

競争ルールの検証に関するWG（第5回）

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第23回）合同会合

1 日時 令和2年6月30日（火） 10:00～12:00

2 開催形式 Web会議

3 出席者

○構成員

新美主査、平野主査代理、石田構成員、市川構成員、大谷構成員、大橋構成員、北構成員、木村構成員、黒坂構成員、近藤構成員、佐藤構成員、関口構成員、長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員、森構成員

○オブザーバー

塚田益徳公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長、福井独立行政法人国民生活センター相談第2課長、山本公益社団法人本広告審査機構専務理事、奥田一般社団法人電気通信事業者協会調査部長、井原一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会消費者問題分科会主査、木村一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会会長補佐、俣野一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会専務理事、花岡電気通信サービス向上推進協議会広告表示適正化WG主査

○ヒアリング対象者

一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会、電気通信サービス向上推進協議会、一般社団法人 電気通信事業者協会、一般社団法人 情報通信ネットワーク産業協会、Apple Japan, Inc、クアルコムジャパン合同会社、一般社団法人リユースモバイル・ジャパン

○総務省

谷脇総合通信基盤局長、竹村電気通信事業部長、今川総合通信基盤局総務課長、山碕事業政策課長、大村料金サービス課長、梅村消費者行政第一課長、廣瀬番号企画室長、中村料金サービス課企画官、田中料金サービス課課長補佐、中島料金サービス課課長補佐、仲田料金サービス課課長補佐、雨内消費者行政第一課課長補佐、水井番号企画室課長補佐

4 議事

【新美主査】 皆さんおはようございます。お忙しいところを今日もお集まりいただきましてありがとうございます。

定刻を若干過ぎましたが、ただいまから、競争ルールの検証に関するワーキンググループ第5回と、それから消費者保護ルールの在り方に関する検討会第23回の合同会合を開催いたします。

相田先生は本日は御都合がつかないということで、欠席の御連絡をいただいております。

なお、本日の会議も諸般の状況を踏まえまして、ウェブ会議による開催ということにさせていただきます。

なお、議事に入ります前に、事務局から連絡事項がございますので、説明をよろしく願います。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。本日も一般傍聴につきましては、ウェブ会議システムによる音声のみでの傍聴とさせていただきます。このため、御発言に当たっては、お名前を冒頭に言及いただきますようお願いいたします。

また、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにさせていただきますようお願いいたします。

また、ヒアリングでの質疑や自由討議において御発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て座長から発言者を指名していただく方式で進めさせていただきたいと思っております。

なお、チャット欄は、構成員の皆様とヒアリング対象の事業者等の皆様からは御覧いただけますが、傍聴者には御覧いただけませんので、御留意ください。

発言する際にはマイクをオンにして御発言ください。発言が終わりましたら、オフに戻してください。音声がつながらなくなった場合などにもチャットを御活用いただければと思います。

本日の会議資料につきましては、議事次第のとおりでございます。

構成員限りの資料に含まれている数値等につきましては、水準感も含め、会議中、会議後を問わず、言及は控えていただきますようお願いいたします。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、議事に入りたいと存じます。本日も関係事業者等からのヒアリングを予定しております。

まず、事務局からヒアリングの進め方について御説明をいただき、その後、代理店関係、広告関係、そして端末関係の3つに分けて進めたいと存じます。

では、事務局からヒアリングの進め方について御説明をよろしくお願いいたします。

【中島料金サービス課課長補佐】 資料1を御覧ください。1ページ目でございます。先ほど新美主査のほうからお話がありましたように、本日は、代理店関係、広告関係、端末関係の3部構成に分けて質疑応答を進めていきたいと思っております。

1ページ目が、本日お集まりいただいている関係団体・事業者の皆様でございます。

2ページ目を御覧ください。モバイル市場環境のヒアリング事項ということで、2ページ目から4ページまでが、モバイル関係のヒアリング事項でございますが、本日は、先ほど申し上げましたように、代理店関係、広告関係、端末関係が対象でございますので、4ページ目を御覧ください。

こちらに記載の事項につきまして、本日ヒアリングを進めていきたいと思っております。代理店関係におきましては、電気通信事業法の運用。そのほか、新型コロナウイルス感染症に対応する取組等につきましてヒアリングを行いたいと考えております。

広告関係につきましては、改正電気通信事業法の影響や、広告関係についてヒアリングを行いたいと考えております。

端末関係におきましては、端末メーカー、中古端末取扱業者の方から、改正電気通信事業法の影響等につきましてヒアリングを進めていく予定でございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それではまず、代理店関係についてのヒアリングに入りたく存じます。最初に、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会専務理事の俣野様から御説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

【全携協】 全携協俣野でございます。よろしくお願いいたします。本日はこのような説明の機会を賜りまして誠にありがとうございます。それでは、資料に沿って御説明申し上げます。

まず1ページでございますけれども、全携協として、改正法施行については激変緩和を訴えてまいりました。左のグラフでございますが、第3回のワーキングの資料を使わせていただいております。2019年度の端末販売は減少しております。キャッシュバックが鎮静化したということで、いわゆるキャッシュバック狙いのMNPなどが減少して健全な状況に移行しております。また、端末の実質価格が上昇していることも出荷台数減につながっているというふうに思われます。

右のグラフでございますけれども、キャリアショップ数の減少を表しておりますが、これ

は法規制とは直接的な関係ではありませんで、オーバーストアエリアの調整ですとか、質、実績等の芳しくない店舗の淘汰が進んでいるものでございます。

2 ページ目でございます。改正法施行直後に値引き上限規制の違反が発生いたしまして、行政指導をいただく結果となりました。誠に申し訳ございません。原因でございますけれども、複数店舗を運営する代理店で店舗によって価格が違う場合に、低い値段の店舗が2万円以内の値引きを実施した際でも、高く設定した店舗の価格からすると2万円以上の値引きになってしまったというケースがありました。従来、店長権限として、地域での競争上、また、お客様との掛け合いの上でも一定の値引きは認めている場合がほとんどでございますが、ほかにも在庫を処分する上においても店舗判断が多少なりとも入っておりまして、これらは一般的な商慣習であるわけでございますけれども、他店情報の把握が不十分であったことが当初の混乱の一因となったと思われまます。

また、キャリアの利益提供を合算して値引き上限としなければいけないのですけれども、店舗の独自値引きにしか考えが至らず、合算金額が上限を超えてしまったというものなど、いずれも初期の周知の不十分さや代理店内の混乱の結果、ミスを起こしているものというものがほとんどございました。半年少しを経過しておりますけれども、現在はミスも鎮静化しているというふうに認識をしております。

協会といたしましては、会員が行政指導を受けた場合につきましては、倫理委員会で、次ページにありますように再発防止の対策を含めて審議をすることというふうにしております。その再発防止対策でございます。3 ページでございます。代理店内の価格のばらつきをなくして全国を同一価格とした再発防止例がございます。また、値引き承認権限などのルールを改定しているところもでございます。価格表を分かりやすく改善するというような代理店もございまして、発生原因に照らして、それぞれ効果的な個別の対応策を打ち出しております。当然でございますが、管理者やスタッフに対する改正法の再研修は繰り返し強化をしているところでございますし、総務省様、キャリア様へも協力をお願いして取り組んでおります。

以上、代理店内での価格や価格表の一貫性に起因したものが多く、例示をして御説明申し上げましたけれども、端末価格は代理店が独自に設定するものであることから、協会として、公正競争上の観点からも、価格についての議論には関与をしております。

次に4 ページでございます。協会では、御存じのとおり、あんしんショップ認定制度というものを運用しております。この制度では、お客様への分かりやすい説明や誠実な対応を掲

げておりました、コンプライアンスへの取組にも力を入れてございます。このページでは、御覧のとおり、過去に起きたものを含めまして、具体的にコンプライアンス違反事例を取り上げ、動画としてスタッフに分かりやすく、また、業務の合間の短い時間でも視聴できるよう配慮してコンテンツを制作しております。中でも、改正法に沿って、店頭表示問題や高齢者、青少年へ配慮して、不適切販売抑止啓発動画ということで制作をしております。コロナ禍で配信が遅れましたけれども、各キャリア様に御協力をいただきまして、7月から順次、各ショップで研修が始まってまいります。

5ページでございます。新型コロナウイルス感染症対策でございます。我々全携協とTCA様、各キャリア様がピーク時は週2回、2月下旬以降16回のウェブ会議を開催して、店頭でのお客様とスタッフ双方の感染拡大防止を検討して実施してまいりました。御覧のとおり、キャリア様の協力の下、実践できた施策も多数ございます。カウンターのアクリルフェンスなどは、協会副会長会社がいち早くトライしてプロコンを確かめて拡大をしてまいりました。

6ページを御覧ください。その結果でございますが、携帯ショップは相当密な状態であるという認識でございますけれども、クラスターは出ておりません。陽性者の発生率、ないに越したことはないんですが、国内全体と同等レベルでございます。全スタッフ約7万7,000人というふうに捉えておりますが、この中で9人が陽性反応でございました。僅かではないかというふうに考えております。

7ページでございます。緊急事態宣言が発令されて小売店が休業になる中、キャリアショップは、時短ではございますけれども営業を続けてまいりました。スタッフは、感染への不安から生活への不安というような相当のストレスを抱えてこの間営業してまいりました。お客様に限定したサービスしか提供できないというのも、スタッフのストレスにつながっていたようでございます。協会ではスタッフアンケートを実施いたしまして、短期間でございますが、6,800人の回答を得ました。これを各キャリアと共有しまして、さらに対策を講じてまいりました。また、臨床心理士にも協力を得て対策を進めました。社会インフラとしての責務を果たすために、スタッフは不安に駆られながらも、懸命に日々お客様との対応を続けてくれました。キャリア様共々、全携協もできる限りの対応を実施できたというふうに自負をしておるところでございます。

8ページでございます。時短営業や業務制限等お客様に大変御不便をおかけしたことでございます。グラフにつきましては、4月に収集いたしました協会独自データでございます

が、特に高齢者の苦情が増加していることを捉えております。これは、この時期、対応している業務が限られていたことですか、高齢者の方にとってはウェブへのハードルが高いというようなことが原因の一つというふうに分析をしております。ニューノーマル時代の受付体制では特に御高齢者にとって安心安全なショップでなければならないということで、引き続き各キャリアと協議をしております。

9ページを御覧ください。最後に今後の課題として取りまとめてございます。高齢者に分かりやすくというのは永遠の課題でございますし、今後はニューノーマルの時代に向けたコールセンターとの連携、新たなスマホ教室などの取組を進めてまいらなければならないという認識でございます。また、25日の合同会合では、頭金が問題というふうにされておりました。キャリア様が指摘されていたとおり、いわゆる頭金は端末代金の一部でございます。独禁法の観点からも、協会として関与できないとの認識ではございますが、一方で、多くの先生方から分かりにくい表現であるという御指摘をいただいておりますので、キャリア様も方向性を示されるということから、各代理店とキャリア間の議論が進むように、協会としても可能な範囲で御協力は考えてまいりたいと存じます。

以上、全携協からの御説明を申し上げました。ありがとうございました。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。それでは、ただいまの御説明につきまして御質問、御意見等を賜りたいと思います。御発言を御希望の方はチャットのところに合図を出していただけたらと思います。なお、前回までと違って、五十音順で御発言をいただくということは今回は予定しておりませんので、どうぞ御自由に御発言をいただきたいと思います。

