

競争ルールの検証に関するWG

報告書骨子

(案)

2020年8月27日

事務局

目次

I	モバイル市場の競争環境に関する検証	1
1.	これまでの取組及び検証に係る背景	1
(1)	これまでの取組	1
(2)	検証に係る背景	4
2.	改正電気通信事業法の執行	6
3.	モバイル市場の現況と分析	14
(1)	分析の視点及び手法	14
(2)	通信市場の動向	19
(3)	端末市場の動向	31
(4)	新プランへの移行状況	40
(5)	事業者等の経営状況	42
II	モバイル市場に係る課題	43
1.	MNPに関する事項	43
(1)	MNPの位置付け	43
(2)	MNP手続の在り方（MNPの枠組み）	45
(3)	MNP手続の在り方（MNP予約番号の発行の受付時間の制限）	50
(4)	MNP手続の在り方（MNP予約番号取得までの所要時間）	53
(5)	MNP手続の在り方（過度の引き止め）	55
(6)	MNP手続の在り方（煩瑣な手続）	64
(7)	MNP手続の在り方（転入時に求められるMNP予約番号の有効期間の長さ）	67
(8)	MNPに係る金銭的コストの在り方（利用者負担料金）	70
(9)	MNPに係る金銭的コストの在り方（事業者負担料金）	77
(10)	MNPの制度的な位置づけ	79
2.	その他モバイルに関する事項	81
(1)	端末購入サポートプログラム	81
(2)	スイッチングコスト	88
(3)	その他	93
3.	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	104
III	固定通信市場に係る課題	111
1.	固定通信市場に関する動向	111
2.	事業者乗り換え時のスイッチングコストに関する事項	120
(1)	工事費	120
(2)	期間拘束契約	125

3. 過度なキャッシュバック・セット割引に関する事項	132
(1) キャッシュバックやセット割引に係る検証	132
参考資料	136

1 I モバイル市場の競争環境に関する検証

2 1. これまでの取組及び検証に係る背景

3 (1) これまでの取組

4 モバイル市場の適正化に向け、総務省では、これまで、関係事業者等とも協
5 力しながら、次に掲げる取組を多面的に実施してきた。

6 ○ 接続料の適正化

7 2001年6月に電気通信事業法（昭和59年法律第86号。以下「事業法」とい
8 う。）の改正¹により第二種指定電気通信設備制度の創設以降、算定方法の整
9 備（2010年3月）、接続会計の導入（2011年3月）や指定基準の引下げ（2012
10 年6月）、利潤における資本調達コストの算定方法の厳密化（2017年2月）
11 などの取組を実施。

12 ○ 料金の適正化

13 総務省の研究会の提言等を踏まえ、MNO（Mobile Network Operator）3社
14 ²において、利用者のデータ通信量分布に応じた料金プランの導入³、ライト
15 ユーザ等のニーズに対応した料金プランの導入⁴、期間拘束がある料金プラ
16 ンに関する期間拘束が自動更新されないプランの導入⁵や期間拘束契約の満

¹ 電気通信事業法等の一部を改正する法律（平成13年法律第62号）

² 本報告書において、「MNO 3社」とは、NTTドコモ、KDDI及びソフトバンクのことをいう。

³ 「ICTサービス安心・安全研究会」報告書（2014年12月）における利用者のデータ通信量分布に応じた多様な料金プランの導入の必要性の指摘を踏まえ、2014年6月以降、MNO 3社において2GBや5GB上限等の料金プランを提供開始。

⁴ 「携帯電話の料金その他の提供条件に関するタスクフォース取りまとめ」（2015年12月）におけるライトユーザ等のニーズに対応した料金プランの必要性についての総務省からの提言及びそれを受けた総務省からの要請（「スマートフォンの料金及び端末販売に関して講ずべき措置について（要請）」（2015年12月18日総基料第234号））を踏まえ、2016年3月以降、MNO 3社において1GB上限等の料金プランを提供開始。

⁵ 「ICTサービス安心・安全研究会」の下に設置された「利用者視点からのサービス検証タスクフォース」において取りまとめた「期間拘束・自動更新付契約」に係る論点とその解決に向けた方向性（2015年7月）における期間拘束が自動更新されないプランの導入の必要性についての提言及びそれを受けた総務省からの要請（「スマートフォンの料金及び端末販売に関して講ずべき措置について（要請）」（2015年12月18日総基料第234号））を踏まえ、2016年6月以降、MNO 3社において期間拘束が自動更新されない料金プランを提供開始。

17 了時点で違約金等の支払なしに解約可能な期間の拡大などの改善⁶に関する
18 取組を実施。

19 ○ 端末販売の適正化

20 2007年9月に電気通信事業会計規則（昭和60年郵政省令第26号）の改正⁷
21 により、端末販売奨励金と通信販売奨励金の分計を図ったのち、「スマート
22 フォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」の策定（2016年3月）
23 ⁸による端末購入者の実質負担額が一定額を下回るような端末価格・通信料
24 金の割引等の禁止、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」の
25 策定（2017年1月）⁹による端末購入者に求める合理的な額の負担の明確化、
26 同指針の改正（2018年8月）¹⁰による販売店に対する端末価格等の実質的指
27 示の禁止などの取組を実施。

28 ○ SIMロック¹¹解除の推進

29 2010年6月に策定された「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関す
30 るガイドライン」（以下「SIMロック解除ガイドライン」という。）により、

⁶ 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）における期間拘束契約を契約満了時点又はそれまでに違約金及び25か月目の料金の支払いなしに解約できるようにすべきとの提言及びそれを受けた総務省からの指導（「モバイル通信市場の公正競争促進に向けて措置すべき事項について（指導）」（2018年6月6日総基料116号））を踏まえ、MNO3社において、2019年3月末までに、違約金なく解約できる期間を2か月間（25か月～26か月目）から3か月間（24か月～26か月目）へ拡大。

⁷ 「モバイルビジネス研究会」報告書（2007年9月）を踏まえ、電気通信事業会計規則を改正（2007年9月）。

⁸ 「携帯電話の料金その他の提供条件に関するタスクフォース取りまとめ」（2015年12月）におけるスマートフォンを「実質0円」にするような高額な端末購入補助は著しく不公平であり、MVNOの参入を阻害するおそれがあるため、不公平を是正する方向で補助を適正化する一方、端末購入補助を受けない利用者の通信料金の負担の軽減に取り組むべきとの提言を踏まえ、策定。

⁹ 「モバイルサービスの提供条件・端末に関するフォローアップ回答取りまとめ」（2016年11月）を踏まえて、「スマートフォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」を改正し、「SIMロック解除ガイドライン」を統合するとともに名称を改め、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」を策定。

¹⁰ 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）におけるMNOから販売店に対して端末代金の販売価格やその値引き額を実質的に指示することは業務改善命令の対象となることを明確化するガイドラインを策定する必要があるとの指摘を踏まえ、改正。

¹¹ SIMロックとは、特定のSIMカードが差し込まれた場合にのみ動作するよう設定された端末上の制限をいう。

31 一部の事業者における任意の取組として2011年4月から開始¹²され、その後、
32 同ガイドラインの改正（2014年12月）によるSIMロック解除の義務付け¹³、
33 「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」の策定（2017年1月）
34 ¹⁴によるSIMロック解除が可能となるまでの期間の180日から100日への短縮、
35 同指針の改正（2018年8月）による中古端末のSIMロック解除の義務付け¹⁵な
36 どの取組を実施。

37 ○ MNP¹⁶の推進

38 2004年5月に策定された「携帯電話の番号ポータビリティの導入に関す
39 るガイドライン」を踏まえ、2006年11月から電気通信番号規則（令和元年総
40 務省令第4号）に基づくMNOへの措置として開始された。その後、MVNO
41 （Mobile Virtual Network Operator）利用者への措置の拡大（2008年2月）、
42 PHSへの措置の拡大（2014年10月）、過度な引き止めの機会を減らすため、同
43 ガイドラインを改正し、名称を改めた「携帯電話・PHSの番号ポータビリテ
44 ィの実施に関するガイドライン」（2004年策定。以下「MNPガイドライン」と
45 いう。）¹⁷により、ウェブによるMNPの実施の義務付けなどの取組を実施。

46 ○ 中古端末の流通促進

¹² NTTドコモは、2011年4月1日からSIMロック解除の対応開始。

¹³ 「ICTサービス安心・安全研究会」報告書（2007年9月）を踏まえ、「SIMロックの解除に関するガイドライン」を改正し、事業者がSIMロック解除に応じるよう義務付け（義務付けの対象は、2015年5月1日以降の販売に係る端末。）。KDDIは2015年5月1日から、ソフトバンクは同年11月25日からSIMロック解除の対応開始。

¹⁴ 「SIMロック解除ガイドライン」を改正し、「スマートフォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」を統合するとともに名称を改め、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」を策定。

¹⁵ 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）を踏まえ、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」を改正し（2018年8月）、事業者が中古端末のSIMロック解除に応じるよう義務付け（2019年9月1日適用開始）。NTTドコモは2019年2月20日から、KDDIは同年9月1日から、ソフトバンクは同年8月21日から中古端末のSIMロック解除の対応開始。

¹⁶ MNP（モバイルナンバーポータビリティ）とは、携帯電話役務の利用者が携帯電話を変更した場合に、携帯電話番号を変更することなく変更後の携帯電話事業者が提供する携帯電話役務を利用できることをいう。

¹⁷ 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）における対面や電話による利用者への対応等、利用者の引止め機会となる手続を行わずに事業者間移転が可能となる手続の確保の必要性についての提言を受けて、「携帯電話・PHSの番号ポータビリティの導入に関するガイドライン」を改正（同時に、名称を「携帯電話・PHSの番号ポータビリティの実施に関するガイドライン」に改正）（2018年8月28日）。

47 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）に
48 おける指摘¹⁸も踏まえ、総務省では、「モバイルサービスの提供条件・端末に
49 関する指針」を改正（2018年8月）し、下取り端末の流通・販売を行う者に
50 対するMNOによる国内市場での販売の制限が業務改善命令の対象となるこ
51 との明確化及び中古端末のSIMロック解除を義務付け（2019年9月から適
52 用）。また、中古端末を取り扱っている民間事業者により構成された「リユ
53 ースモバイル関連ガイドライン検討会」¹⁹において、端末の格付基準、端末
54 内の利用者情報の処理及び関連法令の遵守等を定めた「リユースモバイル
55 ガイドライン」を2019年3月に策定（同年11月改訂）。

56 ○ 広告表示の適正化

57 通信関係4団体²⁰で構成される電気通信サービス向上推進協議会（以下
58 「サ向協」という。）において、2004年3月に、通信サービス特有の広告表
59 示について事例を交えて規定した「電気通信サービスの広告表示に関する
60 自主基準及びガイドライン」を策定し、その後も継続して改訂。その他、通
61 信関係4団体を構成する事業者の全国向けテレビ広告・新聞広告について
62 全件を四半期に一度事後的に審査し、そのうち指摘のあったものに関し、事
63 業者名・サービス名を伏せた形で指摘内容をホームページで公表する取組
64 を実施。

65 （2）検証に係る背景

66 これらの取組にもかかわらず、依然として、モバイル市場の競争は十分であ
67 るとは言いがたい状況にあったことから、総務省「モバイル市場の競争環境に
68 関する研究会」（座長：新美育文明治大学名誉教授。以下「モバイル研究会」
69 という。）が開催され、利用者料金その他の提供条件と事業者間の競争条件の
70 両面について、利用者の視点に立った検討が行われた。

¹⁸ 「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書（2018年4月）において、①下取り端末の流通・販売を行う者に対してMNOが当該下取り端末の国内市場での販売を制限することは、業務改善命令の対象となることを明確化するガイドラインを策定すること、②MNOが中古端末（盗難・不払い端末と確認されたものを除く。）のSIMロック解除に応じることを確保するため、SIMロック解除ガイドラインを改正すること、③中古端末の格付に関する民間の共通指針の策定の取組や中古端末の流通阻害要因の排除等に向けた民間の取組を後押しすることが指摘されている。

¹⁹ RMJ及び一般社団法人携帯端末登録修理協議会（MRR: Mobile Terminal Registered Repair Council）に加盟する有志企業により、2018年7月に立ち上げられた。

²⁰ 一般社団法人テレコムサービス協会、TCA、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会及び一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟。

71 ○ モバイル研究会における緊急提言

72 モバイル研究会では、過去の検討における課題も踏まえ、モバイル市場の
73 競争環境に関する主要な論点に関し、2019年1月17日の第6回会合で、総務
74 省「ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWG」（主
75 査：新美育文明治大学名誉教授。以下「消費者WG」という。）と合同²¹で、モ
76 バイル市場において早急に取り組むべき事項を盛り込んだ「モバイルサー
77 ビス等の適正化に向けた緊急提言」（以下「緊急提言」という。）を取りまと
78 め、公表。その後、モバイル研究会では、2019年4月19日に中間報告書、2020
79 年2月18日に最終報告書を取りまとめ、公表。

80 ○ 電気通信事業法の改正

81 緊急提言を踏まえ、総務省は、通信料金と端末代金の完全分離、行き過ぎ
82 た囲い込みの禁止等を内容とする事業法の改正法案を、2019年3月に第198
83 回国会（常会）に提出。同法案は、国会での審議を経て成立し、「電気通信
84 事業法の一部を改正する法律」（令和元年法律第5号。以下「改正法」とい
85 う。）として同年5月17日に公布され、同年10月1日に施行。

86 ○ その他の取組

87 総務省では、SIMロック解除の一層の促進のため、2019年11月にSIMロック
88 解除ガイドラインを改正し、購入時のSIMロック解除端末の引渡し及び購入
89 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
90 SIMロック解除手数料の原則無料化（回線契約がない者（以下「非回線契約
91 者」という。）については2019年11月22日から、回線契約を有する者（以下
92 「回線契約者」という。）については2020年4月6日から適用）、オンライン
93 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）。

94 MNOとMVNOとの間の公正競争確保については、データ接続料の適正性向上
95 に向け、全国BWA事業者への第二種指定電気通信設備制度の適用に係る制度
96 整備（2019年12月）、将来原価方式による算定方法の導入（2020年1月）な
97 どの取組を実施。また、モバイル音声卸料金について、日本通信株式会社（以
98 下「日本通信」という。）と株式会社NTTドコモ（以下「NTTドコモ」という。）
99 の紛争事案に関して、適正原価・適正利潤を基本とした料金設定を行うべき

²¹ 本WG及び消費者WGが合同で開催した会合を「合同会合」という。

100 との総務大臣裁定²²を行う一方、2019年12月から、総務省「接続料の算定等
101 に関する研究会」（座長：辻正次神戸国際大学学長・教授）において、指定
102 電気通信設備の利用における「接続」と「卸役務」の代替性に着目し、接続
103 による代替が実質的に困難な指定設備卸役務について、利用条件等の適正
104 性、公平性、透明性等の確保のために必要な措置の検討を実施。

105 以上のとおり、モバイル市場における競争環境の整備に向けて様々な取組
106 を複合的に行っているところ、以下本章の「2. 改正電気通信事業法の執行」
107 において、改正法の執行状況、それに伴う課題及びその方向性について整理す
108 る。

109 本章の「3. モバイル市場の現況と分析」では、これらの取組を受けてモバ
110 イル市場にどのような変化が生じているか、通信市場や端末市場の動向など
111 に関し、事業者から報告を受けたデータを用いた定量的な分析、関係者からの
112 ヒアリングを通じた定性的な分析、アンケートによる利用者の意識の分析等
113 により、総合的に分析・評価した上で、今後、更に取組を進めていくべき点や
114 引き続き注視していく点などについて整理する。

115 2. 改正電気通信事業法の執行

116 ① 検討課題等

117 ○ 事業者による料金プランの見直し

118 2019年10月1日の改正法の施行を踏まえ、各事業者では、違約金の金額の
119 見直し²³、期間拘束契約の撤廃²⁴、期間拘束なしの料金プランの料金の見直
120 し²⁵など、事業法第27条の3等の新たな規律に適合するための料金プランの

²² 2019年11月15日に日本通信が総務大臣に裁定を申請し、総務大臣が電気通信紛争処理委員会へ裁定案を諮問（2020年2月4日）、同委員会からの答申（2020年6月12日）を経て、2020年6月30日に総務大臣が裁定。

²³ NTTドコモ及びKDDIは、2019年10月1日から提供を開始した改正法適合プランにおいて、期間拘束プランの違約金の金額を、従来の9,500円から1,000円に見直し。

²⁴ ソフトバンクは、ソフトバンクブランドについては2019年9月13日から提供を開始した改正法適合プランにおいて、ワイモバイルブランドについては同年10月1日から提供を開始した改正法適合プランにおいて、期間拘束のあるプランを撤廃。楽天モバイルは、2020年4月8日から、期間拘束のないMNOの料金プランを提供開始。

²⁵ NTTドコモ及びKDDIは期間拘束のない料金プランについて、期間拘束のある料金プランとの値差を170円に見直すとともに、料金水準を引下げ。ソフトバンクは、料金プランの水準を引下げ。

121 見直しを行った。

122 ○ 事業法第27条の3の規律遵守のための体制整備

123 総務省では、改正法の施行に先立ち、2019年6月及び9月に、改正法の円
124 滑な施行に向けた事業者の適切な取組を促すため、主要事業者に対して改
125 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込み販売の自
126 粛、改正法に適合する契約への移行の促進等を内容とする要請を行った²⁶。
127 これらの要請も踏まえ、各事業者や販売代理店では、改正法施行前から、社
128 内の体制やシステム体制、また販売代理店の管理体制の整備等の関係規律
129 の遵守のため体制整備等を図っている²⁷。

130 具体的には、NTTドコモでは、社内及び全販売代理店に対する関係規律の
131 遵守徹底に向けた詳細な運用手順の説明・指導等、支社・支店販売部門によ
132 るキャリアショップの毎月の点検と本社への報告、不適切な利益の提供等
133 に関する内部通報窓口の新設等の取組を実施している。KDDI株式会社（以下
134 「KDDI」という。）では、営業管理、販売促進部門の本社組織化などの体制
135 強化、全販売代理店に対する説明の実施、全販売代理店へのガイドラインの
136 責任者の設置等の取組を実施している。ソフトバンク株式会社（以下「ソフ
137 トバンク」という。）では、社内管理部門での確認フローの確立、販売代理
138 店に配備された顧客情報管理システムでの注意喚起（アラート）の表示等の
139 取組を実施している。また、販売代理店各社では、店舗での価格設定・値引
140 きの本部での承認ルール、本部によるPOSデータの日次チェック等の取組を
141 実施している。

142 ○ 事業法第27条の3の適切な執行

143 一方、総務省では、事業法第27条の3等の規律の適切な執行を確保するた
144 め、改正法の施行と併せて各総合通信局等に設置した通報窓口を通じて改
145 正法に違反する事案を匿名で受け付けるなどの取組を行っている。

²⁶ 「電気通信事業法の一部を改正する法律の施行に向けた準備について（要請）」（2019年6月20日総基料第33号）及び電気通信事業法の一部を改正する法律の円滑な施行に向けた取組について（要請）（2019年9月6日総基料第117号）

²⁷ 事業者は、事業法第27条の4において、届出媒介等業務受託者に対し「委託に係る業務の適正かつ確実な遂行を確保するために必要な措置を講じなければならない」とされており、その具体的な内容の1つとして、施行規則第22条の2の18第1項第8号において、事業法第27条の3において準用する事業法第27条の3第2項の規定を遵守するために必要な措置が定められている。

146 事業法第27条の3等の規律を執行する中で、関係規律に違反した販売代
147 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行っている²⁸。
148 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
149 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、ま
150 た、2020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
151 て行政指導を行った。

152 総務省では、関係省令等の公布・公表後、改正法の施行までの関係事業者
153 や販売代理店における施行に向けた準備における状況等も踏まえ、適時、関
154 係ガイドラインの改正による規律の明確化を行っている²⁹。

155 ② 意見

156 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

157 ○ 事業法第27条の3の規律の見直し

- 158 ・ これまでの通信料金の補填による過度な値引きを問題視して制限を
159 かけた端末購入補助の規律について、Appleとクアルコムから、5G端末
160 について規律の撤廃や補助額を率にしてはどうかとコメントがあった
161 が、端末への補助金の出資主体を誰にするべきと考えているのか。
- 162 ・ メーカーの経営努力による端末値引きは問題ないが、異なるユーザや
163 サービス間での内部補助等により値引きが行われることは問題。メー
164 カが規律の緩和を要望するのであれば、例えば端末の調達価格や端末
165 の販売収支を事業者とメーカーが総務省に報告することで、内部補助の
166 問題がないことをチェックできる仕組みを作る等の提案が必要。
- 167 ・ 不良在庫端末の特例について、Appleは、不良在庫端末特例の見直し
168 を求めているが、メーカーの製造中止を証明する書類を事業者を通じて
169 提出する手続きを経て、多くのiOS端末が特例の対象となっている実態
170 がある。

171 イ 事業者等の意見

172 ○ 事業者による料金プランの見直し

²⁸ 施行規則第22条の2の16第1項に規定する上限額を超える利益の提供について、販売代理店に対して、規律の遵守の徹底及び再発防止策を着実に実施するよう指導するとともに、事業者に対して、販売代理店に対する指導その他の措置を徹底するよう指導した。

²⁹ 事業法第27条の3及びその関係省令等について、運用に当たっての具体的な考え方や事例等を明確化するため、運用ガイドラインについて、2019年11月22日に第一次改正を行った。

- 173 ・ 2019年6月1日より、分離プランを、同年10月1日からは、改正法に
174 適合した料金プランを、2020年3月25日からは、期間拘束がない5G料金
175 プラン提供している。様々な移行施策や周知を積極的に行うことで、引
176 き続き改正法に適合した料金プランへの移行を進めてまいりたい。(第
177 4回会合：NTTドコモ)
- 178 ・ 期間拘束プランは残っているが、違約金の上限、料金差、期間拘束の
179 有無による料金差等を遵守し、旧プランから改正法の適合プランへの
180 移行について、随時案内を行っている。(第4回会合：KDDI)
- 181 ・ 2019年10月以降、シンプルさを重視した3つのメインプランへの集
182 約、期間拘束・契約解除料の完全撤廃、また、高利用者向けの定額プ
183 ランの自動割引の導入等を随時実施している。(第4回会合：ソフトバン
184 ク)
- 185 ・ 改正法の施行に合わせて、契約解除料や期間拘束のない料金プラン
186 と併せて、端末購入者への割引廃止を開始しているほか、お求めやすい
187 価格帯の端末ラインナップを充実させている。(第4回会合：UQ)
- 188 ・ 法令に準拠して、料金プラン等の見直しを行っている。一部プランを
189 除き、従来より通信と端末を分離して提供してきたために、改正法の施
190 行前後で、販売方法に大きな変更はない。(第4回会合：株式会社イン
191 ターネットイニシアティブ (以下「IIJ」という。))

192 ○ 事業法第27条の3の規律遵守のための体制整備

- 193 ・ 不適切な端末代金の値引きについて、2020年5月に、総務省から行政
194 指導を受けたことを真摯に受け止め、取組の強化を図ってきた。法令遵
195 守の徹底について販売代理店へ改めて要請、営業担当部分による割引
196 の現地確認の強化、スマホおかせしプログラムの提供条件の見直しに
197 よる意図しない割引超過の防止を実施している。広告表示についても、
198 事前承認を受けた広告物のみ店頭で掲示可能とする仕組みの制度化、
199 不適切な広告に関する内部通報の窓口の新設により事前事後のチェッ
200 クを強化している。(第4回会合：NTTドコモ)
- 201 ・ 2万円を超える利益提供が発生し、行政指導を受けたため、再発防止
202 策を徹底し、販売代理店の管理・監督に取り組んでいる。(第4回会合：
203 KDDI)
- 204 ・ 販売代理店向けの分かりやすい解説書やNG集等を作成し、社内関連
205 部門及び販売代理店に対して説明し、正確な理解の浸透及び遵守徹底
206 に努めている。(第4回会合：UQ)
- 207 ・ 販売代理店において端末代金の値引き上限規制の違反が発生し、行

208 政指導を受けた。原因の一つは、複数店舗を運営する代理店で店舗によ
209 って異なる価格を設定した場合に、他店情報の把握が不十分であった
210 ために、最も高く設定された価格を考慮せずに、低い価格を設定した店
211 舗が低い価格から値引きをしたこと。二つ目は、事業者と代理店の利益
212 提供を合算した額が値引き上限を超えたこと。いずれも初期の周知の
213 不十分さや販売代理店内の混乱の結果と考えているが、改正法の施行
214 から半年超経過しており、現在はこのようなミスも鎮静化していると
215 認識している。(第5回会合：一般社団法人全国携帯電話販売代理店協
216 会(以下「全携協」という。))

217 ・ 全携協は、会員が行政指導を受けた場合には、倫理委員会で、再発防
218 止の対策を含めて審議をすることとしており、再発防止対策としては、
219 個別事案に照らして代理店内の価格を全国同一価格とした例、値引き
220 承認権限などのルールを改定した例、価格表を分かりやすく改善した
221 例等があるほか、管理者やスタッフに対する改正法の再研修は繰り返し
222 し強化をしており、総務省、事業者へも協力を仰ぎながら、取り組んで
223 いる。(第5回会合：全携協)

224 ○ 事業法第27条の3の規律の見直し

225 ・ UQのモバイルルータが事業法第27条の3の規律の対象となっている
226 一方で、ソフトバンクのルータについては規律の対象外となっており、
227 規制差異の解消を求める。(第4回会合：UQ)

228 ・ ポストコロナ・ウィズコロナの状況下で、社会のニーズが変わり、新
229 しい社会制度に5Gの普及が不可欠となってきた中、5G端末に対す
230 る端末購入補助規制を緩和して、市場メカニズムに基づいて自由に競
231 争ができる状況にするべきではないか。その際、5Gインフラのように税
232 金を使うことも1つの手段であるが、あくまで市場メカニズムに基づ
233 いて原資を出したいプレーヤーが自由に出しながら自由に競争ができ
234 る状況にすべきである。(第5回会合：Apple Japan, Inc.(以下「Apple」
235 という。))

236 ・ 5G端末向けの例外措置が必要。5G普及促進の観点から、5G端末につい
237 ては例外を設ける等の措置が必要。例えば、5G端末に限り利用提供を、
238 禁止される利益の基準を、定額ではなく、端末価格の一定の割合にする
239 定率として規定する等は検討に値するのではないか。(第5回会合：
240 Apple)

241 ・ 5G時代において、日本が諸外国に大きな後れをとらないためには、5G
242 スマートフォンを国中に普及させる戦略的な政策が必要だが、現在のの

243 端末補助金規制は、むしろこれに逆行しているのではないか。本来市場
244 原理によって決まる端末補助金に対して、規制によって上限が設定さ
245 れることは適切ではなく、現在の端末補助金規制を5G端末に限って緩
246 和または撤廃するなどの施策は、5Gスマートフォンの普及促進に極め
247 て有効なのではないかと考える。(第5回会合：クアルコムジャパン合
248 同会社(以下「クアルコム」という。))

249 ・ 現在の不良在庫端末特例は、最終調達日から一定の時間が経過し、製
250 品の製造が中止された場合にのみ8割までの割引を認めるというルー
251 ルのため、多くのモデルを発表しては製造中止を繰り返し、在庫を大量
252 に抱えるメーカーに恩恵をもたらす一方で、高品質の製品のみを提供す
253 る企業の利用者を不当に扱うもの。製品の発表時を起点とすることが、
254 日本の利用者、日本の携帯端末市場にとって、より公正かつ公平な制度
255 であると考えます。(第5回会合：Apple)

256 ・ 製造中止端末について不良在庫端末の特例の適用を受けるには、
257 メーカーが証明する必要があるが、グローバルにビジネスを展開してい
258 る弊社は、日本向けには売らないが、他国には売るといった製品が発生
259 してしまう状況があるため、製造中止を証明することが非常に難しい
260 という手続上の問題があるので、可能であれば、新規販売時点から一定
261 期間を経過した端末を対象とするルールに変えて欲しいが、仮にそれ
262 が難しい場合は、弊社に特有の状況も踏まえた運用をお願いしたい。

263 ③ 対応の方向性

264 ○ 事業法第27条の3の規律遵守のための体制整備

265 販売代理店及び事業者においては、引き続き、改正法の規律の遵守のため
266 の取組を行うことが必要である。

267 事業法第27条の3では、同一の利用者に対して事業者と販売代理店がそ
268 れぞれ利益の提供を行う場合には、両者の利益の提供の額を合計した額が
269 許容される利益の上限を超えることを禁止しており、事業者に対しては、委
270 託先の販売代理店が上限を上回る利益の提供を行わないように指導する義
271 務を課している。事業者と販売代理店においては、事業法第27条の3の違反
272 事案を踏まえ、それぞれ管理体制の強化やルールを理解を促進するための
273 研修等の取組を行っている。

274 事業法第27条の3等の規律を遵守するため、事業者においては、引き続
275 き、体制の強化に取り組むとともに、販売代理店に対する事業法第27条の
276 3等の規律の趣旨・内容についての十分な情報提供、管理体制の構築に関

277 する指導等の徹底、自らが行う利益の提供の額等の販売代理店への通知の
278 ための適切な体制整備等の取組を実施していくことが必要である。

279 また、販売代理店においては、事業法第27条の3等の規律を十分に理解
280 するための研修の実施や、社内ルールの見直しやチェック体制の強化等規
281 律の遵守のために必要な管理体制の整備等に取り組むことが必要である。

282 ○ 事業法第27条の3の適切な執行

283 総務省においては、引き続き改正法の適切な執行を図っていくことが必
284 要である。その際、関係事業者から、「電気通信事業法第27条の3等の運用
285 に関するガイドライン」（以下「運用ガイドライン」という。）の規定内容の
286 解釈に苦慮するケースがあるとの指摘があったことを踏まえ、関係者にお
287 ける改正法の規律の正確な理解のため、運用ガイドラインの解説などを丁
288 寧に行うことが必要である。これまでも、電気通信事業法施行規則（昭和60
289 年郵政省令第25号。以下「施行規則」という。）の改正や運用ガイドライン
290 の改正を行っている³⁰が、事業法の規律について、一部の事業者による潜脱
291 的な行為が行われたり、事業者によって理解が異なったりすることとなる
292 と、公正な競争が損なわれることとなりかねない。このため、共通のルール
293 を明確にし、関係者による理解を促進するため、運用ガイドライン自体につ
294 いても、関係事業者の声も踏まえながら随時見直しを図っていくことが必
295 要である。

296 ○ 事業法第27条の3の規律の見直し

297 改正法による規律の対象となる移動電気通信役務³¹について、利用目的や
298 利用環境、競争環境も大きく異なることから、タブレット向けの役務を適用
299 対象外とすべきとの意見や、固定して利用するWi-Fiルータ向けの役務を対
300 象とすべきとの意見があった。

³⁰ 運用ガイドラインについて、2020年5月29日に第二次改正を行い、現在、第三次改正案について意見募集中（2020年8月8日～9月11日）。また、施行規則について、PHSサービスについても、旧通信方式を用いた通信役務（3G役務）と同様に、新たな通信方式に移行するために購入する端末について、0円未満としない範囲で利益提供可能とするための改正を実施（「電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令」（令和2年総務省令第39号。2020年4月15日公布・施行）。

³¹ 事業法第27条の3の規律の対象となる移動電気通信役務の範囲については、令和元年総務省告示第166号（電気通信事業法の一部を改正する法律附則第2条第2項の規定に基づき、同法による改正後の電気通信事業法第27条の3第1項の規定の例により、移動電気通信役務を指定する件）で規定する携帯電話サービス及び全国BWAサービス。

301 タブレット向けの役務については、端末と一体で販売されることが一般
302 的である点や、通信サービスに関する積極的な競争が期待される中で利用
303 者の流動性が損なわれることによる競争への悪影響が懸念される点などに
304 おいて、スマートフォンと同様であることから規律の対象とすることとさ
305 れたものである。2020年1月から改正法が適用されたところであって、まだ
306 十分なデータ等もなく、分析を十分に行える状況になっていないことから、
307 引き続き分析を行った上で、必要に応じ、規律の対象とするかの是非を判
308 断することが望ましい。

309 また、固定して利用するWi-Fiルータ向けの役務については、モバイル市
310 場よりも固定市場における競争関係にあると判断され、規律の対象となる
311 役務から除外されたものであり、現時点においてその状況に変化が見られ
312 たとは言えないが、引き続き状況を注視し、必要に応じ、その是非を判断す
313 ることが望ましい。

314 事業法第27条の3により規律される端末代金の値引き等の利益の提供に
315 ついて、5Gサービスの普及促進の観点から、5G端末への買い替え時には例外
316 として上限を撤廃すべき、割引額ではなく定率での値引き上限とすべきと
317 の意見があった。

318 事業法第27条の3の端末値引き等の利益の提供は、通信料金を原資とす
319 る過度な端末値引きを2年を目途に事実上根絶するために一定の上限を設
320 けるものである。通信市場と端末市場の両市場での競争を促進することに
321 より、利用者が通信料金と端末代金のそれぞれを正確に理解できるよう
322 なることで、様々な通信サービスと端末の中から自らのニーズに合ったも
323 のを選択することが容易となるものであり、5G端末についても、それ自体の
324 魅力が理解されるような取組により利用者によって選択されていくことが
325 見込まれる。なお、改正法により禁止されているものは、通信契約を条件と
326 する端末代金等の値引きであり、事業者やメーカー等による端末自体の価格
327 の引下げ等についてなんら制限を設けるものではない。現時点において、5G
328 端末についてその他の端末と異なる特例を設けるという理由はなく、評価・
329 検証を通じて、通信と端末の完全分離によるモバイル市場の動向を引き続
330 き注視していくべきである。

331 また、端末値引き等の利益の提供の規律の例外として設けられている不
332 良在庫端末³²の特例について、現行ルールは、製造中止が多く在庫を抱える

³² 施行規則第22条の2の16第1項第2号イで不良在庫端末に係る特例を規定。

333 メーカーと比べて、最新機種の発表回数を限定し、過去に販売した端末をも含
334 めたラインアップを消費者に提供するメーカーに対して不当な扱いをするも
335 のであり、また、グローバルに端末を販売するメーカーにとって製造中止のハ
336 ードルが高いとの意見があった。

337 そもそも、事業法第27条の3の端末値引き等の利益の提供の上限は、通信
338 料金を原資とする過度な端末値引きを制限するために設けられた規律であ
339 る。そうした中、不良在庫端末の特例は、不良在庫端末の処分について、最
340 終調達日から一定の期間を経過した不良在庫端末については、事業者が意
341 図的に在庫を発生させて値引きを行う行為が想定されないことから、例外
342 的に値引きを一定の範囲で認めるものである。このとおり、これらの制度は、
343 あくまで通信料金を原資とする過度な端末値引きの制限と、その例外を定
344 めたものであり、特定の戦略を持つ端末メーカーに対して不利な扱いをするこ
345 を目的としたものではない。

346 実際に、不良在庫端末特例の趣旨に則り、総務省においては全てのメーカ
347 に対して公平・中立的に同制度を運用しており、その結果として、2020年7
348 月20日時点で、iOSは34機種（うちスマートフォンは、19機種）、Androidは
349 106機種（うちスマートフォンは、79機種）が特例の対象となっている。

350 なお、端末の調達・在庫の管理については、事業者や販売代理店が行うも
351 のであり、それぞれの端末を不良在庫端末として取り扱うかどうかも含め
352 て事業者等が自社の戦略の中で決めて、行うものである。また、端末メーカ
353 によって端末の製造・販売戦略は様々であると考えられるが、それは、各端
354 末メーカーが独自に判断する事項である。

355 総務省においては、引き続き、不良在庫端末特例の適用状況について注
356 視し、関係事業者・メーカー等の意見を踏まえ、不良在庫端末の運用において
357 課題が生じていないか継続して確認を行うとともに、規律の潜脱を防止す
358 るため適切な運用をしていくことが必要である。

359 3. モバイル市場の現況と分析

360 (1) 分析の視点及び手法

361 ①-1 分析の視点

362 モバイル研究会の最終報告書（2020年2月）において、改正法の施行後の
363 モバイル市場に関する評価・検証については、通信・端末両市場の状況を含

364 むモバイル市場の変革の進捗について、定量的・定性的に実施していくこと
365 が適当とされている。

366 通信料金収入を原資とする過度の端末代金の値引き等の誘引に頼った
367 競争環境の根絶に向け通信料金と端末代金の完全分離による取組が市場に
368 与えた影響や、期間拘束等による過度な囲い込みの禁止によるスイッチン
369 グコスト引下げの状況等を確認する。併せて、その他の様々な取組による公
370 正な競争の促進の進捗状況を確認する。

371 具体的には、通信市場の動向、端末市場の動向、改正法適合プランへの移
372 行状況、事業者の経営状況について、SIMロック解除の動向やMNP件数の推移、
373 それに伴う契約数の推移等、市場全体の動きや競争環境の動向などに着目
374 し、評価・検証を行う。

375 【図表 1 - 1 モバイル市場に関する評価・検証項目】

		評価・検証の観点	検証の項目
通信市場の動向	市場全体	通信市場の全体の動向	契約数の推移
	通信料金	通信料金等の動向	通信料金プランの推移(4G・5G) 通信料金プランの諸外国との比較
		契約数等の動向	新規契約数の推移 契約解除数の推移
		移動電気通信役務に係る収入の動向	移動電気通信役務に係る収入の推移 ARPUの推移
	競争	事業者乗換えの動向 (MNPの動向、SIMロック解除の動向)	MNP件数の推移 SIMロック解除件数の推移(SIMロック受付状況、手続煩瑣の状況)
囲い込み	違約金のある契約の動向	違約金の支払件数・額の推移	
端末市場の動向	端末価格	端末の販売状況	事業者による価格帯別の端末販売の推移(4G・5G) 販売手法の多様化(端末購入サポートプログラム) 販売経路の多様化(新規端末・中古端末)
	市場全体	端末市場の状況	売上台数・売上高の推移 出荷台数の推移
	競争	利益の提供の動向	端末購入を条件とする利益の提供の件数・額の推移 新規契約を条件とする利益提供の件数 利益提供の例外の適用状況(不良在庫端末、廉価端末、通信方式の変更等に対応するための端末)
		販売代理店等への支払金の動向	販売代理店への支払金・販売奨励金の推移 メーカーへの支払金の推移
新プランへの移行の状況	既往契約	移行促進の動向	新事業法不適合期間拘束契約の残存数の推移(移行・解除数及び更新数の推移) 新事業法不適合利益提供の残存数の推移(通信料金割引・残債免除額の件数・額の推移) 移行促進に向けた取組状況
経営状況	事業者	大手通信事業者の動向	売上高の推移、営業利益・営業利益率の推移 設備投資額・減価償却費の推移
	代理店	販売代理店の動向	売上高、営業利益・営業利益率の推移 販売実績及び仕入実績の推移

出典：本WG（第3回）（2020年6月11日）資料

376
377

378 今回の分析・評価については、後述のとおり、改正法の施行前後の1年（施
379 行後では半年間）のデータに基づき分析・評価を行う。したがって、季節変
380 動要素のある項目など、経年変化を分析すべき項目については、今後の検証
381 において、さらに分析・評価を重ねていく必要があることに留意する必要が
382 ある。

