



検討の方向性(案)について (固定通信市場におけるキャッシュバック・ セット割引による不当競争の検証)

令和4年6月22日
事 務 局

- 固定通信市場において8割を占めるFTTHアクセスサービスについては、多くの事業者が、キャッシュバックの提供やモバイル契約とのセット割を実施することにより顧客獲得を図っているという状況を踏まえ、**本WGの第6回会合**(令和2年7月21日)**において、FTTHサービスについて、MNO3社(NTTドコモ、ソフトバンク及びKDDI)が行うキャッシュバック等の契約締結等補助やモバイル契約とのセット割引が固定通信市場の競争に与える影響について検証を行った。**
- その結果、**直ちに不当競争が生じていると判断する状況にはなかったものの**、検証に十分なデータが提出されていない状況と考えられたため、「対象となった3社とさらに調整しながら、**引き続きデータの精査を進め、検証の精度を高めていく必要がある**」とされた。
- これを踏まえ、**報告を求める内容をより精緻化した上で**、令和3年6月3日に、**MNO3社に報告徴収を発出し**、6月末日までに各社から報告(同年3月末時点のデータ)があり、その**報告内容を踏まえ**、事務局において**検証を行った**ところ。

<「競争ルールの検証に関する報告書 2020」における記載>

3. 過度なキャッシュバック・セット割引に関する事項

(1) キャッシュバックやセット割引に係る検証

③ 対応の方向性

今回の検証時点で提出されているデータの範囲では、直ちに不当競争が生じていると判断する状況にはなかったが、検証に十分なデータが提出されていない状況であると考えられるため、対象となった3社とさらに調整しながら、引き続きデータの精査を進め、検証の精度を高めていく必要がある。

特に検証において重要なデータであり、構成員からの指摘も多く寄せられた、セット割引の適用状況や契約締結等補助(キャッシュバックや代理店向けの販売奨励金等)の額等については、検証の基礎的なデータであることから、例えば、モバイルと同様に省令により報告を求めるなど、必要なデータが取得できるよう、措置を講じることが必要である。

FTTHを提供するMVNOにおいてMNO3社のようなセット割引が実施されていない状況や、移動通信市場の寡占的な状況等を踏まえると、1つのFTTH契約にモバイル契約のセット割引がどの程度適用されているかという点を考慮して不当競争状態にないか確認することが適切である。

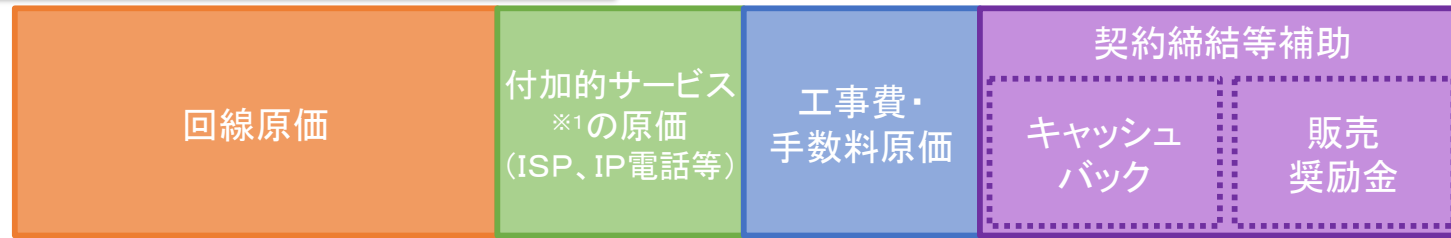
検証の際には、市場全体の拡大状況、各社の契約数の推移、競争事業者の状況、利用者や競争事業者からの意見等を引き続き確認していくことが重要である。

また、検証方法については、不十分な点を見直していくとともに、各社の状況は検証時期によっても異なることから、各社の状況の変化を確認しながら、継続的に検証を実施していくとともに、検証対象や検証方法等について、ガイドライン等で一定の考え方を示すことなども含めて検討することが必要である。

<検証方法:FTTHアクセスサービスの提供条件が不当競争を引き起こす具体例(令和元年6月28日報道発表)>

- 対象事業者の個別のFTTH契約において、継続する任意の4年の間FTTHアクセスサービスを提供する場合の小売料金の収入が、当該期間における当該契約に係る回線原価及び契約締結等補助の合計額を下回る事例が生じた場合については、不当な競争を引き起こすものとして電気通信事業法第29条第1項第5号の規定による業務改善命令の対象になり得る。
- ただし、上記の事例であっても、総務省に対する申告の状況、当該事例を生じさせた対象事業者による説明の内容その他の事情を勘案し、他の競争事業者を排除し又は弱体化させるものでないと考えられる場合又は小売料金が適正なコストを著しく下回るものでないと考えられる場合は、不当な競争を引き起こすものとはならない。

