

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4回)

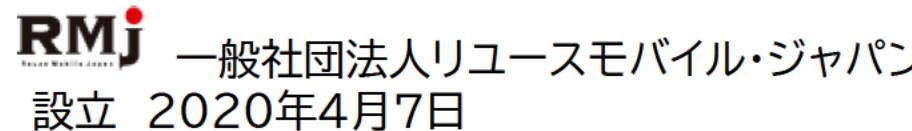
関係者ヒアリングご説明資料

2026年2月13日



一般社団法人リユースモバイル・ジャパン

一般社団法人リユースモバイル・ジャパンについて



RMJの理念

リユースモバイル通信端末市場の発展により、多様で低廉な通信サービスが安心で安全に消費者に提供される社会の形成を目指す。

RMJのビジョン

リユースモバイル通信端末市場の健全な発展および消費者保護を目的とした安心・安全なリユースモバイル通信端末流通の促進を行うことを目的とする。

事業内容

- (1)リユースモバイル事業者の認証
- (2)リユースモバイル通信端末に関する事業の認知度向上を目指す広報・啓蒙活動
- (3)リユースモバイル通信端末事業者における古物営業法等の法令順守のための活動
- (4)リユースモバイル通信端末事業に係る関連省庁との連携
- (5)関連事業者(キャリア・メーカー・MVNO事業者等)および業界団体との連携
- (6)リユースモバイル通信端末事業の健全な発展に関する政策提言
- (7)優良かつ透明性の高いリユースモバイル通信端末事業者の育成
(データ管理・不正端末流通防止等に関するガイドライン策定等)
- (8)会員相互の連絡と共通する課題の共有
- (9)前各号に掲げる事業に付帯または関連する事業

リユースモバイル事業者認証制度

リユースモバイル事業者認証制度は、リユースモバイル端末事業者が「リユースモバイルガイドライン」に沿って、リユースモバイルビジネスおよび店舗等での業務を運営していることを「リユースモバイル・ジャパン」(以下、RMJ)が認証する制度です。

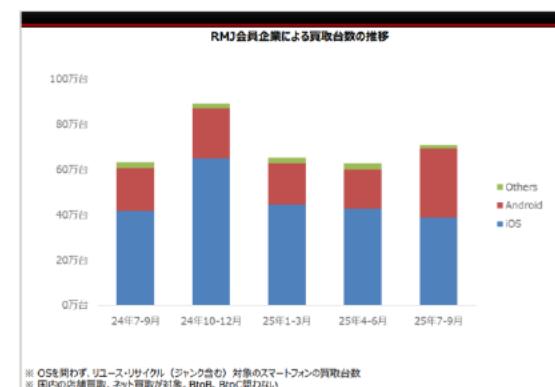
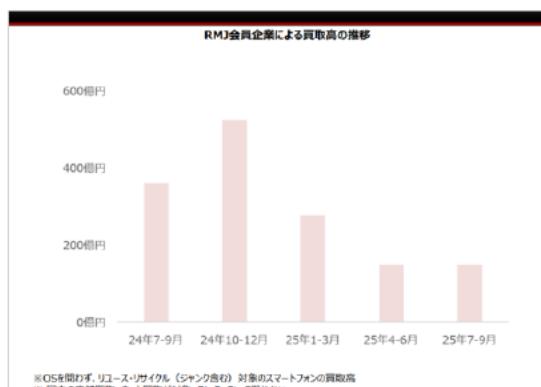
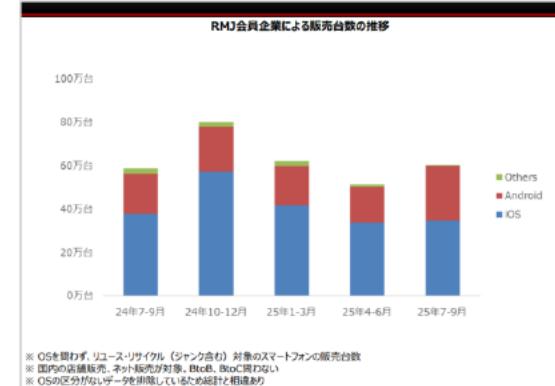
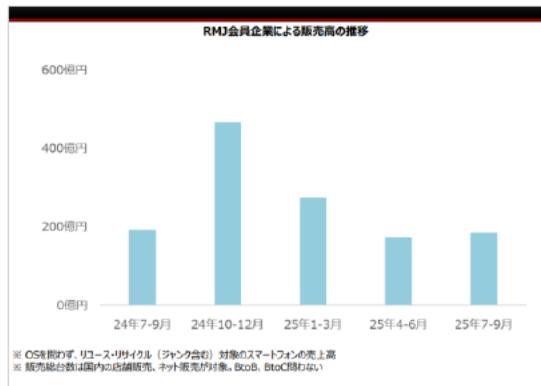


