

規制の効果検証やあり方検討のための 指標の状況

令和 8 年 10 月 28 日
事 務 局

①市場における競争状況

- ◆ 市場における競争状況の定量的な把握方法としては、利用者数のシェアが最も分かりやすい指標と考えられるが、累積のシェアのみをもって競争状況を把握することは適切でないとの意見もあることから、累積のシェアに加えて、直近の競争状況を把握する観点から、純増シェアや、新規契約数・解約数の動向も重点的に着目する。
- ◆ 新規契約者に占めるMNPの数・比率の推移は、スイッチングコストの低下による乗換えを通じた競争の進展状況を測る指標として重点的に着目する。その際、必要に応じて、端末を購入した利用者（回線契約者）のうち新規契約者と既存利用者の割合など他の市場動向データとも比較しながら、MNPの数・比率の水準を評価する。

②利用者が選択可能なサービス等の状況

- ◆ 競争の結果として、利用者のニーズに合った適切な価格・品質の通信サービスが提供されているかを把握することに加え、利用者にとっての選択肢があるかという点についても、重点的に着目する。
 - (a)通信料金：消費者物価指数における通信料の変動、内外価格差調査を通じた主要先進国の通信料金との比較
 - (b)通信品質：第三者機関による通信品質評価 等 ※ 利用者の体感については「3. サービスに対する利用者の理解、意識」で着目。
 - (c)選択肢の幅（通信サービス・端末）：利用者の多様なニーズに対応した、様々な価格帯・サービスの料金プランの提供状況、端末の販売状況 等 ※ 料金プランの分かりやすさについては「3. サービスに対する利用者の理解、意識」で着目。
- ◆ なお、27条の3の規制の本来の目的は、端末市場競争から切り離れた通信サービス単体での競争の促進であり、最新技術を搭載した端末の普及によるモバイル市場の発展や利用者利便の向上を後押しするものではない（ミリ波対応端末特例は例外）。他方、端末は通信サービス利用に不可欠なものであり、27条の3の規制によって端末の選択肢が狭まることでモバイル市場の発展や利用者利便の向上の足かせとなることは避けるべきとの考え方もあるところ、27条の3の規制の在り方を今後検討する上で、端末の選択肢の幅についても重点的に着目する。

③通信サービス等に対する利用者の理解、意識

- ◆ 利用者が通信サービスの内容をよく理解した上で選択できているかを把握する観点からは、利用者意識調査における「支払っている通信料金に納得しているか」、「料金プランの内容について理解できているか、分かりやすいと感じるか」、「どのような付加サービスが組み込まれているか把握しているか」、「利用している携帯電話サービスについて満足・不満足な点」等への回答状況について、重点的に着目する。また、「通信サービス契約や端末購入にあたって自分のニーズに合うものが選択できていると感じているか」等についても、利用者意識調査における回答状況に着目する。

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及ぼす影響

- ◆ 27条の3の規制は、「過度の」端末代金の値引き等の誘引に頼った競争慣行からの脱却により通信サービス競争の促進を目指すものであり、値引き等が「過度の」水準にならないよう、利益提供額の上限ルールを定めている。
- ◆ したがって、現行の上限ルールの範囲内であれば、値引き等の誘引に頼った競争慣行は許容されているところ、上限ルールの撤廃・緩和を検討するにあたっては、以下の点について重点的に着目する。

(a) 利用者

通信サービスの内容ではなく、値引き等の誘引に惹かれてサービスを契約している利用者がどの程度いるか、利用者意識調査における携帯電話会社を乗り換えた理由（値引き等の誘引による乗換えの有無等）や、現在契約している携帯電話事業者との契約期間についての回答状況について、重点的に着目する。

(b) 事業者

違反状況や販売現場の状況（広告表示等）について、覆面調査や事業者自身のモニタリングを通じて重点的に着目する。

(c) 値引き等の誘引を発揮する機会

利用者意識調査における「使用携帯電話端末の購入場所」でMNO・MVNO以外（メーカー直販や中古端末販売事業者等）から購入したと回答した者の割合や、中古端末の販売状況、端末購入プログラムを通じた端末販売状況、端末購入を伴わないSIMのみ新規契約の割合について、重点的に着目する。

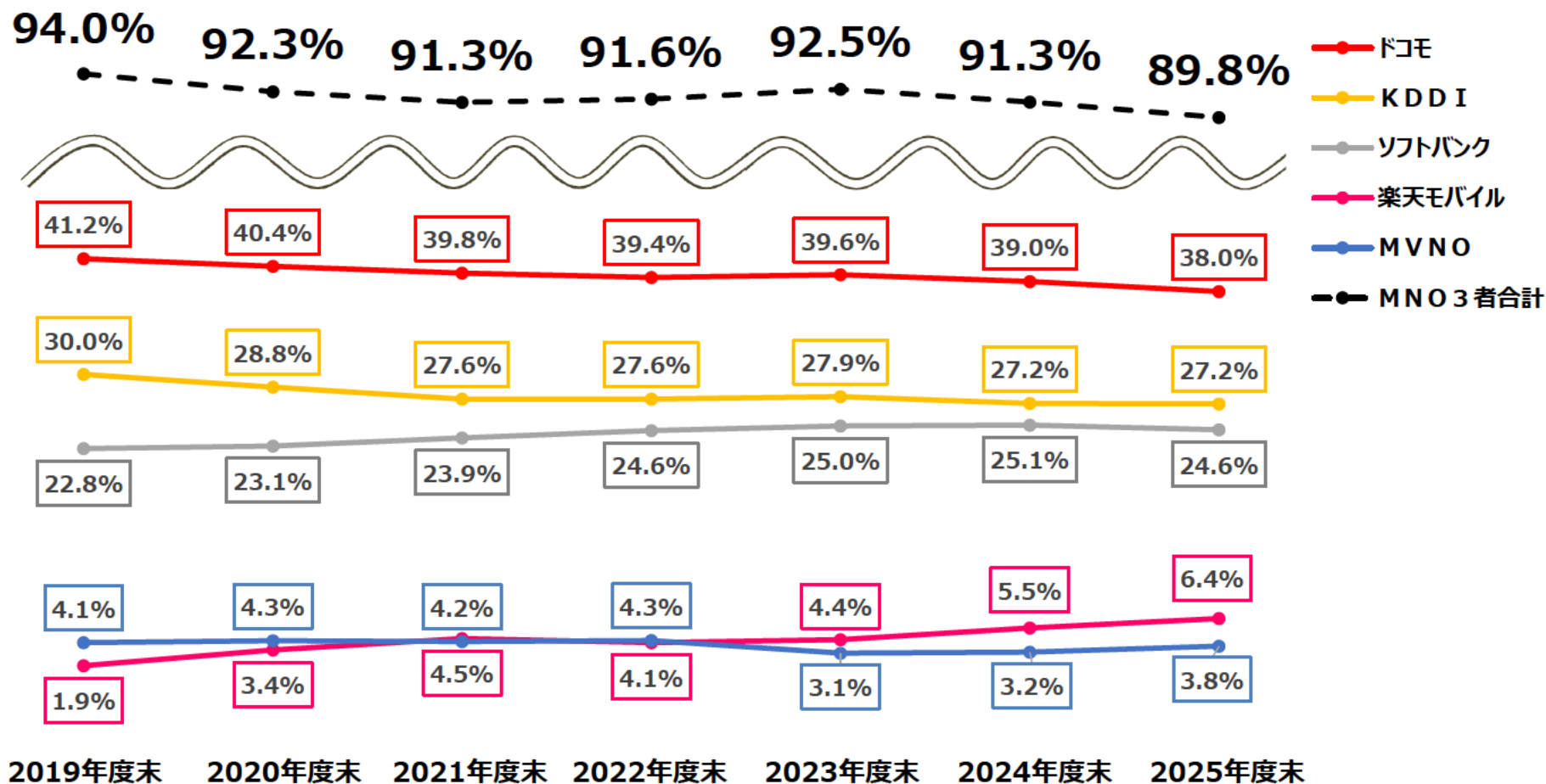
(d) 端末購入プログラムの利用実態

端末購入プログラムが適正に提供され、利用者がよく理解した上で利用しているかを把握する観点からは、利用者意識調査における端末購入プログラムに係る「端末を返却しなかった理由」、「プログラム利用中でもキャリア変更できる旨の認知度」、「特典利用料免除のための次端末購入時に通信契約不要である旨の認知度」への回答状況等について、重点的に着目する。

評価軸		重点的に着目すべき指標（データ）		把握手法	ページ
1	市場における競争状況 （定量的な把握）	・ 利用者数	・ 累積シェア ・ 純増シェア、新規契約数・解約数の動向	・ 事業者からの報告	P. 5～10
		・ 新規契約数におけるMNPの数・比率			
2	利用者が選択可能な 通信サービス等の状況	・ 通信料金	・ 消費者物価指数における通信料の変動	・ 消費者物価指数	P. 11
			・ 主要先進国の通信料金との比較	・ 内外価格差調査	P. 12、13
		・ 通信品質	・ 第三者機関による通信品質評価 等	・ 公表情報等	P. 14
		・ 通信サービスの 選択肢の幅	・ 利用者の多様なニーズに対応した、様々な価格帯・ サービスの料金プランの提供状況 等	・ 公表情報等	P. 15
		・ 端末の選択肢の 幅	・ MNOによる端末の販売状況 （中古端末、廉価端末を含む）	・ 事業者からの報告 ・ 公表情報等	P. 16～19
			・ 使用携帯電話端末の購入場所 （MNO、MVNO、メーカー直販、中古端末市場等）	・ 利用者意識調査	P. 20
3	通信サービス等に対する 利用者の理解、意識	・ 支払っている通信料金に納得しているか ・ 料金プランの内容について理解できているか、分かりやすいと感じるか ・ どのような付加サービスが組み込まれているか把握しているか ・ 利用している携帯電話サービスについて満足・不満足な点 ・ 通信サービス契約や端末購入にあたって、自分のニーズに合うものが選択できていると感じているか 等		・ 利用者意識調査	P. 21～24

評価軸		重点的に着目すべき指標（データ）		把握手法	ページ
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及ぼす影響	・ 利用者の状況	・ 携帯電話会社を乗り換えた理由（値引き等の誘引力による乗換えの有無等） 等	・ 利用者意識調査	P. 25、26
			・ 現在契約している携帯電話事業者との契約期間		
		・ 事業者の状況	・ 違反事例、販売現場の状況（広告表示等）	・ 覆面調査、事業者によるモニタリング 等	P. 27
		・ 誘引力を発揮する機会	・ 使用携帯電話端末の購入場所（MNO・MVNO以外（メーカ直販や中古端末販売事業者等）から購入と回答した者の割合）	・ 利用者意識調査	P. 20（再）
			・ MNOによる中古端末の販売状況	・ 公表情報等	P. 16（再）
			・ 端末購入プログラムを通じた端末販売状況	・ 事業者からの報告	P. 28、29
			・ 端末購入を伴わないSIMのみ新規契約の割合	・ 事業者から今後報告を求める予定	-
		・ 端末購入プログラムの利用実態	・ 端末を返却しなかった理由（返却できるという仕組みを知らなかった、一定期間経過後端末の分割支払い額が高くなることを知らなかった等） ・ プログラム利用中でもキャリア変更できる旨の認知度 ・ 特典利用料免除のための次端末購入時に通信契約不要である旨の認知度 等	・ 利用者意識調査	P. 31、32

- 移動電気通信役務（携帯電話サービス等の規律対象サービス）の事業者別シェアを見ると、**MNO 3 者の合計シェアは、2019年度末と比較すると減少**しており、2025年度末で**90%を割っている**。



注1 移動電気通信役務の契約に係るもの 注2 KDDIは沖縄セルラー電話・UQコミュニケーションズを含む。以下同じ。

注3 MNO 3 者とは、NTTドコモ・KDDI・ソフトバンクの3者を指し、MNO 4 者は先の3者に楽天モバイルを含めた事業者を指す。以下同じ。

注3 MVNOのシェアが2023年度に減少しているのは、NTTレゾナントが同年7月にNTTドコモに吸収合併されたことが大きな要因と考えられる。

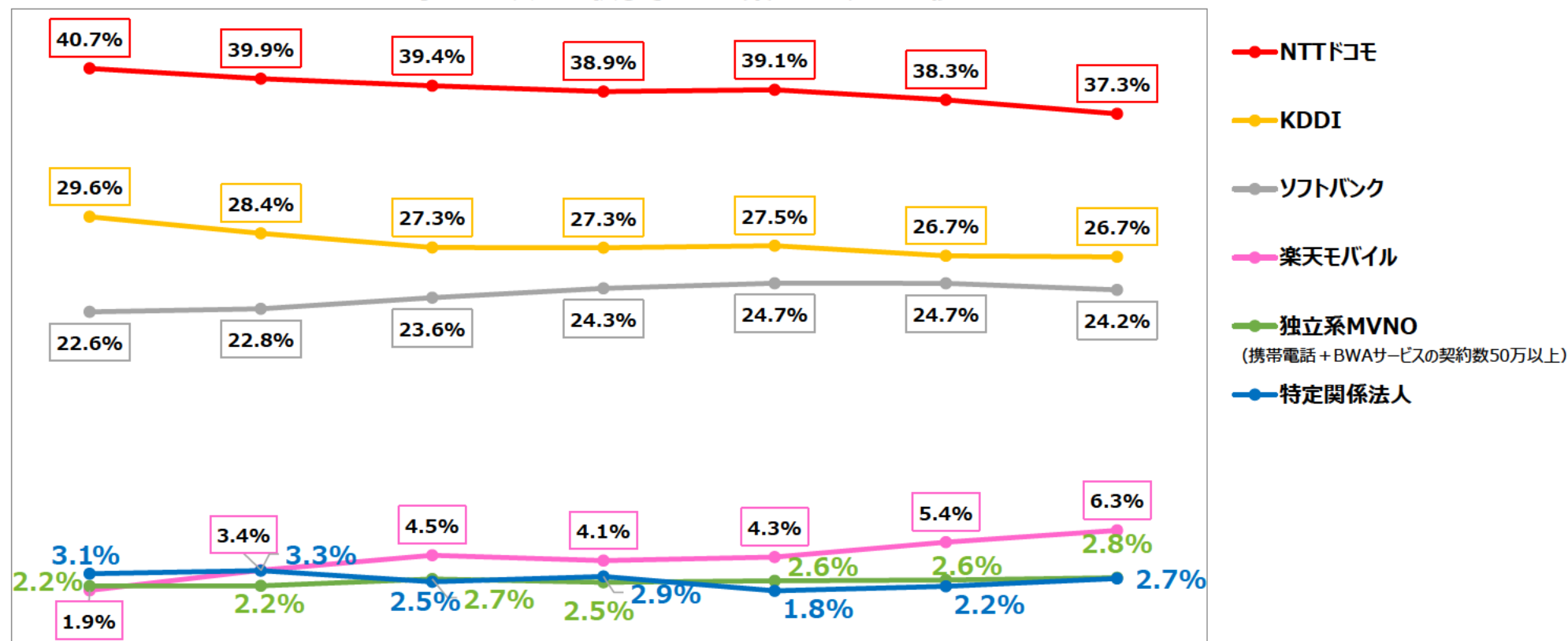
注4 移動電気通信役務とは、事業法第27条の3の規律対象として指定された電気通信役務のことであり、卸電気通信役務、法人に対して契約約款によらないで提供する役務、通信モジュール向けサービス等は含まれていない。

電気通信事業報告規則第2条の3に基づく報告をもとに作成しているため、MVNOは契約数が50万以上の事業者に限られる。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

○ 事業者シェアについて、ルール導入時と比べ、**独立系MVNOは漸増傾向（2.2%→2.8%）**であるのに対し、**特定関係法人は漸減傾向（3.1%→2.7%）**

