

一部構成員限り

第 3 回会合における主な意見

令和 8 年 2 月 13 日
事 務 局

1. 指標（データ）に基づく規制のあり方の検討

（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。 （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。）

【目的① 事業者間の適正な競争環境の実現】

- 目的が一定程度達成できていると回答した事業者が半数以上を占めるが、具体的な意見では達成が不十分と評価するものが多く、端末購入プログラム等による形を変えた過度な誘引力に頼った商慣行からの脱却ができていないといった課題が挙げられた。達成していると評価する意見としては、端末値引き上限額の設定、顧客の囲い込み禁止により、競争環境の適正化がある程度達成された点が挙げられた。（MVNO委員会）
- 過度な利益提供や行き過ぎた囲い込みは改善し、公正な競争環境は一定程度進展。一方で、現状のMVNOのシェアを鑑みると、競争の促進は引き続き重要であり、現状の規制は維持すべき。（オプテージ）
- 割引上限規制が有効に機能しており、新規事業者やMVNOとの間においては目的は達成。ただし、端末割引やSIMのみ新規契約のキャッシュバックの誘引力に頼った競争慣行は継続。現在の市場環境としては、物価高の影響もあり、端末販売台数が減少していることに留意が必要。（全国携帯電話販売代理店協会）
- 現在MVNOが競争上置かれている状況について、27条の3 導入以降、特に何を見て競争を評価できているのか。現状、MVNOはMNOとの関係で、こういった局面で特に競争上不利な状況だと感じているのか。（西村（暢史）委員）
 - MNOによる極端な端末割引やキャッシュバックは抑えられてきており、さらに2023年の白ロム割規制の導入や独立系MVNOの指定基準見直しによって、MVNOが競争できる環境が維持されてきていると認識。現在MNOと協議が進められている5GSAの提供など、MNOとMVNO間の通信品質の差を改善できれば競争環境はもう少し良くなっていくのではないかと。（MVNO委員会）
 - 政策面では各目的に向けてしっかり対応できていると考えているが、競争できているかの評価に当たってはMVNOのシェアが最も分かりやすい指標であり、現状ではシェアが上がっていない状況。競争上不利な点としては、MNOと比べて資金力がなく、インセンティブ等にそれほど資金を出せないことや、ネットワークをMNOから借りていることから通信品質が劣後しているといったことがあると認識。（オプテージ）

**（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。
（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。）**

【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】

- 目的が一定程度達成できていると回答した事業者が半数以上を占めるが、具体的な意見では達成が不十分と評価する意見が多く、MNP転入や上位プランへの加入を条件とした端末割引・キャッシュバックや端末購入プログラム等の提供が行われており、端末価格等に誘引される形で通信サービスを選択せざるを得ないといった課題が挙げられた。（MVNO委員会）
- 達成していると評価する意見としては、継続を条件とする割引の規制等により、通信サービス単体で選択しやすい環境になった点が挙げられた。（MVNO委員会）
- 違約金上限規制と期間拘束規制により、利用者がニーズに合ったサービスを選択し、切り替える際の障壁が低下。（オプテージ）
- 購入する端末によって通信料金が異なることが是正され、円滑な乗換えができるようになったことにより達成できていると認識。ただし、実際に乗り換えるに際して合理的に選択ができているかは把握できていない。（全国携帯電話販売代理店協会）

【目的③ 利用者間の不公平】

- 目的が一定程度達成できていると回答した事業者が半数以上を占めるが、具体的な意見では達成が不十分と評価するものが多く、MNP優遇により一部利用者が得をする新たな不公平といった課題が挙げられた。（MVNO委員会）
- 達成していると評価する意見としては、公平性を欠くような過剰な利益提供が抑止され、スイッチングコストの低下により流動性が高まった点が挙げられた。（MVNO委員会）
- 利益提供額の上限規制により、利用者間の不公平が縮小。（オプテージ）
- 端末を頻繁に買い替える人とそうでない人との間の不公平は、割引上限規制の範囲内に収めることができている。一方で、規制の範囲内で利益の享受を複数回受けることが可能であり、特にSIMのみMNPにおいてホッピングが発生しており、一部の利用者への偏りがあると認識。（全国携帯電話販売代理店協会）