383 加えて、2019年度後半は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている可

384 能性があることについても考慮する必要がある。

385 ①－２ 分析の手法

386 分析に当たっては、通信市場の動向、端末市場の動向、施行日前に締結さ
387 れた事業法第27条の3の規律に適合しない契約（以下「既往契約」という。）
388 ³³の移行の状況及び事業者等の経営状況について、1つの指標等により行う
389 のではなく、

- 390 ア 総務省において電気通信事業報告規則（昭和63年郵政省令第46号。以
391 下「報告規則」という。）や報告徴収、要請に基づき事業者等³⁴から報告
392 を受けることとなっているデータ等を用いた定量的な分析
393 イ 事業者、販売代理店、業界団体のほかメーカーなどの関係者からのヒア
394 リングを通じた市場の動向の把握などの定性的な分析
395 ウ アンケートによる利用者の意識調査などによる利用者の意識の分析
396 等により、総合的に行う。

397 今回の分析・評価に当たっては、具体的に次のデータ等を用いて行った。

- 398 ・ 総務省において報告規則や報告徴収、要請に基づき事業者等から報
399 告を受けることとなっているデータについて、MNO3社の数値は、2019
400 年4月から2020年3月まで、その他の指定事業者³⁵の数値は、2019年10
401 月から2020年3月までのものを使用した。このため、改正法の施行前後
402 の状況の変化については、MNO3社の数値でしか分析できていない。
403 ・ 利用者の意識調査について、総務省で実施した3回のアンケート調
404 査（2019年9月、同年12月、2020年3月）を使用した。
405 ・ 関係者として、以下の事業者・団体からヒアリングを実施。
406 - 第3回会合：株式会社MM総研（以下「MM総研」という。）
407 - 第4回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル株式会
408 社（以下「楽天モバイル」という。）、UQ、一般社団法人テレコムサ
409 ービス協会MVNO委員会（以下「MVNO委員会」という。）、IIJ、株式

³³ 期間拘束プランの拘束期間や違約金の金額等が改正法に適合しない期間拘束契約が該当する。

³⁴ 事業法第27条の3の規律の対象となる電気通信事業者は、令和元年総務省告示第167号（電気通信事業法の一部を改正する法律附則第2条第2項の規定に基づき、同法による改正後の電気通信事業法第27条の3第1項の規定の例により、同条第二項の適用を受ける電気通信事業者を指定する件）で規定する電気通信事業者計24社。

³⁵ 「令和元年総務省告示第167号」に基づき指定する電気通信事業者計24社のうち、MNO3社を除いた者。

- 410 会社オプテージ（以下「オプテージ」という。）
- 411 - 第5回会合：全携協、サ向協、一般社団法人電気通信事業者協会（以
- 412 下「TCA」という。）、一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会
- 413 （以下「CIAJ」という。）、Apple、クアルコム、一般社団法人リユ
- 414 ースモバイル・ジャパン（以下「RMJ」という。）
- 415 - 第7回会合：株式会社ICT総研（以下「ICT総研」という。）
- 416 ・ 以上のほか、関係事業者の決算資料その他の公開資料を使用。

【図表1-2 定量分析に使用するデータ】

	報告内容	対象者	期間
報告規則 (電気通信事業者報告規則(昭和59年法律第66号第2条の3))	通信市場の動向	・指定電気通信事業者(24社)	2019年10月～ (※2019年4月～9月)
	端末市場の動向		
報告徴収 (電気通信事業法の一部を改正する法律の施行に係る取組等に関する報告について(報告徴収)(令和元年9月13日))	既往契約	・MN03社 (左記及び報告規則の数値のうち※の期間の数値)	施行時点(9月末)、 2019年10月～
	経営情報		
公表データ	経営情報	-	-
	端末市場の動向		

出典：本WG（第3回）（2020年6月11日）資料

② 意見

ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

- 証拠に基づいたポリシー・メーカー（EBPM）というものについては、ぜひ進めていくべき。そのためのファクトの提供については引き続き御協力をいただきたい。
- データについて、検証上必要なデータがなかなか手に入らない。必要なデータの入手に関して何らかの新たなルールなり考え方を整理していただきたい。
- 急にルールが変わったからといって新しい契約が生まれてくるわけではないので、しばらく様子を見ながら、こういったデータを蓄積しつつ、競争の変化とか市場の変化を見ていく必要がある。そういう意味では各事業者の協力が必要で、ぜひデータ収集に協力いただきたい。
- SIMロックを解除した端末を使ったSIMオンリーの販売が増加してい

433 る、といったように、今後、携帯電話端末の販売及び回線契約の状況を
434 正しく評価・検証するには、市場の実態を把握するに必要十分な項目の
435 データが必要となる。MNO 3 社には、分析に資するデータの開示への御
436 協力をお願いしたい。

437 ・ 改正法における効果の検証について、具体的には市場への影響、通信
438 市場、端末市場も同様だが、効果を考える上で様々なデータの収集が必要
439 だが、一つ外せないのは、購買者、消費者がどのような選択、移行を
440 したのかという販売の部分におけるデータが必要。そのデータをとる
441 に当たり、事業者にとっては追加的負担かもしれないが、お互いにデー
442 タを通じて、何が目的を達成するために効果的な手法なのかというこ
443 とを建設的に考えていく上でも非常に重要な公共財としても意味のある
444 データなので協力をお願いしたい。

445 イ 事業者等の意見

446 ・ 法改正の実効性を客観的なデータに基づいて検証することで正確な
447 政策効果を把握すること（EBPM）が重要。（第5回会合：Apple）
448 ・ データの収集に関して、事業者負担も考慮すべき。（第4回会合：KDDI、
449 UQ）

450 ③ 今後の分析・検証の方向性

451 政策の効果に関する検証においては、定量的なデータ、関係者の意識や受
452 け止めなどを踏まえ、市場の状況を多面的に分析していくことが必要であ
453 る。今回の検証では、総務省において関係事業者の協力を得て報告を受けた
454 データ等に基づく分析を行った。今回の分析の結果も踏まえ、**政策の効果に**
455 **関する検証をより適切に実施していくことができるよう、関係事業者の負**
456 **担にも配意しつつ、必要に応じて分析に用いる指標の妥当性の検討を行う**
457 **とともに、新たに分析に必要と考えられるデータは報告を求めるなど、分**
458 **析に必要なデータを随時見直して行くことが必要である。**

459 また、改正法の施行後の分析・評価は、施行後、毎年実施することとされ
460 ている³⁶。

461 次回の分析・評価に当たっては、今回の分析・評価結果も含めた経年経過
462 を見ながら分析することが重要であるが、特に2020年度に入ってから、新

³⁶ 「電気通信事業法の一部を改正する法律によるモバイル市場の公正な競争環境の整備に関する基本的考え方」（2019年8月）

463 型コロナウイルス感染症の拡大による影響がより顕著に現れることが予想
464 されることから、この点を十分考慮に入れて行うことが必要となる。

465 (2) 通信市場の動向

466 ① 分析・検証結果

467 <市場全体の状況>

468 ○ 契約数・事業者数

469 市場全体の状況を見ると、移動系通信（携帯電話、PHS及びBWA）の契約
470 数は、1990年代より毎年増加してきており、2000年11月に固定電話の契約
471 数を超え、2020年3月末には、合計1億8,661万契約となっている。その
472 うち、3.9-4世代携帯電話（LTE）の契約数は、1億5,262万契約となっ
473 ている。また、携帯電話の契約数のうち、MNOの契約数は、約86.8%となっ
474 っており、MVNOの契約数の割合は増加してきているものの、最近では増加のス
475 ピードが鈍化している³⁷。

476 事業法第27条の3の規律の対象となる事業者の移動電気通信役務に係
477 る契約数は、2020年3月末には、約1億2,500万契約であり、そのうち、
478 スマートフォン向けの契約数は約9,200万契約となっている。また、移動
479 電気通信役務に係る契約数のうち、MNO3社の契約数は、約91.6%となっ
480 ている。

481 携帯電話市場では、1990年代からサービスを提供する事業者が変遷し
482 てきており、現在では少数のMNOと多くのMVNOからなる競争市場が形成さ
483 れている。MVNO事業者数は、1,128社で増加してきているが、その多くは、
484 契約数が3万未満の小規模な事業者となっている。

485 ○ サービスメニューで見た競争の状況

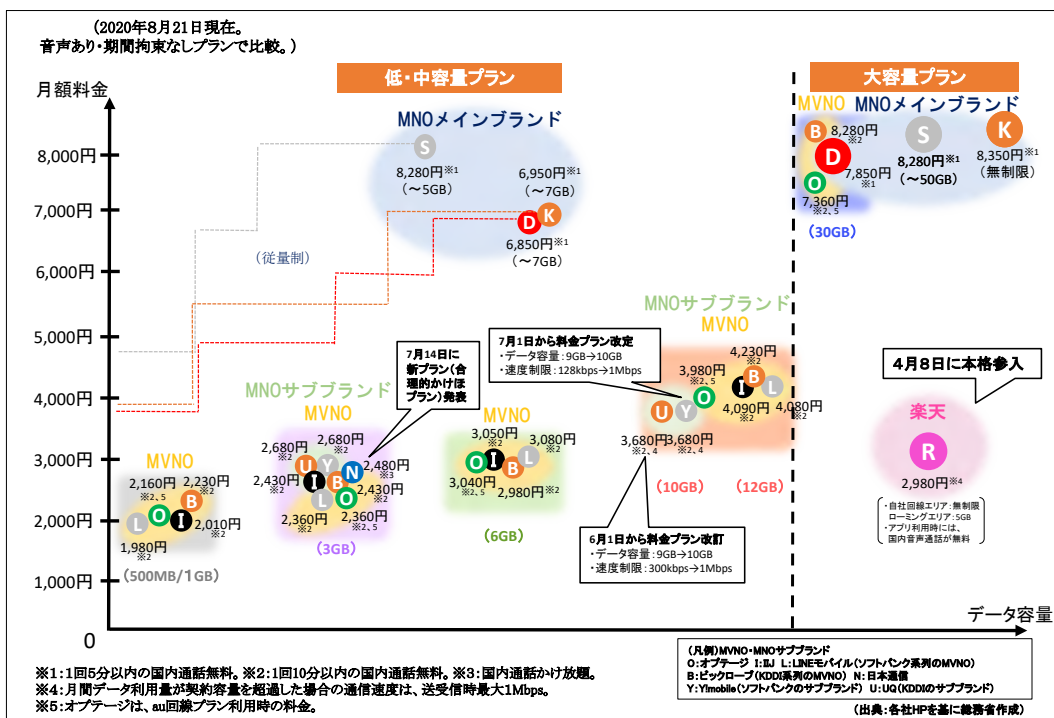
486 最近では、新たなMNOの参入やMNOによる系列事業者のサブブランド化
487 などの動きがある。具体的には、2020年4月に4番目のMNOとして楽天モ
488 バイルが本格的にサービスを開始した。また、同年6月にKDDIが同年10月
489 にUQのMVNO事業の事業譲渡を受け、サブブランド化することを発表した。

490 この結果、MNOであるKDDI及びソフトバンクが、メインブランド、サブ

³⁷ 電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表（令和元年度第4四半期（3月末））（2020年6月29日公表）

491 ブランドのサービスを提供するとともに系列MVNOのサービスも提供し、
 492 同じくMNOであるNTTドコモ及び楽天モバイルが、メインブランドを中心に
 493 サービスを提供する（系列MVNOも存在）ほか、IIJやオプテージなどの
 494 独立系MVNOがサービスを提供する構造となっている。

【図表 1 - 3 携帯電話事業者各社の主な料金プラン】



496 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料を基に作成
 497

498 具体的なサービスメニューについて月間通信容量をもとに分類すると、
 499 大きく分けて「低・中容量」及び「大容量」の2つの領域に分けることが
 500 できる。

501 「低・中容量」の領域では、月間のデータ使用量が2GB未満の利用者層
 502 がなお多い³⁸中、MNOのサブブランド・系列MVNOと独立系MVNOが、500MB、
 503 1GB、3GB、6GB、10GB、12GBなど多様な容量別の料金プランを提供し、
 504 活発な競争が行われている。なお、MNO3社のメインブランドも、この領
 505 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
 506 ると料金水準は高めとなっている。

507 「大容量」の領域では、MNO3社のメインブランドや一部MVNOが月額
 508 8,000円程度の価格帯でサービスを提供する中、2020年4月から第4の

³⁸ 月間のデータ使用量が2GB未満の利用者は、全利用者の約半数を占める（2020年3月末現在）

509 MNOである楽天モバイルが、データ無制限というこれまでの「大容量」に
510 相当するプランを月額2,980円（税抜）で提供する形で本格サービスを開
511 始している³⁹。現時点では楽天モバイル回線の提供エリアは限られている
512 が、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され
513 る。

514 なお、国際的に見ると、多くのMNOがサブブランドや系列MVNOによりサ
515 ービスを提供しており、全体的な傾向としては、メインブランドの方が大
516 容量のサービスを、また、サブブランド・系列MVNOの方が廉価な価格帯で
517 のサービスを提供しているものと思われる。一方で、我が国の一部の事業
518 者のように、メインブランド、サブブランドの2つのブランドでのサービ
519 スに加え、系列MVNOを持つ事業者は、見受けられない。

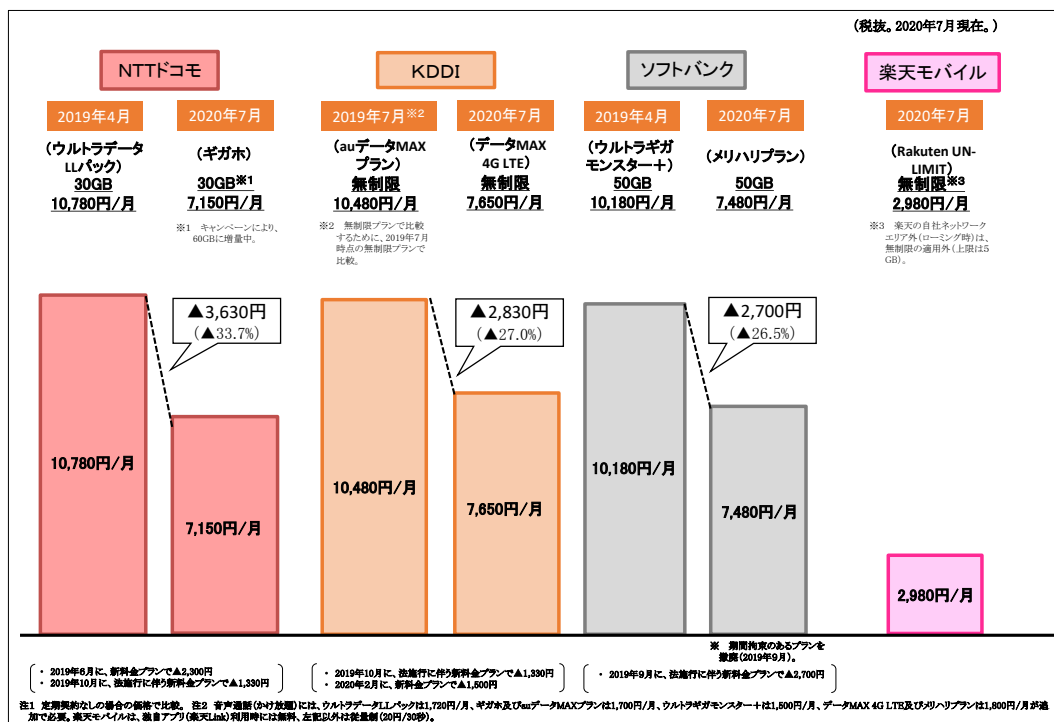
520 <通信料金の動向>

521 料金プランについて、MNO 3社は、比較的大容量のものを充実させる一方、
522 MNOのサブブランドやMVNOは、比較的低容量のものを充実させてきた。

523 改正法の施行に伴い、MNO 3社は、違約金の引下げ・撤廃や期間拘束のな
524 い料金プランの料金の引下げを行っている。
525

³⁹ 自社ネットワークのエリア外（ローミング時）は、無制限の対象外（上限5GB）。

【図表 1-4 携帯料金プランの推移（各社の最大容量プラン）】



出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料を基に作成

527
528

529 その結果、期間拘束のない大容量のプランについては、改正法の施行前後
 530 で約3割の値下げとなっている。また、一部の事業者では、期間拘束のある
 531 料金プラン自体を廃止している。

532 一方で、総務省が実施した2020年3月末時点でのスマートフォン利用料
 533 金に係る内外価格差調査(2020年6月発表)では、我が国の料金については、
 534 依然として高位な水準⁴⁰にある。

535 こうした中、前述の楽天モバイルによる低廉な価格での大容量のサービ
 536 スの提供開始や、それを受け、KDDIの系列MVNOであるUQが提供するUQモバ
 537 イルやソフトバンクのサブブランドであるワイモバイルによる月間通信容量
 538 及び容量超過後の通信速度の引上げなどの動き⁴¹が出てきている。

⁴⁰ シェア1位のMNOでの比較では、2019年度末は、1年前に比べて低廉化してきているが、2GB・5GBでニューヨークに次いで2番目に高く、20GBでは最も高くなっている。MNOの最安プランでの比較では、2GB・5GBは中位な水準と、20GBは高位な水準となっている。なお、他の都市における内外価格差調査の結果については、様々な要因があるため簡単には分析できないのが実情である。

⁴¹ UQは、2020年6月に、月間通信容量を9GBから10GBに、容量を超過した後の通信速度を300kbpsから1Mbpsに引上げている。ワイモバイルは、2020年7月に、月間通信容量を9GBから10GBに、容量を超過した後の通信速度を128kbpsから1Mbpsに引上げている。

539 また、日本通信は、モバイル音声卸料金に関する総務大臣の裁定を受け、
540 音声かけ放題込みの低廉な料金プランの導入を公表⁴²しており、さらに、総
541 務省におけるモバイル音声卸料金の適正化に向けた検討⁴³を踏まえたMVNO
542 の音声料金の引下げが行われることが期待されることである。

543 2020年3月にMNO3社で開始された5Gサービス⁴⁴については、各事業者と
544 も4Gと同水準又は若干の追加料金⁴⁵で利用可能としている。

545 MNO3社のARPU⁴⁶を見てみると、改正法の施行前後で、大きく変化はしてい
546 ない。MNO3社のスマートフォン向けのARPUは約4,900円弱であり、スマート
547 フォン以外を含めた全体のARPUより高くなっている。また、MVNOなどその他
548 の指定事業者では、スマートフォン向けのARPUよりもスマートフォン以外
549 を含めた全体のARPUの方が高い傾向にある。

550 <囲い込みの状況>

551 MNO3社では、期間拘束のあるプランとないプランとの間での料金差の上
552 限に対応するほか、そもそも、期間拘束のある料金プラン自体を廃止する等
553 の見直しを実施している。

554 また、一部のMVNOでは、高額なキャッシュバック目当ての短期でのMNPを
555 防止するために設定していた最低利用期間付きプランを廃止している。

556 これらの動きにより、違約金のある契約件数は、微減の傾向を見せている。
557 なお、違約金のある契約のうち、更新があるものは大半がMNO3社によるも
558 のであり、更新がないものは大半がMNO3社以外の指定事業者によるもので
559 ある。

560 違約金の支払件数・支払額については、いずれも、改正法の施行前後で減
561 少しているが、時期的な偏りの影響の可能性はある。

⁴² 2020年7月14日に、「合理的かけほプラン」として、月額2,480円（税抜）でデータ通信容量3GBと無料の国内音声通話が可能となるプランを発表（同年7月15日より受付開始。）。

⁴³ 「接続料の算定等に関する研究会」において、指定電気通信設備の利用における「接続」と「卸役務」の代替性に着目し、接続による代替が実質的に困難な指定設備卸役務について、利用条件等の適正性、公平性、透明性等の確保のために必要な措置の検討を実施。

⁴⁴ NTTドコモは、2020年3月25日から、KDDIは、同月26日から、ソフトバンクは同月27日から5Gサービスの提供を開始している。

⁴⁵ 各社ともサービス開始当初はキャンペーン等の適用により、4Gと同水準の料金でサービスを提供している。

⁴⁶ Average Revenue Per User：1契約当たりの売上高

562 また、1件当たりの違約金の支払金額は、改正法の施行後、減少してきて
 563 いる。改正法の施行前に締結された契約では高額な違約金のあるものが多
 564 かったことから、その減少に伴い、今後、1件当たりの違約金の支払金額は、
 565 徐々に減少していくことが想定される。

566 【図表 1-5 MN03社の違約金支払件数及び違約金支払金額】

	2019										2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
違約金支払件数	54	58	53	52	55	62	41	41	45	48	45	53	
対4月比	-	107	98	96	102	115	76	76	83	89	83	98	
違約金支払金額	4,804	5,166	4,742	4,671	4,943	5,519	3,681	3,362	3,604	3,758	3,421	4,067	
対4月比	-	108	99	97	103	115	77	70	75	78	71	85	
1件あたり	8,896	8,907	8,947	8,983	8,987	8,902	8,978	8,200	8,009	7,829	7,602	7,674	

※ 違約金支払件数(万件)・対4月比(%)・支払金額(百万円)・1件あたり違約金(円/件)

567 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料
 568

569 <競争の状況>

570 ○ SIMロック解除の動向

571 2019年11月のSIMロック解除ガイドラインの改正後、SIMロック解除件
 572 数について、直近の2019年度第4四半期のSIMロック解除端末数が、前四
 573 半期から約19万件と大幅に増加し、初めて100万件を突破して約110万件
 574 となった。また、2020年4月6日のSIMロック解除ガイドラインの全面適
 575 用に合わせ、これまでSIMロックを設定していた多くのMVNOがSIMロッ
 576 クの設定自体を中止する動き⁴⁷が出てきており、SIMロック解除ガイドラ
 577 ンの改正による成果が相当あったものと考えられる。

578 このことは、SIMロック解除について、利用者のニーズは非常に高く、
 579 これまで行ってきた上記の環境整備が、これを大きく後押しする結果と
 580 なったものと推測される。

581 なお、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
 582 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⁴⁸を
 583 実施している。

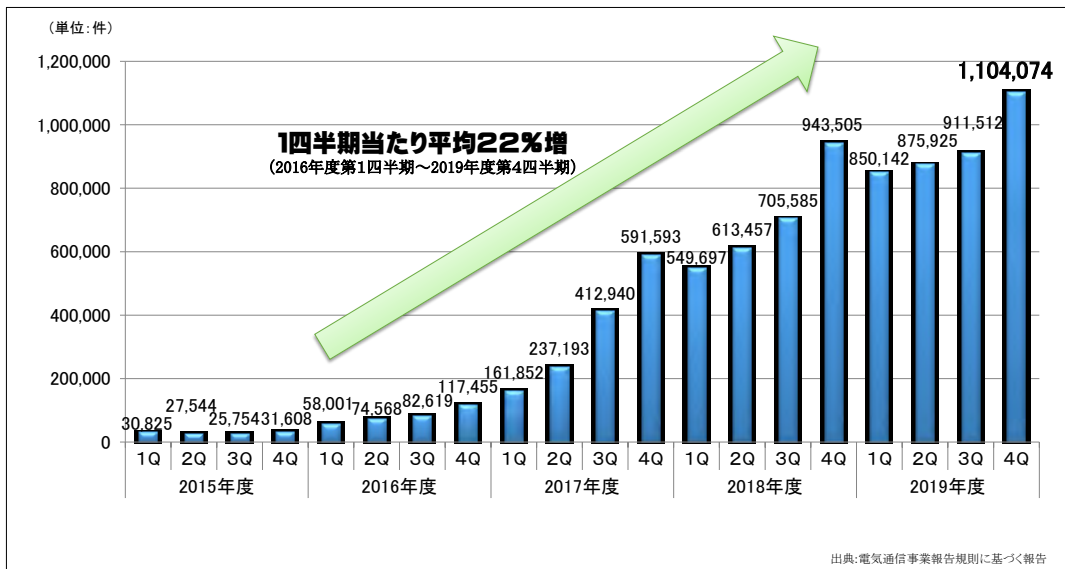
584

⁴⁷ 2020年4月6日のSIMロック解除ガイドラインの全面適用に合わせて、ビッグロブ株式
 会社、LINEモバイル株式会社及びJ:COMグループ各社（J:COM MOBILE）は、SIMロックの設
 定自体を中止。

⁴⁸ SIMロックを設定しているのは、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク及びUQ。

585

【図表 1-6 SIMロック解除件数の推移】



586
587

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

588

○ MNPの動向

589

590

591

592

MNPの利用数は、2008年度から2013年度まで増加していたが、2014年度に減少し、近年は横ばいの傾向にある。改正法の施行前後に着目すると、全体として、また、MNO3社についても、MNPの件数が減少しており、かつ、新規契約数に占める割合も低下している。

593

594

595

596

597

598

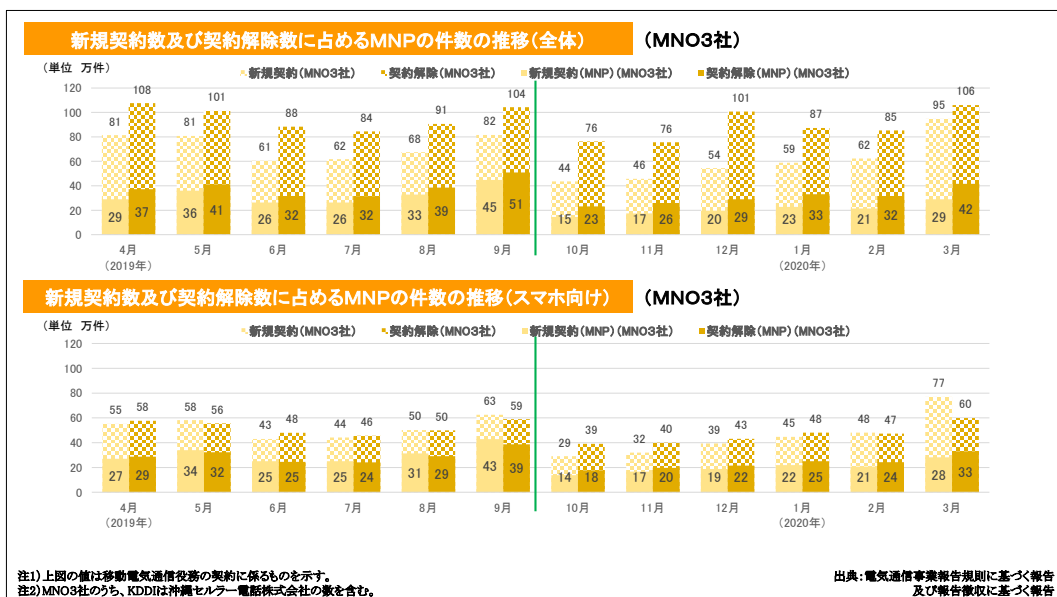
599

600

601

MNPによる乗換えをめぐるっては、高額な違約金が設定される一方で、過大なキャッシュバックによる引抜き施策が行われる等の不当な競争が行われていたとの指摘がある。改正法の施行前後でMNPの件数が減少しているのは、セット販売時の利益の提供に上限額が設けられた結果、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されたことによると推測される。その後、MNPの件数は徐々に増加しており、今後は「真水」とも言うべきMNP需要に基づきMNP件数が増えていくことが期待される。

【図表 1-7 MNP件数の推移】



出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

603
604

605

○ 事業者間の契約の動き

606

607

608

609

610

611

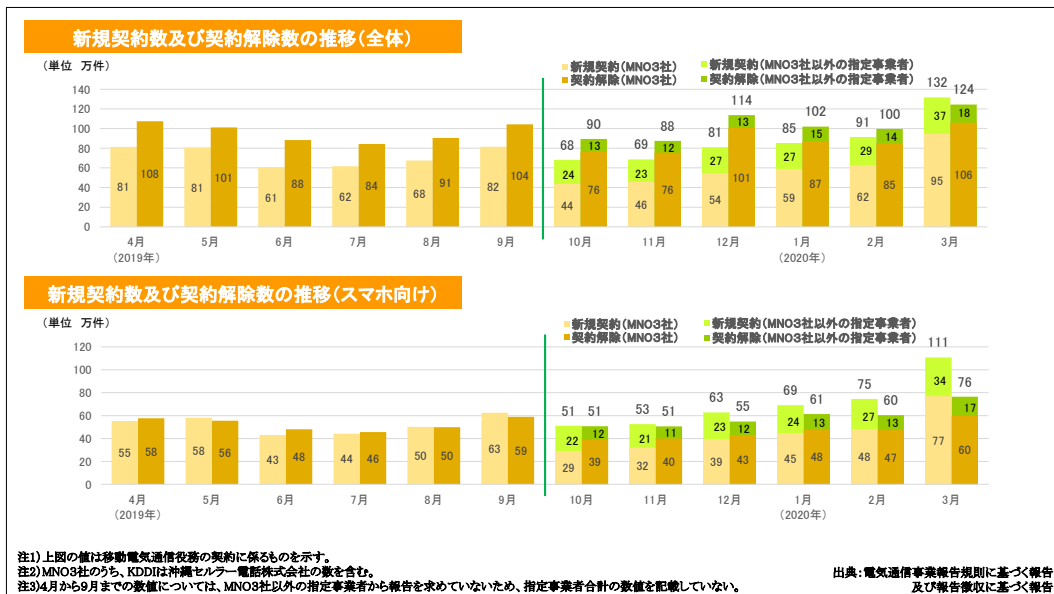
612

613

614

以上のおり、囲い込みの減少（期間拘束の廃止・縮小）、SIMロック解除件数の増加、過大なキャッシュバックによるMNPの鎮静化など、これまでの様々な取組が効果を示しつつある中、事業者間の契約の動きについて見ると、MNO3社では1年間を通じて新規契約数よりも契約解除数の方が多い一方、その他の指定事業者では、半年間のデータにはなるが、新規契約数の方が多くなっていることが見て取れる。競争環境の整備が進む中、MNO3社からその他の事業者へ利用者が移行する動きが出ているものと推測される。

【図表 1 - 8 新規契約数及び契約解除数の推移】



616
617

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

618

<その他>

619

全体の新規契約数・契約解除数を見ると、契約解除数の方が多一方、スマートフォン向けに限って見ると、新規契約数の方が多くなっている。これは、フィーチャーフォンの利用を中心とする3G契約からスマートフォン向けの4G契約への移行が進んでいるものと考えられる。

623

2020年3月は、新規契約数及び契約解除数のいずれもが大きく増加しており、特に新規契約に占めるスマートフォンの割合が増加している。

625

解約率について見てみると、MNO3社の解約率は改正法の施行前後で減少している一方、その他の指定事業者の解約率は、MNO3社の解約率に比べて高く、スマートフォンでは2倍以上となっている。この差は、MVNOなどその他の指定事業者の利用者の方が流動性が高いと考えられること、また、利用者数全体の母数においてMNO3社とその他の指定事業者の間に差があることが原因と考えられる。また、MNO3社の解約率が全体よりもスマートフォン向けの方が低いのに対して、その他の指定事業者の解約率は全体とスマートフォン向けで大きな相違はない。

632
633

634

【図表 1-9 MNO 3 社の新規契約数及び契約解除数】

	2019												2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3			
新規契約数	81	81	61	62	68	82	44	46	54	59	62	95			
対4月比	-	100	75	77	84	101	54	57	67	73	77	117			
うちスマホ	55	58	43	44	50	63	29	32	39	45	48	77			
対4月比	-	105	78	80	91	115	53	58	71	82	87	140			
スマホ比率	67.9	71.6	70.5	71.0	73.5	76.8	65.9	69.6	72.2	76.3	77.4	81.1			
契約解除数	108	101	88	84	91	104	76	76	101	87	85	106			
対4月比	-	94	81	78	84	96	70	70	94	81	79	98			
うちスマホ	58	56	48	46	50	59	39	40	43	48	47	60			
対4月比	-	97	83	79	86	102	67	69	74	83	81	103			
スマホ比率	53.7	55.4	54.5	54.8	54.9	56.7	51.3	52.6	42.6	55.2	55.3	56.6			

※ 新規契約数(万)・対4月比(%)・スマホ比率(%)・契約解除数(万)

635
636

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

637

② 意見

638

ア 構成員の意見

639

- サブブランドについてシェアを伸ばしているようだが、こうしたサブブランドと呼ばれるプランについてもデータをしっかり見ていく必要がある。

640

641

642

643

644

645

646

647

648

649

650

651

652

653

654

655

656

657

658

659

660

661

- メインブランドとサブブランドの関係を明瞭にしていきたい。同一のメインブランドといいながらも、その中でも容量などについての違いがある料金プランが出ていたりということで、何をもって分析の数字にするのかといったことについて、改めて議論が必要。特にメインブランドにおいて大容量のサービスなどで得られた通信料金、高額の通信料金を一定の資源として、MVNOとの競争のイコールフットイングに影響を与えかねないような内部補助などが行われていないかという観点でも、改めて見ていく必要あり。
- 囲い込みの問題でもメインとサブの関係について具体的にどのような動きがあるのかといったことについては、数字に見える部分だけではなく、実際にどのような販売、例えばMNPの際の引き止めなどが行われているのかといったことについては、過度の引き止めとか不当な引き止めと言われている事柄との兼ね合いでも、状況を注視していく必要あり。
- 従来からネットワークも混然一体として使われているという説明一言で、それ以上の情報は得られなかった。その意味ではどのようにメインブランド、サブブランドの情報を分けたものとして掌握できてくるのかについては、これから改めて取り組まなければいけない課題。場合によってはセグメント情報のような形で社内でメインブランド、サブブランドの適切な配賦ルールを設けて情報を出してもらうことも必要。

- 662 ・ 通信料金は確かに下がった。法改正の前後のところで、各社対応いた
663 だいたが、競争で下がっていったというのではなく、むしろ割引と
664 というようなもので引いて、少し安くして見せているという形になっ
665 ているものと感じている。きちんと通信料金そのものがもうちょっと下
666 がることを希望。
- 667 ・ 日本で安いサービスが提供されても、なかなかそれが実際に消費動
668 向につながらない。どういう値段のサービスがシェアを得ているのか
669 とか、そういったことを諸外国の状況とも比べてもう少し分析してみ
670 る必要がある。
- 671 ・ 内外価格差調査については、OECDとかの調査と比べて非常に丁寧に
672 調査されている内容。ただ、価格だけでなく通信の安定性やカバレッジ
673 等、様々なものが価格に反映されている可能性もあることから、単純に
674 値段の比較は難しいことと、何が最も売れているモデルなのか把握さ
675 れていないので、プラン別のデータがあるとより正確な状況が分かる
676 のではないか。
- 677 ・ SIMロック解除については大幅に増加しており、それだけニーズがあ
678 ったということで、非常に大きな成果。
- 679 ・ 民間の調査会社からネットワーク品質と通信料金の関係を分析した
680 レポートを出されているが、通信料金とネットワーク品質には相関関
681 係が見られるという結果になっている。
- 682 ・ 高品質だから料金が高くてもいいということではなくて、品質は少
683 し劣るけれども安いという選択肢をしっかりと用意することが重要。
684 MNOのメインブランド・サブブランド、MVNOと、3つのバランスの中で
685 通信料金と品質がどのようになっているのか見ていく必要がある。
- 686 ・ 通信料金の比較について、アメリカについては携帯電話と固定電話
687 の電話番号体系に差がなく、基本的に音声通話料は全部着信側負担と
688 なっているので、必ずしもフェアな比較ができないのではないか。

689 イ 事業者等の意見

- 690 ・ 料金水準と通信品質には一定の相関性があると考えられる。日本の
691 料金水準は諸外国と比べて中位の水準であるが、4G接続率やダウンロ
692 ード通信等の品質を踏まえれば、必ずしも高くない。料金水準と通信品
693 質の両面から見ながら品質、サービスの水準等を考慮していくことが
694 重要。(第7回会合：ICT総研)
- 695 ・ 中古端末取扱業者では、SIMロック解除は、中古端末の流通促進につ
696 ながるという回答が89%を占めている(RMJによる正会員・賛助会員への

- 697 ヒアリングの結果（第5回会合：RMJ）。
- 698 ・ 1年以内のMNP転出時契約解除料を撤廃したが、MNPの乱用等はなく、
699 高額キャッシュバック自体が減ったものと推定している。（第4回会
700 合：オプテージ）
- 701 ・ サブブランド・メインブランド間で移行する件数がMNPの件数に比し
702 て増加してきている。（第3回会合：MM総研）

703 ③ 今後の方向性

704 改正法に基づく通信料金と端末代金の完全分離、行き過ぎた囲い込みの
705 禁止等の取組や、SIMロック解除の一層の促進、MNOとMVNOとの間の公正競争
706 確保といった総合的な政策的対応の結果、通信市場においては、期間拘束プ
707 ランの廃止・縮小、SIMロック解除件数の増加、過大なキャッシュバックに
708 によるMNPの鎮静化など、公正な競争環境整備に向けた成果が表れつつある。
709 これと並行して、第4のMNOである楽天モバイルの本格参入、MNOによるサブ
710 ブランドの展開、MVNOによる低廉な料金プランの導入といった各事業者に
711 による取組によって、料金の低廉化や料金据え置きでのサービス内容の充実
712 といった動きが一定程度見られる。とはいえ、我が国の通信料金は、大容量
713 プランを中心として国際的にも高位な水準にあり、引き続き、競争を通じ
714 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
715 るよう、公正な競争を阻害する要因を見極め、必要があれば新たな措置を
716 講じていけるよう、分析・検証を重ねていく必要がある。

717 特に、低・中容量の領域においては、MNOのサブブランド・系列MVNOと独
718 立系MVNOの間で競争が行われているが、MNOのサブブランドは、利用者にと
719 って多様な選択肢を提供するものであり、競争の活性化を通じた更なる料
720 金低廉化に繋がることが期待される。一方、新たな囲い込みの手段として
721 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
722 る可能性がある旨の指摘もある。今後、サブブランドが競争環境に与える
723 影響について、後述の「Ⅱ. 1. MNPIに関する事項」におけるMNPIに係るルー
724 ル整備・執行の状況と併せて、注視していく必要がある。このため、今後の
725 検証においてより詳細な分析が可能となるよう、MNOのメインブランド・サ
726 ブブランドの2つのサービスを提供している事業者からは、ブランド別の
727 データを取得する必要がある。

728 また、国際的に見ると、多くのMNOがサブブランドや系列のMVNOによりサ
729 ービスを提供しており、全体的な傾向としては、メインブランドの方が大容
730 量のサービスを、また、サブブランド・系列MVNOの方が廉価な価格帯でのサ

731 サービスを提供しているものと思われる。一方で、我が国の一部の事業者のよ
732 うに、メインブランド、サブブランドの2つのブランドでのサービス提供に
733 加え、系列のMVNOでのサービス提供をしている事業者は、見受けられない。
734 国により利用者の嗜好や競争の状況が異なるところではあるが、我が国を
735 含め、各国において、メインブランド、サブブランドの2つのブランドでの
736 サービス提供に加え、系列のMVNOでのサービスの差別化がどのような戦略
737 で行われているのか等についても、可能であればブランド・料金プラン別
738 の加入状況を把握するなどして、分析する必要がある。

