

利用者視点を踏まえたモバイル市場の検証 に関する専門委員会（第2回） 事業者ヒアリングご説明資料

2026年1月14日
楽天モバイル株式会社

電通法（27条の3）の規律

- 電通法27条の3は、モバイル市場における公正競争の促進を目指し、規律対象の事業者が自社の利用者と通信サービスや端末購入等の契約を締結する際のルールを規定したもの
- 規律により達成すべき目的は、具体的には下記4点と理解

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を設定
- ✓ 端末の購入を条件とする通信料金の割引を禁止

期間拘束などの行き過ぎた囲い込みの是正

- ✓ 契約の解除を不当に妨げる提供条件で契約を締結することを禁止

モバイル市場における公正競争の促進

事業者間の適正な
競争環境の実現

利用者が自らのニーズに沿った
通信サービスを合理的に選択

利用者間の不公平解消

通信料金の
高止まりの解消

目的の達成状況に対する当社評価

- 目的が達成され、**公正競争の促進が損なわれない限りにおいて、規制の最小化を図ることは異論ない**
- 現時点においては、達成できている目的がある一方で、課題も存在している状況

目的の達成状況	成果	課題
事業者間の適正な競争環境の実現		課題① プラン変更に係る例外規定による市場の歪み 課題③ 規律対象事業者の基準に関する考え方が不明瞭
利用者が自らのニーズに沿った通信サービスを合理的に選択		—
利用者間の不公平解消		課題② 回線契約時に提供される利益を目的とした短期解約の増加
通信料金の高止まりの解消		—

- 「新規契約」を条件とする通信料金の割引等は、端末の販売がない場合も規制の対象とされているが、同一事業者内のプラン変更が著しく制限されていないときは、「新規契約」には該当しないことから規律なく通信料金の割引等が広く行われている

「新規契約」を条件とする利益の提供に係る現行規律*

規制の対象となる行為

「新規契約」を条件とする通信料金の割引等は、端末の販売がない場合でも規制の対象

＜端末の販売がある場合＞

端末の販売等に際する	条件	適用される規律の内容	
		通信料金の割引	利益提供
「新規契約」を条件とする	「継続利用」に当たる	一律禁止 ²⁵ (法第 27 条の 3 第 2 項第 1 号)	利益の提供について一律禁止 (施行規則第 22 条の 2 の 16 第 1 項第 1 号)
「継続利用」に当たらない			利益の提供の上限は 4 万円（税抜） (端末の対照価格が 2 万円を超える場合に、当該端末の対照価格の 5 割に相当する額又は 2 万円のいずれか高い額) と端末の対照価格から先行同型機種の買取価格を減じて得た額のいずれか低い額 (施行規則第 22 条の 2 の 16 第 1 項第 2 号) ^{26, 27}

＜端末の販売がない場合＞

端末の販売等に際しては	条件	適用される規律の内容	
		通信料金の割引	利益提供
「新規契約」を条件とする	「継続利用」に当たる	法第 29 条第 1 項第 5 号に該当する可能性 ²⁸	利益の提供等について、法第 29 条第 1 項第 12 号に該当する可能性
「継続利用」に当たらない			2 万円（税抜）を超える利益の提供等について、法第 29 条第 1 項第 12 号に該当する可能性 ²⁹

「新規契約」の対象外となる条件

対象者が著しく制限されていないプラン変更は「新規契約」には該当せず、通信料金の割引等が可能

利益の提供について、新たな通信契約を締結することとともに、当該電気通信事業者におけるプラン変更²⁶も対象とする場合には、利益の提供の対象となるプラン変更をすることについて追加的な条件が付されておらず、かつ、当該利益の提供の対象となるプラン変更をすることに該当する者が著しく制限されていないときは、「新規契約」を条件とするものには当たらない。利益の提供の対象となるプラン変更をすることについて追加的な条件を付している場合であっても、当該追加的な条件が新たに通信契約を締結することに該当する者に対して付されている追加的な条件と全く同一のものであり、かつ、当該利益の提供の対象となるプラン変更をすることに該当する者が著しく制限されていないときは、「新規契約」を条件とするものには当たらない²⁷。利益の提供

