

一部構成員限り

これまでの会合における主な意見

令和 8 年 3 月 30 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】

- 通信事業者がMNP合戦で利用者を取り合うことに費用を使うという不毛な市場環境になってきている。将来的にAIなどに投資していくことで利用者の利便性につなげ、事業者側と利用者側の双方にとって望ましい市場に導いていくことが必要。（横田委員）
- 現状も端末の「実質1円」販売や「SIMのみ新規でのキャッシュバック」といった値引き等の誘引に頼った競争環境は依然として継続している状況。（NTTドコモ）
- 過度な端末値引きの抑制や不当な期間拘束の是正により、公正な競争環境が促進。（KDDI）
- 競争状態を特定の数値のみで判断することは難しく、注目すべきなのは市場に提供されている商品の品質と価格であり、その判断に当たっては、国内市場だけでなく海外との比較が非常に重要。通信料金やネットワーク品質を海外との比較で見ると日本市場は競争が進展。（ソフトバンク）
- 通信料金割引に係る例外ルールによる市場の歪みの解消や「お試し割」の条件見直し、規律対象事業者の基準の明確化による市場の更なる活性化が必要。（楽天モバイル）
- 楽天モバイルの意見（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」には該当せず、通信料金割引が広く行われていることによる市場の歪み）について、実際にそのような割引が広く行われているのか。（北委員）
 - プラン変更も含む形の割引施策は実施しているものの、どの程度広く実施しているかを示すことは難しく、現状何か課題が生じているという認識はない。（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）
- プラン変更も含む場合の通信料金割引について、楽天モバイルは具体的にどのような点が不公平だと考えているのか。（三澤委員）
 - 新規契約者とともにプラン変更者も対象とした通信料金割引は規律の対象外であり、複数ブランドを展開する事業者のみが実施期間等の制限なく通信料金割引を実施することができるのが実態。（楽天モバイル）

(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ると考えているのか。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① 事業者間の適正な競争環境の実現】

- JCOMグループはKDDIの特定関係法人であることから、電気通信役務を提供している地域会社（11社）27条の3の規律対象事業者として指定されているところ、種々の取組を進めてきたが、やはり規制の枠内ではMNOとの明確な差別化が図れず、難儀している状況。（JCOM）
- 指定対象事業者の範囲について累次の検討が行われてきたものの、特定関係法人については具体的な議論が十分に行われず状況の変化がないことを主な理由として見直しは行われてこなかった。独立系MVNOよりもシェアが低いにもかかわらず実質的に特定関係法人のみにMNOと同じ規制がかかっており、MVNO事業者間においても競争が公平ではないと認識。（JCOM）
- 特定関係法人を規律対象外とするなど、MVNO間の競争が公正な条件の下で行われるような対応をお願いしたい。仮に見直しをしたとしても、現状の市場検証の仕組みや電気通信事業法第29条に基づく業務改善命令により十分なセーフティーネットが働くものと認識。（JCOM）
- 「モバイル市場の競争環境に関する研究会」の構成員として参画していたが、当時はMNOの子会社、関連会社としてそれなりに規模の大きいMVNOが複数存在していたため、こういったMVNOを使ってMNOが端末を安売りするなどの潜脱行為があるかもしれないという懸念があり、特に議論もせずそのまま27条の3の指定対象事業者になったと認識。現状、そういったMVNOがMNOに吸収され、状況が大きく変わってきたことから、改めてこの規制の必要性についてしっかり検討する必要がある。（北委員）
- 特定関係法人に関して、同じKDDIの傘下のビッグローブの戦略ではとにかく回線を増やすためにドコモ回線とKDDI回線のどちらか売れるほうを売っているという傾向が見られ、グループ会社だからといって潜脱行為をするわけではないのではないかと考えている。潜脱行為があった場合のペナルティーのようなものは作っておく必要があると思う一方、JCOMだけ規制がかかっていて2023年からIIJなどが規制から外れたことを踏まえると、見直しの必要があるのではないかと。（横田委員）
- 特定関係法人に関する27条の3以外の電気通信事業法、電気通信事業法施行規則の諸規定との関係を整理することが必要。関係性が最も深いのが30条の2種指定事業者に対する差別的取扱い禁止という形で、特定関係法人を優遇することを禁止しており、その規定と27条の3との違い、あるいはどういった関係にあるのかを法体系の観点から検討すべき。（西村（暢史）委員）

