

「携帯電話料金と接続料等の関係」 に関するヒアリング資料



2022年1月31日

モバイル市場の競争構造

モバイル市場は、4社のMNOと多数のMVNOが存在
通信単体から、レイヤー・業種を跨る多面的・多層的な競争ヘシフト

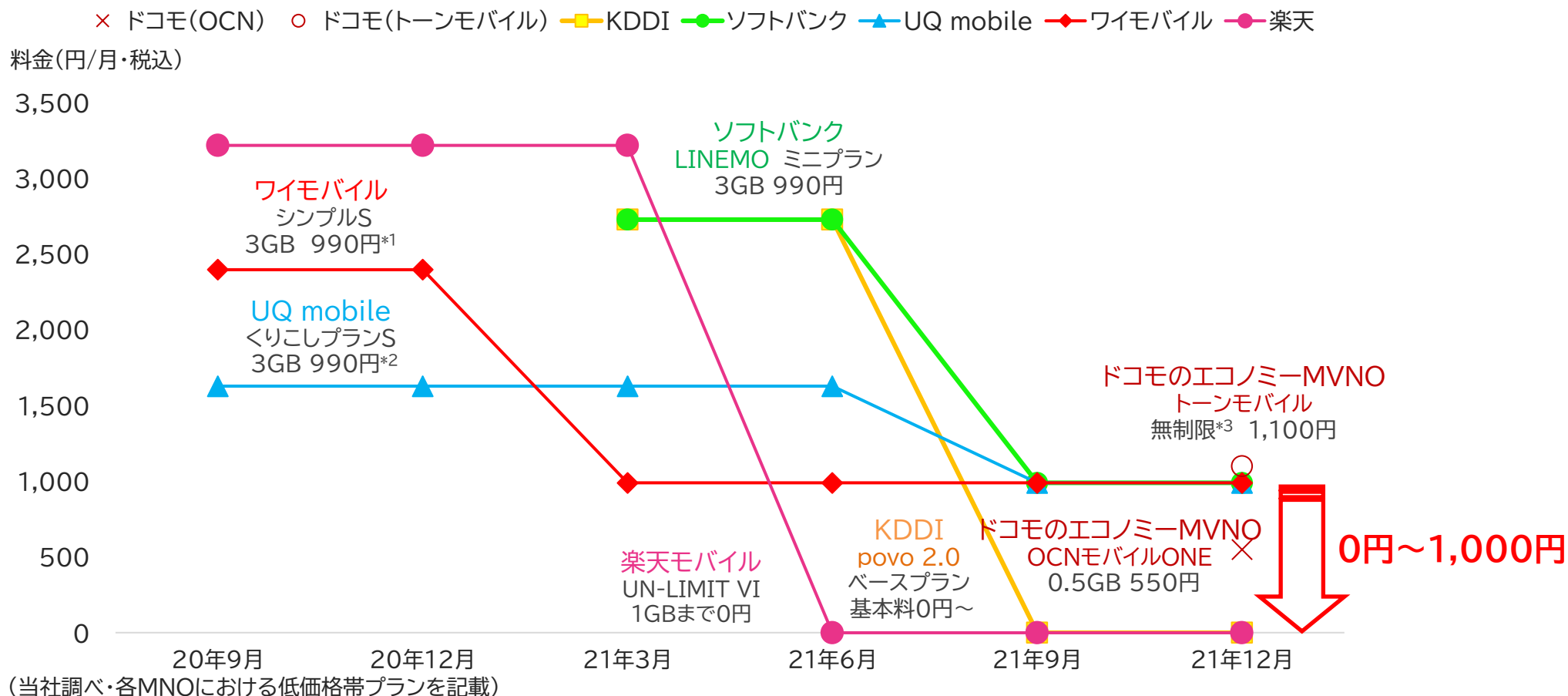
コンテンツ	動画配信、オンラインゲーム 等			
プラットフォーム	GAFAM			
	国内プラットフォーム			
ネットワーク	NTT ドコモ ahamo	KDDI UQモバイル povo	ソフト バンク ワイモバイル LINEMO	楽天 モバイル
	MVNO			
	スマートフォン			
デバイス	IoT機器(通信モジュール等)			



