

## 競争ルールの検証に関するWG（第37回）

1 日時 令和4年11月29日（火） 15:00～17:00

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（真）構成員

○オブザーバー

天田公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長

○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

木村電気通信事業部長、近藤総合通信基盤局総務課長、飯村事業政策課長、片桐料金  
サービス課長、廣瀬消費者行政第一課長、寺本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、中島料金サービス課課長補佐

4 議事

**【新美主査】** それでは定刻になりましたので、開始したいと思います。

皆様、こんにちは。本日は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。  
す。

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37回を開催いたします。

本日は、御都合のため西村暢史構成員が御欠席と伺っております。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルスの情勢を鑑みまして、オンライン会議  
による開催ということで御了承いただきたいと思っております。

それでは、議事に入ります前に、事務局から連絡事項の説明をお願いしたいと思います。  
どうぞよろしく申し上げます。

**【望月料金サービス課課長補佐】** 事務局から御連絡いたします。

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。

これまでの会合と同様、御発言を希望される際には、チャット欄にその旨を書き込んで

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、今回以降、予定されている関係者ヒアリングにおきましては、これまでの通常の会合とは異なり、チャット欄は構成員の皆様、事務局に加え、ヒアリングに御参加いただく関係者の方々からも御覧いただけますので、御留意願います。その他の傍聴者からは、これまでどおり見えません。

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などにも、チャット機能を御活用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、議事に入りたいと思います。

本日はMNO 4 社様からのヒアリングを行いたいと存じます。

まず、ヒアリングの進め方について、事務局から簡単に御説明をいただき、その後に、ヒアリングに移りたいと思います。

それでは、事務局から説明を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。まず資料の1をお開きください。

関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項ということでございまして、おめくりいただいた右肩1 ページ目に、今後の全体のスケジュールがございまして、これは前回の第36回ワーキンググループで、事務局資料として構成員の皆様にお示ししたものと同じでございます。

申し上げましたように3月までは関係者ヒアリングがございまして、このページにある主なヒアリング事項につきまして、ヒアリング対象者の皆様に順次お話を伺えればと思っております。本日はMNO様、今後、順不同でございまして、MVNO様、販売代理店様、端末メーカー様、その他の業界団体の方々にお話を伺っていければと考えているところでございます。

おめくりいただきました右肩2 ページ目は、本日ヒアリングに御対応いただける皆様の氏名と役職でございます。御参照いただければと思います。

事務局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、続きましてヒアリングに移りたいと存じます。

第1部「電気通信事業法第27条の3に係る施行3年経過後の検討」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 常務執行役員 経営企画部長の山崎様から御説明をお願いいたします。

【NTTドコモ】 ありがとうございます。ドコモの山崎でございます。では、資料を御説明させていただきます。

まず、本日このような説明の機会をいただきましてありがとうございます。

お手元の資料2-1-1に沿って、電気通信事業法の第27条の3に係る施行3年経過後の検討について御説明をさせていただきます。

1ページ目を御覧くださいませ。法改正前、過度なキャッシュバック合戦、私の記憶では最大で40万円のキャッシュバックといったポスター等も見ましたが、一部の乗換えに伴うユーザーさんのみが利益を得るような状況だったかと記憶してございます。

ドコモでは、2019年の法改正以降、一人一人のライフスタイルに合わせる形での料金ラインナップの拡充と低廉化に努めてまいりました。併せて、スイッチングコストの低下ということで、解約金の撤廃やSIMロックの撤廃、MNP手数料の無料化等の取組をしてきたところでございます。

次に、2ページを御覧ください。キャリアが端末を販売する目的ということで、ドコモは通信事業者としての長い歴史がございますが、ネットワークと端末をセットで、システム開発を含めて進化をさせてまいりました。その上で実現する各サービスを通じて、新たな価値を提供するというお客様へサービスを提供してきたということでございます。

加えまして、多くのお客様はドコモショップにおける端末の設定やアフターケア等のサポートを望んでおまして、通信と端末をセットでお買い求めをいただいている状況が続いてございます。

次に、3ページを御覧ください。我が国の通信料金は、低廉化がどんどん進んでおります。総務省における内外価格差の調査におきましても、諸外国と比べて遜色なく、過去一番高い位置もございましたが、真ん中辺りの立ち位置になったと思っております。

その状況下におきまして、各通信キャリアは端末の価格競争をせざるを得ない状況にな

ってきているということでございます。各通信キャリア共に、セット販売に加えまして、白ロム割による端末の単体販売も実施しているといった状況でございます。

次に、4ページを御覧ください。その結果、一部の店舗、かつ週末などに限定した過度な端末割引競争が発生していると。

購入頻度が高い人が得をするユーザー間の不公平性、あるいは転売ヤーの問題。あと、人気機種は在庫が限られるということもございますので、真に必要とする、ショップのスタッフさんから見ると、マイショップ会員等で頻繁に利用していただいているお客様に対して優先的に販売したいといったところもありながら、単に端末の販売を希望されるお客様に出さなければいけないという、在庫の数が少ないといった中で人気商品の取り合いになるようなケースも発生しているといったところでございます。

次に、5ページを御覧ください。ドコモが考える望ましい競争環境です。

こちらは、通信は、引き続き自由に料金プランを選択可能な状況が維持されるということを考えております。端末は、過度な割引が制度上、抑止をされた上で、自由に端末を選択できるということが望ましいのではないかと。

端末の自由な選択につきましては、一部の過度な端末割引により問題が発生しているということから、中古価格を参考に、適正価格で新品の端末が販売される市場を目指すべきと考えております。

次に、6ページを御覧ください。一括1円の問題です。

こちらは、激しいMNPの競争下におきましては、キャリアが自主的に取りやめることがなかなか難しい状況かと認識をしております。

これに対しまして、改めて2019年の法改正の趣旨にのっとり、過度な端末割引が実施されないような形、電気通信事業者が提供する白ロム割については、最大割引時でも中古価格というのを一つの目安として上限にすべきではないかと考えております。これを事業法で規律化し、ルール化して運用していくことを要望したいと考えてございます。

その結果、ユーザー間の不公平性や転売ヤーの問題も解消されるのではなかろうかと期待をしております。

次に、7ページは参考で、白ロム割の規律を記載しております。説明は割愛します。

次に、8ページを御覧ください。先ほど申し上げた中古価格、こちらを上限とする場合の考え方ということで、案を記載させていただいています。

内閣府の消費動向調査における機種変更の間隔というのが、4.6年ということが出てございます。こちらを参考に、残存価格を約20%という形で仮定し、これは自動車の車両保険の考え方を、一部通信端末に当てはめるとどうなるかということの前提で記載をしたものでございます。

一概に中古価格といっても、値段を中古価格の幅で持たせるのか、どういうことなのかということで、ある程度のベンチマークが必要だろうということで、車両価格も各保険会社さんによってまちまちであります。ある程度の幅の中には入っているだろうという考え方を、通信端末にも適用した場合が当てはまるのではなかろうかということで記載させていただきます。

次に、9ページを御覧ください。ドコモの提案する規律見直しは、もし実現した際は、デジタル田園都市構想の実現にも不可欠な5Gネットワークの普及に向けた移行の促進、特に3Gユーザーさんのマイグレ等を図ってまいりたいと思っております。

10ページは、端末購入サポートプログラムの概要を記載しているものです。説明は割愛いたします。

11ページは、最後まとめになりますが、ドコモとして2019年の改正法の趣旨にのっとった競争環境の実現に加えて、デジタル田園都市構想の実現に向けた5Gの移行促進をしていきたい、それに伴ってルール見直しが必要ではないかと思っております。

見直しの検討に当たりましては、ぜひ皆様のお知恵を拝借できれば、また、新たなルールに向けての運用ということで、新しい次のステップに進んでまいりたいと考えてございます。

説明は以上でございます。

**【新美主査】** 山崎様、どうもありがとうございました。

なお、御質問あるかと思いますが、質疑につきましては各社様の発表が終わってから、まとめて時間を取りたいと思いますので、御了承いただきたいと思っております。

それでは、続きましてKDDI株式会社 渉外・広報本部 渉外統括部 部長の山本様から御説明いただきたいと思っております。

山本様、よろしくお願いたします。

**【KDDI】** KDDIの山本です。本日は山本の横に、企画グループの橋本グループリーダーも同席させていただいておりますので、よろしくお願いたします。

それでは、資料2-1-2で御説明させていただきます。

最初に目次でございますが、大きく5点、御説明したいと思います。

まず1点目は、改正事業法等に係る取組及び成果についてでございますが、スライドの4をおめくりください。

こちらのほうは改正法の課題と趣旨でございますが、高額なキャッシュバックや、あるいは過度な囲い込み、こういった問題のために改正法で2つの柱、通信料金と端末代金の完全分離と行き過ぎた囲い込みの禁止というものが法令化されたわけでございます。

スライドの5でございます。こちらは、完全分離によりまして、端末によって異なる通信料金の割引、毎月割のようなものや、高額なキャッシュバックというものが解消されているというところでございます。

スライドの6は、行き過ぎた囲い込みの禁止で、これは改正事業法の措置の左側に加えまして、様々な取組という形で幾つか並べておりますが、こういったものの組合せによりまして、現在お客様は自由なタイミングで事業者間の乗換えが可能な環境になっており、こういった環境が実現していると考えております。

