時点で電話料金等に係る支払猶予措置を実施している電気通信事業者は81社(過去実施分も含めると201社)(携帯電話事業者8社、固定電話・インターネットサービス事業者71社(うち、CATV事業者50社)、その他2社。なお、複数事業を行っている社については、主な事業と考えられる方に分類)。
- 全体の8割の社が、経済的理由に限定せず新型コロナウイルス感染症の影響で支払困難な者の全てを対象。
- 7月末まで最大5ヶ月支払期限を延長している社が全体の4割を占めており最も多い状況。
- 契約者数の多いMNO3社(ドコモ、KDDI(沖縄セルラー電話含む)、ソフトバンク(ウィルコム沖縄含む))及びNTT東日本・西日本では、総務省の要請(3/19)後、同日に措置を発表し、3/23から受付を開始。新型コロナウイルス感染症の影響により支払困難である者からの申告に基づき、当初5月末まで支払期限を延長。その後、6月末に再延長する旨発表。さらに6/19までにこれらの社すべてが7月末に期限を延長する旨発表(再度の緊急事態宣言等がない場合は、更なる延長は実施しない予定である旨も併せて公表。)
- これらの社では、延長後の期限到来時の支払にあたり、利用者の状況に合わせ分割払い等を可能とし、負担軽減を図る予定。
- 措置適用者数は全体で約37.2万件、そのうちMNO3社の適用者数が9割を占めている状況。

事業者名	措置適用対象者	措置適用条件	措置内容
NTTドコモ	新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴い、支払を期限までに行うことが困難な利用者 (経済的事情、外出が難しい場合等を広く対象。個人・法人いづれも対象)	利用者の申告により、対象者に該当すると確認できた場合 (口頭で状況を確認)	携帯電話料金や端末割賦代金、光アクセスサービスの料金等であって、 <u>支払期限が2020年2月末日以降となっている料金について、同年7月末まで支払期限を延長</u> ※6月末の期限を6/17に再延長
KDDI			携帯電話やインターネット回線、電気、ガスなどの支払期限が <u>2020年2月25日以降となっている料金について、同年7月末日まで支払期限を延長</u> ※6月末の期限を6/18に再延長
ソフトバンク (ワイモバイルを含む。)			<u>支払期限が2020年2月末日以降となっている料金について、同年7月末まで支払期限を延長</u> ※6月末としていた期限を6/19に再延長
NTT東日本 ・西日本			電話料金や光アクセスサービスの料金、専用線サービス等の料金等であって、 <u>支払期限が2020年2月末日以降となっている料金について、同年7月末まで支払期限を延長</u> ※6月末の期限を6/17に再延長

○ 総務省から電気通信事業者関係4団体(テレコムサービス協会、電気通信事業者協会、日本ケーブルテレビ連盟、日本インターネットプロバイダー協会)に対し、4月3日付けで学生等の通信環境の確保について要請を実施。

○ 学生等の学習に係る通信環境の確保に関する措置を実施している電気通信事業者は、25社^{※1}。

※1 NTTドコモ、KDDI、沖縄セルラー電話、ソフトバンク、ウィルコム沖縄、UQコミュニケーションズ、オプテージ、J:COMグループ11社(ジェイコム札幌、ジェイコム埼玉・東日本、土浦ケーブルテレビ、ジェイコム千葉、ジェイコム東京、ジェイコム湘南・神奈川、ジェイコムウエスト、ケーブルネット下関、ジェイコム九州、大分ケーブルテレコム、横浜ケーブルビジョン)、ソニーネットワークコミュニケーションズ、ビッグロブ、インターネットイニシアティブ、Y.U-mobile、ニフティ、TOKAIコミュニケーションズ及びQTnetが措置を実施。

○ 大半の社が学生に限定せず25才以下の全ての利用者を対象。

○ 契約者数の多いMNO3社では、総務省の要請(4月3日)後、同日に措置を発表。

○ MNO3社ともに、月間のデータ容量を超過した場合に追加利用料金の支払を50GBを上限に無償化。当該措置について、MNO3社ともに7月末まで^{※2 ※3 ※4}実施予定。