それでは、近藤構成員から発言希望です。近藤構成員どうぞ。

【近藤構成員】 近藤でございます。データが切れる前に一言。コロナのとき、本当に丁寧な御対応、御説明ありがとうございました。感謝しております。実は、お店に行けないので一生懸命オンラインで携帯を買おうとして、物すごく苦勞しまして、とても大変でした。ぜひとも、可能でありましたら、お店とショップが連携する形で、個々の、例えば横浜の何々店にもオンラインショップがあって、そこでも買えるし、リアルにも買えるというような仕組みを検討していただけたらありがたいなと思っておりました。公式のオンラインショップは、本当に品数も少なく、しかも売り切れで、買いにくく、手続も難しいです。とてもシニアには買えません。何とかその辺を御配慮いただけたらと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。今、木村構成員、北構成員、長田構成員、西村構成員から御発言希望が来ておりますので、その順序で発言をお願いします。

まず木村構成員、よろしくお願いします。

【木村構成員】 主婦連木村です。よろしくお願いします。質問ですけれども、7ページに、全携協さんがアンケートをされたということで、具体的にここの改善案とか要望というのがどういうものが出されたのかというのを教えていただきたいのが1点。

それから、9ページのところで新たなスマホ教室とあるのですが、これはどういったことを想定されているのか、今の段階で考えていることで結構ですので、教えていただきたいと思います。

以上です。

【新美主査】 この2点について、俣野様、よろしくお願いいたします。

【全携協】 新たなスマホ教室のほうからでございますけれども、今、キャリアさんという御相談をさせていただいておるところでございますけれども、ウェブを使ったウェブ会議によるようなものですか、というようなところが今後我々が検討していかなければいけないところかなというふうに考えております。

それから、アンケートの結果でございますけれども、やはり感染症への不安というようなものが一番多く寄せられました。これは申し上げにくいですが、お客様もマスクをさされずに御来店になる方等々が相当たくさんいらっしゃいまして、それから、不要不急の御来店をお断りしていたのですけれども、不要不急とはいえ、個人的にこれが必要なんだと思われる方が多いのかも分かりませんが、本来的には急ぎではない業務でも、いやいや、これを聞きたいというふうに来られるようなところで、相当クレームがそこで起こってしまうというような状況がございまして、そういうようなところに大きくストレスを感じたところもございます。それから、シフトを2つに分けていることによりまして、通常店舗内でスムーズにコミュニケーションできていたものが、それがどうも障害が出てくるということでストレスを感じたケース、もろもろございまして、あとは自分の生活への不安というようなところも相当上がってきております。雇用形態もいろいろございますもので、そういう不満も結構上がってきておりました。かなり細かく分析をしてキャリアさんとは共有をさせていただいておるところでございます。

お答えになっていますでしょうか。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、北構成員、よろしくお願いします。

します。

【北構成員】 野村総研の北でございます。4点質問がございます。

まず1点目、コロナ禍前までのお話で結構ですが、新法施行後、最前線で頑張っているショップスタッフたちから、私の下にもいろいろ声が届いています。全携協さんにどういう声が届いているのでしょうか。代表的な意見をお聞かせください。

2点目。これもコロナ禍前までの状況でよろしいですが、1ページにありますように、行き過ぎた端末購入補助の鎮静化でMNPが減少。これは代理店さんにとっては新規契約数減、端末販売数減ということで、手数料収入が減少します。一方で、キャリアさんによって差はあるとは思いますが、端末の代理店独自値引きが縮減したので、端末販売1台当たりの粗利は増加し、トータルで見れば減収増益傾向という認識は正しいでしょうか。

3点目。4ページ目に不適切販売についての啓発ビデオのことが書かれております。キャリアさんによる代理店やショップの評価制度やラダー設定などによって、ショップスタッフがお客様に対して過度な大容量プラン無理販したり、オプションや付属品等の過量販売をする、つまり、適合性の原則に反した売り方をせざるを得ないといったショップスタッフやオーナーの声が私に届いています。皆さんのところにも届いていると思いますが、全携協としてこの点はどのような対応を行っておりますでしょうか。

そして最後、コロナ関連についての質問です。特措法では携帯ショップの位置づけが不明確という点について、どのようにお考えでしょうか。私は、携帯ショップは社会インフラとしてしっかりと位置づけるべきだと考えております。

以上でございます。

【新美主査】 以上の4点についてお答えをよろしく申し上げます。

【全携協】 ありがとうございます。まず、4番目のところから順をちょっと入れ替えて御回答させていただければと思いますが、コロナ禍での特措法の指定業種というところでは、これは皆様御存じのとおり、キャリアさんがそういうふうに使われていると思います。販売店においては、これは不要不急の業種なのかというような投書も中に入ったことも事実でございますけれども、スタッフは、相当社会的責任というものを感じてやっておりますので、しっかりと措置をして、感染防止をしっかりとした上で、これは業種に認定いただいてもいいのかなというふうには思います。ただしやはり、スタッフの感染というところには相当の配慮をしなければいけないというふう考えております。

それから、大容量プラン、適合性の原則に反した販売が行われているということでござい

ますが、これは前後で大きく変わったというところの認識ではございません。むしろ、いろいろプランが変わってまいったというところの説明に苦慮したというものがあろうかと思えます。相当数、無理販等々の抑制については、研修といったようなものも、キャリア様もそうですし、各代理店でも実施していたというふうに聞いておりますので、改正法後に急激にこれが増えているという認識は、今のところ持っておりません。

それから、MNPの減少ということで、独自値引きも少なくなった、当然そうでございます。減収でございますけれども、増益になったかどうかというのは、これはすみません、ちょっと代理店個別の問題ですので、業界をトータルしてデータがないもので、ここについては言及はできないということでございますけれども、トップラインが減って、それから経費も減ってきていたというこの事実は捉えておりますので、大きくそんなに痛んでおるといふところでもないのかなと、一部にはいろんな意見がございますけれども。それから、キャリアさん側もいろいろ、このコロナのときもそうですし、その前もそうですし、代理店の経営というところについてはお考えをいただいているというふうにも感じておりますので、ここにつきましては、御指摘の減収、増益なのかどうかというのはちょっとさておいても、全体的にサイズダウンはしておりますけれども、利益に減収ほどの大きなインパクトはないという認識でございます。

それから、新法、改正法施行後でございますが、声というところで、生の声を収集をしているわけではございませんけれども、全体的に予約販売、来店予約というところが相当進んでおりましたので、売り方が大分変わってきているというものがございます。そういう意味では、これからちょっといろんな結果が出てこようかとは思いますが、改正法の前後で何がどう変わったかというのは、申し上げたとおり、ちょっと混乱の上で行政指導をお受けしたというようなところで、ここは相当大きな問題になって大騒ぎにはなっておりますけれども、今、大分収まっておさまってきているというところでございます。前後において、そんなに大きく何が変わったという声をピックアップして集めているわけではございません。ちょっと至らない回答かも分かりませんが、いかがでございましょうか。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、長田構成員、御発言お願いします。

【長田構成員】 長田です。ありがとうございます。

まず1つ目、一番最初に近藤構成員がお話しになったオンラインでの購入の問題なんですけれども、確かに、キャリアさんのオンラインショップというのと別に、代理店がもしシ

ショップを持っていらっしやれば、買うほうもいろいろちょっと安心できるかなというのは、いいアイデアだなと思いました。私もこの期間中に端末を買い替えた経験がありまして、またいずれ細かい話はさせていただきたいと思っていますけれども、困ったときに、この端末を持ってお店に行ってもいいのかどうかといろいろ考えちゃいましたので、それはすごくいいアイデアだなと思いました。

それで、このコロナ時代のいろんな変化の中で、やっぱりオンラインにかなり移行された方々も大勢いらっしやると思うんです。あ、できたじゃないかと。結局私もできたわけなんですね。それで、そのことで、ショップにいらっしやるお客様というのが、ますますオンラインになじまないお客様が増えていくということは、そのお客様に対してかかる時間もかなりかかっていくという。それから適合性の原則から考えても、あれもこれもお勧めすることができないタイプのお客様が増えるというのは、すごくある意味では代理店の皆さんにとっては、これから先のことの御心配があるのではないかなと思っておりまして、そういうことについて、キャリアと話合いをしておられるのかどうか。

それから、先ほどの不適切販売ですけれども、無理な販売をするということは、やっぱり手数料の体系に問題が多分あるんだろうと思いますので、それも含めて、今後の代理店の在り方というのを早い段階から検討していくべきではないかなというふうに思っています。まあ、意見のようなものなので、特にお答えしにくいでしょうから、お答えいただかなくても結構ですけれども、そういうことを申し上げたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。侯野さん、ただいまの長田構成員の御発言についておっしゃりたいことがございましたら、よろしく願います。

【全携協】 お客様がオンライン化のほうに流れていって、お店に来られる方につきましてはお時間を要するというのと、より丁寧な説明をしなければいけないというのは、もう御指摘のとおりでございます。これからもいろいろスキルを高めて、高齢者の方に分かりやすいような説明をしていかなければいけないというふうに思いますし、無理販のところについては、無理販と言われるのがどこからかという問題はありますけれども、いろいろ携帯を使っていただくことで消費者の生活が豊かになるようなものもございますので、御提案という意味ではちゃんとしていかなければいけない、これをどう両立させるかが我々の問題かというふうに認識をしております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、西村構成員、御発言をお願いします。

【西村（暢）構成員】 ありがとうございます。中央大学の西村でございます。質問というのが、事実確認ではございますが、スライド右下番号3のところでございます。特に代理店の値引き上限規制違反ということで、対応策というものが例示されておりますが、3点、言葉の意味についてお教えいただければ幸いです。

1つ目が、1つ目の丸の同一代理店内の全店舗での販売価格の統一といった場合、この販売価格というのは同一機種についてでしょうかというのが1点目でございます。

加えまして、この販売価格の統一を行った際に、各店舗での割引も統一されているんでしょうかというのが2点目になります。

3点目は、2つ目の黒丸のところでございます。本部承認ルール、この本部というのは、代理店の本部という意味でございましょうか。

以上3点の言葉の意味についての質問でございます。よろしくお願いたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それじゃあ俣野さん、ただいまの質問について、お答えいただけたらと思います。

【全携協】 まず1つ目の販売価格の統一ということでございますが、当然、同一機種の販売価格というものでございます。どうやら販売価格が統一できていなかったことによって、同一代理店の他店舗と価格が合わなかったことで、単一代理店で2万円を超えてしまうということが発生していたというものでございまして、御質問のところに関しましては、販売価格というのは単一機種で、なおかつ値引きも含めたところというところでございます。ただ、値引きは、当然のことながら地域間の競争もありますので、恐らく幅は持っているというふうに考えております。

それから、本部承認ルールというのは、あくまでも代理店の本部承認でございまして、複数店舗を統括する本部でもって承認をするんだというようなルールに変えられたというふうに聞いております。

以上、お答えになっておりますでしょうか。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、石田構成員、御発言をお願いいたします。なお、時間の都合もございまして、代理店関係の御質問は石田構成員で最後ということにさせていただきます。それじゃあ石田構成員、どうぞ御発言お願いいたします。

【石田構成員】 全相協の石田です。コロナ対応と、高齢者の対応と、今後の検討課題と

で、かなり高齢者について考えていただけているということで、ありがたく思っております。あと、無理販の問題についても御回答をいただきましたので、積極的にそのように進めていただきたいと思っております。

1つ、消費生活センターの相談で高齢者の方で、コールセンターに電話をかけると、番号を選択している段階で、どこを選択したらいいのか分からないし、また元に戻ってしまうので、電話で聞こうと思ったけど分からなかったという方がいらっしゃいます。今後の検討課題のところが高齢者でも分かりやすいIVRとお書きいただいているんですけども、なかなか質問まで行き着かないといったようなこともありますので、何度も番号を選択しなくても質問ができるところに行き着く設定にさせていただきたいと思います。以上です。お願いです。