スライド7は、先ほどドコモ様からもお話がありましたとおり、通信料金の低廉化も実現しておりますが、諸外国と比べても低廉な通信料金が実現されているといったところが、環境変化と考えております。

ただ、スライドの8で、競争促進、流動性が高まりまして、解約数、解約率が共に上昇していると。非常に市場の流動性が高まったという状況だと理解しております。

続いて2つ目、スライドの9以降、スライドの10をおめくりください。こちらは5Gの更なる普及拡大に向けてについてでございます。

政府は、様々な社会課題解決のために、デジタル田園都市国家構想というものを掲げていらっしゃいます。特に5Gは、この構想の実現に不可欠な、重要なデジタル基盤であると考えております。

スライドの11をおめくりください。こうした5Gの普及によりまして、ビジネスの変革をもたらすデジタル・トランスフォーメーション、これを加速することになります。こういったあらゆる産業における新たなイノベーションを起こして、日本経済・社会の成長を牽引するといったことが期待されているところでございます。

続きまして、スライドの12をおめくりください。4Gは、端末の急速な普及と利用者の拡大による投資促進の好循環によりまして、世界でもトップレベルのエリアカバー率、あるいはネットワーク品質を実現しております。これは構成員限りとさせていただきます。

りますが、左側にありますように、4Gは非常に順調に伸びていったと。

これは右側の絵にありますように、5Gでも4Gと同じような好循環を生み出せる環境というものを整備していくことが重要であると考えております。

続いてスライドの13をおめぐりください。弊社も5Gエリアの整備を積極的に進めて、このデジタル田園都市国家構想の実現には貢献してまいります。

その上で、今般の検討におかれましては、5Gの更なる普及を促進し、それから日本経済・社会の成長に寄与するよう、5G端末の普及と投資促進の循環を生み出す仕組みづくり、これをぜひ今回の検討において配慮いただきたいというふうに考えております。

スライドの14、こちらは参考でございます。端末の買換えサイクルが長期化しているということと、それからスライドの15、こちらは最近の円安、それから端末の高機能化によって、お客様がお求めになる端末価格が非常に高騰しているといった例でございます。こういった市場環境に置かれているという状況でございます。

続きまして3点目が、3年たって新たな課題がどうなっているかという現状でございます。

スライドの17でございますが、改正法による2万円のルールによりまして、基本的には事業法の規律は、例えば15万円のものであれば、役務とセットであれば上限2万円ですから13万円であるというのが、この事業法の規律であります。

しかしながら、お客様の実際のニーズに合わせるために、各事業者共に事業法の規律外、右側のオレンジの部分によって、お客様が少しでもお求めいただきやすくなる値段を実現するような形で、今、運用が行われているというところでございます。

スライドの18でございますが、これがやや行き過ぎた状況にあると。つまり、1社が安値販売を始めると、どうしても競争上対抗せざるを得ないという状況になって、このオレンジの、事業法の規律外の部分がどうしても行き過ぎた状況になってしまっていると。2万1円、あるいは1円端末といった形になって、本来の役務利用を目的としない転売や、転売ヤーによる不適切な取引の問題が顕在化していると。こういったものが今置かれている状況であるわけでございます。

スライドの19、これは参考でございますが、特に最近の円安によりまして、中古市場についても、これがさらに海外の市場に売られてしまい、より転売が助長される市場環境に置かれているという状況でございます。

続きまして、スライドの20、21でございます。こちらが4点目、制度の見直しの主

なポイントでございます。

先ほど申し上げましたように、5G端末の普及、それから投資促進、この2つの好循環を生み出す仕組みというものが必要であると考えております。

ということで、例えば、以下のような観点での検討が考えられると思います。

まず、左側の1点目でございますが、国の施策による普及の後押し。例えば、4Gのお客様の5G端末への切替えを国に補助いただく、支援いただくというのが一つあるのではないかと思います。

もう一つ、右側でございますが、好循環を生み出す仕組みづくりとして、これも例えばですが、4Gから5Gへの移行の場合において、端末と通信を一体化すると。これにより、端末の流動、端末の切替えサイクルというか、端末がより買換えが起こるような、こういった手法を検討してはどうか。

これによりまして、役務利用を目的としない、即時転売を目的とする転売ヤーなどの問題も排除することが可能であると考えております。

また、端末単体販売を含めて、端末割引の上限設定、あるいは、どうしても過激になるのが新規MNPの競争ですので、こういった過熱の歯止め、例えばですけれども機種変更価格を基準とする割引制限など、こういった検討も必要ではないかというふうに考えております。

ここまでが主立ったところでございますが、スライドの23、これはその他の問題でございます。

まず、スライドの23は、継続利用割引についての論点でございます。

この継続利用割引の規律というものは、長期利用割引といった行き過ぎた囲い込みを本来防止するということが目的でございます。

しかしながら、囲い込みを意図しないものについても規制がかぶさってしまっているという問題がありまして、こういったものは継続利用割引の対象外とすると。

具体的に申しますと、右側の②でございますけれども、旧プランから新プランに移行促進をする、こういったものは長期の囲い込みを目的とした施策ではございませんので、継続利用割引の規律の適用から除外すると。そういった検討が考えられないかという論点でございます。

続きましてスライドの24、こちらは3Gサービスに係る課題でございます。

この表でございますけれども、例えば端末の割引につきまして、3Gサービス提供事業

者は、移行施策の特例という形で提供可能になっており、通信料金割引についても提供可能になっていると。

一方、3Gサービスを提供していない事業者、あるいは、弊社は3Gサービスを既に終えて全て4G以上になっているのですが、こういった事業者の場合は、この通信料金割引の通信料金の割引を実施できないという形になっていると。

これによりまして、お客様の選択肢をもう少し拡大していただけるような措置といったものを検討いただければというふうに考えております。

最後は、スライドの25でございます。これは通信モジュールに関する問題でございます。

通信モジュールは、基本的には事業法第27条の3の規律の対象外となっております。これは問題ないのですけれども、例えばこのモジュールというものは特定の利用目的、センター通信のように限られていることを想定しておりまして、それが一般のインターネットにつながるような、例えば②の右側の車のモジュール、最近のコネクテッドカーのようなものですね、Wi-Fiを通じてテザリングが可能になっている。こうした場合は通信モジュールに該当しないというふうになってしまっています。

そうしますと、モバイルルータと同じという形になってしまうのですが、さすがに車が巨大なスマホのデバイスと同じだというのは、やや現実離れたルールの運用になってしまっておりますので、ここは実態を見据えて、ルールの見直しといたしますか、運用のほうをしっかりとやっていただくことが必要ではないかと考えております。

弊社からは以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 山本様、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 渉外本部 通信サービス統括部 部長の吉岡様と、それから通信サービス統括部 約款・サービス部 部長の大平様から御説明を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。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。よろしくお願いいたします。

資料2-1-3を御覧ください。1ページ目が本日のアジェンダでございます。

こちらのテーマをいただき、それぞれについて具体的な検討をしてみましたので、その中身について説明をいたします。

3ページ目を御覧ください。まず、通信料金と端末代金の完全分離について御説明いたします。

これまでのまとめとしまして、ここに書いているのは2019年の法改正の際に総務省殿でまとめられた改正の目的と措置、及び3年後の今年9月にその評価がなされたものを簡単にまとめたものです。

目的としては、通信料金収入を原資とする過度な端末値引きを根絶し、通信市場・端末市場の競争を促進すると。そのために、値引きに一定の厳しい上限を設定するということが行われました。

そして、その結果としては、事業者や料金プランを選択しやすい環境が整った。料金の低廉化の恩恵が広がっている。一方で、転売の問題なども発生していると、こういうまとめになっております。

4ページ目を御覧ください。これを受けまして、この問題に関しての当社の考えをまとめたものになります。

規律の趣旨や市場の状況を踏まえまして、現行の規律の禁止事項や利益提供の上限額は維持が妥当だと考えておりますが、一部は見直しをしていただきたいと考えている箇所がございます。

1番、2番は、端末購入や新規契約条件の通信料割引や利益提供の禁止ですが、これについて見直しは不要と考えております。

3番目の、端末購入条件の利益提供ですが、回線セットの2万円については見直し不要と考えておりますが、端末単体値引きについては現在規制がありませんので、これが先ほども御説明いただいておりますが、端末の安値販売や転売の原因となっておりますので、ここに対応が必要ではないかと考えております。

また4点目の、新規契約条件の利益提供の上限2万円という金額については、これも見直し不要と考えておりますが、代理店からユーザーへの利益提供に規制がないため、抜け道になり得るといえることがありますので、見直しが必要と考えております。

この3と4については、詳しく説明いたします。5ページ目を御覧ください。こちらは、端末の購入条件の利益提供について説明するページです。

まず、こちらにまとめてあるのが、過度な安値販売により想定される弊害ということで総務省殿がまとめられた報告書の中に記載されているものを抜粋したものです。

過度な端末の安値販売が進むと、MVNOが淘汰される、あるいは電気通信市場の発達が阻害される。端末の買換え頻度によって、大きな便益の差が生まれる。メーカー間の競争のひずみや、先進的な技術の普及が阻害される。中古端末市場に影響したり、または転

