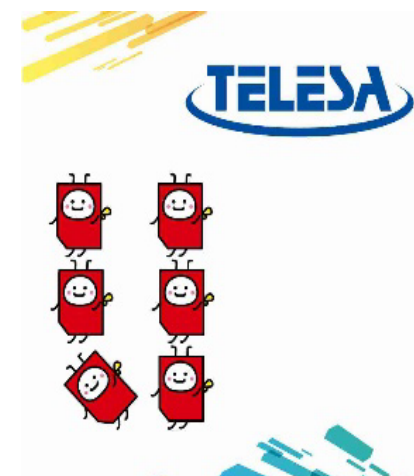


競争ルールの検証に関するWG(第38回) 事業者ヒアリング資料

2023年1月30日

一般社団法人テレコムサービス協会
MVNO委員会



しむし
MVNO委員会

- 事業法第27条の3に係る施行3年経過後の検討に向けた調査として、MVNO委員会に加盟している全MVNOへ下記項目についてアンケートを実施し、**12社より回答**を得た

1. 「通信料金と端末代金の完全分離に係る規律」の効果や見直しの必要性

2. 「行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律」の効果や見直しの必要性

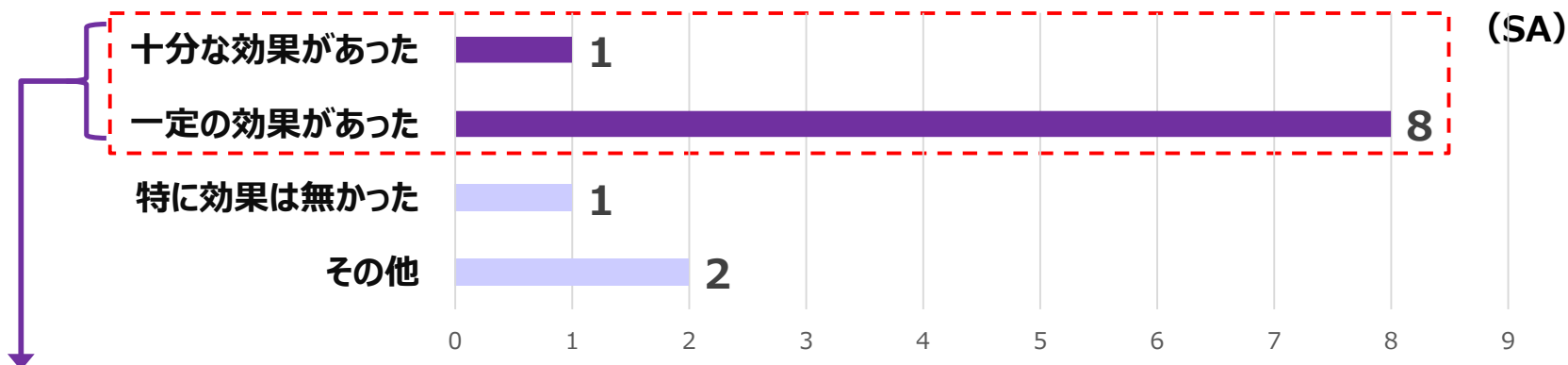
3. その他、モバイル市場における公正競争確保に関する課題等

1. 通信料金と端末代金の完全分離に係る規律について (1/3)

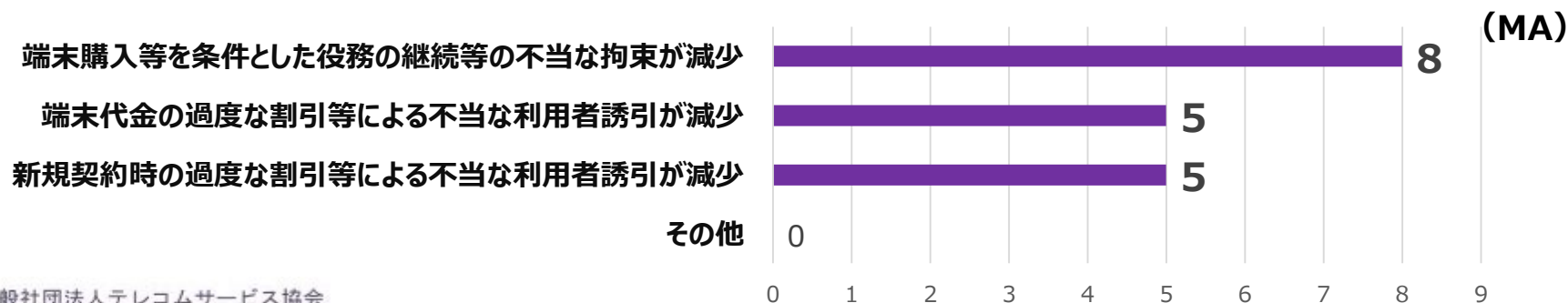
2

- 12社中9社から、「十分もしくは一定の効果があった」との回答あり
- 具体的な効果として、端末購入等を条件とした役務の継続等の不当な拘束が減少したとの回答が最も多く、次いで過度な割引等による不当な誘引が減少したとの回答となった