739 大容量の領域においては、特に国際的に見ても高位な料金水準にあり、
740 第4のMNOである楽天モバイルによるエリア拡大が競争環境や料金水準に
741 与える影響について注視する必要がある。

742 特に、今後、2020年3月から開始された5Gサービスの普及に加え、動画配
743 信サービスや新型コロナウイルス感染症を背景とした「新たな日常」の浸透
744 に伴う各種の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
745 定される。こうした中、この大容量の領域は、今後、こうした需要を見据え
746 た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
747 の多様化が進むことが期待される領域である。今後、有効に競争が機能し
748 ているか、競争を阻害する要素はないか検証が必要になる。

749 なお、通信料金水準については、通信品質や店舗数などのサポートの充
750 実度などと併せて分析すべきとの指摘もあり、今後、そのような観点も踏
751 まえた分析・評価に向け、諸外国や民間における手法の研究を進めるべき
752 である。

753 (3) 端末市場の動向

754 ① 分析・検証結果

755 <市場全体の状況>

756 ○ 売上台数・売上高

757 MNO3社の端末売上台数・端末売上高については、改正法の施行前後で、
758 1月当たり約300万台・2,000億円強となっており、大きな変動はみられな
759 い。改正法施行後は、月ごとに変動しており、2020年1月に台数・売上高
760 ともに減った後、2020年3月には、売上台数・売上高ともに、増加してい
761 る。なお、端末のうち、スマートフォンについても同様の傾向が見られる。
762 端末については、新モデルの発売や季節変動などの影響が大きいところ、

763 現時点では年間を通じたデータがないため、詳細な分析は難しい状況と
764 なっている。

765 国内メーカーの端末出荷台数についても、改正法の施行前後で、大きな変
766 動はない⁴⁹が、2020年2月は新型コロナウイルス感染症による製造への影
767 響もあったものと予測されている⁵⁰。なお、新年度需要にあたる3月は若
768 干持ち直したが、需要全体としては、昨年度に比べ減少している。

769 売上台数も出荷台数も、いずれも、2020年4月以降は、新型コロナウイルス
770 感染症の拡大による影響がさらに出てくることが予想される。

771 ○ 中古端末市場の動向

772 中古端末の流通については、2018年のMNO3社の下取り・売却台数は約
773 640万台、2018年度の中古端末取扱事業者の買取台数は約178万台、販売台
774 数は約135万台となっている⁵¹。なお、中古スマートフォンの販売台数は、
775 2019年度でには約163万台であるが、今後は右肩上がりだが2025年度には
776 約265万台に増加するとの予測もある⁵²。改正法の施行前後の中古端末の
777 状況について、RMJ正会員企業では、販売台数は微減しているが、売上高
778 は増加している⁵³。

779 中古端末の販路については、中古端末取扱業者による販売のほか、MVNO
780 等の事業者による販売や、ECサイト⁵⁴における個人間の取引など多様化の
781 動きがある。このような中で、中古端末の流通に係る課題として、個品ご
782 との状態の判断の難しさ、個人情報の扱い等が指摘されており、それに対
783 応して、リユースモバイル関係ガイドライン検討会で外装評価の格付基
784 準や個人情報の消去等について規定したリユースモバイルガイドライン
785 が策定された（2019年3月策定、11月改訂）。その後、2020年4月から、
786 RMJにおいて、リユースモバイルガイドラインに沿った業務運営を認証す

⁴⁹ 携帯電話国内出荷統計（一般社団法人電子情報技術産業協会及びCIAJ公表）

⁵⁰ 本WG（第5回）（2020年6月30日）CIAJ提出資料

⁵¹ 本WG（第6回）（2020年7月21日）総務省調査

⁵² 本WG（第5回）（2020年6月30日）RMJ提出資料

⁵³ 販売台数について、改正法施行前後で、約38万台（2019年10～12月期）から、約37万台（2020年1～3月期）に微減。売上高について、改正法施行前後で、約64億円（2019年10～12月期）から約71億円（2020年1～3月期）に増加（出典：本WG（第5回）（2020年6月30日）RMJ提出資料）。

⁵⁴ ECサイトとは、インターネット上で商品を売買するウェブサイトのことをいう。

787 る「リユースモバイル事業者認証」が開始⁵⁵されており、新型コロナウイルス
788 ルス感染症の影響で認証の手続が遅れていたが、2020年8月頃には、最初
789 の認証が行われる予定となっている。

790 なお、RMJからは、ネットワーク利用制限の在り方、端末のデータ消去
791 機能の完全化、メーカーからの純正品の部品入手など、中古端末の流通促進
792 に係る課題も提起されている。

793 また、中古端末に関する利用者の意識については、総務省のアンケート
794 調査では、使用していた端末の扱いについて、「家で保管」する者が約半
795 数となっており、家で保管する理由は、「個人情報心配だから」、「大事
796 なデータが入っているから」と回答した者が多い⁵⁶。

797 <端末価格の動向>

798 ○ 端末価格の動向

799 スマートフォンの価格帯別の販売状況について、携帯電話事業者が
800 2018年下半期及び2019年下半期にそれぞれ発売した端末について、5万
801 円以上10万円未満のミドルレンジの価格帯の端末や、2～3万円の廉価
802 な端末の取扱いが増加しており、消費者にとって、従来よりも幅広い価格
803 帯で選択が可能となっている。また、一部端末については、iOS、android
804 とともに、同様のスペックの端末が従来よりも廉価で販売される動き⁵⁷があ
805 る。

806 また、2020年3月からMNO3社がサービス提供を開始した5Gサービスに
807 対応する端末については、3万円台の廉価の端末を含む幅広い価格帯の
808 端末⁵⁸が販売されている。

⁵⁵ なお、審査は、実地の確認を行った上で、外部有識者を中心とする審査委員会により行うこととしており、また、2年間の更新制とすることとしている。

⁵⁶ 使用していた端末の扱いについて、「家で保管」する者が約半数となっており、「通信会社で下取り」する者は、約1/4となっている。「家で保管」する者の比率は、年代層が高いほど高くなっている。家で保管する理由については、「個人情報心配だから」、「大事なデータが入っているから」という回答が多く、いずれも約25%となっている。

⁵⁷ 2020年4月に販売が開始されたiPhoneSE（第2世代）は、2016年9月に販売が開始されたiPhoneSE（第1世代）より、廉価で販売されている（NTTドコモのオンラインショップにおけるiPhoneSE第1世代（64GB）の販売時価格は、69,984円、iPhoneSE第2世代（64GB）の販売時価格は、57,024円。）。

⁵⁸ MNO3社が販売する5G端末は、3万円～12万円までの幅広い価格帯の端末が販売されている。

809 一方で、MNO 3 社のスマートフォンの売上台数・売上高から算出した 1
810 台当たりの売上げの平均値は、改正法の施行前後で大きく変化はない。

811 【図表 1-10 MNO 3 社のスマートフォンの売上台数及び売上高】

	2019									2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
売上台数	220	206	176	174	185	248	247	193	262	204	176	278
対4月比	-	94	80	79	84	113	112	88	119	93	80	126
売上高	169,834	155,063	134,378	127,850	130,334	204,617	191,725	147,737	186,073	137,535	110,031	189,099
対4月比	-	91	79	75	77	120	113	87	110	81	65	111
1台あたり	77,197	75,273	76,351	73,477	70,451	82,507	77,621	76,548	71,020	67,419	62,518	68,021

※ 売上台数(万台)・対4月比(%)・売上高(百万円)・1台あたり(円/台)

812
813

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

814 ○ 端末の販売経路

815 端末の販売経路については、従来は、キャリアショップや量販店などの
816 販売代理店が中心であったが、事業者によるオンラインでの販売や量販
817 店におけるSIMフリー端末の販売開始⁵⁹など、多様化が進んでいる。

818 MNO 3 社による端末の販売方法についても、割賦での販売において一定
819 期間経過後に端末の返却を条件とした残債の免除を内容とする端末購入
820 サポートプログラムの導入に伴い、非回線契約者に対しても端末を販売
821 するようになる等販売手法を工夫する動きが出てきている。

822 また、端末に係る利用者の意識について、総務省のアンケート調査の結
823 果では、実質的な端末代金に対する印象は、改正法の施行前後とも「安
824 くなっている」と回答した者が約15%前後、「高くなっている」と回答して
825 いる者が約30%弱となっており、ほとんど変化が見られない。

826 <競争の状況>

827 ○ 利益提供の状況

828 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供⁶⁰については、ほとん
829 どがMNO 3 社によるものである。MNO 3 社による経済的利益の提供は、改正

⁵⁹ 2019年11月から、ビックカメラやヨドバシカメラ等の量販店において、SIMフリーの iPhoneの取扱いを開始（2019年11月19日各社発表）。

⁶⁰ 移動電気通信役務の提供に関する契約を締結し、又は締結していること及び対象設備（移動電気通信役務の提供を受けるために必要な移動端末設備となる電気通信設備をいう。）の購入等をするを条件とした対象設備の購入等代金の割引その他の経済的利益の提供。

830 法の施行前後で、件数、金額ともに減少しており、特に、施行前の2019年
 831 6月に大幅な減少となっている。これは、改正法の成立後、その施行に先
 832 立ち一部の事業者において通信料金と端末代金の分離を踏まえた料金プ
 833 ランや端末販売の手法を導入⁶¹したことが影響したものと推測される。

834 また、1件当たりの利益の提供額は、改正法施行後の10月以降は、大き
 835 な変化はない。

836 【図表 1-11 MNO 3 社の利益の提供の件数及び金額】

	2019										2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
件数	165	188	90	75	110	115	45	45	45	49	45	92	
対4月比	-	114	55	45	67	70	27	27	27	30	27	56	
金額	47,833	55,174	10,933	10,001	13,529	16,326	4,567	3,701	4,094	4,912	4,681	10,423	
対4月比	-	115	23	21	28	34	10	8	9	10	10	22	
1件あたり	28,990	29,348	12,148	13,335	12,299	14,197	10,149	8,224	9,098	10,024	10,402	11,329	

※ 件数(万件)・対4月比(%)・金額(百万円)・1件あたり(円/件)

837 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料
 838

839 【図表 1-12 MNO 3 社の端末購入等割引の件数及び金額】

	2019										2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	
件数	58	69	38	28	40	55	33	32	34	36	33	67	
対4月比	-	119	66	48	69	95	57	55	59	62	57	116	
金額	9,748	11,481	2,643	2,425	3,367	7,091	2,822	2,336	3,772	3,578	3,662	8,515	
対4月比	-	118	27	25	35	73	29	24	39	37	38	87	
1件あたり	16,807	16,639	6,955	8,661	8,418	12,893	8,552	7,300	11,094	9,939	11,097	12,709	

※ 件数(万件)・対4月比(%)・金額(百万円)・1件あたり(円/件)

840 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料
 841

842 また、MNO 3 社の新規契約を条件とする利益の提供については、改正法
 843 施行後のデータしかないため、改正法施行前後に比較をすることはでき
 844 ないが、2020年2月から3月にかけて、件数・金額ともに増加している。

845 ○ 端末購入サポートプログラム

846 MNO 3 社では、割賦により購入した端末について一定期間経過後に返却
 847 すること等を条件としてその残債を免除する端末購入サポートプログラ
 848 ムを、非回線契約者にも提供することにより、改正法による通信契約と端
 849 末購入とを条件とする利益の提供の上限の規律の対象とならない方法に
 850 よる利益の提供を始めている。

851 端末購入サポートプログラムについては、後述のとおり、利用者へ十分

⁶¹ NTTドコモは、2019年6月1日から通信と端末の分離プラン及び端末購入サポートプログラムを提供開始。

852 周知されているか、回線契約者と非回線契約者との提供条件等の合理的
853 理由のない差異がないか等の課題も指摘されている。

854 ○ 販売代理店への支払金等

855 MNO 3 社から販売代理店への支払金については、改正法の施行直前であ
856 る 9 月に大幅に増加し、施行直後である 10 月に急減している。これは、販
857 売代理店への支払金のうち、販売奨励金の減少によるものである（それ以
858 外の販売代理店への支払金の額は、大きく変わっていない。）。なお、2020
859 年 3 月は、販売奨励金もそれ以外の代理店への支払金も大幅に増加して
860 いる。

861 販売奨励金の減少は、改正法により過度な利益の提供が減少したこと
862 に伴うものと考えられるが、その後、2020年3月には大幅に増加している。

863 【図表 1-13 MNO 3 社の代理店支払の金額】

	2019									2020		
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3
代理店 支払金	97,091	99,951	91,367	89,859	97,238	110,834	81,320	82,012	91,301	94,819	95,212	126,253
	-	103	94	93	100	114	84	84	94	98	98	130
販売奨励金	48,547	54,811	48,683	47,911	53,975	67,534	39,517	37,713	49,611	53,122	52,128	76,594
	-	113	100	99	111	139	81	78	102	109	107	158
	50.0	54.8	53.3	53.3	55.5	60.9	48.6	46.0	54.3	56.0	54.7	60.7
それ以外	48,544	45,140	42,684	41,948	43,263	43,300	41,803	44,299	41,690	41,697	43,084	49,659
	-	93	88	86	89	89	86	91	86	86	89	102

※ 上段はいずれも、百万円。下段(販売奨励金の中段)は、対4月比(%)。販売奨励金の下段は、販売奨励金/代理店支払金(%)。

864
865

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

866 そのほか、メーカーへの支払金⁶²は、改正法の施行直前から増加傾向にあ
867 る。事業者からは、改正法の施行に伴う変化ではなく、端末の故障修理の
868 対価や開発費等の対価の増減によるものだと説明がされている。

869 ○ 利益の提供の上限の特例

870 事業法第27条の3では、通信役務の利用と端末の購入を条件とする利
871 益の提供の上限の特例として、廉価端末、不良在庫端末及び通信方式の移
872 行について、上限を超える利益の提供を認めている。

873 廉価端末⁶³については、2020年7月末時点で、MVNOを含め、9事業者で

⁶² 内訳には、移動端末設備に関する開発費、広告宣伝費等の支払金のほか、移動端末設備に
関する修理費、付属品の対価、販売促進ツール等の商材やサービスの対価としての性質を
持つ支払金といった多種の金銭が含まれる。

⁶³ 施行規則第22条の2の16第1項第2号ロで廉価端末（対照価格が2万円以下の端末）に
係る特例を規定。

874 延べ19機種が販売されており、2万円以下の安価な端末が一定数販売さ
875 れている。

876 不良在庫端末については、前述のとおり、2020年7月20日時点で、4事
877 業者で延べ140機種（うちスマートフォンは、98機種）が不良在庫端末の
878 特例を受けている。このうち、iOSは34機種（うちスマートフォンは、19
879 機種）、Androidは106機種（うちスマートフォンは、79機種）となってお
880 り、いずれも、最終調達日から1年以上の特例（半額までの値引き）又は
881 2年以上の特例（8割までの値引き）の両方の特例の適用を受けている。

882 通信方式の移行の特例⁶⁴の適用状況に関して、3G契約は、改正法の施行
883 後半年で、約18.6%減少し、2020年3月末時点で残り約1,624万契約となっ
884 ており、順調に移行が進んでいるものと考えられる⁶⁵。

885 以上のとおり、改正法の施行により、経済的利益の提供は、件数・額とも
886 減少するなど、過度な利益の提供の是正に一定の効果が出てきているもの
887 と思われる。

888 ② 意見

889 ア 構成員の意見

- 890 ・ 端末購入補助を当てにした高価格帯での価格設定というものに対し
891 て一定の見直しがかけて、身の丈に合った比較的手の届きやすい
892 端末、つまり端末が値下がりしているという効果が得られたことは事
893 業法改正の効果の一つ。
- 894 ・ メーカーへの支払金について、移動端末設備の開発費、端末販売奨励金、
895 販促ツール等の商材と結構幅広い内容を含んでいるが、2019年9月以
896 降の支払い状況は、4月から8月までのトレンドに比べると明らかに
897 傾向が変わってきている。これについては、もう少し分析を進めていく
898 必要がある。

899 イ 事業者等の意見

- 900 ・ 中古スマートフォンの販売台数は、2019年には約163万台であり、そ
901 れが2025年度には約265万台に増加すると予測。（第5回会合：RMJ）

⁶⁴ 施行規則第22条の2の16第1項第2号ハで通信方式の移行の特例に係る特例を規定。

⁶⁵ 3Gについて、NTTドコモは2026年3月31日に、KDDIは2022年3月31日に、ソフトバンクは2024年1月下旬にサービス終了予定。PHSについて、ソフトバンクは、2021年1月31日にサービス終了予定（PHSテレメタリングプランについては、2023年3月31日終了予定。）。

- 902 ・ ネットワーク利用制限の在り方、端末のデータ消去機能の完全化な
903 ど、中古端末の流通促進に係る課題あり。(第5回会合：RMJ)
- 904 ・ メーカーへの支払金については、その大部分が故障修理やケータイ補
905 償サービスの提供のための修理費用や交換用端末購入費用であり、販
906 売奨励金の類ではなく、正当な対価の支払いとして、実際の需要に応じて
907 支払金額が増減しているもの。(第4回会合：NTTドコモ)
- 908 ・ 報告規則で提出しているメーカーへの支払金は、正当な支払だと認識。
909 (第4回会合終了後追加質問に対する回答：KDDI)
- 910 ・ 事業法の改正前後で、端末メーカーに支払う金額に大きな変化なし。な
911 お、通常、端末開発の状況等によって増減することあり。(第4回会合：
912 ソフトバンク)

913 ③ 今後の方向性

914 <端末出荷等>

915 端末出荷台数については、改正法の施行前後で、大きな変動はないが、
916 2020年2月以降は、新型コロナウイルス感染症による製造への影響もあつ
917 たものと言われており、売上台数、出荷台数のいずれも、2020年4月以降は、
918 さらに新型コロナウイルス感染症の拡大による影響が顕著に現れてくるこ
919 とが予想されることから、引き続き状況を注視していく必要がある。

920 中古端末については、事業者や中古端末取扱業者による取扱いの状況、リ
921 サイクルとしての回収の状況や中古端末の処理に関する利用者の意識の変
922 化など、今後も継続的に流通の状況を注視するとともに、ネットワーク利用
923 制限の在り方、端末のデータ消去機能の完全化、メーカーからの純正品の部品
924 入手など中古端末の流通促進に係る課題やそれに対する関係者の対応の状
925 況などについて、確認していく必要がある。

926 なお、中古端末の個人出品が可能なプラットフォーム等を経由した個人
927 間取引も広く行われるようになってきている中で、利用者が安心して取引
928 を行うことができるよう、利用者が不測のトラブルに遭わないようにする
929 ことが重要であり、当該プラットフォームを運営する事業者においては、出
930 品者・購入者双方に対する適切な情報提供の実施や周知などの取組が行わ
931 れることが望ましい。これらの課題については、現時点において大きな動き
932 はなく、今回は検証を行っていないが、今後、中古端末の個人間取引の拡大
933 が見込まれることから、課題に係る対応の状況などについて、確認していく
934 必要がある。

935 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1件当たりの
936 金額を見ると、改正法施行後の12月頃から再び増加基調にあり、特に3月は
937 件数・金額とも大幅に増加していることから、経年変化に基づく要因の分析
938 を含め引き続き状況を注視していく必要がある。

939 通信役務の利用と端末の購入を条件とする利益の提供の上限の特例に関
940 して、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
941 運用をしていくことが必要である。廉価端末及び通信方式の移行について
942 は、特例の適用状況を注視するとともに、通信方式の移行については、3G契
943 約の移行の状況も踏まえながら確認をしていくことが必要である。

944 <端末価格の動向>

945 スマートフォンの価格帯別の販売状況について、事業者が取り扱う端末
946 について、ミドルレンジの価格帯の端末や廉価な端末の取扱いが増加して
947 おり、消費者にとって従来よりも幅広い価格帯で選択が可能となっている。
948 他方で、今回の分析・評価においては、機種別の売上台数の実績等について
949 は把握できなかった。今後は、機種別の売上台数等を把握し、分析すること
950 が望ましい。

951 <販売代理店への支払金等>

952 利益の提供は販売代理店においても行われており、今回は、指定事業者か
953 ら報告を受けた数値を元に、指定事業者による利益の提供の動向と指定事
954 業者から販売代理店への支払金の動向からの分析を行ったものである。

955 総務省では、100以上の店舗を持っている販売代理店から、利益の提供の
956 動向についての報告を受けているが、販売代理店からの報告が初回であっ
957 たということ、新型コロナウイルス感染症の影響が大きいことが予測され
958 たことから、今般の分析・検証には使用しなかった。今後の分析においては、
959 そのデータも用いて、より詳細な分析を行うことが望ましい。

960 販売奨励金の減少は、改正法による過度の利益の提供の減少に伴うもの
961 と考えられるが、その後、2020年3月には大幅に増加している。また、2020
962 年4月以降は、新型コロナウイルス感染症の影響も出てくるものと考えら
963 れることから、販売代理店に与える影響などを含め、引き続き状況を注視し
964 ていく必要がある。

965 メーカーへの支払金については、事業法第27条の3の規律の潜脱行為が行
966 われていないかという観点から、引き続き、状況を確認していく必要がある。

967 (4) 新プランへの移行状況

968 ① 分析・検証結果

969 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
970 が不利となるおそれのある例外的な利用者も存在するため、同じ条件での
971 自動更新を可能としている⁶⁶が、既往契約の利用者が事業法第27条の3の規
972 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し続け
973 ることがないよう、総務省においては、各事業者に対して要請を行い⁶⁷、各
974 事業者においては、移行促進のための取組を実施している。

975 既往契約は、改正法の施行後半年で、18.1%減少している。また、月ごと
976 に減少件数が増加してきており、また、移行・解除数と更新数とを比べると、
977 2019年12月までは更新数の方が多かったが、2020年1月からは、移行・解除
978 数の方が多くなっている。さらに、事業法第27条の3の規律に適合しない利
979 益提供⁶⁸についても、改正法施行後の半年で、25.3%減少している。これらを
980 踏まえると、事業法第27条の3の規律に適合する契約への移行は、一定程度
981 進捗しているものと考えられる。

982

⁶⁶ 電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令（令和元年総務省令第38号）附則第3条第1項第1号で規定している。

⁶⁷ 「電気通信事業法の一部を改正する法律の円滑な施行に向けた取組について（要請）」（2019年9月6日総基料第117号）

⁶⁸ 端末の購入を条件とする通信料金の割引や期間拘束契約の締結を条件とする端末の割賦代金の割引が該当する。

983

【図表 1-14 MNO 3 社の既往契約の件数】

	2019				2020		
	9	10	11	12	1	2	3
期間拘束	10,186.2	9,985.0	9,682.5	9,382.0	9,042.2	8,710.5	8,346.9
対前月		201.2	302.5	300.5	339.8	331.7	363.6
利益提供	5,188.4	4,959.1	4,727.1	4,500.5	4,264.6	4,083.7	3,874.6
対前月		229.3	232.0	226.6	235.9	180.9	209.1
移行・解除数		206.3	305.2	303.0	339.6	331.5	363.6
更新数		481.9	366.5	312.8	329.0	300.9	318.7
割合		0.43	0.83	0.97	1.03	1.10	1.14

※ 期間拘束(万契約)・対前月(%)・利益提供(万契約)・移行・解除数(万契約)・更新数(万契約)・割合は、移行・解除数/更新数(%)

984
985

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

986

既往契約の移行の促進のため、MNO 3 社は、事業法第27条の3に適合したプランへの移行時の違約金の免除や留保⁶⁹、事業法第27条の3に適合したプランの周知等を行っている。

987

988

989

一方で、事業法第27条の3に適合した料金プランの利用者への浸透度という観点では、総務省のアンケート調査では、改正法に適合したプランに移行した利用者のうち、約4割の者が案内がなかったと回答している。改正法に適合した料金プランの紹介という形での案内など、利用者が案内があったことを意識できていない可能性もあるが、必ずしも利用者への周知が十分行われているとは言えないものと考えられる。

990

991

992

993

994

995

② 意見

996

ア 構成員の意見

997

- ・ 不適合契約の残存数について、それぞれ18.1%、25.3%減少とある。下がっている傾向にあるのは大変望ましいことだが、このスピード感でいいのかというのは検討の余地がある。

998

999

1000

③ 対応の方向性

1001

既往契約の事業法第27条の3の規律に適合する契約への移行については、各事業者において取組が行われているが、利用者が漫然と更新することがないように、各事業者においては、引き続き、移行促進のための周知や施策をしっかりと講じていくことが必要である。

1002

1003

1004

⁶⁹ NTTドコモでは、期間拘束契約の無料更新期間以外の変更の際、違約金を変更前の期間拘束の満了月前月まで留保。KDDIでは、期間拘束契約の無料更新期間以外において、改正法不適合プランから改正法適合プランへの変更時の違約金を免除。ソフトバンクでは、期間拘束契約から改正法適合プランへの変更時の違約金を免除。

1005 総務省においては、各事業者の移行促進のための取組について、要請に基
1006 づく報告も踏まえ、確認していくとともに、その進捗状況を注視していくこ
1007 とが必要である。

1008 (5) 事業者等の経営状況

1009 ① 現状

1010 MNO 3 社の売上高は、直近の2019年でNTTドコモが減少しているものの、ソ
1011 フトバンクは横ばい、KDDIは増加している。営業利益・営業利益率について
1012 も、基本的に同様の傾向であり、営業利益率は各社とも概ね20%前後である
1013 ⁷⁰。

1014 上場している代理店各社の売上高・営業利益については、各社ばらつきが
1015 あるが、営業利益率については概ね5%以下で推移しており、MNO 3 社に比べ
1016 て大幅に低くなっている。

1017 ② 意見

1018 ア 構成員の意見

1019 ・ 本分析中、そもそも通信事業者、販売代理店の適正な利益率、適正な
1020 な利益配分の分析が行われていない。今後そのような分析も深めてい
1021 きたい。

1022 ③ 対応の方向性

1023 事業者等の経営状況については、通信市場や端末市場における公正な競
1024 争環境の分析・検証に当たっての参考指標として、今後ともその動向を注視
1025 していく必要がある。

1026

⁷⁰ 全産業（大企業）の営業利益率（2018年度）は、6.4%。
（備考） 財務省「法人企業統計季報」を元に算出
大企業は資本金10億円以上の企業（金融・保険業は除く。）

1027 II モバイル市場に係る課題

1028 1. MNPに関する事項

1029 (1) MNPの位置付け

1030 ① 検討課題等

1031 MNPは、「携帯電話の番号ポータビリティの在り方に関する研究会」(2004
1032 年)(以下「MNPの在り方に関する研究会」という。)の提言を踏まえて、2006
1033 年に導入された。

1034 導入当初の主たる目的は、より自由に携帯電話事業者を変更することが
1035 可能となること、通話したい相手の番号が変わらないことにより電話番号
1036 の書換え等の手間が不要になること等の利用者の利便の向上とし、その効
1037 果として、更なる競争が進むことで、料金引下げ・サービスの充実等が実現
1038 することを期待していた。

1039 MNPの導入以降、その利用数は初年度の199万件から概ね増加傾向にあり⁷¹、
1040 その結果、利用者の利便の向上が図られるとともに、モバイル分野における
1041 競争の促進に寄与することを通じ携帯電話利用者全体に利益を及ぼしてき
1042 た。15年近く経過した現在では、利用者の誰もがMNPにより番号を持ち運ぶ
1043 ことができること、また、事業者においてもMNPを前提として競争を行うこ
1044 とは当然のこととなった。

1045 このような経緯や状況の変化等を踏まえ、MNPの在り方について検討を行
1046 う必要がある。

1047 ア 構成員の意見(合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。)

- 1048 ・ MNPの受益者は、MNPを利用する者と考えべきではない。MNPがある
1049 ことで事業者間の競争が促され、MNPを使わない者にも利益を受けると
1050 考えられる。MNPを利用する者のみに負担を寄せることは、スイッチン
1051 グコストの低減や市場の流動化を考えると、本来あるべき姿ではない。
1052 MNP利用にかかる経費は、全体で負担すべきだと思う。
- 1053 ・ MNPは競争中立的な制度であるべきだと思う。
- 1054 ・ MNPについては、やはり転出しにくい事業者と転出しやすい事業者が

⁷¹ 2006年度の199万から増加傾向にあり、2018年度には506万となっている。

- 1055 いるという状況は非常によくなくて、競争を基本的に阻害すること
1056 になるのではないかと思うので、レベルというのはそろっている必要が
1057 ある。
- 1058 ・ MNP制度の導入時は、電話番号を変更したくないためポートアウトし
1059 たくないという者の救済を目的としていた。このため、受益者はMNPを
1060 利用する者だった。しかし、今となれば、受益者は利用者全体という考
1061 え方によって変わってきているのかもしれない。
 - 1062 ・ 従来は事業者間の自由な競争の確保が重視されていたが、ユーザが
1063 最も良い商品にたどり着ける自由なマーケットを実現するという観点
1064 では重いスイッチングコストは考え直す必要があるし、むしろこれら
1065 のコストは事業者が負担するという発想が必要ではないか。
 - 1066 ・ MNPの位置付けが、全ての利用者の権利であると整理とすることにつ
1067 いては、賛成。
 - 1068 ・ MNPに関しては、必ずしも料金が安い事業者が選ばれているわけでは
1069 ない中で、スイッチングコストの一部として重要。
 - 1070 ・ MNPの利用者数について、どのように理解すべきか。流動性がないた
1071 めにこの程度と評価すべきなのか。議論が必要。

1072 ③ 対応の方向性

1073 モバイル市場においては、近年、接続料、利用者料金等について、利用者
1074 利益の向上・競争の促進を目的とした様々な取組が講じられ、これらの料金
1075 の低廉化・適正化が進められてきたが、MNPに関しては、MNPの導入自体がそ
1076 の目的とされてきたこともあって、導入以来、枠組みを大きく変える取組は
1077 講じられずに今に至っている。

1078 2020年は、モバイル市場において講じられてきたこれまでの取組に加え
1079 て、2019年の通信料金と端末代金の完全分離等を目的とした法改正が行われ
1080 る等、様々な取組が加速し、競争環境の整備が進むとともに、新たなMNOが
1081 参入する等、モバイル市場にとって大きな転換点となっている。

1082 このような状況の中で**MNPの在り方を検討**するに当たっては、**MNPの導入**
1083 **後15年が経過して、MNPとは利用者が当然に用いることができる基本的な機**
1084 **能であるということ**を前提として、MNPにより番号を持ち運ぶことができる
1085 ことが当然のこととなったことを踏まえ、**MNPを利用者が一層使いやすいも**
1086 **のとする**ことにより**利用者の利益を向上させることをその基本的な視点と**
1087 **することが適当**である。**その際**、MNPを前提として競争を行う上で、過度な
1088 引き止め行為や事業者間でMNPのしやすさに差が生ずることにより公正な

1089 競争が阻害されることのないよう、MNPの個々の手続等が競争中立的なもの
1090 となることについて留意する必要がある。

1091 こうした視点に基づきMNPの在り方の検討を踏まえてその見直しを行う
1092 ことで、全ての関係事業者にとって共通のルールを整備しつつ、MNPが利用
1093 者にとってより使いやすいものになることを通じて、利用者利便の向上や
1094 公正な競争の促進への更なる寄与が期待できるのではないか。

1095 (2) MNP手続の在り方 (MNPの枠組み)

1096 ① 検討課題等

1097 現在のMNPの枠組みとしては、ツーストップ方式を採用している⁷²。このツ
1098 ーストップ方式は、MNPの在り方に関する研究会において、個人情報⁷²の適切
1099 な管理、料金滞納者に対する債務情報の取扱い、契約解除時に行うべき説明
1100 責任の確保等について詳細な検討が必要とされたことを受け、同研究会を
1101 踏まえて行われた事業者間協議 (2004年～2006年) において、契約解除時の
1102 重要事項説明の適切な実施等のため、採用が決定されたものである。

1103 MNPガイドラインは、MNPの枠組みについて、ツーストップ方式であること
1104 を前提としつつ、「一の販売店 (代理店を含む。) において番号ポータビリティ
1105 に係る利用手続の全てを完了できる可能性についても引き続き検討する
1106 こと」とし、ワンストップ方式を継続的な課題と位置付けている。

1107 このような現状を踏まえ、MNPの枠組みの在り方について検討を行う必要
1108 がある。

1109 ② 意見

1110 ア 構成員の意見 (合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。)

1111 ・ ワンストップについてはMNP導入に向けた検討時も検討をしたが、そ
1112 の際、システム構築費用の見積もりをとったところ、かなりの金額であ
1113 った。また、後から参入する事業者がどのようにシステムにかかる費用
1114 を負担するのかという点の議論もあり、個別DB方式が導入された。しか
1115 し、今、ワンストップのシステム構築を検討する場合、クラウドの利用

⁷² ツーストップ方式とは、利用者からみて、①移転元事業者からMNP予約番号の発行を受け、
②当該MNP予約番号をもって移転先事業者に転入を申し込む、という2つの手順によりMNP
が完結する手続 (現在のMNPの枠組み) を指す。これに対し、ワンストップ方式とは、利用
者からみて、移転先事業者に転入を申し込むという1つの手順によりMNPが完結する手続
を指す。

- 1116 により費用が安くなる可能性があるところ、タイミングが早すぎるか
1117 もしれないが、今後、費用についても検討してもいいのではないか。
- 1118 ・ 海外をみるとワンストップの国があるところ、我が国のシステムが
1119 導入されて時間が経過しているため、例えばシステム更改の機会にワ
1120 ンストップの仕組みが導入されると分かりやすくてよいのではないか。
- 1121 ・ 海外のような利用者の自由な事業者間移動の確保の考え方が浸透す
1122 れば、ワンストップのシステムの構築に向けての動きになるのかもしれ
1123 ず、今後議論していきたい。
- 1124 ・ MNP導入当時は、料金プランが複雑であり、途中解約による違約金を
1125 請求される可能性が考慮され、ワンストップとならなかった。現在は違
1126 約金も下がったので、改めてワンストップを検討する必要がある。MNP
1127 を行う人の手間を考えてもワンストップの方が優れている。ただ、ワ
1128 ンストップの実現には時間がかかるというのは確かなので、まずはツ
1129 ーストップで改善を進め、それでもだめならワンストップにすると良い
1130 ののではないか。
- 1131 ・ 消費者保護のために移転元で重要事項説明ができることとされるツ
1132 ーストップの現状でも消費者トラブルが発生していることを踏まえれば、
1133 十分に説明がされていないのではないか。
- 1134 ・ ツーストップの現状においても消費者トラブルが発生しており、こ
1135 れは解消されるべき。ワンストップとなった場合では、移転先が注意を
1136 促すことで解消できるのではないか。ワンストップであるべき。
- 1137 ・ MNPのワンストップ化は、「モバイル市場の公正競争促進に関する検
1138 討会」での議論の末、引き止め防止等のため、手続をウェブ化すること
1139 となり、ワンストップ化までには至らなかった。現在、ウェブにおいて
1140 引き止めがなされているとのことなので、再度検討すべき。
- 1141 ・ ワンストップ化のための費用は、検討が十分とはいえない。効率的か
1142 つ低コストで、利用者にも十分な説明ができる方法を検討してほしい。
- 1143 ・ 枠組みについては、まずは現行のツーストップ方式で課題解決を行
1144 い、その後、必要に応じて、ワンストップを検討するということがよい
1145 と思う。
- 1146 ・ 電力のケースでは、第三者の新しくできた中立機関にスイッチング
1147 システムを作り、そこで集中的に管理を行った。これを行うことができ
1148 ず、何年も要するというが、電力と通信にどのような違いがあるかは疑
1149 問である。
- 1150 ・ MNP申込時に発生するオンライン手続き上でのトラブル（新しいSIM
1151 が届かない等）について、見直しに向けた検討が必要であると考える。

1152 イ 事業者等の意見

- 1153 ・ システムの構造やコストの構造など各社固有の事情があり、業界と
1154 して足並みを揃えることは、一部の事業者に過度な負担を強いる可能
1155 性があり、慎重な議論が必要。(第4回会合終了後追加質問に対する回
1156 答：KDDI)
- 1157 ・ ワンストップ化も実現すべき。OECD加盟36か国中30か国では、転入先
1158 事業者の手続きのみでMNPが完結。転出元・転入先の両方で手続きが必
1159 要な国は、日本を含め3か国のみ。(第4回会合：楽天モバイル)
- 1160 ・ MNP手続きのワンストップ化が実現されれば、1つの窓口でMNPが完
1161 了する等、利用者利便の向上に大きく寄与するうえ、自由なサービス選
1162 択を妨げるような過度な引き止めを抑止できることから、早期導入に
1163 向け取組みを進めるべき。(第4回会合：オプテージ)
- 1164 ・ 当社では、ワンストップ化が実現している小売電気サービスにおい
1165 て、移転申込受付時に必要に応じ移転元に対し注意事項を確認するよ
1166 う案内する等しているが、特に問題は生じていない。(第4回会合終了
1167 後追加質問に対する回答：オプテージ)
- 1168 ・ MNP手続きのワンストップ化においても、利用者が移転元事業者に解
1169 約等に伴う注意事項を十分に確認できる環境整備が必要と考える。特
1170 に、既に実施した移転申込の撤回を目的とする行為を行うことは問題
1171 となること等の指針を示すことが重要。(第4回会合終了後追加質問に
1172 対する回答：オプテージ)
- 1173 ・ 必要なコスト面の検討に加え、MVNOへの当該コスト負担の按分が
1174 MVNOの経営に大きな悪影響を及ぼすことのないことに留意いただきつ
1175 つ、ワンストップ化の実現に向け前向きに検討を進めることが望まし
1176 い。(第4回会合：IIJ)
- 1177 ・ ワンストップ化については過去においても議論され、総務省「番号ポ
1178 ータビリティの在り方に関する研究会報告書(2004年)」において、以
1179 下の課題が指摘され、その実現可能性も含めて詳細な検討が必要とさ
1180 れている。
- 1181 - 料金滞納者に関する債務情報の取扱いをどのようにするか
1182 - 契約解除時に行うべき説明責任の確保が出来ないのではないか
1183 - 本人の同意がないまま携帯電話事業者間で個人情報のやり取りが発
1184 生してしまう恐れがないかの精査等(第4回会合：NTTドコモ)
- 1185 ・ 電力等、他業界では(ワンストップが)導入されているが、モバイル
1186 の場合、他業界に比べ、相対的に、なりますし等不正のリスクが高いの
1187 で、厳格な本人確認が必要。(第4回会合：NTTドコモ)