料金プランの低廉化

競争により、低価格帯プランの主戦場は1,000円以下に

楽天モバイル・KDDIの0円～プランは有識者より価格圧搾の可能性と指摘



*1 家族割引サービスに加入している2回線目以降

*2 自宅セット割適用時

*3 動画以外インターネット使い放題

ドコモのエコノミーMVNO

お客さまの多様なニーズにきめ細かく対応

小容量で低廉なMVNO料金サービス

ドコモショップでの契約手続き、きめ細やかなお客さまサポート

dポイントがたまる、つかえる

TONE for **docomo**

ティーン、シニア向け見守りオプションサービス
「TONEファミリー」

OCNモバイルONE

60歳以上のお客さま限定で
「1年間実質1GBキャンペーン」を実施

ネットのキケンから守る

日常生活のキケンから守る



アプリ制限機能

アプリごとに利用時間帯などを制限できるから安心。子どものスマホ依存を防げる！



GPS見守り機能

AIがチャットアプリで居場所をお知らせ！歩きスマホだって防止します。



「SNSいじめ」※から守る

独自の家族間メッセージがあるから、不特定多数の人物とのやりとりを防げる！



自画撮り被害防止

TONEカメラが、不適切な自画撮りを自動で検知し被害を防ぎます！

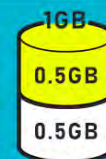
OCNモバイルONE

500MB/月(新コース)利用 & dアカウント連携 & 60歳以上の方^{※2}限定！

1年間実質1GB キャンペーン

12カ月間0.5GB

1GB



キャンペーンお申し込み期間 | 2021年10月21日(木) ~ 終了時期未定

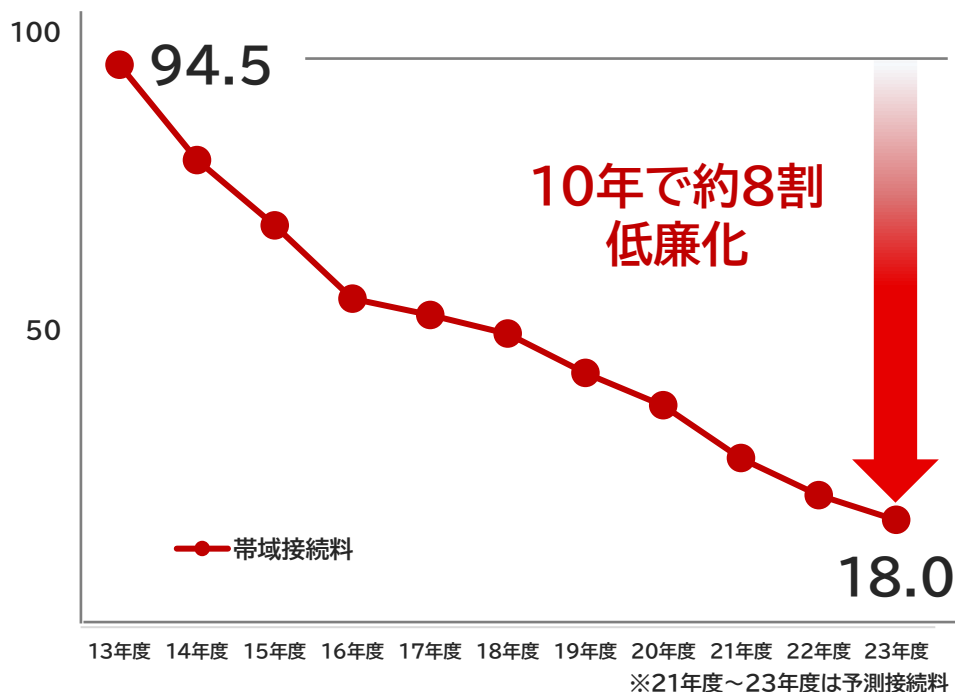
接続料の低廉化

データ接続料は年々低廉化、音声接続を2021年2月より開始

データ接続

需要拡大やコスト削減により低廉化

(万円/10Mbps・月)



音声接続

MVNOの大宗が接続を利用
(契約者ベース)