売ヤーの問題が発生したりすると、こういったことが指摘されておりました、この問題については理解しております。

その抑制のためには、業界の統一ルールが必要と考えております。そのルール案を説明したのが6ページ目になります。

現状、左側にありますように、回線セットの端末値引きは2万円の上限規定がありますがけれども、先ほども申し上げましたとおり、回線契約の有無に関係なく提供される端末単体値引きには上限規定がございません。これが安値販売の原資となっているというのが現状です。

そこで提案なのですが、回線セットの2万円と端末単体値引きを合わせた値引きの合計に上限規定を設けるという案はいかがかと思っております。

この値引きの上限を、その端末の中古の買取価格までとすればどうでしょうかと考えております。こうすることによって極端な安値販売ができなくなりますし、また、端末の転売というものも消滅するというふうに考えております。

7ページ目で、もう少し詳しく御説明いたします。これは具体的なルール案です。今申し上げましたとおり、当該端末の中古買取価格までを値引きの上限とするという案になります。

また、端末が新しく発売される時などは中古の買取価格が存在しませんので、その時には現状の2万円までというふうなルールでよろしいのではないかと考えております。

一方、端末購入を伴わないSIMのみ契約時の特典提供については、現状の上限2万円というルールのみで問題ないのではないかと考えております。

8ページ目です。その新規契約条件の利益提供に関して、一部見直しをしていただければいいのではないかと考えている箇所の説明になります。

回線契約と端末購入のセットの場合は、左側の図にありますように、事業者と代理店とを合わせた、お客様への合計の利益提供の上限が2万円までとなっております。

一方で、SIMのみ契約の場合は、事業者からユーザーへの利益提供と、事業者から代理店への利益提供の合計が2万円というふうに定められています。この代理店からユーザーへの利益提供には規制がありませんので、ここが抜け道となる懸念があります。また、一部では実際にそういった例があるという指摘もいただいております。

したがって、右の図のように、SIMのみ契約でも端末セットの購入でも同じように、ユーザーへの合計の利益提供額が上限2万円というルールがよろしいのではないかと

考えます。

続きまして、行き過ぎた囲い込みの禁止についてです。こちらも総務省殿がまとめられた内容から抜粋しております。

目的は、事業者間の公正な競争のためにスイッチングコストを抜本的に低下すると。そのため、違約金や料金差を細かく規定するというふうなこと。また、継続利用割引については、不当な囲い込みにならないように、これも上限規定を設けるということになり、これに関しての評価は、スイッチングコストが低下して事業者間の乗換えが活性化してきて、改正法が目指した目的は達成されつつあるという評価になっております。

1 1 ページ目に、これに関しての当社の考えを記載しております。

1 番、2 番、3 番については、期間契約の上限規定や、価格差、違約金、これについては見直しは不要と考えます。

4 番に書いてございます、継続利用割引の上限 1 か月分の料金までという規定がありますが、この上限の見直しは不要と考えておりますが、規律の趣旨にそぐわない過剰規制になっている部分がございますので、そちらの見直しが必要と考えております。

1 2 ページ目に、その細かい具体的な内容を書いております。こちらは、先ほど KDD I さんがおっしゃった中身と同じだと思います。

規律の趣旨は、「継続利用することを条件に利益提供を行う」ということを示すと、その期間内に利用者が事業者移行の意向を抑制してしまうと。将来特典がもらえるのだから事業者を移るのをやめよう、という力が働くので、この特典の上限は規定すべきだということこのルールが定められたものというふうに理解しております。

ですので、この下の図の A のように、将来特典がもらえるから携帯会社を移るのをやめようということで、ある時点で将来の特典を示すケース、こういった場合は確かに継続利用促進の効果がありますので、規律の対象となることについては理解できます。

一方で、現在は B のようなケースも規律の対象となっています。このケースでは、事前に特典は全く示されておらず、ある時点で結果的に継続利用していたユーザーを対象に施策を実施、特典を提供するという内容です。

これは、継続利用をその間促している効果は全くございませんので、規律の対象外とされるべきだと考えます。

以前もこれについて要望したのですが、その意図は、例えば 3 G のマイグレーション施策などにもこの規律が適用になってしまいますので、提供する特典に上限が定められてし

まうという現状を何とか変えたいという意図があります。

13ページ以降がその他、1点だけです。14ページを御覧ください。

1点ですが、最後に、通信方式変更の特例規定に関する要望です。

この図に示したとおりですけれども、この特例の規定で端末の無償提供が可能になるのですけれども、3Gの巻取りで、その対象は3Gの端末を使い、なおかつ3G専用プランに加入しているユーザーに限定されているのが現状のルールになっています。

下の図にありますように、3G・4G共通プランに入っている人は、この施策の対象外という規定になっています。

消費者保護の観点からは、上下区別なく公平に適用されるべきではないかというふうに考えておりますので、これは以前も要望させていただいて、検討いただいているとは思いますが、できるだけ早期に実施できるようお願いいたします。

当社からのプレゼンは以上となります。

**【新美主査】** 吉岡様、大平様、どうも御説明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 執行役員 オペレーション本部長の鴻池様から御説明を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。

**【楽天モバイル】** 楽天モバイル、小田でございます。当社の鴻池が体調不良で声が出しにくいいため、私、小田から御説明させていただきますでしょうか。よろしく申し上げます。

本日、改めまして、御説明の機会をいただきまして誠にありがとうございます。資料2-1-4に沿いまして御説明させていただきます。

1ページ目でございます。本日の御説明内容ですが、改正電気通信事業法の目的及びその成果について振り返った後に、端末の過度な安値販売、及び長期にわたり移行しない多数の利用者といった、モバイル市場において新たに顕在化した課題と、それに対する当社が考える対応策について御説明をさせていただきます。

次のページをお願いいたします。2ページ目でございます。

改正電気通信事業法は、モバイル市場の競争促進を目的に、通信料金と端末代金の完全分離、及び期間拘束などの行き過ぎた囲い込みの是正を柱として、2019年に施行されたものと理解しております。

通信料金と端末代金の完全分離については、通信契約とセットでの端末代金値引き等の上限を2万円とする、いわゆる上限2万円規制や、端末の購入を条件とする通信料金の割

引の禁止が規定されました。

また、行き過ぎた囲い込みの是正については、期間拘束を2年までに制限することや、違約金の上限を1,000円に設定する等、契約の解除を不当に妨げる提供条件での契約締結の禁止が規定されました。

次のページをお願いいたします。3ページ目でございます。

改正電気通信事業法施行後、SIMロックの原則禁止などをはじめとする、事業者間の乗換えの円滑化に向けた取組が様々進められてきました。また、2023年5月にはMNPのワンストップ化も予定されております。

こういった取組の結果、事業者間の競争が促進され、利用者が自らのニーズに合った事業者や料金プランを選択しやすい環境が整備されたことで、モバイル市場全体の料金の低廉化が実現したと考えております。

ページ右側のグラフにありますとおり、低廉な新料金プランへの移行も進んでおり、多くの国民の皆様の負担軽減につながっていると理解しております。

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。新たな課題の顕在化といたしましてまとめております。

改正法の施行によりまして、今申し上げたような成果が出ている一方で、施行から3年が経過している現在、モバイル市場において新たな課題も顕在化していると認識しておりますので、2点、御説明をさせていただきます。

1点目は、端末の過度な安値販売でございます。実質1円販売等の採算を度外視した過度な安値販売や、その状況を悪用した転売ヤーによる端末買占め等によりまして、一般の方が端末を入手できないといった問題が生じてございます。

2点目は、長期にわたりMNO3社様のメインブランドから移行されない利用者様が多数いらっしゃるということでございます。また、その理由として「特に具体的な理由はない」と回答される利用者様が多いことから、更なる競争促進の余地がここにあるのではないかとこのように考えております。

それぞれの課題の詳細、及び当社が考える対応策を、以降のページにおいて御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。5ページ目でございます。課題の1つ目として挙げさせていただいた、端末の過度な安値販売について御説明いたします。

規律導入前のモバイル市場では、通信料金収入を原資とした過度な端末代金の値引きに

頼った競争慣行が続いておりました。これらを根絶するため規律が導入されたというものの、現在のモバイル市場においても、形を変えて端末購入者への過度な利益提供は市場に残存しているという状況でございます。端末の過度な価格競争は資本のある事業者が有利になるということから、公正な競争が阻害されている状況であると言えると考えております。

加えまして、安値で販売されている端末を大量に買い占める転売ヤーにより、通常の利用者が購入できないなどの副次的な問題も発生しております、対応が必要であるというふうに認識しております。

次のページをお願いいたします。6ページ目でございます。

過度な利益提供に頼った競争慣行を根絶するという、規律の本来の目的を達成するために、当社としては、端末と回線がセットであるかを問わず、端末への利益提供については制限を設けるということを御提案させていただきます。

具体的に御説明させていただきます。ページ中央の図にありますように、現行では、回線契約に関わらない端末への利益提供と、2万円を上限とした回線とセットの利益提供を組み合わせることで、実質1円販売等の端末の安値販売が行われております。