- 1188 ・ MNP手続のワンストップ化は、MNPガイドラインの策定時（2004年5月）
1189 からの検討事項となっているところ、その実現に向けて取り組むこと
1190 は、スイッチングコストの低廉化、利用者利便の向上の観点から、有益
1191 である。一方で、転出時/解約時の注意事項を伝える機会がなくなるこ
1192 とへの懸念もあることから十分な考慮をすべき。（第4回会合：MVNO委
1193 員会）
- 1194 ・ ワンストップ化を問わず、MVNOがMNPにかかる機能整備に関するコスト
1195 を直接的に負担することはないと考えているが、MNOを通じてコスト
1196 を間接的に負担している現状を鑑みると、ワンストップ化にかかる
1197 「MNOのコストをMVNOが間接的に負担する水準」がMVNOの事業運営にと
1198 って過大とならないか等、MVNOの経営に与える影響について十分な検
1199 討を行っていただきたい。（第4回会合：MVNO委員会）
- 1200 ・ 現状もワンストップに近い手続きが実現できており、消費者保護観
1201 点からの解約時の説明責任を負う事業者の課題、連携システム観点か
1202 らの加入者契約情報ごとに「解約注意事項」が閲覧可能なシステム構築
1203 の課題、その他の観点からの個人情報保護やセキュリティの課題が存
1204 在する中、膨大な費用と期間を要する完全ワンストップ型MNPには反対
1205 （第4回会合：KDDI）
- 1206 ・ MNOとMVNOを含めた全事業者と連携した新たなシステムを一から構
1207 築する必要があり、費用と期間の見積もりは莫大となると予想。（第4
1208 回会合：KDDI）
- 1209 ・ ワンストップ化についての前提条件や課題を解消する方法等が整理
1210 されていないため、費用やコストについては算出困難である。少なくと
1211 も、事業者間のシーケンス（名義照会、解約手続き、エラーコードなど）
1212 を含め、現行のシステム設計や運用面の抜本的な見直しが必要となり、
1213 過去の事業者間整理・開発については年単位の検討時間を要している。
1214 （第4回会合：ソフトバンク）
- 1215 ・ ワンストップ化については、前述のとおり、利用者の契約状況に応じ
1216 た個別の重要事項等の説明が困難となり、消費者保護の視点で課題が
1217 ある。加えて、現行方式においては、MNP予約番号発行までの時間も短
1218 時間で大きな障壁となっていないと考えられること、利用者本人の申
1219 し入れよりMNP予約番号が発行することで利用者の意図しない解約を
1220 防ぐ効果もあること、移転先事業者の代理店等が移転元事業者の解約
1221 業務を受付することによる事業者間での個人情報の受け渡しといった
1222 課題が生じないこと等を踏まえれば、利便性と消費者保護の両立が可
1223 能な現行の「ワンストップ（1visit 2contact）」の維持が望ましい。（第

1224 4回会合：ソフトバンク)

1225 ③ 対応の方向性

1226 ワンストップ方式とツーストップ方式を比較すると、

- 1227 ・ ワンストップ方式は、アクセスする事業者が少ないため手続が簡易で
- 1228 ある、移行元事業者との間に手続が存在することに起因する課題が生
- 1229 じないことが利点である一方で、移行元事業者と移行先事業者との間
- 1230 において、個人情報の適切な管理、移行元事業者の適切な解約時の重要
- 1231 事項説明等の確保に工夫を要する

- 1232 ・ ツーストップ方式は、移行元事業者が契約時の重要事項説明を適切に
- 1233 行うことができることが利点である一方で、移行元事業者との間に手
- 1234 続が存在することによりその手続の迅速性やその手続が存在すること
- 1235 に起因する引き止め等⁷³に課題が生じうる

1236 と整理でき、利用者がより容易にMNPを行うことができるという意味ではワ
1237 ンストップ方式が優れていると考えられるが、ワンストップ方式にも課題
1238 はあることから、同方式が絶対的に優れているとまでは言い難い面がある。

1239 こうした中で、現在採用しているツーストップ方式において生じうる課
1240 題を改善するには、ワンストップ方式により生ずる課題を解決しつつワ
1241 ンストップ方式を導入する方法と、ワンストップ方式においては生じえない
1242 又は生じ難いツーストップ方式における具体的な手続等に着目し⁷⁴、その一
1243 つ一つを利用者が一層使いやすいものとするにより利用者の利益を向
1244 上させるという視点により改善を進める方法が考えられる。

1245 **今後ワンストップ方式の導入可能性を検討する場合、MNP導入時における**
1246 **当時の関係事業者間（MNO）において、運用やシステムの在り方、当該シス**
1247 **テムを実現する具体的な仕様、当該具体的な仕様の構築、当該構築のための費用**
1248 **負担等について、2年以上に渡って検討がなされたことを踏まえると⁷⁵、現**

⁷³ 具体的には、引き止めのほか、MNP予約番号発行の受付時間、MNP予約番号取得までの所要時間、MNP予約番号の取得までの煩瑣な手続等が課題として指摘されている。

⁷⁴ ワンストップ方式においては、MNP予約番号を発行することがないことから同手続が存在することに起因する課題、コストは生じえない。また、MNPに係る利用者負担料金は移行先事業者が徴収することが自然であるため、その要否・額等について競争を行うインセンティブが生じる。

⁷⁵ MNPの導入時においては、2004年5月のMNPガイドラインの制定後、それを踏まえて2004年

1249 在では、より多くの関係事業者間（MNO・MVNO）⁷⁶において、ゼロベースから
1250 データベースの方式も含めた運用やシステムの在り方、それを実現する具
1251 体的仕様等を議論し、結論を得ることが必要と想定⁷⁷され、検討だけでも導
1252 入時に要した期間（2年）を超える期間を要することも想定される。

1253 一方で、ワンストップ方式においては生じえない又は生じ難いツースト
1254 ップ方式における具体的な手続等に着眼して課題の改善を進める方法は、
1255 ワンストップ方式の導入可能性の検討に比べて、多大な人的、時間的な負担
1256 を要さず、その結果得られる成果も同等のものと考えられる。

1257 そのため、まずはツーストップ方式における課題について改善を進める
1258 こととし、こうした対応によっても課題が解決できないと判断されれば、
1259 将来的にワンストップ方式の導入可能性について検討を進めることが適当
1260 ではないか。

1261 (3) MNP手続の在り方（MNP予約番号の発行の受付時間の制限）

1262 ① 検討課題等

1263 MNP予約番号の発行の受付は、店頭、電話又はウェブの受付窓口において
1264 行われており、どの受付窓口で対応可能であるかは事業者によって異なる⁷⁸。
1265 この場合において、一般にどの事業者においても店頭についてはその営業
1266 時間を受付可能とし、電話については昼間の時間帯を受付可能としている。
1267 他方、ウェブにおけるMNP予約番号の受付時間をみると、多くのMVNOは終日
1268 対応しているのに対して、MNO3社においてはその時間を制限している。

1269 MNPガイドラインは、2018年の改正において、MNOに対し「移転元事業者に
1270 おける番号ポータビリティに係る利用手続は、対面や電話によらずインタ
1271 ーネットによる方法も可能とする」ことを定めているが、具体的内容とし
1272 て受付時間についても言及はなく、対象にMVNOは含めていない。

1273 このような状況を踏まえ、MNP予約番号の発行の受付時間の在り方につい
1274 て検討を行う必要がある。

から2006年の2年に渡ってMNO3社がMNP実現のための事業者間協議を行った。

⁷⁶ 現在検討をすれば、関係事業者はMNO4社及びMVNOとなる見込みである。

⁷⁷ 一部MNOからは、関係事業者間で「事業者間共通システムの導入要否等の実現方法（略）、その仕様や運用方法も実現方法、仕様や運用方法」を定めなければ、必要な費用や期間も明らかにはならない等の指摘がされている。

⁷⁸ MNOは、店頭、電話及びウェブの全ての受付窓口を用意している一方で、MVNOは、電話のみ、ウェブのみ、電話とウェブの受付窓口を用意している者がある。

1275

② 意見

1276

ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

1277

- ・ システム上のバッチ処理等は許容するとしても、可能な限り24時間に近づけることが望ましい。

1278

1279

イ 事業者等の意見

1280

- ・ オンラインでは24時間発行に応じるべきである。当社は、MNP予約番号は24時間即時発行している。転入は9-21時で対応しており、転出は相手先事業者に依存している。MNO間の連携時間帯に制限があるため、その範囲内で対応している。（第4回会合：楽天モバイル）

1281

1282

1283

1284

- ・ MNP事業者間仕様としては予約番号の発行受付時間に特に制約はなく事業者任意で決定可能。（第4回会合終了後追加質問に対する回答：楽天モバイル）

1285

1286

1287

- ・ ウェブ手続の受付時間等については、新規契約の手続き（契約審査等）時間がシステム運用等の観点から「21時程度まで」となっていることから、ウェブでのMNP予約番号発行受付時間は、当該時間を考慮し設定している。（第4回会合：ソフトバンク）

1288

1289

1290

1291

- ・ MNP予約番号発行のためのウェブ手続について、午前9時から午後9時30分を受付時間としている。当該受付時間については、利用者動向やシステムメンテナンスの対応時間確保、他事業者における受付状況も踏まえて設定しているものである。（第4回会合：NTTドコモ）

1292

1293

1294

1295

- ・ 受付時間の変更については、その必要性に応じて、運用・システム面等を踏まえて検討することが必要だが、その見直しを検討するに当たっては、通信と端末の分離を定めた改正法施行後のMNP件数の動向やウェブ手続の受付時間がMNPを阻害する要因となっているか等の分析を踏まえる必要がある。（第4回会合：NTTドコモ）

1296

1297

1298

1299

1300

- ・ 当社の基幹システムについては店頭や電話受付と同様のシステムを利用している。本システムは、大量のシステムオーダー等を捌くために、バッチ型の処理を基本としており、即時性が求められる手続については、基幹システムがオンラインである時間帯にのみ受付可能としている。したがって、夜間の時間帯については各種のバッチ処理やシステムメンテナンスのためにMNP受付を止めている。このため、受付時間の制限を撤廃する場合は、現状行っている様々なバッチ処理について、新たに負荷分散や運用体制を大きく見直しする等が必要となり、本システムにかかる改修が必要となる。（第4回会合：KDDI）

1301

1302

1303

1304

1305

1306

1307

1308

- 1309 ・ 代替策として夜間時は受付処理のみを実施し、翌日にMNP予約番号を
1310 発行することで限定的に受付時間の拡大を実現することも考えられる
1311 が、この場合においても一定の期間のシステム構築は必要。(第4回会
1312 合終了後追加質問に対する回答：KDDI)
- 1313 ・ MNO側の受付時間に合わせているため、MNO側の制限が撤廃されれば、
1314 当社においてもウェブ受付時間の撤廃もしくは延長等が可能になる。
1315 (第4回会合：オプテージ)
- 1316 ・ MVNOにおけるウェブ手続きの受付時間については、MNOとのAPI連携
1317 の有無やバックヤードでの業務体制等、MVNOそれぞれの状況等を踏ま
1318 え、設定されている。(第4回会合：MVNO委員会)
- 1319 ・ 当社ではオンラインでのMNP転出の受付時間には制限を設けていな
1320 い。(第4回会合：IIJ)
- 1321 ・ 当社はウェブではなく電話でMNP手続(ポートアウト)に対応してい
1322 る。受付時間は9時～21時(年中無休)である。(第4回会合：UQ)

1323 ③ 対応の方向性

1324 MNP予約番号の発行の申込みは、MNP手続のうちで最初に行うものであり、
1325 この手続を開始しないとMNP手続は進まない。例えば、朝8時から夜8時ま
1326 でMNP予約番号の発行の申込みができない利用者は、MNP手続を進めること
1327 ができない。MNPを利用者が一層使いやすいものとするという視点からみると、
1328 その受付時間はできる限り長い方が望ましく、事業者間でその程度に著
1329 しい差がある場合には競争中立的とも言い難い。

1330 こうした視点で現在の状況を見ると、店舗、電話におけるMNP予約番号の
1331 発行は人が介在することから受付時間に一定の制約があることはやむを得
1332 ないといえるが、ウェブにおいては、MNP予約番号の発行以外の手続につ
1333 いては広く24時間の受付が実現しており、これはモバイル以外の分野にお
1334 いても同様であることを踏まえると⁷⁹、人が介在しないとの利点を生かして、
1335 より柔軟な対応がされることが期待される。

1336 この点、事業者からは、即時性が求められる手続については、基幹システ
1337 ムがオンラインである時間帯のみ受付可能としており、基幹システムにつ
1338 いて制限をなくすには運用体制も含めて改修が必要との意見があったとこ
1339 ろ、基幹システムの制限をなくすことまでを求めることは事業者に多大な

⁷⁹ 例えば、ウェブにおける手続については、広く24時間の受付が可能とされており、モバイル以外の分野においても同様である。

1340 負担を求める可能性があることから、基幹システムがオンラインでないとき
1341 の申込みの処理は当該基幹システムがオンラインとなるまで保留すること
1342 はやむを得ないものとしつつ、ウェブにおけるMNP予約番号の発行の受付
1343 については、MNPを利用者が一層使いやすいものとすることを目的に、最小
1344 限の対応として、原則として受付を終日対応とすることが妥当ではないか。

1345 当該原則の例外としては、ウェブにおいて、新規契約、契約内容の変更等
1346 の利用者に対する一切の受付時間の制限を設けている場合その他個別
1347 に合理的な事情がある場合が想定されるのではないか。

1348 現状のMNPガイドラインは、新規契約の受付等のウェブにおける手続を可
1349 能とする対象をMNOとしているが、ウェブにおける手続について競争中立性
1350 を確保するためには、こうした原則はMVNOも対象とすべきではないか。

1351 (4) MNP手続の在り方 (MNP予約番号取得までの所要時間)

1352 ① 検討課題等

1353 ウェブにおけるMNP予約番号取得までの所要時間については、一部のMVNO
1354 においてウェブ等において数日を要すると表示している事例がある。

1355 MNPガイドラインでは、MNOに対し「移転先事業者のサービスが利用できる
1356 ようになるまでの時間を可能な限り短くすること」が定めているが、具体的
1357 な内容としてMNP予約番号取得までの所要時間についての言及はなく、また、
1358 対象にMVNOは含まれていない。

1359 このような状況を踏まえ、MNP予約番号取得までの所要時間の在り方につ
1360 いて検討を行う必要がある。

1361 ② 意見

1362 ア 構成員の意見 (合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。)

1363 ・ MNPの手続にかかる時間についても、MVNOにおいて若干期間を要する
1364 ため、スイッチングコストの上昇につながりかねないと考える。

1365 イ 事業者等の意見

1366 ・ MNOまたは1次MVNOとの間でAPI連携を利用していないMVNOは、別途
1367 オペレータやファイル連携によるMNP処理を行う必要があることから、
1368 MNP番号の即時発行は困難と想定される。(第4回会合：MVNO委員会)

1369 ・ MVNOがMNOとのAPI連携を行うには、MNOに支払うシステム利用料や自

1370 社システムの改修費用等が発生するという点について、十分留意いた
1371 だくことが必要と考える。(第4回会合：MVNO委員会)

1372 ・ 当社では、MNP予約番号の請求時、発行まで最大4日かかることを利
1373 用者にアナウンスしているが、通常1日以内で発行を行っている。API
1374 連携により、基本的には手動のオペレーションを介さずにMNOのシステ
1375 ムから発行されたMNP予約番号を即時利用者に通知可能。ただし、API連
1376 携の時間制限(夜間などメンテナンス時間の設定あり)により、夜間の
1377 手続きの際は翌朝までお待ちいただく場合がある。また、API連携に関
1378 するシステム障害などにより、手動でのMNP予約番号の発行を行う必要
1379 がある場合は、4日以内での発行となる場合がある。(第4回会合：IIJ)

1380 ・ 現状、API連携を実現しているMNOにかかるMNP予約番号は即時発行し
1381 ているが、一部MNOについては、システム利用料等の費用面からAPI連携
1382 が難しいため、翌日中のMNP予約番号発行にて対応している。この点、
1383 システム利用料水準の適正性を検証いただき、低廉化余地等があるの
1384 であれば、多くのMVNOによるAPI連携の積極利用につながるのではない
1385 かと考える。(第4回会合：オプテージ)

1386 ・ 当社においては、MNP予約番号は即時で発行している。(第4回会合：
1387 NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、UQ)

1388 ③ 対応の方向性

1389 **MNP予約番号取得までの所要時間が長い場合、利用者がMNP手続を開始し**
1390 **た際に想定どおりにMNP手続が進まないことがある。MNPを利用者がより使**
1391 **いやすいものとするという観点からは、その所要時間はできる限り短い方**
1392 **が望ましい。**

1393 この点、MNO及びMNOから専用端末の貸与を受けるか又はMNOのシステムと
1394 API連携を利用しているMVNOにおいては、MNOの基幹システムがオンライン
1395 の時間帯であれば、基本的に即時に、それ以外の時間帯であれば基本的に翌
1396 日にその発行が可能なものであり、**MVNOからは、ウェブにおける所要時間**
1397 **について、ウェブ等においてMNP予約番号取得までに数日を要すると表示して**
1398 **いるのは、MNP予約番号の発行までに要する時間に一定の余裕を見込んでい**
1399 **ることが理由とされている。**

1400 しかしながら、こうした表示はMNPを利用しようとする利用者に対して、
1401 不必要に長期間を要すると認識させ、MNPを利用しようとする利用者が適切
1402 な時期にMNPを行うことを阻害させるおそれがあることから、MNO及びこ
1403 うした環境にあるMVNOにおいては、**MNP予約番号取得までの所要時間について、**

1404 利用者に対して、不必要に長期間要すると認識させることがないよう、そ
1405 の表示方法や運用方法を工夫することが必要ではないか。

1406 (5) MNP手続の在り方（過度の引き止め）

1407 ① 検討課題等

1408 MNP予約番号を発行する受付窓口での引き止めは、主にMNO3社において、
1409 店頭、電話又はウェブにおいて行われており、どの窓口で行っているかは事
1410 業者によって異なる。具体的な引き止めの手段としては、例えば、MNP予約
1411 番号の発行を希望する利用者に対して、自社の他プランに誘導する、ポイ
1412 ントを付与する等の形態がある。

1413 このような引き止めは、その内容に応じて、事業法第27条の2第2号また
1414 は第3号⁸⁰、第27条の3第2項⁸¹、第29条第1項第5号⁸²等に当たる場合には
1415 禁止や命令の対象となる。

1416 MNPガイドラインでは、2018年の「モバイル市場の公正競争促進に関する
1417 検討会」において「移転元事業者による引き止め機会のない事業者間移転を
1418 可能とする（略）ため、移転元事業者でのウェブによるMNP手続を可能とす
1419 ることが有効と考えられる」とされたことを踏まえ、MNOに対し「移転元事
1420 業者による引き止め機会のない番号ポータビリティが可能となるように、
1421 移転元事業者における番号ポータビリティに係る利用手続は、対面や電話
1422 によらずインターネット等を利用する方法も可能とすること」を求めている
1423 る⁸³。しかしながら、一部の事業者においては、ウェブにおいての引き止め
1424 が行われている。

1425 このような現状を踏まえ、過度の引き止めに対する規制等の在り方につ
1426 いて検討を行う必要がある。

1427 ② 意見

1428 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

1429 ・ 海外では引き止めがないように行われている

⁸⁰ 第27条の2は、電気通信事業者の禁止行為に関するものである。

⁸¹ 第27条の3第2項は、移動電気通信役務を提供する電気通信事業者の禁止行為に関するものである。

⁸² 第29条第1項第5号は、業務の改善命令に関するものである。

⁸³ MNPガイドラインの改正に併せて、2018年6月にMNOに対してウェブ手続を整備する旨の行政指導を行った。

- 1430
- 1431
- 1432
- 1433
- 1434
- 1435
- 1436
- 1437
- 1438
- 1439
- 1440
- 1441
- 1442
- 1443
- 1444
- 1445
- 1446
- 1447
- 1448
- 1449
- 1450
- 1451
- 1452
- 1453
- 1454
- 1455
- 1456
- 1457
- 1458
- 1459
- 1460
- 1461
- 1462
- 1463
- 1464
- 1465
- ・ 一部の事業者による過度な引き止めによって、転出しにくい事業者と転出しやすい事業者があることは、競争が阻害されているのではないか。引き止める場合でも、できることのレベルがそろっている必要がある。
 - ・ 契約条件等を改めて確認することは必要だが、それ以上のことは極めて限定的であるべきで、引き止めは許されないのではないか。引止めの条件は、事業者間で対称となるようにするべきではないか。
 - ・ 電力では、「引き止め」ではなく、「取戻し」という表現を使っていた。解約を決めて連絡してきた人に対する引き止めは全面禁止すべき。出て行こうとする者に働きかけるのではなく、契約している通常の間期間の中で、料金や競争に関するサービス（自社にとどまってもらうための説明等）を行うべき。
 - ・ 引き止めに関して、電力と通信の類似性は高いと思う。
 - ・ 事業者に許されるのは、解約理由の確認だけではないか。代替提案を行うことについては、当然の権利とはいえないのではないか。
 - ・ 現在の契約を終了するという意思を既に有している状態で消費者はMNP手続を行おうとしているとすれば、その消費者の意思を可能な限り尊重する手続や業務を是非行ってほしい。
 - ・ 大きな幹として、競争中立であるということは非常に大事にしないといけないと思う。引き止めについて、営業の働きかけをしない等については、ルールとして設定しても良いと思う。
 - ・ メニューにないものをこっそりと特定の者だけに教えるような引き止めは、健全な姿ではないので、引き止めについて議論を深めるべきである。
 - ・ 引き止めの有無に着目した際、同じ事業者であってもアクセス手段が店頭・電話・ウェブかによって引き止めの有無が異なる。また、事業者によっても異なる。引き止めの在り方については、オープンな場で条件を提示し、アンフェアとユーザが感じないような制度に変えていく必要がある。
 - ・ 過度な引き止めについて、店頭・電話・ウェブで扱いを変える必要があるかという点については、ウェブだけ特別扱いせず、全て横並びで扱うべきではないか。
 - ・ 内容が明らかにされないまま引き止めが自由に行われてしまうと、引き止めが過度かどうかわからなくなることを懸念。事業者には詳しく説明してほしい。
 - ・ 引き止めについて、条件を全てのユーザに明らかにするべき。受付窓

- 1466 口のの違いで不意打ち的に提示されても、冷静な判断ができないので問題
1467 があると思う。
- 1468 ・ 電話勧誘におけるルールがあるように、MNPをしたい利用者が電話を
1469 かけた場合に、引き止めを聞きたくないと言った場合、引き止
1470 めを直ちにやめるなど、ルールを決めるべきでないか。
 - 1471 ・ どこまで引き止めをして良いかという点については、解約に当たっ
1472 ての説明を行う際に、重要事項及び不利益事項を伝えた後、経済的利益
1473 の提供に関する説明をして良いかの許可をとり、許可が得られたら案
1474 内し、得られなかったら速やかに番号発行するというプロセスを徹底
1475 すべきだと思う。一方、オンラインでのMNPでは、原則、不利益事項の
1476 伝達に限定すべきと思う。
 - 1477 ・ 引き止めそのものをすべきでないというのは、営業の自由を考慮す
1478 ると困難ではないか。
 - 1479 ・ 引き止めについて、構成員限り部分の記載に関し、ウェブ手続でも引
1480 き止めがあると回答している社がいることには驚いた。MNP手続におい
1481 て、ウェブは引き止め機会がないものと期待されていた。ウェブでも行
1482 われているとなると、(店舗、電話、ウェブという)手段を問わずに引
1483 き止めをどうするのか、やめてもらうのかについて、議論する必要がある。
1484 MNPの導入時にも、引き止めはやめようと、精神的なことは述べられ
1485 ていたが、引き止めせず、CS等の努力をしていくということではない
1486 か。
 - 1487 ・ 引き止めのうち、サブブランドへの誘導について、(ソフトバンクが)
1488 ワイモバイルに誘導すると資料(第6回資料4-1 61ページ)上の「既存
1489 の自社プランへの誘導」に、LINEモバイルに誘導すると「他事業者へ
1490 の誘導」となる。前者(「既存の自社プランへの誘導」)は、利用者の許
1491 可を得るという前提で、認めて良いと思う。「利益の提供」については、
1492 一定の規律が必要だと思う。ただ、その一定の基準についての具体的な
1493 内容は、私からこの場で直ちに申し上げることはできない。また、「他
1494 事業者への誘導」には一定の規律が必要だと思う。更に、これらの引き
1495 止めの類型は独立したものではなく、組み合わせて行われる場合も存
1496 在する。例えば、ソフトバンクがワイモバイルへ誘導し、同時にMNP手
1497 数料を相対で無料にするということや通信料・端末料を値引きする
1498 という提案を行う場合は、「他事業者への誘導」と「利益の提供」が組み
1499 合わさったものであり、これは過度な引き止めとなると思う。
 - 1500 ・ 過度な引き止めは、実効性の観点から、ワンストップ化を将来的の方
1501 向性としつつも、まずは現状の中で今できる解決策を進めるのが良い

1502 のではないか。
1503 ・ 引き止めについて、付随する行為は多種多様である。また、「取戻し」
1504 についても考える必要がある。このため、ガイドラインや業界内ルール
1505 は必要と思う。ただし、「過度の」や「一定の」の線引きが難しい。こ
1506 の点の、別のアプローチとして、自社プランの紹介は、(引き止め時で
1507 はなく、) 普段から行っているかをチェックするのも一案ではないか。

1508 イ 事業者等の意見

- 1509 ・ 過度な引き止めをなくすために、不利益なく無条件で、事業者がMNP
1510 予約番号の払出しに応じることを義務付けるべき。店頭・電話でのMNP
1511 予約番号の発行受付に際し、まず無条件で発行に応じたうえで、注意事
1512 項等の説明や引き止め提案を行う順序とすべき。その上で、店頭、電話、
1513 ウェブのそれぞれにおける引き止めの手段を明らかにすることは必要
1514 と考える。その際の利益の提供に際しては加入時の利益の提供に關す
1515 るルールに準じて、一定規律があるべきである。(第4回会合：楽天モ
1516 バイル)
- 1517 ・ ウェブでの引き止め施策について、当社は、MNP予約番号発行に際し
1518 アンケート回答を、マーケティング上必要最低限の範囲で実施してい
1519 る。解約者希望者向けの特典提供等を行っていない。(第4回会合：楽
1520 天モバイル)
- 1521 ・ ウェブ上においては、「過度な引き止め等への対応策」という本来の
1522 主旨に鑑みると、引き止めは実施すべきではない。(第4回会合：オプ
1523 テージ)
- 1524 ・ NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクでは光回線契約時や端末購入プログ
1525 ラム加入時において、オンラインでのMNP予約番号発行を受付けられな
1526 い事例がある。オンラインでの予約番号請求に対し、発行に応じず他窓
1527 口へ誘導することは禁止すべき。(第4回会合：楽天モバイル)
- 1528 ・ 画面遷移上に紹介しているだけのため、興味のない場合は読み飛ば
1529 すことも可能であり、最も「強引な引き止め」につながる懸念の低いウ
1530 ェブのみを問題視することは非合理的。何らかの規律を行う場合には
1531 受付窓口別に区別すべきではない。例えば以下のようなルール等につ
1532 いて検討すべき。
- 1533 - 既存のルールの範囲内での利益供与を上限とする等を基本とし、過
1534 剰引き止めに対応し得る利益供与等は業界で一定の規律を設け、ガ
1535 イドライン等で定める
 - 1536 - 一律規制ではなく、例えば、希望しないお客さまへの提案は行わない

- 1537 よう各受付窓口で事前確認を行う
- 1538 - 関心のない者が読み飛ばし可能な簡便な紹介にととどめるなど留意
- 1539 する（第4回会合終了後追加質問に対する回答：ソフトバンク）
- 1540 ・ 「過剰あるいは強引な引き止め」や明らかに競争阻害となり得る「MNP
- 1541 受付を遅延させるような行為」は行っていない。利用者の利用状況やニ
- 1542 ーズを踏まえてプラン等を提案することは、一般的な商慣習における
- 1543 自由な経済活動の範囲であり規制すべきでない。（第4回会合終了後追
- 1544 加質問に対する回答：ソフトバンク）
- 1545 ・ 市場競争のなかで販売施策に対する政策的制限は限定的であること
- 1546 が望ましいとの考えを前提としつつも、資金力のあるMNOによるMNP転
- 1547 出者への過度な引き止め策は、実質的に利用者の選択の機会を妨げる
- 1548 おそれがあり、また利用者間の不平等につながることから、店頭、電話、
- 1549 ウェブ等のコンタクトポイントによらず、一定程度の歯止めが必要と
- 1550 考える。（第4回会合：MVNO委員会）
- 1551 ・ 公正な競争環境を実現するために、ワンストップ化が実現するまで
- 1552 の間、ウェブ、店頭、電話等を問わず、MNP転出を希望する利用者への
- 1553 対応について、業界の足並みを揃えたルール化の促進が望ましい。（第
- 1554 4回会合：IIJ）
- 1555 ・ 自社のインターネット接続サービス以外のインターネットからの手
- 1556 続きの実現、光回線とのセットや複数回線利用などの理由によるウェブ
- 1557 でのMNP予約番号発行の拒否の禁止など検討すべき。（第4回会合：
- 1558 MVNO委員会）
- 1559 ・ 当社では、指摘のような通信料金の値下げ等の行き過ぎた引き止め
- 1560 は行っていない。利用者によるMNP予約番号の発行依頼に際し、利用者
- 1561 の利用状況に応じた最適な料金プランの案内や適用可能な施策がある
- 1562 場合には、当社より提案を行うことがある。ただし、当社は、ウェブ手
- 1563 続の際には当該の対応は行っていない。仮に、他事業者において、通信
- 1564 料金の相対値下げやサブブランドの勧奨といった引き止め施策を実施
- 1565 している場合は、その手段や考え方について確認が必要。（第4回会合
- 1566 終了後追加質問に対する回答：NTTドコモ）
- 1567 ・ 「必要最低限の情報」とは何かについて、各社において認識の齟齬が
- 1568 生じないように、まずはその内容を明確にする必要。その上で、引き止め
- 1569 施策については、ウェブにより引き止め機会のない受付窓口を確保し
- 1570 た上で、過度にならない範囲での実施は認められるべき。なお、仮に、
- 1571 引き止め施策について、競争促進等の目的から政策的に見直しが必要
- 1572 とされた場合は、事業者間の公平性を損なうことのないよう、全事業者

- 1573 一律に適用されるルールの整備が必要。(第4回会合終了後追加質問に
1574 対する回答：NTTドコモ)
- 1575 ・ 仮に予約番号の発行を拒否するなど解約を受け付けない行為があれば
1576 “行き過ぎた引き止め”に該当すると考えられるが、自社サービスを
1577 解約される利用者に対して、代替の提案すること自体は企業として当
1578 然の営業行為であり、許容されるべき。なお、上記のような代替の提案
1579 を不要と申し出た利用者に対しては重ねて説明することは控えており、
1580 “行き過ぎた引き止め”とならないよう注意している。なお、現行ガイ
1581 ドライン等の規制においても、引き止めのないMNP手続き手段としてウ
1582 ェブによる窓口を構築することをMNOに対して課していることを踏ま
1583 えれば、現状も不当な引き止め行為を禁止する目的は十分達成できて
1584 いると考えられ、これ以上の規制は不要。(第4回会合終了後追加質問
1585 に対する回答：KDDI)
- 1586 ・ MNP時の引き止め手段を明らかにすることで、利用者が望まない移転
1587 元事業者との接触を回避でき、利用者による手続き方法の自由な選択
1588 につながる可能性があると考え。(第4回会合：オプテージ)
- 1589 ・ 利用者に長く利用していただくための企業努力として機種変更等の
1590 クーポンのご案内等をおこなっているが、これらは営業ノウハウのひ
1591 とつである。したがって、本手段について明らかにすることは適切では
1592 ない。(第4回会合：KDDI)
- 1593 ・ 当社はウェブではなく電話でMNP手続(ポートアウト)に対応してい
1594 る。なお、自社サービスを解約する利用者に対して、その理由を確認し
1595 たり、代替の提案をしたりすることは企業として当然の営業行為であ
1596 り、許容されるべきと考える。また、個別の顧客対応であることから、
1597 これを一般に明らかにすることは適切でない。(第4回会合：UQ)
- 1598 ・ 利用者から追加提案が不要と言われた場合は、それ以上は提案して
1599 おらず、トラブルになるような過度な引き止めはやっていないと認識
1600 している。(第4回会合：UQ)
- 1601 ・ MNOにおけるグループ内取引において、不当な差別的取扱いや競争阻
1602 害等の不当な運営に当たるものがないかといった点は、移動通信市場
1603 において多種多様な事業者による公正な競争環境を確保するという点
1604 から非常に重要と考えるところ、MNOからグループ会社のMVNOや自社サ
1605 ブブランドへのMNP転出勧奨をしていないか確認する等し、その是非に
1606 ついて検証が必要。(第4回会合：MVNO委員会)
- 1607 ・ 電気通信事業者自らによる引き止めのみならず、MNOと、そのサブ
1608 ブランドやグループ会社のMVNOを絡めた引き止めについて疑念がある。

- 1609 (第4回会合：IIJ)
- 1610 ・ ワイモバイルのプラン提案を行うことはある。プランの提案は一般
- 1611 的な商慣習として全く問題ない。(第4回会合終了後追加質問に対する
- 1612 回答：ソフトバンク)
- 1613 ・ 利用者の契約状態によっては、他の利用者が不利益を被ることがあ
- 1614 ることから(同一ファミリー割引グループに属する回線に適用されて
- 1615 いた割引が非適用となる等)、ウェブにおいて即時に、MNP予約番号の発
- 1616 行を受けられない場合があり、その場合、他の受付窓口において、MNP
- 1617 予約番号の発行を受けられる状態にさせていただくことが必要。利用者
- 1618 にMNPができる状態にさせていただくことを目的に実施しているもので
- 1619 あり、引き止めを目的としているものではない。(第4回会合終了後追
- 1620 加質問に対する回答：NTTドコモ)
- 1621 ・ 法人の利用者の場合、利用料金の未納がある場合、他のサービスとの
- 1622 セット割引が適用されているお客様で解約によって不利益が生じる可
- 1623 能性がある場合、システムが受付時間外の場合など、ウェブでのお手続
- 1624 きができない場合がある。(第4回会合終了後追加質問に対する回答：
- 1625 KDDI)
- 1626 ・ 法人相対契約など、当該契約以外の契約に不利益が生じる場合や個
- 1627 別説明表示が困難なものなどは、電話や店頭を案内するケースがある。
- 1628 (第4回会合終了後追加質問に対する回答：ソフトバンク)

1629 ③ 対応の方向性

1630 MNP予約番号の発行の各受付窓口で行われる行為は、

1631 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

1632 (解約時の説明)

1633 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

1634 既存の自社のプラン等の説明(既存の自社プランの説明)

1635 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

1636 利益の提供及びその説明(利益の提供)

1637 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

1638 する他事業者のプラン等の説明(他事業者の説明)

1639 に分類できる。

1640 この場合において、サブブランドの説明については、自社内におけるプラ

1641 ンの変更であればイ) (既存の自社プランの説明) と、グループ内の他事業
1642 者の説明であればエ) (他事業者の説明) に分類することができる。

1643 MNP予約番号の発行の際、行われる引き止めは、以下の評価ができるもの
1644 である。

- 1645 ・ 利用者が適切な事業者を選択するに当たって、その選択の阻害要因と
1646 なる場合と有益となる場合の双方がありうること
- 1647 ・ 事業者間でその内容に著しい差がある場合には公正な競争を阻害す
1648 る可能性があること

1649 こうした引き止めに対しては、MNOの一部から、自らの役務の継続的な利
1650 用を促す等のために行う営業行為であり、当然に自由であるべきとの意見
1651 がある。一方で、MVNOからは一定のルール化が必要等の意見があり、その在
1652 り方を検討するに当たっては、MNP予約番号の発行の各受付窓口で行われる
1653 引き止めが有する次の特徴を考慮する必要がある。

- 1654 ・ MNP手続として ツーストップ方式を採用しているために可能な手段で
1655 あること
- 1656 ・ 電話番号を維持したまま他事業者に移りたいという意思を有する者
1657 に対し その機会を捉えて行うことが、広く行われる利用者を勧誘する
1658 行為と比較し、公正な競争環境に支障を及ぼす程度がより高い高いこ
1659 と
- 1660 ・ 不意打ち的なものであるため、 利用者の冷静な判断を阻害する可能
1661 性があること
- 1662 ・ 限定的に行われるものであるため、 利用者間で公平性を欠く可能性
1663 があること

1664 加えて、電力会社の切替えの例も参考とすることができる。電力の小売営
1665 業に関する指針（経済産業省：2018年12月27日最終改定）において、取戻し
1666 営業行為を問題となる行為と規定している。

1667 「需要家のスイッチングの申込を知った後に行う、新たな契約内容の提
1668 案、金銭その他の経済上の利益の提示」等の行為を禁止する電力分野の事例
1669 が参考になることにも留意を要する。

1670 さらに、MNP予約番号の発行に際し、引き止め行為が行われるタイミング
1671 についても考慮をする必要がある。具体的には、利用者がMNPの申込みの明
1672 確な意思表示を行う前と後で、規制を設けるべき引き止め行為が異なりう
1673 ると考えられる。ただし、この意思表示の前後を問わず、基本的な考え方と

1674 して、利用者の意思に反してまで引き止めを行うことは、過度な引き止め
1675 行為として禁止すべきと考えられる点には、十分留意する必要がある。

1676 まず、利用者がMNPの申込みの明確な意思表示を行った後は、以下のよう
1677 に考えることが適当ではないか。

1678 ・ イ) (既存の自社プランの説明)、ウ) (利益の提供)、エ) (他事業者の
1679 説明) といった一切の引き止め行為を禁止することが適当ではないか。
1680 ただし、ア) (解約時の説明) については、不利益事項に係る消費者保
1681 護の観点から法令上求められる事項の説明は、義務として行うもので
1682 あり、これに当たらない。

1683 また、利用者がMNPの申込みの明確な意思表示を行う前は、以下のよう
1684 に考えることが適当ではないか。

1685 ・ 利用者がMNPの申込みの明確な意思表示を行う前のタイミングにおいて
1686 全く規制を設けなかった場合、利用者によるMNP申込みの明確な意思
1687 表示さえなければどのような行為も基本的には許容されることとなり、
1688 場合によっては、明確な意思表示をさせないための様々な行為が行わ
1689 れないとも限らない。しかしながら、明確な意思表示があるとまではい
1690 えないものの、例えば、ウェブにおいて「MNP手続」のボタンをクリック
1691 した利用者や、店頭において「MNP」と言及して自らの手続の順番を
1692 待っている利用者など、MNPに関心を示した利用者に対しては、一定の
1693 歯止めが必要になると考えられる。このため、このタイミングにおいて
1694 も以下のように考え、一定の規制を設けることが適切ではないか。

1695 ・ イ) (既存の自社プランの説明) 及びウ) (利益の提供) については、
1696 利用者の意に反した行為が行われないう、あくまで利用者の同意を
1697 得た上で実施することとすべきではないか。

1698 ・ ウ) (利益の提供) については、MNPを検討している者のみを対象とし
1699 て利益の提供を行うことは、公正な競争環境に支障を及ぼす程度が高
1700 いと考えられ、また、利用者間で公平性を欠くとの性格を持つことから、
1701 MNPを検討している者のみを対象とした利益の提供を行うことは適切
1702 ではなく、他の一般利用者にも等しく提供されているもののみ提供可
1703 能とすることが妥当ではないか。なお、この際、提供が可能な場合であ
1704 っても、事業法の規律の範囲内に限る必要がある点について、留意が必
1705 要ではないか。

