

一部構成員限り

追加質問に対する回答

令和 8 年 5 月 15 日
事 務 局

論点2 短期解約問題

- 質問1：利益還元目的の悪質な解約の特定の可否……………4
(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：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確認が必要な点……………7
(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：継続利用条件を緩和する場合における継続を求める期間に関する考え方……………10
(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……………15
(MNO4社)
- 質問5：継続利用割引のルール緩和・撤廃に対する賛否……………17
(MVNO委員会、全国携帯電話販売代理店協会)
- 質問6：継続利用条件を緩和する場合の緩和期間……………18
(MVNO委員会、オプテージ)

論点3 端末購入プログラムにおける端末の残価率算出ルール

- 質問：算出ルール見直しの2つの折衷案（資料5-1 p.22）に対する見解……………20
(IIJ,オプテージ、MVNO委員会、オプテージ、JCOM、全国携帯電話販売代理店協会、リユースモバイル・ジャパン、
グーグル、サムスン電子ジャパン、Apple)

論点4 27条の3における特定関係法人の規律

- 質問1：特定関係法人を規律の適用対象外とした場合に想定されるMNOによる潜脱行為…………… 3 7
 (IIJ, オプテージ、MVNO委員会、ソフトバンク)
- 質問2：潜脱行為に関する事後的なフォローアップの是非…………… 3 9
 (IIJ, オプテージ、MVNO委員会、ソフトバンク)
- 質問3：特定関係法人を規律の適用対象外とした場合のMNOによる潜脱行為を防止するための措置…… 4 3
 (特定関係法人であるMVNO、その親会社であるMNO)

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…………… 5 1
 (楽天モバイル)
- 質問2：「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を把握するためのデータ…………… 5 2
 (楽天モバイル)
- 質問3：廉価端末特例の見直しの必要性…………… 5 3
 (MNO4社、MVNO委員会、オプテージ、JCOM、グーグル)
- 質問4：MNOの認定中古品の割引販売が中古市場に与える影響…………… 5 7
 (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、その発生要因が一様ではないことから、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持っておりませんので、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2】

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、特に実質的な困り込み・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3】

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

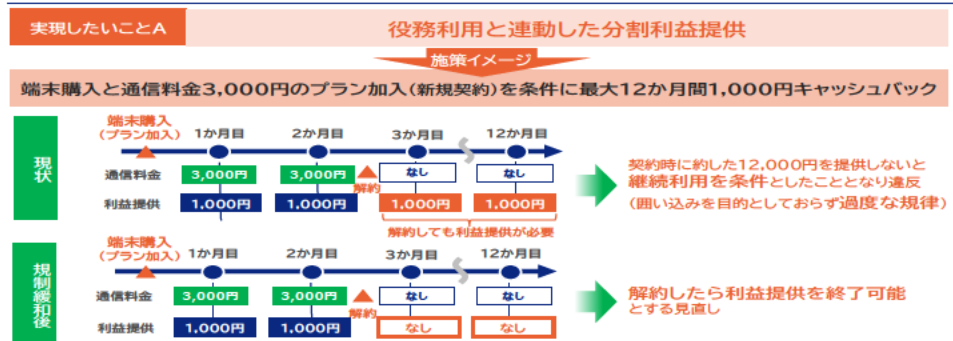
※赤枠内構成員限り

- 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。

【質問6】

モバイル市場専門委員会の第6回会合（4/20）において、「論点2 短期解約問題」の規制見直し案1（継続利用条件の緩和）の緩和期間を最長6か月とする場合、ホッピングが止まらず、MVNOが踏み台にされ続けるのではないかと発言が一部の委員からありました。

追加質問に対する回答において、継続利用条件の緩和は、囲い込みにならないよう必要最小限の期間にすべきとの御意見でしたが、踏み台の問題を考慮してもなお、緩和期間は6か月を超えるべきでないと考えますか。

競争制限的な見直し案である案2（解約の違約金の引き上げ）や案3（乗り換え特典の上限額の引き下げ）を採用することは望ましくないため、あくまでも案1（継続利用条件の緩和）による見直しを前提として、御回答いただきますようお願いいたします。

【回答】

MVNO委員会

- 短期解約問題への対処としての規制見直しにあたっては、27条の3の目的である通信サービス競争の促進を損なうことのないよう、利益提供条件・利益水準について慎重に検討すべきと考えます。
- そのため、案1を採用する場合、過度な囲い込みを防止する観点から、最長でも6か月（長期にわたって利用者を拘束しないとされている期間）にすべきとの考えに変更はございません。
- また、継続利用条件の期間を最長6か月とする場合であっても、利益提供を月額料金の範囲内で均等に分割提供し、解約時には以後の利益提供を終了する等の方法とすることで、利用者の手元に支払額を上回る利益が残りにくくなることから、ホッピング行為の抑制に一定の効果が期待できると考えます。

オプテージ

- 競争ルールWG報告書2023において、6か月以内であれば長期にわたって利用者を拘束しないとされており、案1を前提とする場合には、6か月を超えるべきではないと考えます。
- なお、短期解約問題は、事業者がMNP転入に対して過度な利益提供を行うことで、利用者の手元に利益が残り得る構造に起因するものであることから、この構造を解消する必要があると考えます。
- この点、案1（継続利用条件の緩和）は短期解約の抑止に一定の効果が見込まれるとしても、この構造的課題を根本的に解消するものではなく、案3（乗り換え特典の上限額の引き下げ）等の対応も含めた検討が必要であると考えます。

論点3 端末購入プログラムにおける 端末の残価率算出ルール

【質問】

専門委員会資料5-1のp.22の2つの折衷案について、どのように考えていますか。賛成・反対の理由に加え、どのような算出方法にすべきかアイデアがあれば、具体的に御教示願います。その際、算出の負担軽減の方策についても、アイデアがあれば具体的に御教示願います。

【回答】

NTTドコモ

- 現行の残価率算出ルールは、事業者によるグループ化の裁量が大きく、本来の市場価値と乖離した買取等予想価格の設定が可能な状態となっています。その結果、買取等予想価格の引き上げ競争が生じ、規制の形骸化を招いていると認識しております。この点を踏まえると、算出方法における事業者の裁量を極力排除することが適当と考えます。
- 一律化は事業者の創意工夫の余地を狭め、サービス競争を阻害しうるとの意見※もありますが、そもそも買取等予想価格は、将来時点における市場買取価格を予見するものであり、同一端末であれば各事業者間で異なるものではなく、本来一意に定まるべきものと考えます。仮に同一端末・同一金額の買取（残債免除額が同一）であっても、買取等予想価格が事業者ごとに異なれば、利益提供上限額に関する適法・違法の判断が事業者間で分かれるという不合理な状況が生じ得ます。したがって、買取等予想価格算出において事業者による創意工夫の余地を設けることは、制度の趣旨に照らして適切ではないと考えます。端末価格や割引金額、端末購入プログラムの残債免除額など、他の要素については事業者の裁量を認める余地がありますが、本論点である「買取等予想価格の算出（残価率算出）」については、事業者の裁量を残さない整理が必要と考えます。（別紙1・別紙2参照）
- 折衷案①（機種ごとの算出義務化＋RMJデータ以外の参照も許容する案）については、グループ化による裁量は排除されるものの、各社が参照できるデータソースが異なることにより、同一機種であっても事業者ごとに買取等予想価格が異なる結果を招きます。これは、参照先の選択によって恣意的な算出を行う余地を残すため、新たな形での引き上げ競争が生じる懸念があります。加えて、特に多機種を扱う事業者においては、機種ごとの算出に要する業務負担が現行より増加することが見込まれます。以上の理由から、現状の折衷案①には賛成しかねます。