➤ 問：モバイル市場の競争促進や公正競争の確保に対する効果の有無について



➤ 問：具体的な効果について（効果があったと回答した社）



- その他意見として、端末の1円販売や転売に関する課題が依然として残存している点について、複数のMVNOより指摘があった

その他意見（抜粋）

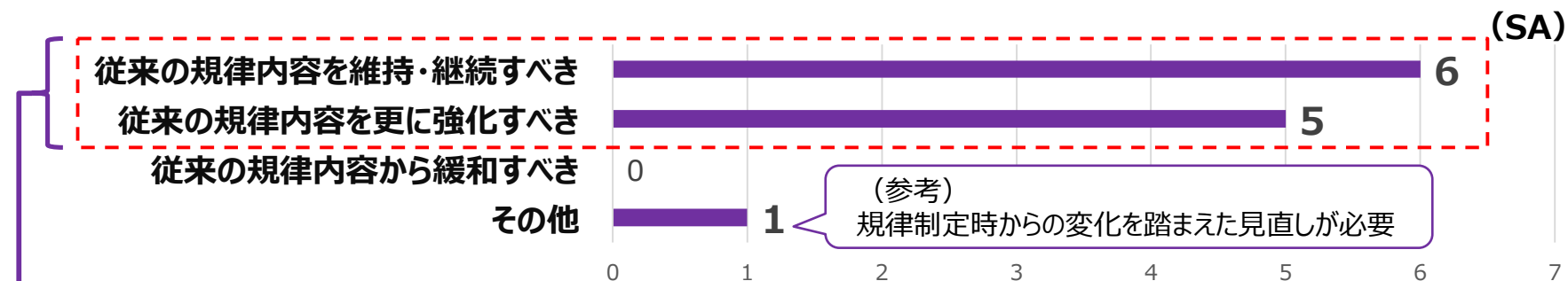
- ✓ MNOによる端末のみ購入が可能となった点がプラス効果。ただし、MNOの販売価格がメーカーからの仕入れ原価を下回る価格設定となっており、結果的に法改正以前と同様に一括1円販売が復活した。それにより転売ヤーが跋扈し、MVNOに多大なマイナス影響を与えたとともに、社会問題ともなった。
- ✓ 堂々と端末抱き合わせをしているところはなくなり、事業者間の公正はある程度効果があったと思うものの、実態として「規律逃れ」をしている店舗を指して転売目的等で契約をするユーザーが多数発生していることは事実なので、健全な市場の面で効果的であったかどうかについては迷うところ。

1. 通信料金と端末代金の完全分離に係る規律について (3/3)

4

- 端末の大幅な割引による不当誘引等の課題の解消のためには、今後も従来の規律内容の維持・継続、または更に強化すべきとの意見が多数を占める結果となった

➤ 問： 規律の見直しについて



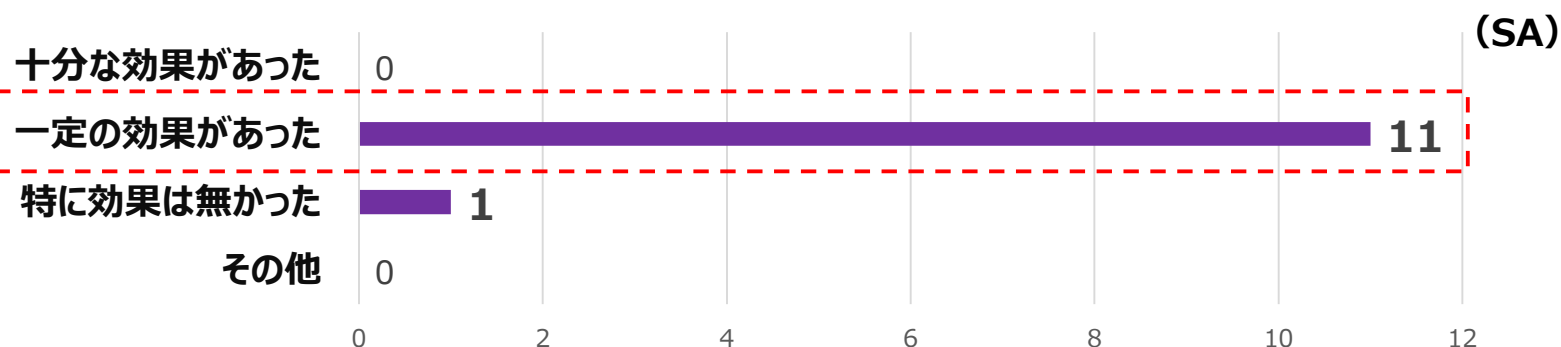
具体的な意見 (抜粋)