(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。 (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。)

【目的④ 通信料金の高止まりの解消】

- 目的が一定程度達成できていると回答した事業者が半数以上を占めるが、具体的な意見では達成が不十分と評価するものが多く、メインブランド等のプラン料金は依然として高止まりの傾向にあり、また、動画配信サービス等とのセット提供により通信料金そのものが分かりにくいプランが増加し、効果測定が難しいといった課題が挙げられた。(MVNO委員会)
- 達成していると評価する意見としては、オンライン専用プランの登場により各社大幅な値下げが実現され、諸外国と比較しても中～低水準の料金となった点が挙げられた。(MVNO委員会)
- 廉価プランやサブブランドの登場等により、安価な選択肢は拡大しているものの、メインプランを含む通信料金全体としては高止まりが解消したとまでは言い難い。(オプテージ)
- 消費者物価指数や利用者の意識、料金の国際比較の推移から、達成できていると認識。
(全国携帯電話販売代理店協会)

（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。

- ４つの目的の観点では、各ブランド・MVNO間のMNP移行件数、短期解約の件数、MNPと新規契約者それぞれに対する平均利益提供額、ARPUの推移、消費者物価指数（総合）と通信料（携帯電話）の連動等といったデータが挙げられた。その他、端末購入プログラムにおいて設定された残価と実際に回収された端末の再販実績との乖離を見てはどうかといった意見もあった。（MVNO委員会）
- 一定の指標をクリアすれば規制を緩和して良いということではなく、仮に規制の緩和等を検討するのであれば、市場にどのような影響が想定されるかを十分に検証することが必要。（MVNO委員会）
- 競争の実態や獲得競争の健全性の把握としてブランド別のMNP転出入の推移、端末購入プログラムに関する運用実態の把握として端末購入プログラムの提供実態（回線契約の解約がどの程度存在するか等）や利用者の意識（通信契約の継続が必要であると利用者が誤認していないか等）を観測すべきではないか。（オプテージ）
- SIMのみMNPのホッピングにより一部の利用者だけが利益を得ている状況を把握するため、機種変更の件数、解約率、MNPの経験数、MNP契約後の期間毎の解約率を観測することが有効ではないか。また、多くの代理店でベースアップを行っていない現状を踏まえ、通信料金を消費者物価指数との対比で見ることにより、労務費の価格転嫁が適切に行われているかを評価できないか。（全国携帯電話販売代理店協会）

(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。**上記の目的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。**

- 現行規制を維持するべきという意見が多数で、緩和・廃止を求めるような意見はない状況。規制を維持すべき理由として、規制の緩和や廃止はMNOの資金投入による端末の高額割引競争や、長期利用割引による囲い込みの再燃を懸念する意見が挙げられた。(MVNO委員会)
- 現状のMVNOのシェアを鑑みると、競争の促進は引き続き重要であり、現状の規制は維持すべき。通信と端末の分離及び行き過ぎた囲い込みのない競争環境が確保された結果、MVNOのシェアが高まるなど公正な競争環境が実現されれば、規制の最小化や現行規制に代わる対応策を検討することも考えられる。(オブテージ)
- 割引上限規制を廃止した場合、事業者間の適正な競争環境が維持できず、熾烈な戦いが加速することが予測できるため、規制の維持が必要。(全国携帯電話販売代理店協会)
- 今後規制が最小化されていった場合、スイッチングコストが上がっていく可能性もあるが、MVNO業界としては競争促進のために、MNOとの関係でどのような支援、配慮があると望ましいか。(三澤委員)
 - 仮に違約金の上限が上がった場合、MVNOへの転出の障壁になり得ると考えられるため、検討に当たっては配慮いただきたい。また、MNOとの間の通信品質の差を改善していく取組や5GSAの導入支援があれば有難い。(MVNO委員会)
 - スwitchングコストを上げてほしくないというのが我々の主張であるが、その上で、MNOに支払う接続料の引下げなど、ネットワークの接続部分について配慮いただきたい。(オブテージ)

