

競争ルールの検証に関するWG（第16回）

1 日時 令和3年4月16日（金） 9：30～11：55

2 開催形式 Web会議

3 出席者

○構成員

新美主査、相田主査代理、大谷構成員、大橋構成員、北構成員、佐藤構成員、
関口構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員

○その他

林スイッチング円滑化タスクフォース主査

○オブザーバー

小室公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長、内藤消費者庁消費者政策課長

○ヒアリング対象者

株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式
会社

○総務省

竹内総合通信基盤局長、今川電気通信事業部長、吉田総合通信基盤局総務課長、大村事
業政策課長、川野料金サービス課長、片桐消費者行政第一課長、鈴木番号企画室長、大
内料金サービス課企画官、田中料金サービス課課長補佐、仲田料金サービス課課長補佐、
中島（明）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、五味料金サービス課係長

4 議事

【新美主査】 定刻となりましたので、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16回の会合を開催いたします。

本日は、長田構成員から、御都合のため御欠席という御連絡をいただいております。

なお、本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染症の情勢を踏まえまして、ウ
ェブ会議による開催ということで御了解いただきたいと思います。

まず、議事に入る前に事務局から連絡事項がありますので、説明をよろしく願います。

【川野料金サービス課長】 事務局でございます。本日もオンライン会議での御参加に御
協力いただきまして、誠にありがとうございます。

会議の留意事項につきまして、御案内を申し上げます。これまでの会合と同様、御発言を希望される際は、チャット欄に発言したい旨の書き込みをよろしく願いいたします。それを見て、新美主査より御指名いただく方式で進めさせていただきたいと存じます。

なお、チャット欄は構成員の皆様からは御覧いただけますが、傍聴者の方々からは見えな
いという形になっております。

御発言に当たりましては、皆様が発言者を把握できるよう、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、発言時以外はマイクをミュート、オフにさせていただきますようお願いいたします。音声がつながらなくなった場合などにもチャット機能を御活用いただきたいと思います。

なお、佐藤構成員の肩書に変更がありましたことから、本日の資料の一番後ろに開催要綱の改定版を参考までにお付けしております。

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、早速議事に入りたいと思いません。

本日、非常にタイトなスケジュールになっておりますが、まず、事業者からのヒアリングにつきまして、質問事項が多岐にわたりますことから、第1部として市場の動向関係、第2部として改正電気通信事業法の運用関係、それから第3部、音声通話料金関係の3つに大きく分けまして、それぞれ事業者各社さんからの御説明をいただいた後、その後に意見交換、質疑応答という時間を取るという形で進めたいと思います。

事業者ヒアリングが全て終わった後、スイッチング円滑化タスクフォース報告書の案につきまして、主査を務められました林先生から御説明をいただき、意見交換をしたいと、そのように考えております。

それでは、まず、事務局からヒアリングの進め方について御説明よろしく願いいたします。

【川野料金サービス課長】 資料1を御覧ください。事業者ヒアリングの進め方及びヒアリング項目というものでございます。

ただいま主査から御説明がありましたとおり、1ページ目でございますが、本日は大きく3部に分けて、ヒアリングを進めたいと思います。第1部、第2部、第3部、今、主査から御説明があったとおりでございます。各社様、本日はMNO4社様にお越しいただいておりました、それぞれの部のテーマに従って御準備いただいた資料に基づき、5分程度で御説明

をいただき、4社様の御説明が終わった後、質疑の20分程度という形で進めたいと存じます。

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、第1部の市場の動向関係について、事業者の皆様から御説明をお願いいたします。

まずは、株式会社NTTドコモ経営企画部長の藤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。

【NTTドコモ】 NTTドコモの藤原でございます。お手元の資料2-1-1に沿って御説明させていただきます。

表紙をめくっていただき、まず、1ページ目、第1部ということで市場動向の関係についてということ、通信市場と端末市場に分けて説明いたします。

まず、1-1のスライドを、ページをめくっていただきまして、お願いいたします。通信市場の動向に関しまして、改正法に適合した料金プランの提供について示しております。当社では、一人一人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おります。ドコモブランドとして、プレミアとしてはギガホプレミア、ギガライトなど、また、Newとして、3月26日からahamoをそれぞれ提供しております。シンプルで分かりやすい料金プランを提供することで、お客様より御好評いただいております。

次のページ、1-2を御覧ください。こちらのほうで、プレミアのギガプランの料金見直しについて示しております。4月1日にギガプランの見直しを行いました。5Gギガホプレミアと、ギガホプレミアについて提供を開始しております。表にありますとおり、データ量について、5Gギガホプレミアではデータ量無制限で、料金は4,480円から、ギガホプレミア4Gでは、データ量を60ギガで、料金が4,380円からと従来のプランに比べまして、データ量を増量した上で、さらに値下げをいたしました。割引については、従来設けていた、期間限定のキャンペーンを廃止しております。また、データ量が3ギガ以下で御利用の少なかった月について、自動的に1,500円割引を行い、シンプルでお得なプランを設定させていただいております。

次のページ、1-3を御覧ください。こちらではギガプランの見直し前と後の料金水準を示しております。赤い線が5Gギガホプレミア、これは青いラインの5Gギガホから1,000円の値下げを、オレンジラインのほうで、ギガホプレミア4Gでは水色のラインにあるとおり、ギガホ4Gから600円の値下げを行っていることを示しております。お客様の料

金還元が大きく実現できていると考えております。

次のページ、1－4を御覧ください。3月26日に開始したa h a m oについての説明となります。a h a m oでは、デジタルネイティブ世代をターゲットに、移行障壁のないお得でシンプルな料金プランということで設定しております。十分なマーケットリサーチを行い、コンセプトとしてお示ししておりますとおり、デジタルネイティブ世代をターゲットにオンライン特化、メールなしなど、ターゲットのニーズにマッチするような提供条件としております。メインブランドの料金プランとして、データ量が20ギガ、税抜で2,700円の低廉な料金に設定して、他社に先駆けて発表し、御好評いただいています。この料金につきましては、諸外国と十分遜色のない価格水準と認識しているところです。

右のほうに、提供開始後の課題を示しておりますけれども、オンラインに不慣れなお客様から、申込みについて不安があるということで、サポートしてほしいという声をいただいております。今後、店頭においても、オンライン手続をサポートするようなサービスを、有料ではございますが提供する予定です。後日、発表したいと考えております。

次のページ、1－5を御覧ください。こちらは、端末市場の動向について示しております。当社の端末販売の推移のグラフについて、昨年4月の緊急事態宣言の期間では、販売数が減少していることが見られると思いますが、その後、回復基調にあります。改正法施行前と比較しますと、全体としては、1割程度の減少となっています。なお、2019年8月に総務省より示されております、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によりますと、過度な端末値引きに頼った競争慣行は、2年を目途に根絶ということにされており、ちょうど今年2021年10月に2年後が到来します。現段階では、通信と端末の分離、スイッチング円滑化はまだ十分とは言えないと考えており、現在の規律が緩和されることによって、従前あったキャッシュバック競争に逆戻りすることは避けるべきだと考えております。

第1部について、当社からの説明は以上になります。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。御質問等については、各社の発表が終わってからまとめて行いたいと思いますので、よろしく願います。

それでは、続きまして、KDDI株式会社渉外統括部長、山本様から御説明をお願いしたいと思います。よろしく願います。

【KDDI】 KDDI山本です。よろしく願います。

資料の2－2－1で御説明をさせていただきます。市場環境の変化をどう捉えているか、

それから、その変化を踏まえた対応、取組について、御説明させていただきます。

まず、スライドの1をおめくりください。こちらは市場環境の変化でございますが、これは各社取組により、まず、料金の低廉化と、それからスイッチングコストの引下げというものが進んでいると考えております。料金の低廉化につきましては、いわゆる大容量プランの値下げ、それから、オンライン専用プランによる低廉な中容量プランの提供などをさせていただいております。一方、右側のほうですが、スイッチングコストの引下げということで、期間拘束のない料金プランを提供し、あるいは各種手数料の引下げなどを進め、お客様がよりサービスを選択しやすい環境になっていると理解しております。

続きまして、スライドの2でございます。こちらは弊社のブランド戦略になります。弊社の場合は、3つのブランド、a u、p o v o、UQモバイルと、これをお客様に御案内し、5G利用を積極推進しております。a uにつきましては安心の使い放題、続きましては、p o v o、真ん中のものにつきましては、これはお客様のニーズに合わせてオンラインで自由にトッピングしていただくと。UQモバイルにつきましては、シンプル、お手頃価格というものでございます。これは、後ほど第2部のほうでも案内いたしますけれども、いずれも改正法適合プランという形で、こういったものをお客様に御案内することによって、いわゆる改正法に適合したものにどんどん移行させていただいているという状況でございます。

続きまして、スライドの3を御覧ください。具体的にスイッチングコストの引下げということで、各種手数料の撤廃をさせていただいております。弊社の場合は、先ほど申し上げました3つのブランドを提供しておりますけれども、それぞれのブランド間において、手数料、これはもともと現状の移行元で発生する手数料、それから移行先で発生する手数料、それぞれあるのですが、これをいずれもゼロ円にするという形で、通常の料金プランの変更と同様に、お客様の選択しやすい環境というものを実現しております。

続きまして、スライドの4をお願いいたします。こちらは端末販売数の状況でございます。先ほど、ドコモ様からも話がありましたとおり、これは改正事業法前後で、かなり傾向が変わってきております。改正法施行後、あるいは新型コロナウイルス感染症の影響によりまして、端末の販売数は少し減っていると。右側のオレンジの部分が改正法適用以後の動きでございます。

続きまして、スライド5をめくりください。こちらは5G端末の累計販売台数でございます。私どもとしては、一生懸命5G普及のために、いろいろな施策を講じております。直近では、昨年12月末時点でございますが、累計販売台数は120万台を突破したと。これに

よりまして、端末が5G対応になりますと、それに応じたプランも、これも改正法適合プランに移ってまいりますので、こういった形でも適合プランのほうへ移行を促進しているところでございます。

続きまして、スライドの6をお願いいたします。こちらは端末販売の多様化という見方でございます。弊社の場合、スマートフォン、端末購入サポートプログラム、今は「かえトクプログラム」というものでございますが、こちらを低、あるいは中価格帯の端末も対象にすることによって、改正法以前と比べて低価格、あるいは中価格帯の販売台数の比率が増加しております。これは構成員様限りのグラフになっておりますけれども、いわゆる価格帯別の販売台数比率を比較しましても、いわゆる改正法施行後のほうは、高価格帯の比率が減っていると。低価格帯、中価格帯の販売台数比率が増えているというところでございます。これは、実は改正法前に弊社が提供しておりましたアップデートプログラムというものと、それから、現在、提供している「かえトクプログラム」というもので、これは対象とする端末の適用範囲を変えております。以前は高価格帯のものが対象であったものを、現在の端末購入サポートプログラムは対象を広くすることによって、こういった端末の多様化が進んでいるというところでございます。

最後、スライドの7をお願いいたします。こちらは弊社のもう一つの取組で、中古端末、これは「a u C e r t i f i e d」というブランドをつけておりますけれども、これを試験的に取扱い開始しているところでございます。3つの安心とありますが、a uが認定したものの、それから専門業者による厳しい検査をしっかりと受けたものという形、それから、専用ソフトでしっかりとデータを消去しておりますということで、3つの安心といったものを、取扱いのほうを始めさせていただいていると、こういった取組を進めております。

個別の質問につきましては、別にスライドの9以降にありますので、こちらのほうは説明を省略させていただきます。弊社からのプレゼン、御説明は以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、ソフトバンク株式会社通信サービス統括部長、吉岡様から御説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

