

---

別冊  
競争ルールの検証に関するWG（第16回）  
事業者ヒアリング資料

---

2021年4月16日  
株式会社NTTドコモ

## 改正電気通信事業法の運用

- 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。
- 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。

## 回答

- 当社は、事業法第27条の3の規律を遵守するため、様々な取組を行ってまいりました。
- 改正法に適合した新料金プランについては、以下の通り、提供を行ってまいりました。
  - 2019年10月1日：ギガホ・ギガライトの提供開始
  - 2020年3月25日：5Gギガホ・5Gギガライトの提供開始
  - 2021年3月26日：ahamoの提供開始
  - 2021年4月 1日：5Gギガホ プレミア・ギガホ プレミアの提供開始
- 端末販売については、端末購入プログラムとして「スマホおかえしプログラム」を改正電気通信事業法施行前から提供しておりましたが、非回線契約者にもご利用いただけるようプログラム条件を見直し（2020年3月18日）、わかりやすさ・使いやすさの向上を図りました。
- 加えて、当該料金サービス等を利用者に提供するにあたり、不適正な利益の提供・広告掲出が行われないよう、広告表示についても様々な取組を進めてまいりました。具体的には、ドコモショップの広告物へ承認番号を付与した上で表示・管理を行う取組の導入や、販売代理店及び当社社員から通報を受け付ける内部通報窓口を設置する等、確認の強化に向けた取組を進めてまいりました。
- 更には、経営幹部からの情報発信や全社員向けのWEB研修等を通して、改正法の規律遵守に向けた社内意識の統一にも努めてきました。
- 引き続き、当社は、改正電気通信事業法の規律順守に努める考えです。

### 改正電気通信事業法の運用

○ 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。

### 回答

- 「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）」（総基料第33号、令和元年6月20日）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）」（総基料第117号、令和元年9月6日）に基づき、適切な業務執行の確保に向け、以下の取組を実施しております。
  - 本社販売部門より支社販売部門及び全販売代理店に対して、改正法適合プランに係る周知、改正法の遵守徹底に向けた詳細な運用手順の説明・指導に加え、適切な利益の提供額の設定に向け、当社の利益提供額を販売代理店に通知するだけでなく、利益提供額の上限との差額も参考に通知する運用体制の構築・調整を実施
  - あわせて、適正な広告表示に向けては、業務マニュアルの作成、販売代理店への指導、広告物の事前・事後の確認、不適切な広告掲出に対する外部委託による第三者チェックの拡充等を実施
- なお、これらの取組にも関わらず、不適切な端末代金の値引きに係る行政指導（2020年5月29日）を受けたことについて重く受け止め、以下の取組等についてもあわせて実施をまいりました。

#### （事前確認）

- 全てのドコモショップの店頭広告において、当社指定フォーマット以外の代理店独自広告は原則禁止とする旨を改めて周知するとともに、指定フォーマットを利用する場合においても、本社販売部門又は支社・支店販売部門に対して事前照会を行った上で、当社より承認番号を払出す運用へ変更を行い、当該の承認番号払出がなされた店頭広告のみ訴求可能とするルールを策定
- 販売代理店に対しては、店舗スタッフ向けに端末の値引き及び広告表示等に係るルールについて再教育を要請するとともに、その実施結果については、本社販売部門へ報告を求める対応を実施

#### （事後確認）

- 営業担当者による実地確認を強化するため、随時の確認に加えて全てのドコモショップにおいて、不適正な利益の提供及び広告表示が行われていないか、支社・支店販売部門が毎月点検の上、本社販売部門へ点検結果を報告する運用へ変更
- 不適正な利益の提供・広告掲出が発見された場合のペナルティを強化
- 外部委託による自社掲示広告に係る第三者チェックについて、確認規模を拡大
- 販売代理店及び当社社員から通報を受け付ける内部通報窓口を新設

#### 市場全体及び新料金プラン等の検証

- 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。
- 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）。