【新美主査】 御要望ということで承っていただくということですね。

どうもありがとうございました。先ほど申し上げましたように、時間の都合もございましたので、代理店関係のヒアリングは以上とさせていただきます。

それでは続きまして、電気通信サービス向上推進協議会、広告表示適正化ワーキンググループの主査でいらっしゃいます花岡様、そして一般社団法人電気通信事業者協会調査部長、奥田様から説明をよろしくお願ひしたいと思ひます。どうぞお願ひいたします。

【サ向協】 サ向協の花岡です。構成員の皆様、いつも大変お世話になっております。これから3点、広告関係について御報告を差し上げますけれども、いずれも6月18日の消費者保護WGで御報告させていただいたものとほぼ内容同じですので、今日はコンパクトに進めてまいります。

まず、お手元資料の2-2-1ですけれども、自主基準ガイドラインの改定、これは何度もお聞きになっている方には大変申し訳ございませんが、スライド2、最新の1.3版は今年の2月27日に公表済みでございます。

スライド3です。意見照会もかけておりまして、総数23件、修正が12件、参考11件という状況です。

また、スライド4ですが、パブコメもかけておりまして、意見総数が2件、2件とも修正を付しております。

そしてスライド5番、今般の実施基準ガイドライン1.3版の方向は以下の3点です。店頭広告表示、それから条件付最安値訴求、ウェブ広告の注釈、この3点についてでございます。

スライド6です。まず1点目の店頭広告表示、こちら何度もお話ししておりまして恐縮

ですが、店頭での料金表示の留意点と、消費者庁の公表文書について参照を追記しております。

スライド7番でございますが、条件付最安値訴求に関しては、比較的ボリューム多く追加しております。特に、真ん中辺りの赤い指の2つ目のところに、例として、固定回線の契約が別途要するような割引、あるいは複数回線などでの契約が必要だというときの打ち消し表示の在り方、その1つ下ですけども、従前より大分問題になっておりました何々放題あるいは無制限などの表示についての注釈の在り方について記載が追加されております。

続いてスライド8ですが、ウェブ広告の注釈の入れ方、こちらは注釈が離れている場合や、アコーディオンパネルの中にあたりする、こういうことに関しては注意が必要だということ。こちらは、ここ数年の事業者に対する行政処分等を見ておりますと、ウェブサイトの記載の仕方が課題になっておまして、③の方向で追加させていただいております。

スライド9ですが、こちらの改定は即日の施行ですけれども、それは事業者によって広告の差し替えタイミングがいろいろあるかと思っておりますので、できるだけ早いタイミングで反映していただくようお願いをしております。

以上で資料2-2-1は終わりますが、10スライド以降に細かい修正箇所をアペンディックスとして入れておりますので、御参照ください。

続きまして資料2-2-2へいきます。消費者モニターに関してです。こちらは条件付最安値広告のテレビ表示、こちらは10種類、昨年度の広告ですが、インターネット調査にかけておまして、どのぐらい分かりにくさがあったのか、あるいは文字の読みにくさがあったのかということ調べております。

大分飛びまして、スライド5からですけれども、調査にかけているCM10パターン10本がスライドに入れてあります。5から14まで、こちらが10本のCMでございます。

スライド17へ飛んでいただきまして、調査のサマリーですけれども、まず、どのぐらい理解されているかですけれども、黒囲みの上から2個目、緑の丸印、全体の約2割の方が正しく理解されておりました。1つ目の赤丸印ですが、逆に、2割の方が間違って理解されていて、3点目の黄色の印、おおむね6割強の方々が理解もできていなかったという状況で、誤りが2割、正しくが2割、そして理解ができなかったが6割という結果になっております。

一方で、表示に関しては表の中に赤い囲みをしているところが3点ございまして、分からない用語がある、あるいは場面の切替えが速くて追いつけない、記載に気づかないといったような声も上がっております。

スライド18ですけれども、フリーコメントがたくさんありまして、多数出ているものをここに列挙してございます。例えば上から2つ目が、文字表示だけではなくナレーションでもという指摘や、3個目、画面の切替えが速過ぎて文字が読めない、あるいは少し下に下りていただいて、黄色の帯、CMの前半の部分でもサービスの説明、セリフ、ナレーションといったものを入れる工夫をしてほしい、ちょっと前半がボリュームミーという意見です。それから、文字が多くてぱっと入ってこない、あるいは一番下ですが、料金に何が含まれているかが分からないというような指摘もありました。以上が、そうしたモニターに関してになります。

続いて資料2-2-3ですが、店頭の写真オーディットです。スライドの1をお願いします。これは3点、サ向協からお話しさせていただきますが、まず、事業者が2018年12月にルール強化をしているという前提があって、その事後チェックも事業者さんが頑張っておこなうというのがあります。なので、その事後チェックが適切に行われているのかというのをサ向協としては半年に1回オーディットさせていただくということです。

アドバイザー委員会に御報告させていただく予定にしておりましたけれども、コロナで今、開催が保留になっております。次回の開催については、オンライン開催も含めて、今、委員長の平野先生とも御相談を進めておるところでございます。今日は、そういった観点でアドバイザー委員会にまだ報告を付しておりませんので、TCAの奥田様から、2スライド目以降の御説明をしていただきたいと思っております。

では、奥田さん、よろしく申し上げます。

【TCA】 TCA事務局奥田から御説明いたします。では、説明させていただきます。

TCAのスライドは、3ページから7ページまでありまして、3ページ目と4ページ目が2019年度上期、5ページ目6ページ目が下期の調査結果としましてサ向協に提出した報告書になります。違反店舗数と典型的な事例と措置について記載しております。時間の関係で、最後の7スライド目を基に御説明をさせていただきます。

まず上期なんですけれども、これは、最初の取組だったということもありまして、2019年度4月から9月までの分を下期になって各社で取りまとめたものです。主なものとしては、⑤にある、お客様にとって不利益事項も記載しているか、この辺の記載漏れですとか注釈不足というところが、事例として目立ったものがありました。その結果を基に、各社で事例などを共有しながら意見交換して対策を実施しまして、事業者によって、指定フォーマットの運用ですとか、あと監査方法を充実したりというところの見直しを行いまして、

それを基に下期に取り組んだ結果、違反店舗数として26店舗、全体的にも減少傾向になったというところがあります。もちろん、環境変化としまして事業法改正などもありましたので、それによる影響も大きかったとは思っているんですけども、一定の効果はあったのかなというところもあり、引き続き事業者同士で情報交換をしながら、適正化に向けて取り組んでいきたいというふうに考えております。

なお、前回6月18日の第21回のワーキングのときに、森先生よりコメントをいただきました、重複店舗が上期と下期であったのかというところにつきましては、重複店舗はなかったということで確認いたしましたので、報告いたします。

TCAからの説明は以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございました。サ向協さん、TCAさん両者からの御説明をいただきました。この点について御発言、御質問、御意見ございましたら、よろしくお願ひします。御発言希望の方はチャットのところで合図をください。

それではまず、長田構成員、御発言をお願いします。

【長田構成員】 ありがとうございます。御説明をいただいた消費者モニター調査、前回お話を伺ったときにも非常に興味深く結果を見ました。これはインターネット調査なので、既にスマホなども使っている方が多く、広告を見られていても、これだけ理解できないという非常に興味深い数字でした。

念のための確認なのですが、これは今後も続けていくということによろしいんですね。それぞれそのときそのときのテーマを見つけて、この消費者モニター調査というのは継続するのではよねという確認が1つです。

それから、やはりこれも前の会議のときに出ていた頭金問題、広告表示のところ課題があると思うので、それについては、サ向協で何か今後検討する予定があるのかどうかを教えてください。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは今2点ほど質問があったかと思いますが、サ向協さんあるいはTCAさん、どちらでも結構ですので、お答えよろしくお願ひします。

【サ向協】 では、サ向協花岡から回答させていただきます。

まず、消費者モニターに関してですけれども、今後継続するかどうかというのは、まだ決めておりません。で、今回10本のCMを調査にかけましたけれども、10本のCMが、そ

それぞれ違う数字が出ているかというところ、意外とそうでもなくて、その2割、2割、6割というところに割と近い結果が出ております。ということは、多数のCMを見ても傾向値は近いのかなというところが1つ想像としてはつくんじゃないか、これは調査会社からもコメントしてはありました。一方で、自主基準の改定が完了したのが2月末でございまして、調査にかけているCMはそれ以前のものになりますので、長田先生がおっしゃるような経年の確認が必要なのかもしれません。こちらは4団体の事務局あるいは広告表示適正化ワーキンググループのメンバーと今後どうするのかをこれから相談したいと思っております。こちらがモニターに関してです。

頭金に関してでございますけれども、頭金の表示問題については、店頭で今どのように表示されているのか、その実態の正確な把握が必要だなというふうに考えています。また、それに加えて、懸念点や問題がどこにあるかなというところの明確化も必要だというふうに考えています。なので、サ向協としては、それらの明確化のためにも、まずTCAあるいは事業者各社様へのヒアリングないし意見交換、こういったものを行いたいというふうに思っております。

以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、森構成員にお願いしますが、森構成員の後、平野構成員、黒坂構成員が発言希望ですので、今の順序で御発言をお願いします。まず、森構成員、よろしくをお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。御説明ありがとうございます。私も、何度も同じようなことを言って申し訳ないんですけど、できるだけ重複を避けて申し上げたいと思っておりますが、2-2-1の8ページですかね、不適切事例の追記ということで、要は、打ち消し表示をするときに、すごく限定的な場合にだけ条件付最安値になる場合は不適切事例として追記いただいたと思っております。これはもう全く正しい方向だと思っております。やっぱり発想として、もちろん非常に安くなる場面というのがあるんですけど、それが限られている場合に、そこで訴求するのは無理という、それはやっぱりなかなか無理筋でございまして、そういうときは、頑張って打ち消そうということよりも、むしろその訴求のほうが無理だということだと思うんですね。それは同じことが動画広告についても言えまして、全体としてどうしても尺が短かったりする場合には、それはやっぱり安い、速いという条件で訴求するのは難しく、イメージ広告のようなものになるんだろうというふうに思います。訴求自体が無理、頑張って打ち消そうとしてもどだい無理だなというところが、やっぱり基

本的な今の法制度との間のギャップといいますか、法律の考え方との間の開いている部分なのかなというふうにちょっと思います。そこが1点目です。

あとは、T C Aさんに重複店舗の調査をしていただきまして誠にありがとうございました。重複がなかったということによかったと思いますし、納得もいたしました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、平野構成員、コメントをよろしくお願いします。

【平野主査代理】 中央大学平野でございます。私からはコメントというか、広告表示アドバイザーの議長を務めさせていただいている経験から、ちょっと皆さんに情報共有したいということでございます。2点ございます。

1点目が、資料2-2-1に出てきました、言葉の使い方の例えば放題とか無制限とか、こういう言葉は、手を替え品を替えいつも問題になって出てきます。いたちごっこのような自主規制になりますので、そのような誤謬を生むような表現は今後差し控えていただきたいと、これは広告宣伝業の皆さんに特に自重していただきたい、そういうような意識がないと、これは終わらないというふうに思っております。

もう一つが、資料の2-2-2のモニターのほうのことでございますが、その18ページの、いろんな分からない言葉、表現がありましたということで、場面の切替えがテレビの場合も速過ぎて分からない、これも永遠の課題でございます。常に我々はアドバイザーのほうに出てくるよろしくないかもしれないという事例というものは拝見させていただいて、常に画面の切替えが速過ぎて分からないというのがあります。ここも根本的にどうすべきかを、対応を考えていただきたいというのがお願いでございます。

