

**『電気通信市場検証会議
競争ルールの検証に関するWG』
ご説明資料**

**2021年4月16日
ソフトバンク株式会社**

【第1部】 市場の動向関係

お客さまの多様なニーズに応えるため マルチブランドを展開

 SoftBank

大容量
店舗サポート

 Y!mobile

小・中容量
店舗サポート

 LINEMO

中容量
オンライン

オンライン専用ブランド「LINEMO」を新たに提供開始

4G/5G共通プラン

LINEMO

3月17日 スタート

シンプルな料金

ずっと
20GB **2,480** 基本料
円/月

オンライン専用

eSIM対応

LINEシナジー



トーク

音声通話/
ビデオ通話

LINEスタンプ
プレミアム ベーシックコース

5Gネットワーク



ソフトバンク
同一ネットワーク
同一品質

UI/UX



LINEから
即日開通
安心サポート

既存ブランドにおける料金見直し

既存ブランドの料金プランも改定

4G/5G共通プラン

SoftBank

メリハリ無制限

無制限

ずっと

6,580 基本料
円/月

3月17日 開始

最大22%値下げ

4G/5G共通プラン

Y!mobile

シンプルS

3GB

ずっと

1,980 基本料
円/月

シンプルM

15GB

ずっと

2,980 基本料
円/月

シンプルL

25GB

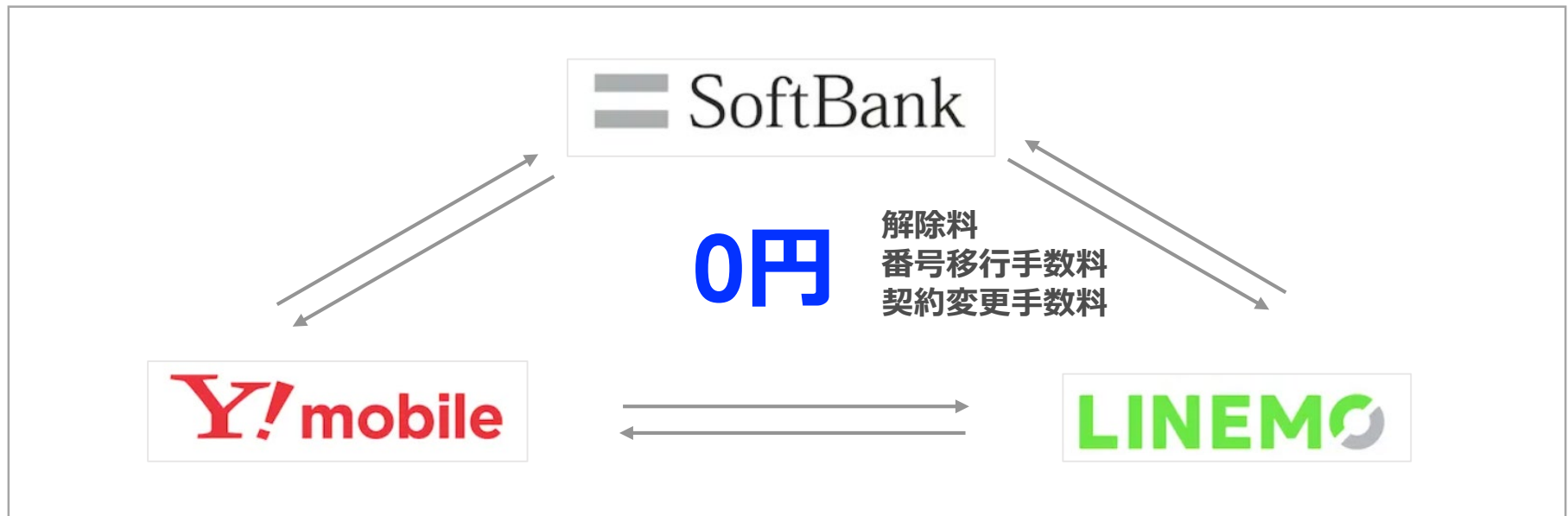
ずっと

3,780 基本料
円/月

2月18日 開始

最大26%値下げ

ブランド間移行時の手数料及び解除料を撤廃
お客さまがより選択しやすい環境を実現



※2021年夏以降に契約手続きの簡素化等も実施予定

改正法施行後も端末販売数に大きな変化はない
また中～低価格帯端末の構成比が増加

構成員限り



【第2部】

改正法の運用関係

改正電気通信事業法の運用

改正電気通信事業法（上限2万円規制等）遵守のため 厳格な運用を実施

取り組み例

- ✓ サービス企画部門・営業部門と渉外部門間での確認フローを整備
- ✓ 代理店に対する端末購入補助額の通知
- ✓ 販売時システム上のアラートの仕組み構築
- ✓ 代理店クルーへのテスト/研修の定期的な実施 etc...

