競争ルールの検証に関するWG (第49回) 関係者ヒアリング ご説明資料

2023年12月4日 楽天モバイル株式会社



本日のご説明内容

| 3. | まとめ | P30 |
|----|-------------------|--------|
| | 対策 | P21~29 |
| | 楽天モバイル・モバイル市場の現状 | P8~20 |
| | 電気通信事業法第27条の3 | P4~7 |
| 2. | モバイル市場の競争促進に向けた対策 | |
| 1. | 端末市場の更なる活性化のための対策 | P2~3 |

本日のご説明内容

1. 端末市場の更なる活性化のための対策

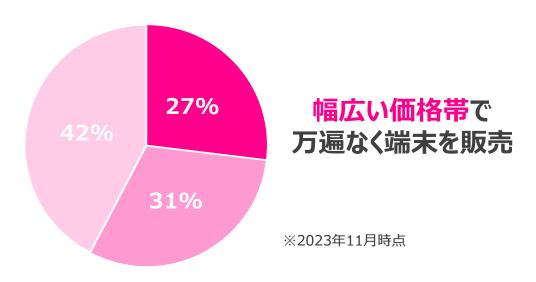


端末市場の更なる活性化のための対策

- ▶ 幅広い価格帯の端末を販売、グループとして中古端末流通に貢献等、端末市場の活性化に取り組み
- ▶ 更なる市場の活性化に向け楽天エコシステムを活かした取組を引き続き進めていく

5G端末の発売状況

■発売端末機種数における価格帯(低・中・高価格帯)の内訳



■低価格帯(4万円未満) ■中価格帯(~10万円未満) ■高価格帯(~10万円以上)

中古端末の販売状況

グループとして中古端末の流通に貢献

■スマホ下取りサービス



Rakuten Mobile

■楽天市場での中古端末販売





本日のご説明内容

【2. モバイル市場の競争促進に向けた対策】 電気通信事業法第27条の3

電気通信事業法第27条の3 (目的)

▶ モバイル市場における公正競争の促進を目的として、電気通信事業者による禁止行為を規定

電気通信事業法第27条の3

通信料金収入を原資とする過度な端末値引き等の誘引力に頼った競争慣行を根絶

- ・端末購入等を条件とする通信料金の割引禁止
- ・回線セットの端末への利益提供の上限は2万円 等

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

- ・期間拘束契約の期間の上限は2年
- ・違約金の上限は1,000円 等

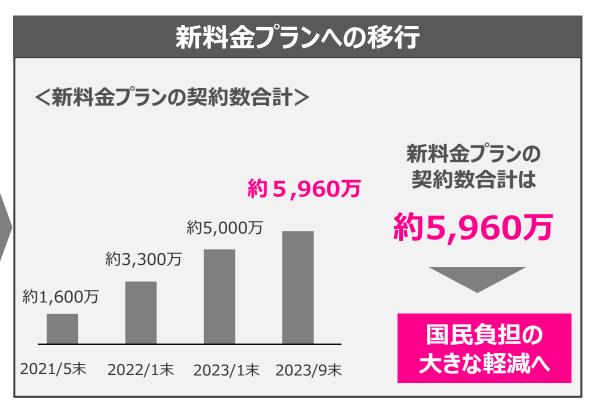
電気通信事業法第27条の3 (成果)

▶ 2019年の改正電気通信事業法の施行後、各種取組が進められたことや2020年4月の当社による携帯キャリア事業への本格参入により、事業者間の競争が促進し、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てきた。

事業者間の乗換えの円滑化に向けた取組が進展

| 2021.8 | スマートフォンでのeSIMサービスを開始 | |
|---------|----------------------|--|
| 2021.10 | SIMロックを原則禁止 | |
| 2022.2 | MNO3社の違約金を撤廃 | |
| 2022.3 | 解約手続きをオンライン化 | |
| 2022.4 | 既往契約の早期解消に関する取組を実施 | |
| 2022.7 | キャリアメールの持ち運びを実現 | |
| 2023.5 | MNPをワンストップ化 | |





参照:2023年11月16日 第48回競争ルールの検証に関するWG資料48-2 事務局 『今後の検討の進め方について』

電気通信事業法第27条の3 (改正の方向性)

