

一部構成員限り

追加質問に対する回答 (短期解約問題・その他論点)

令和 8 年 4 月 20 日
事 務 局

論点2 短期解約問題

- 質問1：短期解約問題への対処として望ましい/許容できる、継続利用条件の緩和の程度…………… 3
 (MNO4社、MVNO委員会、オプテージ、全国携帯電話販売代理店協会)
- 質問2：利益還元目的の悪質な短期解約を特定可能か…………… 8
 (MNO4社、MVNO委員会、オプテージ、全国携帯電話販売代理店協会)
- 質問3：業界の自主的取組や規制見直しの効果の事後検証にあたって確認すべき点…………… 1 1
 (MNO4社、MVNO委員会、オプテージ、全国携帯電話販売代理店協会)
- 質問4：販売代理店に対するMNPの目標値や手数料と短期解約の関係…………… 1 4
 (MNO4社)
- 質問5：継続利用割引のルールの緩和・撤廃に対する賛否…………… 1 6
 (MVNO委員会、全国携帯電話販売代理店協会)

その他論点

- 質問1：「新規契約を条件としない」通信料金割引による市場への影響…………… 1 8
 (楽天モバイル)
- 質問2：廉価端末特例の見直しの必要性…………… 1 9
 (MNO4社、MVNO委員会、オプテージ、JCOM、グーグル)
- 質問3：MNOの認定中古品の割引販売が中古市場に与える影響…………… 2 3
 (リユースモバイル・ジャパン)

論点 2 短期解約問題

【質問 1】

短期解約問題への対処として、新規契約を条件とする場合の利益提供における継続利用条件の緩和を求める声があったところ、継続を求める期間として望ましい、あるいは許容できる期間はどの程度であると考えますか。理由や根拠も御教示願います。

【回答】

NTTドコモ

- 短期解約者はスイッチングコストが低いことに起因して、多くの利益提供を享受できる状況にあります。新規契約者（短期解約者）への利益提供額は、既存契約者の通信料金収入を実質的な原資としていることから、利用者間に不公平が生じており、これは解決すべき課題と考えます。
- この課題への対処として、新規契約を条件とする利益提供に設定すべき継続利用条件の上限期間を MNO3 社の公表データをもとに算出すると、「30 か月※1」が望ましいと考えます。基本的な考え方は、「キャリアが提供した利益を、当該契約者の通信料金収入から回収し終えるまでの期間」を継続利用条件の上限とするものです。この期間より短い継続利用条件を設定した場合、未回収の利益相当額が既存契約者の通信料金収入によって実質的に補填される構造となり、利用者間の不公平が生じます。
- 仮に、消費者保護ルールに関するガイドラインの規律をベンチマークとして継続利用条件の設定期間を「24 か月」とした場合、利用者間の不公平という課題が残存します。そのため、新規契約者への利益提供上限額の引き下げも併せて実施する必要があります。この場合における望ましい利益提供上限額は、MNO3 社の公表データをもとに算出すると「1.6 万円※2」と考えられます。同様の考え方で設定期間を「12 か月」とした場合、望ましい利益提供上限額は「8 千円」となります。設定期間内にキャリアが契約者の通信料金収入から回収できる利益の範囲内に利益提供額を収めることで、既存契約者の通信料金を実質的な原資としない構造が担保されます。
- 参考として、利用者間の不公平が生じない継続利用条件設定期間と利益提供上限額水準の比較表をお示しします。

- 参考として、利用者間の不公平が生じない継続利用条件設定期間と利益提供上限額水準の比較表をお示しします。
(利用者間の不公平が生じない継続利用条件設定期間および利益提供上限水準)

| 継続利用条件設定期間 | 利益提供上限 |
|------------|--------|
| 6 か月 | 4 千円 |
| 12 か月 | 8 千円 |
| 24 か月 | 1.6 万円 |
| 30 か月 | 2 万円 |