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

(1) 短期解約問題について、①短期解約の課題は何か。

- 転出元事業者のコスト増、健全な競争環境への悪影響、利用者間の不公平といった点が課題としてが挙げられた。
(MVNO委員会)
- MNPによる短期解約（利用期間/3か月未満）の件数は近年大きく増加している傾向にあり、MNPによる解約全数に占める割合は非常に高い水準（ ）まで増加。MVNOはMNOほど体力がなく、低い料金、利益で事業運営を行っている中で、コストが回収できない、処理件数増加に伴う手続の遅延による利用者の利便性低下といった事業運営上の負担が大きくなっている状況。（オプテージ）
- MNOから高いMNP目標が販売店に課せられ、これを達成すべく出張販売等が頻繁に行われていることを背景に、割引を訴求しひたすらMNPによる新規契約を追うような環境になっているのが現状。中にはホッピングを頻繁に行う利用者や組織的にホッパーを集める手配師など悪質な委託業者も出現。（全国携帯電話販売代理店協会）
- 利用者が合理的な選択を行っているかの観点について、代理店の現場のノルマといった見えない縛りにより無理販が行われている可能性があるとのことだが、その見えない縛りはどこから生じていると考えているのか。仕組み自体の複雑さが原因なのか、それとも現場の説明の在り方に課題があるのか。（宮田委員）
 - 現場のスタッフは正しい説明に努めているところであるが、高いMNP目標の設定を背景とした無理販により利用者の誤解を生むような説明が行われていることがあるのではないか。（全国携帯電話販売代理店協会）

(1) 短期解約問題について、 ②当事者が自主的な対策を講じることはいかぬのか。

【事業者による自主的な対策】

- MNO等の転出先事業者において審査強化等の対策を行うことが重要。(MVNO委員会)
- 個々の事業者による取組は重要ではあるものの、スイッチングコストに対して乗換時の利益提供が大きいことが短期解約の動機であることを考えると、踏み台にされる事業者としての対策は難しい。(オプテージ)
- 代理店業界としてMNO各社に協力を求め、外部スタッフ向け研修や悪質なイベント会社の排除のための事前審査などの取組を強化。(全国携帯電話販売代理店協会)
- ID管理等のMNOによる自主的な取組で対応すべきものと考えているが、実行力のあるシステム開発にはコストと時間がかかると推察しており、さらに代理店が独自に実施する割引については管理できない。また、MNOと代理店との間で目標値の交渉・合意に継続的に取り組むことは有効であると認識しているが、競争領域の論点であり、圧倒的な立場の差から納得感のある目標の設定は簡単ではないことから、法令による規律の見直しが必要。(全国携帯電話販売代理店協会)