右側が当社の提案する改正案ですけれども、こちらにありますとおり、回線とセットかどうかにかかわらず、端末への利益提供を端末価格に応じて一定額、もしくは一定割合まで制限するといった内容を御提案させていただきます。

端末単体の購入に関しましても、回線セットと同様に利益提供について上限が定められるため、過度な安値販売は沈静化、結果として転売ヤーの抑止も見込めるというふうに考えております。

ただし、資料の左側に記載しておりますが、現在、公正取引委員会様による、廉価販売に関する緊急実態調査も行われておりますので、その結果も踏まえた上で対応策の検討が必要だというふうにも考えてございます。

次のページをお願いいたします。7ページでございます。

こちらは、前ページで御提案した内容について、端末に対する利益提供の上限額の考え方に関する補足となります。

端末の過度な安値販売を抑制しつつも、端末価格に応じた利益提供を柔軟に行うという観点から、端末価格により利益提供の上限を変えるということが考えられます。

あくまで一例ではございますが、仮に端末価格が10万円未満の端末については、過度

な安値販売を抑制する観点から、現行の上限2万円規制と同水準の上限額を適用するということが考えられます。

一方で、価格が10万円以上の端末については、過度な安値販売を抑制しつつも、価格に応じた利用者への利益提供を行うという観点から、端末の対照価格に対して20%といった割合で上限を設定したらどうかということで、案として提案させていただきます。

次のページをお願いいたします。8ページ目でございます。

今度は、2つ目の課題として挙げさせていただいた、長期にわたり移行しない多数の利用者様ということに対する対応策について御説明をさせていただきます。

先ほど申し上げましたとおり、低廉な新料金プランへの移行が進む一方、MNO3社様のメインブランドから長期間移行しないという利用者様も多くいらっしゃいます。

こちらのグラフは、今年8月に公表されました市場検証年次レポートにおける利用者アンケートの回答を基にしたものです。MNO3社様のメインブランド利用者のうち、「10年以上継続的に利用している」と回答された方の割合が63%にも上ります。

また、メインブランドの選択理由についても「特に理由はない」という回答が一番多かったということが事実としてございます。

次のページをお願いいたします。9ページ目でございます。

こちらのグラフは、当社が実施したアンケート結果に基づくものです。公正な競争は利用者の十分な理解も必要とされるというふうに考えますが、消費者の方々のアンケート回答を見ますと、「プランが多く複雑なため、どのプランが自分にとって良いか正しい判断が自分でできると思わない」と回答する方が56%。また、「各社1つのプランにしてほしい」と回答する方が45%いらっしゃったという現状がございます。

このことから、プランやサービスの複雑さに、利用者様の認識や理解が追いついていないという実態がうかがえるところです。

また、同一の事業者が提供するサブブランド等へのプラン変更の場合、他事業者への転出に必要なMNP手続や契約事務手数料が不要となるといったケースがございます。

このような、スイッチングコストの差異と利用者様の認識が追いついていないという状況が相まって、囲い込みにつながる懸念があるのではないかとこのように考えております。

次のページをお願いいたします。10ページ目でございます。

このような状況を踏まえまして、行き過ぎた囲い込みを防ぎつつも、利用者の流動化を図り競争促進を促す新たな規律が必要ではないかとこのように当社は考えております。

具体的には、長期利用を志向する層の流動化を促すという観点から、継続利用に係る規律の適用事業者は、利用者の数の割合が10%以上のMNOのみとしまして、市場シェアが低い事業者はこの規律の対象外とするという案を提案させていただきます。

先ほど申し上げましたとおり、MNO3社様の利用者においては長期にわたり移行しない利用者様が非常に多いということや、利用者の理解醸成もなかなか十分ではないという中では、引き続き行き過ぎた囲い込みを防ぐということは必要なだろうというふうに考えております。

一方で、こういった長期利用を志向される方々に向けたアピールとして、市場シェアが低い事業者が契約を継続いただいたことに対して利益提供を行うことで、市場の競争促進につながるという側面があるのではないかと考えております。行き過ぎた囲い込みの防止と一層の競争促進を両立する案として御提案させていただきます。

次のページをお願いいたします。11ページが、まとめでございます。

改正法に関連する規律を改正しまして、現在のモバイル市場における端末の過度な安値販売や、長期にわたり移行しない多数の利用者といった課題を解決することで、公正競争を一層促進できるのではないかとというふうに当社としては考えております。

当社からの御説明は以上です。ありがとうございました。

**【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、ただいまの御説明について、質疑応答の時間に移りたいと思います。御発言を御希望の方は、チャット欄で合図していただくようお願い申し上げます。どうぞ活発に御議論いただきたいと思います。

それでは大谷さん、まずトップバッターとして御発言いただきたいと思います。

**【大谷構成員】** 大谷でございます。ありがとうございます。各事業者の皆様から創意工夫あふれるプレゼンテーションをいただきまして、ありがとうございます。

特に感銘を受けたのは、端末単体の割引金額の上限規制について、それぞれに工夫を凝らした提案をしていただいている点かと思います。

基準となる価格については中古端末の価格や、それから、これはKDDI様だと思いますけど、機種変更時の価格など、値崩れしないものや基準になりやすいものを明確にさせていただいたということについては、創意工夫を感じるどころです。

それについてももう少し詳しく御提案を伺いたいなと思っております。まず、中古価格について、ドコモ様とソフトバンク様からの御提案をいただいているところですが、

中古価格といっても一通りではないと思いますので、その中古価格といったものをどのように取得して、基準値としてベンチマークに足りる価格にまでしていくのか。そのために一定の規制コストというのを考えなければいけないと思いますけれども、それは適切な方法なのかについてのお考えを聞かせていただきたいと思います。

また、KDDI様については、機種変更時の価格といったものを御提案いただいているところですが、機種変更時の価格が、現在値崩れしにくい状況にあるというのは御指摘のとおりだと思うのですが、こういった基準になった場合に、その価格がやはり値崩れしないものかどうかについて、御意見を賜ればと思います。

それから、楽天様の資料で少し不思議に感じた部分がございます、7ページに、一例ということで、過度な安値販売が生じているところということで、取りあえず10万円を基準にして、10万円未満のものと10万円以上の価格について、割引価格の上限規制について対応を変えるというご提案ですが、私の実感としては、過度な安値販売が生じているのは、10万円未満というよりはむしろ10万円以上の高価格端末だと思われるところ、それについて、10万円未満のものと比べて、規制としてむしろ十分ではないというアイデアになっているのではないかと思いますけれども、その点について、どのように分析した結果なのか教えていただければと思います。

それから、楽天様の資料で、非対称規制についての、10ページのところだと思いますけれども、MVNOについての現在の例外をMNOに広げるという御提案をいただいているところですが、その必要性というか、若干我田引水的な印象を受けましたので、これによってというか、むしろ長期にわたる利用者に対するMNOのサービスといったものが、どれだけ囲い込み効果を持っているのかといったことについての分析をされているのか、改めて補足説明をいただければと思いました。

ほかにもいろいろ伺いたいことはたくさんございますけれども、以上とさせていただきます。ありがとうございました。

**【新美主査】** どうもありがとうございます。MNO各社さんに対して、端末価格の規制についての御意見と、少し重点の置き方は違いますけれども、それぞれに質問がありましたので、お答えいただきたいと思います。

ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさん、それから楽天さんと、順次ただいまの大谷さんの質問についてお答えいただけたらと思います。

まずはNTTドコモさん、よろしくお願いします。

【NTTドコモ】 ドコモの山崎でございます。御質問ありがとうございます。中古価格のベンチマークというか、価格の決め方というふうに理解しております。

私どもから出させていただいている資料の8ページに、中古価格を条件とする場合の考え方、こちらで、自動車、車両保険の、例えばこの車のこのグレードについては、1年たつと、例えば500万で買ったものが翌年になると400万ということで、車両保険、事故を起こした場合の車の損害額は、新車と同じ価格ではないので、毎年毎年価格が低減している。この考え方を入れたほうが一つの目安になるのではないかと。

それが定率か定額かという問題がありますが、これは保険会社さんのやり方も勉強したいと考えますが、端末自体が、高額になってきている昨今、それから、これは推測になりますけど、物を大事に使い続けるといったところもあろうかと思っています。それで買換えの年数が4.6年という数字も出てございますので、おおむね5年ぐらい使うという前提で残存価格を設定し、毎年定額で下げていく形が一番平均的な値なのではないかと考えておりますので、それを中古価格の目安の価格とし、割引の上限額とするという考え方が一つあるのではないかと。

実際にお店によっては、若干政策的なところもあって価格はきれいに一律ということにはならないと思いますが、ある程度の幅で、その幅を決めるときの目安という形を打ち出していてもいいのかなと御提案申し上げました。

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KDDIさん、よろしく申し上げます。

【KDDI】 KDDIの橋本から回答させていただきます。機種変更価格を基準にしてというのは、例えば新規については機種変更の価格からX万円までという形で制限することを考えておりますが、これだけではなかなか、機種変更を安くしたら新規も安くなるよねといったことが起こってしまいますので、スライドにもありますとおり、割引の上限とセットで適用することを考えております。

それによって機種変更も行き過ぎることがなくなりますので、この2つをセットにして規律することで考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それではソフトバンクさん、よろしく申し上げます。

