

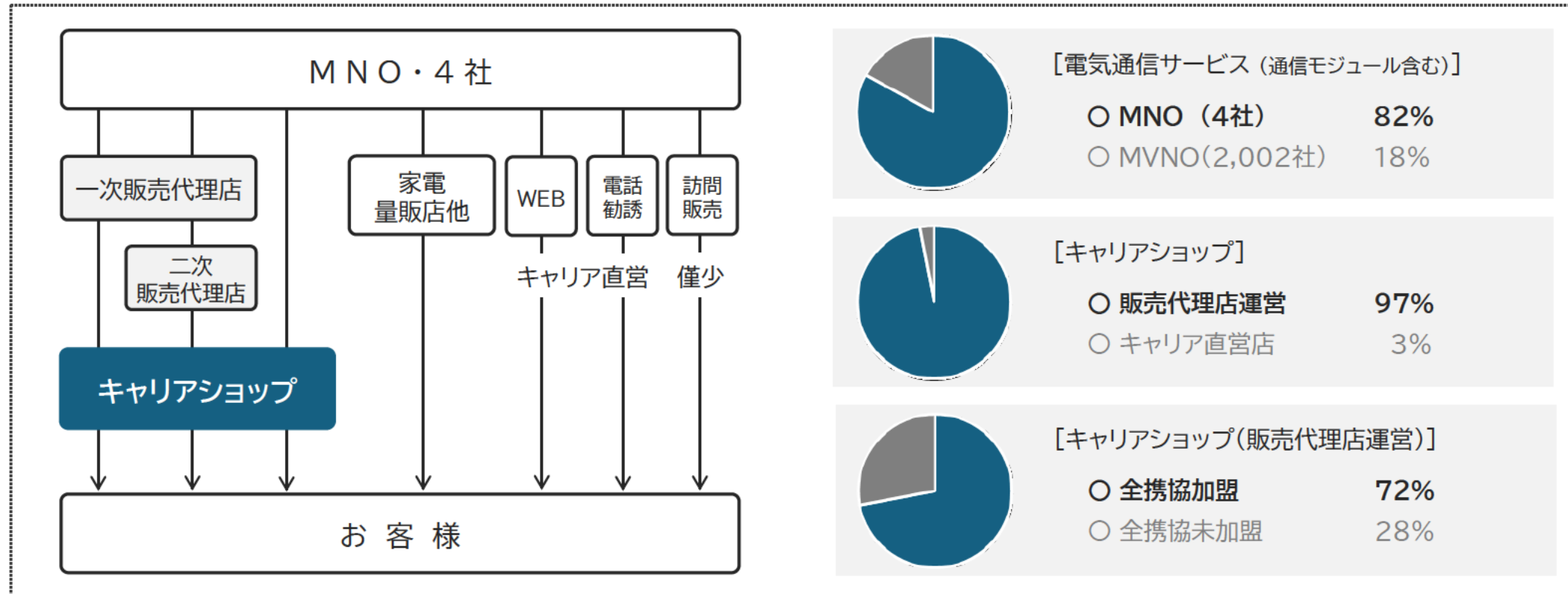
利用者視点を踏まえたモバイル市場の検証に関する専門委員会(第3回) 関係者ヒアリング事項について



- 一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会
2026年1月30日

(参考) 販売代理店と全携協の位置づけ

キャリアショップの97%は販売代理店の運営。(キャリアのルールに則った運営。)



出典：電気通信サービスのシェア … 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(令和7年度第2四半期(9月末))」

https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban04_02000272.html

キャリアショップの運営シェア・加盟率 … 全携協加盟情報より(2025年4月) ※2025年4月1日・6,999店。(2025年12月31日・7,323店)

