

競争ルールの検証に関する報告書 2023

2023年9月

電気通信市場検証会議
競争ルールの検証に関するWG

目次

第1章	はじめに	1
第2章	モバイル市場の競争環境に関する検証	3
1.	報告書2022の公表以降の取組	3
(1)	報告書2022における主な提言	3
(2)	報告書2022の公表以降の総務省等における取組	4
2.	事業法第27条の3の執行状況	6
(1)	上限2万円規制に関する事項	6
(2)	既往契約の解消状況	17
3.	モバイル市場の現況と分析	22
(1)	分析の視点及び手法	22
(2)	通信市場の動向	23
(3)	端末市場の動向	48
(4)	事業者等の経営状況	62
第3章	事業法第27条の3の施行状況に関する検討	64
1.	改正法の施行状況を踏まえた見直しの基本的考え方	64
2.	通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の見直し	73
(1)	上限2万円規制に係る規律の見直し	73
(2)	上限2万円規制の例外規定の見直し	88
3.	行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律の見直し	91
4.	指定事業者の範囲に係る規律の見直し	97
5.	その他見直しが必要な事項	104
(1)	サービス利用意思を伴わない乗換えの抑止	104
(2)	販売代理店によるSIMのみ新規契約における利益の提供	106
(3)	その他規律の運用に係る見直し	109
6.	今後の見直し	111
第4章	モバイル市場等に係る課題	112
1.	乗換えコストの更なる改善	112
2.	短期解約ブラックリスト	114
3.	固定通信市場に係る課題	118
第5章	おわりに	127
	各種資料	129

第1章 はじめに

2019年5月、通信料金と端末代金の完全分離、行き過ぎた囲い込みの禁止等を中心とする電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第5号。以下「改正法」という。）が成立し、同年10月に施行された。

本WGは、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場への影響等につき評価・検証を行うことを目的として、「電気通信市場検証会議」（座長：大橋弘東京大学公共政策大学院・大学院経済学研究科教授）の下で開催するものである。

本WGでは、改正法の施行後、2020年度から継続して評価・検証を行っており、2020年10月に「競争ルールの検証に関する報告書2020」（以下「報告書2020」という。）を、2021年9月に「競争ルールの検証に関する報告書2021」（以下「報告書2021」という。）を、2022年9月に「競争ルールの検証に関する報告書2022」（以下「報告書2022」という。）を公表した。

それぞれの報告書においては、電気通信事業法（昭和59年法律第86号。以下「事業法」という。）第27条の3の執行の状況やモバイル市場の現況について分析・評価を行うとともに、スイッチングコストの低減、販売代理店の在り方、携帯端末の対応周波数、「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係、いわゆる「転売ヤー」対策といった関連する課題やモバイル市場に起因した固定通信市場における課題についても検討し、その対応策を示してきた。

関係事業者等においてこの対応策を踏まえた取組が行われた結果、モバイル市場においては、利用者がいつでも自由にニーズに合った事業者や料金プランを選べる環境が基本的にも実現し、通信料金の低廉化や料金プランの多様化も進展した。他方で、MNO3社¹の利用者が通信市場の約9割を占める寡占構造は変わらない中、MNO3社においては、携帯電話端末（以下単に「端末」という。）を大幅に値引くこと等を誘引として利用者を獲得するというビジネスモデルから未だに脱却できておらず、これに起因する課題は引き続き残っている。また、MNOとMVNOの料金水準が近接してきている中、両者が対等な条件で競争できる環境となっているかを検証することは、ますます重要となっている。

こうした市場環境の中、モバイル市場の現況を分析・評価するとともに、事業法第27条の3の規定の施行から3年が経過したことを踏まえ、その施行の状況

¹ 「MNO3社」とは、株式会社NTTドコモ（以下「NTTドコモ」という。）、KDDI株式会社（以下「KDDI」という。）及びソフトバンク株式会社（以下「ソフトバンク」という。）のことをいう。

について（第3章）、報告書2022において検証・議論を深めることとされていた固定通信市場における不当競争の検証等について検討を行った（第4章）。

今般、これらの点についての本WGにおける検証と検討の結果を「競争ルールの検証に関する報告書2023」として取りまとめ、公表する。

第2章 モバイル市場の競争環境に関する検証

1. 報告書2022の公表以降の取組

(1) 報告書2022における主な提言

報告書2022においては、報告書2020の公表以降のモバイル市場の競争環境に関する評価・検証及び同市場における個別の課題についての検討の結果として、主に次の点について提言した。

○ 上限2万円規制の遵守の徹底について（一層の徹底に向けたルール整備）

端末単体購入に対しても行う利益の提供と回線契約とのセット購入を条件とする利益の提供を組み合わせることで大幅な値引きが行われる端末について、単体購入用とセット購入用での在庫区分等を理由とした販売拒否を行わない等の措置をガイドライン等において明確化することが適当である。

○ 上限2万円規制の遵守の徹底について（販売現場での遵守の徹底に向けた措置）

販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が適正かつ合理的でなく、上限2万円規制（通信サービスと端末のセット販売を行う際の利益の提供の上限額を2万円と定めた規制をいう。以下同じ。）の違反を助長し得るような形で設定されている場合は、事業法第29条第1項第12号に該当するものとして、業務改善命令の対象となり得る旨を、ガイドラインにおいて明確化することが適当である。

○ 携帯電話端末の対応周波数等

端末メーカーに、他社の周波数に対応しないことを求めるなど、不当な干渉をしてはならないこと、複数MNOの周波数に対応することが望ましいこと及び他社に乗り換えた場合に端末が使用できるかといった関連情報の提供を充実させることについて、ガイドラインを整備することが適当である。

○ 「一部ゼロ円」プラン

「一部ゼロ円」の料金プラン等価格圧搾を引き起こす可能性のあるMNOの料金プランについて、不当な競争を引き起こすものでないかとの観点から、必要に応じて、接続料等と小売料金との関係を検証し、その必要性の判断に当たっては、料金プランの形式のみでなく、競争への影響度合い等を踏まえ

て総合的・客観的に判断することが適当である。

○ いわゆる「転売ヤー」

MNOは、今後も大幅な安値販売を実施するのであれば、転売目的の購入の抑制のための自主的な対策（例：大幅な安値販売は1人1台に限定）を実施することが必要であり、総務省は、MNOに対し対策の実施状況の報告を求め、改善が見られなければ、改めて必要な措置の検討も視野に入れることが適当である。

(2) 報告書2022の公表以降の総務省等における取組

(1)の提言も踏まえ、報告書2022の公表以降の総務省等における主な取組は、2.以降で示されるもののほか、次のとおりである。

○ 「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」の改正

総務省は、事業者が端末メーカーに対して、その端末を使用して他の事業者の役務を利用する際にのみ利便性が低下するよう、当該端末が対応する周波数帯の制限等の当該端末の機能制限を求めることについて、業務改善命令（事業法第29条第1項第12号）の対象になり得ることを明記するガイドラインの改正を行った。それを受け、消費者が端末を変えずに事業者を乗り換えた際に、通信性能が低下する不利益を被ることがないよう、MNO4社²に対し、あらかじめ各事業者のウェブサイトにて関連情報を提供するよう要請³し、MNO4社から対応報告を受けた。

○ 「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」の改定

総務省及び公正取引委員会は、利用者が他の事業者の役務に乗り換える際のスイッチングコスト低減の観点から、利用者が使用している端末を変えずに他の事業者の役務を利用する際に、当該端末が他の事業者に割り当てられた一部の周波数帯に対応していないことが原因で通信速度が低下する等の不利益を被ることのないよう、端末メーカーは、それぞれの経営判断の下、可能な範囲で、いずれのMNOの周波数帯にも対応する端末を製造することが望ましい旨を追記する指針の改定を行った。

² 「MNO4社」とは、MNO3社及び楽天モバイル株式会社（以下「楽天モバイル」という。）のことをいう。

³ 「「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」に基づき実施した措置についての報告（要請）」（2022年12月23日付け総基料第275号）

○ 消費者団体への説明会の開催

総務省は、2022年8月から11月にかけて、横浜市消費生活センター（同年8月）、全国消費生活相談員協会（同年9月）、主婦連合会（同月）、和歌山県消費生活センター（同年11月）に対し、2021年春以降の低廉な新料金プランの提供の状況や利用者による新料金プランへの移行の状況など、モバイル市場の動向に関する説明会を開催した。

○ 携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査の実施

公正取引委員会は、スマートフォンの極端な値引き販売について、不当廉売につながるおそれのある販売方法とも見られることから、販売代理店における販売の状況等を把握するとともに、その取引構造等を明らかにするための調査を、2022年1月から6月までを対象期間として実施した。その結果の概要は、次のとおりである。

- ・ MNOが販売代理店に対して、供給に要する費用を著しく下回る対価で継続してスマートフォンを販売することにより、販売代理店と競争関係にある販売業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、独占禁止法上問題（不当廉売）となるおそれがある。
- ・ 2019年の改正法施行以降、通信料金と端末代金の完全分離、行き過ぎた囲い込みの禁止が進められており、スマートフォンについては、通信契約を伴わず単体で販売する事業者が現に存在していること、及び独立した商品として価格が設定され供給されていることを踏まえると、通信料収入を除いて「供給に要する費用を著しく下回る対価」での販売に当たるかを判断する。
- ・ MNOと販売代理店の取引を対象とした独占禁止法上の問題について監視を強化するとともに、優越的地位の濫用を含めた独占禁止法違反行為が認められた場合には、厳正に対処する。

2. 事業法第27条の3の執行状況

(1) 上限2万円規制に関する事項

① 現状

○ 上限2万円規制の違反と判断される事案等

ア 報告書2022以降の取組

(ア) 報告書2022の提言概要

報告書2022では、端末単体購入に対しても行う利益の提供と回線契約とのセット購入を条件とする利益の提供とを組み合わせる形で大幅な値引きが行われる端末に関し、MNO4社において次の措置を行うべきと提言した。

- ・ 単体購入用とセット購入用での在庫区分や当該区分を理由とした販売拒否を行わないこと。
- ・ 店頭の商品物（ポスター等、価格訴求を行うもの）において、消費者が十分に認知できる形で、次のような情報を表示すること。
 - － 単体購入用とセット購入用とで在庫が分かれていない旨
 - － 端末単体購入価格の明示。例えば、以下(i)(ii)の手法が考えられる。
 - (i) セット購入価格を表示する場合、単体購入価格についても、字の大きさ等に差異を設けずに併記
 - (ii) 単体購入価格を表示し、セット購入時の追加的な割引を併記

また、端末購入プログラムに関し、MNO4社において、引き続き端末購入プログラムの利用者に対する正確な説明及び周知の徹底を継続することが適当であると提言した。

(イ) 総務省における取組

総務省は、2022年9月、MNO4社に対し、事業法第27条の3の規律の遵守や端末購入プログラムの適正な利用促進等に関し、報告書2022の

提言を踏まえた要請⁴を行うとともに、「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」の改正を同年12月に行った。また、個別事案への対応として、同月にはKDDI等が実施した事業法第27条の3第2項の規定に違反する端末代金の値引きについて、その是正を図るための行政指導⁵を実施した。

(ウ) MNO 4社における取組

MNO 4社は、事業法第27条の3の規律の遵守に関する取組として、店頭の商品について、単体購入用とセット購入用とで在庫が分かれていない旨の記載や単体購入価格とセット販売価格を併記する旨を報告するとともに、販売代理店における不適切な対応根絶のための自社調査・独自覆面調査の実施や端末購入プログラムに係る広告ツールの改善、利用者への周知、社会全体の理解度向上のためのメディア等に対するブリーフィング・国民生活センターへの説明等に取り組んでいることを報告した。

【図表Ⅱ－1 要請に基づくMNO 4社の取組（端末購入プログラム関係）】

		NTTドコモ	KDDI
販売代理店等における不適切な対応根絶のための対応	システム・体制	・システム改修による単体販売時の手続所要時間短縮（21年12月）	・不適切な案内に関する申告があった際の事実確認・再発防止スキーム整備（19年10月） ・販売資料の改訂（21年5月）
	マニュアルの見直し	・マニュアルの見直し（21年3月）	-
	店頭スタッフへの研修	・Web研修（21年6～7月、11～12月、22年3月、8月～10月） ・アンケートの実施（21年8月） ・販売代理店に対する注意喚起（22年3月、22年4月、9月）	・Web研修（20年6月～、半期に一度）
	端末の価格設定	・卸価格がオンライン店頭価格を下回るように価格を設定（21年5月～）	-
	手数料・奨励金体系	-	・端末購入プログラムに選らない端末単体販売時の奨励金設定（21年9月～） ・販売代理店の評価項目として、大容量プラン等の契約販売数又は獲得率の設定廃止（21年6月～）
	自社調査	・主に電話での覆面調査の実施（21年11～12月・全店舗）	・店舗監査（21年7月以降、四半期に1回実施）の項目に、端末購入プログラム提供・単体販売拒否に係る確認を追加
重要事項としての説明		・実施（21年7月にマニュアル見直し、販売代理店への通知）	・実施（21年9月～）
Webサイトやカタログ、ポスターなどの店頭ツールの明記		・広告作成・運用ルールの改定（21年6月） ・旧広告物の差し替え（～21年7月） ・広告作成に関するWeb研修の実施	・HP、店頭POP、チラシの見直し（21年6月） ・総合カタログの見直し（21年10月） ・旧端末購入プログラムの契約継続条件の廃止に係るHPでの案内（22年4月）
加入者に対するメール等での通知		・残債免除が可能となるタイミングでのメール通知（21年11月～） ・全加入者に対してメール通知（22年7月）	・My auでの表示対応 ・残債免除が可能となるタイミングでのSMS通知（21年11月～）
メディア、国民生活センター等への説明		・国民生活センターへの説明（21年9月） ・ITジャーナリストや消費者系メディアに対するメール通知（21年10月） ・新端末発売に関する記者説明会時のメディアへの説明、メール通知（22年5月） ・新端末の発売リリースの郵度、メディアに対し、上記内容のメール通知	・国民生活センターへの説明・意見交換（21年10月） ・国民生活センターから全国の消費生活センターへの情報共有の依頼（21年12月依頼、22年2月共有） ・メディアへの説明（21年9月） ・ITジャーナリストや消費者系メディアに対する「新任記者へのレク」（21年10月～）、継続的なフォロー ・旧端末の契約継続条件の廃止について、複数メディアへの補足説明（21年12月）

※実施はこれまでの報告内容。 ※赤字は2022年9月以降の報告で新たに実施された内容（赤文字は全部が別添付）。 ※実施時期については、明記されているもののみ記載。

出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

⁴ 「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（要請）」（2022年9月22日付け総基料第193号）

⁵ 「不適切な端末代金の値引きの適正化について（指導）」（2022年12月16日付け総基料第262号、第263号）

【図表Ⅱ－２ 要請に基づくMNO4社の取組（端末購入プログラム関係）】

		ソフトバンク	楽天モバイル
販売代理店等における不適切な対応根絶のための対応	システム・体制	・ 店頭ツールの写真報告	・ 店舗直営部門を新設
	マニュアルの見直し	-	・ 店舗運営会社スタッフ向けに、マニュアルやQAへの記載・追記
	店頭スタッフへの研修	・ トレーニング実施（21年4月～） ・ 誓約書締結 ・ 販売代理店/スタッフへの周知	・ 各店舗へのコンプライアンス研修を実施（22年11月、23年3月） ・ 全スタッフへのe-Learning 研修を実施（22年11月、23年3月）
	端末の価格設定	-	・ 当社から端末を預託しているため、価格設定は当社にて実施。
	手数料・奨励金体系	・ 端末単体販売に関する手数料の増額 ・ 端末単体販売の代理店評価への反映	・ 端末単体販売と端末と回線契約のセット販売それぞれに対し端末販売時の手数料を同額とし、端末のみの購入拒否に繋がりにくい仕組みを採用
	自社調査	・ 外部委託等第三者並びに社内による店舗調査（22年1月～：200店舗）	・ 全店舗に対し定期的に覆面調査を実施。店舗によっては複数回実施。
重要事項としての説明		・ 実施	・ 重要事項説明を含む契約手続等の説明の際はツールやWebサイト等の利用が必須
Webサイトやカタログ、ポスターなどの店頭ツールの明記		・ 店頭ツール、Webサイト、Web動画、総合カタログでの表示（総合カタログは21年10月～）	・ ウェブサイト、販促物等において表示 ・ ウェブサイト、総合カタログ、ポスター等にて、よりわかりやすい形での記載を追加（22年11月）
加入者に対するメール等での周知		・ メールやDM送付時に記載	・ 機種変更可能時期に関する通知メール（23年3月） ・ my 楽天モバイルでの表示対応（22年12月）
メディア、国民生活センター等への説明		・ ITジャーナリストや各メディア等に対するメール配信（22年1月～、端サポ対象端末発売時に都度） ・ 国民生活センターへの説明（21年11月～） ・ 国民生活センター/消費者センターへのメールマガジンの記載（21年11月～）	・ 特定端末の調達の実施実施時に、ITジャーナリストや各メディアにメール配信（22年10月） ・ 国民生活センターに説明・意見交換、全国の消費生活センターに情報共有依頼（22年11月）

※黒字はこれまでの報告内容。 ※赤字は2022年9月以降の報告で新たに記載された内容（楽天モバイルは全てが別報告）。 ※販売開始時期については、明記されているもののみ記載。

出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

イ 上限2万円規制の遵守状況等

ア（ウ）のMNO4社における取組による効果を検証するために、総務省においては、販売代理店の店頭における対応についての覆面調査並びに端末購入プログラム加入者及び端末購入プログラムについて関心を有する未加入者に対する理解度調査を実施した。

（ア）2022年度覆面調査の結果

2022年度覆面調査においては、MNO4社の販売代理店等に対して、引き続き次の項目について調査を実施した。

- （i） 非回線契約者への端末単体販売拒否
- （ii） 非回線契約者への端末購入プログラムの提供拒否
- （iii） 回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示

その結果としては、2021年度覆面調査の結果と比較して全体的に改善傾向にあり、特に楽天モバイルについては大幅な改善が見られた。他方で、MNO3社については、一定数の販売代理店等において、上限2万円規制の違反と判断される事案又は違反が疑われる事案が確認された。

【図表Ⅱ－3 2022年度覆面調査の結果】

	全体	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル
調査件数	530	150	150	150	80
違反と判断される事案又は違反が疑われる事案が確認された件数(割合)	41 (7.7%)	12 (8.0%)	10 (6.7%)	18 (12.0%)	1 (1.3%)
[1] 違反と判断される事案	37 (7.0%)	10 (6.7%)	9 (6.0%)	17 (11.3%)	1 (1.3%)
I 非回線契約者への端末販売拒否	2	1	0	1	0
II 非回線契約者への端末購入サポートプログラムの提供拒否	1	0	1	0	0
III 回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示	34	9	8	16	1
[2] 違反が疑われる事案	4 (0.8%)	2 (1.3%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	-
I 非回線契約者への端末販売拒否	0	0	0	0	-
II 非回線契約者への端末購入サポートプログラムの提供拒否	0	0	0	0	-
III 回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示	4	2	1	1	-
【参考】前回の調査結果 (I～IIIが確認された件数の割合)	52/531 (9.8%)	8/167 (4.8%)	17/167 (10.2%)	20/167 (12.0%)	7/30 (23.3%)

※事案の別数は、IとIIを別として記載しているため、内訳を足し上げても必ずしも合計とは一致しない。

出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

今般確認された上限2万円規制の違反と判断される事案又は違反が疑われる事案については、調査項目の類型に着目すると、次のとおりであった。

- (i) 非回線契約者に対する端末単体販売拒否は、違反と判断される事案が2件となっており、2021年度覆面調査において13件であったことを踏まえれば、こうした行為が不適切との認識が浸透してきている。
- (ii) 非回線契約者に対する端末購入プログラム提供拒否は、違反と判断される事案が1件となっており、2021年度覆面調査において9件であったことを踏まえれば、こうした行為が不適切との認識が浸透してきている。
- (iii) 回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示は、違反と判断される事案だけで34件（2021年度覆面調査においては18件）となっており、2022年度覆面調査において違反と判断される事案の大部分を占めている。これについて、MNO4社からは、販売代理店の店員の誤認識等により利用者に誤解を与える説明を行ったことが原因である旨の回答があった。

これらを踏まえれば、MNO4社においては、上限2万円規制の導入から3年が経過したにもかかわらず、販売現場における回線契約とのセ

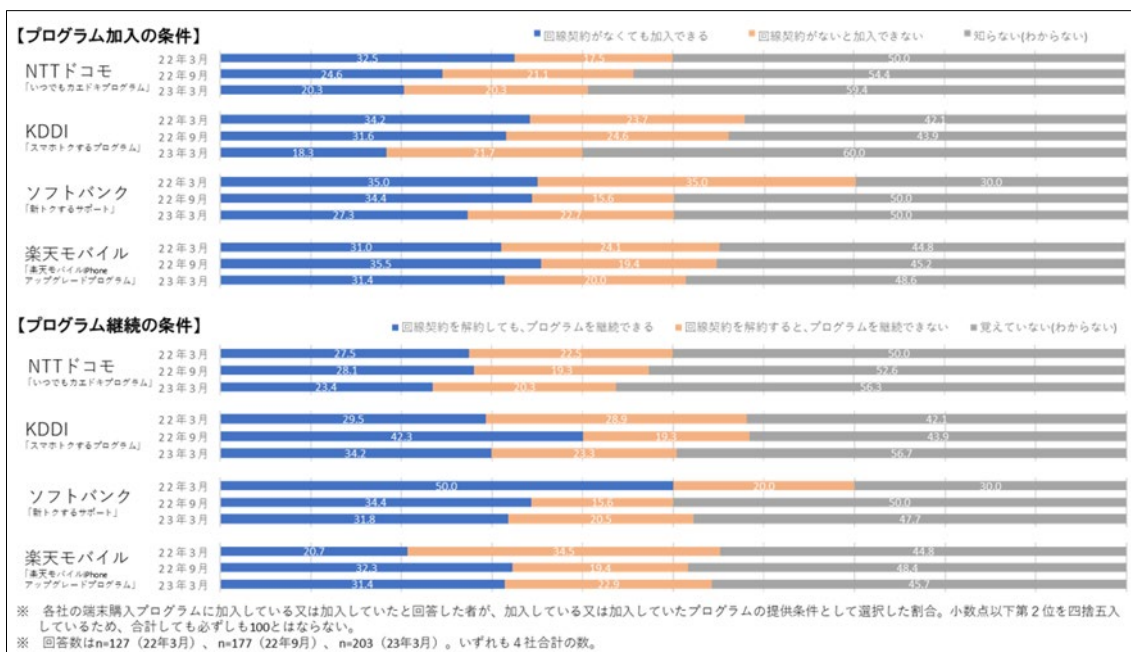
ット購入を条件とする端末値引きと端末の単体販売値引きとの値差の上限が2万円という認識・説明を未だ徹底させられていないと認められる。

(イ) 端末購入プログラムの提供条件に関する理解度調査の結果

総務省は、MNO 4 社の端末購入プログラムの提供条件に関する理解度について、同プログラムに加入している、又は加入していた者及び同プログラムに関心を有する未加入者に対し、アンケートにより調査を行った。

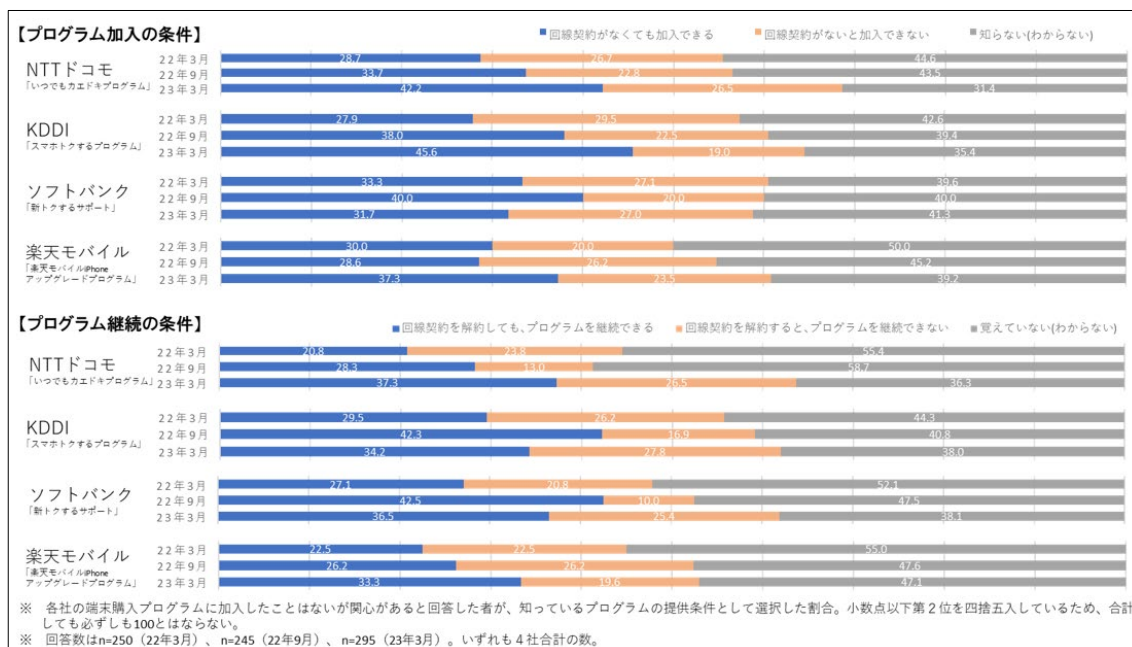
その結果としては、同プログラムに加入している、又は加入していた者については「回線契約がなくてもプログラムに加入できる」「回線契約を解約しても、プログラムを継続できる」といった正確な提供条件を理解している者の割合が必ずしも多くない状況ではあるものの、同プログラムに関心を有する未加入者については正確な提供条件を理解している者の割合が増加傾向にあった。

【図表Ⅱ－４ 端末購入プログラムの提供条件に関する理解度（プログラム加入者）】



出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

【図表Ⅱ－５ 端末購入プログラムの提供条件に関する理解度（プログラム未加入者）



出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

② 意見

○ 上限2万円規制の違反と判断される事案等

ア 構成員の意見

- 全社共通して、スタッフの入れ替わり等による習熟不足、誤認が要因ということであったが、販売代理店においてはスタッフの離職率や入れ替わり率の高い職場だと伺っている。最近、研究者が競争的資金を受給する際においては、まずeラーニングをやらなければならないということになっている。せっかく各社いろんなeラーニングツールとかを作っているのであれば、必ずそれを受講してからお客さんの前に出るというような施策をぜひお願いしたいと思った。
- 上限2万円規制について、その認識や説明を徹底できていないという分析から、やはり販売する側というのは、正しい認識を持ち合わせていても、それとは異なるベクトル、つまり単体では売りにくい、それから端末値引きによって回線契約を獲得するということへの強いベクトルが働いている中では、何らかの説明をしても、それが十分に周知出来づらいという状況があるのではないかと思われるため、

それを踏まえた対応が必要になってくる。

イ 事業者等の意見

(ア) 報告書 2022 以降の状況

- ・ ポスター等の店頭の商品物について、セット販売のケースと端末単体で販売する場合の価格併記を全て2022年11月の中旬までに完了している。また、全店舗に対してキャリア独自の覆面調査を行っている。キャリア独自の覆面調査の結果としては、残念ながらやはり違反と疑わしき事案がいくつか検出された。その要因として、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じた際に誤った案内をするといったことが生じているので、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た。(第37回会合：NTTドコモ)
- ・ 違反事例の周知あるいは共有といったもの社員に対する営業研修や代理店に対する研修をeラーニング等で実施している。また、営業施策を考える営業部門から、渉外部門に対し、施策の全件確認の実施や違反事例の共有等の周知徹底を図っている。独自の覆面調査についても今年度内に新たに開始する予定で準備を進めている。店頭の商品物については、お客様がしっかりと認知できるような形で情報を出し、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、お客様に対して、端末単体購入の場合の料金と他社からの乗換えの場合の料金の表示がはっきりと分かるような形になるよう2022年12月1日から切替える準備を進めている。在庫区分についても、これは全ての在庫が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する。(第37回会合：KDDI)
- ・ 店頭の商品物について、決して誤解のない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を同じフォントの大きさを記載して、2022年11月中をめどに全店舗に展開する予定。ポスターには、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。代理店やスタッフへの周知、研修、指導の徹底や、以前から実施している独自の覆面調査等も行っている。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い、構造的にそういうことが起こりにくい体制を作っている。(第37回会合：ソフトバンク)

- ・ 店頭在庫に関して、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らず、また、その区分を利用した販売拒否も行っていない。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、表示を改善している。販売代理店やスタッフに対する教育については、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いる。自社独自の覆面調査の実施等によって、コンプライアンス強化に向けた取組を実施しており、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いる。当社の手数料、奨励金等の評価指標については、当社はポートイン指標の設定を行っておらず、端末販売時の手数料についても、回線契約の有無を問わず全て同額に設定している。そのため、ポートイン獲得競争が起りにくく、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いる。(第37回会合：楽天モバイル)

(イ) 上限2万円規制の遵守状況に係る現状

- ・ 2022年度の覆面調査の結果、違反と判断される事案が計10件あった。2021年度調査は6件であったため、4件悪化したということで、大変申し訳なく思っている。一つ一つの要因について、該当の店舗に对应等を確認したところ、スタッフの理解不足並びに複数の割引があることにより混同しての誤案内という結果であった。おおむねスタッフの入れ替わりにより、新人もしくは短期スタッフが不適切な対応を行ったと認識をしている。(第44回会合：NTTドコモ)
- ・ 違反と判断される事案又は違反が疑われる事案は10件であった。2021年度調査では計17件であり、比率については、2020年度が29%、2021年度が10%であったが、2022年度は6.7%と徐々に改善ができていると認識している。ただし、全ての違反を防止し切れていないので、更なる取組を行っていきたいと考えている。(第44回会合：KDDI)
- ・ 依然として端末販売に関する不適切な対応が疑われる事案というものが残っている結果となっている。調査結果を受けて関係する

代理店に確認を行ったところ、ルールを理解して対応しており、拒否等はしていないという回答ではあったが、説明がお客様に正しく伝わっていないということも考えられるので、こうしたお客様へ誤解を与えないような説明の徹底に引き続き取り組んでいきたいと考えている。

ポスターに書いてあるように単体販売時とセット販売時についてしっかりと説明できれば良かったと思っている。スタッフは内容を理解はしているが、お客様への説明の方法等の工夫が必要と考えている。(第44回会合：ソフトバンク)

- ・ 違反事案につきましては、2021年度は7件、違反率については23.3%と非常に違反率の高い結果であった。2022年度は、当社としては、違反ゼロ件を目指し、取り組んできた。しかしながら、2022年度として違反事案が1件発生してしまった。本件については真摯に受け止め、更なる再発防止に努めてまいりたい。当社では、2021年度調査の違反率が高かったといった結果を踏まえ、端末のみ購入する場合のポイント条件等を説明する際は、ツールやウェブサイトを使用するルールを設ける等、工夫をした。今回指摘のあった本事案につきましては、条件の詳細が記載されたツールではなく、概要が記載されたウェブサイトの使用にとどまってしまう、それがお客様への不十分な説明の要因となったと考えている。(第44回会合：楽天モバイル)

○ 端末購入プログラム

ア 構成員の意見

- ・ 端末購入プログラムの理解度について、特にプログラムに加入した経験のある方については、プログラム加入の条件として回線契約がなくても加入できるという正しい理解の認識が広がるどころかむしろ減ってしまっているというところ、やはり簡単に認識というのは変わっていったしまうというか、一旦端末を手にしてしまうと、そのことについての関心を持続させるということは逆に難しくなるというのが、アンケート結果から分かる。やはり、MNO各社には、こういった利用者の認識不足ということを十分認識した上での対応が必要になってくるのではないかと思う。プログラムの非加入者についても、「全く知らない」と答えている人と、「回線契約がないと加入できない」という誤解をしている方を合わせると、半数以上の方がそう

いった認識違いをされているので、やはりこの事実は重たく受け止める必要があるのではないかと思う。他方で、周知の効果は少しずつながら出ているという見方もできる。正しく認識している人は少ないが、誤解している人も減ってきているという傾向があるので、やはり周知の努力というのほどこかで形になるということを受け止めていただければと思う。

イ 事業者等の意見

- 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しかりとお客様に御案内するという事で、ホームページや、あるいはテレビCMで、回線契約がなくてもOKであるということをしかりと表示するようにしている。また、回線解約後も特典利用が可能であるということ、ウェブサイトや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に努めている。(第37回会合：KDDI)
- 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いる。また、覆面調査の実施による確認や代理店から店頭で案内をちゃんと掲示しているかどうか写真で送ってもらうなどの取組を行っている。(第37回会合：ソフトバンク)
- 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をより正確な説明・周知を徹底している。具体的には、ウェブサイト上で、「プラン申込みがなくてもOK」という文言を表示する対応を実施している。また、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いる。それらに加えて、メディアへの周知や、国民生活センターへの説明等も含め、理解度向上に向けた様々な取組を進めている。(第37回会合：楽天モバイル)
- 当社の社員や販売代理店のスタッフ向けのウェブ研修を行っているほか、カエドキプログラム、端末購入プログラムについて、非回線契約者でも利用できる旨を広告物より十分に認知できる形で表示している。また、当社独自の覆面調査等も行い、総務省において実施される覆面調査に備えるという形で進めている。(第42回会合：NTTドコモ)

③ 考え方

○ 上限2万円規制の遵守の徹底について（販売現場での遵守の徹底に向けた措置）

2022年度覆面調査の結果に対して、MNO4社が販売代理店の店員の誤認識等により利用者に誤解を与える説明を行ったことが原因である旨の回答をしていることを踏まえると、MNO4社は、次の措置を講ずることが適当である。

- ・ 販売代理店と利用者との間で誤解が生じないように、単体購入用とセット購入用で在庫が分かれていない旨や単体販売の価格が明示されている店頭の商品物（ポスター等、価格訴求を行うもの）等を活用した説明の徹底
- ・ 販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化（上限2万円規制についてのeラーニングや理解度テストの実施等を必須にする等。）
- ・ 上記のほか、販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化
- ・ 販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限2万円規制違反を助長し得るような形となっていないかについて、継続的な見直しの実施

総務省においては、引き続き覆面調査等を通じて、販売現場において不適切な行為が行われていないかを確認することが必要である。今後の調査の実施に当たっては、総務省が開設する「販売代理店に関する情報提供窓口」に寄せられた通報内容や個別事案の詳細把握や要因分析、是正等を図ることのできる調査の結果を活用しながら、モバイル市場全体の動向把握を主とした一斉調査を実施していくことが適当である。

○ 端末購入プログラムに関する取組について

MNO4社の販売代理店においては、2022年度覆面調査の結果に照らせば、非回線契約者への端末購入プログラムの提供拒否は不適切な行為であるとの認識が一定程度浸透した。

他方で、端末購入プログラムの提供条件に関する理解度は、アンケート調査の結果に照らせば、端末購入プログラムに関心を有する未加入者については、正しい理解が浸透しつつある状況と言えるが、端末購入プログラム加入者の理解度については、必ずしも高いと言える状況にはなっていない。

この原因としては、端末購入プログラムに関心が高い加入時等においては、販売代理店等からの説明を一定程度理解はするものの、加入後は時間の経過とともにその理解が徐々に薄まっているという可能性が考えられる。

以上を踏まえ、MNO 4社においては、利用者の真の理解の醸成を図るため、端末購入プログラムの利用者に対する正確な説明、周知の徹底の一環として、次のような努力を継続することが適当である。

- ・ Web サイトほか各種の利用者接点チャネルにおける表示・案内
- ・ メール、SMS 等による定期的な案内
- ・ メディアや消費者団体向けの案内

(2) 既往契約の解消状況

① 現状

○ 事業法に基づく規律と既往契約に関する制度

改正法の施行日（2019年10月1日）以降、新たに「約する」契約（「更新」を含む。）は、事業法第27条の3の規定に適合した条件の契約（以下「適合契約」という。）である必要がある。

施行日より前に約された事業法第27条の3の規定に適合していない条件の契約（以下「既往契約」という。）として例外的に認められているものは、次の2種類のものである。

(i) 不適合拘束条件を約する契約

違約金1,000円超、期間拘束2年超等施行規則第22条の2の17に定める条件に適合しない提供条件で約する契約

(ii) 不適合利益提供等を約する契約

端末購入を条件とする通信料金の割引や通信契約の継続利用を条件とする端末代金の値引き（割賦残債の支払免除）等施行規則第22条の2の16に定める利益の提供に適合しない利益の提供を約する契約

既往契約については、契約の更新の際に適合契約に移行することが原則であるが、適合契約への移行が不利となるおそれのある利用者も存在するため、これまで「当分の間」の経過措置として、(i)の不適合拘束条件については、その条件で「更新」することが特例として認められてきた((ii)の不適合利益提供等については、「更新」は認められていない)。

他方で、潜脱行為を防止する観点から、原則として⁶「変更」は認められていなかった。

こうした制度について、既往契約の早期解消を図る観点から 2022 年 1 月に省令改正を行い⁷、次の規定を追加した。

- ・ 既往契約（3G 契約を除く。）の更新の特例を 2023 年末をもって廃止する方針を明らかにする規定
- ・ 既往契約の不適合拘束条件を個別に適合させる変更を可能とする規定

○ MNO 3 社の既往契約の状況

報告書 2022 では、MNO 3 社の既往契約については、極力早急な解消の必要性が指摘されていた事項⁸や違約金等利用者にとって不利な不適合条件は全て解消されており、残る MNO 3 社の既往契約は、利用者にとって有利な不適合拘束条件及び不適合利益提供等⁹のみであり、これらについても、一定期間後に自然解消することや既往契約の更新に係る特例の廃止により 2024 年以降に順次解消することが見込まれること等を踏まえ、総務省においては、引き続き MNO 3 社の既往契約の状況を注視し、特段の問題がなければ、不適合拘束条件の解消時期（政策目標）として設定した 2023 年末をもって、既往契約の更新に係る特例（3G 契約に係る部分を除く。）を廃止することが適当であると提言した。

⁶ 適合契約に移行させるもののほか、利用者利益の保護の観点から、「当分の間」の経過措置として、(i)の不適合拘束条件に係る規律については、改正法の施行日の前日における提供条件において利用者からの申出により変更することができることとされている範囲内で利用者からの申出により行う変更に限り適用しないとする特例を設けている。

⁷ 電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令（令和 4 年総務省令第 3 号。2022 年 1 月 31 日公布・施行）

⁸ NTT ドコモ：違約金の留保、KDDI・ソフトバンク：旧端末購入プログラムの回線契約継続条件

⁹ NTT ドコモ：端末購入を条件とする通信料金の割引、継続利用割引
KDDI・ソフトバンク：端末購入を条件とする通信料金の割引、旧端末購入プログラム

これを踏まえ、総務省において、2023年3月末時点におけるMNO3社の既往契約の状況を確認したところ、その状況は次のとおりである。

- ・ MNO3社は、違約金を全て撤廃し、利用者に不利な既往契約は全て解消している。
- ・ 残るMNO3社の既往契約は、利用者にとって有利な不適合拘束条件及び不適合利益提供等¹⁰のみである。不適合拘束条件についてはNTTドコモにおいて一定数残存しているが、4G契約については2023年12月末までの解消¹¹を、不適合利益提供等についてはKDDI¹²及びソフトバンクにおいては、2023年9月末までの解消を予定している。
- ・ MNO3社以外の事業法第27条の3の指定事業者については、一部で不適合拘束条件を有する契約が残存している¹³が、前年同期比で約50%減となっており、今後もサービス終了等に伴う自然減少や既往契約の非更新による順次解消が見込まれている。

【図表Ⅱ－6 MNO3社の既往契約の状況（2023年3月末時点）】

			NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
不適合拘束条件	契約期間2年超又は違約金1,000円超	利用者不利	解消 (違約金留保を含む)	解消	解消
	上限を超える継続利用割引	利用者有利	非公開	解消	- (元から存在せず)
不適合利益提供等	端末の購入を条件とする通信料金割引	利用者有利	0.01%*	解消	0.1%*
	旧端末購入プログラム	利用者有利	- (元から存在せず)	11.7%* (回線契約継続条件は撤廃済)	16.1%* (回線契約継続条件は撤廃済)

※ 事業法第27条の3の施行時(2019年9月末)の残存数を100とした時の2023年3月末時点の指数。小数点以下第2位又は第3位を四捨五入。

出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

¹⁰ NTTドコモ：端末購入を条件とする通信料金の割引、継続利用割引

KDDI、ソフトバンク：端末購入を条件とする通信料金の割引、旧端末購入プログラム

¹¹ 3G契約については、2026年3月末を予定しているサービス提供終了に伴う解消を予定している。

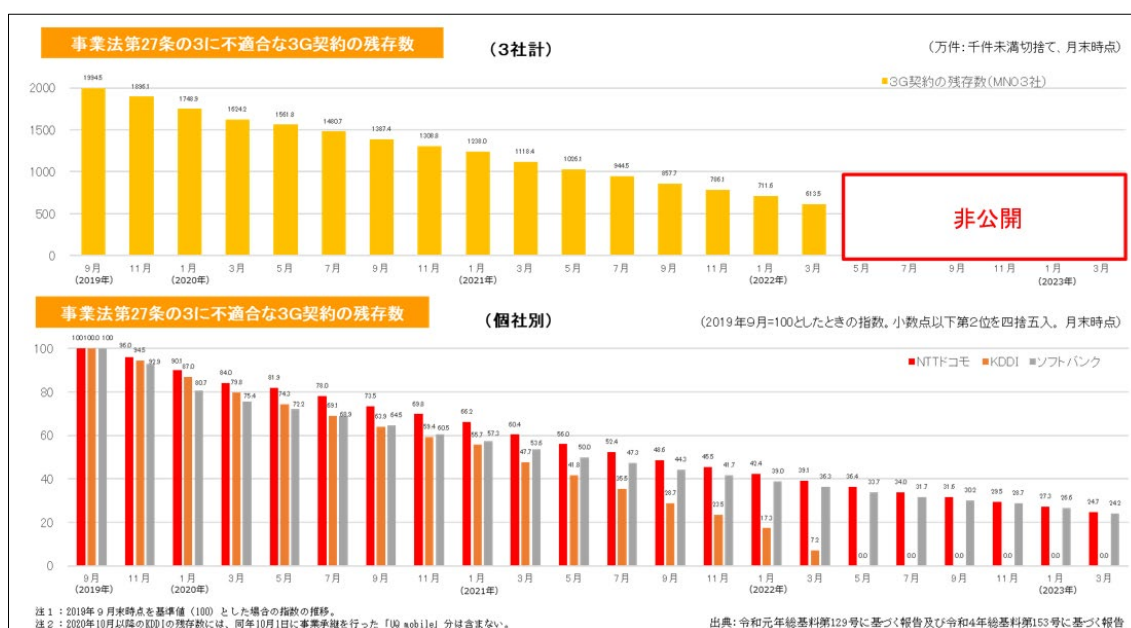
¹² 端末購入を条件とする通信料金の割引については、2022年9月末で解消済である。

¹³ 2023年3月末において、4社合計で約9.4万契約

○ 3G契約に関する事項

2023年3月末時点における事業法第27条の3に不適合な条件で約された3G契約については、KDDIが2022年3月末をもって3Gサービスの提供を終了し、NTTドコモ及びソフトバンクの3G契約の残存数についても順調に減少している。

【図表Ⅱ－7 事業法第27条の3に不適合な3G契約の状況】



出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

今後も、ソフトバンクは2024年1月末に、NTTドコモは2026年3月末に3Gサービスの提供終了を予定しており、減少傾向が続くと見込まれている。

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ ここまで既往契約についてしっかり取り組まれて、最後出口まで持っていただいた事務局に感謝する。

イ 事業者等の意見

- ・ 不適合期間拘束について、利用者不利なものは2021年10月に全て解消している。残っているものとしては、一部1年間で1か月分の利用料を超える長期割引を行っているものがあるが、これについては、

2023年12月末までに解消すべく進めている。3Gについては、サービス終了に伴って解消する予定となっている。(第42回会合：NTTドコモ)

- 2022年9月30日に不適合利益提供である端末の購入を条件とする通信料金割引が全て解消した。これをもって、全ての既往契約における不適合条件が解消した。(第42回会合：KDDI)
- 大半の既往契約は既に解消している。不適合利益提供である端末の購入を条件とする通信料金割引がまだ少し残っているが、今年9月にはゼロになり、完全に解消する。(第42回会合：ソフトバンク)

③ 考え方

①の状況を踏まえ、総務省においては、引き続き、既往契約の解消状況を注視するとともに、不適合拘束条件の解消時期として設定した2023年末をもって、既往契約の更新に係る特例(3G契約に係る部分を除く)を廃止するよう規定の整備を行うことが適当である。

3. モバイル市場の現況と分析

(1) 分析の視点及び手法

ア 分析の視点

今回の評価・検証では、改正法の効果やモバイル市場への影響について、継続的な分析を行うとともに、報告書2022における提言やそれ以降の状況の変化等を踏まえた分析を行う。

具体的には、改正法の効果やモバイル市場への影響について、事業者からの報告やその他公表データの定量的・定性的な分析や利用者への意識調査を通じ、季節変動等の経年変化や対前年度比といった過去との比較も含めた分析を行うこととする。

特に、MNO 3社の廉価プラン等¹⁴への移行の状況等の分析を通じ、廉価プラン等がMVNOとの競争環境に与える影響等のモバイル市場に与える影響について検証することとする。

加えて、大容量や5Gプラン、音声通話料金（従量制料金）の提供状況についても確認を行うこととする。

イ 分析の手法

報告書2022での分析と同様に、通信市場の動向、端末市場の動向及び事業者等の経営状況について、一つの指標等により分析を行うのではなく、

- ・ 総務省において報告規則や報告徴収、要請に基づき事業者等から報告を受けることとなっているデータ等を用いた定量的な分析
- ・ 事業者、業界団体のほかメーカー等の関係者からのヒアリングや公開情報を通じた市場の動向の把握等の定性的な分析
- ・ アンケートによる利用者の意識調査等による利用者の意識の分析等により、総合的に行う。

今回の分析・評価に当たっては、具体的に次のデータ等を用いて行った。

- ・ 総務省において報告規則や報告徴収、要請に基づき事業者等から報告を受けることとなっているデータについては、原則としてMNO 3社の

¹⁴ 「NTTドコモ (ahamo)」、「au (povo)」、「UQ mobile」、「SoftBank (LINEMO)」、「Y!mobile」をいう。

データは2019年4月から2023年3月までのものを、その他の指定事業者のデータは2019年10月から2023年3月までのものを使用した。なお、MNO 4社の価格帯別売上状況については2020年10月から2023年3月までのものを、MNO 3社の廉価プラン等への移行の状況については2021年1月から2023年3月までのものを使用した。

- ・ 利用者の意識調査について、総務省で実施したアンケート調査の結果（2021年6月から2023年3月までの間の四半期ごとの結果）を使用した。
- ・ 関係者として、次の事業者・団体からヒアリング等を実施した。
 - 第37回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル
 - 第38回会合：株式会社インターネットイニシアティブ（以下「IIJ」という。）、株式会社オプテージ（以下「オプテージ」という。）、（一社）テレコムサービス協会MVNO委員会（以下「MVNO委員会」という。）、（一社）リユースモバイル・ジャパン（以下「RMJ」という。）
 - 第39回会合：（一社）情報通信ネットワーク産業協会（以下「CIAJ」という。）、Apple Japan, Inc.（以下「Apple」という。）、クアルコムジャパン合同会社（以下「クアルコム」という。）、（一社）全国携帯電話販売代理店協会（以下「全携協」という。）
 - 第40回会合：販売代理店
 - 第41回会合：販売代理店
 - 第42回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、IIJ、オプテージ、MVNO委員会

以上のほか、関係事業者の決算資料その他の公開資料を使用した。

（2）通信市場の動向

① 分析・検証結果

○ 契約数・事業者数の動向

ア 契約数

2022年3月以降の市場全体の状況を見ると、移動系通信（携帯電話、PHS及びBWA）の契約数は、2023年3月末には2億1,084万契約（対前年同期比（以下この3.において同じ。）+3.7%）となっており、改正法

施行年（2019年）同期比でも+16.8%となっている¹⁵。

移動系通信のうち、携帯電話の契約数は2023年3月末で2億1,063万契約（+3.8%）、このうち、3.9-4世代携帯電話（LTE）の契約数は1億2,735万契約（▲8.4%）であり、2020年9月をピークに継続して減少している一方で、第5世代携帯電話（5G）の契約数は、同年3月のサービス開始以降継続して増加しており、2023年3月末で6,981万契約（+54.7%）となっている。

事業法第27条の3の規律の対象となる移動電気通信役務に係る契約数は、2023年3月末で約1億2,500万契約であり、前年同月と比較すると僅かに減少しているものの、スマートフォン向けの契約は1億700万契約（+3.3%）となっており、改正法施行年度同月比でも+17.3%となっている。また、移動電気通信役務全体に占める割合も増加している（2019年度末：72.4%→2022年度末：86.2%）¹⁶。

イ 事業者

2020年4月に楽天モバイルが本格サービスを開始して以降、我が国のMNOは4社¹⁷となっている。また、MVNOの事業者数は、2022年12月末で、1,732社¹⁸であり、改正法施行年同期比で352社増加している。

移動系通信の契約数における事業者別シェアは、NTTドコモが35.7%（▲0.6ポイント）、KDDIグループが27.0%（▲0.1ポイント）、ソフトバンクが20.8%（▲0.3ポイント）、楽天モバイルが2.2%（▲0.2ポイント）、MVNOが14.3%（+1.3ポイント）となっている。

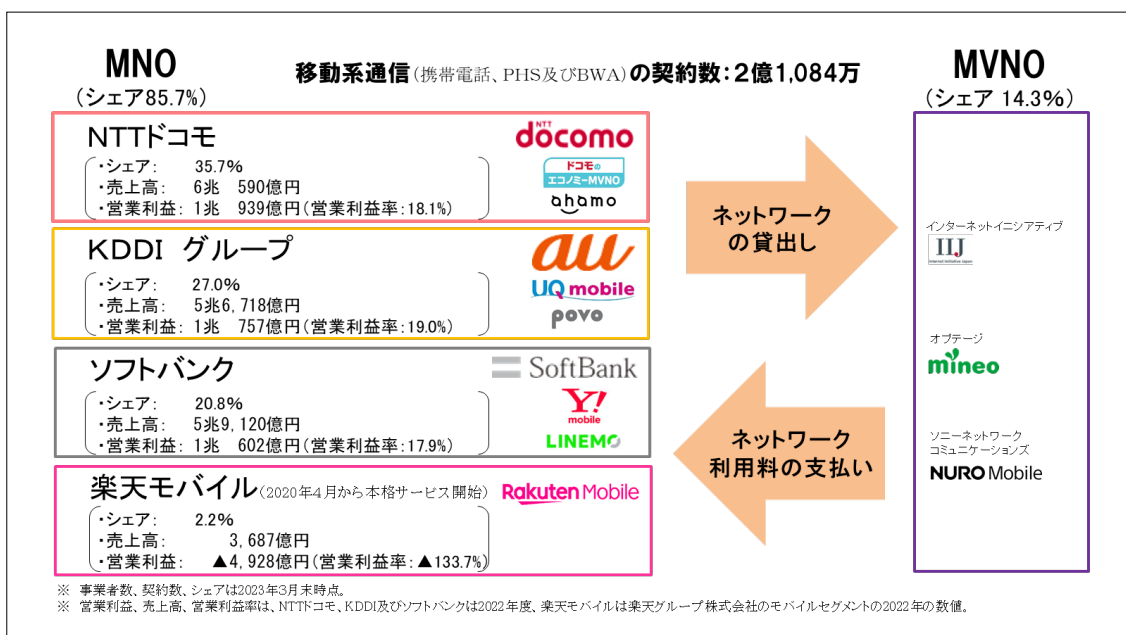
¹⁵ 各種資料4

¹⁶ 各種資料6

¹⁷ NTTドコモ、KDDI（子会社として沖縄セルラー電話株式会社が存在）、ソフトバンク及び楽天モバイル

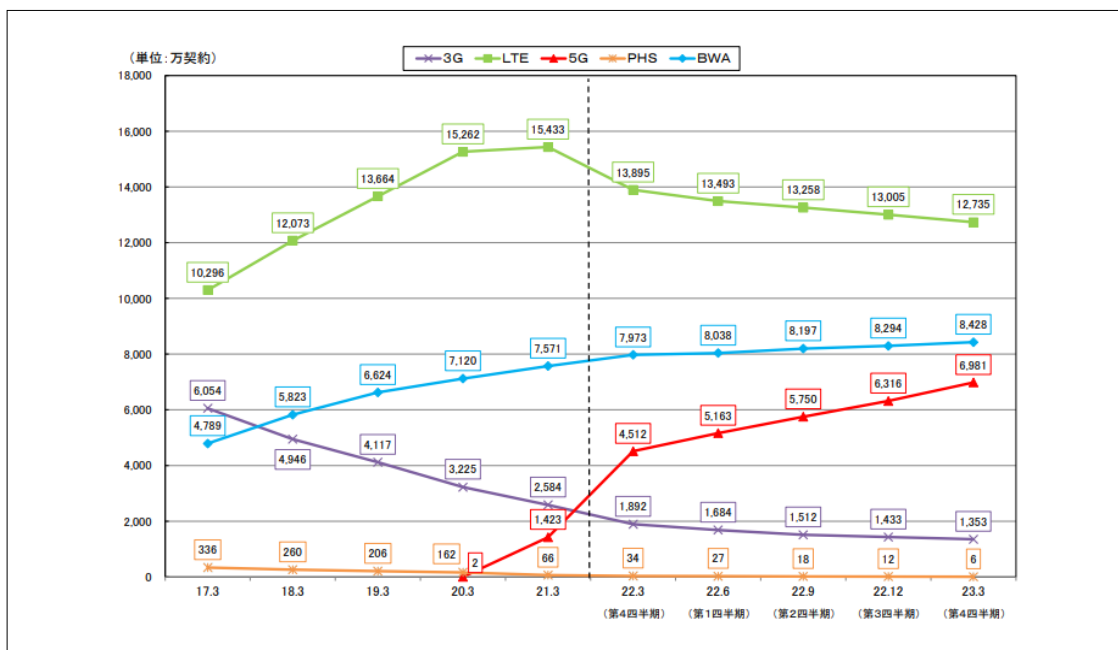
¹⁸ 契約数3万未満である二次以降のMVNOのみから回線の提供を受けている契約数3万未満のMVNOの事業者数は含まない。

【図表Ⅱ－8 現在のモバイル市場の競争状況】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

【図表Ⅱ－9 移動通信サービスの契約数の推移】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

○ 通信料金の動向

ア MN0 4 社の動き

2021年春にMN0 4 社から新料金プランの提供が開始されているところ、それ以降のMN0 4 社における主な動きは、次のとおりである。

- ・ ソフトバンクは、2021年7月15日、LINEMOの新料金プランとして、月間通信容量3GB（月額900円）のミニプランの提供を開始。
- ・ KDDIは、2021年9月29日、基本料金を0円とした上で、利用者が各自のニーズに応じてデータ通信容量や音声通話のトッピングを組み合わせることでできるpovo2.0の提供を開始。
- ・ NTTドコモは、2021年10月21日、エコノミーMVNOとして、連携するMVNOが提供する小容量かつ低廉な料金プラン等のドコモショップにおける取扱いを開始。2022年6月9日、ahamoの容量増加オプションであるahamo大盛り（ahamoと合計で月間通信容量100GB、月額4,500円）の提供を開始。
- ・ KDDIは、2023年2月1日、スマホミニプラン5G/4G（1GBから4GBまでの段階性プラン（月額3,150円～5,650円））の提供を開始。
- ・ KDDIは、UQ mobileから、2023年6月1日、10分以内通話無料月の20GBプランであるコミコミプラン（月額2,980円）、段階制のプランであるトクトクプラン（月額2,070円～3,150円）、小容量である4GBのミニミニプラン（月額2,150円）の提供を開始。
- ・ 楽天モバイルは、2023年6月1日、ローミング回線を含めデータ無制限となるRakuten最強プラン（3GBまで～無制限の段階性プラン（月額980円～2,980円））の提供を開始。

イ MVNOの動き

MVNOにおいても同様に、2021年春以降の主な料金に関する動きは次のとおり。

【料金プラン¹⁹】

- ・ 2021年4月1日、IIJが、月間通信容量2GB（月額780円）、4GB（月

¹⁹ 価格については税抜表示

額980円)、8 GB (月額1,380円)、15GB (月額1,680円)、20GB (月額1,880円) の新料金プラン (ギガプラン) の提供を開始。

- ・ 2021年4月1日、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 (以下「NTTコミュニケーションズ」という。) が、OCNモバイルONEから²⁰、月間通信容量1 GB (月額700円)、3 GB (月額900円)、6 GB (月額1,200円)、10GB (月額1,600円) の新料金プランの提供を開始。
- ・ 2021年4月1日、ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社 (以下「SNC」という。) が、NUROモバイルから、月間通信容量3 GB (月額720円)、5 GB (900円)、8 GB (月額1,350円) (5 GB及び10GBのプランには3か月ごとにGB追加) の新料金プラン (バリュープラス) の提供を開始。
- ・ 2021年4月1日、イオンリテール株式会社 (以下「イオン」という。) が、イオンモバイルから、月間通信容量500MBから50GBまで計15プラン (月額730円から4,780円) の新料金プラン (さいてきプラン、さいてきプランMORIMORI) の提供を開始。
- ・ 2021年6月3日、日本通信株式会社 (以下「日本通信」という。) が、月間通信容量6 GB、通話無料70分 (月額1,264円) の新料金プラン (合理的みんなのプラン) の提供を開始。
- ・ 2021年7月1日、ビッグロブ株式会社 (以下「ビッグロブ」という。) が、月間通信容量50GB (月額2,480円) の新料金プラン (donedone) の提供を開始。
- ・ 2021年10月1日、ビッグロブが、月間通信容量1 GB (月額980円)、3 GB (月額1,200円)、6 GB (月額1,700円) の新料金プランの提供を開始。
- ・ 2021年10月1日、イオンが、イオンモバイルから、音声プランの一律値下げ (200円) を実施。
- ・ 2021年10月1日、Y. U-mobile株式会社 (以下「Y. U-mobile」という。) が、y. u mobileから、U-NEXT付き月間通信容量10GB (月額2,970円) の新プラン (シングル U-NEXT) の提供を開始。
- ・ 2021年10月1日、Y. U-mobileが、y. u mobileから、プラン及びデー

²⁰ OCNモバイルONEはNTTレゾナント株式会社に承継された。

タチャージ料金を値下げ（5GB、シングル（月額1,639円から1,070円）、20GB、シェアU-NEXT（月額4378円から4170円）10GBチャージ（1,650円から1,200円））を実施

- ・ 2021年10月21日、NTTコミュニケーションズが、OCNモバイルONEをNTTドコモのエコノミーMVNOとして提供を開始するとともに、月間通信容量500MB（月額500円）の新料金プランの提供を開始。
- ・ 2021年11月1日、SNCが、NUROモバイルから、月間通信容量20GB（3か月ごとに15GB付与、月額2,454円）の新料金プラン（NEOプラン）の提供を開始。
- ・ 2021年12月1日、SNCが、NUROモバイルから、既存のVLプラン（月額1,350円）の容量の増加（月間通信容量8GBから10GB）を実施。
- ・ 2021年12月22日、株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（以下「DTI」という。）が、NTTドコモのエコノミーMVNOとして、TONE for iPhoneを、2022年2月24日、TONE for Androidの提供を開始。
- ・ 2022年1月27日、日本通信が、月間通信容量1GB（月額264円、従量制）の新料金プラン（合理的シンプル290）の提供を開始。
- ・ 2022年3月7日、オプテージが、mineoから、最大1.5Mbps（月額900円）と最大3Mbps（月額2,000円）の通信速度を選べる新料金プラン（マイそく）の提供を開始。
- ・ 2022年4月1日、SNCが、NUROモバイルから、月間通信容量20GB（月額1,900円）の新料金プラン（NEOプランLite）の提供を開始。
- ・ 2022年4月1日、IIJが、ギガプランの値下げ（2ギガプラン（月額780円から773円）、4ギガプラン（月額980円から900円）、8ギガプラン（月額1,380円から1,364円）、15ギガプラン（月額1,680円から1,637円）、20ギガプラン（月額1,880円から1,819円））を実施。
- ・ 2022年4月1日、イオンが、イオンモバイルから、音声プランの値下げ（20GB（月額1,980円から1,780円）、30GB（月額3,780円から2,780円）、40GB（月額4,780円から3,780円）、50GB（月額5,780円から4,780円））を実施。
- ・ 2022年8月24日、オプテージが、mineoから、最大速度300kbpsの新料金プラン（マイそくライト（月額600円））の提供を開始

- ・ 2022年10月13日、SNCが、NUROモバイルから、かけ放題付き月間通信容量 1GBの新料金プラン（月額1,700円）の提供を開始
- ・ 2023年2月22日、オプテージが、mineoから、最大速度32kbpsの新料金プラン（マイそくスーパーライト（月額228円））の提供を開始
- ・ 2023年4月1日、IIJが、ギガプランの4ギガプラン（月額900円）と8ギガプラン（月額1,364円）で容量の増加（4ギガプランから5ギガプラン、8ギガプランから10ギガプラン）を実施。