(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】

- JCOMから示された市場の事後検証について、規制の潜脱防止、グループ内事業者の優遇という問題は特に確認しなければならないと考えている。グループ内のMVNOが独立系MVNOと比べて、グループのMNOと同様の優遇を端末機能、販売支援等で受けているかどうかについて、いま一度整理しておく必要があるのではないかと。JCOMから提案のあった利用者アンケートも踏まえ、MVNO間の競争状況が今後関係規定の整備に向けた検討の土台あるいは前提となる。(西村(暢史)委員)
- 適正な環境を作り出すために特定関係法人を規制の対象から外すことについて、事務局としてはどのような見解か。(宮川委員)
 - 西村委員から前提条件についての指摘もあったところであり、専門委員会で議論していただけるように整理していきたい。(事務局)
- モバイル市場は端末の購入、買換えを行う利用者を巡る競争が中心になっており、端末購入補助が通信料金や通信品質といったサービス本位の競争を阻害し、また、同等の販売手法を取ることが難しいMVNOが契約先に選択されにくい状況が生じていることから、結果的にはMNOの寡占状態に繋がっていると考えられる。(JCOM)
- 過度なキャッシュバックや新品端末の極端な値引きは抑制され、市場の透明化は進んだ一方で、残価設定プログラムや認定中古端末に対する大幅な値引きが新たな価格の歪みを生じさせているという課題が顕在化。(リユースモバイル・ジャパン)
- 端末購入方法の多様化、特にオープンマーケットの成長が見られる。(グーグル)
- MVNOが契約先に選択されにくいというJCOMから示された点については、公正な競争促進や利用者の公平性という観点で、サービスの選択肢があるのに一般の認知度が低くて選択されにくい状況となっているのであれば、今後、政策や業界の取組で周知・広報の手段を広げる検討をしても良いのではないかと。(三澤委員)

**(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】

- シンプルな契約が望ましいが、日本では色々なサービスとのセット割という形で売られており、サービスの単純比較が難しい状況にあり、悩ましい。(西村(真由美)委員)
- 本来は通信サービスの良し悪しで利用者自身のニーズに沿ったサービス選択が行われるのが望ましい姿であるが、実際は契約時の値引き等の経済的利益で判断する利用者も多いという状況が継続。(NTTドコモ)
- 端末によって異なる通信料金割引の有無の解消やスイッチングコストの低下に向けた取組により、利用者が自らに合った料金プランを選択したり、利用者意思によりいつでも乗り換えることが可能な状況。(KDDI)
- 端末購入者への通信料割引や1,000円超の違約金が禁止され、挙げられていた課題はおおむね解消。(ソフトバンク)
- 既存顧客に対する過度な囲い込みが解消されたことにより、達成できている状況。(楽天モバイル)
- 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)

**(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】

- 端末割引が通信サービスの選択に影響を与えていることが明らかになった場合には、規制の見直しを含め、利用者が料金プランや通信品質等に基づく合理的な選択ができるような環境整備に向けた検討が必要。(JCOM)
- MNOからの端末購入の仕組みが利用者にとって複雑で非常に分かりにくくなっている。(グーグル)

(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③ 利用者間の不公平】

- 利用者が短期解約により次々とキャリアを乗り換えることで各社から利益提供を受けることが可能であり、既存契約者との間で不公平が生じており、特にSIMのみ新規契約者の短期解約が相対的に多い状況。(NTTドコモ)
- 端末によって異なる通信料金割引の有無の解消や行き過ぎた囲い込みの禁止により、不公平性が是正。(KDDI)
- 端末購入者への通信料金割引や1,000円超の違約金が禁止され、挙げられていた課題はおおむね解消。(ソフトバンク)
- 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により、課題が存在。(楽天モバイル)
- 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)
- 基本的に事業者が行う端末割引の原資は通信料収入であると理解しているが、通信料収入とは関わらない割引も行われている結果として、①長期・短期利用者間、②高額・低額プランの利用者間、③機種間の不公平が存在していると認識。
(サムスンジャパン)

**(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③ 利用者間の不公平】

- 具体的には、①MNPによる新規契約での端末購入に対して割引が行われる一方で、長期利用者の機種変更に対しては割引が行われず、②どの料金プランを選んでも端末の割引額が同じ、③同じ料金プランで同じタイミングの端末購入であっても機種によって割引額が異なる、といった不公平が存在。(サムスン電子ジャパン)
- 諸外国では月額料金や期間の長短に応じた割引が主流であり、これにより公平性が担保され、利用者にとって分かりやすいことから受け入れられているのではないかと。(サムスン電子ジャパン)
- 通信料金と端末代金を分離するという今のルールがある中で、長期利用者があまりメリットを得られない状況になっており、また、今後スマートフォンはAI化や衛星通信の導入によりさらに高くなる傾向になっていくと考えられるため、前回の会合で北委員も主張していたとおり、利用期間、通信プラン、ARPUを参考にしてロイヤルユーザに対しては端末割引額をもっと増やせるように見直しをしていく必要があるのではないかと。(横田委員)