代理店通知書

	機種 A	機種 B	機種 C
事業者 割引額	〇〇 円	◇◇ 円	△△ 円
残割引 可能額	●● 円	◆◆ 円	▲▲ 円



既往契約の移行状況

**既往契約の割合は全契約者の半数以下に減少
(総務省殿要請に基づき、提出・受領済の計画どおりに推移)**

構成員限り

改正法適合プランへの移行促進

改正法適合プランへの移行促進のため 各種取り組みを実施

改正法適合プラン移行時の契約解除料免除

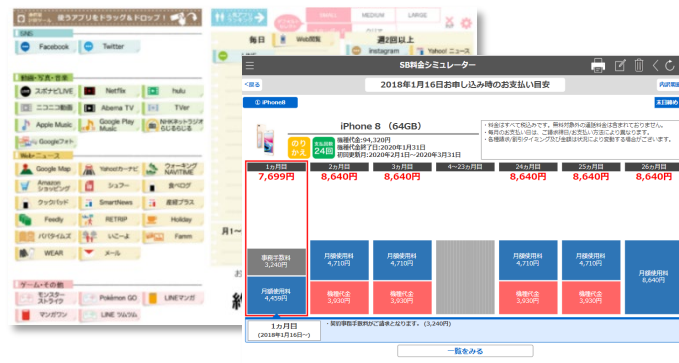
※3/17より、対象をブランド間にも拡大（SoftBank⇔Y!mobile⇔LINEMO）

