



# 事業者ヒアリングの進め方及びヒアリング項目

---

令和3年4月16日  
事 務 局

## 【第1部】市場の動向関係

	団体・事業者名等	発表者(役職)	説明	質疑
1	(株)NTTドコモ	藤原 道朗 取締役常務執行役員 経営企画部長	5分	20分
		田畑 智也 経営企画部 料金企画室長		
2	KDDI(株)	山本 雄次 渉外・広報本部 渉外統括部長	5分	
3	ソフトバンク(株)	吉岡 淳 ソフトバンク株式会社 渉外本部 通信サービス統括部長	5分	
4	楽天モバイル(株)	鴻池 庸一郎 執行役員 渉外部長	5分	

## 【第2部】改正電気通信事業法運用関係

	団体・事業者名等	発表者(役職)	説明	質疑
1	(株)NTTドコモ	藤原 道朗 取締役常務執行役員 経営企画部長	5分	20分
		田畑 智也 経営企画部 料金企画室長		
2	KDDI(株)	山本 雄次 渉外・広報本部 渉外統括部長	5分	
3	ソフトバンク(株)	吉岡 淳 ソフトバンク株式会社 渉外本部 通信サービス統括部長	5分	
4	楽天モバイル(株)	鴻池 庸一郎 執行役員 渉外部長	5分	

## 【第3部】音声通話料金関係

	団体・事業者名等	発表者(役職)	説明	質疑
1	(株)NTTドコモ	藤原 道朗 取締役常務執行役員 経営企画部長	5分	20分
		田畑 智也 経営企画部 料金企画室長		
2	KDDI(株)	関田 賢太郎 渉外・広報本部 相互接続部長	5分	
3	ソフトバンク(株)	吉岡 淳 ソフトバンク株式会社 渉外本部 通信サービス統括部長	5分	
4	楽天モバイル(株)	鴻池 庸一郎 執行役員 渉外部長	5分	

## 【第1部】市場の動向関係

事業者等	主なヒアリング事項	
MNO4社	通信市場の動向	市場全体及び新料金プラン等の検証 <ul style="list-style-type: none"> <li>○ モバイル市場の現状についてどのように評価しているか。特に、昨年の検証作業以降の環境変化についてどのように捉えているか。</li> <li>○ 当該環境変化を踏まえた、御社の戦略(料金、サービス等)は、どのようなものか(複数の料金プラン・ブランドを提供する場合には、プラン・ブランド毎の戦略・狙い)。</li> <li>○ 各プラン・ブランド毎の反響はどの程度か(事前のエントリー数、実際の契約数、契約ユーザーの自社・他社割合等)。</li> </ul>
	端末市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 改正電気通信事業法の施行後の端末販売戦略は、どのようなものか。また、施行前からどのような変化があるか。</li> <li>○ 改正電気通信事業法の施行後の端末販売の状況は、どうなっているか。例えば、販売台数の推移はどうなっているか、価格帯別(低・中・高価格帯)の販売台数の割合、チャンネル(店舗、オンライン)ごとの販売台数の割合はどうなっているか。</li> <li>○ 新型コロナウイルス感染症により、端末販売戦略は変化したのか。変化した場合、どのように変化したのか。</li> <li>○ 新型コロナウイルス感染症による端末販売への影響は、どうなっているか。例えば、販売台数の推移はどうなっているか、価格帯別(低・中・高価格帯)の販売台数の割合、チャンネル(店舗、オンライン)ごとの販売台数の割合はどうなっているか。</li> </ul>

## 【第2部】改正電気通信事業法の運用関係①

事業者等	主なヒアリング事項	
MNO4社	改正電気通信事業法の運用	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 事業法第27条の3の規律を遵守するために貴社として具体的にどのような取組を実施しているか。</li> <li>○ 事業法第27条の3の規律を販売代理店が遵守するために貴社として具体的にどのような取組を実施しているか。</li> <li>○ 改正電気通信事業法の運用に関して何か課題となっていることはないか。</li> </ul>
	改正法適合プランへの移行状況(共通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既往契約の移行の状況はどうなっているか(移行実績)。</li> <li>○ 既往契約から適合契約への移行促進に有効な方法・取組の内容はどのようなものか。既往契約の移行促進のために実施している利用者への積極的な周知や働きかけとはどのような内容なのか(新料金プランの一般的な広告は除く)。既往契約の移行促進のために実施している違約金免除等の対応状況について、詳細はどうなっているか。</li> <li>○ 上記のほか、既往契約の残存数・割合を減らすために具体的にどのような取組を行っているのか。</li> <li>○ 改正法施行から2年経過後(1回目の更新到来後)も継続している既往契約について、違約金を1,000円に引下げのみの契約内容の変更を行うことについてどう考えるか。</li> <li>○ 改正法施行2年経過(2021年10月)時の既往契約数の見通しはどうなっているか。</li> <li>○ 今後、既往契約の移行促進を更に進めるために具体的にどのような取組を予定しているか。</li> </ul>
	改正法適合プランへの移行状況(個社)	<p style="text-align: center;">NTTドコモ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 既往契約の違約金9,500円を留保している理由は何か。今後撤廃する予定はあるか。</li> </ul>