**(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】

- 通信事業者が適切な料金設定の下、その資金から設備投資を適切に行った上で非常に質の高い通信環境を提供することは、その通信環境を前提にビジネスを行っている他の業種にとっても重要。(宮川委員)
- 通信料金の高止まりの解消について、日本の通信料金は他国と比べても低い傾向にあることから、例えばイギリスなど欧州の国によっては毎年消費者物価指数を参考にして料金を上げたり下げたりしていることも踏まえつつ、料金を納得いくレベルで上げられる日本なりのやり方につなげていくのが良いのではないか。(横田委員)
- 通信料金は諸外国と比較しても中位の水準で推移しており、高止まりの状態にあるとは言えない。(NTTドコモ)
- 端末購入補助の上限設定や乗換えの活性化により、通信サービス自体の競争が進み通信料金にも好影響。(KDDI)
- 海外と比較すると、日本のネットワーク品質は世界最高レベルと評価されており、通信料金も低位から中位の水準にあり、消費者物価指数の推移を見ても、過去も含めて高止まりの状態はない。(ソフトバンク)
- 事業者間の競争が促進し料金の低廉化が実現。(楽天モバイル)
- 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)

(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】

- 通信事業者が適切な料金設定の下、その資金から設備投資を適切に行った上で非常に質の高い通信環境を提供することは、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)
- 通信料金の低廉化が進んだという形で効果が見られる。(グーグル)
- (Apple) 構成員限り

(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。

- 指標（データ）に基づく規制のあり方の検討について、規制導入当時の4つの目的は必ずしも定量化・指標化できるものなのかは疑問。他方で、規制の合理性やあるべき姿というのは必ずしも指標に基づかなければ議論できないわけではなく、間口を広くして議論の射程を捉えるのが良いのではないか。（大橋主任）
- 数値データのみをもって市場・競争環境の実態を把握することは困難であり、過度の値引き誘引に頼った競争環境から脱却しているかという観点では、例えば店頭における顧客誘引の実態等の定性データをモニタリングすることも必要ではないか。（NTTドコモ）
- 現時点のシェア比較だけでなく、事業者ごとの契約数の伸び率や、プランの比較状況や不公平感に関する利用者向けのアンケート調査、海外との料金プラン価格差調査のデータが参考になるのではないか。（KDDI）
- 累積のシェアは容易に変動しないものであり、これをもって市場の競争状況を評価するのは適切ではなく、純増シェアであれば、各事業者の比較競争力や競争優位性を評価する指標の一つにはなり得る。ただ、顧客の移動やシェア変動は必ずしも発生するとは限らないため、市場の競争状況を見るためには商品やサービスの海外比較が有効な手法になるのではないか。（ソフトバンク）
- 通信市場の動向としては短期解約件数の推移及び短期解約に対して事業者が実施した対策等、規律の遵守状況としては利用者に対してホッピングを唆するような案内がないかや、一定期間、通信契約の継続を求める案内がないか等を参照するのが良いのではないか。（楽天モバイル）
- 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）

(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。

- 指標（データ）に基づく規制のあり方の検討について、規制導入当時の4つの目的は必ずしも定量化・指標化できるものなの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）
- 利用者意識調査において利用者が乗換えを行った理由としてどの程度端末購入プログラムの影響があるのかといったことを調査し、端末購入補助がキャリアの決定に与える影響をより正確に確認すべき。（JCOM）
- JCOMやその他の事業者から意見が出ていたように、端末割引が通信サービスを選ぶ際にどのくらい影響しているのかについて、総務省が実施している利用者意識調査の中に組み込んで、実際にその影響度を測っていく必要があるのではないかと。（横田委員）

(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。

【規制の最小化の可否等】

- 依然として値引き誘引に頼った競争慣行が継続している状況であり、現状では規制自体は引き続き必要。(NTTドコモ)
- 27条の3の規制に代わる新たなルールの導入は、効果的な規律の廃止に伴う公正競争環境の悪化や、それに伴う対応コストの増大等が懸念されるため、目的に対する効果を損なわない範囲で規制を最小化することが適当。(KDDI)
- 自由競争が原則であって、規制は最小が理想。目指すべき市場・方向性を明確化し、現状分析の上、規制の緩和又は廃止、維持を海外市場の事例も参考に検討するのが良いのではないか。(ソフトバンク)
- 目的が達成された上で、公正競争の促進が損なわれない限りにおいては、規制の最小化に異論なし。(楽天モバイル)
- 現行規制を維持す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。(オプテージ)
- 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witching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。(オプテージ)

**(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。**

【規制の最小化の可否等】

- 過度な規制がない状態で事業者が自由に競争できることや、利用者が最新技術の恩恵を受けられることがあるべき姿であり、事業者の創意工夫、競争の多様化を実現していき、規制の最小化を図ることが望ましい。(Google)
- Googleが提案している利用者が最新技術の恩恵を受けられるような仕組みは、具体的にどのようなものか。(北委員)
 - 現行の通信料金と端末代金の完全分離から、通信プランと端末を提供する上で割引の自由度、柔軟性を高める形が良いのではないか。(Google)

