

# 第7回会合における主な意見

---

令和8年6月24日  
事務局

**論点1：27条の3の規制の在り方（総論）**

- 規制の見直しに向けたアプローチとして、具体的な数値の閾値を設定せず、主に指標の変化率に着目するという方針が示されているが、この変化率を評価軸に落としてみる場合、単に着目する項目を決めるだけではなく、観測している期間や変化の度合いが必要になり、それをどう定義するかというのが極めて重要。例えば純増シェアや、利用者意識調査における利用者の納得度、理解度などの項目において、どの程度の期間においてどのようなトレンドの変化が継続すれば市場の環境に一定の変化が認められたと判断できそうか。今後の検討において時間軸の定義をどのように具体化していくかということが重要。特に乗換えの比率や端末の売れ行きといった指標に関しては、例えば大型のキャンペーンなどの外部要因に左右されやすいというような側面があると考えられるので、一過性の数字の動きではなく、利用者の選び方や市場の慣行が以前と違う形でしっかり定着したと見極めるための時間軸の在り方が重要。（宮田委員）
  - 時間軸は、評価軸や指標によって異なるので一概には決め切れないと現時点では考えている。利用者へのアンケート調査の中でも、ルール導入時の2019年からアンケートを取って、そこを定点的に見て6、7年経過後の変化を見ることが出来るものもあれば、今回新たにアンケートを取って見ていくものもあり、指標によって時間軸は様々だと思うので、委員の方々からもコメントをいただきながら、事務局でも考えていきたい。（事務局）
- 指標の評価軸の在り方として、利用者がどのようなサービスを選択可能であり、そのサービスの内容をよく理解した上で選択できているかについても重点的に着目すべきという点には特に賛成。その上で、通信サービスの選択肢の幅として各事業者が提供しているプランの多様性という指標について、選択肢があること自体は必要なことで望ましいが、プランの多様性があり過ぎると逆に人は選択できなくなる、あるいはそれぞれのプランがそもそも分かりやすいものになっているかという前提のほうがむしろ重要なのではないか。多様性が単なるプランの数にならないようにすることには注意が必要ではないか。（宮川委員）
- 利用者が選択可能な通信サービス等の状況について、多くの割引をして安くなるような複雑な料金プランではなく、例えば楽天モバイルの最強プランのようにシンプルで分かりやすい、いわゆるノンフリル型のプランであったり、逆に料金プランの選択肢が少ないということは消費者の理解を高める上で重要であると思われるので、必ずしも料金プランが多様であるから良いということではないと認識。より透明性の高い、分かりやすい料金プランが提供されているかについてもウォッチしていく必要があるのではないか。（北委員）
  - 通信サービスの選択肢の幅については、確かに数が多ければ良いというものではなく、分かりやすいものになっているかどうかということも重要であると考えているため、この点は何らか指標に反映できるか検討したい。（事務局）

## 論点1：27条の3の規制の在り方（総論）

- MNP比率について、市場が飽和状態に向かえばMNP比率が上昇するのは必然であり競争の進展状況を測る指標としては適切でないとの意見もあるとのことだが、MNP比率の上昇は事業者による競争、顧客の奪い合いによる競争の進展状況を示す一例であると考えられることから重点的に着目すべき指標として示されていると認識しており、妥当な指標ではないか。（西村（暢史）委員）
  - MNP比率については関係者ヒアリングの中で適切ではないとの意見もあったので、これについても何かコメントがあれば構成員の方々からいただければと思うが、基本的にはMNPの指標は引き続き見ていくべきと考えている。（事務局）
- キャリアから設定された高いポートイン目標を達成するために、代理店が機種変更を希望する利用者を一旦その場でオンラインで楽天モバイルにポートアウトさせてからすぐにポートインさせる楽天挟みや、近隣の異なる販売代理店が運営しているショップが結託して、互いに機種変更の利用者を回し合うといった行為が販売店、量販店の店頭やショッピングモールの出張販売で行われている。また、機種変更するよりMNPの方が端末が安くなることを知っている利用者は、端末を買い換えるときはMNPにより契約する。本来、機種変更をする者は同じキャリアで端末を買い換えて利用してくれるという最も大切にすべき利用者であり、このような行為が行われている状況はとても適正な競争環境にあるとは言えない。そこで、市場における競争状況として新規契約と機種変更の比率の推移をデータとして注視すべきではないか。これは同時に、4の「過度の」端末代金の値引き等の誘引等に頼った競争環境から脱却できているかどうかを確認するための指標にもなる。（北委員）
  - 最近端末の平均使用年数も上がってきており、もともとMNPの取り合い合戦がなかったとしても機種変更の数は減るということもあり得る一方で、端末購入プログラムの普及により2年ごとあるいは1年ごとに端末を買い替えているということ踏まえると、もしかしたらその数が増えているかもしれないので、機種変更の数を取ることが適切なことなのかは引き続き考えていきたい。（事務局）
- サービスに対する利用者の理解、意識については、当然端末に対するものも含まれると理解しており、電気通信事業法の目的規定にも利用者等の利益の保護が入っているため、極めて重要な論点。（西村（暢史）委員）
- 「誘引力」や「過度」といった言葉は非常に解釈の幅があるものであり、何が誘引力となっているかの特定が必要。そのためにも利用者の利用期間も見ていくべきと考えられ、誘引力が機能する、あるいは影響を与える範囲には利用者意識調査における利用者の実際の契約期間等の情報が入ってくるのかもしれないが、その他にも端末購入プログラムの対象となる端末の台数や提供メニューも項目として考慮していく必要があるのではないか。（西村（暢史）委員）

