競争ルールの検証に関する報告書2024

2024年９月

電気通信市場検証会議

競争ルールの検証に関するＷＧ

目次

第１章　はじめに 1
第２章　モバイル市場の競争環境に関する検証 2
　１　報告書 2023 の公表以降の取組 2
　　（１）報告書2023における主な提言 2
　　（２）報告書2023の公表以降の総務省等における取組 3
　２　事業法第 27 条の３の執行状況 5
　　（１）事業法第27条の３の規律の見直し（令和５年省令等の改正） 5
　　（２）覆面調査の結果等の規律の遵守状況 8
　３　モバイル市場の現況と分析 15
　　（１）分析の視点及び手法 15
　　（２）通信市場の動向 16
　　（３）端末市場の動向 63
第３章　モバイル市場に係る課題 85
　１　モバイル市場競争促進プランを踏まえた見直しの基本的考え方 85
　２　中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策 86
　　（１）ネットワーク利用制限 86
　　（２）端末の下取りサービス 101
　　（３）不良在庫端末特例 104
　　（４）ミリ波対応端末 111
　３　モバイル市場の競争を一層促進させるための実効性の高い対策 132
　　（１）指定事業者の基準・通信料金割引規制 132
　４　その他モバイル市場の競争促進に資する対策 153
　　（１）通信モジュール 153
　　（２）端末購入プログラム 157
第４章　おわりに 165
各種資料 168

第１章　はじめに

2019年５月、通信料金と端末代金の分離、行き過ぎた囲い込みの禁止等を内容とする電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第５号。以下「改正法」という。）が成立し、同年10月に施行された。

本ＷＧは、2020年４月から、「電気通信市場検証会議」（座長 大橋　弘 東京大学副学長・東京大学公共政策大学院 教授）の下に開催されるＷＧとして、改正法の効果・影響や、料金等の提供条件、事業者間の競争環境等の評価・検証を実施しているものである。

本ＷＧでは、改正法の施行後、2020年度から継続して評価・検証を行ってきており、2020年10月に「競争ルールの検証に関する報告書2020」（以下「報告書2020」という。）を、2021年９月に「競争ルールの検証に関する報告書2021」（以下「報告書2021」という。）を、2022年９月に「競争ルールの検証に関する報告書2022」を、2023年９月に「競争ルールの検証に関する報告書2023」（以下「報告書2023」という。）を公表した。

それぞれの報告書においては、電気通信事業法（昭和59年法律第86号。以下「事業法」という。）第27条の３の執行の状況やモバイル市場の現況について分析・評価を行い、報告書2023では改正法の施行から３年が経過したことを踏まえた見直しの検討を行い見直し策を示した。

こうした中、2023年11月２日に閣議決定された「デフレ完全脱却のための総合経済対策」に携帯電話の料金やサービスの競争促進が盛り込まれ、さらに、総務省においても、モバイル市場競争促進プランを2023年11月に公表するなど、引き続き、モバイル市場の競争促進は重要な課題となっている。

このような状況を踏まえ、モバイル市場の現況を分析・評価するとともに（第２章）、モバイル市場競争促進プランを踏まえた対策の検討を行った（第３章）。

今般、これらの点についての本ＷＧにおける検証と検討の結果を「競争ルールの検証に関する報告書2024」として取りまとめ、公表する。

第２章　モバイル市場の競争環境に関する検証

１　報告書2023の公表以降の取組

（１）報告書2023における主な提言

報告書2023においては、改正法施行以降のモバイル市場の競争環境に関する評価・検証及び同市場における個別の課題についての検討の結果として、主に次の点について提言した。

○　既往契約の解消状況

不適合拘束条件（違約金1,000円超、期間拘束２年超等）の解消時期として設定した2023年末をもって、改正法の施行日（2019年10月１日）より前に約された事業法第27条の３の規定に適合していない条件の契約（以下「既往契約」という。）の更新に係る特例（３Ｇ契約に係る部分を除く）を廃止するよう規定の整備を行うことが適当である。

○　事業法第27条の３の規律の見直し

「通信料金と端末代金の完全分離」「行き過ぎた囲い込みの禁止」という改正法の考え方を維持しつつ、MNO３者[1]以外の事業者の競争力を高める環境の整備や制度運用上の課題等を解消するため、①上限２万円規制、②継続利用割引規制、③指定事業者の範囲等について見直すことが適当である。

○　サービス利用意思を伴わない乗換えの抑止

他の事業者において事業の妨げとなっている事実が判明したにもかかわらず、他の事業者への専らMNPを行うことを目的としたサービス利用意思を伴わない乗換え行為を防ぐための適切な措置を講ずることなくMNPによる新規加入を優遇することは業務改善命令（事業法第29条第１項第12号）の対象となり得ることをガイドラインにおいて明確化することが適当である。

○　短期解約ブラックリスト

利用者が「短期解約を行ったことがある」ということのみを理由として

[1] 「MNO３者」とは、株式会社NTTドコモ（以下「NTTドコモ」という。）、KDDI株式会社（以下「KDDI」という。）及びソフトバンク株式会社（以下「ソフトバンク」という。）のことをいう。

役務提供拒否をすることは事業法第121条第１項に違反し、業務改善命令の対象となり得ることをガイドラインにおいて明確化することが適当である。

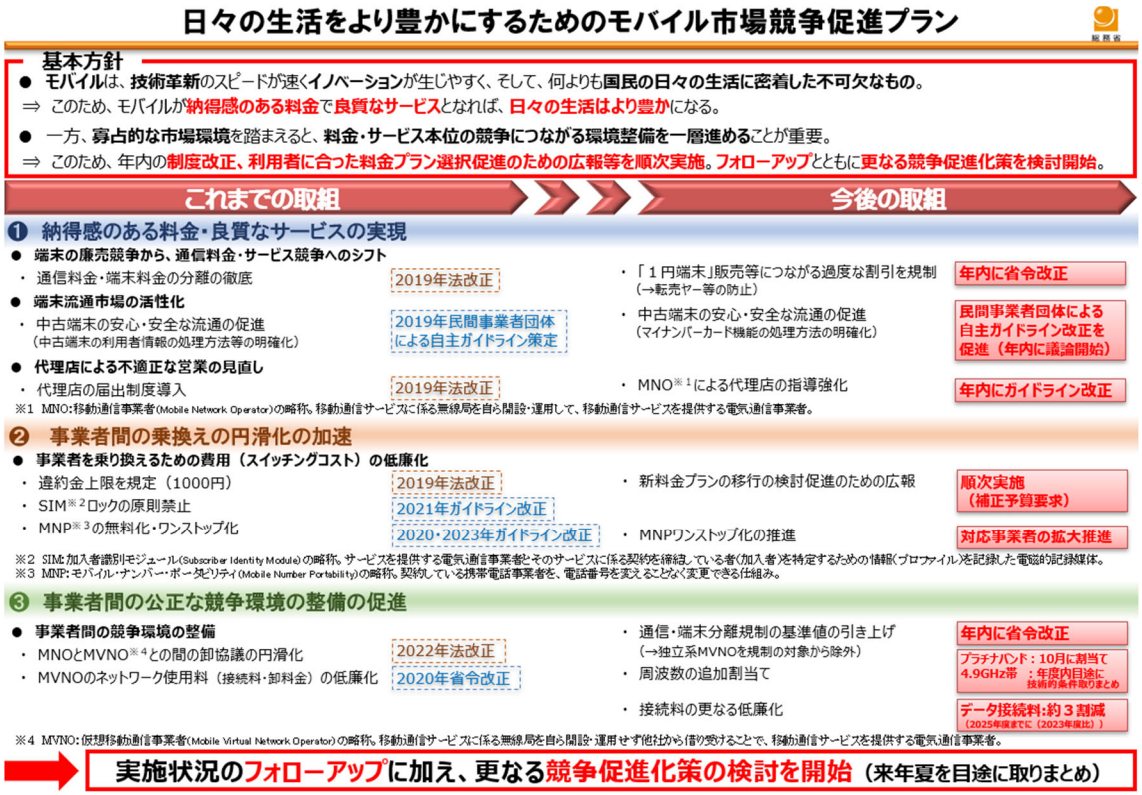
（２）報告書2023の公表以降の総務省等における取組

（１）の提言も踏まえ、報告書2023の公表以降の総務省等における主な取組は、次のとおりである。

○　「モバイル市場競争促進プラン」の公表

2023 年 11 月２日に閣議決定された「デフレ完全脱却のための総合経済対策」に携帯電話の料金やサービスの競争促進が盛り込まれたことを踏まえ、総務省は、３つの柱（①納得感のある料金・良質なサービスの実現、②事業者間の乗換えの円滑化の加速、③事業者間の公正な競争環境の整備の促進）を掲げた「モバイル市場競争促進プラン」を 2023 年 11 月７日に公表した。

【図表Ⅰ　モバイル市場競争促進プラン】



出典：総務省「モバイル市場競争促進プラン」（2023 年 11 月 7 日公表）

○　事業法第27条の３の規律の見直し

第２章２（１）を参照。

○　中古端末市場の流通促進

第２章３（３）ウを参照。

○　新料金プランの移行の検討促進のための広報

総務省は、いつでも自由に容易な手続で料金プランの変更ができるようになったこと等の国民理解の向上を図り、適切な携帯料金プランの選択を促進させるための周知広報事業の予算を要求し、2023年11月29日に成立した令和５年度補正予算に当該事業が盛り込まれた。

○　MNP[2]ワンストップ化の推進

総務省は、MNP手続の円滑化促進のため、2023年５月24日、「携帯電話・PHSの番号ポータビリティに関するガイドライン」について、MNPワンストップに係る改正を行い、同日、MNO４者[3]及び一部MVNOにおいて、MNPワンストップが開始された。

また、総務省は、「モバイル市場競争促進プラン」を踏まえ、主なMVNO事業者の導入予定時期について2023年末に公表し、MNPワンストップ対応事業者の拡大を推進した。

○　「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」の改定

総務省及び公正取引委員会は、専ら MNP を行うことを目的としたサービス利用意思を伴わない乗換え行為やいわゆる短期解約ブラックリストによる役務提供拒否に対する業務改善命令の適用等に係る考え方の整理等のためのガイドラインの改定を行った。

○　消費者団体への説明会の開催

総務省は、2023 年７月、全国消費生活相談員協会、全国消費者団体連絡会、主婦連合会に対し、事業法第 27 条の３の規律の見直しの方向性、2021 年春以降の低廉な新料金プランの提供の状況や利用者による新料金プランへの移行の状況など、モバイル市場の動向に関する説明会を開催した。

---

[2] MNP（モバイルナンバーポータビリティ）とは、携帯電話役務の利用者が携帯電話事業者を変更した場合に、携帯電話番号を変更することなく変更後の携帯電話事業者が提供する携帯電話役務を利用できることをいう。

[3] 「MNO４者」とは、MNO３者及び楽天モバイル株式会社（以下「楽天モバイル」という。）のことをいう。

２　事業法第27条の３の執行状況

（１）事業法第27条の３の規律の見直し（令和５年省令等の改正）

ア　見直しの経緯と主な改正事項

2019 年以前のモバイル市場においては、人気端末の購入に対する過度な利益提供による利用者の誘引や行き過ぎた囲い込み契約が横行しており、通信サービスの適正な競争が阻害され、携帯電話料金が高止まりしていた。こうした状況を是正するため、改正法が同年 10 月に施行され、次の規律が導入された。

- 通信料金と端末代金の分離（上限２万円規制等）
- 行き過ぎた囲い込みの禁止（２年超の期間拘束契約、1,000 円超の違約金等の禁止）

また、この改正法の附則において、改正法の施行後３年を経過した場合には、改正条項の施行状況について検討し、必要に応じて所要の措置を講ずることが定められている。

2019 年の改正法の施行から３年経過後の施行状況を踏まえ、本ＷＧにおいて、規律の見直しの検討を実施し、報告書 2023 に取りまとめた。

報告書 2023 の内容を踏まえ、総務省においては、電気通信事業法施行規則（昭和 60 年郵政省令第 25 号）等の一部改正について、情報通信行政・郵政行政審議会へ諮問のうえ、2023 年 10 月７日から同年 11 月６日までの間、意見募集を行い、その結果及び同審議会からの答申を踏まえ、改正省令等を同年 12 月１日に公布、同年同月 27 日に施行するとともに、「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」（以下「運用ガイドライン」という。）を改正した。主な改正事項は次のとおりである。

（ア）端末割引上限規制

- 端末の購入等をすることのみを条件とすることで上限２万円規制の対象外となる端末値引き（以下「白ロム割」という。）については、上限額の範囲に含める。
- 割引の上限額については、２万円から原則４万円とするが、対照価格が４万円から８万円までの場合にあっては対照価格の50%、４万円以

下にあっては２万円に変更。

（イ）継続利用割引

・　通信料金割引以外の利益の提供についても継続利用割引の規律の対象に含める。

・　継続利用割引の規律対象として、契約時点において将来の継続利用に応じた割引を行うことを約することで、６か月を超える期間にわたって利用者を拘束するものに限定。

（ウ）指定事業者

・　指定事業者の基準について、MVNOに関する基準の割合を0.7%から４%に変更（MNOの基準については変更無し）。

（エ）その他

・　割引の基点である対照価格の下限は、運用ガイドラインにおいて調達価格とされていたが、潜脱を防止する観点から、省令において明確化。

・　端末割引上限規制の例外（不良在庫端末の特例、廉価端末の特例、通信方式変更/周波数変更に対応するための端末の特例）のうち、通信方式変更/周波数変更に対応するための端末の特例を廃止（３Ｇから４Ｇ又は５Ｇへの移行については特例を存置）。

・　既往契約の更新に係る特例（３Ｇ契約に係る部分を除く。）を2023年12月31日をもって廃止。

・　SIMのみ新規契約について、事業者が行う利用者への利益の提供額と販売代理店が行う利用者への利益の提供額の合計が２万円を超えるものは、事業法第27条の３の潜脱行為として、業務改善命令（事業法第29条第１項第12号）の対象となり得る旨を運用ガイドラインにおいて明確化。

イ　事業者の意見

・　転売がどのぐらい減ったかを定量的に評価するのはなかなか難しいが、施行後にはキャリアの乗換え等の件数も少し減少傾向にあると見ており、乗換えによる端末の取得を目的としたような契約というのは一定程度減少していると思われるため、制度見直しは、適正化に寄与しているものと考える。【第 52 回　NTT ドコモ】

・　今般の制度見直しにより、端末の大幅値引きが抑制されて、「転売ヤー」に関する問題などは減少していると考える。初動を見ると、端末値引きによらない競争がかなり進展しつつあると評価している。今後は、指定事業者の見直しも含めた制度変更の影響、あるいは成果に関する詳細な検討が必要であると考える。【第 52 回　KDDI】

・　以前から規律違反が行われないように、サービス企画部門や営業部門と渉外部門との間で情報のやり取りをするというフローを作っており、代理店にはどれぐらい値引きができるかというような情報を出している。また、値引き過ぎが起きないようにシステムでアラートを出すというようなこともやっている。今回の改正に伴い、改めて社内の説明会を実施し、代理店、スタッフへの再周知なども行っている。また、システムや接客ツール、ホームページの更新なども行っている。【第 52 回　ソフトバンク】

・　転売の増減を定量的に図れるものではないが、営業の現場にヒアリングをした結果、おそらく転売は減っていそうだというような感触を得ており、制度見直しは転売解消に一定の効果があったと考える。【第 52 回　ソフトバンク】

・　過去の４年ぐらいに比べ、同月で比較したときに大きく端末の販売数が落ち込んでいる。おそらく値引き幅が小さくなったことの影響により、単月だけではなくて今後も継続していくのではないか。転売がなくなったという良い面がある一方で、最新テクノロジー普及の遅れだとか、あとは代理店の経営が悪化してしまうようなおそれというのが端末の販売数の減少によって引き起こされる可能性があり、その影響の度合いというのは注視していく必要があるのではないか。【第 52 回　ソフトバンク】

・　改正省令施行に先立ち、業務に従事する社員並びに代理店のスタッフに対する説明会、またｅラーニング、その他マニュアル等の更新を行い、施行に備えた。施行後は、適切に法令が遵守されているかをチェックするという観点から、当社独自の覆面調査、値引きデータの定期的なモニタリング、また、社内体制の整備として違反事例に関わる内部通報の窓口並びに広告表示の承認制度の継続などを引き続き行うなど適切な運用を徹底していく。【第 52 回　NTT ドコモ】

・　規律遵守のために、端末の販売価格の変更や広告物記載内容の変更といった施策の見直し、全社員向け研修、代理店向けのｅラーニング、

営業社員向けの説明会といった改正内容に関する研修、また、代理店向け商談資料の改定などを実施。代理店商談資料は、ガイドライン改正内容をしっかりと反映させ、違反事例などの周知徹底を図っている。【第52回　KDDI】

・　制度見直しに際して、既定の社内体制・業務プロセスに則り、制度見直しに係る内容を社内の関連部門に展開するほか、説明会や研修等を通じて、代理店や直営店舗に対しても改正内容等を周知徹底する取組を行っている。【第52回　楽天モバイル】

・　説明会では、改正内容の紹介、解説、それを受けた実際の販売現場でのオペレーションにおける施行後の対応指示といったものを実施している。また、個別のツールの変更点を丁寧に周知している。説明会後は質問への回答等、継続的にフォローを実施している。【第52回　楽天モバイル】

・　コンプライアンス強化に向けた取組としてリスクマネジメントにおける３ラインディフェンスの概念を適用した体制を構築し、複数の視点から改善を行っている。店舗運営においても検知・指導・改善、それを受けた全店舗、全スタッフへの啓発といったサイクルを回すための取組を実施している。これらの取組は、2021 年度の総務省の覆面調査の結果を受けて開始し、2022 年度の覆面調査では、大幅な改善が見られた。今般の制度見直し後もこれらの取組を継続的に行っていくことで現場のオペレーション改善を行っていく。【第52回　楽天モバイル】

（２）覆面調査の結果等の規律の遵守状況

ア　報告書2023の提言概要とMNO４者の取組

報告書 2023 においては、2022 年度覆面調査の結果に対して、MNO４者が販売代理店の店員の誤認識等により利用者に誤解を与える説明を行ったことが原因である旨の回答をしていることを踏まえ、MNO４者は、次の措置を講ずることが適当であると提言した。

- **販売代理店と利用者との間で誤解が生じないよう、単体購入用とセット購入用で在庫が分かれていない旨や単体販売の価格が明示されている店頭の広告物（ポスター等、価格訴求を行うもの）等を活用した説明の徹底**

・　販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化（上限２万円規制についてのｅラーニングや理解度テストの実施等を必須にする等。）

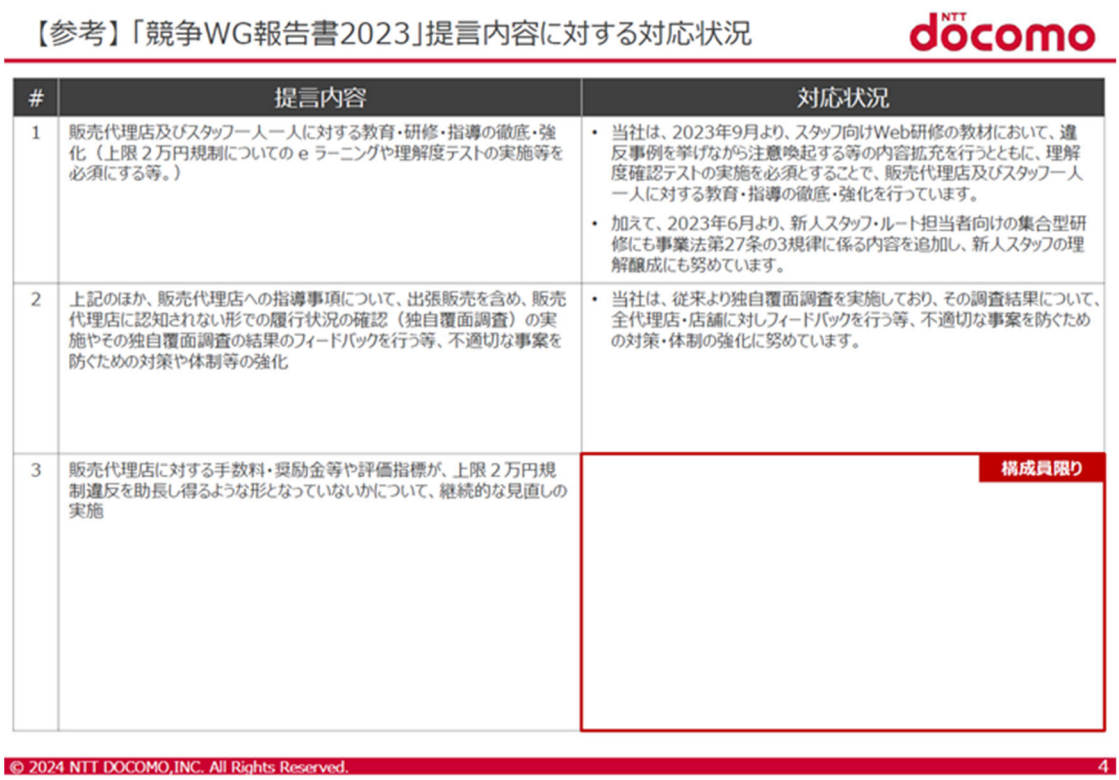
・　上記のほか、販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化