- (Apple) 構成員限り

【端末割引上限規制のあり方】

- 現行の端末割引上限規制（原則4万円が上限）についてどのように考えているか。(北委員)
 - 依然として値引き誘引に頼った競争慣行が継続している状況であり、例えば調達価格以下での値引きを禁止する等の規制強化する案も考えられるが、少なくとも現状維持が適当。(NTTドコモ)
 - 上限額をいくらにすべきかを定めるのは難しく、撤廃も時期尚早であるため、現状維持が適当。(KDDI)
 - 端末安売り競争の拡大に繋がるため、現状維持が適当。(ソフトバンク)
 - 過度な利益提供を防ぐために現状の水準となっていることを踏まえると、現状維持が適当。(楽天モバイル)

**(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。**

【端末割引上限規制のあり方】

- 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)
- 現状の規制に代わる対応策として、利用者間の不公平を解消するために、料金プランの月額に応じた割引額の設定(初期一括の割引と毎月の支払額からの割引が選択可能とし、同一の料金プランの割引額は機種に関係なく一律とする。)や、昨今のホッパー問題への対応として解約時に期間に応じた割引額の返還を許容するといったことも必要ではないか。(サムスン電子ジャパン)
- 利用者の受ける便益が分かりやすくなることが大事だと考えており、その観点で割引原資に相当する通信料金の多寡に応じて割引を行うのが最も分かりやすく、また、メーカーとしても純粋に商品力で切磋琢磨していく環境が整うのではないか。(サムスン電子ジャパン)

(Apple)

構成員限り

(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。

- 通信品質も利用者視点において重要な要素であり、27条の3の規制の見直しを検討するに当たって、通信品質とネットワーク投資の状況をどのような形で指標に位置づけられるか。(宮田委員)
- 基地局数や平均スループット等の定量データのほか、SNS等での利用者の不満の声等の定性データにより総合的に評価を行った上でネットワーク整備・通信品質向上に努めており、ネットワーク投資については、設備投資効率を高めながら品質改善に向けて継続的に資本投下を行っていく考え。(NTTドコモ)
- 調査会社等の第三者による客観的な評価指標等も参考に、通信品質の改善とネットワーク投資に取り組んでいる。(KDDI)
- 自社・グループ会社データ(AI・ビッグデータ活用など)や調査会社の評価指標により評価。諸外国と比較して高品質なネットワークと評価。(ソフトバンク)

構成員限り

- (楽天モバイル)

- 例えば第三者評価のスコアや特定の条件下でのスループットなど、同じ土俵で議論できるようにするための指標はあるのか。(宮田委員)

- 通信品質は各キャリアの競争領域であり、企業戦略に関係するものであるため、各社共通の指標を設定することは困難。(NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル)
- 第三者による品質評価としてはOpensignalのデータなどは共通項の一つとして参考になるのではないかと。(KDDI、ソフトバンク)

(4) ②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、自社経済圏の強化等）。

- 通信事業者がどのようなモチベーションを持って顧客の獲得を図っているかという点について、通信料金収入の確保以外にも顧客から獲得したデータを使って他の分野のビジネスに乗り出すといった観点も考えられ、少し広い視点で考えることが必要。（宮川委員）
- 通信事業を起点とした顧客基盤の拡大は、金融やエンタメ等の様々な事業を拡大し、利用者のライフスタイルに合わせた多様なサービス提供を行っていく上でも重要な取組であると認識。また、dポイントクラブ会員の同意を得て会員データを保有しており、利用者一人ひとりに最適なサービス・情報を提供するためのソリューション開発やパートナー企業との連携により、利用者への更なる価値提供に取り組んでいる。（NTTドコモ）
- 通信料金収入の確保が主であるが、顧客接点拡大・顧客獲得数拡大は通信以外の自社経済圏サービスも含めモチベーションになっている。（KDDI）
- 通信料金収入の確保が主であるが、自社グループが提供するサービスの利用の促進に繋がるもの。（ソフトバンク）
- 通信料金収入の確保のほか、自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に繋がるもの。（楽天モバイル）