1706 ・ エ) (他事業者の説明) については、他の事業者に移行しないこと、
1707 すなわち自社に引き止めることを目的とするものではなく、特定の事

1708 業者に移行することを目的とするものであり、競争中立的な手段である
1709 るとは言い難く、市場全体としての競争環境に悪影響を与える可能性
1710 があることから、禁止すべきではないか。

1711 なお、MNOのサブブランドについては、自社プランの一部と整理している
1712 が、MVNOからも競争上の懸念が示されているところであり、サブブランドが
1713 競争環境に与える影響の一環として、注視していく必要がある。

1714 こうした引き止めの在り方について、MNPガイドラインでは、MNOについて
1715 のみ引き止め機会のないMNP手続を可能とするためにウェブ手続の導入を
1716 求めているが、引き止めへの対処について競争中立的なものとするために、
1717 MVNOも対象とすべきではないか。また、今回のWGの議論を踏まえ、MNO 4社
1718 ⁸⁴及びMVNOは、引き止めのないウェブ手続画面を整備することが必要ではな
1719 いか。また、このウェブ手続画面は、各事業者のウェブサイトの階層の浅い
1720 場所に設置する等、利用者が容易にアクセスできるように努めるべきでは
1721 ないか。

1722 また、ウェブにおけるMNP予約番号の発行について、一部のMNOから、MNP
1723 予約番号の発行を受けようとする利用者が解約することにより他の利用者
1724 が不利益を被る場合⁸⁵等には、当該利用者はウェブではMNP予約番号の発行
1725 の手続を完結することができず、電話等の他の窓口に誘導しているとの説
1726 明があった。このようなウェブでMNP予約番号の発行が完結できないこと
1727 について、事業者の判断により、一定の合理的な理由をもって限定した運用を
1728 することは、その理由が利用者保護であれば許容されるべきではないか。他
1729 方、こうした扱いをするのであれば、利用者がその扱いを把握し、適切な対
1730 応をとることができるよう⁸⁶、事業者は、予めウェブページ等で明確にして
1731 おくとともに、(8)、(9)で後述する利用者負担料金等の整理も踏まえ、
1732 可能な限りウェブでMNP手続が完結するよう、手続の見直しも含めて継続的
1733 な努力をしていくことが必要ではないか。

1734 (6) MNP手続の在り方（煩瑣な手続）

1735 ① 検討課題等

1736 ウェブによるMNP予約番号の発行について、手続を開始できるページに移

⁸⁴ 本報告書において、「MNO 4社」とは、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク及び楽天モバイルのことをいう。

⁸⁵ 例えば、当該利用者を代表回線として複数の回線が家族割引を組んでいる場合がある。

⁸⁶ 例えば、MNPをしようとする回線を代表回線から外す等の措置を講ずることが考えられる。

1737 行するまでに必要な遷移が多く、その手続においてMNPの実施に必須でない
1738 事項が入力項目となっている等の指摘がある。

1739 MNPガイドラインでは、運用ルールとして、事業者間で「利用したい者との
1740 間や電気通信事業者間でのトラブルや不具合の発生を避けるため、携帯
1741 電話事業者間で十分な調整を行う」ことを定めているが、ウェブによるMNP
1742 予約番号の発行についての具体的なルールは定めておらず、また、MNOに対
1743 して「利用したい者にとって簡便で利用しやすいものとなるに努め」るよう
1744 求めているが、具体的な事項については定めていない。

1745 ② 意見

1746 ア 事業者等の意見

- 1747 ・ 他事業者において、手続に当たり、MNP手続（ポートアウト）を行う
1748 理由の入力が必要となる点は、利用者に対して手続を煩瑣にする懸念
1749 があることから、利用者による入力を任意とする又は不要とするべき。
1750 （第4回会合：NTTドコモ）
- 1751 ・ ウェブにおける手続を煩雑にしないために、ページ内の掲載位置や
1752 画面遷移数などに一定ルールを設けることは有効と考える。（第4回会
1753 合：楽天モバイル）
- 1754 ・ ウェブ手続きにおいては、本人認証を行うためのID・パスワードが必要
1755 となるので、それらを十分認知いただくよう、利用者に対する周知徹
1756 底の取組を行うことが望ましい。（第4回会合：MVNO委員会）
- 1757 ・ 利用者が店頭や電話を頼らず、オンラインの手続きによりMNP予約番
1758 号を発行できるよう、分かりやすい手続きを利用者に提供することが
1759 望ましい。例えば以下のような項目についてガイドライン等で規定す
1760 ることを検討するのはいかがでしょうか。
 - 1761 - オンライン手続きのためのID・パスワードの全ての契約者への発行
 - 1762 - 自社の提供するインターネット接続サービス等の特定の接続環境に
1763 依らずインターネット経由で全ての手続きを受け付けること
 - 1764 - 光回線とのセットである、複数回線を利用している、特定の料金プラ
1765 ンや割引を受けているなどを理由にオンラインでのMNP予約番号の
1766 発行手続きを受け付けず、店頭や電話での手続きに誘導する行為の
1767 原則禁止
 - 1768 - MNP予約番号発行のためのリンクの分かりやすい場所への設置（第4
1769 回会合：IIJ）
- 1770 ・ ウェブによるMNP手続は、分かりやすい導線となるよう利用者の声も

1771 踏まえて今後も改善を図っていききたい。事業者のウェブサイトは、サイ
1772 トデザインやサービス紹介等の営業ポリシーのもと設計されており、
1773 仮にすべての事業者に対して共通的なルールを設ける場合においても
1774 画一的なものではなく、説明責任として必要な範疇の中で項目を決め
1775 るべき。(第4回会合：KDDI)

- 1776 ・ ウェブにおける構成や説明方法は、ウェブ全体を通して、利用者に分
1777 かりやすく、使い勝手が良いように、各社が工夫しているものであり、
1778 原則各社の判断に委ねるべき。(第4回会合：ソフトバンク)
- 1779 ・ MNO/MVNOに関わらず、利用者が容易にウェブ手続を行えるように、利
1780 用者のアカウント情報や利用方法等について、案内・周知に取り組むこ
1781 とが望ましい。(第4回会合：オプテージ)

1782 ③ 対応の方向性

1783 ウェブ上のMNP手続が煩瑣であると、利用者がMNP手続を開始した際に想
1784 定どおりにMNP手続が進まないことがある。MNPを利用者がより使いやすい
1785 ものとするという観点からは、手続はできる限り簡便なものであることが
1786 望ましく、事業者間でその程度に著しい差がある場合には競争中立的とも
1787 言い難い。

1788 ウェブでのMNP手続を事業者間で同等のものとするには、例えば、事業者
1789 間で共通的なルールを作成し、それに基づきウェブページを作成する等の
1790 対応が考えられる。これについて、一部の事業者からは、MNP手続を進める
1791 に当たっての入力項目や画面遷移等に一定のルールを設けるべきとの意見
1792 がある一方で、一部のMNOからは、こうした対応は事業者におけるウェブの
1793 サイトデザインを制約し、各社の工夫が阻害される等のため、できる限り慎
1794 重に対応すべきであり、分かりやすい導線となるよう今後も継続して改
1795 善を進めていくとの意見もある。

1796 この点、ウェブでのMNP手続は、できる限り簡便なものであることが利用
1797 者利便に資するものであるが、ウェブの構成は事業者ごとに様々であって
1798 それぞれMNP手続以外の手続との間で相対的に評価される面もあると考え
1799 られることから、現時点においては一律に扱うこととはせず、まずは事業者
1800 の自主的な取組を促すことが適当ではないか。他方、煩瑣の程度が事業者
1801 における手続の種別や事業者間で過度に異なるものとなっていることは、
1802 利用者の利便を阻害し、競争中立的な状況にあるとは言い難いことから、
1803 引き続き状況を注視すべきでないか。

1804 加えて、こうした事業者の自主的な取組を進める上で、一部の事業者から

1805 指摘があったように、ウェブ手続においては本人認証を行うためのID・パス
1806 ワードが必要となることについての認知が進むようにすることも必要であ
1807 るのではないか。

1808 (7) MNP手続の在り方（転入時に求められるMNP予約番号の有効期間の長さ）

1809 ① 検討課題等

1810 MNP予約番号の有効期限は15日とされている。

1811 MNP予約番号をもって移転先事業者に移入手続を行う際、MNP予約番号の
1812 有効期間について一定以上の長さが求められるとの指摘がある。

1813 ② 意見

1814 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

1815 ・ MNP予約番号を持ってMNPを行う場合、転入側の事業者からMNP予約番
1816 号の有効期限を10日程度求められる事例があるが、その理由が知りたい。
1817

1818 イ 事業者等の意見

1819 ・ 転入時に求めるMNP予約番号の有効期限の長さについて、店頭におい
1820 ては有効期限の長短によらず、受付時点で有効なものであれば、手続が
1821 可能。ウェブにおいては、利用者に対してSIMカードのお届けまでの間、
1822 利用者が当社の通信回線利用していない期間に課金をすることのない
1823 よう、当該のSIMカードのお届け後のアクティベートを受けて事業者の
1824 切替えを行い、当社サービスを利用いただく仕組みとしている。そのた
1825 め、当該のアクティベートの時点をもって、システム処理を行う必要が
1826 あることから、MNP予約番号の有効期限については、SIMカード等の配送
1827 期間も考慮し、十分な余裕（10日以上）をもっていただくよう、利用者
1828 に対しお願いしている。（第4回会合：NTTドコモ）

1829 ・ 10日以上との有効期限の長さについては、利用者に対し、有効期限が
1830 切れた場合は再度取得が必要となる旨、注意喚起を行った上で、短縮を
1831 検討することは可能。（第4回会合：NTTドコモ）

1832 ・ 店頭の場合は、利用者が移転元事業者において払出しされたMNP予約
1833 番号の期間以内であれば当社への転入手続きはいつでも可能。オンラ
1834 インの場合は、利用者の申し込みから端末及びSIMの発送準備や発送、
1835 回線切替え等に時間を要することから、利用者が十分な期間をもって
1836 手続きが完了できるようMNP予約番号の有効期限は13日以上あること

- 1837 が条件となっている。(第4回会合：KDDI)
- 1838
- 1839
- 1840
- 1841
- 1842
- 1843
- 1844
- 1845
- 1846
- 1847
- 1848
- 1849
- 1850
- 1851
- 1852
- 1853
- 1854
- 1855
- 1856
- 1857
- 1858
- 1859
- 1860
- 1861
- 1862
- 1863
- 1864
- 1865
- 1866
- 1867
- 1868
- 1869
- 1870
- 1871
- 1872
- ・ 転入時に求めるMNP予約番号の有効期限については、オンラインショップでの手続きの場合、審査期間、郵送期間を考慮し、申込手続きの当日を含め11日以上が必要と案内している。(第4回会合：ソフトバンク)
 - ・ 転入時に求めるMNP予約番号の有効期限の短縮は可能だが、十分に余裕をもって手続きしなかった場合、利用者の任意のタイミングで回線切替えができない、申込内容に不備があり解消に時間を要した場合に再度MNP予約番号取得が必要など、利用者自身に不便が生じる可能性がある。(第4回会合：ソフトバンク)
 - ・ ウェブ申込みについて、10日以上残っている番号をお願いしている。当社ではMNP開通はSIM到着後に利用者に手続きいただく必要がある。この際に予約番号が失効しているとMNP予約番号の再取得や当社への連絡・登録の手続きが必要となるため、期限に余裕をもつての申込をお願いしている。(第4回会合：楽天モバイル)
 - ・ MNP予約番号発行時の有効期限が14日間と短いことがそもそもの課題であると考えている。消費者が十分な検討期間を持つためにも、SIMロック解除猶予期間と同様に100日程度の有効期限を設けるべきと考える。(第4回会合：楽天モバイル)
 - ・ 当社オンラインショップでの申込みの場合13日以上が必要である。理由は、お申込みを受けSIMカードを発送後、お客様の開通完了までに日数を要するためである。短縮は困難である。(第4回会合：UQ)
 - ・ 郵送等でのSIMのお渡しを中心のMVNOにおいては、「利用者からの申込受付」「申込の照査(本人確認等)」「SIMカードの発送・受取」「利用者側での各種設定」等が完了するまでの期間にMNP予約番号の期限が切れないこと及び、イレギュラー処理(例:本人確認処理の不備、不在による荷物受取りができない)が日常的に発生すること、さらには再度MNP予約番号の取得からやり直しとなる場合は利用者負担が重くなること等を考慮し、各社が必要な有効期限を設定(7日~12日程度)しているものとする。(第4回会合：MVNO委員会)
 - ・ 利便性の観点等から、MNP予約番号の有効期限を、より長期に設定することも有効と考える。(第4回会合：MVNO委員会)
 - ・ 当社サービスでは、利用者にMNP予約番号の有効期限まで7日以上残した状態でのMNP転入手続きをお願いしている。理由は、MNP転入について、各工程の最大必要期間の合計が8日であり、有効期限15日との差である残7日以上を利用者に求めているためである。なお、店頭での即時発行など、すぐにSIMカードをお渡しできる場合は、予約番号の期限が

- 1873 当日有効であれば受け付けている。(第4回会合：IIJ)
- 1874 ・ 一連の工程の途中でMNP予約番号が失効してしまうと、利用者に再度
- 1875 MNP予約番号の取得からお願いすることとなり、利用者の負担が大きい。
- 1876 またSIMカードの再発行から再度やり直すことになり、利用開始が大幅
- 1877 に遅れることになる。仮に現在の条件(残7日以上)より短くした場合
- 1878 でも、多くの利用者には影響はないと考えられるが、一部の利用者には
- 1879 大きな影響が生じてしまう可能性があり、利用者への迷惑を考えると
- 1880 短縮化は難しいものとする。(第4回会合：IIJ)
- 1881 ・ 当社では、有効期限が10日以上残っている状態での申込みをお願い
- 1882 している。なお、申込受付から配送までの所要期間に基づき設定してい
- 1883 るため、仮に短縮した場合、SIMカード到着前に契約が切替わる等の影
- 1884 響が生じる恐れがある。(第4回会合：オプテージ)
- 1885 ・ MNP転入先手続きに要する期間を短縮するのではなく、MNP予約番号
- 1886 自体の有効期間を長期化することも有効であるとする。(第4回会
- 1887 合：オプテージ)

1888 ③ 対応の方向性

1889 転入時に求められるMNP予約番号の有効期間が必要以上に長いと、利用者

1890 による移行先事業者への転入が想定どおりに実現しないことがある。MNPを

1891 利用者がより使いやすいものとするという視点からみると、当該有効期間

1892 手続はできる限り短い方が望ましい。

1893 事業者からは、MNP予約番号をもって移転先事業者に移入手続を行う際、

1894 MNP予約番号の有効期間について一定以上の長さが求められるのは、転入の

1895 申込みから携帯電話を利用できるようになるまでの間、移転先事業者にお

1896 ける申込受付や申込の審査、移転先事業者から利用者へのSIMカードの発送

1897 や受取、利用者における各種設定といった手続が必要であり、これらの手続

1898 には処理が通常通りのものとならなかった場合の余裕も見込む必要がある

1899 ことが理由であるとの説明があった。

1900 そもそも当該有効期間の設定は移転先事業者が行うものであるためMNP

1901 を不当に妨げようとする意思があるものとは考えられず、移転先事業者は

1902 転入の実現と利用者において再度手続を行うことを避けるためのバランス

1903 をとるためにこうした期間設定をしていることから、この期間の設定はこ

1904 れまで通り事業者の判断に委ねられるものとし、一律に短縮を求める必要

1905 はないと考えられるのではないか。

1906 また、MNP予約番号の発行時の有効期間の長期化を求める意見もみられる

1907 が、転入時に求められるMNP予約番号の有効期間が足りなければ、再度MNP予
1908 約番号の発行を受けることが可能であることから、これを理由にその有効
1909 期間を長期化することを求める必要性は低いといえるのではないか。

1910 (8) MNPに係る金銭的コストの在り方(利用者負担料金)

1911 ① 検討課題等

1912 MNPの利用者負担料金は、MNPの導入時にMNPの在り方に関する研究会にお
1913 いて、MNPの導入に相当の費用が見込まれたことを踏まえ、

- 1914 ・ その費用について、適正な手段によりその回収が行われることが必要
1915 であること、
- 1916 ・ その回収の手段については、直接的にMNPの利用者とする・事業
1917 者とする事の双方があり得ること、

1918 としていたことを踏まえ設定されているものであり、それが現在まで継続
1919 しているものである。

1920 MNP導入当初(2006年)は、全事業者は利用者負担料金を2,000円と設定し
1921 ていたが、現在では、MNO4社及び主要なMVNOは3,000円と設定している。

1922 MNPガイドラインは、費用の回収の手段を特定しておらず、その方法を直
1923 接的にMNPの利用者とする場合における留意事項として「利用者が負担する
1924 料金の額を設定するに当たっては、利用者が無理なく番号ポータビリティ
1925 を利用でき、利用者の利用を促進するように配慮する」旨を規定している。

1926 ② 意見

1927 ア 構成員の意見(合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。)

- 1928 ・ MNP手数料の3,000円が、何のコストで、どんな計算で算出されたのか、
1929 ヒアリングで確認したい。
- 1930 ・ 各社の対応(手続き、コスト、引き止め等)の違いが合理的かという
1931 検討が必要。
- 1932 ・ MNPの受益者は、MNPを利用する者と考えべきではない。MNPがある
1933 ことで事業者間の競争が促され、MNPを使わない者にも利益を受けると
1934 考えられる。MNPを利用する者のみに負担を寄せることは、スイッチン
1935 グコストの低減や市場の流動化を考えると、本来あるべき姿ではない。
1936 MNP利用にかかる経費は、全体で負担すべきだと思う。
- 1937 ・ MNP制度の導入時は、電話番号を変更したくないためポートアウトし

- 1938 ないという者の救済を目的としていた。このため、受益者はMNPを利用
1939 する者だった。しかし、今となれば、受益者は全体という考え方に変わ
1940 ってきたかもしれない。
- 1941 ・ スイッチングコストとMNP利用者数の相関性は要確認事項であり、契
1942 約者数に対するMNP数比率も国際比較の観点で有用であるとする。日
1943 本が諸外国並みになったのかも検討して参りたい。
 - 1944 ・ 従来は事業者間の自由な競争の確保が重視されていたが、ユーザが
1945 最も良い商品にたどり着ける自由なマーケットを実現するという観点
1946 では重いスイッチングコストは考え直す必要があるし、むしろこれら
1947 のコストは事業者が負担するという発想が必要ではないか。
 - 1948 ・ 利用者負担料金は、海外では0円としている。また、(我が国でも、)
1949 単純解約や電力でも0円となっている。これらの単純解約とMNPでの利
1950 用者負担料金の違いは何かを明らかにすべき。もしも違いがなければ、
1951 MNPの利用者負担料金についても、これらと平仄を合わせるべき(0円
1952 とするべき)。当初は網改造料等のコストがあったと思うが、導入から
1953 14年経っており、今回は見直すいい機会である。
 - 1954 ・ 利用者負担料金については、事業者のシステムとして具備している
1955 ものならば、事業者が支払うべきだと思う。代理店での稼働については、
1956 代理店への手数料等も、事業者が支払うべき。
 - 1957 ・ 利用者負担料金については、例え0円にしたとしても、何かしらの形
1958 で利用者に負担を求める事になるのではないか。
 - 1959 ・ (利用者負担料金についても)競争中立的であることが大事であり、
1960 送客に対する対応が事業者間で異なると、事業者間で裏で調整するこ
1961 とにより、特定の事業者が(不正な形で)利益を上げているという疑念
1962 を持たれる恐れがある。競争中立性はしっかりと確保すべき。
 - 1963 ・ 利用者負担料金について、①コスト・料金の適正性及び②費用の負担
1964 の検証を深めるべきではないか。②については、固定電話の網改造料と
1965 網使用料でも議論があったが、ネットワークが元々具備すべき機能な
1966 らば、基本性能として、皆で負担すべきということが一つの考え方にな
1967 ると思う。MNPもそうであるならば(具備すべき基本的な機能ならば)、
1968 利用者全体で負担するという整理になると思うので、検討して参りたい。
1969 い。
 - 1970 ・ 費用が生じているから手数料は請求されるとしても、その手数料が
1971 少なく済むように、事業者には考えてほしい。
 - 1972 ・ 欧州と比較した際も、我が国は海外と異なりMNPに係る利用者料金の
1973 負担がある状況。

- 1974
 - 1975
 - 1976
 - 1977
 - 1978
 - 1979
 - 1980
 - 1981
 - 1982
 - 1983
 - 1984
 - 1985
 - 1986
 - 1987
 - 1988
 - 1989
 - 1990
 - 1991
 - 1992
 - 1993
 - 1994
 - 1995
 - 1996
 - 1997
 - 1998
- ・ MNP手数料の議論も必要だが、これが利用者に適切に周知されているのかについても確認・検討が必要ではないか。
 - ・ 受益者負担を理由にMNP手数料を請求する一方で、キャッシュバックが行われて実態は利用者が負担しなくて済むという場合があり、これは適切でない。
 - ・ 利用者負担料金については、全ての利用者の権利だという考え方には賛成だが、実際にシステム稼働費やオペレータ人件費等がかかっており、これを全て事業者や代理店が負担せよという議論は乱暴ではないか。これらのコストを誰が負担すべきかについての議論がなされていないので、いわゆるユニバーサルサービスのように負担する考えもあるが、手数料に関しては、これまで通り受益者が相応なコストを負担すべきではないか。
 - ・ 利用者負担料金について、適正な競争が働きにくいという性質があり、結果として3,000円という上限にはりついているというのがあると思う。この結果、事務局試算では1年間に150億円の収入が発生している。MNPを実現するためのコスト以上の相当の収入であり、スイッチングコストの適正化を図るため、見直しが必要である。見直しの方向性として、一定のコストをかけてMNPのシステムを構築し、その維持にもコストが必要ということならば、(利用者負担料金を0円にして)通信料という料金に埋没させるのではなく、単体で扱い、適正な上限額を設定するといいいのではないか。一定のルールの下でキャップを設定する案が良いのではないか。
 - ・ そもそも利用者負担料金の3,000円は、2年縛りの違約金9,500円に比べれば障壁として低いと考えられるため、本当に今の手数料がMNPの障壁になっているかの検証が必要。

1999 **イ 事業者等の意見**

- 2000
 - 2001
 - 2002
 - 2003
 - 2004
 - 2005
 - 2006
 - 2007
 - 2008
- ・ 利用者負担料金については、主として受付の稼働費やシステム開発・運用コスト等が該当する。他の事業者においても同様の金額設定が行われており、不当な設定となっていないものと考えている。(第4回会合：NTTドコモ)
 - ・ MNP手続きに係る負担料金の中には、事業者間で連携する外部システム利用料や当社情報システム費用、お客様対応等の直接的な人件費等、手続き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している。(第4回会合：KDDI)

- 2009
- 2010
- 2011
- 2012
- 2013
- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 2023
- 2024
- 2025
- 2026
- 2027
- 2028
- 2029
- 2030
- 2031
- 2032
- 2033
- 2034
- 2035
- 2036
- 2037
- 2038
- 2039
- 2040
- 2041
- 2042
- 2043
- 2044
- ・ 利用者負担金のコスト要素としては、人件費、システム（社内システム、事業者間の連携システム及び回線費用を含む）の維持費、その他管理費等がある。利用者負担金額の設定については、この各種コストを考慮のうえ、設定している。（第4回会合：ソフトバンク）
 - ・ 利用者負担料金はコストを鑑みつつ、申込時の事務手数料と同額とすることによる料金の分かりやすさも鑑みて設定している。（第4回会合：楽天モバイル）
 - ・ MNPに係る利用者負担料金に関しましては、MVNOそれぞれの状況等を踏まえ設定しているものとするが、一部MNOへの支払いを要する費用がある点についてご理解いただきたい。（第4回会合：MVNO委員会）
 - ・ MNPに係るコスト要素と利用者負担料金の関係について、当社では、内部コスト（MNPに係る弊社システムの運用・開発費、MNP希望者へのサポート費）及び外部コスト（MNPの実現に係るMNO設備（業務用端末の張り出し・API）の利用料、MNPの件数につきMNOに支払う転出料（一部MNOのみ）の存在を踏まえ、他社のMNP手数料も参考としつつ、利用者負担料金の金額を決めている。（第4回会合：IIJ）
 - ・ コスト要素については、MNOへ支払うMNP転出手数料、システム利用料等が該当する。額の設定については、MNOへ支払う手数料等を勘案し設定している。（第4回会合：オプテージ）
 - ・ 利用者負担の無償化について、OECD加盟国の8割では利用者負担をなくし、費用を広く「全利用者が負担」することによる競争活性化を選択している。（第4回会合：楽天モバイル）
 - ・ MNP制度による公正競争促進の受益者は携帯電話契約者全体であること、利用者負担はスイッチングコストとなり競争阻害の側面があることから、MNP利用者自身には負担させるべきでないとする。また現状は転出元への料金支払であり事業者には料金引下げインセンティブが働かないことから、ルール化が必要とする。（第4回会合：楽天モバイル）
 - ・ 利用者負担料金の在り方については、本WG（第2回）において、『「利用者が無理なくMNPを利用でき」「利用者の利用を促進するよう配慮」したものとして妥当なものといえるか』との論点が示されたところだが、その見直しを検討するに当たっては、通信と端末の分離を定めた改正法施行後のMNP件数の動向や利用者負担料金がMNPを阻害する要因となっているか等の分析を踏まえる必要がある。（第4回会合：NTTドコモ）
 - ・ スwitchングコストの低廉化の観点から、各事業者の経営努力により利用者負担料金が引下げられることは望ましいと考える一方で、ヒ

- 2045 アリング事項において例示されている「利用者全体での負担」といった
2046 考え方は、以下のような課題があることから、慎重な議論が必要と考
2047 える。
- 2048 - MNPを頻繁に行う利用者と、MNPを行わない利用者との間の不公平感
 - 2049 - MNPに係るコストを吸収しうる事業者(MNO等)と、吸収しえない事業
2050 者との間の競争上の格差
 - 2051 - 特に、MVNOの中には収益が厳しい状況の事業者もあり、利用者料金の
2052 値上げに繋がったり、値上げできない場合はMVNOの経営に更なる悪
2053 影響を及ぼす可能性(第4回会合：MVNO委員会)
 - 2054 ・ MNPに関するコストを利用者全体で負担することについて、利益率が
2055 MNOに比べ著しく劣るMVNOにとっては、利用者料金の値上げを余儀なく
2056 されるか、収益を更に悪化させるかの選択に繋がる恐れがある。MVNOの
2057 経営を圧迫することがないように、バランスの取れた議論を希望する。
2058 (第4回会合：IIJ)
 - 2059 ・ 利用者全体での負担については、料金値上げにつながらないかどう
2060 かを含め、その在り方について慎重な議論が必要と考える。(第4回会
2061 合：オプテージ)
 - 2062 ・ MNP手続きに係る金銭的成本をどのような範囲の主体で負担すべ
2063 きかの検討については、MNP手続きを行わない利用者にもMNP手続きの
2064 対価の負担を求めることを含めて今後検討を進めていくことされてい
2065 るが、MNP手続きを行わない利用者に対しても不要な費用負担を求め
2066 ることとなり、利用者間の公平性や利用者応分負担の原則を踏まえれば
2067 理解を得られないと考える。したがって、MNP手続きに係る費用は受益
2068 者となるMNP手続きを行う利用者負担いただくことが適切であると
2069 考える。(第4回会合：KDDI)
 - 2070 ・ MNP手続きを利用する方にご負担いただくことが自然であり、分かり
2071 やすいと考える。(第4回会合：ソフトバンク)
 - 2072 ・ 人件費やシステム費等がかかっており、利用者負担料金をゼロにす
2073 るというのは非常に難しいと思っている。現状の利用者負担料金の金
2074 額がMNPの障壁になっているという認識をもっておらず、引き続き利用
2075 者負担を継続したい。(第4回会合：ソフトバンク)
 - 2076 ・ 利用者負担料金の主体は、利用者全員がMNPを要望する訳ではないた
2077 め、現行通りMNPを要望する利用者であるべきと考える。なお、負担
2078 いただく利用者に引き続き理解いただけるよう、丁寧な説明に努める。
2079 (第4回会合：UQ)
 - 2080 ・ MNP転出時契約解除料の撤廃の影響だが、懸念していたようなMNPの

- 2081 乱用行為の増加といったものは今のところ見られていない。これはも
2082 とも高額キャッシュバック目的で行われていたものだが、その高額
2083 キャッシュバック自体が減ったためと分析している。(第4回会合：オ
2084 プテージ)
- 2085 ・ MNP転出手数料のほかにMNP転出時契約解除料を設定する合理的な理
2086 由がなければ、MNP転出時契約解除料は撤廃するか、違約金として扱う
2087 べき。「MNPの転入、転出を繰り返すようなホッピング行為」が全く発生
2088 していない、あるいはほぼ発生していない状況であるならば、「合理的
2089 な理由」があるとはいえない。(第4回会合終了後追加質問に対する回
2090 答：UQ)
 - 2091 ・ 当社は、MNP転出時契約解除料のような、MNP転出に際してのみ適用さ
2092 れる解約金については、改正法施行以前から設定していない。MNP転出
2093 時契約解除料等のMNP転出に際してのみ適用される解約金については、
2094 利用者のスイッチングコストの低減という目的は理解するものの、一
2095 律の規制の適用は馴染まず、MVNOの個別の事情に応じて設定されるこ
2096 とが望ましい。(第4回会合終了後追加質問に対する回答：IIJ)
 - 2097 ・ 当該解除料を撤廃したMVNOにおいてホッピング行為が増加したとの
2098 声も聞こえていない。現時点では、ホッピング行為の主因であった高額
2099 キャッシュバックが減少したことで沈静化していると推測している。
2100 しかし、現行の制度の下でも、MNP転入者を対象とした利益提供そのも
2101 のは禁止されているとは認識しておらず、今後のMNOの動向によっては、
2102 ホッピング行為が増加に転じる可能性も否定はできない。MNP転出時契
2103 約解除料(いわゆる違約金)の取扱いに関しては、各社の個別の状況を
2104 踏まえたビジネスの自由度を確保すべきと考えるところ、オプテージ
2105 社のように個社の判断による廃止がみられる状況も鑑みれば新たに規
2106 律を設ける必然性も感じられず、MVNO各社の経営判断に委ねることと
2107 し、新たな制限やルールを設けることには反対。(第4回会合終了後追
2108 加質問に対する回答：MVNO委員会)
 - 2109 ・ ウェブであってもコストが生じており、MNPの状況分析等を踏まえ
2110 ずに拙速に撤廃することは反対。(事務局確認：NTTドコモ)

2111 ③ 対応の方向性

2112 MNPの利用者負担料金については、MNP導入に際し、MNP実現のためのシス
2113 テム開発費用・設備費用を回収する観点から、事業者が負担するケースと
2114 MNPの利用者が個別に負担するケースの双方があり得るとしつつも、MNPを
2115 利用する際の手数料(以下「MNP手数料」という。)としてMNPの利用者に個

2116 別に負担を求めてきた経緯があるが、MNP開始後15年が経過し、MNP導入に必
2117 要なシステム開発・設備費用の回収は既に済んでいると思われること等を
2118 踏まえて、今回、そのコストについて精査をする必要がある。

2119 このMNP手数料については、顧客獲得時ではなく顧客流出時に利用者に負
2120 担を求めるものであるため、事業者にとって効率化を図り、引下げを行う
2121 インセンティブが働きにくい（むしろ引上げようというインセンティブが
2122 働く可能性がある）という特徴がある。事実、各社において実際のコストに
2123 バラツキがあるにも関わらず、各社同額となっており、加えて、MNP手数料
2124 が値上げされた経緯（MNP開始当初は2,000円だったものが、現在は各社同水
2125 準の3,000円となっている）も踏まえれば、市場に任せても効率化が図られ
2126 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
2127 ための措置を講じることが必要である。

2128 以上のような状況を踏まえ、まずは議論の前提として、実際にかかっている
2129 コストを明らかにするため、MNP導入後初めて、MNP 1件当たりが発生する
2130 コストを主要事業者（MNO 4社、MVNO 3社）に確認した。その際、本WGの議
2131 論を踏まえ、MNP 1件当たりが発生するコスト⁸⁷について、単純解約と同様
2132 に生じるコスト⁸⁸とMNP固有のコスト⁸⁹に分けてそれぞれのコストを把握し
2133 た。

2134 MNP 1件当たりが発生するコストを踏まえ、MNP手数料に係るコストの回
2135 収の方法としては、ア) MNP利用者から個別に回収することなく、各事業者
2136 の経営判断によりその他の料金等でコストを回収する方法、イ) MNP利用者
2137 からコストを基礎とした一定のルール（上限値の設定等）により個別に回収
2138 する方法が考えられる。

2139 この点に関し、上記のMNPに係るコストには、単純解約と同じ部分のコス
2140 トが計上されているが、単純解約の際には手数料を要しないことを踏まえ
2141 ると、当該コストは契約の基本機能として新規加入手数料や基本料で回収
2142 されているものと整理することができるのではないか。

2143 他方、MNP予約番号の発行等に係るコストは、個々のMNP利用時に生じる

⁸⁷ MNOのMNP 1件当たりが発生するコストの要素としては、①代理店に支払うコスト、電話による対応する場合のオペレータ等に係るコスト及びウェブの運用に係るコスト等の各受付窓口別のコストのほか、②MNP受付に係るシステム費用等の各窓口共通コストがあり、①②のコストを合計して算出している。

⁸⁸ 本人確認、重要事項説明、勧誘等に係るコスト。

⁸⁹ MNP予約番号の発行、MNP予約番号の説明等に係るコスト。

2144 固有のコストと観念され、上記の単純解約のコストの整理を踏まえるとMNP
2145 利用者が負担すべきなのは、当該コストと整理されるのではないか。

2146 こうした前提の下、MNP予約番号の発行等に係るコストを受付窓口別にみ
2147 ると、ウェブのコストは比較的軽微であることが分かる。このウェブについ
2148 ては、24時間化等のウェブのより使いやすい環境の整備を進めることを通
2149 じて、「ポストコロナ時代」の「ニューノーマル」も見据えた社会変革に貢
2150 献するとともに、ウェブへの移行を促すことで、MNPコスト全体の低廉化に
2151 もつながると考えられる。さらに、電力など他の公共料金や主要国のMNPで
2152 は乗り換えの際の負担がない中、利用者誰もが金銭的負担なくMNPを利用で
2153 きる受付手段を実現することが望まれるのではないか。

2154 以上の点を踏まえると、ウェブについては、無料で利用できる環境を構築
2155 することが適当と考えられるのではないか。

2156 他方で、例えば、高齢者等のウェブが利用できない可能性が比較的高い
2157 と考えられる利用者も一定程度存在すると考えられ、そのために代理店・
2158 電話で対応する場合には、人件費等一定のコストが生じる場合があること
2159 は想定される。このため、店頭・電話については、MNP利用者に負担を求め
2160 ることも妥当と考えられるのではないか。ただし、これらのコストについ
2161 ては、各事業者において引下げのインセンティブが働かないことを踏まえ
2162 ると、一定の制限を課すことが必要であり、MNP手数料の設定は、実際のコ
2163 ストを踏まえ、1,000円以下とするのが適当と考えられるのではないか。

2164 なお、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
2165 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
2166 況について適時適切に検証していくことが必要と考えられるのではないか。

2167 以上のようなMNPの利用者負担料金の対応については、厳密な意味での競
2168 争中立的な環境を確保するために、MVNOも対象とすべきではないか。

2169 なお、MNPの利用者負担料金の見直しに当たって、MNOとMVNO間の事業者
2170 負担料金のうち個々のMNPの件数に応じたものを利用者負担料金と同等に
2171 扱わないときは、MVNOへの影響が大きくなるものと想定されるため、留意
2172 が必要ではないか。

2173 (9) MNPに係る金銭的コストの在り方（事業者負担料金）

2174 ① 検討課題等

2175 現在MNOがMVNOに対して設定しているMNPに関する事業者負担料金は、ア)

2176 システムの利用に関する料金、イ) MNPの手続の件数に応じた料金がある。

2177 システムの利用に関する料金は、MVNOがMNOのシステムを利用するための
2178 料金であり、MNO 4社が設定している。当該システムにより、新規加入、名
2179 義変更、契約解除等の手続を行うことができ、これを使って行うことができ
2180 る手続の一つとしてMNPの手続がある。当該料金は、専用端末を貸し出すタ
2181 イプと、MVNOのシステムとAPI連携を行うタイプのものがある。このシステ
2182 ムの利用に関する料金については、第二種指定電気通信設備制度において、
2183 他事業者の電気通信役務の提供に用いられる、電気通信役務の利用の開始、
2184 変更及び廃止並びにこれらに関する情報の管理を行うためのシステム（役
2185 務利用管理システム⁹⁰）としてその標準的なものの料金が届出接続約款に記
2186 載されるべき事項とされている。

2187 MNPの手続の件数に応じた料金は、NTTドコモ及びKDDIが設定している。
2188 このMNPの手続の件数に応じた料金は特段の規律の対象とはされていない。

2189 MNPガイドラインにおいては、事業者負担料金についてのルールはない。

2190 ② 意見

2191 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

2192 ・ MVNOにもコストがかかっているということだが、使われている装置
2193 がMNPのみで使用されるものではないので、MNPのコストをどう切り分
2194 けるかは議論が必要である。

2195 ・ MNPは競争中立的な制度であるべき。MNOとMVNOで負担等非対称な形
2196 のものがあるのなら、それがどうあるべきかはしっかり議論すべき。

2197 イ 事業者等の意見

2198 ・ 当社ネットワークを利用するMVNOの利用者が転出する場合、MVNOは
2199 当社に申し出等の上、当社に対して、携帯電話・PHS番号ポータビリティ
2200 手数料として、1回線につき2,000円を事業者間で支払う。（第4回会
2201 合：NTTドコモ）

2202 ・ MVNO負担料金については、主としてシステム開発コストや受付の稼
2203 働費等が該当する。（第4回会合：NTTドコモ）

2204 ・ MNP手続きに係る負担料金の中には、事業者間で連携する外部システ
2205 ム利用料や当社情報システム費用、利用者対応等の直接的な人件費等、

⁹⁰ MNPの手続は役務利用管理システムを用いて行われる。

- 2206 手続き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
2207 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
2208 え利用者料金として設定している。(第4回会合：KDDI)
- 2209 ・ MNP手続きに係る金銭的成本をどのような範囲の主体で負担すべ
2210 きかの検討については、MNP手続きを行わない利用者にもMNP手続きの
2211 対価の負担を求めることを含めて今後検討を進めていくことされてい
2212 るが、MNP手続きを行わない利用者に対しても不要な費用負担を求める
2213 こととなり、利用者間の公平性や利用者応分負担の原則を踏まえれば
2214 理解を得られないと考える。したがって、MNP手続きに係る費用は受益
2215 者となるMNP手続きを行う利用者の負担を求めることが適切であると
2216 考える。(第4回会合：KDDI)
 - 2217 ・ 利用者負担を撤廃するに当たってはMVNOを含めた全事業者において、
2218 保有する契約回線数に応じて費用負担することが適当と考える。(第4
2219 回会合：楽天モバイル)