・　販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限２万円規制違反を助長し得るような形となっていないかについて、継続的な見直しの実施

MNO４者は、報告書 2023 の提言を踏まえた対応として、スタッフや販売代理店に対する研修や独自覆面調査の実施、販売代理店に対する手数料、奨励金等や評価指標の市場環境等を踏まえた適宜見直しを実施している。

【図表Ⅱ－１　報告書 2023 の提言を踏まえた取組（規律の遵守状況）】

【NTT ドコモ発表資料】

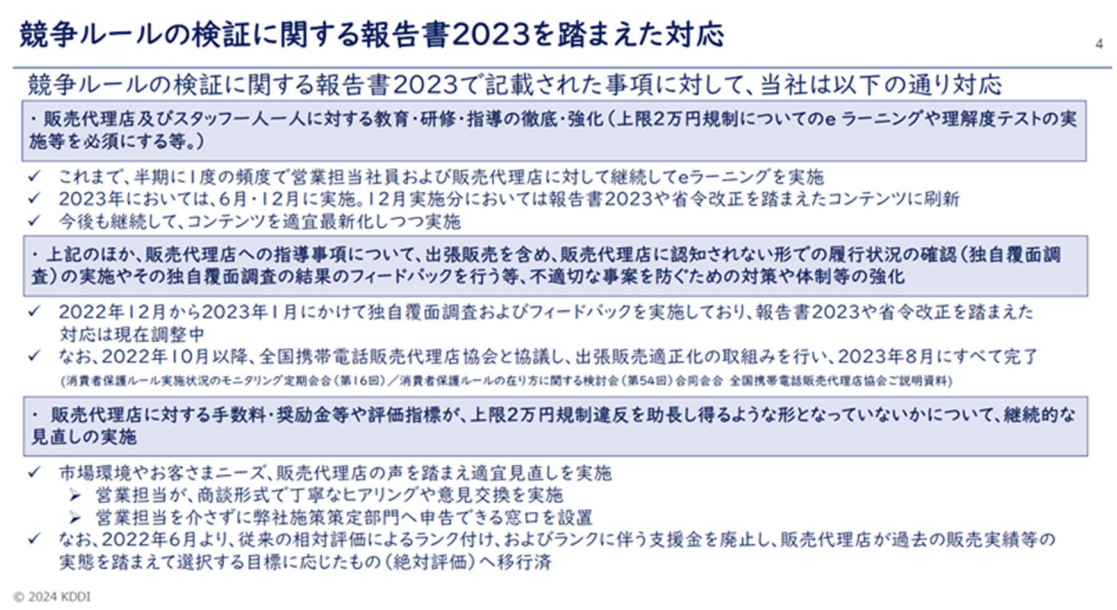


【参考】「競争WG報告書2023」提言内容に対する対応状況

#	提言内容	対応状況
1	販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化（上限２万円規制についてのｅラーニングや理解度テストの実施等を必須にする等。）	・当社は、2023年9月より、スタッフ向けWeb研修の教材において、違反事例を挙げながら注意喚起する等の内容拡充を行うとともに、理解度確認テストの実施を必須とすることで、販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・指導の徹底・強化を行っています。 ・加えて、2023年6月より、新人スタッフ・ルート担当者向けの集合型研修にも事業法第27条の3規律に係る内容を追加し、新人スタッフの理解醸成にも努めています。
2	上記のほか、販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化	・当社は、従来より独自覆面調査を実施しており、その調査結果について、全代理店・店舗に対しフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策・体制の強化に努めています。
3	販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限２万円規制違反を助長し得るような形となっていないかについて、継続的な見直しの実施	構成員限り

© 2024 NTT DOCOMO,INC. All Rights Reserved.

【KDDI 発表資料】



競争ルールの検証に関する報告書2023を踏まえた対応

競争ルールの検証に関する報告書2023で記載された事項に対して、当社は以下の通り対応

・販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化（上限2万円規制についてのe ラーニングや理解度テストの実施等を必須にする等。）

- ✓ これまで、半期に1度の頻度で営業担当社員および販売代理店に対して継続してeラーニングを実施
- ✓ 2023年においては、6月・12月に実施。12月実施分においては報告書2023や省令改正を踏まえたコンテンツに刷新
- ✓ 今後も継続して、コンテンツを適宜最新化しつつ実施

・上記のほか、販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化

- ✓ 2022年12月から2023年1月にかけて独自覆面調査およびフィードバックを実施しており、報告書2023や省令改正を踏まえた対応は現在調整中
- ✓ なお、2022年10月以降、全国携帯電話販売代理店協会と協議し、出張販売適正化の取組みを行い、2023年8月にすべて完了

（消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合（第16回）／消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第54回）合同会合 全国携帯電話販売代理店協会ご説明資料）

・販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限2万円規制違反を助長し得るような形となっていないかについて、継続的な見直しの実施

- ✓ 市場環境やお客さまニーズ、販売代理店の声を踏まえ適宜見直しを実施
  - ➢ 営業担当が、商談形式で丁寧なヒアリングや意見交換を実施
  - ➢ 営業担当を介さずに弊社施策策定部門へ申告できる窓口を設置
- ✓ なお、2022年6月より、従来の相対評価によるランク付け、およびランクに伴う支援金を廃止し、販売代理店が過去の販売実績等の実態を踏まえて選択する目標に応じたもの（絶対評価）へ移行済

© 2024 KDDI

【ソフトバンク発表資料】

【参考】事業法遵守取り組み　3

「競争ルールの検証に関する報告書2023」を踏まえた取り組み（従前の取り組み）	代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化	● 事業法第27条の3の規律遵守に関する定期的な周知・eラーニング研修等による代理店/スタッフへの指導徹底 （重点事項については適宜内容に反映）
	独自覆面調査の実施や不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化	● 出張販売を含む独自覆面調査の実施（不適切事例の発覚時にはその後の是正対応 ） ● サービス企画部門・営業部門と渉外部門間での確認フロー（サービス企画部門・営業部門が検討する各施策について、施策開始前に渉外部門に確認し、渉外部門にて事業法第27条の3の規律該当性を確認）を整備 ● 代理店への端末購入補助額の通知（昨年12月にルール改定された上限額に更新） ● システムでのアラート表示（事業法第27条の3違反となる端末割引の設定を行うとアラートが表示される仕組み）
	代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限規制違反を助長し得るような形となっていないか継続的な見直しの実施	● お客さまや代理店への影響も踏まえて、不適切な販売かつ事業法第27条の3の違反を助長させないように適正に設定 （市場環境や状況も踏まえて適宜見直しを実施）

© 2024 SoftBank Corp.

【楽天モバイル発表資料】

既に講じている取組について（報告書2023を踏まえた取組）

ヒアリング事項

❑ 販売の現場で不適切な対応を防止するために既に講じている取組と今後講じる予定の取組（出張販売に関する取組含む。）は何か（例えば、販売代理店及びスタッフに対する研修等の実施、独自覆面調査の実施、事業法第27 条の３の違反を助長する可能性のある手数料・奨励金体系の見直しの検討・実施など）。

「競争ルールの検証に関する報告書2023」を踏まえた取組の実施状況

➢ 「競争ルールの検証に関する報告書2023」における提言されたことについて、当社では以下の取組を講じております。

✓ 販売代理店及びスタッフ一人一人に対する教育・研修・指導の徹底・強化（上限２万円規制についての ｅ ラーニングや理解度テストの実施等を必須にする等。）
⇒上限2万円規制等について、四半期コンプライアンス研修において定期的に説明しております。
また、規制に関する資料について、スタッフ用の研修システムで常時確認可能です。

✓ 販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化
⇒ p2でご説明した通り、当社は社内覆面調査を実施し、店舗運営における「検知→指導→改善→啓発」のサイクルをまわす取組を実施しております。

✓ 販売代理店に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限２万円規制違反を助長し得るような形となっていないかについて、継続的な見直しの実施
⇒p3でご説明した通り、店舗運営会社へ評価指標について説明をする際は、指標の所感についても確認し、その結果を受け適宜見直しを行っております。

R　4

出典：本WG（第 57 回）（2024 年６月 12 日）参考資料１～４

イ　2023年度覆面調査の結果

報告書 2023 において、総務省は、覆面調査等を通じて、販売現場において不適切な行為が行われていないかを確認することが必要であるとの提言があった。

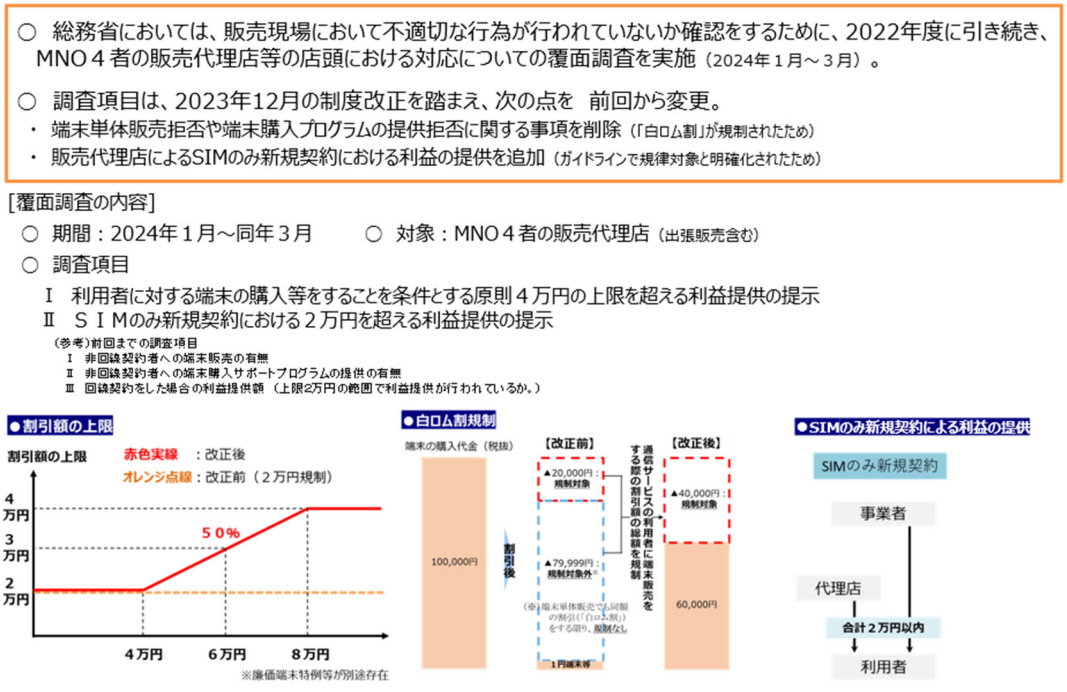
その提言を踏まえ、総務省においては、販売現場において不適切な行為が行われていないか確認をするために、2022 年度に引き続き、MNO４者の販売代理店等の店頭における対応についての覆面調査を実施した。

2023 年度覆面調査においては、2023 年 12 月の制度改正により「白ロム割」が規制されたことから、これまで調査対象となっていた端末単体販売拒否や端末購入プログラムの提供拒否に関する事項は調査項目から削除するとともに、報告書 2023 の提言を踏まえて運用ガイドラインにおいて明確化された販売代理店による SIM のみ新規契約における利益の提供に係る事項を調査項目として追加した。具体的な調査項目は次のとおりである。

（Ⅰ）利用者に対する端末の購入等をする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

（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

【図表Ⅱ－２　2023 年度覆面調査の概要】



その結果としては、全体では、前回の調査結果よりも大幅に改善し、違反と判断・疑われる事案の割合は半分以下に低下した。各社ごとに見ても、違反と判断・疑われる事案の割合は、各社とも改善されており、楽天モバイルが２年連続で最も良い結果であった。また、ソフトバンクは、前回と比較し、大幅に改善され、２番目に良い結果であった。

【図表Ⅱ－３　2023 年度覆面調査の結果について】

	全体	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル
調査件数	556	152	152	152	100
違反と判断される事案又は違反が疑われる事案が確認された件数(割合)	15 (2.7%)	7 (4.6%)	4 (2.6%)	3 (2.0%)	1 (1.0%)
[1] 違反と判断される事案	14 (2.5%)	6 (3.9%)	4 (2.6%)	3 (2.0%)	1 (1.0%)
Ⅰ 利用者に対する端末の購入等をする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	11	6 (3.9%)	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 (0.0%)	2 (1.3%)	1 (0.7%)	0 (0.0%)
[2] 違反が疑われる事案	1 (0.2%)	1 (0.7%)	-	-	-
Ⅰ 利用者に対する端末の購入等をする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	1	1 (0.7%)	-	-	-
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	0	0 (0.0%)	-	-	-
【参考】前回の調査結果	41/530 (7.7%)	12/150 (8.0%)	10/150 (6.7%)	18/150 (12.0%)	1/80 (1.3%)

※表中の割合は、小数点第２位を四捨五入しているため、内訳を足し上げても必ずしも合計とは一致しない。

ウ　構成員の意見

・　覆面調査の結果が総じて、大変改善される点ということに安堵しているが、NTTドコモの事案に、頭金関連の勘違いがあったという点が気になった。かねてから各代理店によって頭金の扱いが異なるということがあり、今回の事案は、ショップスタッフがそれを難しいと感じられているが反映されたものと思われる。それはユーザーとっても同様であることから、頭金と呼ばないこということも含めて、ぜひ今後とも検討いただければと思う。【第57回　西村（真）構成員】

・　前年度と比べると、随分改善されている。これは、これまでの施策の効果と、MNO４者の御協力、御努力の賜だと感じている。【第57回　新美主査】

エ　考え方

2023 年度覆面調査の結果について、全体では 2022 年度覆面調査の結果よりも大幅に改善し、違反と判断・疑われる事案の割合は半分以下に低下しており、また、各社とも改善されている状況である。このため、各社がこれまで行ってきた取組の効果により、規律の遵守が図られつつあると考えられる。

他方で、一部の販売代理店等において違反と判断・疑われる事案が確認されたが、今回の調査では、店舗として不適切な割引金額を設定等するといった事案は確認されず、キャリア各社からは、販売代理店の店員、特に新人スタッフ等の習熟不足や誤認を原因とした不適切な案内・不十分な案内が実施されたとの回答があった。

このため、MNO は引き続き、次の措置を継続して取り組むことが適当である。

・　スタッフ一人一人に対する研修・教育・指導の徹底・強化

・　販売代理店への指導事項について、出張販売を含め、販売代理店に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）の実施やその独自覆面調査の結果のフィードバックを行う等、不適切な事案を防ぐための対策や体制等の強化

また、総務省においては、引き続き覆面調査等を通じて規律の遵守状況を確認することが適当である。

３　モバイル市場の現況と分析

（１）分析の視点及び手法

ア　分析の視点

今回の評価・検証では、改正法の効果やモバイル市場への影響について、継続的な分析を行うとともに、報告書2023における提言やそれ以降の状況の変化等を踏まえた分析を行う。

具体的には、改正法の効果やモバイル市場への影響について、事業者からの報告その他公表データの定量的・定性的な分析や利用者への意識調査を通じ、季節変動等の経年変化や対前年度比といった過去との比較も含めた分析を行うこととする。

特に、MNO３者の廉価プラン等[4]への移行の状況等の分析を通じ、廉価プラン等がMVNOとの競争環境に与える影響等のモバイル市場に与える影響について検証することとする。

加えて、大容量や５Ｇプラン、音声通話料金（従量制料金）の提供状況についても確認を行うこととする。

イ　分析の手法

報告書2023での分析と同様に、通信市場の動向及び端末市場の動向について、一つの指標等により分析を行うのではなく、

- 総務省において報告規則や報告徴収、要請に基づき事業者等から報告を受けることとなっているデータ等を用いた定量的な分析
- 事業者、業界団体からのヒアリングや公開情報を通じた市場の動向の把握等の定性的な分析
- アンケートによる利用者の意識調査等による利用者の意識の分析

等により、総合的に行う。

今回の分析・評価に当たっては、具体的に次のデータ等を用いて行った。

- 総務省において報告規則や報告徴収、要請に基づき事業者等から報告を受けることとなっているデータについては、原則としてMNO３者の

[4] 「NTTドコモ (ahamo)」、「au (povo)」、「UQ mobile」、「SoftBank (LINEMO)」、「Y!mobile」をいう。

データは2019年４月から2024年３月までのものを、その他の指定事業者のデータは2019年10月から2024年３月までのものを使用した。なお、MNO４者の価格帯別売上状況については2020年10月から2024年３月までのものを、MNO３者の廉価プラン等への移行の状況については2021年１月から2024年３月までのものを使用した。

・　利用者の意識調査について、総務省で実施したアンケート調査の結果（2019年９月から2024年３月までの間の四半期ごとの結果）を使用した。

・　ヒアリングは次の事業者・団体から実施した。

- 第49回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、（一社）テレコムサービス協会MVNO委員会（以下「MVNO委員会」という。）
- 第50回会合：（一社）全国携帯電話販売代理店協会（以下「全携協」という。）、（一社）情報通信ネットワーク産業協会（以下「CIAJ」という。）、クアルコムジャパン合同会社（以下「クアルコム」という。）、（一社）リユースモバイル・ジャパン（以下「RMJ」という。）、

以上のほか、関係事業者の決算資料その他の公開資料を使用した。

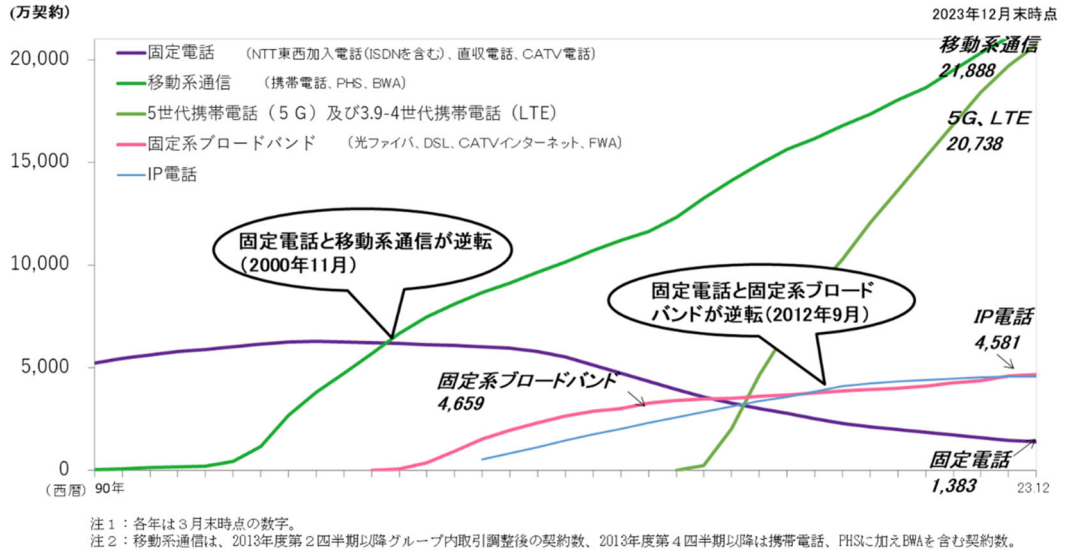
（２）通信市場の動向

ア　契約数・事業者数の動向

（ア）契約数

2023年３月以降の市場全体の状況をみると、移動系通信（携帯電話、PHS及びBWA）の契約数は、2023年12月末には、２億1,888万契約（前年同期比＋5.4%）となっており、改正法施行年（2019年）同期比でも＋18.4%となっている。

