

## 競争ルールの検証に関するWG（第37回）に関する追加質問事項

- 1 NTTドコモの資料2ページにスマホの端末販売に占めるセット販売比率が記載されていたが、逆にスマホの通信契約に占めるセット販売の比率の推移を教えてください。

（相田主査代理）

（KDDI 回答）

※ [ ] は構成員限り。

- ・au の新規契約時における端末とのセット販売の比率は、以下表の通り、概ね [ ] 程度であり、ほとんどのお客さまが通信契約とセットで端末購入を行っております。

| 21 年度 3Q | 21 年度 4Q | 22 年度 1Q | 22 年度 2Q |
|----------|----------|----------|----------|
| [ ]      | [ ]      | [ ]      | [ ]      |

- 2 上限2万円規制に代わる基準を設定し、運用するためには、かなりのコストがかかることが想定される。代理店が真っ当な価格で販売できるようにするためには、値引きの上限規制ではなく、むしろ手数料体系を見直すことが必要ではないかと思う。

例えば、楽天モバイルの資料2-2-4のp8では、「当社はポートイン指標の設定を行っておりません。…そのため、上限2万円規制の違反を助長しうるものではない」とある。

手数料体系を見直し、代理店が無茶な値引きをしないようにすることが最も重要だと思うが、どうか。

（西村（真）構成員）

（KDDI 回答）

- ・手数料体系・奨励金体系が上限2万円規律の違反（端末単体販売の拒否等）を助長しうるものになっていないかは、弊社においても、適宜確認し必要に応じて見直しを行っております。
- ・ただし、代理店に支払う販売奨励金や支援金等には様々なものがあり、支払われる販売奨励金や支援金をどのような用途で利用するのかは代理店に裁量があるため、手数料体系を見直すことのみをもって過度な端末値引きを抑止・根絶することは困難であると考えます。
- ・また、販売奨励金や支援金等の体系は、代理店の経営にも直結するものであるため、慎重な検討・対応が必要です。

- 3 楽天モバイルのみ継続利用割引規制の対象外とすることには各社反対ということだが、それでは、全事業者を対象外とすること（継続割引規制の撤廃）については、どのように考えるか。

継続利用割引規制は一定の囲い込み効果があることは事実だが、新規・MNP 偏重の状況を是正し、端末の大幅な値引きや無意味な乗換えをなくすためにも、撤廃することも一案かと思う。

（長田構成員）

（KDDI 回答）

- ・継続利用割引の規律は、行き過ぎた囲い込みを防止することが目的であり、当該目的に照らして意義のあるものだと考えております。
- ・ただし、弊社プレゼンでも申し上げたとおり、本来の規律意図とは異なる施策まで規律されてしまう点については、見直しが必要だと考えております。

6 KDDI 様資料 21 頁に述べられた 5G 端末切替の国支援は、4G 利用者の存在による国家的な不経済が明らかでない限り難しいと思われるが、4G 利用者の存在が負担になっている現状があるか。

(大谷構成員)

(KDDI 回答)

- ・技術の進化に伴って最新のネットワークやサービスをお客さまにご享受いただくために、新しい世代の通信規格への移行を促進し、社会・経済の発展やお客さまの利便性向上に努めるのが弊社の責務であり、新しい世代の通信規格への移行を促進することで、ネットワークの効率的な利用にも繋がり、中長期的に通信料金の低廉化等更なるお客さまの利便性向上につながるものだと考えております。
- ・また、"4G 利用者の存在による国家的な不経済"が生じているとは考えませんが、政府が進める「デジタル田園都市国家構想」の実現のためにも 5G 普及は不可欠であることから、5G 端末への切り替えを促進する 1 つの方策として、国の施策によってご支援いただく形もあるのではないかとということで今回ご提案させていただきました。
- ・なお、今般の制度見直しによって、端末流動を起こしやすい手法（※）が実現できれば、事業者の取組により、5G 端末への切り替えを促進していくことが可能になると考えております。

※例えば、5G 端末への切り替えに限って、過度な囲い込みにならない範囲で通信と端末を一体化。端末流動を促進するお客さま還元（端末値引き）の実現と、転売ヤー排除のために端末値引きを一括還元ではなく分割還元（月々に分割して端末割引を還元）できる仕組みの実現。（日本よりも 5G 普及が進む米国では、通信と端末を一体化し、役務の利用を前提とした端末割引の分割還元が一般的に行われ、手ごろな価格での端末購入が可能となっておりますが、それにより、転売ヤー等の問題が社会問題になっていることは確認できておりません）

7 KDDI 様資料 25 頁の通信モジュールの規制見直しは必要な時期に来ていると思われるが、コネクテッドカーの市場競争については、従来のカーナビや車の市場と同一とは思われないため、新たに市場環境を十分に調査したうえで、検討を行うべきではないか。

(大谷構成員)

(KDDI 回答)

- ・ご指摘のとおり、市場環境を把握することは重要だと考えます。
- ・一方、通信モジュールが事業法 27 条の 3 等の規律の対象外とされたのは、当該規律の趣旨に照らして、モバイル市場における電気通信事業者間の適正な競争関係を確保する必要があるものとして「規律することが馴染まない」からとなっております。
- ※電気通信事業法の一部を改正する法律の施行に伴う関係省令等の整備について（令和元年 6 月）  
[https://www.soumu.go.jp/main\\_content/000628680.pdf](https://www.soumu.go.jp/main_content/000628680.pdf)
- ・これは、通信モジュールにおける競争が、通信モジュールが組み込まれた物やサービスによる競争（例えば、車であればトヨタ車を購入するか、ホンダ車を購入するかといった競争）が主体であり、当該物やサービスを購入するお客さまが、購入にあたってどの通信事業者を選択するかといった競争ではないため、

スマートフォン等の携帯電話市場の競争環境とは明らかに異なるものであるからだと理解しております。

- ・コネクテッドカーの市場競争そのものは、ご指摘の通り、従来のカーナビや車の市場と同一ではない（自動運転など様々な制御技術がサービス品質を左右するため）と想定されますが、モバイル市場の競争環境という観点では、車内 Wi-Fi が可能か否かに関わらず、上述の通信モジュールにおける競争環境（通信モジュールが組み込まれた物やサービスによる競争）は変わらないものと考えております。

以上