**【ソフトバンク】** ソフトバンクからお答えいたします。中古価格、これは本編の資料にも書いているんですけども、中古の買取価格というのが望ましいと思っています。転売問題をなくすためにも、中古の買取価格以上で売れば、転売が理屈上は発生しないので、それがよいのではないかと考えております。

では、その中古の買取価格はどう決めるんだということなのですが、これは市場の一般的な買取業者の価格を見るということなのかと考えています。

実際に、現状でも下取りプログラムを各社さんでされていますが、ここで各社の定めている中古の買取価格というのは、市場の買取価格を見て、そこと合わせて設定しているということになっているはずですが、これを大きく上回ると、その分が端末購入補助と見られるので、市場の一般的な買取業者の価格を見ながら設定していると思いますので、その考え方をここに適用すればい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。

それでは次に楽天モバイルさんに御回答いただきたいと思います。

**【楽天モバイル】** 楽天モバイル、小田でございます。まず1点目、10万円を超える端末については、2万円ではなく20%ということで提案させていただきまして、これは規制緩和でないかというところで、考え方を御質問いただいたものと理解しております。

これに関しましてですが、現状、特に10万円を超える高額な端末について、定額の2万円という利益提供が必ずしも消費者ニーズに合っていないというところがそもそもありまして、それに対して過度の値引きというカウンターオファーが事業者から出ているという構造と理解しております。

そういった中で、単純に2万円を全て白ロム端末、いわゆる端末のみの販売に関しても拡大した場合に、高額な端末が全く売れなくなってしまう、消費者ニーズとしての価格ニーズとギャップが非常に大きくなってしまいうことを懸念した結果としまして、理論値として10万円が2万円に対して20%というところで、そこからこういったものについて定率とすることで、消費者の価格に応じた利益提供が欲しいというところとのバランスが取れるのではないかとということで、提案させていただいた次第でございます。

続きまして、もう一ついただいた御質問、10ページ目のところでございます。こちらに関しまして、消費者で長期利用を志向する方々に関して、流動化を促す必要があるのではないかとということで、私どもから提案させていただいたところでございます。

これに関しましては、こういった方々のアンケート回答としまして、「そもそも移行する理由がない」という回答をされていまして、そうしますと、当社を含めまして各社で様々な低い料金の御提案や、新しい料金の御提案をさせていただいておりますが、これがこういった方々に届いていないという現状があるというふうに考えております。

そうしますと、こういった方々に届くメッセージというのは何だろうかということ考えたときに、長期利用の方々に対して新しいメリットがありますという切り口でお伝えしてはどうかというところで、我々として分析した結果として提案させていただいたものでございます。

弊社からは以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、時間の都合もでございますので、発言希望の方がたくさんいらっしゃいますので、逐次御指名させていただきます。

まず北さん、どうぞ御発言をお願いします。

**【北構成員】** NR I の北でございます。各社さんに質問があります。まず、ドコモさんは3点確認と2点質問です。

1点目の確認ですが、ドコモさんの御提案は、白ROM割は事業法でまずゼロ円に規律、禁止した上で、セット割の上限を現行の2万円から中古価格までに変更するという事なのか、それとも、セット割と白ROM割を合わせて最大中古価格までと事業法で規律するのか、どちらなのかということを確認したいというのが1点目。

2点目は、8ページのグラフですが、これを見ると、新機種の発売後1年間は2万円、その後は、中古価格までという御提案と考えてよろしいのでしょうか。

3点目、ドコモさんの場合は、中古の買取価格ではなくて販売価格を参照されておりますが、これはより厳しいというか、より高いほうを採用すべきというお考えなのか。これが確認です。

質問ですが、少し細かい話ですが、RMJさんの協力を得て市場の新古品販売価格をベンチマークするということですが、これはリユースモバイルガイドラインのグレードでいうとS（未使用品）なのか、あるいはA（美品）までなのか。あるいはその下にB、C、いろいろあると思いますが、どの辺りを意識されているのかということを確認したいと思います。

それから最後に、「いつでもカエドキプログラム」について、規制見直しになった場合、

2年後の買取等予定価格を上回る分を2万円上限割引に含める現行ルールに対応予定と書かれておりますが、最近、端末の下取り価格についても高まっておりまして、同様に市場の買取価格を上回る分を2万円条件に含める必要はないでしょうか、というのが質問でございます。

KDDIさんへの質問なのですが、4Gから5Gへの移行の場合において、「端末と通信を一体化、端末流動を起こしやすい手法」とありますが、ちょっと私、全然理解できないので、これは具体的にどういうことなのか御教示いただければと思います。

また、「端末単体販売を含めて端末割引の上限設定」とありますが、その水準と規律する方法については言及されておられません。例えばドコモさん、ソフトバンクさんは中古価格を一つの水準と御提案いただいておりますし、ドコモさんは事業法で規律できるとしておりますが、この辺りどのようにお考えなのかをお聞かせください。

ソフトバンクさんへの質問は、先ほどの大谷さんと同じ質問でしたので、ございません。

楽天さんへの質問は、4社の御提案の中で、楽天さんの御提案が最も値引き幅が少ないと思いますが、他社が御提案されているような中古価格までという案については、値引きが大き過ぎるのではないかと、あるいは、そこまで値引きすべきではないというお考えなのかどうかをお聞かせください。

そして最後に、ソフトバンクさん以外に質問ですが、ソフトバンクさんからSIMのみ契約、新規契約の利益提供も、代理店独自の値引きを含めて2万円までという御提案がありました。これについてどのようにお考えなのかをお聞かせください。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。基本的にはソフトバンクさん以外の3社への質問ということでございますので、これもまずドコモさんから、順次御回答いただけたらと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

**【NTTドコモ】** NTTドコモの大橋から、本件回答させていただきます。

まず、北さんから確認の3点でございます。6ページの、2万円から中古価格は、セット割か白ロム割のどちらで制限するかという点でございますが、当社資料でも2ページなどで、やはりセット割というのは、ネットワークと共に端末も進化してきたということもございまして、基本的にはセット割を中心に考えてまいりたいと思っております。

従いまして、セット割を拡大して2万円から中古価格までにするという案が考え得るところでございますが、2万円を緩和するというところについて、もし議論があるようでし

たら、それは白ロム割との組合せで中古価格までということも十分考え得るところなのかなと思っておりますので、ここは議論次第というところかと存じます。

続きまして8ページの、1年間は2万円までなのかというところにつきましては、これもベンチマークの割引の係数をどのように設定するかにもよってくるかと思いますが、当初の1年間はそのような形でスタートして、そこから年を追うごとに金額が下がってくるという形でもよいのかなと思っているところでございます。

また、このスライドのリード文にありますとおり、当社としては新古品販売価格をベンチマークとしてはどうかと思っております。こう考えている理由としましては、買取価格につきまして、主に国内に流通させる買取業者と、海外に売却する中古の流通業者とでは買値が違うという実態もあると理解をしておりますので、国内向けの新古品の販売価格をベンチマークにするのがよいのではないかなと思っているところでございます。

続きまして、質問事項の10ページのところ、リユースモバイルジャパンさんの価格をベンチマークにする際にグレードはどの程度かということについては、あまり明確なものはありませんけれども、基本的にはSとかAとか、多くの利用者がそのまま抵抗なくお使いいただけるグレードをセットすべきではないかなと考えております。

また、下取り価格を通じて自主的な補助になっている、ここについてですけれども、確かに現行のルールでも、下取り価格が市場の値段を上回る形で設定されている場合は、既に2万円の補助に含めるという規律があったように記憶をしておりますので、そちらを適宜適用していくのでよいのではないかなと思っております。

また最後、SIMのみ契約に関する代理店からの利益提供への規律の導入につきましては、そういった措置が図られることについて、当社として特段問題があるものではないかと考えております。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは続いてKDDIさん、どうぞよろしく申し上げます。

**【KDDI】** KDDIの橋本から回答させていただきます。

まず1点目につきまして、4Gから5Gに移行の場合において、通信と端末の一体化、流動を起ししやすい手法がどういったことかといった御質問で、基本的には、今の2万円上限ではなかなか事業者の裁量が限られてくるというところもありますので、今回我々が主張しました5Gの普及に取り組んでいかなければいけないということを考えた場合に、

例えば4Gから5Gの場合に限定して、端末と通信というものは基本セットにするという形で、それにプラスしてお客様還元と投資促進とのバランスを取っていくために、例えば5Gに移行する端末を購入したお客様について、一定の期間の役務の御利用を促すような仕組みといったことも考えてもいいのかなと考えております。

例えば端末割引について、購入時に全額割り引くという形ではなくて、一定期間に分割して端末割引を入れていくといったようなことが、行き過ぎた囲い込みにならない範囲でできるのであれば、事業者にとっても投資に回すお金ができますし、そういったところのバランスは取れるのではないのかなと考えております。

これは転売ヤーのような、即時端末を売却するといったことへの対応としても機能するのかなと思っているところです。

2点目の、端末単体割引を含めて割引上限についての提案ということで、考え方としては中古端末みたいなものはあるのかなと考えていて、ただ、リアルに中古端末の価格を参照するといったようなことは、少し運用上も厳しいと思いますし、規制コストがかかり過ぎるところもあるので、何か簡易的なベンチマークのようなものをつくるのがいいのではないかと考えていて、少しドコモさんの考えに近いのかもしれませんが、例えば一つ、端末のライフサイクルというようなところを参考にして、ある一定期間までは、例えば中古価格がこれぐらいだから何%のような形で決めるといったところはあるのかなと考えております。