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。

- 顕在化している課題として示されている短期解約については、短期解約やそれ以外の商慣行、これらが生じさせる踏み台やホッピング行為、課題とされる個々の論点に対する規制の在り方を考える場合に、事業法上何を問題視しているのか、それがどのような法的利益を侵害しているのかを明確化させる必要があり、それを踏まえて対応策を検討すべき。(西村(暢史)委員)
- 日本のモバイル市場は世界的に見て非常に特殊であり、キャリア間でユーザーへの利益提供の還元競争が過熱し、それによって利益を得ようとする者がいたり、反社に資金が流出する事態となっており、それを止めるために緊急対策として規制を行うということを繰り返してきた。(北委員)
- 現在もSIMのみ新規キャッシュバック2万円によるポートイン競争が続いており、MNP件数が増加しているが、利益提供目的のMNPは健全なMNPとは言えないのではないか。キャリア間競争が間違った方向に行かないようにすることは行政の役割であり、日本市場の特殊性を鑑みれば、規制を強化すべき点は強化するという是々非々の対応が求められるのではないか。(北委員)
- 利用者間の不公平は中々難しい課題だと思うが、一部のリテラシーの高い利用者がホッピングして優遇され端末を安く買えるようになっているといった状況は是正されるべき。(横田委員)
- 新規契約のホッピング行為を行う者が利益提供の恩恵を多く受けていることで、利用者間の不公平が生じている状態であり、電気通信事業法の目的である「電気通信の健全な発達」や「国民の利便の確保」の観点から課題があるのではないか。(NTTドコモ)
- 契約特典を狙った短期乗換えが増加していることにより、利用者間の不公平が発生していたり、適切な投資を阻害し、健全な市場発展に悪影響を及ぼしていると認識。(KDDI)
- 新規契約から当面の間は事業者の収支はマイナスで、期間経過に伴って収益がプラスに転じるビジネスモデルであり、短期解約により事業者収支がマイナスになる構造。(ソフトバンク)
- 短期解約者へ提供した利益は事業者の持ち出しになっていることに加え、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が大きく、回線契約から解約までの事業者のコスト負担()も発生している状況。
(楽天モバイル)

(1) 短期解約問題について、①短期解約の課題は何か。

- (MNO 3社に対して) 楽天モバイルが示しているような短期解約による事業者のコスト負担はどの程度か。(三澤委員)
- 短期解約により設備投資に影響が生じている実態はあるのか。(宮川委員)
- 現状の割引による値付けによりホッピングが誘発されているというのは、ある意味、利用者側の経済合理的な行動が誘発されているとも考えられ、どういう料金体系を出すとどういう顧客流動が起きるのかについて、現状のデータを使ってシミュレーション・分析を行った上で、現状の問題点をしっかり洗い出すといったように、定量的な観点でも議論できれば良いのではないかと。ビジネスにおいて値付けは生命線であり、そこに創意工夫を奪うような規律があることは問題という趣旨は理解できる。(大橋主任)
- SIMのみ新規キャンペーンにおいて、ポイント等での還元をしているか。している場合は、その効果や課題を教えてください。(北構成員)

- MNPでの契約者に対して、例えばオンラインのチャネルを通じて、一部でポイントでの還元を行っているが、その場合でもホッピング行為は見受けられる。(NTTドコモ)
 - SIMのみ新規契約に対してポイントでの還元も行っているが、その効果については分析できていない。(KDDI、ソフトバンク)
 - 基本的にはキャッシュではなくポイントで利益提供を行っており、現状、これに対してホッピングが発生している状況。(楽天モバイル)
- 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)

構成員限り

(1) 短期解約問題について、①短期解約の課題は何か。

- 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え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)
- オープン市場において、一括1円でキャリアから端末を購入し、短期解約して端末を低い価格で転売するといった事例が散見され、これが市場を歪みを招き、ひいては利用者が不便を被る形にもなっていると認識。(サムスン電子ジャパン)
- サムスンとしては指摘している問題を解消するための方法として何か考えはあるのか。
 - 通信料金に応じた割引の適用と契約期間に応じて割引の返還を許容することが導入されれば、結果として問題は解消されていくのではないか。(サムスン電子ジャパン)
- 今回のサムスンからの問題提起やこれまでの会合で指摘されたとおり、短期解約後にMNPで契約してすぐに利益提供を受けられる状況がおかしいといった短期解約問題はしっかり見直す必要があるのではないか。(横田委員)

**(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できないのか。**

【事業者による自主的な対策】

- 施策適用の制限を設けることや契約解除料の設定、踏み台となるような廉価プランの新規受付の停止といった対策を既に講じてきたが、スイッチングコストが低く、抑止力としては低いことから、事業者による努力のみでは防ぎ切れないものについては規制による対策も必要。(NTTドコモ)
- 1人1回の利益提供とする対策は講じているが、新規特典を狙うホッパーが組織化した場合など、事業者の対策だけでは完全に断ち切ることが難しいのが現状。(KDDI)
- 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はできないのか。

【規制による対処の必要性】

- 事業収支への影響の観点では、短期解約によりどの程度の規模で事業活動に影響が出ているから、法律によって規制すべきという議論をする必要があるが、その点の議論もまだ十分にできていないのではないかと。(西村(暢史)委員)
- 自助努力だけでは止められず規制の強化を望んでいるようであるが、現行のSIMのみ新規契約に伴う利益提供の上限2万円や違約金の上限についてどのように考えているか。(北構成員)