- ➤「競争ルールの検証に関する報告書 2023」(2023年9月公表)を踏まえ、 規律が改正される予定
- ▶ 一部の規律については市場の競争状況等を踏まえ、緩和される見通し

| 主な改正項目 | 概要 |
|----------|---|
| 上限2万円規制 | 回線利用者への割引上限は 端末価格~4万円:2万円 端末価格~8万円:端末価格の50% 端末価格8万円~:4万円 ※端末単体販売への割引は引き続き上限なし |
| 継続利用割引規制 | 6カ月以上利用者を拘束する割引のみ規律の対象 緩和 契約から6カ月までは、一月当たり一月分の通信料金まで割引可能 緩和 通信料金割引以外の継続利用に応じた割引も規律の対象 |
| 対象事業者 | ・ MVNOについて、シェア0.7%以上⇒4.0%以上に変更 緩和 ※MNOは引き続き対象 |

本日のご説明内容

【2. モバイル市場の競争促進に向けた対策】 楽天モバイル・モバイル市場の現状

2020年4月、楽天モバイルが携帯キャリア事業に本格参入

「携帯業界を民主化したい」

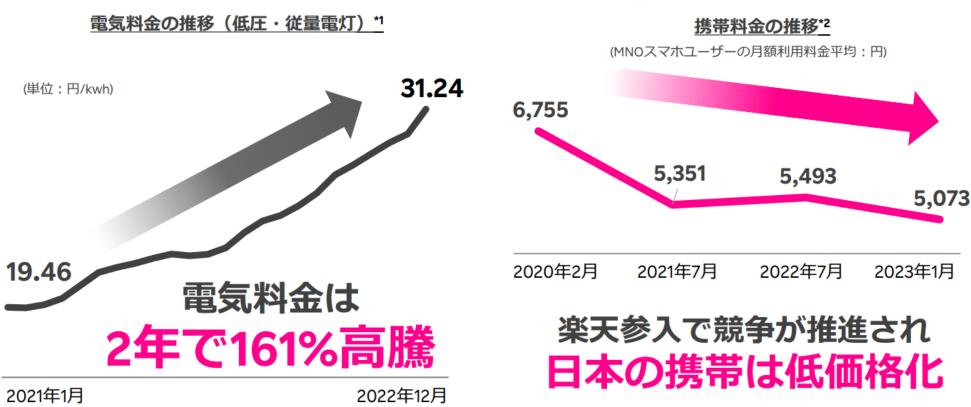
- 高額な携帯電話料金
- 複雑でわかりにくいプラン
- 携帯キャリアによる顧客の囲い込み(2年縛り、違約金など)



楽天モバイルの社会的貢献

物価上昇の中での生活費削減に貢献

携帯料金の低下による寄与: 約 4兆円*3



- *1出典:一般社団法人エネルギー情報センター
- *2 出典: MM総研(2020年~2023年)の調査をもとに弊社にて作成

^{*3:}内閣府「国民経済計算」における2020年の家計消費280.5兆円(2020年10月-12月期2次速報値)を基準として算出

2023年6月1日提供開始:新たな料金プラン

Rakuten 最強プラン

最強 1

業界最高水準の人口カバー率99.9%^{**} 日本全国で高速データ通信が 無限に使える^{**}

従来のパートナー回線エリア「高速データ通信は5GBまで」を撤廃!

最強 2

圧倒的な低価格は「そのまま」

無限に使っても

最大2,980円

3GBまで: 980円/3GB~20GBまで: 1,980円

(税込1,078円)

最強 3

海外

高速データ通信 2GBまで無料^{*4}

最強4

国内通話

Rakuten Linkで 通話無料 **5

最強 5

2023/8/2 ベータ版リリース

Rakuten Link デスクトップ

パソコンでも 国内通話し放題

最強 6

加入しやすさ

最短3分申し込み※6

最強 7

R SPU!