最後、SIMのみ新規契約の2万円のところをどう考えるかというところで、ソフトバンクさんの資料でおっしゃっているとおり、課題はまさにこのとおりで思っているので、やり方として、事業者一律でソフトバンク様が提案されたような方法で規律するところはあるのかなと思っています。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは楽天さん、どうぞ御回答よろしく申し上げます。

**【楽天モバイル】** 楽天モバイルです。まず、中古価格そのものを指標とすることにつきましては、今年の夏の例で行きますと、為替や、それに起因する内外格差といった市況の変動の影響を受けたということもございまして、こういった変動しやすいものについて適切な指標となり得るかということに関しては、少し難しい点があるのではないかと考えてございます。

それからまた、ソフトバンク様から御提案いただきましたSIMのみの新規契約に関する代理店からの利益提供に関する規律のことにつきまして、こちらは当社としても異論ございませんので、ルールとして定めていただくことは問題ないかというふうに考えております。

弊社からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、北さんからの御質問についての御回答は以上にさせていただきます。

続きまして相田さん、御発言をお願いします。

【相田主査代理】 私が質問したかったのは、ソフトバンクさん等がおっしゃっている中古価格の設定方法ということだったので、もう取り下げてもよかったんですけども、少しだけコメントさせていただきますと、幾つかの事業者さんが、改正事業法のところで通信と端末の代金の分離ということを挙げておられて、それから外形的な値引き上限というようなことをおっしゃっているのですけれども、ソフトバンクさんの資料の3ページ目にありますように、本来の目的は通信料金収入を原資とする端末代金の値引きというものをなくしたいということだったことをもう一遍振り返って、これを実現するにはどうしたらいいかということ、ぜひこれから考えていきたいと思っております。

私からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。今後を考えるときの基本的な物の捉え方ということで、コメントとして扱わせていただきます。

それでは、続きまして長田さん、どうぞ御発言よろしくをお願いします。

【長田構成員】 長田でございます。ありがとうございます。もう皆さんいろいろ質問してくださったので、私からは感想のようなものを申し述べながら質問させていただきたいと思っております。

今、相田先生が御指摘のところは、私も申し上げたいと思っていて、もともとが通信料金を原資とする端末代金の値引きがずっと横行していて、それはおかしいじゃないですかということを長い間申し上げてきました。

そのこと自体は、今回の1円端末、非常に大きな値引きをされているものについては全く変わっていないのではないかと。そして、その販売方法は、今回皆さんのヒアリングを伺っていても、一体誰が始めたのかは存じませんが、いずれにしても皆さんが御自身で始められたことで、その解決方法を何か具体的なルールを決めたとしても、またその抜け道を

見つけて始められれば、またみんながそこに倣うというようなことが繰り返されるのではないかということで、正直言って非常に不信感を持っています。

そんなに通信の収入を原資として、そういう売り方で端末の販売が続けられるのであれば、もう端末の販売をやめていただきたいと申し上げたいくらいなんですけど、ただ、一つの課題としては、やはりキャリアショップでいろいろなお世話を受けたいという強い希望の方もいらっしゃるの、そこまでは申し上げてはいけないのかもしれないけれども、やはりそこは、MNO 4社として、それぞれきちんと考えていただきたいなというふうに思っています。

それで、すみません、分からなかったのが、まずKDDIさんの5Gの施策、国の施策で後押ししてほしいということなんですけれども、これは、結局4Gから5Gへの端末の切替えを進めてほしいということで、それは、5Gが本当に魅力的なサービスにならない限りは、何も無理に5Gに端末を換える必要がこちらにないから、ユーザーがいないから、それで普及がちょっと止まっているのと、また端末の価格が上がっていることなども含めて、いろいろな課題があって、それを何か国の施策による後押しということは、税金を使うということなんでしょうから、どうなのかなというふうに思いました。その辺はどうお考えなのかを教えてくださいなと思いました。

あと、ソフトバンクさんの14ページの3Gと4Gの契約のところですけども、3G・4G共通プランに入っている3G端末を4Gに換えるときに、端末の無償提供が不可だということ、これは、4Gが入らない端末なのにこの共通プランに入れてたんですねという、これはどうしてこんなことになったのかということをお願いしたいなというふうに思いました。

それからあと、楽天さんのほうから御提案のあった長期継続の割引の御提案について、ほかの3社さんはどうお考えになるか、教えてくださいなと思えます。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、今の長田さんの最後の質問が各社共通ですから、まずそれに触れていただいた上で、その後、KDDIさん、ソフトバンクさんという順でお答えいただきます。最後の質問については、NTTドコモさんはそこだけだったと思いますので、まずドコモさんからお答えいただいて、順次回答していただきたいと思えます。

それでは、まずドコモさん、よろしくお願いします。

【NTTドコモ】 NTTドコモでございます。楽天さんの10ページの御提案のところでございますが、2019年の法律をつくった際に、原則、通信と端末を分離するという前提で、規模の相応に小さいところにつきましては規制等、コスト増に鑑みて除外するという趣旨でこのルールが入ったものと理解しておりますので、それを改めて見直す状況にあるかという点では、まだそのような状況にはないのではないかなと思っております。

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KDDIさんにお答えいただきたいと思います。よろしくお願ひします。

【KDDI】 KDDI、山本でございます。今、ドコモ様が御指摘されたとおりで思っております、やはりこの法改正の規律についての、いわゆる事業者の大きさにつきましては、既にこの0.7%以上のシェアというのが一つルールとして示されているものでございます。

もう少し加えて言いますと、楽天モバイル様も既に500万契約以上持たれていらっしゃると思いますので、さすがにこれを規律対象外とするのは、今回の法律の趣旨に鑑みると適切ではないのではないかなというふうに考えます。

以上でございます。

【新美主査】 それではソフトバンクさん、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。今、ドコモ様、KDDI様がおっしゃった中身と我々も同じでして、当初定められたときの状況と、これを見直すようなことにはなっていないと思いますので、現状でよろし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。

それでは、あとは個別に、KDDIさんには5Gに関連しての質問と、ソフトバンクさんについては3G・4G共通プランについての質問があったかと思っておりますので、どうぞよろしくお答えください。

【KDDI】 KDDI、山本でございます。長田先生からの御指摘、弊社の場合は国の施策に関する普及の後押しについての御指摘と理解しております。

こちらは、全部国にお願いするという趣旨ではないのですけれども、やはり国全体としての5G、こういうデジタルインフラを普及していく、デジタル・トランスフォーメーションというものを進めていく、デジタル田園都市国家というものを進めていくというため

の一つの考え方として、5Gにお客様が端末を変えていくと。御購入されるときに少しでも、これは事業者の営業施策となるとどうしても過激になってしまうというところがございますので、そうではなくて国として公平に、例えば5Gに端末を換えられる場合は何ポイントといったような、マイナンバーカードではございませんけれども、そういったニュートラルな施策というのがアイデアとしてないのかどうかと。国に全面的に依存するという趣旨で申し上げているわけではございません。一つのアイデアでございます。

もう一つ、これは厳しい御指摘として、私ども事業者も謙虚に受け止めなければいけないのは、この5Gの魅力というところは、我々事業者としてはしっかりと胸に受け止めなければいけないと思っております。

一生懸命、我々もインフラを整備するだけではなくて、それに見合ったといいますか、お客様に対する価値、この5Gならではの価値というものを御提示しなければいけないと。それがまだまだお客様から見ると4Gと5Gで何が違うのかというところの御指摘をいただいたのだらうと思います。

これにつきましては、大容量だとか低遅延だとか、それもコンシューマー向けのサービスであったり、あるいは法人向けのサービスであったり、いろいろな技術を組み合わせて、これからも一生懸命努力をして、5Gならではのサービスというものはしっかりとアピールしていかなければいけない、そういった課題は意識し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。

それではソフトバンクさん、どうぞ御回答いただけたらと思います。

**【ソフトバンク】** 共通プランの問題ですかね。これは決して、世代とプランというのが必ずしも100%分離されているということではなくて、例えばこのパターンで行きますと、4Gが後から導入されていますので、4Gのときに導入したプランがより魅力的なプランで、3Gの方もそのプランに入れるようにしていたという状況で、こういう状況が生まれています。

今の4Gと5Gでもそういう状況がありますので、決して、世代によって必ずしも全てプランが分かれているという状況には、我々はございません。

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、御発言よろしく申し上げます。

【西村（真）構成員】 全相協の西村です。御説明いろいろありがとうございます。

指標を決めるのもかなりコストがかかるということで、そのコストをかけてまでやらなければいけないことなのかなというところで疑問を持ちました。常識的な値段で売るということを各社さんでやっていただけないものかなというふうに思っています。

あと、実際に端末を売っているのは代理店さんだと思います。端末の仕入値はキャリアのほうが決めていると思うので、仕入れ値を下回るような金額で売るということを代理店さんが選択していらっしゃるという話になってくるかなと思います。

