

## 競争ルールの検証に関するWG（第19回）

1 日時 令和3年5月31日（月） 9：30～12：00

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、長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員

○オブザーバー

小室公正取引委員会事務局経済取引局調整課長

○ヒアリング対象者

株式会社MM総研

○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、梅村データ通  
信課長、大内料金サービス課企画官、渋谷消費者行政第一課企画官、望月料金サー  
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、  
五味料金サービス課係長

**【新美主査】** それでは皆さん、おはようございます。今日もお忙しいところお集まり  
いただきまして、ありがとうございます。定刻となりましたので、ただいまから、第19  
回の競争ルールの検証に関するワーキンググループを開催したいと思います。

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  
会議方式で開催させていただきます。

まずは議事に入ります前に、事務局から連絡事項等の御説明をいただきたいと思いま  
す。よろしくお願ひします。

**【五味料金サービス課係長】** 事務局でございます。本日もオンライン会議での開催に  
御協力いただき、誠にありがとうございます。オンライン会議での留意事項につきまして、  
御案内申し上げます。

これまでの会議と同様、御発言を希望される際には、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。それを見て主査から発言者を御指名いただく方式で進めさせていただきます。

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、傍聴者からは見えませんので御了承ください。

御発言に当たっては、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け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にも、チャット機能を御活用いただければと思います。

なお、本日の資料につきまして、第16回及び第17回の事業者等ヒアリングを踏まえまして、構成員の皆様からいただきました追加質問に対する各社様からの回答についても、参考資料としてお付けさせていただいております。

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す。皆さん御承知のように、本日の議事も盛りだくさんの内容となっております。できるだけ要領よく議論を進めたいと思います。議論に手抜きがないようにはしますけれども、できるだけ御協力をよろしくお願ひします。

本日は、まず電気通信サービスに係る内外価格差調査について事務局から御報告いただきます。

次に、携帯電話サービスの品質に関する国際比較の調査結果につきまして、株式会社M M総研様から御発表いただきます。

続いて、携帯電話の料金に関する利用者の意識調査の結果について、事務局から御報告をいただく予定であります。

その後、この3点について、質疑応答に入りたいと思います。

そして最後に検討の方向性（案）（音声通話料金（特に従量制料金）に関する事項）、それから検討の方向性（案）（代理店の在り方に関する事項）、この2つの検討の方向性につきまして事務局から説明をいただいた後、それぞれ意見交換を行う予定であります。よろしくお願ひします。

それでは、まず議題（1）の電気通信サービスに係る内外価格差調査について、事務局から御説明をお願いいたします。どうぞよろしくお願ひします。

**【望月料金サービス課課長補佐】** 事務局でございます。では、まず資料1をお開きい

ただきまして、電気通信サービスに係る内外価格差調査、令和2年度の調査結果の概要について御説明をさせていただきます。こちらは先週、5月25日に総務省から公表させていただいたものでございます。

おめくりいただきまして、右肩1ページ目を御覧ください。

こちらは調査の概要ということで、総務省では平成6年から、毎年内外価格差調査を行っておりまして、こちら、昨年と比べて大きな違いはないのですが、東京、ニューヨーク、ロンドン、パリ、デュッセルドルフ、ソウルの6都市におきまして、携帯電話、F T T H、固定電話の利用料金について、比較の調査を実施しております。

調査の対象事業者は、各都市でシェアの高い事業者ということで、スマートフォンは上位3から4の事業者、その他、スマートフォン(MVNO)、フィーチャーフォン、F T T H、固定電話については、最もシェアの高い事業者の料金について比較をしております。

調査方法につきましては、携帯電話は月当たりの利用形態、これは日本の利用実態を基にして、今年は通話は61分、メールは月60通、データ通信量は月2GB、5GB、20GB、今年から新しく月無制限という比較を行っております。その他、F T T Hは実際の料金、固定電話は利用のモデルに基づく料金、調査時期は令和3年3月、通貨の換算はOECDが公表する購買力平価を用いて比較という調査の内容になっております。

おめくりいただきまして、2ページ目がスマートフォンの4G、これはMNOのシェア1位の事業者ということで、日本はNTTドコモのメインブランドのポストペイド型の一般利用者向け料金プラン(新規契約の場合)で各事業者の料金プランを比較しまして、最も安いものを選び、それぞれデータ容量月2GB、5GB、20GB、データ容量月無制限について料金を比較しております。この結果、NTTドコモのahamo、これはオンライン専用ではございますが、先ほど申し上げたとおりの条件でサービスを選んだということで、ahamoを採用させていただいておりまして、結果として、東京の支払い額は2GB、5GB、無制限では中位、20GBでは低い水準ということになっております。

おめくりいただきました3ページ目が推移でございまして、御覧のとおり、東京の料金は本年大きく下がっているという状況になっております。

おめくりいただきました4ページ目はスマートフォン4G、MNOの最安ということで、シェア上位3から4の事業者のサブブランドを含んだポストペイド型の利用者向け料金プラン(新規契約の場合)のうち、通話時間、データ通信量の利用モデルに照らし最も安いものを選び、比較をしております。結果はその下のとおりでございまして、左から、日本

の採用プランはUQモバイル、真ん中2つはどちらもa h a m oで、一番右が楽天モバイルということで、2GB、5GB、20GBでは中位の水準、無制限では低い水準ということになっております。

おめくりいただきました次のページは推移でございまして、昨年と比べてこちらも下がっている傾向にあります。

おめくりいただきました6ページ目はスマートフォン(MVNO)、最もシェアが高い事業者ということで、I I Jの料金になっております。東京の支払い額は2GB、5GB、20GB、いずれも高い水準ということになっておりますが、こちらピンク色の棒グラフは、4月1日時点の料金を参考として掲載させていただいておりますけれども、これによりますと、おおむね中位の水準ということになっております。

おめくりいただきまして、8ページ目、9ページ目は、今年から調査をいたしました5Gについてでございます。8ページ目は、最もシェアが高い事業者ということで、NTTドコモの料金になっております。左から3つはa h a m o、一番右は5Gギガホということで、2GB、5GB、20GBでは低い水準、無制限では中位の水準となっております。

おめくりいただいた9ページ目が、シェア上位3、4事業者の料金を比較させていただいております。採用させていただいた料金が、一番左がワイモバイル、真ん中2つはa h a m o、一番右は楽天モバイルということで、2GB、5GBでは中位の水準、20GB、無制限で低い水準ということになっております。ここまでがスマートフォン向けでございまして、おおむね中位もしくは低い水準という結果になっております。

10ページ目はフィーチャーフォンですが、これは昨年と同様でございます。

11ページ目はF T T H、今年からNTTドコモの料金を採用させていただいております。左のグラフはおおむね昨年と同様なのですが、下りの最大通信速度が各都市で区々でございますので、1M b p s当りに比較換算したグラフが右にございます。こちらですと一番低くなっています。

おめくりいただきまして、12ページ目が固定電話で、こちらも昨年と同様でございます。

以上が、内外価格差調査の結果でございます。

この後、我々総務省が本年行った通信品質に関する国際比較の調査について、請負先のMM総研様から御発表をいただこうと思っております。

私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、ただいま少しメンションされましたけれども、議題の（２）ということで、携帯電話サービスの品質に関する国際比較の調査結果につきまして、株式会社MM総研様の研究部長であります篠崎様から御説明をいただきたいと思っております。

それでは、篠崎様、どうぞよろしく申し上げます。

【MM総研】 はい。御紹介ありがとうございましたMM総研の篠崎と申します。よろしくお願いいたします。

携帯電話サービスの品質に関する国際比較についての調査と題しまして、御説明させていただきます。

おめくりしました2ページにありますが、まず大きく2点、実施した内容がございます。まず1つ目、諸外国の機関による通信品質比較についての調査、諸外国の官民機関による通信品質の国際比較についての調査という内容になります。2つ目として、携帯電話サービスの品質に関する利用者の満足度調査という形になります。こちらは携帯電話サービスの品質に関する満足度についての国際比較という形になります。本資料におきまして、品質というところに関しましては、まず①の通信品質としましては、ダウンロードの速度、接続成功率、利用可能エリアといった、通信そのものに関する品質という形になります。②の利用者サポート品質というところに関しましては、契約事務手続の簡便さ、店頭での対応、コールセンターの対応といった、利用者との間における事業者の対応、サポート、サービスに関する通信以外の品質という観点で言及してございます。

3ページになりますが、まず、通信比較についての調査となります。こちら携帯電話の品質調査に関しまして、今回我々のほうで調べた結果、国際比較を行っているというところでは、官公庁では、韓国の科学技術情報通信部、いわゆるKCC、民間ではOpen Signal、Oklaといった会社が、国際比較という観点でやっているようでした。これら3つの国際比較について確認しましたところ、今回、日本を含めた6か国の結果を見る限りでは、評価項目や評価方法が全く同じというわけではないので、単純な比較はできないのですが、日本の携帯電話の通信品質は、全体としては高く評価されているという状況でございます。しかしながら、通信速度や遅延時間については、平均を下回っているという評価もあり、必ずしも全ての項目において高いという評価ではなかったというところがございます。例えば韓国のKCCに関しましては、音声通話の成功率、通信速度、遅延時間、損失率、接続成功率、送信の成功率といった6つの項目などがあるのですが、東

京に関しましては、接続成功率や送信成功率については100%という成功率でしたけれども、通信速度や遅延時間というところは平均を下回っていたという結果もございましたという状況でございます。

そちらの細かい内容については4ページに記載ございまして、6か国の結果が、数値として記載してございます。全体として、緑色のところが全体より良い評価のところ、赤い部分が相対的によろしくない評価というところで、そんなに日本の結果は、総じて悪くはないというところでございます。

