

競争ルールの検証に関するWG（第38回） ご説明資料

事業法第27条の3に係る施行3年経過後の検討について



2023年1月30日
株式会社インターネットイニシアティブ

Ongoing Innovation

■事業法第27条の3に係る施行3年経過後の検討について

1. 通信料金と端末代金の完全分離に係る法改正の効果と課題について

⇒ 1-1. 端末の過度な安値販売による課題

2. その他、モバイル市場における公正競争確保に関する課題について

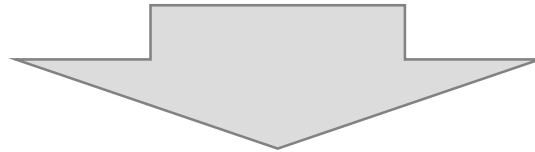
⇒ 2-1. モバイル市場の競争の促進

⇒ 2-2. 端末の対照価格についての課題

⇒ 2-3. プラン変更についての課題

1-1. 端末の過度な安値販売による課題（1 / 3）

- 2019年10月に施行された改正電気通信事業法の柱の一つである「**通信料金と端末代金の完全分離**」については、**回線契約に係らない端末単体割引等により、端末の過度な安値販売といった課題**があると理解。それにより、以下のような問題が発生
- **弊害をもたらす恐れのある懸念等**（総務省「競争ルールの検証に関する報告書 2022（2022年9月）」より抜粋）
 - いわゆる「**転売ヤー**」問題を生じさせる
 - MVNO が淘汰され、**MNO による寡占状態**が強まる
 - 端末を買い換える利用者だけが過度な利益を享受する、利用者間の不公平
 - 投資余力が削がれ、中長期的な電気通信市場全体の発達の阻害要因
 - 特定端末メーカーへの割引による端末メーカー間の競争の歪み
 - 中古端末よりも安く販売される