【ソフトバンク】 それでは、ソフトバンクでございます。弊社の資料に基づいて説明いたします。

まず、2ページ目ですけれども、こちら、弊社ではお客様の多様なニーズに応えるためということで、マルチブランドでのサービス展開を行っております。それぞれのブランドの特

徴としましては、大容量で店舗サポートのあるソフトバンクブランド、同じく店舗のサポートがあって、データの容量が小中容量のワイモバイルブランド、そして、先日、サービスを開始いたしましたけれども、オンラインに特化したL I NEMOという3つのブランドで、今、サービスの展開を行っております。

次のページを御覧ください。こちらはL I NEMOについて詳しく御説明したスライドになります。いずれのプランも4G、5G共通のプランとなっております。こちらは、先ほども申しあげましたとおり、販売ですとかお客様のサービスというものをオンラインに特化したというところで様々なコストカットを行って、20ギガで2,480円という低価格でサービスを実現しているものでございます。

続きまして、4ページ目です。こちらも先月、先々月にソフトバンクブランド及びワイモバイルブランドでも料金プランの改定を行いました。詳細は割愛しますが、それぞれこちらも4G、5Gの共通のプランとなっております。記載しておりますとおり、最大それぞれ22%、あるいは26%の値下げというものを行いまして、お客様によりリーズナブルにお使いいただけるように改定をいたしております。

続きまして、5ページです。こちらは3ブランドのブランド間の移行手続について説明したのになります。こちらは、ブランド間の手数料ですとか契約解除料を撤廃いたしました。そうすることによりまして、お客様がブランド間の移行というのをよりストレスなくやっていたいただける状況を作っております。

その下書いておりますが、まだ、一部手続が簡素化できていないところも、この夏以降にその辺りの解消を目指して取り組んでおりますので、より手続を実施していただきやすくする環境を引き続き、充実させていこうと考えております。

6ページ目です。こちらは端末の販売の状況を説明したスライドになります。詳細の数字は構成員の先生限りとさせていただきますが、大きなメッセージといたしましては、まず、改正法の施行の前後で端末の販売数については、大きな変化はございません。新型コロナウイルス等により一時的、多少減少したということはあったのですが、大勢で見て大きく変わっておらないということが1点目、もう1点目は、端末も価格帯別の構成比はかなり変わってきておまして、以前に比べまして、改正法の施行後につきましては、中・低価格の端末の構成が非常に増えてきておるとい状況でございます。

その他の御質問につきましては、別途の一問一答のスライドで御説明しておりますので、そちらを御覧ください。弊社からの説明は以上となります。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、楽天モバイル株式会社渉外部長の鴻池様から御説明をいただきましたと思います。よろしく申し上げます。

【楽天モバイル】 楽天モバイルの鴻池です。それでは、資料2-4に従いまして、御説明させていただきます。

まず、1ページになります。こちらは第1部の市場の関係におきまして、2ページ以降で御覧いただきたいと思っております。

2ページ目、お願いいたします。当社のサービスや取組について御説明をさせていただきます。

次をお願いします。3ページ目です。楽天グループは、5年間のMVNOの経験を基に、2020年4月より携帯キャリア事業に本格参入いたしました。携帯市場の課題をMNOの立場で解決することで、携帯電話を民主化することを目指しております。

次のページをお願いいたします。4ページ目でございます。データ利用量について、総務省様の資料によりますと、日本ではライトユーザーの方が多く、利用量が5ギガ以下のユーザーが66%を占めている現状がございます。ただ、日本の携帯電話料金が複雑な料金プラン体系であることにより、自分に合った携帯電話の料金プランを選べていない方も多数いらっしゃると思っております。

次にページをお願いします。一方、これからの5G時代はデータ消費量が格段に増えていくことが予想されます。そのため、データ無制限に対する対応が必要と考え、次のページをお願いいたします。そこで、当社といたしましては、今月1日よりライトユーザーの方にもヘビーユーザーの方にも最適な、ワンプランのUN-LIMIT VIを御提供しております。

次のページをお願いします。UN-LIMIT VIは、毎月のデータ使用量に応じて料金が決まる段階制の料金プランとなっております。段階制ですが、20ギガを超過した場合は、楽天回線エリアであればどれだけ使っても無制限で、2,980円のまま御利用いただける形になります。

次のページをお願いします。2021年3月以前に御契約されていた全てのお客様は、今回、変更の手続きをしていただくことなく、今月1日より新しい料金プランのほうへ自動移行する形になっております。その際、お客様の手続き、それから費用については、一切発生しない形になっております。

次のページをお願いします。こちら、昨年11月にZERO宣言という形で、契約事務手数料やMNP転出手数料など各種手数料を無料にする発表をしております。御参考いただければと思います。

次のページをお願いします。当社におきましては、オンラインにフォーカスした顧客獲得戦略を推進しております。こちらは少し前の情報にはなりますが、新規申込みや解約手続等について、全て手続をオンラインで行うことのできる御紹介をしております。

次のページをお願いします。こちら、昨年4月の本格サービススタート時から現在に至る契約申込み数の部分を表しております。申込みは順調に増加しておりまして、今月390万回線を突破しております。

次のページになります。こちらは4Gの屋外基地局の建設状況についての部分です。先月末時点で、人口カバー率を80%突破する形になっております。引き続きお客様の品質向上と、それから利用者増加に向けて対応してまいりたいと思います。

それから、次に13ページ、14ページ目は説明を割愛させていただきたいと思いますが、5Gの屋外基地局建設状況と衛星利用による災害に強いスマホ実現についてまとめておりますので、御参照いただければと思います。

資料は15ページ目お願いいたします。こちらは最後のまとめになっておりますが、当社のサービスや取組については以上のおりとなっております。また、16ページ目以降の部分につきましては、こちらは事務局からいただいた項目に対する回答となっておりますので、御参照いただければと思います。

発表については、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、以上で、取りあえず第1部につきまして、事業者各社様からの御説明をいただきました。これまで御説明について、御質問、御意見のおありの方はチャットで合図していただきたいと思います。御指名させていただきますので、よろしく申し上げます。いかがでしょうか。

それでは、大谷さん、御発言をお願いします。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。各事業者の方からのプレゼンテーション、どうもありがとうございました。1つコメント、1つ質問させていただければと思います。

まず、コメントでございますけれども、ドコモさんの資料を拝見して、5ページのところで、サポートの有償化について触れていただいております。もちろん価格によりますけれど

も、通信料金と分離された価格の透明性を推進することもできますし、また、代理店やショップの収入源として、代理店が積極的にユーザーサポートに取り組むインセンティブにもなると思われますので、このような取組については歓迎すべきものではないかと考えているところでございます。今後、こういったサポートの有償化の実証などについて、また、教えていただく機会があればと思っております。

それから、質問でございますが、質問はソフトバンク様への質問となります。KDDI様のほうの資料を拝見しますと、KDDIさんの端末購入サポートプログラム、かえトクプログラムの適用範囲が拡大したということで、低価格帯のスマホなど、利用者の選択肢が広がったということが結果に如実に表れているのかと思っております。ソフトバンク様の提供されているブランドのスマホにおいても、低価格帯の増加という同じような傾向が見られますが、こういった低価格帯の利用が増えたという変化の理由は何だと考えられているのか、事業者様としての分析結果を教えていただければと思います。

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、後者の点、ソフトバンクさん、お答えいただけたらと思います。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。当社の端末購入サポートプログラムは、従前より全ての機種を対象としておりますので、この点についての変化というものはございません。きちんと分析ができていないわけではございませんが、この端末の価格帯の構成比の変化につきましては、端末購入補助の金額が変わった、制限がついたということによって、比較的安い端末を求められるお客様が増えたことが要因ではないかと推察しております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。大谷さん、それでよろしいでしょうか。

【大谷構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、北さん、御発言をお願いいたします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。

2点ございまして、まず1点目はドコモさん以外への質問です。ドコモさんから、6ページにありますように、事業法第27条3の規律、2万円までの値引きの規律についてはルール緩和をすべきではないとお考えを示されましたが、これにつきまして、他の3社さんのお考えをお聞かせください。これが1点目です。

もう一つは、ドコモさんのスマホおかせしプログラムですが、以前調べたときに、低・中

容量帯の端末は対象外、つまり高価格帯の端末だけが対象になっていて、一部の端末はユーザーの実質負担金が逆転する、つまり高い端末はおかえしプログラムが対象となるので安くなって、ミドルレンジ以下の端末は対象となっていないので、実質負担金が逆転するという現象が見られていましたが、今、どのような状況になっているのか。また、なぜa uやソフトバンクさんのように低・中価格帯も対象とされていないのか御説明をお願いします。

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、第1の点について、ドコモさん以外の3社への御質問ですので、まず、KDDIさんからお答えいただけますでしょうか。よろしくをお願いします。

【KDDI】 KDDI、山本でございます。いわゆる現行の端末購入補助と言いますか、2万円のルールにつきましては、これはきちり守るべきであると考えております。ただ、こちらのルールは規制の緩和というよりは、非常に複雑で分かりにくいと考えております。と言いますのも、ガイドラインを作っていただいておりますが、そのガイドラインをめぐって、この解釈はどうかかというところ、これは社内の営業部門に説明するのも、物すごく今、大変な状況でありまして、それを社内向けにさらに解説して、その解説が正しいかどうかを総務省さんとコミュニケーションを取らせていただきながら、これを日々運用していると。これを代理店の末端のところまで、現場のスタッフのところまで、正しく理解していただくというのは、非常に正直、一生懸命取り組んでおるところではございますが、複雑だと感じておりますので、何と言いますか、緩和というよりも、もう少しシンプルなものにならないかという問題意識は思っております。

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、続きましてソフトバンクさん、いかがでしょうか。

【ソフトバンク】 2万円の値引きの金額についてということですが、これにつきましては、現状は、このままでいいのではないかと考えております。先ほども口頭で説明したところなんですけれども、端末の価格帯別の構成比というのが大分変わってきておまして、中・低価格の端末は売れるようになってきておまして、ある意味、健全化と言ったら言い過ぎかもしれないんですけど、うまく機能しているのではないかと考えております。今後、情勢がどう変わるか分からないのですが、少なくとも現時点では変える必要はないのではないかと考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして楽天モバイルさん、何かございましたらお願いします。

【楽天モバイル】 楽天モバイルでございます。弊社としては、ルールについては継続いただく形で問題ないと考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、3社さんへの質問は以上にしまして、今度はドコモさんへの質問がございましたので、ドコモさん、よろしくお答えいただけたらと思います。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。スマホおかせしプログラムの件でございますが、ドコモのスマホおかせしプログラムは比較的価格の高い端末を買いやすくすることを目的としたプログラムでございます。低価格帯の端末は対象外とさせていただいています。これには、過去に事業法改正以前ですけれども、docomowithとして、比較的安い端末を定価でお買い求めいただくとともに、月々のご利用料金を毎月1,500円ずつと割引をしており、非常に好評をいただいております。お客様は、端末と回線の料金、この合計額で、トータルでお考えになることもございまして、最近、料金も低廉化が進んできているため、低価格帯については、プログラムの対象外とさせていただいているところでございます。

それから、逆転が生じているかどうかについては、現状でどうなっているか、事実関係を確認の上、別途お答えさせていただければと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。北さん、いかがですか。よろしいでしょうか。

【北構成員】 ありがとうございます。ガイドラインが非常に複雑で難解であるということについては同意いたしますので、これはもう少しシンプル化できないかと私も考えています。ありがとうございます。