続きまして、右肩5ページになりますが、こちらは満足度の調査になりますけれども、2つ目の四角です。各国の利用者において、事務手続の簡便さといった5項目の満足度を「非常に満足」「満足」「普通」「不満」「非常に不満」といった5段階で質問したわけですが、大きく5つ聞いてございます。まず1つ目として、通信品質の速度、通話の品質、つながりやすさ、2つ目として、利用可能なエリア、カバー率、3つ目として、サポート品質としての契約事務手続や変更手続の簡便さ、4つ目として、店舗の数、待ち時間、接客態度等といった店舗での対応、5つ目としてコールセンターの対応というところでございます。これら5項目に対して、あまり満足ではないと答えた方、「不満」「非常に不満」と回答した方に対して、その不満な要因を質問した結果、特に不満に思う回答としては、コールセンターにつながりにくい、ショップの待ち時間が長い、手続に要する時間が長い、手続が分かりにくい、通信速度が遅いといったところに、不満の要因が高く出ていたという傾向がございました。

6ページ以降が、その満足度の6か国での比較になってございまして、6ページ目は、通信品質の速度、品質、つながりやすさというところでの評価の結果になってございます。

7ページに関しましては、利用可能エリアやエリアカバー、8ページに関しましては、事務手続や変更手続の簡便さといった内容でございます。

9ページに関しましては、店舗の数、待ち時間、対応者の接客態度等という店舗での対応の満足度、10ページがコールセンターでの対応といった形で、満足度の結果を5ページにわたり、それぞれ5段階評価での結果と、その満足でない理由というところを棒グラフで記載しているという状況でございます。

簡単ではございますが、以上となります。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。それでは引き続きまして、議題(3)の利用者の意識調査について、事務局から御説明をいただきたいと思っております。よろしくお

願います。

【望月料金サービス課課長補佐】 では、資料3について御説明させていただきます。携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査の概要ということでございまして、おめくりいただいた1ページ目に概要がございまして、総務省では、改正法の施行前の2019年9月以降、定期的に利用者に意識の調査を行っております、この2021年3月の最新の調査の結果と比較をしながら説明をさせていただければと思います。

おめくりいただいた2ページ目が毎月の総支払額、2ページ目、3ページ目も、携帯電話会社に月々支払っている通信料金、端末代金の金額について質問をしております。各ページの一番右に推計平均がございまして、総支払額、通信料金、端末代金、それぞれ改正法の施行以降、継続的に少しずつ下がっているような状況にございます。

おめくりいただきまして4ページ目、ここからしばらくは、4ページ目の上の質問、例えば携帯電話は安くなってきたと感じますかといったように、利用者の意識について調査をさせていただいている箇所になります。まず4ページ目は、日本の携帯電話料金は総体として安くなってきたと感ずるか、下は日本の端末代金は総体として安くなってきたと感ずるかという質問ですが、いずれも「安くなっている」は減っていますが、「高くなっている」も減っていて、真ん中の「変わらない」というところが今増えているような状況になっております。

続いて5ページ目と6ページ目ですが、こちらは実際に自分が携帯電話に支払っている金額のトータルの料金と通信料金についての意識でございまして、いずれも「安いと思う」という割合は減ってしまっていますが、やはり「高いと思う」という割合も減っていて、真ん中の「安いとも高いとも思わない」というところが増えているような状況にあります。

7ページ目は、料金プランの分かりやすさについて伺った結果でございまして。こちらの上のグラフを見て、「わかりやすくなった」が減ってしまっていますが、「わかりづらくなった」も減っていて、「変わらない」が増えているような状況になっています。下のグラフですと、「理解できている」が減ってしまっていて、「理解できていない」が、若干増えているような状況になっております。

8ページ目は携帯電話事業者の利用年数ということで、下のグラフを見ていただくと、現在の携帯電話会社と契約したのは何年くらい前ですかという質問で、2年未満でおおむね2割、4年未満まで含めるとおおむね3割ぐらゐの状況になっております。

続いておめくりいただいて、9、10、11ページ目は、携帯電話事業者の乗換えにつ

いて伺っております。9ページ目は、御覧いただくと「乗り換えたことはない」という方が半分ぐらいいるような状況になっております。乗り換えた方に理由を聞くと、これは下のグラフの一番左ですが、やはり料金が安くなるからというのが一番理由としては多くなっています。

おめくりいただいた10ページ目、「乗り換えしやすくなった」という方はおおむね変わらないんですが、「乗り換えしづらくなった」という方は減っているような状況になっていると見ております。

おめくりいただいた11ページ目の下のグラフでございますが、乗換えを考えていない理由は何ですかというもので、手続が面倒くさいというのが一番多い理由になっております。

おめくりいただいた12ページ目は、携帯電話端末の購入場所について伺ったものです。キャリアショップが減っていく一方で、中古端末販売店の割合が増えたり、キャリアのオンラインショップと回答された方の割合が増えている状況でございます。12ページ下のグラフは、前に使っていた携帯端末をどうしましたかという問いですが、家で保管が引き続き最も多く、なぜ家で保管しているんですかと伺った結果が13ページにございまして、こちらを見ると「個人情報心配だから」「端末の中に大事なデータが入っているから」といったことを理由に挙げていらっしゃる方が多いという結果になっております。

14ページ目は、次に携帯電話端末を買い換えるとしたらどのような端末にしたいですかということで、一番多かったのは、これまでも同様ですが、「今と同程度の機能の新品の端末」を買いたいという方が一番多いという結果になっておりました。

以上、意識調査の概要の報告でございました。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、これまでの御説明につきまして、御質問、御意見等、御発言の御希望の方は、チャットにてお知らせいただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

それでは、相田さん、どうぞ御発言をお願いいたします。

**【相田主査代理】** 相田でございます。前に説明を聞いたときにうっかりしていたのですけれども、最初の内外価格差調査について、1ページ目のところにメールは月60通ということモデルで比較しているということですが、後ろのところではa h a m oが選ばれたということは、キャリアメールではないという形で、これは、この60通のメールはどういう形でやり取りするということを想定して計算していらっしゃるのでしょうか。

【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お答えいただきたいと思います。

【望月料金サービス課課長補佐】 おっしゃるとおり、a h a m oを採用させていただいておりますので、キャリアメールではなく、通常のメール、キャリアメールではないメール、データの利用によってそのままやり取りされるメールを想定して計算しております。

【相田主査代理】 ということは、それはデータ通信量のうちという言い方もできますし、結局ほかのプランでは、キャリアメールの分は余分となっているなど、本当にフェアな比較と言えるのかどうか気になりました。

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、続きまして北さん、どうぞ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。いっぱい質問はあるんですが、内外価格差調査について4つありまして、まずa h a m oを採用していますが、オンライン専用プランというのは比較対象の事業者からも出ているのか、分かれば教えてください。

2つ目ですが、ドイツは料金が急激に上昇に転じていますが、その理由が分かれば教えてください。

それから3つ目、フランスの料金がじわじわ上昇していますが、これは為替とか、購買力平価が変わったことが原因なのかどうか、教えてください。

それから4つ目ですが、この概要版ではなく、報告書のほうを見ると、端末代金と通信料金合計の比較データが出ています。端末代金について、端末購入サポートによる値引きが含まれているのでしょうか。つまり実質負担金で計算されているのでしょうか。これは後日で結構ですので、教えてください。

これが内外価格差調査です。

MM総研さんに質問なのですが、利用者アンケートのサンプリング方法、サンプリングの母集団について教えてください。特に、我々もいつも気をつけているんですが、海外アンケートをする場合、サンプリングの偏りがデータに大きな影響を及ぼしますので、確認させてください。また、日本の各種満足度がかなり低いのですが、この理由について考察されていれば教えてください。

総務省の調査について質問ですが、料金が安くなってきたと思いますかとか、プランがシンプルになってきていると思いますかとか、そういった質問について、回答者の属性と

のクロスとか、設問間クロスの分析で何か特徴的な傾向が見られていたら教えてください。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。非常に突っ込んだ御質問だと思いますが、大事な点だと思います。まず、内外価格差調査について、事務局からお答えいただければと思います。

**【望月料金サービス課課長補佐】** 事務局でございます。御質問いただきましてありがとうございます。

まず一番初めの、他国で a h a m o のようにオンライン専用のプランがあって、それを比較しているのかという質問でございましたが、現在、今年の比較におきましては、東京以外の都市でオンライン専用のプランというものがあつたというようには理解しておりません。

2点目のドイツが上昇、これは多分4Gのシェア1位の話だと思いますが、これはシェア1位の事業者の比較ということで、去年から今年にかけてシェア1位の事業者が変更されておりまして、これによって採用されるプランが変わってしまっておりますので、このように上昇する結果になっております。

また、3点目のフランスでございますが、今手元で確認をしている限り、これは料金プラン自体には変更はなく、PPPの変更による上昇ということになっております。

4点目につきましては、先ほど後日ということございましたので、後日回答させていただきます。

意識調査については、料金が安くなってきたといったことについて、もしくは分かりやすくなってきたということについての属性、様々なものとのクロスによる分析については、今後分析をさせていただければと思っております。今現在、詳細な分析はしておりません。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。MM総研さんから回答をいただく前に、何か今の点について、北さんからさらに確認の質問等ありますか。