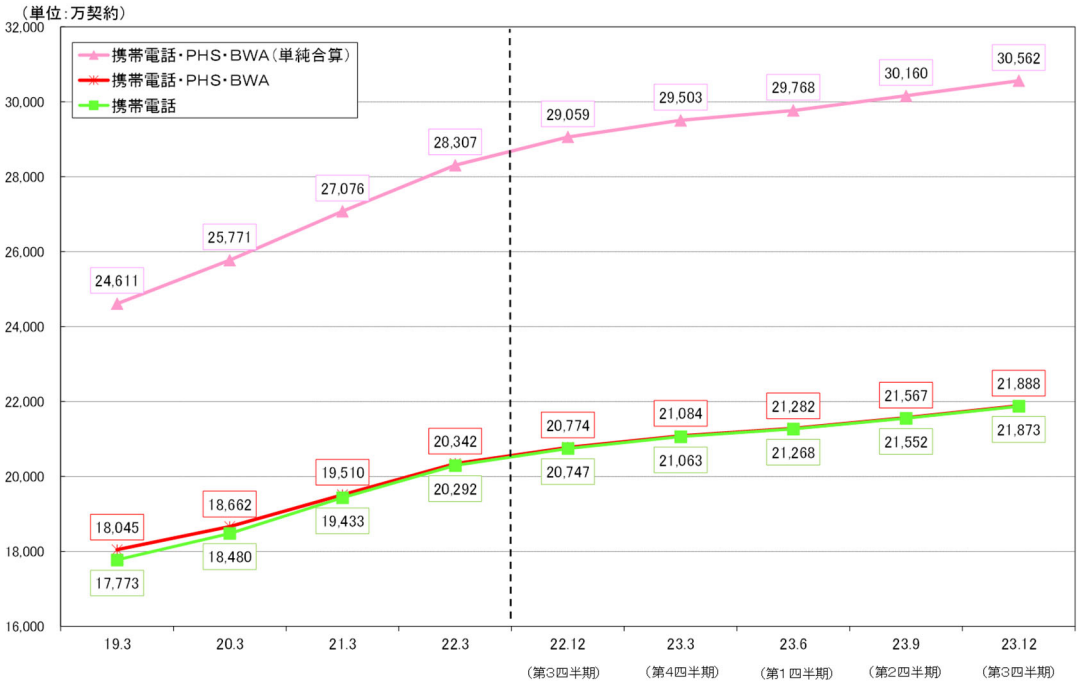
【図表Ⅱ－４　電気通信サービスの契約数の推移】



注１：各年は３月末時点の数字。
注２：移動系通信は、2013年度第２四半期以降グループ内取引調整後の契約数、2013年度第４四半期以降は携帯電話、PHSに加えBWAを含む契約数。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

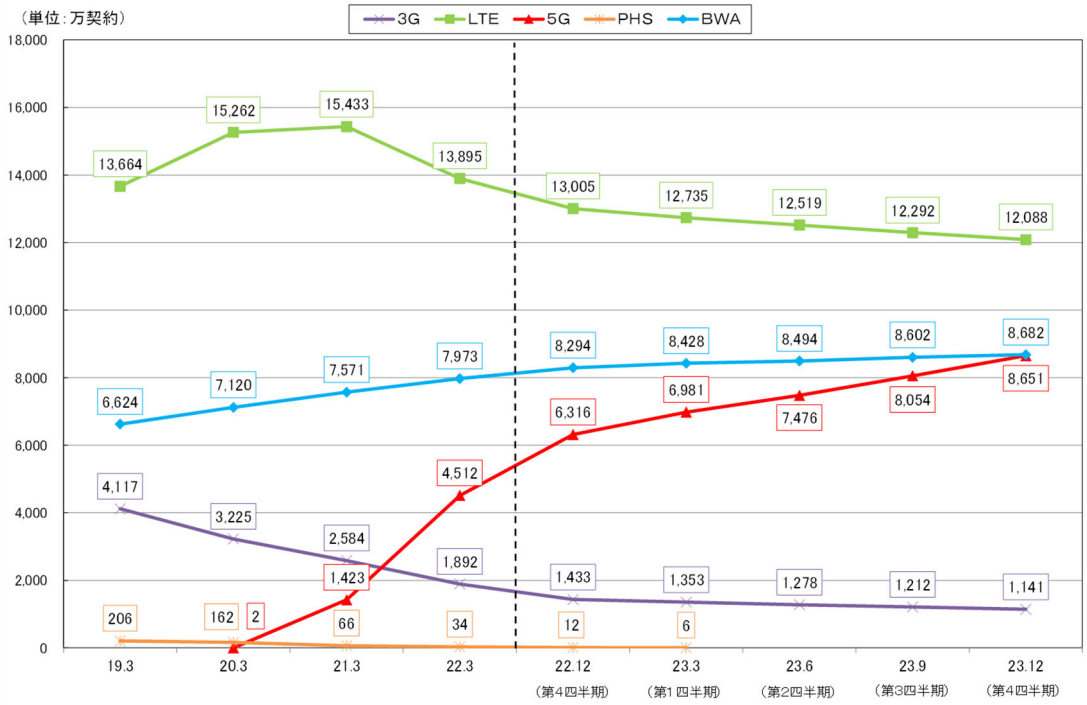
【図表Ⅱ－５　移動系通信の契約数の推移】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

移動系通信のうち、携帯電話の契約数は、2023年12月末で２億1,873万契約（前年同期比＋5.4%）、このうち、3.9-4世代携帯電話（LTE）の契約数は１億2,088万契約（前年同期比▲7.1%）であり、2020年９月をピークに継続して減少している一方で、第５世代携帯電話（５Ｇ）の契約数は、2020年３月のサービス開始以降、継続して増加しており、2023年12月末で8,651万契約（前年同期比＋37.0%）となっている。

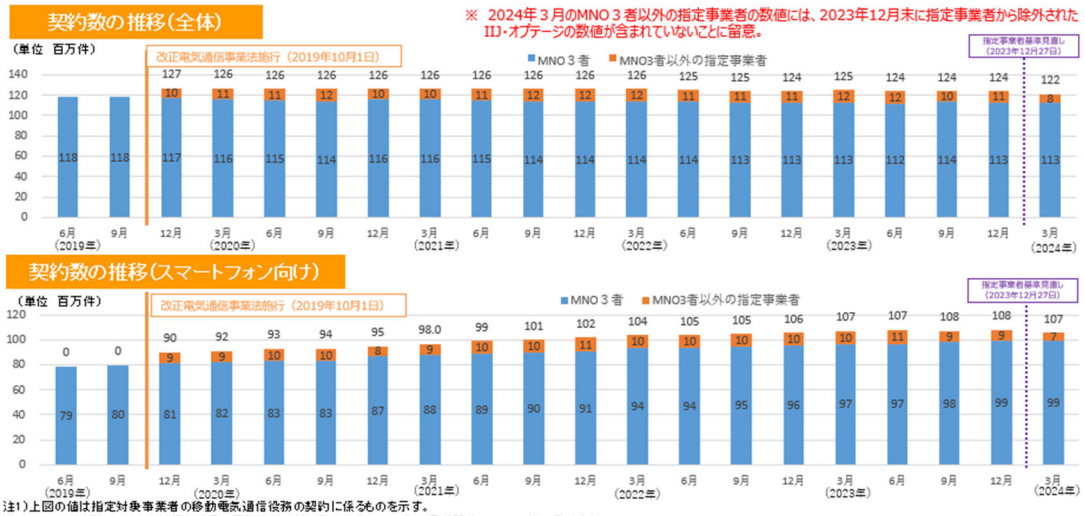
【図表Ⅱ－６　３Ｇ・LTE・５Ｇ・PHS・BWA の各契約数の推移】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

事業法第27条の３の規律の対象となる指定事業者の移動電気通信役務に係る契約数は、2023年12月末で約１億2,400万契約であり、改正法施行年同月と比較すると、僅かに減少しているものの、スマートフォン向けの契約は、１億800万契約（＋1.2%）となっており、改正法施行年同期比でも＋20.5%となっている。また、移動電気通信役務全体に占めるスマートフォン向けの契約割合も増加している（2022年12月末：85.2%→2023年12月末：87.2%）。なお、2022年12月と2023年12月を比較するとMNO３者と、MNO３者以外の指定事業者の契約数は全体では変化していないが、スマートフォン向けの契約数ではMNO３者が僅かに増加し、MNO３者以外の指定事業者の契約数は僅かに減少している。

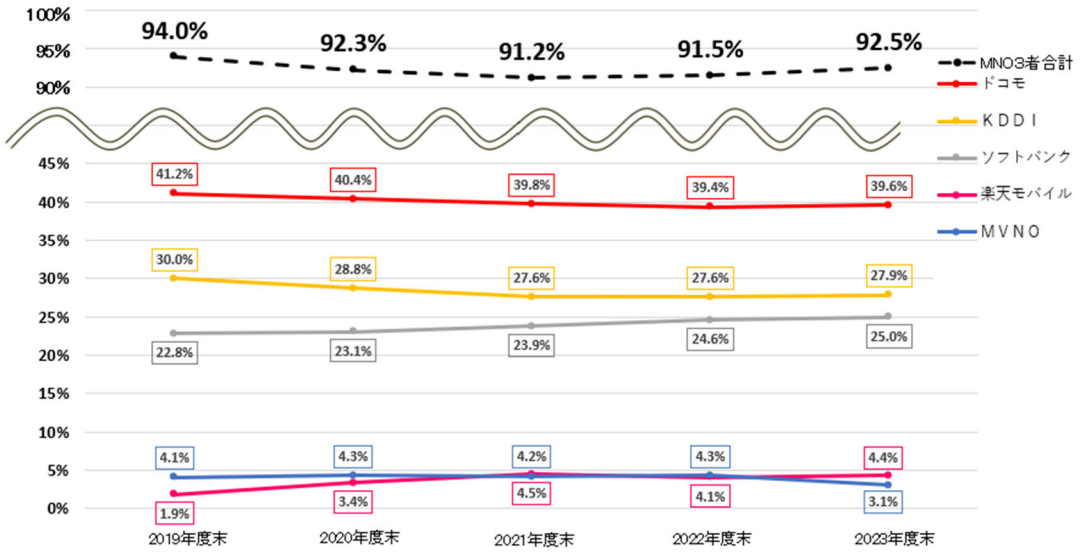
【図表Ⅱ－７　指定事業者の移動電気通信役務に係る契約数の推移】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

MNO３者の移動電気通信役務の合計シェアは、2019年度末と比較すると減少しているものの、2023年度末で90%超であり、MNO３者の合計シェアは2022年度以降拡大している。楽天モバイルのシェアは約４%、MVNOのシェアは約３%である。

【図表Ⅱ－８　移動電気通信役務の事業者シェアの推移】



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

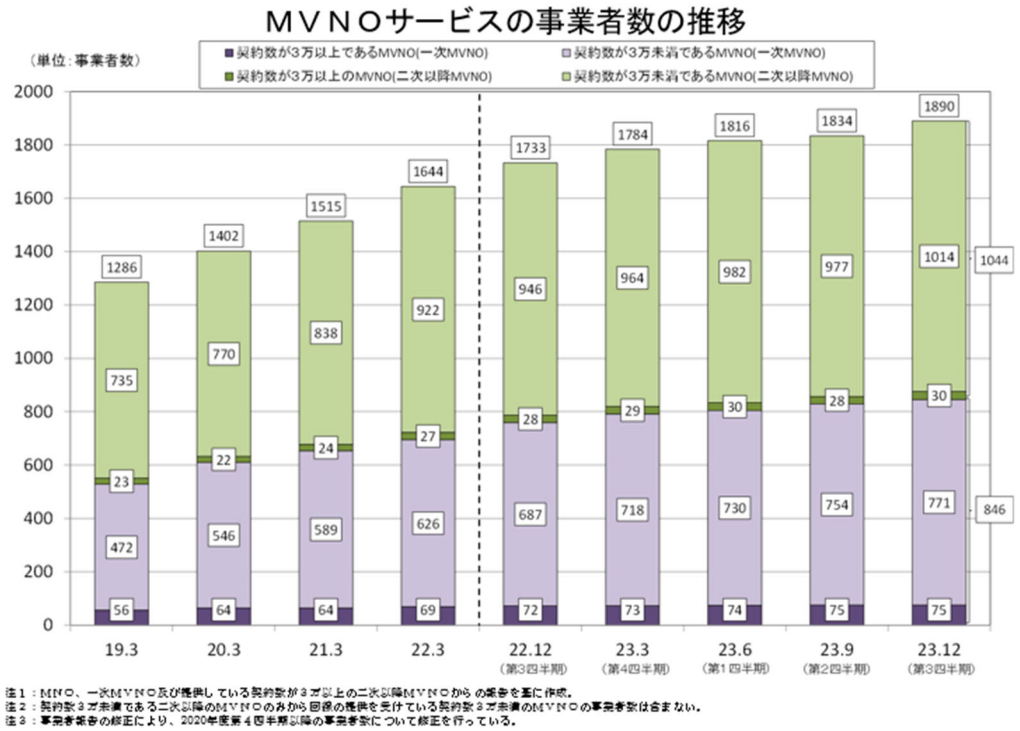
※ 移動電気通信役務とは、事業法第27条の３の規律対象として指定された電気通信役務のことであり、卸電気通信役務、法人に対して契約約款によらないで提供する役務、通信モジュール向けサービス等は含まれていない。
電気通信事業報告規則第２条の３に基づく報告をもとに作成しているため、MVNOは契約数が50万以上の事業者に限られる。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

（イ）事業者

2020年４月に楽天モバイルが本格サービスを開始して以降、我が国のMNOは４者[5]となっている。また、MVNO事業者数は、2023年12月末で、1,890社[6]であり、改正法施行年同期比で510社増加している。

【図表Ⅱ－９　MVNOの事業者数の推移】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

[5] NTTドコモ、KDDI（子会社として沖縄セルラー電話株式会社が存在）、ソフトバンク及び楽天モバイル

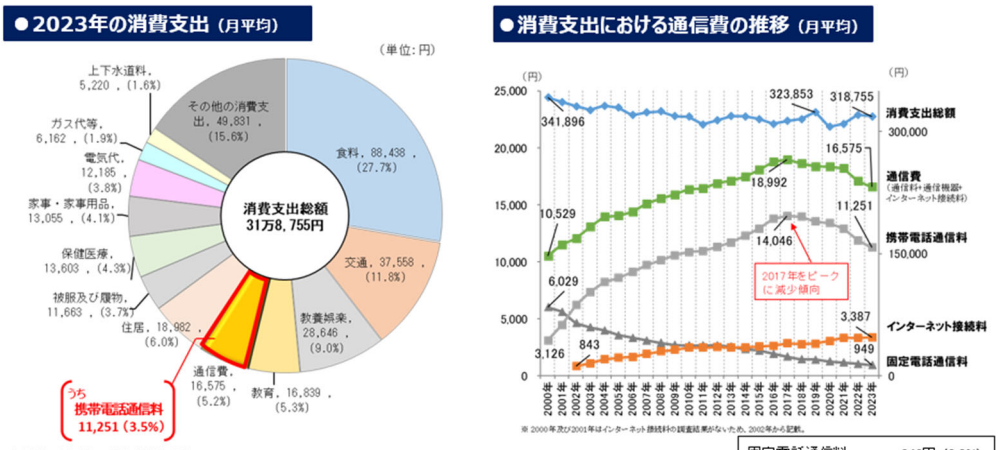
[6] 契約数３万未満である二次以降のMVNOのみから回線の提供を受けている契約数３万未満のMVNOの事業者数は含まない。

イ　通信料金の動向

（ア）通信料金について

消費支出に占める携帯電話通信料は約3.5%であり、消費の一定の割合を占めている。

【図表Ⅱ－10　消費支出における通信費（２人以上世帯のうち勤労者世帯)】



半期（年度）ごとの推移（単位：円）

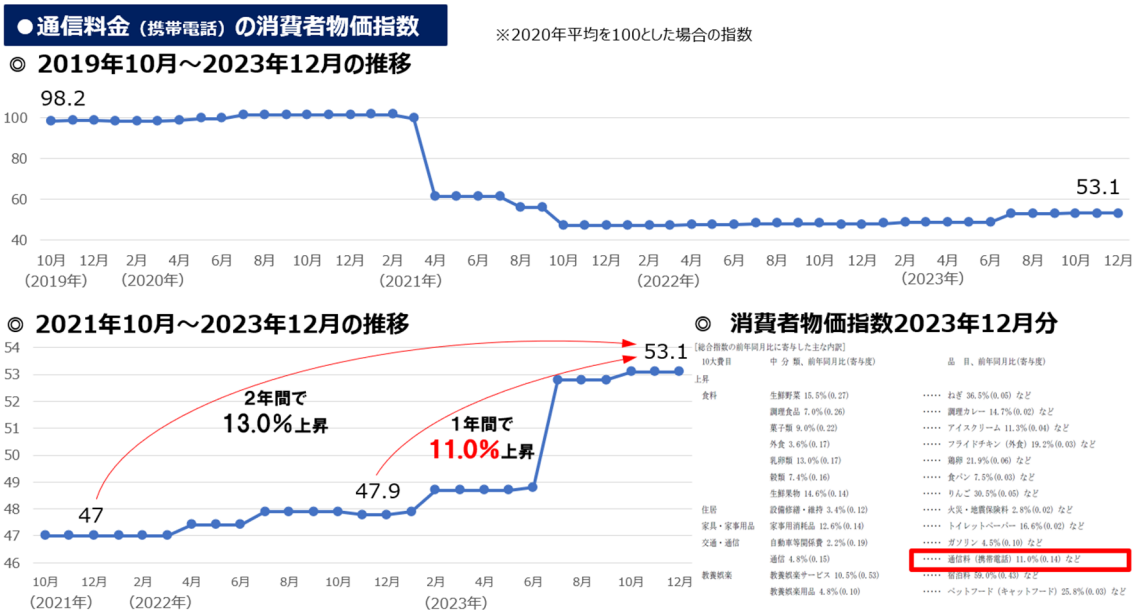
	2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度		2023年度	
	上期（4～9月）	下期（10～3月）	上期（4～9月）	下期（10～3月）	上期（4～9月）	下期（10～3月）	上期（4～9月）	下期（10～3月）	上期（4～9月）	下期（10～3月）	上期（4～9月）	下期（10～3月）
消費支出	311,990	324,576	325,704	315,442	296,685	312,330	305,026	317,389	318,933	326,749	312,333	325,385
携帯電話通信料（消費支出に占める割合）	13,834（4.43%）	13,896（4.28%）	13,589（4.17%）	13,320（4.22%）	13,591（4.58%）	13,224（4.23%）	12,915（4.23%）	12,441（3.92%）	11,833（3.71%）	11,683（3.58%）	11,017（3.53%）	10,951（3.36%）

注：各期の数値は、月当たりの平均値を記載。

出典：総務省「家計調査」から作成

通信料金（携帯電話）の消費者物価指数は、改正法施行時（2019年10月１日）と比較すると、大きく下落しているが、直近では、上昇傾向であり、２年間で約13.0%、１年間で約11.0%上昇している。

【図表Ⅱ－11　通信料金（携帯電話）の消費者物価指数について】



出典：品目別価格指数

（イ）MNOの動き

2021年春にMNO４者から新料金プランの提供が開始されているところ、それ以降のMNO４者における主な動きは、次のとおりである。

なお、NTTドコモ・KDDI・ソフトバンクは2023年春以降、新プランを発表したところ、必ずしも一概ではないが、一部には基本料金（セット割引なし）や通話オプションの価格の上昇が見られる。

【料金プラン[7]】

・　ソフトバンクは、2021年７月15日、LINEMOの新料金プランとして、月間通信容量3GB（月額900円）のミニプランの提供を開始。

・　KDDIは、2021年９月29日、基本料金を０円とした上で、利用者が各自のニーズに応じてデータ通信容量や音声通話のトッピングを組み合わせることのできるpovo2.0の提供を開始。

・　NTTドコモは、2021年10月21日、エコノミーMVNOとして、連携するMVNOが提供する小容量かつ低廉な料金プラン等のドコモショップにおける取扱いを開始。また、2022年６月９日、ahamoの容量増加オプ

[7] 価格については税抜表示

ションであるahamo大盛り（ahamoと合計で月間通信容量100GB、月額4,500円）の提供を開始。

・　楽天モバイルは、2022年７月１日、Rakuten UN-LIMIT VII（3GBまで～無制限の段階制プラン（月額980円～2,980円））の提供を開始。

・　KDDIは、2023年２月１日、スマホミニプラン５Ｇ/４Ｇ（1GBから4GBまでの段階制プラン（月額3,150円～5,650円））の提供を開始。

・　KDDIは、UQ mobileから、2023年６月１日、10分以内通話無料月の20GBプランであるコミコミプラン（月額2,980円）、段階制のプランであるトクトクプラン（月額2,070円～3,150円）、小容量である4GBのミニミニプラン（月額2,150円）の提供を開始。

・　楽天モバイルは、2023年６月１日、ローミング回線を含めデータ無制限となるRakuten最強プラン（3GBまで～無制限の段階制プラン（月額980円～2,980円））の提供を開始。