2点目でございます。あるところから仄聞したんですが、どうも企業様、事業者様等々で、この宣伝をつくるときに、コンプライアンス部門からのアドバイス、すなわち、こういう表現はまずいんじゃないんでしょうかのようなアドバイスをちゃんと重視していないというような声を聞きました。我々アドバイザーをやっているとして、何で問題が直らないのかな、常にこんないつも我々いろいろアドバイスしているのにと。恐らくそういう構造的、社内的問題があると思います。その改善もよろしくお願ひしたいということです。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、黒坂構成員に発言をお願いしますが、時間の都合で今日のこの広告表示については、黒坂構成員の御発言で取りあえず

は閉めたいと思います。それでは黒坂構成員、よろしくお願いします。

【黒坂構成員】 はい、慶応大学黒坂です。私からは、サ向協の皆様への意見と、あと事務局に質問といいますか、御意向を伺いたいということが1点ずつです。

資料2-2-2の調査でございます。これは非常に、前回は申し上げたかもしれませんが、素晴らしい調査だと思っております、その観点で、3つほど御検討をお願いしたいことがあります。

1つは、サンプル数をもう少し増やしていただきたいということです。費用の都合等もあるかとは思いますが、全体で言うと、今816サンプルですけれども、セグメントで分けていくと、サンプル数が必ずしもそれぞれのセグメントで十分ではない可能性があるというふうに思っております。高齢者であるとか、あるいは若年層であるとかということところが消費者行政の場合は常にフォーカスされる場所ですので、こういった方々がより正確に把握できるようにサンプル数を増やすということは検討いただけないかということが1つです。

2つ目が、調査の継続をお願いしたいと思っております。これは、できるだけ長い間継続いただきたいということもありますし、あともう一つ、できれば季節変動を見たいと思っております。なぜかといいますと、携帯業界はやはり春商戦が一つ大きな山場であるということと、先般はiPhoneの新機種が発表されるのが大体秋ですので、できればこの秋・春は、状況が違う、コマーシャルが打たれるものも違うということを含めてやっていただけると非常にありがたいなというふうに思っております。

3点目、これはもう少し結果が蓄積されてきてからかもしれませんが、他分野、他産業との比較分析もぜひ行っていただきたいと思っております。その際に、金融、とりわけ損保、生保という辺りは比較対象になるのではないかなというふうに思っております。これは、特に消費者行政の観点で言いますと、適合性原則とKYCというのが金融分野由来であるということと、それに由来している以上、特に損保については、商品の性質が比較的近い、あるいは販売方法が近いというようなところもあろうかと思っておりますので、この損保、生保という辺りを少し意識して比較していただくと、非常に有効な考察ができるのではないかなというふうに思いました。

あとは事務局、総務省の皆様への御検討いただきたい事項なんですが、ここまでいろいろ私、サ向協の皆さんにあれもやってほしい、これもやってほしいと申し上げていて気づいたんですけれど、これは総務省としてもぜひ調査していただくということは、調査事業として

いろいろやっていただくということはあり得るのではないかなというふうに思っております。サ向協の皆さんと総務省がそれぞれ同じテーマで別々の調査をするということも、この分野については考えてもいいことかもしれませんので、そういった観点でぜひ御検討いただけないかというような、半分お願い、半分意見みたいなことでございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それではまず、サ向協さんのほうに3つほど質問ないしはお願いがありましたが、これについてお答えいただいた後、事務局のほうから、総務省としてどういう対応かということ伺いたしたいと思います。ではまずサ向協さん、よろしくをお願いします。

【サ向協】 サ向協花岡です。黒坂先生から御指摘いただいた3点、まずサンプル数を増やす、こちらは全く御指摘、御想像のとおりでございます。費用の観点で、今回の数字は、調査会社と大分相談しまして、予算の中でぎりぎりのところを今回はサンプル数としております。

それから2点目の調査の継続は、長田先生からの御指摘のときと同じだと思いますけれども、今後、サ向協の中でも検討していきたいと思っております。

それから、結果の蓄積ですけれども、こちら、場合によっては4点目と関わってくるかもしれませんが、やっぱり調査は、御指摘のとおりで、いろいろと横の比較をしていくということでその正確性とか客観性が上がっていくんですけども、と同時に支出も伴ってしまっていて、この辺りがなかなかジレンマかなというところなんです。

こちらから以上になります。

【新美主査】 どうもありがとうございます。それでは事務局のほうから先ほどの質問についてお答えがあれば、よろしくをお願いします。

【梅村消費者行政第一課長】 消費者行政第一課長の梅村でございます。広告表示の関係につきましては、WGでも、営業であって表現行為でもある部分も配慮しながら、この問題にどうタッチしていくかというのを議論してきたところだと思っております。それで、こういう段階での調査などの状況も踏まえつつ、必要に応じて国としても調査する必要があるのかというのは、今後必要に応じて検討していくことになるのかなと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、広告関係のヒアリングは以上とさせていただきます。

続きまして、端末関係のヒアリングに入らせていただきたいと思います。最初に各社様から御説明をいただいた後、まとめて質疑、討議に移りたいと思います。

それではまず、一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会事業推進部長の芦原様から御説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【C I A J】 情報通信ネットワーク産業協会の芦原と申します。それでは、資料2-3ベースで説明させていただきます。

1ページめくっていただきまして2ページ目になります。携帯電話の国内の出荷状況ということで、2019年度をまとめております。まず、グラフの説明をいたしますと、表1と表2があります。表1のほうは国内メーカーのスマートフォンの国内出荷台数、台数になっております。2016、17、18、19ということで、月ごとの折れ線グラフで記載しております。表2のほうは、これは海外メーカーの携帯電話の国内出荷台数ということで、こちらは推計になります。出どころとしては、財務省さん、また経済産業省さん等の資料をベースにC I A Jのほうでまとめたものということでお考えいただければと思います。この折れ線グラフを見ていただきながら、言葉のほうで私のほうが説明します。

まず、2019年の2Q、3Qにかけてですけれども、これは前年同期よりも出荷量は減少しているというところはこのとおりです。国内メーカー製では2Qから減少しているというところがありまして、これは改正法を前にした買い替えの様子見とか、通信事業者様の在庫整理があったためと思われるというふうに分析しております。3Qについては、出荷台数は増ということになっております。ただ、出荷金額は減ということで、今回、冬春モデルの新製品の発売、また、3Qのキャリア各社様の巻き取りキャンペーン等があったためと思われるということでございます。海外メーカー製については、9月に向けて駆け込みが見られたということでもありますけれども、3Q以降は、下のグラフにありますようにちょっと低迷が見られるという状況でございます。4Qにつきましてですが、4Qは2月に大幅な出荷減となっております。これは、新型コロナによる海外の生産、特に中国、東南アジアだと思っておりますけれども、そこでの部品または組立て等の生産が低迷したためということで考えております。新年度に入って、3月、4月で持ち直しはあったものの、需要全体としては減少しているという状況でございます。海外メーカー製も同様で、新型コロナによる海外生産の低迷で2月が落ち込んだ後、3月は出荷増という状況になっているという状況でございます。これが2019年度の出荷状況に関する内容になっています。

続きまして、御質問いただいた内容に回答させていただきます。3ページになります。5

つの御質問をいただいておりますので、そのそれぞれについて回答させていただきます。

まず1つ目、改正電気通信事業法の施行後の端末販売の状況はどのようになっているのかということに対してですけれども、10月以降なんですけれども、先ほども説明しましたとおり、出荷台数が増えていて金額が減っているということで、ロー、ミドルのレンジの携帯端末を中心に持ち直しの傾向は徐々に出てきたかなというところではあったものの、新型コロナによる海外の生産が2月に低迷したということがありまして、年度需要により3月、4月で持ち直しがあるが、その後は国内の外出自粛及びお店の営業時間の短縮等もあって、国内の個人消費も大きく落ち込んだということがありまして、携帯端末も同様に低調になっているという状況でございます。そういう意味では、今回、改正法の施行の状況という意味では、コロナの影響が今かなり大きくて、現時点ではちょっと判断は難しいかなというふうに思っております。この状況がいつ回復するかということもありますけれども、当面続くというところが考えられまして、もう少し長期的な視点で見ていく必要があるのではないかとこのように思っております。

(2)になります。これが新型コロナウイルス感染症による端末販売への影響はどのようになっているのかという御質問になります。上記と同様に個人向けが落ち込んだというのがあります。ただ一方、法人向けではテレワーク等もありまして、モバイルルーターとかタブレットが若干増加したというような傾向が見られているというふうになっております。

3点目、SIMロック解除についてどのように考えているのかということでございますけれども、現状の端末の出荷に関してはさほど影響は出ていないという状況ではございます。ただ、MVNOブランドや大手キャリア様のサブブランド等では、SIM単体での販売比率が若干上がったかなということで、それに伴って、一部端末販売が減少しているように見受けられるというふうに分析しております。

4点目、SIMフリー端末及び中古端末などの端末の流通の多様化についてどのように考えているのかということでございますけれども、通信事業者様の販売代理店への手数料、販売促進費というのがやはり大きくて、中古端末やSIMフリー市場が大きくなったと、日本市場で大きくなったという印象はあまり見えていない状況でございます。中古市場の今後の成長に当たっては、ユーザーが安心して中古端末を使えると、そういうようなことを考えた環境整備を今後も引き続きやっていくことが必要ではないかということでございます。

5点目になります。その他モバイル市場に関して課題となっていることはないかということでございます。ここは、5G端末の発売というのが今回ありましたけれども、新型コロ

ナの影響があったとはいえ、高価格帯の端末が多いというところがあって、今のところユーザーが様子見しているという状況で、低調なスタートになっているという状況でございます。一方、海外では、国策として、コロナを契機に5G普及促進を進めている国もありますので、そういった意味では、国際競争力の維持・強化及び国内の5G端末の普及促進のために、さらなる国としての様々な施策が必要ではないかと、重要であるというふうに考えております。

発表は以上になります。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、Apple Japan合同会社政務部本部長の小林様から御説明いただきたいと存じます。よろしく申し上げます。

【Apple】 どうもありがとうございます。よろしくお願いいたします。

本日は、私どもに意見を述べる機会をいただきましたこと、改めて感謝申し上げます。昨年、総務省様が電気通信事業法改正に係る意見を募集された際、私どもは意見を提出させていただきました。私どもの見解は、その際から変わっておりません。そこで、本日改めて私どもの見解を述べさせていただきますとともに、私どもが意見を提出した後に生じた携帯端末市場の状況についても触れさせていただきたいと思っております。

1枚おめくりください。弊社の目的でございますが、世界で最も優れた製品を作り出し、自分たちが生まれてきた世界をさらによいものとして次世代へ残すことを社是、社の目的といたしております。お客様によって様々な御要望をお持ちかと思っております。そのためにも、私たちは多種多様な製品と価格帯を御用意させていただいております。健全な競争がある市場では様々な選択肢があることが重要です。しかしながら、このたびの改正により競争が一部抑制され、以前と比較して高い価格で、より少ない選択肢からしか日本のお客様が選べない状況が生じているのではないかと懸念をしております。

1枚おめくりくださいませ。事業法の改正の影響について、市場全体の観点から御説明させていただきます。

まず、端末価格です。通信と端末の分離により、端末購入に当たってのユーザーの負担は増えています。MNOのうち1社のケースでは、2018年発売のiPhoneXRは、月々サポート、すなわち端末購入補助が適用されておりましたが、2019年発売のiPhone11では、それがなくなりました。このため実質負担額は、3万6,600円から7万9,200円に大幅に上昇いたしました。なお、アップル社としては、2019年発売のiPhone11では、前年