原価・契約締結等補助(4年分)



小売料金収入(4年分)



原価が
収入を超過

不当競争を
引き起こす
ものに該当
する可能性

- ※1 付加的サービス… FTTHの回線契約に当たり、一体不可分に提供される付加的サービス
(例えば、ISPなど料金プランに組み込まれているものや過半数の利用者が契約しているオプションサービスが該当)
- ※2 移動通信とのセット割引については、「移動通信市場が寡占的であることを考慮した割引総額帰属テストの考え方
(移動通信とのセット割引は全てFTTHアクセスサービスの料金減免(割引)とみなす考え方)の採用要否については、
移動通信市場の競争促進の進捗等を踏まえつつ、必要に応じ検討していくものとする」こととされている。

→ 今回の検証では、NTTドコモ・ソフトバンクにおいて原価等が収入を上回る結果となったため、両者にヒアリングを行った。

【NTTドコモ】

- ドコモ光は、様々なタイプ・プロバイダを選択可能なサービスであるほか、NTT東日本・西日本だけでなく、CATV事業者からも設備を卸受けした上でサービスを提供しており、ドコモ光の契約数が拡大すれば、ISPやCATV事業者の契約者数も拡大するビジネスモデルとなっている。
- FTTH市場の事業者別シェアの推移において、市場占有の度合いを示すHHIは一貫して減少傾向にあり、各事業者のシェアが開いておらず、多数の事業者が存在することを示している。また、当社についても、契約数自体は引き続き増加しているものの、市場シェアは令和2年以降横ばいとなっており、令和3年9月末以降は漸減傾向にある。
- 当社の割引施策は、他社と比べて過度なものではない。また、他社からの乗換えのキャンペーンは行っておらず、FTTH市場のパイを広げる新規獲得に注力している。
- 本検証は、料金プランの一つを取り上げた収支モデルによる検証結果に過ぎず、下記のとおり、一部の検証条件はさらに事業の実態に則したものとすることも考えられる。
 - 工事費…無派遣工事等を含む工事費実績の加重平均額で算定
 - モバイルとのセット割…モバイル料金に対する割引として提供していることを踏まえ、モバイル・FTTHサービスの双方で按分して算定
 - 算定期間…実際の利用者継続利用年数を鑑みた期間で算定
- 以上のような市場の実態を踏まえれば、ドコモ光が不当競争を引き起こしているとは考えていない。

【ソフトバンク】

- 現行ルール^(※)では、FTTHアクセスサービスにおける原価と収入の関係が対象となっており、モバイル料金から割り引く固定とモバイルのセット割については考慮の対象外。セット割を考慮せずに収入を計算すると、原価は収入の範囲内に収まっており、当社は現行ルールを遵守してサービスを提供している。

※ 「FTTHアクセスサービスにおける不当競争の具体例について」(令和元年6月28日報道発表)

- 今回の検証に引っかかったからといって、競争政策上問題だという結論に必ずしも直結しているわけではなく、あくまでスクリーニングという認識。検証結果を踏まえ、こうした状況がどの程度、いわゆる排除行為につながっているのかということについて分析を深めていくことが重要。
- かつてNTT東日本・西日本自身がBtoCという形で売ろうとしてもなかなか売れなかったBフレッツという商品を、BtoBtoCである光サービス卸という方法で、しかもボリュームディスカウントも無く、大量販売してくれる卸先事業者に対しても原価は同額という前提で卸しているという状況を前提としながら、キャッシュバック等がどの程度市場に影響しているのかという点について、今後とも引き続きスクリーニングや分析をしつつ、排除行為の程度を判断していくことが大切。
- モバイルとのセット割については、キャッシュバック等と同様、顧客を獲得するために支払われる費用・支出であると考えられることから、契約締結等の補助に算入できるのではないか。
- キャッシュバックや販売奨励金の費用や支出について、例えば収入補填や販促費の補助と扱われているのかなど、会計上どのように処理・措置されているのか（検証対象の事業者から）明確に示してもらった上で、どのように算入するのが適正であるか議論すべきであり、総務省に対してデータを提供してもらいたい。
- セット割の原資がモバイル側から出ているとした場合に、具体的にはどこから出ているのか。モバイル側では、コスト以上の料金、すなわち超過利益を得ていると思われるような、同容量の他プランより価格が高いにもかかわらず、利用者がしっかりと判断せずに使っているままのプランもまだいくつか残っている中で、どういうところから原資が動いているのかということも検証しなければ、経営上の判断として許容される範囲なのか、競争上問題があるのか議論はできない。
- セット割にはコスト的なメリットやその他事業上のメリットがあり、それをお互いの市場で享受しながらコストを按分していくことはあり得るものの、（片方の市場からもう片方の市場へ）一方的な収入補填が生じているとした場合に、競争上どのような問題があるのかについては議論する必要がある。
特に、独占的な市場を持っている企業が競争的な市場を併せて持っている場合、独占的な市場での優位性や超過利潤で競争市場のほうを補填するなど、競争に影響を与えとなると、競争上の問題として議論しなければならない。移动通信市場が独占だとは思わないが、今後は通信と通信だけではなく、通信と違うものとの様々なセット割がこれから登場すると思われるので、セット割については競争上の観点からしっかり議論したい。