/s I

(税込2,178円)

ポイント

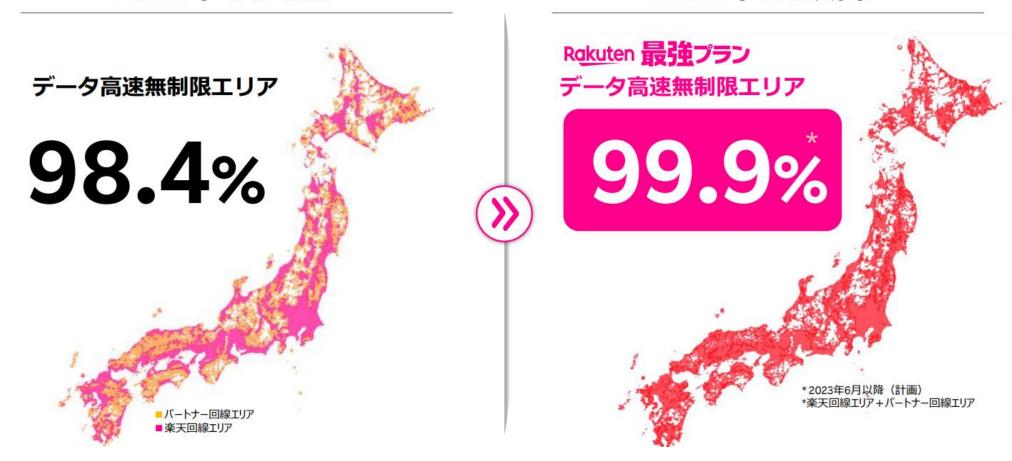
最大15.5倍での お買い物 **7

データ高速無制限エリアの拡大

最強プランにより、全国でデータ無制限での利用が可能に

2023年4月時点

2023年6月以降



圏外率の低さでも高い評価



^{*}チャートは2023年8月2日から10月31日までの期間にOpensignalの独立した分析によって記録されたモバイル測定値をもとに当社作成。©Opensignal Limited

^{*} No Signal Availability は、通信事業者のユーザーが信号を受信できなかった時間の平均割合です。



OPENSIGNAL

ネットワーク品質の大幅な改善



外部分析で高い評価を獲得

全項目で評価向上

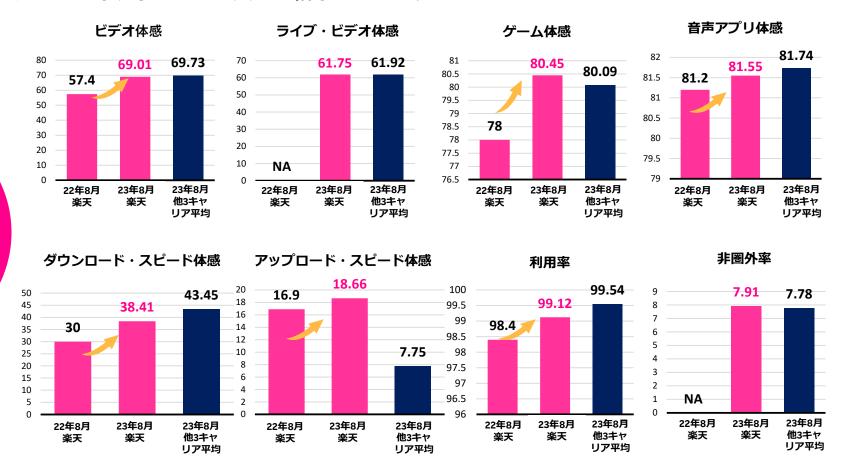
ゲーム体感、一貫した 品質、アップロード・

スピード体感は

他社の平均を上回る

OPENSIGNAL

■ 新ローミング契約によるネットワーク最適化の効果は、Opensignal社の測定するネットワーク指標へ反映前である ものの、既に楽天モバイル独自のネットワーク品質は大幅な改善を示す