※1 SIM のみ新規利益提供額 (2 万円) ÷ (モバイル ARPU (約 4,097 円/MNO3 社 FY25Q3 平均※3) × 営業利益率 (約 16.5%/MNO3 社 FY25Q3 平均※3))
= 望ましい継続利用条件設定期間 (約 30 か月)

※2 モバイル ARPU (約 4,097 円) × 営業利益率 (約 16.5%) × 継続利用条件設定期間 (24 か月) = 望ましい新規契約者への利益提供上限額 (約 1.6 万円)

※3 各社公表値をもとに集計

KDDI

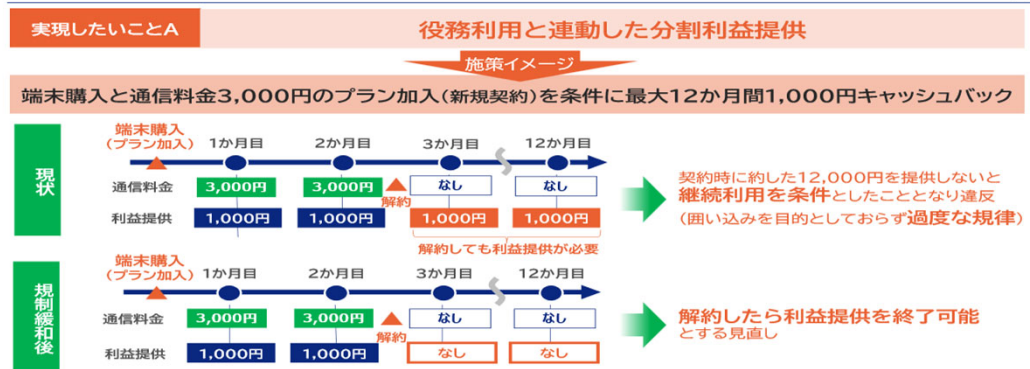
※赤枠内構成員限り

- 通信役務の提供を通じた適正な収益確保と投資の好循環を生み出すことが市場全体の持続的な成長と健全な競争環境の維持に資することから、弊社は継続利用条件の緩和を求めています。継続利用条件が緩和されることで、副次的に短期解約問題の解消も期待できるものと考えております。
- その上で、短期解約問題への対処として、一定期間の継続利用を明示的に条件とする利益提供（例：一定利用期間満了後の一括利益提供等）を行う場合に、期間設定が不可避である場合には、追加質問で回答した短期解約の実態を踏まえ、少なくとも「1年以上」を許容いただくことが合理的であると考えます。

- このため、短期解約の抑止という政策目的との関係では、少なくとも1年を下回る期間設定では実効性が限定されると思います。一方で、スイッチングコストが低減した現状において利用者はいつでも解約可能であることを踏まえれば、1年程度は不当な囲い込みに直ちに当たるものではなく、合理的なバランスを取り得る期間と考えます。
- なお、弊社が第2回専門委員会で提示した「役務利用と連動した分割利益提供（スライド14）」は、一定期間の継続利用を条件として囲い込むものではなく、役務の利用実績に応じて順次利益提供を行う仕組みです。解約した場合に将来分の利益提供を終了することは、違約金等のペナルティではなく、役務提供が終了した以上、利益提供も発生しないという明確な整理であり、利用者の解約の自由を不当に制約しません。
- 現行規制では、分割利益提供において解約後も利益提供が必要となる等、制度趣旨（囲い込み防止）と整合しない過度な規制となっていることを主張したものであり、囲い込みを目的とはしておりません。したがって、一定期間の継続利用を明示的に条件としない、役務利用と連動した分割利益提供にまで「継続利用期間」を設けることは行わず「解約したら利益提供を終了可能とするシンプルなルールとすることが望ましいと考えます。

5. 健全なモバイル市場の実現に向けた規制の緩和要望（①継続利用に係る規制の緩和）

14



ソフトバンク

※赤枠内構成員限り

- 継続利用条件の期間については、利益提供が通信料収入で回収されることを踏まえ、当該回収に要する期間を基に検討することが適切と考えます。
- 例えば、2万円の利益提供を前提とした場合、ARPU及び営業利益率を基に試算すると、回収には約3年の期間※を要することとなります。