【通話オプション等²¹】

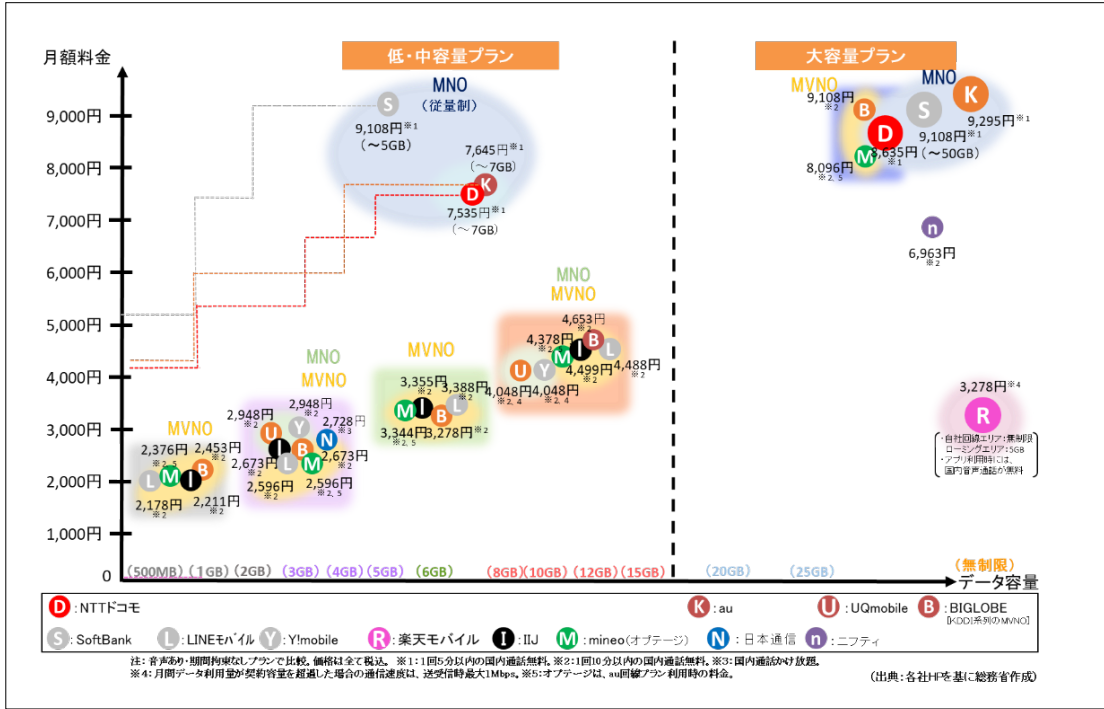
- ・ 2021年6月1日、イオンが、イオンモバイルから、イオンでんわ5分かけ放題（月額500円）の提供を開始。
- ・ 2021年9月11日、IIJが、音声通話料金の値下げ（20円/30秒から10円/30秒）を実施。
- ・ 2021年10月1日、イオンが、イオンモバイルから、音声通話料金の値下げ（20円/30秒から10円/30秒）を実施。
- ・ 2021年11月26日、イオンが、イオンモバイルから、フルかけ放題（月額1,500円）の提供を開始。
- ・ 2021年12月7日、IIJが、通話プランの改定（通話定額5分（月額455円）、通話定額10分（月額637円））及びかけ放題プラン（月額1,273円）の提供を開始。
- ・ 2021年12月27日、DTIが、音声通話かけ放題（月額950円）を実施。
- ・ 2021年12月27日、日本通信が、合理的20GBプランから、通話かけ放題（月額1,091円）の提供を開始。
- ・ 2022年1月1日、Y.U-mobileが、y.u mobileから、通話オプションの値下げ（10分かけ放題（月額780円から500円）、無制限かけ放題（月額2,700円から1,273円））を実施。
- ・ 2022年1月27日、日本通信が、合理的シンプル290から、通話無料70分（月額637円）、通話かけ放題（月額1,455円）の提供を開始。
- ・ 2022年12月21日、オプテージが、mineoから、10分かけ放題（月額

²¹ 価格については税抜表示

500円) 及び時間無制限かけ放題 (月額1,100円) の提供を開始。

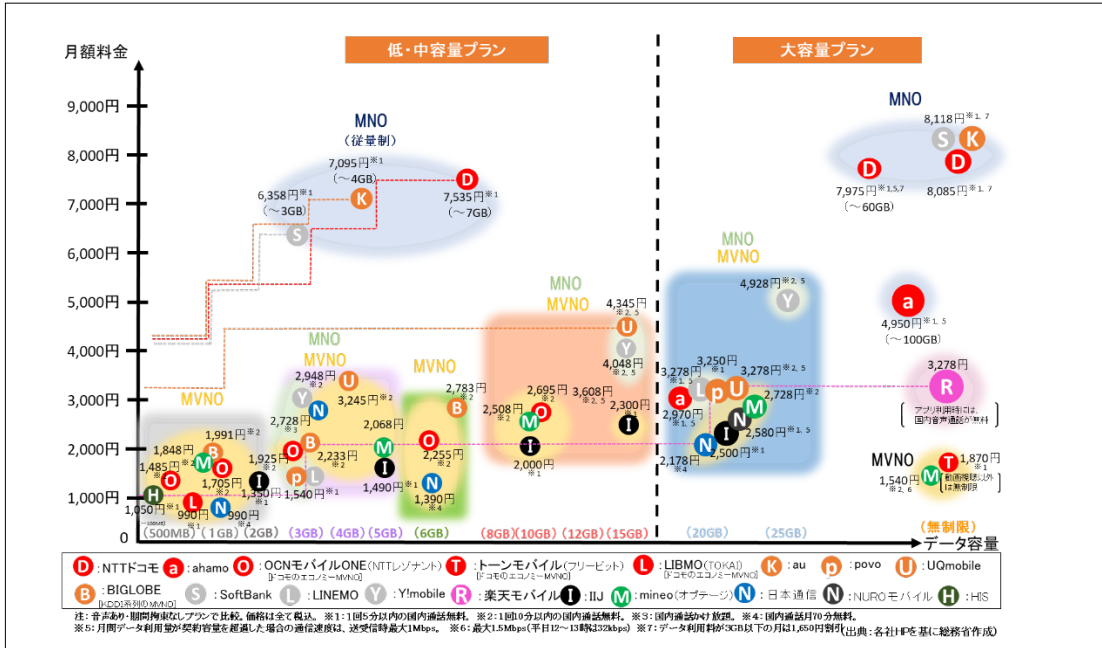
- ・ 2022年12月21日、SNCが、NUROモバイルから、無制限のかけ放題オプション (月額1,300円) の提供を開始。
- ・ 2023年2月1日、オプテージが、mineoから、10分通話パック (月額100円) の提供を開始。
- ・ 2023年3月17日、オプテージが、mineoから、22時30分～翌7時30分のデータ通信が使い放題になる「夜間フリー」オプション (月額900円) の提供を開始。

【図表Ⅱ-10 携帯電話事業者各社の主な料金プランの比較（2020年9月10日現在）】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料

【図表Ⅱ-11 携帯電話事業者各社の主な料金プランの比較（2023年6月1日現在）】

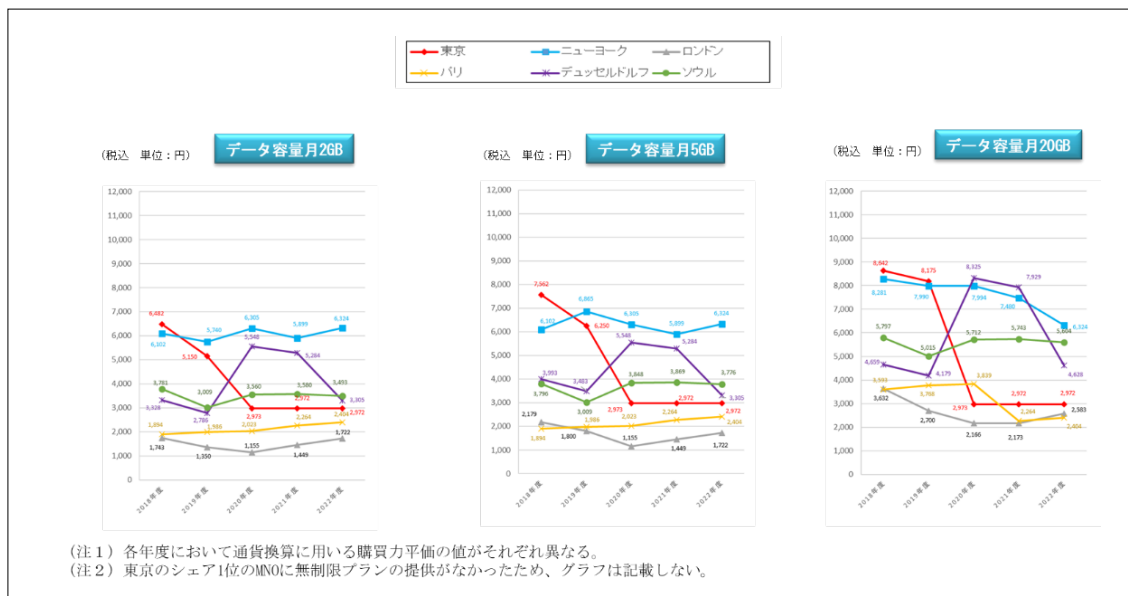


出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

ウ 携帯電話料金の国際比較調査の結果

総務省が実施した2023年3月時点での内外価格差調査（2023年5月公表）によれば、日本のスマートフォンの料金水準は、最も安い料金プランで比較すれば、諸外国と比べて中位又は低位の水準となっている。

【図表Ⅱ-12 電気通信サービスに係る内外価格差調査（2022年度調査結果）（スマートフォン4G（MNO：シェア一位の事業者）の推移）】



出典：電気通信サービスに係る内外価格差調査－令和4年度調査結果－（2023年5月26日公表）資料

エ 接続料の低廉化等

MVNOが多様な料金プランを提供できるようになった背景としては、将来原価方式の導入等によるデータ接続料の低廉化や2021年4月以降に行われたモバイル音声卸の料金の引下げ等が挙げられる。これによりMVNO各社の創意工夫の余地が拡大し、ごく小容量から無制限までの様々な通信容量と通信速度を組み合わせた料金プランや音声定額プランといった新たな料金プランが多数提供されるようになった。

MNOの接続料等の適正化を確保するための新たな取組として、2023年3月の音声接続料の届出に併せて廉価プランに対するモバイルスタックテストが実施され、同年6月16日に特定卸電気通信役務に係る規律が施行された。

オ 指定事業者のARPU²²の状況

指定事業者のARPUについては、2022年度の平均値は、契約全体では3,384円、スマートフォン向け契約では3,723円であり、2021年度の平均値と比べ、それぞれ、▲5.2%、▲7.6%となっている。

MNO3社の場合には、廉価プランの提供が本格化して以降、減少傾向にあり、改正法施行年度と比較すると▲18.3%となっている。他方で、一部の事業者からは2022年途中から増加に転じているとの報告もあった。

MNO3社以外の場合には、額自体はMNO3社と大きな開きがあるものの、直近1年程度は増加傾向となっている²³。

カ 消費支出からみた通信料金の動向

家計調査（2人以上世帯のうち勤労者世帯）によれば、消費支出における携帯電話通信料は、2017年の14,046円（月平均）をピークに減少傾向にあり、2022年では11,885円と、2021年と比べ▲8.0%、改正法施行年と比べると▲12.2%であった²⁴。

キ 消費者物価指数からみた通信料金の動向

全国消費者物価指数によれば、通信料（携帯電話）は2021年4月以降のMNOによる新料金プランの提供開始を受けて大きく低下し、2023年5月時点の通信料（携帯電話）は、改正法施行の前月である2019年9月と比べ▲49.3%であった²⁵。

ク 通信料金に関する利用者意識調査の結果

総務省が実施した利用者意識調査²⁶の結果によれば、月々の携帯電話会社への支払総額（通信料金、端末代金やアプリ代金等を含んだ総額）は継続して低下しており、直近の1年間において約4,583.2円から約4,452.3円で▲2.9%となり、改正法施行時点（約6,920.6円）と比べ▲35.7%とな

²² Average Revenue Per User：1契約当たりの売上高

²³ 各種資料22

²⁴ 各種資料23

²⁵ 各種資料24

²⁶ サンプル数：6,000人（属性は12属性×500人①性別（男女）2属性、②年齢（20代～70代以上10代ごと）6属性）、調査実施期間：2023年3月1日から3日まで

っている²⁷。

また、月々の通信料金の支払額も同様に継続して低下しており、直近の1年間において約2,498.0円から約2,485.7円で▲0.5%となり、改正法施行時点（約4287.3円）と比べ▲42.0%となっている²⁸。

○ 利用者の動向

ア 利用者による事業者乗換えの動き

指定事業者の新規契約数及び契約解除数は、全体として毎年3月に大きく伸びた後、前年同月を毎月上回る水準で推移しており、2022年度の合計では、前年同期と比べ、新規契約数は+7.0%、契約解除数は+13.5%となっている。スマートフォン向けの契約では、より増加率が大きく、新規契約数は+8.8%、契約解除数は+23.1%となっている。

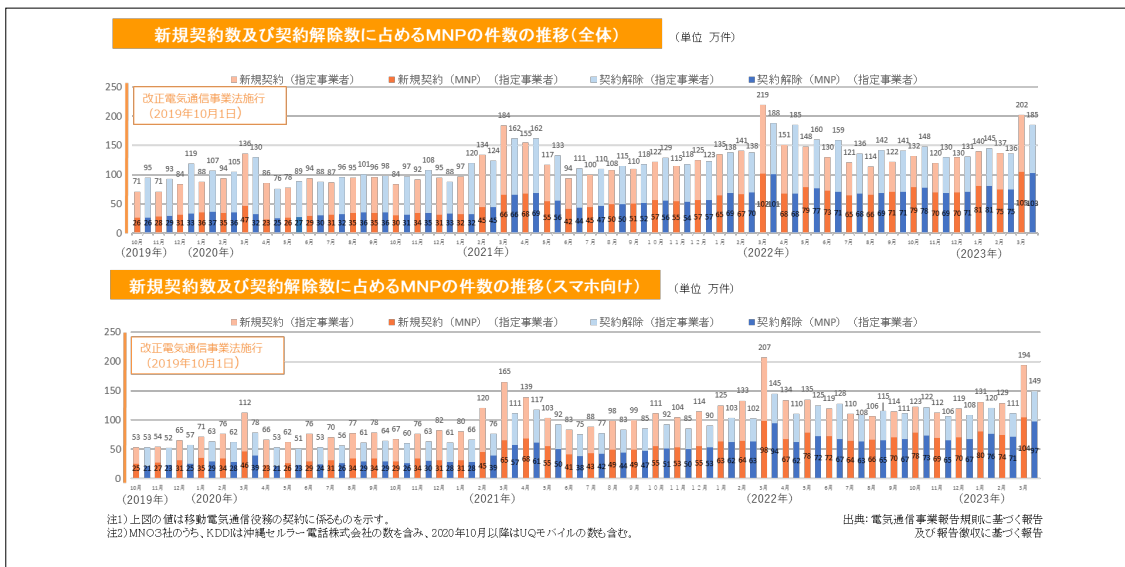
新規契約数及び契約解除数に占めるMNP²⁹件数の割合は、2022年度は5割程度（56.4%）となっており、改正法施行年度と比較すると+138%となっているなど年々増加傾向にある。この要因としては、楽天モバイル及びMVNOの発表にあったサービス利用意思を伴わない乗換えが影響している可能性が考えられる。

²⁷ 各種資料25

²⁸ 各種資料26

²⁹ MNP（モバイルナンバーポータビリティ）とは、携帯電話役務の利用者が携帯電話事業者を変更した場合に、携帯電話番号を変更することなく変更後の携帯電話事業者が提供する携帯電話役務を利用できることをいう。

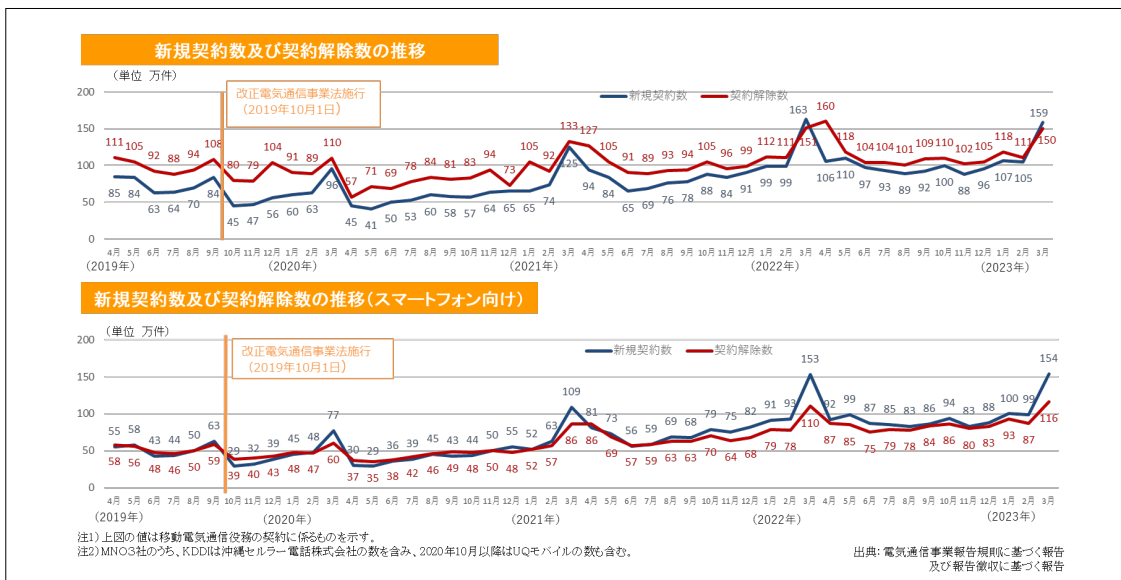
【図表Ⅱ-13 指定事業者の新規契約数及び契約解除数（MNP契約数含む。）】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

MNO3社については、全体として毎月の契約解除数が新規契約数を上回る傾向が続いているが、2022年3月はこれが逆転している。他方で、スマートフォン向けについては、双方に大きな差はなく、2021年8月以降、新規契約数が契約解除数を上回る傾向になっている。

【図表Ⅱ-14 新規契約数及び契約解除数の推移（MNO3社）】

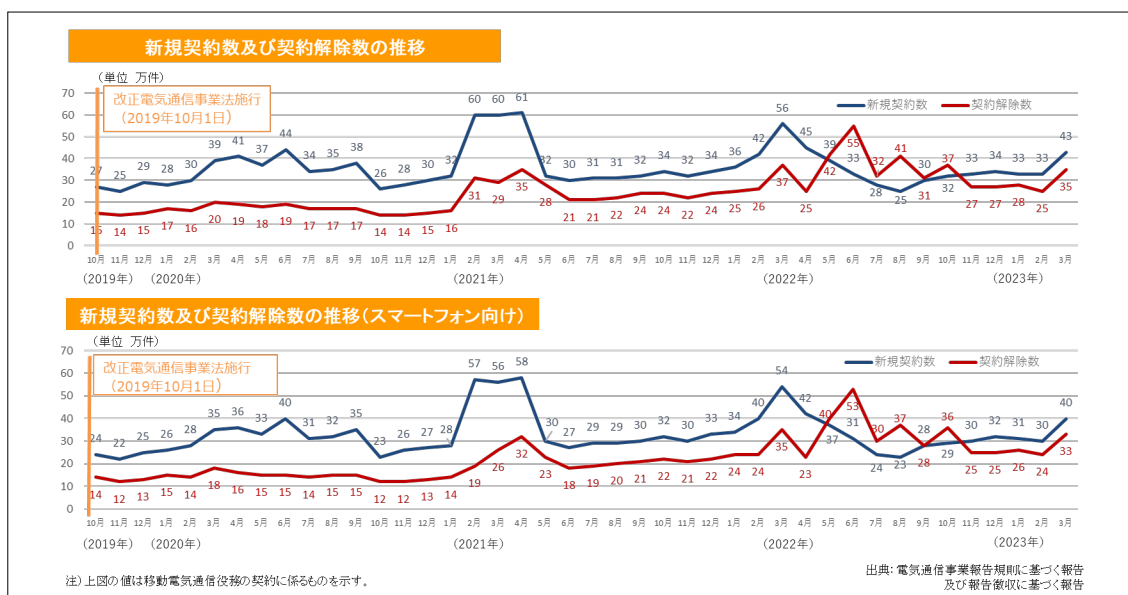


出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

MNO3社以外の指定事業者については、2022年4月までは移動電気通信役務、スマートフォン向けとも一貫して新規契約数が契約解除数を上

回っていたが、同年5月から10月にかけて、契約解除数が新規契約数を上回った。この要因としては、楽天モバイルが、同年5月に1GB以下0円を廃止したRakuten UN-LIMIT VIIを同年7月1日に提供開始することを発表したことを受け、この時期に楽天モバイルの契約解除者が増加したためと考えられる。

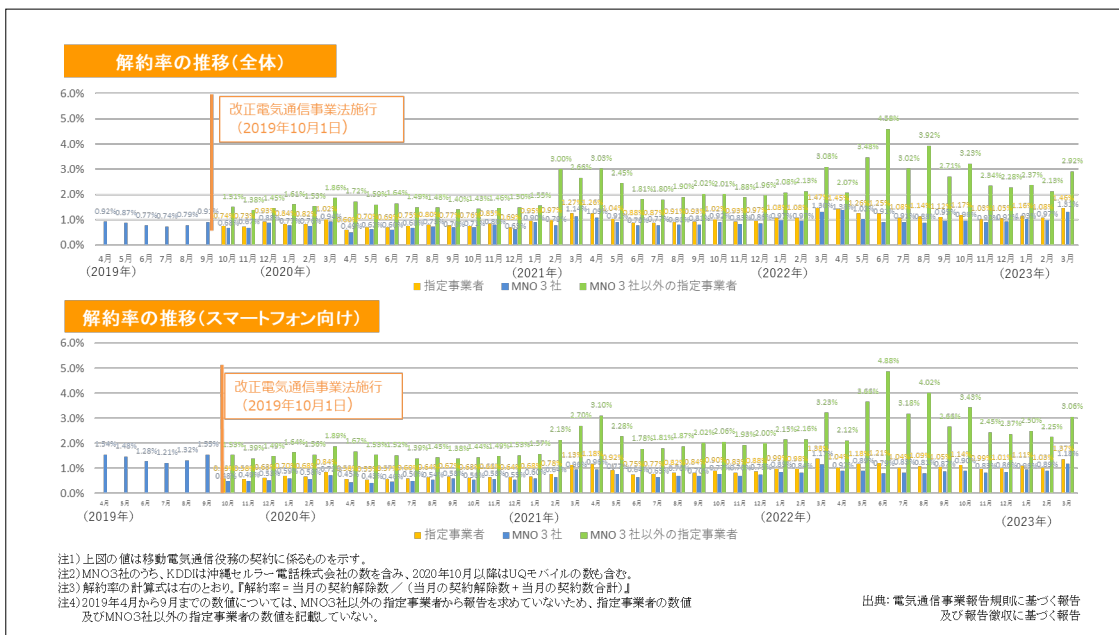
【図表Ⅱ－15 新規契約数及び契約解除数の推移（MNO3社以外の指定事業者）】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

解約率については、指定事業者全体、MNO3社、それ以外の指定事業者とも、また、端末全体、スマートフォン向けとも、概ね継続して前年同月より高い状況が続いている。MNO3社以外の指定事業者については、新規契約数が契約解除数を上回っているにもかかわらず、MNO3社に比べて解約率が高いことは母数としての契約数の大きさの違いによるものと考えられる。

【図表Ⅱ－16 解約率の推移】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

イ 新料金プランへの移行状況

(ア) 携帯電話事業者からの報告

2021年5月以降、新料金プランの契約数は、平均すると163万/月を超えて増加している。2023年5月末では、その数は約5,490万となっており³⁰、新料金プランへの移行は着実に進展している。

なお、これら新料金プランへの月当たりの契約数の増加（約163万/月）が、指定事業者の月当たりの新規契約数（2021年の5月から2023年3月までの平均：約132万/月）を上回っているが、これは同じ事業者内でのプラン変更、ブランド変更が多く含まれるためと考えられる。

(イ) 利用者意識調査の結果

総務省が実施した利用者意識調査³¹の結果によれば、「既に新料金プランを利用している」と回答した者は全体の約50%となっている。また、「今後乗り換えたいと考えている」「乗り換えるつもりだが乗換え先

³⁰ 各種資料27、28

³¹ サンプル数：6,000人（属性は12属性×500人 ①性別（男女）・・・2属性、②年齢（20代～70代以上 10代ごと）・・・6属性） 調査実施期間：2023年3月1日から3日まで

は検討中」と回答した者は約 10%となっており、全体として約 6 割の者が、これら新料金プランに興味を持っていることがうかがえる。他方で、「乗り換えるつもりはない」と回答した者は 26.3%、「これらプランについて知らないのわからない」と回答した者は 13.8%存在した³²。

「既に新料金プランを利用している」と回答した者（メイン回線 3,020 に加え、サブ回線 197 の合計 3,217 名）に、どのプランを利用しているかについて尋ねたところ、「楽天モバイル：Rakuten UN-LIMIT VII（15.3%）」が最も多く、次いで、「NTT ドコモ：ahamo（10.2%）」、「Y!mobile：シンプル S（10.1%）」、「ソフトバンク：メリハリ無制限（10.1%）」、「UQ mobile：くりこしプラン S+5G（7.9%）」の順となっている。これらのプランへの乗換え元を尋ねたところ、いずれも、同じ事業者からの移行が最も多かったが、楽天モバイルに関しては、MNO 3 社からの移行（NTT ドコモ：1.8%、KDDI（UQ mobile 含む）：2.1%、ソフトバンク（Y!mobile 含む）：2.5%、3 社合計で 6.4%）に次いで、同じ事業者からの移行（5.0%）、新規契約（2.3%）の順となっている。

また、MVNO から乗り換えたとの回答は合計で全体の 6.5%である一方、MVNO へ乗り換えたとの回答は合計で全体の 9.5%であり、全体として見れば、MVNO の契約数が増加している傾向がうかがえる回答となった。

³² 各種資料29

【図表Ⅱ－17 利用者意識調査（すでに乗り換えた利用者の動き）】

	一歩踏み出した事業者																										
	au・LINEMO				iDOL				UQモバイル				Yモバイル														
	docomo (docomo)	ahamo	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY	au PAY													
移行先の割合	100%	5.2%	6.5%	10.2%	3.2%	5.4%	4.4%	7.9%	2.6%	0.4%	10.1%	1.9%	11.8%	4.6%	0.7%	15.3%	2.1%	1.0%	2.6%	0.6%	1.1%	0.7%	0.8%	0.2%	0.1%	0.3%	
NTTドコモ (docomo, ahamo)	22.6%	3.5%	5.1%	7.5%	0.2%	0.2%	0.2%	0.6%	0.1%	0.0%	0.6%	0.2%	0.8%	0.4%	0.1%	1.8%	0.3%	0.1%	0.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
KDDI (au, povo)	17.9%	0.1%	0.1%	0.5%	1.9%	3.7%	2.6%	3.3%	1.0%	0.2%	0.4%	0.0%	1.1%	0.3%	0.1%	1.8%	0.0%	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
UQモバイル	4.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	1.6%	0.6%	0.1%	0.0%	0.1%	0.3%	0.2%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ソフトバンク (SoftBank, LINEMO)	15.4%	0.2%	0.2%	0.4%	0.1%	0.2%	0.1%	0.4%	0.3%	0.1%	6.0%	0.4%	3.1%	1.6%	0.3%	1.7%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
Ymobile	9.9%	0.1%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.2%	0.0%	0.7%	0.2%	4.6%	1.5%	0.1%	0.8%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
楽天モバイル	8.8%	0.1%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.6%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.3%	0.4%	0.3%	0.1%	5.0%	0.3%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.4%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%
IIJ (IIJmio)	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.7%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
オプテージ (マイネオ)	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
NTTレゾナント (OCN モバイル ONE)	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ビッグロップ (ビッグロップモバイル)	0.8%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
JCOM (JCOM MOBILE)	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
日本通信	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
イオンモバイル (イオンモバイル)	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Y.U-mobile (y.u mobile)	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ドリーム・ドレイブ・インターネット (ドリームモバイル)	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
フリーストアークコミュニケーションズ (NURO モバイル)	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
その他の格安SIM会社	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.7%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
携帯電話会社と契約しなかった	14.9%	1.2%	1.1%	0.7%	0.8%	1.2%	0.5%	0.7%	0.3%	0.0%	2.3%	0.4%	1.2%	0.4%	0.1%	2.3%	0.3%	0.1%	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%

出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料

「今後乗り換えたい」、「乗り換えるつもりだが検討中」と回答した者（合計577名）が検討している乗換え先（複数回答）としては、「NTTドコモ：ahamo（19.9%）」が最も多く、次いで、「楽天モバイル：Rakuten UN-LIMIT VII（19.0%）」、「UQ mobile：くりこしプランS+5G（11.2%）」、「Y！mobile：シンプルS（11.0%）」、「povo（9.8%）」の順となっている。これらのプランへの乗換えを検討している者は、概ね同じ事業者からが多かったが、楽天モバイルに関しては、NTTドコモの契約者が最も多く（7.2%）、次いでKDDI（3.5%）、ソフトバンク（2.9%）とMNO3社の契約者の割合が高く、これらは同じ事業者（楽天モバイル）の契約者（1.9%）よりも高い割合となっている。

【図表Ⅱ－18 利用者意識調査（乗換え意向を有する利用者の傾向）】

	NTTドコモ			KDDI			UQ mobile			Y!mobile			J:COM MOBILE			ソフトバンク			その他									
	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先	移行先										
移行先の割合（複数回答）	100%	9.1%	8.9%	19.9%	6.3%	7.0%	9.8%	11.2%	3.4%	1.1%	7.9%	5.5%	11.0%	4.1%	1.0%	19.0%	2.9%	2.7%	3.3%	1.2%	2.1%	2.0%	2.6%	1.6%	0.8%	2.1%	4.0%	
NTTドコモ	43.1%	7.9%	7.7%	24.4%	0.7%	1.7%	1.3%	3.0%	0.5%	0.1%	1.3%	0.9%	2.7%	1.0%	0.2%	7.2%	1.0%	0.5%	2.2%	0.2%	1.0%	0.6%	0.7%	0.5%	0.0%	0.4%	2.3%	
KDDI(au)	22.2%	0.5%	0.5%	1.6%	5.1%	4.0%	5.5%	5.2%	1.6%	0.8%	0.2%	0.2%	1.2%	0.3%	0.1%	3.5%	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	0.9%	0.0%	0.2%	0.5%	0.4%	
ソフトバンク	14.7%	0.7%	0.7%	2.0%	0.5%	4.5%	1.1%	0.7%	0.7%	0.2%	5.6%	2.7%	2.8%	1.5%	0.6%	2.9%	0.4%	0.6%	0.6%	0.2%	0.4%	0.4%	0.6%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%	
楽天モバイル(UN-LIMIT V7プラン)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Y!mobile	3.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.1%	0.2%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	
J:COM MOBILE	3.4%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.4%	0.2%	1.2%	0.5%	0.0%	0.1%	0.4%	0.3%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	
楽天モバイル(UN-LIMIT V7プラン以外のプラン)	6.2%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.2%	0.6%	0.5%	0.2%	0.3%	0.7%	1.9%	0.3%	0.0%	1.9%	0.2%	0.2%	0.0%	0.2%	0.6%	0.2%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.2%	0.3%	0.4%
Ullmio	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%
オプテージ(マイネオ)	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
NTTフナト(OCNモバイルONE)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ビックローブ(ビックローブモバイル)	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
J:COM MOBILE	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
日本通信	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
イオンリテール(イオンモバイル)	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Y!mobile(yu mobile)	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Fリーム・トレイン・インターネット(トーンモバイル)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
アネネットワークコミュニケーションズ(NUROモバイル)	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他の格安SIM会社	4.5%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.6%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.2%	0.0%	1.2%	0.7%	0.7%	0.2%	0.4%	0.0%	0.6%	0.4%	0.0%	0.2%	0.5%	0.2%	

出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料

このほか、既に新料金プランを利用している等の理由として最も多かったのは「料金が安いから（42.6%）」であり³³、また、新料金プランに乗り換えるつもりがない理由として最も多かったのは「現在のプランに特に不便を感じていないから（24.1%）」、次いで「（乗り換えると、）今より料金が高くなってしまいうから（19.3%）」、「手続きを行うことが面倒だから（17.3%）」が多い結果となった³⁴。

ウ MN03社の廉価プラン等への移行状況

(ア) 分析対象及び方法

報告書2020において、Y!mobile、UQ mobileの2ブランドに焦点を当て、それがモバイル市場の競争環境に与える影響について分析が行えるよう事業者からデータを取得する旨提言があった。

これに加え、報告書2021に向けた検討の中で、報告書2020以降に新たに発表されたMN03社のオンライン専用プラン³⁵についても、モバ

³³ 各種資料30

³⁴ 各種資料31

³⁵ MN03社の廉価プラン等のうち、NTTドコモ「ahamo」、KDDI「povo」、ソフトバンク「LINEMO」をいう。

イル市場へ与える影響が大きいと想定されたことから、MNO 4 社が提供するサービスのうち、特に独立系 MVNO (MNO の特定関係法人に該当しない MVNO をいう。以下同じ。) との間の競争に影響を与えられ料
料金プラン・ブランドを、「廉価プラン等」として捉え、料金プラン・
ブランド別のデータを取得し、分析することとした。

MNO 3 社の廉価プラン等³⁶については、廉価プラン等以外の契約数が減少している中で、2021 年 3 月以降継続して契約数を増やしており、現時点において最も移行先として選択されている MNO 3 社の廉価プラン等について、総務省が実施した利用者意識調査の結果等に基づき検証を行った。

(イ) 分析結果 (契約数は 10 万単位で四捨五入している。)

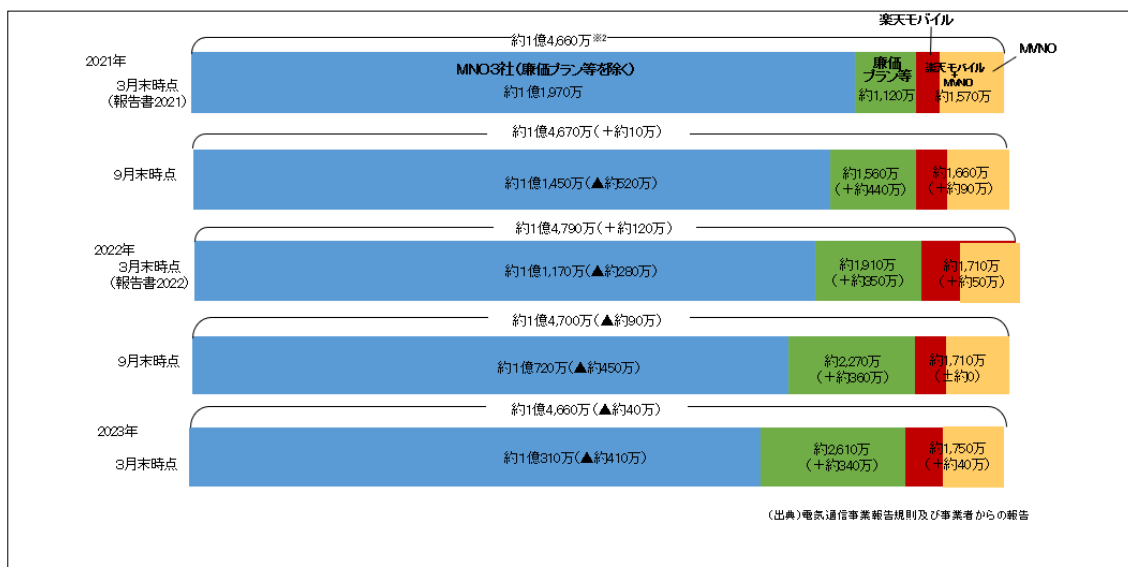
携帯電話契約数 (通信モジュール等を除く。以下同じ。) の総数は、2023 年 3 月末時点で約 1 億 4,660 万であり、2022 年 3 月末時点 (約 1 億 4,790 万契約) と比べ、▲0.9%となっている。

この状況において、MNO 3 社の廉価プラン等の契約数は、2023 年 3 月末時点で約 2,610 万であり、2022 年 3 月末時点 (約 1,910 万) と比べ、+36.6%となっている。また、携帯電話契約数の総数に占める割合は 17.8%であり、2022 年 3 月末時点 (12.9%) と比べ 4.9 ポイント増加している。

楽天モバイル及び MVNO の契約数は、2023 年 3 月末時点で約 1,750 万であり、2022 年 3 月末時点 (1,710 万) と比べ、+2.3%となっている。また、携帯電話契約数の総数に占める割合は 11.9%であり、2022 年 3 月末時点 (11.6%) と比べ 0.3 ポイント増加している。2023 年 3 月末時点においては、MNO 3 社の廉価プラン等と比べ、約 70%程度の規模である。

³⁶ MNO 3 社の廉価プラン等は、「NTTドコモ (ahamo)」、「au (povo)」、「UQ mobile」、「SoftBank (LINEMO)」、「Y!mobile」をいう。

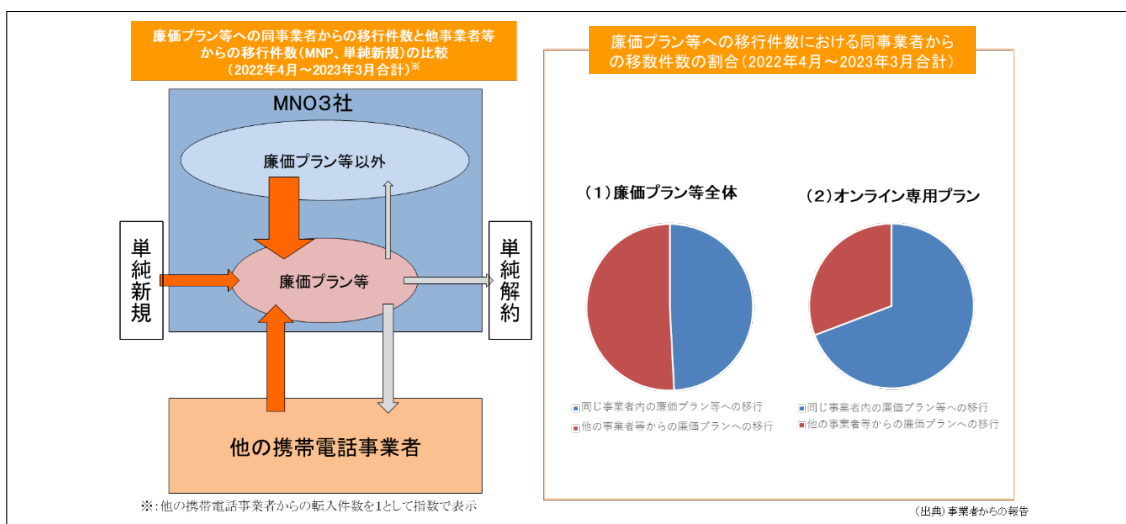
【図表Ⅱ－19 利用者の動向（携帯電話契約数：2023年3月末）】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

MNO 3社の廉価プラン等への転入の内訳をみると、2022年4月から2023年3月までの転入数の合計の約半数が、オンライン専用プランに限れば半数以上が、同じ事業者内の別のプラン等からの転入となっている。2022年3月と比べればその割合は減ってはいるものの、引き続きオンライン専用プランへの転入の多くが同じ事業者内での転入であるという結果となっている。

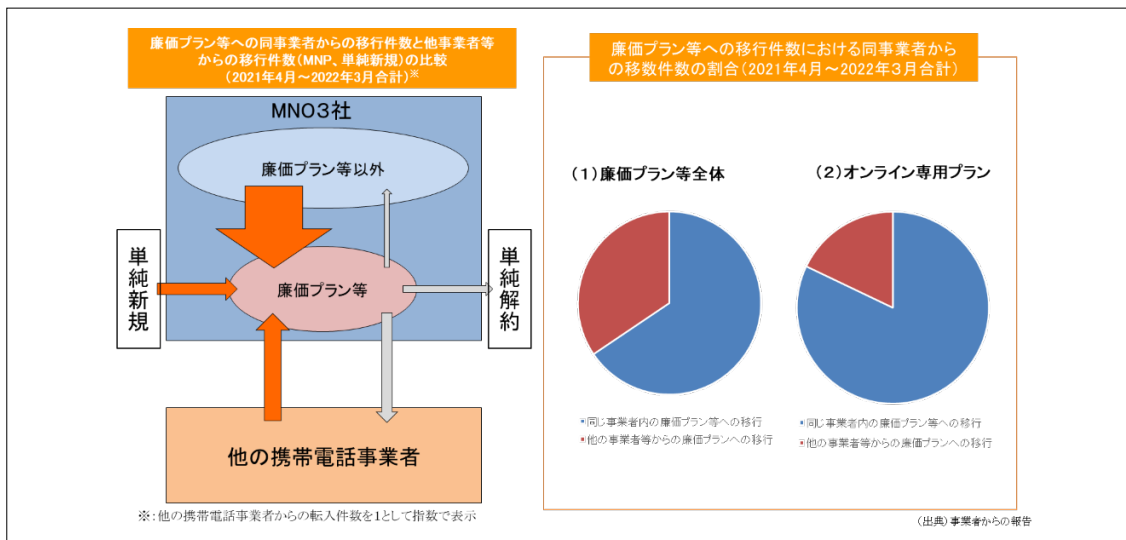
【図表Ⅱ－20 廉価プラン等への転入・転出の内訳(2022年4月～2023年3月)】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

【図表Ⅱ－21 （参考）廉価プラン等への転入・転出の内訳（2021年4月～2022

年 3 月)】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料

また、MNO3社と他の事業者との間では、前者の廉価プラン等から後者への転出よりも後者から前者の廉価プラン等への転出の方が多いとなっている。

なお、楽天モバイルの「UN-LIMIT VII」については、MNO3社の廉価プラン等のような転入の内訳を把握するためのデータを入手していない。このため、「UN-LIMIT VII」への転入の内訳について、総務省が実施している利用者意識調査の結果³⁷に基づき分析を行った³⁸。

これによると、転入元として最も割合が高かったのは他のMNOからの移行（約4割）であり、次いで自社内MVNOからの移行の割合が高く（約3割）、他のMVNOからの転入は最も少ない割合（約1割）に止まるという結果であった。なお、「新規契約」の割合は約2割であり、他のMVNOからの転入より割合が高い結果となっている。

以上のことから、MNOの利用者はMNO内で移行する傾向（特に、同じ事業者内のオンライン専用プランに移行する傾向）が強く、MVNOの利用者はMNO3社の廉価プラン、楽天モバイルを中心に移行する傾向が強くなっていることが分かる。また、MVNOにとっては、MNOとの価格優位

³⁷ 図表Ⅱ-17

³⁸ 総務省調査は2023年3月1日から3日までに実施したもの（6,000人）であり、調査実施時点において楽天モバイル「Rakuten UN-LIMIT VII」を利用していると回答した者に対し、いずれの事業者からの転入であるか等を尋ねたものである。

性が低下している中で、顧客獲得が難しくなっている様子が見えてくる。

エ 違約金のある契約の状況

MNO 3社は、2022年4月までに全ての契約についての違約金を撤廃している（NTTドコモは2021年10月より違約金を免除、2022年2月に約款上で違約金を撤廃。ソフトバンクは2022年2月、KDDIは2022年4月に撤廃。）。

こうした状況の中、違約金のある契約は、MNO 3社以外の指定事業者についても継続的に減少しており、2022年度末時点で約77万契約（▲96.8%）となっている。

また、毎月の1件当たりの違約金支払金額は、MNO 3社は2022年第1四半期にゼロとなり、それ以外の指定事業者も改正法施行後、継続的に減少している³⁹。

オ その他

指定事業者が行っている新規契約を条件とした利益提供（新規契約をした利用者に対する割引やポイント付与等（端末購入等代金の割引を除く。））については、2021年6月以降、件数、提供額とも大きく増加した後、2022年1月をピークに減少している⁴⁰。他方で、販売代理店等が行っている新規契約を条件とした利益提供については、改正法施行以降、件数、提供額とも増加傾向にある。

指定事業者が行っている継続利用割引等（一定程度通信契約を継続している利用者に対する割引やポイント付与等）については、改正法施行以降、全体として減少傾向にある⁴¹。

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ 創意工夫の努力を続け、積極的にイノベーションに取り組んでいるMVNO様にとしては、5G（SA）サービスのための機能開放は必須

³⁹ 各種資料32, 33

⁴⁰ 各種資料34, 35

⁴¹ 各種資料36

であり、実現すべきことだと認識している。これまでもテレコムサービス協会や他MVNOからの意見にも、機能解放についての交渉の進展にまだ課題があるとの指摘があったと認識している。

今回、国際標準が阻害要因になっているということが一言で示されているが、実際に阻害要因になっているということであれば、国際標準が決まらないことによってどういう影響があり、それを乗り越えるためにどういう動きが必要なのか、また、こういった標準が明らかにならないなどの理由でこれまでも交渉がはかどらないという事態が繰り返されてきている、かつて見た景色のようなどころもあるので、繰り返さないということのために、何ができるかというのを模索していく必要があるのではないかと思う。

イ 事業者等の意見

○ モバイル市場の現状関係

- ・ 事業法改正当時は、MVNOは料金面で優位性あり、成長できていたと考えているが、サブブランドの値下げ、オンライン専用プランの登場以降、料金が近接して、その優位性が失われてきている状況である。この料金の近接については、接続料の算定等に関する研究会にて検証を進めていると認識しているが、料金以外の観点においても、MNOから設備を借りている立場であるMVNOは、冗長設備等の設備利用の柔軟性や可用性が低い、あるいはMNOよりサービス提供時期が遅くなることが多いといった、事業構造に起因する差が存在していると認識している。(第38回会合：オプテージ)
- ・ 基本的な競争の状況は変わっていないと思っているが、昨年度に特化したトピックとしては、電気料金の高騰の影響がコスト増という形で影響した。こちらは企業努力という形で吸収をしている状況であり、引き続き、お客様に満足いただけるように努めたいと考えている。(第42回会合：NTTドコモ)

○ 公正な競争環境の確保関係

- ・ 5Gについては、昨年8月から5G(SA)をスタートしたところ。ARPUについては、大容量プランの加入が順調に拡大をしているところであり、昨年度の頭ぐらいから下げ止まった感じが出ている状況。(第42回会合：NTTドコモ)
- ・ データ通信のトラフィックが多い時間帯については、依然としてMNO

とMVNOでは、回線品質にはまだまだ差がある状況と認識している。MNO相当の回線品質とするためには、さらに多くの帯域の確保が必要で、MNOの低廉料金のプランとMVNOの料金プランの料金が近接しているので、今後の競争を考えるとデータ接続料のさらなる低廉化が非常に望ましい。(第42回会合：IIJ)

- ・ MVNOを取り巻く競争環境について、昨今の小売料金の競争の活発化は、利用者にとっては非常に望ましいと考える一方で、価格優位性が薄くなっており、MVNOにとっては、これまで以上に厳しい競争環境になっていると認識している。(第42回会合：オプテージ)
- ・ 品質面では、混雑の時間帯でMNOと同等品質のサービス提供を行うには、依然困難な接続料の水準にあるということ、あと営業面でMVNOが低コストで営業方法の工夫を図っている中で、サブブランドや廉価プランはメインブランド並みの広告出稿や、豊富な店舗数を活用した接客販売等、営業費の使い方にも大きな差があるのではないかと。(第42回会合：オプテージ)
- ・ MNOの各プラン、サービスとの間で厳しい競争環境にあり、至近の転出先としては、サブブランドが最も多い状況。また、サブブランドと廉価プランの転出割合は増加傾向である。(第42回会合：オプテージ)

③ 考え方

ア 市場の概況

通信市場の動向を見ると、移動電気通信役務の契約数は、改正法施行年度末時点と2022年度末時点とを比較すると、▲0.8%減少しているものの、スマートフォン向け契約数は継続して堅調な伸びを見せ、16.3%の伸びとなっており、3Gや4Gから5Gへのシフトが鮮明となってきている。また、改正法施行年度末時点と2022年度末時点とを比較すると、MVNOの事業者数は、27.2%の伸びとなっている。

これらを踏まえると、通信市場においては競争が一定程度機能していると考えられるものの、改正法施行後、MNOとMVNOの契約数シェアには大きな変動はなく、特にMVNOの契約者シェアについては、改正法施行前までに年1.2%の伸びを見せていたことと比較をすると、その勢いはなくなっていることがうかがえる。

イ 料金の動向

改正法施行前と比較すると、MNO・MVNOとも多様な料金プランを提供している。その結果、利用者による月々の携帯電話会社への通信料金の支払額は、改正法施行時点と比べて▲42.0%、支払総額（通信料金、端末代金やアプリ代金等を含んだ総額）で見ても、改正法施行時点と比べて▲35.7%となるなど、通信料金の低廉化は大きく進展している。

他方で、MNO 4社がオンライン専用プランを含めた従来よりも低廉な料金プランを提供することにより、MNOとMVNOの料金プランの料金差が縮まっており、MVNOにとって価格優位性が低下している状況となっている。

この点、従来のMNOのデータ接続料やモバイル音声卸料金の低廉化に向けた取組に加え、2023年6月から、特定卸電気通信役務に係る制度が施行される。こうした制度を活用し、MVNOにおいて創意工夫が促進されることが期待されることから、本WGにおいては、こうした創意工夫の進展度合いについて引き続き注視していくことが適当である。

ウ 利用者の動向

従来よりも低廉な料金プランの提供が開始されるとともに、MNOにおける期間拘束契約の廃止をはじめとした乗換えの円滑化に向けた各種の取組が実施された結果、利用者が自身のニーズに合った事業者や料金プランをいつでも自由に選択できる環境が基本的にも実現した。その中で、事業者の顧客獲得競争も活発になり、利用者が事業者の乗換えや料金プランを変更する動きが活発化している。

改正法の施行後、新料金プランへの移行は着実に進展し、2023年5月末時点では、「新料金プラン」の契約数は約5,490万に至っていることは、制度見直しの恩恵が利用者にとって一定程度広がっていることを示している。

他方で、一定数の利用者は、新料金プランに移行せずにMNO 3社の旧来プラン⁴²を利用している。移行しない理由としては利用者意識調査によれば、「現在利用している料金プラン内容に特に不便を感じていない」旨の回答がある一方で、「手続きを行うことが面倒だから」、「特に理由はない」、「興味がない」といった回答も多くあった。

これらの利用者に対して制度見直しの恩恵を行き渡らせる観点からは、

⁴² MNO 3社の旧来の高額な料金プラン

積極的な理由なく移行しない利用者に対して、自身のニーズに合った移行のメリットや手続が必ずしも複雑ではないことについて正しく伝えていくことが重要であることから、総務省においては、こうした情報を広く、正しく伝えるため、「携帯電話ポータルサイト」⁴³のコンテンツの充実や消費者団体を通じた周知啓発といった情報の発信を引き続き積極的に行っていく必要がある。

エ 公正な競争条件の確保

MNOの数に限りがある中、創意工夫により独自のサービスを提供するMVNOは引き続き競争の軸として重要な役割を果たすことが期待される。このことを踏まえると、通信市場において継続的に競争が行われるためには、特に、MVNOにおいて適時に競争し得るサービスが提供可能となる環境整備が重要と考えられる。このため、今後5G(SA)サービスの普及が見込まれる中、MVNOが競争し得る5G(SA)サービスを提供できる環境として特にMNOによる5G(SA)に係る機能開放を受けたサービス提供の状況に関し、国際標準の動向や「接続料の算定等に関する研究会」での議論を踏まえつつ、本WGにおいて、引き続き注視していくことが適当である。

(3) 端末市場の動向

① 分析・検証結果

○ 市場全体の動向

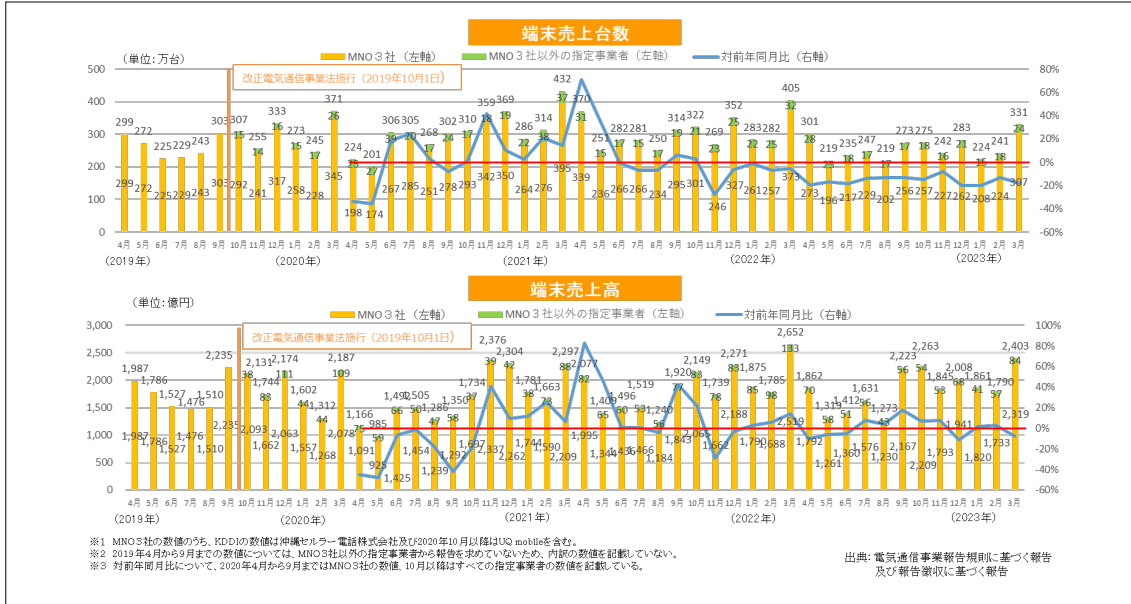
ア 端末売上台数・売上高⁴⁴

指定事業者の端末売上台数・売上高は、2022年度の合計はそれぞれ3,090万台、2兆1,891億円であり、2021年度(3,622万台、2兆2,133億円)と比べ、▲15.6%、▲1.1%となっている。そのうち、スマートフォンの売上台数・売上高は、2022年度の合計はそれぞれ2,656万台、2兆391億円であり、2021年度(3,086万台、2兆308億円)と比べ、▲13.9%、+0.4%となっている。

⁴³ https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/keitai_portal/

⁴⁴ 2021年度の合計で、売上台数の82.9%、売上高の85.9%が指定事業者から販売代理店等への売却(卸売)となっている。

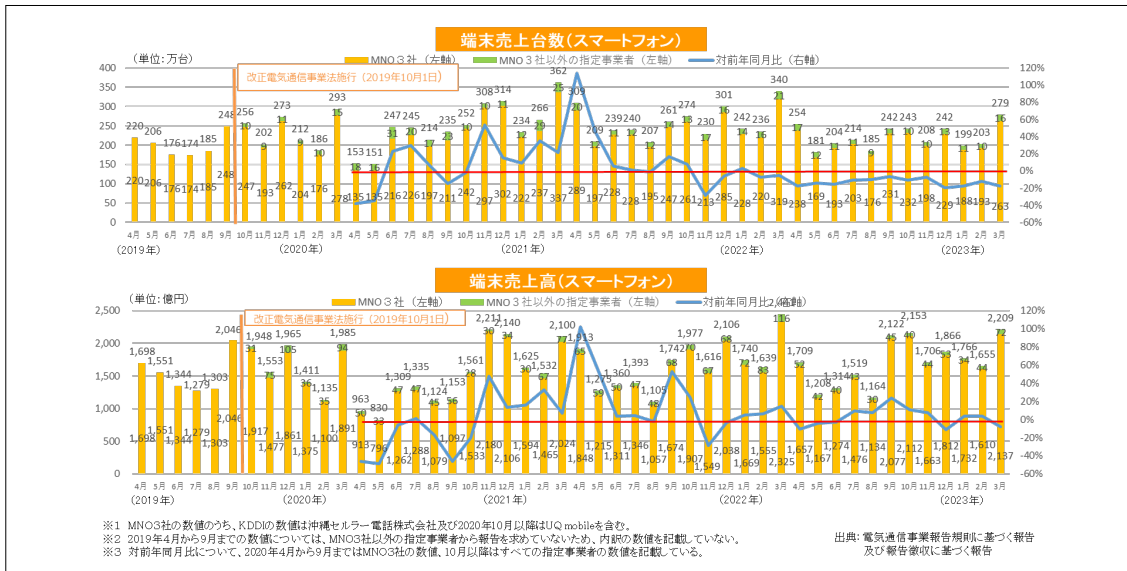
【図表Ⅱ-22 端末売上台数・売上高の推移】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

スマートフォンの売上台数・売上高が全体に占める割合は、2022年度において、それぞれ86.0%、93.1%であり、2021年度（84.3%、91.8%）と比べ、+1.7ポイント、+1.3ポイントとなっている。

【図表Ⅱ-23 端末売上台数・売上高の推移（スマートフォン）】



出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

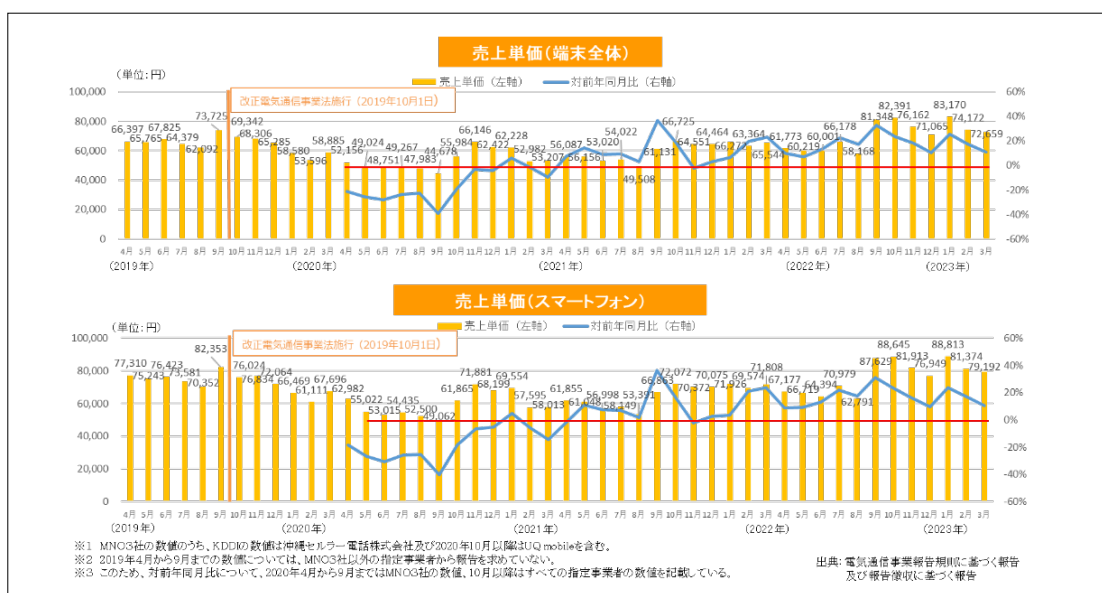
端末市場全体としてみれば、端末売上台数、端末売上高ともに、スマートフォンの全体に占める割合が高まっている。この傾向は、今後NTTドコ

もとソフトバンクの3G停波を迎える中で、フィーチャーフォンがスマートフォンに置き換えることが想定されることを踏まえれば、引き続き続いていくと考えられる。

イ 売上単価及び価格帯別⁴⁵売上台数の構成比

指定事業者の売上台数・売上高から算出した1台当たりの売上げの平均値(売上単価)について、2022年度は70,609円であり、2021年度(60,070円)と比べ、+17.5%となっており、また、スマートフォンだけで見ても、2022年度は76,381円であり、2021年(65,344円)と比べ+16.9%となっている。

【図表Ⅱ-24 売上単価(全体・スマートフォン)】



出典：本WG(第43回)(2023年4月25日)資料を基に作成

2022年度の合計売上台数における価格帯別の割合は、全体として、低価格帯26.7%、中価格帯35.1%、高価格帯38.2%であり、2021年度の合計における割合(低:33.2%、中:39.6%、高:27.2%)と比べ、主に低価格帯が減少し、高価格帯の割合が増加している。

2022年度の個別の価格帯の動向をみれば、第1四半期から第4四半期にかけて12~14万円未満の価格帯が9.0ポイント増加している一方で、4~6万未満、2~4万未満及び2万未満の価格帯は軒並み減少している。

⁴⁵ MNO4社のオンラインショップ等における販売価格を基にした分類であり、販売代理店等における実売価格を基にしたものではない。

【図表Ⅱ－25 価格帯別売上台数の構成比】

価格帯別 売上台数 構成比（スマートフォン）（MNO4社）									
価格帯	2020年10月 ～2021年3月	2021年度	2022年度				合計売上台数 の構成比		
	合計売上台数 の構成比		合計売上台数 の構成比	1Q	2Q	3Q		4Q	
16万～	0.6%	1.6%	3.8%	8.9%	8.6%	7.0%	7.1%	高価格帯 21.1%	高価格帯 38.2%
14～16万未満	2.7%	4.6%	4.4%	6.9%	7.6%	6.7%	6.6%		
12～14万未満	7.7%	5.5%	3.2%	11.1%	16.1%	16.7%	12.2%		
10～12万未満	10.1%	15.6%	16.6%	8.3%	12.2%	12.1%	12.3%		
8～10万未満	16.7%	13.4%	12.0%	2.2%	3.4%	2.8%	5.0%	中価格帯 44.4%	中価格帯 35.1%
6～8万未満	6.4%	5.3%	12.1%	22.8%	14.0%	15.0%	16.5%		
4～6万未満	21.2%	20.9%	18.0%	13.7%	11.9%	12.2%	13.6%		
2～4万未満	31.9%	27.3%	24.4%	22.9%	23.6%	25.4%	23.9%		
～2万未満	2.6%	5.9%	5.4%	3.2%	2.5%	2.1%	2.9%	低価格帯 34.5%	低価格帯 26.7%

出典：事業者からの報告

出典：本WG（第43回）（2023年4月25日）資料を基に作成

このような高価格帯の割合が増加する傾向は、MNO、端末メーカー等からの報告でも確認できる。

この背景としては、2022年は、急激な円安・物価高の影響があり、全体的に端末の価格帯が上昇したほか、MNO4社における端末の大幅値引きが引き続き行われたことにより、高価格帯のスマートフォンの売上げが増加したことが考えられる⁴⁶。

ウ 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）

指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額⁴⁷及びそのうち端末購入等割引額とも、2022年度においては、年度末等の季節変動はあるものの、大きな動きはなかった。ただし、1件当たりの額は、2020年度以降、特に端末購入等割引額において増加傾向が見られる⁴⁸。

また、この内数として、MNO3社による経済的利益の提供額及びそのうち端末購入等割引額を、廉価プラン等とそれ以外とに分けてみたところ、

⁴⁶ 一部の端末メーカーやMVNOからは、これとは逆に、2022年は、前年度から継続して低価格帯の割合が増加しているとの報告がなされている。

⁴⁷ 販売代理店等を通じて行われる利益提供の額は含まない。

⁴⁸ 各種資料38

いずれもその大宗は、廉価プラン等以外のプランに係るものであった。1件当たりの額については、経済的利益の提供額は2022年4月以降廉価プラン等の方が高額となっており、端末購入等割引額については、概ね廉価プラン等以外のプランに係るものの方が高額となっているものの、同月以降両者は近接してきている⁴⁹。

なお、MNO3社の端末販売台数のうち、端末購入プログラム加入者への販売台数の割合は、改正法施行後、概ね40%台で推移している。

エ 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（販売代理店等⁵⁰）

販売代理店等による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供は、その大宗が端末購入等割引であり、2022年度は概ね対前年同月を上回っている状況にあり、1件当たりの額も同様の傾向となっている⁵¹。

オ 販売代理店等⁵²への支払金

2022年度の販売代理店等への支払金の合計は1兆2,010億円（▲0.4%）であり、そのうち販売奨励金の合計は7,742億円（+4.8%）であった⁵³。

このことから、指定事業者全体として、販売代理店等への支払金の総額の上昇は抑えつつ、そのうち、販売奨励金の割合を高めている傾向がうかがえる。

また、この内数として、MNO3社とそれ以外の指定事業者とに分けてみたところ、いずれもMNO3社がその大宗を占める構造に変化はないものの、毎年3月に大きく額が増加するほか、特に販売奨励金については1年を通じて増加傾向となっている⁵⁴。

さらに、MNO3社による販売代理店等への支払金及びそのうち販売奨励金の額を、廉価プラン等とそれ以外とに分けてみたところ、いずれもその大宗は、廉価プラン等以外のプランに係るものであった。