【正会員】 計26社					
株式会社ニューズドテック	株式会社ゲオ	ブックオフコーポレーション株式会社	株式会社クリエージェンシー	ReYuu Japan株式会社	株式会社ソフマップ
株式会社イオンス	Likewize Japan株式会社	インバースネット株式会社	株式会社ワンズ	株式会社MASATOMI	株式会社ヒューマン・コア
PCテクノロジー株式会社	株式会社PRODIG	株式会社ティーズフューチャー	株式会社Seagram	株式会社三木森	ヒトとのつながりを応援する会社 ユウソリューションズ株式会社
Assurant Japan 株式会社	株式会社CDRエコムープメント	株式会社リスタ	上新電機株式会社	株式会社電脳マーケット	Alchemy Telco Solutions Japan 合同会社
株式会社コシダック	株式会社トラディア				
【賛助会員】 計12社					
株式会社ブランコ・ジャパン	株式会社RBJ	株式会社Warranty technology	株式会社ULTRA-X ASIA PACIFIC	Back Market Japan株式会社	株式会社リスマ
FutureDIAL フューチャーダイヤル株式会社					
他5社					

RMJの取り組み紹介1

リユースモバイル通信端末の買取／販売概況の公表

RMJでは、リユースモバイルの正会員における売買実績の集計値を四半期単位でとりまとめ定期的にとりまとめ、リユースモバイル市場の動向・成長を公表しております。

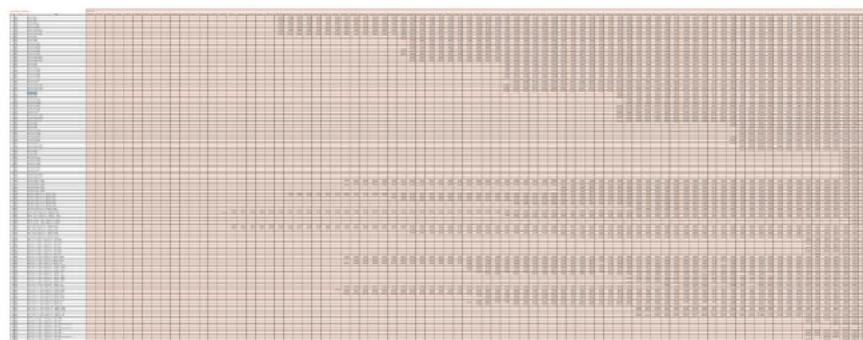


RMJ買取平均額の公表について

～総務省「競争ルールの検証に関する報告書 2024」への対応～

2024年9月12日に公表された、総務省「競争ルールの検証に関する報告書2024」において、端末購入プログラムの予想価格の算出方法を一定程度統一的に定めることとされました。このうち、端末の買取価格の推移については、広く中古端末事業者の買取価格を参考とすることが望ましいと結論付けられ、予想価格の算出にあたってRMJが公表する主要な端末の買取平均額の推移を使用することが適当とされました。

これを踏まえ、RMJにおきましては、モバイル市場の公正競争促進に資することを目的とし、個人を対象とした買取端末台数と買取平均額が算出可能な正会員9社を対象とし、報告書に記載のある端末状態「AランクからCランク」の範囲で抽出・集計したデータを公表しております。