※試算前提

当社ARPU : 3,750円/月

当社営業利益率 : 15%

回収期間 : $2万円 \div (ARPU \times 営業利益率) = 35.3$ ヵ月

- 以上を踏まえ、利益提供の回収という観点からは本来3年程度の期間を要するものの、利用者の契約実態や制度趣旨を考慮し、2年程度の継続利用条件設定が望ましいと考えます。

楽天モバイル

- 継続を求める期間として許容できる期間は、「1年を超えない期間」と考えております。
- 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においては、「違約金等の定めに係る期間が1年を超える、又は違約金等の定めのある契約に更新できるものである提供条件については、約し、又は約させることを禁止する。」と定められております。
- すなわち、事業者が契約期間を設定して利用者に継続利用を求め、その期間内に解約された場合に違約金を請求することができる期間については、「1年を超えない期間」が上限とされています。
- この点を踏まえると、利益提供に付随して継続利用を求める場合においても、その許容される上限は同様に、「1年を超えない期間」とすることが適切と考えております。

オプテージ

- 短期解約の主な要因は乗換時の利益提供がスイッチングコストを上回る点にあり、解約に制約を課す方向ではなく、短期解約の動機につながらないよう、事業者による利益提供の水準を見直すことが、公正な競争の促進という制度趣旨に照らすとより適切かつ優先される対応と考えます。
- 継続利用条件の緩和は行き過ぎた囲い込みを防止する27条の3の趣旨からも慎重に議論すべきであり、仮に認める場合でも、長期拘束とならないよう、期間は数か月程度の必要最小限にとどめるべきと考えます。
- また、反復適用や期間満了後の高額な一括付与については、形式上短期間であっても実質的に囲い込みに繋がることから許容されるべきではないと考えます。

MVNO委員会

- 短期解約問題への対処を目的として継続利用条件を緩和する場合であっても、過度な囲い込みを防止するという目的から考えると、問題解決に必要な最小限の期間にすべきと考えます。
- 現行の制度・ガイドラインにおいても、「お試し割」の通信料金割引は期間上限6か月と整理されていることや、継続利用に関連する利益提供についても6か月を基準とした整理がされていることを踏まえると、最長でも6か月と考えており、これを超える期間は制度の整合性を欠くおそれがあると考えます。
- また、過度な囲い込みを防止する観点から、利益提供方法は、例えば、6か月後に一括で行うのではなく、月額料金の範囲内で均等での分割提供とするなど、実質的な解約抑止圧力を過度に高めない設計とすべきと考えます。

全国携帯電話販売代理店協会

- 違約金を課す期間は施行規則第22条の2の17の第1号・第2号で定義されており、これを超える設計は不当な期間拘束に抵触する虞があるものと考えます。当協会としては継続利用条件の緩和とあわせて違約金の引き上げが不適切な制度利用（MNPホッパーや手配師）の対策には重要と考えており、従い、第2号を踏まえ1年以下の設計とすることが望ましいと思います。（ホッパー対策として割引を分割もしくは後払いにすることが目的なので、継続利用の期間は一律ではなく、割引の額に応じてキャリアが自由に設定できると良いと思います。）

【質問2】

短期解約のうち、MNPの利益還元の獲得のみを目的とするような悪質な解約かどうかを特定することは可能ですか。

【回答】

NTTドコモ

- MNP 利益還元の獲得のみを目的とする解約を特定することは、構造的に困難であると考えます。
- 解約の「目的」は利用者の内心に存在するため、同一の解約行為であっても、料金負担や通信品質への不満といった正当な理由と外形上の区別がつかず、意図のみを根拠に判断することは難しいためです。
- したがって、個別の解約目的を特定・排除するアプローチには限界があり、利益提供上限規制の引き下げや継続利用条件設定の一部許容といった、規制による構造的な対処が望ましいと考えます。