⁴⁹ 各種資料39

⁵⁰ 前年度末における営業所その他の事務所の数が百以上の届出媒介等業務受託者からの報告。本「エ」において同じ。

⁵¹ 各種資料41

⁵² 指定事業者が支払金を支出した届出媒介等業務受託者。本「オ」において同じ。

⁵³ 各種資料42

⁵⁴ 各種資料43

これらの値は、ウにおけるMNO3社による端末設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額と比較して大きな額となっていることから、利用者に対する端末の販売促進は、MNO3社自身による端末購入等割引やポイント提供等よりも、販売代理店等への支払金（販売奨励金）を通じて行われている様子がうかがえる。

カ 端末メーカーへの支払金⁵⁵

2022年度の指定事業者から端末メーカーへの支払金は合計で1,401億円（▲4.6%）であり、前年との比較において月によってばらつきがあるものの、全体として大きな動きはなかった⁵⁶。

なお、この増減について、事業者からは、端末の故障修理の対価や開発費等の対価の増減によるものだとの説明がなされている。

キ 利用者意識調査の結果

改正法施行前から定期的に行っている総務省の利用者意識調査では、月々の端末代金の支払額について、2022年中の調査では大きな変化はなかった⁵⁷。

また、実質的な端末代金に対する印象は、2022年3月の結果と比べ、2023年3月の結果では、「安くなっている」と回答した者が8.5%から6.2%に減少し、「変わらない」と回答した者が58.3%から53.1%に減る一方、「高くなっている」と回答した者は28.7%から35.6%に増えている結果となっている。この要因として、2022年の急激な円安・物価高が影響していると考えられる⁵⁸。

○ 5G端末の動向

ア 検証の背景

報告書2022において、我が国における5Gの普及状況について、SA方式やミリ波によるものの状況も考慮しつつ、引き続きその契約数、端末販売台数等の状況を確認していく必要があるとの提言をしたところであり、

⁵⁵ 端末の対価として支払うものを除く。

⁵⁶ 各種資料44

⁵⁷ 各種資料45

⁵⁸ 各種資料46

これに沿って検証を行った。

イ 5Gサービスのインフラ

我が国では、2020年3月に5Gサービスの提供が開始され、2021年3月までにMNO4社は全都道府県で5Gサービスを提供している⁵⁹。また、2022年3月29日に、総務省において「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」を発表し、その中で、2023年度末の5Gの人口カバー率の目標を95%としており、MNO3社において、次のような整備（見込みを含む。）を行っている。

- ・ NTTドコモは、2024年3月までに5Gエリアの人口カバー率90%以上かつ全市区町村への展開を目指している。
- ・ KDDIは、2022年度末までに5Gエリアの人口カバー率90%を達成した。
- ・ ソフトバンクは、2022年9月時点までに5Gエリアの人口カバー率を92%超に拡大している。

ウ 5G端末のラインナップ

MNO4社が販売している5G端末のラインナップをみると、4万円未満から10万円以上まで、様々な価格帯の5G端末が販売されている。2022年4月以降は、円安・物価高の影響により、特に10万円以上の端末の販売機種数が増加しており、高価格帯のラインナップが充実している傾向にある⁶⁰。

エ 5G端末の出荷台数、販売端末

端末販売台数・出荷台数としては、民間調査会社等による調査結果⁶¹⁶²によれば、2022年通期の5G対応スマートフォンの出荷台数は約3,007.6万台（前年比+53.4%）、スマートフォン出荷数全体に占める割合は95.0%、ミリ波対応端末の出荷台数割合は約4%となっており、MNO4社がオンラインストアにおいて販売している5G端末に占める5G（SA）対応端末は約25%、ミリ波対応端末の割合は約22%である。

⁵⁹ 5G用として割り当てられた周波数に加え、4G用として割り当てられた周波数の一部について、その用途を変更して5Gサービスが提供されている。

⁶⁰ 各種資料47、48

⁶¹ MM総研「2022年（暦年）国内携帯電話端末の出荷台数調査」（2023年2月16日）

⁶² 本WG（第39回）（2023年2月28日）資料2-3

オ 5G（SA）の対応状況

MN03社は、2021年度までに、それぞれ法人向け5G（SA）サービスの提供を開始しており（ソフトバンクは2021年10月19日、ドコモは同年12月13日、KDDIは2022年2月21日）、個人向け5G（SA）についても、ソフトバンクは2021年10月19日、ドコモは2022年8月24日、KDDIは2023年4月13日に提供を開始した。

○ 中古端末市場の動向

ア 中古端末市場の現状

中古端末の流通状況について、MNO4社による2021年度の中古端末下取り台数は約562万台、売却台数は624万台であり、2020年度（551万台、573万台）と比べ、それぞれ+1.9%、+9.0%であった。また、RMJからの報告によれば、RMJ正会員（1869店舗）による2022年度上期の中古端末販売台数は75.9万台、買取台数は76.6万台であり、前期（2021年度下期、91.0万台、69.8万台）と比べ、▲16.7%、+9.7%であった⁶³。なお、民間調査会社が公表した調査結果⁶⁴によれば、2021年度の中古スマートフォンの販売台数は212万台（+14.6%）であり、その後も拡大傾向が続き、2026年度には342万台となるとの予測もある。

中古端末の販路については、2021年に試行サービスを開始していたKDDIに加え、2022年にはNTTドコモ及びソフトバンクも品質を認定した中古端末の取扱いを開始しており、MNOを含む多様な者が中古端末の取扱いを開始している状況にある。

総務省が実施した利用者意識調査⁶⁵において、メイン端末における中古端末の割合は3～4%であり、2台目以降のサブ端末では15～30%程度の結果となっている⁶⁶。また、民間調査会社による調査結果⁶⁷によれば、2022年4月において、メイン端末における中古端末の割合は11.6%とな

⁶³ 各種資料49

⁶⁴ MM総研「2021年度 中古スマートフォン市場規模の推移・予測」（2022年7月26日）

⁶⁵ サンプル数：6,000人（属性は12属性×500人①性別（男女）2属性、②年齢（20代～70代以上10代ごと）6属性）、調査実施期間：2023年3月1日から3日まで

⁶⁶ 各種資料50

⁶⁷ MMD研究所「中古スマホ所有率11.6%、2020年より約2倍増新品のスマートフォンは6.5ポイント減」（2022年5月19日）

っており、2020年3月（6.1%）と比べ、2年間で5.5ポイント増加しているとの結果となっている。

また、以前使用していた端末の状況について調査したところ、家で保管していると回答した割合（56.6%）が引き続き最も高かった。その理由としては、個人情報に心配だから（26.5%）、特に理由はない（24.5%）、端末の中に大事なデータが入っているから（22.9%）と回答した割合が高かった⁶⁸。

イ 中古端末の流通促進に向けた取組状況

利用者のこうした懸念を払拭し、中古端末の流通を促進するため、民間事業者や政府において次のような取組が進められている。

- ・ RMJは、（一社）携帯端末登録修理協議会と協力し、「リユースモバイル関連ガイドライン検討会」を立ち上げ、利用者が安心して中古端末を売買し利用することができるよう、端末の買取りに当たっての利用者情報の確実な消去手順や中古端末の格付基準といった、中古端末取扱業者業務の標準的な業務の方法等を定めた「リユースモバイルガイドライン（2019年12月改訂）」を策定・公表している。
- ・ また、RMJでは、同ガイドラインを遵守している事業者を利用者が容易に識別することを可能とするため、「リユースモバイル事業者認証制度」を運用している。2020年11月には、同ガイドラインの遵守状況に加え、経営状況やガバナンスの状況を確認・審査した上で、初の認証事業者となる4社を認証し公表しており、さらに2022年2月には新たに1社を、同年12月にはさらに1社を認証し公表している。
- ・ 総務省においては、2021年4月から「携帯電話ポータルサイト」の正式版の運用を開始し、2022年4月には大幅な更新を実施し、2023年3月には更なるコンテンツの充実を図っているところ、その中で、端末の売却時におけるデータの消去を含めた注意点等とともに、中古端末の購入方法等を紹介することで、中古端末に対する利用者の理解を深める取組を行っている。

② 意見

ア 構成員の意見

⁶⁸ 各種資料51、52

- ・ 通信事業者は通信事業者としての競争をすべきだと思ふ。現在、非常に高価格帯の人気が出ると思われる端末に限り大幅な値下げをしていることが多々見られる状況にあるが、端末値下げでの競争により自社の通信契約者を増やすのは早く止めていただきたいと思ふ。端末に関しても、高機能端末が不要と考える利用者に対し無理やり高機能端末を使わせる必要はない。また、現在日本で提供されている5Gがどこでも完全に安定して5G電波が受信できているのかといえばそうでもない。そのため、通信の環境を整えていただき、5G(SA)、ミリ波を生かした新サービスが国民全体に享受されるようになって初めて5G等に必要な端末を購入するというような時代が変わっていかねばいけないと思ふ。いずれにしろ、法律の隙間を縫うような形で競争していくというのではなく、本来通信事業者として競争していただきたいと思ふ。
- ・ 実際に利用者と接しているのはショップの店員であるため、通信事業者には、ユーザが何を望んでいるのかについて把握をしていただきたいと、何か間違った把握の下に代理店の皆さんに無理をさせているということも実際あると思ふので、通信事業者として襟を正していただきたいと思ふ。
- ・ 5Gを普及させるためには、コンテンツの充実が必要になると思ふ。政策を立案する上で、どの辺りにインセンティブを用意するかは、更に議論を進めるべきであると思ふ。
- ・ 5Gはビジネスユースについては利用シーンが多々出てくるが、個人ユースの場合の利用シーンがあまり見えてこない。実際の購入者は個人として利用としている方が多く、新しい端末を購入して、5G(SA)の機能の端末を保有しているが、5Gの利便性を実感できる体験が、スピード以外には今のところあまり見えてこないのが実情である。やはり、事業者が個人向けの新たなコンテンツを早急に充実させないと、5Gへの充実感は得られないと感じる。

イ 事業者等の意見

○ 市場全体の動向について

- ・ 価格帯別の販売比率については、報告書2022以降、端末の高機能化等の影響によって、高価格帯の機種が増加しており、結果として、高価格帯の端末販売比率が高くなっている状況。(第42回会合：KDDI)

- 実際の国内通信機器メーカーの状況を記載しております。1つ目は、端末の5G化、ミリ波対応等の高性能化、円安や世界的な半導体不足による部品価格の高騰。2つ目は、ユーザの買換えサイクルの長期化による出荷台数の減少。3つ目としては、回線セット割の上限規制により、高価格帯の商品が売れない。といったところがありまして、昨年度から今年度にかけて、かなり厳しい経営環境にあり、5G対応や新機能の開発費の回収ができていない状況で、次のBeyond 5Gの投資への強い逆風になっております。(第39回会合：CIAJ)
- 端末のOSや部品のライフサイクルが短くなっており、常に新しい機種を開発しなければならず、ライフサイクルの長期化も検討する必要があるかと思っております。(第39回会合：CIAJ)
- シニア向けのデジタル化推進施策として、国民全体のデジタル化推進のために、シニア層のスマートフォンシフトやマイグレーション推進をぜひお願いしたいと思う。(第39回会合：CIAJ)
- サステナビリティの観点から、端末の一定の環境基準を設け、これを満たした端末については、エコカー減税があったが、そういった補助をお願いしたい。(第39回会合：CIAJ)
- 競争の激しい市場において、お客様にとって多様な選択肢があることが重要であると考えている。また、お客様がそうした革新的な技術やサービスにアクセスできることを確保していくことも、同様に重要である。しかし、残念ながら、2019年の事業法の改正によって、日本のお客様にとっては市場の競争が低下し、価格が上昇し、選択肢が少なくなっているのではないかと懸念している。(第39回会合：Apple)
- 2019年10月の改正法が実施されて以降、国内においては端末市場の低価格帯（ローエンド）、中価格帯（ミドルエンド）の端末が大きく拡大してきた。諸外国の状況と比較すると、韓国では（ローエンド・ミドルエンドの端末が）38%、アメリカでは39%であるのに比べて、日本ではローエンド、ミドルエンドの端末が51%と、拡大するトレンドとなっている。現在のマーケット力学では、日本のユーザが、今後、最新の端末の技術やサービスにアクセスすることが遅れていく可能性があると、懸念している。(第39回会合：Apple)

○ 5G端末について

- 今後発展が期待されます5G（SA）においても、既にMNOはサービスを開始している中、MVNOによるMNOと同等の自由度を持ったサービスの実現については、現在、MNOと協議中の状況ということで、実現時期がまだ不透明であるということから、競争力の差はまだ広がるおそれもあるかと考えております。（第38回会合：オプテージ）
- 設備投資に対しては、事業環境の厳しさなど、複合的な要因があると推察するが、5Gへの投資はサービス開始から間もない時期であるにもかかわらず、既に低下傾向を示している。このため、5G対応端末、中でもミリ波対応端末を購入したとしても、そのポテンシャルをフルに発揮できる利用環境が整備されているとは言いがたい状況である。（第39回会合：クアルコム）
- 5Gは、あらゆる産業のデジタルトランスフォーメーションを牽引する役割を担い、大きな経済効果をもたらすことが期待される。（第39回会合：クアルコム）
- 政府においてもSociety5.0の実現に向けて、Beyond5Gや6Gの研究開発がスタートしたところだが、実際のサービス実現に当たっては、アプリケーション事業者、通信事業者、端末メーカーが連携しながらエンドツーエンドのサービスを実装する必要があり、我々としても、端末技術が経済安全保障や国際競争力維持にも重要と位置づけている。（第39回会合：CIAJ）
- 昨年度から今年度にかけて、かなり厳しい経営環境あり、5G対応や新機能の開発費の回収ができていない状況で、次のBeyond5Gの投資への強い逆風になっている。（第39回会合：CIAJ）
- インフラへの投資意欲が高まり、ユーザが高品質な通信サービスを受けられるような環境が整うこと、また、それを利用することができる端末が普及していること、さらに5Gのポテンシャルを十分に発揮するサービスが開発されることといった好循環を生み出すためには、端末だけでは不十分であり、データ使い放題のインセンティブといったような施策が効果を発揮するのではないかと期待している。（第39回会合：クアルコム）
- 5G対応端末については増加傾向となっており、オンラインでの販売については全てが5G対応端末となっている。ミリ波とSAの対応端末も順次増えている。（第42回会合：NTTドコモ）

- ・ 2022年度は、端末価格の高騰の影響等によって前年同期比で20%以上減少しており、5G普及への影響を懸念される状況のため、5G端末の切替え促進する仕組みが必要ではないかと考えている。(第42回会合：KDDI)
- ・ 5G(SA)については、提供開始時期はまだ定まっていないが、継続的にMNOとの協議・設備検討等を実施しており、より自由度の高いサービスを実現する接続方式の実現に向けて対応を進めているところ。(第42回会合：IIJ)

○ 中古端末市場の動向について

- ・ 法改正後のMNOの対応について、特にSIMロック⁶⁹の原則撤廃は、中古端末市場にとってよい影響となった。他方、SIMロック解除方法や確認方法については、個別端末での操作が必要となっており、大規模事業者向けの複数台同時処理等の対応についても検討いただきたい。(第38回会合：RMJ)
- ・ MNOの寡占化対策としてMVNOへの規制緩和、MNOに対する法人市場向けの規制等について見直しが必要ではないかと考える。そのほか、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、そもそも寡占化しやすい環境であることから定期的な点検が必要であること。また、完全分離を求めている中で、ネットワーク利用制限を継続することについては早期撤廃を求めたいと考えている。(第38回会合：RMJ)
- ・ ネットワーク利用制限に関わる、○から×に変わる事例の件について、こちらは、各キャリアで提供されているネットワーク利用制限確認サイトの方で、我々中古端末事業者は、必ずIMEIを打ち込んで点検をしているが、その後、○が表示された後に買い取って、その後×になるという事例が起こることがある。この場合、我々がそれを知り得る方法は一切なく、○なら安全とって御購入いただいた後に×になってしまうおそれがある。これは中古市場において非常に由々しき問題である。この在り方や確認方法について解決策として御提示いただきたいというのが業界の統一した考えである。なお、継続するならばこの制限自体が必要かについて御検討の機会をいただ

⁶⁹ SIMロックとは、特定の事業者に係るプロファイルが記録されたSIMに対してのみ動作するように設定された端末上の制限をいう。

けたらと考える。(第38回会合：RMJ)

- ・ 昨年の3月よりdocomo Certifiedという形で、オンラインで当社の認定中古品を販売している。まだ販売数は大きくないが、順調に拡大しているというところ。(第42回会合：NTTドコモ)
- ・ 認定中古端末の販売を以前からしているが、先月からはこれに加え端末の保証サービスの提供も開始している。(第42回会合：ソフトバンク)

③ 考え方

改正法施行後の端末の売上台数及び売上高は、2020年4月から5月にかけての新型コロナウイルス感染症による緊急事態宣言に基づく外出自粛要請や、2022年の急激な円安・物価高の影響が生じた時期を除いて、概ね前年同月に比べ増加した。

2022年において、端末の売上台数については減少する一方で、売上高については僅かに増加している。これは、円安・物価高の影響により全体的に端末の価格が高騰したことに加え、MN04社による端末購入プログラムの提供や端末の大幅値引きが行われたことで高価格帯の端末の売上げが増加したことが要因であると考えられる。

端末市場においては、改正法の施行当初は低・中価格帯の端末の販売割合が増加するなど、利用者の利用ニーズを踏まえた競争が一定程度実現したと認められるが、MN04社による大幅値引きの実施により、高価格帯の端末の販売割合が著しく増加するなど、歪んだ競争状況になりつつあると言える。他方で、中古端末の販売台数が継続して増加していることやその販路が拡大していることを踏まえれば、中古端末が選択肢の一つとして浸透しつつあると言え、このことは、端末市場における競争に資する動きであると評価できる。

しかし、中古端末には中古端末取扱業者等から示されている課題や利用者の懸念も存在している。このため、今後も、中古端末の流通促進に向け、その課題に対する事業者や中古端末取扱業者の対応の状況や中古端末の取扱いの状況、中古端末に関する利用者の意識の変化等を本WGにおいて継続的に注視するとともに、総務省において、中古端末を含めた端末に対する消費者の理解を助けるための正確な情報発信を、引き続き「携帯電話ポータルサイト」において行うことが適当である。

また、5G（SA）やミリ波の活用といった、5Gならではの機能を活かした新サービスを楽しむためには、5G（SA）やミリ波に対応した端末を購入等する必要がある中で、こうした端末の普及促進を図るべきである旨の意見があった。

しかし、この点については、スマートフォン全体の出荷台数に占める5G対応端末の割合が95%であるという調査結果があること、5G（SA）やミリ波を活用したサービスは現時点で萌芽期であるにもかかわらず、既にMNO4社が自社オンラインストアで販売している5G端末に占める5G（SA）対応端末の割合が約25%、ミリ波対応端末の割合が約22%であり、これらは今後更に増加することが見込まれることを踏まえると、現時点において直ちに5Gへの移行や5G（SA）やミリ波等を活用したサービスの提供に支障が生じている状況にはないと考えられる。ただし、ミリ波対応端末の出荷台数割合は約4%であるという調査結果があること、モバイルサービスに関する技術革新のスピードが速いことを踏まえると、本WGにおいて、5G（SA）やミリ波の対応端末を含めた5G端末の状況について引き続き注視していくことが適当である。

（4）事業者等の経営状況

① 現状

○ 大手通信事業者の経営状況

2022年度のMNO3社の通信事業の売上高は11兆878億円となっており、2021年度から▲1.7%と大きくは変わっておらず、各社別に見ると、KDDI、ソフトバンクがほぼ横ばい、NTTドコモは2019年からの減少傾向が続いている⁷⁰。

減価償却費については、2020年度から2021年度にかけて大きく変わっておらず、2022年度についてはKDDI、ソフトバンクは同様の傾向であるものの、NTTドコモは大きく増加している⁷¹。

2022年度の営業利益はMNO3社合計で▲7.9%となっており、KDDIが微増であるものの、NTTドコモは微減、ソフトバンクは大きく減少している

⁷⁰ 各種資料54、55

⁷¹ 各種資料56、57

⁷²。2023年度については各社とも通信料収入の増加のほか、法人事業や非通信事業の拡充により、営業利益の増加を予想している⁷³。

○ 販売代理店の経営状況

2021年度の売上高は各社とも前年度から増加したが、2022年度の売上高は増減のばらつきが見られるものの、営業利益は各社とも減少している⁷⁴⁷⁵。

2022年度の移動体通信事業に係るセグメント別営業利益率は、概ね1%～5%の間で推移している⁷⁶。

② 考え方

携帯電話料金の低廉化の影響を受けているMN03社の通信料収入や法人事業等による営業利益の向上の動向、販売代理店において減少傾向にある営業利益の動向等については、本WGにおいて引き続き注視していくことが適当である。

⁷² 各種資料58～60

⁷³ 各種資料61

⁷⁴ 各種資料62

⁷⁵ 各種資料63

⁷⁶ 各種資料64

第3章 事業法第27条の3の施行状況に関する検討

1. 改正法の施行状況を踏まえた見直しの基本的考え方

① 改正法の概要

2019年以前のモバイル市場においては、人気端末の購入に対する過度な利益提供による利用者の誘引や行き過ぎた囲い込み契約が横行しており、通信サービスの適正な競争が阻害され、携帯電話料金が高止まりしていた。こうした状況を是正するため、改正法が同年10月に施行され、次の規律が導入された。

- (i) 通信料金と端末代金の完全分離（上限2万円規制等）
- (ii) 行き過ぎた囲い込みの禁止（2年超の期間拘束契約、1,000円超の違約金等の禁止）

また、この改正法の附則において、改正法の施行後3年を経過した場合には、改正条項の施行状況について検討し、必要に応じて所要の措置を講ずることが定められている。

② 改正法の施行状況

改正法の施行以降、MNO3社が低廉な新料金プランの提供を開始し、楽天モバイルやMVNOからも、低廉かつ多様な料金プランが数多く提供されるようになった。これにより、事業者や料金プランの乗換えが活発化し、MNPによる新規契約数は改正法施行当時と比較すると約2.5倍となるとともに、新料金プランへの移行も約5,360万件となっている。

他方で、MNO3社及びその販売代理店においては、通信料金収入を原資とする端末の大幅な値引きによる顧客獲得に依存するビジネスモデルが未だに主流であり、MNO3社の寡占構造も大きくは変わっていない。

こうした状況を背景として、総務省の覆面調査において7.7%の店舗で違反と判断される事案又は違反が疑われる事案が確認されるなど、上限2万円規制を逸脱する事案も引き続き発生している。また、端末の大幅な値引きによりいわゆる「転売ヤー」やサービス利用意思を伴わない乗換えといった不健全な事象も発生している。

③ 意見

ア 構成員の意見

- 改正法附則第6条に、必要があると認めるときは、所要の措置を講ずるということで、現在、必要があるかどうか、認めることができるのかということの議論をこれからしていくことになろうかと思う。所要の措置を講ずるためには、まずは、2019年の事業法の改正の目的を達成したと認められるのかを確認し、その目的が達成されにくいような状況なのであれば、見直しあるいは所要の措置というものを講ずる必要があるかと思う。いずれにしても、よりよい方法に関する議論のために、かなり慎重にデータに基づいた議論をする必要がある。
- 2019年から振り返ると相当程度取組が進んだと思う。まず、消費者の理解を促すための取組、そしてMNOの適切なネットワーク開放を促すこと、また乗換えを手軽にできるようにするといった取組に加えて、事業者の販売方法にも一部様々な取組を促してきたと思う。この競争環境の整備がある程度整ったという現状を踏まえて見たときに、もう1回取組を振り返ってみて、事業者の創意工夫を促せるようなところは、しっかりそうした取組を進めてもらうという形での規制の仕方や、適正化していくということは極めて理にかなっていると思うので、そういう意味での検証が必要。また、現状、競争環境が整ったという意味での検証は、これが整っていなかったときと比べると随分状況が違うので、白地で検討をするということが理にかなっていると思う。
- これまでの法改正以降の取組について、通信コストの低下等、政策の効果が適切に表れてきているように感じる。ただ、この規制に伴う規制コストがどのような状態になっているのか、この規制コストをこれからも継続し得るのかどうかという点では、これからも確認が要るのではないかと思っている。覆面調査等を含めて相当な労力や努力をしていただいているが、自律的にマーケットが適正化されるような仕組みで、あまり多大な労力をかけずに、利用者の方が多様な端末を多様な価格帯で、自分が適切だと思うサービスを選んでいけるような形になるにはどうしたらいいのか、これまでにかけてきた規制コストが十分に合理的なものだったという見方もできると思うので、それも含めて振り返ることができればと思う。

- 事業者間の競争はかなりの程度進んできたと思うが、代理店によるSIMのみ新規キャッシュバックや解約忘れの問題といった、まだまだ十分に組み込んでこなかった分野もあるので、我々の検証もさらにそこに焦点を当てていく必要がある。それに加えて、競争というのは、ユーザも競争に加わっているということをご自分で自覚してもらうということも少し考えておかなければいけない。いろいろなメニューを事業者の方が用意してくれても、ユーザの方でそのメニューに従ってしっかりとチョイスをするということが評価できないと、事業者もいずれ知らぬ間に競争をしなくなると思うので、ユーザの皆さんにも競争の当事者であることをどうやって分かってもらえるかというのは、1つ考えていかなければいけない問題かと思う。キャリアを移ることが競争だとは思わないし、しっかりとメニューを見た上で継続することも大事なことはあるが、それを自ら選択しているという状況が分かるようにしておく必要があろうかと思う。
- 幾つかの事業者が、改正法のところで通信と端末の代金の分離を挙げており、それから外形的な値引き上限というようなことを言っているが、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をご自分で、ぜひこれから考えていきたいと思う。
- 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おり、それはおかしいということをご長い間申し上げてきた。現在も1円端末等の非常に大きな値引きをされておられ、状況は全く変わっていないのではないか。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上げないが、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、正直言って非常に不信感を持っている。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を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である。MNO4社として、それぞれきちんと考えていただきたい。
- 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ことを避けたいというのが本来の目的であり、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・改善案が各社から出されたというふうに理解している。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。

- 全体の見直しの基本的な考え方について、施行当初、端末価格が適正化されて、ミドルレンジの端末の販売比率が高まって正常化されたが、その後、白ロム割が出現してからは再びハイエンド偏重のマーケットに戻ってしまった。また、過度な端末値引きでポートイン競争を繰り広げているMNOに対して、MVNOの競争力は高まらず、シェアが伸び悩んでいる。また、転売屋とか手配師が出現して、サービス利用意思のない乗換えが急増して、MVNOや楽天モバイルが踏み台として使われて、事業の妨げになっている。つまり、改定法当初の目的というのは達成できたとはとても言えない状況であるため、基本的にこれまでの考え方を維持しつつ、他の事業者の競争力を高める環境の整備を含めて、しっかり見直しを図ることということに賛同する。

イ 事業者等の意見

- 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きた。併せて、スイッチングコストの低下のため、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行った。我が国の通信料金は、低廉化がどんどん進んでおり、総務省における内外価格差の調査でも、諸外国と比べて遜色なく、過去一番高い位置にあったものが、真ん中辺りの立ち位置になった。その状況下において、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いる。各通信キャリア共に、セット販売に加え、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ある。その結果、一部の店舗、かつ週末等に限定した過度な端末割引競争が行われ、購入頻度が高い人が得をするユーザ間の不公平性、あるいは転売ヤーの問題が発生している。また、人気機種は在庫が限られるため、ショップのスタッフから見ると、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。(第37回会合：NTTドコモ)

- 完全分離により、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。また、行き過ぎた囲い込みの禁止で、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いる。通信料金の低廉化しており、諸外国と比べても低廉な通信料金を実現されている。競争促進、流動性が高まり、解約数、解約率が共に上昇している。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いる。(第37回会合：KDDI)
- 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ことを目的に、値引きに一定の厳しい上限が設定された。その結果として、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、転売の問題等も発生している。(第37回会合：ソフトバンク)
- 改正法施行後、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いる。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いる。一方で、新たな課題が顕在化している。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、一般の方が端末を入手できないといった問題が生じている。また、長期にわたりMNO3社のメインブランドから移行されない利用者が多数いらっしゃる。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いうふうに考えている。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たが、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ある。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考えている。(第37回会合：楽天モバイル)
- 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、いわゆる白ロム割によって端末の過度な安値販売といった課題がある。それにより、「転売ヤー」問題、MNOによる寡占状態

等があると認識している。その中で、特にMNOが、MNP転入を対象にした、いわゆる白ロム割が市場競争内に多く実施されていることで、MVNOはMNPの踏み台にされるような短期解約が非常に大きく増加するといった課題が発生している。これは、市場競争の適正化を目指していく趣旨から外れた競争環境があったのではないかと考えている。そもそも、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条件を定め、通信料金の収入を原資とする過度な端末代金の値引きの誘引に頼った競争慣行に関して2年間を目処に根絶していくということを趣旨としており、通信市場・端末市場の双方における強化がより働くようにすることであったと認識している。このような端末の過度な安値販売の是正には規律の見直しが必要なのではないか。(第38回会合：IIJ)

- ・ 2019年の事業法改正以降、通信料金の低廉化は進展するなど、モバイル市場の公正競争の維持や利用者利便を高める上で、本規律は有効に機能してきたと受け止めており、今後も引き続き必要な規律であると考えている。特に、上限2万円規制は、通信と端末の分離や利用者間の公平性の確保という観点で、現行規制の維持は必要不可欠だと考えている。加えて、昨今の転売ヤー問題の要因ともなっていた1円販売等、極端な廉価販売の課題を解決するために、規律の一部見直しが求められる状況と認識している。(第38回会合：オプテージ)
- ・ 12社中9社より、改正法で導入をされた規律については、十分もしくは一定の効果があったという回答があった。具体的な効果としては、端末購入を条件とした役務の継続等の不当な拘束が減少した。また、過度な割引等による不当な誘引が減少したというような回答があった。その他意見として、通信端末の1円販売、転売の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。今後の規律の在り方について、規律の維持・継続をすべきだという者が6社、従来の規律内容をさらに強化すべきとの意見が5社となっている。具体的な意見としては、例えば端末単体か回線契約セットかを問わず割引の上限額を設定する必要があるのではないなど、転売ヤー問題等を踏まえて追加的な規律を設けるといった意見があった。行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律については、12社中11社から一定の効果があったというような回答があった。具体的な効果としては、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いった回答があった。今後の行き過ぎた囲い込みの禁止に

係る規律の在り方については、従来の規律内容を維持・継続すべきとの意見が多数を占める結果となっている。(第38回会合：MVNO委員会)

- ・ 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、中古端末使用への影響についてアンケートを行った結果、買取り台数、販売台数とも増えたと回答された会員が75%に上り、減ったと回答された会員は0%であった。法改正の効果については、50%が評価すると回答している。(第38回会合：RMJ)
- ・ MNO 4社からの新たに安価な料金プランが提供されたことにより、通信料金が下がり、消費者にはかなりのメリットが出てきているという効果があったと思っている。一方で、白ロム割等の拡大で、実質1円というような販売がされ、販売が一部端末に割引が集中することで、不公平な競争環境になっている。また、通信端末の需要が少なくなり新製品の価格が高騰し、その結果、新技術が市場に広がっていかない。また、回線セット割引を利用した端末を購入したユーザの買換え意欲がなくなっていることで、5Gの普及やマイグレーションに遅れが出るのではないかという意見もある。また、回線セット割の上限規制により、割引上限額を念頭に置いた事業者の価格交渉といったところも出てきている。行き過ぎた囲い込みの禁止に係る法改正の効果と課題については、違約金の撤廃、SIMロックの禁止等により、利用者の事業者間の乗り換えが容易になった。課題としては、MNPの価格競争の激化によって、白ロム割の代理店のキャンペーンが拡大したこと。また、インセンティブが高い端末をお客に勧めるというような販売店も見受けられるということ。そして、多くの事業者で実施されている残価保証型のプログラムへの誤解もあって、乗換えを阻害しているとも言える。また、転売業者が発生したという課題もあると思っている。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は、やはり白ロム割の拡大というのが、我々としては不公平な環境ということと、転売業者の不公平な取引も発生しているということがある。そういう意味では、転売業者への販売台数を制限する等の公平な環境を要望したい。(第39回会合：CIAJ)
- ・ 競争の激しい市場において、お客様にとって多様な選択肢があることが重要であると考えている。また、お客様がそうした革新的な技術やサービスにアクセスできることを確保していくということも、同様に重要である。しかし、残念ながら、2019年の事業法の改正によって、日本のお客様にとっては市場の競争が低下し、価格が上昇し、

選択肢が少なくなっているのではないかと懸念している。(第39回会合：Apple)

- 販売台数について見ると、2019年の法改正以降、市場規模は低迷したが、現在は法改正以前と同等程度の水準まで戻りつつある。一方、価格帯を見ると、市場の構成が大きく変化している。これまで日本市場は革新的な技術が導入されている高価格帯の端末が広く購入され、大きな割合を占めているのが特徴だった。しかしながら、プレミアム、High tierといった比較的高価格帯の端末は、2018年に比較して、24%低下している状況にある。法改正以降は、ユーザの嗜好の変化という要因もあるかと思うが、5Gサービスの開始に伴い、端末の価格が上がったことに加え、一律で2万円の上限規制がかかったため、高価格帯の端末に手が届きにくくなったという要因もあると考えている。(第39回会合：クアルコム)
- 楽天モバイルの参入もあり、通信料金が下がったことは良いことであると考え。改正法の基本的な考え方は、通信料金を原資とした端末代金の値引きの販売に頼った競争慣行は2年をめどに根絶させるというものだったと思うが、根絶どころか悪化したと言えるのではないか。ぜひ消費者目線での質の競争へ見直すべきだと思う。(第39回会合：全携協)
- 異常なキャッシュバック合戦が抑止されたことは評価できるが、白ロム割やSIMのみ新規キャッシュバックにより、2万円上限規制の効果が薄まっている。このため、規制の穴を塞ぐ形での見直しが必要。(第40回、第41回会合：販売代理店)

④ 考え方

モバイル市場においては、未だに通信料金収入を原資とする端末の大幅な割引による顧客獲得に依存するビジネスモデルが主流であり、料金・サービス本位の競争が不十分であることを踏まえると、「通信料金と端末代金の完全分離」「行き過ぎた囲い込みの禁止」という改正法の考え方は現時点でも妥当するため、引き続きこの考え方を維持することが適当である。

また、通信市場は今もなおMNO3社が9割近いシェアを有する寡占的な市場であることを踏まえると、他の事業者の競争力を高める環境の整備についても引き続き必要である。

他方で、改正法施行後3年が経過する中で、制度運用上の課題等が指摘されており、この観点からの見直しは必要である。

こうした点や本WGでの議論を踏まえ、①上限2万円規制、②継続利用割引規制、③指定事業者の範囲等について見直すことが適当である。

2. 通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の見直し

(1) 上限2万円規制に係る規律の見直し

① 現状

ア 潜脱行為の防止

通信料金と端末代金の完全分離は、通信料金収入を原資とする過度の端末値引き等の誘引に頼った競争慣行を2年を目途に根絶し、通信市場・端末市場の双方の市場における競争をより働かせることを目指して導入されたものである。

通信料金と端末代金の完全分離に係る方策の一つとして導入された上限2万円規制については、その導入後の一定期間は、規制の導入効果が現れていた。しかし、スイッチングコストが低減し、事業者乗換えの容易さが増す中で、端末の購入等をするのみを条件とすることで上限2万円規制の対象外となる端末値引き（以下「白ロム割」という。）が始まったことにより再び「1円販売」等の大幅な端末値引きが行われるようになった。その結果、端末の単体での販売を拒否することで実質的に2万円を超える利益の提供を行うといった違法行為が発生するとともに、いわゆる「転売ヤー」が跋扈する等の不健全な事象も発生している。

イ 上限額の見直し

上限2万円規制導入時における上限額については、平均的な利用者1人の通信料収入から得られることが期待される利益の範囲内での利益の提供を認めることで設定した。具体的には、2018年度における、ARPUの平均×営業利益率の平均×端末の平均使用年数で算出した額を基礎として、通信・端末の各市場の競争を促進するという政策的な考え方や将来的なARPUの減少を考慮し、2万円としたところである。

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ 例えばいわゆる「一括1円」のような販売方法がまだまだ多くあり、1円で販売するお金がどこから出てきているのかというのも非常に疑問に思っているし、そういう売り方というのを皆さん御自身で何とか直していただきたいと思っている。

- 楽天モバイルが10万円を基準にして、10万円未満のものと10万円以上のものとの割引価格の上限規制について対応を変えるという提案をしたが、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、割引額が10万円未満のもの比べて大きくなり、規制としてむしろ十分ではないアイデアになっているのではないか。
- 5G端末の普及を国の施策で後押ししてほしいという意見があったが、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端末に換える必要がユーザに無いから、普及があまり進まなかったり、また、端末の価格が上がっていること等も含めて、いろいろな課題があるが、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であるため、それはどうなのかと思った。
- 指標を決めるのもかなりコストがかかることなので、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というところで疑問を持った。常識的な値段で売るということを各社でやっていただけないものかというふうに思っている。また、実際に端末を売っているのは代理店であるが、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るという話になってくるかと思う。この端末の価格が1円で売っても代理店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る。代理店の手数料体系についてはいろいろ改革していただいていると思うが、その辺りから手をつけることはできないのかと思った。
- 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というのも非常によく分かるし、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、それは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いるからであって、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。どういうものをベンチマークにするのかというのは、もう少し詳しく議論していく必要があるかと思う。
- ミリ波の普及促進とか5Gのポテンシャルを生かすということは大事なことだと思う。ただ、端末割引をすること以上に、ミリ波のポテンシャルを生かすサービス開発とか、すなわち需要面の施策こそ大事ではないかと思う。必ずしも端末割引が一番大事な、あるいは特に大事な

施策ではないと感じる。

- 2019年の法改正の趣旨というのは通信料金を原資とする端末代金の値引き等々というのを止めたいということだったわけで、通信料金を原資として端末値引きが行われていると思われるような発言があり大変残念。こういうことだとするともうMNOが自ら端末を販売しちゃいけないと、別会社にして独立採算でやってくださいというのが最終的なあるべき姿かと思う。
- そもそも端末と通信を分離することで何を実現しようとして我々はしたのか、もう1回改めて明らかにしておく必要があると思う。それを前提に今の2万円割引をどうするか、もっと言えば起こっている大幅な割引に対して、どういうふうに対応すべきか。また、ユーザ間の不公平がないように他のユーザから割引の原資が動いて補助されているという状況にあるかという観点や、同じ人であっても通信料金から端末へのお金の移動ということが問題なのかどうかという観点もあると思う。
(中略)
各社からのプレゼンから行き過ぎた割引を何とか止めたいという思いが伝わってくる一方で、新たに3万円、4万円の条件を作っても、上限2万円規律でも守らない人たちがいる中で、本当に上限額を動かすだけで問題解決になるのか疑問に思う。
- 通信事業者は通信事業者としての競争をしていただきたいと思う。非常に高価格帯の人気が出るものについてだけ大幅な値下げをするような競争をして自分の通信を利用する人を増やすということはもう早くやめていただきたいと思っている。端末に関しても、ある程度使えるもので十分だという方たちに無理やり高度なものを使っただけ必要もないし、今現在日本で提供されている5Gが、どこでも完全に安定して使えているのかといえばそうでもない。だから、通信のところをもうちょっときちんとしていただいて、そして、5G、SAでもミリ波でも、そういうものを生かした新サービスが一体何なのかがちゃんとみんなの目で見えてくるようになって初めてそういうものに必要な端末を購入するというふうに時代が変わっていかねばいけないのではないか。
- 端末価格の上限額規制あるいは通信と端末代金分離の法改正の趣旨について改めて考えてみたが、まず、ユーザ間の公平性の問題があり、端末を短期の買換えをするユーザが自己の通信料利益のうちから補填

するのはよいが、他のユーザの利益から補填するのはやっぱり問題があるということが考えられる。ただ、通信料金をコスト以上に高くして、その範囲内であれば端末代金を補助してよいとすれば、本当にそれで良いのか。また、同一ユーザ内の補助であればいいということであれば、通信料金を高くするほど過度な端末の割引がやはり正当化されてしまうので、そうであれば、そもそも通信で競争が十分機能していれば、通信料金をコスト以上に大幅に上げられず、その現状では競争が必ずしも十分でなく、コストより料金が高止まりする危険性があると思う。したがって、通信料金から得られる利益というのは、端末に補填するのではなくて、高止まりする通信料を引き下げるとか、サービス価値を高めるような投資を促進するためのものであり、そのために上限価格の端末の規制を行ったという理解である。あともう一つ意識しておかないといけないのは、公正競争環境にどういう影響があるかという点で、過度な端末割引をすると端末市場で競争が歪められるという議論についてである。それから、ユーザ1人当たりの利益がぎりぎり競争に挑んでいるMVNOとか新規事業者に関しては、端末を大きく割り引くことができないので、大幅な端末割引を行うMNOの競争戦略に対抗できないという競争上の問題があるといったことも含め、上限価格規制について今回きちっと考え方を整理して、データ等もそろえて、新しいやり方で運営していくということが必要だと思っている。今回4万円を上限にすると、やはり長期ユーザから短期ユーザへの補助が可能となる。例えば、1ユーザ当たり年1万円の利益があるとすると、2年で2万円、3年で3万円、4年で4万円の利益となり、2年と4年のユーザが仮にいとすると平均で3万円となる。上限3万円規制にすると、本来長期利用者がより優遇されるべきであるところ、2年の短期で端末を買い換えるユーザに長期のユーザから補填がなされていることになるので、こういったことをきちっともう一回考えたほうが良いのではないかと。同じような考え方で、高価格帯の端末を持つユーザのARPUが、低価格帯の端末を持つユーザのARPUより仮に高いのであれば、高価格帯のユーザと低価格帯のユーザとで割引額を変えるとといった提案をいくつかの会社がしていたが、論理的には正しいのではないかと思う。そういうデータがきちっとそろえるのか、上限額を細分化することでどの程度の規制コストがかかるのかといった議論があると思うが、そういう議論をして判断をすれば良いと思う。それから、低価格帯のユーザの市場では、MVNOとの競争がより熾烈であると思うので、例えば、低価格帯の端末について、4万円の割引ができることは、公正競争上本当によろしいのか

ということについても議論に値するのではないか。最後に今回用いたデータについて、平均利用期間が非常に延びているが、これはデータの取り方を変えたからであり、前回使っていない消費動向調査を今回使っている。これで本当によろしいのか、実際の割引をするMNO3社のARPUとか平均使用期間とか利益率とか、そういうものをデータとして用いるべきではないか。いずれにせよ、いろんな意見があって、いろいろ事業者の声も聞き、パブコメも受けながら整理して、皆が納得するような形で理屈が通るもので決めていけば良いと思う。

- ・ 2万円上限のみならず端サポ加入に関する代理店のインセンティブ、利用者の様々なバイアス、それから公取の実態調査にもあった評価指標と関係する端末の極端な割引をせざるを得ないような状況、それからMVNOの市場における立ち位置、また技術革新とか新サービスというのが契約内容に日々組み込まれていく中で、また、規制の隙間というのも考えると、これらの事項を総合的に捉えて契約設計がキャリアあるいは代理店のほうで行われていく以上、競争促進という観点のみならず消費者保護という観点からも、規制を及ぼすということは根拠づけられるかと思う。今後、個々の論点について議論が必要であるということは当然ではあるが、個々に法律、省令、告示、ガイドライン等、役割分担をして見直しというのは必要である。

また、2019年改正法との関係、これは整合性を採る必要がある。2019年改正当時の議論においては、そういった将来の変動値以外にも、通信端末の各市場の競争を促進するためには、現在の市場環境を前提とした値引きを許容するのではなく、値引き額の上限をより制限することとし、一段階低い——というような説明もあったかと思うので、そういった競争をより促すという経緯について、何かしら連続性あるいは意見を報告書の中には盛り込む必要があるかと考えている。

事業法第27条の3、特にこの上限2万円規制は、同条第2項第1号にある電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれがある利益提供に対する規制であるが、今回の検討の方向性案というのは上限が引き上がったという特徴を持っており、割引幅というのが大きくなることで、どのような効果がそれぞれの市場において期待されるのか。特に電気通信事業者間の競争に、通信市場なのか端末市場なのか、どういった影響が出てくるのかということとは、白ロム割を含めた形で事業法第27条の3の規制趣旨との関係でも明確化しておく必要があると思う。特に低価格帯の端末への大きな割引の可能性、高価格帯の端末に販売シフトをするというようなキャリアや販売店の戦略、結果として、回線

契約に非常に誘導しやすくなったのではないか。さらに言えば、MVNOへの影響をどこかこの報告書の中にも言及する必要はあるのではないかと考えている。

- なぜ上限額の見直しが必要だというふうになっているのか納得ができておらず、通信は通信の料金で競争していただき、端末は端末メーカーがそれぞれの競争をすればいいというふうに思っている。やはりいろいろなユーザがいるわけで、新しいものがどんどん欲しい方もいらっしゃるし、使い慣れた端末を大事に使っていくという方もいて、不公平が起るような形を総務省が促進していくというような形になるのは、ユーザとしては納得がいかない気がする。また、MVNOに与える影響について検証していただきたいと思う。

- 今回白ロム割を含めて4万円という案について、ちょっと高いのかなという感想である。ただ、回線契約から得られる平均的な利益を超えないという考え方を踏襲すると、計算上4万円ぐらいになるので仕方がないのかなとは思う。

端末の価格帯によって割引を変えるということも考えたが、回線と端末の分離という考え方の下、1回線契約から得られる利益と、端末の価格の多寡とを関連づけるというのはよくないのではないかと今は思っている。

なぜ4万円が高いのではないかと考えるのかというと、他の事業者の競争力を高める環境整備という観点では、MVNOあるいは楽天モバイルからは2万円の維持という提案があったし、ドコモも2万円という提案であった。また、4万円にすると、機種変更と新規の値差が4万円になり、これはかなり大きいので、現場でお客様のためにと、機種変更を新規やMNPにすり替える手口が横行するのではないかとということが予想されるので、もし4万円にするのなら、ここをキャリアと総務省とでしっかり監視する必要がある。そして最大の問題である、上限を4万円にして転売屋とか闇バイトが根絶できるのかという点については、さすがに発売直後の新品の端末を4万円引きで売ったら、転売価格が高いので転売目的の輩が現れるとは思いますが、一定期間経過すれば転売価格も下がってくるので、転売屋は影をひそめるのではないかとこの水準だと思う。

- 今回の検討の方向性案というのは、不当な囲い込みに対する規制のこれまでの効果により市場の状況が変わっていることを踏まえた提案になっているというふうな受け止めた。それから、白ロム割も含めて規

制の対象とするという判断は適切なものだと考えている。また、上限2万円規制について、この4万円というのは少し高いような実感を持っている。ただ、2018年当時、規制の効果を早めに上げるためということで、平均利用者1人の通信料から得られる利益よりも実際少なめの設定にしたことが、MNOの皆様に対してちょっとストレッチし過ぎの目標値になってしまった懸念もあるかと思っている。その結果として、潜脱行為が増えてしまったという現実があるのであれば、それに対しての見直しは必要だと思うが、この4万円の根拠となっている計算方法が全ての事業者にとって納得感があるものかどうか、さらに精緻に検証をして説明をいただき、それぞれの価格帯の端末に与える影響といったもののシミュレーション結果をお示ししていただく必要があるのではないかと思っている。ただ、2万円という現在の上限規制に対して見直しをかけて、それに対して、今より少し高めの金額の設定に変わるとした場合に、事業者にとって分かりやすい、切りのいい数字にすることは、代理店も含めてその規制を遵守する必要がある以上、規制コストも考えるとやむを得ないのではないかと考えている。

イ 事業者等の意見

- ・ 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いる。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。端末の自由な選択は、一部の過度な端末割引により問題が発生していることから、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いる。

一括1円の問題については、激しいMNPの競争下において、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と認識している。これに対して、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いる。これを事業法で規律化し、ルール化して運用していくということを要望したい。その結果、ユーザ間の不公平性や転売ヤーの問題も解消されることを期待している。(第37回会合：NTTドコモ)

- ・ 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、販売が行われているが、やや行き過ぎた

状況にある。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、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い、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。

また、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、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考えている。好循環を生み出す仕組みづくりとして、例えば、4Gから5Gへの移行の場合において、端末と通信を一体化し、端末の流動、端末の買換えがより起こるような手法を検討してはどうか。これにより、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等の問題も排除することが可能であると考えている。

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、どうしても過激な新規MNPの競争の歯止めとして、例えば、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考えている。(第37回会合：KDDI)

- ・ 端末単体値引きについては現在規制がなく、端末の安値販売や転売の原因となっているため、対応が必要と考える。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いった問題については理解しており、その抑制のためには、業界の統一ルールが必要であり、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った案はどうかと考えている。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るのはどうか。こうすることによって極端な安値販売ができなくなり、また、端末の転売というものも消滅するというふうと考えている。また、端末が新しく発売されるとき等は中古の買取価格が存在しないので、その時には現状の2万円までというルールでよいのではないかと考えている。(第37回会合：ソフトバンク)
- ・ 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することを提案

する。具体的には、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提案させていただく。端末単体の購入に関しても、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むことができると考える。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、あくまで一例ではあるが、仮に10万円未満の端末については、現行の上限2万円規制と同水準の上限額を適用し、価格が10万円以上の端末については、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。(第37回会合：楽天モバイル)

- 中古価格を条件とする場合の考え方は、例えば、この車のこのグレードについては、1年経つと、例えば500万で買ったものが翌年になると400万ということや、車両保険において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するといった保険会社が行っている考え方が一つの目安になるのではないかと考えている。それが定率か定額かという問題はあるが、端末自体が、高額になってきている昨今、物を大事に使い続けるといったところもあり、買換えの年数が4.6年という数字も出ているので、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いる。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。(第37回会合：NTTドコモ)
- 機種変更価格を基準にする場合、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いるが、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といったことが起こるため、割引の上限とセットで適用することを考えている。それによって機種変更も行き過ぎることがなくなるため、この2つをセットにして規律することを考えている。(第37回会合：KDDI)
- 中古買取価格の決め方について、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思っている。実際に、現状でも下取りプログラムを各社で行っているが、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ある。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われる。その考え方をここに適用すればいいのではないか。

(第37回会合：ソフトバンク)

- 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、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いる。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おうということを懸念した結果として、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。(第37回会合：楽天モバイル)
- 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。2万円を緩和するという点について、もし議論があるのであれば、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であり、議論次第というところである。また、端末の発売から1年間は2万円スタートして、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ではないか。なお、買取価格は、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いるので、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。(第37回会合：NTTドコモ)
- 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うし、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おり、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ことはあるのではないか。(第37回会合：KDDI)
- 中古価格そのものを指標とすることについては、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ることもあり、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。(第37回会合：楽天モバイル)

- 過度な安値販売は回線セットによる2万円上限の割引と上限がない回線契約に係らない端末単体の割引、いわゆる白ロム割や端末購入プログラムを組み合わせて行われていると認識している。現在、規律の対象外となっている回線契約に係らない端末単体割引として、端末購入プログラムでの2年後の買取り予定価格を上回るガイドライン外の割引が行われているが、回線セットかどうかを問わずに、割引の上限に含まれるよう徹底する必要があるのではないかと考えている。さらに、端末購入プログラムで2年後の買取り予定額を上回る割引を行っている場合は、現状の規律だけでは抜け道になる可能性があると考えている。よって、今回、白ロム割、端末購入プログラム、こういったものを含めて、規律対象の割引条件に含めるべきと考えている。

規律対象の割引上限額については、2019年10月の事業法改正に向けて行われたモバイル市場の競争環境に関する研究会の検討では、今後の市場環境の変化を踏まえた上で上限2万円を設定したと理解している。規律対象の割引条件を直ちに直視する理由というものはないと考えているが、白ロム割を含めた契約回線に係らない端末単体割引、こういったものについて上限枠に含める対応をすべきであると考える。MNOから、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する提案があったが、緩和する理由はないと考えている。加えて、割引等の上限が可変になると、規制に関わる事業者の運用コストは対応難易度が非常に高まる状況になり、また、中古端末より安い価格、または同水準の端末が販売可能であるために中古端末市場の影響は一定量あるのではないかと考えている。(第38回会合：IIJ)

- 上限2万円規制については、モバイル市場の競争環境に関する研究会において議論されたもので、利用者の公正性を確保するという観点から、利用者1人当たりの利益見込額を算出し、通信と端末の分離の進展による将来的なARPU、営業利益率の低下も加味する等により、上限額が2万円に規定されたと認識している。一方、法改正以降も規律違反が散見されてきた状況だということを鑑みると、まずは規律遵守の徹底に向けた取組を進めることが重要と認識している。また、上限額を定めた考え方の根本である、利用者間の公平性を確保していくためには、安

易に上限額を緩和するということは望ましくなく、少なくとも現行の上限額を維持することが必要ではないかと考えている。

昨今の極端な廉価販売への対応として、一部規律の見直しが必要と考えている。これらの廉価販売は、規制対象外の端末単体割引を組み合わせて実施されていると認識しており、この端末単体割引についても規制対象とすることが必要でないかと考えている。端末単体割引を規制対象とする場合、仮にセット割引の上限額のほうが大きい場合は、回線契約への誘引を助長することにもつながると思われるので、セット割引と端末単体割引の上限額は同等として、その上限額は2万円とすることが望ましいと考えている。なお、端末購入プログラムにおいて、月々の分割支払い額を割り引く等の特典があるが、潜脱的な端末の割引につながるおそれも想定されるので、これも規制対象として上限額に含めることが必要ではないかと考えている。(第38回会合：オペレージ)

- ・ 現行法の完全分離販売や値引きの上限額設定等については、法改正の趣旨に沿わない事例が見られたことから、維持すべきとの回答が多く、特に完全分離については、規制を強化すべきとの意見が多かった。他方、一部MVNOにまでMNOと同等基準を課すことについては、やり過ぎではないかとの意見もあった。一部MNOから意見があった上限額の設定については、中古価格を参考とすることや、RMJが協力することについては賛同するとの意見が多数を占めたことから、RMJとしては、実現可能性に向けて協議したいと考えているが、新品販売が中古価格と逆転するのではないかという懸念もあり、あくまでも我々の中古価格を目安とすることに関する方針についての賛同ということで御理解いただきたい。(第38回会合：RMJ)
- ・ 現在、各大手通信事業者の通信料金と端末料金が分離されたこともあり、安価な料金プランが提供されていることを踏まると、ここ3年間実施された端末の2万円の割引額上限というのはそろそろ撤廃してもよいのではないか。通信事業者がユーザの買換え意欲を高める等の市場活性化も必要ではないかと思っている。(第39回会合：CIAJ)
- ・ 多くの低価格なサービスプランが市場に出回っていることから、事業法の改正の目的は既に達成されていると考える。したがって、総務省には、端末購入補助規制の撤廃をお願いしたい。そうでなければ、お客様があらゆる選択肢と価値ある提案を最大限に享受することができなくなる可能性がある。撤廃をすることで、日本は他国と同様、ユーザが

多様な選択肢と最新のイノベーションを楽しむことのできる健全なビジネス環境を発展させていくことができる。また、本WGで通信事業者から端末とモバイルサービスプランが紐づいているか否かにかかわらず、端末割引を下取り価格までとすることを提案されたが、ここにはある種の問題があると考え。下取り価格が低いということは、商品価値が低いということになる。キャリアの提案は、下取り価格が低いほど、より多くの割引が認められることを意味する。価値の低い端末を安く買うということであれば、お客様にとってメリットは少なくなる。また、Appleの端末のような高品質の製品に偏った影響を与えるため、異なる端末間での公平なルールとは言えない。本WGは、あるメーカ1社が他のメーカよりも不当に影響を受けるようなルールの導入を望んではないと我々は考える。(第39回会合：Apple)

- 5G関連政策全体での位置づけになろうかと思うが、端末についてもKPIを設定し、業界全体で取り組むことが求められているのではないかと考えている。また、端末へのインセンティブとして、現在の上限2万円規制を、ミリ波対応端末に関しては撤廃ないしは4万円へと緩和することを提案する。2019年の法改正当時、2万円を設定した根拠については、利用者1人当たりの利益見込額がおおよそ3万円だということから、そこから一段階低い2万円に設定されたと認識している。計算としては、各社のARPUや売上げ営業利益率と、スマートフォンの平均利用期間を用いて計算されているが、ミリ波等の革新的な技術を導入される利用者の中には、データ使い放題等を契約する確率が高いと考えられるので、それを基として計算すると、当時の金額よりも一段高い価格帯の値引きといったものが視野に入ってくるのではないかと考えている。具体的なARPU等の数字を持っていないため計算ができないが、そのような考え方で提案させていただいた。なお、2万円規制については、できれば撤廃ということも望ましいと考えるが、急激な変化や、2万円の効果といったことも一定程度あり、ミリ波端末については4万円、それ以外については現状維持といったことを、今回は御提案させていただいた。(第39回会合：クアルコム)
- 今回の法改正によって、通信端末と通信料金が分離され、通信料金についても、各社から廉価プランが提供されているということを考えると、従来の一休となって携帯電話をインセンティブで販売していたという時代から、端末の機能や速度といったところで公平な競争環境ができるのではないかと。我々通信機器メーカの努力によって、ユーザの満

足度を上げるというところの競争環境ができればと考へ、今回撤廃ということを提案している。なお、通信料金自体もかなり安くなっていることもあり、過去の過度なインセンティブ競争には戻らないと考へており、我々としては、インセンティブでの競争というよりも、やはり機能や性能、そういった本来あるべき通信端末としての競争に行くべきだと考へている。(第39回会合：CIAJ)

- ・ ARPUについては、大容量プランの加入が順調に拡大をしており、2022年度の頭ぐらいから下げ止まった感じが出ているというような状況である。(第42回会合：NTTドコモ)
- ・ 各社が過度な割引をして競争している中、キャリアが自らその割引をやめることが難しい状況になっていると認識している。2019年の法改正の制度の抜け穴とまでは言わないが、改正法当初において、あまり想定されていなかった白ロム割も含めて、事業法において規律いただくことをお願いしたい。

また、その措置を講じるに当たり上限額は、改正法の際にセットした2万円からスタートし、場合によってはそれを段階的に緩和するといったことが考へるのではないかと思っている。

当然ながらその当時に比べてARPUや端末の利用期間等も変わっているため、それに応じてパラメータを更新することは十分に考へ得るところであるが、当社としては一旦2万円からスタートしてはどうかと考へている。(第42回会合：NTTドコモ)

③ 考へ方

ア 潜脱行為の防止

①の状況を是正するためには、その原因となっている通信サービスと端末のセット販売に係る「白ロム割」を規制の対象とすることが適当である。

すなわち、現行制度上「白ロム割」については利益の提供の上限額の範囲に含めないこととされているが、通信サービスと端末のセット販売（機種変更の場合を含む。）に際して行われる「白ロム割」については、上限額（イ参照）の範囲に含めることとすることが適当である。

なお、割引の基点である対照価格について、現行制度上、一の価格のみが設定されている場合には当該一の価格と調達価格のいずれか高いもの

となるが、複数の価格が設定されている場合には最も高い価格が採用されることとなり、調達価格との比較がない。

この場合には、事業者が価格を不当に抑制することによる規制の潜脱が行われるおそれがあることを踏まえれば、その潜脱を防止する観点から、複数の価格を設定する場合であっても、対照価格が調達価格を下回らないように見直すことが適当である。

イ 上限額の見直し

1. ④の考え方で示したとおり、「通信料金と端末代金の完全分離」という改正法の考え方を維持することが適当である。他方で、改正法施行時と現在とではモバイル市場における状況が異なっていることを踏まえると、上限額の算出方法を踏襲しつつ、最新のデータ（改正法施行後の2020年度から2022年度までの3年間の平均値）を用いることが適当である。この場合において、次の点を踏まえれば、今回算出した額に更なる考慮を加えないことが適当である。

- ・ MNO 3社のARPUは現在減少傾向にあるものの、一部の事業者から2022年途中より増加の兆しがある旨の報告があったこと、端末の平均使用年数は長くなってきているものの、MNO 3社のいわゆる「転売ヤー」対策等による残債免除を含む端末購入プログラムの加入率の上昇が見込まれることを踏まえれば、将来の値の変動の方向性を一意に特定できないこと
- ・ 改正法施行時と比較して事業者乗換えの障壁が大幅に低下しており、通信市場においては利用者がいつでも自由に自らのニーズに合った事業者を選択できる環境が基本的に実現し、端末市場においてはSIMロックが原則解除されていること

以上の考え方により平均的な利用者1人の通信料収入から得られることが期待される利益を算出すると、約4.1万円（ARPUの3年平均（4,137円）×営業利益率の3年平均（18.9%）×端末の3年平均使用年数（53.2月）＝41,597円）となることから、上限額については、その算出した額の内数である4万円とすることが適当である。

ただし、割引額の上限を一律4万円とした場合に低中価格帯の端末において、いわゆる「転売ヤー」や「1円端末」等の問題が発生するおそれがあること、現行のガイドラインにおいて、不良在庫端末の割引上限は、最終調達日から24か月経過した場合に、対照価格の半額（50%）とする

特例を認めていることを踏まえると、現行の割引額の上限である2万円を超える割引額の上限については、在庫端末特例の基準（50%）を考慮することが適当である。

このため、割引額の上限については、原則4万円とするが、対照価格が4万円から8万円までの場合にあっては対照価格の50%、4万円以下にあっては2万円とすることが適当である。

このような見直しを図ったにもかかわらず、今後も過度の端末値引きの誘引に頼った競争慣行から脱却できない場合には、通信サービスと端末の販売の在り方を含めた検討が必要である。

（2）上限2万円規制の例外規定の見直し

上限2万円規制の例外として、不良在庫端末の特例、廉価端末の特例、通信方式変更／周波数移行に対応するための端末の特例がある。

ア 不良在庫端末の特例

① 現状

不良在庫端末の特例については、最終調達日を一定期間経過した端末の販売を促進するための利益の提供を可能としたものである⁷⁷。

具体的には、製造が中止されていない端末については、最終調達日から24か月経過した後は対照価格の半額まで、製造が中止された端末については最終調達日から12か月経過した後は対照価格の半額まで、24か月経過した後は対照価格の8割までの値引きが可能となっている。また、この特例の適用を受けるためには、事前確認手続等を行う必要がある。

② 意見

○ 事業者等の意見

- ・ IIJ、オプテージから説明のあった、「規制に伴う人的・時間的コストの増大」や「機動的なマーケティング機会の喪失」等について、

⁷⁷ 各種資料68

現行の事業法第27条の3等の規律が、ガイドラインの規定含め複雑かつ難解であり、また、各種運用に当たっても、事前に手続きを要する運用(不良在庫の例外申請や調達価格の変更手続き等)が多く、非常に規制コストがかかっていることが1つの要因であると考えている。この点については、弊社も同様の課題認識を持っており、まずは、規律の簡素化や、各種運用についても施行後の実績等を踏まえて手続きを不要にする等(例えば、不良在庫の例外適用は、申請による適用ではなく、今までの実績を踏まえ、端末の発売日から一定期間経過をもって自動適用にする等)、規制コストを下げ、持続可能な運用に見直していくことが必要であると考えている。(後略)