- ✓ 端末単体か回線契約セットかを問わず割引等の上限額を設定する必要がある
- ✓ 通信と端末の完全分離の趣旨を踏まえると、端末とのセット割引の上限額2万円は維持が必要
- ✓ 端末の廉価販売や転売ヤー問題の解消に向けた追加的な規律を設けることが望ましい
- ✓ 新規契約者を対象とした割引や還元を目的にMVNOからMNOへの乗り換えが多く見受けられる
- ✓ 代理店独自の端末割引など、本来の制度目的を形骸化するような施策への対策を講ずるべき
- ✓ 規律は市場動向や新たな課題にあわせて順次変更・追加を要望する

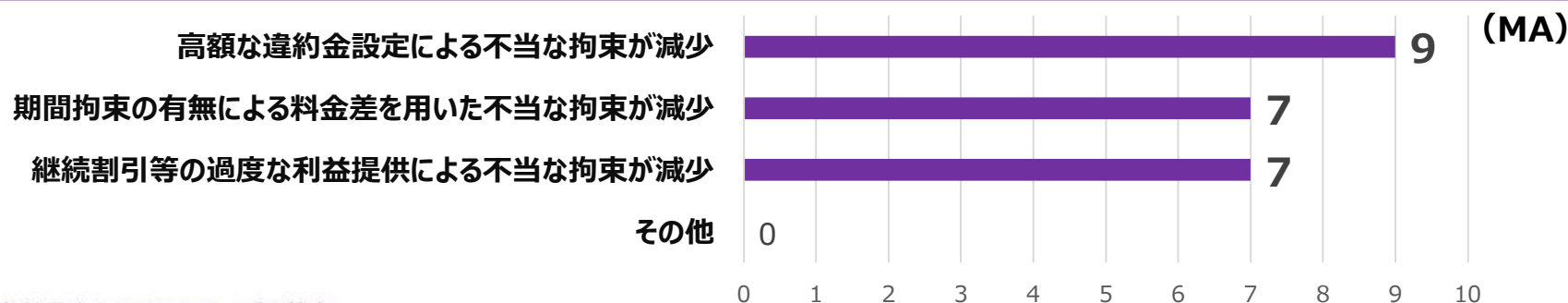
2. 行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律について（1/2）

- 12社中11社から、「一定の効果があった」との回答あり
- 具体的な効果として、高額な違約金や期間拘束、継続割引等による不当な拘束が減少しているとの回答が多数となった