27条の3対象サービスを提供している事業者シェアの推移



2019年度末 2020年度末 2021年度末 2022年度末 2023年度末 2024年度末 2025年度末

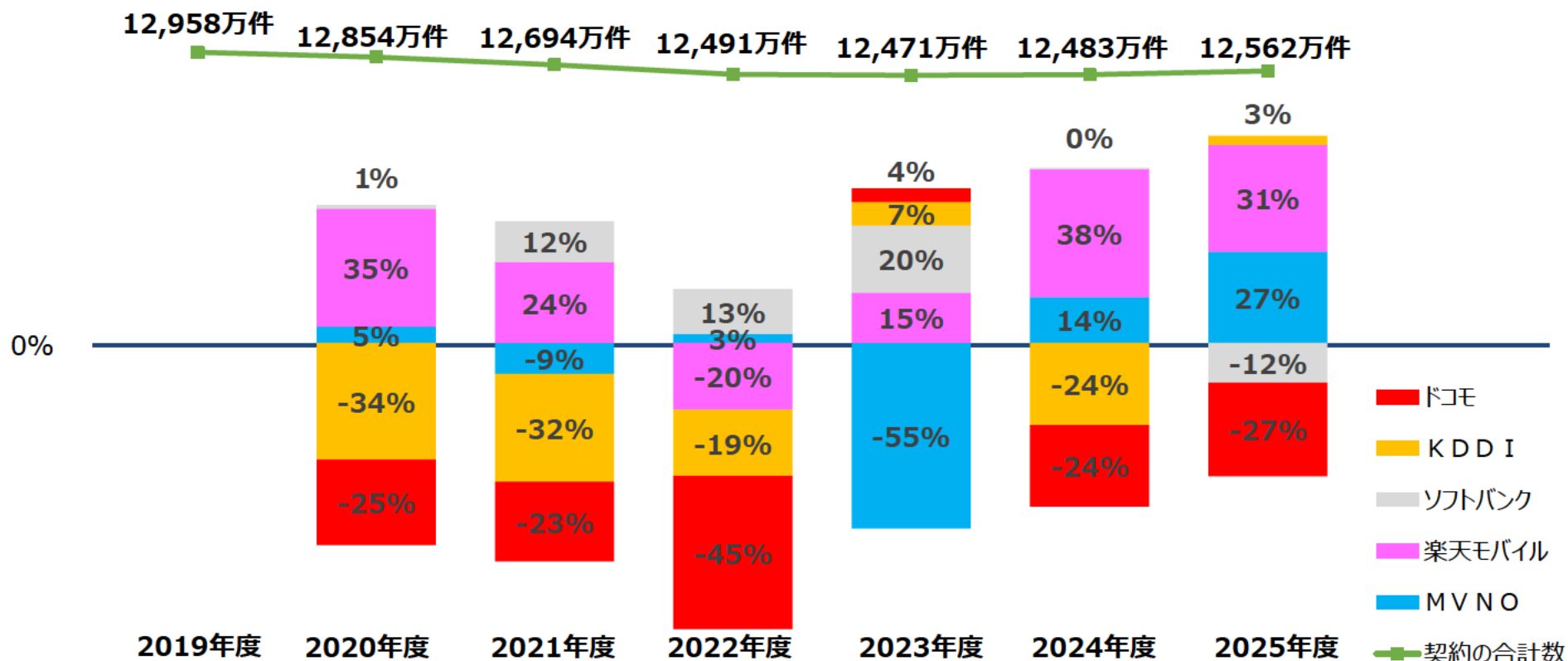
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

2021.4
JCOMを指定
2022.3
ソフトバンクが
LINEモバイルを吸収合併

2023.7
NTTドコモが
OCNモバイルONEを吸収
2023.12
独立系MVNOの指定基準見直し（0.7%→4%）
→ IIJとオプテージが規律対象外に

注1 移動電気通信役務の契約に係るもの 注2 KDDIは沖縄セルラー電話・UQコミュニケーションズを含む。
注3 事業法第27条の3の規律対象サービス（移動電気通信役務）には、卸電気通信役務、法人に対して契約約款によらないで提供する役務、通信モジュール向けサービス等は含まれない。

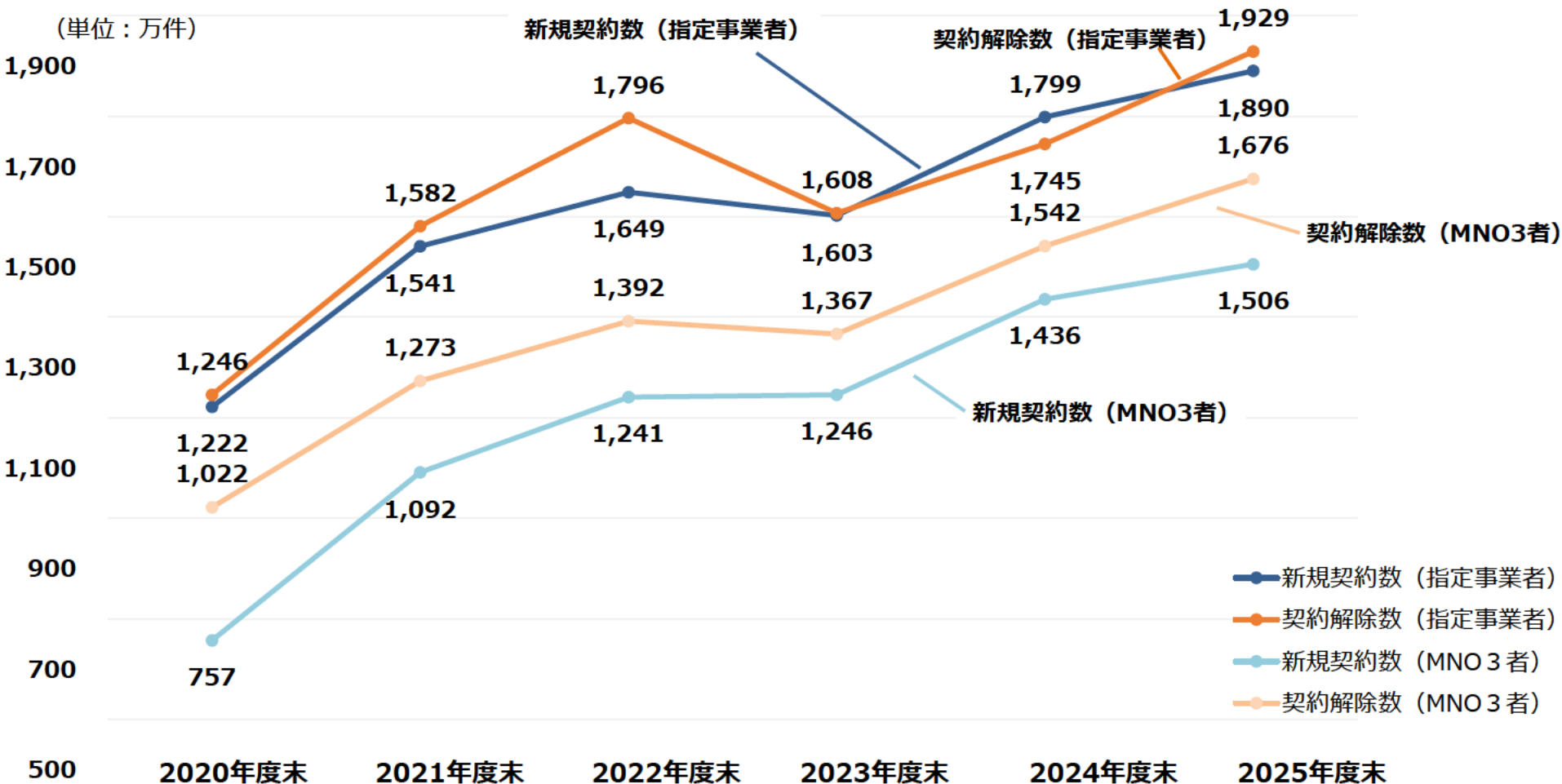
- 移動電気通信役務（携帯電話サービス等の規律対象サービス）の全体の契約数はほぼ横ばいで推移。
- MNOの契約数は、楽天モバイルとソフトバンクを除いて概ね減少傾向ではある一方で、MVNOの契約数は、増加傾向。



※ 前年度からの契約数の増減数を絶対値として、増減数の合計に占める各社の増減数の割合を算出。

※ 2023年度にMVNOが大きく純減に振れているのは、NTTレゾナントが同年7月にNTTドコモに吸収合併されたことが大きな要因と考えられる。

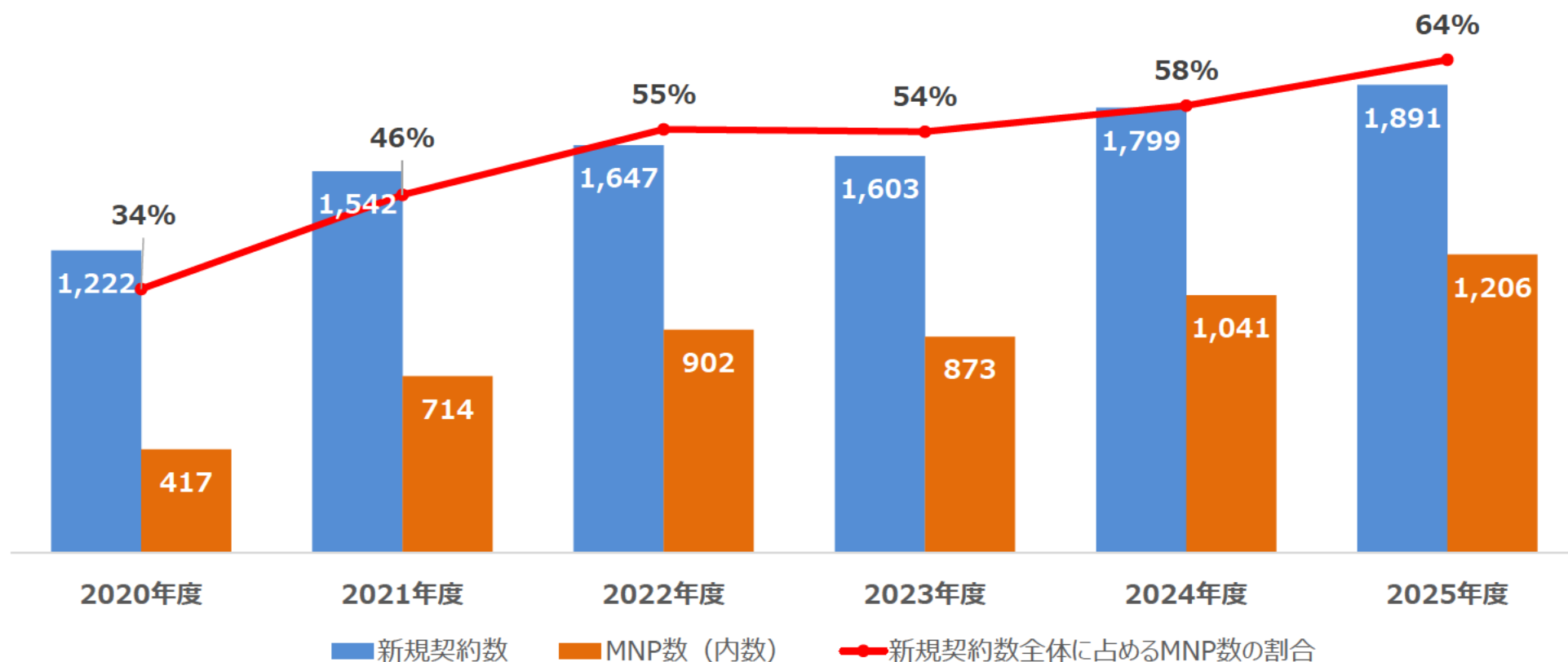
- 指定事業者全体では、2022年度を除いて新規契約数と契約解除数はほぼ同水準となっており、MNO 3 者に限って見ると、毎年度契約解除数が新規契約数を100万件以上上回る状況が続いている。



- 移動電気通信役務（携帯電話サービス等の規律対象サービス）に係る新規契約数は1,891万件（前年度比＋5.1%）、新規契約数のうちMNP数は1,206万件（前年度比＋15.9%）となっている。
- **新規契約数、MNP数（内数）は増加傾向にあり、新規契約数全体に占めるMNP数の割合は、2020年度と比べ30%増加。**

● 新規契約数・MNP数（内数）の推移（全体）

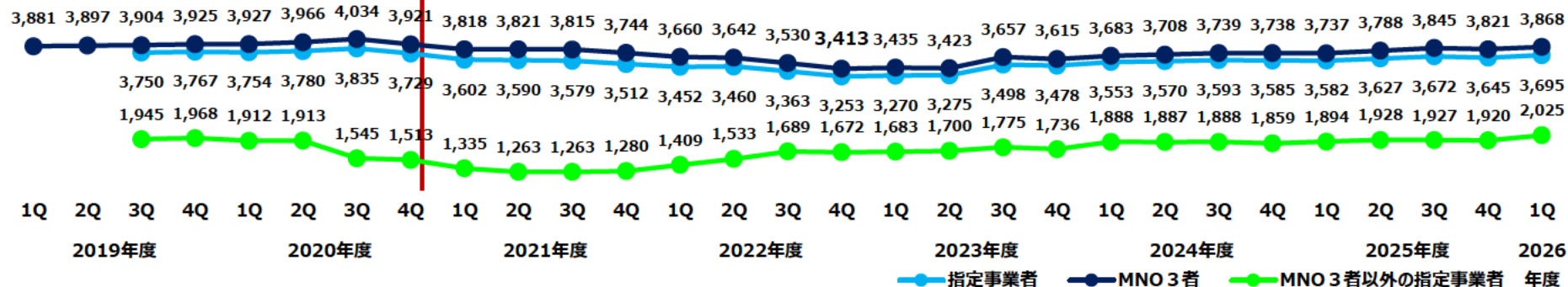
（単位 万件）



- **MNO3者のARPU**は、全体、スマートフォン向けともに、2020年度第3四半期以降**減少傾向にあったが**、2023年第3四半期には**増加**した。他方で、**MNO3者以外の指定事業者のARPU**は、2021年度第3四半期以降**増加傾向**に転じている。

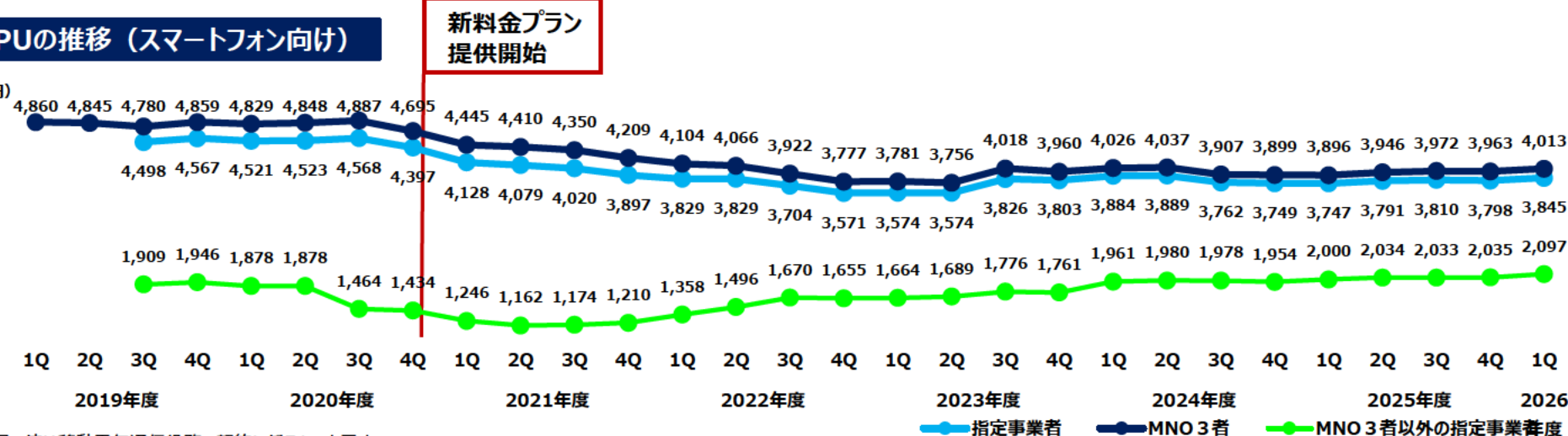
●ARPUの推移（全体）

（単位：円）



●ARPUの推移（スマートフォン向け）

（単位：円）



注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。

注2) MNO3者のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社を含み、2020年10月からはUQモバイルの数字も含む