- 折衷案②（一律低減モデルをベースとしつつ、市場価値の高い機種については機種ごとに残価率を設定する案）については、一律化の部分は算出の簡便性および裁量排除の観点から望ましいと考えます。一方、「市場価値の高い機種」の選定は各社に委ねられており、選定に関する裁量が残る限り、事業者間での買取等予想価格の引き上げ競争が引き続き生じるおそれがあります。また、機種別の算定対象が多くなれば、折衷案①と同様に算出負担の増加が懸念されます。
- 当社としては、事業者の裁量を極力排除しつつ、シンプルかつできるだけ市場実態に即した方法を検討すべきと考えており、先の追加質問においても回答申し上げた通り、「全機種・全キャリアに統一された一律の残価率を適用する方法」が望ましいと考えております。この方法は一律の基準を用いるため、事業者の裁量が生じず、算出方法としてもシンプルです。買取価格の実態との乖離については、必要に応じて直線的な低減モデルのパラメーター（何か月間で0%となるモデルが妥当か、最終的な価値は0%まで低減させるか等）を調整することで、一定程度抑制できると考えます。事業者間における買取等予想価格の引き上げ競争による規制形骸化の早期是正、および算出方法の簡便性の観点から、まずは「全機種・全キャリアに統一された一律の残価率を適用する方法」で実施し、それでもなお、市場実態に照らして看過できない不都合が生じる場合には、例えば、全機種一律ではなく市場価値の違いに応じて一定の「区分（端末種別・OS等）」を設け、「区分ごとの残価率」を全キャリア共通で用いる仕組みも検討し得ると考えます。
- その際には、事業者間で条件を統一するため、例えば、以下のルールを適用することが望ましいと考えます。
 - － 分子はRMJ公表データ、分母は発売時点のメーカー直販価格で統一する
 - － RMJ実績がある全機種（メーカー直販が存在する機種に限る。端末購入プログラムの対象機種か否かは問わない）を用いて、区分ごとに各事業者が直線モデルで残価率を算出し運用する
 - － 残価率の更新頻度は年1回とする

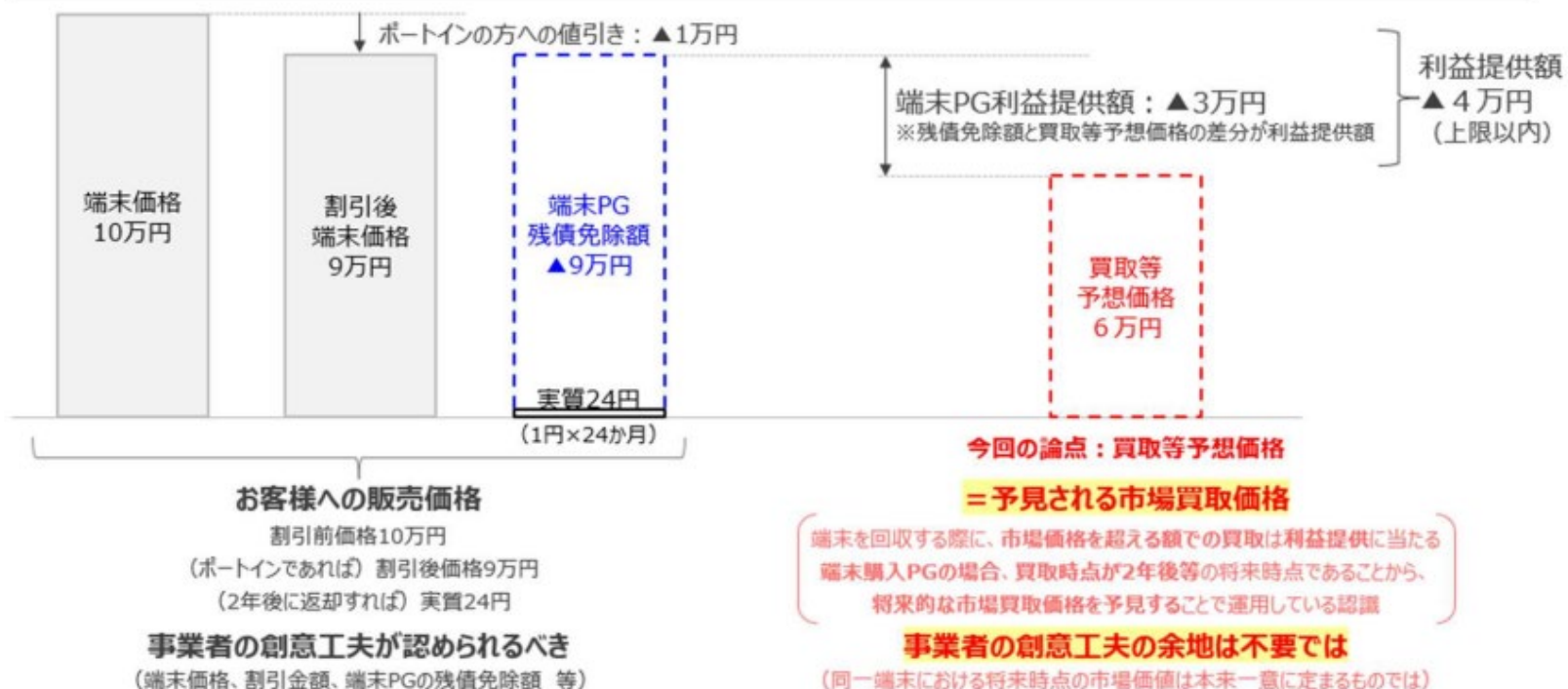
※『第5回利用者視点を踏まえたモバイル市場の検証に関する専門委員会』資料5-1・P22 参照

<別紙 1>

端末購入プログラムにおける買取等予想価格の算出方法について①

- 今回論点となっている残価率算出は、お客様への販売価格に係わるものではなく、「買取等予想価格」
- 買取等予想価格は予見される市場買取価格であることを踏まえると、事業者の創意工夫の余地は不要と考える

端末購入PGにおける残債免除額・買取等予想価格の関係性 (イメージ)



<別紙 2>

端末購入プログラムにおける買取等予想価格の算出方法について②

- 買取等予想価格が事業者ごとである場合、同一端末、同一金額の買取でも、適法/違法が分かれる
- 事業者の裁量を極力なくしつつ、シンプルかつ市場実態に即した方法を検討することが望ましいと考える

◆たとえば、同一機種取り扱いのある事業者AとBが、2年後返却で同一金額の支払い免除（＝買取）していた場合

	2年後残債免除額 (端末返却を条件に残りの支払い免除)	－	買取等予想価格 (2年後の市場買取価格を予見したもの)	=	利益提供金額 (上限4万円)
事業者A	9万円	－	6万円	=	3万円 (OK)
	↑ 同じ端末について、 同じ金額で2年後買取		↑ 同じ端末について、 事業者の創意工夫により、 将来時点の市場買取価格が相違		↑ 同一端末、同一金額の買取であっても、 事業者BのみがNG (違反) となる
事業者B	9万円	－	4万円	=	5万円 (NG)