※2 NTTドコモは、当初4月末とした措置の期限を過去2度延長(①6月末への延長(4/28発表)、②7月末への延長(6/12発表))。

※3 ソフトバンクは、当初4月末とした措置の期限を過去3度延長(①5月末への延長(4/24発表)、②6月末への延長(5/11発表)、③7月末への延長(6/16発表))。

※4 KDDIは、当初4月末とした措置の期限を過去3度延長(①5月末への延長(4/24発表)、②6月末への延長(5/14発表)、③7月末への延長(6/18発表))。

事業者名	措置適用対象者	措置適用条件	措置内容
NTTドコモ	25才以下の利用者	対象者全員に適用	<ul style="list-style-type: none"> 月間のデータ容量を超過した場合に追加利用料金(1GBあたり1,000円)の支払を50GBを上限に無償化。 テザリング上限なし。
KDDI			<ul style="list-style-type: none"> 月間のデータ容量を超過した場合に追加利用料金(1GBあたり1,000円等)の支払を50GBを上限に無償化。 テザリングオプション利用料を無償化。
ソフトバンク (ワイモバイルを含む。)			<ul style="list-style-type: none"> 月間のデータ容量を超過した場合に追加利用料金(1GBあたり1,000円等)の支払を50GBを上限に無償化。 テザリングオプション利用料を無償化(ワイモバイルは元々テザリングオプション利用料なし)。

(注)楽天モバイルは、全利用者に対し、他社回線使用時のデータ容量超過後の最大速度を128kbpsから1Mbpsに、データ容量の上限を2GB/月から5GB/月に増量する旨を2020年4月8日に発表(データ容量超過後の速度増速は4月8日から実施、データ容量上限の増量は4月22日から実施)。

	NTTドコモ				KDDI				ソフトバンク				楽天モバイル			
	ショップ	量販店/ 併売店	オン ライン	電話	ショップ	量販店/ 併売店	オン ライン	電話	ショップ	量販店/ 併売店	オン ライン	電話	ショップ	量販店/ 併売店	オン ライン	電話
通信契約																
新規	○	○	○	×	○	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	×
プラン変更	○	○	○	○	○	○	○	○	○	×	○	○	○	○	○	×
オプション変更	○	△※1	○	○	○	○	○	○	○	×	○	○	×	×	○	○
解約	○	×	×	×	○	×	×	×	○	×	×	×	×	×	○	○
MNP予約	○	×	○	○	○	×	○	○	○	×	○	○	×	×	○	○
端末																
購入(機変)	○	○	○	×	○	○	○	×	○	○	○	○	○	○	○	×
購入(非契約者)	○	○	△※2	×	○	○	×	×	○	○	×	×	○	○	○	×
初期設定サポート	○	×	×	△※3	○	○	×	○	○	×	×	×	×	×	△※4	△※4
下取り	○	△※5	○	×	○	○	○	×	○	○	○	×	×	×	○	×
故障修理	○	×	△※5	×	○	×	×	×	○	×	○	○	×	×	×	○
その他																
SIM再発行	○	×	×	×	○	×	×	×	○	×	×	×	○	○	○	○
支払	○	×	○※6	×	○	×	○	×	○	×	×	×	×	×	△※7	△※7
名義変更	○	×	×	×	○	×	×	△※8	○	×	×	○	×	×	×	×
登録情報変更	○	×	○	○	○	○	○	○	○	×	○	○	×	×	○	○
支払猶予	×	×	×	○	×	×	×	○	×	×	○	○	×	×	×	○

※1 端末購入、プラン変更を伴う場合のみ受付。※2 スマホおかせしプログラム加入の場合のみ受付。※3 あんしん遠隔サポート加入の場合のみ受付。※4 スマホ遠隔サポート加入の場合のみ受付。※5 iPhone/iPadは対象外。※6 NTTファイナンスWebサイトにて受付。※7 支払方法の変更のみ受付。料金支払はコンビニ・金融機関で受付。※8 姓の改正は受付。譲渡は受け付けず。

注1 紫色の枠は、業務縮小に伴い取扱業務の変更を行っていた箇所。ピンク色の枠は、新型コロナウイルス感染症への対策として設けているチャンネル。

注2 期間拘束契約の「更新」については、各社ともプラン変更の手続に含まれる。

注3 端末の購入に伴わない通信方式の変更に係る契約変更(SIMのみ購入による方式変更)の受付については、NTTドコモは受付なし、KDDIはショップ及び量販店/併売店、ソフトバンクは、全ての販路で受付。