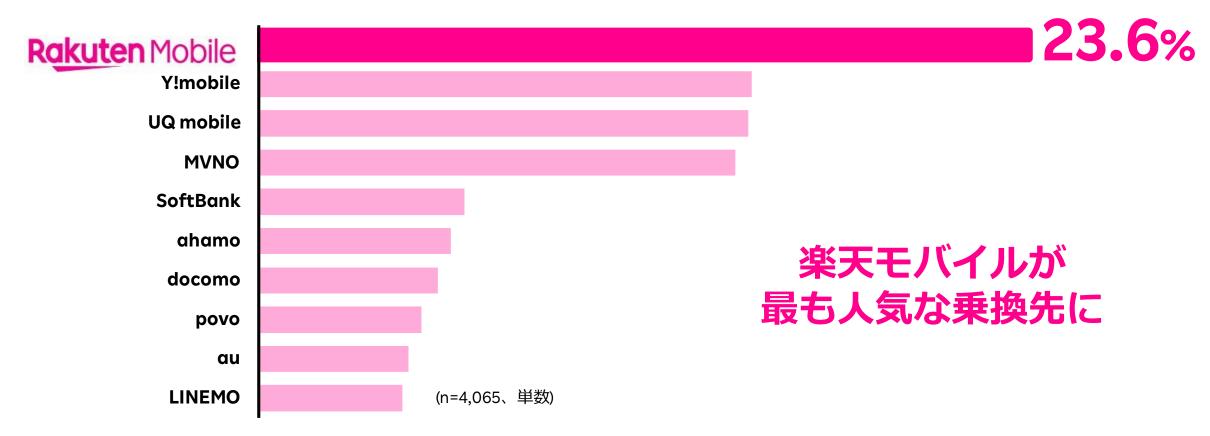


^{*2022}年5月30日~8月30日(90日間)に記録された2022年のモバイル測定値および2023年5月30日~8月30日(90日間)に記録された2023年のモバイル測定値のOpensignal データを基に当社作成。©2023 Opensignal Inc

選ばれる楽天モバイルに

乗り換え先として最も検討されているのは「Rakuten最強プラン」

Q. あなたが最も乗り換えを検討している通信会社として、 当てはまるものをひとつお選びください。



^{*} 参照: MMD研究所、2023年9月通信サービスの乗り換え検討に関する調査, 調査期間: 2023年9月22日~9月27日。 https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2282.html



プラチナバンド認定(2023年10月23日)

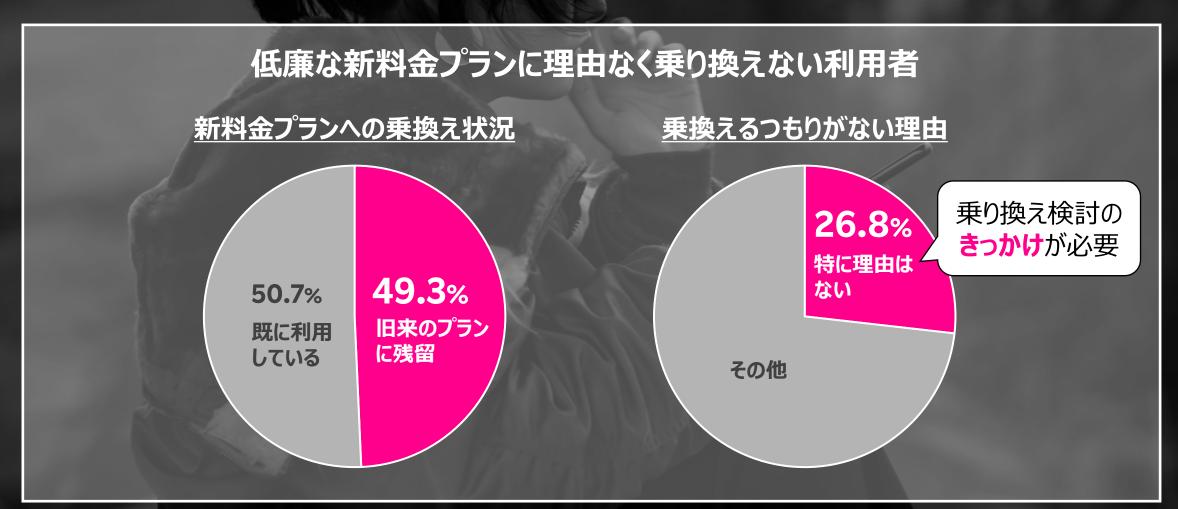
プラチナバンド認定 (700MHz)