買取等予想価格は予見される市場買取価格であることを踏まえると、
同一端末については同一価格となるべき姿ではないか

事業者間の裁量は極力なくしつつ、なるべくシンプルで市場実態に即した方法を検討できないか

KDDI

- 今回ご提示いただいた2つの折衷案についての弊社意見としましては、下記の通りです。

▶折衷案①

ルールとしての適正な市場価値の反映や残価率算出結果の安定性、運用面を踏まえると、採用には慎重であるべきであり、弊社としては適当ではないと考えます。

機種ごとの算出を前提とした場合、RMJ様の買取実績データのばらつきが大きく、残価率算出データとして信頼に足る水準を確保できない機種が多く生じる可能性があります。また、先行同型機種の価格は為替動向等の外部環境の影響を受けやすく、こうした不安定なデータを前提とした算定では、残価率に適正な市場価値を安定的に反映することは困難と考えます。さらに、機種ごとの算出ルールは関係者全体（総務省様、RMJ様、事業者等）の運用負荷を高めることから実運用に耐えないと考えます。また、制度としてのシンプル化や規制コスト削減は達成されないと考えます。

▶折衷案②

弊社の要望は現行ルールの継続と手続きの簡素化ですが、折衷案の中では、本案をベースとしつつ、4年ではなく6年償却など、償却期間の見直しなどの議論が必要であると考えます。

現在のスマートフォンは、OSアップデートのサポート期間の長期化や中古市場の拡大*等により、購入後4年を超えて利用・流通されることが一般化しており、4年償却を前提とした場合、市場実態に比して残価率の低下が過度に早くなる懸念があります。

したがって、端末価値をより実態に即して捉え、制度としての合理性・説明可能性を高めるためには、6年償却を基本とすることが必要と考えます。

その上で、6年償却を前提とした一律の残価率低減モデルを基本としつつも、市場価値が相対的に高い機種については、RMJの公表データや中古端末販売業者の買取データ等を参照することで、残価率を補正できる仕組みとすることが適当と考えるため、今後具体的な議論を深めていきたいと考えます。

- 潜脱的な運用の排除に関しては、永続的に各社の位相を合わせることは難しいと考えるため、慎重な議論が必要であると考えます。

* (参考) RMJ会員企業による端末買取ランキング (25年7~9月) より

	機種名	弊社発売日	経過年数
1位	iPhone SE (第2世代)	2020/5/11	5.6
2位	iPhone SE (第3世代)	2022/3/18	3.8
3位	iPhone 12	2020/10/23	5.2
4位	iPhone 13	2021/9/24	4.3
5位	iPhone 11	2019/9/20	6.3
6位	iPhone 8	2017/9/22	8.3
7位	iPhone 12 mini	2020/11/13	5.1
8位	iPhone 12 Pro	2020/10/23	5.2
9位	iPhone XR	2018/10/26	7.2
10位	iPhone 7	2016/9/16	9.3
11位	iPhone 14	2022/9/16	3.3
12位	iPhone 13 mini	2021/9/24	4.3
13位	iPhone 15	2023/9/22	2.3
	平均		5.4

ソフトバンク

■折衷案①②に対する見解

- いずれの折衷案についても、事業者裁量による個別設定の余地が残る前提においては、事業者間の公正競争や制度運用の透明性・簡索性等の観点から課題があり望ましくないと考えます。
- 残価率は、端末の実質的な値引き水準に直結する要素であり、事業者ごとの裁量が大きい場合には、過度な競争や制度趣旨からの潜脱を招きやすく、これまでの政策的課題の再発につながるおそれがあります。
- 特に、折衷案①については、2024年12月の残価率算出ルール改正以前の状況に限りなく近づく側面があり、これまでの政策で是正を図ってきた課題（過度な競争の誘発や制度趣旨からの潜脱等）が再度生じる懸念があります。
- また、折衷案②についても、一律モデルをベースとしつつ例外的に個別設定を認める構造である以上、例外の範囲や判断基準において事業者裁量が残存し、競争条件の均一化という観点ではなお不十分と考えます。

■望ましい具体的な算出方法

- 2026年3月9日付これまでの関係者ヒアリングに関する追加質問に対する当社回答のとおり、全事業者・全機種一律の端末平均利用期間に応じた低減モデル（内閣府消費動向調査における端末利用の実態（平均使用年数約4.3年＝約52か月）を踏まえたモデル）が最も適当と考えます。
- 算出方法を全事業者・全機種一律に統一することで、現行制度下での事業者裁量による個別設定余地が抑制され、事業者間・メーカー間の公正競争に資するものと考えます。
利用者視点でも、経過期間に応じた買取価格の適正化及び将来買取価格の予見可能性・わかりやすさ向上につながるものと考えます。
- さらに、算出方法がシンプル化・透明化されることで、結果として現行の煩雑な手続き（総務省殿への事前・事後手続き）の簡素化につながり、行政及び事業者双方の運用負荷軽減にも資するものです。
- なお、本モデルに対して提起されている課題・論点については、以下の点から影響は限定的と考えます。

<市場価値との乖離>

- 将来の買取予想価格を算出するモデルである以上、現行ルールも含めていずれの算出方法においても市場価値との乖離については一定程度生じ得るものであり、利用者にとっては端末購入プログラムを利用せず一般中古業者へ売却する選択肢も確保されています。
- 市場価値との乖離については現状でも生じていることを鑑みれば、あくまで程度論の話であり、そのことによるデメリットより上記のようなメリットの方が大きいと、全事業者・全機種一律を否定する根拠にはならないと考えます。
- そもそも事業法第27条の3に基づく利益提供の上限規制においては、端末の価格は機種別に異なるにもかかわらず、一律の算出基準※に基づいて上限4万円とされており、必ずしも個別の経済価値を精緻に反映する仕組みとはなっていません。
※平均的な利用者1人の通信料収入から得られることが期待される利益の範囲内での利益提供を認めるという考えに基づく
$$\text{ARPUの平均} \times \text{営業利益率の平均} \times \text{端末平均使用年数}$$
- これは、個別の経済価値に応じた柔軟な設定を認めた場合、過度な利益提供競争や制度の潜脱につながるおそれがあることから、あえて一律の基準を設けることで競争の適正化を図っているものと理解しています。
- 残価率の設定についても同様に、機種ごとの市場価値の差異を理由として事業者裁量による個別設定を認める場合には、同様の問題が生じ得ることから、制度趣旨との整合性の観点では一律性を確保することが適当であると考えます。

<事業者の創意工夫・サービス競争の阻害>

- 残価率が統一された場合であっても、買取予想価格自体は各事業者の端末販売価格を基に算出されるため、各社異なる水準となります。
- その上で、買取予想価格を考慮した上限4万円の範囲内での利益提供を含めた端末の実売価格については、各事業者の販売戦略や創意工夫により設計されるため、全事業者・全機種一律とすることによって端末価格に対する事業者の創意工夫やサービス競争の阻害が生じるとは考えにくく、この点においても全事業者・全機種一律を否定する根拠にはならないと考えます。
- また、これまで残価の設定額に対する事業者の創意工夫の結果が課題としてとらえられてきた経緯も踏まえれば、少なくとも全事業者一律の低減率とすることは必要な措置と考えます。
- 上記のモデルの他、市場価値との乖離を一定程度狭める観点からは、折衷案②の考え方をベースとして、機種別またはグループ別に全事業者一律の低減率とする方法は検討し得るかと考えます。