2220 ③ 対応の方向性

2221 システムの利用に関する料金については、接続制度の運用を通じてその
2222 適正性を引き続き注視していくことが適当ではないか。

2223 MNPの手續の件数に応じた料金については、

- 2224 ・ 現状、当該料金は、MNOが徴収している利用者負担料金のうち、自社
2225 部分に係るコストに対応した料金を除いた部分をMVNOから徴収してい
2226 る側面があると考えられること
- 2227 ・ 当該料金を維持したまま利用者負担料金を引下げると、MVNOがMNPを
2228 1件処理する毎に、MVNOに相当の赤字が発生する可能性が高いこと

2229 から、利用者負担料金と連動して、少なくとも利用者負担料金以下とな
2230 るよう見直すべきではないか。

2231 (10) MNPの制度的な位置づけ

2232 ① 検討課題等

2233 MNPは、電気通信番号計画（電気通信番号のほか、電気通信番号の使用条
2234 件等を定める計画であって総務大臣が定めるもの）に定める音声伝送携帯
2235 電話番号の使用の条件としてMNO及びMVNOにMNPを可能とすることを求めて
2236 いる。この電気通信番号制度において求められるMNPの円滑かつ確実な実施
2237 を図ることを目的として、MNPガイドラインを定め、MNPの実施に当たり確保

2238 すべき事項を示している。今回の検討を踏まえ、制度の見直しが必要ではな
2239 いか。

2240 ② 対応の方向性

2241 今回の検討を踏まえて、MNO・MVNOに義務づけるべき事項については、MNP
2242 ガイドラインを改正することその他の措置を講じることにより、確実に履
2243 行されるよう制度を整えるべきではないか。

2244

2245 2. その他モバイルに関する事項

2246 (1) 端末購入サポートプログラム

2247 ① 検討課題等

2248 MNO3社は、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
2249 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。

2250 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
2251 の提供を規律の対象としているため、回線契約者のみを対象とする端末購
2252 入サポートプログラムによる利益の提供は規律の対象となる。一方で、回線
2253 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
2254 め、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両
2255 者に対して端末を販売し、利益の提供を行う場合には、「回線契約を条件と
2256 していない」ものではない。ただし、この場合において、単に回線契約者と
2257 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
2258 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
2259 としていない」とは言えない。

2260 事業者においては、ソフトバンクでは2019年9月⁹¹から、KDDIでは同年10
2261 月⁹²から、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して
2262 いる。これらのプログラムについて、モバイル研究会において、プログラムの
2263 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
2264 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
2265 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⁹³、利益の提供を
2266 受けるための端末の買換え条件やプログラム利用料の支払条件が設定され
2267 ていること等の課題が指摘された。

⁹¹ ソフトバンクは、2019年9月13日から、非回線契約者を対象に含む「半額サポート+」を提供開始。その後、同年10月10日に、「トクするサポート」に名称を変更。2020年3月27日からは、「トクするサポート+」（同日以降に販売された端末を対象とする端末購入サポートプログラム）の提供を開始している。

⁹² KDDIは、2019年10月1日から10月30日までの間、非回線契約者を対象に含む「アップグレードプログラムDX」を提供。同年11月1日から2020年2月20日までの間、回線契約者のみを対象とする「アップグレードプログラムNX」を提供。

⁹³ 改正前のSIMロック解除ガイドラインの下では、分割払いの場合、購入から100日以内の場合には、SIMロック解除が義務化されていなかった。

2268 これを踏まえ、総務省は、KDDI及びソフトバンクに対して、プログラムの
2269 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
2270 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
2271 グラムの収支に関する報告等を行うこと等を内容とする要請（2019年10月
2272 1日）⁹⁴を行い、また、SIMロック解除ガイドラインを改正（2019年11月22日）
2273 した。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
2274 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
2275 の実施、プログラム利用料の撤廃等を行った。

2276 その後、KDDIが改めて2020年2月⁹⁵から、NTTドコモが同年3月⁹⁶から、そ
2277 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
2278 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
2279 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
2280 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
2281 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
2282 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。

2283 これを踏まえ、総務省では、MNO3社に対して、プログラムの広告等の必
2284 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、
2285 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
2286 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
2287 等を内容とする端末購入サポートプログラムに係る要請を実施した（2020
2288 年5月29日）⁹⁷

2289 ② 意見

2290 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

2291 ○ 回線契約者と非回線契約者の差異

2292 ・ 3事業者とも、端末購入サポートプログラムを改定して、端末単体販
2293 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

⁹⁴ 「割賦により端末を販売する際の販売手法の見直しについて（要請）」（2019年10月1日総基料第148号）

⁹⁵ KDDIは、2020年2月21日から、非回線契約者も対象に含む「かえトクプログラム」を提供開始。

⁹⁶ NTTドコモは、2020年3月18日から、「スマホおかえしプログラム」の対象に非回線契約者を追加。

⁹⁷ 「割賦により端末を販売する際の販売手法について（要請）」（2020年5月29日総基料第142号）

- 2294 ないよう、同じ条件で提供してもらいたい。
- 2295 ・ 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
- 2296 があるが、差異を設けている理由を知りたい。
- 2297 ・ 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
- 2298 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
- 2299 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。
- 2300 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
- 2301 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。
- 2302 ・ 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、その条
- 2303 件の差異に合理性があるのかという点を事業者を確認していくことが
- 2304 必要。
- 2305 ・ 3事業者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
- 2306 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
- 2307 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
- 2308 適切な運用を行ってほしい。
- 2309 ・ 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、NTTドコ
- 2310 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
- 2311 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
- 2312 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
- 2313 ええない縛りが発生しているのではないか。
- 2314 ・ 事業法の改正の精神が残念ながら実現しておらず、回線契約者と非
- 2315 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
- 2316 等販路について差異があることとは非常に問題。新しい生活の中では
- 2317 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
- 2318 直しが必要。

2319 ○ 広告訴求、プログラムの分かりやすさ

- 2320 ・ 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
- 2321 ているか、広告の表示について消費者側がどのような認識を持っている
- 2322 かの両方の観点から、今後も適正な改正法の運用が確保されるべき
- 2323 であると考えます。
- 2324 ・ 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
- 2325 をすることが必要。

2326 ○ 端末単体販売での収支の在り方

- 2327 ・ 端末単体販売により2万円の上限の規制の枠から外れるので、基本

2328 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
2329 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
2330 料金の高止まりに繋がる。

2331 ・ 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
2332 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
2333 販売も可能とはいえ、実態としては大多数のユーザが回線と一緒に端
2334 末を購入するので、仕入価格を下回るような安売りも可能となってい
2335 まうため、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
2336 定の規律が必要ではないか。

2337 ○ その他

2338 ・ KDDIとソフトバンクの端末購入サポートプログラムは、残債免除の
2339 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
2340 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
2341 点の検証が必要。

2342 ・ 一括払いに対する端末値引きの仕組みがなく、割賦販売を条件にし
2343 ていることについては納得がいかない。

2344 ・ 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
2345 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
2346 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
2347 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。

2348 イ 事業者等の意見

2349 ・ 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
2350 定はなく、残債免除の適用の条件として新しい端末の買換え条件も設
2351 定していない。また、今年3月18日から、回線契約のない者もプログラ
2352 ムを利用できるように見直しを行っているが、その際、回線契約のない
2353 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
2354 する割引額が一定となることで、より使いやすく、分かりやすい端末購
2355 入の仕組みを設定している。店頭での広告等については、回線契約がなく
2356 ても、スマホおかせしプログラムが利用できることを分かりやすく表
2357 示していく考え。(第4回会合：NTTドコモ)

2358 ・ 回線契約と非回線契約者の条件の差異について、次のとおり。
2359 - 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
2360 ので、実質的な差異ではない。
2361 - 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

2362 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
2363 ーズも踏まえて対応を検討することを考えている。

2364 - 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
2365 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
2366 同意の下で子供の名義で締結することを認めている。

2367 - 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、
2368 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
2369 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
2370 している。

2371 - 残価の再分割は、基本的には店頭の審査で問題なければ可能となっ
2372 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
2373 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
2374 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
2375 店を不要としている。(第4回会合：KDDI)

2376 ・ 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
2377 購入を条件とせず返却のみという選択肢を含む複数のオプションを
2378 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
2379 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。
2380 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
2381 うことについて、分かりやすく理解してもらえるように、ショップや
2382 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。
2383 (第4回会合：ソフトバンク)

2384 ③ 対応の方向性

2385 前述のとおり、MNO3社は、回線契約を条件としない利益の提供として、
2386 端末購入サポートプログラムを提供している。しかし、利益の提供を行う場
2387 合において、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
2388 ない」ものというためには、回線契約者と非回線契約者の両者に対する利
2389 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
2390 由が存在することが必要である。また、「回線契約を条件としない」こ
2391 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が必要である。

2392 前述の総務省からの要請(2020年5月29日)を受けたMNO3社の対応と今
2393 後の対応の方向性は次のとおりである。

2394 ○ 広告表示・周知

2395 総務省からの要請(2020年5月29日)を受け、NTTドコモは、プログラ

2396 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
2397 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
2398 等の対応を行っている。また、KDDI及びソフトバンクは、総務省が要請を
2399 発出する前から、非回線契約者が対象となることについて、広告への明記
2400 を行っている。

2401 総務省において、これらの広告表示について、購入しようとする者にと
2402 って分かりやすいものとなっているか、また、店舗、オンライン、総合カ
2403 タログ等において、購入しようとする者が認識しうる状態で掲載・周知
2404 されているかについて、引き続き、注視していくべきである。

2405 ○ 回線契約者と非回線契約者との提供条件等の差異

2406 総務省からの要請（2020年5月29日）を受け、KDDIは、回線契約者と非
2407 回線契約者との間に設けている差異のうち一部を見直す検討を進めてい
2408 るとしている。具体的には、非回線契約者について、支払方法をクレジッ
2409 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）及び
2410 残価の再分割時の手続時に来店条件を設けていること（自動再分割不可）
2411 について、来夏までに差異を解消する検討を進めているとしている。ま
2412 た、現在、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
2413 （オンラインで端末を販売していない）が、来夏からオンラインでのプロ
2414 グラム提供を開始する検討を進めているとしている。

2415 他方で、KDDIは、①対象を個人に限定（法人不可）する差異、②対象を
2416 成人に限定（未成年不可）する差異を設けている理由について、それぞれ
2417 ①法人契約の需要が限定的であるため、②回線契約者に対しては役務提
2418 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
2419 回線契約者に対しては行っていないためと説明をしているが、これらの
2420 差異が合理的なものといえるか、総務省においては、要請（2020年5月29
2421 日）に基づく事業者からの報告などを踏まえ、精査していくことが望ま
2422 しい。

2423 また、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
2424 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
2425 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
2426 と説明している。

2427 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
2428 ない」という条件を満たすためだけに、その窓口でのプログラム提供を行

2429 うことが必要となるものとは言えないが、オンラインでの端末購入の需
2430 要は、改正法の施行時点では限定的であったとしても、新型コロナウイルス
2431 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
2432 定される。このため、オンラインでの端末購入への需要が一定の比率を超
2433 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
2434 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
2435 言えない。総務省においては、要請（2020年5月29日）を受けた各事業者
2436 からのチャンネルごとの回線契約者と非回線契約者のそれぞれに対する端
2437 末販売実績の報告などにより各窓口での端末購入への需要を確認し、オ
2438 ンラインでプログラムを提供しないことの合理性を注視していくことが
2439 必要である。また、事業者においては、増加するオンライン需要を踏まえ
2440 て、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に向け
2441 た検討を行うべきである。

2442 ○ 端末補償サービス

2443 購入した端末に対する端末補償サービスに、非回線契約者が加入でき
2444 ないことについて、ソフトバンクは、本年中に非回線契約者への端末補償
2445 サービス提供開始予定としているが、NTTドコモ及びKDDIは、自社以外の
2446 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
2447 明している。

2448 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
2449 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
2450 いるのであれば、端末購入サポートプログラムが「回線契約を条件として
2451 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
2452 必要がある。自社以外のサービスの選択肢があることは、非回線契約者が
2453 加入できないという差異を設けていることについての合理的な理由とは
2454 考えられないことから、事業者においては、他に合理的な理由がないので
2455 あれば、差異の解消に向けた検討を行うことが求められる。また、総務省
2456 においては、事業者の検討の状況など関連の状況を確認していくことが
2457 必要である。

2458 また、その他の課題と今後の対応の方向性は次のとおりである。

2459 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
2460 け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
2461 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
2462 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

2463 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
2464 求められる。

2465 また、実態としては、回線契約を有する事業者から端末を購入する者が
2466 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
2467 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
2468 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、
2469 過度な囲い込みの要因となっていないか、引き続き、注視していくべき
2470 である。

2471 さらに、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
2472 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
2473 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
2474 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
2475 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こと
2476 から、端末単体の収支の状況について、総務省においては、要請（2020
2477 年5月29日）を受けた各事業者からの報告を踏まえ、継続して確認して
2478 いくことが求められる。

2479 以上のような状況も踏まえ、総務省では、引き続き、各事業者が行う施
2480 策について、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
2481 生じていないか、また、事業法第27条の3の規律を潜脱する行為が行わ
2482 れていないか、引き続き、確認をしていく必要がある。

2483 (2) スイッチングコスト

2484 ① 検討課題等

2485 MNPの引き止めや手数料以外に、事業者乗換え時のスイッチングコストと
2486 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
2487 業者の乗換え時の手数料等が指摘されている。

2488 ○ 端末補償サービス

2489 現在、MNO 4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
2490 み加入可能（NTTドコモは購入日から14日間、KDDIは購入時のみ、ソフト
2491 バンク及び楽天モバイルは購入日のみ加入可能）となっており、また、NTT
2492 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、
2493 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
2494 ビスは、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

2495 約の継続も条件としていない。

2496 ②の回線契約者のみを対象とすることについては、前述のとおり、電気
2497 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
2498 契約を条件としていない」ことに該当するためには、非回線契約者に対し
2499 てサービスを提供していないことについて合理的な説明が求められる。

2500 ③の回線契約の継続を条件とすることにより、サービスの加入者は、事
2501 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
2502 なるが、①の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
2503 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
2504 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
2505 課題の指摘がある。

2506 また、端末補償サービスの補償の内容である修理等の対応期間の終了
2507 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、
2508 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。

2509 ○ 他のサービス等とのセット販売による割引

2510 他のサービス等とのセット販売による割引について、携帯電話の料金
2511 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
2512 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、
2513 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
2514 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
2515 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
2516 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
2517 を限定して割り引く施策等が行われている。

2518 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
2519 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
2520 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。

2521 ○ 事業者の乗換え時の手数料

2522 事業者の乗換え時の手数料について、各事業者は、事業法第27条の3等
2523 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
2524 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
2525 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
2526 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

2527 料を設定している。

2528 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
2529 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
2530 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
2531 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
2532 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。

2533 ② 意見

2534 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

2535 ○ 端末補償サービス

2536 ・ 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
2537 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
2538 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
2539 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
2540 ルールづくりが必要ではないか。

2541 ・ 端末補償サービスは、積立金ではなくて、保険のような性質であるこ
2542 とが理解されないまま利用されている、修理対象の端末がなくなった
2543 後も継続加入しているなどずっと消費者苦情が続いている印象がある
2544 ので、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
2545 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。

2546 ・ 事業者以外が提供している保険などもあるということも周知してい
2547 かなければいけない。

2548 ○ 他のサービス等とのセット販売による割引

2549 ・ 民間企業なのでビジネス上様々な割引を考えるとと思うが、何をもっ
2550 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
2551 ては、議論を深めていく必要がある。

2552 ・ セット販売の実態がまだ分かりにくい状況だという印象がある。

2553 ・ 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
2554 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
2555 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
2556 見込まれるので、状況を確認する必要がある。

2557 ・ 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
2558 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、
2559 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

2560 るようにも読み取れるが、それぞれのサービスを解約する際の違約金
2561 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
2562 ールや規律については、確認をする必要がある。

2563 ・ 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
2564 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
2565 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
2566 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
2567 しい。全体として安ければ良いというのはそのとおりのため、日本で
2568 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。

2569 ○ 事業者の乗換え時の手数料

2570 ・ 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
2571 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
2572 イッチングコストが十分低くなっていないとも感じる。

2573 ・ 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
2574 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
2575 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
2576 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、
2577 今後も議論を継続する必要がある。

2578 イ 事業者等の意見

2579 ○ 端末補償サービス

2580 ・ 現在、非回線契約者に対しては未提供だが、利用者のニーズも高いこ
2581 とから、非回線契約者に対しても補償サービスを早期に提供する方向
2582 で、現在、準備中。(第4回会合：ソフトバンク)

2583 ・ 回線サービスとは切り離して、端末販売に紐づくオプションサービ
2584 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
2585 償を利用できるという仕組みにしている。(第4回会合：楽天モバイル)

2586 ③ 対応の方向性

2587 ○ 端末補償サービス

2588 前述のとおり、MNO 4社が提供する端末補償サービスについて、①加入
2589 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、
2590 かつ、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
2591 なっているのではないかという指摘がある。

2592 このうち、②回線契約者のみを対象としていること及び③回線契約の
2593 継続を条件としていることについては、楽天モバイルでは非回線契約者
2594 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
2595 ンクは、今後、これらの条件の撤廃について検討しているとしている。他
2596 方で、NTTドコモ及びKDDIは、これらの条件について、「市場動向、利用者
2597 のニーズ、経済合理性を見て判断する」としている。

2598 MNO 4 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
2599 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
2600 約の継続を条件としていることの条件があることにより、端末購入者の
2601 事業者乗換えの過度の制約となっていないか、引き続き、注視をしてい
2602 くべきである。

2603 また、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、
2604 端末メーカーが自ら提供している例⁹⁸や、保険会社が直接提供している例な
2605 どもある⁹⁹。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
2606 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
2607 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、現
2608 状において、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
2609 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、利用者と
2610 っては使いづらいものとも考えられる。総務省では、事業者以外が提供す
2611 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
2612 得るものであるか、これらのサービスの提供の状況についても、引き続
2613 き、確認していくべきである。

2614 端末補償サービスによる修理等の期間の終了後も利用者が漫然とサー
2615 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
2616 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
2617 るとの説明をしており、それにより利用者に十分周知が行き届いている
2618 かなど、引き続き、状況を注視していくべきである。

2619 ○ 他のサービス等とのセット販売による割引

2620 他のサービス等とのセット販売による割引について、利用者の自由な

⁹⁸ Appleによる「Apple Care」、富士通株式会社による「ワイド保証サービス」等がある。

⁹⁹ 主としてスマートフォンを対象とする保険として、株式会社エム・アール・ジーによる「モバイル補償」、さくら少額短期保険株式会社による「モバイル保険」、Mysurance株式会社による「スマホ保険」などがある。

2621 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
2622 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、
2623 過度な囲い込みの要因となっていないかなどについて、後述の「III. 2.
2624 (2) 期間拘束契約」で検討する。

2625 また、固定通信サービス以外にも、各事業者ではコンテンツサービスや
2626 決済手段等のサービス等とのセット販売による割引等を行っている。事
2627 業者からは、これらのセット販売による割引等について、複数商材による
2628 割引は一般的な商法であること、利用者の多様なニーズに応えるため提
2629 供しているものであること、このような割引は、利用者にとってもメリッ
2630 トがあるものであること、また、各サービスについて違約金無しに解約で
2631 ける期間等が設けられているため、事業者変更を妨げているものではない
2632 ことが意見として述べられている。このようなセット販売による割引
2633 について、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、
2634 引き続き、状況を注視していくべきである。

2635 ○ 事業者乗換え時の手数料

2636 事業者の乗換え時の手数料について、前述のとおり、MNP手数料以外の
2637 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
2638 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。

2639 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
2640 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
2641 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
2642 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ある。

2643 (3) その他

2644 ① 検討課題等

2645 ○ 頭金

2646 一般的に「頭金」とは、例えば住宅や自動車など高額の財を購入する際
2647 に支払いを分割払いとする場合において、契約の成立時に代金の一部と
2648 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。他
2649 方で、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
2650 が用いられている。

2651 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
2652 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、

2653 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
2654 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
2655 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
2656 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
2657 多い。このため、販売代理店が、事業者の設定した割賦に係る上限額を超
2658 えて端末価格を設定した場合において、端末価格と割賦に係る上限額の
2659 差額のことを、携帯電話業界では「頭金」と称している。

2660 携帯電話業界においては、販売代理店の店頭広告において、一括払いで
2661 あっても「頭金」が必要となると誤認を与えるような表示がされたり、「頭
2662 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
2663 う表示がされたりしている。この携帯電話業界用語としての「頭金」は、
2664 一般的な「頭金」という用語とは異なる意味で用いられているため、利用
2665 者の誤解や混乱を招いているとの指摘がある。

2666 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
2667 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表示を行っ
2668 ている。

2669 ○ 分かりやすい料金プラン

2670 事業者各社では、改正法の趣旨を踏まえ、期間拘束のない料金プランや、
2671 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
2672 体系等）でのサービスの提供を開始している。

2673 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
2674 部の利用者にも適用される条件（家族割、固定通信サービス等とのセッ
2675 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
2676 的な割引が適用された後のものとなっており、通信料金の利用者への還
2677 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
2678 にとって分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
2679 る。

2680 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、
2681 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
2682 い放題」に対して付される様々な条件等により、複雑で分かりづらい料金
2683 体系になっていると課題が指摘されている。

2684 ○ SIMIに関する諸課題

2685 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
2686 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
2687 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
2688 た。

2689 オンラインでのSIMロック解除の手続については、SIMロック解除ガイ
2690 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、
2691 トップページから手続に関するページを見つけづらい、SIMロック解除の
2692 手続工程が多い等、手続が煩瑣であるという課題が指摘されている。

2693 また、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、
2694 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
2695 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されて
2696 いる。また、5Gサービスの提供が開始されている中、各通信方式に対応す
2697 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。

2698 そのほか、一部のMVNOから、今後、eSIM（Embedded SIM）の普及が見込
2699 まれる中で、MNOからのRSP機能の開放¹⁰⁰や、Apple WatchにMVNOのeSIMを
2700 書き込めないことなどについての指摘がされている。なお、MNOからのRSP
2701 機能の開放について、総務省は、「MVNOに係る電気通信事業法及び電波法
2702 の適用関係に関するガイドライン」（2002年6月策定）において、RSP機能
2703 を「開放を促進すべき機能」に位置付けるとともに、MNOとMVNOの協議の
2704 進展を図るため、MNO3社に対し要請を行い、報告を求めている¹⁰¹。

2705 ② 意見

2706 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

2707 ○ 頭金

- 2708 ・ 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
2709 うので、改善を求めたい。
- 2710 ・ 頭金は消費者にとって謎の代金であり、もう少し分かりやすくしな
2711 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

¹⁰⁰ eSIMに対応したサービスは、MSISDN等携帯電話ネットワークにアクセスするための情報（SIMプロファイル）のSIMへの書込み（SIMプロビジョニング）をオンラインで遠隔操作により行うための機能（RSP：リモートSIMプロビジョニング機能）により実現される。MVNOがeSIMに対応したサービスを実現するためには、MNOからRSP機能の開放を受ける方法や、自らHLR/HSSを構築し自らRSPを導入する方法が考えられる。

¹⁰¹ 「リモートSIMプロビジョニング（RSP）機能の開放促進について（要請）」（2020年5月15日総基料第130号）

- 2712 まう。
- 2713 ・ 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
2714 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
2715 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。
- 2716 ・ 頭金という言葉が一般的なものと全く異なる。適切な言葉に変える
2717 べき。
- 2718 ・ 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、
2719 利用者で理解している人はほとんどおらず、既に手数料も支払ってお
2720 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
2721 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
2722 自に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
2723 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、
2724 分かりやすくする必要がある。
- 2725 ・ 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
2726 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、
2727 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
2728 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
2729 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。
- 2730 ・ 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
2731 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
2732 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
2733 となっているのであれば問題だと思う。
- 2734 ・ 多くの方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
2735 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
2736 なのが実態なので、このユーザの認識との乖離に今後対応することは
2737 考えるべき。
- 2738 ・ 事業者は、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
2739 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説明して
2740 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
2741 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
2742 を行っていると誤認される対応だと思う。
- 2743 ・ 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
2744 ことに問題があるので、具体的な対応策については、一定の結論を出し
2745 たい。
- 2746 ・ 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
2747 の欄を作っていることは妥当なのか非常に疑問であり、販売代理店の

2748 側では頭金を想定していない場合でもとにかく0円と書かざるを得ない
2749 ことになる。これを一般の消費者の方が見たときに、特別の利益が提
2750 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
2751 生してしまうのではないかとと思われるので、頭金の性質を分析してい
2752 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
2753 必要があるのではないか。

2754 ・ 頭金問題は従前から問題となっており、国民生活センターのホーム
2755 ページ上でも身近な消費者トラブルQ&Aで頭金に関わる消費者トラ
2756 ブルが取り上げられており、頭金と割賦総額の合計金額である端末の
2757 販売価格は販売店により異なることについての注意喚起が行われてい
2758 る。頭金問題に対する短期的な対応策としては、この「頭金」という表
2759 記とか説明を利用者の混乱や誤解が生じないように改めることや端末
2760 販売価格が販売代理店によって異なることを広く周知することが考え
2761 られるが、頭金問題はその短期的な対応策だけで解決できるものでは
2762 ない。

2763 ・ 広告表示の見直しにより、これまで頭金をつけてこなかった販売代
2764 理店まで頭金をつけるようになれば、端末価格全体が上昇しかねない。
2765 シニアに代表される情報弱者は、事業者のオンラインショップでの価
2766 格と比較したりせず、自分の最寄りの店舗を信頼して、提示された価格
2767 で購入するため、過度な頭金は消費者からの信頼を裏切る行為とも言
2768 える。頭金をつけてこなかった販売代理店もいれば、頭金がなければ利
2769 益が飛ぶという販売代理店もあり、それぞれ事情が異なる中で、頭金問
2770 題は、販売代理店の在り方に関わる問題であり、今後、本ワーキンググ
2771 ループで販売代理店の在り方について議論される中で、頭金問題につ
2772 いても深めていくことを期待している。

2773 ・ 複数の店舗で端末の価格を比較する消費者は多くないと思っている
2774 が、事実として、価格が異なることを周知していかなければいけないと
2775 思う。

2776 ・ 事業者にとっては、独禁法の再販価格の維持行為につながらないか
2777 どうか、またそれにとどまらず、販売代理店との関係について苦慮して
2778 いる様子が見てとれるが、端末の販売に関わる販売代理店の商流、消費
2779 者に訴求していく代金の価格の表示、そして適正な競争という観点で、
2780 事業者が独禁法に抵触する懸念なしに消費者にとって分かりやすい表
2781 示ができるような仕組みを今後検討していくことが必要ではないか。

2782 ○ 分かりやすい料金プラン

- 2783 ・ 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。
- 2784
- 2785
- 2786 ・ 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。よりシンプルで分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ので、今後、よりシンプルで分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。
- 2787
- 2788
- 2789
- 2790
- 2791
- 2792
- 2793
- 2794
- 2795 ・ 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。
- 2796
- 2797
- 2798
- 2799
- 2800

2801 ○ SIMに関する諸課題

- 2802 ・ SIMロック解除が大幅に増加していることは、それだけ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、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。
- 2803
- 2804
- 2805
- 2806 ・ 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。
- 2807
- 2808
- 2809

2810 イ 事業者等の意見

2811 ○ 頭金

- 2812 ・ 頭金の設定は代理店の自由。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であり、どう改善するかは、キャリアの一存だけで一律で決めるのは難しいので、代理店の意見を聞きながら検討する。(第4回会合：NTTドコモ)
- 2813
- 2814
- 2815
- 2816 ・ 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

- 2817 頭で明示すべきなので、フォーマットを作り、任意で項目を入れる欄
2818 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
2819 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
2820 については議論があると思う。(第4回会合：KDDI)
- 2821 ・ 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
2822 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
2823 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
2824 ドのフォーマットを作成しており、当該フォーマットを販売代理店に
2825 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
2826 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
2827 に明示している。(第4回会合：ソフトバンク)
 - 2828 ・ 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
2829 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
2830 認識はなく、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
2831 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
2832 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。
2833 (第4回会合：ソフトバンク)
 - 2834 ・ 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
2835 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
2836 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
2837 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
2838 たい。(第5回会合：全携協)
 - 2839 ・ 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
2840 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
2841 だと考えている。(第5回会合：サ向協)

2842 ○ SIMに関する諸課題

- 2843 ・ 中古端末のSIMロック解除、オンラインでの無料解除などについて、
2844 これまでも義務化に先駆けて、自主的に取組を進めており、昨年11月に
2845 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
2846 る。(第4回会合：NTTドコモ)
- 2847 ・ 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
2848 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
2849 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
2850 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
2851 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

2852 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
2853 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
2854 応が義務化されるべきではないか。(第4回会合：楽天モバイル)

- 2855 ・ eSIMによって物理的なSIMカードが不要になると、利用者利便の向上
2856 や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。
2857 (第4回会合：オプテージ)
- 2858 ・ 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
2859 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
2860 からのRSPの機能開放、若しくは、現在、Apple Watch自体がMNOによる囲
2861 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
2862 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
2863 放等の制度的な対応が望まれる。(第4回会合：IIJ)
- 2864 ・ 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
2865 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
2866 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
2867 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
2868 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
2869 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
2870 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
2871 かる事項と認識している。(第5回会合：Apple)

2872 ③ 対応の方向性

2873 ○ 頭金

2874 前述のとおり、携帯電話業界用語としての「頭金」は、一般的な「頭金」
2875 の用法とは異なる意味で用いられており、「頭金0円」などの表示は、携
2876 帯電話業界用語としての「頭金」が安いこと、すなわち、端末価格のうち
2877 一律に設定された割賦に係る上限額を超える金額が少ないことを示すこ
2878 とにより、端末価格自体が安いことを訴求しようとしているものである
2879 が、一般の利用者にとっては極めて分かりづらい表示となっている。

2880 利用者の誤解や混乱を招かないようにするため、事業者及び販売代理
2881 店において、「頭金」を一般的な用法に限定して用いるべきであり、例え
2882 ば、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
2883 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
2884 ないようにすることなどが求められる。また、端末購入に当たって支払
2885 いが求められる総額を分かりやすい形で表示するなど、利用者の立場に

2886 立った広告・説明が求められる。

2887 なお、「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
2888 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
2889 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と考
2890 えられる。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
2891 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。
2892 このような混乱が生じないよう、事業者においては、広告のフォーマットの見直しとあわせて、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行うことが必要である。

2897 ○ 分かりやすい料金プラン

2898 分かりやすい料金プランについて、前述のとおり、2020年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分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。

2904 事業者からは、利用者の多様なニーズに応ずるため提供しているものであり、分かりづらいとの指摘があれば改善をしていくとの見解や、シミュレータ等を活用した利用者の利用状況に応じた料金案内の取組が示されている。一方で、料金プランに対する利用者の意識は、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分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¹⁰²。

2912 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、シンプルで分かりやすい料金プラン

¹⁰² 「わかりやすくなった」と回答する割合は、2019年9月は13.2%、同年12月・2020年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、2019年9月は29.7%、同年12月は26.1%、2020年3月は27.2%と減少、「変わらない」と回答する割合は、2019年9月は51.8%、同年12月は56.7%、2020年3月は56.0%と増加。

2915 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
2916 料金体系により利用者の混乱を招いていないか。総務省においては、各
2917 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して
2918 いくべきである。

2919 ○ SIMに関する諸課題

2920 SIMロック解除ガイドラインに対応するための各事業者の取組につい
2921 て、各事業者において、2020年10月1日に適用が開始される中古端末のオ
2922 ンラインでのSIMロック解除の義務化に関して適切に対応が実施される
2923 か、総務省において確認をしていく必要がある。また、これに伴う中古端
2924 末の流通の状況や課題等についても、引き続き、注視していく必要があ
2925 る。

2926 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、
2927 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
2928 トバンク及びUQ）が行うオンライン手続については、改正されたSIMロッ
2929 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
2930 ージが分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
2931 声を踏まえて対応していくことが望ましい。また、総務省においては、事
2932 業者による改善状況などについて、継続的に確認していくべきである。

2933 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
2934 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
2935 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
2936 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
2937 に対する適切な周知を行うとともに、店舗等において適切な対応を行う
2938 ことが求められる。

2939 eSIMの普及に伴う対応について、MNOからのRSP機能の開放については、
2940 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し、RSP
2941 機能の開放について具体的に障壁になっている課題があれば、課題解決
2942 に向けて速やかに検討を進めるべきである。また、Apple Watchの利用に
2943 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
2944 時に一部の機能制限があることが説明されている。また、その理由として、
2945 技術的な課題に加えて経営判断が伴うものであることが挙げられている。
2946 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
2947 響を及ぼす可能性もあることから、具体的に障壁になっている課題につ
2948 いて、引き続き、状況を確認していくことが必要である。

2949

2950 3. 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

2951 ① 検討課題等

2952 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
2953 に、通信事業者4団体¹⁰³経由で、通信事業者に対し、料金支払期限延長等の実
2954 施について要請¹⁰⁴を行った。これを踏まえ、計201社の通信事業者が、新型コ
2955 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
2956 実施した。MNO3社及び東日本電信電話株式会社（以下「NTT東日本」という。）
2957 及び西日本電信電話株式会社（以下「NTT西日本」という。以下「NTT東日本及
2958 びNTT西日本」を「NTT東日本・西日本」という。）では、総務省の要請と同日
2959 に措置を発表し、7月末までで措置を終了している。

2960 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
2961 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¹⁰⁵を行った。これを
2962 踏まえ、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
2963 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している
2964 （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
2965 定）。MNO3社は、総務省の要請と同日に措置を発表し、その後、8月末までの
2966 期限延長を発表している。

2967 さらに、2020年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、
2968 2020年4月17日に、TCAに対して店舗における新型コロナウイルス感染症対策
2969 について要請¹⁰⁶を行った。

2970 この要請も踏まえ、MNO4社においては、営業時間の短縮や店舗での業務縮
2971 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
2972 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
2973 まえ、現時点において、各事業者では、店舗の営業時間の短縮や業務縮小の対
2974 応を終了している。

¹⁰³ 一般社団法人テレコムサービス協会、TCA、一般社団法人日本インターネットプロバイダ
ー協会及び一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟

¹⁰⁴ 「新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴う料金支払期限延長等の実施について（要
請）」（2020年3月19日総基料第71号）

¹⁰⁵ 「新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴う学生等の学習に係る通信環境の確保につ
いて（要請）」（2020年4月3日総基料第89号）

¹⁰⁶ 「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）」（2020年
4月17日総基一第81号）

2975 ② 意見

2976 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

2977 ○ 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
2978 題

- 2979 ・ 店舗で受け付ける手続について、店舗を休業した事業者や多くの手
2980 続を停止している事業者がいる一方で、何も変更していない事業者も
2981 いて差が生じているが、各社はどのように考えてこのような措置を取
2982 ったのか。
- 2983 ・ 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
2984 なっている中で、定期契約の更新のタイミングで電話が繋がらない
2985 ため解約できなかったという苦情が出ないように、例えば、他の方法で
2986 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
2987 ときにその時点でもって履行するように求めていく等の工夫が考えら
2988 れるのではないか。
- 2989 ・ 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
2990 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
2991 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
2992 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
2993 ードルが高いので、各社の検討方針を聞きたい。
- 2994 ・ 消費生活センターへの問合せの中で多いのが、どの番号を選択した
2995 らいいのか分からず、また元に戻ってしまうという問題なので、番号を
2996 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
2997 入り口を設定してほしい。

2998 ○ チャネルの在り方（オンライン手続）

- 2999 ・ 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
3000 のものではなく中長期的に取り組んでいただきたい。
- 3001 ・ オンラインでのスマートフォンの購入やSIMロック解除手続などオ
3002 ンラインに消費者が慣れてくることに伴い、事業者が新しいメリット
3003 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
3004 の変化等を注視したい。
- 3005 ・ オンライン手続について、新型コロナウイルス感染症の影響により
3006 のニーズが高まる中で、長い規約を読んで理解することが困難、チャ
3007 ットでの質問に対応できない等の課題があるため、幅広い人たちがオ
3008 ンラインでの契約等に切替えることを考えると、分かりやすさや手続の

- 3009 簡便さについて工夫をしてほしい。
- 3010 ・ 現時点でも、オンライン手続をしたところ思っていた契約内容と違
3011 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
3012 もものになるに当たり、分かりやすいオンライン表示が望まれる。
- 3013 ・ オンライン手続によるサポートを受けたり、諸手続をする際に、分か
3014 りやすい手続が確保されているか、必要な情報が示されているかとい
3015 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。
- 3016 ・ 販売代理店においてもオンラインショップを設けて、店舗でもオン
3017 ラインでも購入できる仕組みを検討していただきたい。直営のオンラ
3018 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
3019 いのでシニアには購入しづらい。

3020 ○ チャンネルの在り方（販売代理店）

- 3021 ・ 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
3022 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
3023 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
3024 ている。
- 3025 ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により、オンラインの活用や手続
3026 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の駆け
3027 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
3028 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
3029 ングに一緒に考えたい。
- 3030 ・ 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
3031 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
3032 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
3033 強制退店の問題がある。どちらも優越的地位の濫用に関わる問題なの
3034 で、公正取引委員会所掌ではあるが、前者の問題は、事業法の消費者保
3035 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
3036 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
3037 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。
- 3038 ・ 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
3039 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
3040 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
3041 る必要がある。
- 3042 ・ 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
3043 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、

- 3044 ますますオンラインになじまない利用者が増えていくと考えられると
3045 ころ、その利用者に対する説明時間が長くなること、また、適合性の原
3046 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
3047 えるということについて、代理店は、キャリアとも話し合いをすべきで
3048 はないか。
- 3049 ・ 不適切販売は手数料の体系に問題があると思われるため、その点も
3050 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
3051 ないか。
 - 3052 ・ オンラインの仕組みさえ解決していればいいわけではなく、チャッ
3053 トに対応できない利用者の課題、事業者から送付されるインストラク
3054 ションについて自分に当てはまる場合を見つけて対応するのが困難と
3055 いう課題がある。例えば、マイショップ登録者には、代理店で手伝う仕
3056 組みを考えていく、個別対応の資料送付にしていく等、事業者や代理店
3057 は工夫をしていってほしい。
 - 3058 ・ オンラインの利用は、ユーザの観点からすると、情報の取捨選択が難
3059 しくなっているので、その辺を十分に考慮した対応が今後必要になる。

3060 イ 事業者等の意見

- 3061 ○ 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
3062 題
- 3063 ・ 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
3064 内容の縮小を行っていたが、現在では順次、活動を再開しており、利用
3065 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、
3066 新たな生活様式に対応するための取組を進めている。(第4回会合：NTT
3067 ドコモ)
- 3068 ・ 販売代理店には、対面での手続が必要な利用者がいるため営業時間
3069 の短縮等を行ったが、業務は、縮小せずに行った。新型コロナウイルス
3070 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
3071 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
3072 っていく。(第4回会合：KDDI)
- 3073 ・ 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
3074 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
3075 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
3076 タッフの安全面に留意した。(第4回会合：ソフトバンク)
- 3077 ・ 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。全携協
3078 とは密に連携しており、備品の調達などを行っている。(第4回会合：