- 利益提供上限の引下げ(一律禁止、事務手数料相当分の上限設定等)や継続利用条件の一部許容(3か月契約した場合に3,000円を付与し、さらに3か月後に3,000円を付与する等)が考えられるのではないかと。違約金の上限引上げについても一定の効果はあると考えられるが、モバイルの場合は簡単にプラン変更ができるという特徴があるため、(違約金上限を月額料金とした場合)低額のプランに変更した後に解約するといった動きが出てくると規制が空振りになることも考えられる。(NTTドコモ)
- 不当な囲い込みにならない範囲で、端末購入又は新規契約と継続利用を条件とした利益提供の一律禁止の緩和や違約金上限規制の緩和(消費者保護ルールの違約金上限ルールへの統合)を検討すべきではないかと。SIMのみ新規契約に伴う利益提供上限の引下げについて反対はしないが、継続利用条件の緩和の方が望ましい。(KDDI)
- 回線継続を条件とした利益提供や短期解約への違約金、キャリアスイッチの妨げにならない程度の利益提供上限の引下げが考えられるのではないかと。(ソフトバンク)
- 契約から一定期間経過後に利益提供したり、利益を一定期間内で分割して提供するといった対策により、短期解約の場合に事業者が利益提供を行わないことが可能となるよう規律を見直すべきではないかと。一方で、SIMのみ新規契約に伴う利益提供上限は顧客のスイッチを促す上で必要なものであり、現行の水準自体には問題はなく、また違約金についても現状維持で問題ない。(楽天モバイル)

(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できないのか。

【規制による対処の必要性】

- 短期解約による事業収支への影響や利用者間の不公平を理由に各社から規制の見直しについて提案が出ているが、27条の3の趣旨でもある電気通信事業者間の適正な競争環境とどのように関係しているのか。(西村(暢史)委員)
 - 一部のホッピング行為を行う者に対して利益提供が集中する状況は、電気通信事業法の目的である電気通信の健全な発達や国民の利便の確保の観点から課題があると認識。(NTTドコモ)
 - 継続利用に係る規制の緩和により市場が持続的に成長する循環を作ること、健全な競争環境や利用者間の公平性の是正を目指し、その結果として短期解約問題の解消にも繋がる。(KDDI)
 - 電気通信事業法の規制によりもたらされ問題への対応として、法改正により規制を見直すというのは一定の合理性があるのではないか。(ソフトバンク)
 - 各事業者がSIMのみ契約の獲得を競い合うことが公正競争の促進に資するものと考えており、これに乗じて各社から利益提供を次々と受ける利用者の振る舞いはまさに適正な競争環境の確保を妨げるものであるため、27条の3の枠の中で規律することが考えられるのではないか。(楽天モバイル)
- 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。(オプテージ)

(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できないのか。

【規制による対処の必要性】

- 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している。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している。(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している。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している。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懸念している。(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)
- 対事業者規制としての電気通信事業法で一消費者の行動である短期解約を直接的に規制する目的で規制を見直すという方法論、利用者の乗換えを促進させた結果という側面も持っている現行規制の見直しには躊躇。(西村(暢史)委員)
- ホッピング行為が業界として取り組まなければならないという点も無視はできないと考えており、こういったアイデアがより公正な競争を促進し、かつホッピング行為を助長させるような短期解約者獲得だけを目指した競争環境、あるいはそこへ向かっていく業界構造を是正していけるかについて、各関係事業者の意見をまた改めて伺いたい。(西村(暢史)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の残価率算出ルール】

- 事業者が実質 1 円で端末購入を訴求することができるのは、端末購入プログラムの残価率算出ルールにおいて事業者の裁量により残価率の引上げが可能となっていることが一因であり、事業者の裁量を極力排除する方向でルールを見直してはどうか。
(NTTドコモ)
- ルールの見直しからまだ 1 年程度しか経過していないので、現状ではルールの変更は時期尚早ではないか。(KDDI)
- 端末購入プログラムの残価率算出に当たっては、中古買取業者の中でも安価な事例が採用されることにより買取価格が低く抑えられているという懸念やRMJのデータの正確性や客観性に不安があり、また、グルーピングなどによって多様なパターンが生じ、運用が煩雑になっている状況。残価率の算出方法・運用をシンプル化できないか。(ソフトバンク)
- 特段の問題意識はなく、現状維持で問題ない。(楽天モバイル)
- 現行の残価算定ルールは、過去モデルの端末の残価を参考にしており、現在価値を正しく反映できていない。例えば日進月歩で進んでいるAI技術、折り畳みスマホ、OSの長期間サポート、バッテリーの高寿命化等を鑑みるようなルールになってないことから、メーカーが新しい技術を意欲的に取り入れながら行う開発を阻害し、将来的に利用者が自由に端末を選ぶ機会を失うリスクがある。
(グーグル)
- スマホは所得税法上の電子計算機や通信機器などに近いと考えられ、全てのスマホの残価が 4 年～ 6 年で定率で減少する残価算定ルールとすることで課題が解消できるのではないか。(グーグル)
- RMJの平均買取価格に基づいたベンチマークは形骸化が見られ、同じ端末でも事業者によって残価率が異なっていることや、3つ折りや眼鏡型といった新しいタイプ、革新的な製品が出てきたときに、既存端末の残価率をそのまま適用することが妥当なのかは疑問であり、各社が全ての機種に対して一律に線形で残価率を設定する方法が分かりやすいのではないか。
(サムスン電子ジャパン)