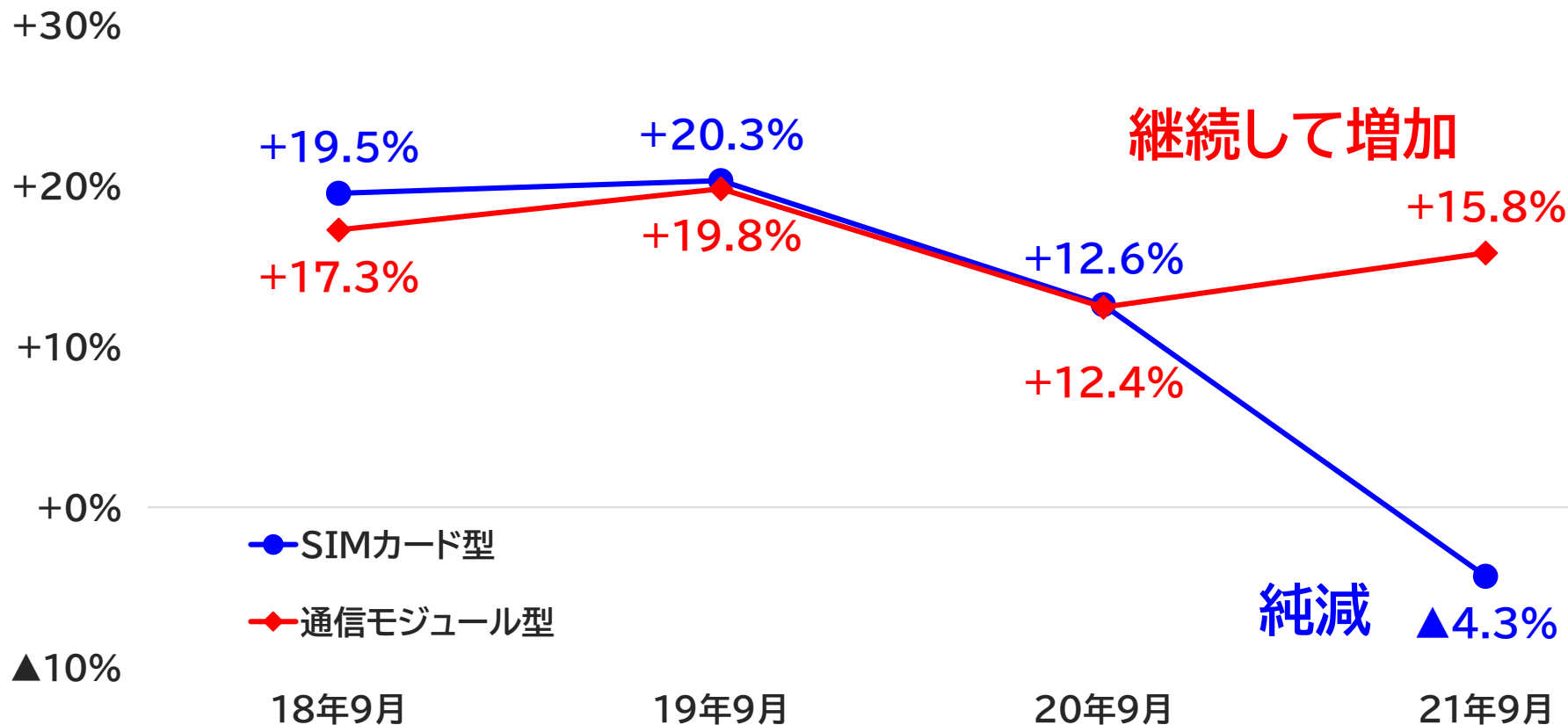
契約者に占める接続/卸割合

構成員限り

MVNO契約者数推移

競争により、「SIMカード型」は純減
一方、「通信モジュール型」は継続して増加

SIMカード型/通信モジュール型の契約者増減率(対前年)



(総務省電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データより)

海外MVNOのビジネスモデル

SIMカード型はターゲット層を絞り、MNOと差別化
一方、通信モジュール型は法人向け市場を拡大

SIMカード型

「Parent Shield」

- 2019年、**子供向け**に安心SIMを提供するMVNOとしてサービス開始
- 2021年11月、データの使い過ぎを防ぐ「Daily Data Budgeting」機能を追加