同一事業者内のプラン変更が著しく制限されていないときは、「新規契約」には該当しないとされていることから規律なく通信料金の割引等が広く行われている

- ▶ 規律なく通信料金の割引等が広く行われている市場の歪みを解消する観点から、現行規律の見直しを検討いただきたい

目指すべき方向性

- ▶ 規律なく通信料金の割引等が広く行われている市場の歪みを解消する観点から、対象者が著しく制限されていない**プラン変更に関する例外規定を廃止**
- ▶ **端末の販売がない場合において、「新規契約」を条件とする通信料金の割引は一定期間可能とする規律の緩和**
(例：新規契約者に対し6か月間の通信料金割引は可能)
- ▶ **通信と端末の分離の観点から、端末の販売がある場合については現行の規律を維持**

- 現行規律において、継続利用を条件としない通信料金の割引 (=「お試し割」) は、条件を満たす場合に限って実施が認められているものの、利益の提供の上限額の範囲とされていることから2024年の導入以降いずれの事業者も未実施
- 端末の販売がない場合において通信料金割引を一定期間可能とする規律の緩和等 (前頁参照) が認められない場合には、「お試し割」は条件を見直し、事業者が活用できる制度としていただきたい

現行の「お試し割」

円滑な乗換えを促進する観点等から、通信料金割引を可能とする制度として導入されたものの、いずれの事業者も実施できていない

目的*1

- 事業者間の円滑な乗換えを加速
- 利用者が乗換え検討先事業者 (新規参入事業者等) の通信サービスの質を「お試し」として利用しやすくする

²² ただし、「継続利用」を条件としない通信料金の割引については、以下3点の条件を全て満たす場合は、法第29条第1項第5号の要件に該当しない

①当該割引の合計額の上限が2万円（税抜）であること（当該割引の合計額は、利益の提供の上限額の内数に含まれる。）

②当該割引の期間の上限が6か月であること。

③当該割引が同一事業者で一回のみであること。

④の割引回数は、契約者名義で判定する。その際、携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律（平成17年法律第31号）において義務付けられた本人確認記録の保存期間の範囲で、本人特定事項に照らして確認を行う。

条件*2

条件①で、「当該割引の合計金額は、利益の提供の上限額の内数に含まれる」とされていることから、いずれの事業者も「お試し割」が実施できていない

目指すべき方向性

導入目的を踏まえ、「お試し割」を実施できる条件を見直す

例：当該割引は、利益の提供の上限額に加えて実施可能とする
(ミリ波対応端末における利益提供の特例と同様)

【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 P31】

ミリ波対応端末については、当分の間、利益の提供の上限は5万5千円
(税抜) (端末の対照価格が2万円を超える場合に、当該端末の対照価格の5割に相当する額又は2万円のいずれか高い額)と端末の対照価格から先行同型機種の買取価格を減じて得た額のいずれか低い額とする。

ミリ波対応端末について、2024年の改正にて割引上限額を最大1.5万円引き上げ

- 回線契約時に提供される利益を目的として短期解約を繰り返す行為（ホッピング）が増加
- 短期解約者へ提供した利益の回収ができないことに加え、販売現場の負担感が大きく、コスト負担も発生

端末市場における変化

2023年12月以前

白ロム割は規律の対象外とされており、
1円販売等の端末の極端な廉価販売が増加

2023年12月以降

端末セット購入時の「白ロム割」を規律の対象

端末の極端な廉価販売は見られなくなり、
転売目的の廉価販売端末の購入が減少

短期解約に係る課題

- 回線契約時に提供される利益を目的とした短期解約を繰り返す行為（ホッピング）が増加
- 契約時に約した利益は短期解約した場合においても提供しなければならず、事業者の持ち出しどとなる
- 店頭契約においては、説明・案内に係る対応が都度発生し、販売現場の負担感が大きく、事業者のコスト負担も発生（詳細は次頁参照）