**論点1：27条の3の規制の在り方（総論）**

- 評価軸のうち、2（利用者が選択可能な通信サービス等の状況）、3（通信サービス等に対する利用者の理解、意識）、4（「過度の」端末代金の値引き等の誘引に頼った競争慣行が市場や利用者にも及ぼす影響）については、横断的になるかもしれないが、販売代理店あるいはキャリアの広告表示も確認すべきではないか。（西村（暢史）委員）
- 端末代金の値引き等の誘引に頼った競争環境について、新規契約と機種変更の比率の推移に加えて、端末値引き上限規制の撤廃・緩和の出口として諸外国で主流となっている通信料金連動型の値引きも考えられるので、諸外国における端末販売手法の実績調査も継続的に実施していくのが良いのではないか。（北委員）
- 第三者機関による通信品質評価等について、ここではつながりやすさや速さは確認できると思うが、利用者の実感も視野に入ってくると考えられ、把握手法として利用者意識調査もここに入れるべきではないか。（西村（暢史）委員）
- 通信品質については第三者機関による通信品質評価等が挙げられており、本専門委員会でも、国際調査で日本の通信キャリアのネットワーク品質が高く評価されているといった発表があったが、国際ベースで発表されるネットワーク品質調査は基準、指標が分からないのでそのままでは使えないと認識。総務省の「5G普及のためのインフラ整備推進ワーキンググループ」に参加していた際には、5Gのつながりやすさや利用者の実感が分かる形の通信ネットワーク品質調査の導入を前向きに検討したいという状況になっていた。総務省での通信ネットワーク評価制度を導入する計画なのであれば、ぜひそれを活用していただきたい。実際に複数の主要国で既にそのような国による移動通信ネットワーク品質調査が実施されていて、国内では、東京都が電波状況測定調査という名前で独自に5Gネットワークの品質調査を実施している例があり、そうした既にある自治体調査と連携する形もあるという感触を当時聞いていた。（三澤委員）
  - 利用者の体感については重要だと考えている。ただ、利用者の通信サービスの使い方も様々なので、それをどういう形で取るのが良いか、アンケートにしても例えば日本の利用者だけに聞くことで良いのかなど、色々考えなければならない点があるため、今回のコメントも踏まえて、何か追加できるか考えていくとともに、電波部での取組状況も見ながら、何か反映できることがあるか確認していきたい。（事務局）