- キャッシュバックや販売奨励金などが、固定市場にどういった形で影響を及ぼしていくのかについて検証していきながら、考え方としては、(それらの費用は)FTTHのほうに寄せて考えていくというのが一つの理論的な在り方だろう。いずれにせよ、実態に即してどのように考えていくべきかという点は今後の課題であり、より精緻化して競争への影響を見ていくためにも、会計上の流れというのは明らかにしていく必要がある。
- セット割について、今回の検証では固定の方に全部寄せて判断しているという点について事業者から反論があったが、どちらに寄せるかについては今後議論していくべき。この点については、例えば家族全員のスマホの代金が毎月1000円以上安くなるということ
を売りにして顧客誘引力を持たせている場合には、FTTHの市場に与える影響も当然想定されるとともに、モバイル市場のほうにも少なからぬ影響を与えているものと考えられる。今後、データなどをさらに詳細に分析していく中で、どちらにどのような影響を与えているかという全貌がいずれ把握できるようになり、事業者にとっても納得のいく形で検証できるようになることを期待。
- 今回の検証では、セット割は、48か月(4年間)で計算されているところ、実際には10年以上利用しているユーザーが最も多い層になるということを踏まえると、セット割で差し引かれる収入というのは実はもっと大きく、セット割を4年分ではなく10年分にした場合には、収入がより原価を下回るという試算も成り立つのではないか。

- 今回の検証では、NTTドコモ・ソフトバンクの2社について、原価等が収入を上回った。
- この検証結果については、
 - 各社の代表的なプランについて、いくつかの検証条件を設定して行ったものであり、より実態に即した検証条件を検討する余地があると考えられること、
 - そのうち特にセット割の扱いについては、さらなる検討・議論が必要であると考えられることを踏まえると、現時点において直ちに、不当競争を引き起こす状況にあるとまでは認められない。
- 一方で、
 - ① 光サービス卸の開始が表明された平成26年以降、自己設置事業者やISPから、光サービス卸を受けたMNO(NTTドコモ・ソフトバンク)が提供するような水準でのセット割・キャッシュバックは提供できず、固定通信市場における競争環境を歪めるおそれがある旨の指摘がされ続けていること、
 - ② 有識者会合や総務省においても、その点は課題として認識されており、例えば「サービス卸ガイドライン^(※1)」では、光サービス卸の提供を受けてサービスを提供する際に、競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金を設定することが電気通信事業法(第29条第1項第5号及び第11号)上問題となり得る行為として規定されているのみならず、特にMNOが提供するセット割引に関して、料金設定について懸念が生じたときには(MNOが)合理的な説明を行うことが求められるとされていること、
 を踏まえれば、引き続き、NTTドコモ・ソフトバンクに対しては継続的に検証を行うことが適当。

※1 NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン(平成27年2月策定)

- その際、検証条件についてはより精緻化することが望ましいが、特にセット割の扱いについては、ヒアリングの際に両者から意見があったところであり、更なる検討が必要。具体的には、モバイル契約とのセット割については、モバイル料金に対する割引であることから、固定契約における収入から(全額を)差し引くことは適当ではないとの考え方が両者から示されたところだが、上述の①②に加え、利用者がFTTHアクセスサービスを選択するに際し、NTTドコモ・ソフトバンクが提供するサービスについては、モバイル契約とのセット割の存在が強い誘因となっていると考えられること^(※2)を踏まえれば、固定通信分野における不当競争の検証にあたって、モバイル契約とのセット割を少なくとも「一切考慮しない」ことは適当ではない。