注3) ARPUの計算式は左記のとおり。『ARPU = 移動電気通信役務に係る当四半期の収益 / ((前四半期末の契約数 + 当四半期中の各月の契約数) / 4) / 3』

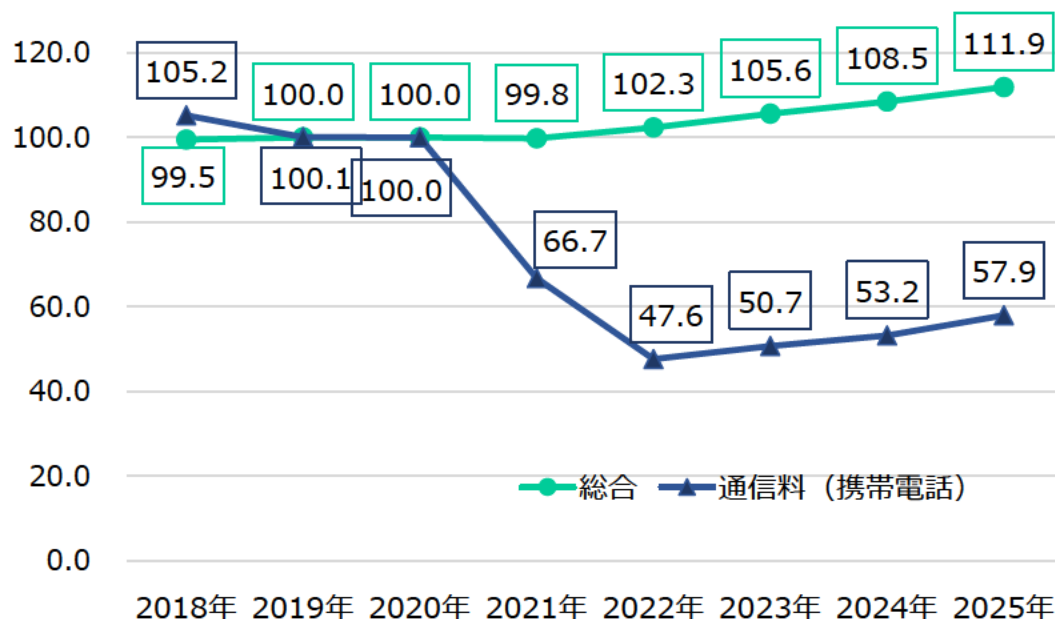
注4) 指定事業者の数値及びMNO3者以外の指定事業者の数値については、MNO3者以外の指定事業者は2019年第3四半期分より報告を求めていることから、当期以降の数値を基に計算している。

注5) MNO3者の数値については、MNO3者に2019年第1四半期分より報告を求めていることから、当期以降の数値を基に計算している。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

- 通信料（携帯電話）の消費者物価指数について、改正法施行年（2019年）と比較すると大きく下落しているが、2022年以降は、総合及び通信料（携帯電話）の指標がやや上昇傾向にある。
- 現在契約しているプランの料金については、改正法施行前に比べて、「安いと思う」と回答する者の割合が増加。

●消費者物価指数 2018年～2025年の推移



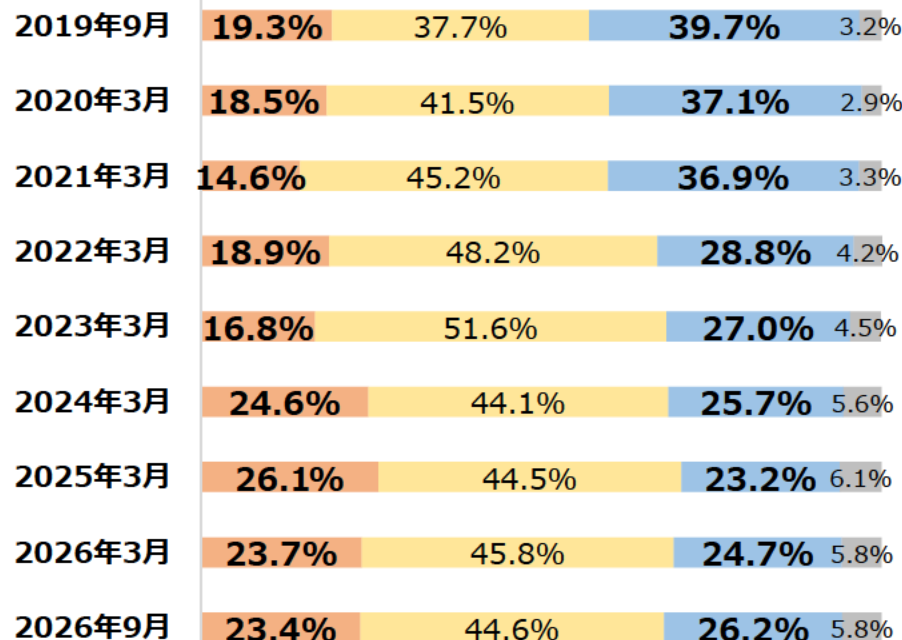
注 通信料（携帯電話）の指数算出に当たっての価格選定方法：契約割合の多い代表的な通信事業者・ブランドを複数選定し、複数の利用パターンにおける最安価格をそれぞれ選定。最安価格の選定に当たっては、加入に制約条件のない割引サービスは考慮する。加入に制約条件があっても、多数の利用者が利用しているとみられる割引サービスについては、例外的に考慮する。

出典：「2020年基準消費者物価指数」の品目別価格指数（全国。2020年=100）をもとに作成。

●現在契約しているプランの料金は安いと感じるか

現在契約している料金プランについて、安いと思う場合は1に近い数字（1～3）を、高いと思う場合は9に近い数字（7～9）を選択。

n=6,000（19年9月のみn=6,001）

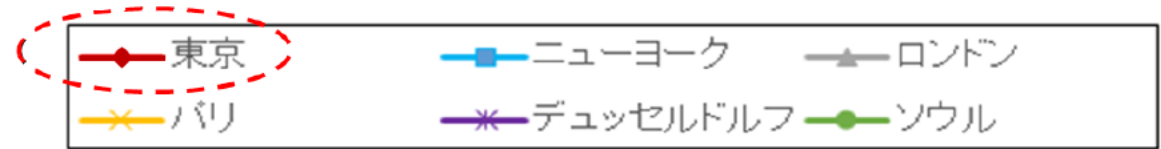


■ 安いと思う ■ どちらとも言えない ■ 高いと思う ■ 分からない

出典：総務省 利用者意識調査

- 日本の携帯電話料金（4Gサービス）について、2018年度・2019年度は諸外国と比べ、高い水準であったが、2020年度以降は料金低廉化が進み、**諸外国と比較してもおおむね中位**の水準となっている。

シェア1位の携帯電話事業者（MNO）
のモデル料金（※）の国際比較

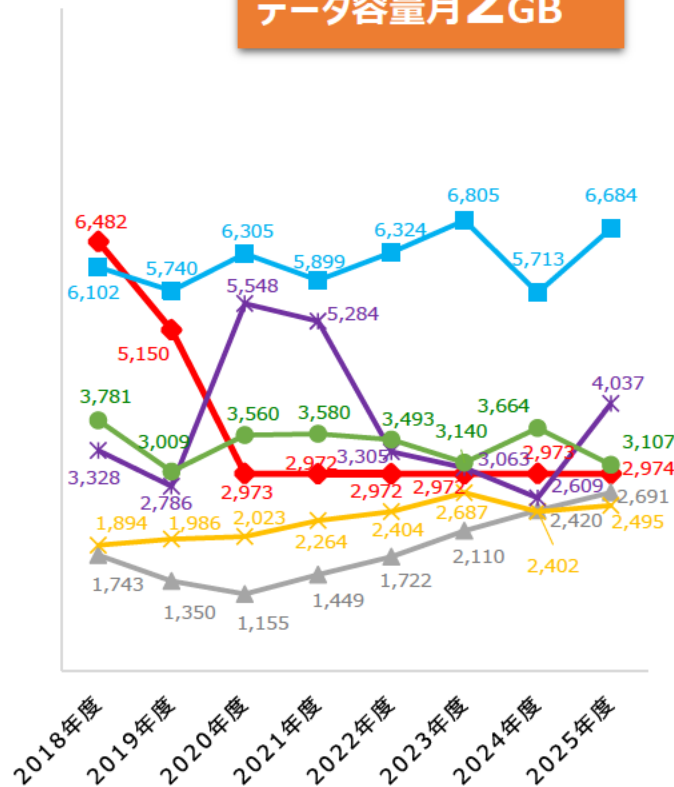


※ 一定の利用形態（通話時間が月44分、メールが月60通）を仮定した場合の最も安いもの

4Gサービス

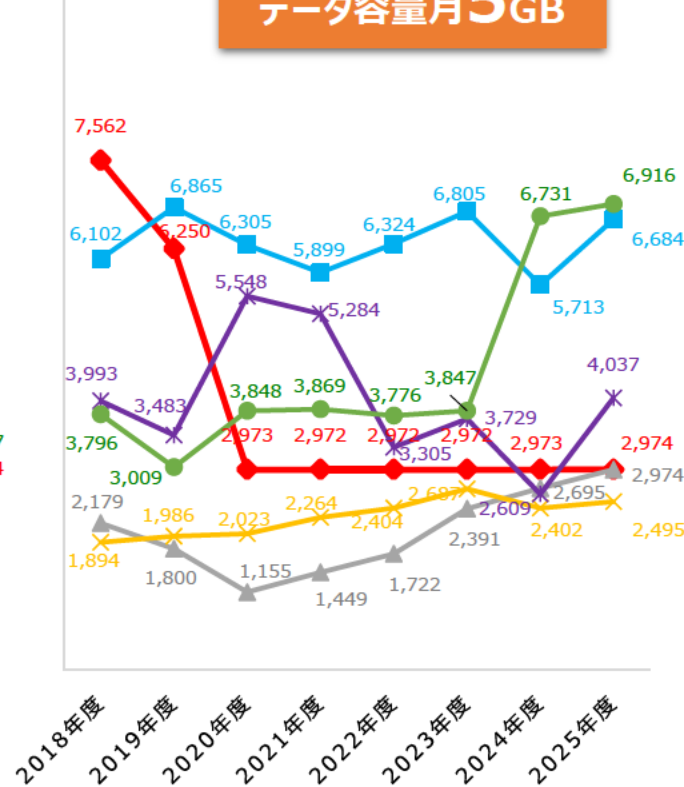
（税込 単位：円）

データ容量月2GB



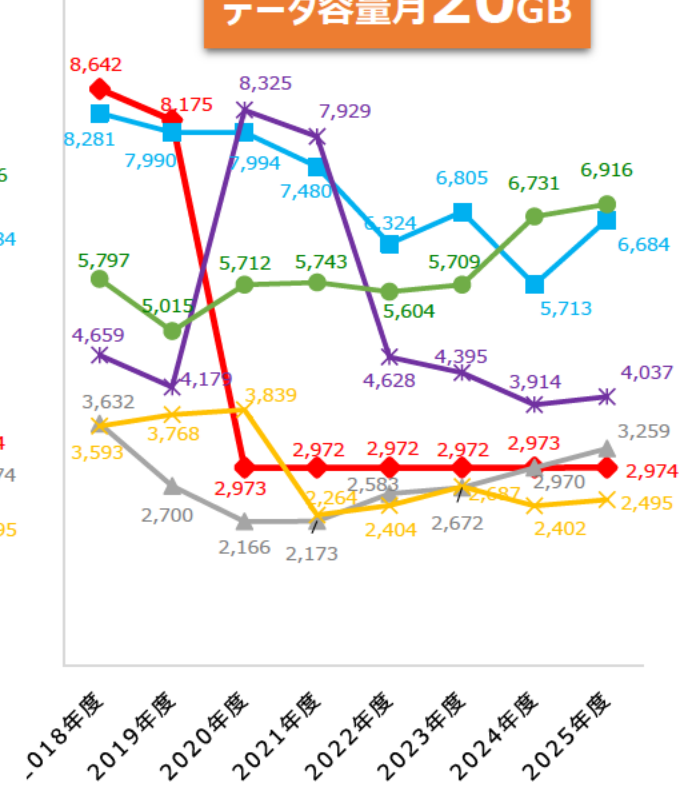
（税込 単位：円）

データ容量月5GB



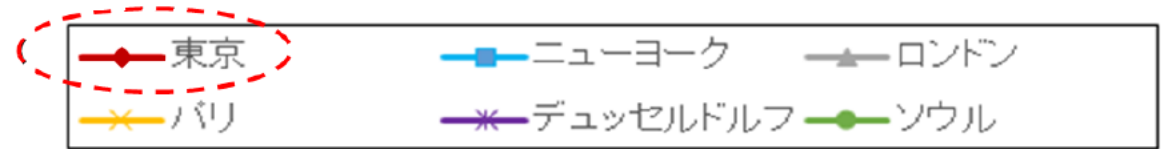
（税込 単位：円）

データ容量月20GB



- 5Gサービスについても、諸外国と比較しておおむね低い水準となっている。

シェア1位の携帯電話事業者（MNO）
のモデル料金（※）の国際比較



※ 一定の利用形態（通話時間が月44分、メールが月60通）を仮定した場合の最も安いもの

5Gサービス

（税込 単位：円）

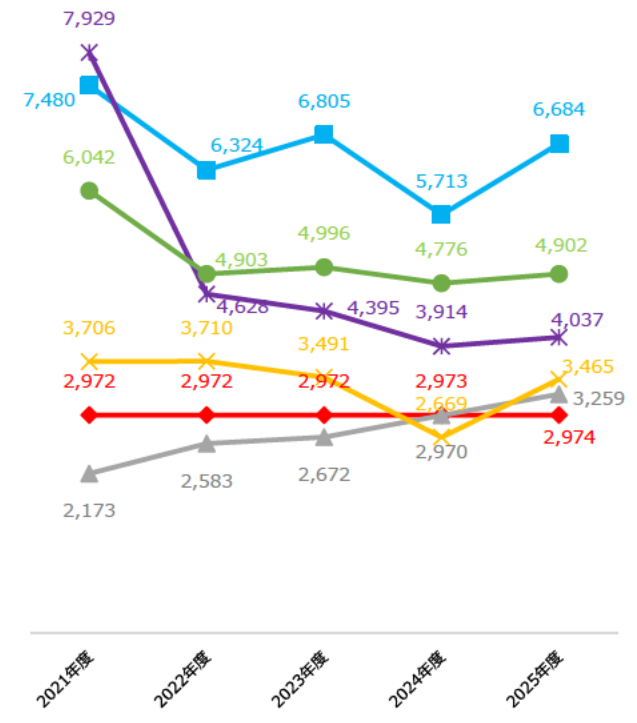
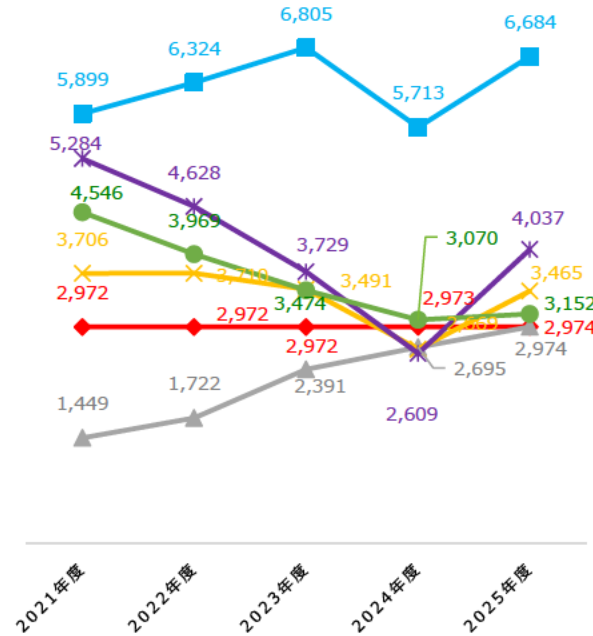
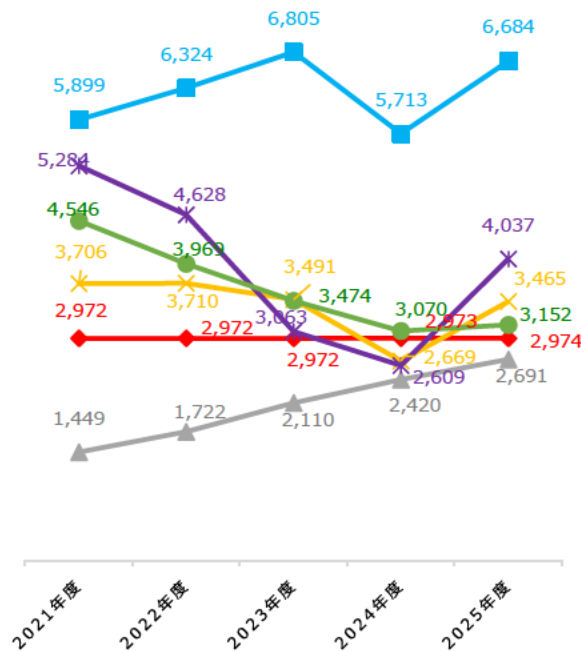
データ容量月2GB