【新美主査】 これはむしろ総務省への注文になりますね。

それでは、続きまして、全相協の西村さん、御発言をお願いします。

【西村（真）構成員】 全相協の西村です。ありがとうございます。

ドコモのほうからサポートの有料化というお話が出ていました。オンライン専用のプランについては、KDDIもソフトバンクも今かなり対応が大変な状況かと思えます。ドコモ

さん以外の各3社の方について、サポートの有料化について、もし御社ではどのようなお考えがあるか、お答えできる範囲で結構ですので教えていただければと思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これも有料化についての各社の、ある意味で、今後どうお考えかということの質問ですが、これもKDDIさんから順次、お答えいただけますでしょうか。お願いします。

【KDDI】 KDDIでございます。オンライン専用プランというものは、私どもも提供し始めて、まだ間もないところでございます。いろいろとサービスを提供する上で、あるいはお客様に御案内する上も含めて、これから様々な課題と言いますか、改善すべき点なんかもいろいろと出てくるかと思っております。

サービスにつきましては、常にいろいろと試行錯誤と言いますか、お客様の声をいただきながら検討を加えております。今日のこの時点で、ドコモ様がお示しなされたものと、それについて、個別にコメントすることはできませんが、ありとあらゆる面で、お客様の声、ニーズというものを踏まえて、サービスのほうは適宜、よりいいものとしていきたいというところでございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ソフトバンクさんいかがでしょうか。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。こちらも、弊社ではまだ提供しておりませんが、もちろん今後の選択肢の1つとしては考えておりますので、今後の検討材料として考えております。まだ現時点で決まっていることはございません。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、楽天モバイルさん、この点について何かコメントがありましたらお願いします。

【楽天モバイル】 楽天モバイルにおきましては、現時点、現状からの変更は予定として考えておりません。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。西村さん、以上でよろしいでしょうか。

【西村（真）構成員】 どうもありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、佐藤さんからの御発言希望です。佐藤さん、どうぞ御発言をお願いします。

【佐藤構成員】 甲南大学、佐藤です。コメントと質問になります。

北委員と同じような関心事項かもしれませんが、ドコモ資料のスライド6で、各社はまだこのルールをきちっと続けていく必要がある、スイッチングコストの円滑化とか分離徹底は今後とも必要であると言われたと思うのですが、あえてドコモの資料で、この文章が赤字になっているところについて、ドコモさんへの質問です。まだまだスイッチングコスト等でイコールな状況、競争できる状況が実現できていないとか、移行を促進するような環境が整っていない、不十分であるということの考えを示した文章だと理解しての質問です。

そういう意味では、第2部にも古い契約が残っているということでのスイッチングコストの話が示されていましたが、スライド6で示された主張を簡単に言うと、どういうところにまだまだ課題があると思われるのか、スイッチングコストや分離の徹底に対して、どのように現状を捉えてこういう判断をされているのか、特に大きな問題について、例えば2つあるいは3つに整理して、簡単に教えていただけるようだとありがたいです。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ドコモさんのほうへの御質問ですが、ポイントだけで結構だから、どういう背景で、このルールのこのままの維持を主張されたのかを説明いただきたいということですので、どうぞ、ドコモさん、お願いいたします。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。この後の第2部で御説明しようという中身ですが、分離の新しい法改正がございまして、2万円上限のルールがありますが、一方で、回線契約における、2年定期契約や、それは端末側のほうで言えば、端末購入プログラムの買換え条件が残っていると、そういったロックイン効果が高いものが幾つか残っています。それから、タスクフォースでも議論がありますけども、スイッチングの円滑化、これもまだ途中でございまして、こういったものがしっかり実現していく途中のため、今の段階では逆戻りすべきではないと申し上げているところでございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。佐藤さん、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

【佐藤構成員】 第2部でまた問題について聞かせていただきますけど、こういうロックインとかスイッチングコストの問題というのを解決するために、いろいろ我々は議論してきたので、現状、こういう問題がどういう形でまだ残っているかとか、次の課題が何であるのかについて検証していくことは非常に大事だと思いますので、総務省の方でも問題・課題がどういう状況にあるか、整理いただければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これは第2部の報告を受けて、改めて議論になるかと思しますので、今メンションされたことを意識しながら、次に移りたいと思います。

ほかに、第1部について御発言希望の方ございませんか。よろしいでしょうか。

それでは、続きまして、第2部として、改正電気通信事業法運用関係について、各事業者様から御説明いただきたいと思います。まずは、NTTドコモの藤原様から御説明いただきたいと思います。よろしくお願ひします。

【NTTドコモ】 ドコモの藤原でございます。引き続き、先ほどの資料2-2-1、こちらの7ページ目のほうを御覧ください。

第2部としまして、改正法の運用に関して、適合プランへの移行状況などについて説明させていただきたいと思っております。次のページ、2-1を御覧ください。まず、改正法適合プランの移行状況をお示ししています。こちらのグラフは、構成員の方限りとさせていただいておりますが、2019年10月に当社が総務省へ提出した移行計画と実績をお示しておりますが、現在、当初の計画よりも2倍のペースで移行が進んでおります。当初は当面、月々サポートの適用が続くことから、適用中のお客様は既往契約に留まるものと見込み、計画を提出しましたけれども、その後、ギガプランやプレミアなど、魅力的で低廉なプランとしてお客様から受け入れられたということで、当初想定よりも早いペースで移行が進んでいると考えています。スマホの利用者につきましては、今後、2年程度で改正法適合プランへ移行するものということで、現在、見込んでいるところでございます。

次のページ、2-2を御覧ください。解約金留保の見直しについて示しております。当社では、既往契約において、当該2年定期契約の期間満了までの間、解約金を留保することとしておりました。この点に関して、お客様から分かりにくいといった声をいただいていることから、今年、秋頃を目途に今回、見直しを予定しているところでございます。また、解約金留保の見直しに併せまして、2年定期契約自体の新規受け付けについても、終了を考えているところです。

次のページ、2-3を御覧ください。こちらはケータイ補償サービス等の見直しについてお示ししております。現在、回線契約者と非回線契約者に対する端末販売条件の差異について議論されていることは承知しております。当社では、ケータイ補償サービスについて最下段に書いておりますが、夏頃を目途に非回線契約者に向けても提供を開始しようと検討しているところです。また、さらに、非回線契約者に対して、上段に書いていますが、端末の

割賦販売についてはこれまで提供してはおりませんでした。見直しを考えているところがございます。

今後、当社としては、回線契約、非回線契約のお客様の差異をなくしていくような形で取り組んでいきたいということをお示ししているところがございます。

次のページ、2-4を御覧ください。端末購入プログラムに関する既往契約の特例ということで、19年6月、モバイル研究会において、総務省からの資料を添付しております。この資料では、施行日前までに締結された既往契約について、法施行後も契約時の条件が有効ということで見解が示されています。

これに関して、次のページ、2-5を御覧ください。端末購入プログラムの見直しということで、当社の意見を示させていただいております。2019年当時、当社からは改正法の趣旨に踏まえて移行促進のため、政策的な措置を講ずるべきであること、また、負担なく改正法適合プランに移行できるように、お客様の自由な選択肢を実現すべきと主張させていただいております。具体的には、先ほど議論もありましたけれども、回線契約における2年定期契約の解約金や、端末購入プログラムの端末買換え条件、こちらをそれぞれロックイン効果があるということで見直しが必要であると申し上げてきたところなんです。当社においては、先ほど2-2のスライドでも述べましたとおり、解約金留保の見直し、並びに2年定期契約の新規受付停止を行う考えですが、一方で、端末側の課題である、端末買換え条件については、依然として、他事業者において提供が続けられている状況であると認識しております。

引き続きになりますけれども、次のページ、2-6を御覧ください。前回の競争ルールWGにおいて、総務省から説明がありましたが、特に改正法施行前に提供された旧端末購入プログラムについては、回線と端末のセット販売が行われており、現在も8割もの残存があるということで、高いロックイン効果が継続されていることを説明いただいたかと思っております。改正法施行後に提供されている現在の端末購入プログラムについても、買換え条件があるということで、実質的にロックイン効果が生じているのではないかと考えております。割賦代金の残債免除に関わる端末買換え条件は、お客様の自由な選択を妨げる大きな障壁であり、撤廃すべきであるというのが当社の意見となります。

次のページ、2-7を御覧ください。こちらは当社の考えをまとめて示しております。お客様の通信サービスと端末、それぞれを自由に選択可能であること、健全な携帯電話市場の発展につながると考えております。自由な選択を妨げるスイッチングコストの引上げにつ

いては、回線側のみならず、端末側も含めて各社一律の対応が求められることから、業界を挙げてしっかり取り組むべきだと考えております。

次に、覆面調査の結果に関して、2-8のほうにお示ししております。これは第2部の最後のスライドになります。当社において、2万円上限を超える利益提供、並びに非回線契約者向けの端末販売拒否について指摘をいただいております。詳細は構成員の方限りとさせていただきますが、違反事案につきましては、当社の指導不足等に起因するものとして、非常に重く受け止めております。今後はマニュアルの周知徹底、スタッフ教育といった従来からの対策の徹底に改めて取り組むとともに、違反を未然に防ぐシステム的な対策を含めて検討していきたいと考えております。引き続き、再演防止に努める考えでございます。

2部につきましては、当初からの説明は以上になります。

【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、KDDIの山本様から御説明いただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【KDDI】 KDDIの山本です。それでは、資料2-2-2で御説明させていただきます。

それでは、スライド1を御覧ください。こちらは、いわゆる改正法適合プランへの移行促進の取組を御説明したものでございます。主に3点ございます。1点目は、これは積極的な周知ということで、期間契約をされているお客様、更新を迎えるお客様に対して、メール、はがきによって、いわゆる改正法適合プランのほうに移っていただくよう、これは御案内しているというものでございます。

それから、2点目、真ん中でございます。こちらは、いわゆる適合プランに移行するのに当たって、更新時期を待たずに、いつでもお客様が移りたいという方に対しては、新しいプランをいろいろ出しておりますので、契約解除料なしで切替えをさせていただいております。なので、お客様は適合プランに移ればすぐに、それでもさらに他社に移りたいという場合の契約解除料は、即1,000円が適用されるというところでございます。

それから3つ目、魅力的な料金プランの提供ということでございます。これは先ほど第1部で申し上げましたように、新しい料金プランをどんどんお客様に御案内しております。こちらのほうは全て適合プランになっておりますので、こういったものをお客様に御利用いただくことによって、改正法適合プランへの移行をどんどん進めてまいりたいと考えております。

続きまして、スライド2を御覧ください。こちらが端末購入サポートプログラム、弊社はかえトクプログラムというものでございます。こちらが、いわゆる非回線契約者、回線は弊社ではないサービスを利用するお客様に対しても、かえトクプログラムに加入できることを分かりやすく周知しております。この矢印で書いている部分、他社御利用の方も対象としっかりと御案内をしているところでございます。

続きまして、スライド3、これは先ほどの端末購入サポートプログラム、これが回線契約者と、非回線契約者との間で条件に差分があるのではないかと御指摘を踏まえたものでございます。こちらのほうは確かに差分条件がございます。具体的に言いますと、非回線契約者のお客様については、店頭のみであってオンラインはできないですとか、あるいは支払い方法については、これは口座振替はできず、店頭の申込みにおいてクレジットカードのみにしているですとか、あるいは、残価再分割条件という形で、いわゆる買換えをされないお客様、そのまま残債を払いたいという場合については、手続きをするときに来店審査して、わざわざ店頭にお越しいただくということになっているのがございます。こちらにつきましては、確かに差分があるということはよろしくないということですので、差分解消のほうをしっかりとさせていただく、この夏には見直して、差分がなくなるようにする予定でございます。