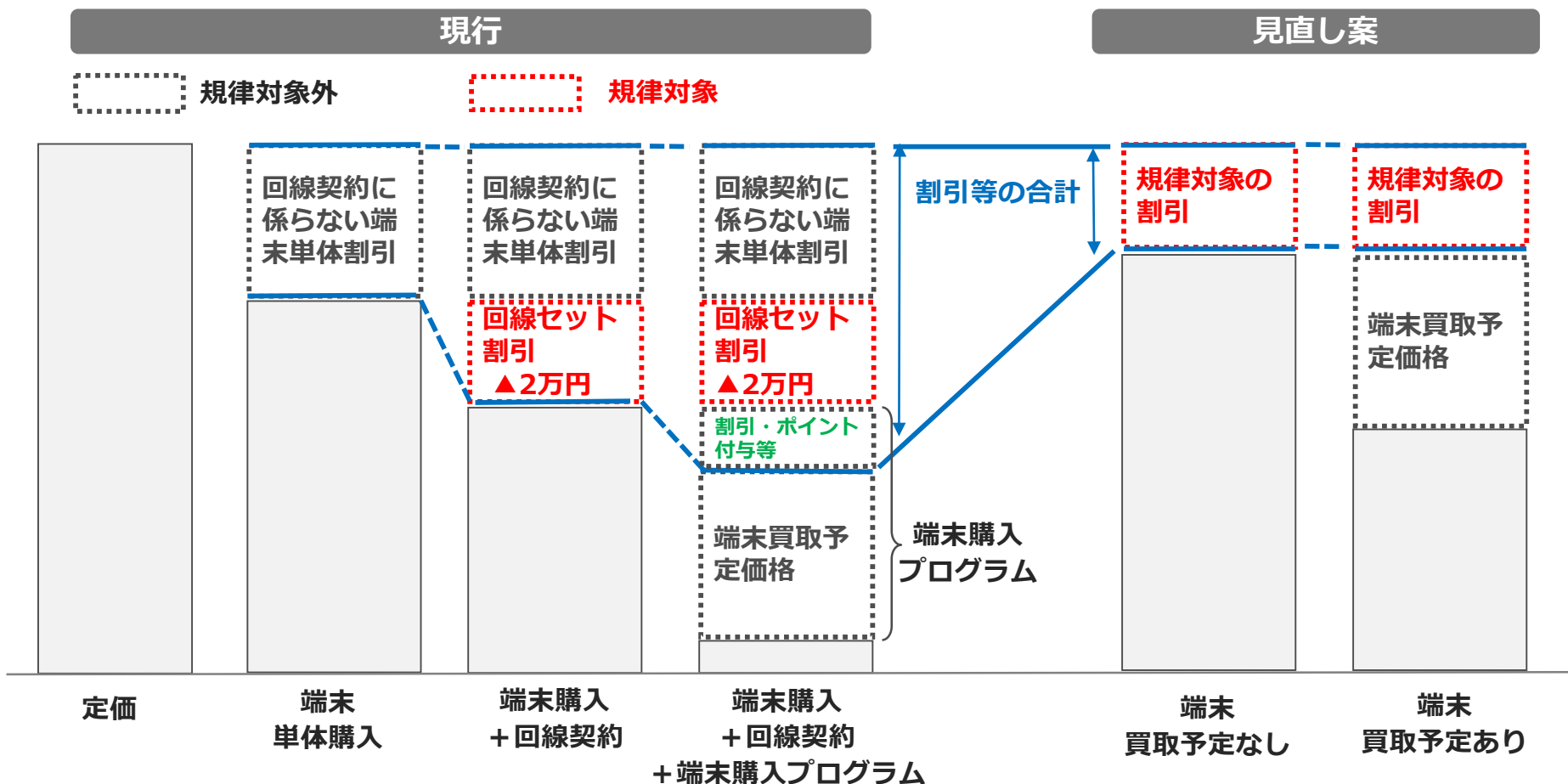


- 事業法改正の目的は、端末代金の値引き等について一定の厳しい上限を定め「**通信料金収入を原資とする過度の端末代金の値引き等の誘引に頼った競争慣行について2年を目途に根絶**」することとし、「**通信市場・端末市場の双方における競争がより働く**」※ようにすること
- 端末の過度な安値販売の是正には、**規律の見直しが必要**と考える

（※出典：総務省「電気通信事業法の一部を改正する法律によるモバイル市場の公正な競争環境の整備に関する基本的考え方（2019年8月）」より抜粋）

1-1. 端末の過度な安値販売による課題（2 / 3）

- 回線契約に係らない端末単体割引等により、過度な安値販売を実施している状況を踏まえれば、**回線契約とセットか問わず割引等の上限額を設定する必要がある**のではないかと
- 端末購入プログラムにおいて、2年後の**買取等予定価格を上回る割引等**を行っている場合は、それも**規律対象の割引の上限額に含めないと抜け道になる可能性**があるのではないかと



1-1. 端末の過度な安値販売による課題（3 / 3）

- 2019年10月の事業法改正に向けて「モバイル市場の競争環境に関する研究会」での検討においては、**今後の市場環境の変化等を踏まえたうえで「上限2万円」を設定したものと理解**
- 規律対象の割引の上限額を**直ちに**見直す理由はないが、**回線契約に係らない端末単体割引等をこの枠に含める**対応をすべき

規律対象の割引の上限額		
一律	2万円	上限

- 一部のMNOが提案した中古端末の販売価格や買取価格をベンチマークとして**割引等の上限額を緩和（上限2万円超）**することについては、上述の通り緩和する理由が無いと考える
- 加えて、以下の**問題がある**のではないかと
 - 割引等の上限は可変になることから、規制に係る事業者の運用コストが大きくなり対応困難
 - 中古端末より安い価格 または 同水準価格での販売が可能であるため中古端末市場への影響が懸念
 - 規律を遵守すること自体が困難になる懸念（抜け道ができイタチごっこになる懸念）