●買取平均額に用いる端末の状態…競争ルールの検証に関する報告書2024より
RMJは、端末の外装状態の評価に応じて、S(未使用品)、A(美品)、B(中程度品)、C(使用済品)、J(破損)※のランク付けを行っているところ、買取平均額の算出に当たっては、使用済かつ使用可能な中古端末を算出に用いることとし、具体的には、未使用品と破損品を除く全てのもので算出することが適当である。

※ S:未使用品、A:目立つ傷がなく非常にきれいな状態、

B:細かな傷・薄いカスリ傷があり、使用感がある状態、

C:目立つ傷や擦り傷等があり、明らかな使用感がある状態、

J:目に見えてダメージがあり、激しい損傷または破損している状態

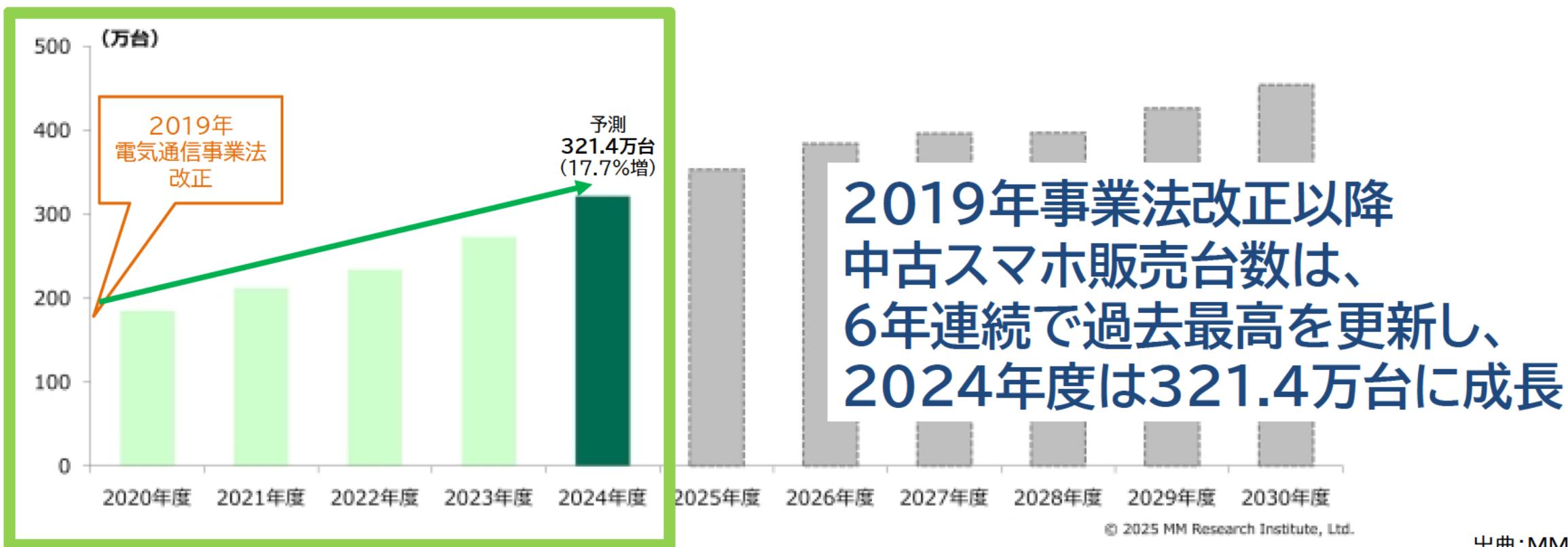
改正法施行後の中古端末市場(MM総研予測)について

中古端末市場予測

MM総研では、中古スマートフォン販売台数は321.4万台で6年連続過去最高と予測

2025年07月24日

- 2024年度の中古スマートフォン販売台数は321.4万台(前年度比17.7%増)で過去最高
- 2029年度には中古スマートフォン販売台数400万台を突破
- 大手キャリアの認定中古品が市場で存在感を高める