楽天モバイル

- 競争ルールの検証に関する報告書2024では、事業法第27条の3の意義に関する記載において、「市場経済の下では、可能な限り、事業者が市場の状況を見て、自律的に市場に見合った価格でサービスを投入するよう促すほうが、多種多様なサービスが実現する可能性が高く、望ましいものと考えられる」(p167)との考え方を示しています。
- このような考えから、現行の買取等予想価格の算出方法においては運用ガイドラインで一定程度統一的に定めることが適当と定め、端末ごとに残価率設定を統一化しないとしており、実際、現状において、各事業者は商品戦略等に基づき異なる価格設定を行い利用者のニーズに応じた選択肢を提供しております。
- なお、現行の算出方法における、更なる負担軽減の方策として、本専門委員会第2回会合にてKDDIから提案の2点（様式の統一、事前手続きの省略）に加え、以下2点を提案いたします。
 1. 「(b)買取等予想価格及び残価率を説明する資料」は、当該資料に変更がない場合も含め手続毎に毎回添付しているが、前回提出時から変更がない場合は提出を省略
 2. 端末「色」の項目は販売価格に影響する事例がみられないため削除
- 現行の算出方法は、広く中古端末事業者の買取価格を参考にできるよう、RMJが公表した買取平均額や買取台数を基礎としています。その上で、利用者・販売員への分かりやすさや各社の販売戦略を考慮し、残価率を端末ごとに設定するか、または共通項が多い端末をグループ化して当該グループに共通の残価率を設定するかを事業者において選択できる、柔軟な運用を可能としていることから、当社においては現時点、現行の算出方法を継続することが適当と考えております。

- ご提案の折衷案については以下の問題があるため、いずれについても導入には反対と考えております。

- 折衷案①について、

同報告書では、「算出方法が異なっていたため、同一機種であってもキャリアによって予想価格が大きく異なっていた。特に一部事業者の予想価格が他キャリアより高いものとなっており（中略）他キャリアも予想価格が高い事業者に追随する形で、予想価格の算出方法の変更を行い、当初より高い予想価格を算出している」(p157)ことが当時の現状と課題として指摘され、これに対応するため令和6年12月の省令改正においてRMJの公表データを参照する算出方法が導入されました。本案のRMJデータ以外にも参照可能とすること、また先行同型機種がない端末については各社が自らの判断で参照する機種を選定することは、算出方法が各事業者で異なることとなり、同報告書で指摘された課題が再び生じうると考えます。また、機種ごとの算出ルールを義務化することは、現行ルールよりも各事業者における算出・管理負担を増大させるため、算出の負担軽減にも繋がらないものと考えます。

- 折衷案②について、

本案は、機種ごとに、残価率が一律で低減するモデルとRMJの公表データのうち、より残価率が高くなる算定方法を選定し残価率を設定できるようにすることで、市場価値の低い機種について、残価率をモデルで算定される水準に引き上げることを可能とするものです。これは、中古端末市場の実態から乖離した算定により市場に悪影響を与えかねないこと、冒頭に引用した報告書において望ましいとされた「事業者が市場の状況を見て、自律的に市場に見合った価格でサービスを投入する」取組を損ねるものことから、問題があると考えます。

MVNO委員会

- 事業者の裁量により残価の引き上げ余地がある算出ルールは27条の3の利益提供規制の潜脱につながり、MNOとMVNO間の公正な競争環境を歪めるおそれがあるため、機種ごとの市場価値を適切に反映し、可能な限り恣意性を排除できる仕組みとすべきと考えます。
- 折衷案の1点目は、機種ごとの算出ルールを義務化することで、現行の広いグルーピングによる潜脱余地を縮小し得る点で望ましい一方で、RMJデータ以外も参照可能とする点や、スペックや価格が類似する他機種を参照する点については、MNOの裁量に委ね過ぎると同様の問題が起こり得るため、一定のルール整備が必要と考えます。
- 折衷案の2点目は、実勢価値が低い端末において残価が相対的に高く算定されることとなることから、利用者負担が過度に抑制され、価格面での端末誘引が強まるおそれがあるため、望ましくないと考えます。
- 上記を踏まえ、例えば、以下のような算出ルールが考えられます。
 - ①機種ごとの算出を原則とし、RMJ公表データを参照することとする。
 - ②先行同型機種がない端末・流通量が少ない端末に限り、類似機種を参照する方式とする。
- ただし、類似機種を参照する方式は、OS、価格帯、発売時期、容量帯、通信仕様等の客観的基準で整理した機種群別の標準参照表（総務省又は中立的な第三者で作成）を整備・公表し、それに基づき算出する等により恣意性を排除すること。

オプテージ

- 端末購入プログラムにおける残価率算出においては、RMJ公表の客観的データを基に機種ごとの市場価値を適切に反映して算出し、各社裁量による恣意的な残価設定を防ぐ仕組みとすることで利益提供上限規制の潜脱を防ぐことが重要と考えます。
- この点、折衷案の1点目については、機種ごとの算出を義務化することにより、残価率算出における恣意性を抑制できる点で、望ましいと考えます。
- 一方で、RMJ公表データ以外の参照を認める場合には、参照データの客観性、信頼性及び妥当性が十分に担保されていることを前提とすべきであり、また、先行同型機種がない端末について各社判断に委ねる場合にも、恣意性が残らないようその定義や判断基準を明確にしておくべきと考えます。
- 折衷案の2点目は、市場価値が早期に低下する端末の場合に、残価が相対的に高くなることで、利益提供上限規制の潜脱に繋がりが得ることから、27条の3による規律の趣旨も踏まえて、競争影響も十分に考慮することが必要と考えます。

JCOM

- いずれの案についても、算出ルールの見直しが端末販売価格、利用者の通信キャリア選択、MVNOとの競争にどのような影響を与えるかを予測することは困難であると考えます。しかしながら、いずれの案においても事業者の裁量が一定程度認められるため、現在行われているような高額な端末を低廉な価格で提供する販売手法は引き続き継続される可能性があると考えます。
- 見直しの検討の際には、競争環境の適正化につながるルールとしていただき、見直し後においても、利用者の理解度や端末販売価格が利用者の誘引に与える影響を継続的に把握すること等により、競争への影響を丁寧に観測していくことが重要と考えます。
- あわせて、仮に競争環境への影響が認められる場合には、さらなるルールの見直しを含めた検討が必要と考えます。

全国携帯電話販売代理店協会

- 当協会としてこれらに意見を述べる立場にないため、具体的なアイデアの回答は差し控えます。
- ただ、設計にあたってはお客様が理解しやすく、店頭での説明が極端に複雑にならない仕組みであることに加えて、生成AIをはじめとした先端技術の社会実装が他国に遅れることのないよう、お客様が新技術の端末を手にしやすい設計となることに期待します。

リユースモバイル・ジャパン

1. 折衷案①（市場実勢参照型）について

- 評価：条件付きで賛成

折衷案①は、中古市場の実勢を参照しつつ機種ごとの算出を原則とする点で、現行の広いグルーピングに比べ事業者裁量を縮小し得る点が評価できる。また、市場実勢参照という考え方は、競争ルール検証報告書2024の方向性とも整合的である。

- 留意点

類似機種の選定や参照データを事業者判断に委ねた場合、残価が裁量的に引き上げられ、結果として残価が価格調整・値引き代替の手段として機能するおそれがある。したがって、明確な算出ルールを制度として定めることを前提に採用すべきである。

2. 折衷案②（代表値・グルーピング型）について

- 評価：反対

市場実勢が低い端末であってもグルーピングにより相対的に高い残価が算定され得る構造を内包しており、利用者負担の過度な抑制や価格誘引を招くおそれがあるため、一般的な算出方法としては適当でない。