**【北構成員】** 今のお答えで結構です。

**【新美主査】** 分かりました。それでは、MM総研さんのほうから御質問に対するお答え、よろしく申し上げます。

**【MM総研】** 御質問ありがとうございます。御質問2点いただいたかと思いますが、まずサンプリングに関しましては、各国、個人としてスマートフォンを利用している方、

各1,000サンプルという形になってございます。

2点目として、日本がやはり全体的に満足度は低いですねという状況ですが、こちら要因としては大きく2点あると考えてございます。まず1点目としては、純粹に今、ほかの国と比べて満足とを感じる方が少なかったという点が1点と、2点目として、そこに少し関連するのですが、日本の方のハードルが少し高いのか、こういった満足度調査をしますと、弊社の別の調査でもどうしても真ん中に偏りがちといたしますか、普通といったところに偏りがちになってしまい、満足と答えるハードルが少し高い傾向があるというふうには常々感じております。

以上となります。

【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】 サンプルングの母集団、例えば地域的な偏り、年齢の偏り、年収の偏りなどがすごく大きく影響を及ぼすのですが、日本の場合は結構満遍なく取れるのですが、海外の調査の場合はそこによく偏りがあります。そこを聞いたかったのですが。

【新美主査】 では、よろしく申し上げます。

【MM総研】 1,000サンプルに関しましては、20代から、20代、30代、40代、50代、60代の性別、女性、男性、各100名、結果10セグメントで計1,000名という形になってございます。特にそれ以外のものに関して、制限というものは設けておりません。

【新美主査】 北さん、よろしいでしょうか。

【北構成員】 はい、いいです。

【新美主査】 こういう調査はどこまできちんと母集団のコントロールができていくかというのは大事ですけれども、そこまではなかなかできないということで、一応そういう前提で行っているという理解で見ておくしかないかなと思います。どうも非常に大事な点の御質問とお答えについて、ありがとうございました。

ほかに御発言を御希望の方、いらっしゃいませんか。よろしいでしょうか。

それでは、この議題については以上にさせていただきます、次に議題の(4)ということで、検討の方向性(案)、これは音声通話料金の、特に従量制に関する事項について、事務局から御説明をいただきます。それではよろしく申し上げます。

【川野料金サービス課長】 事務局、料金サービス課長の川野でございます。それでは、御手元の資料4、検討の方向性(案)について(音声通話料金(特に従量制料金)に関す

る事項)について、御説明を申し上げます。

左肩に構成員限りとございますとおり、一部事業者様の経営情報に当たる情報がございますので、御発言に当たっては御留意をお願いいたします。

1 ページ目、お送りいただきまして、これまでの議論を振り返りまして、論点の方向性を整理させていただいております。

まず2 ページ目、現状というところでございます。一番上でございますが、今回の議論の契機について御紹介しております。携帯電話料金のうち、音声通話料金(特に従量制料金)につきましては、30秒で20円、3分に換算されて120円というまま、10年以上も値下がりしていない、あるいは固定電話と携帯電話の間で従量制料金について大きな格差があるということが、このタイトルでございます情報通信審議会の接続政策委員会において御議論があったというところで、競争上の観点について議論するということから、本ワーキンググループで着手したというところでございます。

2 点目、音声通信市場の概況についてでございます。1 点目、固定電話については、加入者数減少も相まって、音声トラフィックが減少する一方、携帯電話については、音声トラフィック、こちら過去10年間で10%減程度ということの微減にとどまっているところでございます。売上高で見ましても、移动通信全体の売上高に占める割合は約3割程度、また、代表的な事業者であるMNO3社の収支を見ても、売上高、営業利益とも微増しているという状況でございます。3 点目、実際に提供されているサービス面からでございます。昨今データ専用SIMという契約も増えておりますけれども、全体で見ると、約8割の方が音声通話サービスを利用しているというところでございます。以上を総括しまして、このように音声通話サービスにつきましては、携帯電話市場において一定の規模を占めるとともに、利用実態から見ても、今なお広く利用されている基本的なサービスであるとしております。このため、競争が十分に機能していないこと背景として、料金が高止まりを続けているとすれば、その原因の究明、また、対応策の検討が必要というふうにさせていただいております。

3 ページ目は、3月の会議で御説明させていただいた資料をそのまま御紹介しているものでございます。

4 ページ目、5 ページ目も既に御報告した資料でございます。

6 ページ目が新しく追加した資料でございます。先ほど御説明しましたとおり、MNO3社さんの音声、データも参考までに載せておりますけれども、売上高の過去5年の推移、

こちらを合計値という形で示させていただいております。左側が音声伝送役務ということですが、御覧のとおり、横ばいないし微増というような状況でございます。

次の7ページ目も追加したものでございまして、同じくMNO3社様の、こちらは営業利益の推移でございます。平成28年度から29年度におきまして、一部省令改正により、接続会計上の営業費用の配賦の仕組みが改まったということで、ソフトバンクの数字において若干の不連続がございますけれども、過去3年御覧いただきますと、ほぼ3社で横ばいという数字でございます。

8ページ目、先ほど申しあげましたデータ専用SIMと音声付SIMの契約の割合というところでございますが、青の部分がデータ専用SIMの契約でございます、オレンジが音声付の契約ということでございます。このところ増えてきたということがございますけれども、ここ4年間ほどは、データ専用SIMの割合が2割程度ということで、残り8割の方は音声のサービスを御利用になっているというところでございます。

続きまして9ページ目、現状というところでの②、MNOの音声通話料金の導入経緯と概要について御説明を申し上げます。MNO各社の提供する音声通話料金の導入経緯、以下のとおりでございます。2パラ目でございますけれども、話題となっておりますように、従量制料金については長らく値下げが全く行われておらず、30秒20円、3分120円というのが維持され続けているというところでございます。その上で様々な、いわゆる割引施策等により、自主的な料金の低廉化を進めてきておられます。個々の御説明はしませんが、NTTドコモが定額制のサービスを開始し、その後ソフトバンク、KDDIも追随、また、各社、準定額のサービスを同じようなタイミングで提供されている。また、平成30年9月、ソフトバンクが、これら定額制、準定額制のサービスをオプション化することとされておりまして、それに対して、今度はNTTドコモ、KDDIも同じような変更を行う形で進んできてございます。下から3つ目の令和3年3月というところでございます。今年の春に開始されましたオンライン専用のプラン、こちらについては、NTTドコモが5分かけ放題の準定額制のサービスを通信料金全体の基本料金に含む形にされる一方で、KDDI、ソフトバンクは、この準定額制部分をオプションという形にしており、ここは3社の中で少し違いが出てきているというところではございます。下から2つ目でございますけれども、全体を総じて見ますと、MNO3社におかれましては、従量制料金について一切値下げを行わない一方で、提供条件や料金において非常に似通った定額、準定額のサービスというのを導入してきておりまして、直近、ただいま御紹介したような違

いはあるものの、総じて3社横並びの様相が極めて強い形であろうというふうに考えてございます。

以降、10ページ、11ページ、12ページは、過去に御報告した資料でございます。今の説明内容の根拠となるデータでございます。

続きまして13ページでございます。他方、MVNO各社の提供する音声通話料金の導入経緯について御報告をいたします。2パラにございますとおり、平成22年に日本通信がMVNOの中で先駆けて音声通話サービスを提供されております。その後、各社が追随しているという状況でございます。3パラでございますけれども、当初はMVNO各社とも、MNO各社と同じ30秒20円の従量制料金でサービスを開始されておられました。その後、平成26年以降、中継機能を活用することによりまして、専用アプリを使うことで、この従量制料金についても、30秒10円という半額で提供するという動きが広がったところでございます。その2つ下、ただし専用通話アプリにつきましては、この前御報告いたしましたとおり、一部使い勝手が悪いというところについて言及してございます。昨今の動きですが、下から2つ目、「こうした中」というところでございますけれども、日本通信に関しましては、総務大臣に音声卸料金の裁定を申請されまして、その結果を受けて、音声卸料金が設定されたということを受けて、昨年7月からMVNOとして初めての完全かけ放題プランを開始されました。さらに昨年12月には、専用通話アプリを使うことなく、30秒10円という従量制のサービスを開始しておられます。さらに今年の春、MNO3社が第二種指定電気通信設備の接続約款において、プレフィックス番号の自動付与を可能とする接続機能を追加された、また、音声卸役務料金の見直しを行ったということでございまして、これを受けて、一部のMVNO事業者では、専用アプリなしで30秒10円という従量制料金を提供したり、かけ放題サービスを提供したりという動きが出てきているというところでございます。

14ページ目から17ページ目までは、前回までに御報告を差し上げている資料でございます。

それでは18ページ目に移りたいと存じます。では、これまでの議論ということでございまして、事業者様の意見について御紹介いたします。MNO各社につきましては、主に3点の御説明がございました。まず1点目として、今回従量制料金を話題にしていたわけですけれども、彼らとすれば、従量制料金自体は下がっていないが、定額制、準定額のメニューというのを順次導入してきているということで、多くの利用者がそちらに移ってき

ているということで、全体で見ると実質的な音声通話料金については低廉化が図られてきているという御説明がありました。その根拠となる非開示情報についても、御説明があったというところでございます。また、2点目といたしまして、この料金の体系・水準につきましては、データの料金、音声の料金、あとその音声の中でも定額制、従量制、いろいろなものを組み合わせて、プラン全体として設計しているのです、その従量制という部分だけを捉えて、その見直しをすると、全体の設計に影響が生じ得るというようなお話がございました。3点目でございますが、先ほど御紹介しました、今年の3月に各社プレフィックスの番号自動付与機能のメニューを追加した、また、音声卸料金についても見直しを行ったということで、今後音声サービスの市場が一層活性化するのではないかとというような御説明がございました。特にこの1点目の、実質的に低廉化が図られてきているという点につきましては、次の資料で説明しますが、各社さんの出された数字を見ると、確かに、従来の従量制料金の単価よりも低い水準にあるというふうに見てとれるというところがございます。こちらの点につきましては、構成員の方から、トレンドを御覧になりたいということだと思いますけれども、過去5年のデータの提出ということの追加質問がありました。過去5年はないということでしたので、総務省のほうで代替的な数字を試算的に計算させていただいたので、そちらを御紹介したいと思います。