(第38回会合終了後追加質問に対する回答：KDDI)

② 考え方

この特例については、一部の事業者からその手続の簡素化を求める意見があったこと及びその手続の過程において手続違反となった事例が存在しなかったことを踏まえれば、手続の簡素化を含めた制度の合理化を図ることが適当である。

イ 廉価端末の特例

① 現状

廉価端末の特例については、通信サービスと端末のセット販売を行う際の利益の提供の上限額を2万円と定めたことに伴い、2万円までの端末については、対照価格以上の利益の提供を認めないこととしたものである⁷⁸。

② 考え方

今般、通信サービスと端末のセット販売を行う際の利益の提供の上限額の最低額は2万円となるため、この特例の枠組み自体を変更する必要性は認められないことから、現行の2万円と同額までの端末を廉価端末とすることが適当である。

ウ 通信方式変更／周波数移行に対応するための端末の特例

⁷⁸ 各種資料69

① 現状

通信方式変更／周波数移行に対応するための端末の特例は、特定の通信方式を用いた通信サービスの利用者が新たな通信方式に迅速に移行してもらうため対照価格までの利益の提供を可能とするものである。

② 考え方

現在の端末市場において、MNO 4 社は低価格帯の端末を継続的に販売しており、中古端末の販売台数の継続的な増加や販路の拡大により中古端末市場も拡大していることを踏まえると、利益の提供の上限額の原則の範囲内の利益の提供であっても、これが特定の通信方式を用いた通信サービスの利用者の迅速な移行に著しい支障となるとは考えにくい。他方で、現在の端末市場において、高価格帯の端末の販売割合が改正法施行時と比較して著しく高いことを踏まえると、新たな通信方式への迅速な移行というこの特例の目的を超えた利益の提供が行われるおそれが高まっている。

こうした状況を踏まえれば、この特例については廃止することが適当である。ただし、現在この特例を利用して3Gから4G又は5Gへの移行を進めている事業者が存在する中でこの特例を廃止することは、当該事業者に追加的な負担を生じさせ、かつ、利用者にも無用の混乱を引き起こすおそれもあることから、この移行については、経過措置として存置することが適当である。

3. 行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律の見直し

○ 継続利用割引規制に係る規律の見直し

① 現状

行き過ぎた囲い込みの禁止については、期間拘束契約や高額な違約金等により、事業者・料金プランの乗換え障壁を是正することを目指して導入されたものである。

行き過ぎた囲い込みの禁止の手法として、2年超の期間拘束契約の禁止、1,000円超の違約金設定の禁止、1年当たり1月分を超える継続利用割引の禁止等が定められた。これにより、事業者・料金プランの乗換え障壁は概ね無くなってきたことで、利用者の自身のニーズに合った事業者・料金プランをいつでも自由に選択できる環境が基本的にも実現したところである。

他方で、一部の事業者から、継続利用割引について本来意図せぬ割引が含まれており、規制の適正化を図るべき旨の意見があった。

② 意見

ア 構成員の意見(合同会合⁷⁹における消費者検討会の構成員の意見を含む。)

- ・ 継続利用割引のところ、前の議論の中では、なかなかその継続利用割引というのは説明がつかないのではないかという御指摘もあったと思うが、長く使っているのには使っているだけの理由もあるので、そこをいろいろ考えていただければいいのではないかと思う。
- ・ 顧客の囲い込みではなく短期のホッピングを防ぐ期間拘束の設計については、ありかなと思っている。要するに、端末代金を回線料金で回収しようとするから駄目なのであって、そうでない、それができないような限度であれば、ホッピングを防ぐための期間拘束はありなのではないかと思う。

イ 事業者等の意見

⁷⁹ 本報告書で、「合同会合」とは、本WGと「消費者保護ルールのあり方に関する検討会」(以下「消費者検討会」という。)と合同で行った会合をいう。

- 継続利用割引の規律は、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ある。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されてしまっているという問題がある。具体的には、旧プランから新プランに移行促進をするというのは、長期の囲い込みを目的とした施策ではないので、継続利用割引の規律の適用から除外するといった検討が考えられないか。(第 37 回 会合：KDDI)
- 期間契約の上限規定や、価格差、違約金、これらについては見直しは不要と考えている。また、継続利用割引の上限 1 か月分の料金までという規定についても、見直しは不要と考えているが、継続利用割引の規律は、規律の趣旨にそぐわない過剰規制になっている部分があるので、そちらの見直しが必要と考えている。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い、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ため、この特典の上限は規定するべきだということでこのルールが定められたものというふうに理解している。ある時点で将来の特典を示すケースは、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ふうに、確かに継続利用促進の効果があることから、規律の対象となることについては理解できる。一方で、事前に特典は全く示されず、ある時点で結果的に継続利用していたユーザを対象に特典を提供する施策については、継続利用をその間促している効果は全くないので、規律の対象外にすべきと考える。以前もこれについて要望したが、その意図は、例えば、3G のマイグレーション施策等にもこの規律が適用になってしまうので、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る。(第 37 回 会合：ソフトバンク)
- 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考える。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、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く。MNO 3 社の利用者は長期にわたり移行しない利用者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いる。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いる。(第 37 回会合：楽天モバイル)

- (継続利用に係る規律の適用事業者を利用者の数の割合が 10%以上の MNO のみにする案について) 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いる。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と思っている。(第 37 回会合：NTT ドコモ)
- (継続利用に係る規律の適用事業者を利用者の数の割合が 10%以上の MNO のみにする案について) この法改正の規律について、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。また、楽天モバイルも既に 500 万契約以上持たれているので、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と考える。(第 37 回会合：KDDI)
- (継続利用に係る規律の適用事業者を利用者の数の割合が 10%以上の MNO のみにする案について) 当初の状況と、これを見直すようなことにはなっていないと思うので、現状のままで良いのではないかと考える。(第 37 回会合：ソフトバンク)
- 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、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ではないかと。(第 37 回会合：KDDI)
- 継続利用に係る規律は、公正な競争環境の維持に必要であり、囲い込みにつながる可能性があるものは継続して規制の対象とすべきと考える。3G 停波等のマイグレーション施策は規制の対象外とする提案があったが、3G の既存市場全体の契約数は 1,500 万件ほどあ

り、この規模は、MVNO 全体の SIM カード型契約数とほぼ同等であるということから、決して市場の競争に与える影響は少なくはなく、慎重な検討が必要と考える。また、このようなマイグレーションの機会というのは、高齢者の方をはじめ、頻繁に携帯事業者が変更することが少ないお客様において、数年に一度の契約見直しを検討する機会でもあり、そのときに、既に契約している事業者のみが過度な割引等を行うと、以降もその事業者との契約を継続するという可能性が高まって、結果的に、行き過ぎた囲い込みにつながるのではないか。(第 38 回会合：オプテージ)

- 行き過ぎた囲い込みの禁止に関わる法改正の効果と課題に関して、中古端末市場への影響についてのアンケートを行った結果、法改正を評価するとの回答は 58%となり、現行法の行き過ぎた囲い込みの禁止について、維持すべきとの回答は 83%であった。囲い込み禁止に係る法改正施行による中古端末市場への効果については、消費者の選択の自由度が高まったことで端末の流動性も高まったと考えられる。現行法の行き過ぎた囲い込みの禁止については、利用者及び中古端末の流動化のため、継続すべきと考える。なお、現行法の行き過ぎた囲い込み禁止については、MVNO には、ある程度の自由度を持たせるべきと考える。(第 38 回会合：RMJ)
- 不当なスイッチングコストが政策的に排除されたことにより、まさに消費者が理性的な判断ができるということになれば、不当な囲い込みが起り得るということはないと考える。しかしながら、実際の消費者の選択において、必ず全ての消費者が理性的な判断ができるのか、全ての情報を持って判断ができるのかについては、また別な問題がある。MNO が 1 円で端末を販売するというビジネスモデルを、1990 年代からずっと続けてこられて、そういった売り方が当然だというふうに思っている消費者が非常に多く、また、消費者が、例えば何かしら判断をしたいと思ったときに、具体的にどこに相談に行くのかというと、やはり携帯電話のことについては携帯電話ショップに御相談に行く形になってくると、必ずしも理性的ではないことがあり得るのではないかと思う。そういうことが、結果として MNO に有利な囲い込みにつながっていくことはあるかと思っている。そういった状況の中、消費者がより理性的な判断によってスイッチングコストが非常に低廉化した世界の中で、囲い込みを打破して、最もその利用者にとってふさわしい、望ましいサービスを選択ができるよう

に、MVNO 事業者として、これからも周知広報はもちろん、分かりやすいプランを提供するなど、様々に努力をしていく必要があるのではないかと考えている。(第 38 回会合：MVNO 委員会)

- ・ 転売ヤー対策として適切な期間拘束期間について協会の中でも話し合っているところ。期間的には6か月や長くても12か月以内ぐらいかと思う。アーリーアダプターが新しい技術を買いに行く手前のところで線を引きたいと考えているが、それでも6か月ぐらいなのではないと考えている。(第 39 回会合：全携協)
- ・ 利用者のキャリア選択の自由度が増したことや、事業者間の競争が活発化したことは評価できるが、スイッチングコストが低廉化したことにより、過剰なポートイン獲得競争が常態化している。このため、機種変更を含めた長期利用ユーザの利用特典を一部認める等の措置の検討が必要。(第 40 回、第 41 回会合：販売代理店)

③ 考え方

継続利用割引については、契約時点において将来の継続利用に応じた割引(例えば、契約時点において約した、2年間継続利用した場合の2年後の通信料金割引)を行うことを約することが長期にわたって利用者を拘束することになり得ることから規律対象としたものである。

しかし、現行制度において「契約を一定期間継続していたことに応じて利用者に対して行われる」利益の提供を規律対象としたことにより、次の場合も継続利用割引に該当することになっている。

- i) 契約時点において将来の継続利用に応じた割引を行うことを約していない場合(例えば、3Gから4G又は5Gへの移行を行う際、3G利用者に対してキャンペーン割引を行う場合や既に新規受付を終了している自社プランからの移行者に限定した割引を行う場合)
- ii) 料金割引が適用されることの判定に一定期間を要する場合(例えば、月末に申込みのあった利用者に対する割引の適用有無をシステム都合により翌月の初日に処理を行う場合)

この i)・ii) の場合については、通常、長期にわたって利用者を拘束する行為とまでは言えないことから、継続利用割引の規律対象としては、契約時点において将来の継続利用に応じた割引を行うことを約することで、長期(例えば6か月を超える期間)にわたって利用者を拘束するものに限定す

ることが適当である。ただし、長期でない場合であっても、過度な継続利用割引を行うことは適当ではないため、このような割引が行われないよう必要な対応を行うことが必要である。

また、現行制度では、継続利用に応じた高額の利益の提供であっても通信料金割引以外の利益の提供については認められているが、制度趣旨を踏まえれば、こうした利益の提供については、通信料金割引による利益の提供と同様に、規律の対象とすることが適当である。

4. 指定事業者の範囲に係る規律の見直し

① 現状

事業法第27条の3の規律対象となる事業者は、MNO 4社及びその特定関係法人並びに特定のMVNO（独立系MVNOであって、移動電気通信役務の利用者の総数に占めるその提供する移動電気通信役務の利用者の数の割合が千分の七以上のものに限る。以下同じ。）となっており、2023年6月1日現在32者が告示により指定されている。

これは、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくない事業者を規律の対象とする趣旨であり、MNO 4社は周波数の割当てを受けて自らネットワークを運用する事業者であり、競争への影響が少ないとは考えられないこと、その特定関係法人はMNO 4社における潜脱を防止する必要性から競争への影響が少ないとは考えられないこと、特定のMVNOは利用者の数が100万を超える事業者であり競争への影響が少ないとは言えないことから、それぞれ指定しているものである。

改正法施行から3年を経過した現時点において、一部の事業者から、MNOと比較して事業規模の小さい独立系MVNOにとっては規律の遵守コストが大きいこと、改正法施行時と比較してMVNOの競争力が低下していることを踏まえ、指定事業者の範囲を見直して欲しい旨の意見があった。

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ 議論になっている市場シェアはあくまで競争状況を判断するためのスクリーニングの役割を果たすが、市場シェアのみをもって競争状況を判断する理論的根拠は乏しいと思われる。
- ・ 一定の影響力を行使し得るかどうかの判断については、市場シェアはそれなりの意味があると思うが、利用者数の割合3%というIIJからの見直し案の背景として、MNO第4位の契約規模も1つの判断基準に入っているという説明があった。クープマンの目標値を捉えるのであれば、もう一つ上の市場存在シェアの6.8%を判断基準に取るほうが、MVNOにとってのシェアの規律としてはしっくりくるような気がする。MVNOのシェアを判断するとき、MNO第4位の契約規模を想定することに意味があるのだろうかという疑問があったが、この

数値は、MNO 4社について規制を緩めるという見直し案にはつながらないこと、そして、MNO第4位の現在の契約規模がMVNOにとっても1つのベンチマークになり得るのだということはよく理解できた。

- ・ 利用者の数の割合として施行規則等で0.7%という形で示されているが、法文上でも利用者の数の割合が電気通信事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少ないものとして総務省令で定める割合を超えないものを除くというふうに定められている。この場合、その数と適正な競争関係との因果関係も問題になってくると思うので、総務省でも、この0.7%の市場の競争へのインパクトをどういうふうに捉えて、今の状況をどういうふうに理解するのかというような点も、このパーセンテージを変更する、しないに関係なく、3年目の検証ということで確認すべき場面ではないか。

イ 事業者等の意見

- ・ 施行時には、事業者規模に関わらず一定量の利用者数を保有する事業者として私どもも指定を受ける立場となり、競争環境の適正化に寄与できると考えていた。また、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て努力してきた。しかしながら、2019年10月の事業法改正以降、規律の遵守状況を見ると、規律違反による行政指導の多くはMNOで発生していると認識している。MNOと比較して、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、時間的コストが非常に高く、大きな負担になっている。また、機動的なマーケティングを実施していくための機会損失というのも起きている状況にある。このような状況を踏まえると、事業法改正以降の市場の状況、MVNOの規律遵守に向けた対応評価、MVNOにおいては規制がもたらす市場の効果、事業者に関わる費用、この効果と費用のバランスが合っているかどうかを見直すべきではないか。そ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上げる見直しをする必要があるのではないかと考えている。また、見直しによる規制コストが軽減されることで、次世代の新しいネットワークサービスの提供に向けて尽力し、新時代におけるモバイル市場の競争促進・活性化の一役を担っていくMVNOを目指していきたいと考えている。

規律対象事業者の見直し案として、MNO及びMNOの特定関係法人においては、競争への影響が大きいため、引き続き禁止行為規制の対象事業者とすることを考えている。MVNOについては、規制コストを鑑み、

モバイル市場の競争をより一層活性化させるため、利用者の割合の3%を超えるものを対象にしてはどうか。3%の考え方については、MNO第4位の回線事業者の規模が500万というところであり、十分に非常に市場の中で大きな脅威になっているというふうにも見ているので、市場シェア理論としてクープマンの目標値では、2.8%で橋頭堡なシェアというところを1つのボーダーラインとして考えた。また、競業他社の競争相手にはならないものの、市場参戦の足がかりを得た状況にとどまるという状態というところになるので、将来的に利用回線数の増加したMVNOが生まれた際には、規律対象にできるようにももちろんしておくべきであるし、規制コストを鑑みても、競争の影響が少なくない存在として今後も考えていくべき。(第38回会合：IIJ)

- ・ 事業法第27条の3の規律の指定事業者は、MNOとその特定関係法人に加えて、事業者間の競争に及ぼす影響という観点から、シェアが0.7%以上のMVNOも対象になっていると認識している。なお、この考え方については、事業法改正当時のパブコメにおいて、総務省より、モバイル市場の競争状況等に変化がある場合には必要に応じて見直しを検討することが適当との考え方が示されていたと認識している。この点、2019年頃の事業法改正当時と比較しても、モバイル市場は大きく変化していると考えられる。

2019年頃は、MVNOも順調に成長していた状況だったが、2020年末から2021年春頃にかけて、サブブランドの値下げ、オンライン専用プランの登場等によって、現在はMVNOのシェアは伸び悩み、減少傾向となっている。このシェアの推移からも分かるように、事業法改正当時と比較すると、MVNOの競争力、競争に及ぼす影響は低減していると想定している。弊社サービスであるmineoにおいて、サブブランドやオンライン専用プランに対抗するため、新料金プランの開始等取組を行っているが、契約数としては伸び悩んでいる状況であり、サブブランドを中心とするMNOへの流出も高い割合で継続している状況である。

MNOとMVNO間では、そもそも事業構造に起因する競争力の差というものもあるのではないかと考えている。事業法改正当時は、MVNOは料金面で優位性があり、成長できていたと考えるが、サブブランドの値下げ、オンライン専用プランの登場以降、料金が近接して、その優位性が失われてきている状況である。この料金の近接については、接続料の算定等に関する研究会にて検証を進めていただいているが、料金以外の観点においても、MNOから設備をお借りしている立場である

MVNOは、冗長設備等の設備利用の柔軟性や可用性が低い、あるいはMNOよりサービス提供時期が遅くなることが多いといった、事業構造に起因する差が存在していると認識している。さらに、今後発展が期待されている5G(SA)においても、既にMNOはサービスを開始している中、MVNOによるMNOと同等の自由度を持ったサービスの実現については、現在、MNOと協議中の状況ということで、実現時期がまだ不透明であるということから、競争力の差はまだ広がるおそれもあると考えられる。

これまでの内容を踏まえ、事業法第27条の3の指定事業者の考え方の見直しに関し、市場の変化、事業構造に起因するMNOとの差が存在する中、今後のモバイル市場の発展につなげていくためにMVNOが競争の軸として役割を果たしていくということが重要だと考えており、MVNOとMNOが対等に競争できる環境のためには、これらの競争力の差を縮める施策が必要ではないかと考えている。この点、事業法第27条の3は、MVNOが創意工夫や、あるいは独自性のあるサービスを創出することにおいても一定の制限をかけている面もあり、規律遵守のために適合しているか等、検証に相当なマンパワーや時間を要するなど、迅速なサービス展開にも影響を及ぼしている状況となっている。そのため、現状の事業者間競争に及ぼすMVNOの影響力等を踏まえまして、現在の基準であるシェア0.7%の見直しをお願いできないかと考えている。

具体的な基準値として、例えば、経営学等で用いられているクーパマンの目標値が1つの指標にはなるのではないかと考えている。なお、この指標に照らした場合、市場で存在が認知されるシェアと定義されている6.8%に対して、現在の基準値は10分の1の水準となっており、一般的な指標と比べて相当程度低い基準値になっているのか。(第38回会合：オペテージ)

- 第4位のMNOの存在ということで、楽天モバイルの500万という規模を挙げたのは、非常に定性的な部分も含むが、業界内的に、大体400万から500万ぐらいにかなり大きなボーダーラインが存在していると考えており、そのラインに到達した時点で次の新しい市場シェアの中でどういう戦略を取っていくべきなのか我々MVNOもその規模になったときに考えなくてはならない。そのようなことも踏まえて、2.8%のライン、約3%のラインをボーダーラインとすべきと考えた。(第38回会合：IIJ)

- ・ 利用者の数が100万を超える電気通信事業者は、競争への影響が少ないとは考えられないため、2019年改正当初の割合換算で0.7%と設定されたものと承知している。この規律については、法改正の趣旨及びモバイル市場の動向を鑑みても、当初定められた基準から見直すべき状況にないと考え。仮に変更する場合は、直近の移動電気通信契約の利用者数を反映した割合へ変更することが適当と考える。(第38回会合終了後追加質問に対する回答：NTTドコモ)
- ・ IIJ、オプテージから説明のあった、「規制に伴う人的・時間的コストの増大」や「機動的なマーケティング機会の喪失」等について、現行の事業法第27条の3等の規律が、ガイドラインの規定含め複雑かつ難解であり、また、各種運用に当たっても、事前に手続きを要する運用（不良在庫の例外申請や調達価格の変更手続き等）が多く、非常に規制コストがかかっていることが1つの要因であると考えている。この点については、弊社も同様の課題認識を持っており、まずは、規律の簡素化や、各種運用についても施行後の実績等を踏まえて手続きを不要にする等（例えば、不良在庫の例外適用は、申請による適用ではなく、今までの実績を踏まえ、端末の発売日から一定期間経過をもって自動適用にする等）、規制コストを下げ持続可能な運用に見直していくことが必要であると考えている。

したがって、今回のIIIJ、オプテージの説明を聞く限りでは、シェアの基準を見直すのではなく、上述の規制の簡素化等で改善できる内容であると考えている。なお、現行のシェア0.7%超（100万契約相当）の基準については、電気通信事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少ないものを除く趣旨で設けられているが、特段基準を変更すべき事由は生じていないと考える。(第38回会合終了後追加質問に対する回答：KDDI)
- ・ 本条項の立法趣旨（消費者保護観点を含む市場の健全化）を鑑みれば、本来、事業規模によらず対象サービスを提供している事業者全てに適用されることが原則と考える。現行の基準（0.7%）については、事業法改正当時、利用者の数が100万（割合換算で約0.7%）に満たないMVNOに一定の配慮を行ったものだと理解しているが、現行基準を見直すような市場環境の変化は起こっていないと思われるため、見直しの必要性はないと考える。(第38回会合終了後追加質問に対する回答：ソフトバンク)
- ・ 事業法第27条の3の規定は、モバイル市場における事業者間の競

争環境への影響を考慮し、全てのMNO及び移動電気通信役務の利用者の数の割合が0.7%を超えるMVNOに適用されている。MVNOに係る基準が0.7%とされたのは、事業法第27条の3の規律の導入を検討していた当時、利用者の数が100万（市場シェア0.7%）を超える事業者は競争に少なからぬ影響力を持つと考察されたことによるものと認識している。「クープマン目標値」（アメリカの数学者B. O. クープマンが「ランチェスター戦略モデル式」を参考に導出した、市場シェアに関する目標値）によると、シェア3%弱でも「競合他社の競争相手にはならない」とされており、シェア0.7%では市場参入への足がかりすら得られていない状況にあると言える。シェア7%弱で「市場においてようやく存在が許される、最低レベルの位置づけ」とされているところ、競争環境への影響についてはこうした考察を根拠に検討されるべきと考える。現行のモバイル市場においてはシェア0.7%では大きな影響力を持つとは考えにくく、こうしたことから、当社は、事業法第27条の3の適用対象となる基準を、現行の0.7%から7%程度まで引き上げるべきと考えます。その上で、MVNOと同様に、当該基準に満たない新規参入のMNOを同条の規定の適用対象外とするべきと考える。（第38回会合終了後追加質問に対する回答：楽天モバイル）

③ 考え方

MNOとMVNOとの契約者シェアについては、改正法施行の前後で比較すると、施行前はMVNOのシェアが年1.2%の伸びを見せていたが、施行後はほぼ横ばいとなっており、施行前の勢いはなくなっている。また、MNOの新料金プランの導入により、MVNOにおける従前の価格優位性が低下している。これらを踏まえれば、改正法施行時と比較してMVNOのMNOに対する相対的な競争力は低下していると考えられる。

このような状況を踏まえれば、通信市場における現時点での競争状況においては、MVNOの競争への影響は少ないと考えられることから、MVNOにおける指定事業者の範囲を見直すことが適当である。この場合において、2022年7月の楽天モバイルの料金プラン改定が他の事業者の事業戦略に一定の影響を与えたことを踏まえれば、MVNOであっても、その改定当時の楽天モバイルの契約者数（約500万人）程度の契約者を有する場合は、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくないとも考えられることから、MVNOの指定対象範囲を4%（約500万人相当）とすることが適当である。

ただし、MNOの特定関係法人であるMVNOについては、潜脱の防止の必要性

に変化はないことから、引き続き指定対象とすることが適当である。

なお、指定対象事業者の範囲については、MNOとMVNO間の競争環境、MVNO間の競争環境、MNO間の競争環境を適正なものとしていく観点から、引き続き、通信市場の競争状況を注視し、必要に応じて、見直しの検討を進めることが適当である。

5. その他見直しが必要な事項

(1) サービス利用意思を伴わない乗換えの抑止

① 現状

MNO 3社及びその販売代理店においては、MNPによる新規契約者に対し、それ以外の方法による新規契約者に比べて高額な利益の提供を提示する等有利な条件を提示することが行われている。

その結果、専らMNPを行うことを目的としたサービス利用意思を伴わない乗換え行為（以下「踏み台」行為という。）が発生している。

② 意見

○ 事業者等の意見

- ・ 実態として、新規とプラン変更、既存ユーザのお客様両方を対象にした割引施策、いわゆる白ロム単体販売みたいなことが行われた場合はガイドライン規律対象外となる。MVNOの視点で見ると、スイッチングコストが非常に低下しているので、例えば、あるMNOに行って、その端末を安く買いたいというふうに思った場合には、一旦MVNOにMNPで出てきて、これを短期解約して、結局またMNOに戻るとか、こういった手だてができてしまっているという状況、これは結果的に囲い込みになっているのではないかと考える。（第38回会合：IIJ）
- ・ 今、キャリアショップを運営する販売代理店は、出張販売等の業務が増えたことで、スタッフが疲弊しており、離職率も高まっているような状況である。そこで、総務省というよりもキャリアへの検討のお願いになるが、アフターフォロー拠点である店舗の存続に関わる指標の配点については、新規より機種変更を同等以上にさせていただき、既存のユーザを大事にしていくというような思想を持った配点を考えていただきたい。お客様の意思をねじ曲げるMNP誘導を早期に是正して、機種変更のお客様をないがしろにしないような正しい市場を目指していきたいと思う。（第39回会合：全携協）
- ・ 当社では転売ヤーや他社MNPの踏み台等により、サービス利用を全く伴わない短期解約が多発している。当社は、申込み時の各種費用をいただかないこともあり、見過ごせない状況となっている。これは、

ポートイン重視の店舗評価指標が、当社や他事業者を踏み台としたMNP転出を助長していると考えている。ポートイン重視の店舗指標を設定する事業者においては、そういったことが発生しないよう改善を強くこの場も含めてお願いさせていただきたい。(第42回会合：楽天モバイル)

- 当社においてMNPの踏み台となるような短期解約した契約は2022年度ほどではないが、依然、一定水準で推移をしている状況である。これによって事業の妨げとなるような不要な業務コストが発生している状況であるとの認識している。主な要因は、MNOによる端末の過度な安価販売等と認識しており、この課題の解決のため、事業法第27条の3の規律の遵守の徹底及び見直しを実施していただくとともに、総務省と公正取引委員会が引き続き連携しながら、MNPの踏み台の解消に向けた取組をお願いしたいと考えている。(第42回会合：IIJ)
- 短期解約が大幅に増加しているという課題に対する受け止めとしては、転売ヤーが利益を得られる仕組みをそもそもMNOが提供していることが根本の原因であるため、それを生み出すような廉価販売を禁止すべきではないかといったような意見がある。(第42回会合：MVNO委員会)

③ 考え方

「踏み台」行為が行われた事業者にとっては、通常の申込みと「踏み台」行為による申込みを申込み時点で判別することは困難である。こうした状況の中では、「踏み台」行為が行われた事業者としては、「踏み台」行為を排除するためには、何らかの事業者・料金プランの乗換え障壁を設ける方法によらざるを得ない。

しかし、この方法は、乗換え障壁の低減を目指してきたこれまでの考え方に反するものであり、行き過ぎた囲い込みの禁止を継続していく観点から望ましい方向とは言えない。

また、「踏み台」行為が発生する主たる原因がMNPによる新規加入の優遇であることを踏まえれば、基本的には原因者側においてこれを防止するための措置を講ずる必要があるとも考えられる。

以上を踏まえると、他の事業者において事業の妨げとなっている事実が判明したにもかかわらず、他の事業者への「踏み台」行為を防ぐための適切

な措置（例えば、転入元事業者での契約期間が短期である新規加入者には利益の提供を行わないこと）を講ずることなくMNPによる新規加入を優遇することは業務改善命令（事業法第29条第1項第12号）の対象となり得ることをガイドラインにおいて明確化することが適当である。

（2）販売代理店によるSIMのみ新規契約における利益の提供

① 現状

販売代理店において、端末の販売を伴わない新規契約（以下「SIMのみ新規契約」という。）を条件とするキャッシュバックが行われており、これが事業法第27条の3の規制の潜脱になり得る利益の提供となっている旨の指摘が一部の事業者等からあった。

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ ここ最近、キャリアによる利益提供及び代理店による利益提供が増えており、特にSIMのみ新規契約でのキャッシュバックやポイントバックが増加していると聞いている。キャリアによるその利益提供は上限が2万円であるが、そこに代理店が上乘せする部分については規律がないので、3万円以上の利益提供も行われていて、各MNO1名義で5回線まで契約できるため、そこに携帯乞食や業者が目を付けて、MVNO回線等のMNP弾からポートインをして、SIMのみの新規契約キャッシュバックをせしめているということが多発しているようだ。代理店の中には、高いポートイン目標を達成するために、出張販売等で彼らを利用しているというところもあるらしく、新たな不健全な販売が今足元で増加しているようなので、ここら辺も数字をしっかりと見ていきたい。
- ・ 最近周りで、もう1回線SIMを買ったらもう少しお値引きできますよという提案をすごくよく聞くようになった。消費生活相談では、新規契約のトラブルは収まってきたが、その分目立つようになったのが解約忘れに関するトラブルである。解約忘れというのは、消費者の責任と言われがちだが、使わないけれども1か月たったら解約しなさいというような条件で買うSIMカードというのは、解約忘れのトラブルにつながるのではないのかという危惧をしている。また、こういう提案をするとき、必ずショップの方は、ブラックリストに入るかも

しれないと言うといったことも複数聞いており、TCAの不払いリストとは違う何か別のブラックリストがあるかのような発言を結構しているようだ。

- キャリアと代理店合わせて2万円とすることに賛同する。これで、今、転売よりも主流となっている、いわゆるルフィ型の手配師による副業小遣い稼ぎの闇バイトは割に合わなくなるので、相当数撲滅できると思う。一方で、端末単体値引きとSIMのみ新規契約キャッシュバックを組み合わせた潜脱行為を防止する必要があると指摘したい。これが今回の抜け穴になる可能性がある。例えば、数字が欲しい代理店が手配師と組んで、端末単体購入で3万円引く代わりに、後日SIMのみ新規契約あるいはMNP回線契約してキャッシュバックするという合わせ技の手口が考えられるため、キャリアがしっかりと監視する必要があるし、総務省も覆面調査等でチェックしなきゃいけないと思う。今回、このSIMのみ新規契約キャッシュバックの規制は、あくまでも事業法第27条の4の指導等措置義務の中でキャリアが代理店を監督するという形であるが、それでも今、私がお話ししたような行為、事業法第27条の3の潜脱行為が行われるような場合は、3年待たずとも適宜適切に事業法改正を含めた新たな規律の導入を図ることが適切と考える。

イ 事業者等の意見

- 端末購入を伴わないSIMのみ新規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上で問題ないのではないかと考えている。回線契約と端末購入のセットの場合は、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いる。一方で、SIMのみ契約の場合は、事業者からユーザへの利益提供と、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るが、代理店からユーザへの利益提供には規制がないので、ここが抜け道となる懸念がある。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いる。したがって、SIMのみ契約でも端末セットの購入でも同じように、ユーザへの合計の利益提供額が上限2万円というルールがよいのではないか。(第37回会合：ソフトバンク)
- SIMのみ新規契約に関する代理店が行う利益提供への規律の導入について、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と考えている。(第37回会合：NTTドコモ)

- ・ SIMのみ新規契約の課題はまさにそのとおりだと思っているので、やり方として、事業者一律でソフトバンクが提案されたような方法で規律するということはあるかと思う。(第37回会合：KDDI)
- ・ SIMのみ新規契約に関する代理店からの利益提供に関する規律について、当社としても異論はなく、ルールとして定めていただくことは問題ないと考えている。(第37回会合：楽天モバイル)
- ・ SIMのみ新規契約のキャッシュバック問題が、最近特に大きくなってきていると理解している。したがって、代理店にも2万円規制をかけるべきだという意見について、我々はこれに同意したいと考えている。(第39回会合：全携協)

③ 考え方

現行制度上、SIMのみ新規契約に伴うものであっても、事業者が行う利用者への利益の提供額と事業者から販売代理店への奨励金の額の合計が利益の提供額の上限（2万円）を超えるものは、事業法第27条の3の潜脱行為として、業務改善命令（事業法第29条第1項第12号）の対象となり得るとされているが、同号に係る規定は事業者を対象としていることから、販売代理店が独自に利用者への利益の提供を行う場合は販売代理店を当該規定に基づく業務改善命令の対象とできない。

しかし、事業法第27条の3の潜脱行為は、主体によって潜脱の有無が変化するものではないことに鑑みれば、潜脱行為となる行為は等しく規律されるべきである。他方で、当該利益の提供に関する扱いについては、これまでガイドライン上明確になっていなかった。

今般、販売代理店が当該利益の提供を行う場合の扱いを明確にする必要が生じたことを踏まえ、販売代理店による事業法第27条の3の潜脱行為が行われないよう、これを防止するための実効的な措置を事業者が講ずることも事業法第27条の4の販売代理店に対する指導監督義務に含まれることについて、ガイドラインにおいて明確化することが適当である。

この場合において、事業法第27条の3においては、廉価端末の場合にはその端末の価格以上の利益の提供が禁止されていることに鑑みれば、SIMのみ新規契約において、仮に同時に端末を購入することした場合に購入可能な端末（自社が販売する端末のうち最も安価なもの）の売価を超えた利益の提

供をした場合は、同条の潜脱行為となるおそれがあると言える。

この際、事業者ごとに異なる利益の提供額をもって潜脱行為の判断をすることも考えられるものの、効果的に規律を執行する観点からは、その判断基準は一律であることが望ましい。以上を踏まえ、MNO3社が販売する最も安価な端末⁸⁰の売価（NTTドコモ：12,960円、KDDI：20,000円、ソフトバンク：16,364円）のいずれも超える利益の提供（2万円を超える利益の提供）について、潜脱行為となる蓋然性が相対的に高い行為としてガイドライン上明確化することが適当である。

なお、こうした措置にもかかわらず販売代理店による事業法第27条の3の潜脱行為が発生し続ける場合は、事業法の改正を含めた新たな規律の導入を図ることが適当である。

（3）その他規律の運用に係る見直し

① 意見

ア 構成員の意見

- ・ これまでは白ロム割で型落ち端末は値下げできたが、白ロム割を含め端末の割引上限を一定の金額に設定すると、後継機種が発売されて型落ちになった端末がそれ以上値引けなくなる。つまり、型落ち端末の在庫をさばけなくなるという懸念がある。そこで、例えば割引の基点となる対照価格を端末の最終調達価格にするといった見直しですが、併せて検討が必要になるのではないかと。
- ・ 端末購入プログラムについて、白ロム割含めて端末値引き上限が4万円となるならば、端末購入プログラムも2年後の想定買取り価格を超える分については4万円に含まれるようになる。つまり、改正法施行直後、白ロム割がなかった時代に戻って機種別に残価を設定するということになる。ただ、このルールの実運用は、総務省、キャリア双方に一定の稼働コストがかかるということもあるので、例えば残価を一律に設定するといった考え方もあろうかと思う。今後、ガイドライン等の改正に当たり、ぜひ御検討いただきたいと思う。

イ 事業者等の意見

⁸⁰ 各社オンラインショップで販売されている端末。

- ・ 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、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されている。そのため、一般のインターネットにつながるような、例えば車のモジュール、最近のコネクテッドカーのようなものはWi-Fiを通じてテザリングが可能になっているような場合は、通信モジュールに該当しないことになる。そうすると、モバイルルータと同じとように扱われ、規律対象になってしまうのだが、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、やや現実離れしたルール運用になってしまっている。ここは実態を見据えて、ルールの見直しをしていただく必要があるのではないかと考えている。(第37回会合：KDDI)

② 考え方

2. から 4. までの見直しに伴う運用等については、端末購入プログラムに係る手続の簡素化を含めた合理化や調達価格の変更手続の柔軟化等必要に応じて見直しを実施することが適当である。

6. 今後の見直し

改正法の施行状況を踏まえた今般の見直しを行うことで、改正法が目指した市場環境となることを期待するものであるところ、こうした市場環境の実現が達成されるかどうかを含め、今後の市場環境の動向を注視していく必要があるため、本WGにおいてその動向を引き続き検証していくことが適当である。このため、この見直しから少なくとも3年を経過するまでの間に、その施行状況について検討し、必要に応じて、直ちに、更なる見直しの必要性について議論することが適当である。

第4章 モバイル市場等に係る課題

1. 乗換えコストの更なる改善

○ MNPワンストップ化の状況

2006年から開始された携帯電話の番号ポータビリティ(MNP=Mobile Number Portability)については、「スイッチング円滑化タスクフォース」報告書(2021年5月公表)において、「今後2年以内を目途にワンストップ化が実施できるよう、課題の解決に向けて取組むことが適当」とされた。これを踏まえ、MNO4社、MVNO委員会及び総務省において、MNPワンストップ化に向けた具体的な方向性について検討を行い、2023年5月24日にMNO及び一部のMVNOにおいて、MNPワンストップが開始された。これに併せ、総務省において「携帯電話・PHSの番号ポータビリティに関するガイドライン」を改正した。

MNPワンストップの開始により、MNP手続における円滑化の促進が期待される一方、今後対応・検討を進めるべき課題が存在することから、利用者の更なる利便性向上に向け、主に次表の課題について本WGにおいて検討を進めることが適当である。なお、その検討に当たっては、利用者の目線に立ち、分かりやすく、かつ、使いやすい制度となるよう留意する必要がある。

【図表Ⅳ－1 MNPに関して今後対応・検討を進めるべき事項】

課題	今後の対応・検討事項
MNPワンストップの対応事業者が限られている。	MVNOが参入しやすくなる方策について継続的に議論が必要。
MNPワンストップはインターネットを利用することを基本としているが、店頭や電話でのMNP申込が現状でも一定以上の割合を占めている。	店頭や電話等において、①ワンストップ方式での手続を希望する旨の相談を受けた場合の対応や、②手続そのものが円滑に進められるよう移転先における支援について検討が必要。
ガイドラインにおけるMNPの方式は、原則としてワンストップ方式及びツーストップ方式の併用又はワンストップ方式。	将来的なワンストップ一本化も見据えた検討が必要。また、そのために長期的な課題の整理が必要。
MNPが円滑にできないケース(家族割やインターネット回線とのセット割)が存在。	実現の可否を検討するため、MNPが円滑にできない個々のケースについて整理が必要。
夜間時間帯に行われた手続の完了は、即時ではなく翌朝となる。	24時間対応の実現には業務処理手順やシステムの大幅な改修が必要になるため、長期的に状況を注視していく必要。

○ 端末補償サービス

報告書2020では、MNO4社が提供している端末補償サービス⁸¹について、①加入を端末の購入時のみに限定していること、MNO3社が提供している端末補償サービスについて②回線契約者のみを対象としていること、かつ、③回線契約の継続を条件としていることが、乗換えの過度な制約になっている可能性があることを提言した。

加えて、報告書2021では、②と③の条件が実態として解消された場合には、①の条件が残っていたとしても、事業者の乗換え時の制約は解消されると考えられることについて提言した。

これを受け、NTTドコモは2021年9月28日から、KDDIは2022年5月17日から、ソフトバンク（ソフトバンク）は2021年7月14日から、端末補償サービスの提供条件を変更し、②及び③の条件を撤廃している。

また、報告書2022の公表時点においては②及び③の条件が残存していたソフトバンク（Y!mobile）の端末補償サービスについても、2023年2月1日から提供条件を変更し、②及び③の条件を撤廃している。

○ 他サービス（電気、保険、コンテンツ等）のセット販売による割引

MNO4社は、携帯電話サービスと、電気、保険、コンテンツ等様々な他サービスとセットで加入することにより、それぞれ単独で加入した場合と比較して、料金が割引となる特典等を提供している⁸²。

報告書2022では、総務省において、利用者の自由なサービス選択が阻害されないよう、セット販売による割引により行き過ぎた囲い込み効果を有するものがないか、引き続き状況を注視していく必要があると提言した。

MNO4社が実施している他サービスのセット販売による割引について、明らかに行き過ぎた囲い込み効果を有すると考えられるものは確認されなかったものの、今後も総務省においてその状況を注視していくことが適当である。

⁸¹ 各種資料71～75

⁸² 各種資料76～80

2. 短期解約ブラックリスト

① 現状

MNOの販売代理店等において、消費者に対し、「短期（例：3か月以内、6か月以内）解約」を行うと、ブラックリストに入る（その解約した事業者のサービスを再度受けられなくなる）」旨の案内等が行われている、との相談が総務省に寄せられている。

具体的には、「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」等に寄せられた情報⁸³として、上記の案内等に係るものが17件、実際の役務提供拒否に係るものが5件寄せられた。

また、電気通信消費者相談センターに寄せられた苦情相談として、2022年8月から12月までの間に、MNOによる短期解約を理由とする契約拒否に関するものは25件あった。

【図表Ⅳ－2 電気通信消費者相談センターに寄せられた「短期解約」に関する苦情相談】

	8月	9月	10月	11月	12月	計
電話	515	395	325	339	325	1899
WEBフォーム	330	354	354	321	370	1729
計	845	749	679	660	695	3628

短期解約を理由とする契約拒否があることを前提とした案内・運用	短期解約を理由とする契約拒否に関する苦情相談は「25」件	
	苦情の種類	具体的な内容の例
↑ ↓	①短期解約をしたところ、不利益な取扱いがあると知らず、その後の契約拒否されたとの苦情	10 ・カスタマーのオペレーター曰く、「短期のmnpだったため受け入れをNGとしたのではないかと。ブラックリスト入りを解除されるのは何年先かわからない。」と説明をされた。ルールと言うなら告知すべき。 ・A社のサブブランドを新規契約して2週間後にB社に乗り換えた。電波状況が悪く1か月後に、再びA社に乗り換えようとしたところ、短期解約者扱いでブラックリストに載っているといわれ契約できなかった。 ・A社のサブブランドであるBで短期解約者扱いとなり契約できませんでした。しかも、その情報は事業者で共有しているため他のキャリアに行っても契約できない可能性が高いと言われた。
	②短期解約に対する不利益な取扱いがあるといわれ契約の継続が必要となったとの苦情	10 ・A社代理店の担当者に「6か月以内に乗り換えを繰り返すとブラックリストに載る」「最低6か月は契約を続けてください」「ブラックリストは国の審査のような機関が判断する等と噂されている」と言われた。2か月でまた別のキャリアに乗り換えると不利益を被る可能性を示唆されとても不安に思っている。 ・A社は同社が提供するメイン・サブブランド間での乗り換えも他社に移ることと同義＝解約であり、短期で繰り返すとブラックリストに入る聞き驚愕した。同じ事業者なのに短期解約ブラックリストなのは納得できない。契約書面にも最低何ヶ月利用するような文言は一切ない。2年縛りはなくなったのに裏では契約期間をみられているのはなぜか。
	③短期解約に対する不利益な取扱いがあるかどうか明確でないため事業者選択に支障があるとの苦情	5 ・ショップ店員は、短期の乗り換えでも信用情報には支障はないと言っていたが、サポートセンターに相談すると信用情報に記載される可能性があるという回答だった。 ・mnpする際の最低利用期間があるのであれば、提示するようにしてほしい。
	④短期解約に対する不利益な取扱いがないことを前提に他社との契約後のMNPを誘導されたとの苦情	5 ・スタッフから「機種変更なら先にA社に契約したら2,000円安くなる。翌日同社サブブランドBに変更可。」と説明があり、契約。 ・現状ではA社が安いとのことでB社サブブランド担当者により直接A社ブースに案内されA社にキャリア変更をした。

出典：本WG（第43回）（2023年4月25日） 資料

⁸³ 2021年9月10日から2022年12月31日までの間に寄せられた情報

② 意見

ア 構成員の意見

- 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が行われているという話を消費生活相談の現場でも耳にする。いわゆるブラックリストというのは、TCAの不払者情報の交換、もしくは割賦で買ったとき信用情報機関のCICに載るとというのが普通のブラックリストだと思うが、それとは全く違う文脈で使われている。
- 短期解約ブラックリストに関して、公正取引委員会との共同ガイドラインで明確化するほか、例えば、消費者保護ルールに関するガイドラインにおいても明確化することを検討していただければと思う。
- 短期解約のブラックリストが実質的な利用者の囲い込みという効果の観点から、例えばこれが事業法第27条の2第1号の不実告知の問題だけでなく、例えば、事業法第27条の3第2項第2号の契約解除の不当な妨害といった観点も問題になり得るのではないかなと思った。ただ、事業法第27条の3第2項第2号において想定されているのは、違約金や継続利用割引といったものであるため、短期解約ブラックリストという今回新たに出てきた問題については、まずはガイドライン等での対応や事業法第27条の2という観点での対応が現時点では妥当であると考える。

イ 事業者等の意見

- 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、実質的な利用者の囲い込みとなる。(第38回会合：MVNO委員会提出資料)
- サービス利用意思を伴う手続きにおいて、短期解約のみを理由とした役務提供拒否は行っていない。また、販売代理店のスタッフに対し、短期解約をするとブラックリストに入るといった適切な案内を行わないように、周知指導を徹底している。(第42回会合：NTTドコモ)
- 販売代理店に対して、継続利用を求めるような案内を指示しておらず、そのような案内は認めていない。また、第39回会合を踏まえ、改めて販売代理店に対して注意喚起を行った。(第42回会合：KDDI)

- ・ 不適切な案内が行われないように、販売代理店に対して注意喚起を行っている。また、当社では、短期解約のブラックリストの運用は全く行っていない。(第42回会合：ソフトバンク)
- ・ 短期解約があったことのみを理由にお断りはしていない。(第42回会合：楽天モバイル)

③ 考え方

MNO4社は、いずれも認定電気通信事業者であり、事業法第121条第1項の規定により、「正当な理由」がない限り、役務提供を拒否することができないこととなっている。

これについては、次の点により、利用者が「短期解約を行ったことがある」という事実のみでは役務提供を拒否できる「正当な理由」には該当しないと解することが総務省より示された。

- ・ 改正法の施行以後、スイッチングコストが低減し、事業者変更が容易になっている中で、サービスの利用意思がある者が「短期解約」を行うことは十分に考えられるため、単に「短期解約を行ったことがある」という事実のみではサービスの利用意思がないとは言い切れない。
- ・ MNO4社は、仮に利用者による「短期解約」が行われた場合でも、その契約期間に応じた対価を得ることが可能であることから、「短期解約」自体が事業者の利益を不当に害するとは言い切れない。

このため、MNO4社において、「短期解約を行ったことがある」ことのみを理由として役務提供拒否をすることは事業法第121条第1項に違反し、業務改善命令の対象となり得るほか、MNO4社の販売代理店において、「短期解約を行うと、ブラックリストに入る」等の案内等を行うことは、内容によって事業法第27条の2第1号で禁止されている不実告知にも該当する場合があります。この場合も業務改善命令の対象となり得る。したがって、MNO4社において、販売代理店がその不実告知を行わないよう、適切に指導監督を行う必要がある。

以上を踏まえ、総務省において、こうした運用についてガイドラインにおいて明確化することが適当である。また、MNO4社の運用方針及びそれを踏まえた販売代理店に対する指導監督の内容について、引き続き本WGにおいて確認する必要がある。

なお、この考え方は、役務提供拒否（それに関する不実告知を含む。）以

外の手法（利益の提供を1人1回に限ること等）によりいわゆる「転売ヤー」対策やサービス利用意思を伴わない乗換え対策を行うことを妨げるものではない。

3. 固定通信市場に係る課題

(1) 引込線転用による工事の削減

① 検討課題等

東日本電信電話株式会社及び西日本電信電話株式会社（以下「NTT東日本・西日本」という。）の加入光ファイバ⁸⁴設備を利用してFTTHアクセスサービスを提供する接続事業者・光コラボ事業者⁸⁵間で、利用者が事業者変更を行う際、同じNTT東日本・西日本の設備を利用しているにもかかわらず、利用者の住宅等への引込線の撤去工事が必要となっている。これを不要とすることを目的として、2020年3月以降、NTT東日本・西日本、接続事業者（KDDI、ソニーネットワークコミュニケーションズ（2021年7月から参加）、光コラボ事業者（NTTドコモ、ソフトバンク）間で協議⁸⁶が進められてきた。

本WGとしては、固定通信分野におけるスイッチングコストの低減の観点から、報告書2020において「早期に実現されるよう協議の状況を注視していくことが必要」と指摘して以降、当該事業者間協議の状況を注視してきており、報告書2022において引込線転用スキームの対象とするスコープについて整理⁸⁷する等の対応を行ってきたところである。

本WGの整理等を踏まえ事業者間協議が進められたところ、引込線転用スキームに係る実現方式等について事業者間の合意が得られた旨、本WG第45回（2023年5月）において報告があった。その際、全ての接続事業者・

⁸⁴ NTT東日本・西日本の局舎（通信用建物）から利用者の住宅等までの間の光ファイバ。NTT東日本・西日本以外の事業者は、第一種指定電気通信設備（事業法第33条）として「接続」により利用できる（接続事業者）ほか、NTT東日本・西日本の光サービス卸の一部として提供を受けることもできる（光コラボ事業者）。なお、本報告書においては、報告書2022における整理を踏まえ、主に戸建住宅向けに提供される加入光ファイバの形態である「シェアードアクセス方式」を利用する接続事業者を検討の対象とする。

⁸⁵ NTT東日本・西日本が提供するFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務（光サービス卸）の提供を受ける事業者

⁸⁶ 第20回WG（2021年6月）において、検討を加速するため総務省も協議に介入すべきとの指摘があったことを踏まえ、同月から総務省が事業者間協議にオブザーバーとして参加。

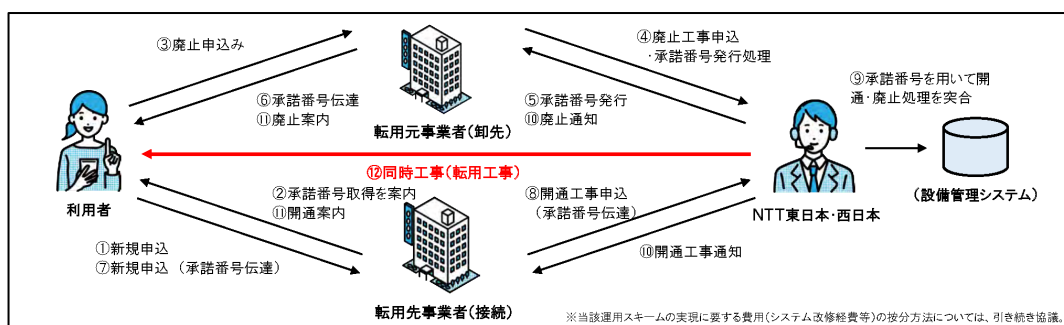
⁸⁷ 「引込線転用のスコープを NTT 東日本・西日本以外の自己設置事業者（戸建住宅）や集合住宅まで広げることについては、スイッチングコストの低下といったメリットよりも、利用者利便の低下や設備競争の阻害等のデメリットの方が大きいと考えられる。したがって、現在事業者間協議において検討が進められている引込線転用スキームについては、NTT東日本・西日本の設置する設備かつ戸建住宅のみをスコープとすることが適当」

光コラボ事業者が本スキームに参加しない場合、

- ・ 関係事業者におけるシステム改修費等、本スキームの運用に要するコストを勘案すると、本スキームの利用件数が低調となれば、コストメリットが得にくくなる⁸⁸
- ・ 本スキームの利用可否が事業者により異なることとなり、利用者への分かりやすい説明が困難となる

といった課題が事業者間協議において提起された旨についても併せて報告があったことから、引込線転用スキームの運用開始に向けて、事業者間協議に参加していなかった接続事業者・光コラボ事業者の参加の在り方等について議論した。

【図表Ⅳ－３ 事業者間協議において合意した実現方式】



出典：本WG第45回（2023年5月30日）資料

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ 非常に長期の交渉については、関係事業者・総務省の尽力に感謝。この取組については、利用者の利便性向上等の利用者利益が重要であるという観点から、ぜひ積極的に、卸先事業者に対して本スキームへの参加を促していただきたい。その際、卸先事業者における諸事情の加味についてもよろしくお願ひしたい。
- ・ 一歩進んだのは良かったが、全ての卸先事業者に参加していただ

⁸⁸ 運用に要するコストについては事業者間で按分して負担することとなるが、当該コストを事業者ごとに利用件数で除することを考えると、引込線転用スキームの利用件数が低調となった場合、引込線の新設工事費を上回ることも想定され得る。

くことが大切。NTT東日本・西日本としては光コラボ事業者に義務化はできないということだったが、卸元事業者の責任として、光コラボ事業者を助けていきながら、課題を解決できるよう努力をしていただきたい。

- ・（コンセント渡しとキャビネット渡しの扱いについて）事業者間で合意が得られればどのような扱いとしても結構だが、コンセント渡しは撤去の際に宅内工事が必要になるなど、撤去コストも非常に高くつく設置形態であり、残置回線が多数残ってしまっていることの理由の一つでもある可能性がある。ケーブルテレビ事業者では壁面端子が責任分界点となっていることもあると聞いているが、転用時に限らず、様々な場面でのコストを総合的に勘案して標準化をお考えいただきたい。
- ・ キャビネット渡し、コンセント渡しについては、標準化していくことが利用者にとっても最終的には利益になると思うので、努力をしていただきたい。
- ・ 屋内配線設備が自社設備となる場合の取扱いについては、少し早いうちに一定の整理をして解決策を提示することも必要。総務省においては、そのような検討が然るべき場でなされるようお願いしたい。

③ 考え方

光コラボ事業者の参加に向けては、利用者利便の観点から、全ての光コラボ事業者が参加すべきであることを念頭に、速やかな対応を進めていく必要がある。

具体的には、事業規模・事業形態が区々であることを踏まえれば、光コラボ事業者の団体⁸⁹において、様々な光コラボ事業者が本スキームに参加するに当たっての課題等を整理しつつ、NTT東日本・西日本と当該団体で連携して課題の解決及び軽減を図っていくことが適当である。また、事業規模・事業形態の観点でコスト面の障壁が低いと思われる事業者（大・中規模のISP事業者、携帯電話事業者等）については、利用者利便の確保等から、速やかに本スキームに参加することが適当である。

⁸⁹ 一般社団法人テレコムサービス協会FVNO委員会を想定する。

NTT 東日本・西日本においては、必要に応じて総務省の協力も得つつ、光コラボ事業者との本スキーム導入に係る協議（光コラボの契約に係る協議を含む。）を進める等、光コラボ事業者の速やかな参画を図っていく必要があるが、その際、本スキームが光コラボ事業者において十分に活用されるよう、インセンティブ設計等の観点も含め、十分に活用されるよう配慮することが適当である。

接続事業者の参加に向けては、一部の接続事業者において、NTT 東日本・西日本等が原則として採用している「コンセント渡し」だけではなく「キャビネット渡し」⁹⁰の形態の引込線を利用しているところ、キャビネット渡しの引込線を本スキームの対象とするためには、コンセント渡しとは異なり、屋内配線設備が接続事業者の設置する設備であることを踏まえた整理が必要となる⁹¹。この点、今後新設する引込線については設備形態を統一する、接続事業者の設置する設備の転用に係る課題についても整理を図る等、設備競争が利用者の利益を阻害する結果とならないよう、関係事業者において検討していくことが適当である。

以上の取組、検討等の状況については、総務省において、本スキーム実現以降の活用状況も含めて注視していき、必要に応じて制度的措置を検討することが適当である。

なお、当初の想定よりは時間を要した⁹²ものの、事業者間協議により本スキームが実現し、スイッチングコストの低減が図られることは望ましいことであり、本WGとしても歓迎するものである。その上で、今後、関係事業者間で本スキームに係るシステムの仕様調整、改修等を速やかに進めていくとのことであるが、速やかな運用開始と円滑な運用に向けて、関係事業者の更なる努力に期待したい。

⁹⁰ NTT東日本・西日本が屋内配線設備まで引通で設置する「コンセント渡し」に対し、NTT東日本・西日本において住宅壁面等のキャビネットまで引込線を設置した上で、接続事業者において屋内配線設備を設置する形態を「キャビネット渡し」と呼称する。NTT東日本・西日本の現行の接続約款にはいずれの形態のメニューも規定されているため、接続事業者及びNTT東日本・西日本（利用部門）は、自ら引込線の設置形態を選択することができる。

⁹¹ したがって、現時点においてはキャビネット渡しとコンセント渡しの間の転用は本スキームの対象となっていない。

⁹² 本件に関し最初のヒアリングを行った第4回WGにおいては、KDDIより「2021年度早期の導入を目指し協議中」との説明があった。また、NTT東日本・西日本における想定として、2025年2月頃の運用開始を目途としている旨の報告があった。

(2) 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

① 検討課題等

固定通信市場の契約数の約8割を占める⁹³FTTH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引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があり、特にMNO3社が行うキャッシュバックやセット割引については、他の事業者から、財務余力の観点等でMNOと同水準のキャッシュバックやセット割引を提供することは困難である等の指摘がなされている。

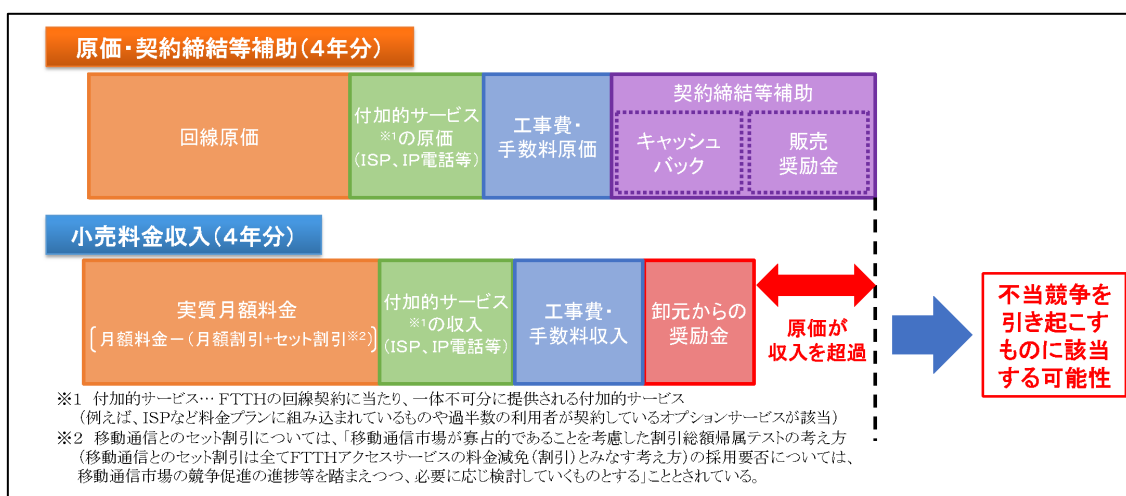
こうした状況を踏まえ、本WGとしては、MNOの提供するキャッシュバックやセット割引が固定通信市場の競争環境を不当に歪めることにならないかという観点で、それらの影響について検証を行っている。前回の検証（第30回（2022年5月））では、NTTドコモ及びソフトバンクにおいて原価等が収入を上回る結果となったものの、直ちに不当競争を引き起こす状況にあるとまでは認められないとした上で、セット割引の扱い等を中心に検証条件を精緻化して継続的に検証を行うことが適当であると提言した。

今般、総務省において両社に行った報告徴収⁹⁴の結果等を踏まえて検証条件について整理した上で、両社のキャッシュバックやセット割引の検証を改めて行った。また、検証の結果を踏まえ、キャッシュバックやセット割引に対する今後の対応の在り方について議論を行った。

⁹³ 報告規則に基づく報告による。

⁹⁴ 2023年3月23日に発出し、2021年度末時点の状況について両社に報告を求めたもの。

【図表Ⅳ－４ 検証方法】



出典：本WG（第45回）（2023年5月30日）資料

② 意見

ア 構成員の意見

- ・ 報告徴収の結果、検証方法の精緻化が図られることは望ましい。また、各社の会計方法はそれぞれ相違しているものの、(処理の結果として得られている) 按分比の1：2～3という数字については、実感に合っているのではないか。
- ・ (報告徴収の) 結果を見ると、セット割引の値引き額の多くがモバイルサービスに按分されているということが言える。FTTHアクセスサービスそのものの競争もさることながら、モバイル契約に与える影響についても将来的に見極める必要があるのではないか。(今般、) 会計上の取扱いが明確になったことを受けて、引き続き確認していくことが必要ではないか。
- ・ セット割引については、固定・モバイル双方でメリットがあるため、その費用を按分するという基本的な考え方は理解できる。少し心配なのは、メリットを超えたお金が動いていないかということについて、他のユーザからの補填の可能性もあるので、金額の全体像を含めて、どこからどのようにお金が回っているか気になっている。
- ・ 各社の按分方法に関する詳細が構成員限りとなっていると、公開の場で議論できないので、少し困ったものである。また、(今回の検

証の対象となっていない) KDDIにおける按分方法についても確認したい。

- ・ 気をつけておかなければならないのは、固定とモバイル両方の検証の関係性であり、今後更に重要になってくるので、検証の適正かつ透明性のある運用が必要。今回、事業者から報告のあったデータに基づいて会計上のお金の流れが分かったということだが、MVNOのモバイル市場における競争単位の位置付けも非常に重要であるので、固定・モバイル双方の検証の適正な運用を今後も期待する。

③ 考え方

今般の検証においては、まず、セット割引に要する費用の扱いに関するNTT ドコモ及びソフトバンクの会計処理上の考え方について報告を求めたところ、両社からの報告によれば、企業会計基準（第29号「収益認識に関する会計基準」⁹⁵⁾に従って、FTTHアクセスサービスとモバイルサービスの独立販売価格を基にFTTHアクセスサービスとモバイルサービスそれぞれの会計に按分しているとのことであった（按分比は概ねFTTHアクセスサービスとモバイルサービスで1：2～3）。その詳細も含めて確認したところ、独立販売価格の捉え方に両社の差異があるものの、会計処理上の考え方は共通していると言えることから、今般の検証においては、セット割引による料金減免額を、両社の会計処理の結果得られているFTTHアクセスサービスへの按分比率でそれぞれ乗じることにより、検証を行うこととした。

その他の検証条件の精緻化⁹⁶⁾も行った上で検証したところ、NTT ドコモ・

⁹⁵⁾ 公益財団法人財務会計基準機構の企業会計基準委員会が平成30年3月30日に公表した企業会計基準第70項において、「契約における約束した財又はサービスの独立販売価格の合計額が当該契約の取引価格を超える場合には、契約における財又はサービスの東について顧客に値引きを行っているものとして、当該値引きについて、契約におけるすべての履行義務に対して比例的に配分する。」とされている。また、「独立販売価格」とは、同企業会計基準第9項において「財又はサービスを独立して企業が顧客に販売する場合の価格」とされている。