3. 望ましい残価算定方法に関する具体的提案

(1) 機種ごとの算出を原則とすること

端末の市場価値のばらつきを反映するため、残価算定は機種ごとの算出を原則とすべきである。

(2) 中古市場の取引実勢を第一優先の参照先とすること

中古端末事業者による買取実勢データを第一優先とすることで、残価を価格調整ではなく市場整合的な水準に位置付けることが可能となる。

(3) 類似機種参照は例外的・制度的に限定すること

新機種や流通量が極少な端末に限り補完的に認める。その際は、「OS・価格帯・発売時期・性能等」の客観基準に基づく標準参照表を、総務省または中立的第三者が作成・公表し、これに基づく機械的算出のみを認めるべきである。

4. 算出負担を軽減するための方策

標準参照表を第三者が整備することで、事業者は算出ではなく参照のみとする。更新頻度は年1回程度とし、必要に応じ許容バンドを設定することで制度精度と負担軽減の両立が可能である。

5. 結論折衷案

①は制度的ガードを前提とする限り妥当である。折衷案②は構造的に誘引効果を強めるため不適當である。中古市場の取引実勢を基礎とし、類似機種参照を標準化することで、競争政策・消費者保護・実務性を同時に確保できる。

グーグル

【折衷案1に対する見解：反対】

各通信事業者が独自データを参照して残価設定を行える仕組みは、残価のばらつきを助長し、ユーザーにとっての複雑さをさらに深化させる懸念があります。

【折衷案2に対する見解：反対】

数年後における市場価値が高い機種を事前に正確に選定することは極めて困難です。また、過去の買取価格を参照して対象機種を選定する方法では、現在の価値を正しく評価できないと考えます。メーカー間の競争の硬直化を招き、結果として日本のユーザーが最新技術を楽しむ機会を損なうリスクがあります。

【算出方法について】

Googleとしましては、各通信事業者が実施する独自の残価設定型購入プログラム等の価格設定においては「残価率の全端末一律化」が最適であると考えております。

将来の残価を正確に予測することは困難であることから、この算定に過剰な労力をかけることなく、現行の算出実態との乖離を抑え、現在の課題である「ユーザーにとっての複雑さ」と「運用負荷」を解決できる、バランスの取れた各社統一の一定率を導入すべきと考えます。具体的には、行政において上記を考慮した上で「スマートフォンの標準的な耐用年数」などを策定いただき、それに基づく残価率を統一で適用させることで、透明性が高まり、課題の解決につながります。

現時点においては、内閣府の消費動向調査等の公的統計に基づき、実態に即した期間（携帯電話平均使用年数4.3年）を利用した一定率は、現行水準との乖離が少なく、合理的な算出方法の一つであると考えます。

本件はあくまで「端末と回線の完全分離」規制の下での算定ルールの見直し提案です。まずは顕在化している残価算定における市場課題を解決し、その上で規制全体の見直しを行うことが重要です。最新技術を手頃な価格で利用できる環境を実現することこそが、通信産業全体の発展に寄与するものと考えます。

サムスン電子ジャパン

- 折衷案の一つ目に記載されているものにつきましては、「RMJデータ以外も参照可能」とし、「各社が自らの判断で一定期間後の残価率を算出」することを認めた場合、各事業者が恣意的な運用を行う余地を残すことになり、現在の制度の状況と同様に制度趣旨の潜脱が可能な制度となるため実効性が担保されないものと考えております。また実際の算定においても、各機種別・メモリー別に残価率をそれぞれ算定する必要があることから数百種類の残価率をそれぞれの機種に適用することになるため、算定する事業者にとっても、モニタリングする行政や消費者にとってもわかりにくく、現実的ではないと考えます。
- 折衷案の二つ目に記載されているものにつきましては、原則として全機種で残価率が一律で提言することからわかりやすさと運用の容易さの点から好ましいと考えます。また、これよりも市場価格が高い機種についてはRMJの公表データを参照し機種ごとに残価率を設定できるようにするという案につきましては、利用者にとって損とならないように市場価格との乖離を埋めようとする趣旨と理解しており、方向性について賛同いたします。
- ただし、二年後の実際の市場価格との乖離を可能な限り最小化し消費者に正確かつ即時性のある予想残価を提供する観点から、詳細かつ統一的な市場データを適宜消費者、事業者、行政、メーカーが入手可能とすることが必要不可欠と考えます。従って、①統一性の観点から参照するデータはRMJデータに限るとともに、②正確性及び即時性の観点から月末時点データの翌月末までの公表、最低限でも四半期に1回かつ期末から一か月以内でのデータの公表が望ましいと考えます。
- 現在のように半年ごとかつ数か月後の公表タイミングでは新製品の販売時などに反映するまで1年以上かかることもあり、市場状況の反映の観点からデータの公表頻度を改善する必要があると考えます。

Apple

- 先に提出した意見でも申し上げたとおり、私たちは、一律（定率）での残価算定のご提案には、強く反対します。一律（定率）での残価算定は、長くご愛用いただける価値を持った質の高い製品を創り出しているAppleのようなメーカーに対し、不当な扱いをするものであると考えています。個々の端末の価値を無視することは、端末市場を歪めるものであり、AppleとAppleのお客様に対して差別的な影響を与えることとなります。むしろ、市場の実態や、お客様のための質の高い長持ちする製品への投資を反映するよう、残価は機種ごとに設定されるべきです。
- 私たちとしては、案1の算出方法は、適正な残価算定を実現するために必要な柔軟性を有するものであり、これを支持いたします。案1の算出方法によれば、全く新しい機種であっても、MNO各社は、RMJデータに限らない正確で現場に即した市場データを参照し、類似の機種とも比較しつつ、機種ごとに公正な残価を決定することが可能となります。
- 一方で、案2の算出方法には強く反対します。案2の算出方法は、価値が高い機種のために調整を図るものではあるものの、基礎となるのは依然として一律の残価率です。これは、価値が低い機種に不相当な補助を与えることで市場を歪めるものであり、不公正な規制の介入となってしまいます。

論点 4 27条の3における特定関係法人の規律

【質問 1】

特定関係法人であるMNVOを27条の3の規律の適用対象外とした場合に、MNOによってどのような潜脱行為が行われることが公正競争上の懸念として想定されるのか、具体的に例示願います。

【回答】

IIJ

- MNO特定関係法人を事業法第27条の3の規律対象事業者から除外した場合、MNO単独では同条の規制により実施できない販売方法、例えば高額な端末割引やキャッシュバックをMNOグループ内MVNOに行わせて規律を潜脱することができるようになってしまうこと、他のMNOが（現状、MNOグループ内MVNOがないMNOの場合は、新たにMNOグループ内MVNOを作ったり、独立系MVNOを買収したりして同様のことを行い）先行するMNO・MNOグループ内MVNOの販売手法に追随する歪んだ競争となってしまうことが強く懸念されます。

オプテージ

- 特定関係法人であるMVNOを27条の3の適用対象外とした場合、MNO本体では実施できない高額なMNP還元や端末値引きを、グループ全体の資金力や販売網を背景としてグループMVNO側で実施する等の潜脱行為につながるものが想定されます。この場合、独立系MVNOとは異なる競争条件が生じ、公正な競争環境が阻害される懸念があります。

MVNO委員会

- 特定関係法人であるMVNOを電気通信事業法第27条の3の規律の適用対象外とした場合、MNO本体では規律上実施できない高額なSIM単体還元、端末廉価販売、継続利用を条件とした施策等を、規制対象外となったグループMVNOを通じて実施することが懸念されます。この点、仮に規制対象外となったグループMVNOがMNOグループ全体の資金力やリソースを活用して利益提供がおこなうことは公正競争上の問題がある潜脱的行為に該当する可能性が高いと考えます。
- また、MNOの店舗での一定的な販売、オンラインチャネル・ポイント経済圏等のリソースを用いてグループMVNOへの誘導を強めること、販売代理店への手数料や評価指標を通じてグループMVNOの販売を優先させる運用、広告費や販売支援費を含む販促原資のグループ内配分などについても、それ自体が直ちに27条の3の潜脱に当たるとまでは限らないものの、グループMVNOを通じた高額な利益提供や継続利用を条件とした施策の実施を容易にし、MNOグループとMVNOとの公正な競争環境を歪めるおそれがある行為として懸念されます。