✓ 開設計画 (2026年3月) よりも前倒しでの運用開始を目指す

開設計画の概要

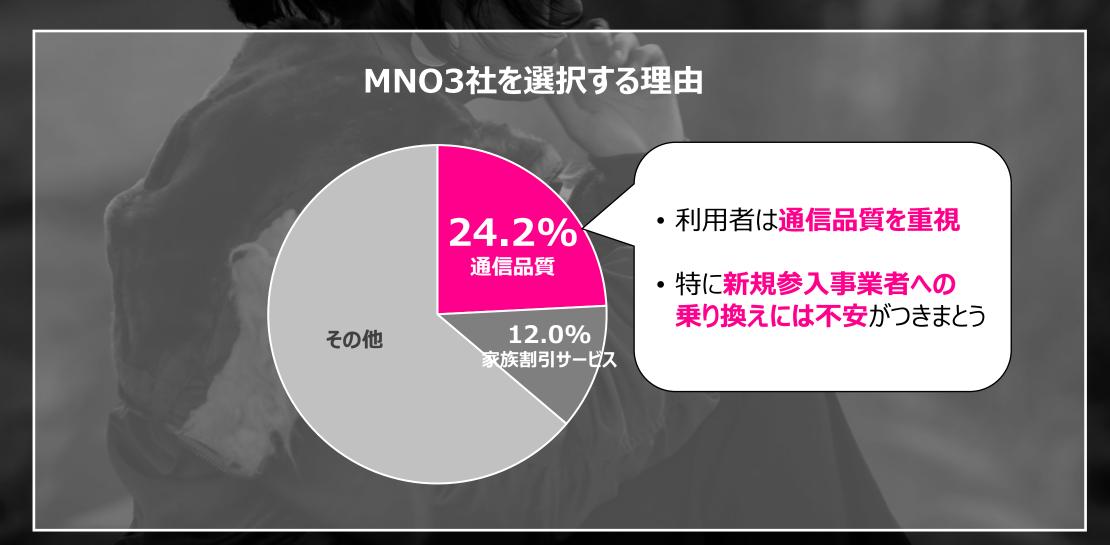
- 割り当てられた帯域: 700MHz(上り:715-718MHz、下り:770-773MHz)
- サービス開始予定日: 2026年3月
- 2033年度までの人口カバレッジ: 83.2%
- · 特定基地局開設費用: 年間9億円(合計90億円)
- 2033年度までの累積設備投資額: 544億円(干渉対策に関連する費用を含む)
- 2033年度までにオンエア予定の基地局の総数: 10,661基
- 単年度黒字の達成時期: 2026年度(2026年4月~2027年3月)

多くの利用者が"理由なく"旧来の高額なプランに残留



参照:総務省 令和5年11月『日々の生活をより豊かにするためのモバイル市場競争促進プラン』

通信品質に不安を持つ利用者も多い



気軽に新規参入事業者の通信サービスを試せない環境

チャレンジャーとして競争を活発化すべく 新規契約者向けに施策を検討するも規制が障壁

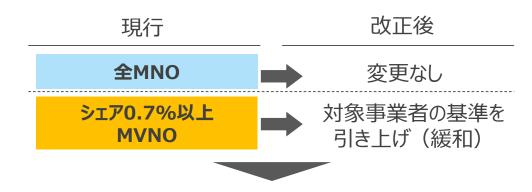
▶ 当社の通信品質をお試しいただく"きっかけ"として、 新規契約者向け施策を検討するも、 規律を理由に実施できないことが多い

