

一部構成員限り

資料2



総務省

事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項

令和4年4月25日
事 務 局

- 今回の検証における事業者等ヒアリングについては以下のとおり実施。

ヒアリング
第1回
4月11日

・MNO4社
((株)NTTドコモ、KDDI(株)、ソフトバンク(株)、楽天モバイル(株))

- ・ 通信市場・端末市場の動向(大容量や5Gプラン、音声通話料金の提供状況を含む)
- ・ 事業法第27条の3の執行の状況
- ・ 携帯電話端末の対応周波数の制限

ヒアリング
第2回
4月25日

・(一社)テレコムサービス協会
MVNO委員会
・端末メーカー

- ・ 携帯電話端末の対応周波数の制限

・「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」との合同会合でのヒアリング

・MNO4社(同上)
・(一社)全国携帯電話販売代理店協会

- ・ 事業法第27条の3の違反事例等
- ・ 販売代理店の状況

ヒアリング
第3回
5月上中旬

・(一社)テレコムサービス協会
MVNO委員会
・MVNO((株)インターネットイニシアティブ、(株)オプテージ)
・端末メーカー 等

- ・ 通信市場の動向(大容量や5Gプラン、音声通話料金の提供状況を含む)
- ・ 端末市場の動向(中古端末市場の動向を含む)
- ・ 事業法第27条の3の執行の状況

○ 携帯電話端末の対応周波数の制限

	団体・事業者名等	発表者(敬称略)(役職)	説明	質疑
1	(一社)テレコムサービス協会 MVNO委員会	佐々木 太志 運営分科会主査	5分	5分
金丸 二郎 運営分科会 副主査				
井原 龍二 消費者問題分科会主査				

以下、端末メーカーに非公開・個別にヒアリング

構成員限り

○ 事業法第27条の3の執行の状況

	団体・事業者名等	発表者(敬称略)(役職)	説明	質疑
1	(株)NTTドコモ	山崎 拓 常務執行役員 経営企画部長	4分	20分
		田畑 智也 経営企画部 料金企画室長		
2	KDDI(株)	山本 雄次 渉外統括部長	4分	
		橋本 雅人 渉外統括部 企画G グループリーダー		
3	ソフトバンク(株)	吉岡 淳 渉外本部 通信サービス統括部長	4分	
		大平 泰生 渉外本部 通信サービス統括部 約款・サービス部長		
4	楽天モバイル(株)	鴻池 庸一郎 執行役員 渉外本部 副本部長	4分	
		小田 祐己 渉外本部 政策渉外室長		
5	(一社)全国携帯電話 販売代理店協会	俣野 通宏 専務理事	4分	

○ 販売代理店の状況【非公開・個別にヒアリング】

	団体・事業者名等	発表者(敬称略)(役職)	説明	質疑
1	(株)NTTドコモ	山崎 拓 常務執行役員 経営企画部長	7分	8分 入替1分
		田畑 智也 経営企画部 料金企画室長		
2	KDDI(株)	山本 雄次 渉外統括部長	7分	8分 入替1分
		橋本 雅人 渉外統括部 企画G グループリーダー		
3	ソフトバンク(株)	吉岡 淳 渉外本部 通信サービス統括部長	7分	8分 入替1分
		大平 泰生 渉外本部 通信サービス統括部 約款・サービス部長		
4	楽天モバイル(株)	鴻池 庸一郎 執行役員 渉外本部 副本部長	5分	5分 入替1分
		小田 祐己 渉外本部 政策渉外室長		
5	(一社)全国携帯電話 販売代理店協会	俣野 通宏 専務理事	5分	5分

主なヒアリング事項

MVNO
委員会

○ 携帯電話端末の対応周波数の制限

<ul style="list-style-type: none"> ・ MVNOの事業への影響 	<ul style="list-style-type: none"> ・ キャリア端末の中で、他キャリアの周波数に十分に対応していない端末が販売されていることで、MVNOの事業にどのような影響があるか。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売している端末の実態 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 端末販売を行っている場合、複数キャリアの周波数にも広く対応した端末と、特定のキャリアの周波数を中心に対応した端末(当該特定のキャリア以外のキャリアの周波数には十分に対応していない端末)のいずれを取り扱っているか。それは、どのような考え方に基づくものか。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用者への情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 特定のキャリアの周波数を中心に対応した端末を販売している場合、当該端末の販売に当たり、利用者が他事業者へ乗り換える際に、端末によっては、乗り換え先で継続して使用しようとしても通信に一定の制限等がかかる可能性があることについて、これまで利用者にとってどのような情報の提供を行っているか。 ・ 他社から、特定のキャリアの周波数を中心に対応した端末を用いて自社に乗り換えようとする利用者に対して、特に周波数の対応の有無による影響について、どのような情報の提供を行っているか。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 具体的な方策 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 総務省消費者センターに寄せられた意見を踏まえて、どのような改善策が考えられるか。 ・ 携帯電話端末について、例えばプラチナバンドなど、キャリア全社の主要な周波数帯に対応することがルール化又は業界標準化されることについて、メリット・デメリットを含め、どのように考えるか。