「Easter Egg」

- 2021年、**ゲーム愛好家向け**MVNOとしてサービス開始
- 各料金プランには、ゲーム愛好家向け特典に使用できる「Easter Coins」が含まれている

「Fenercell」

- 2009年、トルコのスポーツクラブチーム大手「フェネルバフチェSK」の**サッカーファン層向け**MVNOとしてサービス開始

通信モジュール型

「Cubic Telecom」

- 2006年、格安国際ローミングを提供するMVNOとしてサービス開始
- その後、MVNE事業に進出し、現在はグローバルな基盤を活かし**法人向けIoT領域に注力**

スタックテストの導入

モバイル市場における、接続料水準の妥当性検証を目的としたスタックテストの導入は、利用者利便の向上や市場の発展に繋がるのか

モバイル市場

楽天の参入等により通信料金の競争激化



通信料金のみで差異化できる範囲は限定的



多面的多層的な競争ヘシフト

政策

利用者料金と接続料等の関係性検証(スタックテスト)

⇒「不当競争性あり」となった場合、
接続料の値下げ、もしくは、利用者料金の値上げ

指定電気通信設備に係る接続料等の水準が
不当でないことを確認することが目的

MNO



MVNO

今後のMNOとMVNOの在り方を
踏まえた検討が必要ではないか

5G時代のサービスについて

5G時代は10人10通りのサービスが必要
量より質を高める時代



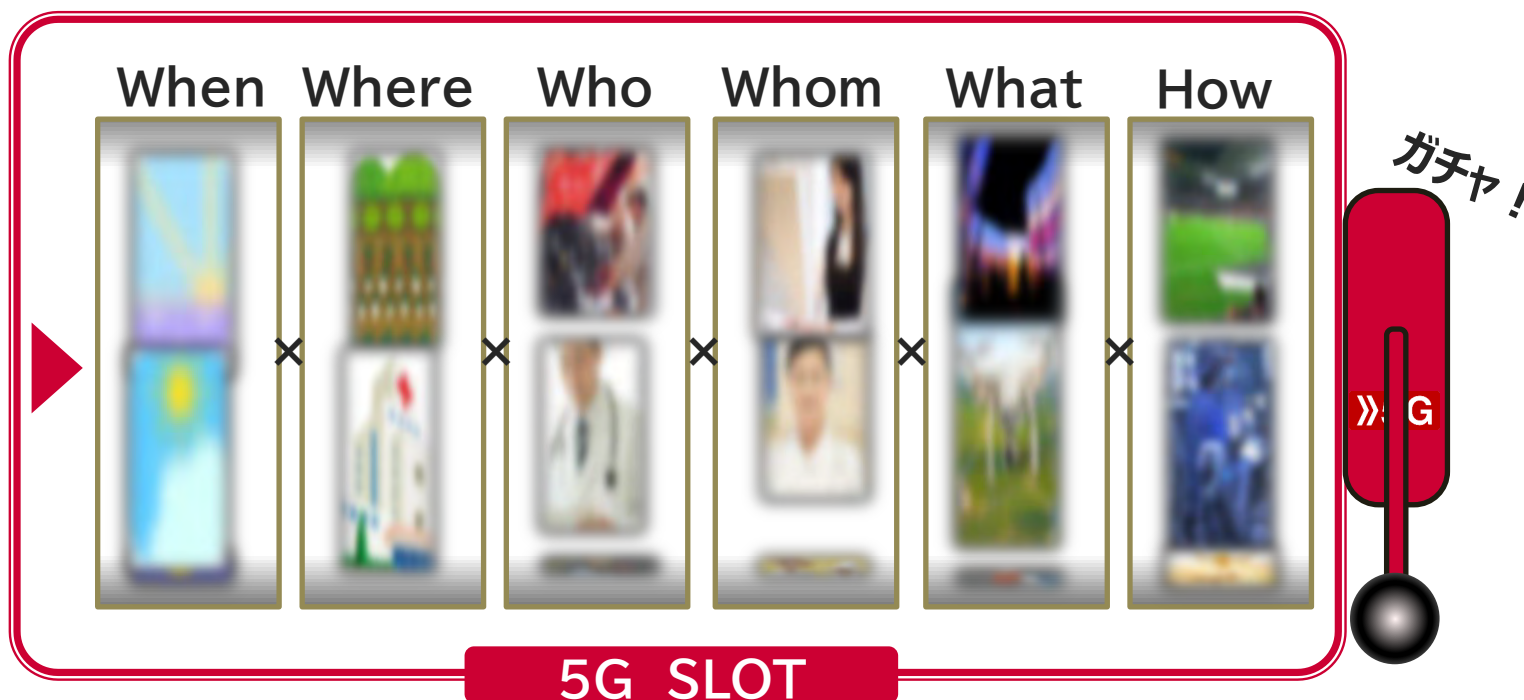
5G時代は5W1Hの組み合わせ①

例1: 5G×VR、ロボットで遠隔手術



5G時代は5W1Hの組み合わせ②

5W1Hの組み合わせを変更すると…



5G時代は5W1Hの組み合わせ③

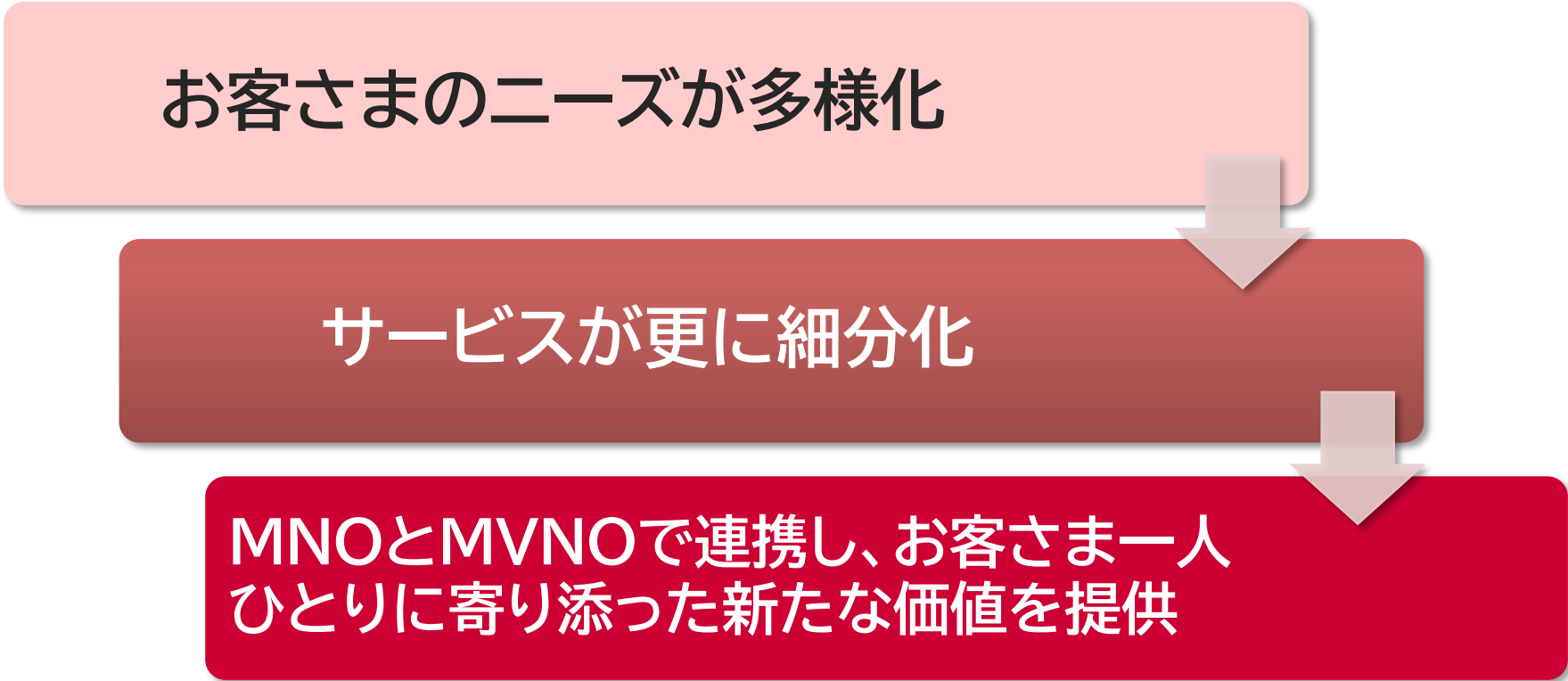
例2: 5G×ドローン・AI・自動運転で農業の自動化



今後のMNOとMVNOの関係性

多様化するお客さまのニーズに対応するため、
MNOとMVNOが連携することが必要

お客さまのニーズが多様化



```
graph TD; A[お客さまのニーズが多様化] --> B[サービスが更に細分化]; B --> C[MNOとMVNOで連携し、お客さま一人ひとりに寄り添った新たな価値を提供];
```