① 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組及び課題

- 緊急事態宣言の下において、販売代理店の営業時間短縮、また、受付内容の縮小を行っていた。現在では順次、活動を再開しているところだが、利用者へのサービス提供と感染拡大防止抑止のバランスを踏まえながら、新たな生活様式に対応するための取組として進めている。(第4回WG・ドコモ)
- 販売代理店には、どうしても対面での手続が必要な利用者があるので、営業時間の短縮等を行ったが、業務の内容は、縮小せずに行っている。新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、オンライン誘導の動きはあるが、コールセンターも含めて、利用者との接点は、それぞれの利用者のニーズに応じて行っていく。(第4回・KDDI)
- 緊急事態宣言時には、オンラインやコールセンター等のリモートチャネルへの誘導、また、来店予約を利用した店舗の混雑回避、ショップスタッフへの備品支給等による衛生対策などを実施して、利用者とスタッフの安全面に留意した。(第4回・ソフトバンク)
- 第2波、第3波に備えて代理店の連携をしていく必要がある。(一社)全国携帯電話販売代理店協会とは密に連携しており、備品の調達などを行っている。夏用マスクなど、協力していく。(第4回WG・ソフトバンク)
- 業務縮小によりオンライン、コールセンターに受付が寄ったので、そこで逼迫したという問題があった。コールセンターが密にならないように、設備の工夫を行っていた。今後の検討になると思うが、コールセンターの中でも個人情報扱わないものは、リモートの中でできないかという点も工夫の一つとしてはあるのではないかと考えているので、会社の企業努力の中で考えていくことだと思っている。(第4回WG・ソフトバンク)
- 在宅コールセンターにおける個人情報の取扱いについて、問合せをグルーピングをして、個人情報が少ないもの、具体的には、例えば申込み前の利用者からのサービスや料金に対する問い合わせ又は購入直後の回線手続に関する問合せを在宅コールセンターで扱うという振り分けをしている。全てのコールを在宅で対応することは難しいとは思っており、在宅対応に向けた問合せを中心に受け付けることを考えている。(第4回WG・楽天)
- オンライン手続への誘導を実施したほか、販売代理店では、来店予約やアクリル板設置等の対策を実施した。今回、店頭での対応時間が課題となったため、非常時には、一時的に重要事項説明を必要最低限とするとともに、簡素化の検討も必要と考えている。(第4回WG・UQコミュニケーションズ)

- 全携協とTCA、各事業者はピーク時は週2回、2月下旬以降16回のウェブ会議を開催して、店舗での客とスタッフ双方の感染拡大防止を検討して実施してきた。その結果、クラスターは出ておらず、陽性者の発生率も国内全体と同等レベルで、全スタッフ約7万7,000人中僅か9人のみ。また、全携協にてスタッフアンケートを実施し、各キャリアと結果を共有しながら対策を講じてきた。社会インフラとしての責務を果たすために、スタッフは不安に駆られながらも、懸命に日々対応を続けてくれたと思っている。(第5回WG・(一社)全国携帯電話販売代理店協会)

② チャネルの在り方

- 販売のチャネルは、店舗、オンライン、コールセンターがあるが、それぞれのチャネルが、利用者との大事な接点。引き続き、利用者のニーズに応じて様々なチャネルにおいて契約手続を実施していく。(第4回・KDDI)
- 今回リモートチャネルの重要性を再認識したので、オンラインの拡充は実施していきたい。他方、店舗における対面チャネルについても、デジタル化に取り残された利用者をはじめ、丁寧なサポートを必要とする利用者をフォローする重要な役割が今後も期待されると理解している。従って、どちらのチャネル中心ということでは、必ずしもなく、両方のよさを生かしつつ、多様なお客様のニーズや、社会情勢のニーズにきちんと対応できればと考えている。(第4回・ソフトバンク)
- 不適切な販売を行っていることにならないように、丁寧な説明との両立を図っていくことが販売代理店の課題だと認識をしている。(第5回・(一社)全国携帯電話販売代理店協会)