⁹⁶⁾ 光コラボにおいては、利用者の住宅等に既に敷設されたNTT東日本・西日本の屋内配線設備の利用可否等に応じて、利用開始時の工事について「有派遣工事」「有派遣工事（工事一部実施なし）」「無派遣工事」の3種類の形態が存在する（そのほか、光コラボにおける転用・事業者変更により、工事自体が不要となる場合もある。）。これまでの検証においては、最も費用及び収入が高額な「有派遣工事」のみが生じると仮定して検証を行っていたが、今回の検証においては、各形態の工事の費用及び収入を、各形態の工事の発生割合で加重平均することにより、検証条件の精緻化を図った。

ソフトバンク両社において、原価等が収入を下回った。

したがって、両社のキャッシュバックやセット割引について、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は認められない。一方で、

- ・ 依然として、両社が提供する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、「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」が多数を占めていること
- ・ サービス卸ガイドライン⁹⁷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事業法上問題となり得る行為と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、MNO 4社の固定・モバイル双方の市場におけるシェアの推移等の今後の市場環境の変化や提供するセット割引やキャッシュバックの実態等に鑑み、必要と認められる場合には再度検証を実施することが適当である。また、再度の検証において、これまで実施された検証の過程で整理された内容を反映して検証を行うため、「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」を改定することが適当である。

さらに、通信市場の動向としては、MNO 4社がオンライン専用プランやその他廉価プラン等を含めた従来よりも低廉な料金プランを提供することにより、MNOとMVNOの料金プランの料金差が縮まっており、MVNOにとって価格優位性が低下している状況にあるところ、MNOとMVNO間のイコールフットディングを確保する観点から、MNO 4社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について実態を把握すべき状況にある。

この点、MVNO等からもFTTHアクセスサービスとのセット割引がモバイル市場に与える影響等が指摘されている⁹⁸ところであり、現在、セット割引を考慮しない扱いとしているモバイルスタックテスト⁹⁹において、本WGにおけるセット割引に関する検討結果を踏まえて、速やかにセット割引を考慮した検証を行うことが適当である。

⁹⁷ 「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）

⁹⁸ 脚注96の指針策定時の意見募集等

⁹⁹ 「移動通信分野における接続料等と利用者料金との関係の検証に関する指針」（令和4年11月策定）に基づく検証

また、セット割引において見られるように、モバイル市場と固定通信市場が相互に及ぼす影響は競争上重要であることから、スタックテスト、不当競争の検証等も含め、モバイル市場と固定通信市場が相互に与える影響について総務省において引き続き注視していくことが適当である。

第5章 おわりに

今般取りまとめた本報告書においては、「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」を柱とする改正法の施行から3年が経過したことを受け、主として改正法により導入された規律の効果やモバイル市場への影響について分析・検証を行うとともに、見直しの要否について検討を行った。

電気通信分野は、技術革新のスピードが非常に速くイノベーションが生じやすい分野である。このため、競争が適切に機能すれば、料金・サービス面でのイノベーションが大いに促進され、より低廉でより便利なサービスが次々に生み出されることが期待できる。しかし、我が国のモバイル市場においては、MNO3社が約9割のシェアを占める寡占的状况を背景として、これまで過度の端末値引き等で誘引した利用者を高額な違約金等により囲い込むことで利益を上げるというビジネスモデルが主流であった。こうした競争においては、消費者に選択される基準は主に利益の提供額の多寡となり、料金やサービスの魅力は二の次となってしまう。結果として、事業者においては革新的なサービスを提供するインセンティブが低下し、競争が適切に機能していれば享受できたであろう低廉で優れたサービスを国民が享受できない、といった状況に陥ってしまうおそれがある。

2019年に行われた事業法の改正は、我が国のモバイル市場をこうした契約時の利益提供額による競争から脱却させ、通信サービスと端末それぞれの魅力による競争を適切に機能させることを目指すものであった。

改正法の柱の一つである「行き過ぎた囲い込みの禁止」については、改正法の施行及びそれ以降の総務省、関係事業者等の取組により、利用者が自身のニーズに合った事業者・プランをいつでも自由に選択できる環境が基本的に実現した。その結果、2021年から提供が始まった新料金プランへの乗換えも進むなど、政策目的は概ね達成されたと評価できる。

他方で、改正法のもう一つの柱である「通信料金と端末代金の完全分離」については、特にMNO3社及びその販売代理店は、未だに過度の端末値引き等による誘引に頼った競争慣行から脱却できていないという状況にある。この競争慣行が、販売代理店に対する評価制度と相まって、端末の極端な値引き販売を生じさせている結果、料金・サービス本位の競争が阻害されているだけでなく、法令違反行為や電気通信の健全な発達に寄与しない行為が継続して行われる等の弊害も生じていることを踏まえると、この政策目的については、達成できているとは言い難い。

こうした状況に鑑みれば、通信市場において料金の低廉化やサービスの多様化が進展し、また、端末市場においても消費者の選択肢が拡大したものの、改正法の目指した競争環境の実現に向けてはなお道半ばと言えよう。

本WGは、この認識の下、望ましいモバイル市場を実現するためには「通信料金と端末代金の完全分離」「行き過ぎた囲い込みの禁止」を引き続き維持すべきとの結論に至った。その上で、根拠となるデータの現行化や規制の潜脱防止、規制コストの低減といった、これまでの制度運用を踏まえた見直しの方向性について示したところである。また、料金・サービス面での競争が真に活発化するためには、MNO3社以外の事業者も競争の受け皿として十分に機能することが不可欠であることから、これに資する競争環境の改善についても指摘した。これらの見直しにより、制度が適切な形で機能し、改正法が目指した料金・サービス本位の競争が十分に進展することを期待したい。

ここで、競争を十分に機能させるためには、単に競争環境を制度的に整備するだけでは不十分であることについても留意が必要である。すなわち、競争を十分に機能させる上では、利用者自身も競争の当事者として事業者の料金・サービスを適切に評価・選択することが重要となる。このため、総務省においては、制度の見直しに加え、「携帯電話ポータルサイト」での情報発信をはじめとする利用者に対する情報発信を継続して行うこと等を通じて利用者理解の向上に努めることが求められる。

なお、改正法施行時には、過度の端末値引き等の誘引に頼った競争慣行が根絶された後に、値引き上限規制を撤廃することとしていた。値引き上限規制は、競争を制限する効果も有することを踏まえると、これが長期にわたって維持されることは競争上必ずしも適切とは言えない。我が国のモバイル市場において競争の効用が最大限発揮されるよう、早期に料金・サービス本位の競争が拡大・定着し、値引き上限規制を撤廃できる競争環境に移行することが望まれる。

最後に、総務省、関係事業者等には、本報告書に盛り込まれた事項について、必要な取組を早急に実施することを期待する。また、本WGは、今後、本報告書を受けて講じられる取組や当該取組がモバイル市場に与える影響を検証し、必要に応じて更なる対応について提言していくこととする。

各種資料

1. 「競争ルールの検証に関するWG」概要

- ・ 開催要綱
- ・ 開催状況

2. 各種資料

電気通信市場検証会議

「競争ルールの検証に関するWG」開催要綱

1 目的

本会合は、「電気通信市場検証会議」の下に開催されるワーキンググループとして、電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第5号。以下「改正法」という。）が令和元年10月に施行され、移動系通信市場の競争を促進するため、通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束等の行き過ぎた困り込みの是正のための制度等が整備されたことを踏まえ、講じた措置の効果、移動系通信市場への影響、固定系通信も含めた競争環境等について、評価・検証を行うことを目的とする。

2 名称

本会合は、「競争ルールの検証に関するWG」と称する。

3 主な検討事項

- (1) 改正法により講じた措置の効果や移動系通信市場への影響について
- (2) 利用者料金その他の提供条件、事業者間の競争環境等について
- (3) その他

4 構成及び運営

- (1) 本会合の構成員及びオブザーバーは、別紙のとおりとする。
- (2) 本会合には、主査及び主査代理を置く。
- (3) 主査は、本会合を招集し、主宰する。主査代理は、主査を補佐し、主査不在のときには主査に代わって本会合を招集し、主宰する。
- (4) 主査は、必要に応じて、構成員及びオブザーバー以外の関係者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
- (5) その他、本会合の運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事・資料等の扱い

- (1) 本会合は、原則として公開とする。ただし、主査が必要と認める場合については、非公開とする。
- (2) 本会合で使用した資料及び議事概要は、原則として、総務省のウェブサイトに掲載し、公開する。ただし、公開することにより、当事者若しくは第三者の利益を害するおそれがある場合又は主査が必要と認める場合については、非公開とする。

6 庶務

本会合の庶務は、総務省総合通信基盤局電気通信事業部料金サービス課において行う。

電気通信市場検証会議
「競争ルールの検証に関するWG」
構成員等

(五十音順、敬称略)

【構成員】

相田 仁	東京大学 名誉教授
大谷 和子	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長
大橋 弘	東京大学 公共政策大学院 教授
北 俊一	株式会社野村総合研究所 パートナー
佐藤 治正	甲南大学 名誉教授
関口 博正	神奈川大学 経営学部 教授
長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
新美 育文	明治大学 名誉教授
西村 暢史	中央大学 法学部 教授
西村 真由美	全国消費生活相談員協会 IT研究会 代表

【オブザーバー】

公正取引委員会

消費者庁

「競争ルールの検証に関するWG」開催状況

日程	開催内容
第1回会合 2020年4月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・競争ルールの検証に関するWGについて
第2回会合 2020年5月26日	<ul style="list-style-type: none"> ・モバイル市場の競争環境の検証について ・固定市場の競争環境の検証について)
第3回会合 2020年6月11日	<ul style="list-style-type: none"> ・改正電気通信事業法の適切な執行について ・新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組 ・モバイル市場の競争環境の検証について ・携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査について ・MM総研からの発表
第4回会合※ 2020年6月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等ヒアリング (NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、UQコミュニケーションズ、MVNO委員会、IIJ、オプテージ、NTT東日本・西日本、ソニーネットワークコミュニケーションズ) ・モバイル市場の最近の動向
第5回会合※ 2020年6月30日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等ヒアリング (全携協、電気通信サービス向上推進協議会/(一社)電気通信事業者協会、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ)
第6回会合 2020年7月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・電気通信サービスに係る内外価格差調査の結果について ・モバイルにおける音声卸料金の見直しについて ・固定通信分野におけるキャッシュバックやセット割引に関する検証状況について ・検討の方向性(案)について(MNPに関する事項、その他のモバイルに関する事項)
第7回会合 2020年7月31日	<ul style="list-style-type: none"> ・ICT総研からの発表 ・モバイル市場の競争環境に関する検証について ・検討の方向性(案)について(固定通信に関する事項)
第8回会合 2020年8月27日	<ul style="list-style-type: none"> ・モバイル市場に係る課題(MNPに関する事項)について ・報告書骨子(案)について
第9回会合 2020年9月7日	<ul style="list-style-type: none"> ・競争ルールの検証に関する報告書2020(案)について
第10回会合 2020年10月23日	<ul style="list-style-type: none"> ・MNPに関する過度な引き止めに関する運用について ・競争ルールの検証に関する報告書2020(案)の意見募集の結果について

第11回会合 2020年11月12日	<ul style="list-style-type: none"> ・モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プランについて ・タスクフォースの設置について ・MNP ガイドラインの改正について ・モバイル市場の最近の動向について ・「頭金」に関する注意喚起について
第12回会合 2020年12月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・「スイッチング円滑化タスクフォース」における検討の進捗について ・モバイル市場の最近の動向について
第13回会合 2021年2月1日	<ul style="list-style-type: none"> ・モバイル市場の最近の動向について ・「接続料の算定等に関する研究会」における携帯電話料金と接続料等の関係についての検討 ・MNO の新料金プラン等（仮称）に関するデータ分析について ・「スイッチング円滑化タスクフォース」における検討の進捗について
第14回会合 2021年3月8日	<ul style="list-style-type: none"> ・固定通信分野における工事費の分割支払い・無料解約期間の見直しについて ・データ接続料の低廉化について ・スイッチング円滑化タスクフォースにおける検討の進捗について ・今回の検証方針（案）について ・オンライン解約手続について
第15回会合 2021年3月29日	<ul style="list-style-type: none"> ・モバイル市場の最近の動向について ・携帯電話の音声通話料金（特に従量制料金）について ・電気通信事業法 27 条の 3 適合契約への移行促進について ・電気通信事業法第 27 条の 3 の規律に係る覆面調査の結果について ・DX 時代における代理店の在り方（代理店に期待される役割）について ・事業者等ヒアリングの進め方について
第16回会合 2021年4月16日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者ヒアリング（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル） ・スイッチング円滑化タスクフォース報告書（案）について
第17回会合※ 2021年4月26日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等ヒアリング（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、MVNO 委員会、関東弁護士会連合会、全携協） ・電気通信事業法第 27 条の 3 の規律に係る覆面調査の結果について ・モバイル市場における販売代理店に関する調査結果等について
第18回会合 2021年5月17日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等ヒアリング（MVNO 委員会、IIJ、オプテージ、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ）

	<ul style="list-style-type: none"> ・ 端末売上台数及び端末売上高の推移
<p>第19回会合 2021年5月31日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和2年度調査結果） ・ 携帯電話サービスの品質に関する国際比較についての調査結果（MM 総研からの発表） ・ 携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査の結果について ・ 検討の方向性（案）について（音声通話料金（特に従量制料金）に関する事項、代理店の在り方に関する事項）
<p>第20回会合 2021年6月9日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 検討の方向性（案）について（事業法第27条の3適合契約への移行に関する事項、事業法第27条の3の執行に関する事項、端末市場の動向に関する事項） ・ 固定通信分野における事業者間連携による工事の削減に係る状況報告
<p>第21回会合 2021年6月23日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 検討の方向性（案）について（スイッチングコストに関する事項、通信市場の動向に関する事項） ・ 携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和3年度調査） ・ 競争ルールの検証に関する報告書2021の骨子について
<p>第22回会合 2021年7月9日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 携帯電話料金の低廉化に向けた二大臣会合について ・ 競争ルールの検証に関する報告書 2021（案）について
<p>第23回会合 2021年9月15日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争ルールの検証に関する報告書 2021（案）の意見募集の結果について
<p>第24回会合 2021年11月9日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最近の通信市場の動向について ・ 既往契約の解消方針について ・ 電気通信事業法第27条の3の規律の趣旨の徹底に向けた取組について ・ MNO3社からの点検結果及び改善内容の報告について
<p>第25回会合 2022年1月18日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 最近のモバイル市場の動向について ・ 既往契約の早期解消に向けた制度整備の状況について ・ 卸協議の適正性の確保に係る制度整備に向けた検討について ・ MNO3社による「キャリアメール持ち運び」サービスの開始について
<p>第26回会合 2022年3月14日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 電気通信事業法改正法案について ・ 今回の検証方針（案）について ・ 総務省情報提供窓口に寄せられている電気通信事業法第27条の3関係の通報の状況について ・ 携帯電話端末が対応する周波数の現状について

<p>第27回会合 2022年4月1日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・電気通信事業法第27条の3の規律の概要と遵守状況に係る覆面調査の結果（速報）について ・主要諸外国における携帯電話端末の周波数対応の現状について ・MNPワンストップ化の検討状況について ・引込線転用による工事削減の進め方について ・事業者等ヒアリングの進め方について
<p>第28回会合 2022年4月11日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者ヒアリング（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル）
<p>第29回会合※ 2022年4月25日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・対応周波数の違いによる端末価格の比較 ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MVNO委員会、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、全携協） ・覆面調査・販売代理店調査結果等の報告
<p>第30回会合 2022年5月11日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新料金プランへの移行状況について ・固定通信分野におけるキャッシュバックやセット割引に関する検証状況について ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MVNO委員会、IIJ、オプテージ、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ）
<p>第31回会合 2022年5月24日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和3年度調査結果） ・携帯端末の対応周波数等について ・引込線転用による工事削減の進め方について（事業者等ヒアリング） ・固定通信市場における不当競争の検証について（同上）
<p>第32回会合 2022年6月7日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・検討の方向性（案）について（既往契約に関する事項、通信市場の動向に関する事項、「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係に関する事項、いわゆる「転売ヤー」対策に関する事項）
<p>第33回会合 2022年6月22日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・検討の方向性（案）について（事業法第27条の3（通信・端末分離）に関する事項、端末市場の動向に関する事項、引込線転用による工事削減の進め方に関する事項、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に関する事項）

	<ul style="list-style-type: none"> ・競争ルールの検証に関する報告書2022（仮称）骨子（案）について
第34回会合 2022年7月19日	<ul style="list-style-type: none"> ・競争ルールの検証に関する報告書2022（案）について
第35回会合 2022年9月21日	<ul style="list-style-type: none"> ・競争ルールの検証に関する報告書2022（案）の意見募集の結果について
第36回会合 2022年10月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・電気通信事業法第27条の3の施行状況の検討
第37回会合 2022年11月29日	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル）
第38回会合 2023年1月30日	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（IIJ、オプテージ、MVNO委員会、RMJ）
第39回会合※ 2023年2月28日	<ul style="list-style-type: none"> ・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（端末メーカ（CIAJ、Apple、クアルコム）、全携協） ・「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」等に寄せられた情報及び短期解約に関する役務提供義務の考え方について ・携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査について（公正取引委員会）
第40回会合※ 2023年3月17日	<ul style="list-style-type: none"> ・代理店ヒアリング
第41回会合※ 2023年3月28日	<ul style="list-style-type: none"> ・代理店ヒアリング
第42回会合 2023年4月12日	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MNO・MVNO）
第43回会合 2023年4月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・検討の方向性（案）について（短期解約ブラックリスト） ・通信市場の動向について ・端末市場の動向について
第44回会合※ 2023年5月17日	<ul style="list-style-type: none"> ・固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証 ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・覆面調査結果の報告 ・事業者等ヒアリング（事業法第27条の3の執行の状況、販売代理店の状況）

<p>第45回会合 2023年5月30日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ MNPワンストップに係る報告 ・ 電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和4年度調査結果） ・ 引込線転用による工事削減に係る状況について ・ 固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証結果について ・ 検討の方向性（案）について（既往契約に関する事項、覆面調査の結果に関する事項、電気通信事業法第27条の3に関する見直し）
<p>第46回会合 2023年6月20日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争ルールの検証に関する報告書2023（案）について
<p>第47回会合 2023年9月8日</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 競争ルールの検証に関する報告書2023（案）の意見募集の結果について

※ 第4回会合及び第5回会合は、ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWGとの合同開催。第17回会合、第29回会合、第39回会合から第41回会合まで及び第44回会合は、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同開催。

I モバイル市場の競争環境に関する検証

I - 1 事業法第27条の3の執行の状況 (1) モバイル通信市場の動向

○ モバイル市場においてみられた

① 人気端末の購入に対する過度な利益提供による利用者の誘引

② 行き過ぎた囲い込み契約

の是正を目的として、2019年に電気通信事業法の一部を改正する法律案を提出し、全会一致で可決・成立。

[以前のモバイル市場]

① 人気端末の購入に対する過度な利益提供
(例: 高額なキャッシュバック)



途中でやめたら
違約金9,500円

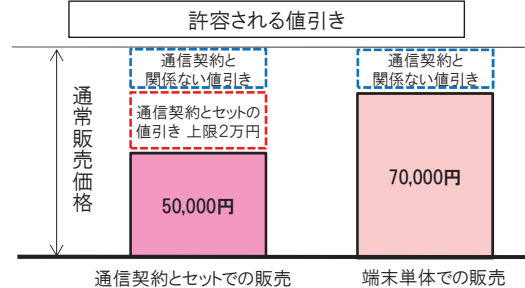
② 行き過ぎた囲い込み契約
(例: 「4年縛り」、
違約金9,500円)



電気通信事業法の改正

① 通信料金と端末代金の完全分離

- 通信契約とセットでの端末代金値引き等の上限(税抜2万円)を設定 → 端末単体販売時の代金との値差は税抜2万円が上限。



- 端末の購入を条件とする通信料金の割引を禁止

② 行き過ぎた囲い込みの禁止

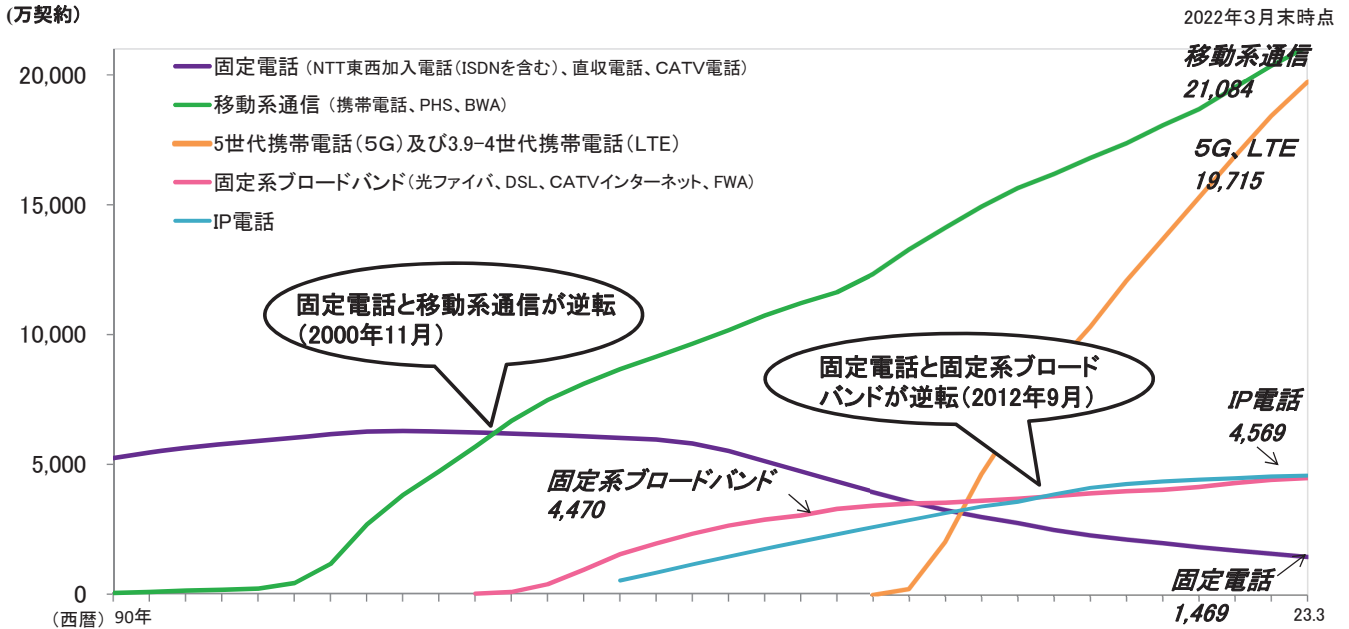
- 契約の解除を不当に妨げる提供条件のある契約を結ぶことを禁止 (期間拘束2年まで、違約金の上限1,000円等)

I-3 モバイル市場の現況と分析 (1) モバイル通信市場の動向

電気通信サービスの契約数の推移

4

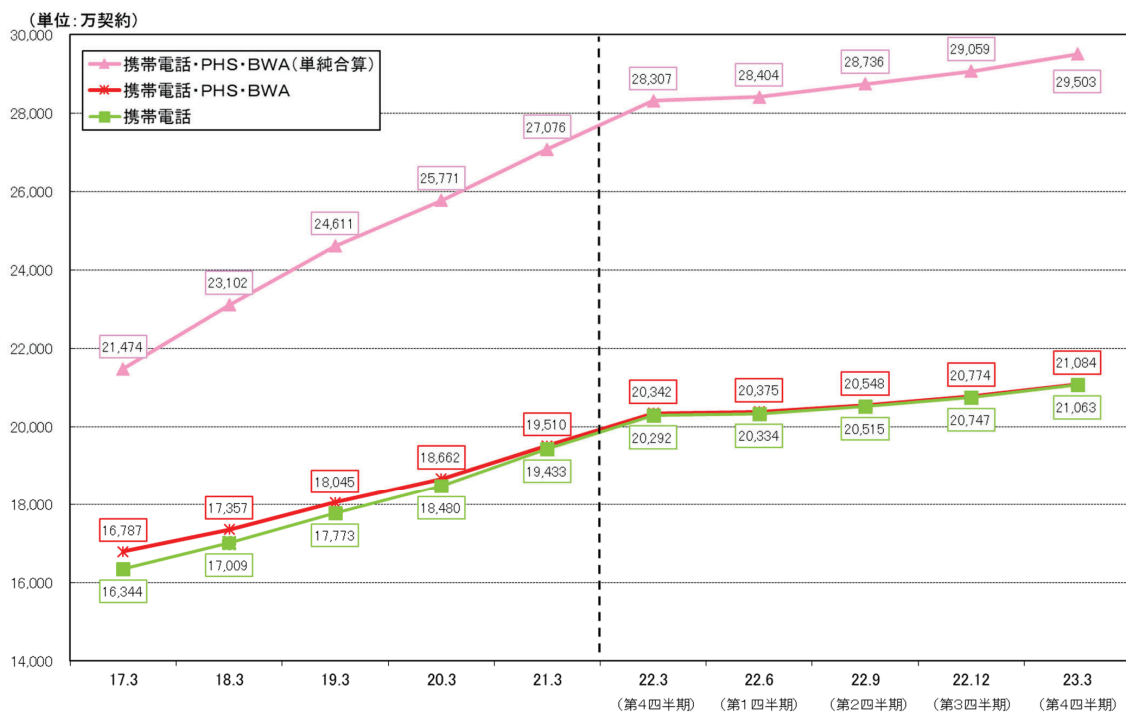
- 移動系：移動系通信の契約件数は、2000年11月に固定電話契約数を抜き、その後、約20年間で約3倍に増加（21,084万件）。
- 固定系：固定電話契約数は、2012年9月に固定系ブロードバンドに逆転され、1997年11月のピーク時（6,322万件）の約2.3割に減少（1,469万契約）。



移動系通信の契約数の推移

5

- 移動系通信（携帯電話、PHS及びBWA）の契約数は前年同期比+3.7%、携帯電話の契約数は前年同期比+3.8%となっている。

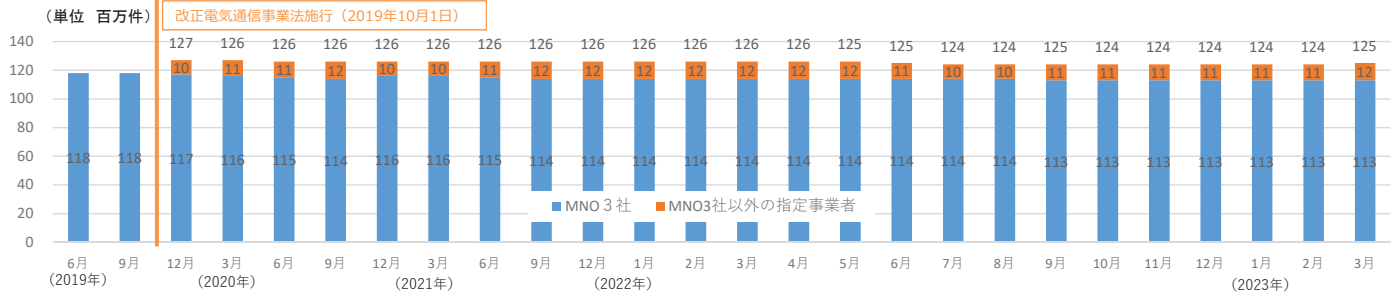


移動電気通信役務に係る契約数の推移

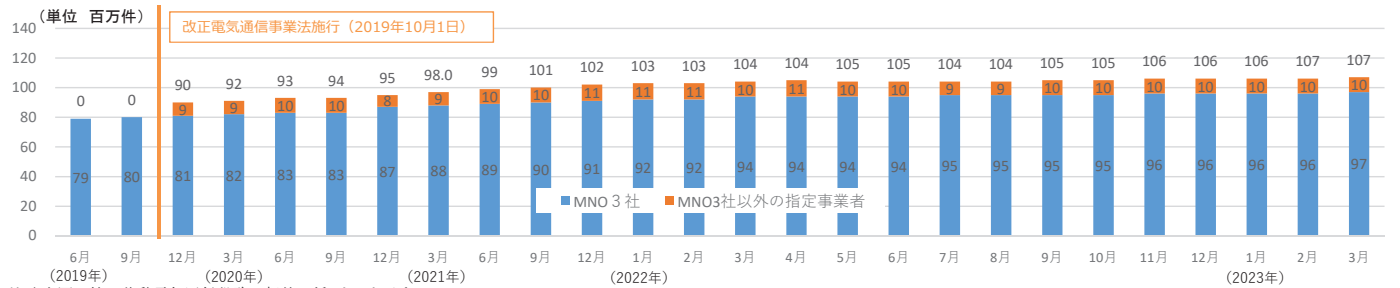
6

- 事業法第27条の3の規律の対象となる事業者の移動電気通信役務に係る契約数は、約1億2,500万契約であり、改正法施行後、僅かに減少している。
- スマートフォン向けの契約数は、約1億700万契約であり、改正法施行後、継続して増加している。

契約数の推移(全体)



契約数の推移(スマートフォン向け)



注1) 上記の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。

注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。

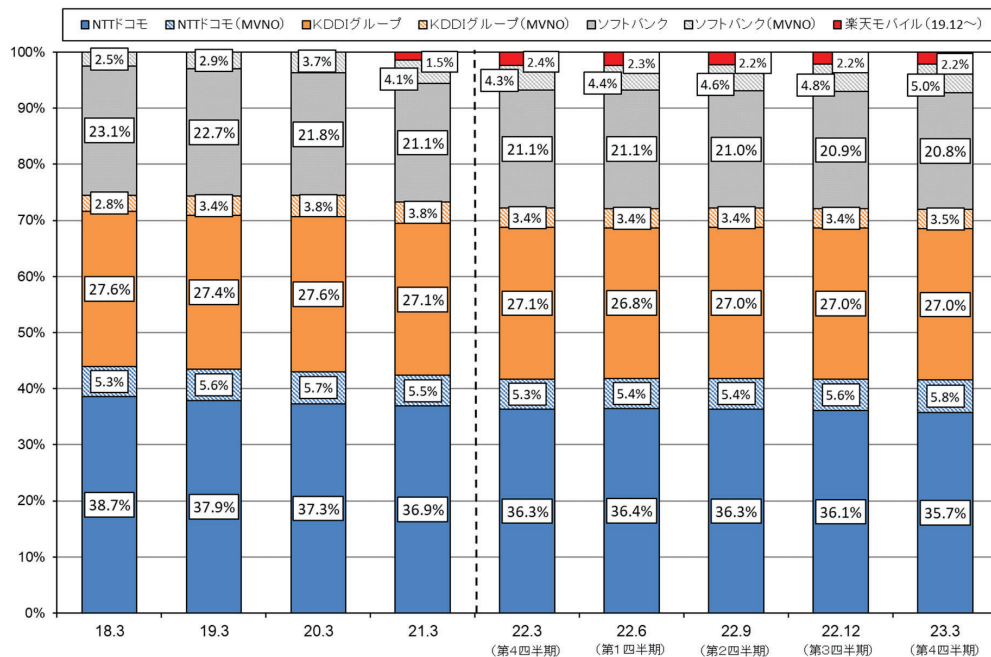
注3) 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めているため、指定事業者合計の数値を記載していない。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

事業者シェアの推移 (移動系通信)

7

- 2023年3月末時点のMNO 3社のシェアは、それぞれドコモ35.7%、KDDI27.0%、ソフトバンク20.8%であり、大きく変化していない。



注1：MNOが、同じグループに属する他のMNOの提供する移動通信サービスを利用して提供するものを除く。

注2：「KDDIグループ」には、KDDI、沖縄セルラー及びUQコミュニケーションズが含まれる。以下このページにおいて同じ。

注3：MVNOのシェアを提供元のMNOグループごとに合算し、当該MNOグループ名の後に「(MVNO)」と付記して示している。

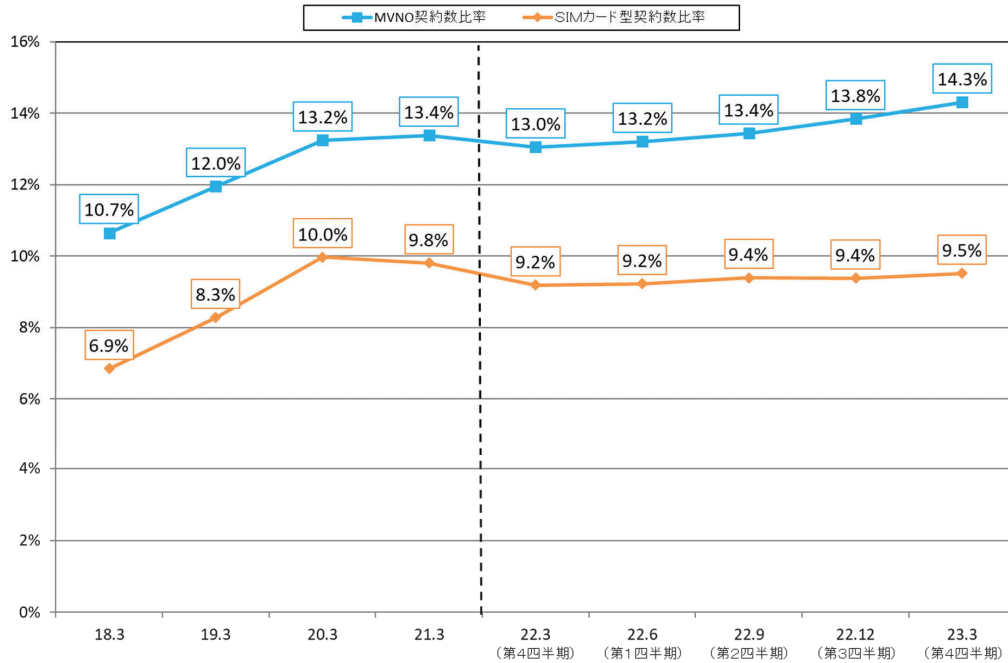
注4：楽天モバイルが提供するMVNOサービスは、「NTTドコモ(MVNO)」及び「KDDIグループ(MVNO)」に含まれる。

MVNOのシェアの推移

8

- MVNOの契約数シェアは2020年3月以降ほぼ横ばいが続いていたが、やや上昇傾向に転じている。

MVNOサービスの契約数比率及び
MVNOが提供するSIMカード型の契約数比率の推移

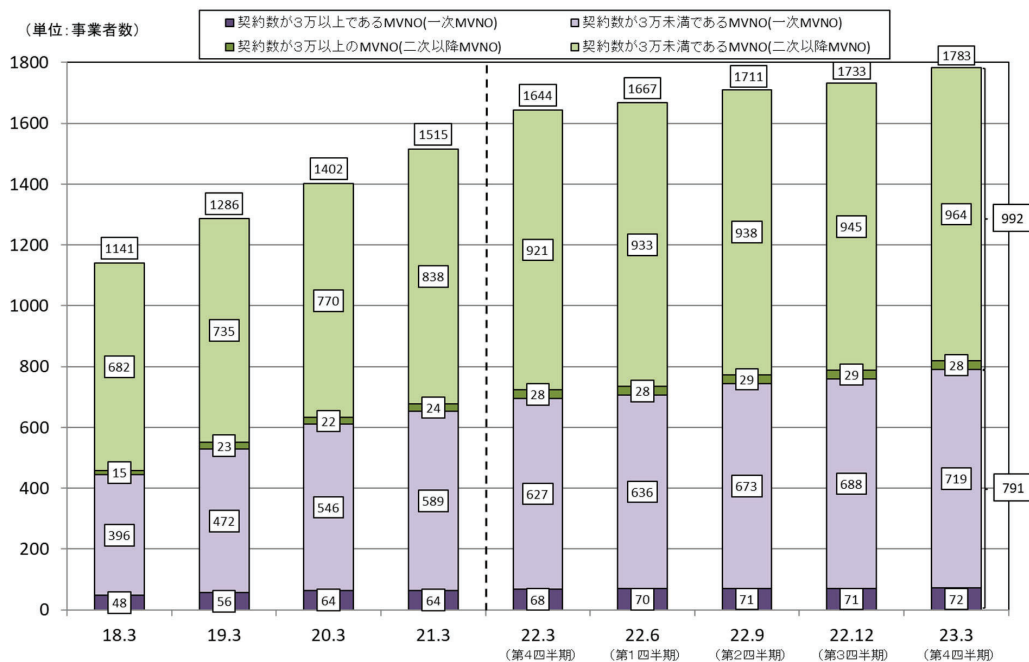


MVNOの事業者数の推移

9

- MVNOの事業者は2019年12月以降一貫して増加している。

MVNOサービスの事業者数の推移



注1：MNO、一次MVNO及び提供している契約数が3万以上の二次以降MVNOからの報告を基に作成。
 注2：契約数3万未満である二次以降のMVNOのみから回線の提供を受けている契約数3万未満のMVNOの事業者数は含まない。
 注3：事業者報告の修正により、2020年度第4四半期以降の事業者数について修正を行っている。

電気通信事業法第27条の3等の規律の対象となる事業者は、以下のとおり。

- ① 次の携帯電話事業者（現行の告示（令和4年総務省告示第321号）では、下記表の計32社を指定している。）
 - ・ 電波の割当てを受けた携帯電話事業者（MNO）の全て
 - ・ MNOから無線ネットワークを借りてサービスを提供する携帯電話事業者（MVNO）のうちMNOの特定関係法人である者
 - ・ MVNOのうち契約者数のシェアが0.7%以上（契約者数で100万に相当）である者
- ② ①の携帯電話事業者の販売代理店

MNO	MVNO	
	MNOの特定関係法人	その他MVNO
<ul style="list-style-type: none"> ・ NTTドコモ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ NTTコミュニケーションズ ・ NTTビジネスソリューションズ ・ NTTPCコミュニケーションズ ・ NTT BP ・ NTTメディアサプライ ・ NTTリミテッド・ジャパン ・ ドコモCS ・ NTTレゾナント 	<ul style="list-style-type: none"> ・ IIJ ・ オプテージ ・ ○△事業者 ・ ×××事業者 ・ …
<ul style="list-style-type: none"> ・ KDDI ・ 沖縄セルラー電話 ・ UQコミュニケーションズ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ジェイコム地域会社(11社)* ・ ソラコム ・ 中部テレコムコミュニケーション ・ ビッグロープ 	<p style="text-align: center;">計32社</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ ソフトバンク 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ヤフー 	
<ul style="list-style-type: none"> ・ 楽天モバイル 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 楽天コミュニケーションズ 	

MNOの親会社、子会社、兄弟会社、1/3超の議決権保有等の実質的な支配関係のある関連会社等

シェアが0.7%超

※ 大分ケーブルテレコム、ケーブルネット下関、ジェイコムウエスト、ジェイコム九州、ジェイコム埼玉・東日本、ジェイコム札幌、ジェイコム湘南・神奈川、ジェイコム千葉、ジェイコム東京、土浦ケーブルテレビ、横浜ケーブルビジョン

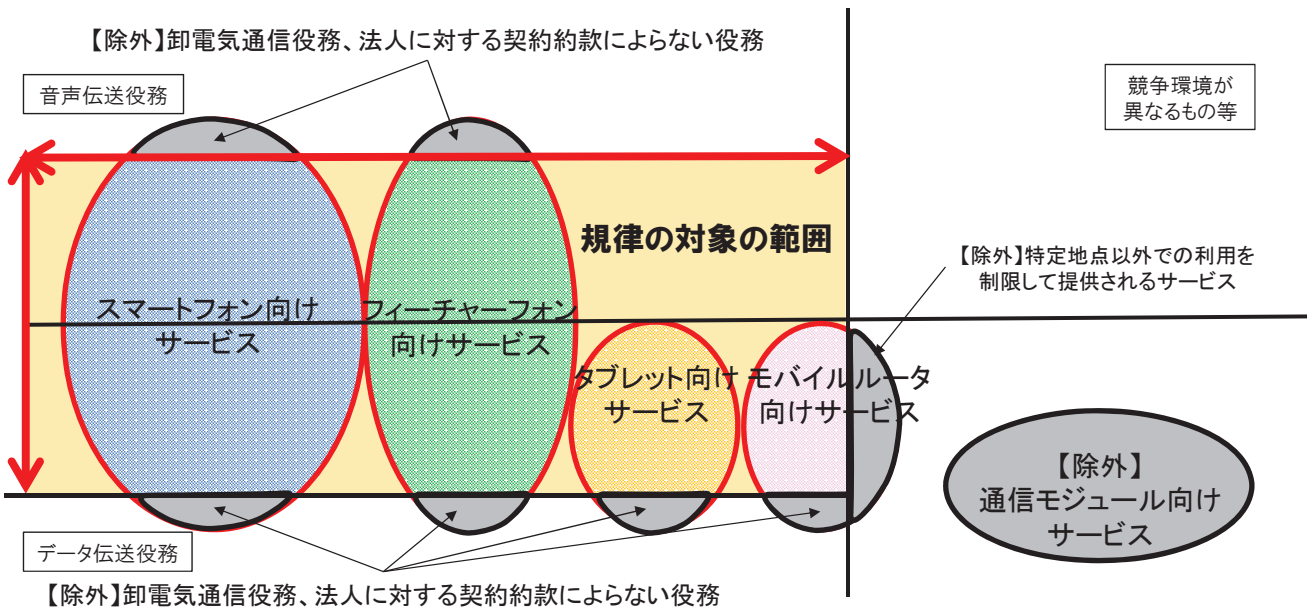
○ 禁止行為規律の対象となる移動電気通信役務として次の役務を指定。

- ・ 携帯電話サービス
- ・ 全国BWAサービス

※ 携帯電話サービス及び全国BWAサービスのうち、卸電気通信役務、法人に対して契約約款によらないで提供する役務、固定して使用されるモバイルルータ（固定ブロードバンドの代替となるサービス）、通信モジュール向けサービスを、個別に指定の対象から除外。

※ なお、PHSサービスや公衆無線LANサービス等は、携帯電話サービス及びBWAサービスとは異なる役務（指定の対象外）。

携帯電話サービス＋全国BWAサービス



MNOの新しい料金プラン

(特に記載のない限り、価格は税抜。)

12

(2023年6月1日時点)

	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク			楽天モバイル
	alamo		U Q mobile コミコプラン	povo2.0	Y!mobile シンプル	LINEMO スマホプラン	LINEMO ミニプラン	Rakuten 最強プラン
		ahamo大盛り						
開始時期	2021年 3月26日	2022年 6月9日	2023年 6月1日	2021年 9月29日	2021年 2月18日	2021年 3月17日	2021年 7月15日	2023年 6月1日
月間通信容量	20GB	20GB+80GB (大盛りオプション)	20GB	1GBへの選択制※1	25GB	20GB※2	3GB※2	無制限※3
容量超過後の 通信速度	1Mbps	1Mbps	1Mbps	128kbps※4	1Mbps	1Mbps	300kbps	—
月額利用料	2,700円	2,700円+1,800円 (ahamo+大盛りオプション)	2,980円	900円(3GB)~ 2,455円(20GB) 等	3,780円	2,480円	900円	~3GB: 980円 3~20GB: 1,980円 20GB~: 2,980円
音声	—※5 (1回5分以内 国内通話 かけ放題込み)	—※5 (1回5分以内 国内通話 かけ放題込み)	—※5 (1回10分以内 国内通話かけ放題 込み)	500円※6 (1回5分以内 国内通話かけ放題 オプション)	700円※7 (1回10分以内 国内通話かけ放題 オプション)	500円※6 (1回5分以内 国内通話かけ放題 オプション)	500円※6 (1回5分以内 国内通話かけ放題 オプション)	—※8 (Rakuten Link利用時の 国内通話かけ放題)
受付チャネル	Webのみ (有償※9で店舗サポート)	Webのみ (有償※9で店舗サポート)	店頭及びWeb	Webのみ	店頭及びWeb	Webのみ	Webのみ	店頭及びWeb
キャリアメール	利用不可	利用不可	200円/月のオプションで 利用可能	利用不可	利用可能	利用不可	利用不可	利用可能
月額料金 (合計) ※10	2,700円 (税込2,970円)	4,500円 (税込4,950円)	2,980円 (税込3,278円)	1,400円~ 2,955円 (税込1,540円~ 3,250円) 等	4,480円 (税込4,928円)	2,980円 (税込3,278円)	1,400円 (税込1,540円)	980円~2,980円 (税込1,078円~3,278円)

- ※1 基本料ゼロ円のベースプランに、1GB~150GBのデータ容量(7日間~180日間の有効期限内)、または24時間データ使い放題のトッピングを必要に応じ、選択して購入
 ※2 LINEは通信容量の消費なく利用可能 ※3 楽天回線以外のローミングエリアも無制限 ※4 トッピングによるデータ容量の追加などがない場合の通信速度
 ※5 1,000円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供 ※6 1,500円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供 ※7 1,700円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供 ※8 1,000円/月で1回15分以内国内通話かけ放題及び国内SMS使い放題となるオプションも提供
 ※9 申込みサポート及び手続サポートをそれぞれ3,000円/回で実施 ※10 各プランの「月額利用料」に「音声」の合計額

出典: 各社HP

MVNOの新しい料金プラン①

(特に記載のない限り、価格は税抜。)

13

(2023年6月1日時点)

社名	IIJ	オプテージ (mineo)	OCNモバイルONE	NUROモバイル	
プラン名	ギガプラン (音声)	マイビタ(音声+データ通信)	マイそく	音声対応SIMカード バリュープラス/かけ放題 NEOプラン	
開始時期	2021年4月1日	2021年2月1日	2022年3月7日 2022年8月24日(ライト) 2023年2月22日(スーパーライト)	2021年4月1日 2022年10月13日(かけ放題プラン) 2021年11月1日 2022年4月1日(NEOプランLite) 2023年3月8日(NEOプランW)	
基本料 データ 通信 容量	用途	定額	定額	定額	
	~500MB			500MB/月コース 500円	
	~1GB	2ギガプラン 773円	1GB 1,180円	1GB/月コース 700円	
	~2GB			3GB/月コース 900円	
	~3GB			6GB/月コース 1,200円	
	~4GB	5ギガプラン 900円	5GB 1,380円	10GB/月コース 1,600円	
	~5GB				
	~6GB				
	~7GB				
	~8GB	10ギガプラン 1,364円	10GB 1,780円		
~9GB					
~10GB					
~12GB	15ギガプラン 1,637円	20GB 1,980円			
~14GB					
~15GB					
~20GB	20ギガプラン 1,819円				
~30GB					
~40GB					
~50GB					
追加	200円/1GB (最大20GB)	50円/100MB	24時間使い放題 180円/1回	500円/1GB	
上限超過時の通信速度(最大)	300kbps	200kbps	—	200kbps	
通話料 通常料	通話料通常料金	10円/30秒	20円/30秒 (mineoでんわ(専用アプリ) 使用時※1は10円/30秒)	10円/30秒 (OCNでんわ発信対象外の場合、20円/30秒)	
	プラン名	通話定額オプション	通話オプション	OCNでんわかけ放題	
	提供開始日	2016年9月1日	2022年3月1日(10分通話パックは2023年2月1日)	2016年8月1日	2017年2月1日
	通話定額5分+	455円	10分通話パック 100円	10分かけ放題 850円	5分かけ放題 445円
	通話定額10分+	637円	10分かけ放題 500円	トップ3かけ放題 850円	10分かけ放題 800円
	かけ放題+	1,273円	時間無制限かけ放題 1,100円	完全かけ放題 1,300円	かけ放題 1,300円
	合計※3	773円~3,092円	1,180円~3,080円	228円~3,100円	500円~2,900円
	受付チャネル	Web・店頭	Web・店頭	Web・店頭	Web・店頭
	5G提供状況	利用可(無料)	利用可(無料)	利用可(無料)	利用可(無料)
	eSIM対応状況	対応済(タイプA(au網のみ) ※4	対応済(ドコモ回線プラン及びau回線プランのみ) ※4	未対応	未対応
備考			・月曜から金曜の12時から13時までは最大32kbps ・直近3日間で10GB以上の使用があった場合、最大速度32kbpsに制限する場合あり。	・VMプランは3GB、VLプランは6GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。 NEOプランは15GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。	

- ※1 専用アプリの使用に替えて、プレフィックス番号を先頭につけて発信する場合も適用される。 ※税抜価格
 ※2 黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。
 ※3 合計はデータ通信料金及び音声通話料金を足した額(ただし、追加データ料金及び通話料通常料金は考慮しない。)
 ※4 別途発行手数料が発生。

出典: 各社HP

MVNOの新しい料金プラン②

(特に記載のない限り、価格は税抜。)

14

(2023年6月1日時点)

社名		y.u mobile		JCOM		BIGLOBE			
プラン名		シングルプラン		AプランST/AプランSU		音声通話SIM			
開始時期		2021年3月12日		2021年2月18日 (AプランST) 2023年2月21日 (AプランSU)		2021年4月19日			
データ通信	基本通話料+データ通信量	用途	定額	定額	定額	定額	定額		
		～500MB							
		～1GB		1GB	980円	1GB	980円		
		～2GB							
		～3GB				3GB	1,200円		
		～4GB							
		～5GB	シングル5GB	973円	5GB	1,480円	6GB	1,700円	
		～6GB							
		～7GB							
		～8GB							
		～9GB							
		～10GB	シングル U-NEXT10GB	2,700円	10GB	1,980円	12GB	3,400円	
		～12GB							
～14GB									
～15GB									
～20GB	シェア U-NEXT 20GB	3,791円	20GB	2,480円	20GB	5,200円			
～30GB					30GB	7,450円			
～40GB									
～50GB									
追加		300円/1GB、1,091円/10GB		200円/500MB、300円/1GB		300円/100MB			
上限超過時の通信速度 (最大)		128kbps		200kbps,1Mbps		200kbps			
通話料通常料金		20円/30秒 (y.uでんわ (専用アプリ) 使用時※1は10円/30秒)		20円/30秒		20円/30秒 (BIGLOBEアプリ (専用アプリ) 使用時※1は9円/30秒)			
音声通話	オプション	プラン名	通話オプション (要専用アプリ※1)		かけ放題オプション		通話バック・かけ放題オプション (要専用アプリ※1)		
		提供開始日	2021年3月12日		2020年12月2日		2018年3月1日		
			10分かけ放題	500円	かけ放題 (5分/回)	500円	通話バック60	600円	
			無制限かけ放題	1,273円	かけ放題 (60分/回)	1,500円	通話バック90	830円	
							3分かけ放題	600円	
					10分かけ放題	830円			
合計※3		973円～5,004円		980円～3,980円		980円～8,280円			
受付チャネル		Web・店頭		Web・店頭・訪問対応 (AプランSUはWebのみ)		Web・店頭			
5G提供状況		利用不可		利用可 (無料)		利用可 (無料)			
eSIM対応状況		未対応		対応済		未対応			
備考						* 最大通信速度3MbpsのベーシックUプラン又は対象のアプリから選んだ3つが速度無制限 (他は1Mbps)のカスタムUプランを選択・切替可。			

※1 専用アプリの使用に替えて、プレフィックス番号を先頭につけて発信する場合も適用される。

※税抜価格

※2 黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。

※3 合計はデータ通信料金及び音声通話料金を足した額 (ただし、追加データ料金及び通話料通常料金は考慮しない。)

※4 別途発行手数料が発生。

出典：各社HP

MVNOの新しい料金プラン③

(特に記載のない限り、価格は税抜。)

15

(2023年6月1日時点)

社名		日本通信		イオンモバイル		DTI			
プラン名		合理的20GB、合理的みんなのプラン、合理的シンプル290		音声プラン (さいてきプラン、さいてきプランMORIMORI)		TONEモバイル基本プラン			
開始時期		2020年12月10日 (合理的20GBプラン) 2021年6月3日 (合理的みんなのプラン) 2022年1月27日 (合理的シンプル290プラン)		2021年4月1日		2021年3月1日			
データ通信	基本通話料+データ通信量	用途	定額	定額	定額	定額	定額		
		～500MB		500MB	730円				
		～1GB	シンプル290プラン	264円	1GB	780円			
		～2GB			2GB	880円			
		～3GB			3GB	980円			
		～4GB			4GB	1,080円			
		～5GB	みんなのプラン	1,264円	5GB	1,180円			
		～6GB			6GB	1,280円			
		～7GB			7GB	1,380円			
		～8GB			8GB	1,480円			
		～9GB			9GB	1,580円			
		～10GB			10GB	1,680円			
		～12GB					動画以外インターネット使い放題	1,000円	動画以外インターネット使い放題
～14GB									
～15GB									
～20GB	20GBプラン	1,980円	20GB	1,780円					
～30GB			30GB	2,780円					
～40GB			40GB	3,780円					
～50GB			50GB	4,780円					
追加		250円/1GB (ただし、シンプル290プランは200円/1GB)		480円/1GB		300円/1GB (動画視聴用)	300円/1GB (動画視聴用)		
上限超過時の通信速度 (最大)		非公表		200kbs		非公表			
通話料通常料金		10円/30秒		10円/30秒 (au回線は (イオン電話 (専用アプリ) 使用)		10円/30秒 (カメラのキタムラで購入した場合、17円/30秒)			
音声通話	オプション	プラン名	国内通話定額		えらべる通話定額かけ放題 (au回線は要専用アプリ※1)		090電話かけ放題オプション		
		提供開始日	2021年12月27日 (20GBプラン)、2022年1月27日 (シンプル290プラン)		2017年3月1日		2021年3月1日		
			70分無料	637円	5分かけ放題	500円	5分以内	950円	5分以内
			かけ放題 (20GBプラン)	1,091円	10分かけ放題	850円	TONE電話かけ放題オプション (IP電話)		TONE電話かけ放題オプション (IP電話)
			かけ放題 (シンプル290プラン)	1,455円	フルかけ放題	1,500円	2016年12月1日		2021年12月22日、2022年2月24日
合計※3		264円～3,071円		730円～6,280円		1,000円～1,950円			
受付チャネル		Web・店頭		Web・店頭		Web・店頭			
5G提供状況		利用可 (無料)		利用可 (無料)		利用可 (無料)			
eSIM対応状況		対応済※4		未対応		未対応			
備考		・みんなのプラン及び20GBプランには無料通話70分の料金も含まれる。		・2022年4月1日に20GB以上のプランを値下げ。					

※1 専用アプリの使用に替えて、プレフィックス番号を先頭につけて発信する場合も適用される。

※税抜価格

※2 黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。

※3 合計はデータ通信料金及び音声通話料金を足した額 (ただし、追加データ料金及び通話料通常料金は考慮しない。)

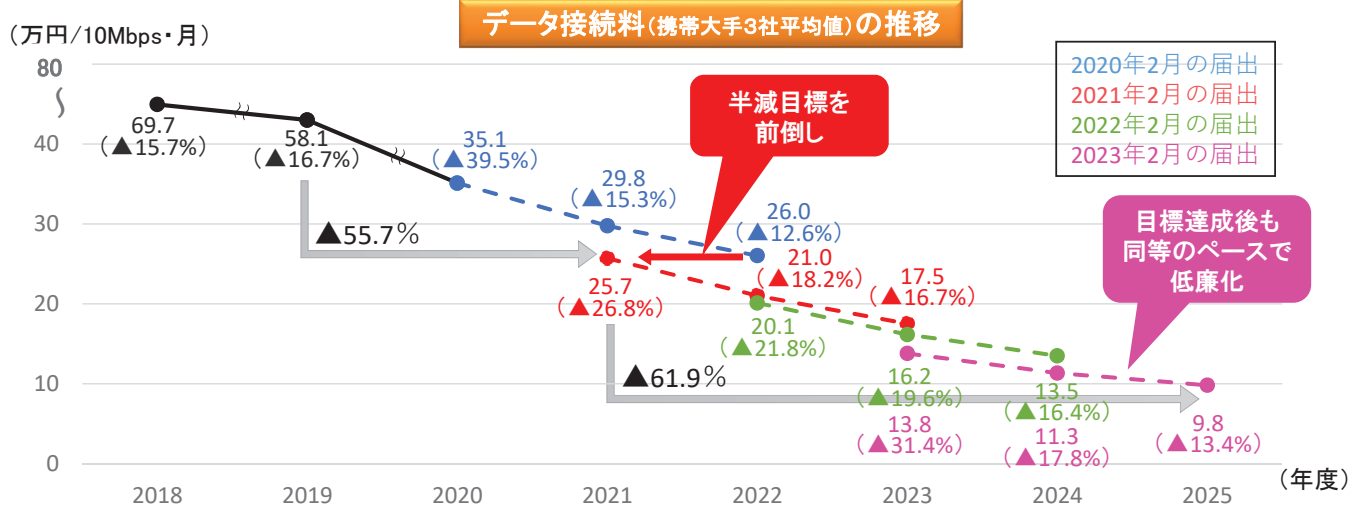
※4 別途発行手数料が発生。

出典：各社HP

携帯分野における「データ接続料」(携帯大手3社のネットワーク貸出料)の推移

16

- 2021年2月末に届け出られたデータ接続料(赤部分)は、前年度の予測(青部分)よりも更なる低廉化が進み、「3年間で半減させる目標」を前倒しで実現。
(携帯大手3社平均の接続料：58.1万円(2019年度当初額) ⇒ 25.7万円(2021年度当初額) (▲55.7%))
- 2023年2月末に届け出られたデータ接続料(桃色部分)は、前年度の予測(緑部分)及び前々年度の予測(赤部分)を更に下回っており、「3年間で半減させる目標」達成後も同等のペースで低廉化が進捗。
(携帯大手3社平均の接続料：25.7万円(2021年度当初額) ⇒ 9.8万円(2025年度当初額) (▲61.9%))



※ グラフは、各年度における当初支払額(精算前)の料額(携帯大手3社単純平均)を記載。括弧内は対前年度増減率。
 ※ 接続料(2020年度以降)は、将来原価方式に基づく予測値。また4Gと5Gを一体的に算定したもの。

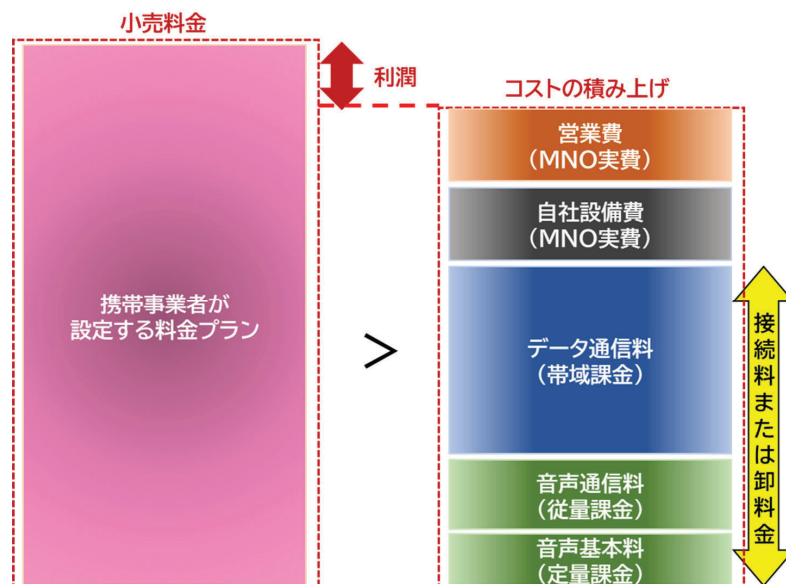
(参考)データ接続料の算定方法

$$\text{接続料単価} \leq \frac{\text{適正な原価} + \text{適正な利潤}}{\text{需要(回線容量)}}$$

モバイル分野における接続料等と小売料金との関係の検証

17

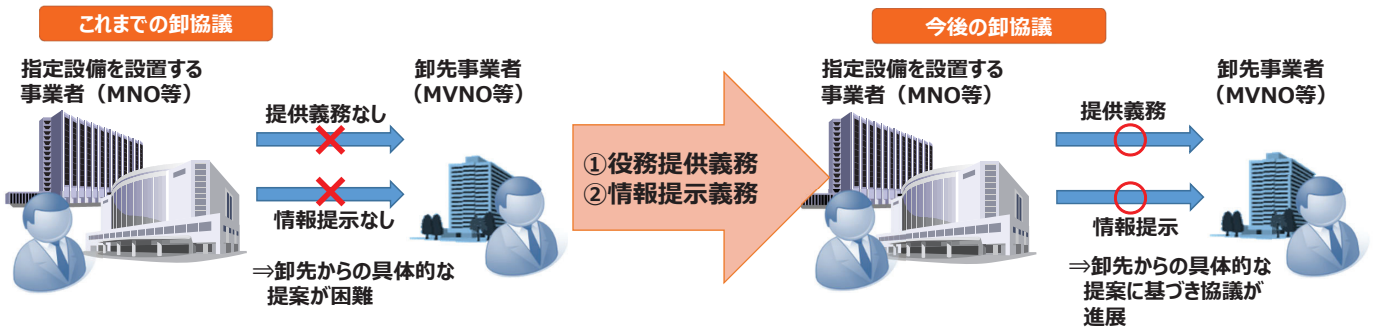
- 「MNOの小売料金」と「MVNOがMNOに支払う接続料等のコスト」を比較し、「**接続料等**」が「**小売料金**」を十分に下回っているかについて検証。
- ガイドライン(令和4年11月策定)に基づき、**初回の検証を実施**。今次検証ではNTTドコモの「ahamo」、KDDIの「povo2.0※」、ソフトバンクの「LINEMOミニプラン」を対象としたところ、当該**対象サービス等の価格は価格圧搾による不当な競争を引き起こす水準ではないと認められた**。
 ※「ベースプラン」に、「データ追加3GB(30日間)」のデータトップングを追加したもの



電気通信市場を巡る動向に応じた公正な競争環境の整備 (卸料金の適正性の確保に向けた制度整備)

- 指定設備卸役務の提供について、相対契約を基本としつつも、指定設備を設置する事業者の交渉上の優位性や両者間の情報の非対称性を是正し、協議がより実質的・活発に行われるための環境整備として、指定設備を設置する事業者に対する以下の新たな規律を整備。
 - **特定卸役務**（指定設備卸役務のうち、競争関係に及ぼす影響が少ないもの以外のもの）**を提供する義務**
 - 料金の算定方法等の**協議の円滑化に資する事項を卸先事業者の求めに応じて情報提示する義務**
- 主に下記の事項に関する省令改正等を実施。
 - **特定卸役務の範囲**：携帯電話サービス、F T T Hアクセスサービス等
 - **協議の円滑化に資する事項**：接続料相当額（※）、卸料金と接続料相当額との差分で回収が見込まれている費用項目（※） F T T Hアクセスサービスについては、その指数

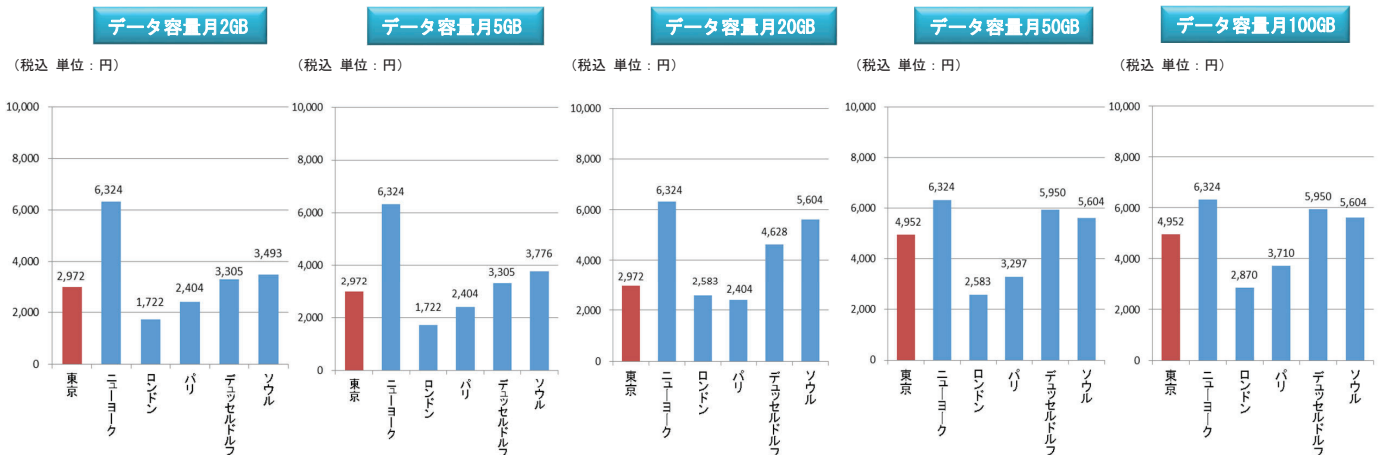
＜卸協議の適正化イメージ＞



携帯電話料金の国際比較

スマートフォン4G（MNO：シェア1位の事業者）（2023年5月26日公表）

- 最もシェアが高い事業者（メインブランド）のポストペイド型の一般利用者向け料金プラン（新規契約の場合）のうち、通話時間・データ通信量等の利用モデルに照らして最も安いものについて、月々の支払額を比較。
- 東京の支払額は、2GB、5GB及び20GBで低い水準、50GB及び100GBで中位の水準となっている。



通貨換算レート(2022年購買力平価:OECD公表資料)

ニューヨーク(ドル)	ロンドン(ポンド)	パリ(ユーロ)	デュッセルドルフ(ユーロ)	ソウル(ウォン)
95.21円	143.48円	137.44円	132.25円	0.12円

○ 第45回WG MM総研資料から抜粋

1 - 1 諸外国の機関による通信品質比較についての調査

P 3

■ 携帯電話の通信品質に関する調査を行っている諸外国の官民機関のうち、自国の調査のみならず日本を含む国際比較を行っているのは、今回知り得た範囲では、次の2者（いずれも民間企業）。

・Opensignal（英：民間調査会社）・Ookla（米：民間調査会社）

■ これら2者による国際比較について、内外価格差調査の対象都市のある6カ国（※）の結果をみる限り、評価項目や評価方法が異なることから単純な比較はできないが、日本の携帯電話の通信品質は、カバーエリアや、通話や動画の品質など、高く評価されている項目はある。ただし、ダウンロード・アップロード速度は、Opensignalによる調査によるダウンロード速度を除いて平均値を下回っているとの評価であり、必ずしも全ての項目において日本の携帯電話の通信品質が高い評価を得ている訳ではない。

※：日本、米国、英国、仏国、独国、韓国

【Opensignal】

① 4G Availability (4G可用性)、②Download Speed Experience (ダウンロード速度)、③Upload Speed Experience (アップロード速度)、④Video Experience (動画品質)、⑤Game Experience (ゲーム品質)、⑥Voice App Experience (通話品質)
◆日本は、①、③、④、⑤及び⑥について平均値を上回っていた。②については平均値を下回っており、5位であった。

【Ookla】

①Download (ダウンロード速度)、②Upload (アップロード速度)、③Latency (遅延時間)

◆日本は、英、仏と同様に、全ての項目について6カ国の平均値を下回っており、①、②については最下位、③については5位であった。

© 2021 MM Research Institute, Ltd.