のiPhoneXRと比べて、発売価格を8万4,800円から7万4,800円に引き下げ、お客様がよりお求めやすくなるような価格で御提供するように努めております。

次に、MNPについて御説明させていただきます。改正電気通信事業法が適用された2019年10月以降、MNPを利用したキャリア間の移動は大幅に減少いたしております。適切な競争の促進によりユーザーの選択肢が広がったのであれば、実際の移動も促進され、すなわちMNPが増え、キャリア間の競争が促進されると考えられますが、実際はそうになっていないのではないかと懸念をいたしております。

最後に、トータルコストです。携帯電話に関する支払いのコストがトータルで安くなっているかどうか、すなわち通信料金と端末代金の負担総額が減っているかが、ユーザー様から見た改正法の効果だと考えております。そのため、通信料金だけではなく、ユーザーの端末料金を含めたトータルコストの推移を検証する必要があるのではないかと考えております。なお、通信料金につきましても、以前のワーキンググループの資料において各社の最大容量プランの推移がまとめられておりますが、一般的なユーザーの通信量の中央値が3ギガバイト程度と想定されることを踏まえ、様々な利用ケースにおけるトータルコストの検証が求められるのではないかと考えております。

1枚おめくりくださいませ。次に、事業法改正の弊社への影響につきましても簡単に御説明申し上げます。本資料は、事業法が施行された2019年10月から12月の四半期決算の数値を、前年同月と比較したものでございます。アメリカ、ヨーロッパ、中国と他の地域が、全て前年比増となっているにもかかわらず、日本の売上は前年比10%のマイナスとなっております。

1枚おめくりくださいませ。続きまして、新型コロナウイルス感染症の影響について御説明申し上げます。世界規模でiPhoneの生産が一時的に滞り、大きな影響を及ぼしました。iPhoneの製造拠点は中国・武漢にはありませんでしたが、これらの製造拠点の生産再開には多くの時間がかかりました。この結果、iPhoneの在庫不足は、弊社の全世界での売上、さらには日本における売上に影響を及ぼしました。2020年1月から3月期の全世界の売上を見ますと、iPhoneは前年比でマイナス6.73%、iPadは同マイナス10%となりました。好調だったサービスやウェアラブル製品により、全世界の売上は前年比プラス1%となりましたが、日本では本法改正の影響も重なり、同マイナス6%に落ち込んでおります。

続きまして、在庫に関するルールについて、弊社の意見を述べさせていただきます。アップルでは、日本のお客様がスマートフォンを購入する際に、様々な選択肢を御提供しており

ます。iPhone11やiPhone11Proなどの最新モデルを御購入いただくこともできますし、iPhoneXRや8といった前の世代のモデルをお選びいただくこともできます。これらの前の世代のiPhoneは、お客様がアップル製品に期待する品質、安全、体験を、より低価格で御提供しております。

アップルでは、前の世代の製品を通じて様々な価格帯を設けることにより、お客様に最適なiPhoneを選べる自由を御提供させていただいております。このアプローチがアップルと他のスマートフォンメーカーとの違いを生み出しております。1つの世代の製品群の中に、様々な品質と多くのバリエーションを設けるメーカー様があります。一方、アップルは、世代ごとにベストな製品のみをお届けいたしております。私たちは通常、1年に1度または2度、最新のiPhoneを発表いたしております。そして高品質な前の世代の製品を安価で販売することを通じて、様々な価格帯の製品をお客様に御提供いたしております。このアプローチは、電気通信市場における消費者利益を保護し、競争を促進するという、電気通信事業法の目的をより積極的に実現してきたと自負いたしております。

昨年提出いたしました意見でも述べさせていただきましたとおり、最終調達から一定の時間が経過し、製品の製造が中止された場合、この場合にのみ80%の割引を認めるという現行ルールは、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る企業のお客様を不当に扱うものです。私たちは、製品の発表からXX月を経過した製品全てにおいて割引の提供を許容することが、日本のお客様、そして日本の携帯端末市場にとって、より公正かつ公平な制度であると考えます。

続きまして、ポストコロナ、ウイズコロナという新しい社会制度に不可欠な5Gの普及について、弊社の意見を述べさせていただきます。まず、5Gはソサエティー5.0を担う基盤であることについては、皆様に御異論はないかと存じます。ここで重要なのは、インフラと端末は車輪の両輪であるという点でございます。令和2年度税制改正大綱では、5Gシステムの導入を促進するための税制支援策、すなわち5G導入促進税制が盛り込まれました。5Gについて、経済社会や国民生活の根幹をなす情報通信インフラと位置づけ、5Gシステムの構築を国家戦略として進めると明記されています。税優遇は5G基地局などへの設備投資額に対して、15%を法人税から控除するということが規定されております。

一方、このように立派な高速道路を造っても、その上を走る車がなければ、宝の持ち腐れになってしまいます。すなわち、5G端末向けの例外措置が必要と考えます。電気通信事業

法第27条に、5G端末普及促進の観点から、5Gへの乗換えとして購入する端末について例外を設ける等の措置が必要ではないでしょうか。例えば、5G端末に限り、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定率として規定する等は検討に値するのではないのでしょうか。

最後に、エビデンス・ベースト・ポリシー・メーカーの必要性について、時間が超過しておりますことから、1点のみ意見を述べさせていただきます。

私たちは、消費者の選択の自由と市場の健全性を守るという総務省様の目標に同意をいたしております。しかしながら私どもは、新しい法規制の一部は逆の効果をもたらしかねないのではないかと懸念いたしております。このため、正確に本政策の効果を把握することが必要と考えます。具体的には、構造推定等の経済学的手法を用いて、通信と端末の分離を政策的に行った場合と、政策的に行わなかった場合の需要関数をそれぞれ推定し、本政策の効果を検証することが必要ではないかと考えております。大橋先生をはじめとしたEBPMの専門家が本ワーキンググループのメンバーとしておられますので、本ワーキンググループにおいて実証的な検証が行われることを期待いたしております。

すみません、お時間を超過いたしました。以上でございます。御清聴ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、クアルコムジャパン合同会社シニアディレクター・政策渉外本部長の土井様から御説明を頂きたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【クアルコム】 クアルコムジャパンの土井でございます。本日はよろしくお願い申し上げます。

弊社はスマートフォンのチップや通信モジュールを主に提供している企業でございます。時間も限られてございますので、早速ヒアリング項目への御回答に移ってまいりたいと思っております。

1ページめくっていただきまして、1問目でございます。まず今回の改正電気通信事業法の端末販売への影響につきましては、後ほど、2問目のコロナの影響も含めました2022年までの市場予測をお示しいたしますが、当社は端末を販売しておりませんので、この御質問につきましてはお答えできる立場にないというのが正直なところになると存じます。

続きまして、2問目のコロナの影響でございますが、一部のお客様につきましては、確定発注の手控えという動きが見られるのは事実でございます。ただ、詳細な数値の変動幅につき

ましては、私どもは米国ナスダック市場に上場しておりますクアルコム・インクの連結子会社でございますので、ちょっとインサイダー情報ということになりますので、詳細の開示は控えさせていただきます。

3問目です。SIMロックにつきましてでございますが、私どもでは、この関連の製品をあまり扱っておりませんので、特定の知見を有しておりませんことから、お答えは差し控えさせていただきますと存じます。

次のページに参りまして、端末流通の多様化についてでございます。私どもは日本の自由市場でビジネスをしております企業として、自由競争の原理というものを常に尊重しております。そして、この流通の多様化というものは自由競争の原理の重要なファクターの1つであるということを十分に認識しております。しかしながら、当社としましては、過度に発達した中古市場というものは、時として新品の市場を傷つける可能性があること、例えば大手古本チェーン店が日本のあちこちで、まちの小さな本屋さんを駆逐してしまったというような事例が過去実際に発生したことを、この機会に御指摘申し上げたいと存じます。

次のページに参りまして、5問目のモバイル市場の課題でございますが、同じく自由市場の原理を尊重する立場から、当社は、本来市場原理によって定まるべき端末補助金に対して、規制によって上限が設定されることは適切ではないと考えております。さらに、イノベーションを促進し、国策でありますソサエティー5.0を実現させていくためには、生産性の向上等の利便性をもたらす5G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であります。現在の端末補助金規制は、むしろこれに逆行しているのではないかと考えております。そのような戦略的政策なしには、我が国は5G時代において、早晚諸外国に大きな後れを取ることであります。具体的には、ジャストアイデアではございますが、現在の端末補助金規制を5G端末に限って緩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て有効なのではないかと愚考する次第でございます。

続きまして、補足資料を説明させていただきます。次のページにお進みください。

これは外部の著名な調査機関が公表しております、コロナ渦の影響を踏まえた2022年までの5Gスマートフォンの市場規模予測でございます。全世界、日本、米国、韓国、EUを抜き出してまいりました。グラフに3本の線がございまして、点線が19年11月の予測、濃い青の実線が20年2月の予測、薄い緑の実線がコロナの影響を踏まえた最新の20年5月の予測値となっております。

御覧いただきますと、この5つのグラフの中で、全世界の予測はむしろ上振れて、最新に

行くにしたがって上振れていっているのに対しまして、各グラフの中で日本だけが、最新の予測値が大きく下に下がってしまって、しかもこれが2022年に至ってもなお戻らないという予測になってしまっているのがお分かりいただけると思います。これは当社の予測ではなくて、世界的大手の市場調査機関の予測でございます。そこが日本の現状を調べて、このまま行くと日本だけ5Gはこうなると、こうなってしまうというふうに予測しているということでございます。

次のページに参りまして、こちらはOECDが作った、コンシューマー・コンフィデンス・インデックス、消費者信頼感指数という、消費者のマインドを示した指数の各国別の遷移をまとめたグラフでございます。一番上の赤が中国、中ほどオレンジが米国、その下の青がEUで、一番下の紫色、激しく落ち込んでいるのが日本でございます。こちらを御覧になっても、日本がコロナ渦から回復して、5Gの普及を進めていくためには、何かよほどのインパクトのある手段が必要だということが言えるのではないかと愚考する次第でございます。

当社からは以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、一般社団法人リユースモバイル・ジャパン代表理事の栗津様から御説明いただきたいと存じます。よろしく申し上げます。

【RMJ】 御紹介恐れ入ります。RMJの栗津です。本日は発表する機会をいただきまして、誠にありがとうございます。資料2-6の1ページの目次内容を中心に御説明させていただきます。

2ページ、RMJは本年4月7日、一般社団法人化いたしました。現在27社が加入しております。リユースモバイル市場の健全な発展及び消費者保護を目的といたしまして、安心・安全な流通の促進を行うことを目的として、引き続き、策定したリユースモバイルガイドラインや認証制度の普及促進に尽力してまいります。

5ページをお願いいたします。改正電気通信事業法の中古市場への影響についてですが、昨年10月の改正法施行後、10月から3月のRMJ正会員売上高は、前年同期比116%となりまして、約135億円に増加しております。また6ページ、会員の41%が、施行後、販売状況が増えたと、ポジティブな回答をしております。

続きまして、8ページをお願いいたします。新型コロナウイルス感染症の中古市場への影響に関しましては、約6割の会員が増加または影響を受けなかったと回答しております。その要因といたしましては、コロナ対策によるテレワーク需要でございます。勤怠管理や業務

連絡用に、縛りがなく安価なスマホを購入する事例も増加いたしまして、ガラケーも急激にニーズが高まりました。業界といたしまして、コロナ対策は会員企業全てが3密防止等の対策を実施いたしまして、10ページに取組事例を紹介しております。