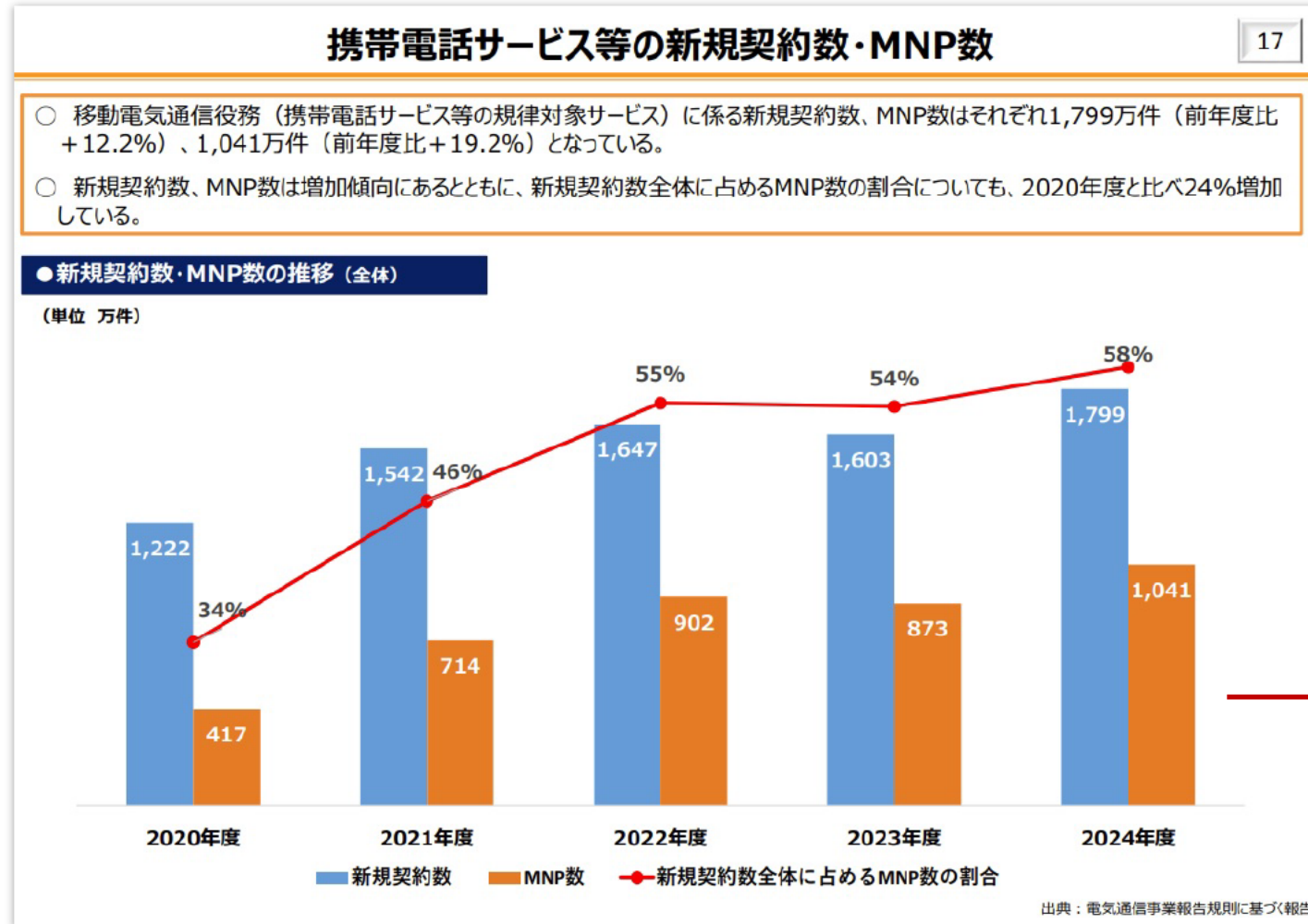
1. 指標(データ)に基づく規制のあり方の検討について

目的① 「事業者間の適正な競争環境の実現」

(1)	<p>目的は達成できていると言えるか。</p> <p>(現在の市場環境や27条の3の規制の効果をどのように捉えているか。)</p>	<p>【新規事業者やMVNOとの間においては、達成できている】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 割引上限規制が有効に機能しており、高額なキャッシュバックや0円端末等の過度な利益提供は行われておらず、割引上限規制の範囲を超えて新規事業者やMVNOが不利とはなっていない認識。 ○ 割引上限規制の範囲内ではあるものの、端末価格の割引やSIMのみ新規契約のキャッシュバックの誘引に頼った競争慣行はつづいており、根絶できてるとは言えない。 ○ 現在の市場環境としては、物価高の影響もあり、2023年度は20年ぶりに端末販売が30百万台を割り、2024年度は更に減少していることに留意が必要。
(2)	<p>市場環境や27条の3の規制の効果を検証するにあたり、どのようなデータを定点的に観測すべきか。</p> <p>現在参照しているデータに加えて、他に把握すべきデータはあるか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ① 新規契約数、MNP数に加えて「機種変更の件数」を報告規則に追加すべき。 理由: MNPに偏った施策で機種変更のお客様が蔑ろとされることがないように、市場全体の件数とMNP数とのバランスを把握すべき。 ② 「解約率(4キャリア合算値)」を定点観測に加えるべき。 理由: 競争が激しくなると解約率は上昇するため、①とセットでみることで市場の不健全さを類推できる。 ③ 主要先進国との比較を行ってはどうか。 理由: 新しい通信規格や先端技術の社会実装が遅れないよう、端末の平均使用年数、契約者数と端末販売台数のバランスを把握してはどうか。
(3)	<p>27条の3の規制の最小化を図ることは可能と考えるか。</p> <p>目的①～④を達成するため、27条の3の規制に代わる対応策が考えられるか。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 割引上限規制の維持は必要。 理由: 規制施行後も、抜け穴であった白ロム廉価販売により過度な端末割引が行われ、転売ヤーや闇バイトが社会問題化し、公正取引委員会の緊急実態調査が行われることになったことを踏まえると、上限規制がないと事業者間の適正な競争環境が維持できない。(「やめたくてもやめられない」状態となる) ○ 「廉価端末」の定義を2万円以下から4万円以下に変更してはどうか。 理由: 物価高対策としては、中古端末の流通促進に加えて、低価格帯端末の販売促進が考えられる。

(参考) MNP件数の推移 (資料1-3より)