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ	全携協
実施した 施策	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ量追加購入を50GBまで無償化(20.4~7)(第4回会合) 通信料金の支払猶予(20.4~7)(第4回会合) 自社の携帯電話ネットワークを活用した人口統計「モバイル空間統計」を提供(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ量追加購入を50GBまで無償化(20.4~7)(第4回会合) 通信料金の支払猶予(20.4~7)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ量追加購入を50GBまで無償化(20.4~7)(第4回会合) 通信料金の支払猶予(20.4~7)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 通信料金の支払猶予(20.4~7)(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ容量追加購入を30GBまで無償化(20.4~7)(第4回会合) 通信料金の支払猶予(20.4~7)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ容量30GBを無償で付与(20.4~7)(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 25歳以下の利用者向けにデータ容量追加購入を10GBまで無償化(20.4~7)(事務局確認) 通信料金の支払猶予(20.4~6)(事務局確認) 法人向けサービスにおける企業のテレワーク導入支援(初期費用無料や月額基本料金を最大3カ月無料)(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> TCA及び各事業者との意見交換(ピーク時は週2回、2月下旬以降計16回のウェブ会議)による店頭での客とスタッフ双方の感染拡大防止策の検討・実施(第5回会合) スタッフアンケート(事業者と結果を共有)を通じた対策の実施(第5回会合)

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ	全携協	
店舗での対応	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間の短縮(20.4.8~6.9)(第4回会合) 店舗取扱業務の一部縮小(20.4.21~6.9)(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 座席間隔を空けた接客等の対応(第4回会合) 来店予約の取得推進(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間短縮(20.4.8~5.31)(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 来店予約の推進(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間の短縮(20.4.8~5.22)(第4回会合) 店舗取扱業務の一部縮小(20.4.8~5.22)(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 来店予約の取得推進(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗の一時休業(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 来店予約の推進(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間の短縮(20.4.8~5.31)(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 	/	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間の短縮(20.4.8~5.29)(第4回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗営業時間の短縮(一部の代理店)(事務局確認) 店舗取扱業務の一部縮小(一部の代理店)(第5回会合) 各種備品の整備等のショップでの衛生対策(全ての代理店)(第5回会合) 	
電話での対応	<ul style="list-style-type: none"> オペレーターの出勤の抑制、出勤時間の分散、座席間隔を空けた人員配置、応答体制の構築等(第4回会合) 店舗での業務縮小を踏まえ、一時的に電話での解約手続を受付(第4回会合) コール事前予約の活用(第4回会合) 電話手続への誘導(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 社員業務をテレワークへ移行し、コールセンター業務の対応のスペースを捻出(事務局確認) 		<ul style="list-style-type: none"> コールセンター業務の一部(最大3割程度)を在宅化(第4回会合・追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> オペレーターの時差出勤や、受付時間短縮等、コールセンターの応答体制の構築(第4回会合) 		<ul style="list-style-type: none"> 通常通り(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> オペレーターの時差出勤や、座席間隔を空けた人員配置等、応答体制の構築(第4回会合) 	
オンラインでの対応	<ul style="list-style-type: none"> オンライン手続への誘導(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> オンライン手続への誘導(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> オンライン手続への誘導(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> オンライン手続への誘導(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> オンライン手続への誘導(事務局確認) 		<ul style="list-style-type: none"> 通常どおり(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(従前よりほとんどの手続をオンラインで対応可としていたため)(事務局確認) 	