○ 第45回WG MM総研資料から抜粋

2 - 1 携帯電話サービスの品質に関する満足度調査

P 5

■ 内外価格差調査の対象都市のある6カ国において、現在利用している携帯電話サービスの品質について、利用者アンケートによる満足度調査を実施。

■ 各国の利用者に、通信速度、事務手続きの簡便さといった5項目（※）の満足度を尋ねたところ、日本は、すべての項目において、利用者が「非常に満足」「満足」と回答した割合が、他国と比較して一番低かった。

※：①「通信品質①（通信速度、通話品質、つながりやすさ等）」、
②「通信品質②（利用可能エリア、エリアカバー等）」、
③「利用者サポート品質①（契約事務手続きや変更手続きの簡便さ）」、
④「利用者サポート品質②（店舗での対応（店舗の数、待ち時間、対応者の接客態度等）」、
⑤「利用者サポート品質③（コールセンターの対応（つながりやすさ、対応者の電話応対等）」）

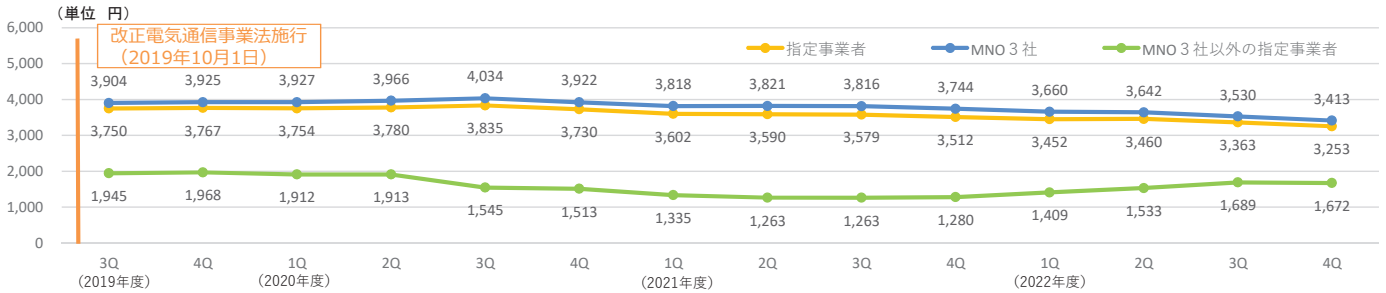
■ また、それぞれの項目において「不満」「非常に不満」と回答した者に対し、具体的に不満な点を探ねたところ、他国と比較して、日本においては、以下の点について特に不満に思う回答の割合が高かった。

- ・コールセンターにつながりにくい (74.1%)
- ・店舗（ショップ）での待ち時間が長い (56.5%)
- ・手続きに要する時間が長い (63.3%)
- ・通信が不安定 (59.5%)
- ・建物の中ではつながりにくい (61.1%)

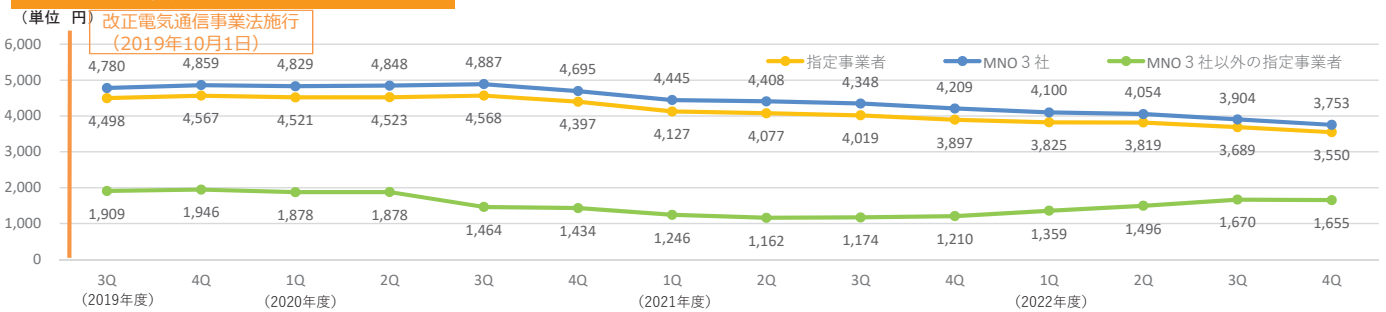
© 2021 MM Research Institute, Ltd.

○ MNO3社のARPUは、全体、スマートフォン向けともに、2019年度第3四半期以降、2020年度第3四半期に向けて増加傾向にあった後は、概ね減少傾向にある。他方で、MNO3社以外の指定事業者は、2021年度第3四半期以降増加傾向に転じている。

ARPUの推移(全体)



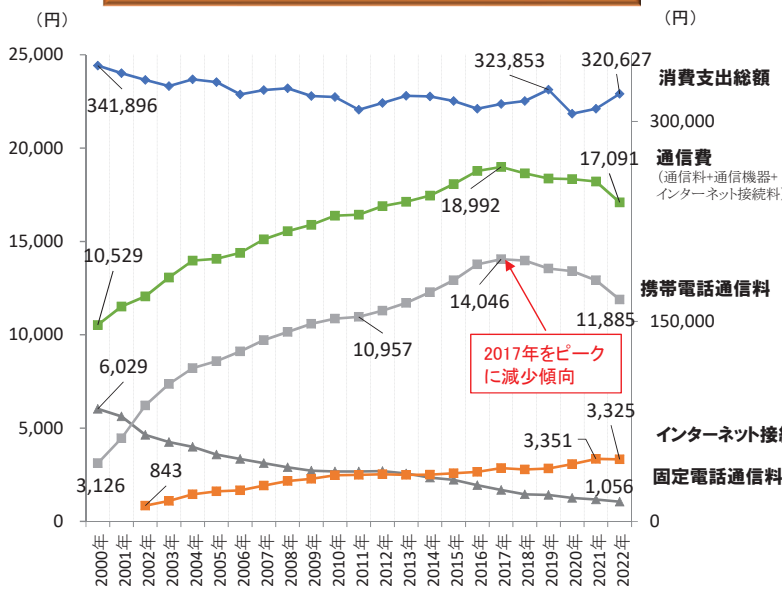
ARPUの推移(スマートフォン向け)



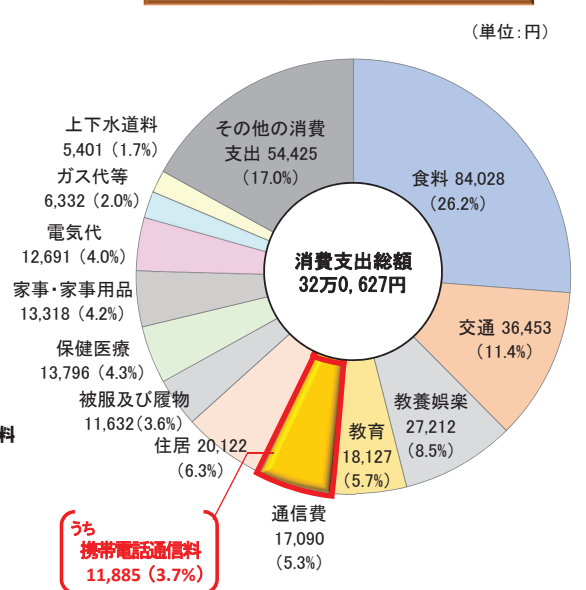
注1) 上記の値は移動電気通信業務の契約に係るものを示す。
 注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社を含み、2020年10月からはUQモバイルの数字も含む
 注3) ARPUの計算式は左記のとおり。『ARPU = 移動電気通信業務に係る当四半期の収益 / ((前四半期末の契約数 + 当四半期中の各月の契約数) / 4) / 3』
 注4) 指定事業者の数値及びMNO3社以外の指定事業者の数値については、MNO3社以外の指定事業者に2019年第3四半期より報告を求めていることから、当期以降の数値を基に計算している。
 注5) MNO3社の数値については、MNO3社に2019年第1四半期より報告を求めていることから、当期以降の数値を基に計算している。

消費支出における通信費(2人以上世帯のうち勤労者世帯)

消費支出における通信費の推移(月平均)



2022年の消費支出(月平均)



※ 2000年及び2001年はインターネット接続料の調査結果がないため、2002年から記載。

半期(年度)ごとの推移(単位:円)

	2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度	
	上期(4~9月)	下期(10~3月)	上期(4~9月)	下期(10~3月)	上期(4~9月)	下期(10~3月)	上期(4~9月)	下期(10~3月)	上期(4~9月)	下期(10~3月)
消費支出	311,990	324,576	325,704	315,442	296,685	312,330	305,026	317,389	318,933	326,749
携帯電話通信料(消費支出に占める割合)	13,834(4.43%)	13,896(4.28%)	13,589(4.17%)	13,320(4.22%)	13,591(4.58%)	13,224(4.23%)	12,915(4.23%)	12,441(3.92%)	11,833(3.71%)	11,683(3.58%)

注: 各期の数値は、月当たりの平均値を記載。

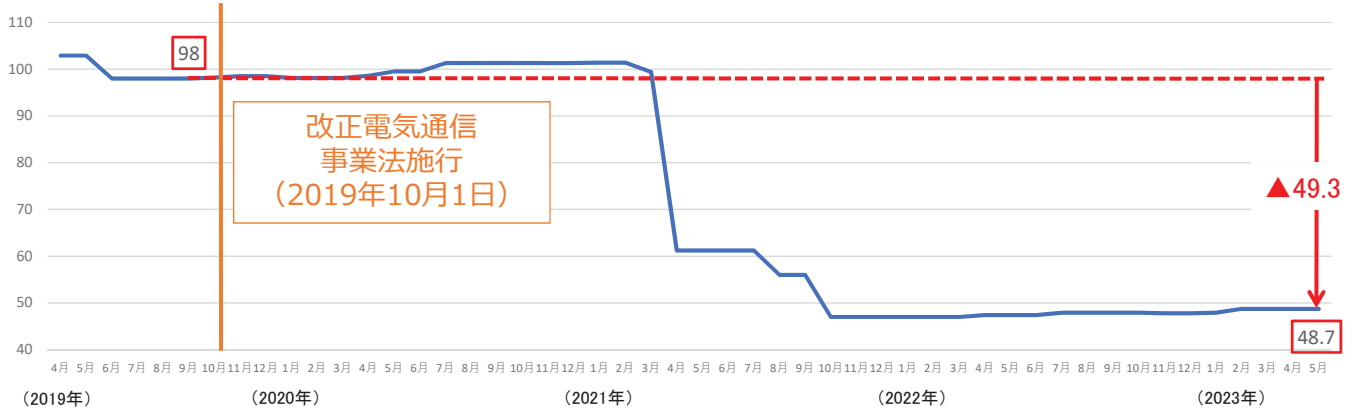
固定電話通信料	1,055円(0.3%)
インターネット接続料	3,325円(1.0%)
携帯電話通信料	11,885円(3.7%)
通信機器	825円(0.3%)
計(通信費)	17,090円(5.3%)

※ 四捨五入の結果、合計値は一致しない。

(出典)総務省「家計調査」から作成

通信料金（携帯電話）の消費者物価指数の推移（2019年4月～2023年5月）

※2020年平均を100とした場合の指数



	(2019年)			(2020年)			(2021年)			(2022年)			(2023年)	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
2019年				102.9	102.9	98	98	98	98	98.2	98.5	98.5		
										0.2	0.5	0.5		
2020年	98.1	98.1	98.1	98.6	99.5	99.5	101.3	101.3	101.3	101.3	101.3	101.3	101.3	101.3
	0.1	0.1	0.1	0.6	1.5	1.5	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3	3.3
2021年	101.4	101.4	99.4	61.2	61.2	61.2	61.2	56	56	47	47	47	47	47
	3.4	3.4	1.4	-36.8	-36.8	-36.8	-36.8	-42.0	-42.0	-51.0	-51.0	-51.0	-51.0	-51.0
2022年	47	47	47	47.4	47.4	47.4	47.9	47.9	47.9	47.9	47.8	47.8	47.8	47.8
	-51.0	-51.0	-51.0	-50.6	-50.6	-50.6	-50.1	-50.1	-50.1	-50.1	-50.2	-50.2	-50.2	-50.2
2023年	47.9	48.7	48.7	48.7	48.7									
	-50.1	-49.3	-49.3	-49.3	-49.3									

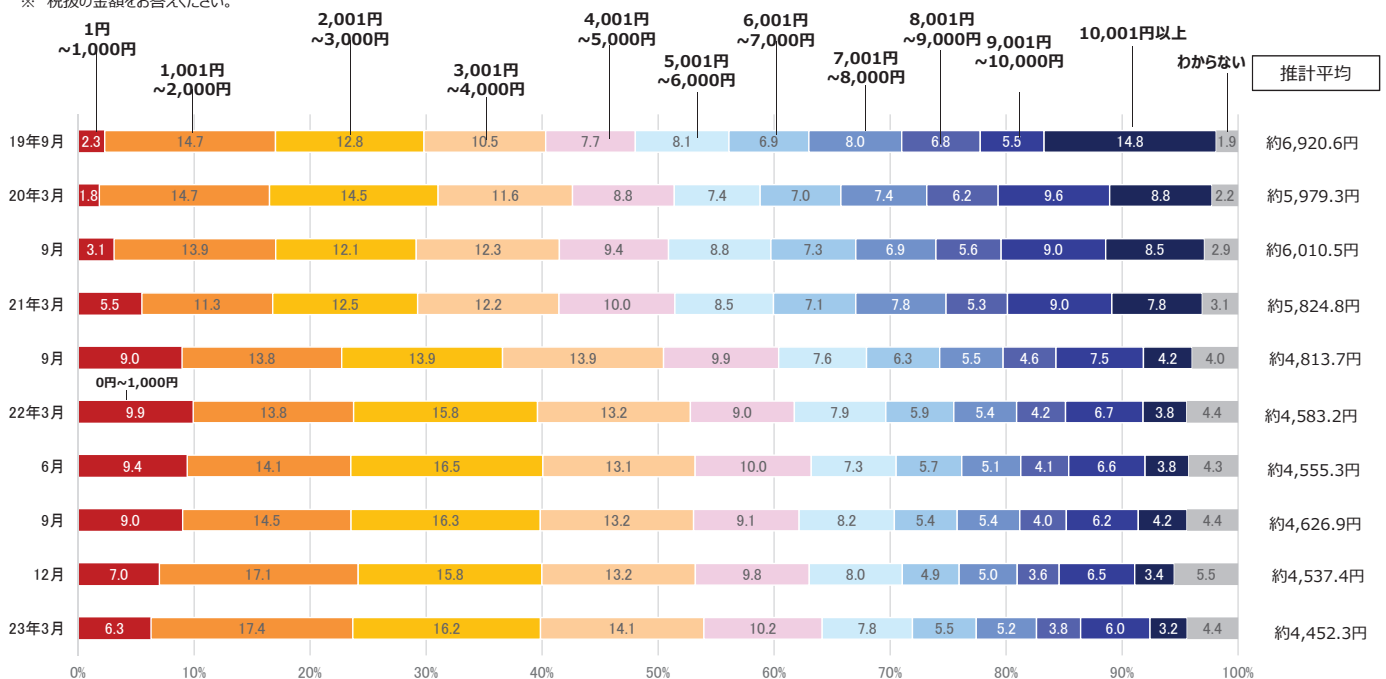
(出典) 品目別価格指数（1970年1月～最新月）

毎月の支払額

問 あなたは、前問でお答えいただいた携帯電話会社に月々いくらぐらい支払っていますか。

n=6,000（19年9月のみn=6,001）

- ※ ご家族の分も支払っている場合は、だいたい結構ですので、ご自身の分と思われる金額をお答えください。
- ※ 通信料金（音声通話料金、データ通信料金等）、通信料金以外の携帯電話料金（端末代金、アプリの使用料金等）など、トータルで携帯電話会社に支払っている金額をお答えください。
- ※ インターネット回線の利用料金や、キャリア決済の金額は含まずお答えください。
- ※ 税抜の金額をお答えください。

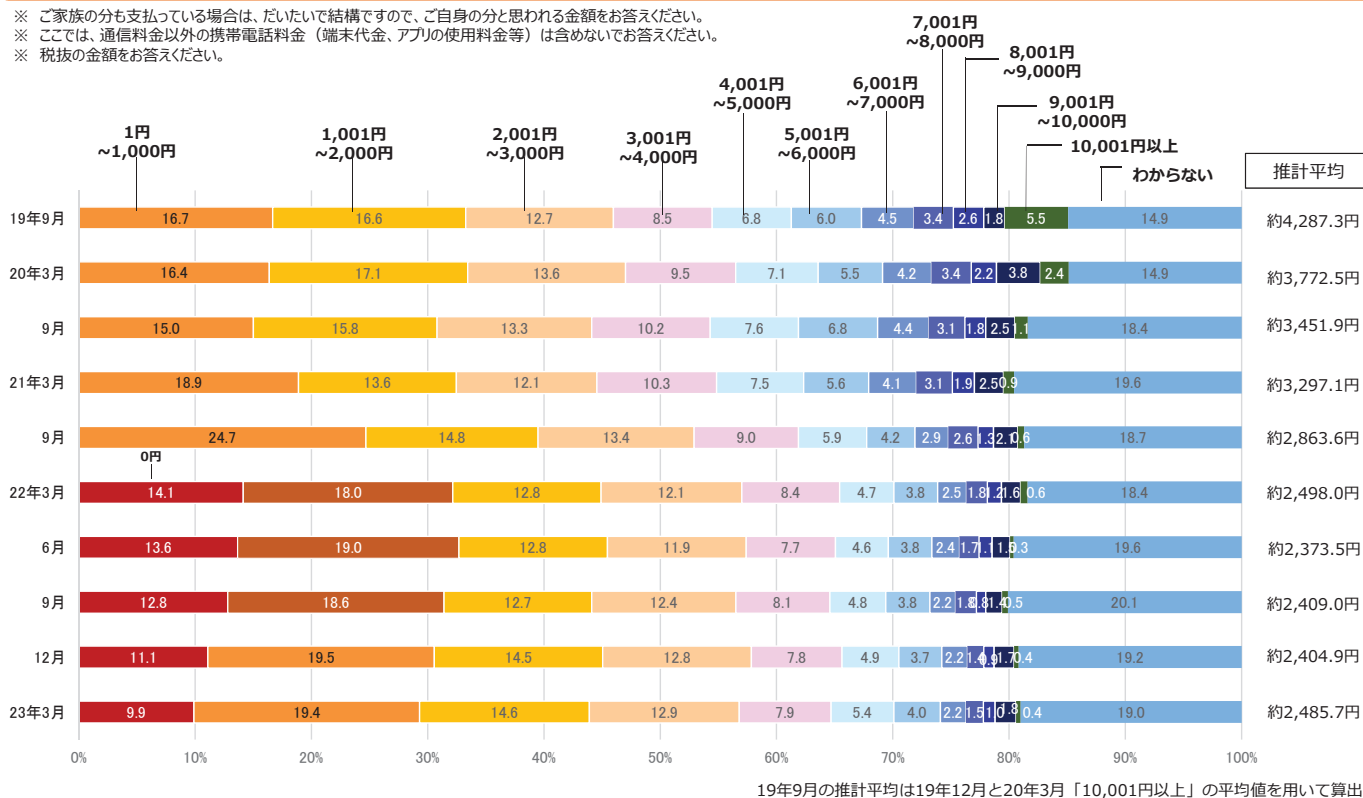


19年9月の推計平均は19年12月と20年3月「10,001円以上」の平均値を用いて算出

毎月の通信料金の支払額

問 あなたは、前問でお答えいただいた支払いのうち、携帯電話の通信料金（音声通話料金、データ通信料金等）を月々いくぐらい支払っていますか。
n=6,000（19年9月のみn=6,001）

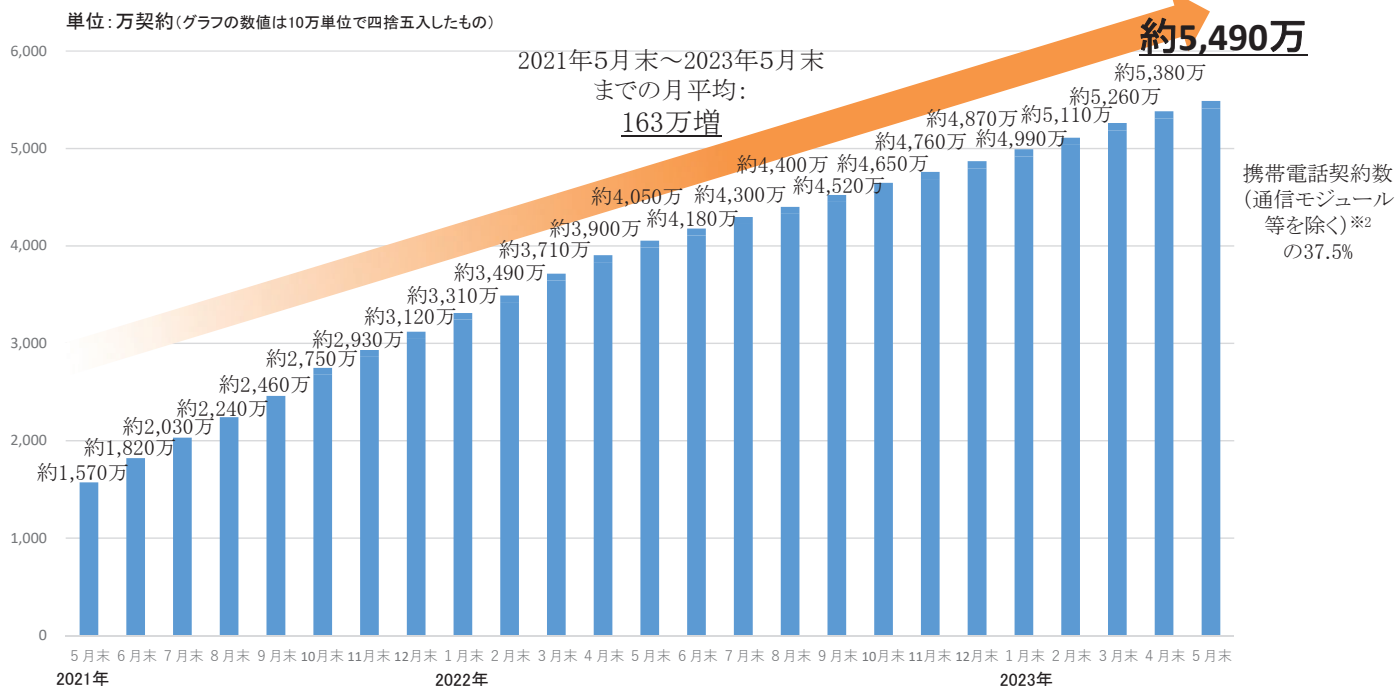
※ ご家族の分も支払っている場合は、だいたい結構ですので、ご自身の分と思われる金額をお答えください。
※ ここでは、通信料金以外の携帯電話料金（端末代金、アプリの使用料金等）は含めないでお答えください。
※ 税抜の金額をお答えください。



新料金プランへの移行状況①

- 主に2021年2月以降、携帯電話事業者各社が従来に比べて低廉な新しい料金プラン※1の提供を開始、競争が活発化。
- 主要な携帯電話事業者各社が提供を開始した新料金プランの契約数合計は、2023年5月末時点で約5,490万。
- これは、携帯電話契約数（通信モジュール等を除く※2。2023年3月末時点で約1億4,665万。）の37.5%に相当。

※1 次ページ参照



※2 MNOは携帯電話契約数から通信モジュールの契約数を除いたもの。
MVNOは契約数3万以上の事業者からの契約数報告のうち携帯電話・SIMカード型のサービスの契約数。
いずれもMNOのグループ内取引による契約数の重複等を排除・調整している。

新料金プランへの移行状況②(契約数集計の対象としている新料金プラン)

28

- 新料金プランの契約数集計の対象及び集計開始時期は、下の表のとおり。
- 集計開始(2021年5月)以降も、各社が新たに低廉な料金プランの提供を開始していることを踏まえ、随時集計の対象を追加。

事業者名等* (MNO)	料金プラン名等	集計開始時期	事業者名等* (MVNO)	料金プラン名等	集計開始時期
NTTドコモ	ahamo	2021年5月	IIJmio モバイルサービス	ギガプラン	2021年5月
	5Gギガホプレミア、ギガホプレミア	2021年5月	イオンモバイル	音声プラン、データプラン、 シェア音声プラン、やさしいプラン	2021年10月
KDDI	povo (1.0)	2021年5月	OCNモバイルONE (NTTレゾナント)	SIMカード	2021年5月
	povo (2.0)	2021年9月	mineo (オプテーン)	マイピタ マイぞく	2021年5月 2022年3月
	使い放題MAX 5G/4G	2021年5月	J:COM MOBILE	AプランST	2021年5月
	スマホミニプラン 5G/4G	2023年2月	トーンモバイル (ドリーム・ドレイン・インター ネット)	基本プラン TONE for iPhoneプラン TONE for Androidプラン	2021年10月 2021年12月 2022年2月
UQモバイル	くりこしプランS/M/L /+5G	2021年5月	日本通信	合理的20GBプラン、合理的かけほプラン、 合理的みんなのプラン、Wスマートプラン、 合理的シンプル290プラン	2021年5月 2022年1月
ソフトバンク	LINEMO(スマホプラン)	2021年5月	NUROモバイル (ソニーネットワークコミュニ ケーションズ)	パリュージュラス VS/VM/VL、お試しプラン	2021年10月
	LINEMO(ミニプラン)	2021年9月		NEOプラン、NEOプランLite、NEOプラン W	2021年11月 2022年4月 2023年3月
	メリハリ無制限	2021年5月	かけ放題プラン	2022年10月	
ワイモバイル	シンプルS/M/L	2021年5月	ビッグロープ	BIGLOBEモバイル S/R/M done done	2021年5月 2021年9月
楽天モバイル	Rakuten UN-LIMIT VI	2021年5月	y.u mobile	シングル、シングル U-NEXT、 シェア U-NEXT	2021年10月
	Rakuten UN-LIMIT VII	2022年7月			

※五十音順

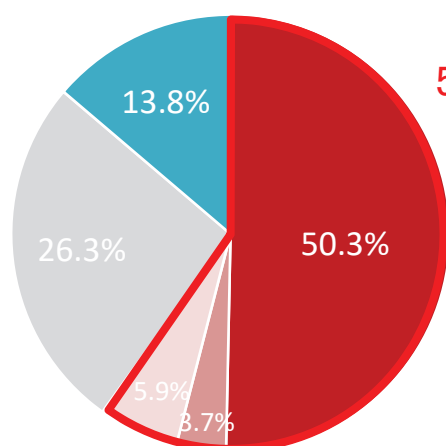
利用者意識調査結果 (新たな料金プランへの乗換え意向)

29

問 あなたは、既に新料金プランを利用していますか。また、どの新料金プランを利用していますか。複数の回線を契約している方は、メインで利用している回線についてお選びください。

問 (前問で新料金プランを利用していないと回答した者に対し) あなたは、今後、これらの新料金プランに乗り換えたいと思いますか。

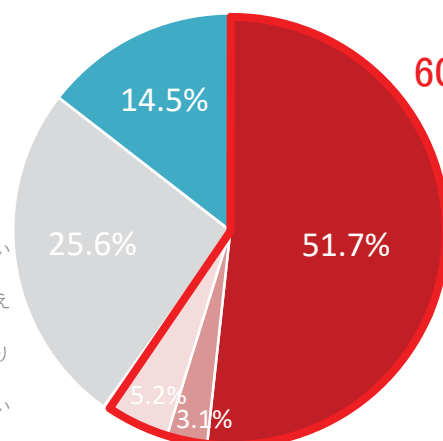
全体 (n=6,000)



59.9%

- 既に利用している
- 今後乗り換えたいと考えている
- 乗り換えるつもりだが乗換え先は検討中
- 今のところ乗り換えるつもりはない
- 発表された料金プランについて知らないの、わからない

MVNOユーザー (n=524)

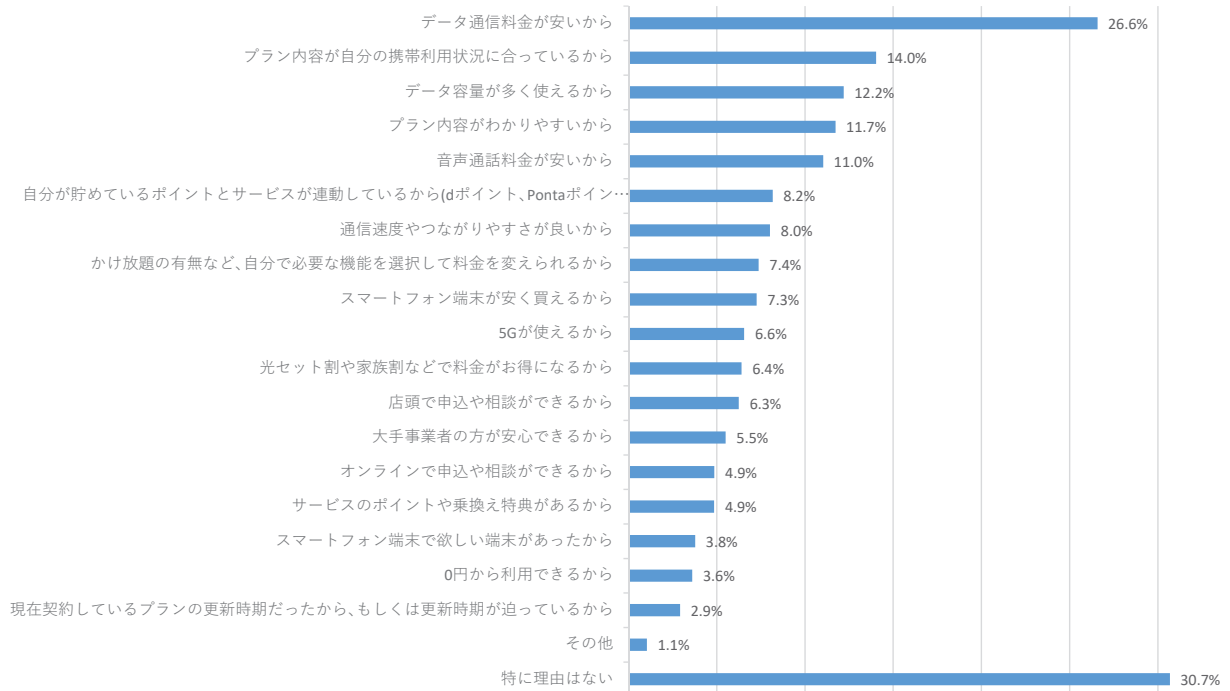


60.0%

既に乗り換えた、又は今後乗り換えたいと考えている理由

30

問 あなたが低廉な新料金プランをすでに利用している、あるいは今後乗り換えたいと考えている理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。
(n=3,241)

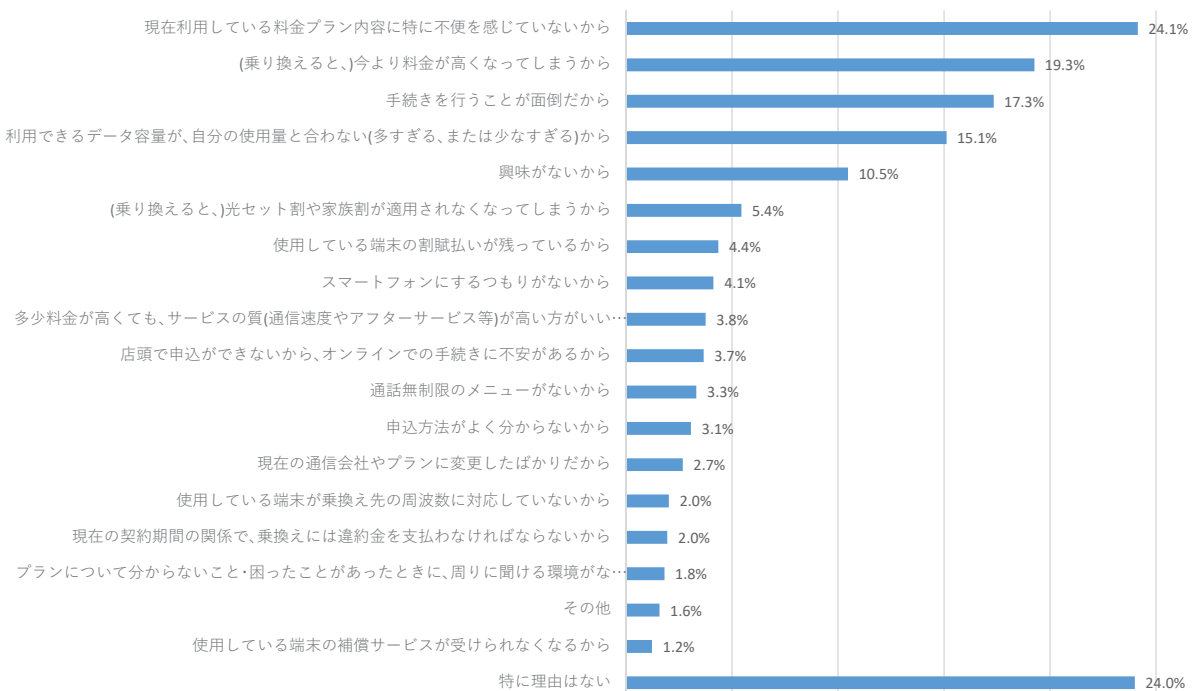


今のところ乗り換えるつもりがないと考えている理由

31

問 あなたが今のところ新料金プランに乗り換えるつもりはないと考える理由は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。

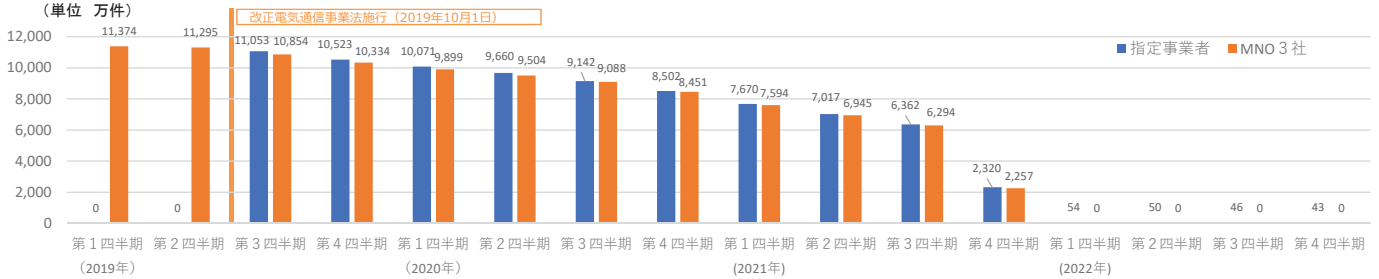
(n=1,577)



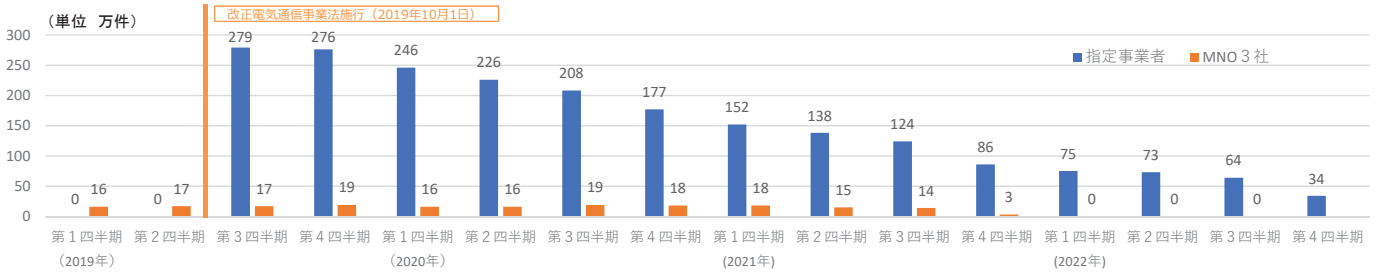
違約金のある契約件数の推移

○ 違約金のある契約数は継続的に減少しており、2022年度第1四半期にはほぼゼロになっている。
 ※：違約金のある契約には事業法第27条の3不適合契約（既往契約）と事業法第27条の3適合契約（違約金1,000円の契約）の両方を含む。

違約金のある契約の推移(更新あり)



違約金のある契約の推移(更新なし)

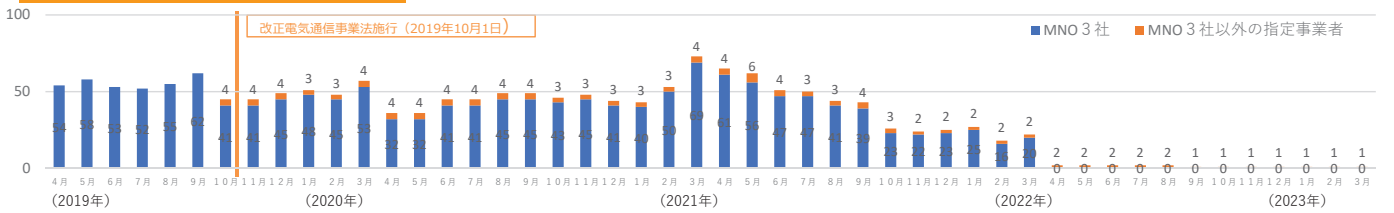


注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
 注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。
 注3) 2019年1Q、2Qの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めているため、指定事業者合計の数値を記載していない。
 出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

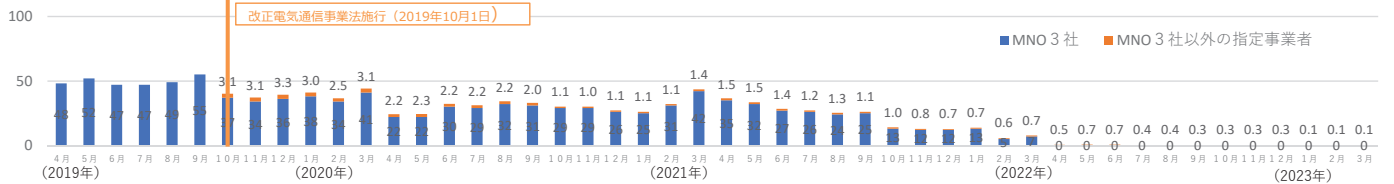
違約金の支払件数及び支払金額の推移

○ 違約金の支払件数、支払金額、1件当たりの支払金額とも、改正法の施行以降、概ね減少しており、2022年度第1四半期以降はほぼゼロになっている。

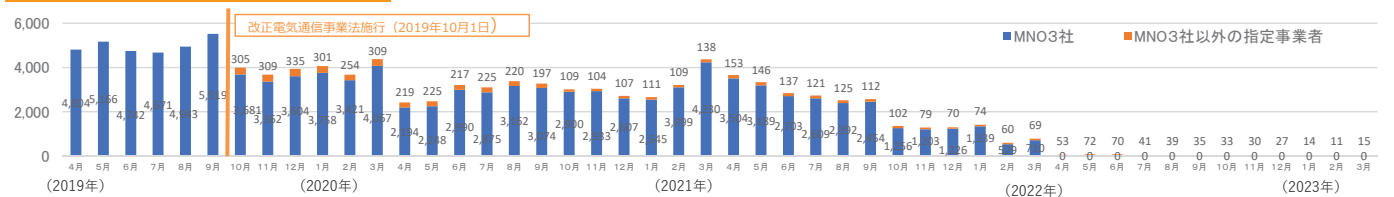
違約金支払件数の推移



違約金支払金額の推移



1件当たりの支払金額



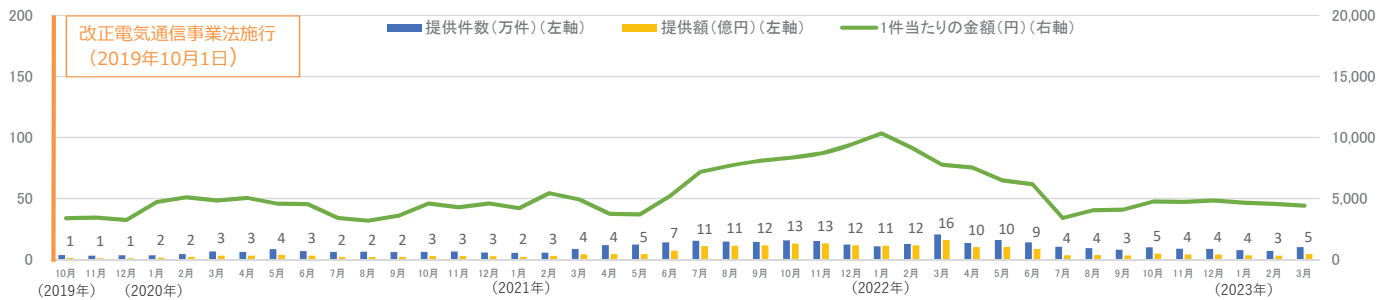
注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
 注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。
 注3) 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めているため、指定事業者合計の数値を記載していない。
 出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

新規契約を条件とした経済的利益提供の推移（指定事業者）

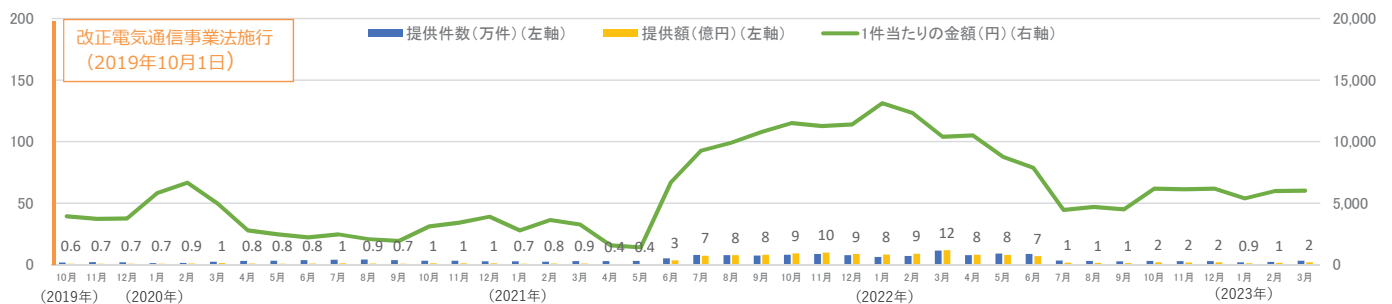
34

○ 2021年6月以降、件数、提供額とも大きく増加した後、2022年1月をピークに減少している。その要因として、一部の事業者が行ったキャンペーン等が考えられる。

新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（全体）



新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（MNPに係るもの）



注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。

注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。

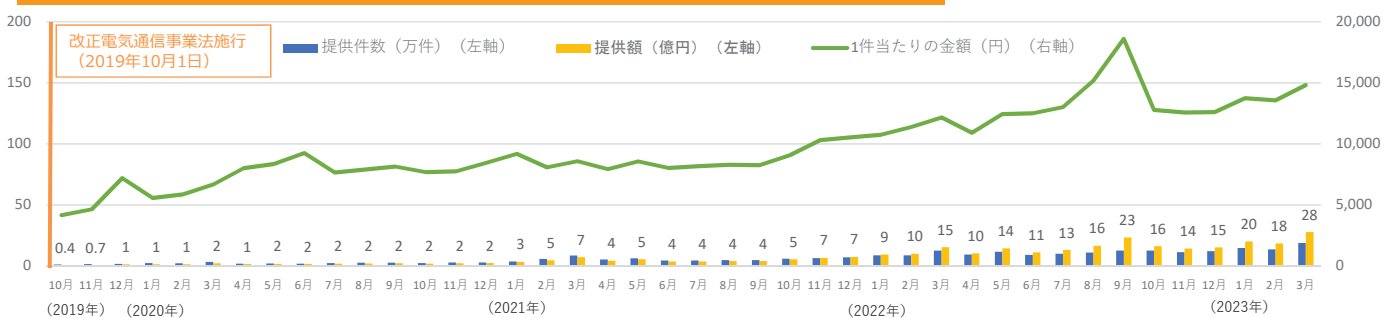
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

新規契約を条件とした経済的利益提供の推移（代理店等※）

35

○ 2019年10月以降、件数及び提供額ともに増加傾向にある。

新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（全体）



新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（MNPに係るもの）



※ 前年度末における営業所その他の事務所の数が100以上の届出媒介等業務受託者に限る（電気通信事業報告規則第4条の5）。

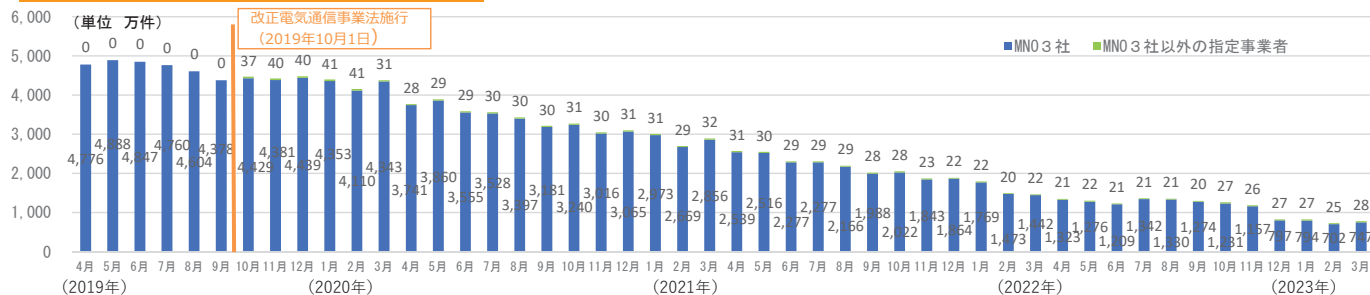
注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。

注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。 注3) 一部データは確認中。

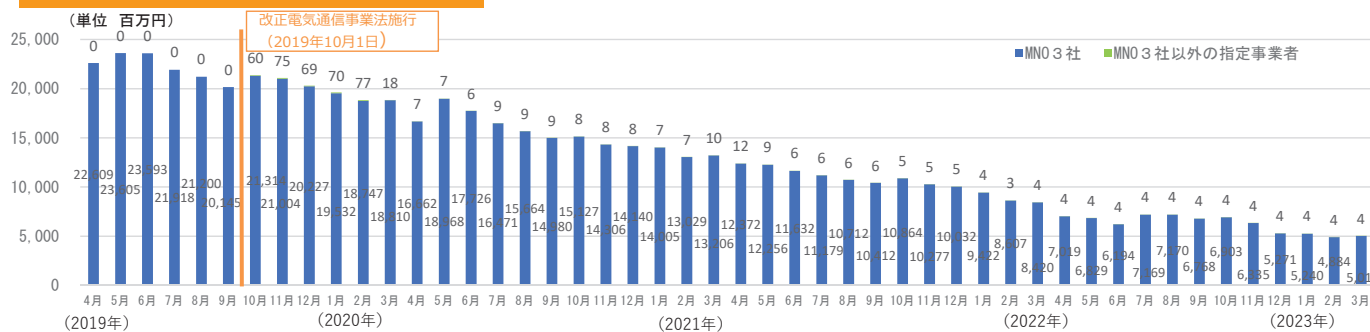
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

○ 継続利用割引等の適用件数、金額ともに、改正法の施行以降、全体として継続して減少している。

継続利用割引等の適用件数



継続利用割引等の適用金額



注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
 注2) MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。
 注3) 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めているため、MNO3社以外の指定事業者の数値を記載していない。
 出典: 電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

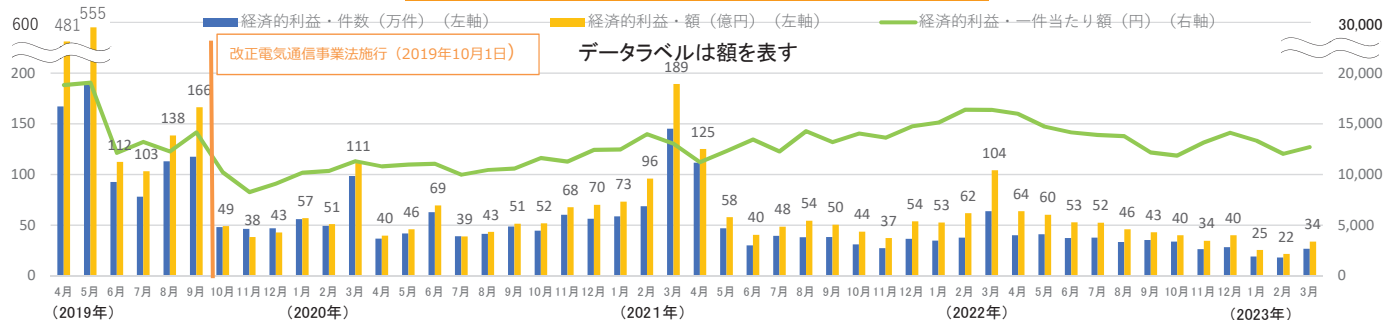
I - 3 モバイル市場の現況と分析

(2) モバイル端末市場の動向

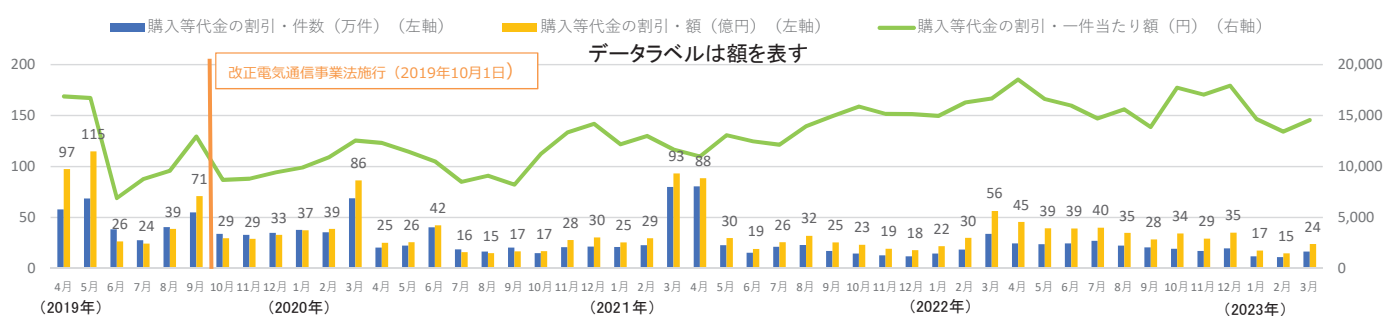
1-(1)現状 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）

○ 指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額及びそのうち端末購入等割引額とも、2019年10月以降、年度末等の季節変動はあるものの、大きな変動はない。他方で、1件当たりの額は、前者に大きな変動はないものの、後者は増加傾向にある。

利益の提供の件数・額・一件当たり額（指定事業者）



上記のうち端末購入等割引の件数・額・一件当たり額（指定事業者）



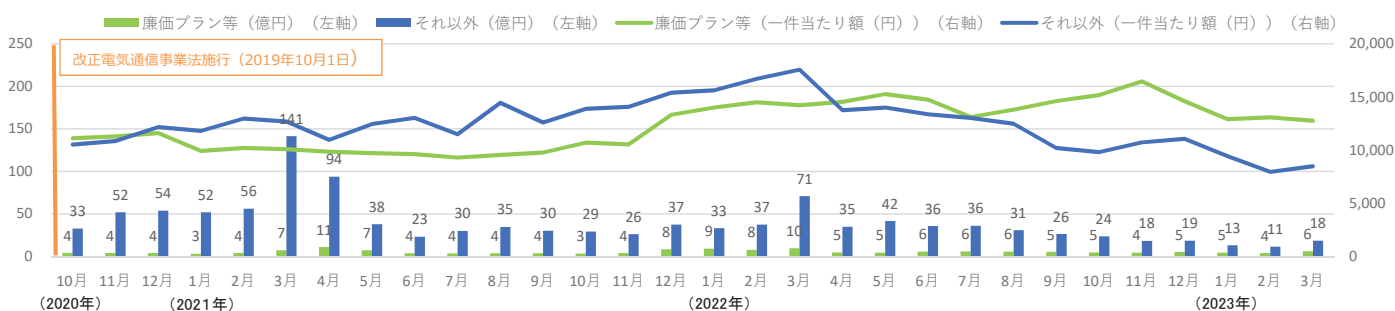
※ 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社のみの数値。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

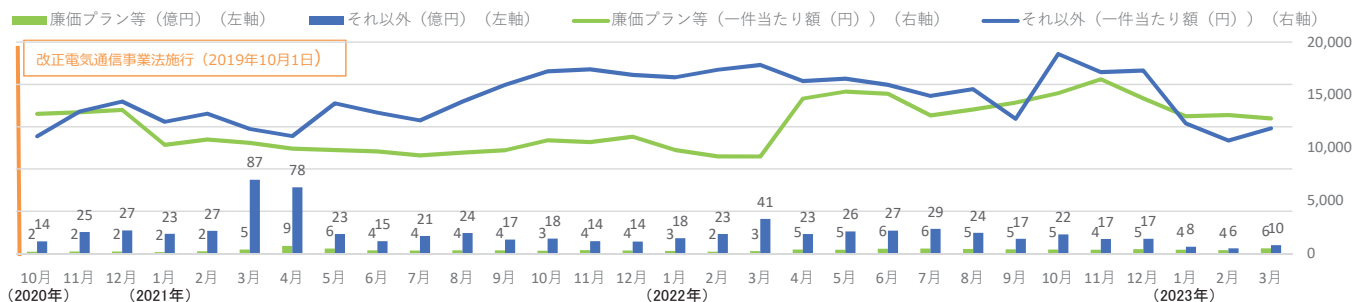
1-(1)現状 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（MNO 3社）

○ MNO 3社による経済的利益の提供額及びそのうち端末購入等割引額を、廉価プラン等とそれ以外とに分けてみたところ、いずれもその大宗は、廉価プラン等以外のプランに係るものであった。

利益の提供の額・一件当たり額（MNO3社）



上記のうち端末購入等割引の額・一件当たり額（MNO3社）

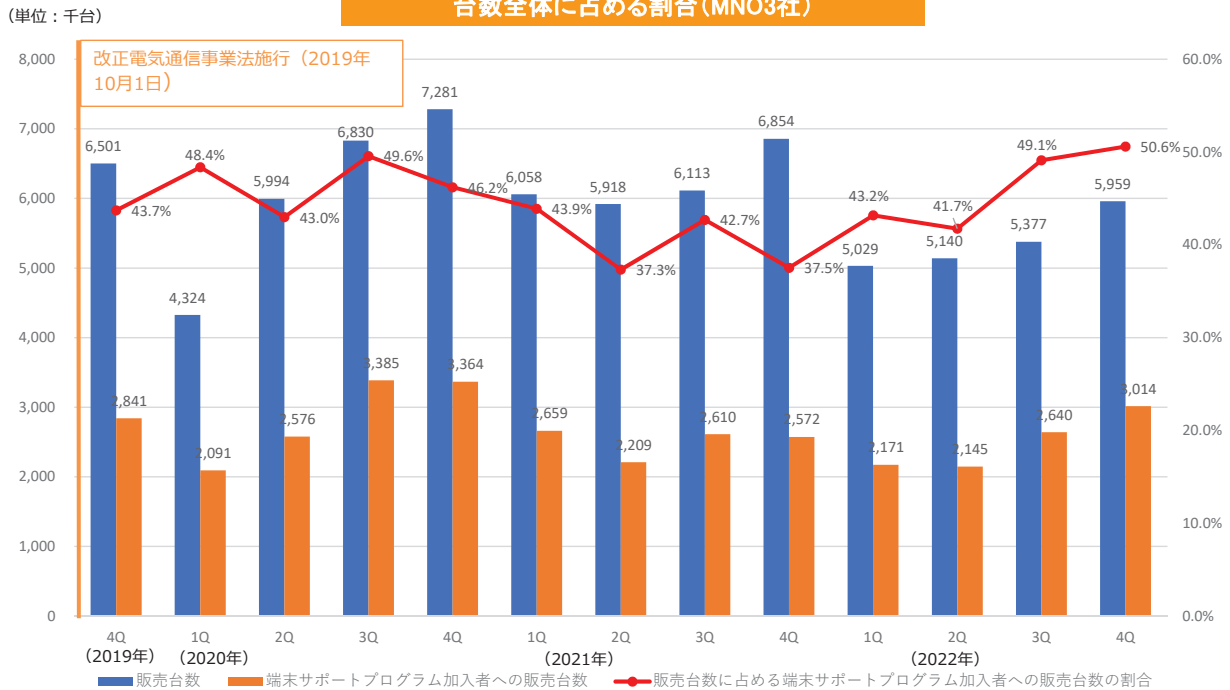


出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び事業者からの報告

1-(1)現状 端末サポートプログラム加入端末販売台数と販売台数に占める割合 (MNO 3社) 40

○ MNO 3社の端末販売台数のうち、端末サポートプログラム加入者への販売台数の割合は、改正事業法施行後、概ね40%台で推移している。

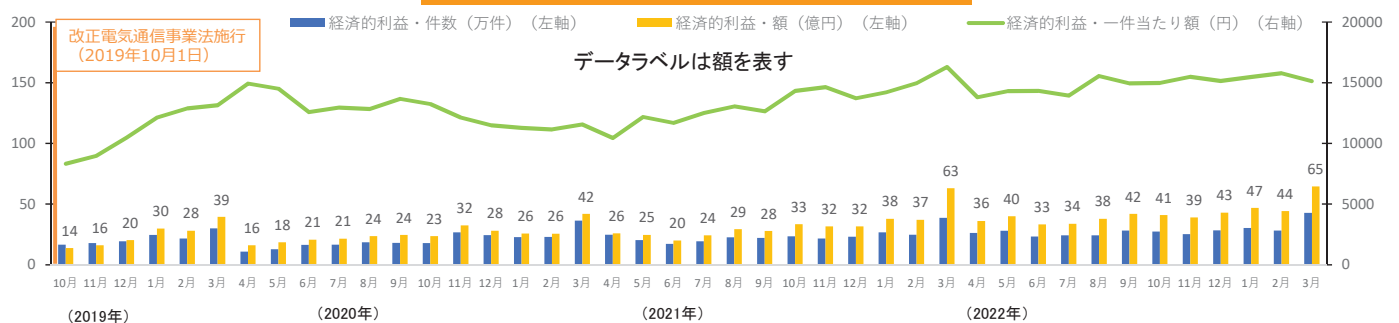
端末サポートプログラム加入者への販売台数・販売台数全体に占める割合(MNO3社)



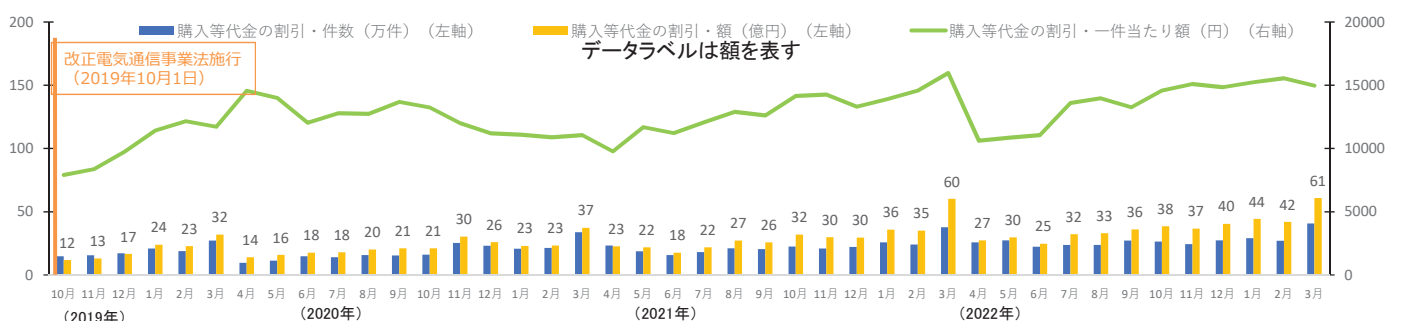
1-(1)現状 対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供 (代理店等) 41