※2 利用者アンケートの結果によれば、ドコモ光・ソフトバンク光を契約する利用者がそのサービスを選択した理由として、モバイル契約とのセット割引の存在が、いずれにおいても最多数(約40%)を占めている。また、MNO系光コラボ利用者のうち、約6割の者がFTTHアクセスサービスと「セットで携帯電話サービスの提供を受けている」と回答している(詳細はスライド11・12を参照。)

- また、セット割については、その提供に必要な費用も顧客獲得費用の一種と捉え、契約締結等補助として算入することも考えられるのではないか。
- いずれにせよ、実態に即した検証条件とするためには、特にセット割・キャッシュバックについて、NTTドコモ・ソフトバンクにおける会計処理の実情について把握した上で、検証・議論を深めることが必要と考えられることから、総務省において、両者から報告を求めるための所要の対応をとることが適当。
- その上で、必要に応じ検証条件等を精緻化の上、総務省において継続して検証を行い、その結果を当WGに報告することが適当。
- なお、今回の検証対象だった3者のうちKDDIについては、同社のシェア推移を含む今後の市場環境の変化や、同社が提供するセット割・キャッシュバック等の実態等に鑑み、必要と認められる場合には、再度検証対象とすることが適当。

■「2020年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」(平成26年12月18日 情報通信審議会答申)

3. ICT基盤の利活用による新事業・新サービスの創出

3. 2. 光ファイバ基盤の利活用推進によるイノベーション推進

移動通信事業者がサービス卸を受けてFTTHサービスと移動通信サービスをセットで割引くこと(セット割引)が想定されるが、この場合、移動通信市場において課題となっている過度のキャッシュバック等により、利用者に提供される料金の適正性が実質的に損なわれ、固定通信市場における競争が歪められるおそれがある。

■NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン(平成27年2月27日 策定)

電気通信事業法上問題となり得る行為

(2)特定卸役務について卸先事業者(市場支配的な電気通信事業者を除く。)が行う行為

①競争阻害的な料金の設定等

・特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金^{※1}を設定すること。

※ 移動通信市場については、固定通信市場の隣接市場であること及び協調的寡占の色彩が強い市場であると指摘されていること等から、利用者料金等の設定が公正競争環境に与える影響が特に大きいと考えられる。このため、移動通信事業者(MNO)が卸先事業者になり、特定卸役務の提供を受けて提供する電気通信役務と自社の移動通信の役務とを組み合わせる料金設定を行って提供する場合(いわゆるセット割引)において、料金設定について懸念が生じたときには、それぞれの役務の料金について合理的な説明を行うことが求められる。

・特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に(特定卸役務の提供を受けて提供するサービスとセットで移動通信サービス等を提供する場合を含む。)、競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックなどの行為により、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者の設備の保持が経営上困難となるおそれを生じさせること。

※1 ここでいう料金は、必ずしも契約約款、契約書等に記載された特定卸役務の料金のみを指すものではなく、割引等を考慮した実質的な料金を指す場合がある。

(事務局補記)

これらの行為は、電気通信事業法第29条第1項第5号及び第11号に該当しうることとされている。同項では、下記の場合に業務改善命令の対象となることを規定

- ・ 電気通信事業者が提供する電気通信役務に関する料金その他の提供条件が他の電気通信事業者との間に不当な競争を引き起こすものであり、その他社会的経済的事情に照らして著しく不相当であるため、利用者の利益を阻害しているとき
- ・ 電気通信回線設備を設置することなく電気通信役務を提供する電気通信事業の経営によりこれと電気通信役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置して電気通信役務を提供する電気通信事業の当該需要に係る電気通信回線設備の保持が経営上困難となるため、公共の利益が著しく阻害されるおそれがあるとき

■「2020年代に向けた情報通信政策の在り方ー世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けてー」答申(案)に対する意見(意見募集期間:平成26年10月21日～同年11月19日)