出典：MM総研

改正法施行後の中古端末市場（RMJデータ）について

1.RMJ正会員企業の総店舗数

1936 店舗

前年同期比
+ 13店舗

※ RMJ正会員企業22社による25年3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

2024年3月時点

1923店舗

2024年6月時点

1934店舗

2024年9月時点

1931店舗

2024年12月時点

1937店舗

2.RMJ正会員企業による4半期合計買取台数（スマホ）



買取台数262.9万台
※前期：282.6万台

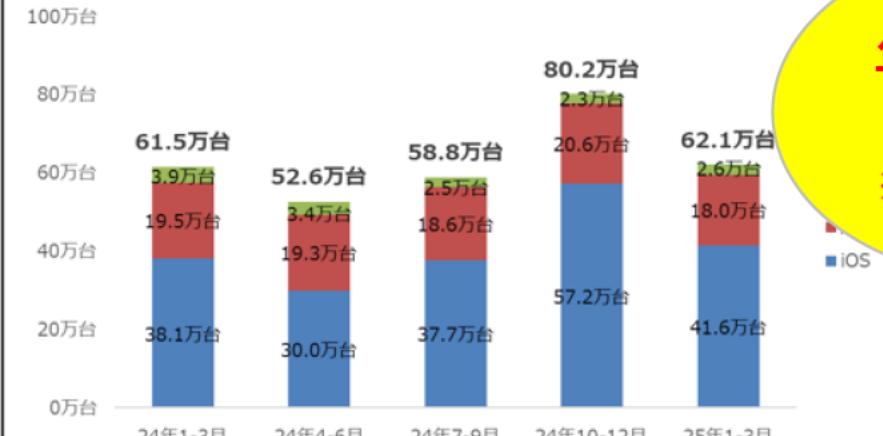


※ OSを問わず、リユース、リサイクル対象ICT端末の買取台数の合計
※ RMJ正会員企業22社のデータを集計

3. RMJ正会員企業による4半期合計販売台数（スマホ）



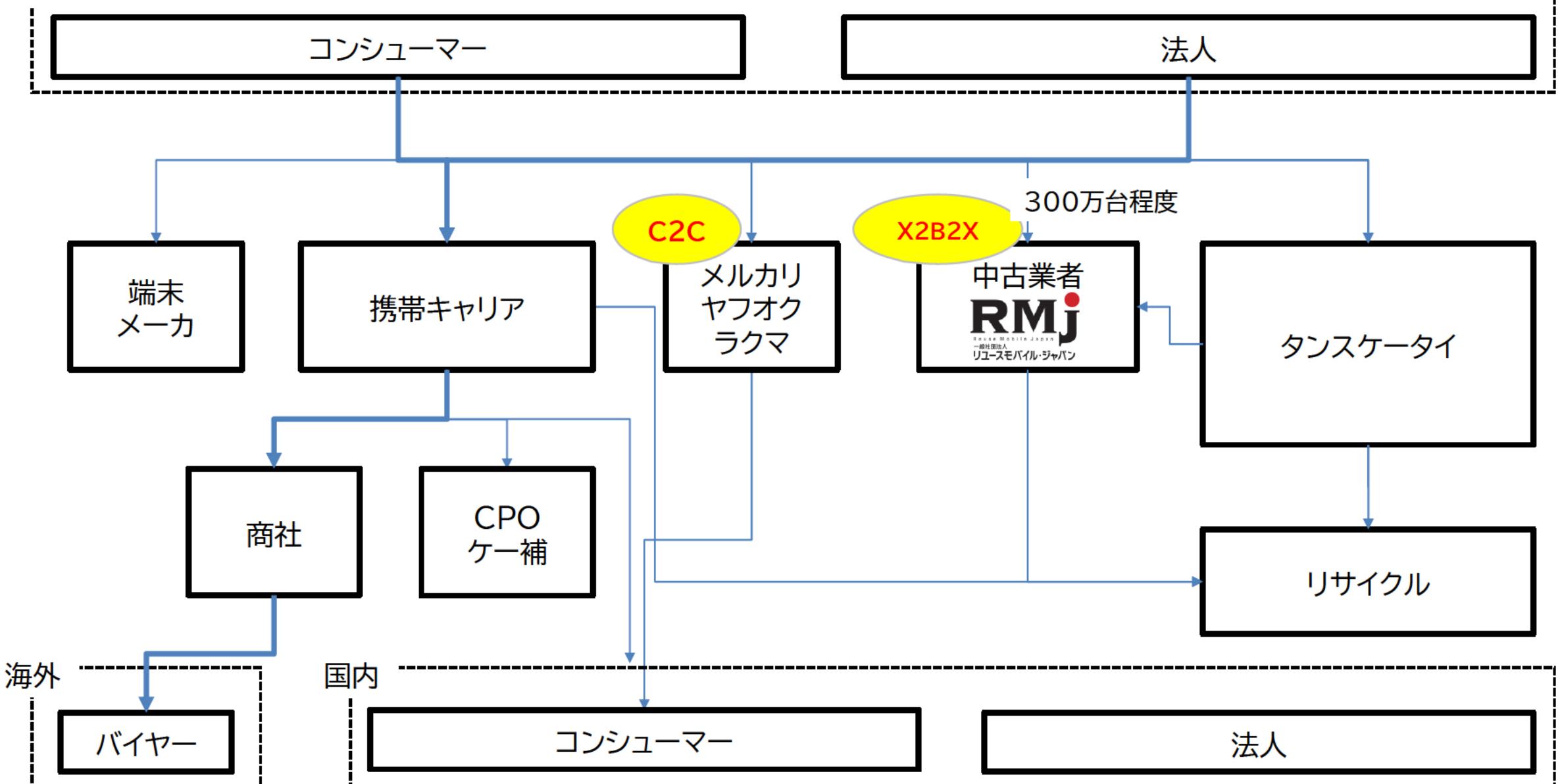
販売台数253.8万台
※前期：244.4万台



※ OSを問わず、リユース、リサイクル対象スマートフォンの販売台数の合計
※ RMJ正会員企業22社のデータを集計
※ グループ内取引などは一部集計から外れている

国内端末フロー RMJはX2B2X、メルカリヤフオクはC2C

新品携帯電話



関係者ヒアリング事項

改正電気通信事業法(第27条の3)により行き過ぎたキャッシュバックや新品端末の大幅値引きは抑制され、市場は一定の透明化が進んだと考える。

一方で、MNOによる残価設定プログラムや認定中古端末の値引き施策が、新たな価格の歪みや中古市場への影響を生じさせている。

残価設定プログラムによる中古流通量の偏在(キャリアへの集中)

✓ 高価格帯端末の販売構成比が約50%