➤ 問：モバイル市場の競争促進や公正競争の確保に対する効果の有無について



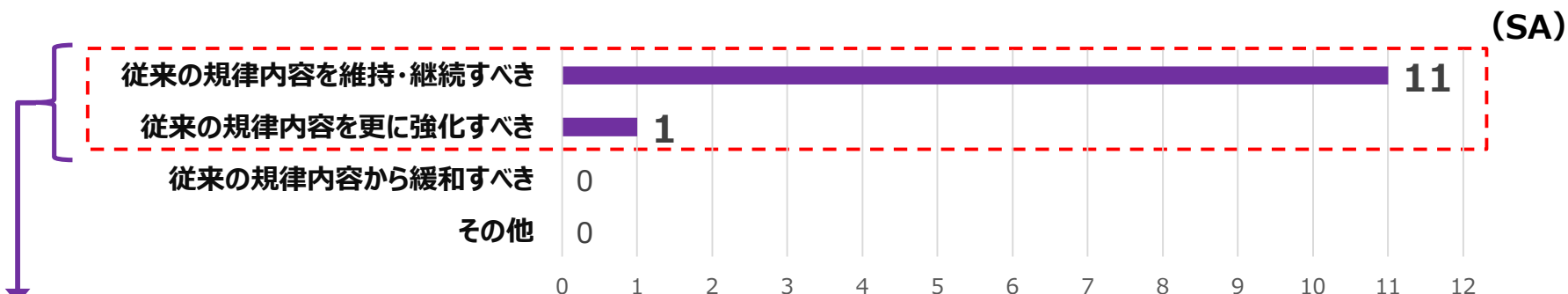
➤ 問：具体的な効果について（効果があつたと回答した社）



2. 行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律について（2/2）

- 行き過ぎた囲い込みの禁止のためには、今後も従来の規律内容の維持・継続すべきとの意見が多数を占める結果となった

➤ 問： 規律の見直しについて



具体的な意見（抜粋）

- ✓ MNO3社による規律適用以前の既往契約が解消されていない
- ✓ 規律を緩和した場合、極端な大幅値引き等で行き過ぎた囲い込みが復活するおそれがある
- ✓ サブブランドによる囲い込みが課題
- ✓ 規律は有効に機能しており、乗り換えのハードルが下がっている
- ✓ 規律によりお客さまにとって複雑な契約条件が減少
- ✓ 従来の規律内容で十分と感じており、強化・緩和すると消費者が混乱するおそれも

3. 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

7

- その他、MVNO各社からの主な意見は下記の通り

	意見内容
営業・販売	✓ 広告活動や代理店への手数料等の<u>営業コストは、新たに利用者から得られる収入より捻出できる範囲内で実施されるべき</u> ✓ <u>オンラインと比較し、店頭販売において過度な割引額等により優遇している場合は、実質に利用者の選択の制限につながる</u>ため、過度な差を設けない販売方法とすることが望ましい ✓ <u>銀行業界では、全国銀行公正取引協議会がポイントキャッシュバックに関する公正競争規約を定め独自の運用</u>しており、<u>通信業界も同様の対応</u>をされることが望ましい
運用	✓ <u>短期解約した場合にはブラックリストへ登録し再契約できない説明を行う運用</u>が行われているとの声を一部の利用者から聞き及んでおり、その場合は、<u>実質的な利用者の囲い込み</u>となる ✓ <u>端末割賦や下取りを前提とした割引による間接的な期間拘束</u>も検討が必要
その他 (競争環境等)	✓ 資本の大きな大手企業に占められていて、<u>中小の事業者に入り込む余地が乏しい</u>と感じる ✓ 現状、MNOのみがApple社との直接取引が行え、<u>MNOグループのMVNOについてもMNOを経由することで安定的にiPhoneを調達できる環境であることが想定され、MNO（MNOグループのMVNO含む）とMVNO間の競争力の差に影響</u>を及ぼしている状況と考える

一般社団法人テレコムサービス協会



- (株) アイ・オー・データ機器
- (株) アクセル
- (株) 朝日ネット
- イオンリテール (株)
- (株) インターネットイニシアティブ
- (株) インテック
- H.I.S.Mobile (株)
- (株) STNet
- エックスモバイル (株)
- NECネットエスアイ (株)
- NTTコミュニケーションズ (株)
- (株) NTTPCコミュニケーションズ
- NTTレゾナント (株)
- (株) 愛媛CATV
- (株) ALL Rise Group
- (株) オプテージ
- 兼松コミュニケーションズ (株)
- 近鉄ケーブルネットワーク (株)
- (株) コスモネット
- (株) コミュニティネットワークセンター
- (株) サジェスタム
- GMOインターネットグループ (株)
- (株) シー・ティー・ワイ
- JCOM (株)
- (株) Jストリーム
- シネックスジャパン (株)
- シャープ (株)
- (株) 情報通信総合研究所
- スターネット (株)
- スマートモバイルコミュニケーションズ (株)
- ソニーネットワークコミュニケーションズ (株)
- SORAシム (株)
- TIS (株)
- (株) ちゅピCOM
- DXHUB (株)
- (株) テレコムスクエア
- (株) TOKAIコミュニケーションズ
- トランスコスモス (株)
- (株) ドリーム・トレイン・インターネット
- (株) No.1パートナー
- ニフティ (株)
- (一社) 日本ケーブルテレビ連盟
- 日本通信 (株)
- (株) ハイホー
- (株) 日立システムズ
- ビッグロブ (株)
- 富士通 (株)
- 華為技術日本 (ファーウェイ・ジャパン)
- (株) フォーバルテレコム
- フリービット (株)
- 丸紅テレコム (株)
- 丸紅ネットワークソリューションズ (株)
- ミーク (株)
- (株) メディエーター
- (株) モバイルアーツ
- (株) U-NEXT
- LINE (株)
- 楽天モバイル (株)
- (株) ラネット
- (株) LinkLife
- (株) レキオス