次の19ページ目を御覧ください。一部赤字で構成員限りの部分がございますので、こちらは御注意ください。左側が、MNO各社さんに提示していただいた、実質的な音声通話料金の負担ということでございまして、NTTドコモの計算式はここにあるような部分、あとKDDI、ソフトバンクは、この左下にあるような式ということでございまして、基本的には、どういうことかと申しますと、全体の通話料収入を全体の通話時間で割ることによりまして、単位時間当たり、例えば30秒当たりの実質的な音声通話料の負担がこういう形になっているという御説明でございます。これにつきましては、その5年分のデータがないということで、総務省のほうで持っているデータに基づきまして計算したのが右側ということでございます。こちらにも右上に式がございまして、発想は一緒でございまして、音声伝送役務に関する収益全体を総通話時間で割り算をしているということでございます。違いがあるのは、上の四角いオレンジの箱の一番下の注というところに、事業者様からいただいている料金については、基本料金と法人向けサービス分の収入、あるいはトラフィックが除かれているというふうに伺っております。総務省の試算のほうはそちらも入っているということでございますので、必ずしも一致しておりませんが、水

準感、あるいはトレンド感という意味では、一部御参考になるのかなということで右側にお示ししているところでございます。各社の水準あるいはそのトレンドをつぶさには申し上げられませんけれども、御覧いただきますとおり、全体として横ばい、ないし、ここ5年間で見ると微増という傾向なのかなと思っております。

次に20ページ目でございます。これに対してMVNOからの御意見は、以下のとおりでございました。主に5点でございます。まずMVNOも、先ほど申しましたように30秒20円というのが長く続いてきたわけですが、彼らとしては、長年MNO3社から提供されてきた音声卸料金の水準、従量制料金について30秒14円というような、これを前提とすると、営業コストも考慮すると、30秒20円を下回る小売料金設定はMVNOとしては困難であったという御説明がありました。2点目でございますが、MNOが実質的な小売料金、彼らの小売料金を下げてきたという一方で、音声卸は全く引き下げてこなかったという点は、競争上大きな問題であり、公正な競争環境が整っていなかったのではないかと御主張がございました。3点目ですが、接続料のほうは継続的に低減しているということで、MVNOとしても、先ほど御紹介したとおり、専用アプリを使うなどして30秒10円という料金を導入してきたと。また、今回接続においてプレフィックス自動付与機能が提供され始めたということでございまして、ようやくMNOと同様のサービスを提供する環境が整ってきたのではないかと御説明がございました。4点目でございますが、MNOとMVNOの間に、特に卸料金の水準等について、やはり情報の非対称性が存在しているということで、サービス開発に必要な時間的猶予が確保されていないと。この情報開示の在り方、予見可能性の確保について検討が必要ではないかと御主張がなされました。5点目としまして、今後も市場が活性化するためには、MVNOからもいろいろなサービスが創出されることが重要と。そのためには接続、卸双方について料金低廉化、あるいは機能の充実がなされることが重要という御主張がありました。

21ページ目は既にお見せしている資料でございます。

22ページ目から3ページにわたりまして、構成員の皆様の御意見を載せております。ちょっとかいつまんで御紹介いたします。22ページ目の1つ目でございます。携帯発固定着と固定発携帯着でこれほど料金が異なるというのは、やはり合理的に説明ができないのではないかと御意見、3つ目の最後のほう、音声伝送役務の利益率がデータ伝送役務に比べて高いので、料金が高止まりしているのではないかと。真ん中、5つ目の料金でございます。モバイル音声卸について、大臣裁定により下がる方向に向かっている

ことは好ましいと。3行目ですが、これまで10年間何も下がらず、ようやく下がる方向性が見えてきたと。最後の4行目、5行目、長期的に音声卸料金が下がるような仕組み、環境整備が必要ではないかというような御意見がございました。あと同じページの一番下、データ定額制では利用量の少ない月に自動的に割引されるプランがあると。音声通話についても、これ定額料金についてということだと思いますけれども、自動的に割引されるプランがあってもいいのではないかというような御意見がございました。

次の23ページ目では、3つ目、ちょっと御紹介したいと思います。MNOとMVNOとの間での競争のスパイラルが非常に重要だと。今回限りではなく、継続的に循環して料金が下がってくる、競争が進展していくことが重要だと。そのために音声卸料金やデータ接続料を含めた競争条件の整備が重要という御意見がございました。

24ページ目も御紹介したいと思います。上から2つ目、音声卸料金が10年近く高止まりしたまま、今日に至っていると。音声卸の課題については長く認識していたが、3行目ですけれども、十分な分析ができていないままであったことを大きく反省させられたと。実質的な音声料金と卸料金が、いわゆる逆ざやになっているということを率直に御説明いただいたところなので、今後、同様のことが行われなような仕組みを整えることが求められているという御意見がございました。次の意見、後半ですが、下から3行目、競争政策としては、継続的に料金を下げるようなインセンティブがなければ、それをつくり出すような政策を議論すべきだと。強く反省して議論を進めていくというような御意見がございました。あと最後の意見でございますが、卸は交渉可能な制度として位置づけられているけれども、2行目ですね、交渉力が等しい場合に成り立つものであって、特に独立系のMVNOとMNOは交渉力に格段の差があると。3行目、卸をブラックボックスの中で放置しているということは、この10年間、やはり反省すべきことなのだろうと。下から3行目、卸の交渉が成り立つような土壌を整備すべき。例えばリテールマイナスのリテールの定義について、実質的な料金を考慮すべきではないかといった様々な御意見がございました。

それで25ページ目から、今回のその結論に向けた検討の方向性というところを御紹介したいと思います。まず、音声通話料金（従量制）についての基本的な考え方というところで整理をさせていただいております。音声通話料金（従量制）につきましては、利用者向けの料金（小売料金）の一環として提供されるものでございます。このため、事業者各社の料金・サービス戦略の中で決定されることが原則であり、競争を通じて多様な料金プ

ラン、あるいは低廉化が進むことが望まれるとしております。この中で今回御発言がありました、現在提供されている小売料金については、構成員から幾つか御意見がございました。まず1つ目として、あまり電話をかけない利用者、こういう方は従量制料金を使われるわけですが、これと比較して電話を多くかける利用者、定額制等の利用者が著しく有利になっているのではないかとといった御意見。あと②は先ほどのデータ伝送役務について、「勝手に割」みたいなものがございまして、同じようなことができないのかという御意見、あと③ですが、個々の利用者に対して最適な情報提供が十分になされているのかという御指摘がございました。3つ目でございますが、携帯電話各社、この携帯電話各社というのはMNOだけではなく、MVNOも含めてと考えておりますけれども、こういった、これら以外も含めて、多くの利用者側にはニーズがあると思いますので、こうした意見を踏まえつつ、今後各社横並びにとどまらない、多様な利用者ニーズに寄り添った料金プランを提供することが望まれるということにしております。また、個々の利用者に対しては適切な説明、情報開示を積極的に行うことが求められるのであろうというふうを考えております。これが小売料金に対する、ある意味、望まれることを書いてございませけれども、一方で、一番下でございますが、市場全体として競争を通じて多様化、低廉化を図るということでございまして、競争が有効に機能する、やっぱりその前提条件といたしまして、MVNOも含めた、市場全体として公正な競争条件が整っていることが必要であろうと。これまでの経緯に基づき、条件が整っていたのか、いるのか、検証を行う必要があるというふうにさせていただいております。

26ページ目でございますが、従来及び現時点での市場の分析についてまとめさせていただいております。まず1ポツ目ですが、MNO各社、従量制料金を引き下げてこなかった理由についての明確な説明はございませんでした。ただし、MNO各社の小売料金の設定につきましては、これは原則としてMNO各社が判断すべきものですので、従量制料金の単価を下げるのか、定額制を充実させるのかというのは、これは一義的には各社の判断によるとしております。ただ、結果として、実態は総じて3社横並び、従量制料金については一切、10年間以上引下げがなされていないという状況が継続しているという状況でございます。他方、MVNOはどういう対応を取ってこられたかといいますと、そこに①②③と書いてございます。①専用アプリを使って30秒10円、9円という料金でチャレンジされてきた事業者は多数ございました。また②で、大臣裁定により卸料金の設定を受けた日本通信は、早速30秒10円という設定をされました。また、③今年の春に接続メニ

ユーを追加されると、一部MVNOが30秒10円という従量制料金設定をなさっており  
ましたという、こういった実績を踏まえると、この従量制料金の単価を引き下げて、利用  
者の需要に応えようというMVNOのニーズは十分に存在したのではないかというふう  
うかがえます。しかしながら、これまで大多数のMVNO、ここの「大多数の」というの  
は、すなわち大臣裁定による卸料金設定がなされた日本通信以外と御理解いただければと  
思います。日本通信以外のMVNOにとっては、音声卸料金が全く引き下げられてこなか  
ったということがございますので、専用アプリを使わない限り、利用者は従量制料金の単  
価を引き下げようと思っても引き下げることができない環境にあったのではないかと。こ  
のため、市場全体を見ると、MNO3社を除いて、従量制料金を引き下げることができる  
事業者が、基本的に存在しないという状況が続いていたと。そのように競争が制限される  
環境の中で、MNO3社が横並びで従量制料金の単価を維持し続けたということござい  
まして、結果として、従量制料金の単価は提供コストを大きく上回る、この30秒20円  
という水準が長らく硬直してきたものではないかというふうに考えられます。下から2つ  
目でございます。令和3年3月に接続メニューの追加、卸料金の見直しがなされたという  
ことで、今後2パラに述べたMVNO以外にも、これらのメニューを使って従量制料金の  
引下げを行うことで、市場全体としてこの従量制料金の相場が、例えば30秒10円とい  
った感じで引き下がっていくということが期待されるというところでございます。さらに  
MVNO各社においては、従量制のみならず、定額制、準定額制料金を導入しようという  
ニーズもございますので、こういったことによって音声通話市場全体として、競争の活性  
化につながることも期待されるということございまして、こういった状況については、  
今後の状況を我々はしっかりと検証していくことが必要ではないかと考えております。