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ	全携協
<p>それぞれのチャネルで行うことができない手続とその理由</p>	<ul style="list-style-type: none"> 現時点では、解約手続については、解約によって利用者に不利益が生じる可能性を踏まえて、消費者保護の観点から、店頭にて、丁寧な説明を行った上で受付(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の本人確認や、手続によっては丁寧な説明が必要となるため、消費者保護の観点から、チャネルの特性に応じて、一部チャネルで手続を制限している(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 受付チャネルについては、消費者保護の観点(丁寧な説明)や、利用者からの要望、システムへの対応など、総合的な観点より判断(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗待ち時間・スペースの観点から、店頭での受付手続は新規契約・プラン変更・端末購入・SIM再発行のみ対応(事務局確認) 電話・オンラインでは、サービス開始より、全ての手続を受付(第4回会合・事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 利用者の本人確認や、丁寧な説明を実施するため、一部手続については、チャネルを制限(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインでは全ての手続を受付(事務局確認) 電話では顧客サポートのみ実施 ※ 電話での手続は説明等により長時間化が想定され、利用者の負担となる電話代等のコスト、利用者のフラストレーションなどが懸念されるため(事務局確認) 店舗では新規契約のみ受付 ※ SIMカードの即時手渡しなど、代理店の持つ強みは新規契約にあり、他の手続を全て代理店に委託することは、委託コストの高騰が考えられるため(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> オンラインでは全ての手続を受付(事務局確認) 電話では機種変更等の一部手続を除き受付 ※ 電話では、機種情報や仕様等の説明が不十分となる恐れ等があるため、一部手続を受け付けていない(事務局確認) 店舗では、店舗種別や規模等に応じ、受付可能な範囲が異なる ※ 主要店舗では、新規契約、料金プラン変更、サポート等を主に受付、その他店舗では新規契約を中心に受付を実施(事務局確認) 	

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ	全携協
店舗手続での課題	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍であっても、それぞれのチャネルの特性に合わせて平常時に準じた契約・手続きが可能となっており、大きな問題は発生していない 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗での対面時間の短縮化のため一時的な重要事項説明の簡素化について検討が必要(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍の店舗の営業体制の変更等に伴う高齢者層の混乱(第5回会合)
電話手続での課題(在宅化の検討)	<ul style="list-style-type: none"> コールセンターの在宅対応については、システム環境や利用者情報の取り扱い等におけるセキュリティ面の課題があるが、対象業務を限定するなど一定の条件下で実施できないか、検討中(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 現状で顕在化していない課題については、必要に応じてコロナ禍の状況や利用者のニーズ等を踏まえ、対応を検討(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗の時間縮小に伴うオンライン、コールセンターへの受付集中によりコールセンターが逼迫(第4回会合) コールセンターの中でも個人情報を扱わないものは、リモートで対応できないか検討中(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 通信の秘密や要配慮個人情報に関連する業務を在宅化することは、現行法令上は容易ではないため、在宅化を推進するためには、物理的および技術的安全管理措置に関し、ガイドラインにおいて講じるべき措置及び手法の例示で水準を定めることが必要(追加質問) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	
オンライン手続での課題	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 特になし(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗と異なり即時の本人確認が取れないため、書類不備等があった場合の対応が課題(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者においては、わかりやすい導線の構築、利用者においては、非対面のオンライン手続きにおける不安感払拭や、オンライン入力における操作等のリテラシー向上が課題(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供開始当初よりオンライン手続きに軸足を置いてきたところ、利用者層の拡大とともにオンラインでの携帯電話等の契約に不慣れな利用者が増加している(事務局確認) 消費者保護ガイドラインを踏まえることは当然としつつ、更にわかりやすいウェブページの実現に向け、継続的な改善に努めている(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 課題はなし(事務局確認) 	

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	UQ	IIJ	オプテージ	全携協
今後の契約・手続等のチャンネルの在り方	<ul style="list-style-type: none"> 店舗について、来店予約での受付や予約時の重要説明事項の事前確認等、待ち時間・応対時間の短縮を推進(第4回会合) オンラインチャンネルについて、契約・手続等の提供サービスの拡充を検討中(第4回会合) その他、利用者のニーズに沿った基本的なサポートの徹底や、メルカリ教室のような高付加価値のサポートを積極的に展開(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗、コールセンター、オンラインはそれぞれ利用者との重要な接点となっている(第4回会合) 契約・手続等のチャンネルの在り方は、利用者の意向により選択されるべきもので、特定のチャンネルにしぼることはない(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗は、対面で丁寧なサポートが必要な利用者、オンラインは、契約内容を十分に理解できる利用者の活用が見込まれるため、店舗とオンラインの両輪で利用者への対応を実施(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> 新しい生活様式に柔軟に対応すべく、オンライン手続きの簡素化と利便性の向上を推進(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 対面で利用者と接する店舗や利用者が困ったときに電話できるコールセンターはそれぞれ必要なチャンネルである一方、今後、オンラインで出来る手続きはオンライン化を促進するなど、新しい生活様式に即した対応を推進(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> スマートフォンが生活インフラを担う重要な役割を果たしていることを踏まえ、通信役務そのもののみならず、オンラインでの各種手続き、カスタマサポートなどの顧客との非対面チャンネルを安定的に提供していく(事務局確認) 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗について、接客時間の短縮を目的とした動画での重要事項説明を検討(第4回会合) 来店者に対するリモートでの接客設備の導入を検討(第4回会合) コロナ渦における契約者罹患時の契約者家族からの手続き等の受付等を検討(第4回会合) 	<ul style="list-style-type: none"> コロナ渦におけるホームページ、新聞、TV等マス媒体を活用した営業体制等変更告知(第5回会合) 高齢者でもわかりやすいIVR(自動音声応答)(第5回会合) 状況に応じたコールセンターとショップの連携と機能分担(第5回会合) ウェブでのスマホ教室(第5回会合)