#### 回答

- 当社は、利用者が通信と端末それぞれを自由に選択可能になることが、健全なモバイル市場の発展に繋がるものと考えます。そのための、通信と端末の分離徹底やスイッチング円滑化は未だ道半ばにあると考えております。
- 当社は、一人ひとりのライフスタイルに合わせて、複数のコンセプトで料金プランを展開していくこととしており、2021年3月26日に、「ahamo」の提供に係る発表を行いました。当該料金プランについては、ドコモのメインブランドの内の1つとして、サービスのシンプル化やオンラインに特化することで、20GBで2,700円（5分以内の国内通話無料）という低廉な料金を実現したものとなります。現在、デジタルネイティブ世代を中心に大変ご好評いただいております。
- 加えて、当社の瞬速5Gを体感いただきやすいよう、「5Gギガホ」及び同様に定額プランとして提供している「4Gギガホ」について見直しを行い、「5Gギガホ プレミア」及び「ギガホ プレミア」として2021年4月1日より、提供を開始いたしました。「5Gギガホ プレミア」については、データ量無制限で従来の5Gギガホよりも、1,000円廉価なプランとなっており、「ギガホ プレミア」については、データ量はずっと60GBで、従来よりも600円廉価なプランとなっています。また、スマートフォンへの移行専用プランとして、ずっと1,480円（1GB+5分以内の国内通話無料）でご利用いただける、「はじめてスマホプラン」についても提供を開始いたしました。
- 引き続き、当社は、利用者ニーズ等を踏まえ、料金、サービス等の提供に努める考えです。

### 市場全体及び新料金プラン等の検証

○ 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）。

### 回答

➤ 詳細な数値については、経営情報に当たるため、開示を差し控えさせていただきますが、「ahamo」、「5Gギガホ プレミア」、「ギガホ プレミア」及び「はじめてスマホプラン」等、提供している料金プランについては、それぞれ利用者より大変ご好評をいただいております。

### 端末市場の動向

- 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。
- 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。

### 回答

- 端末販売方法について、2019年6月の分離プランの提供開始後、定価販売を基本としつつ、低・中価格帯の端末ラインナップを拡充するとともに、利用者の端末購入に係る負担を減らすため、端末粗利削減による価格の引き下げを行ってまいりました。
- また、端末購入プログラムである「スマホおかえしプログラム」について、2020年3月18日、非契約者にもご利用いただけるようプログラム条件を見直し、わかりやすさ・使いやすさの向上を図りました。
- 改正電気通信事業法の施行後の端末販売の状況について、販売台数については、それ以前に比べ減少傾向にあります。なお、詳細な数値については、経営情報に当たるため、開示を差し控えさせていただきます。また、詳細な価格帯別の販売台数の割合、チャンネル毎の販売台数の割合についても、開示を差し控えさせていただきますが、低・中価格帯の販売台数の割合は増加傾向となっております。

### 端末市場の動向

- 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。
- 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。

### 回答

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大への対策として、緊急事態宣言の対象地域等のドコモショップについては、営業時間について短縮するとともに、利用者の通信確保に必要な故障修理や新規契約、SIMカード発行等の手続きに限定する形で、受付業務を縮小する等を行ったことにより、端末販売数の減少といった影響がございました。
- また、新型コロナウイルス禍にあっては、事前の来店予約の取得促進や座席間隔を空けた接客等の対応を促し、感染拡大抑止に向けた対応を行ってきました。
- 他方、オンラインについては、従来より、端末購入・手続き等の提供サービスの拡充や使い勝手の向上を進めてきましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、オンラインでの端末購入や手続きの利用者ニーズが高まり、利用の増加につながっています。引き続き、オンラインにおける利用者利便の向上に取り組む考えです。
- なお、詳細な販売台数、価格帯別の販売台数の割合、チャンネル毎の販売台数の割合については、経営情報であることから、開示を差し控えさせていただきますが、オンラインの比率については、今後、向上していくものと考えております。