さらに加えます、非回線契約者のお客様については、これは割賦ということではなくて一括購入もしたい。それをオンラインでできるようにしたいということも併せて、この夏に対応する予定であります。

続きまして、スライドの4でございます。こちらが規律遵守に向けた取組を、具体的に何をしているかというところでございます。上段のほうは、弊社の社内の取組、下のほうが販売代理店様の取組でございます。まず、上のほうですが、ルールをきっちり守るためにということで、弊社の社内の代理店を管理する機能、あるいは、広告物、お客様へ御案内するもの、この適正性を管理する部門、これは以前は地域に分散していたのですが、これを全国一括の組織という形に再編しております。それから、先ほど第1部でも申し上げましたように、このルールが非常に複雑で分かりにくいということですので、特に社内の営業部門、あるいはサービスの企画部門に対して、改正法施行前はもちろんでございますが、改正法施行後もガイドラインの内容が変わるたびに具体的に何が変わったのか、どう解釈したらいいのかどうすればいいのかということと社内の責任ある部署に対して説明会を実施しております。

これは、単に関係する部門だけということではなくて、これは弊社の全社員向けのeラーニングというもので研修し、こういった法律の改正がいかに重要であるか、ルールを守ることが大事であるかということを徹底しております。これは弊社の社内でございますが、一方、代理店様に対して、しっかりこれを守っていただくためにどうすればいいかというのが下段でございます。代理店様にガイドライン責任者というものを置くように、しっかりと対応を求めています。その上で、運用するとき、非常にガイドラインがかなり細かくなっておるんですが、例えばガイドライン、2万円を超えないようにするためには、私どもで言うところの直営の販売価格、これは事業者の対照価格とガイドラインで位置づけられておりますが、こういったものとか利益の提供額について、これは機種ごとにしっかりと表形式で代理店のほうにお示しをします。こういった対照価格の変更が生じたタイミングで、しっかりと全代理店様に周知し、いわゆるずれと言いますか、いわゆる2万円の中にしっかりと収めるということが、漏れがないようにしっかりと運用のほうをしております。

当然、弊社の社員向けと同様に、販売店様のスタッフ様に対してもeラーニングによる研修というものを実施することを徹底しているところでございます。

最後、スライドの5でございます。こちらは総務省様の覆面調査の結果を踏まえた再発防止策でございます。こちらのほうの覆面調査の結果を踏まえて、こちらが代理店様に対して、しっかりと事実関係というのを確認しました。そうしましたら、1、2とありますように、いわゆる非回線契約者への端末の販売拒否事例ですとか、あるいは2万円の上限を超える疑いのある利益提供と、これはどうしてもこういった事例が確認されました。細かい内容につきましては、構成員様限りとしておりますが、当然こういったものがあつた場合には、即再発防止という形で、事例が判明した店舗、スタッフに対しまして、個別の指導でこれは即改めるようにということで措置を講じております。それだけではなくて、こういった改正事業法の趣旨、先ほど申し上げました、ルールをどう解釈したらいいのか、あるいはこういった違反事例が代理店で起きたということを守っている店舗の代理店様に対しても、しっかりと情報を共有するというので、こういった一人一人の意識づけを、いわゆる最前線、お客様と日々接している代理店の担当の方にも意識していただくように努力をしているところでございます。

弊社からの説明は以上でございます。細かいところはスライドの7以降を御覧ください。以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、引き続き、ソフトバンクの吉

岡様から御説明をいただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。弊社の資料の7ページ目から説明させていただきます。

第2部は7ページ以降です。8ページ目、改正電気通信事業法の運用というところですが、こちらは2万円の値引きの上限のルールを守るために、弊社では厳格な運用を実施しておりますということを記載しております。取組の例ですが、端末の値引き等に関わるサービスの企画部門ですとか営業部門で、施策の中身を何か検討するときには、必ず私どもの渉外部門のほうに連絡が来るような運用フローを立てつけておりまして、決して2万円を超えないような仕組みをちゃんと検討できるようにしております。

また、代理店様に対しては、端末購入補助額という通知を行っておりまして、端末ごとに例えば事業者が幾ら割引をやっていたら、あとは代理店さんで値引けるのはここまでですといったものを機種ごとにお示しして、決して2万円を超えないようにということで運用しております。

また、間違っって端末の販売時に、販売店様が多くの割引を入れてしまったときには、システム上でそれが警告されるような仕組みも作っております。このような取組を行って2万円のルールをきちんと守るようにという取組を行っております。

続いて、9ページ目です。こちらは既往契約の移行の状況でございます。数字につきましては構成員限りとさせていただいておりますが、既往契約の割合は、現時点で全契約者の半数以下に減少しております。こちらは改正法施行時に、総務省殿の要請に基づきまして、弊社から計画を提出しておりまして、その後もそれに基づいて報告をさせていただいておりますが、おおむねそのペースで進んでおるところでございます。また、先ほど御紹介した新しい料金プランが非常に好評ですので、そちらに移行するお客様も非常に多いので、直近では、そのペースが加速しているという状況ですので、より加速が見込めるのではないかと考えております。

続きまして、10ページ目です。改正法適合プランへの移行の促進策ということですが、弊社では、従前より改正法の適合プランに移行する際には契約解除料を免除というものを法の施行時からやっておりました。それに加えまして、先月からはもともとは同一ブランド間のみをそれをやっていたんですけども、ブランドをまたがって移行する際にも、契約解除料の免除を行うということで拡大をしております。その他、各種媒体ですとか店頭で新しいプランへの移行の促進を行っておるということでございます。

続きまして、11ページ目です。こちらは端末購入サポートプログラムの御説明でございます。こちらも従前から、端末の割賦の残債を免除する、「トクするサポート+」というサービス名称で提供しておりますが、その中身を説明したものです。端末を購入いただくと、24か月後にお客様に選択肢が3つ、3つの選択肢の中から選んでいただけるというものになります。選択肢1、そのまま端末を継続利用いただくか、選択肢2、端末を返却いただいて再購入いただくと、この場合には、もともとの端末の残債というものを免除することになります。選択肢3、これは端末の返却のみで、こうなると下取り相当の残債額を免除することになります。いずれも、このプログラムを御利用いただくに当たっては、回線契約は全く不要としておりますので、完全に分離した中で設計しているプログラムでございます。

続きまして、12ページ目です。こちらは端末購入サポートプログラムを回線契約のあり、なしによつてのサービス面での条件の違いというのはございませんというものを示した図でございます。対象方法や支払い方法、その他条件というところで回線の非契約者に対しての制約というのは一切ございません。唯一あるのが販売チャネルの違いでございます、回線契約者は店頭、オンライン両方で販売しているのに対しまして、非回線契約者につきましてはオンラインでの販売を行っていないということでございます。こちらは、もともとオンラインでの端末の販売の構成比が極めて小さかったということで、総務省殿のガイドラインに基づいて、現行、未提供となっておりますが、こちらも差異をなくしていこうということで計画をしております、今年度末にはオンラインでの非回線契約者向けの端末販売を実施できるべく準備を進めておるところでございます。

続きまして、13ページ目です。端末の単体販売につきましては、当初よりこれを適切な案内をすべく、サービス開始のときより代理店様には通知をしております、間違っただ案内がなされないように研修、テストを繰り返して行っておりましたが、先日の覆面調査の結果では、知識不足等により、一部店舗におきまして不適切な案内がなされたという事例を御指摘いただいております。これは非常に重く受け止めておまして、早速、弊社では全店舗に対して再度、注意喚起を行っております。

続きまして、14ページ目です。これは端末単体販売が適切に行われるように工夫をしている1例を示したものでございます。こちらはウェブですとかカタログで記載しているのはもちろんなんですけれども、店頭のポスターですとかツール類にも、機種購入の方のみも対象ですということを明記いたしまして、お客様に間違っただ案内や間違っただ誤解がなされ

ないように工夫をしているということでございます。

第2部の弊社からの説明は以上になります。

【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、今度は楽天モバイルの鴻池様からの御説明になるかと思えます。鴻池様、よろしく願いいたします。

【楽天モバイル】 楽天モバイルの鴻池でございます。それでは、資料2-4の18ページ目をお願いいたします。

こちらからは第2部といたしまして、当社が改正電気通信事業法の運用のためにどのような取組を行っているかにつきまして御説明させていただきたいと思えます。

次のページをお願いいたします。当社は携帯電話を民主化したいという理念の下、MVNO時代の改正法施行以前からの通信契約と端末販売を分離しておりました。改正法施行による影響については特にございませんというのが弊社としてのコメントになります。また、MNO新規参入後も、他社で購入された製品の楽天回線への対応状況を御紹介したり、通信回線のみの方に対しまして、ポイントバックのキャンペーンを行ったりという施策も展開しております。また、楽天モバイルや楽天グループにおきまして、端末のみの販売も行っております。

次のページをお願いいたします。こちらは端末保証サービスについて、2種類御用意してございますという御案内になります。1つは楽天モバイルで端末を購入していなくても、楽天回線対応端末であれば保証対象となる通信契約者向けのもの、そして、もう一つは、通信契約者以外の方にも加入可能である端末購入者向けのものでございます。他社様の端末保証サービスは、通信契約者のみの加入に限定されているものもあられると考えておりますが、当社におきましては、通信契約の方のみと、それから端末のみを購入された方に対しまして加入が可能でございますという御案内になります。

次のページをお願いいたします。こちらは事業法第27条の3の規律を順守するために、社内体制、業務プロセスを整備しているといった状況についての御説明になります。

次のページをお願いします。こちらは代理店様において、第27条の3の規律を遵守するために、当社でガイドラインの作成や研修を実施し、また、代理店様におかれましても、問題点があれば指摘し、改善策を提示させる等の支援を行っているという御紹介になります。また、代理店独自のキャンペーンを実施する際におきましては、当社の営業本部の執行役員が主催する会議につきまして、そこで、その内容についてきっちり法令順守状況の最終確認

を行った上で実施いただいている形になります。

最後、次のページをお願いいたします。以上、まとめになりますが、改正電気通信事業法の運用のためにどのような取組を行っているかという形で御説明した形になります。

説明は以上になります。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、以上で第2部に関する各社様の御説明をいただいたところでございます。それでは、これにつきまして、御質問、御意見のある方はチャットにて御合図いただきたいと思います。御指名させていただきます。どうぞよろしく申し上げます。いかがでしょうか。

大谷さん、御発言をお願いします。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。

御説明を伺っていて、一部に非常に歓迎できる動きをしていただいているということを感じ取らせていただきました。それで、各社の覆面調査の結果についての御回答、それぞれ真摯に受け止めていらっしゃるということなんですけれども、各社に重ねて教えていただきたいと思っております。

まず、ドコモ様のところでは15ページ目のところで、体制名やシステム的な対応ということを書かれているところなのですが、具体的にはどのような対応になってくるのか、詳細を教えてくださいと思います。

そして、同じ覆面調査の関係で、KDDI様のところでは、5ページ目に教育などの徹底について触れられているところで、教育の重要性については、私も実感するところではありますけれども、やはり教育だけではならず、ドコモ様の資料にありましたように、体制面、システム的な対応が非常に求められるものではないかと思っております。啓発以外の対応として、御社において考えられる対応について御説明いただければと思います。よろしくをお願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ドコモ様とKDDI様に御質問ですが、まず、ドコモ様から今の質問について、お答えいただけたらと思います。よろしく申し上げます。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。ありがとうございます。覆面調査結果を非常に重く受け止めており、御指摘いただいておりますように、これまでも弊社から代理店様に向けて御説明などをしてきたところではありますが、こういったことがまだ起きてしまうということもあり、いわゆる周知徹底とか研修の実施とか、そういうことだけでは完全に再演防