（税込 単位：円）

データ容量月5GB

（税込 単位：円）

データ容量月20GB



- 民間企業による通信品質評価について、OpenSignalの評価(2025年12月)によれば、ダウンロード速度、アップロード速度、カバレッジ、5 G関連の複数の指標で、諸外国（米、英、仏、独、韓）と比較すると、おおむね中位から低位とされている。
- Ookla社による評価によれば、下り通信速度について、104か国中65位(2026年2月) とされている。

●Open Signalによる評価

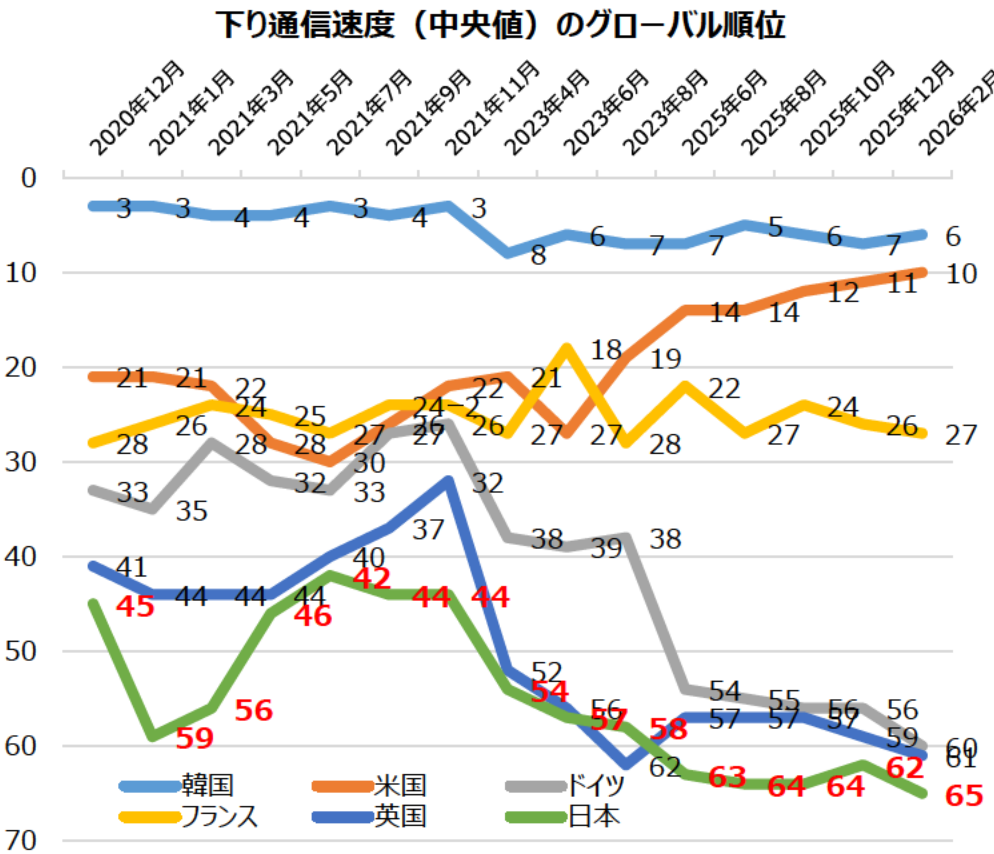
アプリダウンロードユーザのデータを基に計測

モバイルネットワーク	順位（6か国間）					
	米国	英国	フランス	ドイツ	韓国	日本
4G可用性(接続に費やす時間の平均割合)	-	2	-	3	-	1
動画再生	6	5	3	4	1	2
ライブ動画再生	1	-	-	-	-	2
ゲームプレイ	4	6	5	3	1	2
ダウンロード速度	2	6	3	4	1	5
アップロード速度	3	6	5	2	1	4
カバレッジ	1	5	3	4	2	6
通話	-	-	2	-	-	1

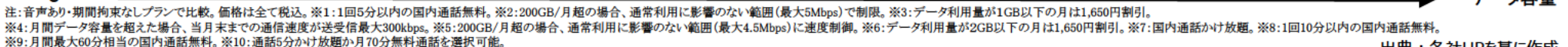
5Gエクスペリエンス	順位（6か国間）					
	米国	英国	フランス	ドイツ	韓国	日本
5G利用率(5Gに接続している時間の割合)	2	4	3	5	1	6
5Gリーチ(5Gの利用可能エリア)	1	-	4	3	2	5
5Gビデオエクスペリエンス	6	4	2	3	1	5
5Gライブビデオエクスペリエンス	1	-	-	-	-	2
5Gゲーム体験	6	5	4	2	1	3
5G音声アプリエクスペリエンス	-	-	2	-	-	1
5Gダウンロード速度	3	6	2	5	1	4
5Gアップロード速度	5	6	3	2	1	4

●Ooklaによる評価

アプリダウンロードユーザのデータを基に計測

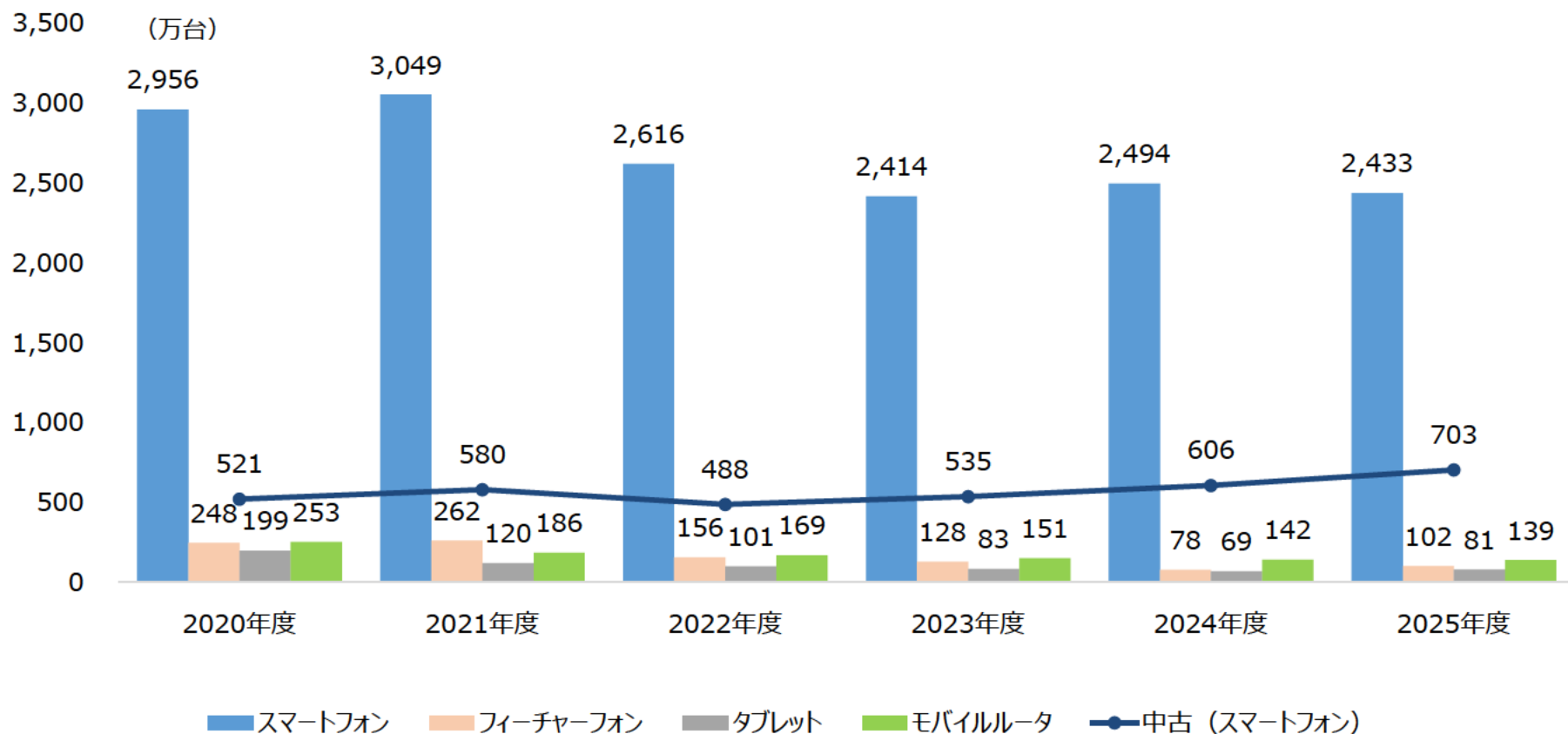


出典：<https://www.opensignal.com/>
<https://www.speedtest.net/global-index>



- MNO4社が販売する27条の3 規律対象サービス向け端末のうち、代表的なものはスマートフォン、フィーチャーフォン、タブレット、モバイルルータ。
- このうちスマートフォンが大多数を占めており、スマートフォン以外の割合は年々減少し、2025年度は1割程度。
- スマートフォンの販売台数は減少傾向、中古端末（スマートフォン）は、年々増加傾向。

端末の種類ごとの販売台数（MNO 4 社）

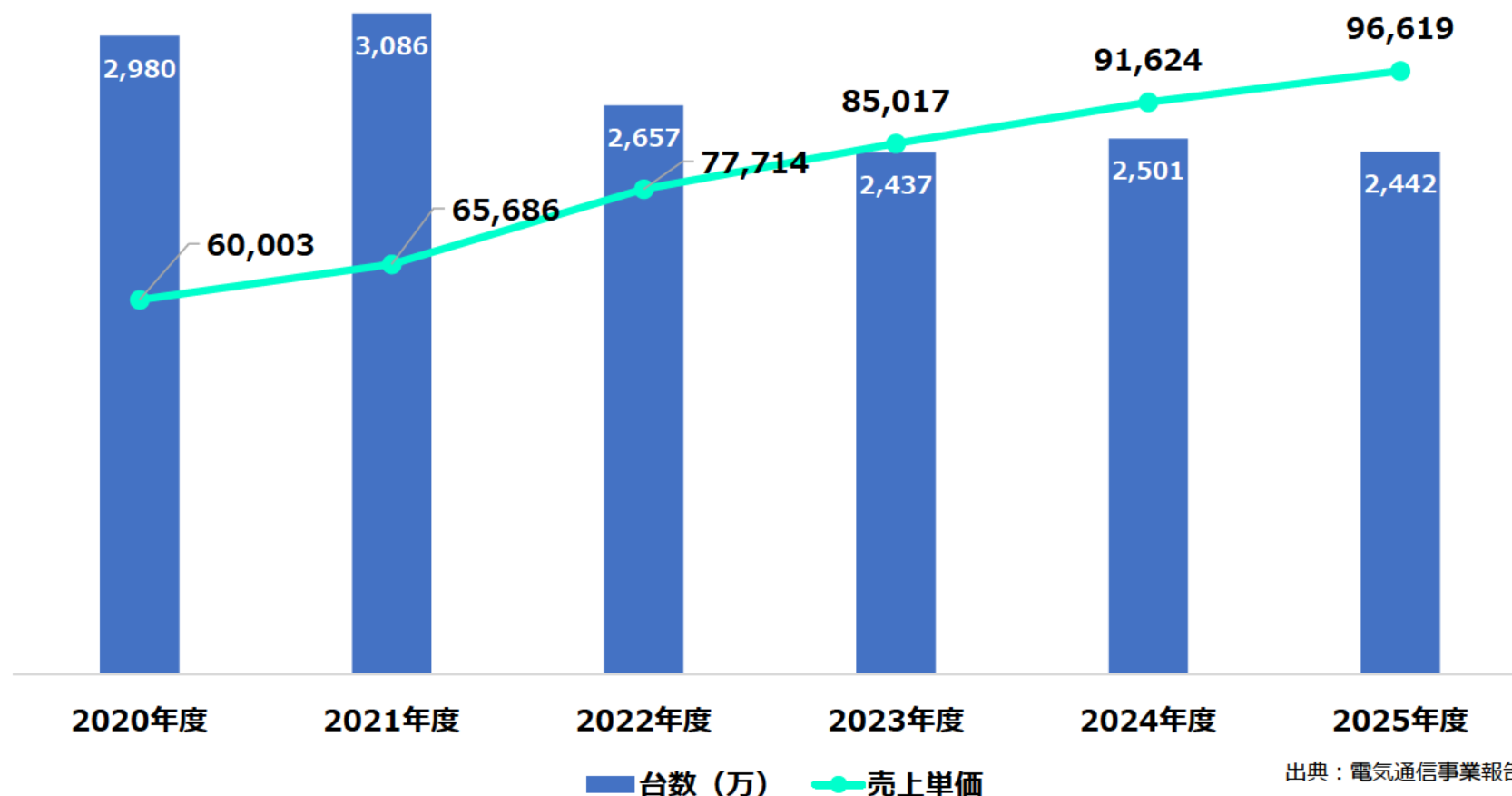


- 規律対象事業者が販売するスマートフォンについて、売上台数は減少傾向、端末1台あたりの売上単価は年々増加している。
- このうち、MNO 3 者の販売分は約95%を占めている。