・　NTTドコモは、2023年７月１日、eximo（1GBまで、1GB超から3GBまで、3GB超から無制限の３段階制の料金プラン（月額4,150円～6,650円））及びirumo（月間通信容量0.5GB（月額500円）、3GB（1,970円）、6GB（月額2,570円）及び9GB（月額3,070円））の提供を開始。

・　KDDIは、2023年９月１日、au PAY残高還元特典などを受けられるauマネ活プラン（3GB～無制限の段階制プラン（月額5,080円～6,580円））の提供を開始。

・　ソフトバンクは、2023年10月３日、メリハリ無制限＋（2GB～無制限の段階制プラン）の提供を開始するとともに、PayPayのポイント付与特典が受けられるペイトク（月間通信容量30GBのペイトク30（月額6,750円）、50GBのペイトク50（月額7,750円）、無制限のペイトク無制限（8,750円））の提供を開始。

・　ソフトバンクは、Y!mobileから、2023年10月３日、月間通信容量4GBのシンプル２　Ｓ（月額2,150円）、1GB～20GBまでの段階制プランであるシンプル２　Ｍ（月額2,650円～3,650円）、1GB～30GBまでの段階制プランであるシンプル２　Ｌ（月額2,650円～4,650円）の提供を開始。

・　NTTドコモは、2024年４月１日、ｄ払いのご利用金額に応じてｄポイントの還元特典が受けられるahamo大盛りの利用者が追加可能なポイ活オプション（月額2,000円）の提供を開始。

【図表Ⅱ－12　2023年春以降各社が発表した主なプラン】

●これまでの料金プラン

NTTドコモ	5Gギガホプレミア	5Gギガライト
開始時期	2021年4月1日	2020年3月25日
月間通信容量	無制限	1GB～7GB
基本月額料金※1	6,650円	3,150円～6,150円
月額最安料金※2	4,480円	1,980円～3,980円
通話オプション	＋700円（5分通話無料）※3	
備考	3GB以下の場合▲1,500円	

KDDI（UQ mobile）	くりこしプラン＋5G		
	S	M	L
開始時期	2021年9月2日		
月間通信容量	3GB	15GB	25GB
基本月額料金※1	1,480円	2,480円	3,480円
月額最安料金※2	900円	1,900円	2,700円
通話オプション	＋800円（10分通話無料）		
備考			

ソフトバンク（Y!mobile）	シンプル		
	S	M	L
開始時期	2021年2月18日		
月間通信容量	3GB	15GB	25GB
基本月額料金※1	1,980円	2,980円	3,780円
月額最安料金※2	900円	1,900円	2,700円
通話オプション	＋700円（10分通話無料）		
備考			

●新たな料金プラン

eximo	irumo
2023年7月1日	
無制限	0.5GB/3GB/6GB/9GB
6,650円	500円/1,970円/2,570円/3,070円
4,480円	500円/800円/1,400円/1,900円
＋800円（5分通話無料）	
1GB以下の場合▲2,500円、1GB超～3GBの場合▲1,500円	「0.5GB」プランは各種割引無し

ミニミニプラン	トクトクプラン	コミコミプラン
2023年6月1日		
4GB	15GB	20GB
2,150円	3,150円	2,980円（セット割引無し）
980円	1,980円	
＋800円（10分通話無料）		-
	1GB以下の場合▲1,080円	1回10分以内の国内通話無料

シンプル2		
S	M	L
2023年10月3日		
4GB	20GB	30GB
2,150円	3,650円	4,650円
980円	1,980円	2,980円
＋800円（10分通話無料）		
	1GB以下の場合▲1,000円	1GB以下の場合▲2,000円

※1：通話オプション等を含まない料金で比較。※2：家族割、固定・電気等の他サービスとのセット割引、カード支払い割引等を適用した場合の料金。※3：2023年7月1日以降に申込みの場合は800円。

（特に記載のない限り 価格は税抜。）

出典：各社ＨＰ

【図表Ⅱ－13　MNOの新しい料金プラン（主な廉価プラン等）】

（2024年6月1日時点）

	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク			楽天モバイル
	ahamo	ahamo大盛り	UQ mobile コミコミプラン	povo2.0	Y!mobile シンプル2 L	LINEMO スマホプラン	LINEMO ミニプラン	Rakuten 最強プラン
開始時期	2021年3月26日	2022年6月9日	2023年6月1日	2021年9月29日	2023年10月3日	2021年3月17日	2021年7月15日	2023年6月1日
月間通信容量	20GB	20GB＋80GB（大盛りオプション）	20GB	1GB～の選択制※1	30GB	20GB※2	3GB※2	無制限※3
容量超過後の通信速度	1Mbps	1Mbps	1Mbps	128kbps※4	1Mbps	1Mbps	300kbps	－
月額利用料	2,700円	2,700円＋1,800円（ahamo＋大盛りオプション）	2,980円	900円（3GB）～2,455円（20GB）等	～1GB：2,650円 1～30GB：4,650円	2,480円	900円	～3GB：980円 3～20GB：1,980円 20GB～：2,980円
音声	－※5（1回5分以内国内通話かけ放題込み）	－※5（1回5分以内国内通話かけ放題込み）	－※5（1回10分以内国内通話かけ放題込み）	500円※6（1回5分以内国内通話かけ放題オプション）	800円※7（1回10分以内国内通話かけ放題オプション）	500円※6（1回5分以内国内通話かけ放題オプション）	500円※6（1回5分以内国内通話かけ放題オプション）	－※8（Rakuten Link利用時の国内通話かけ放題）
受付チャネル	Webのみ（有償※9で店頭サポート）	Webのみ（有償※9で店頭サポート）	店頭及びWeb	Webのみ	店頭及びWeb	Webのみ	Webのみ	店頭及びWeb
キャリアメール	利用不可	利用不可	200円/月のオプションで利用可能	利用不可	利用可能	利用不可	利用不可	利用可能
月額料金（合計）※10	2,700円（税込2,970円）	4,500円（税込4,950円）	2,980円（税込3,278円）	1,400円～2,955円（税込1,540円～3,250円）等	3,450円～5,450円（税込3,795円～税込5,995円）	2,980円（税込3,278円）	1,400円（税込1,540円）	980円～2,980円（税込1,078円～3,278円）

※1　基本料ゼロ円のベースプランに、1GB～300GBのデータ容量（7日間～365日間の有効期限有）、または24時間データ使い放題のトッピングを必要に応じ、選択して購入
※2　LINEは通信容量の消費なく利用可能　※3　楽天回線以外のローミングエリアも無制限　※4　トッピングによるデータ容量の追加などがない場合の通信速度
※5　1,000円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供
※6　1,500円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※7　1,800円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※8　1,000円/月で1回15分以内国内通話かけ放題及び国内SMS使い放題となるオプションも提供
※9　申込みサポート及び手続サポートをそれぞれ3,000円/回で実施　※10　各プランの「月額利用料」と「音声」の合計額

（特に記載のない限り 価格は税抜。）

出典：各社ＨＰ

【図表Ⅱ－14　MNOの新しいプラン（ポイント還元）】

（2024年６月1日時点）

	NTTドコモ			KDDI	ソフトバンク		
	ahamo	ahamo大盛り	ポイ活オプション	auマネ活プラン 5G/4G※1	ペイトク無制限	ペイトク50	ペイトク30
開始時期	2021年 3月26日	2022年 6月９日	2024年 4月１日	2023年 9月１日	2023年 10月3日	2023年 10月3日	2023年 10月3日
月間通信容量	20GB	20GB＋80GB （大盛りオプション）	20GB＋80GB （大盛りオプション）	無制限	無制限	50GB	30GB
容量超過後の通信速度	1Mbps	1Mbps	1Mbps	－	※２	300Mbps	300kbps
月額利用料	2,700円	2,700円＋1,800円 （ahamo＋大盛りオプション）	2,700円＋1,800円 +2,000円 （ahamo＋大盛りオプション＋ポイ活オプション）	～3GB：5,080円 3GB～：6,580円	8,750円	7,750円	6,750円
音声	－※３ （１回５分以内 国内通話 かけ放題込み）	－※３ （１回５分以内 国内通話 かけ放題込み）	－※３ （１回５分以内 国内通話 かけ放題込み）	800円※４ （１回５分以内 国内通話かけ放題 オプション）	800円※４ （１回5分以内 国内通話かけ放題 オプション）	800円※４ （１回５分以内 国内通話かけ放題 オプション）	800円※４ （１回５分以内 国内通話かけ放題 オプション）
受付チャネル	Webのみ （有償※５で店頭サポート）	Webのみ （有償※５で店頭サポート）	Webのみ （有償※４で店頭サポート）	店頭及びWeb	店頭及びWeb	店頭及びWeb	店頭及びWeb
キャリアメール	利用不可	利用不可	利用不可	利用可能	利用可能	利用可能	利用可能
月額料金（合計）※６	2,700円 （税込2,970円）	4,500円 （税込4,950円）	6,500円 （税込7,150円）	5,880円～7,380円 （税込6,468円～8,118円）	9,550円 （税込10,505円）	8,550円 （税込9,405円）	7,550円 （税込8,305円）
最大還元額※７	－	－	4,000ポイント （dポイント）	800円 （au PAY）	4,000円 （PayPay）	2,500円 （PayPay）	1,000円 （PayPay）
条件	－	－	・「10%還元キャンペーン」を適用して「d払い」で月に40,000円（税込）の対象決済	・au PAY カード特典:300円 ・auじぶん銀行特典:300円 ・通信料金支払い特典:200円	・「PayPay」（残高／クレジット）で月に80,000円の対象決済（付与率＋５%）	・「PayPay」（残高／クレジット）で月に83,400円の対象決済（付与率＋３%）	・「PayPay」（残高／クレジット）で月に100,000円の対象決済（付与率＋1%）

※１　auマネ活プラン 5G/4G ドラマ・バラエティパックは8,280円、 auマネ活プラン 5G/4G Netflixパック（P）は7,670円、 auマネ活プラン 5G/4G DAZNパックは9,280円、 auマネ活プラン 5G with Amazonプライムは7,370円、（各プラン、データ利用量が３GB以下の月は▲1,500円）※２　月200GBを超えた場合、送受診時最大4.5Mbpsに制限　※３　1,000円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※４　1,800円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※５　申込みサポート及び手続サポートをそれぞれ3,000円/回で実施　※６　各プランの「月額利用料」と「音声」の合計額　※７　各プランにおいて実質利用料金を訴求する上で使用している最大還元額を記載。

（特に記載のない限り 価格は税抜。）

出典：各社ＨＰ

他事業者への乗換え費用について、NTTドコモ・KDDI・ソフトバンクは店頭手続の費用を3,000円から3,500円に上昇している。楽天モバイルは０円を維持している。また、KDDIは、唯一、オンライン手続の費用を徴収（3,500円）している。

【図表Ⅱ－15　他事業者への乗換え・同一事業者内でのブランド等変更に係る手数料】

費用は全て税抜

① 他事業者への乗換え費用		2020年末頃まで		2023年春まで		現在	
		店頭	オンライン	店頭	オンライン	店頭	オンライン
合計費用（円）		6000	・基本 6000 ・ドコモ関連 3000	・基本 3000 ・楽天モバイル乗換え 0	・基本 0 ・KDDI（povo除く）乗換え 3000	・基本 3500 ・楽天モバイル乗換え 0	・基本 0 ・KDDI（povo除く）乗換え 3500
乗換え元に支払う費用（円）	ドコモ	3000	0	0	0	0	0
	KDDI	3000	3000	0	0	0	0
	SB	3000	3000	0	0	0	0
	楽天モバイル	3000	3000	0	0	0	0
乗換え先に支払う費用（円）	ドコモ	3000	0	3000	0	3500※	0
	KDDI（povo除く）	3000	3000	3000	3000	3500	3500
	KDDI（povo）			×	0	×	0
	SB（LINEMO除く）	3000	3000	3000	0	3500	0
	SB（LINEMO）			×	0	×	0
	楽天モバイル	3000	3000	0	0	0	0

② 同一事業者内でブランド等の変更費用		2020年末頃まで		2023年春まで		現在	
		店頭	オンライン	店頭	オンライン	店頭	オンライン
費用（円）		6000	6000	・基本 0 ・ahamo 3000※	0	・基本 0 ・ahamo 3000※	0
ドコモ ⇒	ahamo			3000※	0	3000※	0
KDDI ⇒	UQmobile	6000	6000	0	0	0	0
	povo			×	0	×	0
SB ⇒	Y!mobile	6000	6000	0	0	0	0
	LINEMO			×	0	×	0
楽天モバイル							

※ オンライン専用プランであるahamoの手続サポートを店頭で行う場合は、手数料の代わりに手続サポート費用が3000円かかる

出典：各社ＨＰ

（ウ）MVNOの動き

MVNOにおける、2021年春以降の主な料金に関する動きは次のとおり。

【料金プラン[8]】

・　2021年４月１日、IIJが、月間通信容量2GB（月額780円）、4GB（月額980円）、8GB（月額1,380円）、15GB（月額1,680円）、20GB（月額1,880円）の新料金プラン（ギガプラン）の提供を開始。

・　2021年４月１日、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社（以下「NTTコミュニケーションズ」という。）が、OCNモバイルONEから[9]、月間通信容量1GB（月額700円）、3GB（月額900円）、6GB（月額1,200円）、10GB（月額1,600円）の新料金プランの提供を開始。

・　2021年４月１日、ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社（以下「SNC」という。）が、NUROモバイルから、月間通信容量3GB

[8] 価格については税抜表示
[9] OCNモバイルONEはNTTレゾナント株式会社に承継された。

（月額720円）、5GB（月額900円）、8GB（月額1,350円）（5GB及び10GBのプランには３か月ごとにGB追加）の新料金プラン（バリュープラス）の提供を開始。

・　2021年４月１日、イオンリテール株式会社（以下「イオン」という。）が、イオンモバイルから、月間通信容量500MBから50GBまで計15プラン（月額730円から4,780円）の新料金プラン（さいてきプラン、さいてきプランMORIMORI）の提供を開始。

・　2021年６月３日、日本通信株式会社（以下「日本通信」という。）が、月間通信容量6GB、通話無料70分（月額1,264円）の新料金プラン（合理的みんなのプラン）の提供を開始。

・　2021年７月１日、ビッグローブ株式会社（以下「ビッグローブ」という。）が、月間通信容量50GB（月額2,480円）の新料金プラン（donedone）の提供を開始。

・　2021年10月１日、ビッグローブが、月間通信容量1GB（月額980円）、3GB（月額1,200円）、6GB（月額1,700円）の新料金プランの提供を開始。

・　2021年10月１日、イオンが、イオンモバイルから、音声プランの一律値下げ（200円）を実施。

・　2021年10月１日、Y.U-mobile株式会社（以下「Y.U-mobile」という。）が、y.u mobileから、U-NEXT付き月間通信容量10GB（月額2,970円）の新プラン（シングル U-NEXT）の提供を開始。

・　2021年10月１日、Y.U-mobileが、y.u mobileから、プラン及びデータチャージ料金を値下げ（5GB、シングル（月額1,639円から1,070円）、20GB、シェアU-NEXT（月額4,378円から4,170円）10GBチャージ（1,650円から1,200円））を実施。

・　2021年10月21日、NTTコミュニケーションズが、OCNモバイルONEをNTTドコモのエコノミーMVNOとして提供を開始するとともに、月間通信容量500MB（月額500円）の新料金プランの提供を開始。

・　2021年11月１日、SNCが、NUROモバイルから、月間通信容量20GB（３か月ごとに15GB付与、月額2,454円）の新料金プラン（NEOプラン）の提供を開始。

・　2021年12月１日、SNCが、NUROモバイルから、既存のVLプラン（月額1,350円）の容量の増加（月間通信容量8GBから10GB）を実施。

・　2021年12月22日、株式会社ドリーム・トレイン・インターネット（以下「DTI」という。）が、NTTドコモのエコノミーMVNOとして、TONE for iPhoneを、2022年２月24日、TONE for Androidの提供を開始。

・　2022年１月27日、日本通信が、月間通信容量1GB（月額264円、従量制）の新料金プラン（合理的シンプル290）の提供を開始。

・　2022年３月７日、オプテージが、mineoから、最大1.5Mbps（月額900円）と最大3Mbps（月額2,000円）の通信速度を選べる新料金プラン（マイそく）の提供を開始。

・　2022年４月１日、SNCが、NUROモバイルから、月間通信容量20GB（月額1,900円）の新料金プラン（NEOプランLite）の提供を開始。

・　2022年４月１日、IIJが、ギガプランの値下げ（２ギガプラン（月額780円から773円）、４ギガプラン（月額980円から900円）、８ギガプラン（月額1.380円から1,364円）、15ギガプラン（月額1,680円から1,637円）、20ギガプラン（月額1,880円から1,819円））を実施。

・　2022年４月１日、イオンが、イオンモバイルから、音声プランの値下げ（20GB（月額1,980円から1,780円）、30GB（月額3,780円から2,780円）、40GB（月額4,780円から3,780円）、50GB（月額5,780円から4,780円））を実施。

・　2022年８月24日、オプテージが、mineoから、最大速度300kbpsの新料金プラン（マイそくライト（月額600円））の提供を開始。

・　2022年10月13日、SNCが、NUROモバイルから、かけ放題付き月間通信容量1GBの新料金プラン（月額1,700円）の提供を開始。

・　2023年２月22日、オプテージが、mineoから、最大速度32kbpsの新料金プラン（マイそくスーパーライト（月額228円））の提供を開始。

・　2023年４月１日、IIJが、ギガプランの４ギガプラン（月額900円）と８ギガプラン（月額1,364円）で容量の増加（４ギガプランから５ギガプラン、８ギガプランから10ギガプラン）を実施。

・　2023年４月28日、日本通信が「合理的みんなのプラン」（月額1,264円）を6GBから10GBに増量。

・　2023年５月12日、日本通信が、データチャージ料金を値下げ（250円/1GBから200円/1GB）。

・　2023年11月１日、SNCが、NUROモバイルから、５分かけ放題プラン（月額846円）、10分かけ放題プラン（月額1,200円）、月間通信容量15GBの新料金プラン（VLLプラン（月額1,627円））の提供を開始。

・　2023年11月27日、日本通信が、「合理的20GBプラン」（月額1,980円）を20GBから30GBに増量し、「合理的30GBプラン」として提供を開始。

・　2024年３月１日、IIJが、ギガプランの30ギガプラン（月額2,455円）、40ギガプラン（月額3,000円）、50ギガプラン（月額3,546円）の提供を開始。

・　2024年４月１日、イオンが、イオンモバイルの「さいてきプランMORIMORI」の月額料金を値下げ（30GB（月額2,780円から2,280円）、40GB（月額3,780円から2,780円）、50GB（月額4,780円から3,280円））を実施。また、60GBから100GBまでを10GB刻みで追加（月額3,780円～5,780円）し、さらに150GB（月額8,280円）、200GB（月額10,780円）の提供を開始。

【通話オプション等[10]】

・　2021年６月１日、イオンが、イオンモバイルから、イオンでんわ５分かけ放題（月額500円）の提供を開始。

・　2021年９月11日、IIJが、音声通話料金の値下げ（20円/30秒から10円/30秒）を実施。

・　2021年10月１日、イオンが、イオンモバイルから、音声通話料金の値下げ（20円/30秒から10円/30秒）を実施。

・　2021年11月26日、イオンが、イオンモバイルから、フルかけ放題（月額1,500円）の提供を開始。

・　2021年12月７日、IIJが、通話プランの改定（通話定額５分（月額455円）、通話定額10分（月額637円））及びかけ放題プラン（月額1,273円）の提供を開始。

・　2021年12月27日、DTIが、音声通話かけ放題（月額950円）を実施。

[10] 価格については税抜表示

・　2021年12月27日、日本通信が、合理的20GBプランから、通話かけ放題（月額1,091円）の提供を開始。

・　2022年１月１日、Y.U-mobileが、y.u mobileから、通話オプションの値下げ（10分かけ放題（月額780円から500円）、無制限かけ放題（月額2,700円から1,273円））を実施。

・　2022年１月27日、日本通信が、合理的シンプル290から、通話無料70分（月額637円）、通話かけ放題（月額1,455円）の提供を開始。

・　2022年３月１日、オプテージが、mineoから、10分かけ放題（月額500円）及び時間無制限かけ放題（月額1,100円）の提供を開始。

・2022年12月21日、SNCが、NUROモバイルから、無制限のかけ放題オプション（月額1,300円）の提供を開始。

・　2023年２月１日、オプテージが、mineoから、10分通話パック（月額100円）の提供を開始。

・　2023年３月17日、オプテージが、mineoから、22時30分～翌７時30分のデータ通信が使い放題になる「夜間フリー」オプション（月額900円）の提供を開始。