ソフトバンク

- 公正競争や消費者保護を目的とした事業法第27条の3のような小売サービスに関する規律の前提として、本来は事業規模によらず対象の小売サービスを提供している全事業者に公平に適用されるべきであり、特定関係法人であるMVNOも例外ではないと考えます。
- その上で、特定関係法人であるMVNOが規律の適用対象外とされた場合、MNOの支援を受けて実質的に規律を潜脱する形で過度な利益提供等が行われる可能性は否定できないと考えます。
具体的には、例えば以下のようなケースが想定されます。
 - ・MNOから割引原資に対する支援等を受けて、MNO本体では実施が制限されている水準の利益提供実施
 - ・MNOの販売チャネル（店舗・代理店等）を活用しつつ、MVNO商材として規律の適用を回避して販売 等
- また、過去の報告書「競争ルールの検証に関する報告書 2023」でも、以下のとおり潜脱の防止の必要性に変化はないため引き続き指定対象と結論づけられており、この後も変化は生じていないと考えます。仮に規律を変更する場合は、上記のような潜脱の懸念が解消されていることを証明いただく必要があると考えます。

■ 2023年9月付「競争ルールの検証に関する報告書 2023」（抜粋）

4. 指定事業者の範囲に係る規律の見直し

③考え方

ただし、MNOの特定関係法人であるMVNOについては、潜脱の防止の必要性に変化はないことから、引き続き指定対象とすることが適当である。

【質問2】

当該潜脱行為について、例えば総務省による市場検証等を通じてフォローアップを行い、問題ある行為が確認された場合には、業務改善命令等により事後的に改善を求めることで対応可能と考えますか。対応が十分ではないとする場合、どのような問題が懸念されるのか、具体的に例示願います。

【回答】

III

※赤枠内構成員限り

- 当該潜脱行為について、例示いただいている対応では十分とは言い難いと考えております。
- その理由として、MNOが事業法第27条の3により直接実施できない高額な端末割引やキャッシュバック等の販売手法を、MNOグループ内MVNOを通じて実施する行為は、短期間で利用者獲得効果を発揮し、市場構造に不可逆的な影響を与える可能性がある点が挙げられます。
- 仮に事後的に問題行為が認定され是正措置が講じられたとしても一度歪められた競争環境を完全に回復することは困難であり、またこうした行為は形式上はMNOグループ内MVNOによる販売として行われるため、MNOによる関与や規制潜脱の実態を事後的に立証することが必ずしも容易ではないと考えられ、市場検証の結果が出るまでに一定の時間を要することや、その間に競争上の優位性が固定化されるおそれも否定できません。
- さらに、仮にMNOグループ内MVNOによる当該販売手法が事実上容認される状況となれば、他のMNOにおいても、同様にMNOグループ内MVNOの新設や独立系MVNOの買収等を通じて同種の手法が横展開され、モバイル市場全体として過度な販売競争が再燃するおそれがあり、この場合は事後的な是正では市場全体への波及を抑止することは困難です。
- 以上を踏まえると、規制潜脱の可能性が制度上想定される段階で、事後的対応に委ねるのではなく、事前に潜脱を防止する規律を設けることが不可欠と考えます。

- 仮にMNOグループ内MVNOに対する現行規制を緩和するのであれば、MNOの販売チャネル（ショップ等）におけるMNOグループ内MVNOによる一体的販売（例えば、通信をMNOが提供し、同一の店員が端末販売を規律外のグループ内MVNOで行う等。ただし、必ずしもこれらに限らない）ができないよう、販売チャネルにおいて店舗内に物理的なファイアウォールを設けるなど、厳重な規律を新たに設けることが必要だと考えます。
- MNO特定関係法人を規律の対象から除外すべきかどうかをご議論いただく際は、MNOと当該MVNOの営業に関する現状や、独立系MVNOと比較してMNOから優遇等を受けていないか（MNO特定関係法人MVNOと独立系MVNOとの間の競争上の格差等はないか）どうかを、例えば、
 - ①MNOの販売チャネル（店舗・Web等）での一体的販売の有無等の現状
 - ②MNOからの接続・卸の料金や仕様等について
 - ③MNOとの端末の調達や仕様等に関して等の観点で検証いただいたうえで、慎重にご議論いただくことを要望いたします。

オプテージ

- 事後的な市場検証や業務改善命令による対応は重要であるものの、そのみでは不十分であると考えます。
- 高額なMNP還元や端末値引きは、短期間で利用者獲得効果が生じるため、事後的に是正が行われたとしてもその間に生じた顧客流出や販売チャネルにおける優位性の固定化を十分に回復できないおそれがあります。
- また、グループMVNOに対する優遇等については、把握や立証に時間を要しやすく、問題行為が確認されるまでの間に競争上の歪みが固定化する懸念があります。特に、規模の小さい独立系MVNOにとっては、一度生じた契約者流出や販売機会の逸失を回復することは困難であり、現在の規律を維持することが望ましいと考えます。

MVNO委員会

- 27条の3においてMNOの特定関係法人を対象に含めている趣旨は、総務省資料でも示されているとおり、潜脱防止にあります。したがって、特定関係法人であるMVNOを27条の3の適用対象外にする場合には、総務省による市場検証等を通じたフォローアップや、覆面調査等による事後的対応にて、十分な実効性をもって潜脱防止が担保されていることが前提となると考えます。
- しかし、特にグループ内のMVNOへの販促施策の付け替え、グループ内MVNOがMNOの店舗で一体的な販売を行う等は、覆面調査等により外形的に把握・立証することが容易ではなく、問題行為の確認までに相応の時間を要することが想定され、事後的な市場検証のみで迅速かつ十分に把握することには限界があると考えます。
- また、問題ある行為が事後的に確認され改善が求められたとしても、その間に生じた顧客移転や独立系MVNOの販売機会の逸失等による競争上の影響は、特に規模の小さいMVNOにとって、必ずしも回復可能とは限りません。
- そのため、十分な潜脱防止を確保することは困難であると考えられることから、潜脱防止の仕組みを事前規制から事後是正へ後退させるべきではないと考えます。

ソフトバンク

- 事後的なフォローアップや業務改善命令等により一定の是正は可能と考えられるものの、その把握・特定には時間を要することや、問題行為が発生した時点では既に市場における競争環境や消費者行動に影響が生じている可能性があることから事後対応では不十分と考えます。
- 事実として、過去の料金割引サービス等の設計上の違反事例においては是正に至るまでかなり期間を要することが多く、事後のフォローアップのみでは規律自体が機能不全になることは明らかと考えます。

【質問3】

特定関係法人であるMVNOを27条の3の規律の適用対象外とする場合、MNOによる潜脱行為を防止するために、MNO及びその特定関係法人であるMVNOにおいてどのような自主的な措置を講じることが考えられるか、具体的に例示願います。