● 売上台数及び端末1台あたりの売上単価

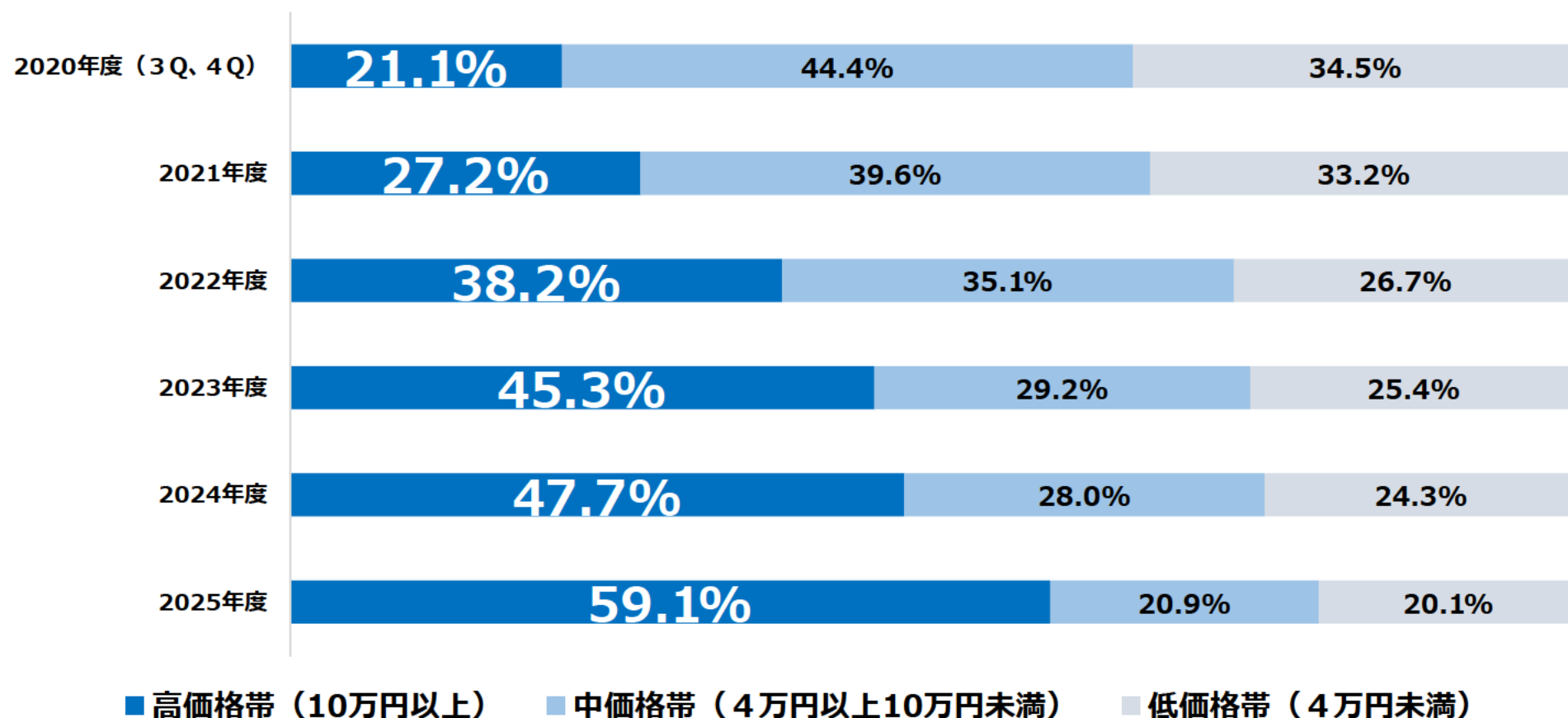
（単位 万台）

（単位 円）



- MNO 4 者が販売するスマートフォンの価格帯別売上台数について、10万円以上の高価格帯のスマートフォンの割合が増加し、**2025年度には全体の半数以上を高価格帯**が占めている（2020年度比+38%）。

●価格帯別 スマートフォン売上台数 構成比（MNO 4 者）



※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

●【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		2025年度	
	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		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%	13.3%	高価格帯 47.7%	10.9%	高価格帯 59.1%
14～16万未満	2.7%		4.6%		6.6%		5.7%		5.1%		7.1%	
12～14万未満	7.7%		5.5%		12.2%		17.4%		13.6%		21.5%	
10～12万未満	10.1%		15.6%		12.3%		11.6%		15.7%		19.5%	
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%	5.5%	中価格帯 28.0%	7.4%	中価格帯 20.9%
6～8万未満	6.4%		5.3%		16.5%		16.5%		15.6%		7.5%	
4～6万未満	21.2%		20.9%		13.6%		10.2%		6.9%		6.0%	
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%	19.4%	低価格帯 24.3%	16.2%	低価格帯 20.1%
～2万未満	2.6%		5.9%		2.9%		4.5%		4.8%		3.9%	

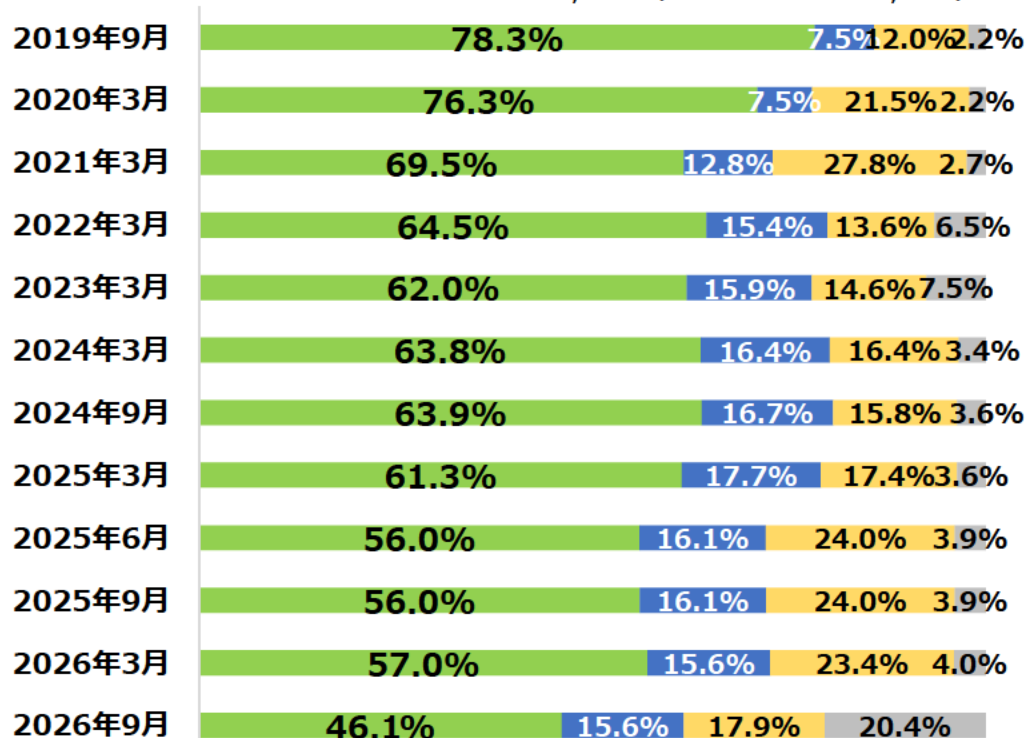
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

出典：事業者からの報告

- ルール導入前に比べて、MNOやMVNOの店舗以外（オンラインショップ、メーカーから直接購入等）で端末を購入する割合が増加。
- 中古端末の販売台数は増加傾向（直近5年間で約1.7倍）であり、新品端末の販売台数に対する中古端末の販売台数の比率も、10%に達している。

●現在使っている端末を購入した場所

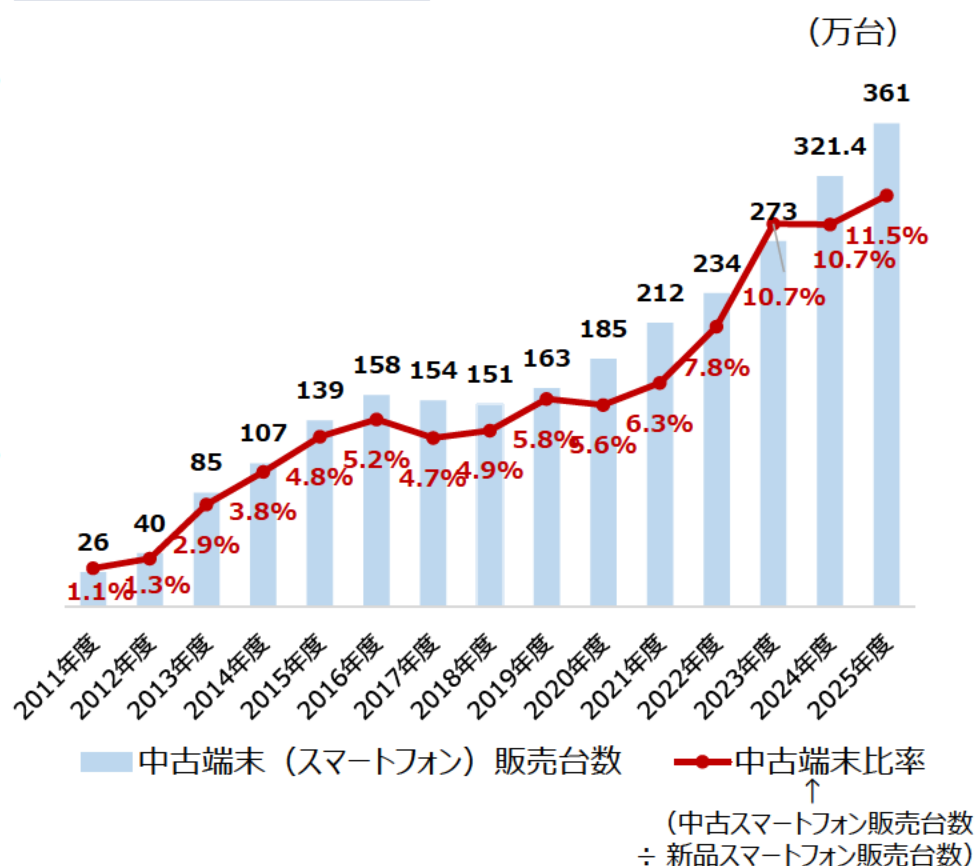
n=6,000（19年9月のみn=6,001）



- 店舗（MNO・MVNOのショップ、家電量販店）
- MNO・MVNOのオンラインショップ
- その他（メーカー直販、中古端末販売事業者等）
- 分からない

出典：総務省 利用者意識調査

●中古端末の販売台数

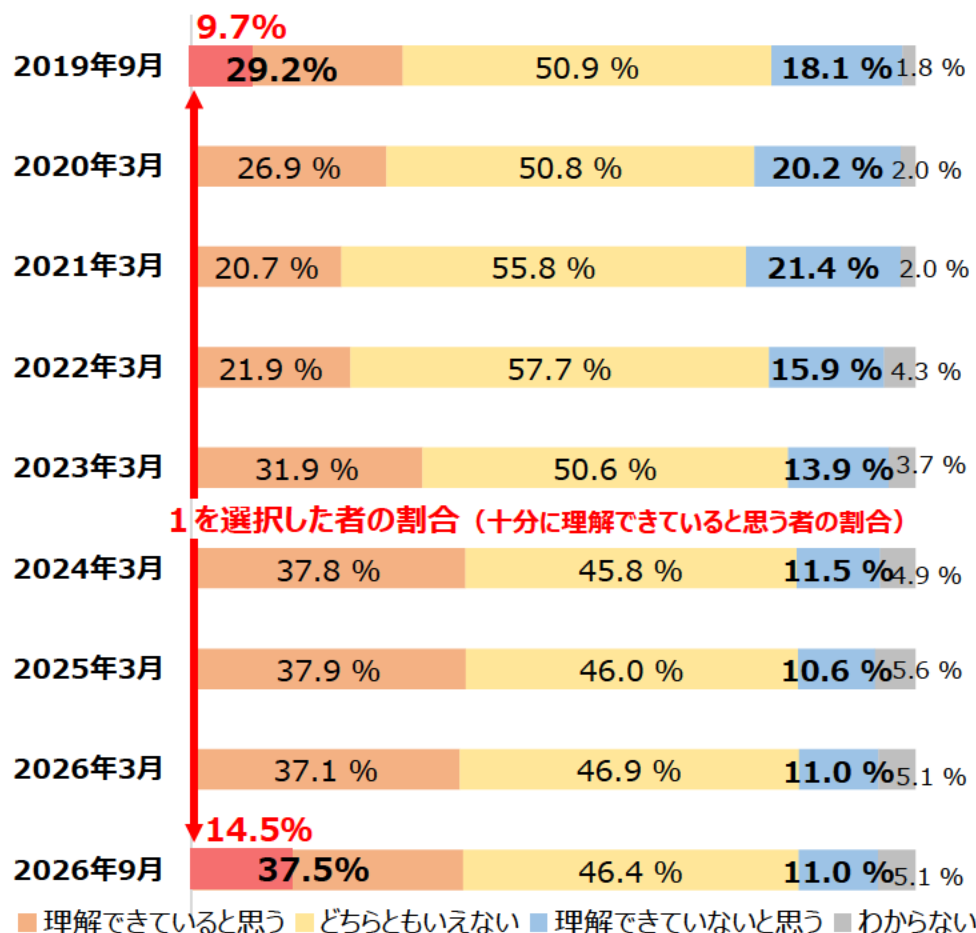


※MM総研の調査を基に作成

- ルール導入前に比べて、自分が契約している料金プランを「理解できていると思う」「納得している」と回答する者の割合が増加。

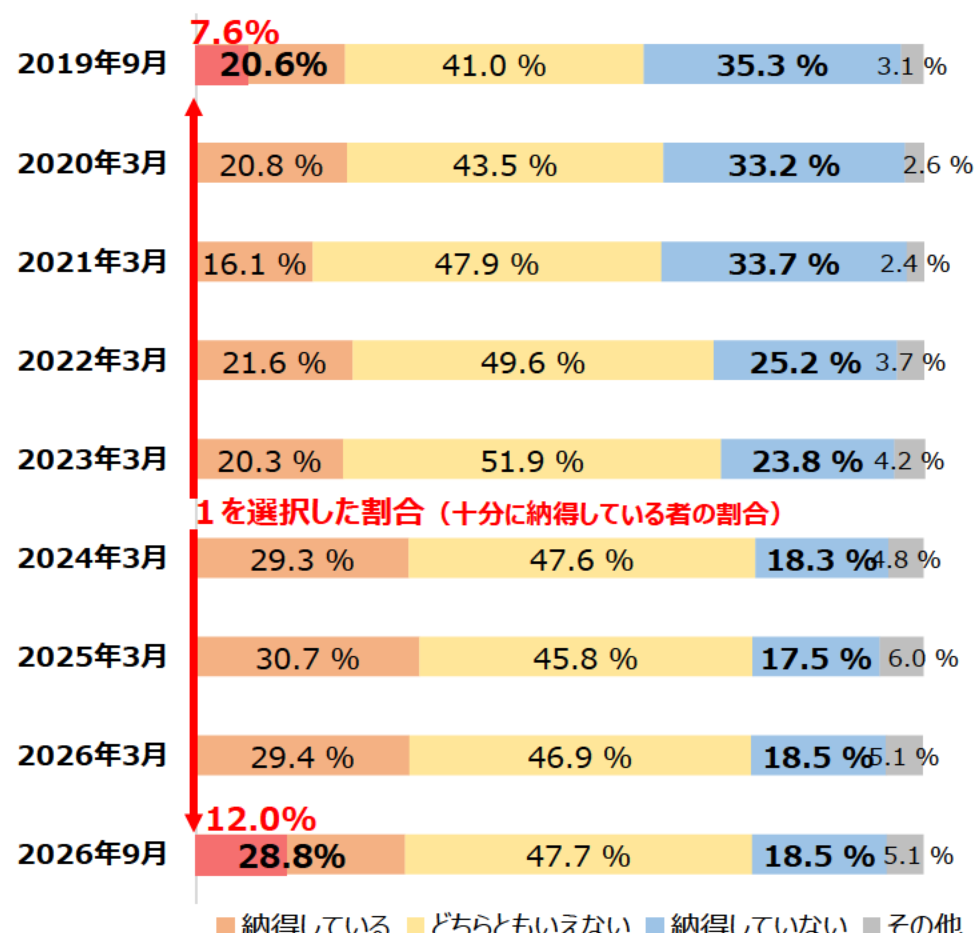
● 現在契約している料金プランに対する利用者の理解度

現在契約している料金プランについて、
理解できていると思う場合は1に近い数字（1～3）を、
理解できていないと思う場合は9に近い数字（7～9）を選択。
n=6,000（19年9月のみn=6,001）