・　2023年４月28日、日本通信が、合理的みんなのプランに通話かけ放題（月額1,455円）のオプションの提供を開始。

・　2023年５月12日、日本通信が、合理的20GBプラン（現合理的30GBプラン）に５分かけ放題のオプションの提供を開始。

・　2024年３月１日、日本通信が、70分の無料通話オプションの値下げ（月額637円から355円）を実施。また、合理的シンプル290プランを対象に５分かけ放題プラン（月額355円）の提供を開始。

【図表Ⅱ－16　MVNOの新しい料金プラン】

（2024年６月1日時点）

社名			IIJ		オプテージ（mineo）			イオンモバイル		NUROモバイル	
プラン名			ギガプラン（音声）		マイピタ（音声＋データ通信）	マイそく		音声プラン（さいてきプラン、さいてきプランMORIMORI）		バリュープラス、かけ放題ジャスト	NEOプラン
開始時期			2021年4月1日		2021年2月1日	2022年3月7日 2022年8月24日（ライト） 2023年2月22日（スーパーライト）		2021年4月1日		2021年4月1日 2022年10月13日（かけ放題プラン）	2021年11月1日 2023年3月8日（NEOプラン+）
データ通信	用途		定額		定額	定額		定額		定額	定額
	基本通話料＋データ通信容量	～500MB						500MB	730円	5分かけ放題プラン	848円		
		～1GB			1GB	1,180円		1GB	780円	10分かけ放題プラン かけ放題プラン	1,200円 1,700円		
		～2GB	2ギガプラン	773円				2GB	880円				
		～3GB						3GB	980円	VSプラン3GB	720円		
		～4GB					スーパーライト 最大32kbps	4GB	1,080円				
		～5GB	5ギガプラン	900円	5GB	1,380円		5GB	1,180円	VMプラン5GB	900円		
		～6GB						6GB	1,280円				
		～7GB					ライト 最大300kbps	7GB	1,380円				
		～8GB						8GB	1,480円				
		～9GB						9GB	1,580円				
		～10GB	10ギガプラン	1,384円	10GB	1,780円	スタンダード 最大1.5Mbps	10GB	1,680円	VLプラン10GB	1,350円		
		～12GB											
		～15GB	15ギガプラン	1,637円			プレミアム 最大3Mbps			VLLプラン15GB	1,627円		
		～20GB	20ギガプラン	1,819円	20GB	1,980円		20GB	1,780円			NEOプラン20GB	2,454円
		～30GB	30ギガプラン	2,455円				30GB	2,280円				
		～40GB	40ギガプラン	3,000円				40GB	2,780円			NEOプラン40GB	3,618円
		～50GB	50ギガプラン	3,540円				50GB	3,280円				
		～60GB						60GB	3,780円				
		～70GB						70GB	4,280円				
		～80GB						80GB	4,780円				
		～90GB						90GB	5,280円				
		～100GB						100GB	5,780円				
		～150GB						150GB	8,280円				
		～200GB						200GB	10,780円				
		追加	200円/1GB（最大20GB）		50円/100MB	2.4時間使い放題	180円/1回	480円/1GB		500円/1GB		500円/1GB	
	上限超過時の通信速度（最大）		300kbps		200kbps	―		200kbps		200kbps		1Mbps	
音声通話	通話料通常料金		10円/30秒		20円/30秒（mineoでんわ（専用アプリ）使用時※１は10円/30秒）			10円/30秒 （au回線は（イオンでんわ（専用アプリ）使用）		20円/30秒 （NUROモバイルでんわ利用時※１は10円/30秒）	
	音声オプション	プラン名	通話定額オプション		通話オプション			えらべる通話定額かけ放題 （au回線は要専用アプリ※１）		通話定額オプション （かけ放題はドコモ回線au回線のみかつオートプレフィクス通話のみ）	
		提供開始日	2016年8月1日		2022年3月1日			2017年3月1日		2017年2月1日	
			通話定額5分＋	455円	10分通話パック	100円		5分かけ放題	500円	5分かけ放題	445円
			通話定額10分＋	637円	10分かけ放題	500円		10分かけ放題	850円	10分かけ放題	800円
			かけ放題＋	1,278円	時間無制限かけ放題	1,100円		フルかけ放題	1,500円	かけ放題	1300円
合計※２			773円～4,819円		1,180円～3,080円	228円～3,100円		730円～12,280円		720円～2,828円	2,454円～4,918円
受付チャネル			Web・店頭		Web・店頭			Web・店頭		Web・店頭	
5G提供状況			利用可（無料）		利用可（無料）			利用可（無料）		利用可（無料）	
eSIM対応状況			対応済（タイプD（ドコモ回線）タイプA(au回線)のみ）※３		対応済（ドコモ回線プラン及びau回線プランのみ）※３			未対応		対応済（ドコモ回線のみ）※３	
備考						・月曜～金曜の12時台は最大32kbps ・直近3日間で10GB以上の利用があった場合、最大速度32kbpsに制限する場合あり。				・VMプランは3GB、VLプランは6GB、VLLプランは9GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。	・NEOプラン/NEOプランIIは15GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。

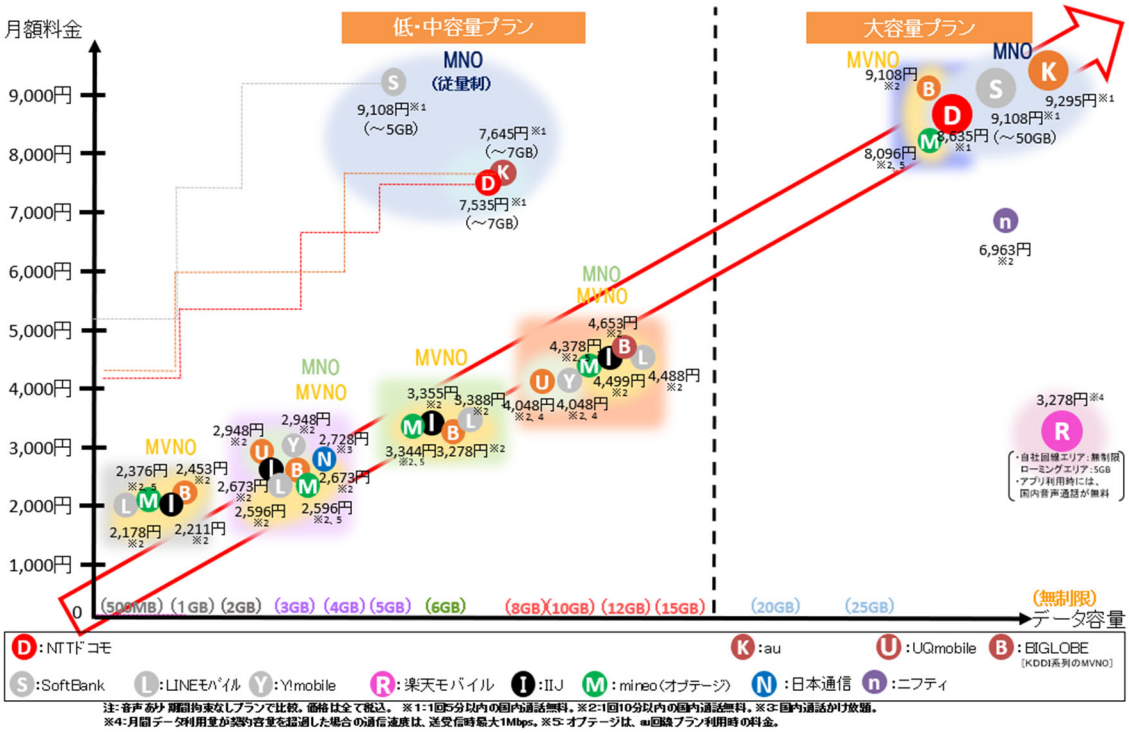
社名			y.u mobile		JCOM		BIGLOBE		日本通信		DTI			
プラン名			シングルプラン		Aプラン ST/SU		音声通話SIM		合理的30GB、合理的みんなのプラン、合理的シンプル290		TONEモバイル基本プラン		TONE for iPhone、TONE for Android	
開始時期			2021年3月12日		2021年2月18日（Aプラン ST） 2023年2月21日（Aプラン SU）		2021年4月19日		2020年12月10日（合理的30GBプラン） 2021年6月3日（合理的みんなのプラン） 2022年1月27日（合理的シンプル290プラン）		2021年3月1日		2021年12月22日（TONE for iPhone） 2024年2月1日（TONE for Android）	
データ通信	用途		定額		定額		定額		定額		定額		定額	
	基本通話料＋データ通信容量	～500MB					プランS（1ギガ）	980円	シンプル290プラン	264円				
		～1GB			1GB	980円								
		～2GB					プランR（3ギガ）	1,200円						
		～3GB												
		～4GB					プランM（6ギガ）	1,700円						
		～5GB	シングル5GB	973円	5GB	1,480円								
		～6GB												
		～7GB												
		～8GB												
		～9GB	シングル U-NEXT10GB	2,700円							動画以外インターネット使い放題（動画は1GBまで）	1,000円	動画以外インターネット使い放題（動画は1GBまで）	1,000円
		～10GB			10GB	1,980円			みんなのプラン	1,264円				
		～12GB					12GB	3,400円						
		～15GB												
		～20GB	シェア U-NEXT 20GB	3,791円	20GB	2,480円	20GB	5,200円						
		～30GB					30GB	7,450円	30GBプラン	1,980円				
		～40GB	―	―	―	―	―	―	―	―				
		～50GB												
		追加	300円/1GB、1,091円/10GB		200円/500MB、300円/1GB		300円/100MB		200円/1GB		300円/1GB（動画視聴用）		300円/1GB（動画視聴用）	
	上限超過時の通信速度（最大）		128kbps		200kbps、1Mbps		200kbps		非公表		非公表		非公表	
音声通話	通話料通常料金		20円/30秒（y.uでんわ（専用アプリ）使用時※１は10円/30秒）		20円/30秒		20円/30秒（BIGLOBEアプリ（専用アプリ）使用時※１は9円/30秒）		10円/30秒		10円/30秒（カメラのキタムラで購入した場合、17円/30秒）		10円/30秒（カメラのキタムラで購入した場合、17円/30秒）	
	音声通話オプション	プラン名	通話オプション （要専用アプリ※１）		かけ放題オプション		通話パック・かけ放題オプション （要専用アプリ※１）		国内通話定額		090電話かけ放題オプション		音声通話かけ放題オプション※	
		提供開始日	2021年3月12日		2020年12月2日		2018年3月1日		2021年12月27日（306Bプラン）、2022年1月27日（シンプル290プラン）、2023年４月28日（みんなのプラン）		2021年3月1日		2021年12月22日、2024年2月1日	
			10分かけ放題	500円	かけ放題（5分/回）	500円	通話パック60	600円	70分無料	355円	5分以内	950円	5分以内	700円
			無制限かけ放題	1,273円	かけ放題（60分/回）	1,500円	通話パック90	830円	かけ放題（30GBプラン）	1,091円	TONE電話かけ放題オプション（IP電話）		TONE電話かけ放題オプション（IP電話）	
							3分かけ放題	600円	5分かけ放題（シンプル290プラン）	355円	2016年12月1日		2021年12月22日、2024年2月1日	
							10分かけ放題	830円	かけ放題（みんなのプラン シンプル290プラン）	1,455円	10分以内	500円	10分以内	500円
合計※２			973円～5,064円		980円～3,980円		980円～3,280円		264円～3,071円		1,000円～1,950円		1,000円～1,700円	
受付チャネル			Web・店頭		Web・店頭・訪問対応		Web・店頭		Web・店頭		Web・店頭		Web・店頭	
5G提供状況			利用不可		利用可（無料）		利用可（無料）		利用可（無料）		利用可（無料）		利用可（無料）	
eSIM対応状況			未対応		対応済（Aプラン SU）		未対応		対応済※３		未対応		未対応	
備考									・みんなのプラン及び30GBプランには無料通話（70分又は通話５分かけ放題）の料金も含まれる。				・TONE for iPhoneプラン：iPhoneで使えるSIMのみのプラン ・TONE for Android：動作確認済みのAndroid端末で使えるSIMのみのプラン	

※１　専用アプリの使用に替えて、プレフィックス番号を先頭につけて発信する場合も適用される。
※２　合計はデータ通信料金及び音声通話料金を足した額（ただし、追加データ料金及び通話料通常料金は考慮しない。）。
※３　別途発行手数料が発生。

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

出典：各社ＨＰ

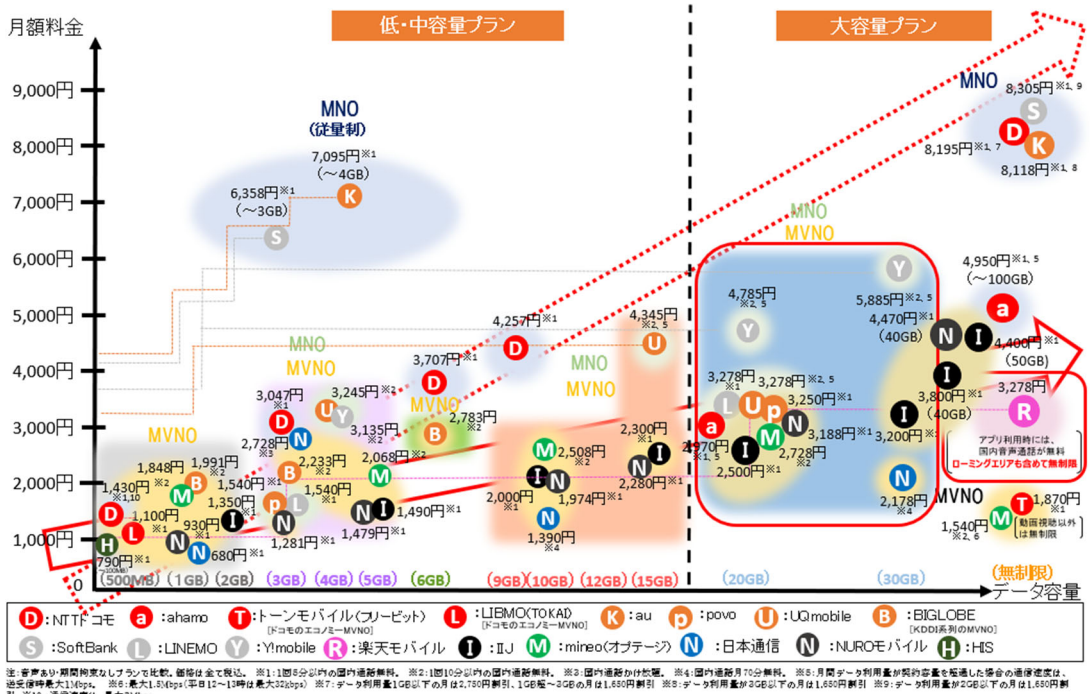
【図表Ⅱ－17　携帯電話事業者各社の主な料金プランの比較（2020年９月10日現在）】



注：音声あり・期間拘束なしプランで比較。価格は全て税込。 ※1：1回5分以内の国内通話無料。※2：1回10分以内の国内通話無料。※3：国内通話かけ放題。
※4：月間データ利用量が契約容量を超過した場合の通信速度は、送受信時最大1Mbps。※5：オプテージは、au回線プラン利用時の料金。

出典：各社ＨＰを基に総務省作成

【図表Ⅱ－18　携帯電話事業者各社の主な料金プランの比較（2024年６月１日現在）】



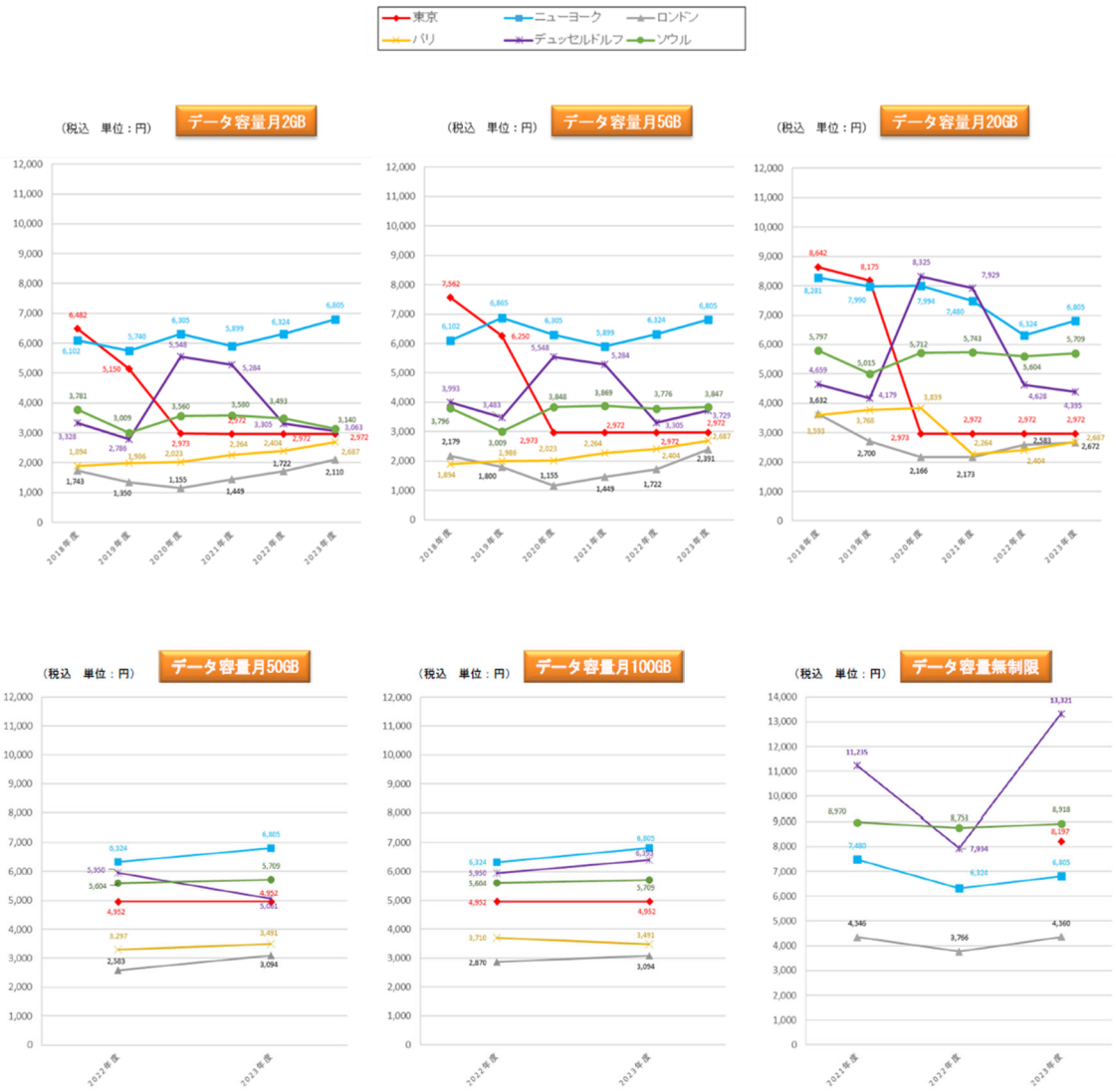
注：音声あり・期間拘束なしプランで比較。価格は全て税込。 ※1：1回5分以内の国内通話無料。 ※2：1回10分以内の国内通話無料。 ※3：国内通話かけ放題。 ※4：国内通話月70分無料。 ※5：月間データ利用量が契約容量を超過した場合の通信速度は、送受信時最大1Mbps。 ※6：最大1.5Mbps（平日12～13時は最大32Mbps） ※7：データ利用量1GB以下の月は2,750円割引、1GB超～3GBの月は1,650円割引 ※8：データ利用量が3GB以下の月は1,650円割引 ※9：データ利用量が2GB以下の月は1,650円割引。※10：通信速度は、最大3Mbps。

出典：各社ＨＰを基に総務省作成

（エ）携帯電話料金の国際比較調査の結果

総務省が実施した2024年３月時点での内外価格差調査（2024年６月公表）によれば、日本のスマートフォンの料金水準は、シェア１位の事業者について、諸外国と比べて、４Ｇでは中位の水準、５Ｇでは中位又は低位の水準となっている。

【図表Ⅱ－19　スマートフォン４Ｇ（MNO：シェア１位の事業者）の推移)】



（注１）各年度において通貨換算に用いる購買力平価の値がそれぞれ異なる。
（注２）データ容量50GB及び100GBは2022年度から、無制限は2021年度から通信料金を調査している。