カタログ・CM・Web・LINE等
による周知

店頭における料金相談
（最適料金案内等）



※LINEメッセージ



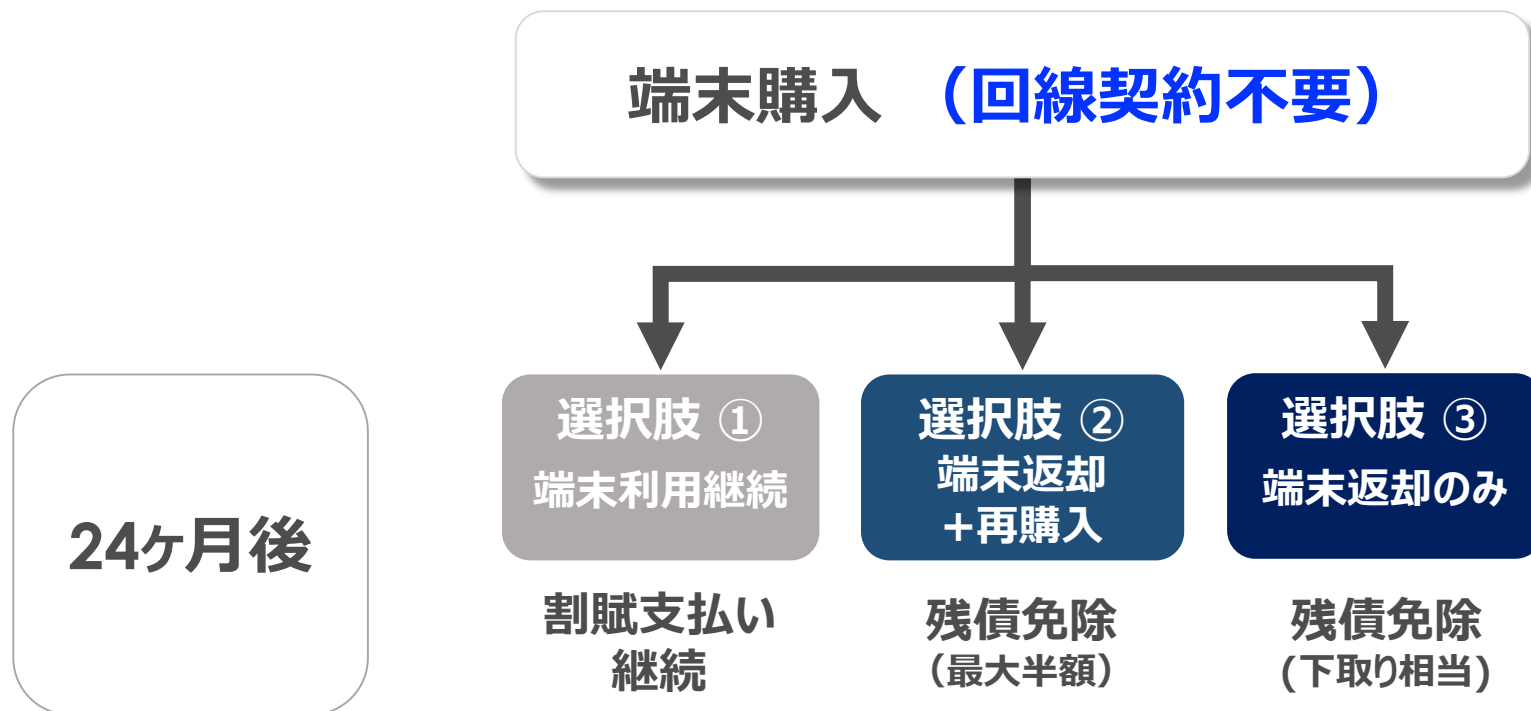
※今後の支払い額や料金プラン等をご案内
（データ量・料金シミュレーター）



※スマホ料金相談所（2021年1月導入）

端末購入サポートプログラム①

割賦残債を免除する「トクするサポート+」を提供中



通信と端末を完全分離している仕組み
(回線囲い込みにはなり得ない)

回線契約有無によるサービス条件面での差異なし

回線契約者

非回線契約者

対象者

条件なし

(会員サービスへの加入等も不要)

支払方法

クレジットカード、口座振替

その他条件

条件なし

販売チャネル

店頭、オンライン

店頭

オンライン販路は端末販売の窓口として限定的(※)であるため、総務省殿ガイドラインに基づき現行未提供

※販売構成比は約5%

非回線契約者向けのオンライン販売は対応準備中
(今年度末開始予定)

端末単体販売について①

非回線契約者に対する適切な案内について、 サービス開始時より周知を徹底

【代理店通知】

端末単体販売（移動機物品販売）の正しい案内徹底のお願い

重要!

正しく端末単体販売（移動機物品販売）を案内
端末単体販売訴求ツールの展示を徹底

「端末単体販売不可」の案内は **厳禁!!**

間違った案内の例



AQUOS ZERO2の
電話機だけ
買いたいのですが...

回線とセットでないと
販売出来ません

在庫ありません
(虚偽案内)



【クルー向け研修/テスト】



覆面調査の結果、**クルー知識不足等**により
一部店舗にて不適切な案内を行った事例が発覚
⇒ 全店舗に対して、**再度注意喚起**を実施済み（2021年3月）

端末単体販売について②

店頭ツールで非回線契約者であっても「端末購入サポートプログラム」が利用可能である旨周知



SoftBank

最新スマホも超——おトク

トクするサポート+

ソフトバンクが提供する、最新スマホの購入をサポートするサービスです。最新スマホの購入に際しては、ソフトバンクが提供する「トクするサポート+」を利用することで、最大24回分の支払いが不要になります。

SoftBank

機種購入のみのお客さまもご利用できます

SoftBank

25ヵ月目にソフトバンクでの回収・買い替えて最大24回分のお支払いが不要に

スマホ購入 トクするサポート+

お支払の負担を1〜24回目の機種代金で軽減

残りのお支払いが不要 (24回以降のお支払いあり)

24期 48期

※お申し込みは必ずしもこの条件が適用されるものではありません。詳しくは店頭スタッフにお話をください。また、ソフトバンクの最新のキャンペーンやサービスが適用される場合があります。

SoftBank

端末購入のみのお客さまも対象

最新スマホもトクするサポート+

トクするサポート+ (特典A)
プログラム利用料: 0円 一部対象外機種あり

◎他社回線でご利用の場合、SIMロック解除時に「SIMロック解除料」が別途発生する場合があります。詳しくは店頭スタッフにお話をください。また、ソフトバンクの最新のキャンペーンやサービスが適用される場合があります。

※お申し込みは必ずしもこの条件が適用されるものではありません。詳しくは店頭スタッフにお話をください。また、ソフトバンクの最新のキャンペーンやサービスが適用される場合があります。