● 現在契約している料金プランに対する納得感

現在契約している料金プランについて、
納得している場合は1に近い数字（1～3）を、
納得していない場合は9に近い数字（7～9）を選択。

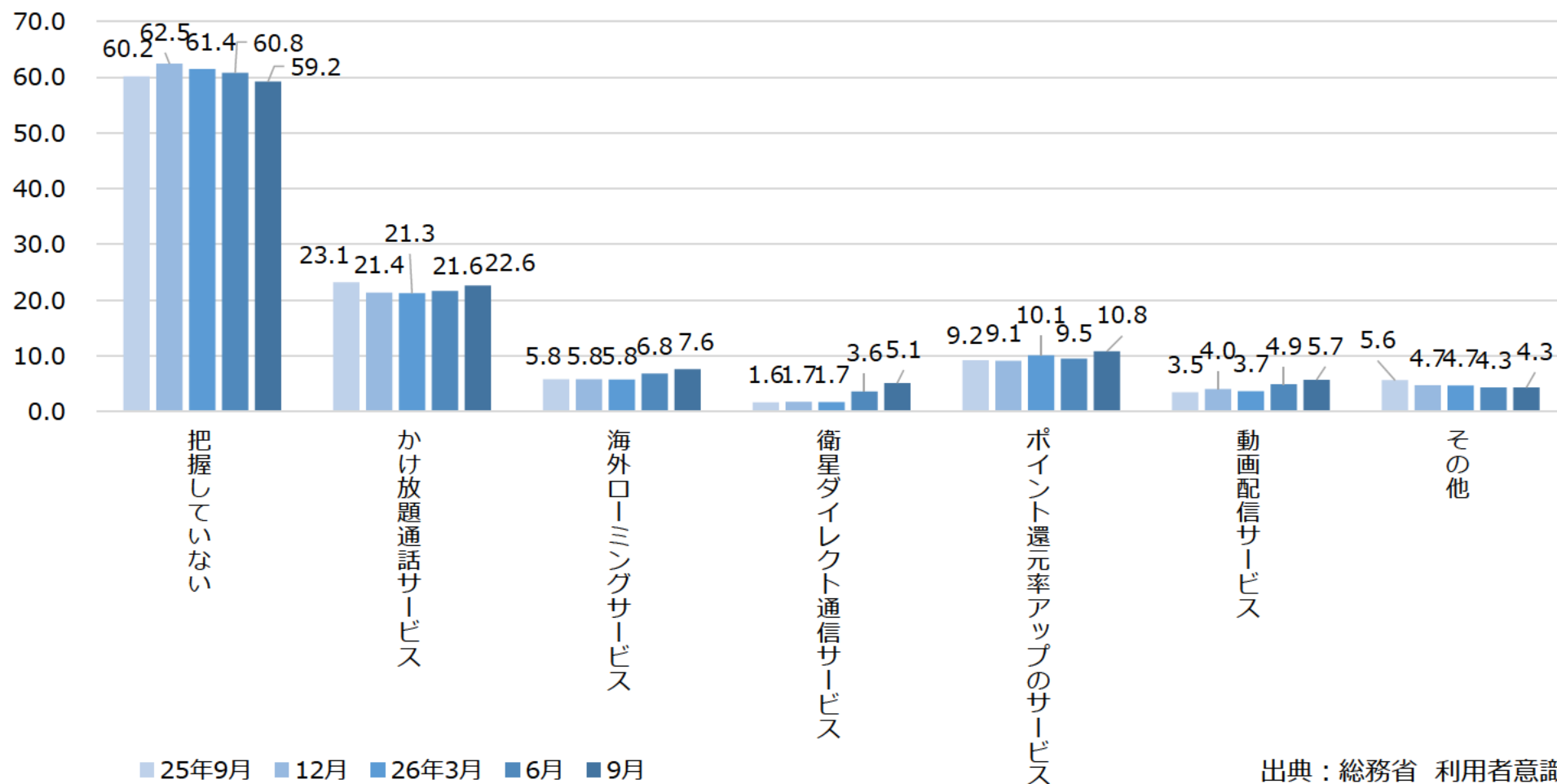


○ 自分が契約している料金プランに組み込まれている付加サービスについて「把握していない」と回答する者が最も多く、約6割を占める。

● 付加サービスの把握状況

（複数回答）

n=6,000



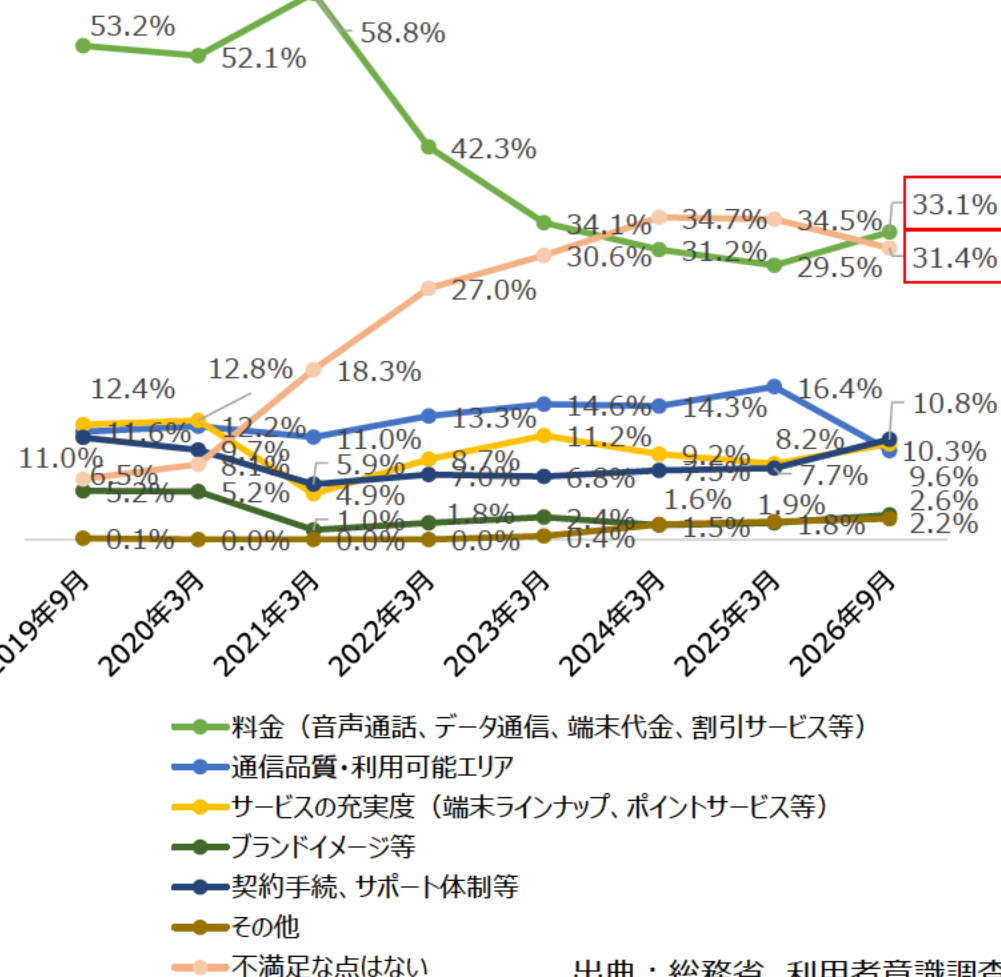
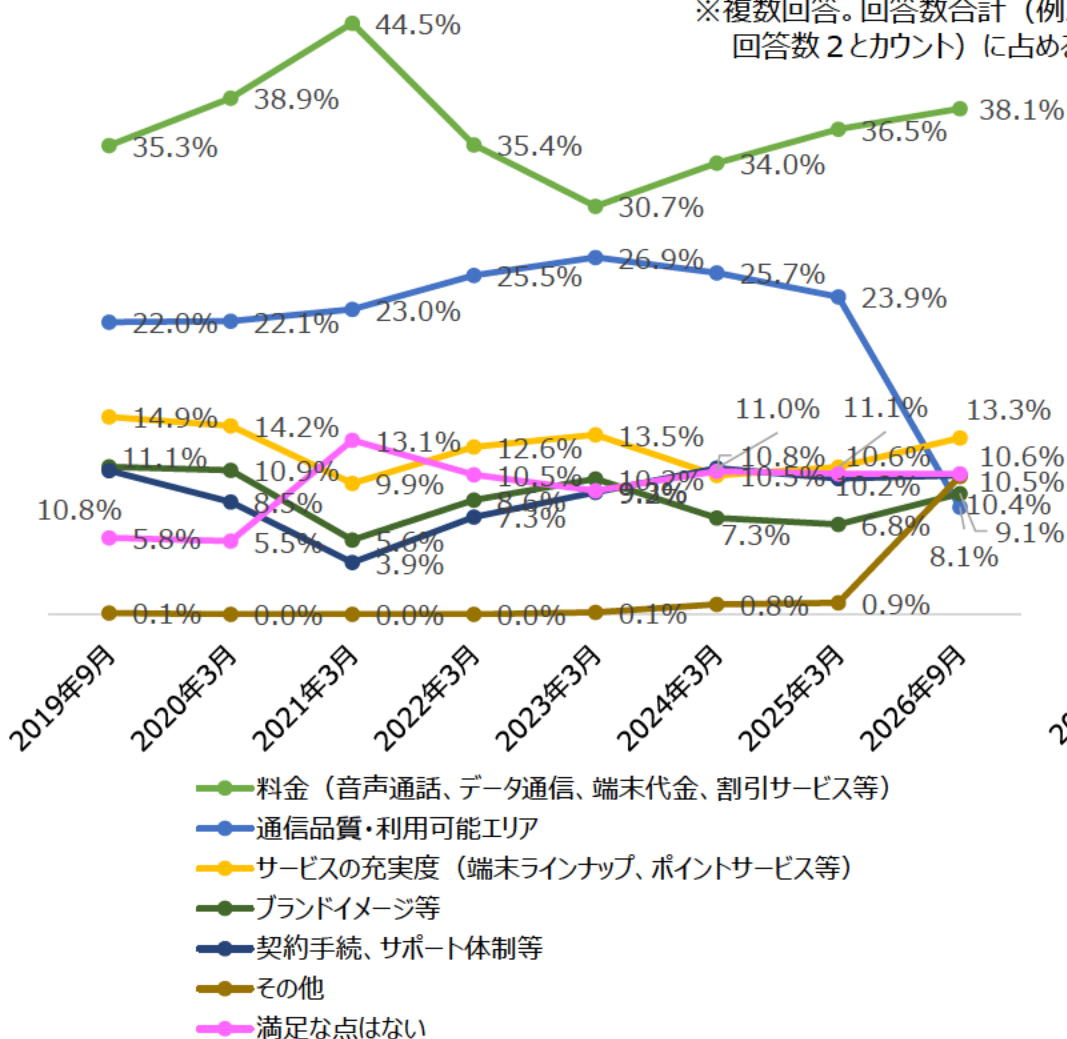
- ルール導入前に比べて、自分が利用している携帯電話サービスについて不満足な点として回答のあった選択肢のうち「料金」に関連するものの割合が大きく減少し、「不満足な点はない」の割合が大きく増加。

●現在利用している携帯電話サービスについて満足な点

●現在利用している携帯電話サービスについて不満足な点

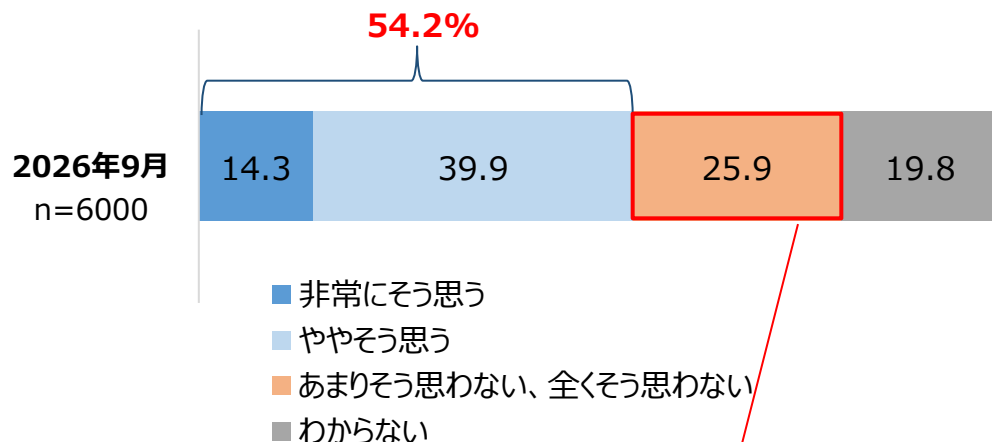
n=6,000（19年9月のみn=6,001）

※複数回答。回答数合計（例えば、1人の回答者が2つの選択肢を回答した場合には回答数2とカウント）に占める各選択肢の回答数の割合を算出。

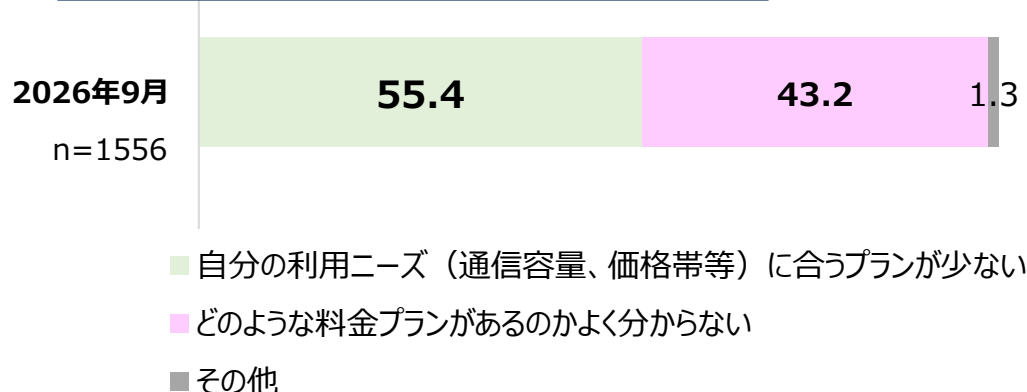


- 料金プランの選択に当たり、選択肢が十分にあるかについて、「非常にある」「ややそう思う」と回答する者が5割を超える。一方で、「あまりそう思わない、全くそう思わない」と回答する者の大半は「自分のニーズにあるプランがない」又は「どのような料金プランがあるのかよく分からない」と回答。
- 携帯電話事業者や端末メーカー等で販売されている端末の種類について、「種類は十分」と回答する者が4割超と最も多い。