止することは難しいと考えております。そのため、体制面、システム面と申しあげましたけれども、特にシステム面については、2万円の上限もありますが、それを超えないようなシステムのチェックをきっちり行うということで、上限額を超過しないような仕組みを整えるべきということを、現在検討をしているところでございます。

また、体制面もこれまでも繰り返し教育等を行ってしておりますが、こういう実態がありますので、体制面はまだ検討中ですが、整備をしていかなければならないと課題認識を持っているところでございます。

御説明は以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、KDD I様、どうぞ、お答えいただけたらと思います。

【KDD I】 KDD Iでございます。大谷先生御指摘のとおり、教育は大事ではありますが、それだけではなかなか徹底できないというところは私どもも痛感しているところでございます。特に体制面につきましては、実は前のスライドでも御説明させていただいておりますとおり、こういった代理店様にもガイドライン責任者というものをしっかりと立てていただきまして、しっかりとガイドラインというものの運用を御理解いただいて、こういった、いわゆる実際のスタッフ様は正しく理解していただけるようにという形の組織的な対応というものをしておるところでございます。

本社のほうにつきましては、先ほど申しあげましたように、その上のところにお示ししたとおりでございますが、こういった組織として、体制として取組というものを特にしっかりと、これからも進めてまいりたいと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。大谷さんよろしいでしょうか。

【大谷構成員】 各社の御説明については、なるほどと思われるところもございましたが、やはり非回線契約者に端末を販売するということが、代理店にとってメリットと感じられるような仕組みも必要だと思っております。そういった代理店との関係を見直すということも含めて、財政面、システム面での対応とともに、代理店との関係の見直しということも改めて御検討の俎上に入れてくださるようお願いしたいと思います。

これはコメントでございます。以上です。

【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、北さん、御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。1つコメント、2つ質問、1つお願いです。

今、大谷先生がおっしゃったことと重なりますが、覆面調査に対するコメントです。各社さんのショップで白ロム売り拒否事案が発生したということに対して、スタッフの知識不足が原因だとか、代理店へ注意喚起します、指導を徹底します、体制整備しますということなんですが、ヒアリング項目にありますように、その背景には代理店さんが白ロムを売ってももうからない、成績が上がらない、そういう構造的な課題、つまり卸価格の設定問題とか手数料設定、ショップ評価体系などがあると推察しております。この点については次回会合の内容になってくると思いますので、ここではコメントだけにとどめます。

2点目、質問です。ドコモさんのケータイ補償サービス、10ページで、非回線契約者向けにも提供予定とあります。これは非常に大きな一歩だと思いますが、これは楽天さんが先にやられているように、ドコモの回線利用者が、例えば、MNPで他社にスイッチしても、ケータイ補償サービスが持ち運びできるのか、あるいは他社の持込み端末もケータイ補償サービスが受けられるようになるのか、その点、もし決まっていることがあれば教えていただきたい。

そして、ソフトバンクさんとKDDIさんが以前、私の記憶が確かならば、非回線契約者へのケータイ補償サービスを検討するとされていたのですが、その後の検討状況をお知らせいただきたいと思います。

もう一つ、質問です。ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさんは白ロム売りを行っているわけで、ガイドライン上、事業法上、白ロムも黒ロムも値段に差をつけなければ、27条の3の適用外になるのに、何でみんな2万円の枠を厳格に遵守しようとしているのか私にはよく分からないんですが、御説明いただきたいと思います。

3点目、これは公正取引委員会さんへのお願いです。ドコモさんからKDDI、ソフトバンクの端末購入サポートプログラムにおける端末買換え条件の撤廃について、御意見がありました。ソフトバンクさんから、回線囲い込みにはなり得ないという意見がありましたが、端末による囲い込み、実質的なロックイン効果があるのかどうか、ぜひ御検証いただきたいと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。コメントと公取へのお願いという点については、きちんとリマークしておいていただきたいと思います。あと、質問が3社さん、楽天さんにはなかったと思いますが、ドコモさん、ソフトバンクさん、それからKDDIさんに質問が

ありましたので、2点について質問がありましたので、それぞれドコモさん、KDDIさん、そしてソフトバンクさんの順でお答えいただけたらと思います。よろしくお願いします。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。ケータイ補償サービスの関係でございますが、非回線契約者向けには、この夏をめどに提供する考えでございます。御質問いただきましたケータイ補償サービスを御利用いただいたお客様が、MNPで他社へポートアウトする際については、ケータイ補償サービスは継続する考えでございます。

それから、2点目ですが、御質問の趣旨があまり理解できていないので、申し訳ございませんが、もう一度お願いしてもよろしいですか。

【新美主査】 北さん、ちょっと補充してください。

【北構成員】 白ロムも黒ロムも価格差をつけないのであれば、2万円の枠を超えてもいいという例外規定があります。例外というか、事業法の適用外になるわけですよ。そうすると、同じ値段であれば、別に3万円値引いて売ってもいいわけじゃないですか。2万円の枠を厳格に遵守しようとしている理由を知りたいということでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ドコモさん、今のコメントを踏まえて2点目をお願いします。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。今すぐ適切にお答えできないかと思ひますし、持ち帰り、宿題として回答させていただければと思ひます。申し訳ございません。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続いて、KDDIさん、よろしくお願いします。

【KDDI】 KDDIでございます。まず、スマホの補償サービスにつきましては、次回のお題だということで、次回、御説明しようと思ひておりましたが、頭出しと言ひますか、現時点で簡単に申し上げますと、回線契約ではない、非回線契約のお客様にケータイ補償サービスを提供するとなると、保険業との関係で影響してくると理解しておひまして、この点を今、私どもが金融庁といろいろとお話をさせていただいているというところでございます。この辺の細かいところは、また次回、御説明させていただければと思ひます。

あと、もう一つの2万円ルールのところにつきましては、これは私どもも、御質問の意図をもう少し正確に御理解した上でお答えしたいと思ひますので、持ち帰らせていただければと思ひます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ソフトバンクさん、お答えよろしくお

願います。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。回線契約のない方への端末の補償のサービスですね。こちらは引き続き、検討を行っております、関係省庁とのレギュレーションも調整しなきゃいけないところがありますので、そこを今、実施に向けて調整をしているところでございます。引き続き、実施に向けて検討しているというステータスです。

2つ目の2万円ルールの部分なのですが、これはもし答えが的を外していたら申し訳ないのですが、私どもでは、別に端末のことだけではなくて、新規契約を対象としたキャンペーンというようなこともやっておりますので、そこでは2万円のルールを厳格に守らなければいけませんので、そういうのに該当しないように、そこをしっかりと見ているということでございますが、これで答えになっていますでしょうか。

【新美主査】 北さん、いかがでしょうか。

【北構成員】 私もう1回、ちゃんと事務局と確認して、追加で質問するのであればしたいと思います。

【新美主査】 では、次回の会合でということ。

【北構成員】 はい。

【新美主査】 それでは、続きまして、中央大学の西村さん、御発言をお願いいたします。

【西村（暢）構成員】 中央大学の西村でございます。KDDI様に1点、質問をさせていただければと思います。

スライドですと、10枚目のところの1つ目のポチのところ、覆面調査の関係でございますが、非回線契約者への端末販売についても、販売代理店にメリットのある仕組みを整えていると記述されておられます。例えばですが、手数料の設定というものが具体的にどういった基準で支払われるのか、例えば、ソフトバンク様の27枚目の資料ですと、端末販売ごとに販売代理店に利益が出るという記述がございますが、例えば、手数料の設定、KDDI様はどのような形でされているのか差し障りない範囲でお教えいただければと思います。

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、KDDIさん、どうぞお答えいただけたらと思います。

【KDDI】 KDDIでございます。こちらの御質問でございますが、端末購入サポートプログラム、弊社でいうと、かえトクプログラムでございますけれども、これは代理店様に対しては、このプログラムに対して、例えば、入っていただければ幾らという体系になっ

ております。つまり、これは回線契約であろうと、そうでない非回線契約であろうと、そこに差はないのです。つまり非回線契約のお客様にプログラムを売っていただいても、回線契約とセットの場合と同じようにお支払いをしているということですので、こういった代理店様に対しても、これは別にメリットがないということではないと理解しております。

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、今の点について、西村さんよろしいでしょうか。

【西村（暢）構成員】 プログラムの受付数と言いますか、契約数に応じた手数料と理解いたしました。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、佐藤さん御発言をお願いいたします。

【佐藤構成員】 佐藤です。コメントと質問になります。コメントのほうは、ドコモさんの今までの対応を見ていて、例えば違約金1,000円の新プランを用意して顧客の移行を促進するとか、スイッチングコストを下げるとか、そういうことに関して、他社に比べて消極的であると、感じていました。なぜかといろいろ考えてみたところ、今日のプレゼンテーションを聞いて、他社に古い契約で、ロックイン効果の非常に高いものが残っている中で積極的に移行を促進する、そういう姿勢になれていなかったのかと理解したところです。もし違っていれば、ドコモさんのほうからコメントいただければと思います。

質問のほうは、ソフトバンクだけに何えば全体が分かると思いますので。ドコモ資料のほうで、8割の古いものが残っていてロックイン効果が高いという主張に関して、ソフトバンクは具体的にどのように考えますか。1つ目はロックイン効果は確かにあると思うのか、ロックイン効果はありませんというお答えになるのか、明確にお答えいただければ。

2点目は、ロックイン効果は確かにあると認識した場合、それは問題視されるものではないと考えるのか、あるいはこういう理由があるから正当化できると言われるのか、どのような考え方をお持ちでしょうか。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。まず、コメントということで、ドコモさんにコメントがありましたが、コメント返しはドコモさん、ありますでしょうか。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。先生御指摘のとおり、法改正のときも、基本的に端末購入補助だけを規制する話ではなく、自由な選択が可能になるように、ロックイン効果が高いものは各社一斉にやめるという趣旨であったと思いますが、お客様からすると、回

線側か端末側いずれであっても、ロックイン効果が残っておりまして、弊社としては、一律でお客様の自由な選択が可能になるように、当初から申し上げておりました。他社との競争を踏まえ、回線側のほうで解約金留保として一部残していた状況でございますが、これまでの御議論とかお客様の声を踏まえて、今回、2年定期契約であるとか、解約金留保の関係を見直すということで、考えを整理し直したところでございます。

そういったロック効果のあるものについては、回線側、端末側を問わず検証いただきまして、必要な整理、できれば撤廃をお願いしたいというところでございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。これについては、またコメントするとなると大変ですので、佐藤さん、何かありましたら、後でまたお願いします。それでは、佐藤さんからソフトバンクさんへの質問、2点にわたっておりますが、どうぞお答えいただけたらと思います。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。従前の端末購入サポートプログラムが非回線のロックイン効果があるかないかということでございますが、改正法施行前に提供していたものというのは回線と端末がセットになっていたという背景もございますので、ないとまでは言い切れないかとは思っておりますが、改正法の施行を受けまして、適用のプログラムに速やかに変えておりますし、現在、旧プログラムに御加入いただいているお客様が機種変更をされた際には、その時点で、回線の契約解除料とかもございませんし、また、そこは次の端末で権利を行使していただく際には、回線の契約条件というのはございませんので、そういう意味でいくと、ロックイン効果はないのではないかと考えます。