出典：電気通信サービスに係る内外価格差調査－令和５年度調査結果－

【図表Ⅱ－20　スマートフォン５Ｇ（MNO：シェア１位の事業者）の推移】



（注１）各年度において通貨換算に用いる購買力平価の値がそれぞれ異なる。
（注２）データ容量月２GB、月５GB、月20GB及び無制限は2021年度から、月50GB及び100GBは2022年度から通信料金を調査している。

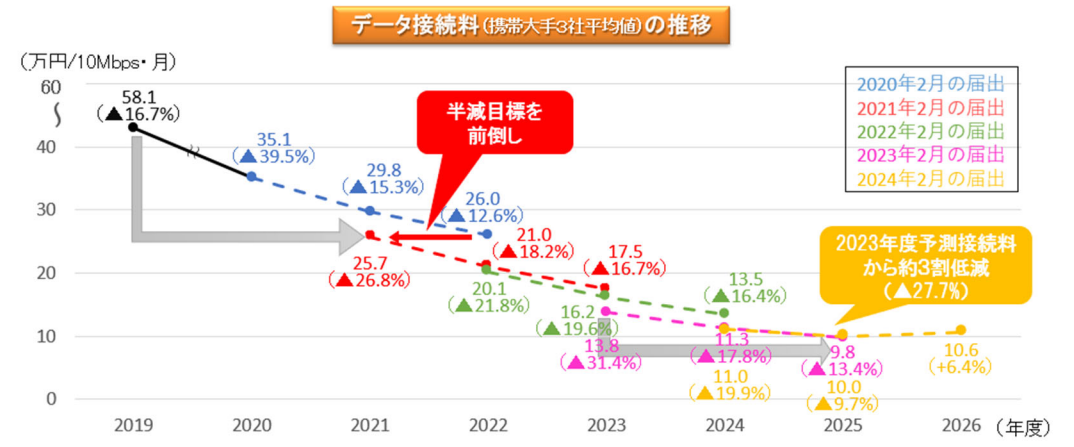
出典：電気通信サービスに係る内外価格差調査－令和５年度調査結果－

（オ）MNOによる接続料の低廉化等

MVNOが多様な料金プランを提供できるようになった背景としては、将来原価方式の導入等によるデータ接続料の低廉化や、2021年４月以降に行われたモバイル音声卸の料金の引下げ、プレフィックス自動付与機能を活用した音声接続の開始等が挙げられる。これによりMVNO各社の創意工夫の余地が拡大し、ごく小容量から無制限までの様々な通信容量と通信速度を組み合わせた料金プランや音声定額プランといった新たな料金プランが多数提供されるようになった。

【図表Ⅱ－21　携帯分野における「データ接続料」(携帯大手３社のネットワーク貸出料)の推移】

○　「日々の生活をより豊かにするためのモバイル市場競争促進プラン」（令和５年11月７日公表）において、「データ接続料の一層の低廉化を図る（2023年度当初と比較して、2025年度までに約３割低減化）」とされたところ、2024年２月末に届け出られた2025年度データ接続料（黄色部分）は、2023年２月末に届け出られた2023年度データ接続料（桃色部分）から約３割低減を達成（▲27.７%）。



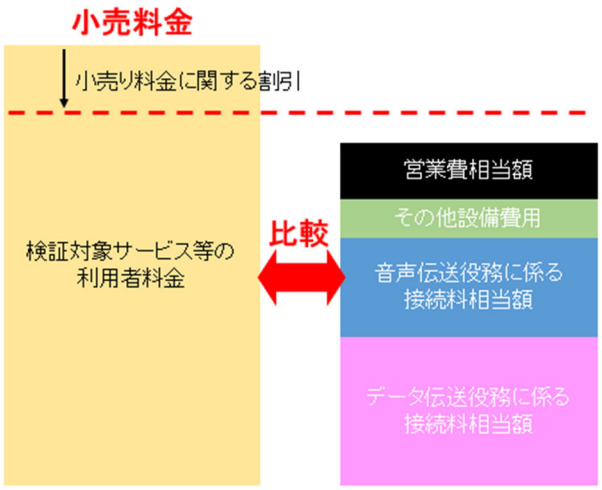
※ グラフは、各年度における当初支払額(精算前)の料額(携帯大手3社単純平均)を記載。括弧内は対前年度増減率。
※ 接続料(2020年度以降)は、将来原価方式に基づく予測値。また4Gと5G(NSA)を一体的に算定したもの。

(参考)データ接続料の算定方法

$$\text{接続料単価} \leqq \frac{\text{適正な原価} + \text{適正な利潤}}{\text{需要(回線容量)}}$$

MNOとMVNO間のイコールフッティングを確保する観点から、2022年度から、MNOの設定する料金が価格圧搾による不当な競争を引き起こすものでないことを確認する、移動通信分野における接続料等と利用者料金の関係の検証（モバイルスタックテスト）が実施されている。2022年度の検証においては、NTTドコモのahamo（20GB）、KDDIのpovo2.0（3GB）及びソフトバンクのLINEMOミニプラン（3GB）が、2023年度の検証においては、NTTドコモのirumo（3GB及び6GB）、KDDIのUQ mobile ミニミニプラン（4GB）及びソフトバンクのY!mobile シンプル２（4GB）がそれぞれ検証対象として選定され、各社による検証結果の妥当性について「接続料の算定等に関する研究会」において検討した結果、当該サービス等の価格は価格圧搾による不当な競争を引き起こす水準ではないことが確認された。

【図表Ⅱ－22　モバイル分野における接続料等と小売料金との関係の検証】



2023年６月には、電気通信事業法の一部を改正する法律（令和４年法律第70号）により導入された、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくない指定設備卸役務（特定卸電気通信役務）に関する規律が施行された。移動通信分野においては、携帯電話サービス、全国BWAサービス及びセルラーLPWAサービスが特定卸電気通信役務の対象とされており、第二種指定電気通信設備を設置する事業者に対し、特定卸電気通信役務を提供する義務及び同役務に関する協議の円滑化に資する情報を卸先事業者の求めに応じて提示する義務等が課されている。

MNOによるMVNOに対する５Ｇ（ＳＡ方式）の機能開放については、「接続料の算定等に関する研究会」において事業者間協議の状況を注視しつつ、検討が行われている。

（カ）指定事業者のARPU[11]の状況

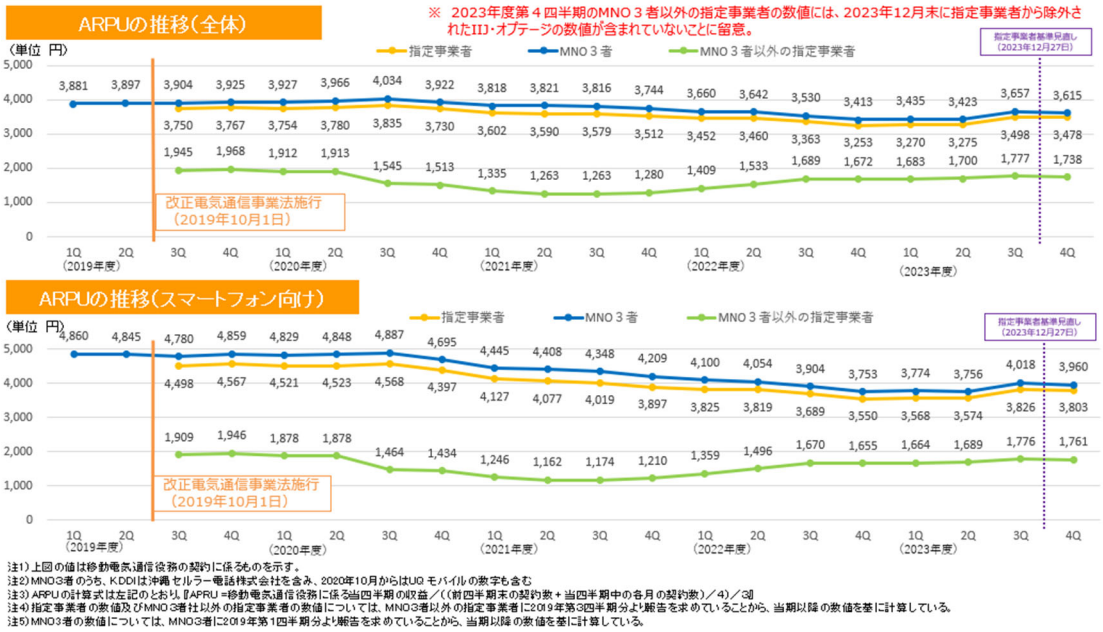
MNO３者のARPUについては、廉価プランの提供が本格化して以降、減少傾向にあったが、2023年度第３四半期は増加に転じている。なお、MNO３者のスマートフォン向けARPUは、2023年度第４四半期と、改正法が施行した2019年度第４四半期と比較すると▲7.9%となっているが、他方で、2022年度第４四半期と比較をすると＋5.9%となっている。

MNO３者以外の指定事業者のARPUについては、額自体はMNO３者と大きな開きがあるものの、2021年度第２四半期以降、増加傾向にある。

[11] Average Revenue Per User ： １契約当たりの売上高

指定事業者のARPUについては、2023年度第１四半期から第３四半期までの平均値は、契約全体では3,348円、スマートフォン向け契約では3,780円であり、2022年度の平均値と比べ、それぞれ、▲1.0%、▲1.7%となっている。

【図表Ⅱ－23　ARPUの推移】



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者社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に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及び報告徴収に基づく報告

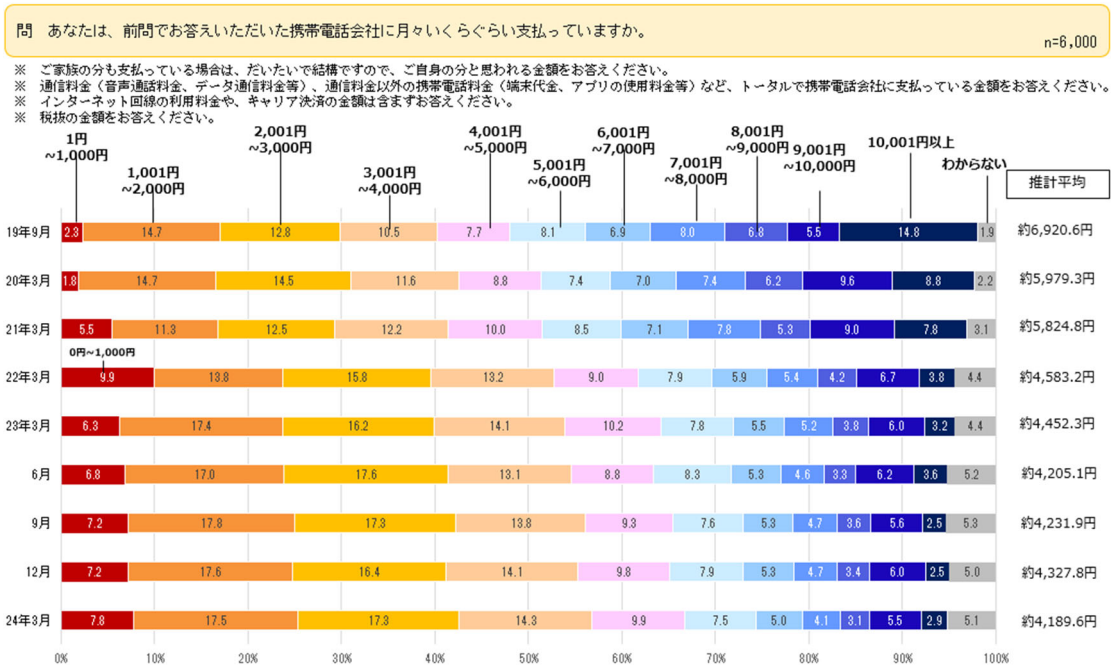
（キ）通信料金に関する利用者意識調査の結果

総務省が実施した利用者意識調査[12]の結果によれば、月々の携帯電話会社への支払総額（通信料金、端末代金やアプリ代金等を含んだ総額）は継続して低下しており、直近の１年間において約4,452円から約4,190円で、▲5.9%となり、改正法施行時点（約6,921円）と比べて▲39.5%となっている。

また、月々の通信料金の支払額も同様に継続して低下しており、直近の１年間において約2,486円から約2,391円で、▲3.8%となり、改正法施行時点（約4,287円）と比べて▲44.2%となっている。

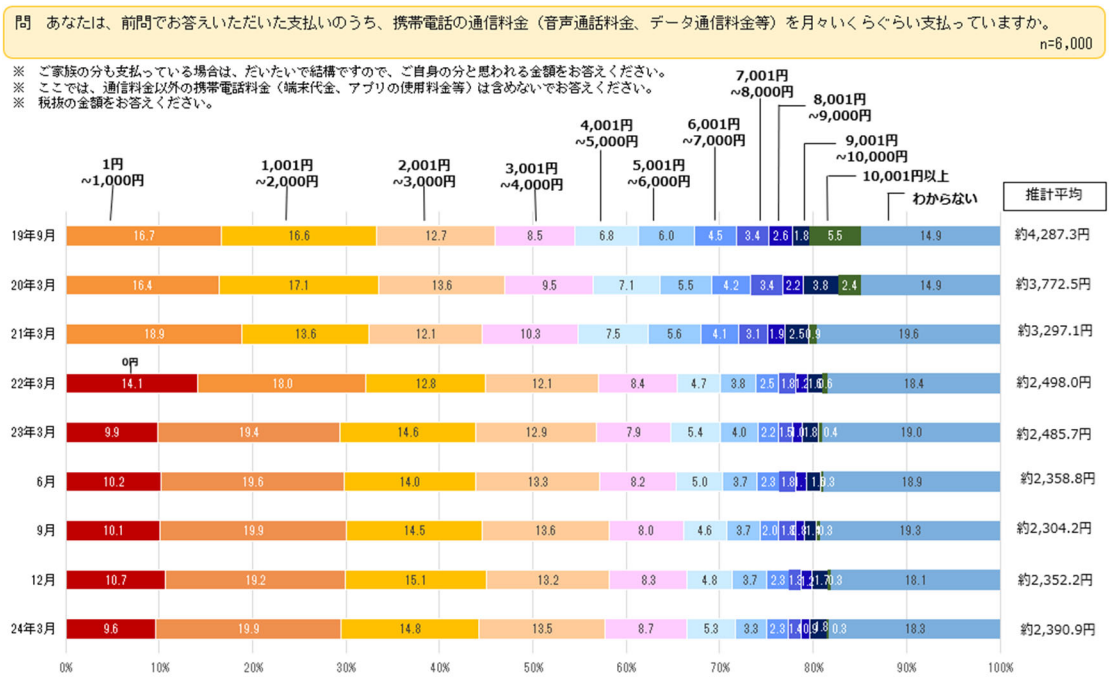
12 サンプル数：6,000人（属性は12属性×500人①性別（男女）２属性、②年齢（20代～70代以上10代ごと）６属性）、調査実施期間：2024年３月１日から３日まで

【図表Ⅱ－24　毎月の支払額】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

【図表Ⅱ－25　毎月の通信料金の支払額】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

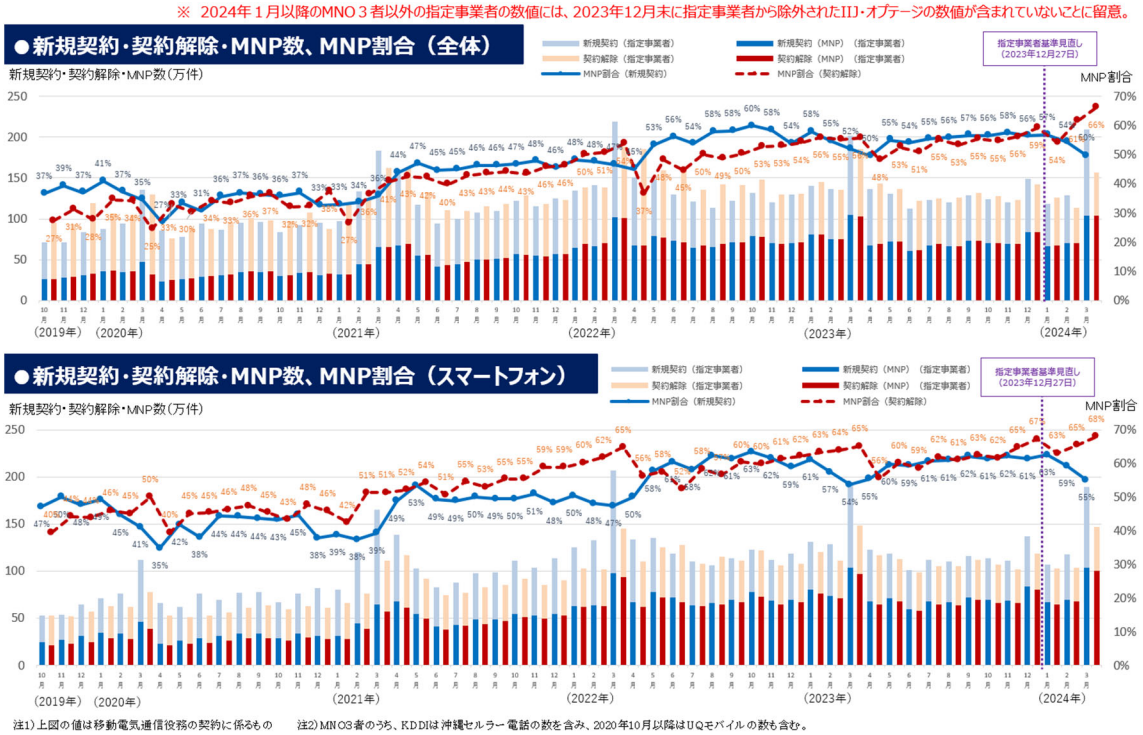
ウ　利用者の動向

（ア）利用者による事業者乗換えの動き

指定事業者の新規契約数及び契約解除数は、全体では、毎年３月頃に大きく伸びる傾向にある。2023 年の合計では、前年と比べ、新規契約数は▲2.4%、契約解除数は▲8.3%となっている。スマートフォン向けの契約では、前年と比べ、新規契約数は▲2.6%、契約解除数は▲1.8%となっている。

新規契約数及び契約解除数に占める MNP 件数の割合は、2020 年度は概ね３割程度、2021 年度は概ね４割強、2022 年度は５割程度と年々増加傾向にあり、2023 年度第１四半期から第３四半期についても５割程度の水準となっている。

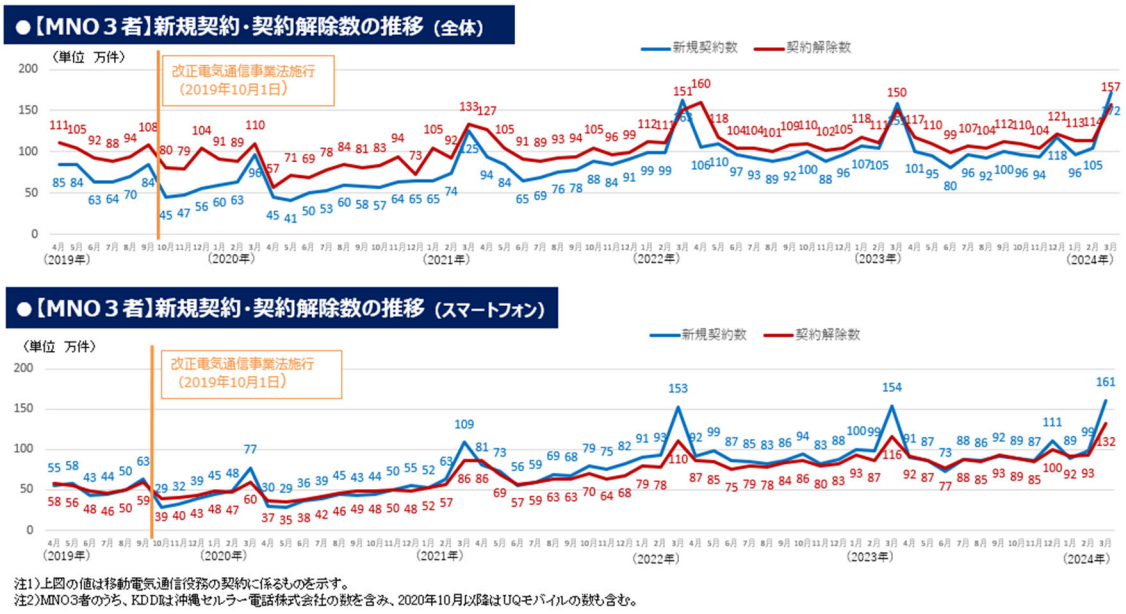
【図表Ⅱ－26　指定事業者の新規契約数・契約解除数、MNP割合】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

MNO３者については、全体では、毎月の契約解除数が新規契約数を上回る傾向が続いている。他方で、スマートフォン向けについては、双方に大きな差はなく、2021 年８月以降、新規契約数が契約解除数を上回る傾向になっている。