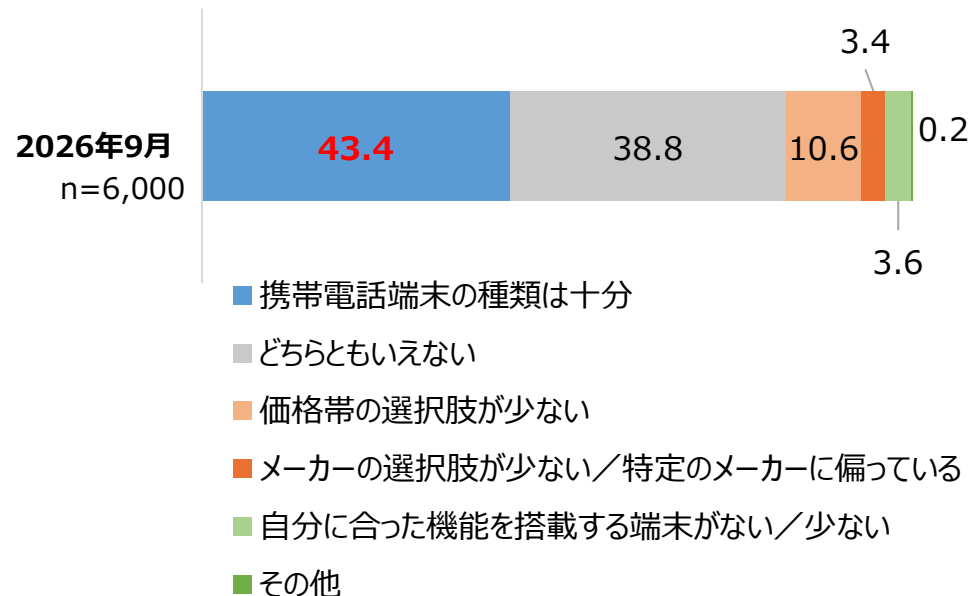
●料金プランの選択肢に対する意識



●あまりそう思わない、全くそう思わない理由



●販売されている端末の種類に対する意識



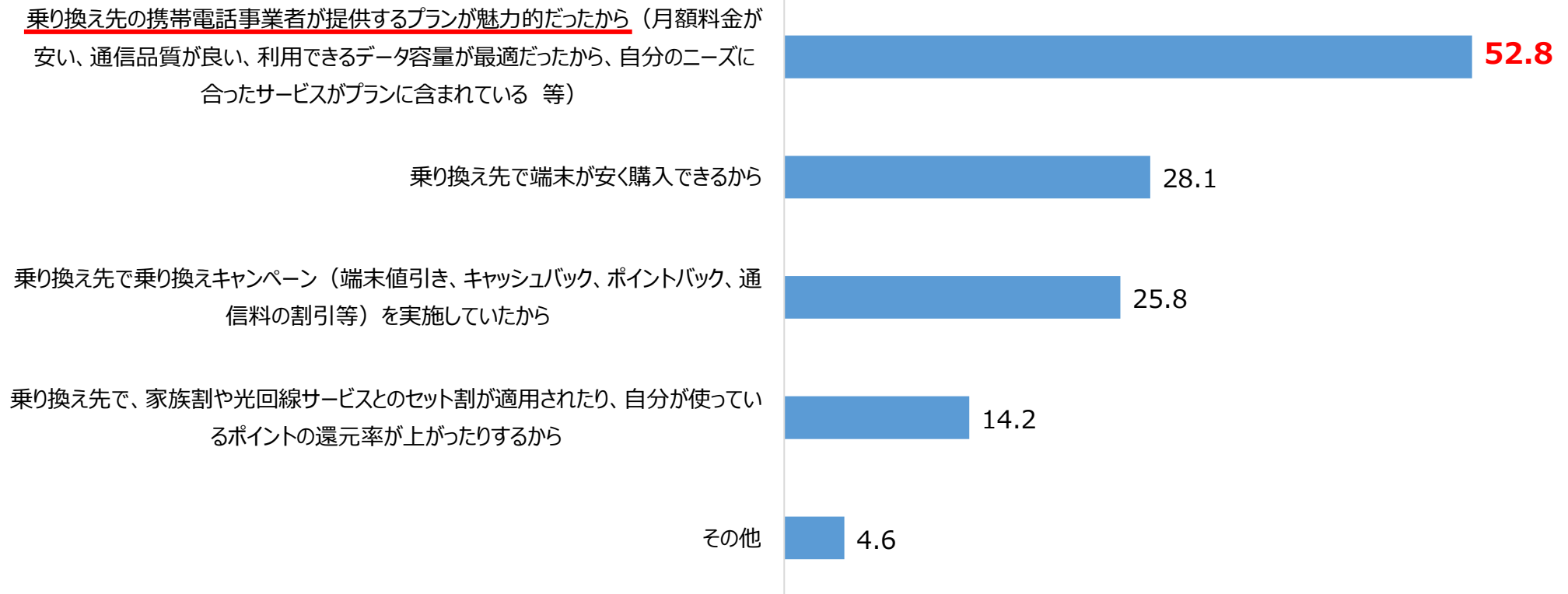
- 携帯電話事業者を乗り換えた理由として「乗り換え先の携帯電話事業者が提供するプランが魅力的だった」と回答する者が最も多く、5割を超える。

● 携帯電話会社を乗り換えた理由

2026年9月

n=2431

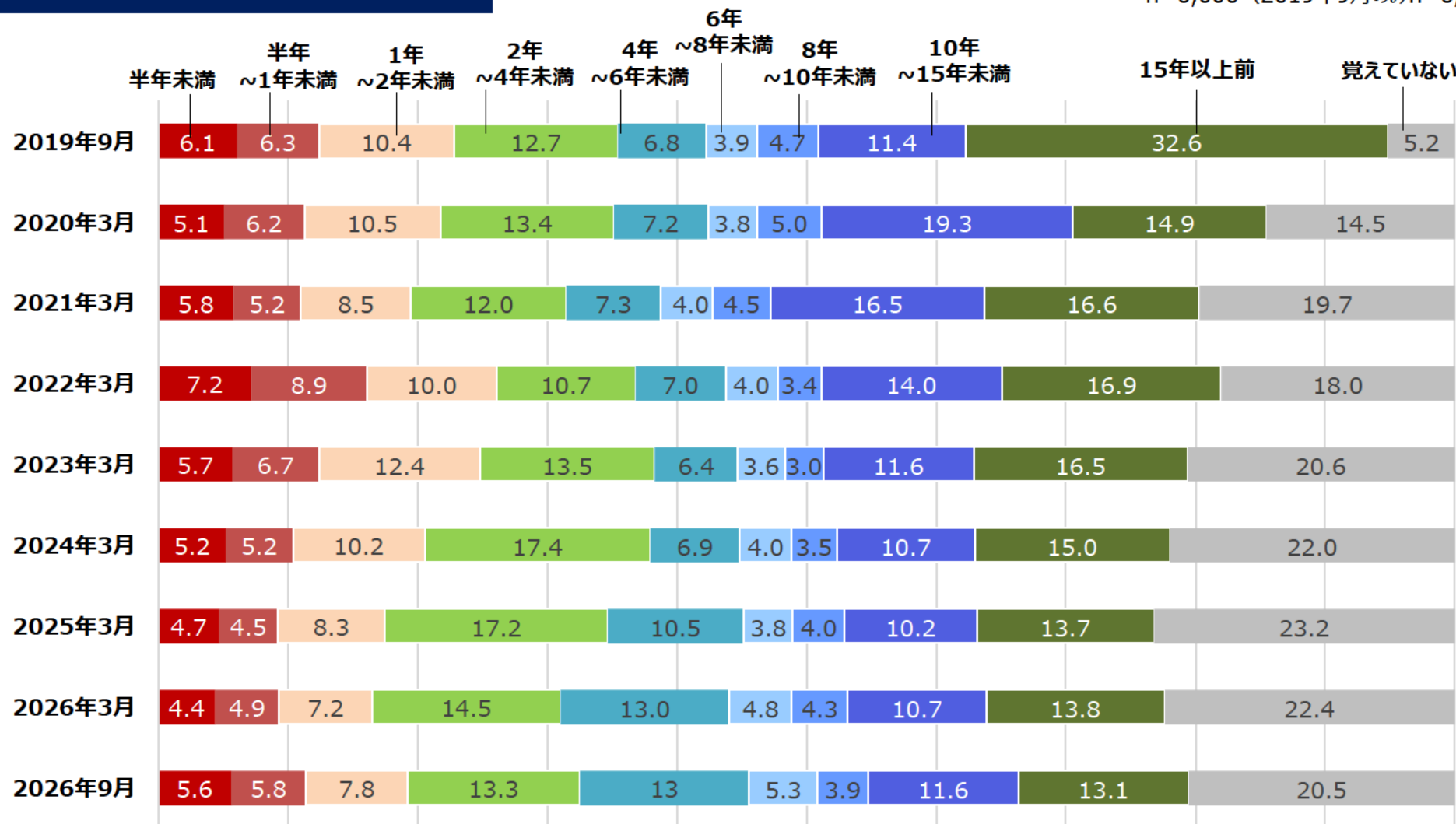
（複数回答）



○ 現在契約している携帯電話事業者との契約期間については、大きな変化がない。

●現在契約している携帯電話会社との契約期間

n=6,000（2019年9月のみn=6,001）



- 2026年度の調査は現在実施中（調査件数：200件程度）。
- 2025年度の調査では、違反が疑われる事案なし（調査件数：75件）。
- 2024年度の調査では、全体の違反件数は14件であり、2023年度調査と同等水準（調査件数：550件）。

		全体	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル
2024年度の調査結果						
調査件数		550	150	150	150	100
	違反と判断される事案	14 (2.5%)	3 (2.0%)	2 (1.3%)	9 (6.0%)	0 (0.0%)
	I 利用者に対する端末の購入等を行うことを条件とする原則 4 万円の上限を超える利益提供の提示	4 (0.7%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	2 (1.3%)	0 (0.0%)
	II SIMのみ新規契約における 2 万円を超える利益提供の提示	7 (1.3%)	2 (1.3%)	1 (0.7%)	4 (2.7%)	0 (0.0%)
	I・II 両方の違反と判断される事案	3 (0.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	3 (2.0%)	0 (0.0%)
【参考】前回（2023年度）の調査結果						
	違反と判断される事案又は違反が疑われる事案	15/556 (2.7%)	7/152 (4.6%)	4/152 (2.6%)	3/152 (2.0%)	1/100 (1.0%)
	I 利用者に対する端末の購入等を行うことを条件とする原則 4 万円の上限を超える利益提供の提示	12 (2.2%)	7 (4.6%)	2 (1.3%)	2 (1.3%)	1 (1.0%)
	II SIMのみ新規契約における 2 万円を超える利益提供の提示	3 (0.5%)	0 (0.0%)	2 (1.3%)	1 (0.7%)	0 (0.0%)
【参考】前々回（2022年度）の調査結果						
違反と判断される事案又は違反が疑われる事案		41/530 (7.7%)	12/150 (8.0%)	10/150 (6.7%)	18/150 (12.0%)	1/80 (1.3%)

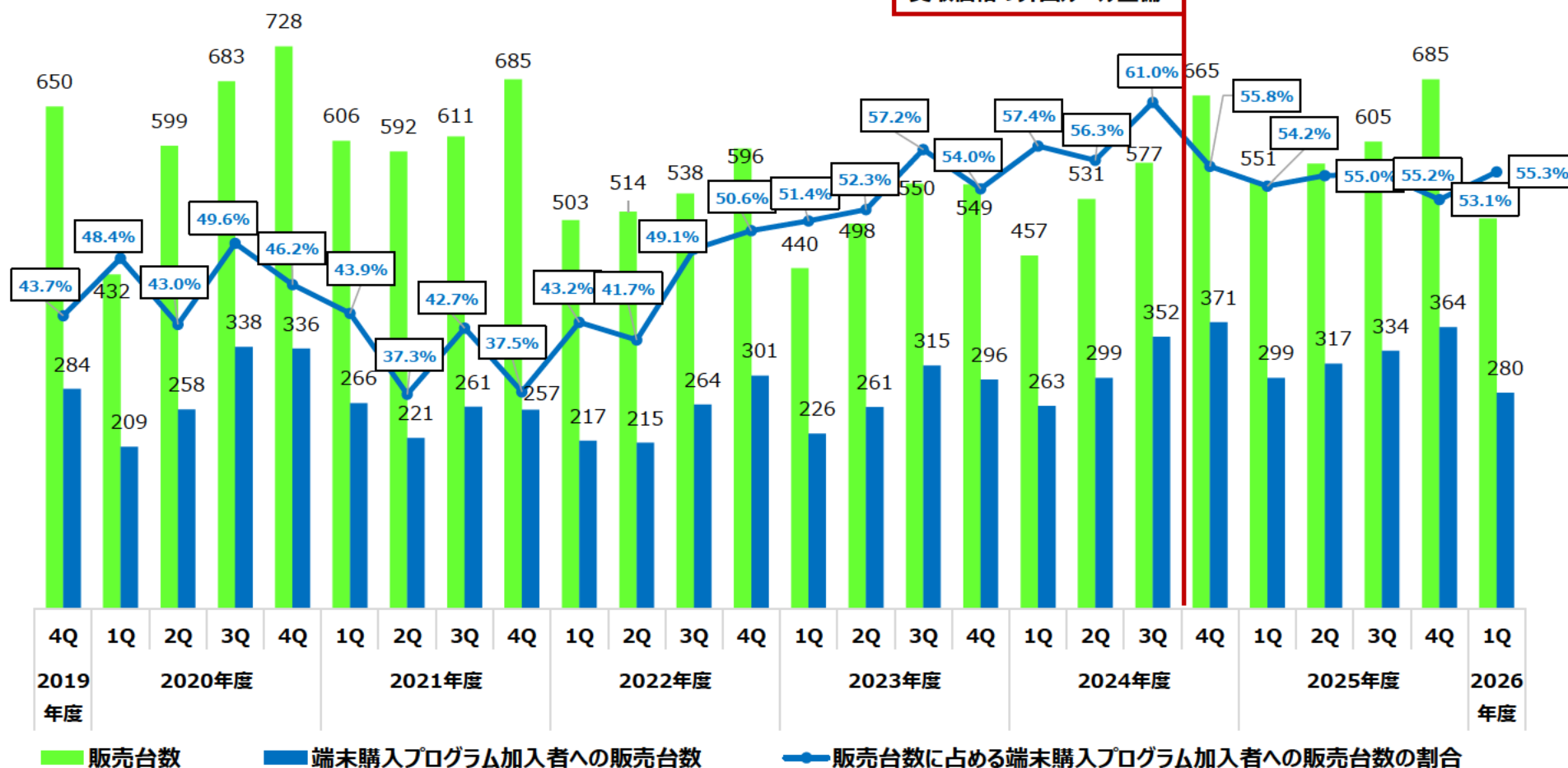
端末購入プログラム加入者への端末販売台数の割合（MNO 3 者）

28

- 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、2022年度第2四半期から増加傾向にあり、2024年度第3 四半期には60%を超えている。

● 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）

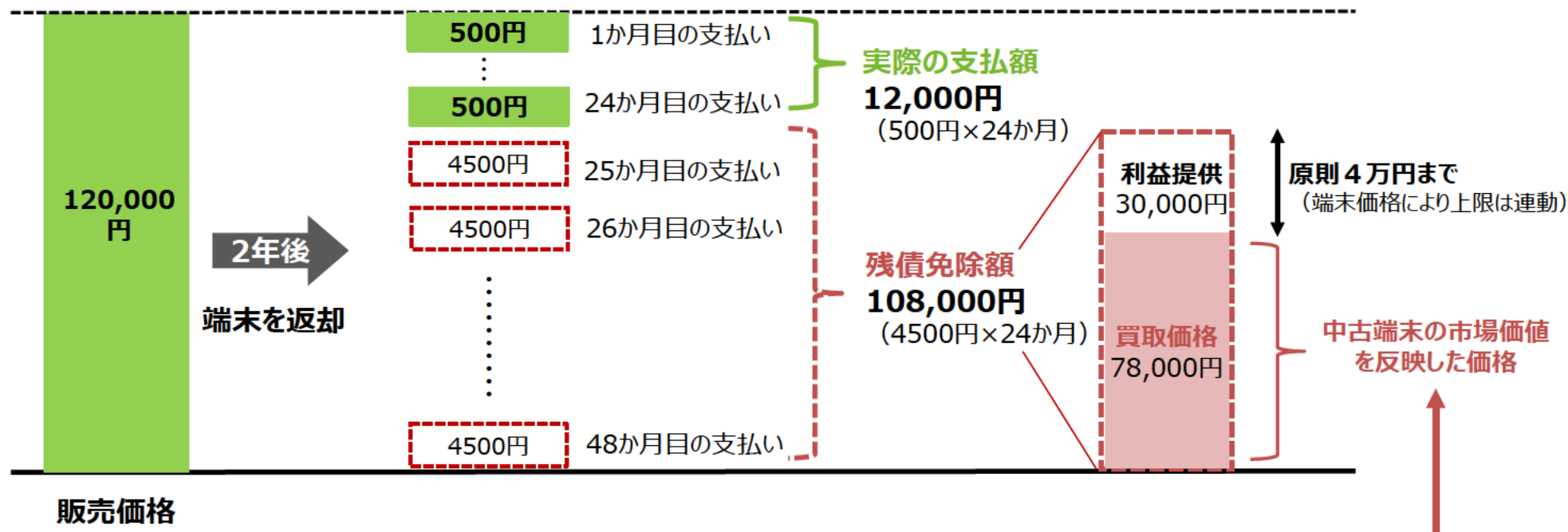


※一部データについて暫定値を使用。

出典：令和2年総基料第142号に基づく報告

- 端末購入プログラムとは、携帯電話事業者から端末を分割払いで購入した者（回線契約の有無は問わない）が、一定期間後にその端末を事業者に戻却することで、端末の残りの支払い（例：24か月間分）が免除される仕組み。
- 携帯電話事業者は、端末購入プログラムを提供する上で、買取価格を算出する必要がある。