SoftBank

クルー説明に加えて
お客さまにご認識いただきやすいよう
量販店含むショップに設置

【第3部】
音声通話料関係

音声通話料金の変遷

これまでもユーザーニーズ等を踏まえ
通話定額料金等を適宜導入・見直し

2007年

2013年

2014年

2015年

2018年



LINEアプリによる無料通話
(データ消費なし)
通話定額/準定額オプション化
音声定額オプション料金割引※

通話準定額料金プラン

通話定額料金プラン

24時間通話定額オプション

自網内通話無料 (一部時間帯)
通話料半額オプション
家族間通話定額



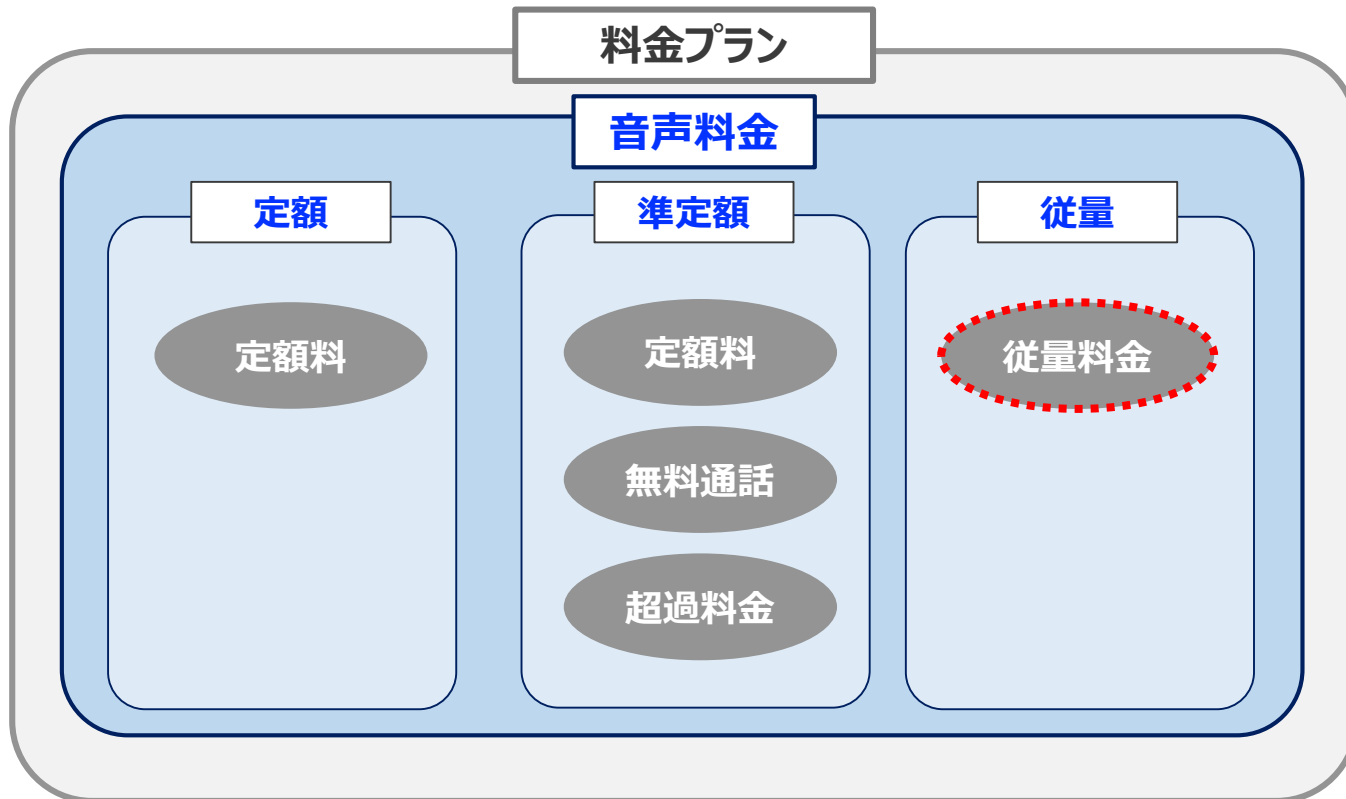
ホワイトプラン*

※60歳以上ずっと割引キャンペーン

お客さま一人当たりの通話時間、通話料金支払額は
ともに減少傾向

構成員限り

料金の体系・水準については、
料金プラン全体設計の中で決定
(特定部分の料金見直しにより、全体設計へも影響が生じ得る)