【図表Ⅱ－27　新規契約数及び契約解除数の推移（MNO３者）】

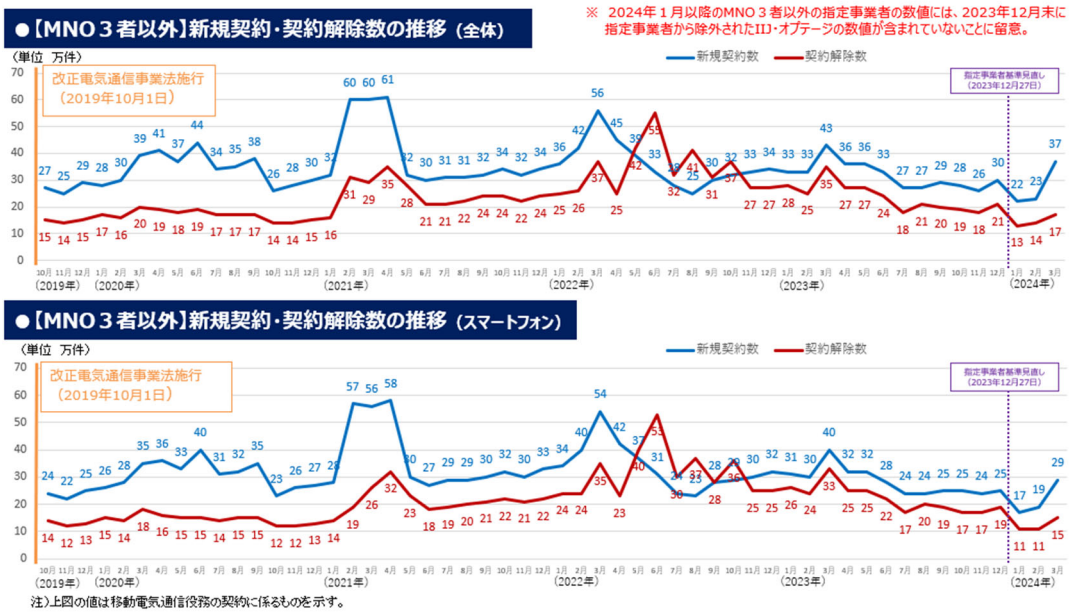


注1）上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
注2）MNO3者のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

MNO３者以外の指定事業者については、楽天モバイルが 2022 年５月に 1GB 以下０円を廃止した Rakuten UN-LIMIT VII を同年７月１日に提供開始することを発表したことを受け、同社の契約解除数が増加したことが要因として考えられる 2022 年５月から 10 月までの期間を除いては、全体、スマートフォン向けともに新規契約数が契約解除数を上回っている。

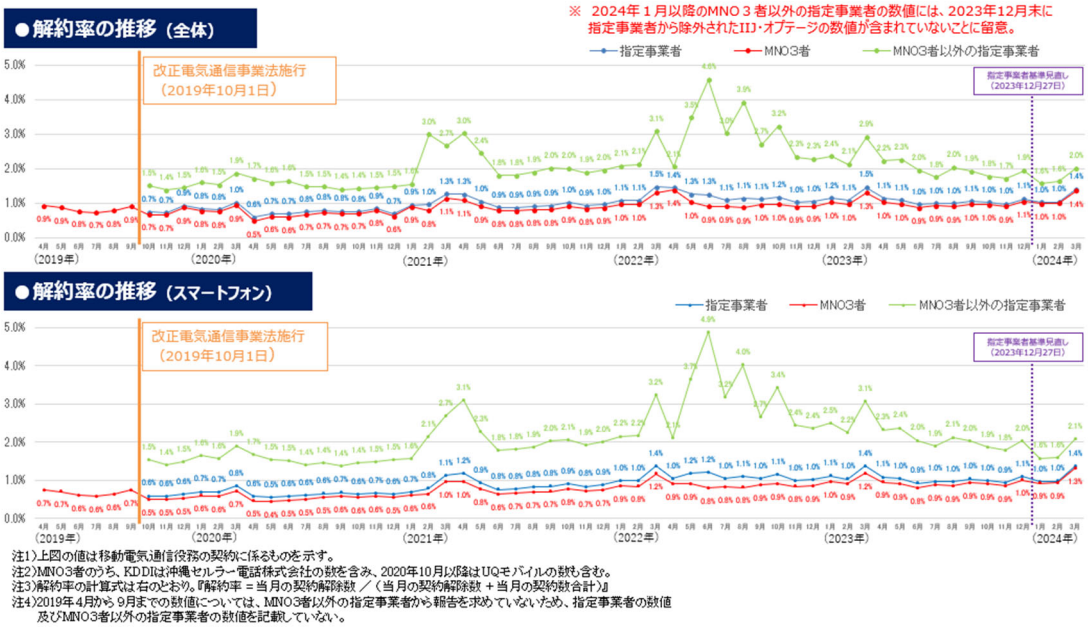
【図表Ⅱ－28　新規契約数及び契約解除数の推移（MNO３者以外の指定事業者）】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

解約率については、指定事業者全体、MNO３者、それ以外の事業者とも、また、全体、スマートフォン向けとも、季節変動はあるもののそれぞれ概ね１%、１%、２%で推移している。

【図表Ⅱ－29　解約率の推移】

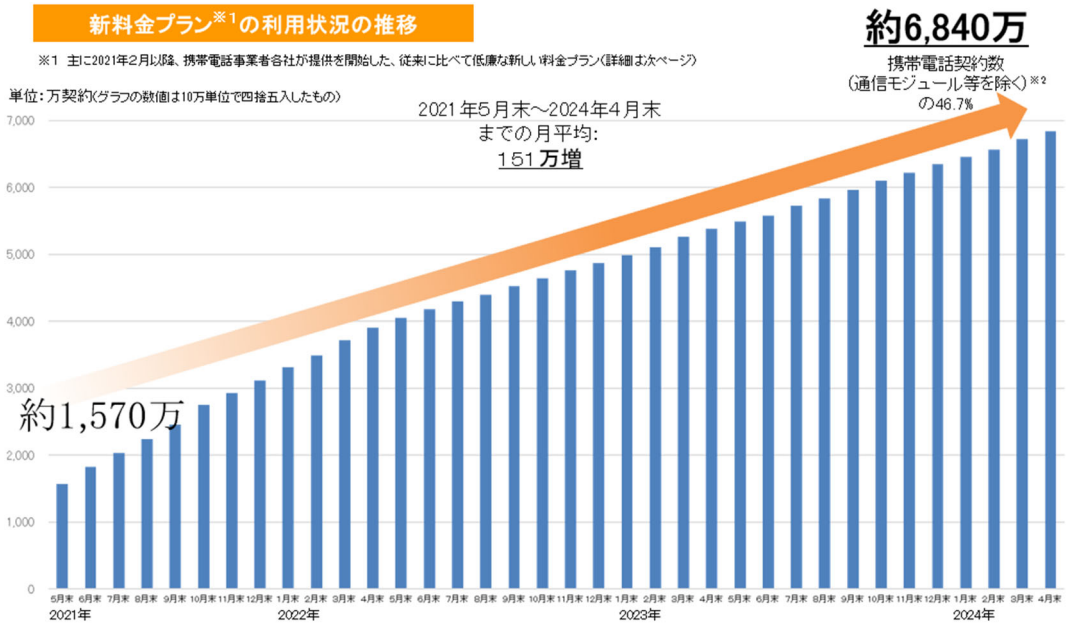


出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

（イ）新料金プランへの移行状況

2021 年５月以降、新料金プランの契約数は、平均すると約 151 万/月を超えて増加しており、2024 年４月末では、その数は約 6,840 万となっており、新料金プランへの移行は着実に進展している。

【図表Ⅱ－30　新料金プランへの移行状況】



※2 MNOは携帯電話契約数から通信モジュールの契約数を除いたもの。
MVNOは契約数3万以上の事業者からの契約数報告のうち携帯電話・SIMカード型のサービスの契約数。
いずれもMNOのグループ内取引による契約数の重複等を排除・調整している。

新料金プランの契約数集計の対象及び集計開始時期

事業者名等*（MNO）	料金プラン名等	集計開始時期
NTTドコモ	ahamo	2021年5月
	5Gギガホプレミア、ギガホプレミア	2021年5月
	eximo、irumo	2023年7月
KDDI	povo（1.0）	2021年5月
	povo（2.0）	2021年9月
	使い放題MAX 5G/4G	2021年5月
	スマホミニプラン 5G/4G	2023年2月
UQモバイル	くりこしプランS/M/L/+5G	2021年5月
	トクトク/コミコミ/ミニミニプラン	2023年6月
ソフトバンク	LINEMO（スマホプラン）	2021年5月
	LINEMO（ミニプラン）	2021年9月
	メリハリ無制限	2021年5月
	ペイトク30、ペイトク50、ペイトク無制限、メリハリ無制限＋	2023年10月
ワイモバイル	シンプルS/M/L	2021年5月
	シンプル2 S/M/L	2023年10月
楽天モバイル	Rakuten UN-LIMIT Ⅵ	2021年5月
	Rakuten UN-LIMIT Ⅶ	2022年7月
	Rakuten 最強プラン	2023年6月

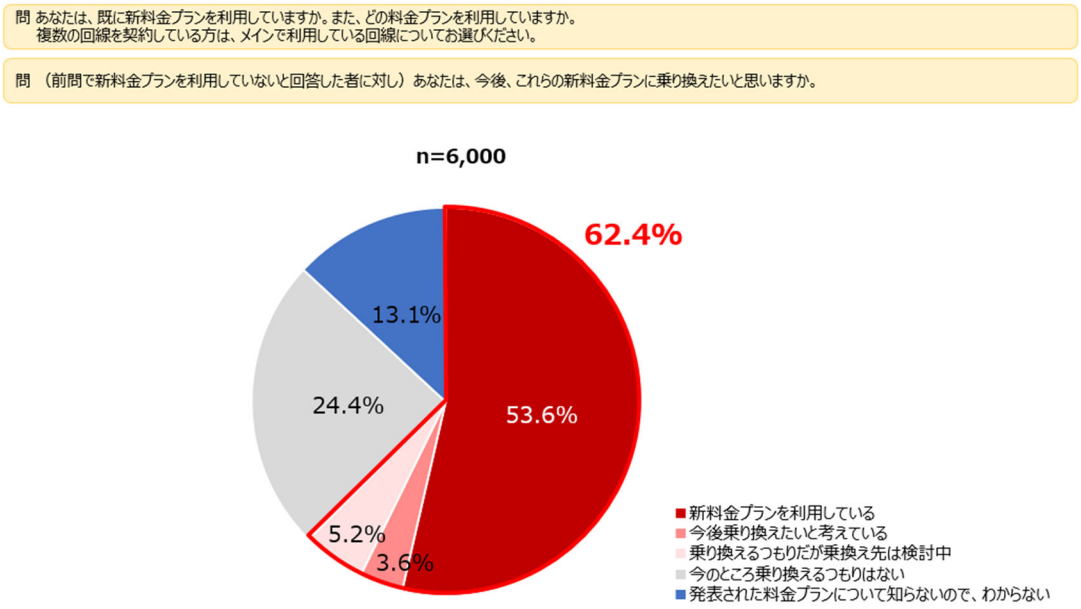
事業者名等*（MVNO）	料金プラン名等	集計開始時期
IIJmio モバイルサービス	ギガプラン	2021年5月
イオンモバイル	音声プラン、データプラン、シェア音声プラン、やさしいプラン	2021年10月
OCNモバイルONE（旧NTTレゾナント）	SIMカード	2021年5月
mineo（オプテージ）	マイピタ	2021年5月
	マイそく	2022年3月
J:COM MOBILE	AプランST	2021年5月
トーンモバイル（トリーム・トレイン・インターネット）	基本プラン	2021年10月
	TONE for iPhoneプラン	2021年12月
	TONE for Androidプラン	2022年2月
日本通信	合理的30GBプラン、合理的かけほプラン、合理的みんなのプラン、Wスマートプラン、	2021年5月
	合理的シンプル290プラン	2022年1月
NUROモバイル（ソニーネットワークコミュニケーションズ）	バリューブラス VS/VM/VL/VLL、お試しプラン	2021年10月 2023年11月
	NEOプラン、NEOプランLite、NEOプランW	2021年11月 2022年4月 2023年3月
	かけ放題プラン、かけ放題ブラスト	2022年10月 2023年11月
ビッグローブ	BIGLOBEモバイル S/R/M	2021年5月
	donedone	2021年9月
y.u mobile	シングル、シングル U-NEXT、シェア U-NEXT	2021年10月

※五十音順

出典：事業者からの報告

総務省が実施した利用者意識調査[13]の結果によれば、既に新料金プランを利用している」と回答した者は全体の 53.6%となっている。また、「今後乗り換えたいと考えている」「乗り換えるつもりだが乗換え先は検討中」と回答した者は 8.8%となっており、全体として約６割の者が、これら新料金プランに興味を持っていることがうかがえる。他方で、「乗り換えるつもりはない」と回答した者は 24.4%、「これらプランについて知らないのでわからない」と回答した者は 13.1%存在した。

【図表Ⅱ－31　利用者意識調査結果（新たな料金プランへの乗換え意向）】



出典：総務省利用者意識調査（2024 年３月実施）

・　「既に新料金プランを利用している」と回答した者（3,217 名）に、どのプランを利用しているかについて尋ねたところ、「楽天モバイル：Rakuten UN-LIMIT VII（10.0%）」、「NTT ドコモ：ahamo（10.0%）」、「Y!mobile：シンプルＳ（10.0%）」、「UQ mobile：くりこしプラン S+5G（7.1%）」、「ソフトバンク：メリハリ無制限（7.0%）」、の順となっている。これらのプランへの乗換え元を尋ねたところ、NTT ドコモ・KDDI・ソフトバンクについては、同じ事業者からの移行が最も多かったが、楽天モバイルに関しては、MNO３者からの移行が最も多くなっている。

[13] サンプル数：6,000人（属性は12属性×500人 ①性別（男女）・・・２属性、②年齢（20代～70代以上　10代ごと）・・・６属性）　調査実施期間：2024年３月１日から３日まで

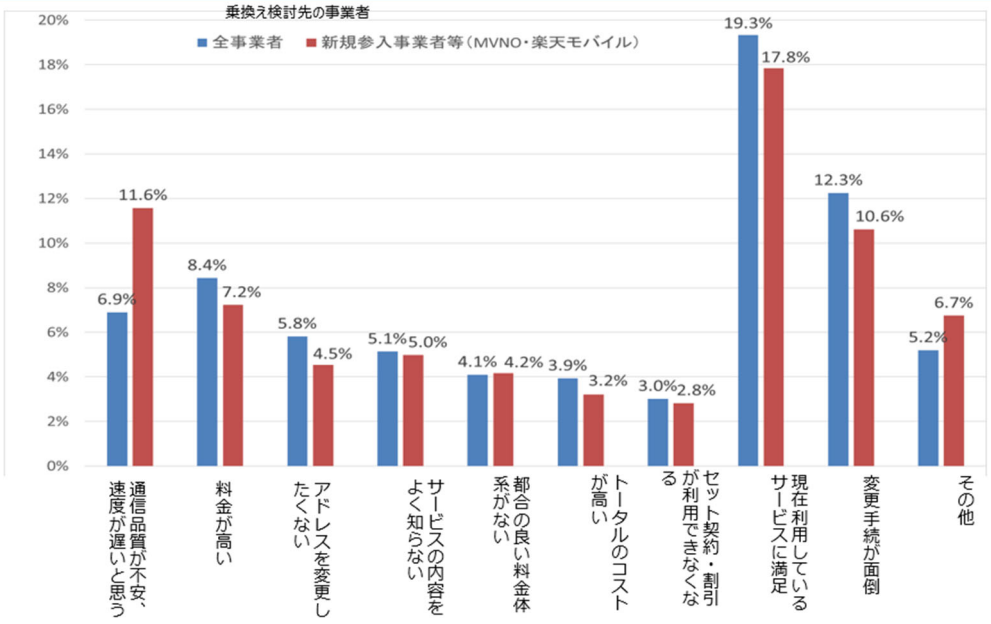
・　MVNO から MNO に乗り換えたとの回答は合計で全体の 3.3%である一方､MNO から MVNO へ乗り換えたとの回答は合計で全体の 4.5%であり、全体として見れば、MVNO の契約数が増加している傾向がうかがえる回答となった。

【図表Ⅱ－32　利用者意識調査結果（既に新料金プランを利用している者の動き）】

| | 移行元の割合→ | NTTドコモ | | | | | | KDDI | | | UQモバイル | | | | | | ソフトバンク | | | | | | Ymobile | | | | | | 楽天モバイル | | | | | |

【図表Ⅱ－33　他の事業者が提供するサービスに切り替えない理由】

● 現在利用契約している携帯電話サービスが仮に利用できなくなった場合の変更先として回答したサービスごとに、現時点で切替えない理由を確認



出典：　2023 年度利用者アンケート（電気通信市場検証会議）から作成

注　質問内容「メインで利用している携帯電話事業者のサービスが利用できなくなった場合の変更先として回答した事業者に現時点で切り替えない理由について最も当てはまるものを１つお答えください。」、回答選択肢 29 個のうち、回答が多かったものから作成