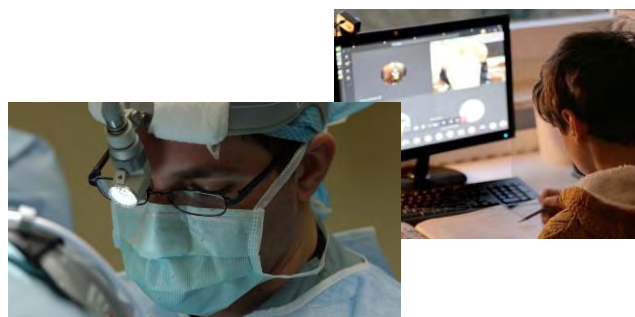
サービスが更に細分化

MNOとMVNOで連携し、お客さま一人
ひとりに寄り添った新たな価値を提供

5G時代のビジネスモデル

MNOとMVNOが相互に連携し、
社会課題の解決や産業振興に貢献

遠隔診療・遠隔教育



放送配信・エンタメの高度化



安定通信

高速・大容量

5G

リアルタイム

地域DX・スマートシティ



遠隔・協調制御・AGV

異常検知・混雑回避・遠隔運行



ロボット建機・遠隔操作

5G時代のビジネスモデル

お客さま利便向上の観点から、柔軟な料金設定も想定
例えば、レベニューシェア型のビジネスモデル

ビジネスモデル例(e-Sports)

NTT
docomo

事業者

ユーザ



好きな場所から
大人数で同時参加

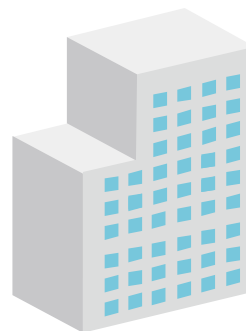
サービス提供

コンテンツ課金



サービス基盤提供

コンテンツ利用量
に応じて支払い
(レベニューシェア型)



5G

安定通信

高速・大容量

リアルタイム

携帯電話料金と接続料等の関係の検証の在り方

- ✓ モバイル市場は、スタックテストを導入しても、通信料金のみで差異化できる範囲は限定的であるため、利用者利便の向上や市場の発展に繋がらない
- ✓ スタックテスト導入よりも、MNOとMVNOが共存共栄しやすい環境整備を推し進めるべき
 - ⇒ 5G時代の柔軟な料金設定やMVNO等との自由な連携による新たな付加価値競争を後押しする政策へ転換すべき
- ✓ 競争への影響を鑑みれば、有識者より指摘されている、楽天モバイルとKDDIの0円～プランのみを検証すべき
 - ⇒ 上記の観点から、楽天モバイルを対象外とする理由はない

The background image shows two hands shaking in a firm grip, symbolizing partnership. Overlaid on this are various digital and financial graphics: a blue line graph with upward trends, a bar chart with blue bars, and a network of white dots connected by lines, suggesting connectivity and technology.

**MVNOとも積極的に連携しながら
多様なサービスを創出し
より良い社会の実現へ**

Appendix

検証対象について

当社は、スタックテスト導入よりも、MNOとMVNOが共存共栄しやすい環境整備を推し進めるべきと考えております。したがって、各論点に対する当社の考えは、スタックテスト導入を仮定した場合の意見となります。