✓ 残価設定プログラム利用率が50%超

●【詳細】価格帯別 スマートフォン売上台数 構成比 (MNO 4者)

価格帯	2020年度 (3Q、4Q)		2021年度		2022年度		2023年度		2024年度 (1Q~3Q)	
	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	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	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	合計売上台数の構成比
16万~	0.6%	高価格帯 21.1%	1.6%	高価格帯 27.2%	7.1%	高価格帯 38.2%	10.6%	高価格帯 45.3%	12.7%	高価格帯 48.2%
14~16万未満	2.7%		4.6%		6.6%		5.7%		5.2%	
12~14万未満	7.7%		5.5%		12.2%		17.4%		15.1%	
10~12万未満	10.1%		15.6%		12.3%		11.6%		15.3%	
8~10万未満	16.7%	中価格帯 44.4%	13.4%	中価格帯 39.6%	5.0%	中価格帯 35.1%	2.5%	中価格帯 29.2%	2.7%	中価格帯 26.6%
6~8万未満	6.4%		5.3%		16.5%		16.5%		18.1%	
4~6万未満	21.2%		20.9%		13.6%		10.2%		5.9%	
2~4万未満	31.9%		27.3%		23.9%		20.9%		20.2%	
~2万未満	2.6%	低価格帯 34.5%	5.9%	低価格帯 33.2%	2.9%	低価格帯 26.7%	4.5%	低価格帯 25.4%	4.9%	低価格帯 25.1%