- 3079 ソフトバンク)
- 3080 ・ 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
- 3081 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
- 3082 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
- 3083 とともに、簡素化の検討も必要と考えている。(第4回会合：UQ)
- 3084 ・ 全携協とTCA、各事業者において、ピーク時は週2回、2月下旬以降
- 3085 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
- 3086 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
- 3087 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
- 3088 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
- 3089 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
- 3090 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
- 3091 応を続けてくれたと思っている。(第5回会合：全携協)

3092 ○ コールセンターの対応

- 3093 ・ 業務縮小によりオンライン、コールセンターに受付が寄り、コールセ
- 3094 ンターが逼迫する問題があった。今後の検討として、個人情報扱わな
- 3095 いものはリモートで行うというのも一つの方法としてはありうるので、
- 3096 企業努力の中で考えていくことだと思っている。(第4回会合：ソフト
- 3097 バンク)
- 3098 ・ 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、全ての電
- 3099 話を在宅で対応することは難しいため、在宅対応に向けた個人情報が
- 3100 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
- 3101 金に対する問合せや購入直後の回線手続に関する問合せを在宅コール
- 3102 センターで扱うという振り分けをしている。(第4回会合：楽天モバイル)
- 3103

3104 ○ 各販売チャネルの対応

- 3105 ・ チャネル販売は、店舗、オンライン、コールセンターがあるが、それ
- 3106 ぞれのチャネルが、利用者との大事な接点なので、引き続き、利用者の
- 3107 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
- 3108 4回会合：KDDI)
- 3109 ・ 今回リモートのチャネルの重要性を再認識したので、オンラインの
- 3110 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、
- 3111 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
- 3112 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

3113 いる。従って、どちらのチャンネル中心ということでは、必ずしもなく、
3114 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
3115 にきちんと対応できればと考えている。(第4回会合：ソフトバンク)
3116 ・ 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
3117 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
3118 回会合：全携協)

3119 ③ 対応の方向性

3120 店舗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、
3121 事業者と販売代理店が連携をして、販売代理店への消毒液やマスク等の衛生
3122 用品の配備や、店舗での3密を避けるための対策(接客時のソーシャルディス
3123 タンスの確保や、来店予約の推奨等)が行われてきているところである。引き
3124 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求められる。

3125 店舗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
3126 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
3127 ターの対応の逼迫が指摘されている。楽天モバイルでは在宅コールセンター
3128 の取組が開始されているが、各事業者においては、今後、コールセンターの機
3129 能の確保のための取組に係る検討が求められる。

3130 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
3131 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当たり、
3132 使いづらい、煩瑣である等の課題や、解約が電話で行えないなど一部の手続に
3133 ついて取扱可能なチャンネルが限定されている等の課題が指摘されている。

3134 こうした中、NTTドコモにおいては、オンラインのチャンネルの契約・手続等
3135 の拡充等を検討するとされている。また、解約手続については、MNO3社にお
3136 いては、消費者保護の観点から、利用者への丁寧な説明を行うため、店頭に限
3137 定して手続を行っているとの説明がされている一方で、楽天モバイルやMVNO
3138 においては、オンライン等でも手続を受け付けているという実態がある。今後、
3139 特に需要の増加が見込まれるオンラインのチャンネルについて、各事業者にお
3140 いて、利便性の向上に向けた取組の検討が求められる。

3141 今後、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
3142 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。店
3143 舗、電話、オンラインなど販売チャンネルのバランスについては、基本的には各
3144 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
3145 は、地域の拠点として持つ役割の重要性なども踏まえ、当該検討に当たって

3146 は、ネットワークの維持・活用についても十分配慮をして検討していくこと
3147 が必要である。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
3148 代理店網も変化していく中で、販売代理店の状況は、その規模や委託元の事業
3149 者、立地する地域などにより異なる点もあることを踏まえつつ、利用者のニー
3150 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
3151 うにしていく必要がある。このような販売代理店の在り方に係る課題につい
3152 て、今後、議論を深めていく必要がある。
3153

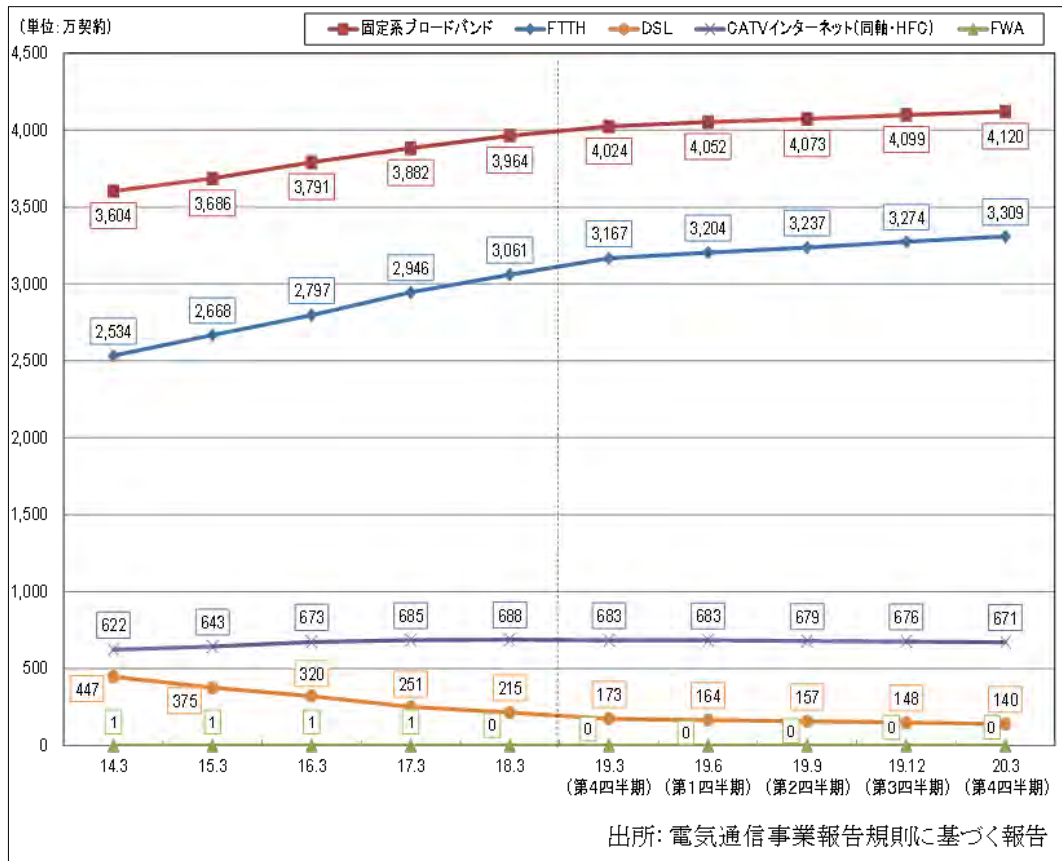
3154

3155 III 固定通信市場に係る課題

3156 1. 固定通信市場に関する動向

3157 2020年3月末における固定通信市場（FTTHアクセスサービス¹⁰⁷（以下「FTTH」
 3158 という。）、DSLアクセスサービス¹⁰⁸、CATVアクセスサービス¹⁰⁹及びFWA¹¹⁰）の契
 3159 約数は4,120万契約であり、そのうちFTTHの契約数は80.3%（3,309万契約）を
 3160 占めている。事業者別のシェアを見ると、NTT東日本・西日本が20.0%、KDDIが
 3161 17.7%、オプテージが3.8%となっている。市場全体の契約数は増加傾向にあり、
 3162 主にFTTHの契約数の増加がその要因となっている。

3163 【図表3-1 固定通信サービスの契約数の推移】



3164 出典: 本WG(第7回)(2020年7月31日)資料
 3165

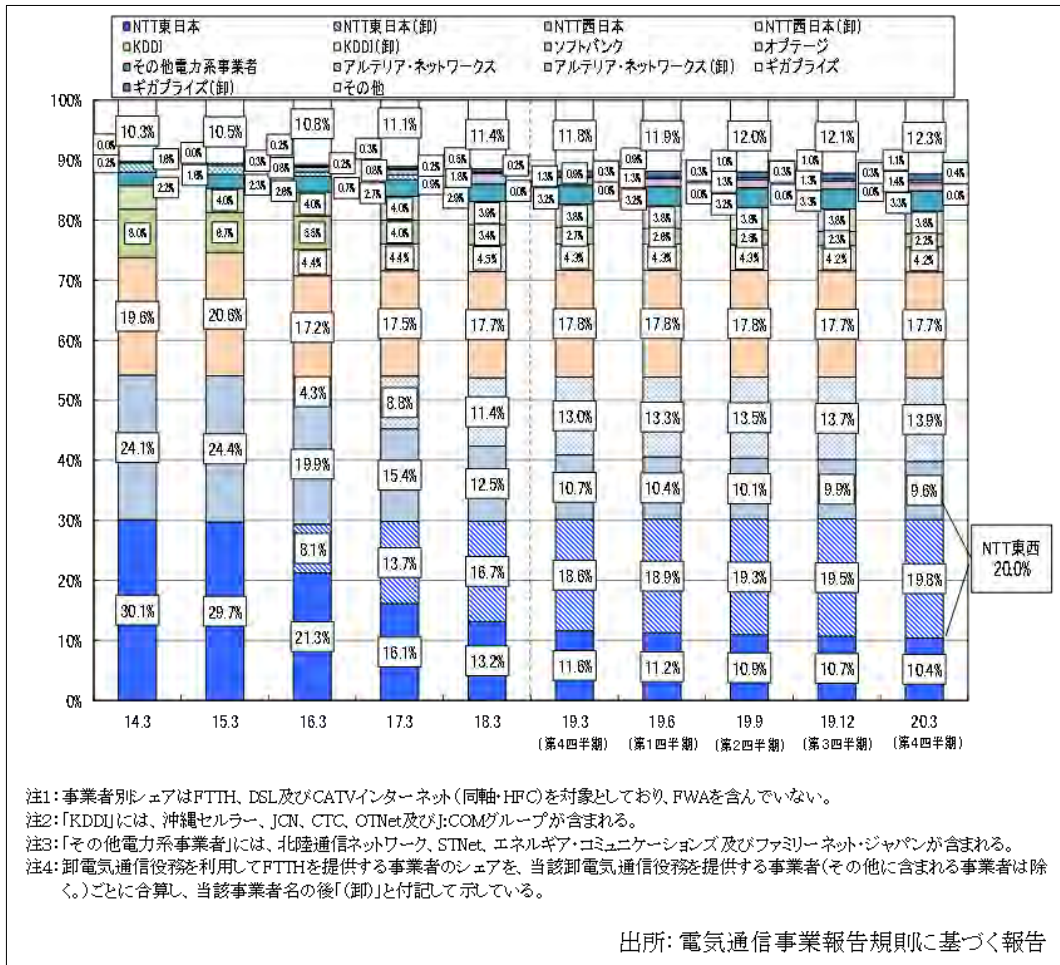
¹⁰⁷ 光ファイバ回線でネットワークに接続するアクセスサービス（集合住宅内等において、一部に電話回線を利用するVDSL等を含む。）

¹⁰⁸ 電話回線（メタル回線）でネットワークに接続するアクセスサービス（ADSL等）

¹⁰⁹ ケーブルテレビ回線でネットワークに接続するアクセスサービス（FTTHに係るものを除く。）

¹¹⁰ 固定された利用者端末を無線でネットワークに接続するアクセスサービス

【図表3-2 固定通信市場の事業者別シェア】



3167
3168

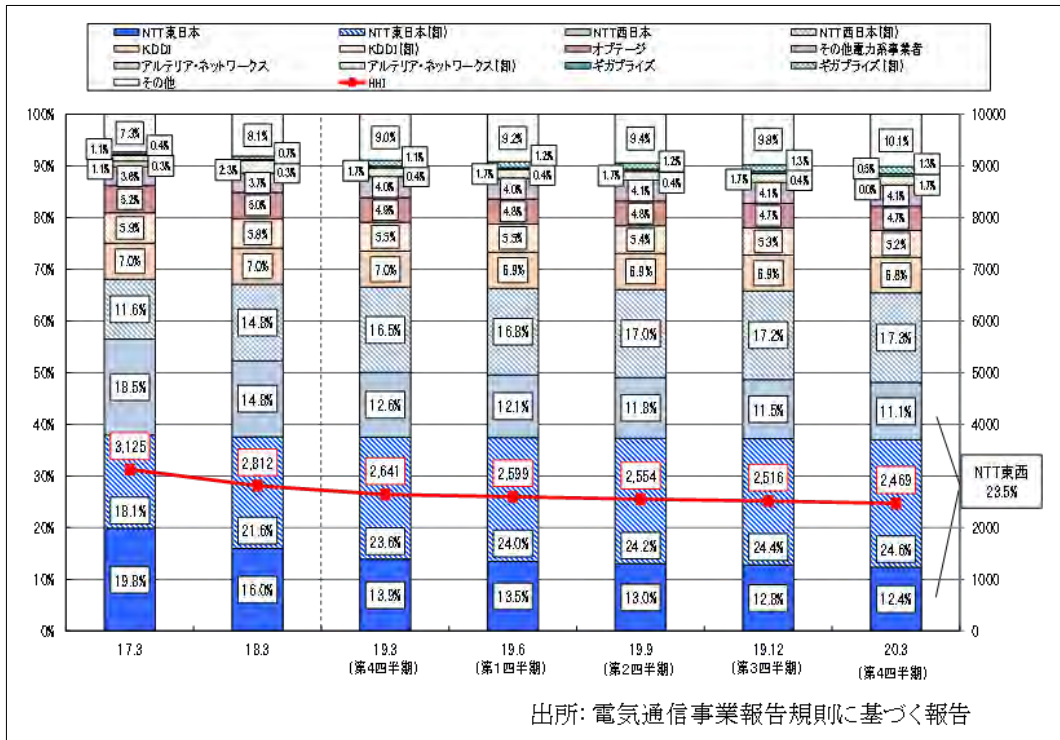
出典: 本WG(第7回)(2020年7月31日)資料

3169
3170
3171
3172
3173
3174
3175
3176

FTTHの小売市場における事業者別シェアを見ると、2020年3月末においては、NTT東日本・西日本が23.5%(卸電気通信役務に係るものを含めると、65.4%)、KDDIが6.8%(卸電気通信役務に係るものを含めると、12.1%)、オプテージが4.7%となっている。NTT東日本・西日本の小売シェアは、全ての地域ブロックで減少傾向にあるものの、最もシェアの大きい東北地方では8割超、最もシェアの小さい近畿地方でも5割超と、NTT東日本・西日本のシェアは依然として高い。

3177

【図表3-3 FTTH市場（小売市場）の事業者別シェア】

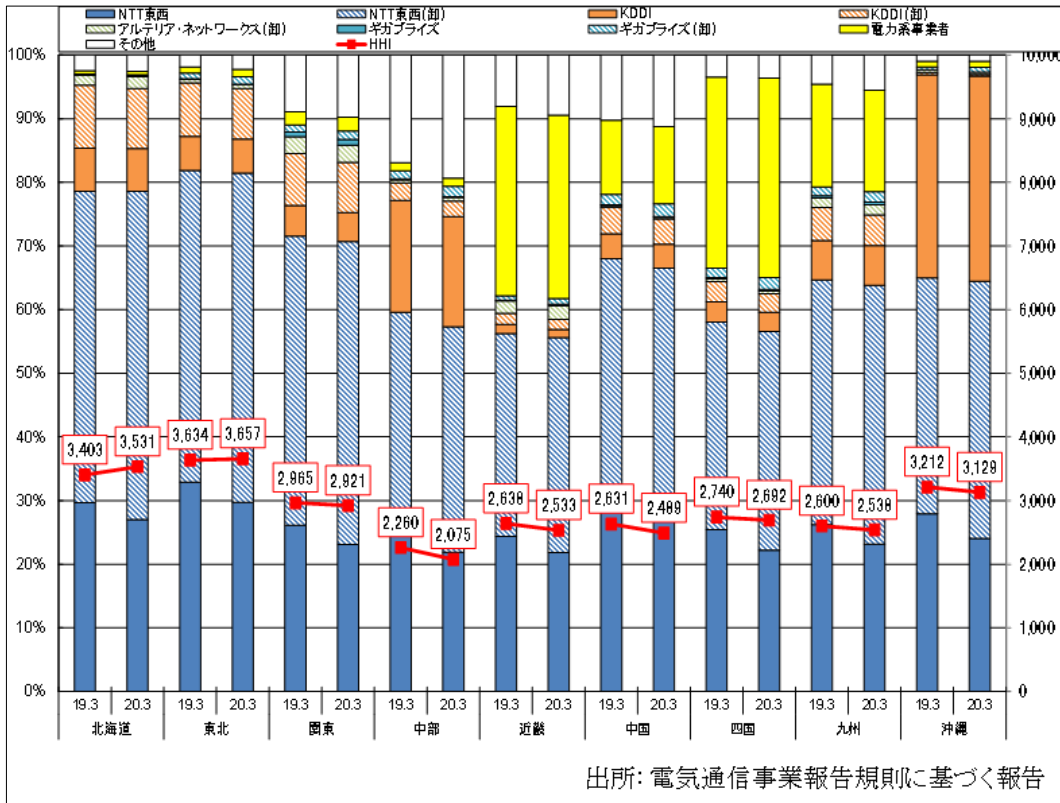


3178
3179

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

3180

【図表3-4 FTTH市場（小売市場）の事業者別シェア（地域ブロック別）】



3181
3182

出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

3183 FTTHの提供形態別の状況については、2020年3月末においては、自己設置型
 3184 ¹¹¹が1,326万契約、接続型¹¹²が289万契約、卸電気通信役務型¹¹³が1,694万契約
 3185 であり、自己設置型が減少傾向にある一方で、卸電気通信役務型は増加傾向に
 3186 ある。

3187 【図表3-5 FTTHの提供形態別の契約数の推移】



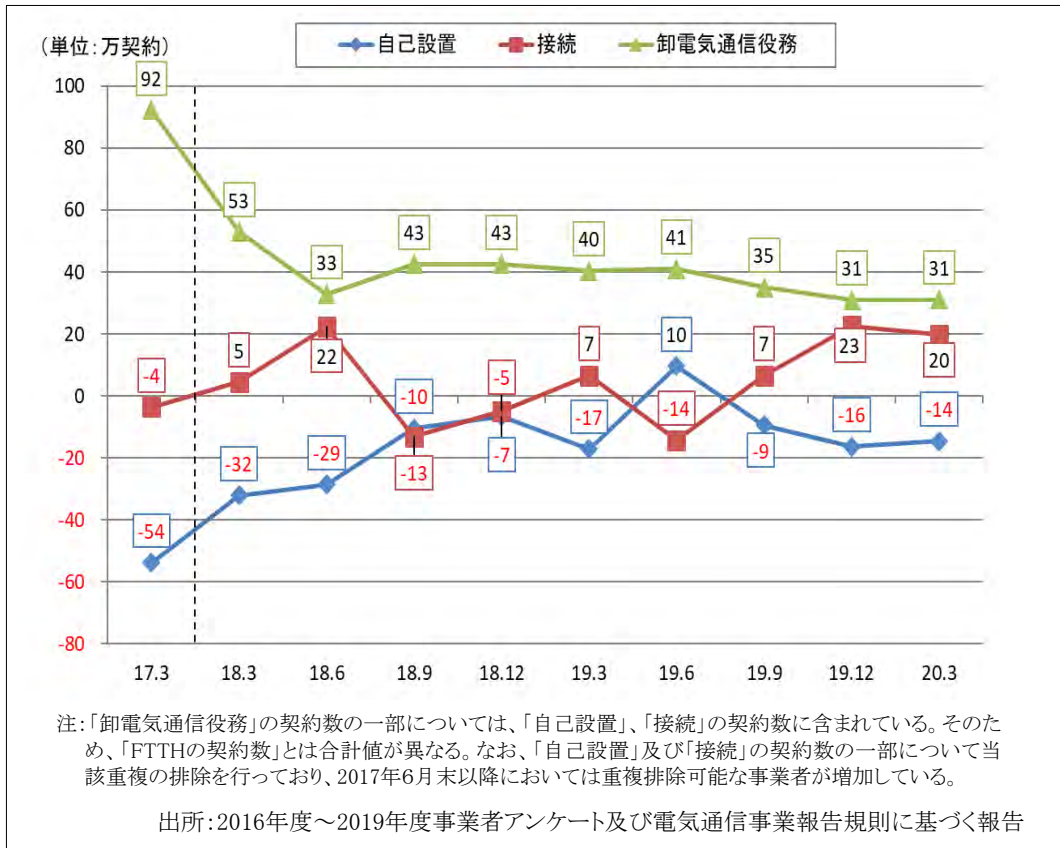
3188 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料
 3189

3190 FTTHの全契約数（3,272万契約）のうち、2020年3月末時点においては、卸
 3191 電気通信役務を利用して提供される契約数は1,694万契約であり、FTTHの全契
 3192 約数の51.2%を占めている。そのうち、NTT東日本・西日本の光サービス卸を利
 3193 用して提供される契約数は1,389万契約であり、FTTHの全契約数の42.0%を占
 3194 めている。卸電気通信役務の内訳については、NTT東日本・西日本のサービス
 3195 卸が82.0%、KDDIが10.8%を占めている。

¹¹¹ 電気通信事業者が自ら設備を設置して、利用者にFTTHを提供するもの。
¹¹² 電気通信事業者が接続料を支払って、他の電気通信事業者の加入光ファイバを利用し、利用者にFTTHを提供するもの。
¹¹³ 電気通信事業者が他の電気通信事業者から卸電気通信役務の提供を受け、利用者にFTTHを提供するもの。

3196

【図表 3 - 6 FTTHの卸契約数等の推移】

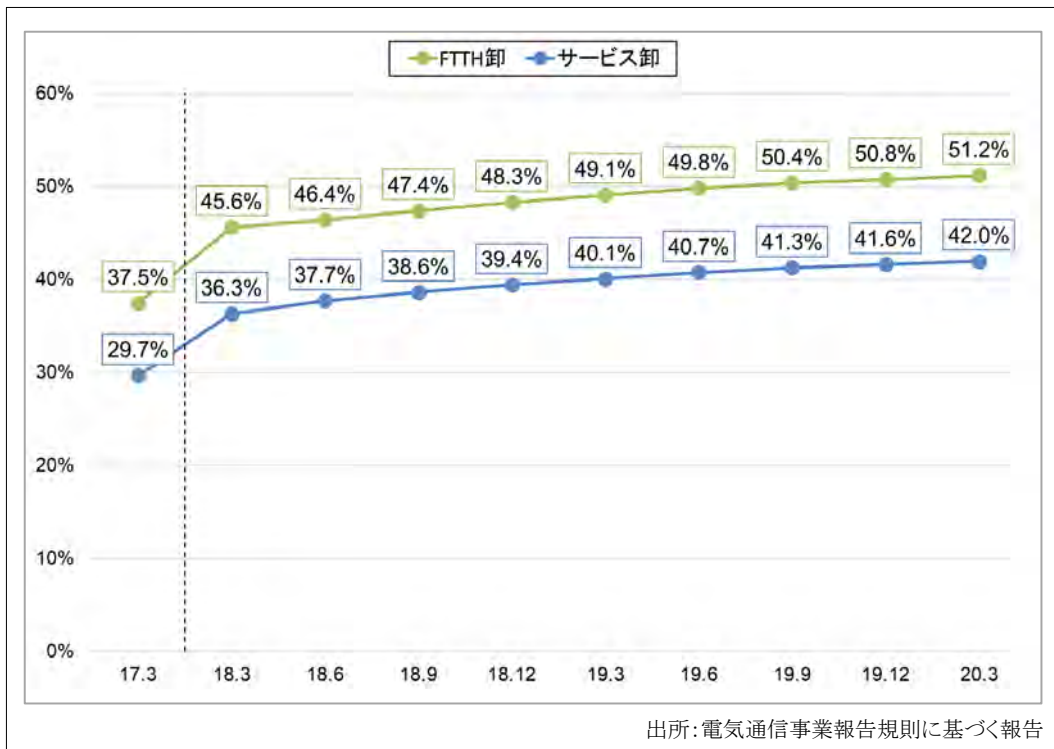


3197
3198
3199

出典：本WG（第2回）（2020年5月26日）資料を更新

3200

【図表 3-7 FTTHの全契約数における卸契約数の割合の推移】

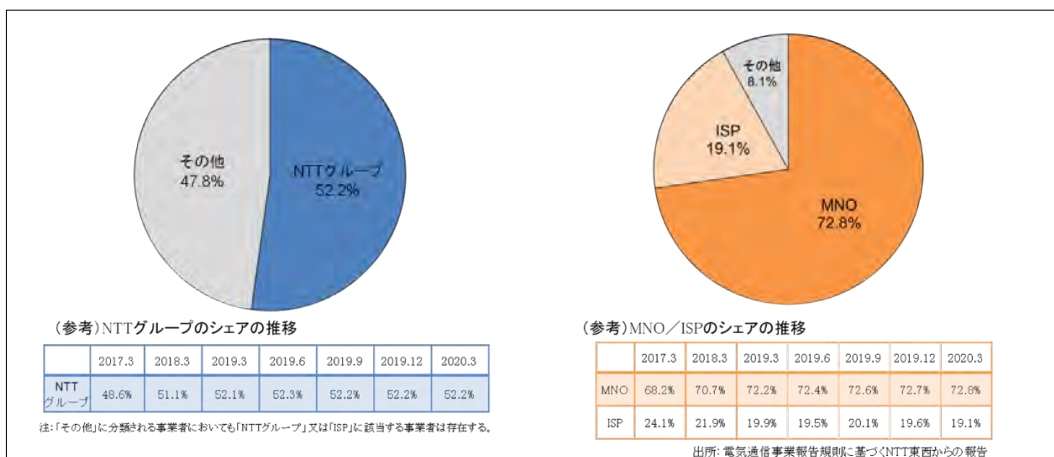


3201
3202

出典：本WG（第2回）（2020年5月26日）資料を更新

3203 NTT東日本・西日本のサービス卸の全ての卸契約数のうち、NTTグループの事
 3204 業者（NTTドコモ、NTTコミュニケーションズ等）が占める割合は52.2%となっ
 3205 ている。また、MNO 2社（NTTドコモ、ソフトバンク）の占める割合は72.8%、
 3206 ISPの占める割合は19.1%となっており、MNOのシェアは増加傾向にある。

3207 【図表 3-8 卸契約数に占めるNTTグループの割合及び事業者形態別の割合】



3208
3209

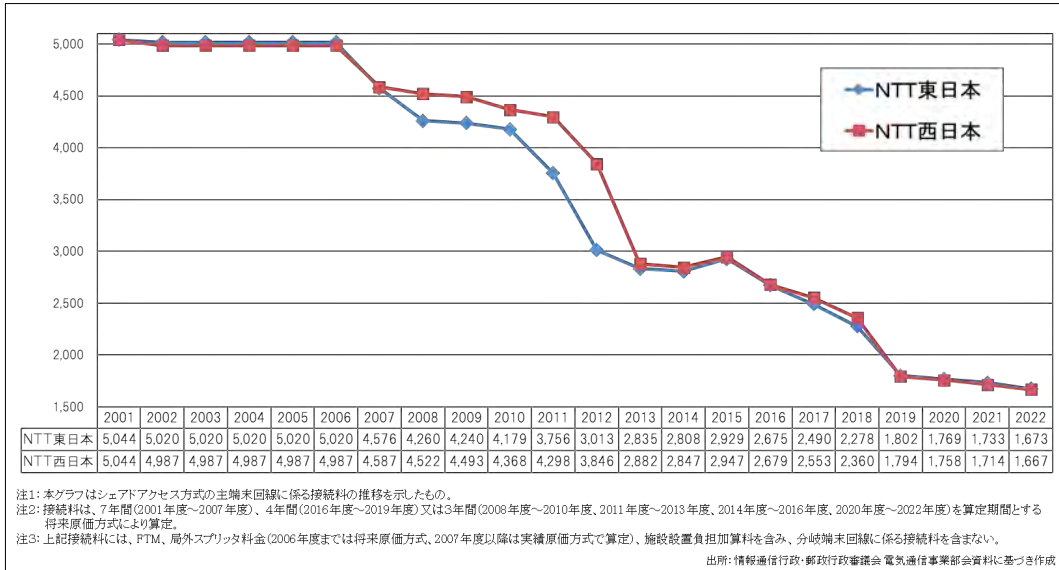
出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

3210 2020年度の加入光ファイバの接続料（主端末回線）は、NTT東日本は1,769円、
 3211 NTT西日本は1,758円となっており、コスト効率化やFTTHの需要の拡大等によ

3212 り、2007年度以降毎年低減してきているところ、同年度と比較するとNTT東日
 3213 本は64.8%、NTT西日本は64.7%低減している。

3214 一方で、FTTHの小売月額料金は、近年5,000円程度で推移しており、加入光
 3215 ファイバ（主端末回線）の設備コストを反映している接続料は大きく低減して
 3216 いる一方で、それが小売料金の低減に直接つながっている状況にはない。

3217 【図表3-9 加入光ファイバ接続料（主端末回線）の推移】

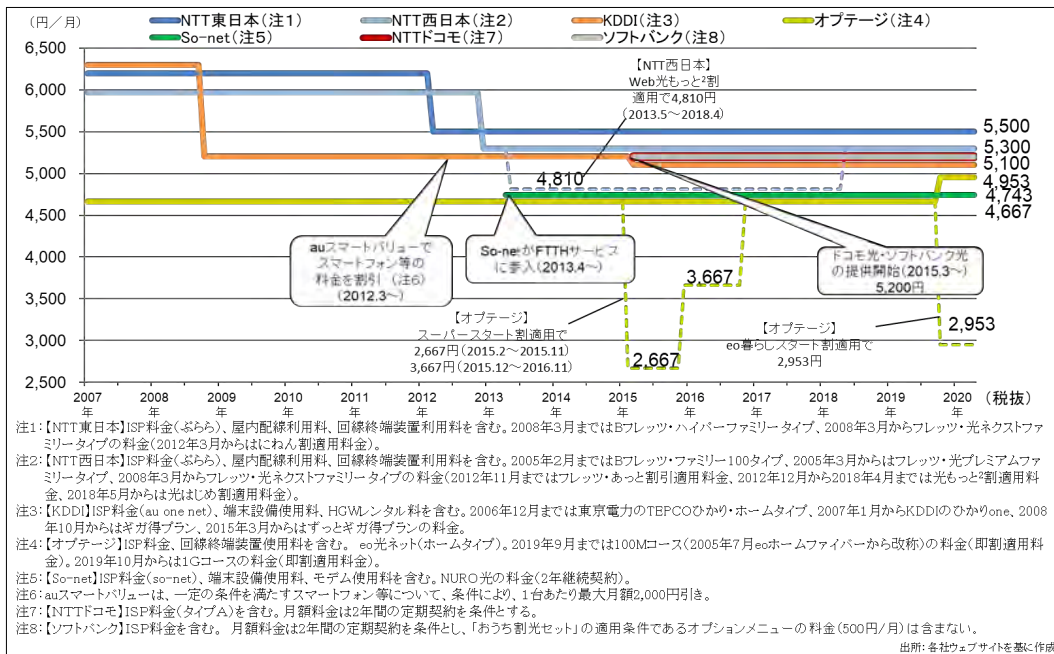


出典：本WG（第2回）（2020年5月26日）資料

3218
 3219
 3220

3221

【図表 3-10 FTTHの小売月額料金の推移】



出典：本WG（第2回）（2020年5月26日）資料

3222
3223

3224

また、総務省において実施した利用者アンケートによれば、現在利用している固定通信サービスの継続利用年数は、「10年以上」の割合が最も多く、「10年以上」という他社への乗り換えを長期間行っていない者を除いた場合には、4年未満までの継続利用期間である者が約6割を占めている。

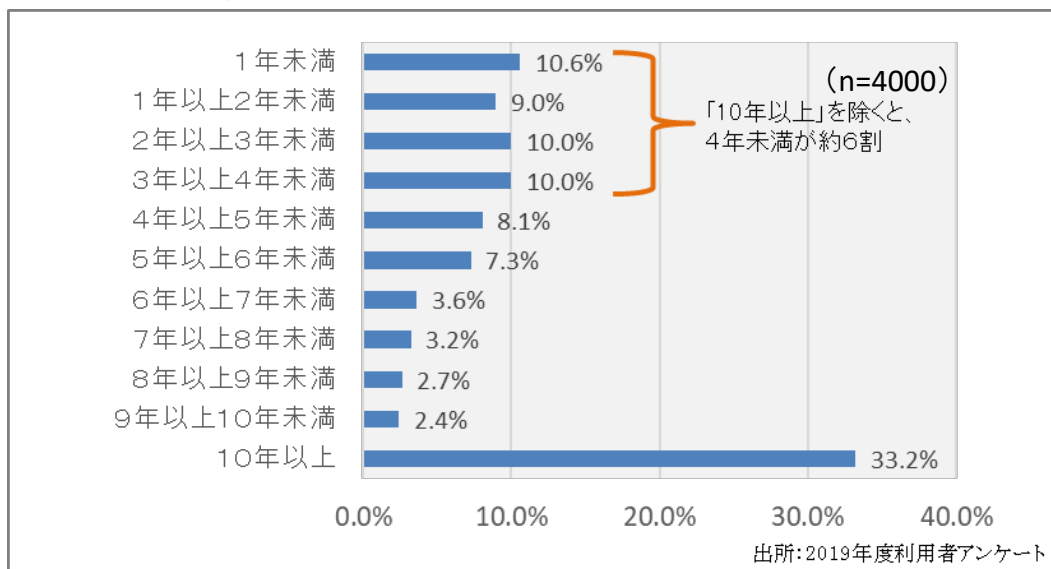
3225

3226

3227

3228

【図表 3-11 固定通信サービスの継続利用年数】



出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料

3229
3230

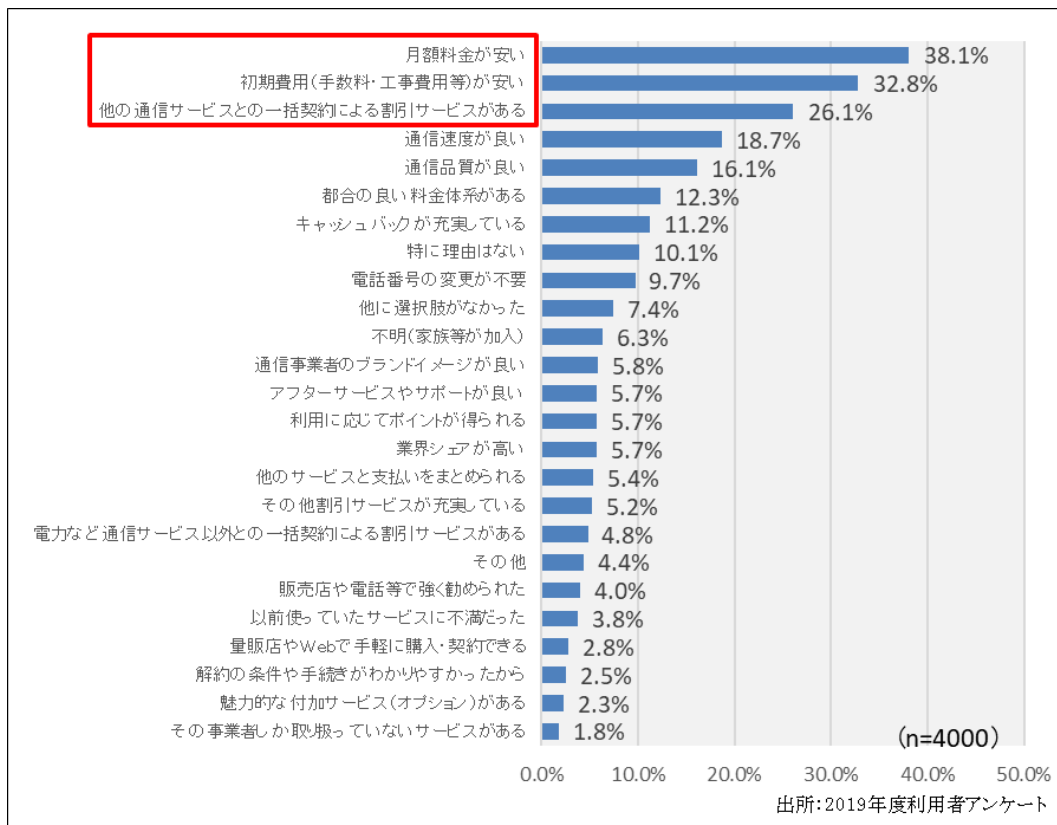
3231

また、現在契約している固定通信サービスを選択した理由としては、「月額料金が安い」、「初期費用(手数料・工事費用等)が安い」、「他の通信サービス

3232

3233 との一括契約による割引サービスがある」といった、料金に着目してサービス
 3234 を選択していると回答した利用者が多い。

3235 【図表 3-12 固定通信サービスの選択理由（複数回答可）】



3236 出典：本WG（第7回）（2020年7月31日）資料
 3237

3238 以上のような固定通信市場における、契約数の推移やサービス提供形態の
 3239 変化、小売料金の低減が進んでいない状況、利用者の動向等を踏まえ、モバイル
 3240 市場において2年を超える期間拘束や高額な違約金の設定等の事業者の過
 3241 度な困り込み等を規律するために制度整備を行った事例を参考としつつ、固
 3242 定通信市場における、事業者乗換え時のスイッチングコストや事業者による
 3243 過度なキャッシュバック・セット割引等について検討を行った。

3244

3245 2. 事業者乗り換え時のスイッチングコストに関する事項

3246 (1) 工事費

3247 ① 検討課題等

3248 主要な固定通信サービス提供事業者における新規契約時に必要な開通工
3249 事費は、工事の形態によって異なるが、屋内配線を新設する場合には、戸建
3250 は18,000円～40,000円、集合住宅は15,000円～40,000円となっている。

3251 また、開通工事費の分割支払い回数（支払い期間）は、12回から60回（5
3252 年間）まで幅があり、分割支払い回数を選択可能な事業者と、期間拘束契約
3253 の期間を超える分割支払い回数しか選択できない事業者がいる状況となっ
3254 ている。工事費の支払い期間が終了する前に契約を解約した場合には、各社
3255 共通して解約時に開通工事費の残債を一括して支払うことが必要となる。

3256 開通工事に係る事業者間での精算については、例えば、NTT東日本・西日
3257 本が接続約款に基づいて屋外工事に加えて屋内配線を新設する工事を実施
3258 する場合に、接続事業者に請求する工事費は19,000円程度となっており、事
3259 業者間での支払いと、事業者と利用者間での支払いに大きな差が生じてい
3260 る場合がある。

3261 さらに、撤去工事費については、不要としている事業者、利用者が設備の
3262 撤去を希望した場合には10,000円を請求する事業者、撤去しか選択できず
3263 3万円近い工事費を必要とする事業者等がいる状況となっている。

3264 なお、2019年7月には、「事業者変更」により、光コラボ事業者間での乗
3265 換えの際の工事が不要となるなど、事業者間の連携により工事自体を不要
3266 とする取組も行われている。