(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の残価率算出ルール】

- グーグルから、現行の残価設定ルールが過去の端末の買取価格を参考に行っていることから現在価値を正しく反映できていないという課題提起があったが、その解が、全てのスマホの残価が定率で減少するモデルであるのはなぜか。

- 過去のモデルの買取価格を参考に行っていることへの解決策というよりは、利用者にとって分かりやすい仕組みにすることや事業者のオペレーションの負荷を軽減する点に重点を置いて提案したもの。(グーグル)
- グーグルとサムスンから、残価算定方法として定率で残価率が減少するモデルを全ての機種に対して一律に用いるという提案があったが、この方法によりキャリアの裁量はなくなるのか。各社はこのモデルを用いることを強制されるという想定なのか。この場合、特に中古端末市場の競争に何かしら影響が生じると考えられるか。(西村(暢史)委員)

- 一律化というルールの形とすることでキャリアの裁量がなくなると考える。中古端末の価格設定については自由度が保たれるのではないか。(グーグル)
 - 一律で事業者に適用されるルールでないと意味がないと考える。端末の下取り市場にはキャリア以外にも様々な中古買取事業者が存在し、利用者がキャリアの下取り価格に不満があれば中古買取事業者に売ることができるため、結果的に中古端末市場の発展、流通促進にも繋がり、市場の公正性は担保されるのではないか。(サムスン電子ジャパン)
- 多くの事業者から定率で残価率が減少する算定方法の提案があったところ、中古端末買取事業者は6年や4年で価値が下がるような見込みで買取をしているのか。(西村(真由美)委員)

- 買取価格は、主に新品流通市場における人気度、ブランド、発売からの年数によって決まり、機種ごとに買取価格、残価率に差が出ている状況。例えば残価が新品価格の50%という金額が張りついた場合、おそらく機種によっては再販時に割引がないと売れないような金額設定になるのではないかと推測しているので、再販価値について認定中古端末の割引規制などとも併せて検討していただきたい。(リユースモバイル・ジャパン)

(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の残価率算出ルール】

- これまで各社の裁量によって残価に差が生じていたので、もし定率で残価率が減少する方法で算定したとしても、一番最初の販売価格はこれまでも同じ端末でもキャリアによって異なっており、そういうところで競争が発生することを懸念。
(西村(真由美)委員)
- グーグルの主張のとおり、事業者の創意工夫を促して競争の多様化を追求するというのは重要。その観点では、残価も一律に減少させるのではなく、事業者が自由に設定することが論理的帰結としては正しいのではないかと考えられるが、それでも一律減少という提案になるのか。(大橋主任)
 - 現行のルールは基本的には通信料金と端末代金の分離の下で策定されたルールだと認識しており、将来的にもし規制緩和、最小化という形で通信と端末のバンドル化の方向に進めば、こういった細かいルールが不要になると考えている。(グーグル)

(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（その他）】

- 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イング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い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く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）
- 利用者の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。

【端末購入プログラム（その他）】

- 端末購入プログラムの利用率は50%を超え、特にハイエンド端末の回収がキャリアに集中することにより、中古端末事業者への端末供給が減少し、中古端末市場への影響が懸念される。（リユースモバイル・ジャパン）
- 機種代金が数十円と見えるような表示や保証サービス加入の必須化などによって、利用者にとって費用総額の比較が非常に難しく、結果的にMNOの囲い込みに繋がっているという声が多く寄せられている状況。（リユースモバイル・ジャパン）
- 端末販売時の割引と残価による割引の二重化を防止する制度設計、総負担額、返却条件の標準化表示の義務化、短期返却を促すインセンティブの禁止により、新品・中古間の公正競争と利用者の比較可能性を担保できるのではないか。（リユースモバイル・ジャパン）
- MNOからの端末購入の仕組みが利用者にとって複雑で非常に分かりにくくなっており、また、残価設定に伴う事業者の運用負荷が大きくなっているという課題がある。（グーグル）
- RMJとグーグルが端末購入プログラムが端末販売方法の主流になっていること自体について感触を述べているところ、サムスンとしてはどのように考えているのか。（三澤委員）
 - 利用者に対して便益を与える手段の一つであり、端末購入プログラム自体が何がしか競争阻害要因になっているとは考えていない。（サムスン電子ジャパン）