① 新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組及び課題

- 事業者ごとに店舗で受け付ける手続に大きな差が出ている。全く同じ対応にするべきとは言わないが、多くの手続を停止している事業者がいる一方で、何も変えていない事業者もいる。店舗を休業した事業者もいる。各社はどのように考えてこのような措置を取ったのか。
- 各社ともにコールセンターに電話が繋がらないことが消費者からのクレームになっている。定期契約の更新のタイミングで電話が繋がらないため解約できなかったという苦情はかなり大きなものになると思う。例えば、ほかの方法で申出をしたことを証明できるようにしておいて、改めて連絡ができたときにその時点でもって履行するように求めていく等が考えられるのではないか。
- コールセンターに電話が繋がりにくい状況が続いているため、ウィズコロナ時代の顧客接点の在り方について検討してほしい。特に楽天モバイルの在宅コールセンターへの順次移行は、有効な解決策ではないかと思われるが、顧客情報の管理、個人情報保護に関して恐らくハードルが高いので、各社の検討方針を聞きたい。
- 消費生活センターへの問合せの中で多いのが、番号を選択している段階で、どこを選択したらいいのか分からず、また元に戻ってしまうという問題。高齢者でもわかりやすいIVRが課題として提示されているが、そこまで行き着かないということもあるので、番号を選択しなくても質問ができる段階に行き着くようなコールセンターの入り口を設定してほしい。

② チャネルの在り方(オンライン手続)

- オンライン誘導について、新型コロナウイルス感染症対策の一過性のものとして捉えるよりも、もう少し中長期的に取り組んでもらうべきものではないか。
- スマートフォンの購入やSIMロック解除手続のオンラインチャネルの活用や、オンラインに消費者が慣れてくことに伴い、事業者が新しいメリットを見つけることもあると思うので、オンラインの影響による販売方法の変化等を注視したい。
- 新型コロナウイルス感染症の影響によりオンライン手続のニーズが高まる中で、オンラインでの契約は、長い規約を読んで理解することが困難、チャットでの質問に対応できない等の課題があるのではないか。幅広い人たちがオンラインでの契約等に切り替えることを考えると、わかりやすさや手続の簡便さについて工夫してほしい。

- 現時点でも、ウェブ手続をしたところ思っていた契約内容と違ったという苦情が多いので、オンラインへの誘導がこれから恒常的なものになるにあたり、わかりやすいウェブ表示が望まれる。
- 店舗に行かずにオンラインを通じてサポートを受けたり、諸手続をする際に、利用者から見て、オンラインでわかりやすい手続がなされているのか、必要な情報が示されているのかという点の実感も、この機会に注目すべき点の一つではないか。
- 販売代理店でもオンラインショップを設けて、オンラインショップでも買えるし、店舗でも買えるというような仕組みを検討していただきたい。公式のオンラインショップは、品数も少なく、売り切れで、買いにくく、手続も難しいので、とてもシニアには買えない。

③ チャネルの在り方(販売代理店)