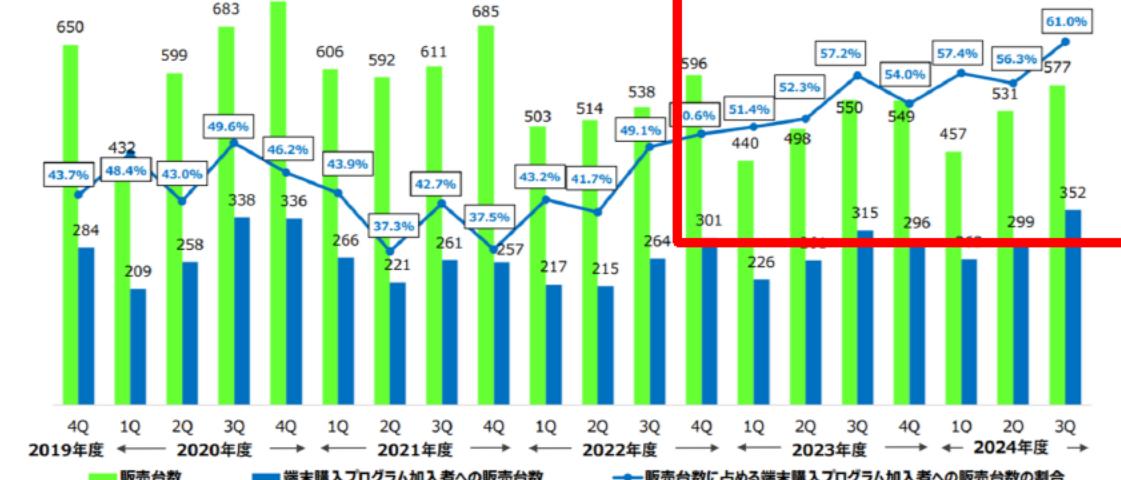
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない。

出典：事業者からの報告

○ MNO 3者の端末販売台数のうち、端末購入プログラム加入者への端末販売台数の割合は、改正法施行後、おむね40%から50%台で推移していたが、2024年度第3四半期は60%を超えており、増加傾向にある。

●端末購入プログラム加入者に対する販売台数 (MNO 3者)

(単位 万台)



出典：令和2年総基料第142号に基づく報告

残価設定プログラムの対象機種はハイエンドを中心となっており、高価格帯の売上と比例していると考えられ、ハイエンド人気機種の回収がキャリアへ集中していくことにより中古流通への影響が懸念される。

残価設定プログラムによる囲い込み

- 各社の販売表示例から、総額から値引いた後に残価を据え置くため、機種代機が2年間で数十円～数千円で購入できるようにみえるため、顧客が流されやすい。
- 残価設定プログラムの提供条件に、保証サービスへの加入等が義務付けされているケースもあるため、残価設定プログラムに加入すると発生する費用を総額で比較できていないケースもあるなかで、お得に感じて囲い込まれてしまっているケースがないか。