## 【第2部】改正電気通信事業法の運用関係②

事業者等	主なヒアリング事項		
MNO3社 (NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク)	覆面調査関係	2万円を超える利益提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2万円を超える利益提供(実際に約すことのほか、提示することも含む。)がされた要因として考えられることは何か。</li> <li>○ 2万円を超える利益提供を防止するために既に講じている取組又は講じる予定の取組は何か。</li> </ul>
		非回線契約者への端末販売拒否	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 非回線契約者への端末販売について、貴社はどのような戦略を採っているか。</li> <li>○ 非回線契約者への端末販売拒否が行われた要因として考えられることは何か。</li> <li>○ 販売代理店が非回線契約者に対して端末を販売をする体制整備のために実施している取組は何か。</li> <li>○ 販売代理店が非回線契約者に対して積極的に端末を販売する(少なくとも販売に消極的にならない)よう、非回線契約者への端末販売について販売代理店にメリットがある仕組みが整えられているか(販売代理店への端末卸価格や手数料・販売奨励金の体系など)。</li> <li>○ 非回線契約者にも販売していることについてどのように積極的に周知を行っているか。</li> <li>○ 非回線契約者に対する端末販売拒否を防止するために既に講じている取組又は講じる予定の取組は何か。</li> </ul>
	端末購入サポートプログラム	非回線契約者と回線契約者との差異	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 非回線契約者が端末購入サポートプログラムの対象であることについて、貴社としてどのような周知を積極的に実施しているか(注意書き等に記載があることは積極的な周知に当たらない)。</li> <li>○ 回線契約者と非回線契約者の間の条件の差異はあるか(提供販路の差異を含む)。また、差異がある場合、その理由は何か。</li> <li>○ 回線契約者と非回線契約者の間の条件の差異を解消する予定はあるか。</li> </ul>
		スイッチングコスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 端末購入サポートプログラムの対象から一括購入者を除外している理由は何か。</li> <li>○ 分割購入者のみを残債免除の対象とすることが、困り込みになり得ることについてどう考えるか。</li> <li>○ 端末購入サポートプログラムの残債免除要件として端末買換え条件を設けている理由は何か。</li> <li>○ 端末購入サポートプログラムの残債免除要件として設けている端末買換え条件が乗換え時の障壁になり得ることについてどう考えるか。</li> </ul>

【第3部】音声通話料金関係

事業者等	主なヒアリング事項		
MNO4社	音声通話料金(共通)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 音声通話料金について競争が十分に機能していないのではないかという指摘についてどう考えるか。</li> </ul>	
	音声通話料金(一部共通・個社)	MNO3社(NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ かけ放題の内容等は変更されてきたが、従量制料金が過去10年以上変わっていない理由は何か。</li> <li>○ 従量制/準定額制/定額制の加入者割合(可能であればブランド・料金プラン別)はどうなっているか(法人契約除く。)</li> <li>○ 音声収入の内訳(従量制/準定額制/定額制)はどうなっているか(法人契約除く。)</li> <li>○ 個社別のユーザーの通信量(総通信回数、総通話時間、1人当たりの1回の平均通話時間)はどうなっているか(令和元年度、平成30年度、平成29年度分)。</li> <li>○ 定額制に加入しているユーザーの平均通話時間。また、各月の通話時間から見て従量制の場合の通話料金の方が定額制オプションの料金より低くなっていると考えられるユーザーの割合はどうなっているか(令和2年下半期分(各月))(法人契約除く。)</li> <li>○ 料金はどのような考え方で設定しているのか(従量制料金(20円/30秒)、かけ放題の時間及び額、かけ放題をオプションとするか否か。)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・KDDI</li> <li>・ソフトバンク</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 準定額制、定額制オプションにおける昨年の料金見直しの理由は何か。</li> <li>○ メインブランドでは5分かけ放題、サブブランドでは10分かけ放題にしている理由は何か。</li> <li>○ かけ放題の金額がメインブランドとサブブランドで異なる理由は何か。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・KDDI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ UQ mobileでは通話パックも提供されている理由は何か。</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソフトバンク</li> <li>・楽天モバイル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Y!mobileの10分かけ放題をオプションにした理由は何か。</li> <li>○ 20円/30秒の設定理由は何か(何故、音声従量料金について低額な料金を打ち出さないのか)。</li> <li>○ 従量制とRakuten linkの利用割合はどうなっているか。</li> </ul>