(2) その他、顕在化している課題はあるか。

【キャリア認定中古品に対する割引】

- キャリア認定中古品への新品同等の割引により、中古端末の実売価格が中古端末事業者の平均買取額、事業者の再調達コストを下回るという状況も発生しており、市場の価格形成と事業者の持続性に歪みを生じさせていると認識。(リユースモバイル・ジャパン)
- 新品と同額の割引を禁止することや中古販売に対する割引上限設定などにより、中古端末市場の価格の過度な崩壊を防ぎ、多様な事業者が競争できる環境を守ることが可能になるのではないか。(リユースモバイル・ジャパン)
- 現行の端末割引規制は新品の端末を念頭に置いたものであるが、中古端末についても同じルールが適用されるのか。また、キャリアのCPO端末(認定中古端末)で残価が設定されているケースがあり、この場合、例えば既に発売から3年経過しているiPhone14のCPO端末の残価率はそれより2年前に発売された先行同型機種(RMJ)の平均買取価格を参照するのか、それとも新品ではないので別運用なのか。(北委員)

- 現行の端末割引規制は新品と中古にかかわらず端末価格に応じて割引をするルールとなっている。また、現行のガイドラインのルール上、iPhoneなどのグループ共通の残価率を算出するに当たっては先行同型機種を参照せず、機種ごとに残価率を算出する場合も新品端末と中古端末を区別して運用することになっていない。(事務局)

【廉価端末の割引規制】

- 現在、定価が2万円以下の廉価端末については1円まで割引が可能であるが、メーカーにとっては固定的な価格圧力として機能しており、昨今の資材やメモリの高騰を踏まえると、1円端末の販売を実現することが厳しくなっている状況。(サムスン電子ジャパン)
- サムスンとしては指摘している問題を解消するための方法として何か考えはあるのか。(北委員)
 - 通信料金に応じた割引の適用が導入されれば、結果として問題は解消されていくのではないかと。(サムスン電子ジャパン)
- 現行の規制が導入された2019年当時は2万円の端末もあり、それなりにルールとして機能していたと思うが、それから6、7年経った今、物価が上昇し、端末にAIが組み込まれるなど複雑化している中で2万円の設定は見直す必要があるのではないかと。(横田委員)

(2) その他、顕在化している課題はあるか。

【その他】

- 27条の3の規制や各種取組により、以前のような過度な囲い込みが行われる状況にない現状においては、過度とまでは言えないような長期利用者への還元ができるように継続利用割引の規制を見直してはどうか。(NTTドコモ)
- 27条の3の規律の対象となる事業者のうちMNOについては、なぜ競争の影響が少ないとは考えられないのか、契約数という観点がないのかに関してガイドライン上に考え方が示されていない。今後の市場競争の更なる活性化という観点から、規律対象事業者の基準に関する考え方をガイドライン等で明確化できないか。(楽天モバイル)
- 端末購入プログラムの手続の簡素化や27条の3の規制に関する報告事項の見直しができないか。(KDDI)
- 楽天モバイルから、「お試し割」の条件見直しに関する意見があったが、各社が「お試し割」を活用していないのはなぜか。
(西村(真由美)委員)
- 市場の状況とニーズを踏まえて総合的に検討した上で、現状では活用していない状況。(NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク)
- 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、イコー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当。
(全国携帯電話販売代理店協会)

3. 韓国の端末流通法廃止後のモバイル市場動向

- 日本と韓国はモバイル市場の構造やビジネスの成り立ちが似ているので、韓国の動向は参考にできるところもある。（三澤委員）
- 韓国では端末価格の高止まりを理由に補助金規制が廃止されたものの、AI投資への集中やハッキング事故による資金繰りの悪化により、通信事業者による割引はそれほど拡大されておらず、AI搭載による端末の高機能化も相まって当面端末価格は下がりにくいという評価。MNPは増加傾向にあるものの、これは補助金規制の廃止による効果よりもハッキング事故の影響が大きいという見方。（三澤委員）
- 現在、韓国政府は、消費者間の不公平や補助金規制廃止による効果の実感が乏しい状況を改善するための対策を検討中。（三澤委員）
- 端末流通法廃止後に韓国を訪問したところ、代理店や家電量販店では値引き額が大幅に増加しており、詳しい人は安く買えるという状況に戻ったと言えるのではないかと。（北委員）

4. 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）

4. 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）