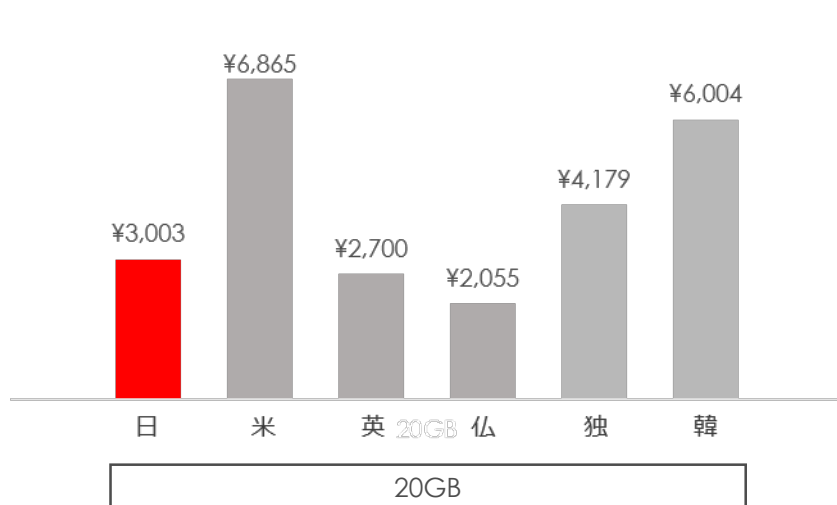


通信料金の海外比較

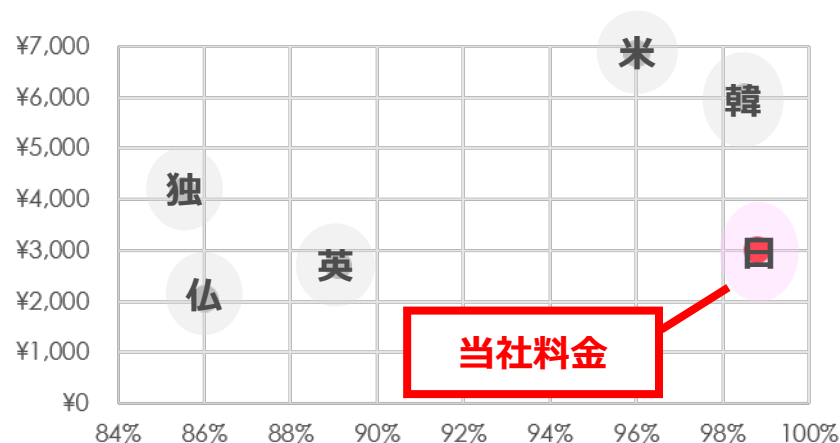
既に音声込みでの料金は世界でも安価なレベル (ネットワーク品質は世界最高レベル)