現在は、新規契約数全体に占めるMNP数、という見方しかできない



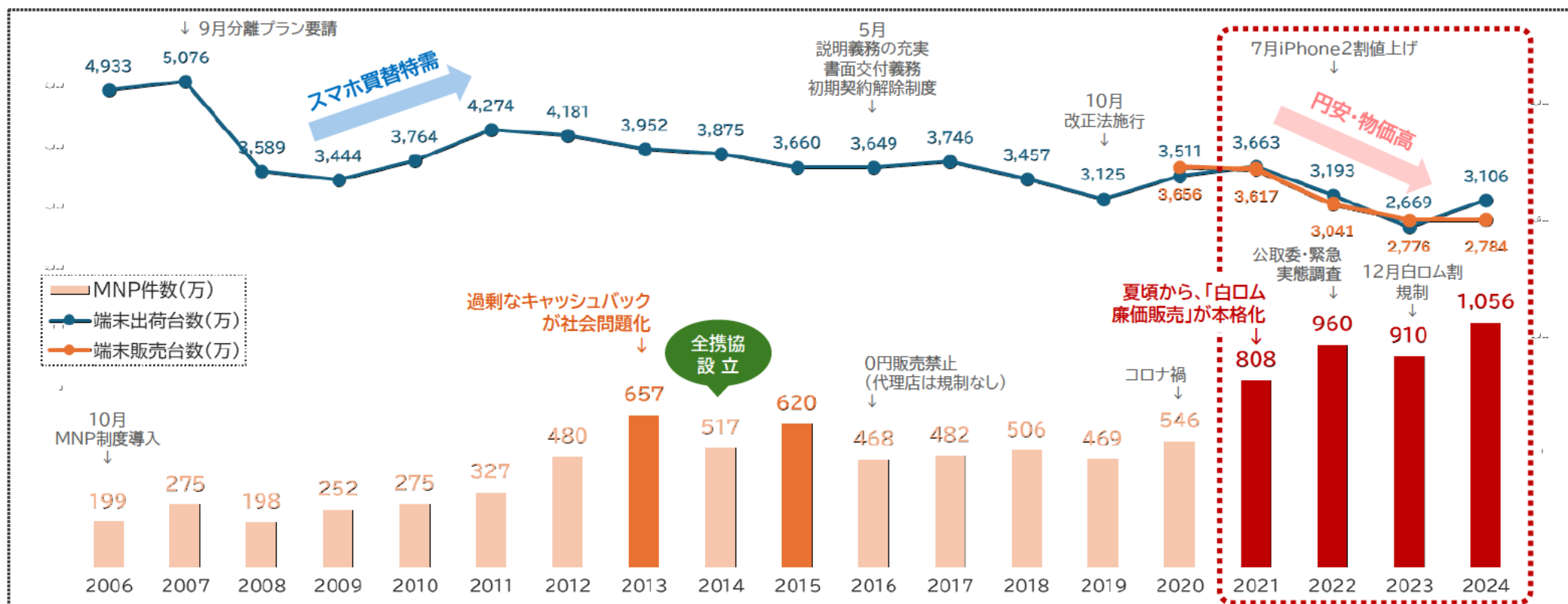
キャッシュバック目当ての
MNPホッパーが含まれている

(参考) MNP件数の推移

機種変更も含めた端末販売市場全体とのバランスを見ることで、俯瞰した評価ができる

「MNPに偏った施策になっていないか」、「SIMのみMNPの伸びは解約率とセットで妥当性を評価」

出荷台数とMNP件数 (単位:万)



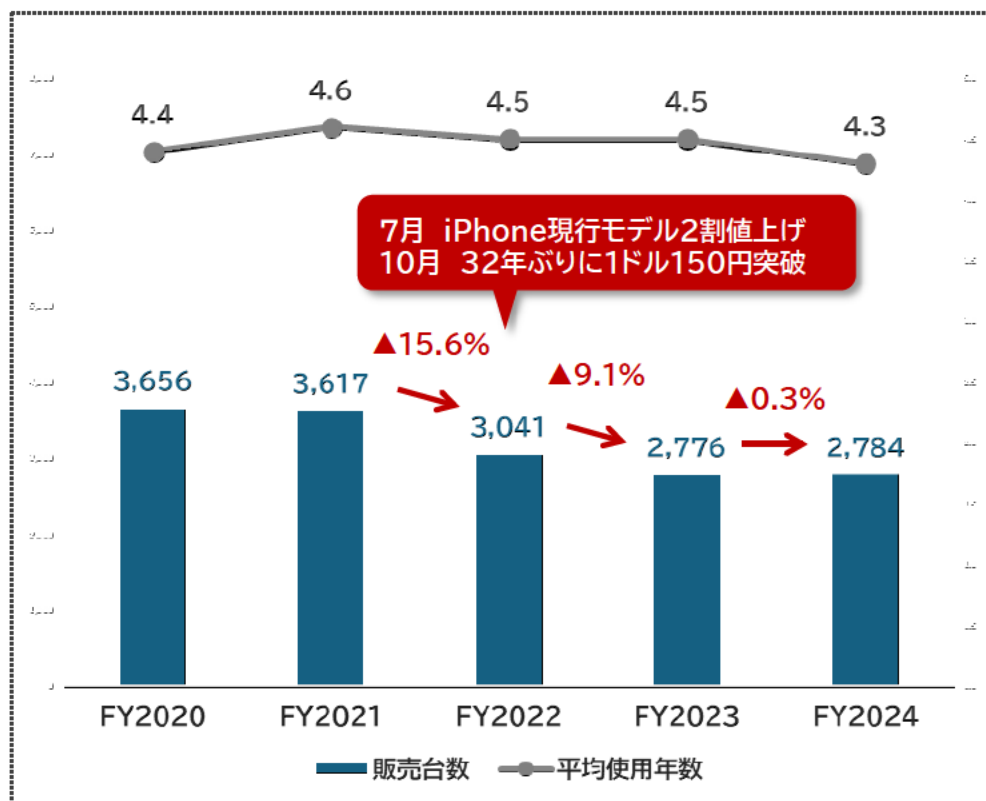
出典 出荷台数…MM総研、販売台数…利用者視点を踏まえたモバイル市場の検証に関する専門委員会(資料1-3)