続きまして、12ページをお願いいたします。SIMロック解除の影響についてでございます。約90%の会員が、SIMロック解除がリユースモバイル流通促進につながるということを回答いたしました。回答の要因といたしましては、ロック解除により消費者の選択肢が増加するなどの意見が出ております。その一方で、SIMロック解除の消費者認知度や対応バンドの情報開示についてなどを課題として感じております。また13ページ以降には、業界の取組状況を書かせていただいております。

21ページをお願いいたします。リユースモバイル事業者認証制度に関しまして、今回新たに、バッテリーに特化した追加認証制度でありますリユースモバイル事業者認証(バッテリー関連)を加えました。こちらに関しましては、一般消費者が一番不安視するバッテリーの状態を検査し、そして検査結果を表示して販売する取組を事業者に進捗することを目的としております。新型コロナの影響で開始が遅れましたが、8月頃には第1号の認証事業者が出る予定となっております。

27ページをお願いいたします。私どもリユースモバイル市場の側面から感じているモバイル市場の課題をまとめさせていただいております。

最初に、ネットワーク利用制限の在り方と運用ルールの見直しでございます。現在の仕組みでは、端末の前所有者が債務不履行になりますとネットワーク利用制限がかかるため、現在の所有者である善意の第三者がリスクを負ってしまう状況にあります。安心・安全なリユースモバイル市場の形成と発展に向けての大きな課題となっております。また、国内のリユースモバイル流通促進へ向け、通信事業者様や仲介事業者様に、国内流通取引窓口設置の御検討に加えまして、SIMロック解除の円滑な確認方法、また大口処理の窓口設置に向けた御検討等いただければ幸いです。

次に、こちらに関しましては難易度が非常に高いと理解しておりますが、キャリアショップ店頭でのデータ消去サポートや、あらかじめメーカー様によるデータ消去やフェリカ消去機能を端末に実装することも、消費者が安心して端末を2次流通に向けてくださるポイントになるものと考えております。

そして日本国内では、海外とは異なり、メーカー様からダイレクトに純正品の修理部品が入手できないため、国内ではリファービッシュやリペアが広がらないなどの課題もござい

ます。また、昨今拡大しておりますC2Cマーケットに向けても検討すべき時期が来ているのではないかと考えております。これらの課題を一つ一つ解決していくことが、モバイル市場のさらなる公正競争につながり、国民に品質のよいリユースモバイルを提供できる環境になると考えております。

以上になります。ありがとうございました。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。

それでは、ただいま端末関係について御説明をいただきましたので、それに関しまして御意見、御質問ございましたら、御発言をお願いします。なお、発言希望の方は、チャットのところで御返信いただければと存じます。どうぞよろしくをお願いします。

それでは、まず大谷構成員、どうぞ御発言ください。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。端末事業者関係のプレゼンテーション、ありがとうございました。特にアップルのほうから率直な御意見をいただきまして、マーケットの実情などを知る手がかりになったかと思えます。そこで1点、その関係での意見と、御質問をさせていただきたいと思えます。

まず、基本的にEBPM、証拠に基づいたポリシー・メーカーというものについては、ぜひ進めていくべきだと思っておりますので、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と思いますところなのですが、プレゼンいただいたもので、端末市場への事業法改正の影響が一定程度あったなと思っているのは、これまで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端末といったものが、つまり端末が値下がりしているという効果が得られたということは、今回の事業法の効果の1つではないかなと思っておりますので、御説明いただいた資料はそのように受け止めさせていただきました。

そして、事業法改正の影響について、御社の利益について述べられた部分がありましたけれども、このグラフなんですけれども、消費税増税の影響についてはどのように捉えた結果のグラフなのかを教えていただければと思っております。

それから、せっかく発言の機会をいただいておりますので、併せてコメントさせていただきますと、中古市場に関して、それが動き出したことによって、この27ページに示していただいたような個別具体的な課題が見えてきたことは大変よいことだと思っております、一つ一つこれを解決するために、これからも知恵を貸していただければと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、ただいま質問が2点ほどあったかと思いますが、それについてお答えいただけたらと思います。お願いします。

【Apple】 御質問ありがとうございます。まず、事業法改正に伴う弊社への影響の評価でございますが、御指摘のような側面もあるかと思われま。他方、1点だけ御指摘を申し上げたいと思います。弊社はグローバルで事業を展開いたしております。このため製品のラインナップ及び価格帯につきましては、全てグローバルで統一した戦略を取り、同じラインナップにさせていただいております。日本だけ安い製品を出すとか、日本だけSEの最新モデルを出す等はありません。あくまでもグローバルに全て同じ製品を出していく。特に途上国等ですと若干変わったりもいたしますが、先進国に関しましては、日本の状況、個別の状況だけを加味して製品ラインナップ及び販売戦略を立てているわけではないということにつきましては御指摘を申し上げます。

特に昨今、グローバル化が進んでおり、仮に日本だけ製品価格を安くいたしますと、並行輸入という形で、例えば香港に流れたりという事例も発生しています。これは価格を安くしたわけではなくて、為替の問題で、一時そういう問題が発生したのですが、この点につきましてはかなり本社のほうも気をつけてオペレーションを動かしています。

それから、事業法改正の影響で消費税の部分、増税の影響があるのではないかということに関しましては、まさに御指摘のとおりだと思っております。本日も御指摘をさせていただこうと思ったんですが、すみません、お時間があまりなくて言及できませんでしたが、その影響はかなりあると思っております。

以上、簡単でございますが、御回答に代えさせていただきます。ありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、たくさんの方が御発言希望で、順次お願いしますが、市川構成員、長田構成員、北構成員、森構成員、佐藤構成員、関口構成員、木村構成員という順序で、御発言の希望が続々と出ておりますので、今申し上げた順序でお願いします。

それでは、まず市川構成員、御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶應大学の市川でございます。皆さん、ヒアリングへの御協力ありがとうございます。

私は、コメントが2件でございます。1つが改正電気通信事業法の影響ということで、CIAJさんとRMJさんから、我々の想起していることについての現状の御説明がありま

した。もちろんコロナが生じてしまったので、そこをどう差引くかというのは難しいところではありますが、緊急提言を出す、この改正のもとになる話になったときにも、非常に大きな間違いが市場に起きた場合にはなるべく早く対応を、というようなことを申し上げたこともありましたので、そういう意味では、想定どおりとは申しませんが、市場の環境として改正事業法が何かを破滅的におかしくしているということはないということと、所期の目的を果たす方向の影響が出ているものというふうに認識しました。

それとは別に、皆さんから御指摘ありましたように、コロナの後、特に消費者心理の落ち込み方が世界に比べても日本が激しいのは非常に有名なところでありまして、これについて、産業政策としてどう手を打っていくかという話は、またこの観点と別に、たとえ同じ手法を取るとしても、別に加えて考えるべきものだろうと思います。

もう1点のコメントが、アップルさんとクアルコムさんから出ていました端末補助のお話ですけれども、もともと、通信料金の規律とそうでないものの規律というのをどういうふうに分けるか。分けないと、消費者の観点からそもそも分かっていないということがあったのが事の出発で、このような改正に至ったというふうに認識しております。その上で、アップルさんから御指摘ありましたように、トータルコストでどういうふうにながっていくかを見たいというのは私どもも議論してきたところですし、割引の仕方も、どうやってそれを脱法的に抜かれないかみたいな話をしているというのも事実であります。

そこで、さっき大谷先生もおっしゃっていましたが、まさにEBPMの世界になりますけれども、皆さんから御指摘ありましたように、ブランドグッズ的に売られているところ、あるいはそうでない、一般財的に売られているところが混在して、かつ、アップルさんをメーカーと呼んでよろしいのかどうか分かりませんが、例えばアップルさんとプライバシーを守るのがとてもレベルが高いみたいなことで、だんだん額だけではない競争に向かっていったときに、まさにそれこそ大橋先生の出番だと思いますが、構造推定みたいなことをするときに入れなければならないパラメーターが増えてくると思います。その際は、まさにデータが全てになつたりしますので、なかなか皆さんからの御協力が難しかったりはするかもしれませんが、そこを出していただいて、ぜひよりよい電気通信市場にできればというふうに思った次第でございます。

市川からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、長田構成員、御発言よろしく申し上げます。

【長田構成員】 長田です。ありがとうございます。今、市川先生が御指摘されていた端末補助のところですか。アップルさんとクアルコムさんが、5G端末について端末購入補助の制限をなくせ、もしくは率にしろというような御発言がありました。先ほど市川先生おっしゃいましたように、もともと端末購入補助は、高価な端末が安く買えるように見せて、結果的に通信料金でそれが回収されているというところの問題を、ずっと私どもは問題提起してきました。

今回のアップルさんやクアルコムさんの、5Gの端末の普及のために購入補助を出せ、より大きく出せという場合は、誰が補助金を出してくださるのか、御回答いただきたいと思えます。

【新美主査】 これについては、ではアップルさんとクアルコムさん、その辺どうお考えなのかということですが、お答えいただけたら、よろしくをお願いします。

【Apple】 御質問ありがとうございます。基本的に弊社の立場は、なるべく規制は少なく、マーケットメカニズムにより市場競争を促進するべきと考えております。このため、御質問の点に関しましては、5Gに関しましても、今ある規制を撤廃しろとまでは申し上げないですが、若干緩めて、特にポストコロナ、ウイズコロナという状況で、社会のニーズが変わってきておりますので、そこにアジャストするような形で規制を緩めて、その部分に関しては市場メカニズムに任せるべきではないかというのが私どもの主張でございます。御質問にお答えいたしますと、例えば今回、昨年末の税調で法人税の減税がインフラの部分になされましたとおり、税金を使うというのも1つの手段だとは思いますが、他方、市場メカニズムでございますので、競争によってそれは、そこにお金を出したいという方々がいらっしゃれば、キャリアさんであれメーカーであれそこにお金を出すということだと思っておりますので、あくまでも市場の状況の変化を踏まえて、市場メカニズムに基づいて自由に競争ができる状況にするべきではないかというのが弊社の立場です。ありがとうございます。

【クアルコム】 恐れ入ります。クアルコムの土井でございます。ちょっと同じような回答になってしまうのですが、まずジャストアイデアということで、そんなに深く考えていないということも正直あるのでございますが、回答の前提として、申し上げましたとおり、市場の競争原理というものが大事だというふうに私どもは考えております。やはりマーケットに任せるべきだ、つまり市場のプレーヤーがまず出すべきだという回答が1つと、それからもう一つ、最後の参考資料で申し上げましたが、この状況から脱却するためには何か強力的な対策が、戦略的な政策が必要であるという考えも、また1つ持っております。ですから、

2つ目は経済対策として何かそういった手もあるのではないかという、可能性が2つ、以上2つを考えております。

【新美主査】 ありがとうございます。ちょっと今の関係で確認しておきたいんですが、マーケットに任せるといのは分かりますけれども、それは端末市場と通信料市場は一緒だと考えるのか、別々だと考えるのかによって全然答えが違う。これは長田構成員の発想にもつながるんですが、その辺はどうお考えなんでしょうか。これは両方とも、アップルさんも、クアルコムさんからも伺いたいと思います。

【Apple】 まさに大橋先生をはじめ経済学者の先生方もいらっしゃいますので、そこは私ども素人が申し上げることではないかと思いますが、基本的には、独禁法の解釈等におきましても、経済学的にはこの2つの市場を分けて考えるよりも、密接にバーティカルに関係する市場とみなされることが多いと承知しております。垂直に統合されている市場とまでは言えないのかもしれませんが、基本的には密接に関係する市場として見た上で、消費者の厚生を向上させるために一番良い措置を経済学に基づいて分析するべきだと考えております。その意味では、私が理解いたしております、経済学的に一般的な見方としては、全く別個の市場として見るのは健全ではなく、むしろ何らかの、もしくは密接な関係がある市場として端末と通信は見るべきではないかというふうに考えております。【新美主査】 クアルコムさん、いかがですか。