**論点2：短期解約問題**

- 案1で6か月ではなく12か月にしても、例えばMVNOを踏み台として楽天モバイル最強プランへポートインすれば3ギガバイトまでしか使わない利用者は月額880円で、12か月後に解約しても手元に8,000円以上残り、4回線同時に乗り換える手口も多いと聞いているので、3万2,000円以上が手元に残る。よって、乗換え特典の獲得のみを目的とするホッピングは止まらず、その間、MVNOは踏み台とされ続ける。また、光とのセット割や家族割などの各種割引適用後に1,000円を切るようなプランがたくさんあり、1年に1回、家族丸ごと光と一緒に乗り換えれば、モバイルの通信料金は実質1年間ただで使えることになるので、ホッピングを止めることはできない。案1による対処で確かに今と比べればホッピングの数が減少することは間違いないが、今回、短期解約問題を抜本的に解決して終止符を打つとするならば、案1とともに案3の利益提供上限2万円の最適化が必要だと考えており、その金額としては、継続を求める期間を12か月にするのであれば12か月間で得られる平均的な利益として1万円程度が妥当。（北委員）
- 案1については通信サービスの利用に連動した分割利益提供とした上で、12か月後に特典を付与するということは禁止し、かつ最長12か月ではなく、12か月での分割提供に限り実施できるようにすべき。また、前回会合で乗り換え直後の割引額の割合を大きくすることを規制すべきという意見もあったところ、そのほうが効果的であることは間違いないと思うが、そこまでやるのかという迷いはある。（北委員）
- 現在、イベント販売や量販店でモバイルのMNP、光回線契約、クレジットカードの契約などをセットで4万数千円のキャッシュバック等が行われている。MNPでの利益提供が例えば2万円から1万円に下がったとしても、光契約のキャッシュバックが1万円上がれば同じになる。光回線のキャッシュバックは開通ベースではなく申込みベースで行われており、販売スタッフから「開通しなくてももらえますよ」というトークがなされているということも聞いているので、これは次の話になるのかもしれないが、モバイルの新規契約に対する利益提供規制に加えて、今後は光回線契約とのバンドル割引やキャッシュバックについても検討する必要があるのではないかと。（北委員）
- 常に新しい販売方法が模索され、作られて市場に投入されていくという中で、例えば乗換え直後の特典一括付与を引き続き許容したことで、その後どういう状況が生まれるのか、特に事業者が「ほかがやっているから」、「競争行動だから」といった主張をする場合、果たしてこれまでの議論を踏まえて妥当なのかという点は再度振り返る必要があるのではないかと。その上で、今回事務局が示しているように、案1を踏まえて事後検証という形で見ていくのがまずは一つなのではないかと。（西村（暢史）委員）

**論点2：短期解約問題**

- キャッシュバックの上限がどのプランでも一律2万円と設定されていることから低料金プランで契約してすぐホッピングする者が利益を得ているということが明白であり、利益提供上限の最適化という面で、例えば契約プランの6か月間をキャッシュバック期間にするのであれば6か月の支払い総額の80%に設定するなど、契約の料金ベースでの上限設定にすれば良いのではないかと考えている。そのようなことで、どんな料金プランでもホッパーが利益を得られにくくなると同時に、キャッシュバックの額面が契約プランの料金の総額に応じて変化することで、利用者にとっては大容量のプラン、例えばネットフリックスとセットになったプランを試したいといったような大容量プランをお試ししやすい環境を提供できるようになるのではないかと考えている。（横田委員）
  - 将来的に諸外国において主流となっている端末値引きを料金プランに連動させていくことが選択肢の一つであるならば、横田委員が提案している料金プランに連動した利益提供を試行してみることも考えられるのではないかと考えている。期間や割合をどう決めるのかという問題はありますが、この方法であれば確実にホッパーを止めることができる。（北委員）
  - 利益提供の2万円というのはあくまで上限なので、プランに応じていくら利益提供するのかというのは事業者でそれぞれ決めるのが良いのではないかと考えている。今回、まずは事業者の自主的な取組に任せるとしていることが強調されていると認識しており、案1の大枠を決めて実施するという方向に賛同。（西村（真由美）委員）
- 利益提供上限額の引下げについては、抜本的に問題を解決するには効果があると考えられるが、まず事業者の自主的な取組を求め、そして競争制限的でない形で対応するというステップが重要ではないかと考えている。また、特典の一括付与を許容しても、一括付与して特典を持ち逃げをされた場合は事業者自らがその責任を取るべきであるが、案1の見直しによって市場はどうなっているのか、事業者や販売現場の振る舞いはどのようになっているのか、はっきりと事後検証していきたいと考えており、関係者、構成員の方々からもどのような点を検証したら良いかアイデアをいただきたい。（事務局）
  - SIMのみの利益提供の上限を料金プラン連動にすることについては、指標に沿って大きな規制の在り方として考えていくことも視野に入れており、今後の検討課題になり得ると考えている。（事務局）