【例】 端末購入プログラムを利用して、定価120,000円、分割期間48か月（4年間）のスマートフォンを購入する場合

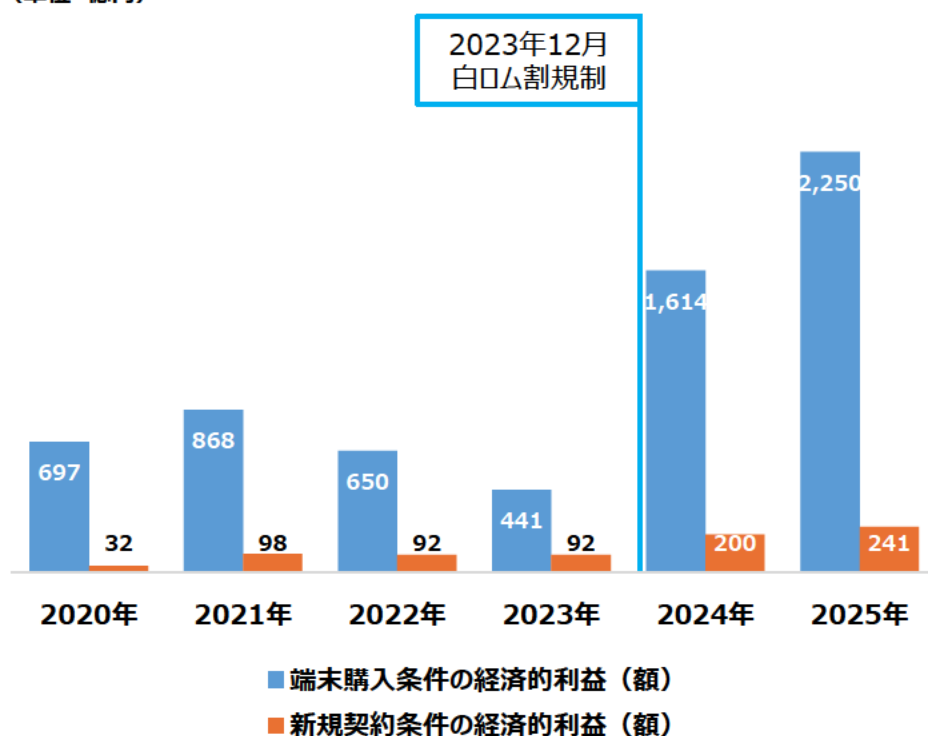


「端末の販売価格 × 残価率」で算出。
残価率の算出には、中古端末事業者の買取実績（RMJが公表）を使用。

- 規律対象事業者、代理店による端末の購入を条件とする経済的利益の提供額は増加傾向。
注 2023年12月27日以前は、「白ロム割」が規律対象となっていなかったため、「白ロム割」による規律対象外の利益提供が行われていたことに留意が必要。
- 規律対象事業者、代理店による新規契約を条件とする経済的利益の提供額は増加傾向であるものの、端末購入を条件とする利益提供の額に比べると相対的に少ない。

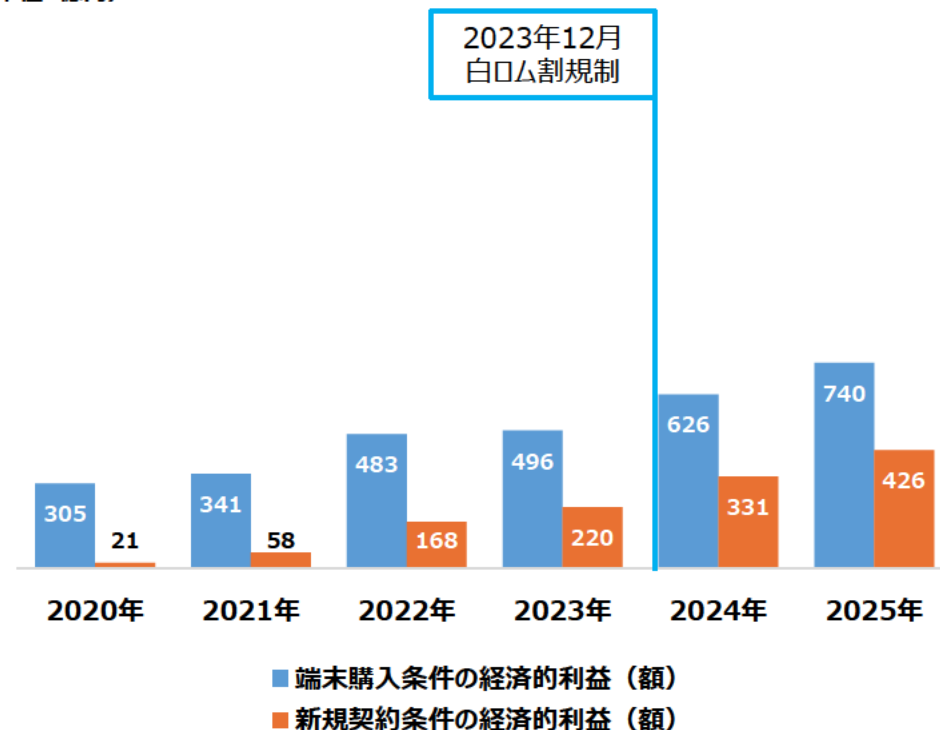
● 端末の購入/新規契約を条件とする利益提供（額）【事業者】

（単位 億円）



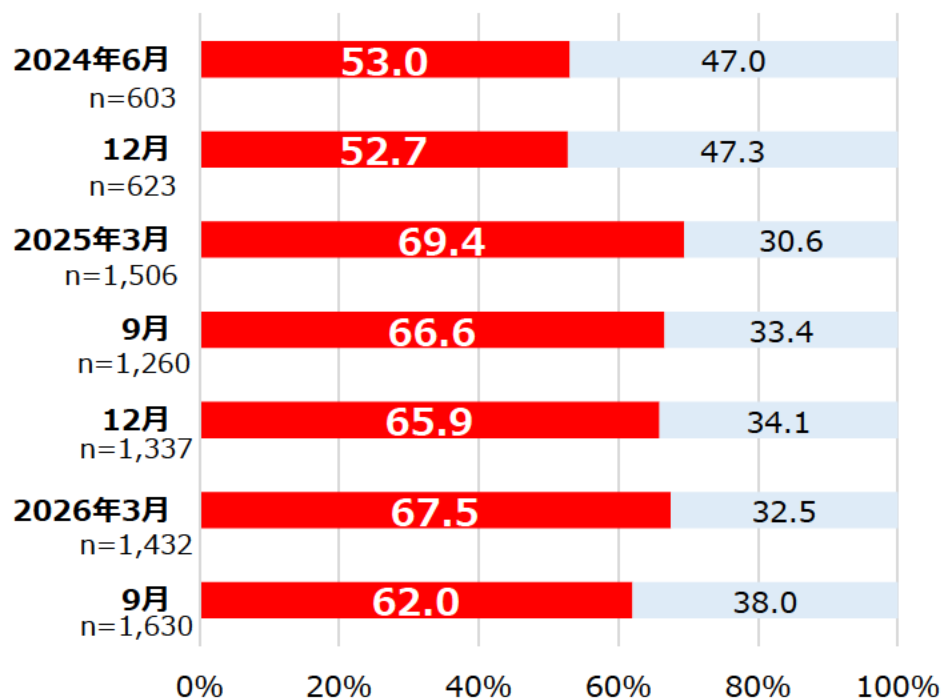
● 端末の購入/新規契約を条件とする利益提供（額）【代理店】

（単位 億円）



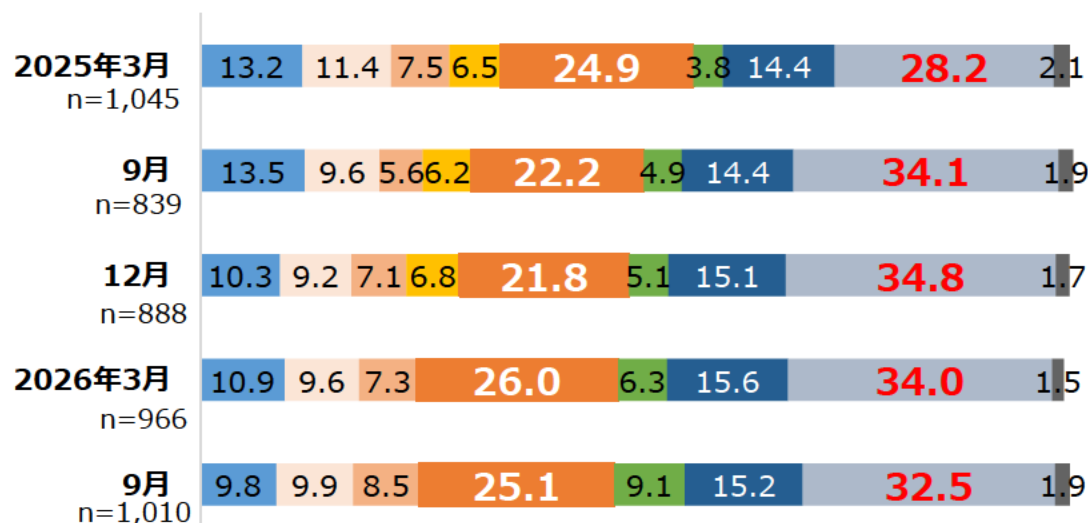
- 端末購入プログラムに加入中又は加入していた者で「端末購入プログラムで端末を返却したことがない」と回答する者が約6割～7割を占め、その理由として「覚えていない」が最も多く、次いで「現在使っている端末を引き続き使い続けたかったから」が多い。

● 端末購入プログラムで端末を返却した経験



- 端末購入プログラムで端末を返却したことがない
- 端末購入プログラムで端末を返却したことがある

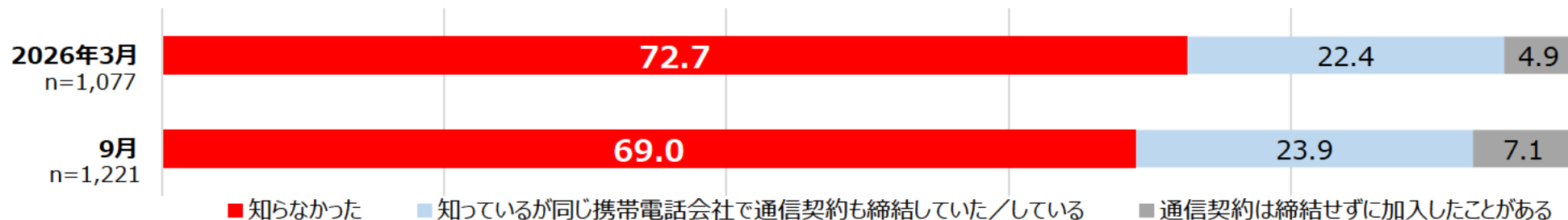
● 端末購入プログラムで端末を返却しなかった理由



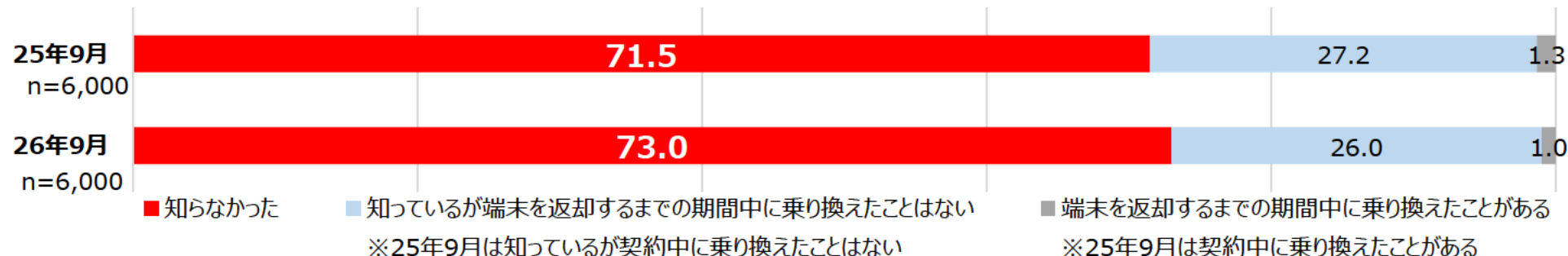
- 端末購入プログラムは現在利用中の端末での加入が初めてであり、まだ返却時期ではないため
- 一定期間経過後に返却できるという仕組みを知らなかったから
- 一定期間（例：24か月）経過後、端末の分割支払い額が高くなることを知らなかったから
- 返却期間経過後の月々の端末の分割支払い額が変わらなかった、あるいは返却期間前よりも安くなったから
- 現在使っている端末を引き続き使い続けたかったから
- 返却期間に端末を返却しそびれてしまったから
- 端末の返却手続きが面倒だから
- 覚えていない
- その他

- 端末購入プログラムは通信契約なしでも加入できること、利用中でもキャリアを変更できること、プログラム利用料免除のために次端末を購入する際に通信契約が不要であることを「知らなかった」と回答する者の割合が約7割～9割程度と認知度が低い傾向。

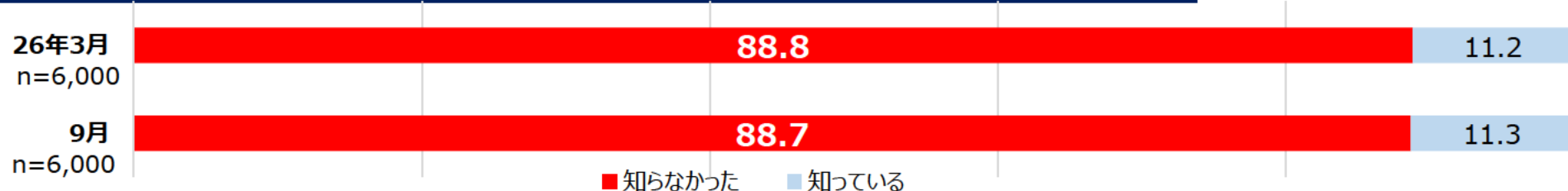
● 端末購入プログラムは通信契約なしでも加入できる旨の認知度



● 端末購入プログラム利用中でもキャリアを変更できる旨の認知度



● 端末購入プログラムの利用料免除のための次端末購入時に通信契約不要である旨の認知度



- 規律対象事業者が支払う代理店への支払金について、2024年度の支払金の合計は1兆2,349億円であり、そのうち販売奨励金の割合は60%であり、昨年度から4%減少した（2020年度比+8%）。
- 販売奨励金のうち端末販売に係るものは、合計金額が1,949億円（前年度比▲15.1%）であり、減少傾向。

(単位 億円)