この端末の価格が、こういう1円で売っても代理店さんはあまりダメージを受けないような手数料体系になっているのかどうかというのが気になるころではあります。代理店の手数料体系って、いろいろ改革していただいていると思いますが、その辺りから手をつけることはできないのかなというふうに思いました。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。今の西村さんの御発言は、コメントということで受け止めさせていただいてよろしいでしょうか。

【西村（真）構成員】 はい、大丈夫です。

【新美主査】 それでは、非常に熱心な御議論と丁寧な御回答をいただいたと思います。相田さんと長田さんがおっしゃったように、もともとの出発点は、通信サービスの財源が端末の安値競争に流し込まれるのは避けたいというのが本来の目的ということで、これは非常に大前提ではありますけれども、行政による、ある意味でコントロールをするためには何らかの指標が必要だということで、総務省の案である今の規制の内容と、それに対する対案・改善案が各社さんから出されたというふうに私は理解しております。

通信サービスの財源をそちらに流し込まないための外形的な標準はどの辺が一番妥当なのかという観点で、今後、議論を進めていただきたいと思います。

それから、中古端末のいわゆる市場価格をもって何らかの形で歯止めをかけたいというのも非常によく分かりますし、中古車、自動車の業界ではそういうことができている。ただ、それもレッドブックという、ある意味で極めて信頼におけるものが形成されておりますので、そういうものが携帯端末でもできるのかということが課題になってくるような気もいたします。

その辺は、各社さんがおっしゃったように、どういうものをベンチマークにするのかというのは、今後もう少し詳しく議論していく必要があるかと思っております。

非常に参考になる、熱心な御議論をいただきましてありがとうございました。

それでは、第1部は以上にさせていただきたいと思います。

続きまして第2部に移りたいと思いますが、事務局に伺います、このまま第2部に移ってもよろしいでしょうか。

【望月料金サービス課課長補佐】 はい、このまま第2部のヒアリングに移っていただければと思います。どうぞよろしく願いいたします。

【新美主査】 それでは第2部、「『電気通信事業法の一部を改正する法律の趣旨等に沿った公正な競争環境の確保に向けた取組についての要請』に関する対応状況の報告」関係について、事業者の皆様から御説明をいただきたいと思います。

順序は先ほどと同様でございますが、発表者が若干変わるということでございます。

まずはNTTドコモの経営企画部 料金企画室長の大橋様から御説明をいただきたいと思います。どうぞよろしく願いします。

【NTTドコモ】 NTTドコモの大橋でございます。それでは、資料2-2-1に基づきまして、電気通信事業法の要請に関する対応状況につきまして御報告いたします。

右下1ページを御覧ください。こちらが当社の取組をお示ししたものでございます。

一部要点を絞って御説明いたしますが、まず大きなものとして、店頭の商品について、セット販売のケースと端末単体で販売する場合の価格を併記するといったものについて、全てのポスター等の広告物を11月の中旬までに新しいものに変えるということで完了しております。

少し前後して申し訳ございませんが、2ページにその具体的なイメージをお示ししてございまして、左側が店頭の商品、右側がプライスカードと申しまして、端末の近くに価格を表示するというものでございまして、左側は10月末まで、右側は11月11日までに差し替えが完了してございます。

1ページ戻っていただきまして、キャリア独自の覆面調査を行っております。こちらも10月末までに完了するというところで、全店舗に対して実施をしているところでございます。

最後、一番下になりますが、1人1台のシステム制御ということで、当社の端末割引につきましては原則1人1台までという制限を設けておりますが、これまで箱に名前を書いていただく等、いろいろな工夫をしていたところでございますけれども、購入時にシステムに情報を登録いただくことで割引を行うということにいたしまして、8月の下旬から、

システム的に2回目の購入が検知できるような形にしておりまして、これによって、転売対策が実効性のあるものとして機能し始めていると考えてございます。

右下3ページでございますが、キャリアの独自で行った覆面調査の結果でございます。残念ながらやはり違反と疑わしき事案が幾つか検出されておりまして、その要因といたしましては、スタッフの認識誤りや誤案内、もしくは量販店の社員以外の者が応対した際に誤った案内をするといったことが生じておりますので、改めて全店舗への指導や、スタッフ向けのeラーニング等を行っているところでございます。

4ページでございますが、こちらが1人1台のシステム対応のところでございますが、今年の8月から導入しておりまして、白ROM割の適用率が減少するという形で、すなわち転売目的の購入が減っているというふうに考えられると思っておりますけれども、効果が出ているものと考えております。

御説明は以上でございます。

**【新美主査】** 説明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。よろしくお願いいたします。

**【KDDI】** KDDIの山本でございます。それでは資料2-2-2で御説明させていただきます。

弊社の御説明でございますが、目次のところ、3点ございます。

まずは1点目でございますが、スライドの4をおめくりください。こちらが27条の3の規律の遵守に関する取組の一覧でございます。

この違反事例の周知、あるいは共有といったものを、全社員ですとか営業研修ですとか、あるいは代理店様に対する研修をeラーニングなどを通じまして、これをしっかりと周知・共有すると。

それから、営業施策を考える営業部門から、この制度担当である私どもに対して、この施策が大丈夫なのかどうか、こういったものをしっかり全件確認すると。本当に抜け・漏れがないように、これは本当に大丈夫だとか、これは駄目だとか、これは大丈夫だとか、こういったことをしっかりと指さし確認をしながら、そういった取組もしつつ、こういった違反事例の共有などの周知徹底を図っているところでございます。

続きましてスライドの5でございますが、こちらは独自の覆面調査で、弊社の場合は今年度内に新たに開始する予定で、今、準備を進めているところでございます。

それからスライドの6をおめくりください。こちらは、先ほども申しあげましたように情報の共有で、不適切な事例等があった場合に、これは当該店舗に対してまずは事実確認をしっかりとすると。それから再発防止を徹底するということと、それから、先ほど申しあげました研修、あるいは説明会の全社対応、個別店舗対応、両面からしっかりと徹底を図っているというところでございます。

続きましてスライドの7でございます。こちらは店頭広告物で、お客様がしっかりと認知できるような形で情報をお出しすると。特に単体購入、あるいは在庫の表示、これがしっかりと分かるように、お客様に対する、端末のみの御購入、それから他社からの乗換えの場合の料金の表示、これがはっきりと分かりやすい形で、単体購入の場合は幾らということが分かるように、分かりやすく表示を説明する。

これは、実は12月1日ですので、もう間もなくこの新しいフォーマットに切り替える予定を、準備を進めております。

あと在庫のところも、この端末の単体購入というものがしっかりと、これは全ての在庫が機種のみ購入、単体販売でも対応できますということもしっかりと明示をさせていただいているところでございます。

続きまして2つ目、端末購入プログラムに関する取組でございます。スライドの10をおめくりください。

この端末購入プログラムは回線契約が条件でないということをお客様に御案内するということで、ホームページや、あるいはテレビCMで、このロゴの付近に、回線契約がなくてもオーケーであるということをお客様にしっかりと表示するようにしております。

スライドの11でございます。お客様に対して直接個別に周知すると。回線解約後も特典利用が可能であるということをお客様のウェブサイトや、あるいは機種変更のタイミングが来るお客様に対して個別に御案内をするということを努めています。

それから最後は、転売ヤーに関する取組でございます。スライドの13でございます。

私ども、これも販売代理店様と協力をして、下記3点の取組をしております。1つ目は本人確認、これをしっかりと取るということです。もう一つは、お一人様1台限りの運用。3点目は、化粧箱ですね、これを開封して電源を入れる確認といったものをしております。

それから、これは代理店様に対して、これは「転売行為反対」という店頭広告物を、ひな形を右側にお示ししておりますが、こういったものを大きく表示しているという取組をしているところでございます。

弊社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、続きましてソフトバンクの吉岡様と大平様から説明いただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

【ソフトバンク】 資料2-2-3を御覧ください。1ページ目がアジェンダでございます。

3ページ目を御覧ください。こちらに、事業法第27条3の規律の遵守ということで、これに向けて行っている各対策を列挙しております。

1番目、店頭広告物への記載ということで、これは次の4ページ目に実際のポスターの例を載せておりますけれども、こちらにありますように、通信契約とセットのときの価格と、端末単体で購入されるときに価格を同じ大きさ、フォントの大きさに記載して、決して誤解のないようにというポスターを今ちょうど導入しているところでして、今月中をめどに全店舗に展開する予定でおります。

また、ここには、回線セットもしくは端末単体で在庫を分けていないということも記載しております。

3ページ目に戻っていただいて、中身、一個一個は説明はしませんが、代理店やスタッフへの周知、研修、指導の徹底や、また、以前からやっておりますけれども、独自の覆面調査の実施なども行っております。

また、端末の単体販売に関しての手数料の支払いや、代理店評価への反映ということも行って、構造的にそういうことが起こりにくい体制というのをつくっていております。

5ページ目に、実際に代理店様に向けて出している注意の書面を載せております。こちらは構成員限りとさせていただきます。

続きまして6ページ目以降で、端末購入プログラムに関する取組について説明しております。こちらにも以前から御指摘はいただいておりますので、こちらのプログラムが回線契約なしでも利用できるということに関して、様々な媒体で周知を行っております。