- 2019年10月に施行された改正電気通信事業法では、**MNO及びMNOの特定関係法人、利用者数の割合が0.7%（利用者数約100万）を超えるMVNO**について、競争への影響が少なくないものとして、**禁止行為規制の対象事業者**に指定
- 施行時には事業規模に限らず一定量の利用者数を保有する事業者として指定を受ける立場の中で競争環境の適正化に寄与できると考えていた
施行後から現在まで、**規律の遵守を徹底することで競争環境の適正化に向け努力してきた**
- 2019年10月の事業法改正以降、**規律違反による行政指導の多くはMNOに対するものであると認識**（総務省HPより）
 - **事業法27条の3に関連した指導状況（総務省HP：報道一覧より抜粋（2019年10月以降））**
 - 2020年3月6日
不適切な端末代金の値引きの適正化に関するKDDI株式会社及び同社の販売代理店26社への指導等
 - 2020年5月29日
不適切な端末代金の値引きの適正化に関する株式会社NTTドコモ及び同社の販売代理店70社への指導
 - 2020年9月11日
不適切な端末代金の値引きの適正化に関する楽天モバイル株式会社への指導
 - 2021年11月12日
「電気通信事業法第27条の3等の運用に関するガイドライン」及び関係法令の理解・遵守の徹底について（指導）
 - 2022年12月16日
不適切な端末代金の値引きの適正化に関するKDDI株式会社に対する行政指導
 - 2022年12月16日
不適切な端末代金の値引きの適正化に関する株式会社ポスト及びKDDI株式会社に対する行政指導

- 当社は、以下のような取組みを継続的に実施し、規律の遵守に向けた努力をしているが、MNO各社と比較して、事業規模の小さい当社のような事業者では、**規制に伴う人的コスト、時間的コスト等が高く非常に大きな負担**になっているばかりか、**機動的なマーケティングの機会を喪失**させることも
 - 当社の取組み事例
 - 規律の基本的な内容について、関連社員向けに勉強会等を実施
 - 事例を挙げ規律に違反しているか理解度テストを実施
 - 検討施策について、規律違反となる条件等が無いか事前に全件確認 等
- 事業法改正以降の市場の状況とMVNOの規律の遵守に向けた対応を評価した場合、MVNOにおいては、規制がもたらす市場への**効果（便益）**と事業者に係る**費用（負担）のバランスは合っているか**
- 規制がもたらす**効果（便益）**と**費用（負担）**のバランスを鑑みると、禁止行為規制の対象となる**MVNOの利用者数の割合を引き上げる見直しが必要**と考える
- 軽減されたコストは、5GSA時代に期待される「多種多様な利活用シーンにあわせた魅力的なサービスの提供実現」に向け尽力し、新時代における更なる**モバイル市場の競争の促進・活性化**の一役を担うMVNOとなるべく邁進する所存

2-1.モバイル市場の競争の促進（3 / 3）

- MNOおよびMNOの特定関係法人においては、競争への影響が少ないとは考えられないことから、引き続き禁止行為規制の対象事業者とすることが適当
- MVNOにおいては、禁止行為規制の与える負の影響（規制コスト）を鑑み、モバイル市場の競争をより一層促進・活性化させるため、**利用者数の割合3%（利用者数約500万）を超えるものを対象**とするとしてはどうか（MNO第4位の契約規模、クーパマンの目標値を参考）

現行



規律対象事業者

MNO	MVNO	
MNO4社	MNOの 特定関係法人	シェア <u>0.7%超</u> のMVNO
		シェア <u>0.7%以下</u> のMVNO

見直し案

MNO	MVNO	
MNO4社	MNOの 特定関係法人	シェア <u>3%超</u> の MVNO
		シェア <u>3%以下</u> のMVNO

2-1.モバイル市場の競争の促進（参考）

■ クープマンの目標値

「ランチェスター戦略モデル式」により作られた市場シェア理論

目標値の名称	市場占有率	シェア状況
独占的市場シェア（上限目標値）	73.9%	優位独占の状態、業界をコントロールできる立ち位置にあり、短期間でトップが他社と入れ替わる現象が起きにくい状況
相対的安定シェア（安定目標値）	41.7%	安定的トップシェア目標としてよく挙げられる数値
市場的影響シェア（下限目標値）	26.1%	他社に対する十分な影響力を有し、業界によってはトップに位置できるシェア率
並列的上位シェア	19.3%	複数の企業が拮抗している状況で、どの企業も安定したトップ企業の位置を確立できていない状態
市場認知シェア（影響目標値）	10.9%	顧客から認知され、競合他社からも認識されていることを示す目安の数値
市場存在シェア（存在目標値）	6.8%	市場で存在が許される目安の数値
市場橋頭堡シェア	2.8%	市場参入への足がかりを得た状況