3267 このような状況を踏まえ、開通工事費の分割支払い期間の長さや工事費
3268 の支払い期間と期間拘束契約の期間のずれが生じること等による利用者の
3269 困り込み、事業者が利用者に請求している工事費の水準の適正性及び事業
3270 者間での連携による工事自体の削減等について検討を行った。

3271 ② 意見

3272 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

3273 ・ 「過度な困り込み」は、モバイルの議論において繰り返し使ってきた
3274 言葉であるが、そのときの議論と同様に、契約期間と分割支払いの期間

- 3275 はずれていることなどにより、契約を解除する際に追加的な費用負担
3276 が発生することは大きな問題。また、一括支払いの場合には分割支払い
3277 と同等の割引が得られないということも大きな問題なので、今後も丁
3278 寧に議論していくべき。
- 3279 ・ 乗換え先事業者が違約金を負担する約束で乗換えようとしたところ、
3280 乗換え元の事業者から工事費残債を請求されることが分かり、乗換え
3281 を止めたいといった相談があった。工事費が高額であり、分割支払いに
3282 なっていることを利用者が把握していないことも多い。これらが囲い
3283 込みにつながっているのではないか。
 - 3284 ・ FTTHについてもスイッチングコストを少なくしていくことによって、
3285 公正な競争環境を確保する必要がある。モバイル市場との最大の違い
3286 は工事費であるが、事業者によって工事費の金額が多様であることか
3287 ら、その水準や支払い方法などを含めてデータを収集し、工事費の金額
3288 が合理的なのかどうかを検証していくことが必要。
 - 3289 ・ 工事費の金額や負担額が適正なのか、精査していく必要がある。
 - 3290 ・ 契約中は工事費の割賦代金を請求せず、いわゆる実質無料のような
3291 運用をされているケースが多い。これは長期ユーザの利用料金で補填
3292 されている可能性があるのではないか。適正額の工事費を徴収すれば、
3293 利用料金が下がる可能性もある。
 - 3294 ・ 工事費は原則としてコストベースで考えられるべきものであるはず
3295 だが、違約金と同様に事業者ごとの差異が大きい。コストと乖離しすぎ
3296 ないよう各事業者が自助努力を進めてほしい。
 - 3297 ・ 本来、撤去工事費も事業者間で均整化していくものだと思うが、現在
3298 の差異がどのような要因により生じているのかをしっかりと認識しつつ、
3299 モバイル同様、固定においても、スイッチングコストをいかに低廉化し
3300 ていくのかということ議論していくことが必要。
 - 3301 ・ ユーザからすると、撤去工事費に28,000円かかるのはかなり高い印
3302 象があるので、競争が働かない可能性を懸念している。
 - 3303 ・ 競争中立的に考えると、事業者から工事費の標準的な要素・価格の明
3304 示等が行われることが大事ではないか。
 - 3305 ・ 工事費は一体どういうコストで成り立っているのかというところも
3306 きちんと消費者に分かるよう明確にすべき。
 - 3307 ・ 事業者間での連携を検討することが可能であるという説明が事業者
3308 からあったことから、このような取組は是非とも幅広く進めていただ
3309 きたい。
 - 3310 ・ NTT東日本・西日本と光コラボ事業者においては、転用や事業者変更

- 3311 により工事が基本不要となったが、その反面、接続事業者や自己設置事
3312 業者との差が広がったように感じた。設備の共用など、事業者間連携に
3313 ついて検討いただきたい。
- 3314 ・ 設備の共用は難しい面もあると思うが、設備の有効活用に向けて検
3315 討を進めてほしい。
 - 3316 ・ 光屋内配線について、最初に光回線の提供を行う事業者が屋内配線
3317 の工事を行う、あるいは建物建築工事の一環として屋内配線の工事を
3318 行うことで、どの事業者であってもその屋内配線を使えるよう標準化
3319 を行うべきではないか。
 - 3320 ・ 学生が就職に当たってアパートから転居する際等に、解約せざるを
3321 得ないのに、撤去工事費用が必ず取られるのは望ましくない。他の電気、
3322 ガス、水道などは撤去工事費など払う必要はなく、最後の月もブレーカ
3323 ーを落として終わらせればいいというのが普通。宅内の工事まで事業
3324 者が実施するのはこの通信関係だけである。宅内配線を標準化しても、
3325 最初には誰かが工事しなければいけないのは確かだが、宅内の配線部
3326 分については建物の資産としてその次に使う人に引き継いでいく形に
3327 していくべき。

3328 イ 事業者等の意見

- 3329 ・ 工事料の割引施策についても、一括で全額割引しており、利用者の自
3330 由なサービス選択を妨げない設計としている。(第4回会合：NTTドコモ)
- 3331 ・ 工事費の負担総額は、支払い方法の違いによる差異はなく、利用者は
3332 イニシャルコストを安くするか、月額料金を安くするかという負担方
3333 法の選択の結果に過ぎないため、契約の解除を妨げる要因とはならな
3334 い。(第4回会合：KDDI)
- 3335 ・ 新規ユーザの負担軽減のため、分割支払いを基本としている。工事費
3336 の分割支払いを無くした場合は、初期に支払うスイッチングコストが
3337 高額となり流動性を低下させると考える。(第4回会合：ソニーネット
3338 ワークコミュニケーションズ株式会社 (以下「ソネット」という。))
- 3339 ・ ドコモ光の工事費は、一括支払い・分割支払いを自由に選択可能。水
3340 準もNTT東日本・西日本のフレッツ光と同額。(第4回会合：NTTドコモ)
- 3341 ・ 新規開通工事費については、発生するコスト等を考慮し、市場環境を
3342 見つつ設定しており、合理的な水準と考える。(第4回会合：ソフトバ
3343 ンク)
- 3344 ・ 事業運営面、営業面等を考慮し、必要最低限の費用について利用者負
3345 担をお願いしている。また、「標準工事費の割引」や「ケーブル残置に
3346 による撤去工事費の無償化」等、工事費の低減に向けた取組も推進してい

- 3347 る。(第4回会合：オプテージ)
- 3348 ・ 工事費は、工事に要する稼働等の実費相当。一括支払い又は分割支払
- 3349 いは利用者が選択でき、いずれも同額。(第4回会合：NTT東日本・西日
- 3350 本)
- 3351 ・ 実費の加重平均で工事費を設定。当該金額はFTTH市場におけるシェ
- 3352 アが1割程度の自社においては影響が大きく、新たな規制を導入すべ
- 3353 きではない。FTTH市場シェア7割のNTTとは状況が異なる。(第4回会
- 3354 合：KDDI)
- 3355 ・ 工事費の標準的要素を明示することはある程度可能だと思うため、
- 3356 必要な場合には対応を検討したい。(第4回会合：オプテージ)
- 3357 ・ 乗換え促進にはスイッチングコストの補填が必要であり、撤去工事
- 3358 費がキャッシュバックを押し上げる要因となっている。(第4回会合：
- 3359 ソフトバンク)
- 3360 ・ 工事の標準化や工法変更に伴う低廉化などについては、検討してい
- 3361 きたい。(第4回会合：NTT東日本・西日本)
- 3362 ・ KDDIのFTTHと、コラボ事業者間の引込み線転用工事については、KDDI
- 3363 の要望に基づき、NTTドコモ、ソフトバンク、NTT東日本・西日本の5社
- 3364 で協議している。(第4回会合：NTT東日本・西日本、NTTドコモ、ソフ
- 3365 トバンク)
- 3366 ・ 光コラボ事業者（NTTドコモ、ソフトバンクと協議を実施、他のコラ
- 3367 ボ事業者への拡大を要望）と、シェアドアクセス利用事業者（当社等）
- 3368 間の引き込み線の転用について2021年度早期の導入を目指し協議中。
- 3369 （第4回会合：KDDI)
- 3370 ・ 自己設置・卸・接続によりコスト構造や設備構造が異なるため、その
- 3371 なかで連携を進めることは難しいことから、そのような違いを考慮い
- 3372 ただきながら検討いただきたい。(第4回会合：オプテージ)
- 3373 ・ 工事の設備転用の連携に関して、まずはNTT東日本・西日本との協議
- 3374 について検討したい。(第4回会合：ソネット)
- 3375 ・ マンションなどで建物内の配管が劣化している等の理由で新規ケー
- 3376 ブルが通線できず、他事業者のサービスへのスイッチを断念する場合
- 3377 があるが、既存の宅内配線を転用する事で開通可能となる可能性もあ
- 3378 る。(第4回会合：ソネット)

3379 ③ 対応の方向性

3380 <工事費の分割支払い>

3381 工事費の分割支払いについては、分割支払いが終了する前に解約した場

3382 合、各事業者とも共通して一括での残債支払いを求めており、さらに一部の
3383 事業者においては、期間拘束契約の期間を超える期間での分割回数のみし
3384 か選択できないなど、工事費が実質的に利用者の囲い込みとして機能して
3385 いると考えられる。利用者利益の保護等の観点から、工事費の分割支払いに
3386 関し、例えば次のような過度な囲い込みと考えられる場合については、事
3387 業者において改善に取り組むべきあると考えられるところ、必要に応じ、
3388 ガイドライン等により一定の考え方を示すことも含めて対応することが求
3389 められる。

- 3390 ・ 分割支払いの期間が長期にわたる場合にのみ工事費が全額割引にな
3391 るなど、一括払いと比べ、分割支払いを有利に扱っている場合
- 3392 ・ 工事費の分割支払い期間が、期間拘束契約の期間を上回るものしか用
3393 意されていないなど、期間拘束契約満了時に工事費残債の支払い等の
3394 負担なく契約を解除できない場合

3395 <開通工事費>

3396 開通工事費については、各事業者からは実費に基づいて設定しているとの
3397 説明があったところ、工事費の原価（事業者間での工事費の精算等）と事
3398 業者が実際に利用者に請求している工事費に乖離がないか等、利用者向け
3399 の工事費設定が適正かつ明確であるかについて、引き続き確認していく必
3400 要がある。特に、開通工事費における原価と利用者に請求している工事費に
3401 大きく乖離があると考えられるものについては、その工事費の設定根拠に
3402 ついてさらに詳しく調査を行うとともに、利用者向け工事費の設定やその
3403 原価の設定方法について課題がある場合に事業者による課題解決が図られ
3404 ないのであれば、その解決に向け、必要に応じ、制度的な措置を含む対応を
3405 検討していくことが適切である。

3406 <撤去工事費>

3407 撤去工事費については、利用者が解約するに当たって発生する費用であ
3408 ることから、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
3409 減させるインセンティブが働きづらいと考えられ、構成員からも大きなス
3410 イッチングコストであるとの指摘があったところである。利用者利益の保
3411 護等の観点からは、撤去工事費の設定が適正かつ明確であるかについて、よ
3412 り厳しく確認していくことが必要である。また、解約に当たって撤去工事
3413 を必須とし、高額な撤去工事費を必要とする事業者に対しては、撤去工事
3414 費を低減すること又は撤去工事自体を不要とすることができないかを確認
3415 し、その実現に当たって課題がある場合には、事業者間における工事自体の

3416 削減に関する協議の状況も踏まえつつ、必要に応じ、制度的な措置を含めた
3417 対応を検討していくことが適切である。

3418 <利用者への工事内容等の分かりやすい説明>

3419 これらの利用者に請求する工事費について、利用者に対して標準的な要
3420 素や価格を明示するよう取組を行うことが適切である旨の構成員からの指
3421 摘があったことも踏まえ、事業者においては、利用者が受ける工事の内容、
3422 費用の要素、価格等について、より分かりやすく利用者に説明する方法に
3423 ついても検討を行うべきである。

3424 <事業者間連携による工事の削減>

3425 事業者間の連携による工事自体の削減については、NTT東日本・西日本、
3426 KDDI、NTTドコモ及びソフトバンクの5社において戸建の引込み線工事を不
3427 要とするための協議を実施している旨の説明があった。さらに、KDDIからは
3428 この協議の結果、2021年度早々に導入したい旨の説明があったところであ
3429 り、早期に実現されるよう協議の状況を注視していくことが必要である。
3430 また、協議を行っている5社においては、利用者のスイッチングコスト低減
3431 の観点から、他の光コラボ事業者や接続事業者等が希望する場合にはその
3432 事業者も含めて工事の削減に係る対応が可能となるよう取り組むことが適
3433 切である。

3434 加えて、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は、事
3435 業者間での協議を検討したい旨の説明があったところであり、まずは事業
3436 者間での協議の状況を注視するとともに、これを踏まえて必要な対応を検
3437 討することが適切である。

3438 総務省においては、これらの取組をフォローアップし、必要な場合には
3439 制度的な措置を含めて対応し、事業者間の連携による工事費の低廉化を推
3440 進していくことが必要である。

3441 (2) 期間拘束契約

3442 ① 検討課題等

3443 主要な固定通信サービス提供事業者の期間拘束契約に係る違約金につい
3444 ては、各事業者とも1万円前後に設定している場合が多いが、1,500円から
3445 2万円まで、事業者によって負担額に幅がある状況となっている。違約金の
3446 額を現在の水準にしている理由としては、解約により逸失利益が発生する
3447 こと等が挙げられている。

3448 期間拘束契約満了後の自動更新については、多くの事業者において、ユー
3449 ザからの「解約の申出がない場合」に適用することとしており、解約によっ
3450 て違約金が適用されない時期は、契約満了月の当月や翌月の1か月として
3451 いる事業者やそれに1か月加えて2か月としている事業者が多く、一部の事
3452 業者ではさらに1か月加えて3か月としている場合がある。一方で、各社がホ
3453 ームページにおいて、申込から開通までの標準的期間として案内している
3454 期間は2週間～2か月となっている。

3455 また、利用者アンケートでは、他のFTTHへの乗換えを検討する費用として
3456 は、「1円」を除くと、「2千円以上4千円未満」又は「4千円以上6千円未
3457 満」という回答が多い状況である。

3458 なお、モバイル契約については、2019年10月に施行された改正法に基づき、
3459 期間拘束契約に係る契約期間の上限は2年とすること、違約金の額の上限
3460 は1,000円とすること、自動更新を伴う契約については違約金なく契約を解
3461 除可能な更新期間が少なくとも契約期間の最終月、その翌月及び翌々月の
3462 3か月間設けられていること、契約時及び契約期間満了時において期間拘
3463 束を伴う契約で更新するかどうかを利用者が選択できるようにすること等
3464 がルールとなっている。

3465 さらに、モバイル研究会の中間報告書（2019年4月）や最終報告書（2020
3466 年2月）において、固定通信サービスなどの他のサービスの拘束力を用いた
3467 モバイル利用者の過度な囲い込みへの懸念が示され、その懸念への対応が
3468 求められてきたところだが、現時点でこの点に対する事業者における自主
3469 的な対応は実施されていない。

3470 このような状況を踏まえ、固定通信市場における期間拘束契約の適切な
3471 期間や違約金の水準、違約金が不要で解約できる期間（いわゆる更新月）の
3472 在り方、契約時及び契約期間満了時において、期間拘束を伴う契約で更新す
3473 るかどうかを選択できるようにすること等について検討を行った。

3474 ② 意見

3475 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

- 3476 ・ 消費者がFTTHを選択する際に、スイッチングコストなどを見据えて
3477 長期的に判断しているのかなど、消費者が購買するときの判断事由も
3478 論点になり得る。
- 3479 ・ モバイルにおける過去の議論と既視感があり、FTTHにおいても、過度
3480 なキャッシュバックの是正や違約金等のスイッチングコストの低減に

- 3481 よって、公正な競争環境を確保する必要がある。モバイルとの違いが合理的なのか確認していく必要がある。
- 3482
- 3483 ・ モバイルの違約金が1,000円に下がったという話は大きなインパクトがあった。固定通信の違約金については、同じ問題点であるにもかかわらず取扱いが異なることに違和感がある。
- 3484
- 3485
- 3486 ・ 違約金について、モバイルと固定通信との大きな違いは工事費の有無であり、様々な固定通信特有の事情もあることから、きちんとその差異を把握した上で合理的な競争環境を作っていくことが課題。モバイルの違約金が1,000円であるにもかかわらず、なぜ固定通信はそうならないのかという点は、消費者の率直な感想だと思うので、モバイルと固定通信との様々な差異については議論を詰めていく必要がある。
- 3487
- 3488
- 3489
- 3490
- 3491
- 3492 ・ KDDIの期間拘束契約に対する説明は、期間拘束がないプランも提供している旨だけ記載しており、モバイルにおけるこれまでの議論を踏まえると、時代が逆戻りしたように感じた。
- 3493
- 3494
- 3495 ・ 長期の期間拘束契約であれば、「囲い込み」に相当する可能性が高いと考える。特に消費者の選択肢が制限される場合には、一定のルールが必要ではないか。
- 3496
- 3497
- 3498 ・ 事業者に意図があるかにかかわらず、消費者の合理的な判断を損なうような条件は囲い込みの性質を持つものとして制限されることになるので、そういった制限がなされる前に、自助努力で違約金への対応を進めて欲しい。
- 3499
- 3500
- 3501
- 3502 ・ 期間拘束によって消費者行動にどのような影響を与えているのか、競争のゆがみが生じていないかという点について丁寧に課題を抽出していくことが必要。
- 3503
- 3504
- 3505 ・ 期間拘束について何か一定の制約をかけることによって、設備競争に後ろ向きの影響を与えてしまう副作用が生じないかということや、接続によって独自サービスを提供しようとしている事業者の創意工夫に影響を与えないかについても、配慮が必要ではないか。
- 3506
- 3507
- 3508
- 3509 ・ 卸サービスはNTTドコモの独り勝ちになっており、NTT東日本・西日本を代替するような立場で提供している状況が見られる。ルールを検討する際には、その傾向を単純に促進してしまう結果にならないようバランスを考えながら、課題を抽出していくことが必要。
- 3510
- 3511
- 3512
- 3513 ・ 更新月について1か月程度の事業者がおり、標準的な工事に必要な期間との関係で相当無理があるのではないかと思う。こういった消費行動に大きな影響を与え得る事項については優先的に対応することが望まれる。
- 3514
- 3515
- 3516

- 3517 ・ 回線契約をしている家庭の環境が変わった等の理由により契約を解
3518 除するのか、継続するかを判断する際に、非常に短い期間で決めなけれ
3519 ばならず、工事が必要になってくることなどを考えると、更新期間が非
3520 常に短い点は問題だと考えている。モバイルよりむしろ長い間考える
3521 時間とその手続の時間が必要になると思うので、これについては第一
3522 に対応をしていただきたい。
- 3523 ・ 申込みから開通まで、標準的な期間として、2か月必要としている事
3524 業者があり、これを短くすること自体についても事業者は対応すべき。
- 3525 ・ モバイル市場とのセット割引等との関係について触れているが、
3526 FTTHがほかの市場にどういった影響を与えていくのかといったことの観
3527 点も重要であり、その分析を引き続き進めていくべき。
- 3528 ・ 契約期間がモバイルと固定通信とでずれている場合というのは、ロ
3529 ックイン効果が生じてしまうと考えられるので、ここは今後調整が必
3530 要な検討課題だと認識している。
- 3531 ・ 複数の契約について、その契約期間をずらすことによって移動がし
3532 づらいという点については、過去に電力、ガスの自由化の中で議論され
3533 た経緯もあるので、それらも参考にしながら今後検討を進めていくこ
3534 とが適切である。

3535 イ 事業者等の意見

- 3536 ・ 2年定期契約プランは、利用者からの要望に応じて提供しており、定
3537 期契約のないプランも提供している。また、違約金については、逸失利
3538 益水準を下回るもので設定している。(第4回会合：NTTドコモ)
- 3539 ・ 期間拘束のないプランも提供しており、期間拘束契約が市場の流動
3540 性を低下させることにはなっていないと考える。また、違約金について
3541 は、逸失収入や累積割引内容を勘案して適切に定めている。(第4回会
3542 合：KDDI)
- 3543 ・ 違約金については、平均的な途中解約時の逸失利益額より低く設定
3544 している。(第4回会合：ソフトバンク)
- 3545 ・ 利用者意向による適切な選択の確保に努めている。今後の検討に当
3546 たっては、利用者意向に沿った適正な定期契約と、利用者意向に沿わ
3547 ない不当な囲い込みを区別した上で、議論を進めていくべき。(第4回会
3548 合：オプテージ)
- 3549 ・ 契約時に自動更新の有無を選択できず、また契約更新の有無を選択
3550 できる期間が短いといった場合は、利用者による事業者選択の機会を
3551 狭めるおそれがあると考えられる。(第4回会合：オプテージ)

- 3552 ・ 期間拘束契約のない契約も、一定数利用されている。違約金は、他の
3553 類似サービスの水準等を参考に設定。(第4回会合：NTT東日本・西日本)
3554 ・ 違約金が高額であるなど消費者の理解を得られず流動性を阻害して
3555 いると判断される場合には、見直しが必要と考える。(第4回会合：ソ
3556 ネット)
3557 ・ 固定通信サービスとモバイルサービスとでは、利用者料金体系やサ
3558 ービス提供に当たって発生する費用、また費用回収等について、異なる
3559 点(宅内調査や工事等の費用が発生、料金は定額制が主流、継続的に設
3560 備増強が必要、宅内機器の経年により取替え等が必要等)があるので、
3561 考慮が必要。(第4回会合：オプテージ)

3562 ③ 対応の方向性

3563 <モバイル契約との相違点>

3564 期間拘束契約について、事業者からはモバイル契約と異なる部分として
3565 主に以下の点が説明された。

3566 ➤ 利用者の状況の違い

- 3567 - 固定市場は端末と通信契約が分離していること
3568 - 携帯電話は、端末がパーソナルな持ち物であり、定期的買い替え
3569 が行われる等の特徴があること
3570 - 利用者料金について定額制が主流であること

3571 ➤ 工事が生じることによる違い

- 3572 - 物理的な工事が発生するため、即時の切替えが難しいこと
3573 - 宅内機器について取替えが生じること

3574 ➤ 事業者の競争環境の違い

- 3575 - モバイル市場は大手3社による寡占市場である一方、固定通信市場
3576 はNTT東日本・西日本が設備シェア8割を占めるボトルネック市場で
3577 あること
3578 - 光サービス卸が急速に拡大しており、モバイル市場に比して卸の影
3579 響が大きいこと
3580 - コラボ事業者は卸料金の負担が大きく、1回線当たりの利益が少な
3581 いため、黒字化に長期間を要すること
3582 - 撤去工事費等をキャッシュバック等により負担しており、収益の黒
3583 字化に一定の期間が必要であること

3584 ➤ その他

3585 - モバイル契約は法改正により現在のルールとなっていること

3586 これらのモバイル契約と異なるとされた部分やモバイル研究会の提言等
3587 を踏まえ、固定通信市場における競争ルールとしてはどのようなものが適
3588 切かについて検討を進めていくことが必要である。

3589 <期間拘束契約の適切な期間>

3590 モバイル契約においては、期間拘束契約の期間は2年を超えてはならな
3591 いこととされているところ、主要な固定通信サービス提供事業者のFTTH契
3592 約については、2年契約に加えて3年契約や5年契約を提供している状況
3593 である。また、利用者アンケートにおいて回答のあった、サービスの継続利
3594 用年数については、モバイル契約について、10年以上利用している利用者が
3595 最も多く、3年未満の利用者が約1/3を占めている状況であったところ、固
3596 定通信においても同様の回答状況となっている。他方で、事業者からは、携
3597 帯電話は定期的買い替えが行われる点で固定通信とは状況が異なるとの
3598 指摘もあったところである。これらを踏まえ、固定通信契約における期間拘
3599 束契約の適切な期間については、現在の期間拘束によって生じている課題
3600 を整理し、その課題に対応するために必要な措置を検討していくことが必
3601 要である。

3602 <適切な違約金の水準>

3603 また、違約金の額について、モバイル契約では1,000円を超えてはならな
3604 いこととされているところ、主要な固定通信契約では1,500円から2万円ま
3605 で、事業者によって負担額に幅がある。他方で、固定通信契約に関する利用
3606 者アンケートでは、「FTTHサービスを乗り換える費用がいくらであれば乗換
3607 えを検討しようと思うか」との問に対して、8割を超える利用者が6,000円
3608 未満を検討可能な乗り換え費用と回答している。なお、乗り換える費用とし
3609 ては違約金のほか、契約事務手数料（多くの社において3,000円）、開通工事
3610 費、撤去工事費などの費用を含んでいる。これらを踏まえ、利用者の状況や
3611 その他の固定通信契約における要素を考慮して、適切な違約金の在り方に
3612 ついて、検討を行うことが必要である。

3613 <違約金なしに解約できる期間>

3614 さらに、モバイル契約においては、違約金が不要で解約できる期間（いわ
3615 ゆる更新月）を、少なくとも契約期間の最終月、その翌月及び翌々月の3か

3616 月間設けることとされているところ、固定通信契約においては、構成員や事業
3617 業者から指摘があったように、物理的な工事が発生するため、即時の切替
3618 えが難しいことがモバイル契約との大きな違いと考えられる。この点、主要
3619 な固定通信サービスを提供する各事業者がホームページで案内している申
3620 込から開通までの標準的な期間は2週間～2か月となっており、IP電話サ
3621 ービスをインターネット接続サービスと併せて契約している場合には、電
3622 話番号の引継ぎのための手続きも必要となる。これらを踏まえると、現在契
3623 約している固定通信契約を解約し、他の事業者に乗り換える場合には、違約
3624 金が不要で解約できる期間が最低でも3か月以上なければ、実質的に利用
3625 者の適切かつ自由なサービス選択ができないと考えられる。この点につい
3626 ては、事業者において早急に改善を図るべきであり、必要に応じ、ガイドラ
3627 イン等により一定の考え方を示すことを含め、改善のための措置を実施す
3628 ることが求められる。

3629 <自動更新の在り方>

3630 期間拘束契約の自動更新について、モバイル契約においては、契約時及び
3631 契約期間満了時において、期間拘束を伴う契約で更新するかどうかを利用
3632 者が選択できるようにすることとされている。モバイル契約と比較して、固
3633 定通信契約は工事の手續や費用負担等が発生し、乗り換えの負担が大きい
3634 と考えられるところ、一方で、携帯電話は比較的短期間のうちに定期的な買
3635 い替えが行われるとの指摘もある。これらの点を踏まえ、固定通信契約にお
3636 ける自動更新の在り方を検討していくことが適切である。

3637 <モバイル契約とのセット販売による囲い込み>

3638 また、モバイル市場において2年を超える契約や高額な違約金の設定等
3639 による過度な囲い込みを是正するための制度整備が行われたが、セット割
3640 引等によりモバイル契約と一体的に固定通信契約が提供されており、モバ
3641 イル契約の契約期間と固定通信契約の契約期間にずれが生じることによっ
3642 て利用者への過度な囲い込みが生じることが懸念されている。この点、これ
3643 までモバイル研究会における提言等により事業者に対して改善に向けた対
3644 応が求められてきたところであるが、特段の対応が事業者において講じら
3645 れてこなかった。また、利用者アンケートにおいて、MNO系光コラボ事業者
3646 (NTTドコモ、ソフトバンク)からサービス提供を受ける利用者においては、
3647 約7割の者がFTTHと同一の事業者から携帯電話サービスの提供をセットで
3648 受けていると回答しているなど、MNOを中心に多くのモバイル契約の利用者
3649 が固定通信契約とのセット割引を利用している中で、セット割引を異なる

3650 事業者間で適用している場合も含め、固定通信契約の期間拘束や高額な違
3651 約金等により、モバイル契約において実質的に過度な利用者の囲い込みが
3652 生じていないかについて確認していくとともに、必要に応じて制度的な対
3653 応を検討していくべきである。

3654 3. 過度なキャッシュバック・セット割引に関する事項

3655 (1) キャッシュバックやセット割引に係る検証

3656 ① 検討課題等

3657 固定通信市場の中では、FTTHがその8割を占めるところ、その中でも、NTT
3658 東日本・西日本の卸電気通信役務である光サービス卸を利用した提供が増
3659 加している。その中でも、特にMNO2社（NTTドコモ、ソフトバンク）の割合
3660 が72.8%を占めるとともに、契約数が継続的に増加傾向にある。

3661 また、多くの事業者においては、キャッシュバックの提供やモバイル契約
3662 と固定通信契約のセット割引を実施することにより顧客獲得を図っている。
3663 セット割引については、MNO3社はモバイル契約1回線当たり月500円から
3664 1,000円の割引を実施し、一方で、固定通信サービスを提供するMVNOはMNO3
3665 社と比較すると、セット割引なし又は少額となっており、モバイル回線の契
3666 約が複数あっても1契約分の割引となる社が多い状況である。固定通信を
3667 提供するMVNO等からは、財務余力の観点からMNOと同様の水準のセット割引
3668 を設定することは困難であり、MNOによるセット割引等によって固定通信市
3669 場の競争環境が寡占的な状況になっていく等の意見がある。

3670 さらに、利用者アンケートによれば、利用者が事業者（サービス）を選
3671 択する際に最も重視しているのは料金面であり、MNO系光コラボ事業者のサー
3672 ビス利用者においては、約7割の者が固定通信サービスの提供事業者と同
3673 一の事業者から携帯電話サービスの提供をセットで受けている状況である。

3674 このような状況を踏まえ、キャッシュバック等の契約締結等補助やモバ
3675 イル契約とのセット割引が固定通信市場の競争に与える影響について検討
3676 を行った。

3677 ② 意見

3678 ア 構成員の意見（合同会合における消費者WGの構成員の意見を含む。）

3679 ・ 光コラボ事業者の契約数が増加傾向、自己設置事業者の割合が減少

3680 傾向であり、固定通信市場における設備競争が少なくなっている
3681 実感がある。これらの要因が接続料金を目安として定められる卸料金
3682 に対して将来的にも影響を与えていくのではないか。

- 3683 ・ NTTドコモの契約数が伸びて、NTT東日本・西日本の契約数が減少して
3684 おり、フレッツから光コラボへの移行が進んだものと思う。NTTグルー
3685 プ全体の契約数の合計があれば、市場全体も見えてくるのではないか。
- 3686 ・ 卸売市場におけるHHI、NTTグループシェア、MNOシェアが高くなって
3687 おり、卸売市場の競争環境整備について議論が必要である。
- 3688 ・ セット割引について、MNOとMVNOにおける回線数に応じた割引額に差
3689 があるため、MVNOはMNOと同等の競争環境は整っていないのではないかと
3690 考えられる。
- 3691 ・ 光サービス卸の解禁の際に、NTTドコモの一人勝ちが危惧されていた
3692 が、現在の契約状況を見るとそれが現実になっているように思う。競争
3693 条件のイコールフットィングがあるのか検証を詰めていく必要がある。
3694 現在の検証では、固定とのセット割引における複数契約の分析ができ
3695 ていない状況であり、MVNOが複数契約の場合に同様のセット割引がで
3696 きないと聞いているので、実態をあきらかにしていく必要がある。
- 3697 ・ FTTHとのセット割引によって、FTTHを単体で販売している事業者が
3698 排除されていないかについて検証が必要である。
- 3699 ・ FTTH単体の小売料金はそれほど大きな格差は生まれていないが、携
3700 帯電話とのセット販売の実態については注視していくことが必要であ
3701 る。光サービス卸にはボリュームディスカウントもなく、卸先事業者間
3702 で価格に差はない。その前提で、MNOがシェアを伸ばしていることに対
3703 する理由について、セット割引等の関係を含めて明らかにしたい。
- 3704 ・ 検証と事後的対応が重要であり、経年変化を事業者の協力も得つつ
3705 見ていく必要があると思う。
- 3706 ・ 検証のために提供された各社のデータについてそれぞれ水準が違う
3707 データになっているので、総務省から考え方を示し検証に必要なデー
3708 タを集めるようにすべき。
- 3709 ・ 検証結果におけるソフトバンクのその他の収入の部分について、条
3710 件は揃えて比較するべき。事業が多角化し、オプションサービスには事
3711 業法に直結しないサービスも多く、この点への苦情も多く寄せられて
3712 いる。
- 3713 ・ 検証に必要なデータはしっかりと取得できるような何らかの新たな
3714 ルールなり、考え方を整理していただく必要がある。
- 3715 ・ 検討していくにはきちんとしたデータの提供が必要だと思うので、

3716 省令を変えてでもそういう体制を取っていくべき。

3717 **イ 事業者等の意見**

- 3718 ・ 競争市場においては様々なケーブルテレビ事業者が存在することから、十分考慮に入れてほしい。(第4回会合：オプテージ)
- 3719
- 3720 ・ 固定通信市場の検証においては、FTTH(コラボ・接続・自前)のみならず、CATVも含めた検証が必要。(第4回会合：ソフトバンク)
- 3721

3722 **③ 対応の方向性**

3723 **<過度なキャッシュバックやセット割引にかかる検証>**

3724 固定通信市場全体におけるシェアや契約数の推移、キャッシュバックや

3725 セット割引にかかる利用者や事業者からの意見等を踏まえ、モバイル契約

3726 とのセット割引を実施しているMNO3社について、検証に必要なデータの提

3727 供を求め、以下の状況について確認を実施した。

- 3728 ・ セット割引について、ある市場で支配的事業者であることによって得て
- 3729 いる超過利潤を他の競争的市場の割引にあてることにより競争事業者を
- 3730 排除し、競争を制限していないかを評価する方法の一つである「割引総額
- 3731 帰属テスト」の考えで評価した場合の状況

- 3732 ・ 電気通信市場検証会議(座長：大橋弘東京大学公共政策大学院・大学院
- 3733 経済学研究科教授)での議論を踏まえ、パブリックコメントを経て総務省
- 3734 において2019年6月に公表した、対象事業者の個別のFTTH契約において、
- 3735 継続する任意の4年間FTTHを提供する場合の小売料金の収入(月額利用
- 3736 収入、工事費収入、手数料等)が、当該期間における当該契約に係る回線
- 3737 原価及び契約締結等補助の合計額を下回る場合について示した「FTTHア
- 3738 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」に照らした
- 3739 場合の状況

3740 今回の検証時点で提出されているデータの範囲では、直ちに不当競争が

3741 生じていると判断する状況にはなかったが、検証に十分なデータが提出さ

3742 れていない状況であると考えられるため、対象となった3社とさらに調整

3743 しながら、引き続きデータの精査を進め、検証の精度を高めていく必要が

3744 ある。

3745 特に検証において重要なデータであり、構成員からの指摘も多く寄せら

3746 れた、セット割引の適用状況や契約締結等補助(キャッシュバックや代理

3747 店向けの販売奨励金等)の額等については、検証の基礎的なデータである

3748 ことから、例えば、モバイルと同様に省令により報告を求めるなど、必要な
3749 データが取得できるよう、措置を講じることが必要である。

3750 FTTHを提供するMVNOにおいてMNO 3社のようなセット割引が実施されて
3751 いない状況や、移動通信市場の寡占的な状況等を踏まえると、1つのFTTH契
3752 約にモバイル契約のセット割引がどの程度適用されているかという点を考
3753 慮して不当競争状態にないか確認することが適切である。

3754 検証の際には、市場全体の拡大状況、各社の契約数の推移、競争事業者の
3755 状況、利用者や競争事業者からの意見等を引き続き確認していくことが重
3756 要である。

3757 また、検証方法については、不十分な点を見直していくとともに、各社の
3758 状況は検証時期によっても異なることから、各社の状況の変化を確認しな
3759 がら、継続的に検証を実施していくとともに、検証対象や検証方法等につい
3760 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すること
3761 が必要である。

3762

参考資料

1. 「競争ルールの検証に関するWG」概要
 - ・ 開催要綱
 - ・ 開催状況
2. 各種資料

電気通信市場検証会議

「競争ルールの検証に関するWG」開催要綱

1 目的

本会合は、「電気通信市場検証会議」の下に開催されるワーキンググループとして、電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第5号。以下「改正法」という。）が令和元年10月に施行され、移動系通信市場の競争を促進するため、通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束等の行き過ぎた困り込みの是正のための制度等が整備されたことを踏まえ、講じた措置の効果、移動系通信市場への影響、固定系通信も含めた競争環境等について、評価・検証を行うことを目的とする。

2 名称

本会合は、「競争ルールの検証に関するWG」と称する。

3 主な検討事項

- (1) 改正法により講じた措置の効果や移動系通信市場への影響について
- (2) 利用者料金その他の提供条件、事業者間の競争環境等について
- (3) その他

4 構成及び運営

- (1) 本会合の構成員及びオブザーバーは、別紙のとおりとする。
- (2) 本会合には、主査及び主査代理を置く。
- (3) 主査は、本会合を招集し、主宰する。主査代理は、主査を補佐し、主査不在のときには主査に代わって本会合を招集し、主宰する。
- (4) 主査は、必要に応じて、構成員及びオブザーバー以外の関係者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
- (5) その他、本会合の運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事・資料等の扱い

- (1) 本会合は、原則として公開とする。ただし、主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本会合で使用した資料及び議事概要は、原則として、総務省のウェブサイトに掲載し、公開する。ただし、公開することにより、当事者若しくは第三者の利益を害するおそれがある場合又は主査が必要と認める場合については、非公開とする。

6 庶務

本会合の庶務は、総務省総合通信基盤局電気通信事業部料金サービス課において行う。

電気通信市場検証会議
「競争ルールの検証に関するWG」
構成員等

(五十音順、敬称略)

【構成員】

相田 仁	東京大学 副学長、大学院 工学系研究科 教授
大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長
大橋 弘	東京大学 公共政策大学院 院長
北 俊一	株式会社野村総合研究所 パートナー
佐藤 治正	甲南大学 マネジメント創造学部 教授
関口 博正	神奈川大学 経営学部 教授
長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
新美 育文	明治大学 名誉教授
西村 暢史	中央大学 法学部 教授
西村 真由美	全国消費生活相談員協会 IT研究会 代表

【オブザーバー】

公正取引委員会

消費者庁

「競争ルールの検証に関するWG」開催状況

日程	開催内容
第1回会合 2020年4月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 （競争ルールの検証に関するWGについて） ・意見交換
第2回会合 2020年5月26日	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 （モバイル市場の競争環境の検証について、固定市場の競争環境の検証について） ・意見交換
第3回会合 2020年6月11日	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 （改正電気通信事業法の適切な執行について、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、モバイル市場の競争環境の検証について、携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査について） ・ヒアリング （MM総研） ・意見交換
第4回会合※ 2020年6月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング （NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、UQ、MVNO委員会、IIJ、オプテージ、NTT東日本・西日本、ソネット） ・事務局説明 （モバイル市場の最近の動向） ・意見交換
第5回会合※ 2020年6月30日	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング （全携協、サ向協/TCA、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ） ・意見交換
第6回会合 2020年7月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 （電気通信サービスに係る内外価格差調査の結果、モバイル音声卸料金の見直しについて、固定通信分野におけるキャッシュバックやセット割引に関する検証状況について、検討の方向性（案）について（モバイル市場の競争環境）） ・意見交換

<p>第7回会合 2020年7月31日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ヒアリング （ICT総研） ・事務局説明 （モバイル市場の競争環境に関する検証について、検討の方向性（案）について（固定通信市場関係）） ・意見交換
<p>第8回会合 2020年8月27日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事務局説明 （競争ルールの検証に関するWG 報告書骨子（案）について） ・意見交換

※ 第4回会合及び第5回会合は、ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWGとの合同開催。