- 新型コロナウイルス感染症の影響で、端末の販売数や新規獲得件数が減っていると思われるが、それによって、特に中堅中小の販売代理店の経営が悪化している、あるいは今後悪化するのではないかと危惧している。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により、オンラインショップの活用やオンライン手続の利用が促進されると思うが、シニアを中心とした携帯ユーザーの駆け込み寺、あるいは地域のICT拠点としての携帯ショップがしっかりと生き残るために、業界を挙げて何か支援できることはないか、このタイミングと一緒に考えたい。
- 携帯電話の販売代理店に係る問題として、キャリアによる代理店評価のラダー設定によって適合性の原則に反した販売を代理店が強いられているのではないかという問題と、代理店と合意しない条項による強制退店の問題があり、どちらも優越的地位の濫用に関わる問題なので、公正取引委員会マターではあるが、前者の問題は、電気通信事業法の消費者保護ルールに関わる問題でもあるし、後者も強制退店を免れるために、本来必要ではない上位の料金プランやオプションを売りつけるという行為にスタッフを走らせているとすれば、前者と同じ問題でもある。
- 販売代理店に関する課題は、新型コロナウイルス感染症の下、タイミングを見計らう必要があるが、販売代理店オーナーへのヒアリングやスタッフへのアンケート調査等を通じて現場の生の声をしっかり集める必要がある。
- 新型コロナウイルス感染症の影響でオンライン移行をした利用者も大勢いるのではないかと思われる一方で、その影響により、店舗には、ますますオンラインになじまない利用者が増えていくのではないか。その利用者に対する説明時間もかなりかかってくるのが想定され、また、適合性の原則から考えても、色々なサービスを勧めることができない利用者が増えるということは、代理店にとっては、これから先のことの心配になるのではないかとと思われるところ、キャリアとも話し合いをすべきではないか。
- 不適切販売について、無理な販売をするということは、やっぱり手数料の体系に問題が多分あると思われるため、その点も含めて、今後の代理店の在り方を早い段階から検討していくべきではないか。

- 新型コロナウイルス感染症の影響を踏まえた対応が行われる過程で、次のような課題が浮き彫りになってきたのではないか。
- 通信事業者による支払猶予措置について、その終了に当たり、一部の事業者においては、措置適用対象者への分割払いを認める等の対応を行っており、利用者の混乱が生じることがないようにする観点から、各事業者において、このような工夫が求められるのではないか。
 - 販売代理店における新型コロナウイルス感染症の拡大防止のための取組として、販売代理店への消毒液やマスク等の衛生用品の配備や、販売代理店での3密を避けるための対策(接客時のソーシャルディスタンスの確保や、来店予約の推奨等)について、引き続き、事業者と販売代理店が連携をして対策を行うことが求められるのではないか。
 - 販売代理店の営業時間の短縮や業務縮小等が行われている中での課題として、コールセンター需要の増加やコールセンターでの3密対策等によるコールセンターの対応の逼迫が指摘されている。一部の事業者で開始されている在宅コールセンターの取組など、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求められるのではないか。
 - 店頭や電話からオンラインへの誘導が強化された中で、これまでオンラインでの手続を行ったことがない利用者層がオンラインで手続を行うにあたり、使いづらい、煩瑣である等の課題や、チャネルごとに可能な手続が異なる中で、解約が電話で行えないなど一部の手続について取扱可能なチャネルが限定されている等の課題が指摘されている。一部の事業者においてオンラインチャネルの契約・手続等の拡充等を検討する動きも出てきている中で、今後、需要の増加が見込まれるオンラインチャネルについて、各事業者において、利便性の向上に向けた取組の検討が求められるのではないか。

➤ 新型コロナウイルス感染症の拡大防止に向けた対応により販売チャネルとしてオンラインが占める割合の増加が加速することが想定されるのではないか。

店頭、電話、オンラインなど販売チャネルのバランスについては、基本的には各事業者が経営戦略として検討するものと考えられるが、販売代理店については、地域の拠点として持つ役割の重要性なども踏まえ、ネットワークの維持・活用の方向性についても検討していくことが必要ではないか。また、販売チャネルのバランスの変化に伴い、必要となる販売代理店網も変化していく中で、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があるのではないか。販売代理店の状況は、その規模や委託元の事業者、立地する地域などにより異なる点もあるのではないか。

このような販売代理店の在り方に係る課題については、今後、本WGで検討を深めていく必要があるのではないか。