- 固定通信市場は大手通信事業者の寡占状態となっている移動通信市場と異なり、中小規模の事業者が多く存在します。もし、大手移動通信事業者が固定＋移動のセットサービスを開始し、固定通信事業者が移動通信市場で行われている様な過度なキャッシュバックやセット割等への対抗を余儀なくされた場合、中小事業者の経営は極めて厳しいものとなり経営破たんにつながる可能性があります。この結果、固定通信市場において大手通信事業者による寡占化が進み、競争を通じたサービスレベルの向上が阻害される危険性があります。このため、過度な営業行為に対する具体的な措置を早期に講じていただきたい。【コミュニティネットワークセンター】
- これまで移動通信市場では、膨大な超過利潤を原資に過度なキャッシュバック等が横行してきており、サービス卸の提供を受けて開始するFTTHサービスにおいて同様の行為がなされた場合、固定通信市場での公正競争が阻害される懸念があります。このため、実効性のある監視ならびに検証を行う体制を導入して頂くことをお願いいたします。【STnet】
- 過度なキャッシュバックについては、移動通信事業者が、寡占市場で得た強大な資金力によって固定通信市場の公正競争を阻害することのないよう、上限値を定める等の適切な措置が必要であると考えます。【九州通信ネットワーク】
- 現在でもNTTフレッツ光サービス販売において、例えば家電量販店等で大型冷蔵庫が無料になる等の行き過ぎたキャッシュバックが報告されているところですが、仮にサービス卸が開始された場合に、移動通信サービス販売による更なるキャッシュバックの積み上げや固定通信サービスと移動通信サービスの逸脱したパッケージディスカウントがなされることのないよう、具体的な監視の方法を構築しておくべきと考えます。またこうした事例発生時に速やかに是正に向けた措置がなされるよう、事後に発動される業務改善命令制度とは異なる予見的な行政指導等の手順を講じて健全な競争市場の確保に留意しておくべきと考えます。【ケーブルテレビ連盟】
- イノベーションを起こすのは、「得意分野を持った様々な分野・産業のプレイヤー」であります。移動通信事業者がサービス卸の提供を受けてFTTHサービスと移動通信サービスをセットで割引くこと(セット割引)は、本来のサービス卸の目的であるイノベーション促進や新たな需要創出を達成することには該当しないと考えます。むしろ答申案にあるとおり、移動通信事業者によるセット割引は過度のキャッシュバック等により固定通信市場における競争を歪めるおそれや排他的な自社グループ優遇の懸念があります。移動通信事業者へのサービス卸の提供は実施すべきではないと考えます。【東北インテリジェント通信】

■NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン(案)に対する意見(意見募集期間:平成27年1月21日～同年2月19日)

- 卸先事業者が、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者(以下、「競争事業者」といいます。)を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金設定を禁じること、MNOによるセット割引においてそれぞれの役務の料金について合理的な説明を求めること、競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックを禁じること、についてガイドラインに明記することについて賛成です。ただ、どのような状況において競争事業者の設備の保持が経営上困難とみなすのか予見的に対処するために、具体的内容をガイドラインで提示する、あるいは議論される場を設定する等の仕組みを導入していただきたいと存じます。【ケーブルテレビ連盟】
- 卸先事業者の競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックなどの行為については、今後、卸先契約代理業者も関与するケースが懸念されることから、卸先事業者の卸先契約代理業者に対する監理・監督責任についても明記すべきと考えます。【ケー・オブティコム】

■「FTTHアクセスサービスにおける不当競争の具体例について(案)」に対する意見(意見募集期間:令和元年5月29日～同年6月20日)

- NTT東西のサービス卸においては、MNOの契約数が過半を占めており、年々その割合は増えている。これに対しISPは年々その割合は減少している。これは携帯電話の契約時に、光回線も同時契約すると携帯電話の料金が割り引かれるキャンペーンの訴求により、ISPの利用者がMNOの光卸サービスに乗り換えていることなどが影響しているものと思われる。このままではFTTHアクセスサービス市場は、将来的には携帯電話サービスの市場に相似形に収斂したマーケットシェアの市場となり、自由な競争とはいえない状況になる恐れがある。(JAIPA)

■電気通信事業分野における市場検証(令和2年度)年次レポート(抄)(令和3年8月)

各卸先事業者に対するアンケートにおいて、MNOが行うセット割引等に係る料金設定の適正性及びキャッシュバックの適正性の観点からの以下の意見が寄せられた。

- ・ MNOが行うセット割引の料金設定について、FTTHアクセスサービスを提供するMVNOからは、MNOによる割引額がFTTHアクセスサービス以外のサービスの収益を原資としていること等から、同程度の割引を行うことは不可能。
- ・ 電気通信回線設備を設置する競争事業者からはMNOの行う高額なキャッシュバックは不当な競争を引き起こすおそれがある。