【クアルコム】 すみません、追いかけてなくなってしまって、小林本部長から大変詳しい御解説をいただいて、私も同感でございまして、全く別個というふうに考えるのはなかなか現実的ではないのかなというふうに印象を持って、私もまだまだ勉強不足のところもございしますが、実際に私も一利用者として端末とキャリアを使っている身でございしますが、実際に利用のシーンでは、やはりキャリアさんのショップに行って端末を買って、そのキャリアさんを引き続き使っているという身からすると、一消費者の私からすると、さて、自分は端末市場で端末を買ったのか、キャリアさん市場で端末を買ったのかというのは、これは厳密に分離はできないというふうに考えております。

【新美主査】 分かりました。これは将来大きな議論の基になると思いますので、一応確かめておいたということにします。

それでは続きまして、北構成員、よろしく申し上げます。

【北構成員】 野村総研の北でございます。3者に質問があるので、一遍に話したほうがいいですか、それとも一つ一つ。

【新美主査】 では、一つ一つ区切ってください。

【北構成員】 はい。

まず事務局に質問です。今回アップルさん、およびC I A Jさんから、端末メーカーのお話を聞くことができましたが、ほかのメーカーからの御意見も伺う機会はないのか、あるいはなかったのでしょうか。と申しますのは、5Gはさておき、完全分離あるいは端末購入補助の規制に対して、違うご意見を持ったメーカーもいらっしゃるということがございます。まずはこの点、お伺いいたします。

【新美主査】 これは事務局に対してですね。それでは、事務局のほう、お答えいただけますか。

【大村料金サービス課長】 事務局、料金サービス課でございます。他のメーカーさんなのですが、私ども総務省、事務局ではお話、個別にはお伺いしているのですが、今回御発表いただくという意味では、C I A Jさんである程度まとめてということをお願いをさせていただいたところですが、したがって、個社でそれぞれ見解が違うところなどというのは、なかなか見ることが難しいのかもしれないですけれども、その辺りは、後ほどあるかもしれないですが、追加質問などのあたりで、できればC I A Jさんをお願いをして、C I A Jさん経由でお尋ねいただければと考えているんですが、いかがでしょうか。

【新美主査】 北構成員、いかがですか。

【北構成員】 海外メーカーにもC I A Jさんから聞いていただけるんですかね。

【新美主査】 どうですか、事務局のほうとしては。

【大村料金サービス課長】 C I A Jさんにお問い合わせするのは、あくまでもC I A Jさんに入っているところということになりますので、海外メーカーさんでもアップルさんは入っていると思いますが、今日来ていない海外の大手のメーカーさんなどは入っていないということになるかと思えます。その辺りどうするのかというのは、別途御相談させていただければと思います。

【新美主査】 はい、分かりました。それでは北構成員、端的に質問、よろしくお願ひします。

【北構成員】 はい。アップルさんに4点質問です。まず、2019年の10月－12月期のリージョン別の四半期決算前年比データをお示しいただきましたが、ぜひその前の期、改正電気通信事業法施行直前のデータがあれば、駆け込み需要などがあつたのかなかったのか気になっていますので、お示しいただければと思います。

2点目、在庫端末のルールについてでございます。第3回の検証ワーキングの資料87ページに、構成員限りのデータでありますので発言が難しいですが、実に多くのiPhone及びiPadが例外の手続を受けております。中には製造中止を証明する書類が恐らくキャリアさんを通じて提出されたのではないかということで、最終調達から24か月よりも前に認定を受けているiPhoneもあります。それでも現状の在庫端末のルールを変更すべきとお考えなのかどうかという点を質問いたします。

3点目です。第4回の会合でI I Jさんから、アップルウオッチにMVNOのe S I Mを書き込めないという御報告がありましたが、これは何か技術的な問題があるのか、MNOさんの問題でアップルさん側の問題ではないのか、差し支えない範囲でお答えいただきたいと思えます。

最後、R M Jさんから、登録修理業者等に純正修理部品を卸してほしいという声があります。ぜひ前向きに御検討いただきたいと思っております。総務省さんにそのような協議の場をつくっていただきたいと思っております。これは質問というよりも要望でございます。

以上でございます。

【新美主査】 それでは、アップルさんのほうに3点質問があったかと思えますが、よろしくお答えいただきたいと思えます。

【Apple】 北先生、御質問ありがとうございます。まず第1点目の点でございますが、すみません、手元にすぐデータが用意できませんので、後ほど御提出させていただきたいと思えます。他方、できれば併せて、C I A Jさんの御報告にもありましたが、直近だけではなく、過去1年ぐらひにかけて、かなり法律の施行を見据えてキャリアさんがプランの変更等されておまして、その影響もございまして、もう少し遡った資料も併せて御提出させていただければと思えます。よろしく願いいたします。

【北構成員】 ありがとうございます。

【Apple】 第2点、在庫の部分でございますが、まさに御指摘のとおり、弊社の製品も幾つかどうか、かなりの数が登録をされております。他方、弊社が問題だと思っておりますのは、この80%、エンド・オブ・ライフ、生産処理が証明されたものにだけかかるところにつきましては、恐らくアンドロイドさんと比較しても弊社の対象品目は少なくなっております。ここが問題だと思っております。

具体的には、北先生はよくお分かりだと思えますので、私から申し上げるまでもないと思えますが、この80%に達するためにはE O Lの証明書を弊社から出さないといけないと

いうことになっておりますため、弊社はグローバルにビジネスを展開いたしております、日本向けにはもう売らないけれども、例えばインドでは販売するという製品がマーケットの状況によってアドホックに発生してしまう状況がございます。このため、当該製品が本当にEOLなのかどうなのかというのを証明することが非常に難しいという、手続上の問題がございます。

このため、もし可能であれば、御説明させていただきましたように、新規販売後XX月が経過した製品を対象とするといった形でのルールに変えていただけると大変ありがたいと思っております。仮にそれが難しい場合は、今申し上げましたような、弊社に特有の状況も踏まえて、EOLの証明方法について別途御相談をさせていただけると大変ありがたいと思っております。

それから、第3番目のウオッチに関してでございますが、先生の御指摘の、もしくは御懸念のようなことは全くございません。MNOさんによる囲い込みのツールとしているのではないかという御指摘をI I J様からいただきましたところ、そのような意図は全くございません。まず第一に、弊社のウオッチでございますが、GPSモデルとセルラーモデルと2種類販売させていただいております。このうちGPSモデルにつきましては、I I J様をはじめとしたMVNO様と御契約されているiPhoneのユーザーの方にも全く問題なく御利用いただけるようになっております。他方、セルラーモデルにつきましても、iPhoneとペアリングをして、iPhone経由でお電話いただく等、GPSと同じ機能はお楽しみいただけるようになっております。

このように、ほとんどの機能についてはMVNO様と契約されているiPhoneでもお楽しみいただけます一方、1点だけ、MVNO様のiPhoneとペアリングをしたウオッチのセルラーの機能を単体でお使いすることができません。これはウオッチのセルラー機能が単体では機能せず、iPhoneとペアリングしてお使いいただく仕様となっておりますため、北先生がまさに御指摘されたように、技術的に非常に複雑なオペレーションが必要になっております。技術的な理由でこの機能だけが使えないということになっております。

なお、御参考までに、弊社のeSIMのプラットフォームでございますが、こちらはGSMAのeSIMの仕様を遵守したものとなっておりますので、基本的には当該仕様に対応していただいたMVNO様であれば弊社のプラットフォームに御対応可能というふうに理解をいたしております。

それから、最後のRMJさんの登録、修理の純正部品の件でございますが、お客様の保護

の観点から、純正部品と修理の問題は非常に難しいかつ重要な問題とっております。製品の修理はお客様の安全、安心が第一です。実際に純正でない部品を用いて、なおかつ不適切な修理を行ったために発火をした事故が多発しております。ひどいケースですと、過去には飛行機の中で着陸時にスマートフォンが発火したという事例もございました。ねじが1本留まっていなくて、そのねじがバッテリーに刺さって発火をしたとことが原因でした。このため弊社では、弊社の安全基準に基づいて認定させていただいた、アップル・オーソライズド・サービスプロバイダーの方々を通じて、きちんと安全な修理を提供させていただき、お客様のiPhoneのエクスペリエンスを高めていきたいというふうに考えております。

他方、お客様には様々なニーズがあることも理解いたしております。このため弊社が認定していない修理事業者様が、弊社の純正でない部品を使って修理をすることを妨げるようなことはいたしておりません。他方、弊社の純正の部品を使っていると言いつつ、きちんとトレーニングされていない方々が修理をしてしまうことによって事故が起こる可能性、特にバッテリーの部分は懸念が大変大きいところ、今後課題とっております。

いずれにいたしましても、御要望の件につきましては本社のほうにも伝えるようにいたしますので、引き続き御指導いただければと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。残された時間もあまりありませんので、できるだけ簡潔に質疑応答に移っていただきたいと思います。

それでは、森構成員、御発言をお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。森です。御説明ありがとうございました。

私はクアルコムさんに対しての御質問がありまして、メンバー限りになっていますので、ちょっと質問が難しい。資料2-5の5ページ目、6ページ目なんですけど、1つは、何でこれがメンバー限りなのかというのがちょっと不思議だったんですけども、統計的なものなので、もしお答えいただければと思うんですが、特に5ページ目です。5ページ、6ページがメンバー限りになっていますが、5ページ目のほうのダウンのインプリケーションといいますか、ここでこの資料をお示しいただいた趣旨といいますか、他国とこういう原因があって違っているの、その原因を克服すべきであるとか、そういうことがあれば教えていただきたいと思っております。なぜこの資料がここにあるのかというのがちょっと分かりませんでしたので、メンバー限りですので、差し支えない範囲で教えていただければと思っております。よろしくをお願いします。

【新美主査】 それでは、クアルコムさん、お答えできる範囲で、どうぞ。

【クアルコム】 ありがとうございます。ちょっと大きな声では言えないんですが、この出元について私、微妙な、国際的な調査機関というように言っておりますが、資料には引用元がはっきり書いておりますが、ちょっと時間の関係で、この許諾の手続を取っている時間がありませんでしたものですから、メンバー限りというふうにさせていただいたというのが正直な台所事情でございます。ちょっと身も蓋もない話で恐縮でございます。そういった事情でメンバー限りにしております。

インプリケーションでございますが、アメリカ、EU、それからお隣の韓国、いずれも実のところ端末補助金がある国であるというふうに申し上げてよろしいかと思えます。韓国については実は規制がございますが、御存じの方も多いたと思いますが、実はヤミでちゃんと補助金を出していて、まさに明日でございますが、このヤミの補助金に対して当局の審判が出るというふうに聞いております。日本についてはそれが無いということはこの調査機関も知っていて、その結果がこの大幅なダウンが続くという予測につながっているのではないかなというふうに私どもも思っているものですから、あえてこの4か国を抽出したという、そういったインプリケーションがあって、この4か国というか、地域を出してきたという趣旨でございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、佐藤構成員、御発言よろしく申し上げます。

【佐藤構成員】 甲南大学の佐藤です。かなりの部分でほかの先生方の質問、あるいは問題意識と重なっていますが、できるだけ簡潔に話をさせていただきます。

アップル社の資料を見ていろいろ考えてみたのですが、政策検証が大事だと言われていて、そのとおりで、我々は継続的に政策検証していくつもりです。それから、市場に任せていただきたいということも各社言っておられたのですが、やはり必要な競争ルールを整備することで市場に任せることができると思っています。競争ルールを整備することでできるだけ市場に任せる、そういった状況をつくり出すために今議論を進めていると思っています。