通信料金と端末代金の分離

• 端末購入等を条件とする通信料金の割引禁止 等

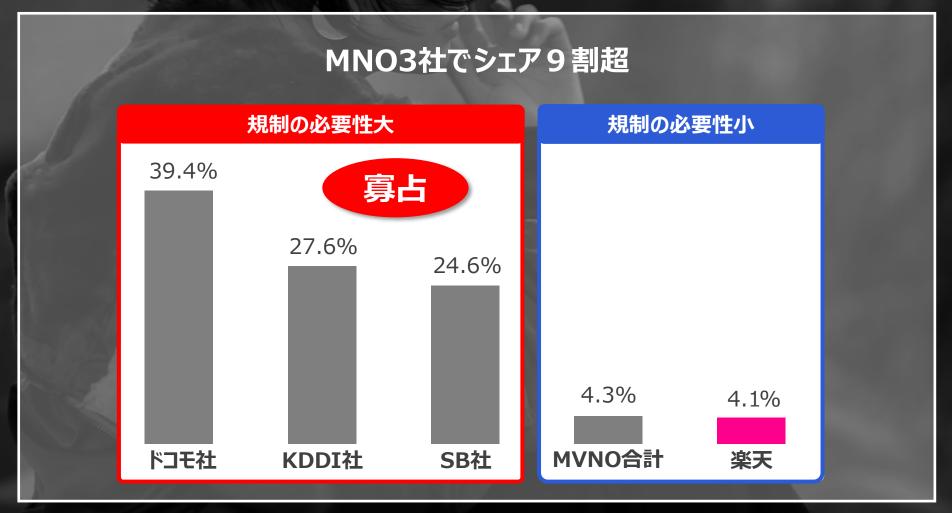
新規契約を条件とする場合にも全面適用

➤ MNOであれば**競争への影響が限定的な新規参入事業者** も規律対象であり、**競争の活発化**が進まない



MVNOへの規制の緩和が図られる一方、MNOは手当なし

MNO3社の寡占は未だに継続



本日のご説明内容

【2. モバイル市場の競争促進に向けた対策】 対策

対策:新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境の実現

現状

- ▶ 利用者としても新規参入事業者の通信サービスへの 乗換えには不安があり"きっかけ"がないと試せない
- ➤ チャレンジャーである当社も規律対象であり顧客獲得に向けた効果的な施策が打てず3MNOの寡占が継続

目指すべき方向

- ▶ 気軽に新規参入事業者の通信サービスを試せる環境 により、市場の競争が活発化
- ▶ 魅力的なプランやサービスの登場により、 利用者の日々の生活がより豊かに

対策

チャレンジングな施策により利用者が新規参入事業者の通信サービスを 気軽に体験できる環境の実現

▶ 規律対象について、MNO・MVNOを区別せず、「公正競争の促進」を目的とする第二種指定電気通信設備制度を参考に基準を設定することで、新規参入事業者が市場に一定程度影響を与えうるまで柔軟な施策が可能となる

実現の例

改正後(2023.12.27~)

✓ MNOとMVNOを区別し基準を設定



MVNO ジェア4% 以上



目指すべき方向

✓ MNO・MVNOの区別なく基準を統一



MNO·MVNO

シェア10%以上 (第二種指定事業者相当)

(参考)第二種指定電気通信設備制度について

- ▶ 2012年に、情報通信審議会の答申を受け指定の基準値を引下げた際も、シェアが低いMNOについては、 規制の対象外とした場合でも公正競争を阻害するとは考えにくいと示されている
- ■電気通信事業法施行規則の一部改正について

これを踏まえて、適用対象を拡大する場合の具体的な基準について検討を行うこととなる。答申においては、具体的な基準を検討するに当たって、以下の 2 点を踏まえることが適当とされている。

- ①MNO 間の関係に着目し、上位 3 社の交渉上の地位の優劣の差は縮小してきていると考えられる一方、加入者シェア第 4 位の事業者のシェアは第 3 位の事業者とは大きな開きがあり、上位3社との間で、交渉上の地位に顕著な優劣が生じていると考えられる現状を踏まえ、非対称規制の仕組みを維持しつつ、必要な見直しを行うこと。
- ②MNO と MVNO の関係に着目し、原則として全ての MNO が MVNO との関係において交渉上の優位性を持ちうるものの、シェアが相当程度低い MNO は、MVNO に自網を利用してもらうことによって収益拡大を図るインセンティブが働くことを踏まえて、必要な見直しを行うこと。「相当程度低いシェア」の判断に当たっては、「企業結合審査に関する独占禁止法の運用指針」における判断基準など競争法上の基準値等を参考に検討すること。

■答申(関連部分抜粋)

次に MNO と MVNO の関係について、MVNO の事業運営には周波数の割当てを受けた MNO のネットワークに接続することが必要であることにかんがみれば、原則、すべての MNO は MVNO との関係においては交渉上の優位性を持ち得ると考えられる。しかしながら、端末シェアが相当程度低い MNO は、むしろ MVNO に自網を利用してもらうことによって収益の拡大を図るインセンティブが働くものと考えられることを踏まえると、そういった場合まで MNO が MVNO との関係において優位な交渉力があると認めることは難しく、規制の適用対象から除外した場合でも公正競争を阻害するとは通常考えにくいことから、直ちに規制の適用対象とする必要性までは認められないと考えられる。