参考：短期解約によるコスト負担

構成員限り

- 短期解約を繰り返す行為（ホッピング）を抑止する観点から、
短期解約した場合においては、事業者が利益提供を行わないことを可能としていただきたい

目指すべき方向性

短期解約した場合において事業者は利益提供を行わないことを可能とするよう規律を見直し

事業者が実施できるようになる対策（例）

1

契約時に約した利益を契約から一定期間（6か月程度）経過後に提供
※一定期間経過前に解約した場合は利益提供の対象外

2

契約時に約した利益を一定期間内で分割して提供
※一定期間内に解約した場合は以降利益提供の対象外

- ガイドラインにおいてMNOは全事業者、MVNOは利用者数の割合が4%以上の事業者を対象として規定されているものの、当該基準をどのように考えて定めたかは示されていない
- 市場競争の更なる活性化の観点から、**規律対象事業者の基準に関する考え方を明確化すべき**

現行規律における対象事業者*1

対象事業者の基準が規定されているものの、
なぜ「競争への影響が少ないと考えられない」*2のか不明瞭

（3）指定基準【施行規則第22条の2の15第1項】

法第27条の3第1項の総務省令で定める利用者の数の割合は、MVNOについて4%である。MNO及び当該MNOの特定関係法人については、利用者の数の割合とは関係なく、移動電気通信役務を提供している全事業者が対象となる。

MNOは利用者数の割合に関係なく全事業者が対象であり、
MVNOは利用者数の割合が4%以上の事業者が対象

目指すべき方向性

市場競争の活性化の観点から、
規律対象の基準に関する考え方を明確化

1. 電通法27条の3において、規律の対象とする事業者（＝競争への影響が少ないと考えられない事業者）の基準に関する考え方を明確化し、ガイドライン上に記載
2. 1.の基準に満たない事業者が、柔軟な施策が行える環境を整備

- 第二種指定電気通信設備制度における考え方や有識者のご意見を踏まえると、
MNOであること（=移動通信サービスに係る無線局を自ら開設又は運用すること）のみを以て、
「競争への影響が少ないとは考えられない」とは必ずしも判断できないのではないか

第二種指定電気通信設備制度における考え方

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*1

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、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。

甲南大学 佐藤名誉教授のご意見*2

「一部ゼロ円」料金プランと価格圧迫の関係について

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き赤字。ユーザーや使い方(食べ方)で赤字になり黒字になる。(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 も固定プロードバンドサービスに参入したときには、ADSL モデムをタダで配つたり、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、「プ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 万となる閾値を越えれば、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ります」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かでしょうか。

- ・ 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**
- ・ 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かでしょうか

まとめ（課題と目指すべき方向性）

- 公正競争を促進の促進を目指し、市場環境や規制効果を検証し、規制の在り方を検討いただきたい

課題	目指すべき方向性
課題① プラン変更に係る例外規定による市場の歪み	<ul style="list-style-type: none">同一事業者内のプラン変更が著しく制限されていないときは、「新規契約」には該当しないとされていることから規律なく通信料金の割引等が広く行われているプラン変更に関する例外規定を廃止端末の販売がない場合において「新規契約」を条件とする通信料金の割引は一定期間可能とする規律の緩和通信と端末の分離の観点から、端末の販売がある場合については現行の規律を維持
課題② 回線契約時に提供される利益を目的とした短期解約の増加	<ul style="list-style-type: none">回線契約時に提供される利益を目的とした短期解約を繰り返す行為が増加しており、短期解約者へ提供した利益の回収ができないことに加え、販売現場の負担感が大きく、コスト負担も発生短期解約した場合において事業者は利益提供を行わないことを可能とするよう規律を見直し
課題③ 規律対象事業者の基準に関する考え方が不明瞭	<ul style="list-style-type: none">ガイドラインにおいて規律の対象事業者の基準が規定されているものの、当該基準をどのように考えて定めたかは示されていない市場競争の更なる活性化の観点から、規律の対象とする事業者の基準に関する考え方を明確化し、基準に満たない事業者が柔軟な施策を行える環境を整備