27ページ目でございますが、他方で、これまでの経緯を踏まえた問題点も整理する必  
要があるというふうに考えております。これまでの競争環境を振り返った場合に、先ほ  
どもございましたMMO3社が自社の小売料金について実質的に引下げを図ってきたとい  
う一方で、音声卸料金については長らく全く引下げをしてこなかったという事実というの  
は、非常に問題が大きいのではないかとさせていただいております。次の市場実態を見れ  
ば、卸料金を長年にわたって高止まりさせることで、自らの音声通話料金へのMVNOか  
らの圧力を封じて、所要コストを大きく上回る従量制料金体系を維持してきたというふう  
に考えることもできるのではないかと考えております。この結果ということもあるのでし  
ょうけれども、MNO3社の音声伝送役務に関する営業利益率というのは、30%前後と

非常に高い水準が維持されているというところがございます。特に、2パラでございますけれども、音声卸料金は、やはり実質的な小売料金を上回っていたおそれが高いのではないかとこのように考えております。総務省の試算値を見る限りでも、そのように明らかにそういう水準にあると確認できております。3ポツ目でございますけれども、自ら提供をする小売を下げ一方、卸料金について小売を上回る料金で設定するという事は、これはMVNOさんにとって同じ条件でサービスができないということでございます。

こちらは、次の28ページ目を御覧いただきますと、総務省と公正取引委員会で作っております共同ガイドラインというものがございます。こちらの(5)というのは、アというところは独占禁止法上問題となる行為ということで、こちら公取さんの責任を持って書かれているパートですけれども、こちらでも、その小売を上回る卸料金の設定については私的独占等に当たるというようなことが書かれておまして、あと、イの電気通信事業法上問題となる行為、こちらは私ども総務省のパートでございますが、こちらにおきましても、卸電気通信の役務の料金について、利用者に対する料金よりも高い料金を設定することというのは、この業務改善命令の対象となる行為というふうに既に明示してございます。

27ページをおめぐりいただきまして、最後のところですが、業務改善命令の対象となるおそれの行為であり、速やかな是正が本来図られるべきであったと考えられるのではないかとさせていただきます。

最後に30ページ目、今後の方向性というふうにまとめさせていただきます。今般、政策メニューの見直し、卸料金の見直しも行われましたので、こういった状況は解消されつつあると考えられますけれども、今回のケースを教訓として、今後も同様の状況が生じることのないよう、やはりMVNOの関心も踏まえて、検証が必要なサービス領域、これについては必要に応じて、今回の実質的な料金のような関連データの提出を求めて、接続料、あるいは卸料金の妥当性というものの検証が要るのではないかとこのようにさせていただきます。加えまして、事業者間協議のみでは、長年にわたってやはり音声卸料金の引下げが進まなかったという実績がございますので、継続してこの接続メニューの見直し、改善あるいは卸料金の見直し、低廉化が進むような制度的な枠組みというのが必須になるのではないかとこのようにさせていただきます。現在、春に接続メニューの追加がされたということで、MNO各社とMVNO各社との間で、引き続き協議が行われております。各社さんの協議相手のうち、何社の方が接続を使っているか、卸を使っ

ているかという数字、ちょっとこれは構成員限りなので、具体の数字は申し上げられませんが、御覧いただくと分かりますが、それなりの数の事業者さんが引き続き卸を選択しているというのが現状でございます。ですので、この卸料金の低廉化というの、やはり接続メニューの充実と併せて必要かと考えております。下から2つ目のパラでございます。今回音声卸の話題でございましたけれども、今後5Gも進む中で、いろいろなサービスが提供してくるという中で、MVNOとの間の競争が阻害されるような事態というのは未然に防止する必要があるのではないかとさせていただいております。こうした事態を防ぐための有効なルールの在り方について、MVNOから御指摘のあった情報の非対称性に関する問題をはじめとして、協議が有効に機能してきたのか、あるいはインセンティブをどう与えるか、こういった要因分析を含めて、別途専門的に検討を進めて、速やかに所要の制度整備を図ることが必要ではないかとさせていただいております。その上で、さらに市場において競争環境検証を行い、こうした接続卸の見直しを一部行っても、いわゆる小売パートで進まないというようなことであれば、やはりさらなる追加的な政策的、制度的対応についても検討する必要があるのではないかとさせていただいております。

事務局からの説明は以上でございます。よろしく御審議のほどお願いいたします。

**【新美主査】** 御説明ありがとうございます。それでは、ただいまの説明につきまして、御発言御希望の方はチャットにて合図をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

いかがでしょうか。それでは、大橋さん、御発言をお願いいたします。

**【大橋構成員】** ありがとうございます。まず、今回の件について、事務局には、大変丁寧な分析と、検討の方向性を丁寧に示していただいております。全くこの記載に異論はございません。逆に、これまで卸と小売との間の逆転、プライス・スクイーズと一般に言われている現象だと思いますけれども、これが長らく放置されてきたということに対して、恐らく行政も含めて、若干我々も反省をしなければいけないところというのはあるのかなと思っております。そうした観点で、今回30ページにいただいたように、これを1つの独立した事象と捉えずに、卸料金の在り方も含めて見直し、うまくいかなければさらに追加の検討をするという方向性も、私はあり得べきかなと思ひまして、支持するものであります。

以上、コメントにすぎませんが、ありがとうございます。

**【新美主査】** どうもコメントありがとうございます。それでは、続きまして大谷さん、

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。私も簡単にコメントだけさせていただきたいと思います。

MNOの各社から、限られた情報しか出てこない中で、資料の19ページのところで試算値をお示しいただきましてありがとうございました。実質的な音声通話料金のトレンド、5年間分のトレンドということで、これを確認させていただいたところとしては、これは基本料金や法人向けサービスをある程度含んでいるとはいえ、平成28年以降は横ばい、もしくは微増というような状況があると思いますので、市場の状況というのが硬直化した上で、MNOの営業利益の源泉ともなるような状況が以降続いていたということが確認できる場所です。今回の対応が遅過ぎたとしても、少なくともこの時点で対応できたということについて、関係者の御努力に御礼申し上げたいと思います。

資料の最後のページで、まだ卸を選択されているMVNOも多数にわたるということで、卸を利用された場合の問題点が無事解決されているのかを引き続きモニタリングしていくことが必要ではないかと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

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】 中央大学の西村でございます。御説明ありがとうございます。非常に丁寧に事実関係をまとめていただきまして、よく分かりました。

私も最後の30枚目、今後の方向性につきまして、賛成を申し上げたいと思います。特に小売市場に今回注目させていただいているわけですが、小売市場とは言いますが、やはり接続と卸の状況というものが、この小売市場の競争に与える影響というものはどういふものか留意すべきでありますし、検証すべき対象であるというふうに理解しておりますので、この方向性というものは正しいものと思われま。

その点、今般音声市場というものを存在することを前提として、逆ざやというような形で問題意識、あるいは業務改善命令の可能性というものも指摘していただきました。公正取引委員会との共同の電気通信市場の競争促進に関するガイドラインというものも参照しながら再確認していただいた点は非常に大きいと思いますし、併せて、今般指摘されておりますような携帯発固定着、固定発携帯着の通話料金の格差の問題も含めて、再度この共同ガイドラインにおいて指摘されている点に該当するものはないか、再確認等必要かなと

思った次第でございます。

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、続きまして佐藤さん、御発言をお願いいたします。

【佐藤構成員】 佐藤です。他の委員の方々と同じですが、コメントとしては、最後のページに書いてあるようなことが非常に大事で、定額制、準定額制の料金は下がってきたけれども、結果的に従量制の料金は下がらないままだった。その背景には、音声卸料金が長らく高止まりで、MVNOからの競争圧力がつくれなかったということがあったので、やはり競争を機能させるためには、接続料、卸料金ともに継続的に下がる仕組みを考える必要があると思います。

質問については、その中でも日本通信は大臣裁定があり、コストベースの音声卸の料金の下で競争できることになって、30秒10円でのユーザー料金の設定が可能になったというところですね。そうするとドコモの音声卸料金に関しては、裁定で決められたコストベースの料金と、日本通信以外の各社に提供している音声卸の料金について、一物二価になっている可能性があって、そういう意味ではコストベースと言われるものと、交渉上決まっている音声卸が相対的にどういう水準にあるのか見る必要もあるかと思うところで、公表されるかどうか分かりませんが、総務省のほうで、こういう一物二価料の問題に関しても、音声卸料金の違いについて情報を集めて比較していただけるようお願いをしたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして関口さん、御発言をお願いいたします。

【関口構成員】 関口でございます。問題意識は佐藤委員がおっしゃったことと同じところにございまして、1つには、紛争処理委員会の裁定によって、日本通信1社だけが、一歩先んじて交渉力を持つに至ったわけですが、他社はその後、それに対して一切追従できなかったということが、30ページの卸交渉の状況において、引き続き卸を選択せざるを得なかったという会社数、ここは委員限り情報ですので数は申し上げられませんが、圧倒的に多いという状況が出現していることになると思います。