事業者等	主なヒアリング事項	
端末メーカー	○ 携帯電話端末の対応周波数の制限	
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対応周波数の決定 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯電話事業者(キャリア)に納入する「キャリア端末」の対応周波数について、どのようなプロセス(キャリア主導なのか、端末メーカーからの提案によるものなのか、また、どの程度の擦り合わせがあるのか)や考え方(コスト、開発期間、)その他に基づき決定しているか。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 対応周波数の差による利用者目線のメリット・デメリット 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数キャリアの周波数にも広く対応した端末と、特定のキャリアの周波数を中心に対応した端末(当該特定のキャリア以外のキャリアの周波数には十分に対応していない端末)について、利用者目線から見たメリット・デメリット(乗換えのしやすさ、通信性能、コスト等)はどのように考えているか。
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 複数キャリアの周波数に対応する場合のメリット・デメリット 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯電話端末の対応周波数について、複数キャリアの周波数に対応する場合と、特定のキャリアの周波数にのみ対応とした場合とで、端末開発・製造等のコスト面にどのような影響があるか。例えば、いわゆるプラチナバンドについて、キャリア3社の全バンドに対応することとした場合、特定社のバンドのみに対応する場合と比較して、端末一台当たりどの程度の影響があると想定されるか。
<ul style="list-style-type: none"> ・ 具体的な方策 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 総務省消費者センターに寄せられた意見を踏まえて、どのような改善策が考えられるか。 ・ 携帯電話端末について、例えばプラチナバンドなど、キャリア全社の主要な周波数帯に対応することがルール化又は業界標準化されることについて、メリット・デメリットを含め、どのように考えるか。 	

※上記の他、ヒアリング対象となるメーカー毎に、その社が製造する端末の実態を踏まえた事項についてもヒアリングを行う。

事業者等	主なヒアリング事項
MNO4社、全携協	<p>○ 事業法第27条の3の執行の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 覆面調査関係 <ul style="list-style-type: none"> ・ 販売代理店における不適切な対応(非回線契約者への端末販売拒否、2万円を超える利益提供(実際に約することのほか、提示することも含む。))。以下同じ。)が行われた要因として考えられることは何か。 ・ 販売代理店における不適切な対応を防止するために既に講じている取組又は講じる予定の取組は何か(例えば、事業法第27条の3の違反を助長する可能性のある手数料・奨励金体系の見直しの検討・実施など) ・ 非回線契約者にも端末販売をし、割引を提供していることについて、どのように周知・広報・説明を行っているか(端末購入サポートプログラムに関する正確な説明、周知の徹底に向けた取組を含む)。
	<p>○ 販売代理店の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 代理店との関係性 <ul style="list-style-type: none"> ・ 各社の廉価プラン等(オンライン専用プランを含む)の提供開始から約1年が経過する中、販売代理店との関係性に変化はあるか。また、市場環境の変化に応じて、販売奨励金や手数料等についてどのような見直しを行っているか。 ・ 一部報道において、販売代理店の閉店について取り沙汰されているが、今後の販売代理店の維持、展開、統合の方針はどうか。 ・ 販売代理店の評価において、ポイント評価指標が高くなっており、利用者ニーズを逸脱した販売活動がなされている(機種変更で来店した利用者を一度ポートアウトさせてからポートインさせる、ショッピングモール内で複数のキャリアショップを運営する販売代理店がショップ間で利用者を回す等)との声がある。 <ul style="list-style-type: none"> - 実態として、ポイント評価指標を以前より高く設定しているか。その場合、販売代理店における不適切な対応との関係をどう考えるか。 - こうした販売実態を把握しているか。また、こうした実態についてどう考え、どのように改善していく考えか。 ・ 評価指標に起因して不要と思われるオプションを販売せざるを得ない、との声がある。実際、キャリアショップ店員に対するアンケート調査からも2~3割の店員がそうした経験がある旨回答している。 <ul style="list-style-type: none"> - オプション契約に係る苦情のうち、比較的件数が多い商材(3つ程度)は何か。また、主な苦情内容は何か。 - オプションの獲得率を評価する指標又はその獲得の有無で評価が大きく変わる指標を設けているか。 - 代理店が利用者のニーズや利用実態を踏まえないオプションの販売をしないようにするため、どのような措置を講じているか。また、どのような措置を講じることが効果的と考えるか。 ・ 出張販売の現場では、店舗に比べて適切な説明がなされない、との声がある。 <ul style="list-style-type: none"> - こうした傾向を把握しているか。(把握している場合、)この要因としてどのようなことが考えられるか - 出張販売の現場においても適合性の原則に反した営業がなされないようにするため、どのような措置を講じているか。また、どのような措置を講じることが効果的と考えるか。 ・ キャリアショップにおいては、オンライン・量販店で契約した利用者への事後対応や、料金プラン・ブランド変更の増加、出張販売の増加等により、スタッフの稼働が増えているとの声があるが、こうした状況について認識しているか。また、稼働の増加に応じた手数料等の見直し等は行っているか。