MNO3社のiPhone16eの残価設定販売 表示例 20260208時点

<p>支払総額</p> <p>119,088円 → 24円</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; background-color: #f0f0ff;"> <tr> <td style="padding: 5px; width: 30%;">機種代金 (1~24回)</td> <td style="padding: 5px;">24回分の機種代金</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">+特典利用料</td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">総額 24円</td> <td style="padding: 5px;">(4,961円/月 × 24回)</td> </tr> </table> <p style="text-align: center;">↓</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; background-color: #f0f0ff;"> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e00000; color: white; padding: 5px;">内訳</th> </tr> <tr> <td style="padding: 5px; width: 50%;">機種代金 (1~12回)</td> <td style="padding: 5px; width: 50%;">12円 (1円/月 × 12回)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">機種代金 (13~24回)</td> <td style="padding: 5px;">12円 (1円/月 × 12回)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">特典利用料※7</td> <td style="padding: 5px;">0円</td> </tr> </table>	機種代金 (1~24回)	24回分の機種代金	+特典利用料		総額 24円	(4,961円/月 × 24回)	内訳		機種代金 (1~12回)	12円 (1円/月 × 12回)	機種代金 (13~24回)	12円 (1円/月 × 12回)	特典利用料※7	0円	<p>機種代金</p> <p>112,800円</p> <p>実質負担額</p> <p>5,547円</p> <p>頭金 0円</p> <p>毎月のお支払額</p> <p>初回 245円 2回目以降 (×22回) 241円 +最終回 74,253円</p> <p>現金販売価格／支払総額：79,800円 (頭金：0円、「賦払金初回245円」 + 「賦払金2回目以降：241円×22回」 + 「最終回支払額 (24回目)：74,253円」)、実質年率：0%、24回、支払期間：26ヶ月</p> <p>※ ご購入後13カ月目～25カ月目までに購入された機種を当社が回収した場合、分割支払金の最終回分がお支払い不要 ※ 25カ月目以降も当該機種を継続利用する場合、最終回支払分を再度24回に分割します。</p>	<p>【内訳】</p> <p>オンラインショップ価格 118,910円</p> <p>5G WELCOME割 - 42,493円</p> <p>支払い総額/現金販売価格 76,417円</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; background-color: #f0f0ff;"> <tr> <td style="padding: 5px; width: 50%;">頭金</td> <td style="padding: 5px; width: 50%;">0円</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="padding: 5px;">分割支払金 (1~23回)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">(お客さま負担額)</td> <td style="padding: 5px;">51円 × 23回</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">支払い24回目 (残価)</td> <td style="padding: 5px;">1,177円</td> </tr> </table> <p style="color: red; font-weight: bold;">23か月目に本機種を返却する場合※ 24回目の75,240円のお支払いが不要！</p>	頭金	0円	分割支払金 (1~23回)		(お客さま負担額)	51円 × 23回	支払い24回目 (残価)	1,177円
機種代金 (1~24回)	24回分の機種代金																							
+特典利用料																								
総額 24円	(4,961円/月 × 24回)																							
内訳																								
機種代金 (1~12回)	12円 (1円/月 × 12回)																							
機種代金 (13~24回)	12円 (1円/月 × 12回)																							
特典利用料※7	0円																							
頭金	0円																							
分割支払金 (1~23回)																								
(お客さま負担額)	51円 × 23回																							
支払い24回目 (残価)	1,177円																							

MNO認定中古品に対する行き過ぎた値引き

- ・現行の販売慣行では、新品販売時の値引きと残価(返却前提)の二重圧縮により、初期の月額が過度に低く見える一方、総支払額や返却時負担・特典返還の実相が十分に伝わっていない可能性がある。
- ・加えて、MNO認定中古品に対する値引き額が新品同等に付与される実務が存在し、中古品の実売価格がRMJ平均買取額(=再調達コストの目安)を下回るケースを誘発しうるため、残価と値引きの整合性が失われ、市場の価格形成と消費者保護の双方に歪みを生じさせている。

MNO3社の認定中古割引表示・実売価格例 20260209時点

機種	販売店	認定整備済み価格	機種代金	割引額	割引条件
iPhone 14 128GB	docomo Certified	38,500円	75,600円	37,100円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 15 128GB	ソフトバンク認定中古品	53,640円	75,600円	21,960円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 128GB	ソフトバンク認定中古品	32,760円	54,720円	21,960円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone SE (第3世代) 64GB	他社(MNP)・LINEモバイルからのりかえの場合	21,600円	24円	21,576円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 13 128GB	他社(MNP)・LINEモバイルからのりかえの場合	41,760円	19,776円	22,000円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 256GB/512GB/1TB	docomo Certified	44,000円	54,720円	10,720円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 128GB	au認定中古品	27,384円	54,720円	27,336円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	au認定中古品	37,392円	101,520円	64,128円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 128GB	au認定中古品	57,648円	57,648円	0円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	au認定中古品	67,656円	101,520円	33,864円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	au認定中古品	51,700円	54,720円	3,020円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	au認定中古品	86,000円	86,000円	0円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	スマートクマーチャンス	47円	51,700円	51,223円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	スマートクマーチャンス	22,000円	22,000円	0円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	スマートクマーチャンス	7,700円	53,000円	45,300円	(オンラインショップ割適用時)
iPhone 14 Pro 128GB	スマートクマーチャンス	5,547円	53,000円	47,453円	(オンラインショップ割適用時)

残価設定プログラムの透明化と値引き実質上限制

- ・実質値引きが新品値引き上限を超えない制度設計。
(残価と値引きの二重化防止)
- ・総合負担額と返却条件の標準化表示ルールの整備と義務化。
- ・短期返却を促すインセンティブは禁止。