【各国主要事業者の料金プラン】

税込、音声あり（通話月65分）

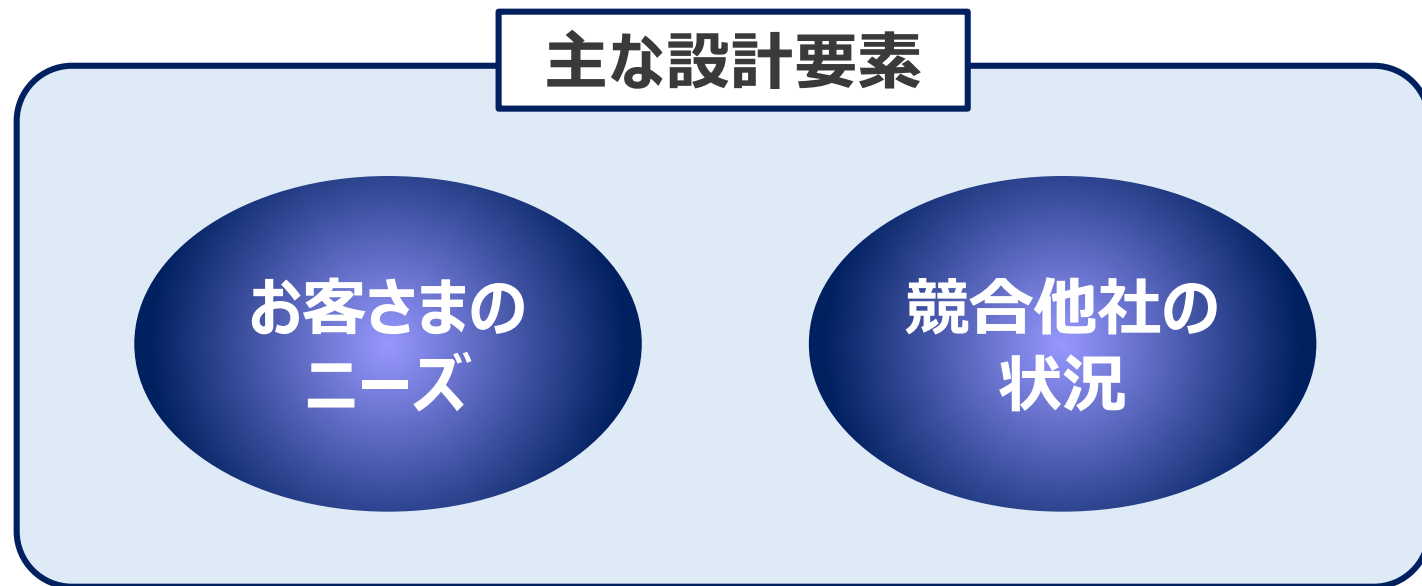


【各国主要事業者の4G接続率と料金】



- 料金 : 総務省「電気通信サービスに係る内外価格差調査（令和元年度調査結果）」
 - 4G接続率 : ICT総研「2020年 スマートフォン料金と通信品質の海外比較に関する調査」より作成
- ※日本の料金を当社最新料金に置き換え（20GB：LINEMO）

お客さまのニーズや市場環境等を
総合的に勘案し料金を設計



継続的に見直しを図り、
お客さま利便の向上に努めて参ります

その他ご質問事項への回答

項目	回答
<p>【市場全体及び新料金プラン等の検証】</p> <p>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、昨年を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。</p>	<p>我が国のモバイル市場の現状については、元より、高品質且つ多様なサービスが提供されていた認識ですが、昨年後半以降の各社のサービス展開により、より一層、サービスの多様化や低廉化が進展したものと考えます。</p> <p>なお、モバイル市場の在り方については、「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン（2020年10月27日）」等の形で政策的な方向性が示されたところですが、特に小売り料金の在り方等については競争環境に委ねることが基本であり、政策的な方向性が付けがなされる場合においても、事業者の投資インセンティブ等にも配慮した丁寧且つ透明性の高い議論プロセスを経ることが適切であると考えます。</p>

第1部：通信市場の動向

項目	回答
<p>各プラン・ブランド毎の反響はどの程度か（事前のエンター数、実際の契約数、契約ユーザーの自社・他社割合等）。</p>	<p>本編でもご説明している通り、当社では、本年3月17日にオンライン専用ブランドでシンプルな料金体系である「LINEMO」を導入し、併せて既存の「SoftBank」、 「Y!mobile」ブランドも料金/データ容量等を改定し新たな料金プランを提供しています。</p> <p>上記各ブランドの新プランは多くのお客さまからご好評をいただいております。新プランへのお客さまの移行や新規での契約が大きく増加している状況です。</p>

第1部：端末市場の動向

項目	回答
<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>本編でもご説明している通り、改正法施行後、新型コロナウイルス感染症により、端末販売台数は一時的には減少しましたが、直近においては特段大きな変化はありません。</p> <p>チャネルごとの販売台数については、新型コロナウイルス感染症による1回目の緊急事態宣言下においては、一時的にショップの営業時間を短縮して、オンライン販路への誘導を行っていたこともあり、オンライン販路での販売が増加傾向にはありましたが、以降は基本的に通常営業のためピーク時の販売比率よりは減少しています。</p>
	<p>構成員限り</p>