MNP件数…電気通信番号に関する使用状況の公表(令和6年度) https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban06_02000129.html

(参考) 販売台数の推移

物価高の支援として「廉価端末」の定義を4万円以下とし、市場活性化を図ってはどうか

4キャリアの販売台数 (単位:万台)



出典 総務省 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
内閣府 消費動向調査

スマホの価格帯別 販売構成比

端末の価格帯		2023年度		2024年度	
高価格帯	16万～	10.6%	45.3%	13.3%	47.7%
	14～16万未満	5.7%		5.1%	
	12～14万未満	17.4%		13.6%	
	10～12万未満	11.6%		15.7%	
中価格帯	8～10万円未満	2.5%	29.2%	5.5%	28.0%
	6～8万円未満	16.5%		15.6%	
	4～6万円未満	10.2%		6.9%	
低価格帯	2～4万未満	20.9%	25.4%	19.4%	24.3%
	～2万未満	4.5%		4.8%	

出典 総務省 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

目的② 「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」

(1)	目的は達成できていると言えるか。 (現在の市場環境や27条の3の規制の効果をどのように捉えているか。)	【手法面では達成できているが、実態は不明】 ○ 通信料金と端末代金の分離により、購入する端末によって通信料金が異なることがなくなり、利用者は料金プランを正確に把握し、他の料金プランと比較できるようになった。 ○ 各種スイッチング円滑化施策により、利用者はキャリアを乗り換えることが容易になった。 ○ 一方で、実際に多くの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し、実際に乗り換えまで行えているかどうかは、把握できていない認識。
(2)	市場環境や27条の3の規制の効果を検証するにあたり、どのようなデータを定点的に観測すべきか。 現在参照しているデータに加えて、他に把握すべきデータはあるか。	○ 利用者アンケートにおいて、MNPの経験を0回、1回、2回、3回、4回、5回以上と、具体的に質問する。 且つ、MNPをした理由と、0回と回答した人にはなぜ現在のキャリアを変えないのか理由を質問する。 理由: 2021年度からMNPの件数は急増しており、比例してMNPを行ったことのある人も増えているはずだが、そうでないなら同じ人ばかりがMNPを行っている虞があり、施策の見直しを検討する契機となる。 MNPをした理由からも、キャッシュバック等を目的としたMNPがどの程度あるかを把握できる。 また0回と回答する人にその理由を伺うことで、今後の効果的な対策の方向性を定められる。 ○ 目的①の(2)と同じ。(MNP数の増加 ≠ 利用者がニーズに沿った通信サービスを合理的に選択した結果)
(3)	27条の3の規制の最小化を図ることは可能と考えるか。 目的①～④を達成するため、27条の3の規制に代わる対応策が考えられるか。	特に意見なし。

目的③ 「利用者間の不公平」

(1)	目的は達成できていると言えるか。 (現在の市場環境や27条の3の規制の効果をどのように捉えているか。)	<p>【一部において、達成できていない】</p> <p>① 通信料金と端末代金の分離により、端末を購入した人としいない人との通信料金の不公平はなくなり、また割引上限規制の導入により端末を頻繁に買い替える人とそうでない人との不公平も、割引上限規制の範囲内に収めることができる。</p> <p>② 一方で、割引上限規制の範囲内での割引を<u>複数回享受することは可能</u>であり、特にSIMのみMNPにおいて契約後短期解約して他社に乗り換える踏み台行為や、それを繰り返すホッピングが発生しており、一部の利用者だけが利益を得ている。</p>
(2)	市場環境や27条の3の規制の効果を検証するにあたり、どのようなデータを定点的に観測すべきか。 現在参照しているデータに加えて、他に把握すべきデータはあるか。	<p>○ MNP契約後、1か月、3か月、6か月、9か月、12か月以内の解約率を定点観測することで、上記②の把握ができるものとする。</p>
(3)	27条の3の規制の最小化を図ることは可能と考えるか。 目的①～④を達成するため、27条の3の規制に代わる対応策が考えられるか。	<p>○ この論点は総務省資料にあるとおり、顧客ID管理等を通じて、一定期間内に再度転入した契約者には利益提供しない等の、MNOによる自主的な取組の整備で対応すべきだが、<u>実効力あるシステムの開発には相応のコストと時間がかかると思われる</u>。また、販売代理店側による割引は管理できない。</p> <p>○ 割引上限規制の維持は必要。 理由： 規制後も、抜け穴であった白ロム廉価販売により過度な端末割引が行われ、転売ヤーや闇バイトが社会問題化し、公正取引委員会の緊急実態調査が行われることになったことを踏まえると、上限規制がないと利用者間の不公平が拡大する。</p>