※参照:2011年12月20日 情報通信審議会「ブロードバンド普及促進のための環境整備の在り方 答申」

※参照:2012年2月21日情報通信行政・郵政行政審議会 電気通信事業部会 (第33回) 資料33-1「電気通信事業法施行規則の一部改正について |

(参考) クープマンの目標値

▶ 市場における各企業のシェアが持つ意味合いに注目し、市場シェアの目標値を定めた「クープマンの目標値」によれば、 第二種指定事業者相当(シェア10%以上)を対象とした場合でも、市場認知シェア(10.9%)を下回る

| クープマンの目標値 | | | | | |
|-----------|-------|--------------------|--|--|--|
| 独占的市場シェア | 73.9% | 独占的寡占状態 | | | |
| 安定的トップシェア | 41.7% | 業界における優位な地位を確保 | | | |
| 市場影響シェア | 26.1% | 市場に影響力を有する | | | |
| 並列的競争シェア | 19.3% | 複数企業で拮抗する競争状態 | | | |
| 市場認知シェア | 10.9% | 生活者に純粋想起される | | | |
| 市場存在シェア | 6.8% | 市場において存在が許される最低レベル | | | |
| 市場橋頭保シェア | 2.8% | 市場参入への足がかりを得た状況 | | | |

参照:三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(https://www.murc.jp/library/terms/ka/koopman/)
GMOリサーチ株式会社(https://gmo-research.jp/research-column/market-share)

(参考) 実現した場合の当社における施策方針(1/2)

規律緩和後の施策方針

▶ 新規顧客獲得に向けて当社の通信サービスを試していただくための施策を実施。 なお、過去にモバイル市場で問題視されたような第27条の3の趣旨にそぐわない施策は実施しない。

規律の趣旨

通信料金収入を原資とする過度な端末値引き等の 誘引力に頼った競争慣行を根絶

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

実施したい施策

新規顧客獲得に向けた通信サービスのお試し施策

新規契約者向けに、通信サービスを体験いただく施策や体験しようと思っていただくための施策 等

(参考) 実現した場合の当社における施策方針(2/2)

| 実施したい施策の例 | 過度な端末値引き等の観点 | 乗換え障壁の観点 |
|--|---|--|
| 30日間有効の無料お試しSIMをエリア限定で配布 6カ月間の通信サービス無償体験または全額ポイントバック 新規契約者限定で合計3万円分のポイント付与 | 利益提供の額は改正後の通信料金と 端末代金の分離規律で認められる 範囲を大幅に超えるものでない | 利益提供がなされる期間は改正後の 継続利用割引規律で認められる 範囲を大幅に超えるものでない |
| | | |

(参考)甲南大学佐藤名誉教授意見

■甲南大学佐藤名誉教授「『一部ゼロ円』料金プランと価格圧搾の関係について」 (2022年6月7日 競争ルールの検証に関するWG参考資料)

参考資料2

「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係について

甲南大学名誉教授 佐藤 治正

一般的に、料金プランの一部分だけ切り出して問題視すること自体に疑問を感じます。

例えば、食べ放題のプランで、高齢者が孫を連れてくると黒字でも、若者グループが来ると赤字。ユーザーや使い方(食べ方)で赤字にもなり黒字にもなる。(モバイルの音声定額プランも同様で)料金プランについては、トータルで赤字か黒字か見ていくことになります。

事務局資料にあるように、料金プランの一部だけを切り出して議論するべきで はないという考え方に賛成。

また、楽天の料金プランについては、新規参入者として既存企業に挑む事業立ち上がり期の料金戦略として理解できます。

SB も固定ブロードバンドサービスに参入したときには、ADSL モデムをタダで配ったり、赤字覚悟の販売戦略をしました。

私の記憶では、当時、総務省の会議で、事業者に対して構成員が、「ブロードバンドの料金は、どの様に決めますか」と質問しました。NTT は「料金はコストを積み上げて決めます」と答え、SB は「料金はお客様が決めます」と回答しました。「5000 円でなければ顧客が利用しないのであれば、赤字でも、5000 円で販売します。設備産業では、初期投資が大きく、しばらくは赤字覚悟でサービス提供するが、顧客が 200 万、300 万とある閾値を越えれば、それ以後は黒字になり、初期投資の回収ができるようになる」という説明でした。

市場全体の競争を維持していく観点からは、新規参入者が、一定の顧客基盤 獲得までの間、多少チャレンジングな料金を設定することについて目くじらを立て るべきではないと思います。

むしろ、問題視することにより、今後の新規参入の心理的な障壁になる弊害の 方が大きいのではないでしょうか。

有識者(甲南大学佐藤名誉教授)意見

新規参入者が、一定の顧客基盤獲得までの間、 多少チャレンジングな料金を設定することについて 目くじらを立てるべきではない

新規参入事業者のチャレンジングな 施策は本来推奨されるべき

(参考)海外事例

海外事例①(仏国の事例)