【新美主査】 ありがとうございます。佐藤さんいかがでしょうか。

【佐藤構成員】 ドコモに関しては、私の認識は多分そんなに間違っていなかったかなと思います。ドコモは今まで、こういう新しい法律の下でスイッチングコストを下げることにに関して、他社より、積極的に対応いただいたことも多かったので、今後とも積極的に対応いただける状況を実現していきたいと思っています。

ソフトバンクさんの答えは、ロックイン効果はないわけではないけど、そんなに強くないという答えだったと思います。であれば、ロックインの効果がどのくらいあるか、それほどないですということなので、そのことをきちんとデータで示していただき、我々はそういったデータで問題を検証していく必要があると思います。例えば、ソフトバンク資料の11ページで示されたような形で、旧プログラムから契約を変えたときに、どういう形でお客が端

末に対してはどのような判断をしたか、①、②等いろいろありますけど、どのような契約の仕方で、かつ、その時に同じ回線を使っているのか移行しているのかどうかといったデータも見ながら、総務省として、ソフトバンクがロックイン効果がないわけではないがそれほど大きくないと言われているその主張について、検証できるようなデータを求めていただきたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。今の佐藤さんの指摘は非常に注意しなきゃいけないということだと思います。外形的に見て、ロックイン効果がありそうだというときには、その中身について、いや、なかったですという論証をしていく必要があるというのはそのとおりだと思いますので、今後の議論で、その辺りを見ていきたいと思います。

それから、覆面調査の関係で出てきた議論ですけれども、システムで対応するということは非常に大事だと思うんです。品質管理だとか、あるいは、安全性能管理、その他でいきますと、指導とか教育というのはもう最後の穴埋めと言いますか、最後の最後の手段であって、システムないしはハードの面に対応できるならば、そちらでまず対応しろというのは鉄則ですので、教育に直ちに頼ってしまうというのは、やや心もとないと思いますので、システムでどこまでできるのかというのはぜひ御検討いただきたいという希望がございます。これは後ほど、また議論にしていきたいと思います。

第2部について、御議論は以上にさせていただきまして、続いて、第3部に移りたいと思います。第3部の音声通話料金関係につきまして、各社様から御説明をいただきたいと思えます。まずは、NTTドコモの藤原様から御説明いただきたいと思えます。よろしく願いいたします。

【NTTドコモ】 ドコモの藤原でございます。資料2-1-1、同じくですけれども、ドコモからの資料の16ページ目のほうを御覧ください。まず、表紙になっていますけれども、第3部として、音声通話に関する御説明をさせていただきたいと思えます。

ページをおめくりいただきまして、3-1を御覧ください。まず初めに、音声通話料金に関するこれまでの取組ということでお示ししております。音声通話料金について、これまでもお客様のニーズを踏まえ、積極的に見直しを図ってきております。当初は従量制のみの提供でしたが、こちらの絵にありますように、2008年の4月からファミリー割引の家族内通話無料を導入し、現在も継続しているところでございます。その後、自網内定額や、国内通話定額、幾つもの定額サービスを他社に先駆けて導入おり、お客様の選択肢を拡充し、こ

れまで取り組んでおります。

次のページ、3-2を御覧ください。図について、詳細は構成員の方限りとさせていただきます。イメージだけでも、お伝えしたいと思います。定額制サービスについては、お客様の選択が増えた結果として、グラフの左側ですけれども、3分の2以上、約7割のお客様に定額制サービスを御選択いただいているということです。また、通話時間をお示ししていますけれども、従量制のお客様の平均通話時間は、定額制のお客様と比較し、10分の1程度となっております。さらに、従量制のお客様の通話のうち、家族間などの無料通話分が2分の1以上を占めていることから、通話料金に関する御負担というのはこれまで低減されているものと考えております。右のほうに、さらに付け加えますと、従量制での音声トラヒックについては年々低下する傾向にありまして、今後も低下するトレンドなのかと見通ししているところです。

次のページ、3-3を御覧ください。こちらも図について、構成員の方限りとさせていただきます。音声通話に関するお客様の実質的な負担額について示しております。音声ARPUを通話分数で割らせていただいております。通話1分当たりの通話料ということで、経年の推移を示しておりますが、家族内の通話無料の導入前と現時点を比べますと、5割以上、大きく低減しているということをお示しております。お客様の実質的な負担額という引下げにも、家族内通話無料や、各社の通話定額サービスというものが大きく寄与しているものと捉えております。

次のページ、3-4を御覧ください。こちらが最後になります。今後の料金サービスのさらなる充実に向けた考えとなります。当社はahamo、プレミアム提供など、お客様のニーズ、競争環境を踏まえながら、これまでも見直しを続けているところです。今後とも引き続き、激しい市場において、お客様に継続的に御満足いただけるように、魅力的な料金や、サービスの提供に努めていく考えでございます。また、営業、ネットワークのコスト効率化というところに積極的に取り組むことで、お客様還元を、しっかりと実現していきたいと考えております。

当社は以上のような取組を通じて、これからも選ばれ続けるということで目指していきたいと考えております。第3部につきまして、当社からの説明のほうは以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、KDDI様に移りますが、KDDI様におかれましては説明者交代ということで、相互接続部長の関田様から御説明いただきたいと思います。それでは、よろしく願いいたします。

【KDDI】 KDDI、関田でございます。よろしくお願いいたします。

では、弊社の資料2-2-3を基に御説明をさせていただきます。まず、おめくりいただきまして、1スライド目でございますが、音声サービス市場の現状ということで、弊社の認識としましては、音声通話というのはSNS等の代替的なサービスの普及によって、全体的には需要低下のトレンドにあるんだろうと考えております。そういった中で、ユーザー様ごとの利用の傾向も変化していますし、サービスとしての重要性もだんだん低下してきているものだろうと考えております。下のグラフは前回の総務省様におまとめいただいた資料を引用しておりますが、固定電話ほどではございませんが、モバイルも低下傾向という内容になっていたかと思えます。

続きまして、2スライド目でございます。弊社の音声サービスの戦略ということで、先ほど御説明しました、低下トレンドだということを課題認識といたしまして、基礎的なコミュニケーション手段である音声通話、これを永続的に提供するという点も考えていかなければならないだろうと考えています。そのためには利用の促進をしていかなければいけない。こういったことも経営課題の1つであると捉えています。

そういった点も踏まえまして、1つの側面として、もちろん競争への対応も重要なんですけども、多種多様な料金とか音声サービスを投入してきたというところでございます。例といたしまして、下に定額制サービス、準定額制サービスを書いてございますけれども、こういったサービスを投入することによって、それぞれのターゲット層に対して魅力を感じていただいて、需要を掘り起こしていくという取組を行ってきたというところでございます。下に書いてありますが、一方、モバイル各社においては各々の創意工夫によって各種の割引が充実してきているところと考えておりますので、音声サービス市場全体としては、競争が機能しているのではないかと考えているところでございます。

続きまして、3スライド目でございますが、こちらは弊社のいろいろな音声サービスの取組をまとめたものでございまして、我々としては、市場関係、お客様ニーズ、あとは先ほど申し上げたようなサービスの維持、継続性みたいなものを含めたサービス戦略に基づいて、全体のバランスを取りながら、いろいろなサービスを入れてきましたというところで、年表形式で書いておりますけれども、家族割であるとか網内定額であるとか、あとは定額制、準定額制というものを入れさせていただいて、この春には新ブランド、p o v oの中では定額制サービスの値下げも実施してきたというところでございます。

続きまして、4スライド目でございます。こういった多種多様な通話のサービスの普及に

よって、音声サービスが低廉化されてきたというところがございます、内容を一部構成員様限りにさせていただいておりますけれども、定額制、準定額制サービスを多くの方々に御利用いただいているところがございます、実質的な音声通話料金の水準につきましても、大幅に低廉化している状況でございます。

続きまして、5スライド目は、これは少し古い資料ですが、参考までに我々が過去に発着のMOUと音声ARPUを開示していた頃のデータでございます。2009年という、総務省様の出していただいた低廉化をスタートラインに合わせた形で少しあったので持ってきたというところで、2015年という中途半端な数字ではありますがありますが、この間でも音声ARPUというのはかなり下がってきているのが見て取れるかということで、参考までにお持ちしたところがございます。

続きまして、6スライド目でございます。今後の音声サービス市場の環境見通しというところで、MNO各社においては先般来の議論を踏まえて、音声接続機能の提供というものであるとか、音声卸料金の見直しというのが行われていることを踏まえまして、一部のMVNOにおいては通話料の低廉化であるとか、定額制プラン等の提供が開始されているのではないかと考えています。このようにMNO、MVNOを含めた音声サービスの市場というのは一層活性化していくんだろうということで、我々の今後の市場分析という形で考えているというところです。

7スライド目はまとめということで、音声サービス市場はユーザーニーズを踏まえた各社の創意工夫によって各種の割引サービスが普及浸透しているところ、そういったサービスの普及によって、実質的な音声通話料金というのは、御指摘のあった30秒20円というものではなく、大きく下回る水準が実質的に提供されているというところ。それから、MVNO様に対するMNOの新たな音声サービスの提供、接続であるとか卸の見直し、こういったものによって、MVNO様においても柔軟なサービスがいろいろ登場してくるということで、市場は一層活性化されていくんだろうというところ、このような市場変化を踏まえて、今後もユーザーの利便性の維持向上に向けて取り組んでいきたいというところがございます。

細かい質問については、御説明は割愛させていただきます。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、ソフトバンクの吉岡様から御説明いただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。では、弊社の資料の15ページ以降で説明をさせていただきます。

16ページ目を御覧ください。こちらは弊社での音声の料金について、様々なプランですとかオプションサービス等をこれまで出してきたのを時系列的に示したものでございます。2007年にホワイトプランということで、自網内無料の通話プランを出しましたが、以降も24時間通話定額オプションですとか通話定額プラン、あるいは準定額といったものを出してきておまして、様々なお客様のニーズに応えるべく、サービスの導入見直しを行っておるということでございます。

17ページ目です。音声通話の傾向ということで、こちらの数字につきましては構成員限りとさせていただいておりますが、総じてお客様1人当たりの通話時間と通話料金の支払い額というのは同じような減少傾向をたどっているということをお示ししております。

18ページ目です。こちらは音声料金、音声に限らずなんですけど、料金プランの設計の考え方というのを記載しておるものでございます。料金につきましては、料金プラン全体の中で考えるに当たって、音声の料金を考える上でも、定額に加入していただいている方もいれば準定額、従量、それぞれに御加入いただくお客様がいらっしゃいます。それぞれ考慮すべき我々の要素としましては、定額料ですとか無料通話の分数、あるいは超過料金、従量料金といった様々の要素を組み合わせる料金プランの設計というものをしております。ですので、従量料金という1パーツだけを見直すということはなかなか難しく、ここに変更を加えれば、ほかのところにも影響を及ぼす、全体としての設計をしていますということを示したものでございます。

続いて、19ページ目です。こちらは通信料金の海外の比較を参考までに付けたものでございます。左のグラフは、昨年、総務省様が出されている内外価格差調査の諸外国の20ギガバイト、音声65分使ったときの支払い料金を比較したものです。日本の料金だけ、弊社のLINEMOで同じような条件で使ったときの料金を示しておまして、こちらを御覧いただくとお分かりだと思っておりますが、音声の65分を込んだ料金でも、世界でかなり安いレベルに今、到達しているということが分かると思います。右側のグラフは、これも去年ICT総研様が通信料金と通信品質の海外比較というレポートを出されておりますが、通信品質の数字を御利用させていただきまして、左側の通信料金を各国ごとにプロットしたものです。これを御覧いただくと分かりますように、日本の通信品質というのは極めて高い上に、料金につきましても非常に低廉なレベルで提供できているということになるのではな