このことについては19ページ、大谷委員も指摘されていましたが、ここにおいて、実質的な音声通話料金ということについて、今回、事務方を通じて検証し

ていただきました。左側にある事業者から示された実質的な音声通話料金、それから総務省による計算結果、これもいずれも赤字でくくられてしまっているのです、どのような情報開示が今後必要なのかについては、30ページの最後のように、専門的な検討を進めて速やかにその辺の制度整備を図るということが必要になってくるとは思いますが、どのような情報の非対称性の解消が可能なのかについては、今までの裁定が他社には一切ブラックボックスになってしまったという点を含めて、補完的な情報開示の在り方について、検討の余地があると感じております。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。ほかに発言ございませんでしょうか。

どうもありがとうございます。ただいまの議論を伺っていて、非常に大事な問題が議論されていると思います。卸というのは確かに当事者の契約自由の原則、ないしは当事者のビジネスの問題だということで、大原則は分かるわけですが、こういった電波、あるいは土地のような、これ経済学でいうと経済的レントというのでしょうか、そのような現象があるような場合に、本当にマーケットは働くのかというのが大きな問題になるかと思えます。民法の分野でいきますと、地代・家賃については、借地借家法が地代・家賃の合意について、裁判所が調停で介入すると、諸般の事情を考慮して、適切な地代・家賃であるかどうかを決定するというシステムが用意されております。接続については今そういった議論がありまして、そういった制度があるんですが、卸についても同じとは言いませんけれども、類似の制度が考えられてもしかるべきかなと思いついておりました。非常に重要な問題ですので、今後ともぜひ集中的に議論をしていっていただきたいと思えます。

それでは、このテーマは以上にしまして、次に、議題の（5）といたしまして、検討の方向性（案）（代理店の在り方に関する事項）についてお諮りいたします。まず、事務局から御説明をお願いいたします。

**【雨内消費者行政第一課課長補佐】** 事務局でございます。資料の5の検討の方向性の案のうち、代理店の在り方に関する事項について御説明を申し上げます。

右肩の2ページから順にお開きいただければと存じます。2ページと3ページが経緯となっておりまして、その後、前回4月26日の合同会合でお示した調査結果の分析を3ページほど挟みまして、最後に論点の案ということも2ページほどお示しする資料の構成となっております。その後参考資料がついているものでございます。

2 ページが、経緯の非常にシンプルなところからなんですけれども、代理店、このモバイル市場における代理店というものの現状についてまずお示しをしております、規模ですとか、あるいは、どのような契約形態であるかとか、そのようなものをお示したところから始めまして、そのような代理店というのはこれまで非常によく、この市場で重要な活躍をしてきている中なんです、2つ目のところにあるように、いわゆるコロナ禍ですとか、オンライン専用プランの登場の中で、いわゆるビジネスモデルの転換というのが行われているのではないかということ。すなわちここに書いているとおり、最後のところにあるように、これまでこの販売代理店という業態が回線契約の成約、あるいは端末の販売ということで収益を確保してきた中で、対面の接客が減ることによって、このビジネスモデルは変わるのではないかということを書かせていただいているものでございます。3つ目、そのような中であっても、まさに対面接客というのがこれまで以上に、ICTリテラシーの低い方にとっての重要性を増すということとは言えるのではないかと考えておりました、すなわち、このモバイル市場でいうとキャリアショップ、あるいはそのほとんどを営む販売代理店の身近な窓口としての機能は、こうした中でも引き続き不可欠なものであるだろうということを書かせていただいているものでございます。

3 ページを御覧いただきまして、そのような中で、なぜこの代理店の在り方について検討してきたのかということの振り返りでございます。上からありますように、今申し上げた代理店のビジネスというのは、言い切ってしまうと、1業種におけるビジネス環境の変化で、それに対してどういう対処を行うのかというのは、ある種、各事業者さん同士での経営判断の中で検討されるものであろうということは、もちろん言い得るというふうには考えています。しかしながら、今申し上げたように、この代理店さんが市場において利用者の最も身近な窓口として果たしている役割、これを踏まえていくと、これ単純に割り切ってしまうものではなくて、やはりそこにおけるその在り方についての課題というのは、政策的な議論というのは必要だろうということで、御議論を今までいただいていたものかなというふうに理解をしております。そのような中で、2つ目のパラグラフにあるように、構成員の方から、このMNOが代理店に対して置いているこの手数料の体系であるとか、評価の指標、こういうものが適合性の原則など、ある種結果的にその販売の現場においてのひずみのようなものになっている可能性がある、そこについてきちんと調査をすべきではないかという御指摘をいただいたものでございました。

改めて考えていきますと、昨今声高に言われているデジタル化、あるいは人に優しいデ

デジタル化というところでいきますと、先ほど申し上げたICTリテラシーが必ずしも高くない方というのは、より一層この対面での接客で通信サービス、あるいはスマートフォンのサービスについてきちんと理解をしていただくということは重要であって、そこで代理店が果たす役割というのが、とりわけ今の携帯料金の低廉化という文脈の中も踏まえまして、非常に重要であろうというふうに考えてございます。そのような、より頼られる存在としての販売代理店が、仮にこの利用者の利益に反するようなことをもしなさっているとすれば、その弊害というのはこれまで以上に大きくなるというのは考えられるということで、ここについて問題があるのであれば、根本的な要因の対処というのは必要だろうというふうに考えてございます。そうした中で前回御報告を申し上げたのが、我々のほうで行いました3つの調査でございまして、その結果につきましては、今回もサマリーのほうは後ろの参考資料の中に入れさせていただいておりますが、説明自体は割愛させていただきたいと存じます。

4ページをお開きください。こちらからが、最初申し上げた結果の分析でございまして。今回10ページから16ページにかけてその調査の結果をサマリーしておりますが、前回はあくまで調査をした結果のみをお示しをしたものでございますけれども、ちょっと改めて、それが何なのかということの分析を行うというのが4ページ以下でございまして。

4ページ、5ページ、6ページ、3つのパートに分けてございまして、(1)と(2)が、とりわけ直接法令との関係で少し懸念といたしますか、ある種課題が生じていると思われる要因、3つ目が、直接的な何か、法令等の関係はないかもしれませんが、そういったものの背景になるだろうと考えられるような要因の、全体的な構造みたいなものを示しているものでございます。

順に(1)から御説明を申し上げます。これは(1)のアンケート調査の結果、ショップ店員さんのアンケート調査の結果に関してですが、報道にも出ましたように、4割を超える店員の方が、利用の実態に合わない、利用実態を確認しない、すなわちニーズを踏まえないような上位の料金プランへの勧誘を行ったことがあるというような回答でございました。また、その結果の中で、こういうことをしたという方に関しては、4割強の方がMNOの販売目標数が要因にあったということでございました。こうした勧誘というのが、電気通信事業法のガイドラインの中で定めるような適合性の原則に反していて不適切であるということは、もう当然そういうふうに明記をされてございますし、また、MNOが代理店に対して各種の指導などを行っている中で、そういうような違反への対策というのも

きちんと行われているということでありまして、そうやって考えていくと、当然ながらこういう勧誘に関してきちんとしなければならないということは、あらゆる皆さん、店員お一人一人が御認識をされているはずであろうというふうに考えてございます。しかしながら、今申し上げたような結果になっている。そういうような適合性原則に反する勧誘をしていた方が多いというような状況というのを考えていくと、認識をした上で、法令遵守よりもこうした行為を優先させる何らかの動機づけ、あるいは構造的な要因が存在しているというふうに考えるのが自然だろうということでございます。この点で考えますと、3つ目のところ、前回お示しをしたインタビューの結果を踏まえますと、一部のMNOの指標の中で、代理店に対して大容量の料金プランの獲得を強く求めるような動機づけとなっている、そういうような指標というのが存在しているという声もありました。また、これに対するペナルティーみたいなものがあまりワークをしていないというようなお声もありました。こうして考えていきますと、このような手数料体系の下では、利用者が何を求めるかとか、何を实际使いたいかということよりも、何をどれだけ売るかという販売目標の達成、これが優先をされ、結果的に適合性の原則に反したような行為を行うような代理店や、その従業員というのが一定数生じても不思議はないというようなことになるのではないかと考えられます。

続きまして5ページが、端末代金と通信料金の完全分離に関する違反が疑われる事案に関してでございます。最初のほうは前提の整理ということで書かせていただいておりますが、よく御存じのとおり、電気通信事業法第27条の3では、回線契約者への利益提供について一定の制約を負っているものでございますけれども、この回線契約を条件としない場合の利益提供については、当然その規律とならないというものでございますが、その規律の対象から適用除外となるためには、形式的に利益の提供を回線契約者と非回線契約者の両者を対象とすることだけではなくて、実態的に非回線契約者に対しても、その端末の販売をするという実態が伴うことが必要となってございます。しかしながら、前回お示しをしたとおり、各社それぞれではあるんですけども、実際に端末単体販売の拒否の事案が確認をされたところでございました。3つ目にあるように、非回線契約者に対する端末販売は実態として適正に行われておらず、そして回線契約者に対してのみ端末を販売しているという場合には、この端末販売に係るその利益の提供というのは、いわゆる2万円の上限規制といえますか、通信と端末の分離に関する規律の中に全て含まれるわけでありまして、そこが足し合わせた結果、回線契約者だけと言っている利益の提供と、それ以外