▶長らく3MNO体制だったフランスにて、 4社目となるFree Mobileが2012年からサービスを開始。 当局による新規参入への支援(ローミング提供義務等)により、 第4のMNOが台頭し、通信料金が劇的に低下。



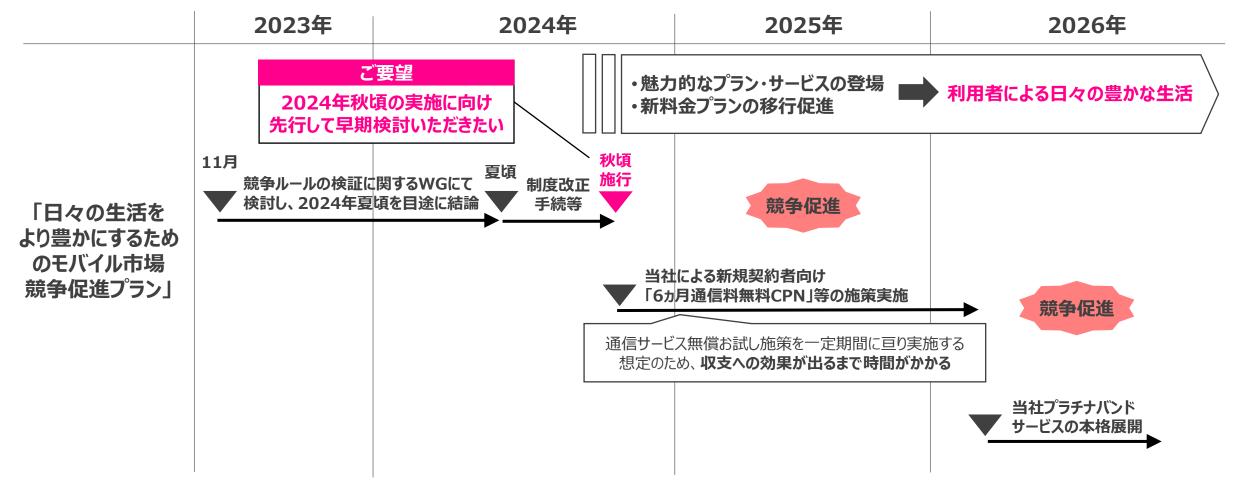
海外事例②(英国の事例)

- ▶2012年から2013年にかけて行われた4G用の周波数オークションにおいて、 新規参入事業者に対する以下の優遇措置を実施
 - 新規参入事業者が最低落札価格以上で札入れした場合は、 落札が保証される優遇枠を設定
 - ・大規模MNOへの周波数の集中を防止するため、 周波数保有に関する総量を規制

新規参入事業者の参入を 後押しすべく優遇策を実施

ご要望:スケジュールについて

▶ 当社においては、新規顧客獲得に向けての取組は急務であり、 競争促進と利用者による日々の豊かな生活の早期実現のためにも、 新規契約者向けの柔軟な施策を2024年秋頃より実施できるように検討いただきたい



本日のまとめ

【1. 端末市場の更なる活性化のための対策】

- ⇒ 幅広い価格帯の端末を販売、グループとして中古端末流通に貢献等、端末市場の活性化に取り組み。
- ▶ 更なる市場の活性化に向け楽天エコシステムを活かした取組を引き続き進めていく

【2. モバイル市場の競争促進に向けた対策】

【背景】

未だ高額な旧プランに多くの利用者が残留する中、新規参入事業者の通信サービスへの乗換えには不安があり、"きっかけ"がないと試せない利用者に向けて施策を検討するも、 規律が障壁となり効果的な施策が打てない。3MNOの寡占も未だ継続。

【対策】

- → チャレンジングな施策により利用者が新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境を 実現することで競争を活発化(例:規律対象について、MNO・MVNOを区別せず、 「公正競争の促進」を目的とする第二種指定電気通信設備制度を参考に基準を設定)
- ▶ 競争促進と利用者による日々の豊かな生活の早期実現のためにも、 新規契約者向けの柔軟な施策を2024年秋頃より実施できるように検討いただきたい

Rakuten Mobile