いかと思います。

続きまして、20ページ目は、こちらは音声通話の実質負担額を示しているものなんですけれども、こちらは構成員の先生限りとさせていただいておりますので、説明は割愛させていただきます。

21ページ目、最後、まとめです。先ほども申し上げましたとおり、料金の設計というのは多くの要素を考慮しなければいけないわけなんですけれども、お客様のニーズですとか市場環境を踏まえ、総合的に勘案して料金を設計しております。これからもお客様のニーズですとか競合他社との状況を踏まえまして継続的に見直しを図りまして、お客様の利便性の向上に努めていく考えでございます。

以上です。

【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、続きまして、楽天モバイルの鴻池様から御説明いただきたいと思います。よろしく願いいたします。

【楽天モバイル】 楽天モバイルの鴻池でございます。

それでは、資料2-4の27ページ目をお願いいたします。こちらは第3部といたしまして、当社の音声通話料金につきまして御説明させていただきたいと思います。

次のページをお願いいたします。当社は、R a k u t e n L i n kというサービスを御提供しております。こちらは他社様も提供されています、アプリ通話サービス並みの手軽さをもって、音声伝送役務として、国内通話の料金を無料として実現しているものになります。また、弊社に契約いただいている大半のお客様に、このR a k u t e n L i n kサービスというものについては御利用いただいている形となっております。

次のページをお願いいたします。このページは、今申し上げましたR a k u t e n L i n kのサービス利用者の通話やSMSを御利用の際の料金を掲載している形になります。御参照いただければと思います。

次のページをお願いいたします。こちらは音声接続についての当社のスタンスでございます。新たな機能といたしまして、例えば、プレフィックス番号を利用した自動接続機能についても、MVNO事業者の方々からの具体的な要望等がございましたら、真摯に対応をいたしたいと考えております。弊社といたしましては、まだ実質、MVNOの方々との卸であったり、接続というのは実現していない形になりますので、今後、御要望があればお答えしていくといった形と御理解いただければと思います。

次のページをお願いいたします。最後、こちらは第3部の取りまとめとなります。以上をもちまして、音声通話に対する当社のサービスの御紹介とさせていただきます。説明は以上となります。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、第3部につきまして、各社様の御説明は以上でございます。これにつきまして、御質問、御意見がおありの方はチャットにて合図していただきたいと思います。御指名させていただきます。よろしくお願いいたします。

大谷さん、まず、御発言よろしくお願いいたします。

【大谷構成員】 日本総研の大谷でございます。かなり明瞭な数字も含めて提出していただきまして、ありがとうございます。おかげで大体の概要というか、実質的な負担額ということについての理解を深めることができました。

それで、各社というか、これは具体的な数字を提供していただいたKDDI様と、それから、ソフトバンク様に教えていただきたいんですけども、まず、KDDI様の4ページ目の資料の実質的な30秒当たりの音声通話料の金額です。それから、ソフトバンク様の20ページの金額なんですけれども、現時点でということだと思いますが、過去5年ぐらいのトレンドを見ていくと、大体この水準に到達したのはいつぐらいと理解すればいいのか、補足的な情報をいただければと思います。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、今の点、KDDIさんとソフトバンクさん、お答えいただけたらよろしくお願いいたします。

【KDDI】 では、まず、KDDI、関田でございます。この数字は今回、お示しする用に、現状の取れるところを特別に取った形になっておりまして、過去を今、追えるかという、何ともお答えができないところがございます。申し訳ございません。

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、ソフトバンクさん、お願いいたします。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。今のKDDI様と同じなんですけども、今回、これはスポット的に出しておりますので、手元には今、過去のものはございません。取れるかどうかも含めて持ち帰らせていただきたいと思います。

【新美主査】 分かりました。ありがとうございます。大谷さん、それでよろしいでしょうか。

【大谷構成員】 そうですね。もし遡れるのであれば、ある程度、音声通話のトラフィック

ク数がかなり減少してきて、ここ5年間ぐらいで急速に変わってきていると思いますので、その状況も併せて、トレンドを追いかけさせていただけると非常にありがたいと思います。KDDI様のほうも、どうしても難しければ仕方がないところですが、教えていただければと思います。どうもありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。可能な限り、御対応いただきたいということで、よろしくをお願いします。

それでは、続きまして、中央大学の西村さん、御発言をお願いします。

【西村（暢）構成員】 中央大学の西村です。コメントということで、全般的なことを申し上げさせていただければと思っております。MNO各社様においては、音声通話料金の低廉化というのが先ほどございましたとおり、スポット的ということではありますが、実現されてきた、これはそのとおりなのかもしれないと思われま。

ただ、競争ルールという点につきましては、KDDI様の資料6枚目、7枚目にもありますとおり、MVNOとの関係、特に音声接続卸料金、その他条件というものを中心に今後は考えていかないといけないのではないかと感じた次第です。

以上でございます。

【新美主査】 コメントありがとうございます。

それでは、続きまして、佐藤さん、御発言をお願いいたします。

【佐藤構成員】 佐藤です。コメントとしては、今、西村委員が言われたことと同じで、KDDIの資料で、6のところで示されたスパイラルが非常に大事と考えます。今回限りでなくて継続的に、このように循環して料金が下がっていく、競争が進展していくということが求められており、そのためには卸料金とか、データ接続料を含めた競争条件の整備が不可欠だと思っております。

質問のほうは、同じくKDDI資料で、例えば4ページ。ソフトバンク資料にもありましたけれど、実質的に音声通話料金は低廉化しているということを示すデータが示されています。伺いたいのは、計算式が示されていますが、定額通話料と従量料金を分けて計算するとか、分けて推移を見るようなことも可能でしょうか。両方足して全体で下がっているということで、従量料金は下がっていないものとするれば、ほとんど定額料金のサービスユーザーが増えたことで下がっているということなのか。そのように分計できますかというのが1つ目の質問。

2つ目は従量料金が長く下がらないのに、全体では下がるということですが、そのお

客に対しては料金が下がっていないとすれば、それはどういう理由かということのを伺いた
いので、KDD I だけで結構です。質問に答えていただければと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、KDD I さん、代表して答えてくれ
ということですので、かなりテクニカルですけども重要な御質問だと思います。どうぞKDD
I さん、よろしくお願いします。

【KDD I】 KDD I でございます。代表して、主にですが御説明させていただきます。

まず、我々の4スライド目の資料の中で、定額通話料と割引後の従量制通話料というのが
分かれた式になっているけれども、これは分けて見ることができるのかというところ
です。手元としては、確かに分かれているところがございます。ただ、これをお示しする
ことができるのかどうかといったところについては、社内の検討が必要かというところ
だと思っております。

あと、従量料金がなぜ下がらないのかといったところ、ここはもう各社さんも御説明
があったとおりでございますけれども、各社さんの料金戦略に従って、いろいろな割引
を入れることによってユーザーニーズを満たしてきたということなのではないかと思
っております。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。佐藤さん、いかがでしょうか。

【佐藤構成員】 分子で見ると、多分定額、あるいは準定額のもの、従量料金のもの
が収入として入っていると思うので、それぞれ分けて通話時間で割れば、従量料金
も含めそれぞれが実際にはどれだけ下がっているか、確認できると思うので、社
内がどういう理由で難しいかどうか分かりませんが、お客様がそれぞれのプログラ
ムなりサービスを使われていて、それぞれのお客さま方にとって、音声サービ
ス料金が下がっているのか、競争の成果が表れているか見ていくのは、我々とし
ては検証すべきポイントだと思っておりますので、ぜひデータを示していただきた
いと思います。

以上です。

【新美主査】 佐藤さんの御指摘は当然、私も同感です。ある意味で、料金体系
が違うものが1つにまとめて下がりましたと言われても、疑問に思うところもあ
りますので、ぜひ佐藤さんの考え方を私もサポートさせていただきますので、各
社さん、可能な限り御対応いただけたらと思います。

続きまして、全相協の西村さん、御発言よろしくお願いします。

【西村（真）構成員】 全相協の西村です。私も実質的な音声通話料の水準というところ

で、計算式については、素人なので妥当なのかということまでは分からないのですが、実際の感覚として、ユーザーの中でもものすごく使っている人はものすごく得をして、定額に入っていっていっぱい使っている人は得をしていると思うんですが、平均値ではなくて、偏差値というか、ばらつきで見ると、どのくらいの人が納得できる料金を払っているのかという指標が、何かお示しいただければ大変うれしいと思っています。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これも同じ趣旨、佐藤さんの質問についてのコメントという扱いをします。要望だということで扱わせていただきます。

ほかに御発言ございませんでしょうか。相田先生、どうぞ御発言ください。

【相田主査代理】 ありがとうございます。先ほどの西村委員、佐藤委員に関しては賛同させていただきますけど、それに加えて、例えばKDDIさんの資料でいう3ページ目、こんなにいろいろなオプションがあるのかというのは、私も初めて知ったんですけども、データのほうのプランと、音声のプランというのがどんな組み合わせでもできるのかということと、それから、逆にこれだけ組合せがあると、とても利用者として適切なものをきちんと選べるのかというところの自信が得られないんじゃないかと思うんですけども、データプランのほうには、余ったら繰り越しとかいうようなこともあったりするかどうかと思うんですけども、利用者に対して適切なプランというのを選んでもらうということに関して、どういう取組をされているのかということ、取りあえず目に入ったのはKDDIさんなんですけれども、よろしければドコモさん、ソフトバンクさんについてもお伺いできればと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。極めて多様なオプションがあって、どれがどうやったら最適になるのかがよく分かってもらえるのかということですが、これはトップバッテリーはKDDIさんの名前が挙がりましたので、まず、KDDIさんのほうからお答えいただいて、その後、ドコモさんとソフトバンクさんに補足の説明があればしていただくことにしたいと思います。それでは、またKDDIさん、代表でまず、トップバッテリー、お答えいただけたらと思います。

【KDDI】 KDDIでございます。図の表し方がよろしくなかったかと思えますけれども、今、全てが提供されているかというところではなくて、例えば、家族割は続いております。あと定額制、定額制ライトというのは続いております。そのほかのものについては、受

け付けが終了していきしますので、今現在については非常にシンプルになっていて、御家族に入れば家族割、あとは定額制が欲しい方は準定額か、または定額かを選んでいただくという形です。

ただ、新プランのp o v oについては料金体系が違うので、それはp o v oに入られる方については、それぞれの御説明をしているというところがございますので、我々としては、それほど今は複雑な状況にはなっていないのではないかという認識でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。そんなに複雑ではないということですが、何かドコモさん、あるいはソフトバンクさん、補うところがあれば御発言いただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

【NTTドコモ】 ドコモでございます。弊社は、従量制をベースに、家族内通話無料、5分以内通話無料、かけ放題の定額を、それぞれオプションとして提供しており、各データ通信のプランと組み合わせることができるということで、それほど複雑ではない形に極力シンプル化すべく改善を図ってきたところでございます。

それから、a h a m oについては、お客様のターゲットのニーズを踏まえて、5分以内通話無料が料金の中にあらかじめ入っているというところがございます。

御説明は以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。ソフトバンクはいかがでしょう。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。私どももたくさん今までやってきたことを書いていたんですけども、現状の今、販売しているものとしては非常にシンプルになっておりまして、3ブランドともベースは従量プランで、そこに準定額、あるいは定額のオプションをつけることが可能だと、そういうシンプルな体系になっております。