○ 代理店等による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額及びそのうち端末購入等割引額とも、年度末等の季節変動があるものの、増加傾向にある。

利益の提供の件数・額・一件当たり額(代理店等)

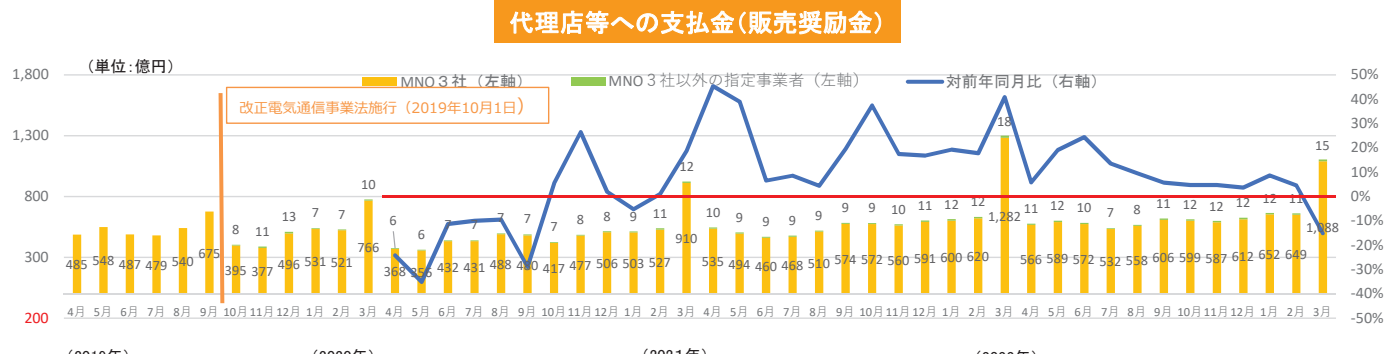
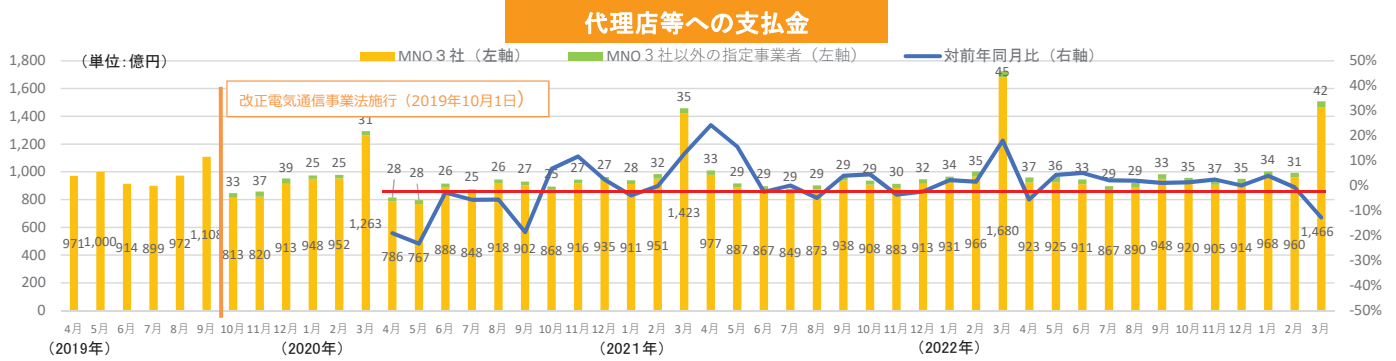


上記のうち端末購入等割引の件数・額・一件当たり額(代理店等)



1-(1)現状 代理店等への支払金（指定事業者）

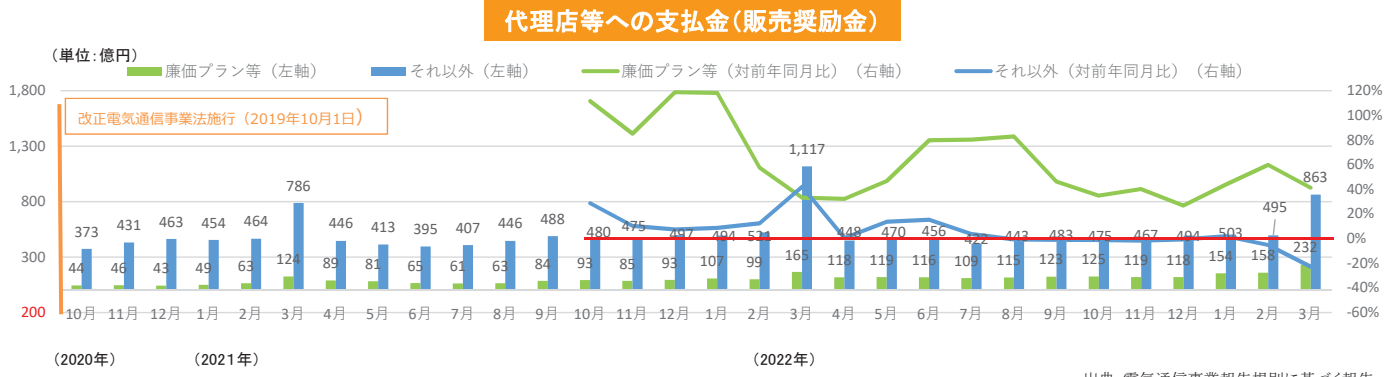
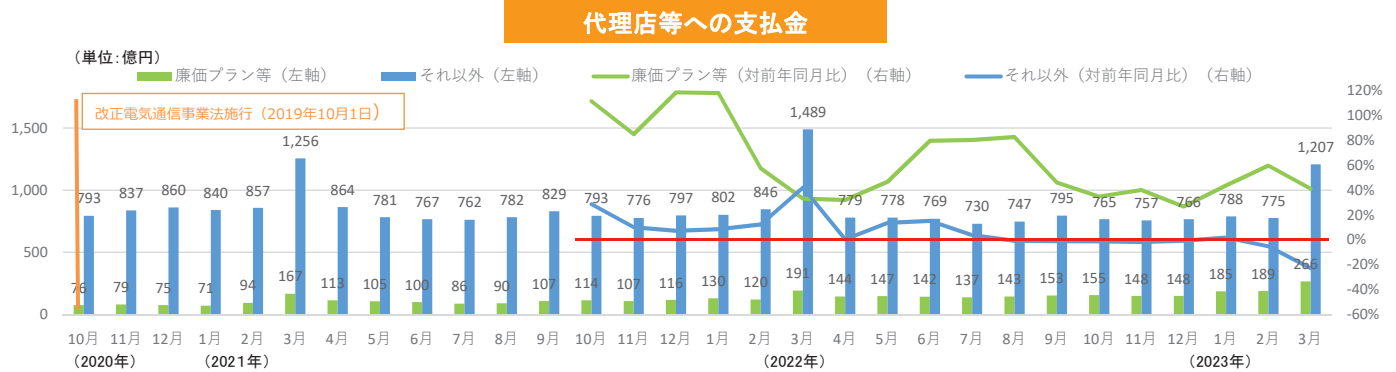
○ 2022年度の代理店等への支払金の合計は1兆2,010億円（▲0.4%）、そのうち販売奨励金の合計は7,742億円（+4.8%）であった。



※1 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社の数値のみ。
 ※3 対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3社の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。
 出典:電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

代理店等への支払金（MNO 3社）

○ MNO 3社による代理店等への支払金及びそのうち販売奨励金の額を、廉価プラン等とそれ以外とに分けてみると、いずれもその大半は、廉価プラン等以外のプランに係るものであった。

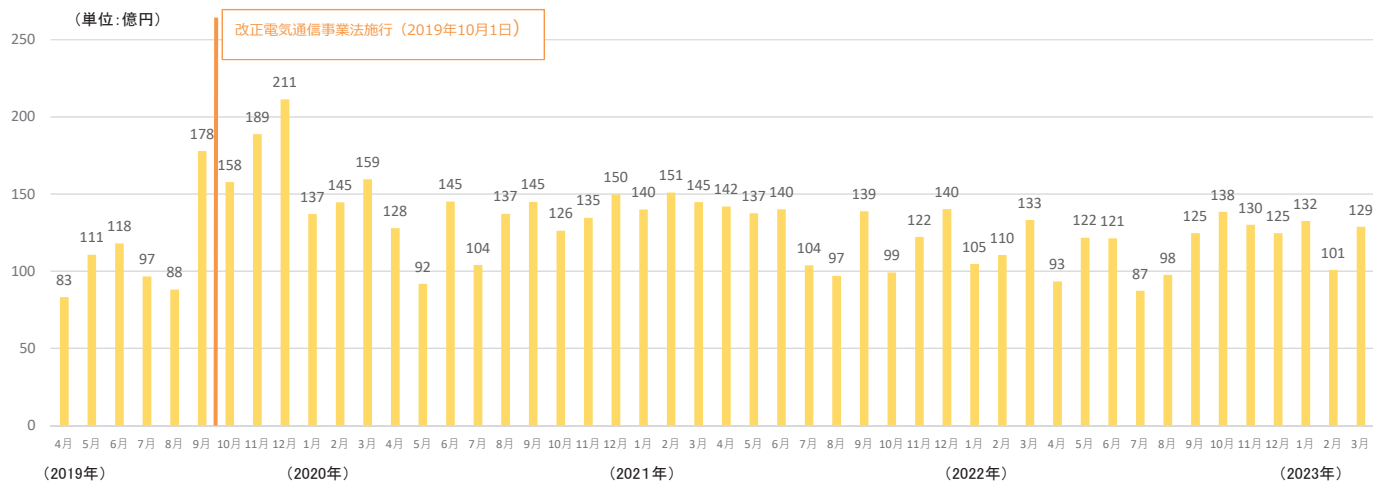


出典:電気通信事業報告規則に基づく報告及び事業者からの報告

1-(1)現状 メーカーへの支払金（指定事業者）

○ 2022年度の指定事業者からメーカーへの支払金は合計で1,401億円(▲4.6%)であり、月によって前年同月より多い月も少ない月もあるものの、全体として、大きな動きはなかった。

メーカーへの支払金



※ 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社のみの数値。

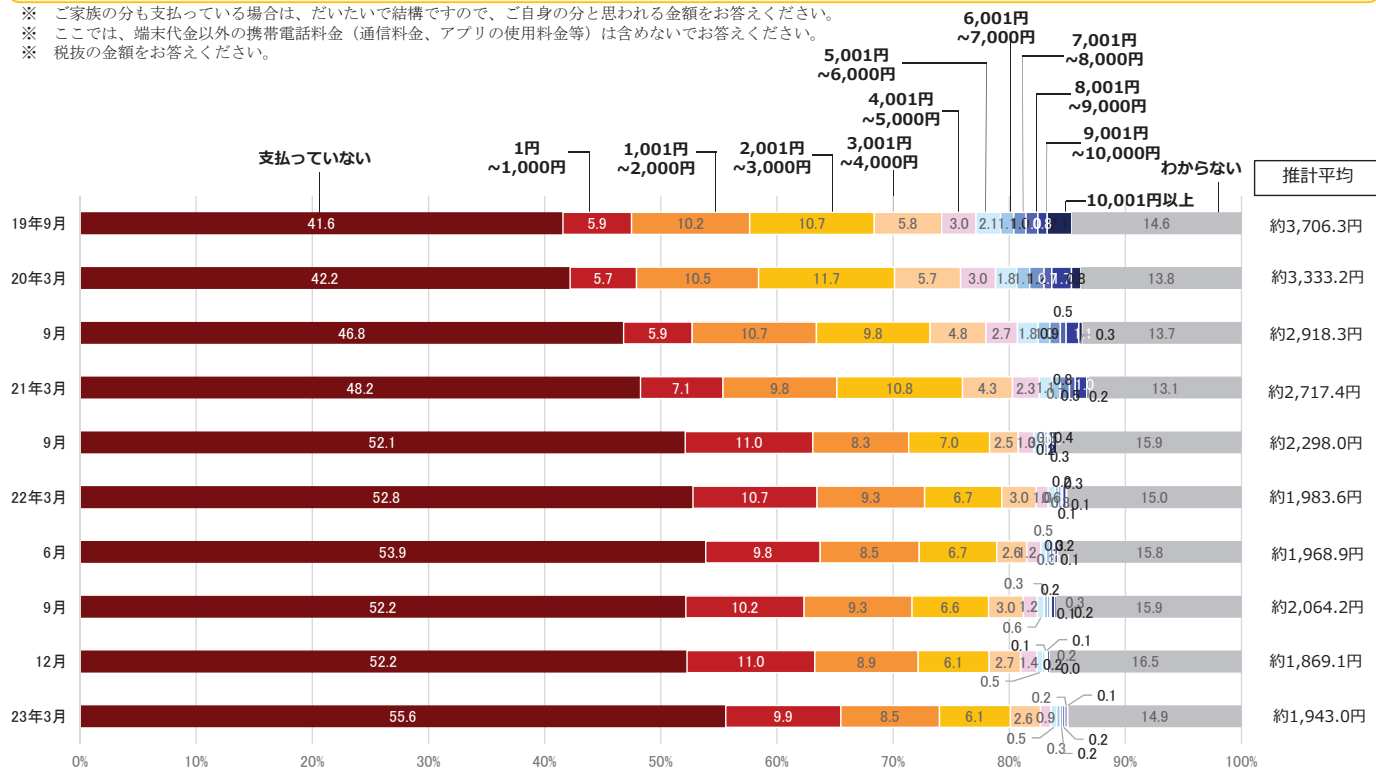
出典:電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

毎月の端末代金の支払額

問 あなたは、先ほどお答えいただいた支払いのうち、携帯電話の端末代金を月々いくらぐらい支払っていますか。

n=6,000 (19年9月のみn=6,001)

※ ご家族の分も支払っている場合は、だいたい結構ですので、ご自身の分と思われる金額をお答えください。
 ※ ここでは、端末代金以外の携帯電話料金（通話料金、アプリの使用料金等）は含めないでお答えください。
 ※ 税抜の金額をお答えください。



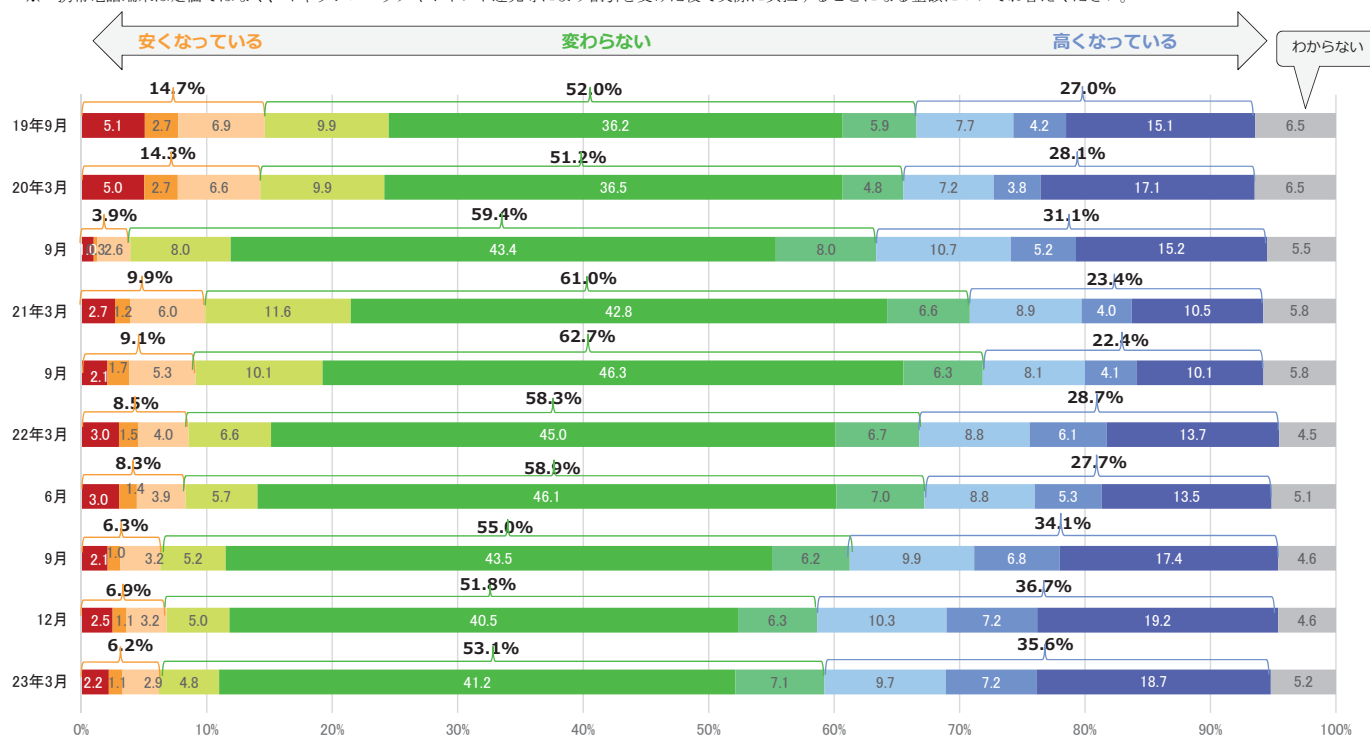
19年9月の推計平均は19年12月と20年3月「10,001円以上」の平均値を用いて算出

端末代金に関する意識

問 最近、日本の携帯電話料金、携帯電話端末の代金は安くなってきたとあなたは感じますか。

n=6,000 (19年9月のみn=6,001)

※ 安くなっていると思う方は「1」に近い数字、高くなっていると思う方は「9」に近い数字をお選びください。わからない方は、「わからない」をお選びください。
 ※ 携帯電話端末は定価ではなく、キャッシュバックやポイント還元等により割引を受けた後で実際に負担することになる金額についてお答えください。



5G端末の発売状況①（8万円以上）

○ 2022年4月から2023年6月にかけて、10万円以上の販売端末及びミリ波対応端末が増加している。

MNO各社が販売している5G端末(2023年6月1日時点)

黄色網掛けは2022年4月1日から2023年6月1日までに発売された端末 赤字はミリ波対応端末 ★は5GSA対応端末(要専用USIM) ☆は2022年冬のソフトウェアアップデートにより5GSA対応となる端末

	NTTドコモ	KDDI*	ソフトバンク*	楽天モバイル
10万円~	<ul style="list-style-type: none"> Galaxy Z Fold4 - 227,000円 (22/9/29)★ Galaxy Z Fold3 5G - 216,000円 (21/10/6) iPhone14 Pro Max - 183,500円 (22/9/16) AQUOS R7 - 180,000円(22/7/15)★ Galaxy S23 Ultra - 179,700円 (23/4/20)★ iPhone 13 Pro Max - 179,300円 (21/9/24) Xperia 1 IV - 173,520円(22/6/3)★ iPhone14 Pro - 158,300円(22/9/16) iPhone 13 Pro - 157,100円(21/9/24) Galaxy Z Flip4 - 145,000円 (22/9/29)★ iPhone14 Plus - 143,800円(22/10/7) Xperia 1 III - 140,400円(21/7/9) iPhone14 126,300円 - (22/9/16) iPhone 13 - 125,800円(21/9/24) Xperia 5IV - 124,800円(22/10/21) Galaxy S23 - 124,200円(23/4/20)★ Galaxy S22 - 115,920円(22/4/21)★ iPhone13 mini- 106,100円(21/9/24) 	<ul style="list-style-type: none"> Galaxy Z Fold4 - 227,236円 (22/9/29)★ iPhone14 Pro Max - 183,568円 (22/9/16) Galaxy S23 Ultra - 179,682円 (23/4/20)★ iPhone14 Pro - 159,873円(22/9/16) Galaxy Z Flip4 - 145,336円 (22/9/29)★ iPhone 14 Plus - 144,082円(22/10/7) Xperia 1 IV - 135,132円(22/6/3)★ iPhone14 127,855円 - (22/9/16) Galaxy S23 - 123,936円(23/4/20)★ Xperia 5IV - 122,636円(22/10/21)★ Google Pixel7 Pro - 122,636円 (22/10/13) iPhone 13 - 115,905円(21/9/24) 	<ul style="list-style-type: none"> LEITZ PHONE 2 - 204,873円 (22/11/18)★ iPhone14 Pro Max - 183,273円 (22/9/16)★ Xperia 1 IV - 171,491円(22/6/3)★ AQUOS R7 - 172,145円(22/7/8)★ iPhone14 Pro - 159,709円(22/9/16)★ iPhone 13 Pro Max- 145,309円(21/9/24) iPhone14 Plus - 144,000円(22/10/7)★ Xperia 5IV - 134,182円(22/10/21)★ iPhone 13 Pro - 132,218円(21/9/24) Xiaomi 12T Pro - 130,255円 (22/12/16)★ BALMUDA Phone - 130,255円 (21/11/26) iPhone14 127,636円 - (22/9/16)★ iPhone 13 - 125,673円(21/9/24) Xperia5 III - 125,018円(21/11/12)★ LEITZ PHONE 1 - 121,745円(21/7/16) AQUOS R6 - 121,745円(21/6/25) Google Pixel 7 Pro-119,782円 (22/10/13)★ Google Pixel 6 Pro - 115,855円 (21/10/28) iPhone13 mini - 106,036円(21/9/24) iPhone 12 - 101,455円(20/10/23) 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone14 Pro Max - 150,818円 (22/9/16) iPhone14 Pro - 137,182円(22/9/16) Galaxy S23 - 134,273円(23/4/20) Galaxy Z Flip4 - 127,091円(22/9/29) iPhone14 Plus - 123,545円(22/10/7) iPhone14 109,918円 - (22/9/16)
8~10万円	<ul style="list-style-type: none"> arrows N - 89,800円(23/2/10) Xperia 1 II - 82,000円 (20/6/18) 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone13 mini- 99,777円(21/9/24) Galaxy S22 - 81,036円(22/4/21)★ TORQUE 5G - 80,805円(21/3/26) 	<ul style="list-style-type: none"> Google Pixel 7 - 80,509円(22/10/13)★ 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone13 - 99,000円(21/9/23) Xperia 5IV - 97,182円(22/10/21) iPhone13 mini- 85,364円(21/9/24)

注1 オンライン直販のものに限る。価格は、令和5年6月1日時点の各社オンラインストア記載のもの(いずれも税抜)。注2 各機種の記事容量は、全て最小容量のものを記載。注3 括弧内の日付は発売日。
 *1 auブランドでの販売端末のみ記載。 *2 ソフトバンクブランドでの販売端末のみ記載。

5G端末の発売状況②（8万円未満）

MNO各社が販売している5G端末（2023年6月1日時点）

黄色網掛は2022年4月1日から2023年6月1日までに発売された端末 赤字はミリ波対応端末

	NTTドコモ	KDDI*1	ソフトバンク*2	楽天モバイル
6~8万円	<ul style="list-style-type: none"> Google Pixel 7a - 68,500円(23/5/11) iPhone SE3 - 66,700円(22/3/18) Galaxy A54 5G - 63,500円(23/5/25) 	<ul style="list-style-type: none"> Galaxy A54 5G - 67,936円(23/5/25) iPhone SE3 - 64,486円(22/3/18) Google Pixel 7 - 62,018円(22/10/13) 	<ul style="list-style-type: none"> Google Pixel6 - 77,891円(21/10/8) Google Pixel 7a - 72,655円(23/5/11)★ Xperia 10IV - 68,073円(22/7/8)★ AQUOS zero 6 - 68,073円(21/10/18) iPhone SE3 - 66,764円(22/3/18) AQUOS sense7 plus - 63,491円(22/10/7)★ Google Pixel 6a - 61,527円(22/7/28) 	
4~6万円	<ul style="list-style-type: none"> Xperia 10 IV - 58,320円(22/7/8) Galaxy A53 - 54,000円(22/5/27) AQUOS sense6 - 51,840円(21/11/11) AQUOS sense7 - 49,300円(22/11/11) 	<ul style="list-style-type: none"> Google Pixel 7a - 58,082円(23/5/11) AQUOS sense7 - 54,091円(22/11/11)★ Google Pixel 6a - 48,427円(22/7/28) Xperia 10 IV - 44,982円(22/7/8) Galaxy A53 5G - 40,145円(22/5/27)★ 	<ul style="list-style-type: none"> Google Pixel 5a(21/8/26) - 58,909円 シンプルスマホ6 - 49,745円(22/4/8) 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone SE3 - 57,091円(22/3/18) AQUOS zero6 - 51,800円(21/10/14) AQUOS sense7 - 45,436円(22/11/4) Xperia 10 IV - 45,273円(22/7/8)
0~4万円	<ul style="list-style-type: none"> Xperia Ace III - 31,280円(22/6/10) Galaxy A23 5G - 30,400円(22/10/27) AQUOS wish2 - 20,000円(22/6/24) arrows We - 20,000円(21/12/3) 	<ul style="list-style-type: none"> BASIO active - 36,273円(22/10/28) Galaxy A23 5G - 33,600円(22/10/27) Xperia Ace III - 23,018円(22/6/10) Redmi Note10 JE - 26,150円(21/8/13) AQUOS wish - 23,800円(22/1/14) arrows We - 23,800円(21/12/3) 	<ul style="list-style-type: none"> Redmi Note 10T - 24,873円(22/4/22) arrows We - 24,873円(21/12/3) OPPO A55s 5G - 24,873円(21/11/26) Redmi Note 9T - 19,636円(21/2/26) 	<ul style="list-style-type: none"> Redmi Note11Pro 5G - 33,618円(22/5/30) OPPO Reno7 A - 31,800円(22/6/30) AQUOS sense6s - 30,636円(22/7/29) Galaxy A23 5G - 27,091円(22/11/22) AQUOS wish - 27,091円(22/1/21) OPPO A55s 5G - 23,545円(21/11/26) Rakuten Hand 5G - 17,274円(22/2/14)

注1 価格は、令和5年6月1日時点の各社オンラインストア記載のもの（※は発売時点のもの）（いずれも税抜）。注2 各機種種の記憶容量は、全て最小容量のものを記載。注3 括弧内の日付は発売日。
*1 auブランドでの販売端末のみ記載。*2 ソフトバンクブランドでの販売端末のみ記載。

3-(1)現状 RMJ資料 ①

○ 第30回WG RMJ資料から抜粋

2. 改正法施行後の中古端末市場（RMJデータ）について

SLIDE No. 3

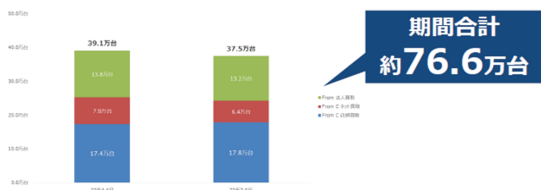
リユースモバイル・ジャパン 2022年度上期分データ集計結果

1. RMJ正会員企業の総店舗数

1869店舗

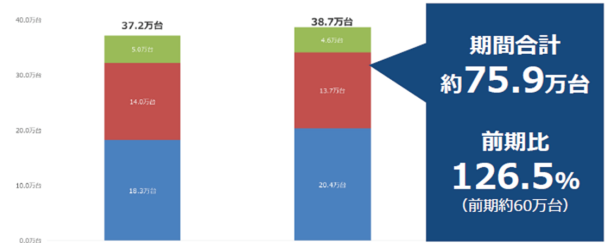
※ RMJ正会員企業16社による22年9月末時点のリユースモバイル端末の買取と販売を共に行うリアル店舗数

2. RMJ正会員企業による買取合計台数（1-2Q）



※OSを問わず、リユース・リサイクル（ジャンク含む）対象のスマートフォンの買取台数

3. RMJ正会員企業による販売関連データ（1-2Q）



※OSを問わず、リユース・リサイクル（ジャンク含む）対象のスマートフォンの販売高
※ 国内の店舗販売、ネット販売が対象。BtoB、BtoC問わない
※ クラウドは除外して算出

販売データ		1Q	2Q	期間集計
販売関連	販売台数	372,000台	387,000台	759,000台
	販売高	7,070,000千円	8,870,000千円	15,940,000千円
	販売単価	19,005円	22,920円	21,001円
OS構成	iOS	49%	53%	51%
	Android	38%	36%	36%
	Others	13%	12%	13%
チャネル構成比	店頭	50%	50%	50%
	EC	17%	18%	18%
	法人	33%	32%	32%

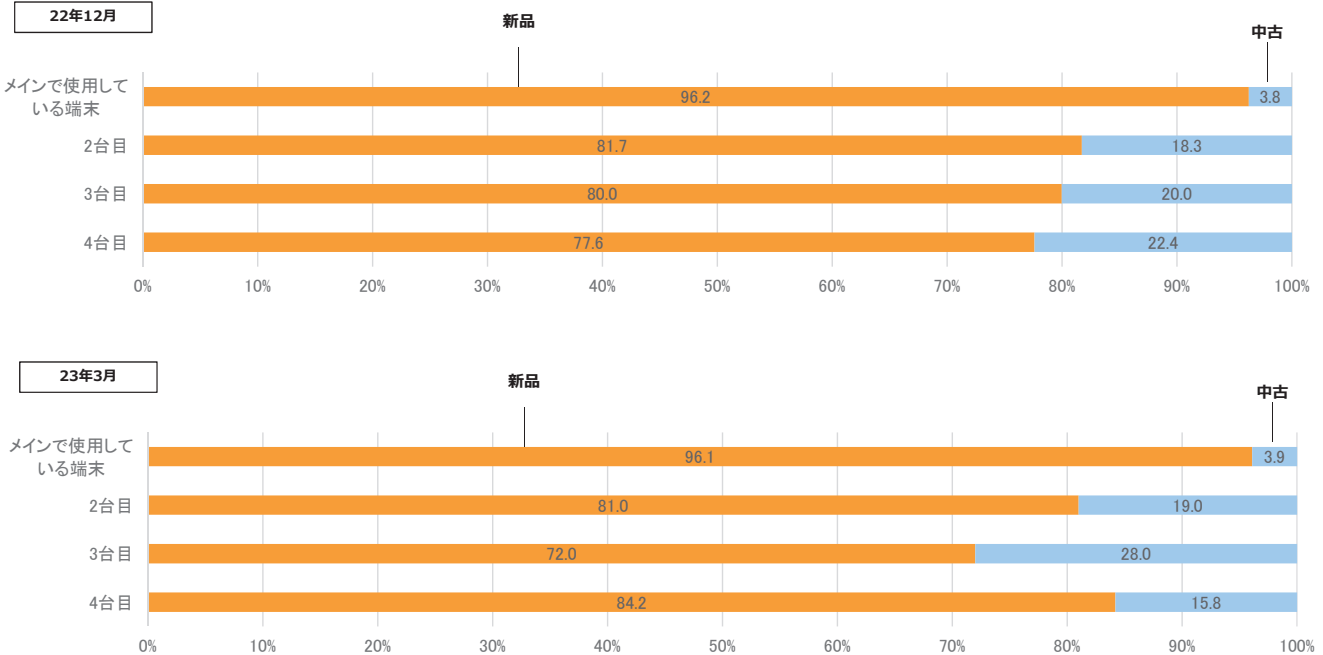
利用者意識調査（仕様端末の新品、中古の別）

50

問 現在使用している台数に応じ、新品で入手したか、中古で入手したかそれぞれお選びください。

(メインで使用している端末) n=6,000
 22年12月：(2台目) n=507 (3台目) n=83 (4台目) n=32
 23年3月：(2台目) n=470 (3台目) n=93 (4台目) n=32

※ メインで使用している端末を含めて利用頻度が高い順に4台目までお答えください。

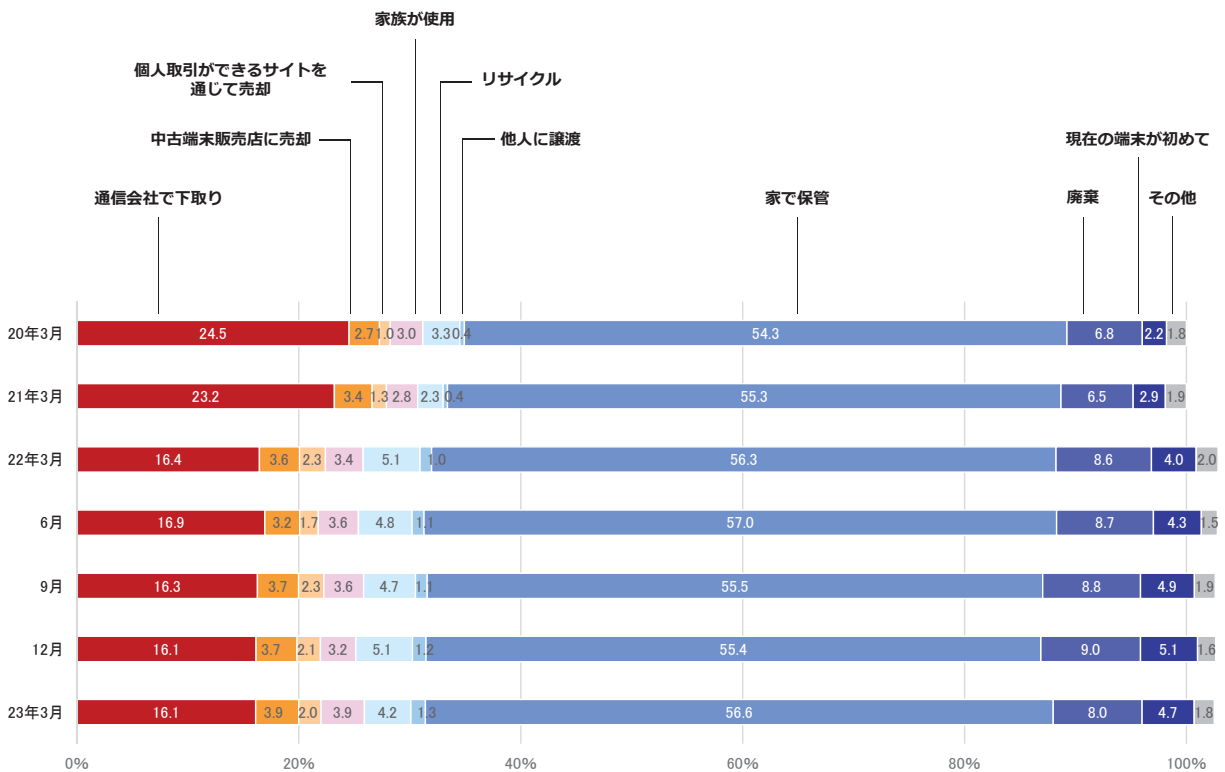


利用者意識調査（使用していた携帯電話端末の扱い）

51

問 あなたは、現在使っている携帯電話端末の前に使っていた携帯電話端末をどうしましたか。

n=6,000

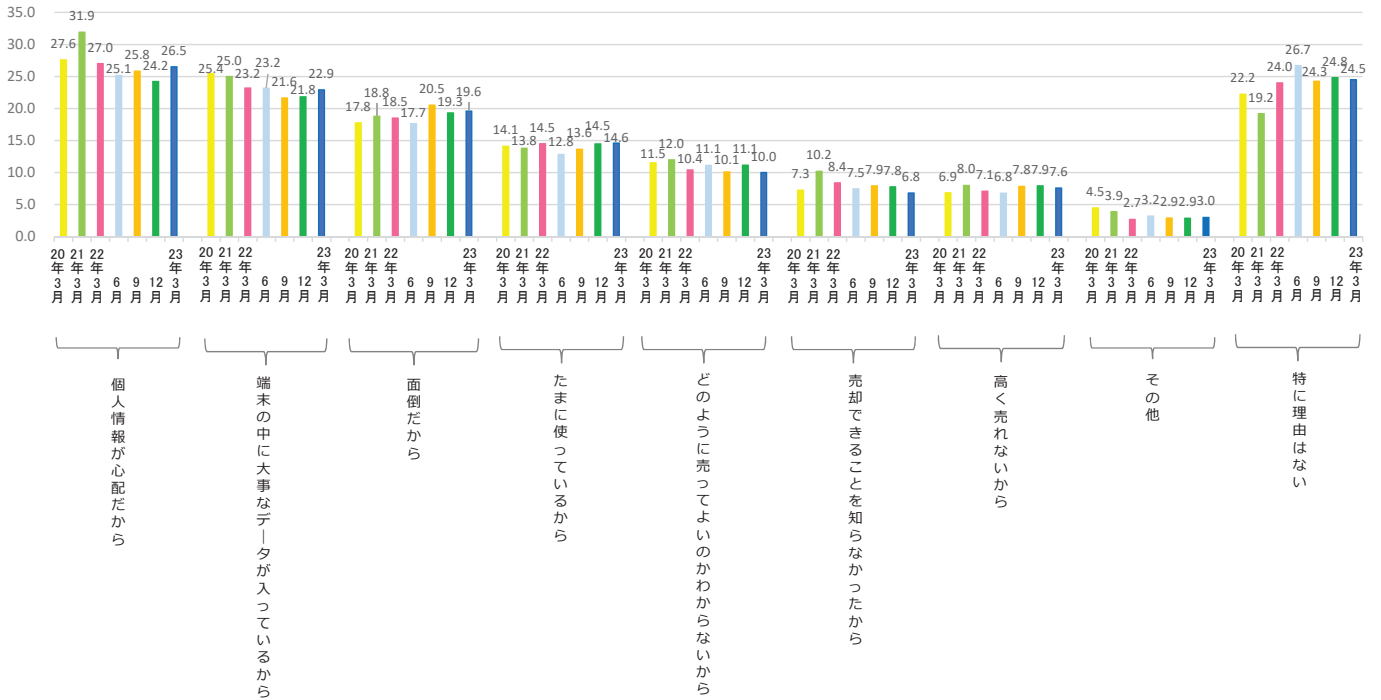


利用者意識調査（家で保管する理由）

問 あなたは、どうしてその端末を家で保管しているのですか。あてはまるものを全てお選びください。

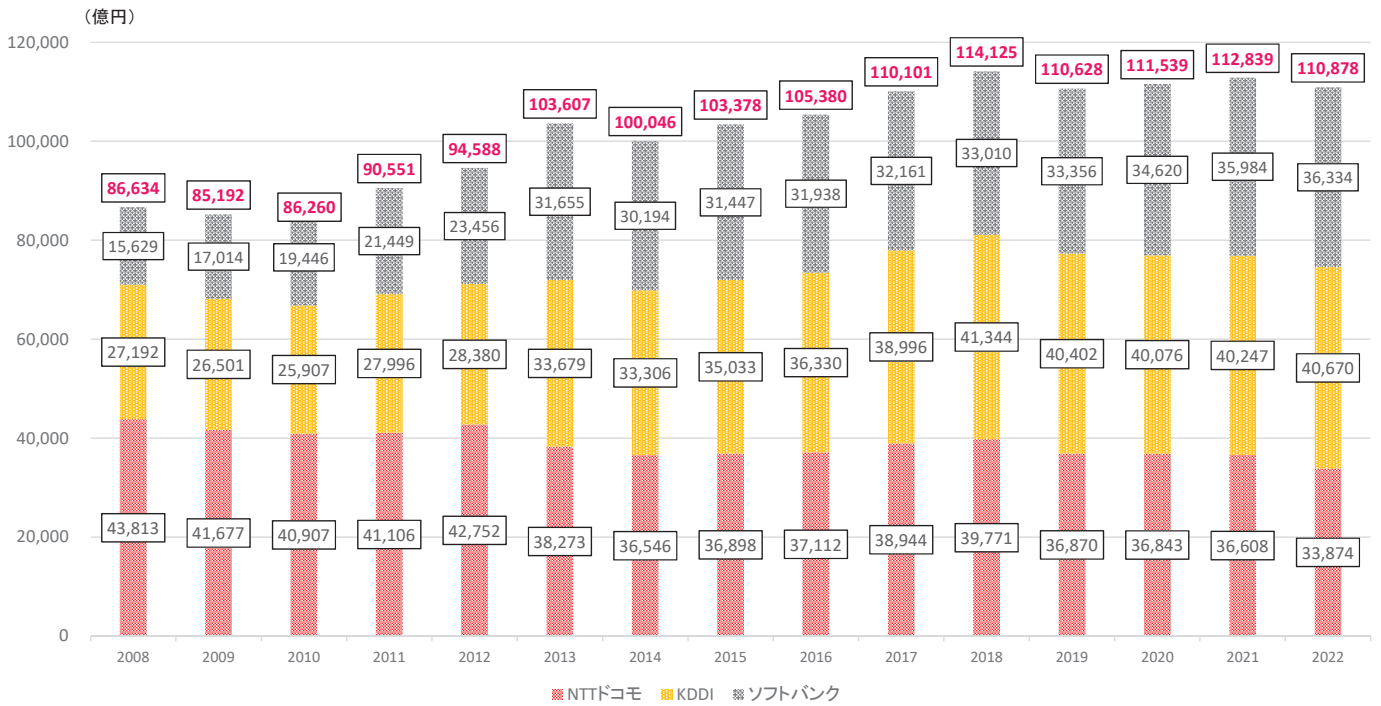
(20年3月) n=3,259 (21年3月) n=3,321
(22年3月) n=3,377 (6月) n=3,421 (9月) n=3,329 (12月) n=3,326 (23年3月) n=3,395

※ 前問で「家で保管している」を選択した者に対する質問。
(%)



I-3 モバイル市場の現況と分析 (3) 事業者の経営状況

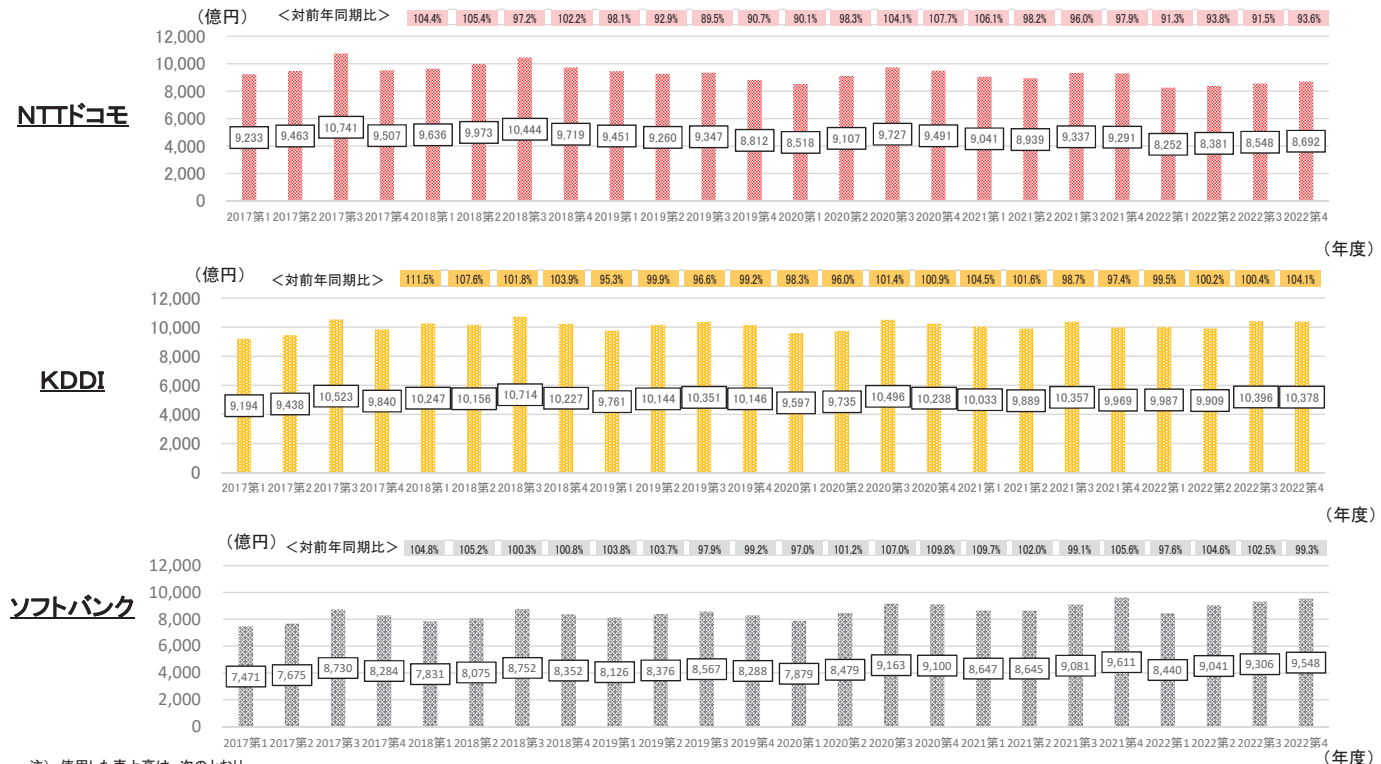
通信事業に係る売上の推移 (MNO 3社)



注) 使用した営業利益は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)、2022年度以降は再編後のNTTドコモグループの消費者通信に係るもの。
 【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの(固定等含む)、2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの、2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランドARPU付加価値収入を引いたもの。
 【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、2017年度以降は消費者事業及び法人事業に係るもの(固定等含む)。

出典: 各社決算資料

通信事業に係る売上の推移 (MNO 3社・四半期)

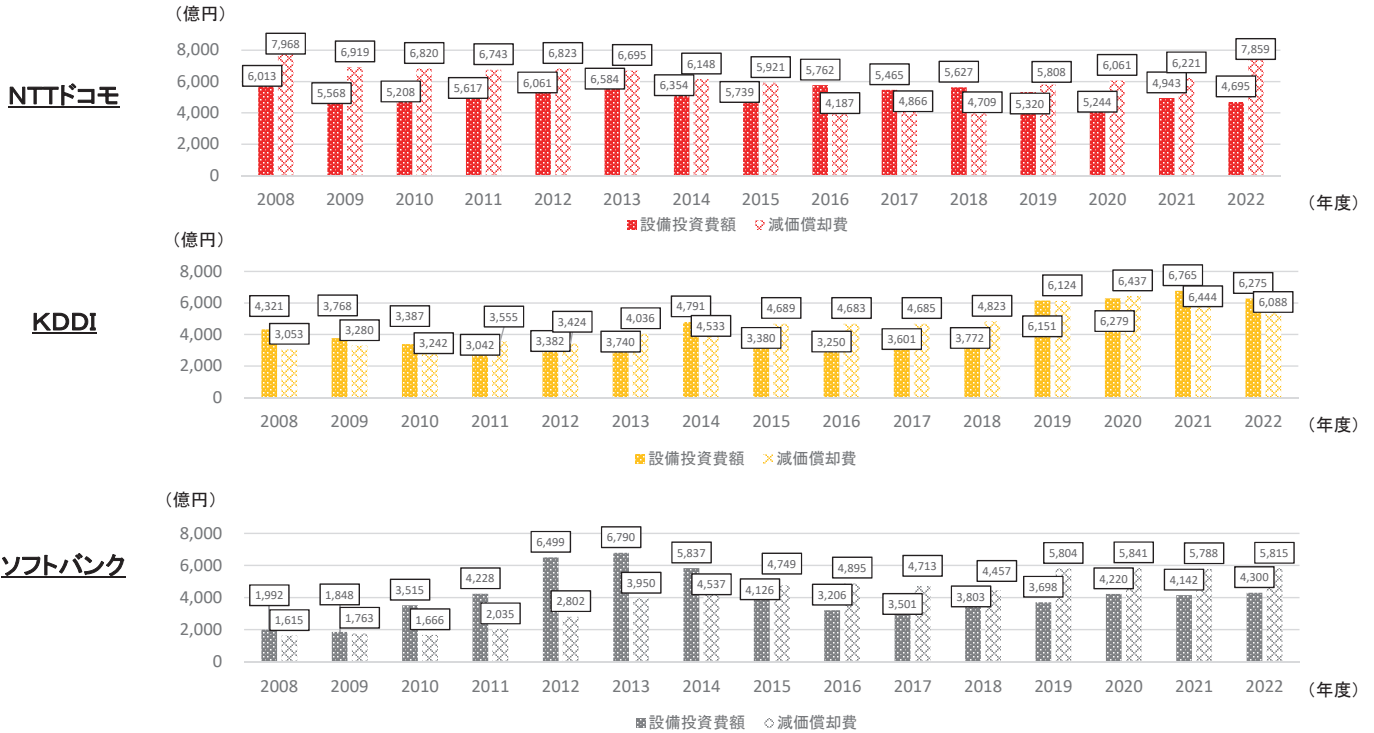


注) 使用した売上高は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2017年度～2020年度は通信事業に係るもの、2022年度以降は再編後のNTTドコモグループの消費者通信に係るもの
 【KDDI】 2017年度はパーソナルセグメントに係るもの、2019年度はセグメント変更あり、2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの、2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランドARPU付加価値収入を引いたもの
 【ソフトバンク】 2017年度以降は消費者事業及び法人事業に係るもの(固定等含む)。

出典: 各社決算資料

通信事業に係る設備投資額及び減価償却費の推移 (MNO 3 社)

56

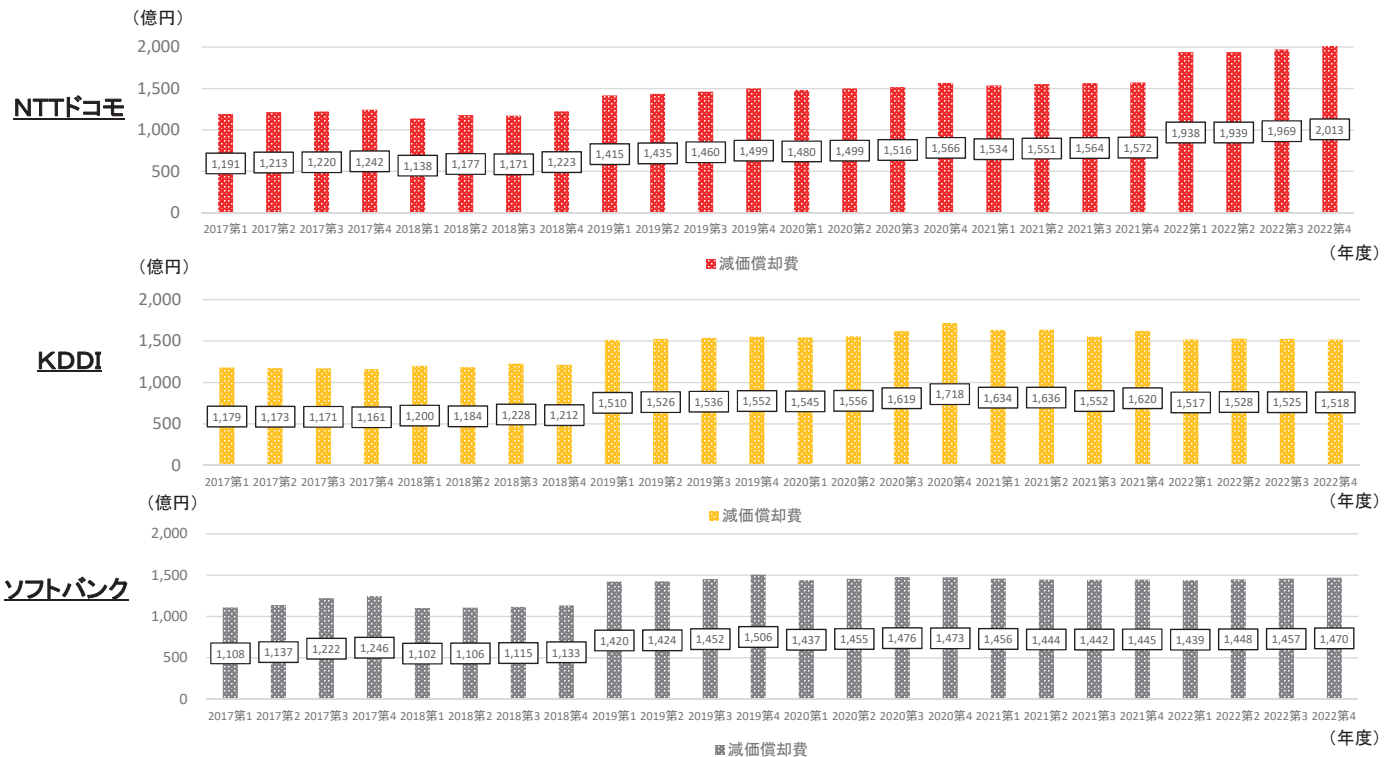


注) 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業(固定等含む)に係るもの。
 2017年度～2021年度は、設備投資額は通信事業(固定等含む)に係るもの、減価償却費は連結、2022年度は、設備投資額は消費者通信のにかかるもの、減価償却費はNTTドコモグループに係るもの。
 【KDDI】 2018年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。
 2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの、2019年度以降の設備投資額は連結。
 【ソフトバンク】2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業(固定等含む)に係るもの、2017年度から2021年度までは、設備投資額は連結に係るもの、減価償却費は消費者事業及び法人事業(固定等含む)に係るもの、2022年度は設備投資額は設備投資額(消費者・法人)と設備投資額(その他)の合計、減価償却費は消費者事業及び法人事業(固定等含む)に係るもの。

出典: 各社決算資料

通信事業に係る減価償却費の推移 (MNO 3 社・四半期)

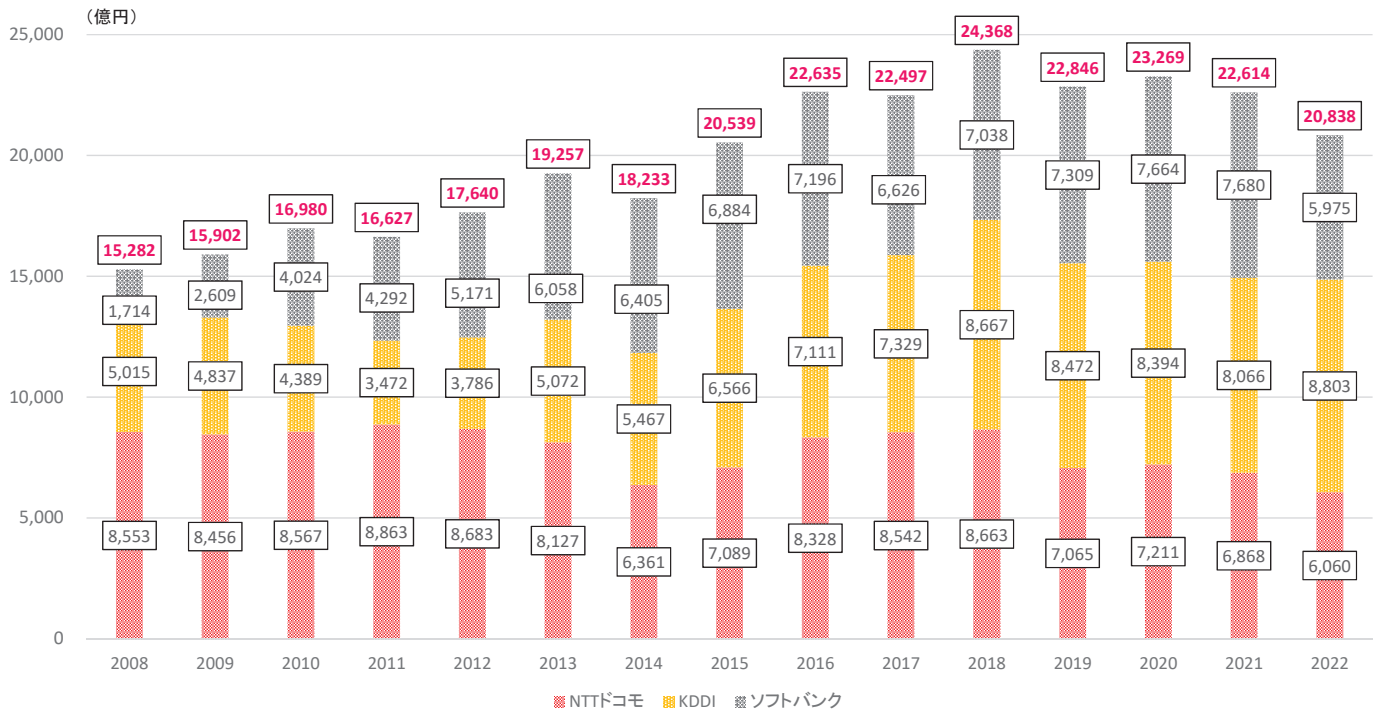
57



注) 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業(固定等含む)に係るもの。
 2017年度～2021年度は、設備投資額は通信事業(固定等含む)に係るもの、減価償却費は連結、2022年度は、設備投資額は消費者通信のにかかるもの、減価償却費はNTTドコモグループに係るもの。
 【KDDI】 2018年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。
 2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの、2019年度以降の設備投資額は連結。
 【ソフトバンク】2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業(固定等含む)に係るもの、2017年度から2021年度までは、設備投資額は連結に係るもの、減価償却費は消費者事業及び法人事業(固定等含む)に係るもの、2022年度は設備投資額は設備投資額(消費者・法人)と設備投資額(その他)の合計、減価償却費は消費者事業及び法人事業(固定等含む)に係るもの。

出典: 各社決算資料

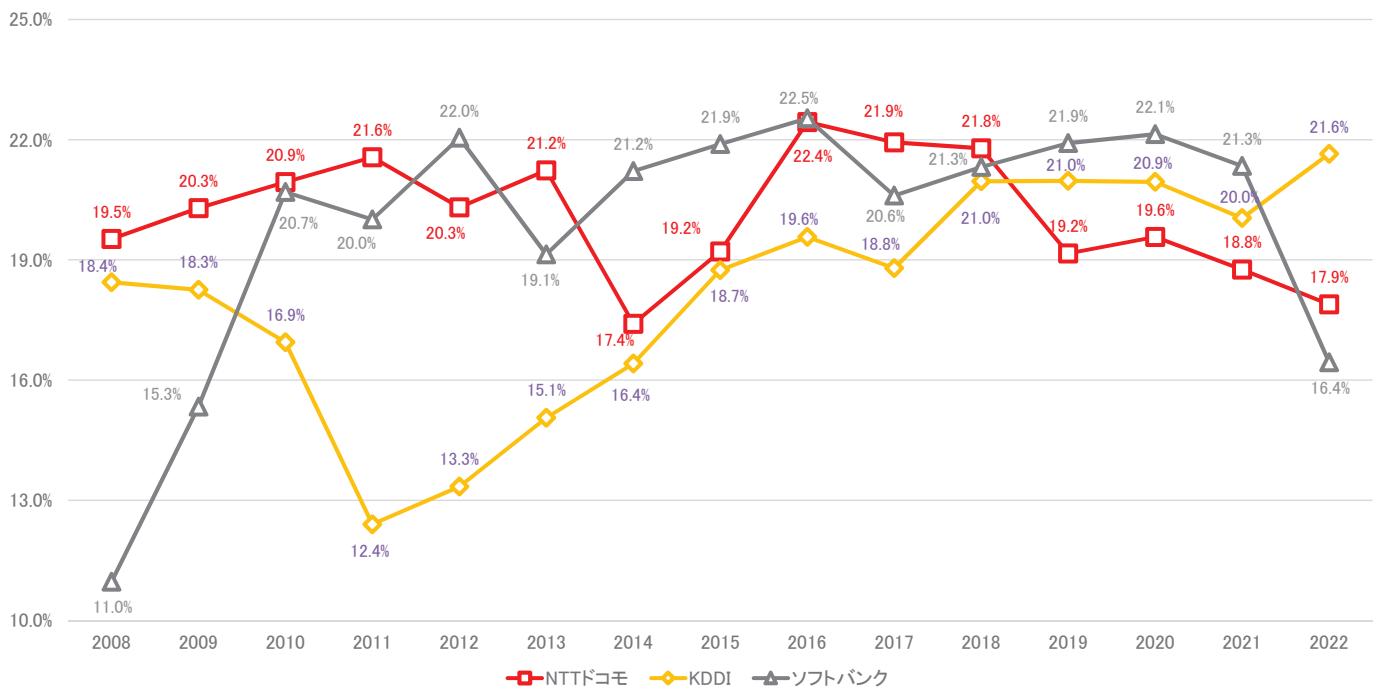
通信事業に係る営業利益の推移 (MNO 3社)



注) 使用した営業利益は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループの消費者通信に係るもの。
 【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの(固定等含む)。
 2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの、2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランドARPU付加価値収入を引いたもの。
 【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、
 2017年度以降は消費者事業及び法人事業に係るもの(固定等含む)。

出典: 各社決算資料

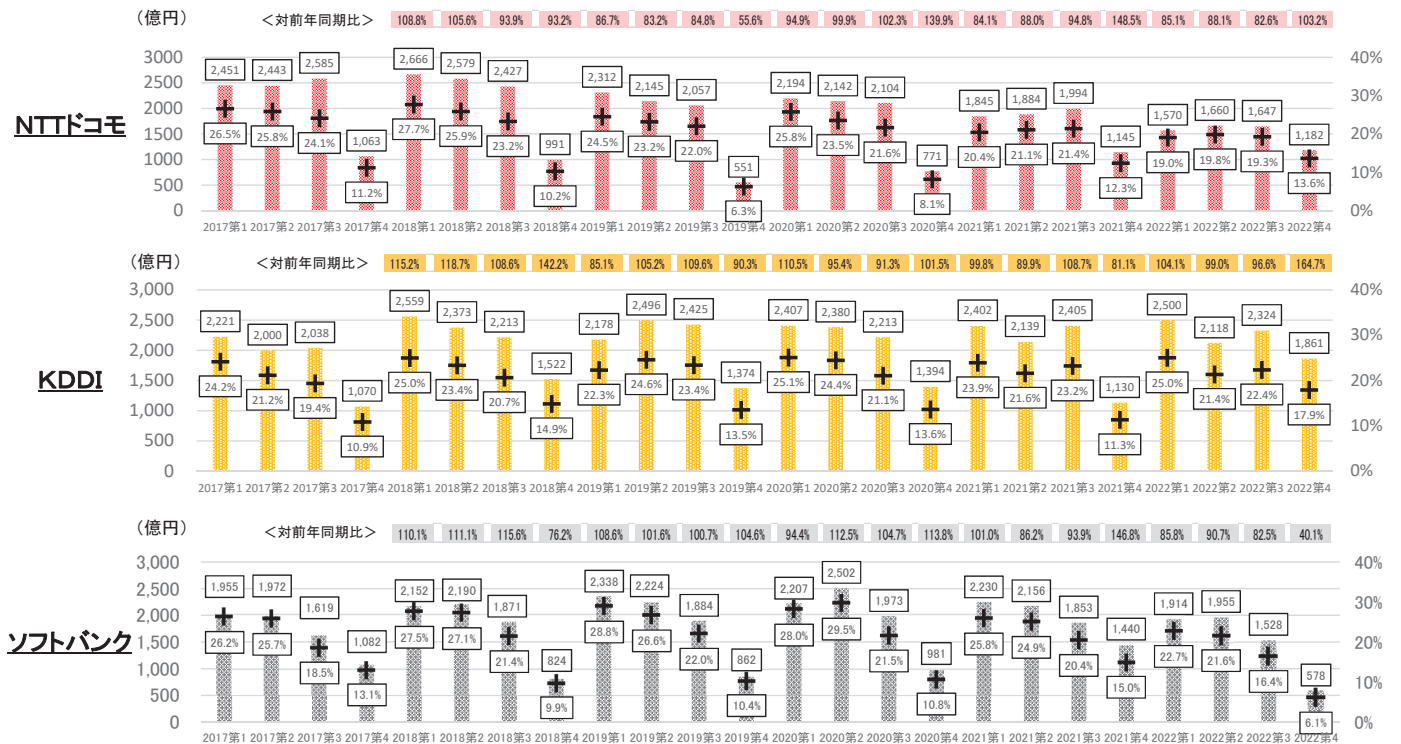
通信事業に係る営業利益率の推移 (MNO 3社)