【回答】

NTTドコモ

- 特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、潜脱防止を自主措置のみで担保することには実効性上の限界があることから、規律対象見直しにあたっては同時に制度的な措置が必要と考えます。
- また、当社は第30条の規律において「市場支配的電気通信事業者」に指定されており、禁止行為規制により特定関係法人MVNOへの優遇を制約されている一方、当社以外のMNOは同規律の指定を受けないため、特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、例えば特定関係法人であるMVNOが自ら提供する回線や端末を販売する際に、MNOから割引原資に対する支援等を受けることにより、特定関係法人であるMVNO単体の事業体力では提供可能な水準を超えて、端末割引や利益提供を行う等の潜脱行為が生じうる状況となります。潜脱行為が生じると、独立系MVNOとの競争環境が歪められるだけでなく、当社の特定関係法人であるMVNOを含めモバイル市場全体の公正競争が歪められることとなります。
- こうした非対称性を解消するため、特定関係法人への直接的な規律を見直す場合には、MNOに対する規律として当社以外のMNOを市場支配的事業者に指定するなど、事前規制の導入が必要と考えます。

KDDI

- 特定関係法人であるMVNOを27条の3の規制対象外とした場合においても、規制対象である弊社は引き続き、関係法令及びガイドラインの遵守に努めてまいります。
- 一方で、一般論としては、特定関係法人であるMVNOを27条の3の適用対象外とする場合には、MNOによる潜脱行為により特定関係法人であるMVNOが不当にシェアを拡大し、またそのシェアが固定化することで競争の回復が困難となるような状況に至るのではないかと懸念が想定されるところです。
- もっとも、モバイル市場においては、SIMロック解除の推進やMNPワンストップ化への対応、違約金上限（消費者保護ルール）など、市場の流動性を高める取組が進められてきました。その結果、利用者が事業者間を乗り換えやすい環境は相当程度整備されているものと承知しております。
- このような市場環境下では、規制見直し後に万が一、反競争的行為が実施され、結果として一時的に特定関係法人であるMVNOのシェアが拡大した場合であっても、市場の流動性が機能することにより、シェアの固定化や競争回復が困難となるような状況に至るとは想定しづらく、競争圧力は引き続き機能するものと考えます。
- また、こうした反競争的行為がMNOからの支援により行われるのではないかと懸念についても、市場検証が継続的に実施されることにより、一定の抑止効果が働くものと考えます。加えて、その検証結果を踏まえた適切な措置が講じられることにより、公正な競争の促進及び利用者利益の保護は引き続き担保されるものと考えます。
- したがって、特定関係法人を27条の3の適用対象から外したとしても、適切な競争環境の維持が可能と考えます。
- しかしながら、前述の懸念が残りうることを踏まえれば、特定関係法人を27条の3の適用対象外とすることを前提とした上で、27条の3ガイドラインの目的（趣旨）において、グループ内優遇に関する考え方を明確化することや、具体的な潜脱に関する行為類型を同ガイドラインに明示することにより、規制対象外となる特定関係法人に対しても、一定の抑止力が担保できるのではないかと考えます。

- そのほか、電気通信事業法第38条の2に基づく二種指定設備を用いた卸電気通信役務の提供に関する届出事項から、潜脱が無いことを総務省殿において確認いただくことが可能であり、当該運用を行う旨を27条の3ガイドラインに明示いただくことも有効であると考えます。より具体的には、電気通信事業法施行規則第25条の7第4号の届出事項ニ※1及びル※2から、弊社が卸先であるグループ会社（特定関係法人であるMVNO）を通じた27条の3の潜脱行為を行っていないことを確認いただけたと考えます。また、当該卸電気通信役務の提供に関する届出事項は総務省殿において整理・公表いただく運用となっているため、潜脱のおそれを懸念する競争事業者に対する透明性も確保されることが考えます。
 - ※1 「ニ 当該提供卸電気通信役務に関して、当該卸先電気通信事業者に対して支払う金銭等（金銭その他の財産をいう。）」
 - ※2 「イからヌまでに掲げるもののほか、当該卸先電気通信事業者若しくはその利用者の権利若しくは義務に重要な関係を有する当該提供卸電気通信役務の提供条件又は当該卸先電気通信事業者若しくはその利用者の権利若しくは義務に重要な関係を有する当該提供卸電気通信役務の提供の業務と併せて行う業務の条件に関する事項があるときは、その事項」
- なお以下①～③のような、競争事業者が懸念されるであろう事項については、いずれも現時点で弊社が特定関係法人に対して実施している事実はなく、また、今後実施する予定もございません。27条の3ガイドラインに、MNOが①～③を実施している場合は届出事項ルに含めるべき旨を記載いただくことで、競争事業者のご懸念は将来に亘っても払拭されるものと考えます。
 - ① 販売代理店への手数料や評価指標を通じたグループMVNOの販売優先
 - ② 広告費や販売支援費を含む販促原資のグループ内配分
 - ③ MNOの店舗での一体的販売、MNOオンラインチャネル・ポイント経済圏等のリソースを用いたグループMVNOへの誘導

楽天モバイル

- MNOによる潜脱行為を防止するため、MNOおよびMVNOが、以下のような取組を自主的に行うことを誓約することが考えられます。
 - ・MNOからMVNOに対して直接的な資金提供を行わない
 - ・MNOからMVNOが端末・回線を調達する際に、不当に優遇された価格で提供を行わない
 - ・MVNOが販売する端末の調達、販売価格の設定、料金プランその他の販売施策の検討に際し、MNOが関与しない

NTTドコモビジネス・NTTビジネスソリューションズ・NTTPCコミュニケーションズ

- 特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、潜脱防止を自主措置のみで担保することには実効性上の限界があることから、規律対象見直しにあたっては同時に制度的な措置が必要と考えます。
- また、NTTドコモは第30条の規律において市場支配的事業者に指定されており、禁止行為規制により特定関係法人MVNOへの優遇を制約されている一方、NTTドコモ以外のMNOは同規律の指定を受けないため、特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、例えば特定関係法人MVNOが自ら提供する回線や端末を販売する際に、親会社であるMNOから割引原資に対する支援等を受けることにより、特定関係法人MVNO単体の事業体力では提供可能な水準を超えて、端末割引や利益提供を行う等の潜脱行為が生じうる状況となります。
- 潜脱行為が生じると、独立系MVNOとの競争環境が歪められるだけでなく、NTTドコモの特定関係法人である当社を含めモバイル市場全体の公正競争が歪められることとなります。
- こうした非対称性を解消するため、特定関係法人への直接的な規律を見直す場合には、MNOに対する規律としてNTTドコモ以外のMNOを市場支配的事業者に指定するなど、事前規制の導入が必要と考えます。

NTTメディアサプライ

- 特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、潜脱防止を自主措置のみで担保することには実効性上の限界があることから、規律対象見直しにあたっては同時に制度的な措置が必要と考えます。
- また、NTTドコモは第30条の規律において「市場支配的電気通信事業者」に指定されており、禁止行為規制により特定関係法人MVNOへの優遇を制約されている一方、NTTドコモ以外のMNOは同規律の指定を受けないため、特定関係法人MVNOを第27条の3の適用対象外とした場合、例えば特定関係法人MVNOが自ら提供する回線や端末を販売する際に、親会社であるMNOから割引原資に対する支援等を受けることにより、特定関係法人MVNO単体の事業体力では提供可能な水準を超えて、端末割引や利益提供を行う等の潜脱行為が生じうる状況となります。
- 潜脱行為が生じると、独立系MVNOとの競争環境が歪められるだけでなく、NTTドコモの特定関係法人である当社を含め モバイル市場全体の公正競争が歪められることとなります。
- こうした非対称性を解消するため、特定関係法人への直接的な規律を見直す場合には、MNOに対する規律としてNTTドコモ以外のMNOを市場支配的電気通信事業者指定するなど、事前規制の導入が必要と考えます。
- なお、当社のサービスはNTTドコモ以外も含めたマルチMNO型サービスであり、NTTドコモが当社を潜脱行為に利用する構造には無いと考えます。