【新美主査】 ありがとうございます。相田さん、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

【相田主査代理】 取りあえず結構です。できれば、利用者が適切なプランを、利用者に適切な音声プランを選んでいってもらうための取組ということにつきまして、また、別途で結構ですので、御紹介いただければと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、大橋さんに御発言いただきたいと思います。時間の都合がありますので、大橋さんの発言で一応、第3部のテーマは終結ということにしたいと思います。それでは大橋さん、よろしくお願いいたします。

【大橋構成員】 では、手短に、御質問がてらコメントかもしれませんが、例えばソフトバンクさんの19ページ目に、国際比較を示していただいているわけですが、今回、音声通話料金という観点で見たときに、示していただいた最新料金のプランはどういうウエートを占めているのかということが見えないと、なかなかここから音声通話の議論というのはやりにくいと思っています。

そういう観点で言うと、今回、各社さんから定額、準定額、あるいは従量といただいておりますけれども、音声通話のそれぞれのボリュームの観点で見たときに一体どうなのかということを見ていかないと、なかなか音声通話の状況というのは見てとれないかなど。今回、第1回目のヒアリングということでこういう形だと思っておりますけれども、もう少し深掘りした議論というのは求められるんじゃないかという気がいたしました。

以上です。ありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。ざっくりとですけども、非常にポイントを突いた御質問だと思いますので、今の点のところ、それぞれドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさん、答えられる範囲で結構ですので、どうぞお答えいただけたらと思います。

【NTTドコモ】 ドコモですけども、コメントとして受け止めます。以上です。

【新美主査】 じゃあ、各社さん、コメントとして伺うということによろしいでしょうか。

大橋さんの御指摘、私が急かしたせいでざっくりと話されたんですけども、非常にポイントをついたことですので、また後ほど御議論いただきたいと思います。これも含めまして、時間の関係もありますので、この点についての討議は以上とさせていただきます。

非常に幅広く、かつ突っ込んだ議論ができたのではないかと思います。それにもかかわらず、時間不足ということで十分でなかった点もあったかと思っております。ワーキンググループとしては、さらに理解を深めるという必要があるかと思っておりますので、追加の質問をさせていただくこともあろうかと思っておりますので、各事業者様におかれましては、追加質問が出ましたら、御協力のほどよろしくお願ひしたいと思います。

なお、構成員の皆様には、今日、非常に熱心に御議論いただきましたけれども、まだなお足りない、あるいは追加の質問があるということでございましたら、時間は短いんですけども、今月20日の火曜日の17時までに事務局まで御一報いただきたいと思っております。それを踏まえて、次のヒアリング、ないしは検討の場で扱いたいと思っておりますので、よろしくお願ひしたいと思います。

それでは、次の議題、議題2のスイッチング円滑化タスクフォースの報告書案につきまし

て、タスクフォースの主査をしていただきました、林先生から御説明をいただきたいと思
います。よろしく願いいたします。

【林主査】 ありがとうございます。林でございます。

それでは、私のほうからスイッチング円滑化タスクフォース報告書案につきまして、御紹
介差し上げたいと思います。お手元の資料3を御覧ください。1ページでございますけれど
も、スイッチング円滑化タスクフォースは、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、これはスライドの2ページにございますけれども、それを踏まえまして、
事業者間の乗換えの円滑化に資する取組について検討してまいりました。

スライド3にございますように、これまで都合6回開催してまいりました。本ワーキング
からも長田先生、それから西村暢文先生に御参加をいただいております。検討の中身でござ
いますけれども、スライド1ページ目の2ポツ目、4つの検討課題を検討してまいりました。
1つはeSIMの促進、2つ目はSIMロック解除の一層の推進、3つ目はキャリアメール
の持ち運びの実現に向けた検討、4つ目はMNPの手続のさらなる円滑化に向けた検討で
ございます。

まず、eSIMの促進でございますけれども、赤字でございますように、本年夏頃をめど
として、できるだけ早期に導入することが適当としております。

2つ目はSIMロックの解除の一層の推進でございます。これについては、SIMロック
の解除の今一層の推進という観点からは、SIMロックを原則禁止とするというルールへ
の見直しに舵を切りました。これは競争を制限する効果がより低い代替手段、これがほかに
存在しないかどうか、あるいは顧客の権利、あるいは利益をより制限しないような代替手段
がほかに存在しないかどうかといった観点から特に検討した結果に基づくものでございま
す。このような考え方はことSIMロックの解除だけにとどめず、制限効果を有するあらゆる
行為に対する、言わばガイディング・プリンシプルと言いますか、指導原則として定着、
あるいは制度化を図るべきだというのが本タスクフォースの大きな方針でございまして、
今後の一般ルール化につなげる端緒にしたいと思っております。

それから、3つ目でございますけれども、キャリアメールの持ち運びにつきましては、来
年の夏頃までに持ち運びを実現することが適当としております。

4つ目、MNPのさらなる円滑化に向けた検討でございますけれども、2年以内をめどに
ワンストップ方式が実現できるよう取り組むことが適当としております。

おめくりいただきまして、4ページ以下でございますけれども、先ほど申しました4つの

論点につきまして、ポイントをまとめております。eSIMでございますけれども、4ページ目でございます。これは現時点では一部のMNOやMVNOでは、スマートフォン向けにeSIMを提供していないという現状がございますので、2ポツ目でございますように、MVNOがMNOとできる限り同じ時期に提供できるようにすること、それからオンラインでの本人確認を行うこと、物理SIMと同等のセキュリティーを確保する仕組みとすること、こういったことがポイントだとしております。

また、スマートフォン向けのeSIMをMVNO、MNOができる限り同じ時期に、かつ早期導入を図るとしてしております。それから、SIMロックの解除、これは5ページ目でございますけれども、先ほど申しましたように2ポツ目でございます。SIMロックのように、購入者の権利や競争を制限する効果を有する行為については、行われるケースを極力限定することが必要であって、そのアプローチとして、当該行為を原則として禁止するとしまして、真に必要性が認められる場合には、比例原則に従いまして、最小限の手段と認める場合に限って認めることが適当であるとしております。

6ページでございます。キャリアメールの持ち運びでございますけれども、これにつきましては、現在でも送受信ともに一定のニーズがあるという一方で、枯れたサービスとしないように、2ポツ目の4つ目の矢印にございますように、サービスの拡張性、あるいは発展性のあるものとするということにも留意しているところでございます。

それから、7ページ目、MNOのワンストップ化の実現に向けた検討でございますけれども、先ほど申しましたように、3ポツ目でございますけれども、2年以内を目途にワンストップ方式を実現できるよう、利用者保護の観点で踏まえつつ、具体的な実施方法や課題の解決に向けて取り組むとしております。特にワンストップ化に際しては、解約時の苦情というものが出ないように、利用者に対して丁寧な対応が必要であると、こういった旨の有識者の御意見もございましたので、この点も議論を深めるということでございます。

私からは以上でございますけれども、最後に本タスクフォースの取組の姿勢でございます。今回の報告書案の扱う内容というのが、事業者の事業戦略であるとか、あるいは消費者の利益にも大きく関わる重要な政策方針の打ち出しでもございますので、現在、パブコメ中ではございますけれども、そこでいただくであろう国民各位、各層の御意見を詳細に分析しながら、構成員の有識者の先生方の御意見についても十分な議論が深められるように、主査の私といたしましても、できる限り多角的な議論になるよう、今後も丁寧な議事進行に努めてまいりたいと思っております。

私からは以上でございます。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。タスクフォースの構成員の皆様方には、精力的な御議論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、御意見がおありの方はチャットにて御返信ください。指名させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、大橋さん、よろしくお願いいたします。

【大橋構成員】 ありがとうございます。このたび、スイッチング円滑化タスクフォースの報告書、大変短い時間で精力的に御議論いただき、大変よい議論をしていただいたのかと思って、感謝申し上げます。

原則として、スイッチングコストは撤廃をしていく、あるいは、今後の技術の進展を踏まえて、サービスの拡張性、あるいはオープン、公平な仕組みとすることを原則とするというところも含めて、ディシプリンとして重要なものを掲げていると思っています。とりわけMNPのワンストップについては、非常にこれは難しい問題だったと認識しているんですけども、ここまで議論を持っていただいたことというのは極めて大きな進展かなと思っています。

これはシステムとして、こうした形を、2年を目途にやっていただくということですけども、今後、いろいろ将来の競争の議論を見通してみたときに、どういう人の流れになっているのかということを知るというニーズが出てくるのかと思っていまして、これはシステムとして、どういう形を最も効率的に取っていくのかということとは別にして、MNPの実態というものをきちっとシステムと連携させて取れるような姿というのは、今後、そうしたことを頭に置きながら、議論を進めていかなきゃいかんかなと思っています。

以上、コメントとお礼でございます。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。非常に私も大橋さんのコメントに大賛成でございます。あと、ほかに発言御希望の方はどうぞ。北さん、どうぞよろしくお願いいたします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。

メールアドレスポータビリティについて質問です。コストについて利用者負担、受益者負担を考慮して、利用者に対して過度な負担を課さないものとありますが、これは各社さんが実際に、粗々コストを検討された結果、月100円とか200円とかアフォーダブルな料金で提供できそうだというめどが立ったから、持ち運びを実現するという結論になったのか、コストについてはこれからなのかということについて、状況を教えていただければと思

います。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、今の点、よろしいでしょうか。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。

今、北先生からいただきました御質問は、キャリアメールの「持ち運び」の実現をしたときのユーザの料金に対する負担の在り方に関するものと受け取っているところでございますけれども、こちらにつきましては、報告書案の中でも、一義的には事業者に御判断いただくということになっております。タスクフォースの事業者間協議において伺っている範囲では、事業者において、システムの内容も含めて検討されていると承知をしております。

いずれにしても、先生から先ほどお話もございましたように、過度の負担とか手続はなるべく課さないようにというところでございますし、仮に有料サービスとなるということであるならば、そこについても過度にならないようにということを、報告書案の中でも記載をさせていただいているところでございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。北さん、よろしいでしょうか。

【北構成員】 うーん、はい。

【新美主査】 まだこれは、その意味ではこれからさらに詰めていくということだと思いますので、それはビジネスの戦略とも絡みますので、また議論を見守りたいというところだと思います。

ほかに御発言を御希望の方はどうぞ、合図していただきたいと思います。よろしいでしょうか。

改めてタスクフォースの皆さんの御尽力感謝申し上げます。この報告書案、非常によく議論された跡がうかがえるものだと思います。これに対して、各社さん、北さんの心配された点も含めて、各社さんが前向きの方でビジネスモデルを構築していくという方向を出していただいたのは大変いいことではないかと思います。今後、それがどのように実現していくかというのは、さらに見守ってまいりたいと思いますし、我々も、この会で議論の中で注視していきたいと思っております。

それでは、報告書についての御議論は以上にさせていただきます。本日、用意いたしました議事は以上ということでございます。

最後に、事務局から連絡事項がありましたらよろしく申し上げます。

【五味料金サービス課係長】 事務局でございます。本日はどうもありがとうございます。

た。

新美主査からも御案内がございましたが、本日のヒアリング対象者の事業者様に対する追加質問につきましては、事務局より改めて構成員の方々にメールにて御連絡させていただきますので、よろしくお願いいたします。

また、次回会合の詳細につきましては、別途事務局から御連絡を差し上げるとともに、総務省ホームページにて開催案内を掲載させていただきます。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 それでは、本日はこれにて閉会ということにさせていただきます。熱心な御議論、あるいは御説明どうもありがとうございました。また、朝早くからの長時間の会議にもかかわらず、充実した議論ができたことを御礼申し上げます。どうもありがとうございました。

以上