コメント1つ、質問2つになりますが、コメント1つめとして、ほかの委員の方々と同じで、アップル社の資料では政策評価を10、11月、短い期間で見えて、ここはやはり増税の影響とか8、9月のキャンペーン後の駆け込み需要とか、いろいろな要素が含まれてい

のを一緒くたにして政策効果と見るのは問題あるだろうと考えます。もう一つは、競争促進ルールも全て出来上がったわけではなくて、継続的に整備しておりますので、長期的に、少し時間を取って継続的な政策評価をしていくということが大事だと思っています。

質問、これも重なっています。端末の割引ですが、経営判断としてもっと自由に割引させてほしいということだと思いますが、一般的に企業が経営努力で割引していくのはいいと思いますが、よくない割引もあります。異なるユーザーやサービス間で、例えば通信から端末への内部補助で割引が行われることは、問題だということです。これは御理解いただいていると思います。そういう意味では、アップル社として適正な割引の考え方、具体的な提案がありますか、ということが質問になります。例えば端末の調達価格や端末の販売収支をキャリアとメーカーがきちんと総務省に報告することで、こういった内部補助の問題は起こっていませんということがチェックできる形をつくることで、端末の割引に対してより規制を緩和していただきたいというような、何か具体的な提案はありますか。具体的な、論理的な提案があるか、これが質問です。

もう1つは、アップルウオッチ、北委員が言われたのと同じように、競争上の懸念材料だと思っていて、やはりiPhoneが普及する中で、周辺でいろいろな機器ができてきたり、ペアリングするような状況が増える中で、特定の企業だけ使えて、それ以外の企業が使えないという状況は競争に大きな影響を与えていると思っています。この点について、私としては高い問題意識持っております。どういう理由でできないのかについて、技術仕様等、いろいろ言われましたけれど、さらに追加で伺うとすれば、アップル社としてMNO以外の企業にこのサービスが使えるように対応する予定はありませんという理解でよろしいのでしょうか。

以上です。よろしくお願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは2点、アップルさんに質問がありますが、どうぞお答えください。

【Apple】 どうもありがとうございます。まず第1点目の情報開示のところでございますが、ここはあくまでも経営及びビジネス上の競争の問題だと思っております。特に弊社の場合、全世界の株主もしくは全世界のマーケットから非常に高い注目を受けておりますので、開示できる情報と開示できない情報とどうしても出てきてしまいますことは大変申し訳ないと思います。開示可能な情報につきましては、引き続き開示していく努力をいたします。

第2点、ウォッチの点でございますが、御説明をさせていただきましたとおり、弊社はGPSモデルとセルラーモデルと販売いたしております、GPSモデルのほうにつきましては何の問題もなくお使いいただけるようになっております。セルラーモデルに関しましても、ウォッチ単体で電話をすること以外に関しましては全く問題なく御使用いただけるようになっています。

今後MVNO様で本機能が使えるようになるかにつきましては、経営戦略にも関わりますので、この場で発言させていただくことは控えさせていただきたいと思っております。但し、もちろんそこに市場のニーズがあって、弊社にとってもそれなりのビジネスチャンスがあるということであれば前向きに検討させていただくという経営判断があると思っております。すなわち、MNO様との関係というよりは、MVNO様経由で弊社のウォッチがどれくらい売れるのか、そこに投入するためのリソースにどれくらいコストがかかるのかというビジネス上の判断にならざるを得ないのではないかと、まだ本社には確認いたしておりませんが、一担当者としては理解をいたしております。どうも御質問ありがとうございます。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

それでは続きまして、関口構成員、御発言をお願いします。

【関口構成員】 神奈川大学の関口でございます。多くの先生方が質問箇所が重なっているので、私もそうになってしまうんですけども、先ほど長田委員の御質問の関連質問になります。

先ほどアップルさん、クアルコムさんから、携帯電話のトータルコストのところで、端末市場と、それから通信市場とが、消費者の感覚からすると一体なんだというお話がございました。ここは私も同感で、むしろそれがあまりにも密が過ぎたということで、3密解除という意味で、端末代金の購入補助代金を通信代金で回収することを止めていただくという政策を取ったわけです。その意味で言うと、MNO側に端末補助の原資がなくなると、メーカー側にその価格値下げの期待というのが行くわけですけども、アップルさんの場合、18年10月と19年9月で1万円ほどオンライン価格を下げているんですけども、5Gについてもそのような戦略をお取りになることがあるんでしょうか。世界戦略の中での日本の位置ということで、特別扱いはできないということを受けて、御説明いただければ幸いです。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、その点についてアップルさん、どうぞ

よろしくお答えください。

【Apple】 御質問どうもありがとうございます。

御質問いただきました5Gについては、大変恐縮ですが、私には当該情報が開示されておられませんので、御回答を控えさせていただきたいと思っております。ただ1点、まさに関口先生おっしゃっていただきましたとおり、弊社はグローバルでビジネスを展開いたしておりますため、価格戦略につきましても、通貨の問題、為替の問題があるとはいえ、全世界でほぼ同じ価格で全ての製品を発売させていただいております。このため、5Gの端末が仮に販売されるとして、その端末の価格を日本の状況だけを見て上下させるということはないと思っております。御参考までに、弊社の全世界売上に占める日本の売上のシェアでございますが、四半期ごとに変わりますが、大体7%から9%ぐらいで動いております。このため、日本市場のみをみてというよりも、残りの9割ぐらいの市場動向を見ながら価格戦略を決めるというのが実情でございます。

あと1点、iPhone11についてコメントを申し上げます。先生にも御指摘いただきましたところ、こちらは、前のモデル、XRに比較して1万円ほど価格を下げさせていただいております。これは日本の規制・市場動向に対応して下げたというよりは、まさに企業努力によるコスト削減の結果として、全世界の市場において値下げさせていただいております。前モデルXRと類似の部材を比較的多く使用していることもあり、サプライヤー様を含めた企業努力の結果と理解しております。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、木村構成員、御発言お願いします。

【木村構成員】 では手短に、私のほうからは中古端末についてなのですが、2-6の資料の最後のところにモバイル市場の課題ということで出していただいた中で、私も中古端末を買うときに気になるのは、やはりバッテリーとデータ消去だと思うのです。バッテリーについてなのですが、先ほどお話を伺っていると、どうやら事故が多いので交換できないようにしているのかなというふうに思ったのですが、やはり自分が中古端末を購入したときに、どれだけバッテリーがもつのかというのは大変不安ですし、そこら辺のところはどうなのか。例えば電池の標準化をして、バッテリーを入れ替えることができるのか、何かそういうことは御検討いただけないのかということをおもいました。今現在外付けのバッテリーはあるのですが、外付けというのは大変面倒ですので、そういったこともあるといいなと思っているのが1つです。

それから、データ消去ですけれども、通信のプランの中で、最近機種交換のときに端末をお返しするプログラムが大変多いので、以前のように私用しない端末を手元に持っているということもだんだん少なくなってくると思うのです。ただ、端末は個人情報が大変詰まっておりますので、やはりデータ消去がどうなのか、大変不安なところだと思います。課題のほうに、データ消去についても課題がありますけれども、現状ではやはりデータ消去について完璧ではないのでしょうか。その辺りもう少し詳しくお聞かせいただければありがたいなと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。では、これはRMJさんのほうからお答えいただけますでしょうか。

【RMJ】 承知しました。木村先生、御質問ありがとうございます。

まず1点目のバッテリーのところなんですけど、私どもRMJとしましては、25ページを御覧いただきたいんですが、今回新設いたしましたリユースモバイル事業者認証のバッテリー関連というところで、木村先生をはじめ消費者の方が、バッテリーがどのくらい残っていてというのが非常に懸念されていますので、今回、バッテリーがどのくらい残っていて、それをウェブで販売する場合とか店頭で販売する場合は表示するような仕組みをつくらせていただいたので、これを私どもとしては推進していければなと思っております。他方、メーカー様のほうでバッテリーの入れ替えとかということに関しましては、メーカー様とかとお話しする機会があれば、いろいろディスカッションして進めさせていただければなと思っております。

もう1点の消去に関しましては、消去のガイドラインをリユースモバイルガイドラインのほうに定めさせていただきまして、初期化を2回と、あとは上書きの消去のシステムを使って上書き消去を1回ということで、3段階の形で消去した後に、消去した担当ではなく、第三者の人間がその消去ログを確認するというところでカバーするという形でガイドラインには定めさせていただいております。とはいえ、まだ業界内の全ての事業者がガイドラインを使っているわけではございませんので、その辺りも踏まえまして、私どものほうでガイドラインの浸透も積極的に進めていければなと思っております。

以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、黒坂構成員、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。長田構成員の御質問に対するアップルさんとクアルコムさんの御回答を踏まえた意見です。質問ではございませんので、手短に申し上げます。

市場メカニズムに委ねてほしいというような御指摘が両社からあったかと思えます。私も原則かつ、総論としては、市場メカニズムをできるだけ尊重するべきであるというふうに思っておりますが、一方で、電気通信事業法の内容等を踏まえましても、市場メカニズムが十分に機能していない場合は競争の促進を目指すということが理念としてあろうかと思えます。とりわけモバイル業界については、多くの事業者、関係者の皆様が努力いただいているので、問題そのものは低減しているという認識はありますが、しかしながら、消費者問題であるとか事業者間取引の問題というのが散見されるというのは事実であろうかと思えます。ですので、その是正を含めた取組ということはやはり必要だろうというふうに考えておりまして、市場の構造であるとか在り方について議論をし、一定程度政策として動かしていくということには合理性があるのではないかというふうに、私は構成員として考えております。

一方で、競争がどのような状態であれば適正と評価できるのかという問題については、ムービングターゲットであることをできるだけ、100%は難しいかもしれませんが、防がなければならないというふうに考えております。そういう意味で、中期的なスパンぐらいで検証できる、検証するための、その市場環境、市場の競争状態を評価するためのフレームワーク、及びそれに基づく指標を都度検討し、可能な限り明らかにして、今後政策検証を進めていくべきだろうというふうに考えています。

恐らくほかの構成員の皆さんも同様の御指摘をされていると思えますので、こういった点を踏まえていただきながら、ぜひ事業者の皆様には、通信事業者のみならず、機器を作られている方々、あるいは業界の全ての皆様に、議論に参加いただけたら、情報を開示いただけると大変ありがたいなと思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

予定の時間を大分過ぎておりますので、本日のヒアリングに基づく質疑応答についてはこれくらいにしたいと思います。

本日御発表いただいた内容は非常に有意義なものであったと思えますし、メンバーからの質疑あるいはコメントというのも、今後の議論を深めるために、非常に鋭い、ないしは意義の深いものだったというふうに思っております。ワーキンググループとしては、さらに理

解を深めるために追加の質問をさせていただきたいと思いますので、メンバーから追加の質問が出ましたら、今日御発表いただいた方々におかれましては、できるだけの御対応をお願いしたいというふうに存じます。なお、構成員の皆様には、追加の質問がある場合には、非常にショートノーティスになりますけれども、あしたの7月1日午後5時までに事務局まで御提出いただきますようお願いを申し上げます。

では、事務局から今後の予定について御説明させていただきたいと存じます。よろしく申し上げます。

【中島料金サービス課課長補佐】 次回会合では、これまでの会合において御意見いただいた点を踏まえ、論点の整理を行う予定でございます。日時につきましては、改めて事務局から連絡いたします。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、本日の会合はこれにて閉会にしたいと思います。非常に熱心な御議論ありがとうございました。また、説明者の皆様方には非常に丁寧に御対応いただきまして、改めて感謝申し上げます。どうもありがとうございました。

以上