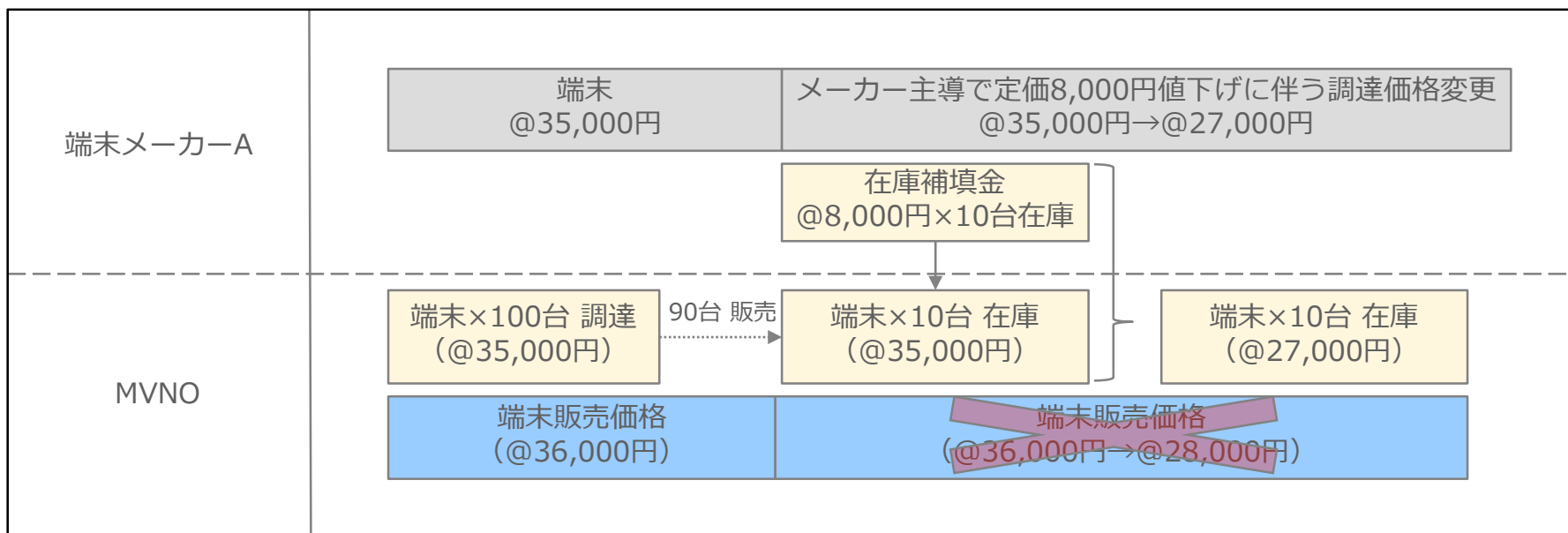
参考：（株）シナプス <https://cyber-synapse.com/dictionary/ja-ka/market-share-targets.html>、
GMOリサーチ（株） <https://gmo-research.jp/research-column/market-share> を参考に当社にて作成

2-2. 端末の対照価格についての課題①「端末メーカー主導の在庫補填金」

■ 端末メーカーからの在庫補填金による調達価格の変更

- 主にMVNOで取り扱うSIMフリースマートフォンは、ライフサイクルが短く、端末メーカー主導の値下げが発生することがある
その際、端末メーカー側から在庫に対して販売価格値下げに対応するための「在庫補填金」が支払われる場合がある
- しかし、現行の規律では「調達価格は取得価額」となっており、**在庫補填金による在庫端末に対する取得価額変更（値下げ）は認められない**ため、量販店等の他の端末販売業者では行うことができる**柔軟な端末メーカー主導の値下げに対応することが困難**になっている

■ 端末メーカー主導の「在庫補填金」による調達価格の変更が可能となるよう要望したい



2-2.端末の対照価格についての課題②「端末価格以外の費用」

■ 端末販売価格からの端末価格以外の費用（キッティング作業費用等）の考え方

- 同端末を、販路A（例：個人向け携帯電話サービス（規律対象役務））と販路B（例：法人向け契約約款によらない役務（規律対象外役務））に提供する際に、販路B向けに追加で端末価格以外のコスト（キッティング作業費用等）がかかる場合がある
- 端末価格以外のコストは、「①端末調達後に作業費用が発生」と「②メーカーからの端末調達価格に作業費用込み」の2通り考えられるが、いずれの場合においても端末調達以外の作業費用も含めた端末販売価格とするのが一般的
- 規律対象外役務である販路B向けの端末販売価格が「対照価格」となるため、販路Aでは端末販売価格より一切の割引（利益提供）をしていない状態でも、販路Bの端末販売価格との差額が規律対象の2万円上限の利益提供とみなされる