KDDI

- MNOが把握可能な情報は契約・解約の事実や利用実績等に限られ、利用者の目的まで確認することは困難であるため、MNPの利益還元の獲得のみを目的とするような悪質な解約かどうかを特定することは不可能です。
- したがって、過度な短期解約を抑制する制度整備が必要であると考えます。

ソフトバンク

- 短期解約については、その発生要因が一樣ではないことから、一律に利益還元の獲得のみを目的とした悪質な解約であることの特定は困難と考えます。
- なお、同一名義による契約後の短期間での転出や解約の繰り返し等、一定の傾向を有するパターンについては、期間・回数・回線数等の組合せにより、統計的・傾向的な把握は可能と考えます。

楽天モバイル

※赤枠内構成員限り

- 悪質な解約かどうかを事業者が特定することは困難であると考えております。なお、短期解約の多くは、回線契約時に提供される利益を目的としたものであると考えられることから、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すべきと考えております。

オプテージ

- 主に踏み台とされるMVNOの立場においては、MNO等の転出先での特典付与履歴を確認することができないため、利用者の目的を特定することは困難です。ただし、契約から解約に至るまでの期間、同一契約者・同一住所・同一決済手段による反復的な契約・解約の有無、MNPの有無等の情報を総合的に勘案することにより、一定の傾向を把握することは可能と考えております。
- なお、利用者アンケート等も、個別の状況を把握する上で補足的に活用可能と考えます。

MVNO委員会

- MVNOでは短期解約のうち、MNPによる利益還元の獲得のみを目的とするような悪質な解約であるか否かを、外形的事実のみから特定することは困難と考えます。

全国携帯電話販売代理店協会

- 販売代理店側では顧客の個人情報を保有しておりませんので、特定できません。
- 一方、網羅的に特定することは難しいものの、キャリアは顧客管理システム上で、「契約したが利用実態がない」、「複数の店舗を回って契約し、短期で解約している」、など一定条件の下での当該契約の特定はできるかも知れません。

【質問3】

業界の自主的な取組や規制見直しの効果を事後検証するにあたり、どのような点を確認する必要があると考えていますか。具体的に御教示願います。

【回答】

NTTドコモ

- 定量的な数値データのみで市場・競争環境の実態を把握することは困難ですが、例えば歩留まり率の推移を観測し短期解約者の増減を確認することにより、一定の効果を測ることは可能と考えます。
- また、過度な値引き等の誘引に依存した競争慣行から脱却が図られているかという観点からは、店頭における顧客誘引の実態（店頭 POP やセールストーク等）や利用者アンケート結果（MNP時の解約理由等）をモニタリングしていくことも必要と考えます。

KDDI

- 業界の自主的な取組や規制見直し（継続利用条件の緩和等）の効果を事後検証するにあたっては、短期解約率の推移に加え、これまで総務省殿において調査・公表されてきた市場の動向等も検証対象に含めることにより、総合的な検証が可能になると考えます。
 - 規制見直し前後の短期解約率の推移
 - 新規・MNP件数等
 - 利用者満足度や苦情件数の動向
 - 利益提供水準等の推移 など

ソフトバンク

- 業界の自主的な取組や規制見直しの効果の事後検証については、以下のような指標の推移を確認することが考えられます。
 - ・短期解約の発生状況（契約後一定期間内の解約数等）
 - ・自主的な取組・利益提供施策の実施状況 等
- なお、上段のとおり、短期解約の発生要因は一様ではなく、その効果の顕在化も不確実性があることから、実務負荷にも配慮の上で、必要最小限の検証とすることが適当と考えます。

楽天モバイル

- 業界の自主的な取組や規制見直しの効果を事後検証するにあたっては、短期解約の件数や解約率が減少したかを確認する必要があると考えております。

オプテージ

- 事後検証に当たっては、実際に短期解約が抑止されたかに加え、当該対策が市場流動性やMNO・MVNO間の競争にどのような影響を与えたか、特に実質的な囲い込み・長期拘束による流動性低下につながっていないかを確認する必要があります。
- 具体的には、短期解約件数及び全解約に占める割合、同一利用者による反復的MNPの発生数等を継続的に把握することで短期解約の発生が減少しているかを検証し、MNO・MVNO各社の純増、転入転出、シェア、解約率の推移等を継続的に把握することで、市場の流動性や競争環境に不当な変化が生じていないかを検証することが望ましいと考えます。