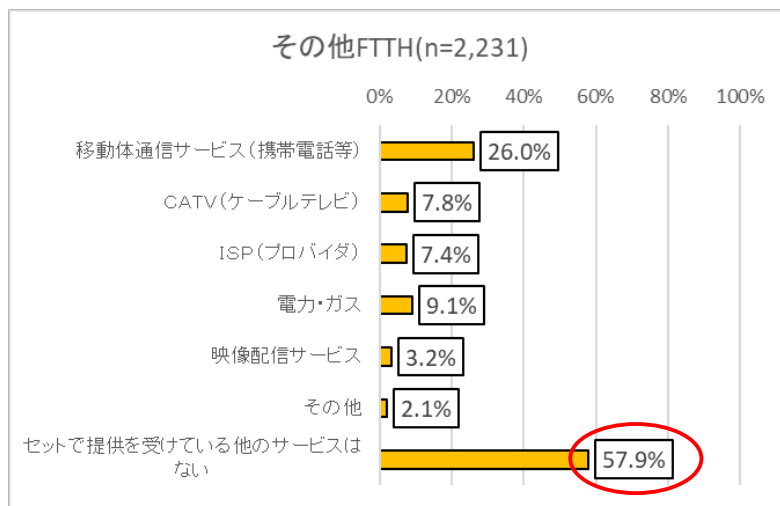
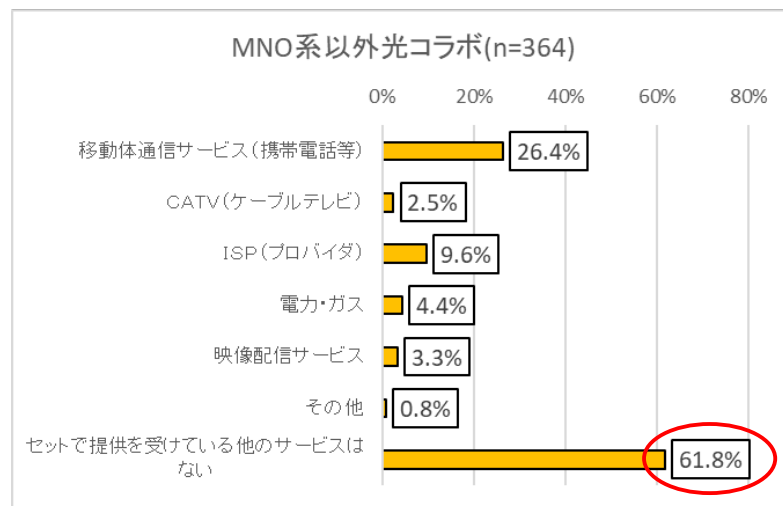
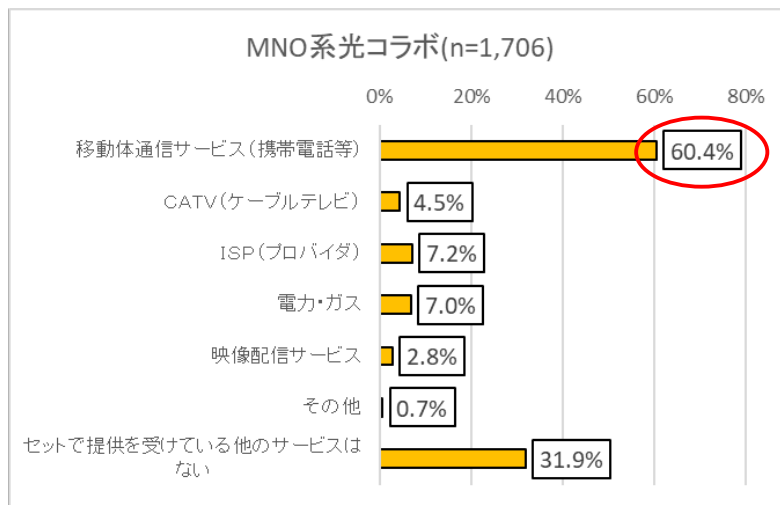
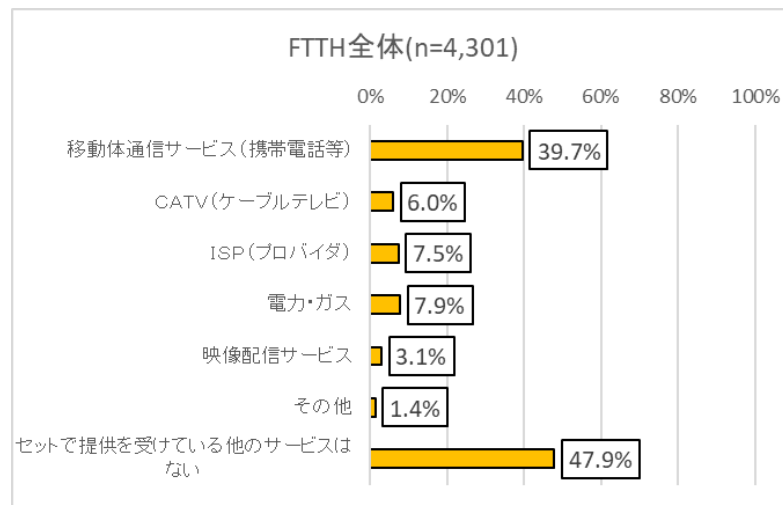
(参考)利用者が固定系ブロードバンドサービスを選択する理由