JCOM

- 特定関係法人であるMVNOを27条の3の適用対象外とした場合においても、当社としては、2月13日の本専門委員会でご説明させていただいたとおり、お客さまの多様なニーズに応じた柔軟なサービスを実現し、MVNO市場の更なる活性化に寄与していく考えであり、関係法令及びガイドラインの趣旨を踏まえつつ、公正な競争環境の確保に配慮して事業を運営してまいります。
- 一方で、一般論としては、特定関係法人であるMVNOを27条の3の適用対象外とする場合には、MNOによる潜脱行為により特定関係法人であるMVNOが不当にシェアを拡大し、またそのシェアが固定化することで競争の回復が困難となるような状況に至るのではないかと、との懸念が想定されるところです。
- もっとも、モバイル市場においては、SIMロック解除の推進やMNPワンストップ化への対応、違約金上限（消費者保護ルール）など、市場の流動性を高める取組が進められてきました。その結果、利用者が事業者間を乗り換えやすい環境は相当程度整備されているものと承知しております。
- このような市場環境下では、規制見直し後に万が一、反競争的行為が実施され、結果として一時的に特定関係法人であるMVNOのシェアが拡大した場合であっても、市場の流動性が機能することにより、シェアの固定化や競争回復が困難となるような状況に至るとは想定しづらく、競争圧力は引き続き機能するものと考えます。
- また、こうした反競争的行為がMNOからの支援により行われるのではないかと懸念についても、市場検証が継続的に実施されることにより、一定の抑止効果が働くものと考えます。加えて、その検証結果を踏まえた適切な措置が講じられることにより、公正な競争の促進及び利用者利益の保護は引き続き担保されるものと考えます。
- したがって、特定関係法人を27条の3の適用対象から外したとしても、適切な競争環境の維持が可能と考えます。
- しかしながら、前述の懸念が残り得ることを踏まえれば、特定関係法人を27条の3の適用対象外とすることを前提とした上で、27条の3ガイドラインの目的（趣旨）において、グループ内優遇に関する考え方を明確化することや、具体的な潜脱に関する行為類型を同ガイドラインに明示することにより、規制対象外となる特定関係法人に対しても、一定の抑止力が担保できるのではないかと考えます。

ソラコム

- 当社は必ずしも特定関係法人であるMVNOを27条の3の規律の適用対象外とする必要があるとは考えていませんが、そのうえで回答します。27条の3は、行き過ぎた端末値引き等の利益提供や、高額な解約金を伴う長期拘束契約を禁止する規律ととらえています。特定関係法人であるMVNOを適用対象外とする場合の自主的な措置としては、以下が考えられます。
- まずMNO側の措置として、第27条の3の規律の趣旨が特定関係法人MVNOとの関係においても維持されるよう、グループ全体での内部統制や社内規程を整備することが挙げられます。MNOには引き続き本規律が適用されるため、その遵守体制を特定関係法人MVNOに関わる業務にも及ぼすことが重要です。
- 次にMVNO側の措置として、MNOからの指示や関与により、MNOが自ら行えない水準の利益提供や期間拘束を実質的に代行することがないよう、料金・契約条件に関する意思決定の独立性を確保することが挙げられます。

中部テレコミュニケーション

- 当社は現状、電気通信事業法第27条の3の適用対象となるサービスの提供実態がなく、具体例を示しても一般論に留まることから、現時点での具体的な例示は差し控えます。将来、提供可能性が生じた場合には、法令趣旨に沿った措置を検討し、適切に運用することが重要と考えます。

ビッグローブ

- 当社の端末値引きやキャッシュバック等の利益提供に関する施策については、当社が独自に企画・実施しており、親会社であるMNOからの関与を受ける実態はありません。仮に、特定関係法人が第27条の3の規律の適用対象外として整理された場合であっても、親会社からの支援をベースとした他MVNOとの公正な競争環境を歪めるような事業運営は行いません。

楽天コミュニケーションズ

- 当社は二次MVNOへの卸提供を主体としていることから、現時点において、ご質問の自主的な措置について具体的な考えを有しておりません。

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】

MNO 3社が「新規契約を条件としない」形で実施している通信料金割引について、キャンペーンの内容以外にどのようなデータ等を参照すれば、事業者間競争に与える影響を把握することができるかと考えていますか。具体的に御教示ください。

【回答】

楽天モバイル

- MNO 3社による「新規契約を条件としない」形で実施している通信料金割引（以下「新規契約を条件としない通信料金割引」といいます。）が事業者間競争に与える影響を把握するためには、MNO 3社それぞれにおける新規契約回線のうち、「新規契約を条件としない通信料金割引」の対象となる回線の割合を算出することで、「新規契約を条件としない通信料金割引」が各社の新規回線契約をどの程度カバーしているかを確認することが有効と考えます。
- この算出には、MNO 3社から、集計対象期間における以下2つのデータを提供いただく必要があると考えます。
 - ・新規契約回線数の合計
 - ・新規契約回線のうち、「新規契約を条件としない通信料金割引」の適用条件を充足する回線数（「新規契約を条件としない通信料金割引」施策が複数ある場合は、各施策につき算出した値を合算）

【質問3】

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因力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因力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、端末値引きの誘引力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4】

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)

(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%	1.6%	7.1%	10.6%	12.7%
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%	13.4%	5.0%	2.5%	2.7%
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%	5.9%	2.9%	4.5%	4.9%
		高価格帯 21.1%	高価格帯 27.2%	高価格帯 38.2%	高価格帯 45.3%
		中価格帯 44.4%	中価格帯 39.6%	中価格帯 35.1%	中価格帯 29.2%
		低価格帯 34.5%	低価格帯 33.2%	低価格帯 26.7%	低価格帯 25.4%

※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。

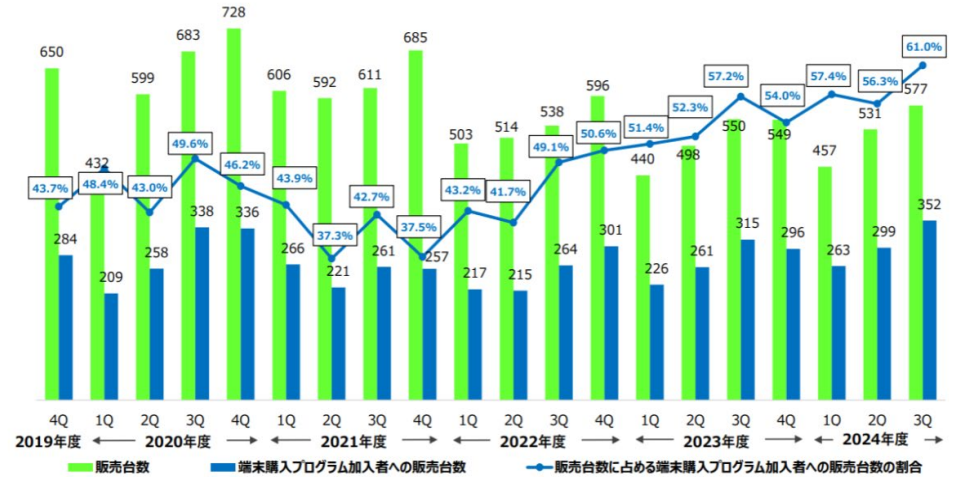
出典：事業者からの報告

(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。