<対象事業者>

論点	当社の考え
検証は、指定電気通信設備に係る接続料等の水準が不当でないことを確認することが目的であることから、前回の検証と同様に、<u>第二種指定電気通信事業者を対象</u>とすることでよい。なお、固定通信分野でのスタックテストについても、指定電気通信設備に係る接続料の水準が妥当であるか確認するため第一種指定電気通信事業者を対象に実施している。	競争への影響を鑑みれば、有識者より指摘されている、楽天モバイルとKDDIの0円～プランのみを検証すべきであり、楽天モバイルを対象外とする理由はない
固定通信分野の検証については、接続料の水準の妥当性を確認する観点から、毎年10月末日までに行われる接続料の再計算報告時と、毎年度の接続約款の変更認可申請時の毎年2回実施されているが、<u>第二種指定電気通信事業者への検証を実施する場合には、どのようなタイミングで実施することが適切か</u>。第一種と同様に考えた場合には、例えば、毎年12月末日までに行われる精算接続料の届出、毎年度の接続約款の届出などの機会が考えられるが、どのようにすべきか。	- MNOの検証の負担を考慮し、毎年度定期的には実施するのではなく、数年に1回等の真に必要なタイミングのみに限定すべき - 接続料が低廉化傾向である中、1度検証を行ったサービス・プランについては再度検証を行う必要はない

検証対象について

<対象サービス・プラン>

論点	当社の考え
検証の対象とすべきサービスや料金プランについてどのように考えるか。固定通信分野では、サービスブランドごとに大括りで検証対象を選定するとともに、新規かつ今後相当の需要の増加が見込まれるために将来原価方式による接続料算定を行っているサービスについては、より詳細に利用者に提供されるサービスメニューを総務省が指定して検証を実施している。	- 競争への影響を鑑みれば、有識者より指摘されている、楽天モバイルとKDDIの0円～プランのみを検証すべき - 接続料が低廉化傾向である中、1度検証を行ったサービス・プランについては再度検証を行う必要はない
検証対象サービス・プランの選定に当たっては、接続料の水準の妥当性を確認することを主眼に検証を実施することを踏まえれば、MVNOの意見を十分に踏まえることが必要ではないか。	MNOの検証の負担を考慮し、MVNOだけでなく、検証の実施主体であるMNOの意見も十分に踏まえるべき
モバイル分野においては、固定通信分野と比較して、提供される料金プランの変更が頻繁に行われている実態があることから、<u>一定程度柔軟に検証対象を選定可能とすることについて考慮する必要があるのではないか。</u>	競争への影響及びMNOの検証の負担を考慮し、現にMVNOが提供している役務に対応する料金プランに限定して選定すべき
その他、検証に当たってあらかじめ定めておくべき事項はあるか。	当社の重要な経営情報にあたるもの(利用者料金戦略に係る情報等)については、競争上著しく不利益を被ると考えられるため、開示すべきではない

検証方法について

<基本的な考え方>

論点	当社の考え
各社が提供する携帯電話料金プランの利用者料金と、提供に必要と考えられる設備費用(接続料、卸料金、その他設備コスト)及び営業費相当額を比較し、<u>MVNOがMNOと同等のサービス提供を行うことが可能な水準になっているか検証することとすべきではないか。</u>	第二種指定電気通信設備会計規則は、サービスブランドごとに設備区分が分計されていないことから、利用者料金収入と設備費用の総額比較を行うにあたっては、「音声伝送役務」・「データ伝送役務」単位以外の検証は困難
具体的には、検証対象ごとに、利用者料金による収入と、その利用者料金が設定されているサービスの提供に用いられる設備費用の総額を比較し、<u>その差分が利用者料金で回収される営業費に相当する金額を下回らないものであるかを検証することとすべきではないか。</u>固定通信分野でも同様の方法により検証を実施している。	なお、固定通信分野は、サービスブランドごとの比較については利用者料金収入と設備費用の総額を検証し、サービスメニューごとの比較については利用者料金が接続料を上回ることを検証していることから、移動通信分野においても同様の方法とすべき