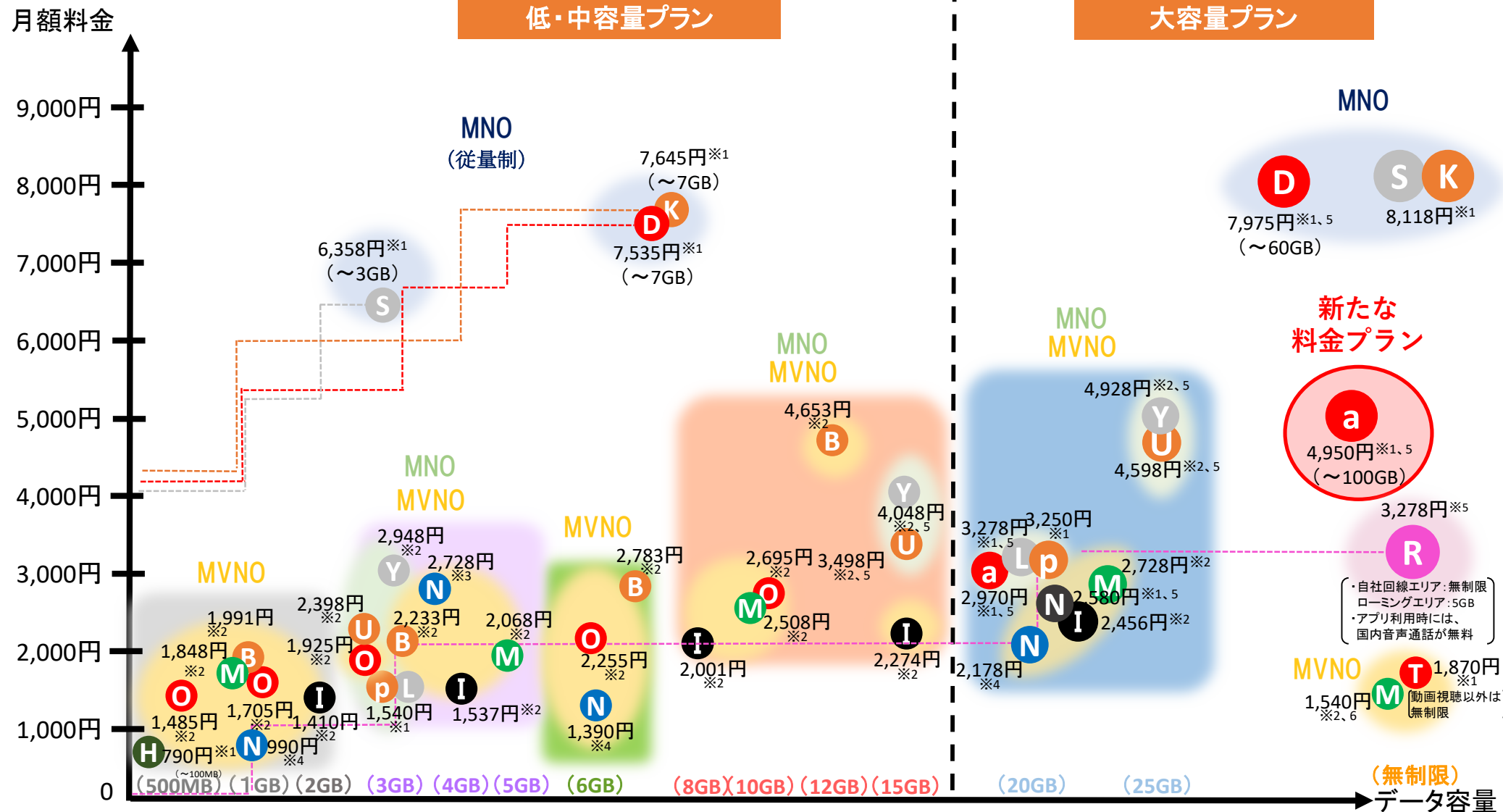
11

- 固定系ブロードバンドサービスのうち、NTTドコモ・ソフトバンクが提供するFTTHアクセスサービスを契約する利用者がそのサービスを選択した理由としては、いずれにおいても「利用している携帯電話会社とのセット割引があったから」が最多数(約40%)を占めている。