MVNO委員会

- 短期解約に関する自主的な取組や規制見直しの効果を事後検証するに当たっては、短期解約の件数だけでなく、通常の利用者の乗換えやMVNOを含む競争環境に与える影響を併せて確認することが必要と考えます。
- 具体的には、短期解約の件数に加え、MNO各ブランド・MVNO間におけるMNP移行件数（短期解約を除く）は継続的に確認すべきと考えます。

全国携帯電話販売代理店協会

- 短期をどう定義するかにもよりますが例えば1年とした場合、各キャリアの保有するデータから、MNP契約後、1か月目から12か月目まで、月別の解約率を定点観測することができれば把握ができるものと考えます。
- キャリアと代理店との間で、目標値の相談・合意のプロセスが適切に行われているかについての総務省から販売代理店に対する定期的な聞き取り調査が必要と考えます。

【質問4】

販売代理店に対してMNPの目標値や手数料を設定するにあたり、短期解約の件数が一定程度ある場合に手数料等が変動することはありますか。

その場合、短期解約の定義（契約から解約までの期間が何か月以内の解約が短期解約に該当するのか）ご教示願います。

【回答】

NTTドコモ

※赤枠内構成員限り

- 販売代理店に対する MNP 目標値や手数料設定において、短期解約の件数が一定程度ある場合に手数料等を変動させるような対応は行っておりません。

KDDI

- 短期解約について、全社共通での明確な定義は行っておりません。
また販売代理店に対してのMNP目標や手数料設定において、短期解約の件数で直接的に手数料を変動させることもしておりません。
- ただし、販売代理店の不適切販売の是正を目的に、新規契約からの解約動向を一定程度考慮し、支援金額の変動をさせる施策はございます。

ソフトバンク

- 手数料等は、契約の適正な獲得および継続的な利用を促す目的で設計していますが、短期解約件数の多寡に応じて手数料が直接的に変動するような仕組みにはしていません。

楽天モバイル

- 当社においては、店舗運営会社に対してMNPの目標値や手数料を設定するにあたり、短期解約の件数が一定程度発生していることを理由として手数料を変動させることはありません。

【質問5】

短期解約問題への対処のための継続利用条件緩和とは別に、主に長期利用者への還元を目的として継続利用割引のルールを緩和・撤廃する意見も出ているが、このような意見についてどう考えますか。賛否とその理由を御教示願います。

【回答】

MVNO委員会

- 継続利用を条件とする割引ルールの緩和・撤廃は、利用者のスイッチングコストを高め、行き過ぎた囲い込みにつながるおそれがあるため、現行維持が望ましいと考えます。特に資金力を有するMNOほど実施余地が大きく、MNO・MVNO間の競争への影響も懸念されます。

全国携帯電話販売代理店協会

- 6か月超の契約者に対しては10年契約しても20年契約しても年間あたり1か月分の利用料までしか継続利用割引として認められない現制度はやや硬直的だと思います。
- 例えば新規参入事業者である楽天モバイルが不利にならないよう、10年などの契約期間の長さだけでロイヤルカスタマーと定義するのではなく、各社の経済圏をどの程度使っているかまで含めてロイヤルカスタマーを定義するような考えも一案としてあるかと思えます。この点、他業界との比較も大いに参考になるものと思えます。
- いずれにしても、利用者視点で納得感があり、且つ純増数という値引きによる量の競争から、継続利用という質の競争へのシフトにつながるような仕組みが望ましいものと考えます。

その他論点

【質問 1】

新規契約者とプラン変更者に公平に通信料金を割引することで「新規契約を条件としない」形で額や期間の制限なく通信料金割引ができることによって、「市場の歪み」が生じていると主張していますが、具体的にどのような点で市場が歪んでおり、見直しをすることで問題がどう解消すると考えているのか御教示願います。