検証方法について

<検証の対象とするデータ>

論点		当社の考え
①データ接続料(又は卸料金)	- 研究会第5次報告書では「データ接続料の適正な換算方法を検討することが適当」とされたところ、前回の検証では各社によって換算に関する考え方に異なる部分があったことから、<u>各社の設備の通信容量や実際のトラフィックの状況に関して報告を求め、適切な換算方法について共通的な考え方を検討することとしてはどうか。</u> - 具体的にどのような考え方でデータ接続料の換算を行うべきと考えるか。前回検証時には、研究会構成員からピーク時トラフィック+αのαの考え方を示すことについて意見があったが、それについてどのように考えるか。	通信容量とトラフィックの関係は、MNO各社の設備構成や設計方針の違いにより異なると考えられることから、共通的な考え方の導入は適当ではない
②音声接続料(又は卸料金)	各社とも音声基本料(定量課金)と音声通信料(従量課金)により、接続料及び卸料金が設定されている。利用者料金としては、従量課金としているもの以外に定額制のかけ放題や5分以内かけ放題の準定額制等の料金設定も行われている中で、<u>検証に当たってどのように音声接続料(又は卸料金)を費用に算入することが適切であると考えるか。</u>	MVNOは経済合理性の観点から、自らの判断により音声接続もしくは卸役務のいずれかを選択していると考えため、最も安価なコストで実現できる費用を算入すべき

検証方法について

<検証の対象とするデータ>

論点		当社の考え
③その他の設備費用	具体的な設備としてどのような設備を利用しているか(ISPに係る費用や他社に支払う接続料金等を含む。)	その他の設備としては、ISPに係る費用が挙げられる
	対象サービスや料金プランごとの設備費用をどのような方法で算定することが適切であるか。	- 原則として接続料の算定方法に準じることが適切 - 例えば、ISPに係る費用であれば、データ接続料(回線数単位)の算定方法に準じて、ISPに係るコストを契約者数で按分するという方法が考えられる

検証方法について

<検証の対象とするデータ>

論点		当社の考え
④営業費相当額	• <u>営業費相当額の算定はどのように行うことが適当である</u>と考えるか。 • 固定通信分野では、平成19年7月に総務省が策定した「接続料と利用者料金との関係の検証(スタックテスト)の運用に関するガイドライン」において接続料設定事業者であるNTT東日本・西日本の電気通信事業会計における電気通信事業収益の対営業費(顧客営業、宣伝及び企画に係るものを除く。)の比率が20%弱(平成13～17年度の平均値)であることにかんがみ、検証における営業費の基準値を利用者料金収入の20%と定め、現在の指針においてもこの基準が用いられている。 • モバイル分野で営業収益や営業費を整理しているものとしては、第二種指定電気通信設備会計規則に基づいて作成されている移動通信役務収支表の営業収益及び営業費がある。	• 営業費相当額の算定は、第二種指定電気通信設備会計規則に基づいて作成されている移動通信役務収支表の営業収益及び営業費における、直近5年平均値を用いることが考えられる

検証方法について

<検証の対象とするデータ>

論点		当社の考え
④営業費相当額	固定通信分野では、営業費は、基本的に各事業者が、競争状況、販売予測、コスト回収期間等を総合的に勘案して決定するものであり、特にサービスの立ち上がり期等においては短期的な収支にとらわれずに営業費を支出することがあり得ることから、営業費に含まれる費用のうち、「顧客営業」、「宣伝」、「企画」、「販売サポート・一般営業（特約店等）」に係る費用を除いたものを営業費として比率の計算を行っているが、モバイル市場における営業の実態を踏まえ、<u>営業費相当額の範囲についてどのように考えるか。</u>	- モバイル市場における営業の実態は、固定通信分野同様、新たに提供開始したサービスの立ち上がり期において、短期的な収支にとらわれず「顧客営業」、「宣伝」、「企画」、「販売サポート・一般営業（特約店等）」に係る営業費を支出している - したがって、移動通信分野における営業費相当額の範囲は、固定通信分野と同一とすることが適当

検証方法について

<検証の対象とするデータ>

論点		当社の考え
⑤ 利用者料金	固定通信分野では、利用者料金について、割引を考慮した料金を用いて検証が行われているが、<u>割引についてどのように取り扱うことが適当か。</u>固定通信分野では、割引が適用される回線数と適用されていない回線数を加重平均して、1ユーザ当たりの割引相当額を算出し、それを提供するサービスの料金額から控除した額を利用者料金として検証を行っている。	当社は、個別のサービスに対して様々な割引を適用しており、利用者料金モデルの設定が困難であることから、利用者料金への割引について考慮しないものとするべき