(1) 短期解約問題について、**②当事者が自主的な対策を講じることとはできないのか。****【規制による対処の必要性】**

- MNOによるホッピングに対する対応策として、新規契約とMNPの利用提供額を同額とすることやプラン月額料金を上回る利益提供禁止すること、SIMのみ契約の場合に役務利用と連動した分割での通信料金の割引のみを認めるといった意見が挙げられた。(MVNO委員会)
- 規制の検討に当たっては本来の目的である公正競争を損なわないことが肝要であり、利益提供上限の規制強化（SIMのみ新規契約に対する利益提供について月額1か月分を上限）といったスイッチングコストを高めない対策が望ましい。(オブテージ)
- 自主的な取組と並行して、違約金の上限をFTTHと同様に1か月分の利用料とする、また、継続利用条件の緩和として利益提供を1年程度分割して行えるように見直しをしていただきたい。SIMのみ新規契約時の利益提供上限の廃止又は減額については、市場の活性化を保つ必要があることに加え、MNPの目標が現状のままで規制が強化されると代理店に課せられた目標達成の難易度が上がるため、MNOとの目標の交渉と併せて議論が必要。(全国携帯電話販売代理店協会)
- SIMのみ新規契約時の利益提供方法について、全携協からは契約時一括ではなく一定期間分割して行えるようにしてほしいとの要望があったが、この業界は競争が非常に激しいので、契約時の一括提供が禁止され、かつ期間や回数が規律されない限り、徐々に利益提供の期間が短くなっていき、最後は最も訴求力がある一括提供に収れんしてしまうのではないかと懸念されている。また、2万円の利益提供上限が廃止又は減額された場合、当然MNOが設定する目標は下がるのではないかと懸念されている。(北委員)
 - MNOが継続利用する者を安定的な利用者として認識するのであれば、一括提供に収れんしていくことはないのではないかと懸念されている。MNOも継続利用条件の緩和を求めており、競争を起こさずにその施策を定着させる方向に動いていくのではないかと懸念されている。MNP目標については、上限の廃止又は減額により達成の難易度が上がるため、是が非でも下げてもらわないと今よりも非常に荒んだ状況になると考えている。(全国携帯電話販売代理店協会)
- 消費者としては、割引額が絞られてしまうのはつらいところはあるが、MNPのホッパーに資金が流れているということであれば、提案のあったように割引上限額を月額利用料の範囲に留める案も説得力がある。(西村（真由美）委員)

(2) その他、顕在化している課題はあるか。

【端末購入プログラム】

- 27条の3の導入後以降も資金力のあるMNOによる残価設定型プログラム等の手法を駆使した実質的な端末廉価販売が継続しており、MVNOとの間にイコールフットINGの欠如が生じている状況。通信料金とサービスの質ではなく端末の割引原資、資金力が競争の優劣を決める市場環境は不健全であり、公正な競争環境の実現のために、端末販売における利益提供ルールを見直す必要があるとの意見が挙げられた。(MVNO委員会)
- 通信契約の継続が必要な施策であると利用者が誤認してないかの実態を調査し、通信契約と一体であると誤認があるという評価になった場合は、利用者への周知の改善し、その改善が利用者目線でしっかり理解されているかを継続的にモニタリングすることが必要。(オプテージ)
- 制度としては通信と端末の分離は整っていると思うが、利用者の誤解はどこから生じていると考えているのか。仕組み自体の複雑さが原因なのか、それとも現場の説明の在り方に課題があるのか。(宮田委員)
 - 端末購入プログラムの制度自体ではなく現場での説明に問題があると認識。(オプテージ)
- オプテージが示しているとおり、いつでも解約できるということがしっかり説明されているのか、実際に24か月後などに端末を返却している利用者がどのぐらい存在するかといった点など、この制度の実効性を確認することが必要。(北委員)
- 代理店の立場として、端末購入プログラムが主流な端末販売方法になったことにより何か問題が生じていることはあるか。今後も主流の販売方法であり続けたほうが良いと考えているのか。(三澤委員)
 - 利用者視点では、端末価格が相当上がっている中で端末購入プログラムは非常に重要であり、代理店としても新たな機能を搭載する端末を普及させるためにはなくてはならない施策だと考えており、何ら問題はないと認識。(全国携帯電話販売代理店協会)
- 利用者に中々理解されていないのが現実だと思われ、実際に何か月目で返却したのかといった点は是非確認していただきたい。仕組みが難しく、下取りサービスと混同しているケースも多いため、もう少し分かりやすいサービスになることが望ましい。(西村(真由美)委員)

(2) その他、顕在化している課題はあるか。

【その他】

- 機能面においてMNOグループのみが対応している機能として例えばeSIMクイック転送があるが、eSIMが主流となっている現状において競争の影響は大きく、イコルフットイング確保の観点からMVNOにも機能開放していただきたいとの意見が挙げられた。
(MVNO委員会)
- お試し割の導入に当たっては、不健全な市場、いわゆるホッパーの増加を懸念し反対していたところ、その後どの事業者も活用していない状況。ホッピング問題が俎上に上がっている今、活用されていないお試し割の特例は廃止することが適當。
(全国携帯電話販売代理店協会)