目的④「通信料金の高止まりの解消」

(1)	<p>目的は達成できていると言えるか。</p> <p>(現在の市場環境や27条の3の規制の効果をどのように捉えているか。)</p>	<p>【達成できている】</p> <p>○ 総務省の資料1-3、「消費者物価指数、利用者の意識」(P12)、「携帯電話料金の国際比較の推移」(P13、14)のとおりに、達成できている認識。</p>
(2)	<p>市場環境や27条の3の規制の効果を検証するにあたり、どのようなデータを定点的に観測すべきか。</p> <p>現在参照しているデータに加えて、他に把握すべきデータはあるか。</p>	<p>○ 携帯電話業界の通信料金は、消費者物価指数等との連動がやや乏しいと思われる。</p> <p>例) iPhoneは、2022年7月に現行モデルを2割弱値上げ(円安・物価高との連動)</p> <p>多くの販売代理店は、ベースアップを行っていない懸念がある。</p> <p>各キャリアの販売代理店に対する手数料は出来高制のため、労務費の価格転嫁の状況がみえにくい業界と言える。通信料金を消費者物価指数との対比でみることにより、代理店に対する労務費の価格転嫁が適切なタイミングで行えているかを類推できると思われ、引き続き総務省による定点的な観測や、客観的な評価が示されることが望ましい。(高止まりの評価だけでなく、価格転嫁が適切に行えていない場合も客観的な指摘が必要。)</p>
(3)	<p>27条の3の規制の最小化を図ることは可能と考えるか。</p> <p>目的①～④を達成するため、27条の3の規制に代わる対応策が考えられるか。</p>	<p>特に意見なし。</p>

【その他】「お試し割」について

「お試し割」を導入する必要性は、既に薄れているのではないか

(2024年12月ガイドライン改正に際し、全携協は市場の不健全化につながりうるとして反対。その後、全キャリアが活用していない状況)

【変化点】

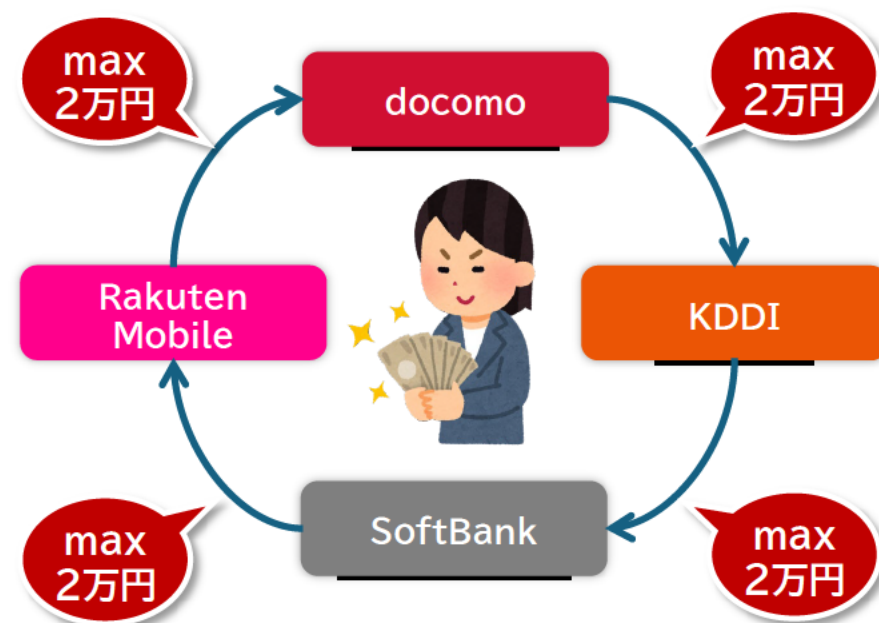
- Opensignal社による通信品質調査の浸透
- 新規参入事業者・楽天モバイルが1千万契約達成
- 短期解約問題の深刻化

【MNO4社に対するヒアリング事項(4)－①】

「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。」



今後、通信品質についての指標が検討されることと並行して、市場不健全化(通信品質等の確認ではなく、利益の享受だけを目的としたホッピング等)を招く虞のある「**お試し割**」につき、**ガイドライン(脚注22～24)から削除が適当。**

