

報告書2024で提言された通信料金割引の 検証方針（案）について

令和6年12月20日
事 務 局

検証の背景

- 「競争ルールの検証に関する報告書2024」（2024年9月。以下「報告書2024」という。）において、事業者間の更なる競争の促進の観点から、**乗換え検討先事業者の通信サービスの質を「お試し」として利用しやすくするため、端末購入を条件としない、新規契約を条件とする割引**（ただし、割引に係る期間は6か月以内、割引を受けられるのは一事業者につき一回、割引額はその他の利益提供の上限額である2万円の内数）**を認めることが適当である旨提言された。**
※ 端末の販売等に際しないかつ継続利用を条件としない場合には、新規契約者に対し、2万円までの利益提供（キャッシュバックやポイント還元等）が認められているが、通信料金の割引はガイドラインで禁止されていた。
- これを受け、総務省においても、当該割引に係る考え方を整理するため、「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」を改正（2024年12月5日に公表済）。**同ガイドラインについては、同月26日から施行予定。**
- なお、報告書2024において、利用者やMVNOへの影響、販売代理店の負担に係る懸念の指摘を踏まえて**当該割引が通信市場に与える影響を遅滞なく検証することが適当である旨提言されたことを踏まえ、**本WGにおいて、**当該割引に係る検証を実施する。**

検証方針（案）

- 当該割引については、主に以下の**3つの観点から検証**を行うこととしたい。
 - 1. 割引の内容**
 - ✓ 割引の具体的な内容（対象となるプラン等）
 - ✓ 割引が提供されるチャンネル（店舗、オンライン）
 - ✓ 割引実施期間の合理性
 - 2. 通信市場への影響**
 - ✓ 乗換えの実態把握（割引件数、解約状況、割引適用者の何割が割引終了後も引き続き自社と契約しているか 等）
 - ✓ MVNOへの影響（モバイルスタックテスト、利用者アンケートを含む）
 - 3. 実施のための運用体制**
 - ✓ 消費者保護ルールに基づく利用者への説明や割引終了時の周知等を適切に実施するための運用体制
 - ✓ 通信料金割引を1事業者で1回限りとするための運用体制
 - ✓ 当該割引に係る代理店評価指標の設定の考え方
- 検証に当たっては各種データが必要となるところ、報告書2024においても提言されているとおり、**関係事業者に検証の協力を求めることとし、当該割引を実施する事業者に対しては、その実施状況等について非公開でヒアリングを実施予定。**

第3章 モバイル市場に係る課題

3 モバイル市場の競争を一層促進させるための実効性の高い対策

（1）指定事業者の基準・通信料金割引規制

ウ 考え方

（略）

通信料金割引の実施期間について、6ヶ月はあくまでも上限であり、具体的な実施期間は、「お試し」の趣旨を踏まえた各指定事業者の判断であるところ、実施期間の設定にあたっては、指定事業者は、その判断の合理性について説明できるようにしなければならない。

また、割引実施に当たっては、契約時に割引期間が一定期間であることを適切に案内するとともに、割引期間終了の際に、割引が終了する旨をSMS等を活用し利用者に周知する等の利用者が契約内容を誤解せず適切に理解できる取組を行うことが適当である。