■ 規律対象外役務での端末販売価格は、「対照価格（またその元となる調達価格および取得価額）」の考え方から除外を要望したい

販路A（例：個人向け携帯電話サービス）	販路B（例：法人向け契約約款によらない役務）	
端末調達 × 1,000台 @35,000円	① 端末調達 × 100台 @35,000円 販路向けキッティング作業 @5,000円	② 端末調達 × 100台 @40,000円 販路向けキッティング作業 @5,000円込み
	or	
端末販売利益 @1,000円	端末販売利益 @1,000円	
↓	↓	
端末販売価格 @36,000円	端末販売価格 @41,000円 対照価格	
➤ 対照価格は、販路Bの一番高い端末販売価格（@41,000円）となり、販路Aでの販売時点で【差額の5,000円は利益提供】とみなされ、販路Aでは残り15,000円の利益提供しかできない		

2-3.プラン変更についての課題（1 / 2）

- 現行の規律では、**プラン変更は「同一の電気通信事業者が提供する別の料金プランに変更すること」という定義**になっている
- 改正法施行後、MNOへのグループ内MVNO統合やサブブランド化、オンライン限定ブランドが進行しており、現行規律では**同一事業者のブランド間の移行も「プラン変更」とみなされる**

	メインブランド	オンライン限定ブランド	サブブランド	MVNO
NTTドコモ	docomoブランド（ギガホ・ギガライト等）	ahamo		
KDDI	auブランド（使い放題MAX 5G/4G等）	povo、povo 2.0	UQモバイル	
ソフトバンク	ソフトバンクブランド（メリハリ無制限・ミニフィットプラン・スマホデビュープラン等）	LINEMO	ワイモバイル	旧LINEモバイルプラン（※新規受付停止）
楽天モバイル	MNOプラン（Rakuten UN-LIMIT Ⅶ）			旧MVNOプラン（※新規受付停止）

- 「新規契約」と「プラン変更」を対象とした同条件での利益の提供は、**通信料金の割引の禁止・利益提供2万円上限の規律から除外**されるため、同一MNO内のブランド間で**ロックイン効果と誘因力強化が懸念される**
 - 「プラン変更」の定義を、**「同一の電気通信事業者が提供する同一ブランド内の別の料金プランに変更すること」に変更することを要望したい**
- 【施策例】
- 条件：サブブランドの料金プランへの加入
 - 対象：新規契約（新規/MNPでサブブランドの料金プランに加入）、
プラン変更（メインブランド、オンライン限定ブランド、自社MVNOからサブブランドの料金プランに加入）
 - 利益の提供：13か月間通信料金を割引
⇒27条の3の規律対象外となるため通信料金の割引が可能

Lead Initiative

日本のインターネットは1992年、IIJとともにはじまりました。以来、IIJグループはネットワーク社会の基盤をつくり、技術力でその発展を支えてきました。インターネットの未来を想い、新たなイノベーションに挑戦し続けていく。それは、つねに先駆者としてインターネットの可能性を切り拓いてきたIIJの、これからも変わることのない姿勢です。IIJの真ん中のIはイニシアティブ

IIJはいつもはじまりであり、未来です。



Ongoing Innovation

本書には、株式会社インターネットイニシアティブに権利の帰属する秘密情報が含まれています。本書の著作権は、当社に帰属し、日本の著作権法及び国際条約により保護されており、著作権者の事前の書面による許諾がなければ、複製・翻案・公衆送信等できません。IIJ、Internet Initiative Japanは、株式会社インターネットイニシアティブの商標または登録商標です。その他、本書に掲載されている商品名、会社名等は各会社の商号、商標または登録商標です。本文中では™、®マークは表示していません。

©2013 Internet Initiative Japan Inc. All rights reserved. 本サービスの仕様、及び本書に記載されている事柄は、将来予告なしに変更することがあります。