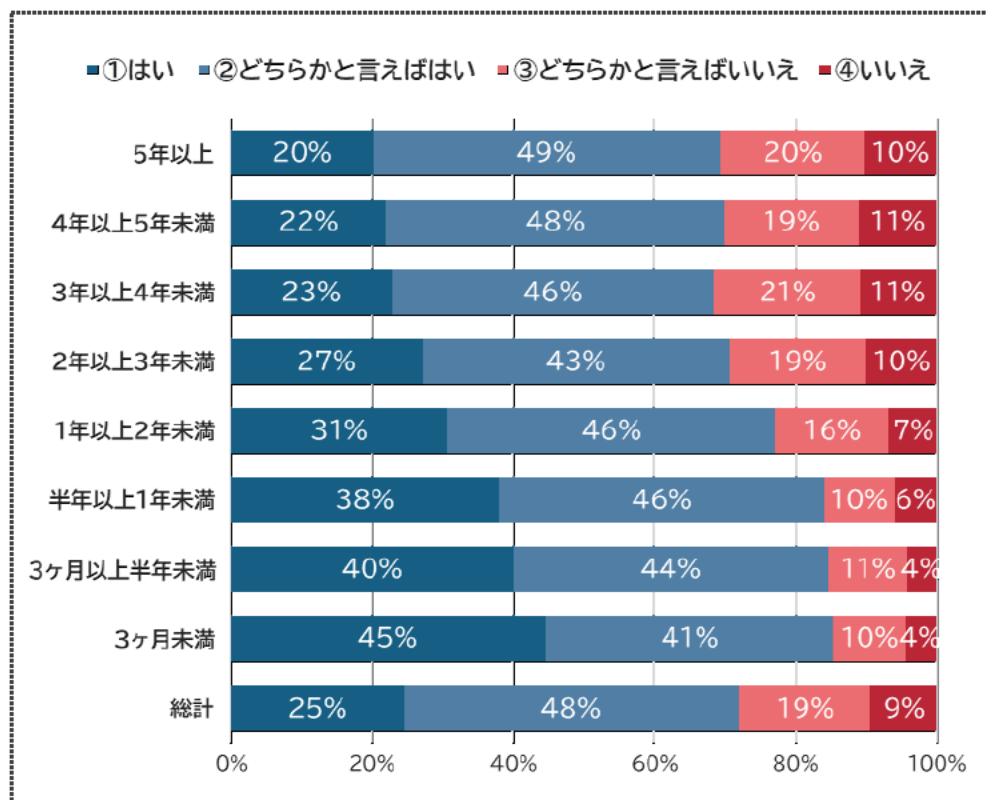


- ① 通信料金の割引額の合計が**2万円(税抜)以内**
- ② 割引期間 6か月以内
- ③ 同一キャリアで1回限り

2. 現在、通信市場や端末市場において顕在化している課題について

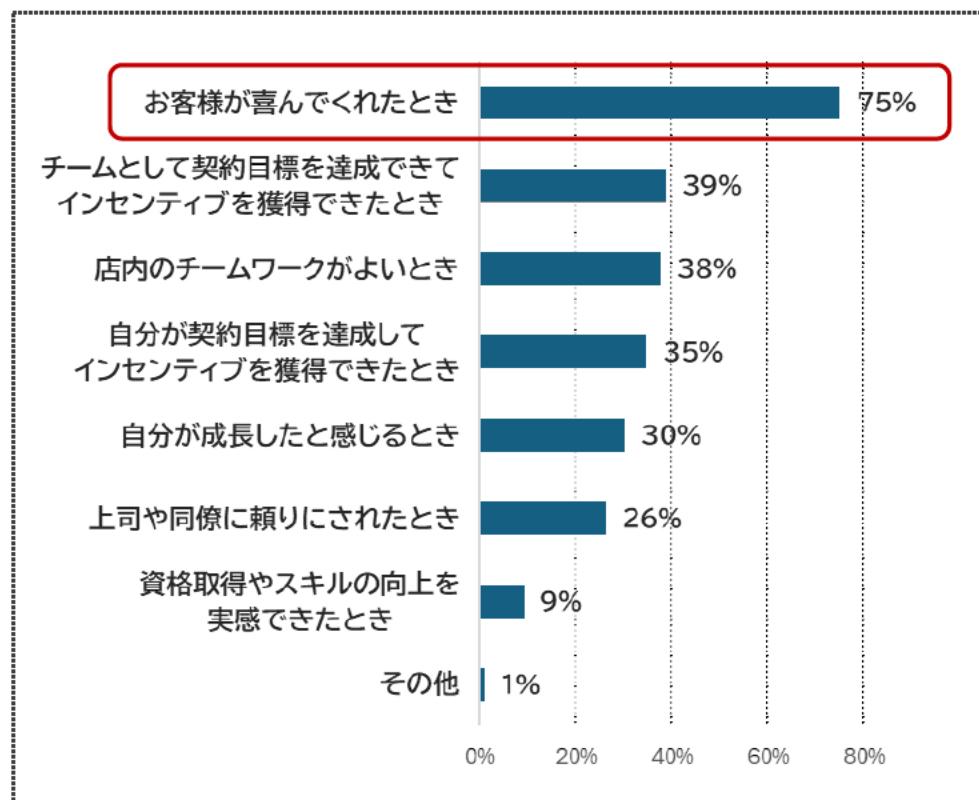
73%(昨年72%)がやりがいを感じている。特にやりがいを感じるのはお客様が喜んでくれたとき