【回答】

楽天モバイル

- 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においては、新規契約を条件とする通信料金の割引等は規律の対象とされております。
- 他方、例外として「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この新規契約には該当しない」とされていることから、実態としては、同一事業者内のプラン変更（メインブランド・サブブランド間のプラン変更等）をも対象とすることで、新規契約を条件とする通信料金の割引等が広く行われているものと認識しております。
- 複数ブランドによるユーザー基盤を持つ事業者においては、ブランド間のプラン変更者を対象に含めた条件を設定することで、自社ブランド間でプラン変更する利用者を自社サービスに囲い込みつつ、新規契約者に対しても通信料金の割引等を実施することが可能となります。
- このような条件を設定することにより、新規契約者に対し、当該条件を設定しない事業者を上回る利益提供が可能となり、顧客獲得を有利に進めることができることから、市場競争がユーザー基盤の有無等により歪められていると考えております。
- そのため、上記例外規定の見直し（廃止）により、同一事業者が提供するブランド間での利用者の囲い込み及び新規契約を条件とする通信料金の割引等に対する規律の回避を抑止することで、ユーザー基盤に左右されない市場競争が実現するものと考えております。
- その上で、端末購入を条件とせずに新規契約を条件とする通信料金の割引については、一定期間可能とするよう規律を緩和すべきと考えます。

【質問2】

廉価端末特例について、見直しが必要と考えますか。必要と考える場合は、現在何が問題で、どのような見直しが望ましいか御教示願います。

【回答】

NTTドコモ

- 廉価端末特例について、見直しは不要と考えます。
- 値引き上限額の引き上げは、値引き等の誘引に頼った競争慣行からの脱却という観点から、慎重に検討すべきと考えるためです。
- また、当該特例については、『競争ルールの検証に関する報告書 2023』において、「今般、通信サービスと端末のセット販売を行う際の利益の提供の上限額の最低額は2万円となるため、この特例の枠組み自体を変更する必要性は認められないことから、現行の2万円と同額までの端末を廉価端末とすることが適当である。」との考え方が示されています。この考え方、現状に照らしても変わらないものと考えます。

KDDI

- 廉価端末特例の見直し（2万円→4万円程度）に賛同いたします。
昨今のメモリ価格の高額化等に伴う端末価格の高騰により、2万円台の端末は市場で減少しており、現行の2万円基準では特例の実効性が低下しています。
- この結果、廉価端末を活用してきた高齢者や節約志向の利用者等の選択肢が狭まるおそれがあり、4万円程度へ見直しを行うことで、時勢に即した利用者配慮の施策を可能とすることが適当と考えます。

ソフトバンク

- 廉価端末特例について、見直しは不要と考えます。
- 部品等価格高騰の状況下においては、適正な価格転嫁がなされることが健全な市場だと考えており、特例の見直しまでは必要ないと考えます。
- むしろ、事業法第27条の3の規律の意義が引き続き認められ、仮に2万円等の上限規制に当面変更がないとすれば、廉価端末特例の基準のみを見直しすることは、規制全体としての整合を欠くと考えられます。
- なお、過去の報告書「競争ルールの検証に関する報告書 2023」でも、以下のとおり見直しの必要性は認められないと結論づけられており、この後も特段の需要の変化や問題も生じていない認識です。

■ 2023年9月付「競争ルールの検証に関する報告書 2023」(抜粋)

2. 通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の見直し

(2) 上限2万円規制の例外規定の見直し

イ 廉価端末の特例

② 考え方

今般、通信サービスと端末のセット販売を行う際の利益の提供の上限額の最低額は2万円となるため、この特例の枠組み自体を変更する必要性は認められないことから、現行の2万円と同額までの端末を廉価端末とすることが適当である。