第2部：改正法適合プランへの移行状況

項目	回答
<p>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。</p>	<p>本編でもご説明している通り、既往契約については、改正法施行時に、総務省殿要請に基づき提出し受領いただいた計画値通り推移しており、その後の進捗報告時においても総務省殿から特段のご指摘はいただいていない認識です。また、当社では、契約解除料免除を始めとした各種取り組みで自社内の新法適合契約への移行を進めており、直近の各ブランドの新プラン開始に伴って、移行はより加速する見込みです。当社としては引き続き既往契約からの移行を促進する努力を進めていく予定です。上記を踏まえ、過去議論から大きな環境変化もない状況下での「既往契約の違約金を1,000円に引下げる」等の追加規制の導入は過度な措置であると考えます。</p>
<p>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。</p>	<p>現行実施している各種取り組みは継続して実施します。また、各ブランドの新プランへの移行状況もみながら、既往契約のお客さまに対して新プラン移行のご案内に関する個別通知等も適宜行っていく予定です。</p>

第2部：覆面調査関係

項目	回答
<p>【2万円を超える利益提供】</p> <p>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。</p>	<p>本編でもご説明している通り、当社では改正法（上限2万円規制等）遵守のため厳格な運用を実施しており、2万円を超える利益提供がなされた事例について指摘は受けていません。また、当社内においても、違反事例は認識していません。</p>
<p>【非回線契約者への端末販売拒否】</p> <p>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）。</p>	<p>回線契約者/非回線契約者問わず、端末販売毎に代理店利益となる奨励金の支払いを行っています。</p>

項目	回答
<p>【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。</p>	<p>通信と端末を完全分離する上で、端末の単体販売のみで収支が成り立つことが求められている点を考慮し、サービス設計を行ったことによるものです。（端末販売利益と端末回収による端末売却益にて収支が成り立つ構造となっています。）</p>
<p>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。</p>	<p>本編でもご説明している通り、当社の端末購入サポートについては、端末買換えを必要条件としていません。また、当該サービスについては、通信と端末を完全分離の考えに則り、回線契約者/非回線契約者問わず特典を享受することができることから、乗換え時の障壁になるとの指摘は当たらないと考えます。</p>

第3部：音声通話料関係

項目	回答
<p>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。</p>	<p>定額、準定額の導入等、料金の見直しは適宜行われており、音声料金に関するお客さまの実質的なお支払い金額も減少しているため、競争は機能しているものと考えます。</p> <p>また、LINE等の無料通話アプリをはじめ、お客さまの音声利用の選択肢も広がっているものと考えます。</p> <p>なお、本年4月より、MVNO殿への音声卸料金の値下げも実施しており、モバイル通信市場全体において、今後より競争が進むものと考えます。</p>
<p>かけ放題の内容等は改変されてきたが、従量制料金の過去10年以上変わっていない理由は何か。</p>	<p>定額制や準定額制など通話時間に依らず一定額の料金で音声通話サービスを利用されることを重視されるお客さまの声（ニーズの大きさ）や上述の無料通話アプリ等の利用が一般化されている環境等を総合的に勘案した結果です。</p> <p>また、本編でもご説明している通り、料金の体系・水準については、料金プラン全体設計の中で決定しているものであり、音声料金については、従量制、定額制、準定額制等の全体バランスの中でサービス仕様を確定しています。</p>
<p>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。）。</p>	<p style="text-align: right; color: white; background-color: red; padding: 5px;">構成員限り</p>
<p>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。）。</p>	

第3部：音声通話料関係

項目	回答	構成員限り
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。		
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。		

項目	回答
<p>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。</p>	<p>相対的に音声通話を多く利用されるお客さまのニーズが高いサービスである「留守番電話」等を割安な料金でサービス内容に組み込みこんだことによるものです。</p>
<p>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。</p> <p>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</p>	<p>当社のブランドにおいて、メイン/サブという考えはありませんが、メインブランド＝ソフトバンクブランド、サブブランド＝ワイモバイルブランドという趣旨でのご質問と解釈し回答します。</p> <p>ソフトバンクブランドとワイモバイルブランドは、元々別会社であり、お客さまのニーズや競争環境等を考慮した各社の判断により、サービス設計していたことによるものです。</p> <p>また、現状においても、ブランド毎にサポートレベルが異なる等の特色があり、お客さまのニーズもそれぞれ異なることから、それらを総合的に勘案した結果、従来のサービス設計を継続しています。</p>
<p>Y!mobileの10分かけ放題をオプションにした理由は何か。</p>	<p>お客さまの声やニーズを踏まえ、定額制、準定額制、従量制を自由に組み合わせ選択できるように、通話料部分を基本料金から切り離しオプションに変更しました。</p>

— SoftBank