Q. わたしは、ショップの仕事にやりがいを感じている。



出典 全携協ES・カスハラアンケート(2025年8月)、n=11,347

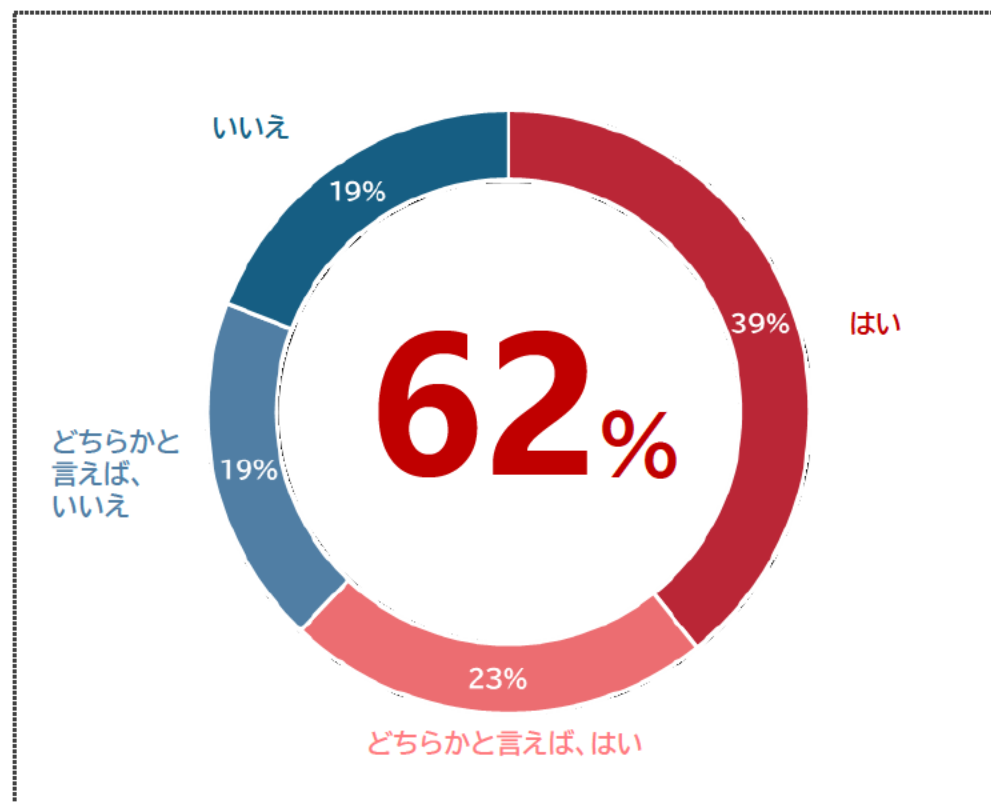
Q. どんなときに、特にやりがいを感じますか。
(3つまで選択可)



n=11,347

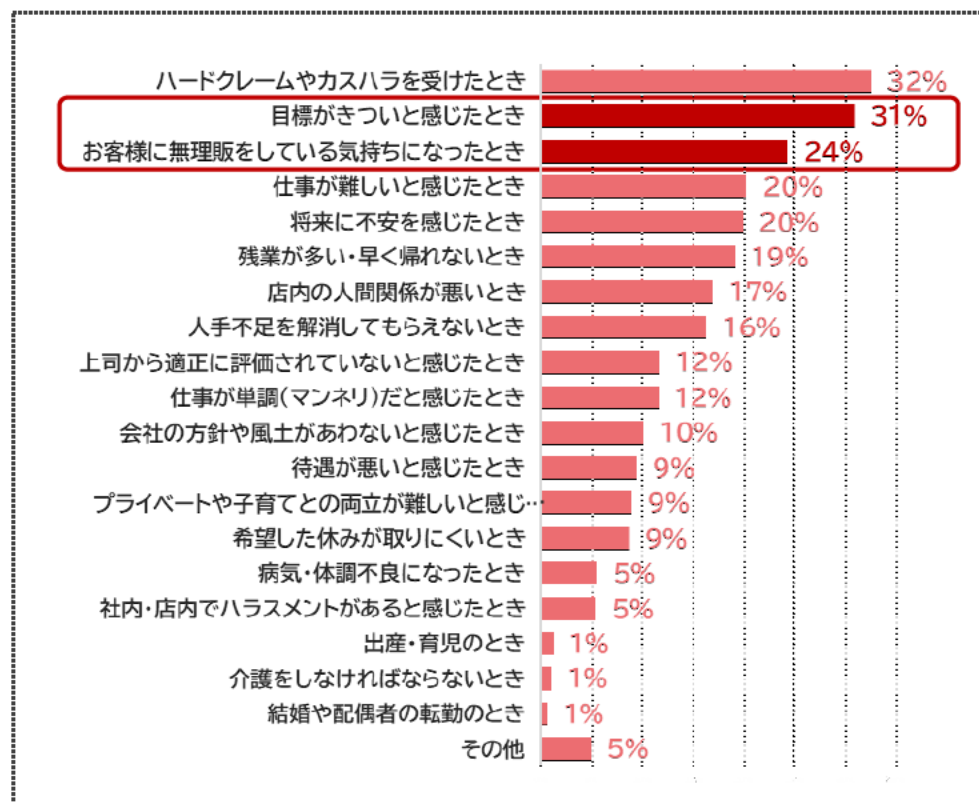
62%(昨年63%)が直近1年の間に離職を考えたことがあり、高い目標値が原因のひとつ