楽天モバイル

- 廉価端末特例については、現時点では見直しは必要なく、現行規定を維持すべきと考えております。
- 一部の端末メーカーから、「1円端末の実現のために小売価格20,000円で販売できる端末を用意することが求められ、メーカーは利益を削って採用を目指す状況にある」※ の意見が示されておりますが、当該事情を理由に廉価端末特例における利益提供額の上限を引き上げたとしても、1円端末の実現に要する負担の所在が端末メーカーからMNOに移転するに過ぎず、市場における公正競争の促進に資するものではないと考えております。
- 加えて、上限を引き上げる場合には、廉価端末を超える対照価格の端末に係る利益提供額上限との逆転が生じます。具体的には、対照価格が2万円を超え8万円以下の端末については、利益提供額の上限は、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されております。
- 例えば、廉価端末の上限額を3万円に引き上げた場合、3万円の端末については1円までの販売が可能となる一方、3万1円の端末については引き続き2万円が上限となり、制度上の不整合が生じます。
- そのため、制度の整合性を確保する観点からは、廉価端末の上限額を見直す場合でも、廉価端末を超える対照価格の端末に係る利益提供額の規律についても併せて見直す必要があると考えております。

※情報通信行政・郵政行政審議会 電気通信事業部会 市場検証委員会 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5回） 資料5-1

MVNO委員会

- 廉価端末特例については、現時点では特段の見直しが必要であるとは考えておりません。
- 仮に廉価端末の定義を拡大する場合、廉価端末特例は1円販売が可能な端末として特例化されているものであることから端末の誘引性に頼った商慣行が拡大する懸念があるため、見直しには慎重であるべきと考えます。

オプテージ

- 廉価端末特例については、現時点で見直しの必要はないと認識しております。
- また、いわゆる1円端末のような販売手法は、過度の端末代金の値引き等の誘引性に頼った競争慣行につながるため、利用者による合理的な選択を確保するという27条の3の趣旨に照らしても、見直しは慎重に検討すべきと考えます。

JCOM

- 廉価端末特例が緩和された場合、端末値引きの誘引性に頼った競争が加速することが予想されます。その結果、利用者の合理的な選択が阻害される可能性があると考えます。また、MNOと同等の割引を実施できるMVNOは限られることから、MNOとMVNO間の競争力の差が拡大するおそれがあると考えます。したがって、現行の考え方を維持することが適切と考えます。

グーグル

- 見直しが必要と考えます。

1. 現在の問題点

半導体・メモリ等の部材コストの高騰の影響により、端末価格の高騰化が予想され、現行の割引上限2.2万円という廉価端末特例では、ユーザーの負担が増え、手軽に購入できていた価格帯の選択肢が狭まります。

2. 望ましい見直しの方向性

廉価端末特例の対象となる価格基準を、実勢価格に合わせて引き上げるのが望ましいと考えます。

引き上げることで、エントリーユーザーが端末購入をしやすい市場環境を維持することが可能になると考えます。

【質問3】

MNOが認定中古品の端末販売にあたって現行のルールの上限で大幅な割引を実施し、中古市場への影響が懸念されるということですが、具体的に中古市場にどのような影響が出ているのか（中古端末の売上額等）、現時点で示すことができれば具体的に御教示願います。

【回答】

リユースモバイル・ジャパン ※赤枠内構成員限り

中古市場において、既に売上単価が下落している。

2025年の売上単価は、前年（2024年）と比べて大幅に下落している（事実）

●データ（前年比）

売上単価：

2025年4－6月度：▲約11%

2025年7－9月度：▲約7%

総務省データが示す「高価格帯偏重化」「残価設定60%の普及」という構造変化に加え、MNOが認定中古品に対して大幅値引きを適用した結果、中古市場全体の価格帯に“圧縮効果”が波及した可能性。

●今後の懸念

・「価格形成機能の歪み」と「買取偏在」

・中古市場に対して更なる売上・買取の両方に圧力 → 市場の持続性に影響

(補足)

総務省データが示す「高価格帯偏重化」「残価設定60%の普及」という構造変化に加え、MNOが認定中古品に対して大幅値引きを適用した結果、中古市場全体の価格帯に“圧縮効果”が波及した可能性に対する補足