**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**

- 今回新たな案が出てきているが、折衷案1をベースにしてRMJデータを参照し、機種別にキャリア共通の残価率を算出するという方式が良いと考える。新たなグループ化については、多くのステークホルダーの意見を組み入れて基準を作るのは一筋縄ではいかず、これを一旦作って終わりではなく、市場の状況を見ながらグループ化を適宜最適化させていかなければならないので、かなり負荷がかかるのではないかと。（北委員）
  - 機種別での算出だと算出業務に負荷がかかるという意見が最初からあったところだが、改めてキャリアに確認したところ、機種別に残価率を算出すること自体には大した負荷はなく、他社がどのように残価率を設定しているのかを常にウォッチし、他社のほうが残価率が高くなったらなぜそうなったのか、グルーピングする時にどの機種を繰り入れてどの機種を外したのかといったことをウォッチして追随することに負荷がかかるということであったので、機種別にキャリア共通の残価率を算出して第三者機関が公表するという方法であれば、そういった負荷はほぼ消滅するのではないかと。（北委員）
  - 機種別での算出の課題として挙げられている買取台数の少なさに起因して残価率が不正確となるという点については、例えばそういった機種は256ギガとか512ギガという容量別ではなく合算させるなど、適時適切な措置を講じればよいのではないかと。（北委員）
  - 新しいタイプの機種が発売された場合については、その時点で最も類似していると考えられる機種データを参照して算出すれば良いのではないかと。自動車業界にヒアリングを行ったところ、自動車メーカーではファイナンス会社がオークションデータなどを基に車種別の残価率を算出し、ディーラーに提示しており、新しい車種が上市されたときはその時点で最も類似していると考えられる車種のデータを参照して算出しているとのことだった。モバイル業界もそれと同じようにすれば良いのではないかと。（北委員）
- 事務局案でグループの細分化と示したが、それが機種別に近い形でできればそちらのほうが良いと考えている。例えば容量別というのをなくすことで流通台数の少なさに起因する問題が解消されるのであれば、機種別というのが一番望ましい。機種別に算出するとしても、キャリア一律にするということが裁量をなくすという意味で重要だと考えており、今後の具体的な算出の在り方については関係者にも意見を聞きながら協議し、検討を進めたい。（事務局）

**論点4：27条の3における特定関係法人の規律**

- 特定関係法人を27条の3の規律の対象外とした場合の潜脱行為に関する追加質問への回答を見ると、かなり慎重意見が多かったが、規制の新設は避けたいところ。今回示された潜脱防止の在り方については、規制の新設になるようなことは避けて現実的にどういふことをしていくと合理的かという点で賛同。27条の3の運用ガイドラインで規制の潜脱に該当する行為類型を挙げるのが現実的。（三澤委員）
- 追加質問の回答で懸念の声が最も多かったは問題行為の確認と、それに対するアクションまでに時間を要することだと理解しており、他事業者からの検証要望でこの委員会を活用するなどのシステムを整えれば、何か問題があったときにも機動的にアクションが取れると考えられ、そういう意味でもぜひこの委員会を今後色々と活用していただきたい。（三澤委員）
- 今回示された方向性に賛同。その上で、事後検証の実効性を確立させるという意味では、特にこの委員会の親会である市場検証委員会が検証する仕組みは、事業法の改正によって法定化されており、本論点とともに、27条の3全般についての論点1、それから論点2の短期解約問題についても同様に検証の仕組みを作り上げていくのが良いのではないかと。他事業者からの要望というような形での検証は別の制度で既に確立された方法もあると思うので、それも参考にしながら実効的な検証制度の確立が必要。（西村（暢史）委員）
- 今回示された方向性に賛同。潜脱行為が行われるかどうかというのは分からないことであるものの、潜脱防止のための厳格なルールをきちんと策定して、かつ違反した際には重いペナルティーなどをかけることを条件に特定関係法人の規律の見直しをしていけば良いのではないかと。グループ内で悪いことをするに違いないという考え方ではなく、もっと事業者が自由に動けるような環境を整えるのが良いのではないかと。（横田委員）
  - 潜脱防止を実効的に行う仕組みの構築が一番重要であり、実効的なガイドラインの記載、また事後検証の在り方を検討していきたい。（事務局）