目的: 新品・中古間の公平競争の担保。

認定中古の値引き上限制の整理

- ・新品端末と同額の値引きを禁止、または中古品販売に対する値引き上限額の設定。（値引き後の価格が、回収時の残価額を下回らない等）

目的: 市場価格の過度な崩壊を防ぎ、多様な事業者の競争環境を守る。

アンケート回答

- 電気通信事業法第27条の3の規制の在り方の検討について、RMJ正会員にアンケートを実施し、17社より回答を得た

ヒアリング事項に対するRMJ正会員アンケート結果

1. 指標(データ)に基づく規制のあり方の検討

ヒアリング項目	RMJアンケート結果
(1)電気通信事業法第27条の3の導入時に目指した目的は達成できていると言えるか。	
① 事業者間の適正な競争環境の実現	<ul style="list-style-type: none"> 過度な値引きは抑制されてきた。 しかし、残価設定プログラムにより中古端末の回収がキャリアに集中し、流通量の偏在が競争機会を縮小しているとの声がみられた。
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	<ul style="list-style-type: none"> SIMロック原則禁止と中古端末の選択肢拡大により、利用者は端末と通信を分離して選びやすくなつた。 一方で、残価設定プログラムの複雑性が残っており、真の比較可能性は十分とは言えない。
③ 利用者間の不公平	<ul style="list-style-type: none"> 引き継ぎ、端末割引やキャッシュバックについて、MNP/新規契約に大きすぎるのではないか 残価設定選択者と通常に分割購入者選択者で割引額が異なる理由が不明
④ 通信料金の高止まりの解消	<ul style="list-style-type: none"> 通信料金は低廉化したが、残価設定プログラムと補償契約必須化等により、結果的に消費者の支払い総額は下がっているのか不明

ヒアリング事項に対するRMJ正会員アンケート結果

ヒアリング項目	RMJアンケート結果
(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。	<ul style="list-style-type: none"> ・残価設定プログラム適用時に設定している値引き額(またはキャッシュバック)の実データ →残価設定がある場合は利益提供済であり、割引上限額適用ルールを見直すべきでは? ・残価設定プログラムによる返却端末台数と率および再販チャネル(海外含む)別の流通台数と流通価格 ・MNO認定中古の実売価格(残価率との整合性評価) →新品端末と同額の値引きを行って販売している実態
<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>	<p>結論:規制最小化は難しい</p> <ul style="list-style-type: none"> ・端末購入プログラムの透明化・単純化 → 実質因い込みを防止し、市場の自律性を高める。 ・価格表示の標準化(総額表示・実質負担の一元化) →条件記載が多すぎて消費者が良く理解できていない可能性の排除 ・MNO認定中古の値引き額のルール化 →残価設定プログラム・値引き・端末回収後の認定中古値引き販売による1台の端末に対する複数回かつ高額な値引きによる中古市場影響懸念

ヒアリング事項に対するRMJ正会員アンケート結果

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はあるか

ヒアリング項目	RMJアンケート結果
(1)短期解約問題について	<p>① 短期解約の課題は何か。</p> <ul style="list-style-type: none"> •MNOの利益提供額が大きすぎることが主因 →自ら誘因しているのではないか <p>② 当事者が自主的な対策を講じることはできないのか。</p> <ul style="list-style-type: none"> •歴史を振り返り、不可能と考える →先ずはSIMのみ契約に対する利益提供を6ヶ月～1年程度禁止してみはどうか
(2)その他、顕在化している課題はあるか。	<ul style="list-style-type: none"> •中古流通量の偏在(キャリアへの集中) →残価設定プログラム増加により、中古端末がキャリアに集中 → 独立系事業者の仕入れ難化。 •認定中古の値引きについて →MNOによる認定中古に対する値引き額が大きく、残価設定プログラムで回収(囲い込み)を行いつつ、再販する際の認定中古でも大きな値引きを行っており、中古市場に与える影響が無視できない状況になりつつある。 →中古品については、新品に適用する値引き条件に比較して制限を設ける等の検討をお願いしたい。

リユースモバイルが広まれば、
もっと気軽につながれると思う。