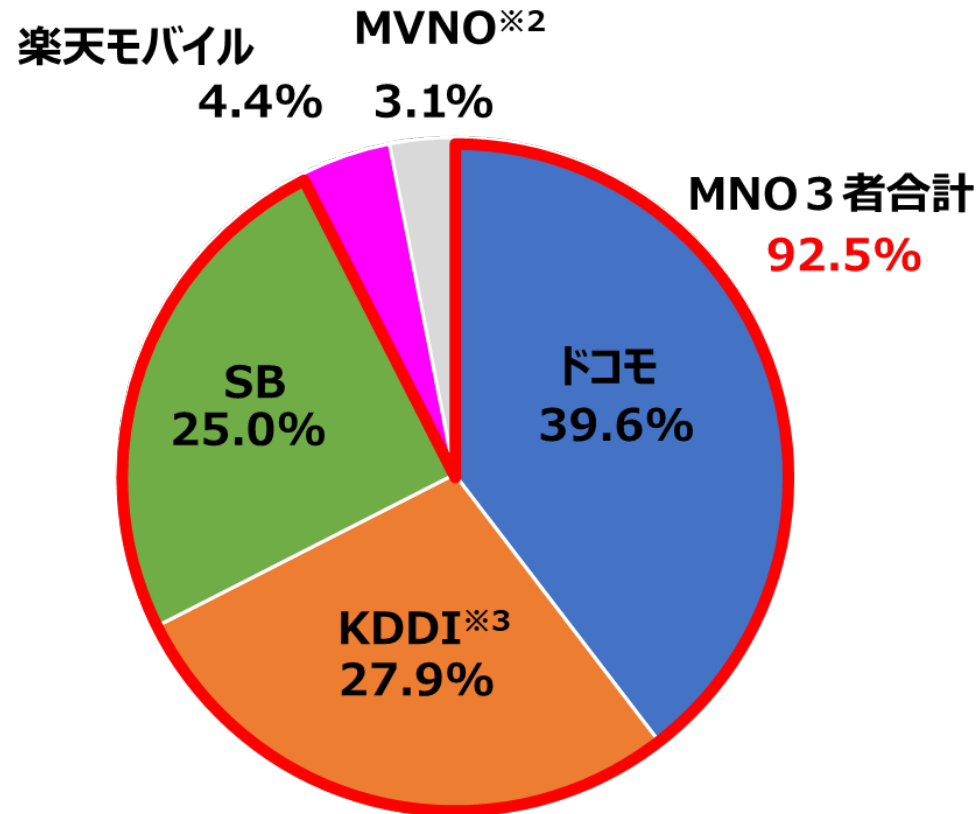
（略）

指定事業者は、「お試し」の実施を販売代理店を通じて行う場合、通常の契約と同様に重要事項の説明義務があること（むしろ解約忘れ等を回避するためにはより丁寧な説明が求められる）、また「お試し」の趣旨ゆえに解約する可能性が相対的に高くなるため、販売代理店に相応の負担の発生が見込まれること等を十分に認識する必要がある、仮に販売代理店に対して適正かつ合理的でない形で評価指標等を設定し、消費者保護ルール違反を助長する可能性がある場合には、法第29条第1項第12号の業務改善命令の対象となり得るものと考えられる。

このように、「お試し」に係る通信料金割引は、利用者やMVNOに対する影響、販売代理店の負担等の懸念も指摘されていることから、恒久的な措置とはせず、総務省において、不適切と思われる運用が見られる場合や、「お試し」に伴う弊害が顕在化するおそれがある場合には、速やかに状況を把握し、必要な措置を講ずるとともに、モバイルスタックテストの結果も含め、これらの懸念に係る状況等通信市場に与える影響を遅滞なく検証し、柔軟に見直しの検討を行うことが適当である。検証にあたっては、実施状況等を詳細に把握することが重要であるため、総務省において、指定事業者から適切な報告を受けることが必要である。また、関係事業者においては、実施期間設定の理由や販売代理店の評価指標等の設定の考え方を含め、検証に協力することが重要であり、特に、最初の「お試し」の実施に際しては、実施期間の必要性等を本WGに説明するために必要な対応を行うことが適当である。

➤ ドコモ・KDDI・ソフトバンクのMNO 3 者の合計シェアは90%超。

● 移動電気通信役務※1に係る事業者シェア（2023年度末）



※1 移動電気通信役務とは、事業法第27条の3の規律対象として指定された電気通信役務のことであり、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、通信モジュール向けサービス等は含まれていない。

※2 MVNOは契約数が50万以上の事業者に限られる。

※3 KDDIは沖縄セルラー電話・UQコミュニケーションズを含む。

- 乗換え先の携帯電話事業者の検討に当たって、特に**新規参入事業者等**（MVNO・楽天モバイル）の**サービス**については、「**通信品質が不安**」「**通信速度が遅いと思う**」という理由から、**乗換えを躊躇**する者が多いことが判明。

質問内容「メインで利用している携帯電話事業者のサービスが利用できなくなった場合の変更先として回答した事業者に現時点で切り替えない理由について最も当てはまるものを1つお答えください。」
【回答選択肢29個のうち、回答が多かったものから作成】