### 改正法適合プランへの移行状況（共通）

○ 既往契約の移行の状況はどうなっているか（移行実績）。

### 回答

➤ 施行時点に比べ、約6割まで減少しています。移行実績は以下の通りです。

構成員限り

### 改正法適合プランへの移行状況（共通）

- 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。
- 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。

### 回答

- 改正電気通信事業法適合プランへの円滑な移行促進に向けては、利用者一人ひとりのご利用状況に応じた適切な料金プランへのご案内が重要であると考えます。
- この点、当社は、利用者向けの周知として、2019年9月17日に当社ホームページにて改正電気通信事業法適合プランの詳細を掲載するとともに2019年10月1日以降は、テレビコマーシャルを実施し幅広く周知を行ってまいりました。利用者個別のご案内も実施しており、2021年、4月1日現在で、郵送によるダイレクトメールの送付については約2,320万件、利用者の携帯端末への電子メールによる送付については約3,360万件のご案内をこれまでに実施し、改正法適合プランの認知向上、移行促進に努めております。
- あわせて、ドコモショップ店頭においては、料金相談フェアを実施し、利用者の利用実態に応じた適切な料金プランのご案内に努めてまいりました。なお、コロナ禍を踏まえた対応としてオンラインでの手続きを促してまいりましたが、利用者によるプラン内容の理解促進及び適切なサービス選択のため、オンラインにおいては料金シミュレーションを継続的に提供し、改正法適合プランも含め、適切な料金プランを選択いただけるようにしています。
- 引き続き、当社は、既往契約から適合契約への移行促進に向けた取組を推進してまいります。

### 改正法適合プランへの移行状況（共通）

- 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円に引下げる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。

### 回答

- 当社は、既往契約について、改正法の趣旨を踏まえると、改正法に適合した料金プラン等へ移行しやすくするため、各社一律で対応し、利用者の自由な選択を実現すべきと、2019年当時より主張・提案を行ってきました。
- 当時は、法律上の扱いにおいて、改正電気通信事業法の施行日前に締結された契約については、法施行後も契約時の条件が引き続き有効との見解が総務省より示され、当社提案が受け入れられることはございませんでした。
- 既往契約について、見直しが必要ということであれば、回線のみならず端末についてもセットで見直しが必要と考えます。
- なお、当時の当社提案においては、定期契約に係る解約金に対する措置だけではなく、端末購入プログラムにおける端末買替条件についても、高いロックイン効果を有し、スイッチングを妨げるものとして、撤廃をする必要がある旨、申し上げてまいりました。
- 残債免除に係る端末買替条件については、改正電気通信事業法施行前の端末購入プログラムも含め、撤廃するのが適当であると考えます。

### 改正法適合プランへの移行状況（共通）

- 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か。
- 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。

### 回答

- 2021年10月時点での既往契約数の見通しは、以下の通りです。既往契約の移行促進に向けては、利用者向けの周知等に努める考えです。

構成員限り

## 改正法適合プランへの移行状況（個社）

○ 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。

### 回答

- これまでは、「定期契約あり」の利用者が「定期契約なし」に変更する場合、変更のタイミングで解約金をいただいておりますが、改正法適合プランに変更していただきやすいよう、解約金を留保することとしたものです。これは、お申込み前の「定期契約あり」のプランにおいて、2年間の定期契約をお約束いただいている点を踏まえ、当初の契約条件に沿って留保することとさせていただいております。
- なお、利用者からのわかりにくいといった声等を踏まえ、解約金留保の見直しを予定しています。（秋頃を目途）
- また、解約金留保の見直しにあわせ、改正法適合プランとして提供している、2年定期契約（解約金1,000円）自体の新規受付停止についても予定しています。