また、そういうことがきちんと行われているかどうかということに関して覆面調査を行うとか、あるいは、代理店さんから、店頭でちゃんとそれを掲示しているということを写真で送っていただくとか、そういったような取組を行っております。

その具体例が8ページ目、そして9ページ目辺りに載せておりますので、御覧ください。最後10ページ目からで、転売対策です。こちらにつきましては、先ほどの2社さんも

ございましたけれども、顧客管理システムで1人1台までしか割引ができないということをシステム実装しておりますので、2台目を買おうとしたときにはもう割引ができないというふうなことをシステムで対応しております。こういうことによりまして一定の効果が得られているというのは、現場からの声として上がっております。

また、不適切な乗換え対応につきましては、代理店やスタッフへの注意喚起、研修などを行うことによって、そういうことを実施しないようにという周知を行っております。実際にその周知を行った文書を掲示しております。

弊社からの説明は以上になります。

**【新美主査】** 説明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の、これも小田様のほうでよろしいでしょうか、御説明いただきたいと思えます。よろしく申し上げます。

**【楽天モバイル】** 楽天モバイル、小田から御説明させていただきます。

資料2-2-4で御説明させていただきます。1ページ目をお開きください。要請にて求められております3つの事項に沿って、当社取組を御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。2ページ目でございます。端末の大幅な安値販売に関する措置について、当社取組を御説明させていただきます。

まず、店頭在庫に関してですが、当社は単体購入用とセット購入用との在庫区分は行っておりませんで、また、その区分を利用した販売拒否も行っていないということになります。

また、店頭の広告物については、要請をいただいた時点で掲示されていた広告物を含めまして、図の左側に記載されている対応を行いまして、表示を改善しておりますという状況でございます。

次のページをお願いいたします。3ページ目でございます。販売代理店やスタッフに対する教育についてです。

当社は、スタッフ向けマニュアルの更新や研修等を行うことで、スタッフの法令遵守に関する理解促進や接客向上に努めております。

次のページに行きまして、4ページ目でございます。当社におけるコンプライアンス強化に向けた取組について御説明させていただきます。

当社は、2022年8月1日付で「販売代理店の業務の一層の適正性確保に向けた指導等の措置の実施について」といった要請もいただきましたので、これも踏まえまして、当

社自ら実施する覆面調査の実施等によりまして、コンプライアンス強化に向けた取組を実施してございます。

また、リスクマネジメントにおける3ラインディフェンスの概念を適用しまして、複数の視点でコンプライアンス違反の検知・指導・監査・対策を行うことにより、改善につなげる体制を構築してございます。

以降、構成員限りのページが続きますので飛ばしまして、8ページ目でございます。当社の手数料、それから奨励金等の評価指標につきまして御説明させていただきます。

当社はポートイン指標の設定を行っておりません。また、端末販売時の手数料につきましても、回線契約の有無を問わず全て同額に設定してございます。

そのため、ポートイン獲得競争が起こりにくく、また、端末単体の販売拒否にもつながりにくいといった手数料・奨励金等の体系になってございます。

次のページをお願いいたします。9ページ目でございます。

ここでは、端末工事プログラムの提供条件に関する理解度向上に向けた取組について御説明をさせていただきます。

当社においては、端末購入プログラムが非回線契約者にも提供可能であることについて、より正確な説明・周知を徹底してまいります。

具体的には、ウェブサイトにおきまして、左側に掲げておりますイメージのように、「プラン申込みがなくてもOK」という文言をロゴに合わせて表示するという対応を実施してございます。

また、右のページにありますように、スマートフォンの小さい画面の上でもお客様が確認いただけるような文字サイズで、プランの申込みがなくても御利用いただける旨を同様に説明するといったことを行ってまいります。

次のページをお願いいたします。10ページ目でございます。前のページで御説明した内容を含めまして、当社の取組を一覧でお示ししてございます。

一つ一つの御説明は割愛いたしますが、メディアへの周知や、国民生活センター様への御説明等も含めまして、理解度向上に向けて様々な取組を進めているところでございます。

次のページをお願いいたします。最後、11ページ目でございます。最後に、転売ヤーに対する当社の取組について御説明をさせていただきます。

当社では、端末購入に対する利益提供については、購入から一定期間経過後に、現金ではなく楽天ポイントを付与するといった取組を行ってございます。これによりまして、転

売ヤーにおける転売意欲は一定低下するものというふうを考えておりまして、これが購入後の即時転売抑止に寄与するのではないかと考えているところでございます。

また、特定の端末につきましては、ウェブサイトから申し込まれたお客様は店舗受取り限定としまして、その場で開封や、ネットワーク接続を行うといった取組、転売目的の複数台購入を抑止する観点から、1人につき1台までの購入制限をするといった取組を実施してございます。

当社からの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、ただいま4社様から御説明いただきましたが、この点につきまして質疑等の御発言を御希望の方はチャット欄にて御指示いただければと思います。指名させていただきます。どうぞよろしく申し上げます。

それでは大谷さん、どうぞ御発言をお願いします。

**【大谷構成員】** ありがとうございます。大谷です。いろいろ各社でお取り組みいただいている内容というのを詳細に御説明いただきまして、イメージできたところです。

NTTドコモのほうで、転売ヤー対策として1人1台のシステム制御をするとともに、本人確認と外箱への氏名の記入等の対応を取られているということで、この氏名の記入については転売ヤーの抑制についてかなり効果があるというふうに聞いておりまして、それ以外の各社で、このような氏名を記入するといったことを取組を、よい点はまねていただいてもいいかなと思っているのですけれども、そのような取組を既に始められているとか、あるいはこれから進めていくといったところがあるのか、それともそれが難しいので別の方法を考えているというようなことであるとか、各社から御紹介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。それでは、外箱への氏名記入等について、ドコモさん以外の各社さんはどうお考えかという御質問でございますので、まずはKDDIさん、いかがでしょうか。

**【KDDI】** KDDIの橋本から回答させていただきます。転売ヤー対策につきましては、弊社のほうではシステム対応に加えて、化粧箱の開封や電源の確認をしております、代理店様からお話を聞いている限りだと、特にシステム化後については結構効果があったといったことをお伺いしておりますので、基本的にはこの対策を続けさせていただいて、さらなる効果的な施策があるのであれば、そこは販売代理店様と協力しながら、転売

ヤー撲滅に向けて引き続き取り組んでまいりた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。当社でも、プレゼンの中では触れなかったのですが、箱を開封して動作確認といったようなことは行っておりますし、もちろん本人確認もやっております。

それに加えて、先ほども触れましたが、1人1台しか割引ができないということをシステムで制御しております、これによってかなり効果が出ているという評価をしております。

ドコモ様が実施している、名前を書くということにつきましても、一応検討はしたのですが、まず、一旦はこの現状の対策でかなり効果が出ているだろうということで、今のところはそこまでということです。

今後、もし転売問題がもっと起こるようであれば、追加の対策というのも引き続き考えていこうと思います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

楽天さんはいかがでしょう。

**【楽天モバイル】** 楽天モバイルでございます。当社におきましても、取組といたしましてネットワークの接続確認ですとか、オンラインで購入された方々に関しても店舗受取り限定とするですとか、システムで一人様1台限りといった制限をかけるという取組を、現在行っております。これらで一定成果が上がっていると評価しておりますので、端末箱に名前を書くといった対応については、今のところは考えてございません。

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、構成員の方、ほかに御発言の御希望ございませんでしょうか。

よろしいでしょうか。まだ若干時間が残っておりますが、本日は非常に丁寧な御説明と、一部の関係でとても熱心な御議論をさせていただきました。

私の本日のヒアリングに際しての感想ですけれども、各社さん非常に真摯に対応してくださっていると思っております。

ただ、社会・経済的な状況変化が、今までの事業法の規制だけで十分なのかどうか、あるいはそれがうまく機能するのかどうかということで若干の状況変化が生じているということは、今日の御報告で明らかになってきたのではないかという印象を受けました。

この点につきまして、各社さんがそれぞれ知恵を絞って対応されていると思いますが、それぞれの情報交換も踏まえ、また構成員の皆様のお知恵も借りて、次なるよりよい施策を考えるチャンスになったのではないかと考えております。

時間はまだありますけれども、熱心に御議論いただいたので、この辺りで質疑応答は終わりたいと思います。

後でもう少し議論したいことが出てくるかもしれませんが、構成員から追加質問等があった場合は、各社さんには改めて御対応いただきますようお願いをしたいと思います。

構成員の皆様には、本日のヒアリングに関して追加質問がある場合には、大変ショートノーティスで申し訳ありませんが、12月2日の17時までに事務局にお寄せいただければと存じております。

本日の議事は以上とさせていただきます。

最後に、事務局から連絡事項がございましたら、どうぞよろしく申し上げます。

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

先ほど新美主査からも御案内がありましたが、本日のヒアリングの発表内容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皆様にもメールにて御連絡を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、事務局から御連絡差し上げるとともに、総務省ホームページに開催案内を掲載いたします。

事務局からは以上です。

**【新美主査】** それでは、本日はこれにて閉会にしたいと思います。

丁寧な御説明と熱心な御議論、大変ありがとうございました。これにて失礼いたします。また次回、よろしくお願いいたします。

以上