市場環境や規制の効果を検証するための指標

- これまで参照してきたデータに加え、総務省殿による覆面調査等に基づくデータを拡充することで公正競争の一層の促進を目指し、検証・検討いただきたい

これまで参照してきた主なデータ*

事業者間の競争	<ul style="list-style-type: none">事業者シェア（MNO・MVNOの契約数の推移）
通信料金 料金プラン	<ul style="list-style-type: none">消費者物価指数（携帯電話の通信料）家計調査における携帯電話料金の支払額の推移各社の料金プランやセット割引等の条件日本を含む主要6か国の料金比較調査（対象は携帯電話・固定電話・FTTH。携帯電話はMNOシェア1位、MNOのうち最安、MVNOシェア1位それぞれ最安料金を比較）廉価プラン・サブブランド・MVNOの契約者数の推移2021年2月以降に発表されたMNOや主要MVNOのプランの契約数利用者の意識（現在契約しているプランの理解度・納得度・安い感じるか 等）
スイッチング	<ul style="list-style-type: none">対象役務のMNP件数、契約解除数の推移携帯電話サービス解約時の各社の違約金設定の動向各種手数料の動向利用者の意識（乗換えた/乗り換えない理由、違約金額や手数料額に対する許容度 等）
通信サービスの 利用実態	<ul style="list-style-type: none">利用者の意識（事業者との契約継続期間、サブ回線の有無、セット割・付加サービス等の利用状況 等）MNO4社のユーザが利用した月ごとのギガ数（通信量帯ごとの該当件数）
事業者の 経営状況	<ul style="list-style-type: none">規律対象サービスのARPU規律対象事業者（主にMNO）の売上額、営業利益額、設備投資額 等
販売代理店 との関係	<ul style="list-style-type: none">販売代理店に対する支払金（販売奨励金を含む）の推移MNOが販売する端末のうち販売代理店に卸している台数
利益提供の状況	<ul style="list-style-type: none">継続を条件としない場合の新規契約を条件とする利益提供の件数・額継続を条件としない場合の端末購入を条件とする利益提供の件数・額特例による利益提供（不良在庫端末、ヨリ波対応端末）
端末価格	<ul style="list-style-type: none">MNO 4社が販売する端末の種類や価格帯の推移
端末販売	<ul style="list-style-type: none">MNO 3社が販売する端末のうち端末購入プログラムによる販売台数の推移規律対象事業者による端末販売台数の総数（新品端末・中古端末）MNO3社による非回線契約者への端末販売の割合利用者意識調査（端末購入経路、乗換え時の端末購入の割合、端末購入プログラムの利用実態 等）
規律の遵守状況	<ul style="list-style-type: none">販売・契約の現場（キャリアショップ、家電量販店等）における法令遵守状況等の覆面調査

追加で参照いただきたいデータ

通信市場の 動向

- 短期解約件数の推移
- 短期解約に対して事業者が実施した対策 等

規律の 遵守状況

覆面調査項目に以下観点を追加

- 利用者に対しホッピングを唆す案内がないか
- 利用者に対し一定期間の通信契約の継続を求める案内がないか 等

公正競争の促進を目指し、検証・検討いただきたい

参考：モバイルサービスの通信品質と顧客獲得のモチベーション（1/3）

ヒアリング項目	当社回答
自社のモバイルサービスの通信品質をどのような指標で評価しているか。 また、これを踏まえてネットワーク投資の水準をどのように評価しているか。	<p>構成員限り</p>

参考：モバイルサービスの通信品質と顧客獲得のモチベーション（2/3）

ヒアリング項目	当社回答
自社のモバイルサービスの通信品質をどのような指標で評価しているか。 また、これを踏まえてネットワーク投資の水準をどのように評価しているか。	<p>構成員限り</p>

参考：モバイルサービスの通信品質と顧客獲得のモチベーション（3/3）

ヒアリング項目	当社回答
顧客獲得や顧客維持のモチベーションとして、通信料金収入の確保の他に何があるか。 (例えば、顧客データの取得・活用・他サービスとの連携、自経済圏の強化等)	<p>顧客獲得および顧客維持のモチベーションは以下2点です。</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 通信料金収入の確保➤ 当社通信サービス利用者における楽天経済圏内の各種サービス利用の促進

Rakuten Mobile