注) 使用した営業利益は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループの消費者通信に係るもの。
 【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの(固定等含む)。
 2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの、2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランドARPU付加価値収入を引いたもの。
 【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、
 2017年度以降は消費者事業及び法人事業に係るもの(固定等含む)。

出典: 各社決算資料

通信事業に係る営業利益及び売上高営業利益率の推移 (MNO 3社・四半期)



注) 使用した営業利益は、次のとおり。
 【NTTドコモ】 2017年度～2020年度は通信事業に係るもの。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループの消費者マ通信に係るもの
 【KDDI】 2017年度はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。
 【ソフトバンク】 2017年度以降は消費者マ事業及び法人事業に係るもの(固定等含む)。
 2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランドARPU付加価値収入を引いたもの

出典: 各社決算資料

携帯料金の低廉化の影響 (MNO 3社)

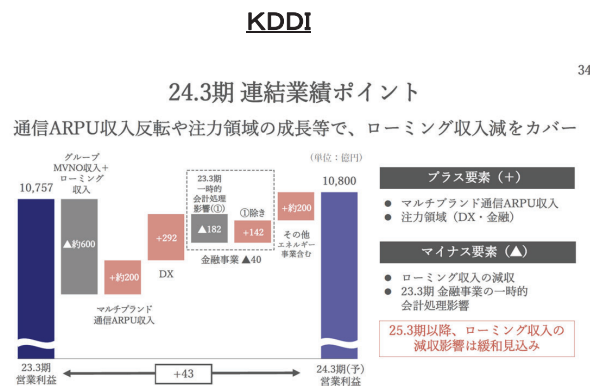
○ MNO3社は、2022年度の決算報告において2023年末以降の携帯料金の低廉化の影響による、モバイル通信事業の営業利益への影響について言及している。

NTTドコモ

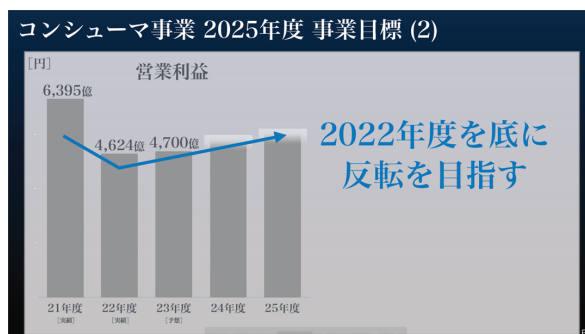
2023年度 セグメント別業績予想

- 成長事業である法人・スマートライフは更なる拡大をめざす
- 消費者マ通信は増益に転換へ

セグメント	2022年度実績	2023年度業績見通し	対前年比	
			増減	増減率
法人	営業収益 18,057	18,800	+743	+4.1%
	営業利益 2,826	3,120	+294	+10.4%
スマートライフ	営業収益 11,145	11,250	+105	+0.9%
	営業利益 2,053	2,350	+297	+14.5%
消費者マ通信	営業収益 33,874	33,700	▲174	▲0.5%
	営業利益 6,060	6,170	+110	+1.8%

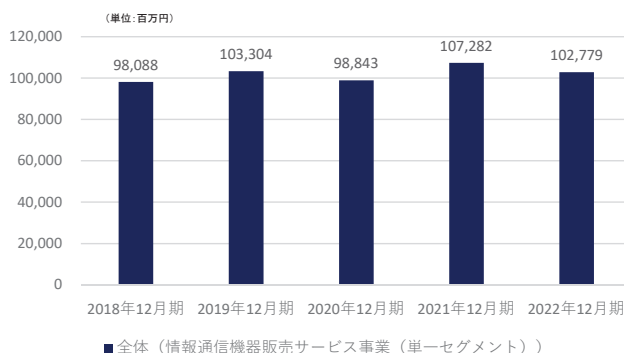
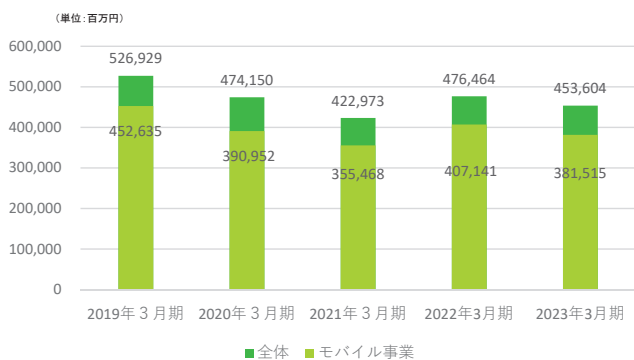


ソフトバンク



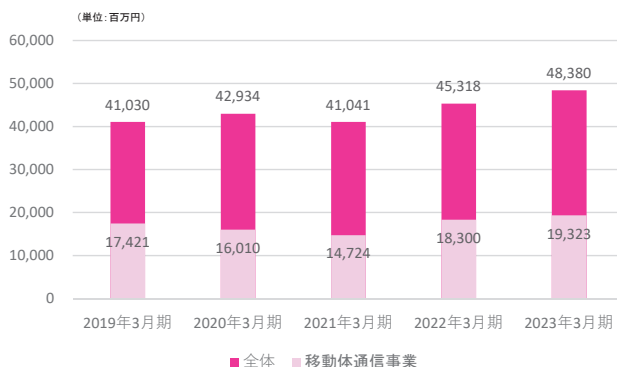
出典: 各社決算プレゼンテーション資料

代理店各社の売上高（過去5年間）



ティーガイア (連結)

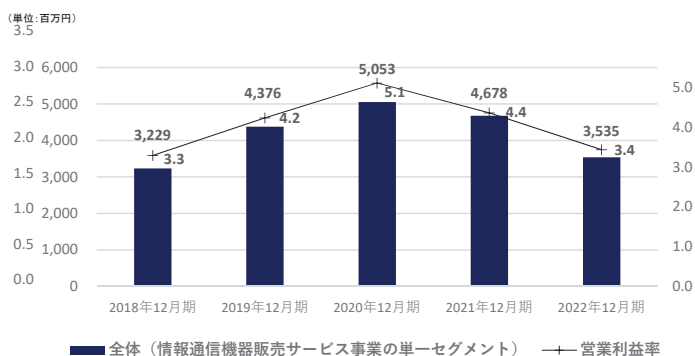
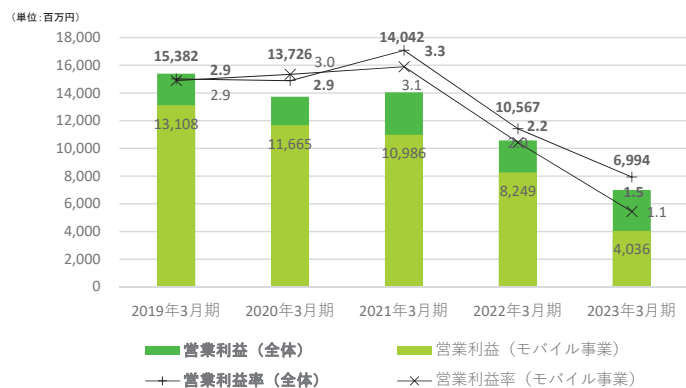
ベルパーク (連結)



クロップス (連結)

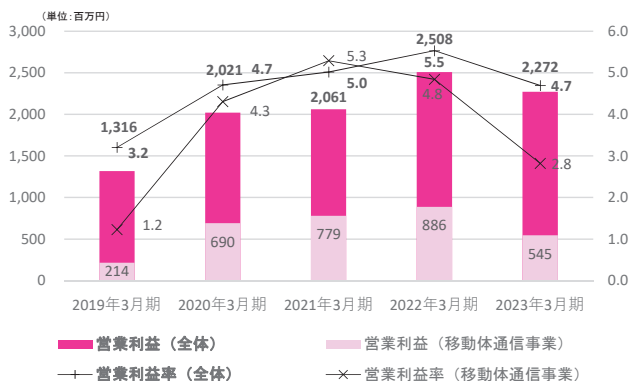
出典:各社決算資料

代理店各社の営業利益（過去5年間）



ティーガイア (連結)

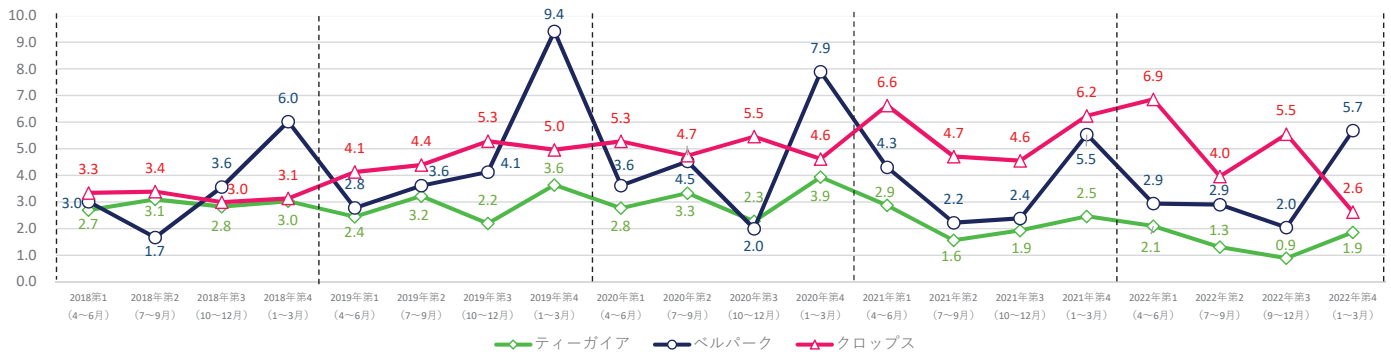
ベルパーク (連結)



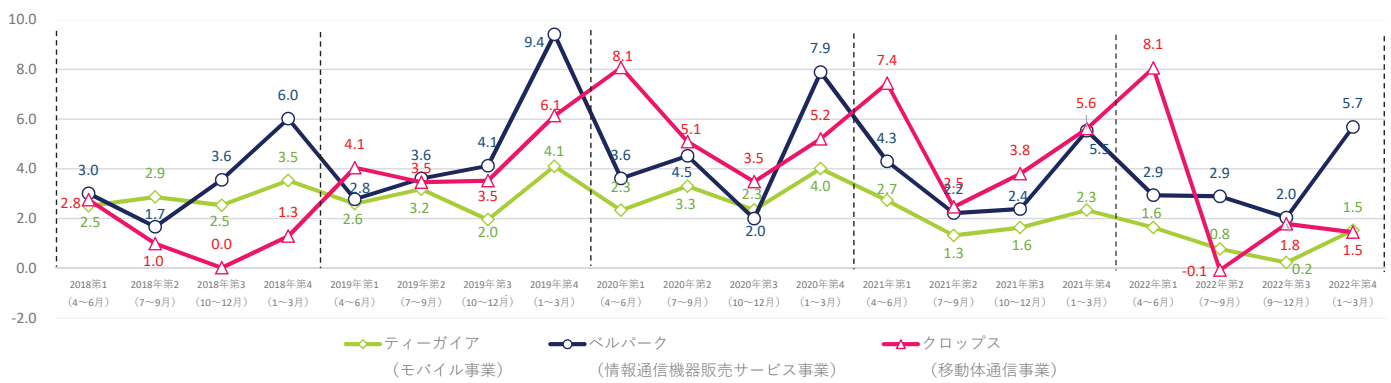
クロップス (連結)

出典:各社決算資料

代理店各社の営業利益率



全体



セグメント

出典: 各社決算資料

Ⅲ 事業法第27条の3の施行状況に関する検討

- 2019年改正事業法（電気通信事業法の一部を改正する法律）は、2019年5月に全会一致で成立し、同年10月から施行
- 2019年改正事業法においては、法律の施行後3年を経過した場合には、改正条項の施行状況について検討し、必要に応じて、所要の措置を講ずることが定められている（附則第6条）。
- 2022年10月で、2019年改正事業法の施行から3年を迎えることから、上記の検討を開始する必要がある。

○電気通信事業法の一部を改正する法律(令和元年法律第5号) 附則

(検討)

第六条 政府は、この法律の施行後三年を経過した場合において、この法律による改正後の規定の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

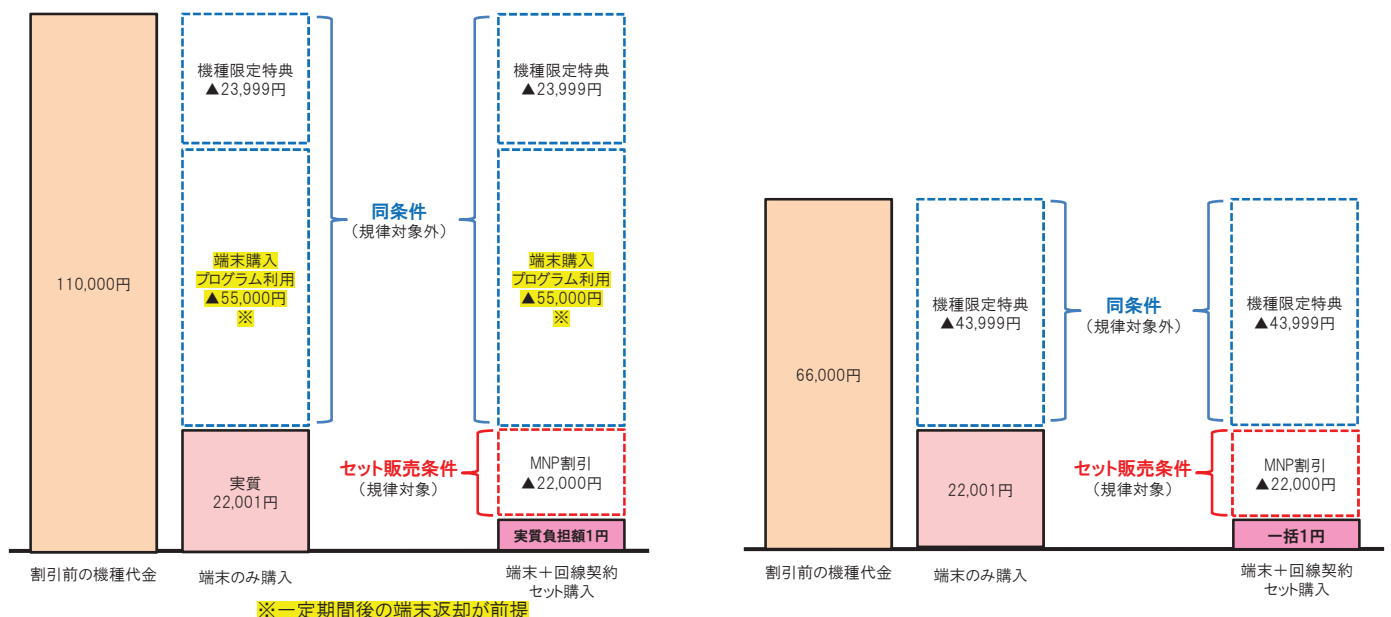
いわゆる「一括〇円」等を訴求しての端末販売について

- 2021年夏～秋頃から、MNO4社は最新の高額端末等について、セット販売と端末単体販売に対する同条件での割引（事業法第27条の3対象外）と、セット販売が条件の割引（事業法第27条の3対象）を組み合わせ、いわゆる「**実質負担額〇円**」や「**一括〇円**」を訴求しての端末販売を実施。
 ⇒ 乗換え利用者の獲得競争が激化していることを受け、上記の形で大幅な安値販売が行われた結果、「無意味な乗換え」や「転売ヤーの跋扈」といった新たな課題が発生

例:いわゆる「実質負担額1円」

※楽天モバイルを除く

例:いわゆる「一括1円」



不良在庫端末に係る例外の対象機種数

68

- 不良在庫端末に係る例外は、3事業者で、延べ362機種（うちスマホは258機種）。
- iOS144機種、Android215機種（うちスマートフォンは、iOS90機種、Android174機種）で、いずれも、1年以上の特例（半額までの値引き）、2年以上の特例（8割までの値引き）の両方あり。

(2023年6月1日時点)

事業者名	対象機種数(OS別)				合計※3,4
	iOS		Android		
	半額まで 値引き可※1	8割まで 値引き可※2	半額まで 値引き可※1	8割まで 値引き可※2	
株式会社NTTドコモ	0機種 (0機種)	17機種 (11機種)	0機種 (0機種)	11機種 (9機種)	28機種 (20機種)
KDDI株式会社	15機種 (10機種)	68機種 (37機種)	19機種 (18機種)	147機種 (111機種)	252機種 (176機種)
ソフトバンク株式会社	3機種 (3機種)	41機種 (29機種)	8機種 (8機種)	30機種 (28機種)	85機種 (68機種)
合計※3	18機種 (13機種)	126機種 (77機種)	27機種 (26機種)	188機種 (148機種)	362機種 (258機種)

※1 電気通信事業法施行規則第22条の2の16第1項第2号イ(1)に掲げる端末(製造が中止されておらず、最終調達日から24月が経過しているもの)又は同号イ(2)に掲げる端末(製造が中止されており、最終調達日から12月が経過しているもの)については、対照価格の半額までの値引きが可能。
 ※2 電気通信事業法施行規則第22条の2の16第1項第2号イ(3)に掲げる端末(製造が中止されており、最終調達日から24月が経過しているもの)については、対照価格の8割までの値引きが可能。
 ※3 同一機種が複数の事業者において対象となっている場合、重複して計上されているため、延べの合計となる。
 ※4 OSが搭載されていないモバイルルータ等を含む。
 注 括弧内は、うちスマートフォンの機種数。

現在販売されている廉価端末（スマートフォン）一覧

69

- 下記8事業者で販売されている廉価端末（スマートフォン）は、延べ24機種。

(税抜。2023年6月1日時点)

事業者名	発売時期	機種名	販売価格
NTTドコモ	2021年12月3日	arrows We	20,000円
	2022年6月24日	AQUOS wish2	20,000円
KDDI	2019年10月25日	Galaxy A20	20,000円
	2020年2月7日	BASIO4	20,000円
ソフトバンク	2020年1月17日	キッズフォン2	16,364円
	2021年2月26日	Redmi Note 9T	19,636円
	2022年1月29日※	iPhone8 64GB (SoftBank Certified)	19,855円
	2022年12月15日	Libero 5G III	19,996円
	2023年1月27日	キッズフォン3	18,982円
楽天モバイル	2022年2月14日	Rakuten Hand 5G	17,274円
ビッグローブ	2022年9月1日	moto e32s	19,200円

事業者名	発売時期	機種名	販売価格
IIJ	2019年6月24日	iPhone8 64GB (中古・美品)	19,100円
	2023年4月1日	Redmi 12C	16,200円
	2023年4月21日	moto g13	18,000円
オプテージ	2022年7月22日	moto e32s	18,000円
	2022年10月21日	OPPO A77	18,000円
	2023年4月3日	Redmi 12C	16,800円
	2023年5月12日	moto g13	19,440円
NTTレゾナント	2021年11月26日	OPPO A55s 5G	14,546円
	2022年3月10日	Redmi Note 11	20,000円
	2022年9月30日	moto g32	12,728円
	2022年10月6日	OPPO A77	19,273円
	2022年12月22日	moto e32s	6,364円
	2023年3月16日	Redmi 12C	5,455円
計：24機種(重複排除:17機種)			

※SoftBank Certifiedにおける取扱い開始時期。

出典：各社HP

IV- 1 乗換えコストの更なる改善 端末保証サービス

MNO 4 社の端末補償サービス①

(税抜。2023年6月1日現在)

71

名称	NTTドコモ				KDDI		
	ケータイ補償サービス ※ iPhoneについては、AppleCare+ for iPhoneも加入可能。	ケータイ補償サービス (持込機種での加入)	smartあんしん補償 ※ iPhoneについては、AppleCare+ for iPhoneも加入可能。	smartあんしん補償 (持込機種での加入)	故障紛失サポート	故障紛失サポート with Cloud	故障紛失サポート with AppleCare Services & iCloud+
月額料金	330円～1,000円	500円～1,000円	300円～900円	300円～900円	380円～660円 (Galaxy Fold, Galaxy Z Flipは1,190円) 500円 (au Certified)	900円	1,030円～1,511円
対象端末	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android フィーチャーフォン 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android フィーチャーフォン ※ ただし、2022年9月15日以降に発売した機種に限る(一部機種除く)	<ul style="list-style-type: none"> iPhone Android ※ ただし、2022年9月15日以降に発売した機種に限る(一部機種除く)	<ul style="list-style-type: none"> Android フィーチャーフォン au Certified 	<ul style="list-style-type: none"> Android 	<ul style="list-style-type: none"> iPhone
補償内容 ※ 端末に係る補償に関する内容を記載	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換又は店頭交換 故障修理 紛失盗難補償 等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理(自社販売品のみ) 等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換又は店頭交換 故障修理 紛失盗難補償 等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理(自社販売品のみ) 等 	<Android> <ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償 等 <au Certified> <ul style="list-style-type: none"> 配送交換 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償 等 	<ul style="list-style-type: none"> 配送交換 故障修理 紛失盗難補償 等
回線契約者以外の加入	○ (2021年9月28日～) ※ ahamoでは、非回線契約者への端末販売は行っていない。	×	○ ※ ahamoでは、非回線契約者への端末販売は行っていない。	×	○ (2022年5月17日～)		
端末購入時以外の加入	×	— (回線契約後14日以内)	×	— (回線契約後14日以内)	×		
回線契約解除後の継続加入	○ (2021年9月28日～)	×	○	×	○ (2022年5月17日～)		
備考	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、テ-タ復旧サービス(有償)等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> SIM単体契約者用 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、テ-タ復旧サービス(有償、Androidは対象外)等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、テ-タ復旧サービス(有償)・イエナカ機器補償(無償)等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> SIM単体契約者用 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、テ-タ復旧サービス(有償、Androidは対象外)・イエナカ機器補償(無償)等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、テ-タ復旧サービス(有償)等を提供。 		

出典：各社HP

MNO 4 社の端末補償サービス②

(税抜、2023年6月1日現在)

72

名称	ソフトバンク											
	ソフトバンク						Y!mobile					
	あんしん保証 バックリスト	あんしん保証 バックプラス	あんしん保証 バック	あんしん保証 バックライト	あんしん保証 バックWith Apple Care Services	あんしん保証バック Certified	故障安心 バックプラス	故障安心 バックS	持込端末保証	持込端末保証 with AppleCare Services		
月額料金	900円	650円	500円	300円	890円～1,455円	500円	690円	500円	650円	863円～1,136円		
対象端末	・ Android (GooglePixel、一部 SHARPのみ)	・ Android (GooglePixel、一部 SHARP以外) ・ フィーチャーフォン	・ フィーチャーフォン	・ キックスケータイ	・ iPhone	・ iPhone(SoftBank Certified)	・ iPhone ・ Android	・ フィーチャーフォン	・ Android	・ iPhone		
補償内容 <small>※ 端末に係る補償に 関する内容を記載</small>	・ 配送交換 ・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等 ・ 即日修理	・ 配送交換 ・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等 ・ 即日修理 (GooglePixelのみ)	・ 配送交換 ・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等	・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等	・ 配送交換 ・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等 <small>※ AppleCareサービスの製品保証を加入期間中提供。 ※ 故障修理時には修理 代金相当のPayPayポイント を付与。</small>	・ 配送交換	・ 配送交換又は 店頭交換 ・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等	・ 故障修理 ・ 紛失盗難補償 等	・ 配送交換 ・ 取り換え ・ 紛失捜索 等	・ 配送交換 ・ 紛失盗難補償 等 <small>※ AppleCareサービスの製品保証を加入期間中 提供。</small>		
回線契約者 以外の加入	○	○ (2021年7月14日～)				○	×→○ (2023年2月1日～)		×	×		
端末購入時 以外の加入		× (機種購入日のみ)					× (店頭は機種購入日のみ)		— <small>(店舗での回線契約時は契約日のみ、オンラインストアでの契約時は、利用開始後14日以内)</small>	— <small>(店舗での回線契約時は契約日のみ、オンラインストアでの契約時は、利用開始後14日以内)</small>		
回線契約解除 後の継続加入	○	○ (2021年7月14日～) <small>※ 提供以降に加入した者が対象</small>				○	×→○ (2023年2月1日～)		×	×		
備考	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(無償)、遠隔サポートサービス等を提供。(あんしん保証バック、あんしん保証バックライトを除く) 						<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(無償)を提供。 		<ul style="list-style-type: none"> SIM単体契約者用 取り換え時は所定の手数料を支払うことで指定機種(Android、iPad)を交換。 端末紛失時に紛失したおおよその場所を利用者が確認できるサービスを提供。 		<ul style="list-style-type: none"> SIM単体契約者用 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 その他、データ復旧サービス(無償)、端末紛失時に紛失したおおよその場所を利用者が確認できるサービスも提供。 	

出典：各社HP

MNO 4 社の端末補償サービス③

(税抜、2023年6月1日現在)

73

楽天モバイル				
名称	スマホ交換保証プラス	持ち込みスマホあんしん保証	故障紛失保証 with AppleCare Services	あんしん保証with AppleCare Services for Apple Watch
月額料金	650円	650円～1,190円	727円～1,327円	255円～591円
対象端末	・ Android	・ Android ・ iPhone	・ iPhone	・ AppleWatch
補償内容 <small>※ 端末に係る補償に 関する内容を記載</small>	・ 配送交換 ・ 紛失盗難補償 等	・ 配送交換	・ 配送交換 ・ 故障修理 ・ 盗難紛失補償 等 <small>※ AppleCareサービスの製品保証を加入期間中提供。</small>	・ 配送交換 ・ 故障修理
回線契約者 以外の加入	○	×	○	○
端末購入時 以外の加入	×	— <small>(回線契約から30日以内のみ)</small>	×	×
回線契約解除 後の継続加入	○	×	○	○
備考	<ul style="list-style-type: none"> その他、遠隔サポートサービス等を提供。 	<ul style="list-style-type: none"> SIM単体契約者用 サービス加入後、30日以内に保証対象製品を登録する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。 	<ul style="list-style-type: none"> 修理時には追加料金(サービス非加入時より割引)が必要となる場合あり。

出典：各社HP

端末補償サービスに関するMNO 4社の対応状況①

(2023年6月1日現在)

74

	NTTドコモ	KDDI
キャリア・メーカーにおいて既に修理の受付を終了している端末に関する取扱い		
■ 端末補償サービスの扱い	・加入継続	【Android端末又はフィーチャーフォン】 ・加入継続 【iPhone】 ・契約対象モデルのApple社での修理受付が終了となった際にお客様告知の上で端末補償サービスの契約を終了。 【au Certified】 ・加入継続
■ 修理・交換申請があった場合の対応	・交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。	【Android端末又はフィーチャーフォン】 ・修理を申し込まれた端末がAndroid端末又はフィーチャーフォンであった場合は、同一機種又は同等以上の別機種に交換。 【iPhone】 - 【au Certified】 ・修理を申し込まれた端末がAndroid端末又はau Certifiedであった場合は、同一機種又は同等以上の別機種に交換。
■ 利用者への案内	・修理終了時期を自社HPで周知。 ・機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。 ・メーカー修理終了となる場合、利用者へ個別の案内は行っていない。 ・交換用在庫が用意できない場合、交換申請を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。	・修理終了時期を自社HPで周知。 ・機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。(Android端末又はフィーチャーフォン) ・メーカー修理終了となる場合、利用者へ個別の案内は行っていない。 ・交換用在庫が用意できない場合、交換申請を受けた際に同等以上の自社指定機種と交換する旨を案内。(Android端末又はフィーチャーフォン)
顧客情報の削除		
■ 回線契約解約後の顧客情報の扱い	・必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ・回線契約を解約した場合であっても、端末補償サービスが継続していれば顧客情報は削除されない。 ※ 顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	・必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ・回線契約を解約した場合であっても、端末補償サービスが継続していれば顧客情報は削除されない。 ※ 顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。

出典：各社HP

端末補償サービスに関するMNO 4社の対応状況②

(2023年6月1日現在)

75

	ソフトバンク		楽天モバイル
	ソフトバンク	Y!mobile	
キャリア・メーカーにおいて既に修理の受付を終了している端末に関する取扱い			
■ 端末補償サービスの扱い	・加入継続	・加入継続	・加入継続
■ 修理・交換申請があった場合の対応	・交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 ・端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。	・交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 ・端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。	・交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 ・修理対応期間が終了している場合、端末修理は受け付けられない。(iPhone・AppleWatch)
■ 利用者への案内	・メーカーにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止及び自社指定機種を特別価格で機種変更可能な旨を周知。 ・個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。	・メーカーにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止を周知。 ・個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。	・修理終了時期を自社HPで周知。 ・機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。 ・メーカー修理終了となる場合、利用者へ個別にメールを送信し、HPの情報で周知。(iPhone・AppleWatch) ・メーカー修理終了となる場合、利用者へ個別の案内は行っていない。(Android) ・交換用在庫が用意できない場合、交換申請を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。
顧客情報の削除			
■ 回線契約解約後の顧客情報の扱い	・必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※ 端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 ・回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※ 顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	・必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※ 端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 ・回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※ 顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	・通信契約者向け端末保証サービスについては回線契約解約後に、端末購入者向け端末保証サービスについては同サービス解約後に、必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状①

(税抜、2023年6月1日現在)

76

		NTTドコモ	KDDI	KDDI (UQモバイル)
インターネット回線	施策	①ドコモ光セット割 ②home 5Gセット割	auスマートバリュー	自宅セット割(インターネットコース)
	特典	月額200円～1,000円の割引(携帯電話の通信料金) ※新規受付停止プランをご利用の場合は100円～3,500円の割引	月額500円～2,000円の割引(携帯電話の通信料金)	月額500円～1,000円の割引(携帯電話の通信料金)
	条件	①ドコモ光を契約すること - 契約期間2年(自動更新)、 契約解除料3,800円(マンション)又は2,700～5,000円(戸建て) ※2022年6月申込分までは従来通り、8,000円(マンション)又は13,000円(戸建て) - 契約期間なし ②home 5Gを契約すること - 契約期間なし	「auひかり」や対象のご自宅のインターネットまたは「auスマートポート」「au ホームルーター 5G」「WiMAX +5G」を契約すること auひかり(au one net) - 契約期間3年(自動更新)、 契約解除料4,300円(ホーム・ずっとギガ得プラン) - 契約期間2年(自動更新) 契約解除料4,055円(ホーム・ギガ得プラン) 契約解除料2,082円(マンション、お得プランA) 契約解除料2,482円(マンション、お得プラン) - 契約期間なし	「auひかり」や対象のご自宅のインターネットまたは「auスマートポート」「au ホームルーター 5G」「WiMAX +5G」を契約すること auひかり(au one net) - 契約期間3年(自動更新) 契約解除料4,300円(ホーム・ずっとギガ得プラン) - 契約期間2年(自動更新) 契約解除料4,055円(ホーム・ギガ得プラン) 契約解除料2,082円(マンション、お得プランA) 契約解除料2,482円(マンション、お得プラン) - 契約期間なし
	備考	①・②携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる	・契約解除料はいずれもauひかり(au one net)の場合。他のインターネット回線に関する契約期間 ・契約解除料は、インターネット回線提供事業者による ・携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる	・契約解除料はいずれもauひかり(au one net)の場合。他のインターネット回線に関する契約期間 ・契約解除料は、インターネット回線提供事業者による ・携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる
固定電話	施策	homeでんわセット割	ホームプラス電話	
	特典	月額480円の割引(homeでんわ利用料金)	月額350円の割引(ホームプラス電話利用料金)	
	条件	「homeでんわ」契約者と同一「ファミリー割引」グループ内に、対象プラン契約者がいること(対象プラン：5Gギガホ プレミア/5Gギガホ/5Gギガライト/ギガホ プレミア/ギガホ/ギガライト/はじめてスマホプラン/U15はじめてスマホプラン/ahamo/home 5Gプラン)	Wi-Fiルータを有しており、かつホームプラス電話を契約すること	
	備考	-	-	
電気	施策	ドコモでんき	auでんき	自宅セット割(でんきコース)
	特典	利用料金の1%～6%をポイントで還元(電気料金)	利用料金の0.5%～1%をポイントで還元(電気料金)	月額500円～1,000円の割引(携帯電話の通信料金)
	条件	ドコモでんきを利用していること	auでんきを利用していること	auでんきを利用していること
	備考	毎月の電気料金に応じて還元額が異なる	毎月の電気料金に応じて還元額が異なる	携帯電話の料金プランによって、割引額が異なる

注)携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状②

(税抜、2023年6月1日現在)

77

		NTTドコモ	KDDI	KDDI (UQモバイル)
保険	施策		auの生命ほけん	
	特典		月額200円の割引(最大60か月間、携帯電話の通信料金)	
	条件		au生命ほけんに加入すること	
	備考		povo1.0、povo2.0、UQ mobile (5G対応料金プラン)、UQ mobile (4G LTE料金対応プラン) をご契約のお客さまは保険料還付金の対象外	
	施策		au自動車ほけん	
	特典		500円から1,000円に割引額が拡大(「eサービス(証券不発行)割引」)	
	条件		au自動車ほけんに加入すること	
	備考		割引適用は初年度のみ povo2.0、UQ mobile (4G LTE料金対応プラン) をご契約のお客さまは割引対象外	

注)携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状③

(税抜、2023年6月1日現在)

78

		NTTドコモ	KDDI	KDDI (UQモバイル)
コンテンツ	施策	Disney+	Netflix/Apple Music/YouTube Premium/TELASA/Paravi/FOD/Amazonプライム/DAZN/GeForce NOW Powered by au/ビッコム	
	特典	月額料金990円(税込)が最大6か月間無料	①月額料金990円(税込)が無料 (Netflixベーシックプラン)、②月額料金1,080円(税込)が無料 (Apple Music)、③月額料金1,180円(税込)が無料 (YouTube Premium)、④月額料金618円(税込)が無料 (TELASA)、⑤月額料金1,017円(税込)が無料 (Paraviベーシックプラン)、⑥月額料金976円(税込)が無料 (FODプレミアム)、⑦月額料金500円(税込)が無料 (Amazonプライム)、⑧月額料金3,700円(税込)が無料 (DAZN)、⑨月額料金1,980円(税込)が無料 (GeForce NOW Powered by au)、⑩月額料金700円(税込)が無料 (ビッコム)	
	条件	ドコモの対象料金プラン等 (5Gギガホ プレミア/5Gギガホ/5Gギガライト/ギガホ プレミア/ギガホ/ギガライト/ahamo) を契約しており、対象サービスに加入すること及びキャンペーンのエントリーすること	対象料金プラン及び対象サービスに加入すること	
	備考		料金プランによって、対象となるコンテンツが異なる。どのコンテンツが対象となるかは以下の通り。 使い放題MAX 5G with Amazonプライム: ④⑦、使い放題MAX 5G DAZNパック、使い放題MAX 4G DAZNパック: ⑧、使い放題MAX 5G Netflixパック、使い放題MAX 4G Netflixパック: ①④、使い放題MAX 5G Netflixパック(P)、使い放題MAX 4G Netflixパック(P): ①④⑦、使い放題MAX 5G テレビパック、使い放題MAX 4G テレビパック: ④⑤⑥、使い放題MAX 5G ALL STARパック 2: ①②③④⑦⑧⑨⑩	
	施策	Disney+/Netflix/Lemino プレミアム/YouTube Premium/Spotify Premium/DAZN for docomo	Apple Music/DAZN/YouTube Premium/GeForce NOW Powered by au/ビッコム	
	特典	対象サービスの月額料金 (税抜) の10%~25%のdポイントを還元	月額料金1,080円(税込)が6か月間無料 (Apple Music)、月額料金3,700円(税込)が3か月間無料、有料期間中の請求料金から毎月110円(税込)割引 (DAZN)、月額料金1,180円(税込)が3か月間無料 (YouTube Premium)、月額料金1,980円(税込)から毎月330円(税込)割引 (GeForce NOW Powered by au)、月額700円(税込)が2か月間無料 (ビッコム)	
条件	ドコモの対象料金プラン等 (5Gギガホ プレミア/ギガホ プレミア/ahamo/5Gギガホ/ギガホ/ギガホ2 (Xi) /ギガホ: 定期契約なし/ギガホ2: 定期契約なし/ギガホ プレミア: 2年定期) を契約しており、対象サービスに加入していること	auのスマートフォン(5G/4G LTE)で対象料金プランを契約しており、対象サービスに加入すること (Apple Music/DAZN/YouTube Premium/ビッコム) auの携帯電話(5G/4G LTE/3G)をご契約されている方で、GeForce NOW Powered by au (auスマートパスプレミアム版は除く) に加入していること (GeForce NOW Powered by au) auの対象料金プランを契約しており、UQ mobileの対象料金プランを契約しており、対象サービスに加入すること (Apple Music/DAZN/YouTube Premium/ビッコム) UQ mobileの対象料金プランを契約しており、GeForce NOW Powered by au (auスマートパスプレミアム版は除く) に加入していること (GeForce NOW Powered by au)		
備考		特典は初回申込時のみ (Apple Music/DAZN/YouTube Premium/ビッコム)		
その他	施策	①dカード ②dカード GOLD	au住宅ローン	
	特典	①・② 月額170円の割引 (携帯電話の通信料金) ② 毎月、携帯電話料金等の10%をポイントで還元等	住宅ローンの適用金利から最大年0.07%引き下げ (2022年7月1日現在)	
	条件	① dカード又はdカードGOLDに加入し、かつ定期契約なしの対象料金プラン契約で、利用料金の支払方法をdカード又はdカードGOLDに設定すること ② dカードGOLDに加入すること	① auじぶん銀行口座へ登録したau IDの回線がauの家族割プラスに加入していること ② ①の回線を含め、家族割プラスのカウント対象が2回線以上存在していること ③ auじぶん銀行 住宅ローンを新たにお借入れ ④ 条件①~③すべてを満たし、適用判定日までに手続きが完了していること	
	備考	-	-	

注) 携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典: 各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状④

(税抜、2023年6月1日現在)

79

		ソフトバンク	ソフトバンク (Y!mobile)	楽天モバイル (MNO)
インターネット回線	施策	①SoftBank 光 ②SoftBank Air		
	特典	月額500円~1,000円の割引 (携帯電話の通信料金)	月額500~1,080円の割引 (携帯電話の通信料金)	
	条件	①SoftBank 光を契約すること - 契約期間 5年 (自動更新)、契約解除料4,700~5,300円 - 2年 (自動更新)、契約解除料3,800~5,800円 - 契約期間なし (ソフトバンクのみ) ※指定オプションへの加入が必要 ②SoftBank Airを契約すること - 契約期間なし (2021/7/1~)	①SoftBank 光を契約すること - 契約期間 5年 (自動更新)、契約解除料4,700~5,300円 - 2年 (自動更新)、契約解除料3,800~6,300円 ※指定オプションへの加入が必要 ②SoftBank Airを契約すること - 契約期間なし (2021/7/1~)	
	備考	①・②携帯電話のデータ通信契約に応じて割引額が異なる	・家族割引との重疊不可 ・携帯電話のデータ通信契約に応じて割引額が異なる	
固定電話	施策	おうちのてんわ		
	特典	月額480円の割引 (おうちのてんわ利用料金)		
	条件	おうちのてんわを契約すること		
	備考	②SoftBank Air、またはソフトバンク携帯電話とのセット	②SoftBank Air、またはY!mobile携帯電話とのセット	
電気	施策	おうちでんき		
	特典	最初の2年間は月額100円、3年目以降は月額50円の割引 (携帯電話/タブレット/固定通信サービスなどの通信料金)		
	条件	おうちでんきを利用すること - 契約期間 1年 (自動更新)、契約解除料500円		
	備考	割引は各回線に適用 (最大10回線)		
保険	施策	ソフトバンクかんたん保険		
	特典	携帯電話契約者のみ加入可		
	条件	-		
	備考	-		
コンテンツ	施策	Yahoo!プレミアム		楽天ミュージック
	特典	月額料金462円が無料 (Yahoo!プレミアム)		初回90日無料、無料期間後も月額200円の割引
	条件	Yahoo!プレミアムの自動ログインの設定を行うこと		・Rakuten最強プランへの加入 ・キャンペーンコードを入力して楽天ミュージックをお申し込み
	備考	Yahoo!プレミアムの特典は、Yahoo!ショッピング利用時のポイントを10倍還元等	Yahoo!プレミアムの特典は、Yahoo!ショッピング利用時のポイントを5倍還元等	-

注) 携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典: 各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状⑤

(税抜、2023年6月1日現在)

80

		ソフトバンク	ソフトバンク (Y!mobile)	楽天モバイル (MNO)
コンテンツ	施策	YouTube Premium		楽天マガジン
	特典	月額料金が6か月間無料、7ヵ月目以降25%オフ		初回90日間無料、無料期間後も30%の割引
	条件	対象料金プランに加入（既加入者も対象）及び対象サービスに申込すること		・Rakuten最強プランへの加入 ・楽天マガジンをお申し込み
	備考			-
	施策	LINE MUSIC		NBA Rakuten
	特典	月額料金が6か月間無料、初回月額料金発生日から12か月以上利用し続けたユーザーにPayPayポイント500円分を付与（ソフトバンクのみ）		「NBA BASIC PASS for 楽天モバイル」が追加料金0円
	条件	・対象料金プランに加入（既加入者も対象）及び対象サービスに申込すること ・月額料金の支払方法として、「ソフトバンクまとめて支払い」または「ワイモバイルまとめて支払い」を設定していること 等		Rakuten最強プランへの加入
	備考			-
	施策			楽天TV パーリーグ Special/プレイリーキッズ/アジアドラマ・プレミアムチャンネル/声優チャンネル/Vシネマ極上マンスリーバック
	特典			「Rakuten パーリーグSpecial for 楽天モバイル」が追加料金0円（パーリーグ Special）、初回2か月間楽天ポイント610円分進呈、3か月目以降は300円分進呈（プレイリーキッズ）、初回2か月無料、無料期間後も20%の割引（アジアドラマ・プレミアムチャンネル）、初回3か月無料、無料期間後も20%の割引（声優チャンネル、Vシネマ極上マンスリーバック）
	条件			Rakuten最強プランへの加入（パーリーグ Special）、Rakuten最強プランへの加入、～「めばえ」お届けプラン～月額プランをお申し込み（プレイリーキッズ）、Rakuten最強プランへの加入、月額プランをお申し込み（アジアドラマ・プレミアムチャンネル、声優チャンネル、Vシネマ極上マンスリーバック）
	備考			-
	施策			YouTube Premium
	特典			初回3か月無料
	条件			・Rakuten最強プランへの加入 ・クーポン取得後お申し込み
備考			-	
施策			楽天市場	
特典			楽天市場でのお買い物ポイント+1倍～+3倍還元	
条件			楽天市場でお買い物をする	
備考			・Rakuten最強プランを契約中、かつダイヤモンド会員はポイント+3倍 ・Rakuten最強プランを契約中、かつその他会員はポイント+2倍還元 ・スーパーホーダイ・組み合わせプランは+1倍還元	

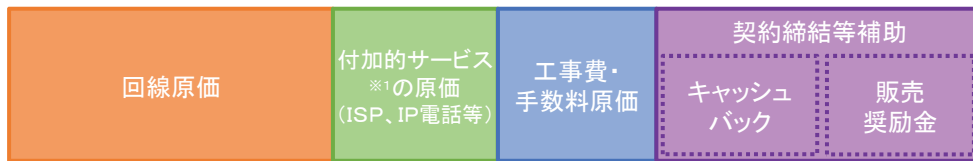
注) 携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典: 各社HP

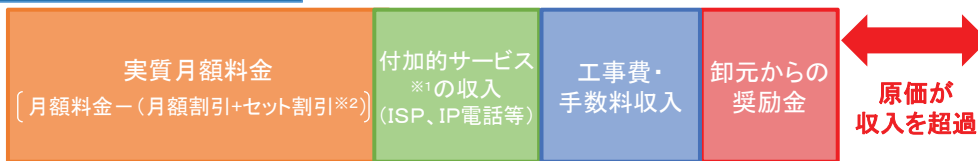
IV-3 固定通信市場に係る課題

- **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)



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。

F T T Hアクセスサービスに係るMNO各社の料金プラン、セット割引の概要

	NTTドコモ (ドコモ光)	KDDI・UQmobile (auひかり)	ソフトバンク・Y!mobile (SoftBank光)	楽天モバイル (楽天ひかり)	
戸建	定期契約	<2年定期契約> 5,940円~5,500円※1	<3年定期契約> 1年目 6,160円 2年目 6,050円 3年目以降 5,940円 <2年定期契約> 6,270円	<5年定期契約※4> 5,170円 <2年定期契約> 5,720円	<2年定期契約> 5,280円
	契約期間なし	7,590円~7,150円※1	7,480円	6,930円	-
	2段階定額サービス※2	基本料金 2,970円(0.2GB) 上限料金 6,270円(1.2GB)※3	-	基本料金 4,290円(3GB) 上限料金 6,160円(10GB~)	-
マンション	定期契約 (2年定期契約)	4,620円~4,180円※1	4,455円 (auひかり マンションギガの場合、2年定期契約、契約期間なし、どちらも月額料金は同じ。)	4,180円	4,180円
	契約期間なし	5,720円~5,280円※1	-	6,930円	-
モバイルとのセット割引	5Gギガホプレミア、5Gギガホ、ギガホプレミア、ギガホ、5Gギガライト/ギガライト(3GB超~7GB) :▲1,100円/モバイル回線 ギガライト(1GB超~3GB) :▲550円/モバイル回線	使い放題MAX 5G等:▲1,100円/モバイル回線 スマホミニプラン5G/4G :▲550円/モバイル回線 (UQmobileは▲858~638円/モバイル回線)	▲1,100円/モバイル回線 (Y!mobileは▲1,188円/モバイル回線)	-	

※1 選択できるプロバイダによって料金が異なる。
 ※2 2023年3月末をもって新規受付終了。
 ※3 プロバイダ料金は含まれない。
 ※4 Softbank光の5年定期契約については、テレビ視聴サービスの加入を前提としたプラン。
 注1) 1GbpsのFTTHアクセスサービスについて記載。月額料金(税込)
 注2) 途中解約費用のほか、別途、工事費用又は工事ができない場合の設備維持費相当の支払が必要となる場合がある。
 注3) 「SoftBank 光」のセット割引適用にはオプションメニューの料金(550円/月)が必要。「auひかりホーム」「auひかりマンションギガ」のセット割引適用にはオプションメニューの料金(500円/月)が必要。
 注4) KDDIの料金は、au one netで「口座振替・クレジットカード割引(▲110円/月)」適用時のもの。また、戸建の料金は電話料金を含む。

出所: 各社ウェブサイトを基に作成

	NTTドコモ (ドコモ光)	ソフトバンク (SoftBank光)	KDDI (auひかり)	楽天モバイル (楽天ひかり)
各社が直接実施	キャンペーン内容 新規又は事業者変更： dポイント10,000pt 転用： dポイント5,000pt	新規：最大26,400円 回線工事費相当分を月額基本料金から割引	新規：20,000円キャッシュバック (au PAYヘチャージ)	新規：楽天ポイント1,000円相当
	期間 ・「ドコモ光」利用開始月の4ヶ月後の月に進呈。	・2021年4月1日～ ・課金開始月を1ヶ月目として、6ヶ月目の末日より月額基本料金の割引開始。	・2022年12月1日～2023年5月31日 ・申込み月を1ヶ月目としてカウントし、4ヶ月目の月末以降にチャージ。	・2021年4月1日～ ・楽天ひかりの開通月を1ヶ月目とし、4ヶ月目の月末に進呈。
	適用条件 ・「ドコモ光(2年定期契約)」を申込み、申込み月を含む7か月以内に利用開始すること。 ・利用開始の2ヶ月目の末日に2年定期契約を契約中であり、契約者がdポイントクラブ会員であること。	・実施期間中に、指定の窓口にて、新たに対象サービスを申込み、申込日より180日以内に課金開始されていること。 ・対象サービスの申込みと同時に本キャンペーンに申込みのこと。 ・対象サービスの申込時に他社サービスを利用していること。 ・課金開始月を1ヶ月目として5ヶ月目の末日までに、同社指定の条件を満たすこと。	・auひかり(ホーム：ずっとギガ得プラン/マンション：お得プラン・お得プランA)の「ネット」+「電話」に新規同時加入すること。 ・プロバイダをau one netで契約すること。 ・受付月を含む3ヶ月以内にauひかりを利用開始していること。 ・au PAYのご利用開始手続きが完了済みであること。 ・WEBサイトまたは電話で申込みを行うこと。	・キャンペーンから楽天ひかりに申込みを行うこと ・申込み月を1ヶ月目として4ヶ月目末日以内にはじめて開通すること。
	注意事項 ・ポイント進呈時点で契約者がdポイントクラブ会員またはドコモビジネスメンバーズ会員でない場合は、ポイント進呈なし。 ・利用開始日から2年間同一のドコモ光回線での継続利用が条件(自動更新・解約金あり)。 ・進呈するdポイントは、「ポイント交換商品(賞品が当たる抽選、JALマイルへの交換含む)」、「ケータイ料金の支払い」、「データ量追加」には利用できない。また、進呈するdポイント(期間・用途限定)の有効期限は進呈月含む6か月。	・回線工事が発生しない場合は、キャンペーン対象外。 ・キャンペーン内容・条件を予告なく変更する場合は、ポイント進呈なし。 ・キャンペーンを予告なく終了する場合はある。 ・以下のいずれかに該当する場合は、当月の末日をもってキャンペーン適用が終了する。①対象サービスを解約した場合、②申込み以前から別途利用していたSoftBank光及びSoftBank Airを解約した場合 ・対象サービスの請求額が割引額を下回る場合、同請求額が割引の上限となる。この場合でも、翌月以降に繰越して割引を適用することはできない。	・au PAYカードは対象外。 ・法人は適用対象外。 ・キャンペーンの内容が変更となる場合は事前に通知。	・過去に楽天コミュニケーションズ光若しくは楽天ひかりを開通したことがある場合及びNTT東日本・西日本のフレッツ光回線を利用中で、プロバイダが楽天ブロードバンドの方の転用申込みの場合は対象外。 ・店舗(楽天モバイルショップなど)で申込みの場合は対象外。 ・楽天ひかり開通後にプラン変更を行った場合は対象外。 ・キャンペーンを予告なく終了する場合はある。
代理店が実施	キャンペーン内容 42,000円キャッシュバック	40,000円キャッシュバック	55,000円キャッシュバック	-
	適用条件等 ・課金開始月の翌月末に振込み。 ・利用開始から12か月以上継続利用されずに解約した場合、キャッシュバック特典と同額を請求。	・課金開始月の翌々月末に振込み。	・申込から1ヶ月後にau PAY残高へチャージ。 ・36か月以上の継続利用を条件。	

出所：各社及び各社の販売代理店のウェブサイト(令和5年5月時点)を基に作成

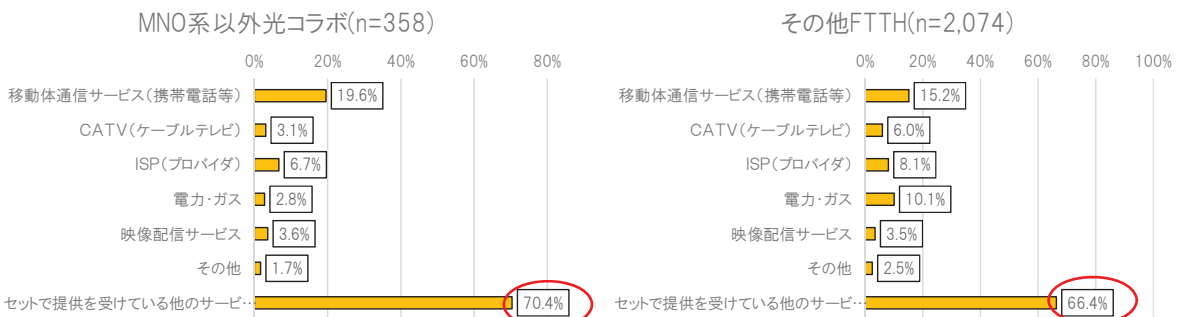
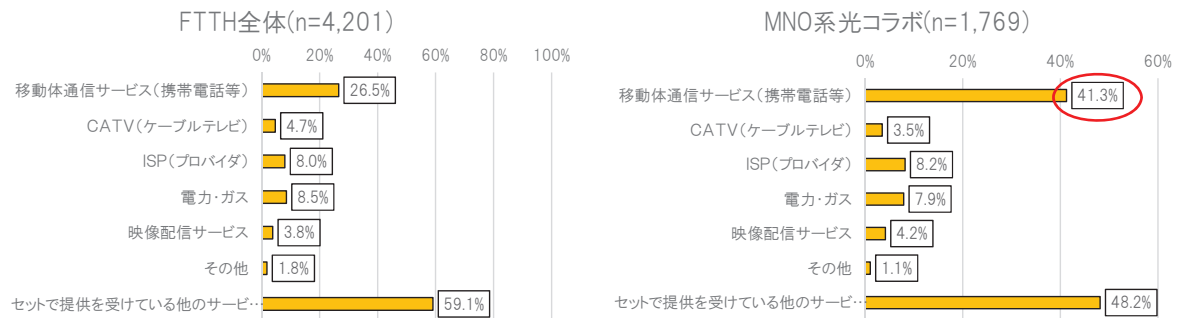
利用者が固定系ブロードバンドサービスを選択する理由

○ 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 (ドコモ光)	NTT西日本 (ドコモ光)	NTT北海道 (ドコモ光)	NTTフレッツ (ドコモ光)	auひかり (KDDI)	楽天モバイル (楽天ひかり)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	auひかり (KDDI)	ソフトバンク (SoftBank光)	
そのサービスを選択した理由 (複数回答可)	そのサービスを選択した利用者数 (n=6,000)	508	614	330	331	91	189	109	86	100	44	500	125	153	118	85	46	353	612	641	964
	料金が安かったから	8.0	8.3	11.9	12.3	39.6	25.7	41.9	18.2	24.1	24.7	19.1	15.4	14.7	13.2	7.8	28.8	36.8	6.0	0.0	0.0
	品質が良かったから	17.7	10.3	9.6	5.3	1.9	10.1	29.4	9.4	5.8	12.6	5.5	5.9	8.2	15.4	7.1	7.9	8.9	2.3	0.0	0.0
	固定電話サービスと一緒に契約していたから	32.3	16.5	21.1	9.2	4.6	18.6	4.1	14.5	7.0	18.1	25.1	12.4	6.9	6.7	11.1	10.9	14.5	4.4	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	3.5	2.9	8.5	3.1	8.4	2.0	7.4	6.9	4.0	2.9	3.6	5.4	9.0	3.9	11.0	3.3	1.5	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	2.1	41.4	24.6	40.8	25.2	5.0	5.3	5.7	15.6	10.8	6.7	23.4	28.0	15.4	17.7	11.8	7.4	2.9	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	1.3	3.2	4.0	3.5	4.1	6.5	2.4	1.0	3.7	10.3	25.8	4.3	5.4	6.4	5.3	5.5	5.9	1.2	0.0	0.0
	それ以外のセット割引があったから	1.0	4.3	4.8	6.0	6.4	4.5	1.8	2.0	2.5	9.3	7.2	4.2	2.7	5.1	9.9	8.1	4.9	0.9	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	6.2	8.5	13.2	16.5	18.6	10.4	22.5	13.0	20.5	17.0	6.0	11.4	11.9	11.2	12.6	11.2	7.3	1.5	0.0	0.0
	工事が不要だったから	7.8	12.7	8.3	11.2	7.6	10.8	3.3	12.0	15.3	11.0	12.9	28.9	34.9	26.4	17.9	11.5	14.1	5.6	0.0	0.0
その他	4.8	1.8	3.6	2.7	3.0	7.4	5.4	3.2	6.9	0.0	7.7	3.2	3.9	1.9	1.3	0.0	14.7	2.6	0.0	0.0	
(単位：%)	特に理由はない	30.6	19.2	26.0	16.3	15.2	23.4	16.2	31.6	24.4	23.4	19.9	16.3	14.2	26.4	34.2	36.8	18.1	76.6	0.0	0.0

出所：携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査 令和5年3月調査

○ 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4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、**7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**。



出所：2022年度利用者アンケート(市場検証会議)

■「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。

■「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)に対する意見及びこれに対する考え方(抄)(意見募集期間：平成26年10月21日～同年11月19日)

意見	考え方
<p>○ 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】</p> <p>○ 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】</p>	<p>○ キャッシュバックに関する御意見については、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)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と考えられる。また、セット割引に関する御意見については、移動通信市場における禁止行為規制の適用事業者が、サービス卸の提供を受けて FTTH サービスと自らの移動通信サービスを組み合わせて自己のサービスとしてセット割引を提供することも考えられる。これが仮に正当な理由なく排他的な組み合わせで提供されるとすると、当該サービスに関連して自己の関係事業者のサービスを排他的に有利に取り扱うこととなるという点で、「自己の関係事業者のサービスを排他的に組み合わせた割引サービスの提供」と実質的に同様の行為であると考えられる。</p>

意見	考え方
<p>○ 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】</p> <p>○ 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】</p> <p>○ 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】</p>	<p>○ キャッシュバックに関する御意見については、答申(案)において、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)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点に留意し、必要に応じ適切な措置を講ずることを検討することが適当としており、提出された意見も参考しつつ、答申(案)の考え方に沿って総務省において具体的な仕組みの検討が行われることが適当と考える。</p>

■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動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。**

■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)に寄せられた意見及びこれに対する総務省の考え方(抄)(意見募集期間:平成27年1月21日～同年2月19日)

意見	考え方
<p>○ 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、競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックを禁ずること、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】</p>	<p>○ ガイドライン5(別表)(2)①における「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」の指す内容は、電気通信事業法の規定に照らし、個別の事案ごとに判断する考えである。</p>

意見	考え方
<p>○ 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。【ケイ・オブティコム】</p>	<p>○ 答申※で指摘されたように、多額の販売奨励金及びキャッシュバックについては、電気通信市場における公正競争を阻害する点や、長期利用者との間の不公平性を拡大させる点において問題があると考える。販売奨励金そのものは商慣行として否定されるものではないが、総務省としては、電気通信市場の公正競争を確保するため、今後、状況を注視するとともに、必要に応じ、適切な措置を講ずることを検討してまいりたい。 ※情報通信審議会答申「2020年代に向けた情報通信政策の在り方―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―」(平成26年12月18日)</p>

■「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)」に対する意見及びそれに対する考え方(抄)(意見募集期間:令和元年5月29日～同年6月20日)

意見	考え方
<p>○ 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)</p>	<p>○ 「NTT東西の光サービスの卸売サービスの事業者変更の在り方についてのタスクフォース」報告書(平成30年8月)P. 16にあるように、利用者におけるサービス択の幅をできる限り確保し、高度かつ多様な電気通信サービスの提供を促進する観点から、市場が寡占的となることは、一般的に望ましくないと考えられます。 ○ 総務省としては、引き続き、そうした観点も踏まえ、電気通信分野の競争促進等に取り組んでいきたいと考えます。</p>

■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)

・NTT 東西におけるサービス卸ガイドラインを踏まえた対応状況等に係る確認結果 (詳細)

○ **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**。

⇒対応方針について

○ **「競争ルールの検証に関するWG」の検討を踏まえ、総務省において、キャッシュバック等が不当な競争を生じさせる水準となっていないか、より精緻なデータに基づく検証を実施していくこととしており、引き続き競争阻害的な料金設定がされていないか具体的な状況の確認を実施**。

■「接続料の算定等に関する研究会」第六次報告書(案)に対する意見及びその考え方(抄)(意見募集期間:令和4年7月1日～同年8月1日)
・第3章 接続料等と利用者料金の関係の検証

意見	考え方
<p>○ 固定通信とのセット割は、「競争ルールの検証に関するWG」において、光サービスに係る割引として検証されているため、仮に、本検証※において固定通信とのセット割を考慮するとしても、「競争ルールの検証に関するWG」での検証内容と整合をとっていただきたいと考えます。 ※接続料等と利用者料金の関係の検証【株式会社NTTドコモ】</p> <p>○ 移動通信サービスと固定通信サービスのセット割については、競争ルールの検証に関するWGにおける検証と、移動通信分野におけるスタックテスト検証の整合性は確保されるべきと考えます。【ソフトバンク株式会社】</p>	<p>○ 固定通信と移動通信のセット割については、御意見のとおり、「競争ルールの検証に関するWG」における検討との整合性を取ることが適当と考えます。</p>

■「移動通信分野における接続料等と利用者料金の関係の検証に関する指針」(案)及び固定通信分野における「接続料と利用者料金の関係の検証に関する指針」の改定案に対する意見及びその考え方(抄)(意見募集期間:令和4年9月29日～同年10月28日)

意見	考え方
<p>○ 利用者料金に関する割引の取扱いについて「接続料の算定等に関する研究会」第六次報告書では、固定通信とのセット割について、利用者料金に関する割引の算出が可能であるとの考え方が示されているところ、本指針案においても同様に固定通信とのセット割を利用者料金から控除する旨を明記いただくことが、検証の適正性の更なる向上につながるものと考えます。【一般社団法人テレコムサービス協会・MVNO委員会】</p> <p>○ MVNOは、MNOが提供する割引後の料金と競争していることから、利用者料金に関する割引の取扱いについては固定通信や非通信サービスとのセット割について考慮頂きたいと考えております。現時点では固定通信や非通信サービスとのセット割引がどの程度携帯電話サービスに係るものであるか明確ではないことから、今後明確化のに向けた検討が早期に進められるものと認識しております。固定通信や非通信サービスとのセット割引が携帯電話サービスに係るものであるかが明確になりましたら、対象のセット割引については利用者料金から控除して検証するよう指針を改定いただきますようお願いいたします。【株式会社インターネットイニシアティブ】</p> <p>○ 固定通信とのセット割については、「接続料の算定等に関する研究会」第六次報告書において「利用者料金に関する割引の算出が可能」とされているところ、本指針案においても固定通信のセット割を利用者料金から控除する旨を明文化することが、モバイルスタックテストの運用の適正化、引いては公正競争の確保に繋がると考えます。【株式会社オプテージ】</p>	<p>○ 固定通信と移動通信のセット割については、その割引がどの程度携帯電話サービスに係るものなのか等、明確でない点があることから、引き続き「競争ルールの検証に関するWG」において検討することが適当と考えます。また、固定通信と移動通信のセット割のうち、どの程度が携帯電話サービスに係るものであるか等が明確になった際には、本指針の見直しを検討することが適当と考えます。</p>