### 音声通話料金（共通）

○ 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。

### 回答

- 音声通話料金については、これまでも利用者ニーズを踏まえて継続的に見直しを実施しております。当初は従量制のみの提供であったところ、2008年4月にファミリー割引の家族内通話無料を導入しました。その後、自網内定額、国内通話定額といった定額サービスを他社に先駆けて導入することにより利用者の選択肢を拡充してまいりました。
  - 2008年 4月 1日：「ファミリー割引」提供開始
  - 2011年11月24日：「Xiカケホーダイ」提供開始
  - 2014年 6月 1日：「カケホーダイプラン」提供開始
  - 2015年 9月25日：「カケホーダイライトプラン」提供開始
  - 2017年 5月24日：「シンプルプラン」提供開始
  - 2019年 6月 1日：「ギガホ・ギガライト（かけ放題オプション）、（5分通話無料オプション）」提供開始
  - 2021年 3月26日：「ahamo」提供開始
- また、MVNOに対する音声接続機能の提供（2021年2月24日）や卸料金の見直し（2021年4月1日）についても行ってきており、今後、MVNOも含めた音声通話に係る競争が進展するものと考えております。
- 引き続き、利用者ニーズや競争環境を踏まえ、継続的に利用者にご満足いただけるよう魅力的な料金・サービスの提供に努めてまいります。

### 音声通話料金（一部共通・個社）

○ かけ放題の内容等は改変されてきたが、従量制料金が過去10年以上変わっていない理由は何か。

### 回答

構成員限り

### 音声通話料金（一部共通・個社）

○ 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。）。

### 回答

構成員限り

### 音声通話料金（一部共通・個社）

○ 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。）。

### 回答

➤ 音声収入の内訳（従量制/準定額制/定額制）については、経営情報にあたるため非開示とさせていただきます。

### 音声通話料金（一部共通・個社）

○ 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）。

### 回答

構成員限り

### 音声通話料金（一部共通・個社）

- 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。）。

### 回答

構成員限り

### 音声通話料金（一部共通・個社）

- 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。）。

### 回答

- 料金は、利用者ニーズや市場の競争環境を踏まえ設定しております。継続的に利用者にご満足いただけるよう魅力的な料金・サービスの提供に努めております。

### 2万円を超える利益提供

○ 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。

### 回答

構成員限り

### 2万円を超える利益提供

○ 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。

### 回答

- 当該の販売代理店及び店舗に対しては、改めてルールの徹底を指示するとともに、スタッフの再教育を行うよう指示いたしました。
- また、当社においても、本社販売部門から支社・支店の当社営業担当者向けに、改めて社内マニュアルを用いてルールの周知・徹底を行うことで、再演防止に取り組んでいます。
- 以上に加えて、違反が繰り返されないよう、システム的な対策について、検討を行っています。

### 非回線契約者への端末販売拒否

○ 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。

### 回答

➤ 当社においては、利用者のニーズを踏まえ、非回線契約者向けの端末販売を行っています。

### 非回線契約者への端末販売拒否

○ 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。

### 回答

- 当社販売代理店において、販売スタッフの理解不足や認識誤りにより、非回線契約者への端末販売拒否が発生いたしました。
- 当該の販売代理店及び店舗に対しては、改めてルールの徹底を指示するとともに、スタッフの再教育を行うよう指示いたしました。
- また、当社においても、本社販売部門から支社・支店の当社営業担当者向けに、改めて社内マニュアルを用いてルールの周知・徹底を行うことで、再演防止に取り組んでいます。

**非回線契約者への端末販売拒否**

- 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。

**回答**

- 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、当社にて販売マニュアルを作成した上で、全販売代理店へ周知を行ってまいりました。また、本社販売部門から支社・支店の当社営業担当者向けに、社内システムを用いてウェブ研修を随時行い、適切な販売指導を行うことができるよう努めています。

**非回線契約者への端末販売拒否**

- 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）。

**回答**

- 当社の手数料及び販売奨励金については、主に、当社サービスである回線契約の獲得・利用に対する対価として、適用条件を定めた上で、お支払いを行っているものであり、これまでは非回線契約者向けの端末販売に対して、設定を行ってきていないものとなります。
- また、端末の販売価格については、販売代理店が自らの裁量で決定しており、非回線契約者向けの端末販売も含めて、販売代理店が自らの戦略に沿って、設定を行っているものとなります。