に提供していると言っている利益の提供、この足し合わせたものが上限を超えるという利益の提供が行われている場合には、そこが利益の提供が行われても、それが結果的にその上限を超えている場合には、規律に反した不適切な値引きに該当するということというふうに考えてございます。4つ目に書いてございますように、そうした中で各事業者におかれましては、端末単体販売拒否への対策として、きちんと研修指導、周知を行っているというお声がありましたし、一部では広告ツールにもそのようなことを明示しているというような取組もなさっているということにもかかわらず、覆面調査の結果では、事業者や店舗の方針で販売ができない、システムが対応していないといったような説明があったところでございました。このように、各事業者が代理店への教育、広告など、きちんとした対策をなさっているということでも、なおこのような実態になっているということに鑑みると、単に知識不足や誤認識という理由だけではなくて、法令遵守よりもこうした行為、端末単体販売の拒否を優先させるような何らかの動機づけ、あるいは構造的要因が存在すると思うのが自然ではなからうかということでございます。こうした点から、またインタビューの結果を振り返っていくと、端末の販売において、MNOが代理店に卸す端末に関して値づけの制限のような構造、これは米印にあるように、MNOから代理店への卸値がMNO自身の直売価格に一致をしているとか、あるいは代理店が卸値に上乘せをする、いわゆる頭金と呼ばれるような粗利に相当する額の設定に関して、事実上セーブをされているというようなお声もあったということでございます。ただ②番にあるように、手数料体系の中で非回線契約者に端末単体で販売を行っても、ここに利益はほとんど出ないというふうな証言もあったところでございました。こういう手数料体系の下では、非回線契約者に対して端末を売っても、代理店自身には実質的なもうけが出ない、あるいは赤字になってしまう。人件費などもろもろ差し引くと、実質的にはということだというふうに理解をさせていただきます。こうした状況であるとすれば、いわゆる希少性がある端末に関して、非回線契約者に対してではなく、回線契約者に対して販売をするほうが、当然経済的な合理性は高いだろうというふうに考えられまして、それがゆえに結果的に規律に違反した端末単体販売の拒否が生じても不思議ではないのではないかというふうに考えられるところでございます。

続きまして6ページ、今申し上げた2点の背景と考えられるだろう構造についてまとめてございます。インタビュー調査の結果をさらに凝縮したのが①と②になってございまして、1つ目が、手数料に深く関わる部分として、MNOが設定をする、この評価指標に基

づいて、代理店の手数料の額なんかが大きく変動する。ここをどれだけ達成したかによって大きく変動するという構造がございます。また、この成績が振るわない場合においては、手数料のほとんどが止められてしまう、あるいは閉店、契約解除が行われてしまう場合があるというふうに言われてございます。その一方で、代理店によっては、ショップを開くときや、あるいは数年ごとのリニューアルなどのために、相当額の投資が出ていくという声もありまして、このような中で手数料というのが一気にがくつと下がるような場合には、このかけた投資というものが著しく回収困難になってくるというような構造があると書いてございます。②番、こちらもまた少し違う話ですが、先ほど申し上げたように、端末を単体で売っても利益の確保が難しいというような仕組みがある、あるいは、独自の商材というのを扱う際に大きな制約、これはキャリアによってまちまちですが、大きな制約がある場合があるということございまして、代理店が、手数料というもので得ている収入以外の収益確保というのが、極めて限定的である構造があるというふうに考えてございます。次のところにありますように、これ自体は、他の業種においても行われ得るものであって、ある種、この業態をフランチャイズと呼ぶのかどうかという問題はあるんですけども、フランチャイズ系とかでよくありそうな話でもございますし、必ずしも一概に否定されるような構造では当然ないというふうに考えてございます。しかしながら、このような構造の下では、目標をとにかく達成する、それによってお金を得るところの優先度が販売代理店にとって極めて高くなるというふうには考えられます。もちろんこれ自身も否定されるものではないとは思っています。しかし一方で、通信サービスの性質に鑑みると、やはり、いわゆる専門性の高さですとか、技術的な進歩の速さ、あるいは提供されているサービスや端末の種類の高さ、いわゆる多様性の高さみたいなものだと思うんですけども、こういうところによりまして、事業者と利用者間の情報の非対称性は大きいでしょうというふうに考えられまして、ある種比較的容易に誘導ができる商材でもあるということとは留意をしなければならないと考えています。こういう中でMNOが設定する評価指標が、その内容いかんによっては利用者の意向などを考慮せずに、とにかく目標達成に資するような料金プランの契約に誘導するとか、こうした法令に反した行為の助長の効果があるのではないかとこのふうには見ております。以上を踏まえますと、このような委託契約全体の構造があつて、それが相まって、先ほど申し上げた1や2のような法令違反が疑われる事案が発生した可能性があるのではないかとこのふうには考えてございます。

大変長くなりました。ここまでが分析でございまして、7ページ以下、論点をまとめさ

せていただいております。まず、論点の1つ目から御説明申し上げたいと思います。1つ目、まずこのようなMNOと代理店の委託契約、とりわけその手数料の仕組みなどにつきましては、これまで電気通信事業法上の評価はしてこなかったというふうには考えてございます。しかしながら、今申し上げたようなこの調査、あるいは分析の結果というのを踏まえていくと、そこはある種の聖域ということではなくて、その内容いかんによっては法令との関係が問題になる可能性があるというふうに考えてございまして、これは明言させていただくということでございます。もちろん、次に書いてございますように、営業活動の一環として、販売目標の設定によって何か特定の商品、サービスが売れるように促進をしていくということ自体は、当然許容されるものではあるというふうに考えています。しかしながら、これが適正かつ合理的な範囲を超えて法令違反を助長するような形で設定されているような場合には、業務改善命令の対象となり得るということは、ここできちんと明確にすべきではないかというふうに考えてございます。とりわけ先ほどの(1)(2)に対応するような、また、このページで(1)(2)と示している評価指標というのは、通常適正、合理的ではなくて、法令違反を助長する蓋然性が高いのではないかというふうに考えてございます。下に書かれている、赤枠の中に書かれている(1)と(2)のとおりなのですが、1つ目が、繰り返しになりますけれども、高額なプランの獲得率や獲得の有無で評価が大きく変動するような仕組み、指標ですね。(2)が事業法第27条の3、違反を助長するような手数料・奨励金体系等の仕組みということです。内容の詳細は割愛いたしますが、先ほど(1)(2)で申し上げたような構造のことを指してございます。

また、2つ目の論点として書いてございますが、今申し上げたような手数料で評価をするということが、法令違反との関係というのは、必ずしも単一でそこは決まっていくものではございませんで、例えば端末の卸契約など、手数料以外の部分も含めて、様々な要素が複合的に作用するという事も考えられてございます。また、手数料の体系それ自身が非常に複雑なものになっているというお声もございます。こうしたことから、これを一つ一つ分析をしていくというよりは、これからの進め方といたしまして、この適切でない手数料の評価基準が今後是正をきちんとされていくかという判断には、実際の販売現場で法令違反が疑われるような行為が行われているか否か、これを継続的に確認、モニターをしていくことが必要ではないかとさせていただいております。こちらが論点の7ページの部分でございます。

続きまして8ページ、その他の論点とさせていただいているものでございます。こちら

は先ほどの法令との関係とは少し色合いの異なるものを2つほど書かせていただいております。もともとはこの議論、DX時代における代理店の在り方というふうに銘打たせていただいております関係上もございまして、その辺りのお話を書かせていただいております。1つ目が、人に優しいデジタル化の中での話でございまして、代理店に地域のICT拠点として活躍いただきたいという期待がありますが、そういうような役割も果たしていただく中では、意欲がある代理店が独自の商材を扱っていくとか、ある種の創意工夫が可能な限り尊重されるような仕組みであることが望ましいのではないかとというふうに考えております。他方で、独自の商材の取扱いにつきましては、ヒアリングの中でもございましたとおり、かつて利用者との間で代理店独自の商材がトラブルを起こしたという経緯があることから、これを無限定に認めること自身が好ましいわけではありませんが、やはり一定の合理的な制約を前提として認めていくということは、今後のICT拠点としての活躍の上で重要なのではないかとというふうにさせていただいているものでございます。

また、2点目が、地域のICT拠点としての代理店という観点では、これまで事務局から数回前の会合で御説明申し上げたとおり、高齢者、障害者に対してスマートフォンの操作支援、オンラインでの行政手続等に関して講習会などを行ったり、相談を受け付けたりするデジタル活動支援推進事業というのを総務省のほうで行ってございます。この中で販売代理店を活用していきたいというニーズが行政のほうにもございますので、ここに関しまして、さらなる代理店の活用方策というのを検討していくことが適当ではないかというふうにさせていただいているものでございます。

以上、大分駆け足になりましたが、説明は以上でございまして、参考のほうに各種調査の結果のサマリーですとか、あるいは参考の2のほうに、前回非公表でお話をお伺いしたMNO、あるいは全携協のヒアリングの結果を公表できる形としてサマリーを載せてございますので、こちらも適宜御参照いただければと存じます。

説明は以上となります。

**【新美主査】** どうも御説明ありがとうございます。それでは、ただいまの説明につきまして、御発言御希望の方はチャットで合図をしていただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

いかがでしょうか。それじゃあ長田さん、どうぞ御発言をお願いします。

**【長田構成員】** 長田でございます。よろしく申し上げます。1つは、もう既に消費者保護検討会でも指摘されていたと思うんですけども、今回総務省がアンケートやインタ

ビューなど、とても丁寧に取り組んで情報収集をしていただいた結果、この代理店の問題が非常に明確に浮かび上がってきているわけなのですが、今後も続けてその情報収集の努力はとても大切だと思っていて、何かそういうツールや仕組みを考えていかなきゃいけないんじゃないかなと思っています。

それともう一つは、最後に御紹介いただいたデジタル支援の件ですけれども、キャリアショップの皆さん、代理店の皆さんへの期待は非常に大きくて、総務省の今年度の事業の中でもきっとすごく活躍をされると思うのですが、それはボランティアでされるようなことではなく、きちんとそのコストが国として提供されるような仕組みを、それは総務省へのお願いですけれども、そういうものをきちんと確立していただきたいなと思っています。そういう上で、信頼できるお店とユーザーの流れがきちんとつくっていいことだと思います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは、続きまして、全相協の西村さん、発言をお願いいたします。