		利用者が自身で費用を払っている固定系ブロードバンドサービス																	
		NTT東日本・ NTT西日本 (フレッツ光)	NTTドコモ (ドコモ光)	KDDI (auひかり)	ソフトバンク (ソフトバンク光)	オプテージ (eo光)	ソニーネットワーク コミュニケーションズ (NURO光)	NTTコミュニケーションズ (OCN光)	ビッグロープ (ビッグロープ光)	ソニーネットワーク コミュニケーションズ (SoNet光プラス)	CATV事業者 (J・COMなど)	air (SoftBank (4G対応))	ソフトバンク (SoftBank (5G対応))	NTTドコモ (home5G)	KDDI(Speed Wi-Fi HOME5G)	その他	わからない	利用していない	自身で費用を 支払っていない
そのサービスを選択した利用者数 (n=6,000)		445	640	320	342	159	97	191	71	78	469	139	92	79	54	338	545	1160	782
そのサービスを選択した理由 (複数回答可)	料金が安かったから	7.2	5.5	10.1	13.5	30.3	44.8	10.7	24.3	27.3	17.3	13.8	11.6	6.1	18.6	34.4	6.7	0.0	0.0
	品質が良かったから	20.7	6.4	9.3	5.6	11.8	32.9	11.7	4.3	16.7	3.8	1.3	8.3	9.3	8.0	7.6	0.9	0.0	0.0
	固定電話サービスと一緒に契約していたから	28.0	16.3	19.7	10.0	17.3	5.3	16.4	7.4	7.7	20.2	11.7	12.4	10.8	9.2	9.0	3.3	0.0	0.0
	パソコンや家電などを購入する際に割引があったから	6.4	3.2	2.2	5.7	2.7	2.5	6.7	4.2	7.9	1.4	2.8	7.8	9.1	5.2	4.1	1.3	0.0	0.0
	利用している携帯電話会社とのセット割引があったから	1.9	37.4	25.6	35.9	8.7	0.9	7.5	15.4	5.5	5.9	22.3	28.9	20.4	18.0	9.7	2.5	0.0	0.0
	利用している映像サービス(CATVなど)とのセット割引があったから	1.7	1.8	3.6	2.6	5.8	4.6	1.9	2.7	5.2	26.8	2.0	3.1	8.2	16.1	3.8	0.9	0.0	0.0
	それら以外のセット割引があったから	1.0	3.5	5.4	5.9	6.2	2.1	3.6	2.4	5.8	5.7	2.0	3.2	5.9	4.9	3.9	0.4	0.0	0.0
	契約時のキャッシュバックが魅力的だったから	8.1	8.9	13.1	13.3	5.9	25.7	11.7	19.6	19.1	3.5	12.9	12.8	4.7	6.7	16.8	1.5	0.0	0.0
	工事が不要だったから	8.4	12.5	6.5	15.2	7.1	3.0	10.6	16.2	8.0	10.9	38.9	35.8	26.7	23.0	13.0	4.9	0.0	0.0
	その他	3.7	1.4	2.3	2.4	8.6	6.7	7.3	1.5	5.1	8.5	3.2	3.6	1.5	5.9	13.1	1.9	0.0	0.0
(単位：％)	特に理由はない	33.8	27.9	25.0	19.8	25.1	11.3	34.9	31.0	20.3	23.7	16.4	16.2	30.5	18.5	18.3	78.7	0.0	0.0

- FTTHアクセスサービスとセットで提供を受けているサービスに関して、**MNO系光コラボ利用者**においては、**約6割**の者が**FTTHアクセスサービスと「セットで携帯電話サービスの提供を受けている」と回答しているのに対し、それ以外のFTTHアクセスサービス利用者**(MNO系以外光コラボ利用者、光コラボ以外のFTTH利用者)においては、**6割程度**の者が**「セットで提供を受けているサービスはない」**と回答している。





・自社回線エリア: 無制限
ローミングエリア: 5GB
・アプリ利用時には、
国内音声通話が無料

(D): NTTドコモ (a): ahamo (O): OCNモバイルONE (NTTコミュニケーションズ) (T): トーンモバイル (フリービット) (K): au (p): povo (U): UQmobile (B): KDDI系列のMVNO
 (S): SoftBank (L): LINEMO (Y): Y!mobile (R): 楽天モバイル (I): IIJ (M): mineo (オプテージ) (N): 日本通信 (N): NUROモバイル (H): HIS

注: 音声あり・期間拘束なしプランで比較。価格は全て税込。※1: 1回5分以内の国内通話無料。※2: 1回10分以内の国内通話無料。※3: 国内通話かけ放題。※4: 国内通話月70分無料。
 ※5: 月間データ利用量が契約容量を超過した場合の通信速度は、送受信時最大1Mbps。 ※6: 最大1.5Mbps (平日12~13時は32kbps)