補足①

高価格帯端末については、キャリアの端末購入プログラムの普及により、購入後一定期間でキャリアへ返却される割合が高まっている。このため、販売台数では高価格帯端末が増加している一方で、一般の中古市場における高価格帯中古端末の流通量は相対的に減少していると考えられる。

補足②

キャリア認定中古端末については、MNP等を条件とした大幅割引が恒常化しており、一般の中古市場で形成される実勢価格を大きく下回る価格が観測されている。この水準が消費者の価格期待として広く認識されることで、同世代・同機種を扱う民間中古事業者は販売価格の引き下げを余儀なくされ、中古市場全体の価格帯が圧縮される傾向が生じている。

販売台数は前年比同等であるものの、MNOによる認定中古品に対する新品同等の大幅な割引施策により、中古市場に影響が
でている可能性

▶売上単価は前年比、約7～11%下落している。



出典：リユースモバイル・ジャパン（RMJ）

2025年上半期の買取台数は前年比、101～112%と伸長しているものの、高単価商品がMNOによる残価設定プログラムに偏
重していることにより中古市場に影響がでている。

▶買取単価は前年比、約37～64%下落している。



出典：リユースモバイル・ジャパン（RMJ）

今後の検討に向けた追加質問に対する回答

(参照データ①_総務省様資料より)

●【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 | |
| 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% | 低価格帯 34.5% | 27.3% | 低価格帯 33.2% | 23.9% | 低価格帯 26.7% | 20.9% | 低価格帯 25.4% | 20.2% | 低価格帯 25.1% |
| ~2万未満 | 2.6% | | 5.9% | | 2.9% | | 4.5% | | 4.9% | |

※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。

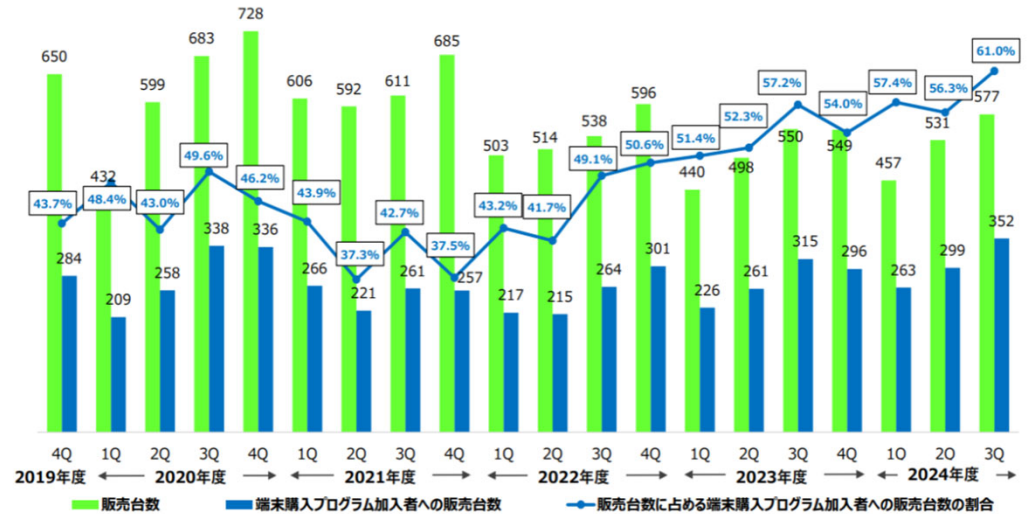
出典：事業者からの報告

(参照データ②_総務省様資料より)

○ 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

(データ根拠)

- ・「価格帯別の販売・買取台数構成比」
- ・「特定機種の世界シェアの時系列」

については、

- ・RMJ公表データが機種×価格帯別の完全な分解をしていない

(回答まとめ)

本資料では、総務省資料、及びRMJ正会員からの売買実績集計データ等を踏まえ、観測される価格・流通の変化を総合的に整理したものとします。