Q. わたしは、直近1年の間に
本気で「つらいな、辞めたいな」と思ったことがある。



出典 全携協ES・カスハラアンケート(2025年8月)、n=11,347

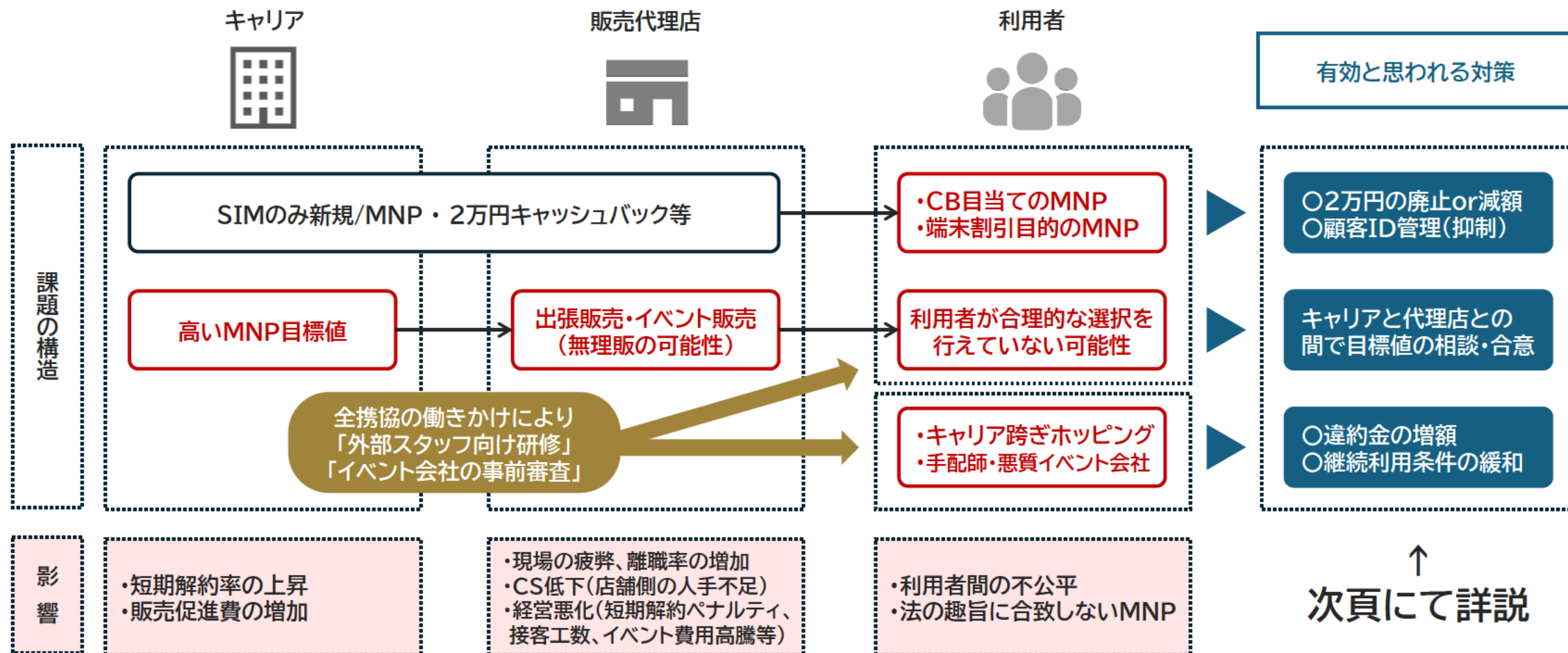
Q. どんなときに、つらいな、辞めたいな、と思いましたか。
(3つまで選択可)



n=7,048 (離職を考えた人)

短期解約問題について

法27条の3等の企図する、より健全な市場に向けた対策が必要な状況



↑
次頁にて詳説

短期解約問題について

まずはNo.4・5により、不適切な制度利用や悪質な業者を排除したい
並行してNo.2・3の自主的な取組を継続的に取り組むことで、市場健全化を図りたい

No.	有効と思われる対策	全携協意見	
1	2万円の廃止or減額	SIMのみ新規/MNP・2万円上限の廃止もしくは減額は、対策としては有効だが、MNP目標達成の難易度が上がる。(No.3とあわせた議論が必要。)	△
2	顧客ID管理(抑制)	同一名義への複数回の割引抑制は、キャリア側の自主的な取組となる。 ※ 一部キャリアで実施中だが、より実効力のあるシステムの開発には相応のコストと時間がかかると思われる。	○
3	キャリアと代理店との間で、目標値の相談・合意	競争領域の論点であり、且つキャリアと代理店との間で圧倒的な立場の差がある。 ex. キャリア目標からの逆算でない目標値 ex. 販売代理店の能力・状況を踏まえた目標値 ex. 利用者にニーズに沿った提案で達成できる目標値 (電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドラインより)	◎
4	違約金の増額	FTTHと同じく、1か月分の利用料まで認めていただきたい。 ※ 現行は施行規則第22条の2の13の2・第2項口と、第22条の2の17の第4項のどちらか低い方が上限。	○
5	継続利用条件の緩和	キャリアが利益提供を契約時一括ではなく、1年程度に亘り分割して行えるようにしてほしい。(適切な割引となるよう、継続利用条件を認めていただきたい。) ※ 1年以内解約者に対して利益提供額の返金を請求する運用は求めない。 (販売代理店がお客様に独自の「誓約書」を求めるなど、市場が不健全となる可能性。)	○

短期解約抑止、そして継続利用の促進に向けて

長期利用者への優遇措置と、適正な競争とのバランスが重要