3. 諸外国（米・英・独・仏）と日本におけるスマートフォンの販売手法の比較

- アメリカでは、上位プランへの加入、24か月や36か月など一定期間の契約を条件として毎月の支払額から割引が行われ、端末が実質ゼロドルとなるケースがある。途中解約の場合は、割引が停止され、残価の一括払いが必要。（北委員）
- イギリスでは、24か月や36か月など一定期間の契約を条件として毎月の支払額から割引が行われ、上位プランほど割引額が大きくなっている。途中解約の場合は、違約金の支払い又は残価の一括払いが必要。（北委員）
- フランスでは、主要なキャリアにおいては、24か月間の契約を条件として端末代金の割引が行われ、上位プランほど割引額が大きくなっており、途中解約の場合は、違約金が発生。新興キャリアにおいては、契約期間の縛りはなくキャッシュバックが行われている。（北委員）
- ドイツでは、24か月や36か月など一定期間の契約を条件としてキャッシュバックと端末割引が行われ、上位プランほどキャッシュバック、端末割引額ともに大きくなるキャリアや、料金プランに連動せず全プラン共通で24か月間の契約を条件に一定額の割引を行っているキャリアがある。（北委員）
- 4か国における最大割引幅（GalaxyS25：100%（アメリカ）、82%（イギリス）、99%（フランス）、99%（ドイツ））と日本の割引幅を並べて比較すると、利益提供上限の4万円分割引を行った場合の割引幅は小さいが、日本では端末を返却することを条件とした割引が行われ、各社の端末購入プログラムを利用した場合の実質的な割引幅は80%や99%程度になる。（北委員）
- 日本とは異なり、諸外国では端末割引規制がなく、競争によって今の売り方に収れんしてきている。（北委員）
- 日本の端末販売方法として主流となっている端末購入プログラムにはメリットとデメリットがあり、メリットとしては端末の返却を条件に端末を安く買えるといったことが挙げられるが、諸外国と比較すると、上位プランと下位プランの利用者間の不公平性（上位プランの利用者から得られた利益が下位プランの利用者の割引原資となっている）存在するといったデメリットがある。（北委員）
- 割引上限の4万円という金額の根拠は、ARPUの平均×平均利益率×端末の平均使用期間であるが、上位プランの利用者と下位プランの利用者から得られる利益のはおのずと違って、ARPUに上位プランの金額を適用すれば割引上限は高くなる。諸外国ではそのような見方が主流になっている。（北委員）

3. 諸外国（米・英・独・仏）と日本におけるスマートフォンの販売手法の比較

- 諸外国での事業者間の乗換えの状況、競争状況はどのようになっているのか。通信契約の継続を求めているような売り方に見えるが、諸外国でその点は問題視されていないのか。（西村（暢史）委員）
 - 各国のキャリア間のシェア、順位は入れ替わっており、競争は活発に行われている認識。低用量の下位プランの利用者はSIMのみで契約し、端末も長く使用していたり、中古端末を買ってSIMのみで契約する利用者の流動性は相当高いのではないか。（北委員）
 - 24か月縛り等の売り方は上位プランを契約する利用者であって、プリペイドの利用者やSIMのみで安いプランに加入する利用者は期間拘束されておらず、料金プランによらず期間拘束を前提として割引が行われていた日本とは違いがあるのではないか。（北委員）
- 日本では、長期利用者が不利にならないようにするために通信料金と端末代金の分離を図ったという背景があるが、その点について海外と比較して日本はどのような方向に向かうのが良いのか。（横田委員）
 - 特に欧米では利用者間の公平、不公平という議論を聞いたことがなく、容量を多く使用する人は上位のプランに入り、端末の割引を受け、それ以外の人にはプリペイドを利用したり中古端末を購し、それぞれの中で収まっているのではないか。各国では今は似たようなプランに収められているが、携帯電話の料金プランというのは生き物のように半年後、1年後はまた変貌しているかもしれない。（北委員）