**【西村（真）構成員】** 全相協、西村です。我々消費生活相談の現場では、なぜこういう方にこのようなプランを勧めたのか疑問に思うような事例が、昔からたくさんありました。昔に比べると、だんだんに減ってきているのは事実なのですが、今回いろいろな調査によって、適合性の原則にのっとり真面目にやっていたらっしゃる代理店ほど、何か割を食っているんじゃないかというような姿も見えてきましたので、仕組みのほうで大分整えていただいて、真面目にやっていたらっしゃる代理店が利益出ずに困ることがないように、ぜひ手を入れていただきたいと思っています。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。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。消費者保護ルールに関する検討会のほうでも発言したので一部重複しますが、論点（案）につきまして、本当によくまとめていただきまして、異論はございません。コメントですが、キャリアさんは独自商材の販売を制限しています。その理由は、確かに以前、例えばスマホの保護フィルムを中国から安く仕入れて、不当に高く売っていたという事案があったわけですが、私はそれ以外に、こちらも販売目標の達成を優先するということが関係しているのだと思います。というのは、以前

ショップスタッフから、独自商材を力を入れて売っていたら、支店の担当者から、「そんな余力があるならもっと1回線でも多く売れるはずだよね」と嫌みを言われたという話を聞いたことがあります。つまり、代理店の在り方について考えるべきは、キャリアが代理店やショップに課している目標設定が、無理に売らなければ達成できないような目標、過度な目標になっているかどうか。あるいは、相対的にほかのショップよりもいい点数を取らなければ退店を余儀なくされるといった、過度に厳しい評価になっているかどうかという点だと考えています。したがって、キャリアによるショップや代理店の評価基準が法令違反を助長するような形で設定されるならば、業務改善命令の対象とすべきだと考えております。その場合、長田先生の発言とかぶりますが、では実際にその法令違反が行われているかどうかを継続的にどのように確認するのか、そして違反なのかどうかをどう判断するかの基準、こういったことを今後議論して深めていく必要があると考えております。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。では、続きまして大谷さん、御発言をお願いします。

**【大谷構成員】** 日本総研の大谷です。ありがとうございます。本当に事務局が丁寧に情報収集してくださったおかげで、必要な論点整理ができたものと御礼申し上げたいと思います。

この調査を通じて感じていたことですが、違法行為、あるいは適合性原則にもとるような販売行為がなされる背景となっている過度の販売目標については、数々の構成員からも御指摘があったところですが、そのような下で仕事をしなければいけないスタッフの方の労働環境というのも、何か想像を絶するものがあるんだろうなと思っております。長く利用されている利用者の方に対するサポートに十分な時間を割くこともできず、とにかく通信の契約を取らなければいけないという状況ですよね。大きな負担がかかっている、長く勤務するということが難しく、どうしてもこの仕事を続けられない方ということも出てきていたということも、ネットなどでも伝えられているところだと思います。これから総務省のほうで取り上げていかれる、DXの拠点としてのスマホの使い方の教室とか、そういった取組を通じて、ぜひ消費者の一般の方との信頼関係が代理店のスタッフの方に生まれてきますと、やりがいがある職場にも変わっていくのではないかなということを期待しております。

また、仕事をする中で疑問を感じたときに、それを伝えられる場所というのがきっと必

要なのだと思います。私は、職場では内部通報の窓口を担当したりもしているんですけども、法令違反に手を貸さなければいけないような事態が生じたときに通報できる仕組みとか、その通報の受皿が、例えば協会といったようなところにも整えられていくように期待したいと思っています。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは相田さん、御発言よろしくお願ひします。その後大橋さん、よろしくお願ひします。まず、相田さん、お願ひします。

**【相田主査代理】** 東京大学の相田でございます。本ワーキンググループのメインの論点からは外れると思うんですけども、8ページのところに誰1人取り残さないとか、障害者ということが出てきましたので、ちょっと発言させていただきたいと思います。

日本も批准している国連障害者権利条約では、情報アクセシビリティを基本的人権の1つとして規定して、障害者がほかの者と同等に電話サービス等々の情報サービスというのを利用可能であることを各国に要求しているというようなことで、大学関係でも昨今のオンライン講義で、そういう視覚障害者、聴覚障害者への対応をどうするかというようなことになかなか頭を悩ましているところなわけですけども、携帯関係のいろいろなもののがオンライン化されてきているというときに、オンライン化されたウェブページ上が、そういうスクリーンリーダー等でもって、障害者等にアクセスしやすいかといったようなことに工夫をしていただくこともさることながら、やはりそういう障害を持っている方が代理店に行ったときに、真摯に対応していただくというようなことは非常に重要なのだらうと思うということでもって、そういうことに関して国等々からのサポートということもさっきもありましたが、やっぱりそういう来たお客さんが視覚障害を持っておられて、店員の対応があったというようなことがあったときには、それに応じた何か手間賃というのでしょうか、そういうようなものがちゃんと代理店に行くというようなことをぜひやっていただくのがいいのではないかなと思いました。とにかく時間はかかるけれども、そういう障害者への対応というのが忌避される、おろそかになるというようなことがないような仕組みというのにぜひ期待したいと思っています。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。非常に大事な視点で、私も関係する、さる公益法人の関係で、障害者をどう対応するかというのを議論したばかりですので、相田さんの御発言、非常にインプレッシブな感じを受けました。1つの大きな論点だと思います。

それでは、続きまして大橋さん、御発言をお願いします。

**【大橋構成員】** ありがとうございます。今回MNOと代理店との関係について、非常に丁寧に調査していただいた結果をこうやって取りまとめていただいて、ありがとうございます。事業法の枠を一部乗り越えるところもあるのかなと思ひまして、そういう意味でいうと、代理店との取引慣行の在り方について、これは独禁法でも流通の慣行ガイドラインとかありますけれども、そうした観点からも、包括的にこの取引慣行が適正になるように、その是正を促していくということが非常に重要なのかなと思っています。

今後の販売店の在り方として、より広域的なミッションを担わせるというか、地域のICT拠点とか、そういう点もいただいて、これも重要な視点だなと思います。地域におかれている状況も、かなりいろいろ異なると思いますので、そうした点も頭に置きながら、こうした出口できちっとビジネスができる形がどういう形なのかということも議論しておくことは重要だなと思います。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。そのほかに御意見、御質問ございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

私も一言発言させていただきますと、非常に事務局のほうで丁寧な調査、そして問題点の分析をしていただきまして、大変ありがとうございます。今後の議論に非常に役立つ分析だと思います。とりわけ私の専門分野から見ていきますと、委託契約、代理店と通信事業者との代理店契約というものにもう少し焦点を当てていけというのは、非常に重要な提言だと思います。と申しますのは、今我々、特にMNOの皆さんは、契約理論、あるいは自由競争ということでの議論をしますが、私それに反対はしませんけれども、契約に対する見方がちょっと前世紀的、あるいは2世紀前くらいの議論で済むようなことをおっしゃっているのです、今後それでは通用しなくなるのではないかという感想を持っていましたので、あえて一言申し上げます。

かつての契約理論というのは、1回こっきりの契約を前提にして、マーケットでそれで売った、買ったの取引ができるんだということで、法律的にも整理されてきておりましたが、現在の社会では専属的な提携契約、あるいは継続的な契約ということであって、契約の両当事者の結びつきが非常に強くなって、それを前提に消費者に対して一定の商品、サービスを提供するという構造になっております。そうしますと、そこには、消費者と事業者群との間では、従来の議論が多少は通用するかもしれませんが、もっと大事なものは、事業者のまとまりというのが、そこも契約だからお互いに知りませんよというわけに

はいかないというのが、昨今の、いわゆる民法の中における法律論であります。これは提携契約論だとか、あるいは多角的契約といった理論で、契約の結びつきが第三者との関係でも影響を持ってきますよと、そういう議論が出てきております。裁判実務でもそういうことが次第に顕在化しております。そういうことからいきますと、いわゆる委託契約、通信事業者と代理店との委託契約がどんなものなのか、それが消費者にどういう影響を与えているのかというのは、非常に大事な問題です。これは北さんや長田さんがおっしゃった、委託契約が消費者にある意味で好ましくない状況をもたらしているんじゃないかということの、法律論的な構成の問題でもありますが、そういうことがありますように、代理店の在り方、その背後にある委託契約の分析に目を向けるというのは、非常に重要な視点だなと思って伺っておりました。長くなりましたが、これは私のコメントとして受け止めていただけたらと思います。

そのほかに御意見、御質問ございましたら、どうぞよろしくお願ひします。よろしいでしょうか。

一応、本日用意した議題は以上でございますが、特にないようでしたらこれを最後にしまして、事務局から連絡事項等がございましたらよろしくお願ひします。

**【川野料金サービス課長】** 事務局でございます。本日はありがとうございました。

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ます。

しかしながら、今回もう検討の方向性、一部入っておりますけれども、今後、今年の、2021年度の検証報告書（案）のまとめに向けて、今後、6月に2回ぐらい、同じような各論点についての検討の方向性（案）という、方向づけに向けた御議論をいただくことを想定しております。その後、7月の月上旬に報告書（案）をまとめるといったスケジュール感で、全体としては考えてございます。

詳細につきましては、今後個別に御連絡を差し上げてまいりたいと存じます。

事務局から以上でございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、本日の会合はこれにて閉会とさせていただきます。どうも、御熱心に御議論いただきまして、ありがとうございます。

以上