**非回線契約者への端末販売拒否**

○ 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。

**回答**

- 非回線契約者に対しても、端末を販売していることについて、ウェブサイトやショップ店頭ツール・チラシバナー、総合カタログを用いて周知を行っています。
- また、提供条件として注意書きへ記載しているのみにとどまる広告表示もあったことから、非回線契約者にも販売していることについて、視覚的にわかりやすい記載内容への見直しを検討しております。

**非回線契約者への端末販売拒否**

○ 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。

**回答**

- 各販売代理店においては、以下の通り、取組を実施しております。
  - 改正電気通信事業法に係る定期的な勉強会の実施
  - 販売代理店責任者や店舗責任者より定期的な周知を行うとともに、販売スタッフに対する個別の指導等を実施
- 当社においては、以下の通り、取組を実施しております。
  - 全ての販売代理店に対し、当社販売マニュアルを改めて提示し、端末販売に係る当社ルールを周知
  - 販売代理店に対し、誤認や理解不足が生じているスタッフがいる場合については、再教育を行うよう指示  
※全ての販売代理店より、全スタッフへのルール周知及び必要に応じた再教育を完了した旨の報告を受領
  - 今後、定期的に販売代理店における販売状況の確認を当社にて行った上で、仮に、一定期間（四半期に一度等）、非回線契約者向けの販売が行われていない店舗がある場合は、スタッフの理解不足が生じていないか、また端末販売拒否等が行われていないか、販売代理店に対してヒアリング等を行い、再演防止に努める考え（モニタリング体制の充実）

### 非回線契約者と回線契約者との差異

- 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。）。

### 回答

- 非回線契約者に対しても、端末を販売していることについて、ウェブサイトやショップ店頭ツール・チラシバナー、総合カタログを用いて周知を行っています。
- ただし、前述の通り、提供条件として注意書きへ記載しているのみにとどまるものであったことから、非回線契約者にも提供していることについて、視覚的にわかりやすい記載内容への見直しを検討しております。

### 非回線契約者への端末販売拒否

- 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。
- 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。

### 回答

- 当社の提供するスマホお換えプログラムについては、回線契約者と非回線契約者の間の条件の差異はございません。

### スイッチングコスト

○ 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。

### 回答

➤ 分割支払金の一部を、端末返却により免除する施策であるため、分割支払い金が存在しない一括払いは対象外としております。

### スイッチングコスト

○ 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。

### 回答

- 利用者へ様々な選択肢を提示する中で、一般的な端末の利用期間である、およそ2年から3年程度ご利用される方に向けて、残債免除の仕組みを設けています。
- 利用者の端末の買替に資するプログラムとして提供しているものであり、そのようなご指摘には当たらないものと考えます。

### スイッチングコスト

- 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。

### 回答

- 当社においては、残債免除要件として、ご利用中の端末の返却のみを条件としており、端末買換え条件は設けておりません。

### スイッチングコスト

- 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。

### 回答

- 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られている端末買換え条件は、利用者の自由なサービス選択を妨げる大きな障壁と考えます。
- 改正電気通信事業法が施行される前から提供されている、旧端末購入サポートプログラムについては、回線契約と端末のセット販売が行われておりましたが、施行から1年以上が経過した2020年12月時点においても、施行時点の旧端末購入サポートプログラムの既往契約者の内、未だに8割ものプログラム契約の残存があり、高いロックイン効果が継続している状況です。また、現行の端末購入サポートプログラムについては、端末買替条件により、同一事業者の回線が継続される可能性が高く、実質的なロックイン効果を発揮しているものと考えられます。
- 改正法施行前の既往契約も含め、残債免除に係る端末買替条件については、撤廃するのが適当であると考えます。