【図表Ⅱ－34　他の事業者が提供するサービスに切り替えない理由（詳細版）】

● 現在利用契約している携帯電話サービスが仮に利用できなくなった場合の変更先として回答したサービスごとに、現時点で切替えない理由を確認。

仮にあなたが現在メインで利用している携帯電話事業者のサービスが利用できなくなった場合の変更先	該当数	サブ利用（一２回線目以降一）の回線として利用している	サービスの内容をよく知らないから	身近で契約できる場所がないから	契約の仕方がわからないから	初期費用が高いから	月額利用料金が高いから	トータルのコストが高いから	電話料金を安く抑えるためには専用のアプリを利用しなければならず面倒くさいから	都合の良い料金体系がないから	料金プランがわかりにくいから	割引やキャッシュバックがないから	固定通信やインターネット接続サービスとのセット契約、セット割引が利用できなくなるから	通信速度が遅いと思うから	通信品質に不安があるから	アフターサービスやサポートに不安があるから	設定が難しそうだから	メールアドレスを変更したくないから	利用可能な端末に魅力を感じないから	端末にSIMロックがかかっておりそのまま端末を利用できないから	魅力的なサービスがないから	ブランドイメージが良くないから	通信会社を変更する事務手続きが面倒だから	現在利用しているサービスに満足しているから	MNPワンストップに対応していない	MNPワンストップを利用しようと思ったが、現在利用しているMNPワンストップ電子書面（MNP-ID・パスワードなど）を通知してもらうために、申込みの受付をしていないなど、申込みの受付を拒否されたから	MNPワンストップを利用しようと思ったが、現在利用しているMNPワンストップ電子書面（MNP-ID・パスワードなど）を通知してもらうために、申込みの受付をしていないなど、申込みの受付を拒否されたから	MNPワンストップを利用しようと思ったが、受付時間外の夜間にMNP利用の手続きができないと思ったから	MNPワンストップを利用しようと思ったが、店舗・電話では手続きに対応していないと思ったから	その他
全　体	6000	0.3	5.1	1.4	2.3	2.0	8.4	3.9	1.8	4.1	2.4	2.2	3.0	2.2	4.7	2.0	3.0	5.8	1.7	0.7	2.9	0.8	12.3	19.3	0.4	0.6	0.7	0.4	0.5	5.2
NTTドコモ(ahamo除く)	501	0.6	6.4	0.6	1.4	3.0	15.0	6.2	1.4	3.8	2.6	2.0	2.2	1.4	2.2	1.4	2.4	5.2	1.8	0.4	2.6	0.4	11.0	20.2	1.2	0.0	0.2	0.0	0.8	3.8
ahamo	746	0.0	6.4	0.5	3.1	1.5	6.0	4.0	2.5	4.3	2.1	2.4	2.7	1.3	2.5	3.6	6.2	7.6	1.6	0.4	4.4	0.0	12.3	19.3	0.1	0.4	0.8	0.8	0.5	2.3
OCNモバイルONE(NTTドコモ(旧　NTTレゾナ	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
au(povo除く)	361	0.3	5.0	0.6	1.1	1.4	12.5	6.6	0.8	2.2	2.2	1.1	3.9	1.7	2.8	2.5	2.2	7.8	3.0	0.6	3.0	1.1	10.8	20.2	0.6	0.6	0.6	0.6	0.3	4.2
povo	360	0.6	5.8	1.7	2.5	1.7	5.8	3.1	1.9	3.9	3.1	2.2	2.8	1.7	2.5	2.5	2.5	3.3	1.1	0.6	3.3	0.8	13.6	23.3	0.6	1.1	0.3	0.0	0.6	7.2
ソフトバンク(LINEMO除く)	499	0.6	5.2	2.0	3.0	2.6	13.0	3.4	1.2	5.6	3.4	1.0	2.4	2.2	1.4	0.8	3.6	6.6	0.6	1.4	2.6	0.8	12.2	18.2	0.2	0.6	0.8	0.4	0.4	3.6
LINEMO	233	0.9	4.7	1.7	3.4	0.9	9.0	4.7	2.6	6.0	2.6	5.6	3.9	1.3	2.1	1.7	2.1	4.7	1.7	1.7	3.0	0.4	6.4	21.0	0.4	1.3	0.4	0.0	0.9	4.7
楽天モバイル	1010	0.4	4.0	2.5	2.0	1.9	4.9	2.7	2.0	3.3	1.7	1.9	4.0	4.1	13.1	2.0	3.0	4.8	1.8	0.8	1.3	1.2	12.5	18.0	0.4	0.6	1.0	0.7	0.4	3.6
ワイモバイル	637	0.0	3.3	1.9	1.9	0.8	6.3	3.3	0.3	4.4	2.8	2.7	3.1	1.6	4.7	1.9	3.0	8.2	1.1	0.8	2.5	0.9	16.8	20.1	0.0	0.3	0.3	0.5	0.6	6.0
UQモバイル	573	0.2	4.7	1.0	2.6	1.4	7.5	4.2	2.1	2.8	2.3	2.6	4.5	1.7	3.0	2.1	2.3	6.1	1.7	0.2	3.1	0.5	16.6	20.4	0.3	0.5	0.3	0.0	0.3	4.7
IIJmio(みおふぉん)（インターネットイニシアティ	110	0.0	2.7	0.0	4.5	2.7	9.1	3.6	3.6	7.3	1.8	0.0	1.8	0.9	3.6	1.8	0.9	4.5	0.9	1.8	3.6	2.7	8.2	25.5	0.9	0.9	0.9	0.0	0.0	5.5
イオンモバイル（イオンリテール）	101	1.0	2.0	4.0	2.0	5.0	11.9	3.0	0.0	3.0	3.0	3.0	1.0	1.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0	2.0	4.0	0.0	10.9	18.8	0.0	1.0	3.0	1.0	0.0	5.0
J. COM　MOBILE(J. COMグループ)	112	0.0	6.3	0.9	2.7	3.6	6.3	6.3	4.5	3.6	2.7	0.0	4.5	5.4	5.4	0.9	1.8	8.9	2.7	0.0	4.5	0.0	8.9	17.9	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8
DMMmobile(楽天モバイル)	93	0.0	7.5	3.2	5.4	4.3	10.8	1.1	3.2	5.4	1.1	3.2	0.0	2.2	7.5	1.1	4.3	4.3	2.2	0.0	3.2	0.0	5.4	15.1	3.2	1.1	2.2	1.1	0.0	2.2
NifMo(ニフティ)	14	0.0	7.1	0.0	0.0	21.4	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0	7.1	7.1	0.0
BIGLOBEモバイル ※旧BIGLOBE　LTE・3G	63	0.0	6.3	1.6	0.0	6.3	3.2	3.2	0.0	7.9	1.6	6.3	0.0	6.3	4.8	3.2	3.2	4.8	1.6	1.6	3.2	1.6	12.7	14.3	0.0	4.8	0.0	1.6	0.0	0.0
mineo(オプテージ(旧ケイ・オプティコム))	134	0.0	6.0	0.7	2.2	3.0	9.0	8.2	2.2	4.5	2.2	5.2	3.7	4.5	4.5	0.0	0.0	2.2	3.0	1.5	3.0	1.5	8.2	16.4	0.0	0.0	0.7	0.0	0.7	6.7
その他	453	0.2	7.3	0.7	1.8	2.9	10.2	2.4	2.0	5.1	2.2	0.9	1.1	0.9	3.1	2.2	1.1	4.2	2.2	0.2	3.3	0.9	9.1	17.4	0.2	0.0	0.7	0.0	0.0	17.9

出典：2023 年度利用者アンケート（電気通信市場検証会議）から作成

（ウ）MNO３者の廉価プラン等への移行状況

（ｉ）分析対象及び方法

報告書 2020 において、Y!mobile、UQ mobile の２ブランドに焦点を当て、それがモバイル市場の競争環境に与える影響について分析が行えるよう事業者からデータを取得する旨提言があった。

これに加え、報告書 2021 に向けた検討の中で、報告書 2020 以降に新たに発表された MNO３者のオンライン専用プラン[14]についても、モバイル市場へ与える影響が大きいと想定されたことから、MNO４者が提供するサービスのうち、特に独立系 MVNO（MNO の特定関係法人に該当しない MVNO をいう。以下同じ。）との間の競争に影響を与えると考えられる料金プラン・ブランドを、「廉価プラン等」として捉え、料金プラン・ブランド別のデータを取得し、分析することとした。

MNO３者の廉価プラン等については、廉価プラン等以外の契約数が減少している中で、2021 年３月以降継続して契約数を増やしている。現時点において最も移行先として選択されている MNO３者の廉価プラン等について、総務省が実施した利用者意識調査の結果等に基づき検証を行った。

[14] MNO３者の廉価プラン等のうち、NTT ドコモ「ahamo」、KDDI「povo」、ソフトバンク「LINEMO」をいう。

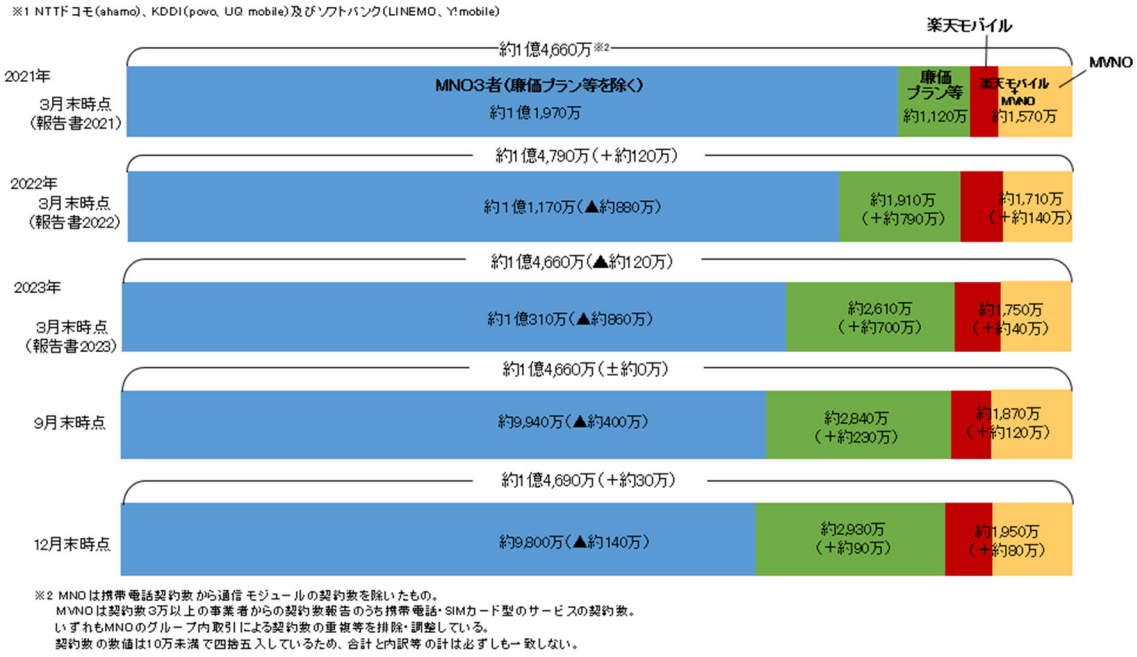
（ⅱ）分析結果（契約数は 10 万単位で四捨五入している。）

携帯電話契約数（モジュール等を除く。以下同じ。）の総数は、2023 年 12 月末時点で約１億 4,690 万であり、2023 年３月末時点（約１億 4,660 万契約）と比べ、＋0.2%となっている。

この状況において、MNO３者の廉価プラン等の契約数は、2023 年 12 月末時点で約 2,930 万であり、2023 年３月末時点（約 2,610 万）と比べ、＋12.3%となっている。また、携帯電話契約数の総数に占める割合は 19.9%であり、2023 年３月末時点（17.8%）と比べ 2.1 ポイント増加している。

楽天モバイル＋MVNO の契約数は、2023 年 12 月末時点で約 1,950 万であり、2023 年３月末時点（1,750 万）と比べ、＋11.4%となっている。

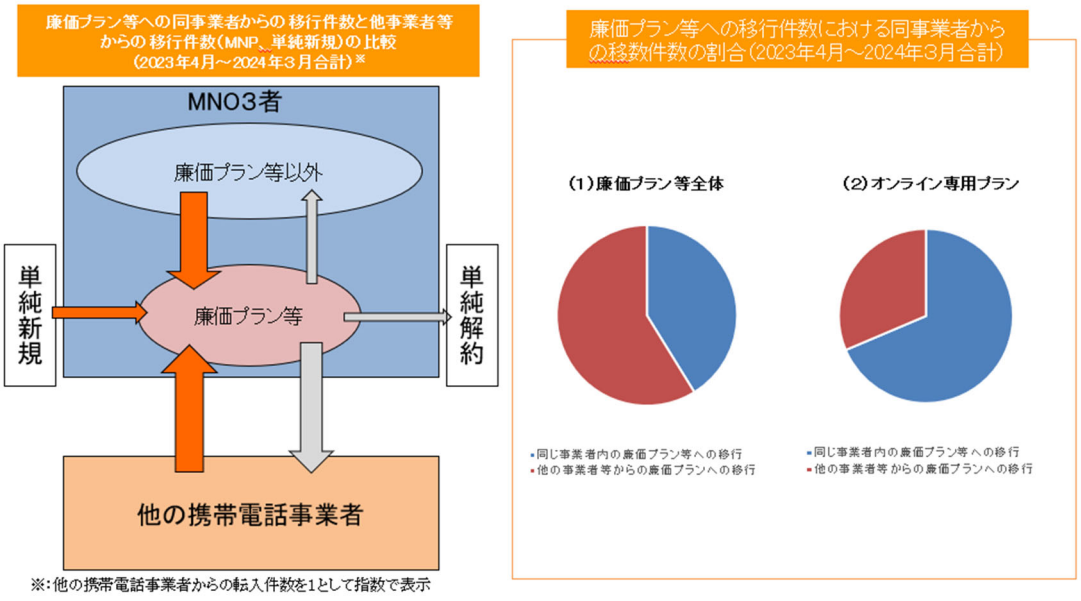
【図表Ⅱ－35　利用者の動向（通信モジュール等を除いた契約数）】



出典：電気通信事業報告規則及び事業者からの報告

また、MNO３者と他の携帯電話事業者との間では、前者の廉価プラン等から後者への転出よりも後者から前者の廉価プラン等への転出の方が多くなっている。

【図表Ⅱ－36　MNO３者の廉価プラン等への転出・転入の内訳】



出典：事業者からの報告

なお、楽天モバイル「Rakuten 最強プラン」については、MNO３者の廉価プラン等のような、転入の内訳を把握するためのデータを入手していない。このため、同プランへの転入の内訳について、総務省が実施している利用者意識調査の結果に基づき分析を行った[15]。

上記調査によると、転入元として最も割合が高かったのは他の MNO からの移行（約５割）であり、次いで自社内 MVNO からの移行の割合が高く（約２割）、他の MVNO からの転入は最も少ない割合（約１割）であった。なお、「新規契約」の割合は約１割であり、他の MVNO からの転入と同程度という結果となっている。

[15] 総務省調査は2024年３月１日から３日までに実施したもの（6,000人）であり、調査実施時点において楽天モバイル「Rakuten最強プラン」を利用していると回答した者に対し、いずれの事業者からの転入であるか等を尋ねたものである。

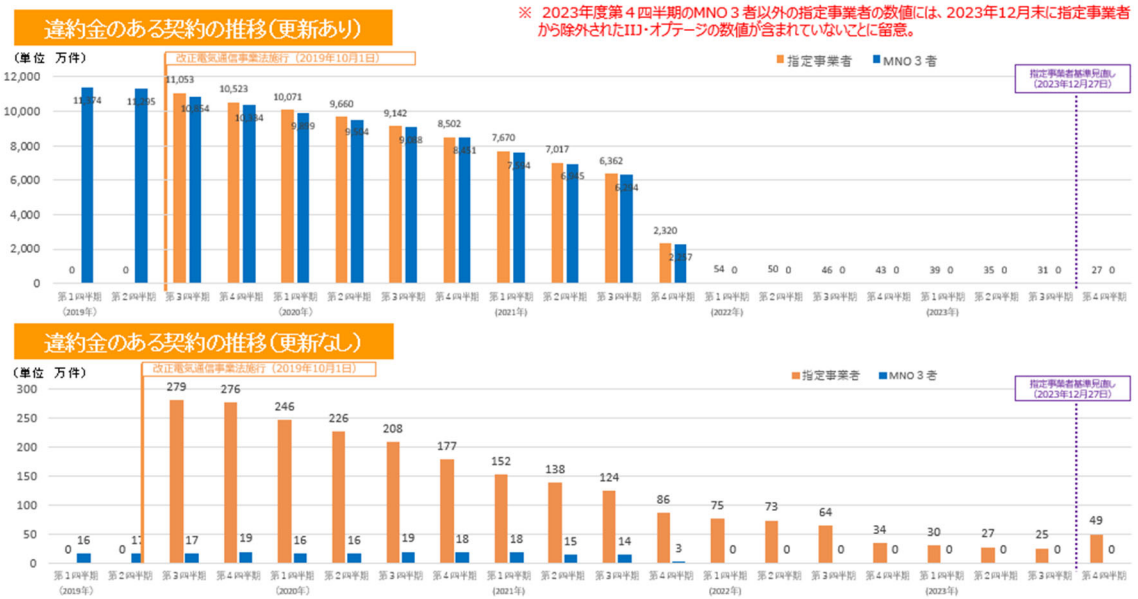
（エ）違約金のある契約の状況

MNO３者は、2022 年４月までに全ての契約についての違約金を撤廃した（NTT ドコモは 2021 年 10 月より違約金を免除、2022 年２月に約款上で違約金を撤廃。ソフトバンクは 2022 年２月、KDDI は 2022 年４月に撤廃。）。なお、楽天モバイルはサービス開始当初から違約金を設定していなかった。

ただし、専ら MNP を行うことを目的としたサービス利用意思を伴わない乗換え行為等の対策として、そのような行為を行う者に限定した違約金の設定を 2024 年２月 21 日から楽天モバイルが、2024 年６月１日から KDDI（au、UQ mobile）及びソフトバンク（LINEMO）が開始した。

違約金のある契約は、MNO３者以外の指定事業者についても継続的に減少しており、2023 年 12 月末時点で約 56 万契約（前年同月比▲48.6%）となっている。

【図表Ⅱ－37　違約金のある契約件数の推移】

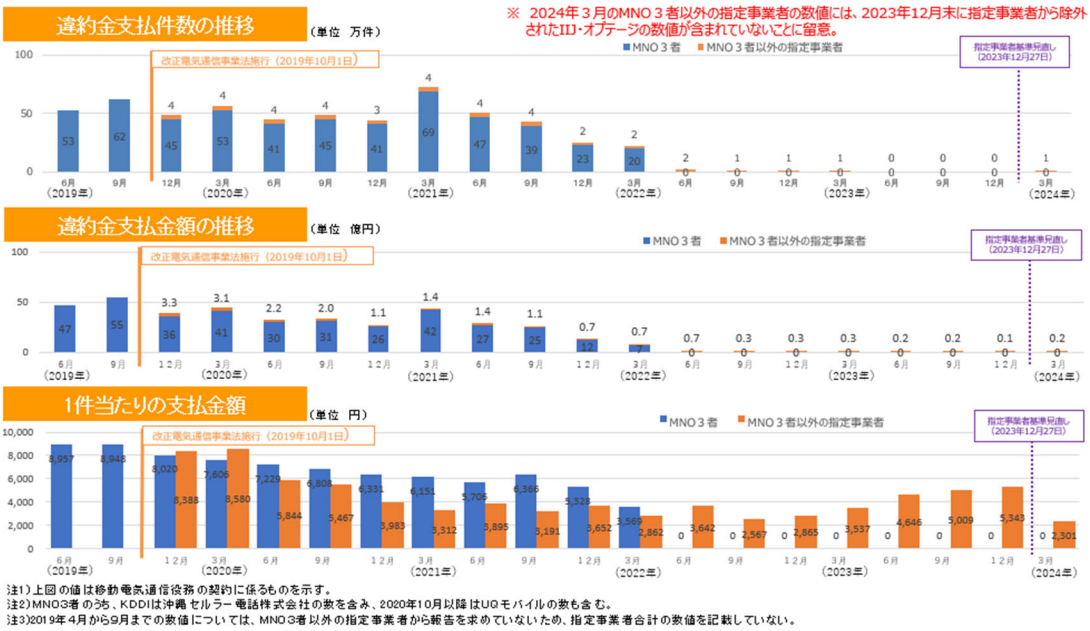


注1）上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
注2）MNO３者のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社の数を含み、2020年10月以降はUQモバイルの数も含む。
注3）2019年1Q、2Qの数値については、MNO３者以外の指定事業者から報告を求めていないため、指定事業者合計の数値を記載していない。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

また、毎月の１件当たりの違約金支払金額はMNO３者は2022年第１四半期にゼロとなり、それ以外の指定事業者は改正法施行後、継続的に減少傾向にあったが、2023 年度に増加傾向に転じている。これは、既往契約者が何らかの要因によって、解約をする動きがあったことによるものと考えられる。なお、2023年12月末をもって既往契約の更新に係る特例は廃止されたことから、今後、既往契約は自然解消していくことが見込まれている[16]。

【図表Ⅱ－38　違約金の支払件数及び支払金額の推移】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

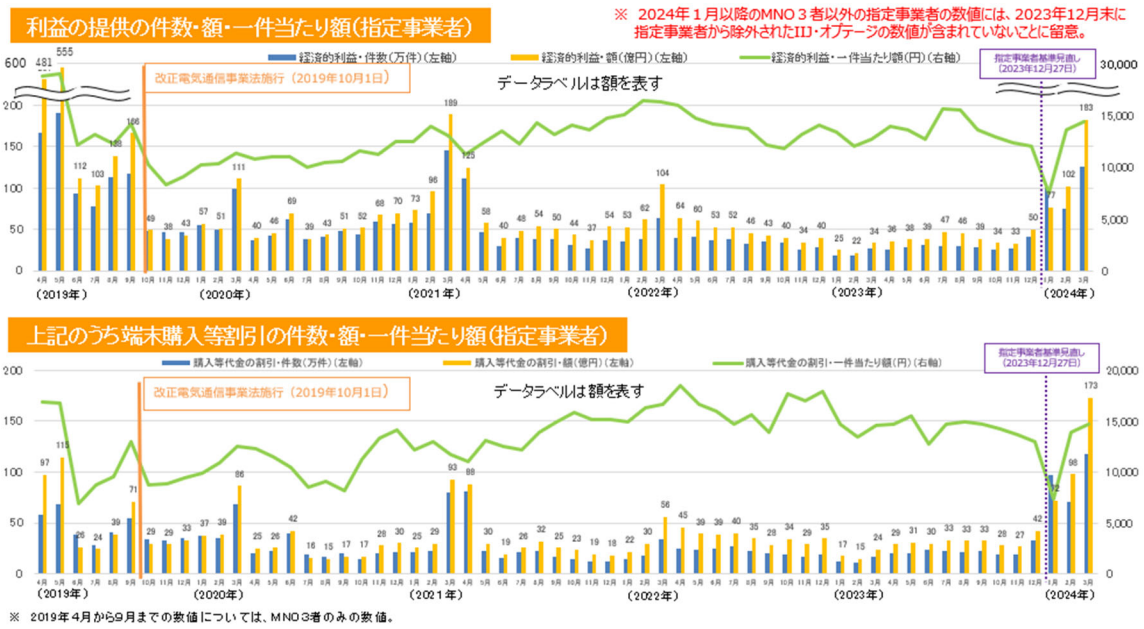
[16] 2024年１月１日時点において、MNO３者以外の指定事業者の合計で約６万契約残存している。

（オ）対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）

2023 年の指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額の合計[17]は、411 億円（前年比▲32.2%）、そのうち端末購入等割引の額の合計は 340 億円（前年比▲21.4%）であった。また、１件当たりの額は、前者は 13,369 円（前年比▲6.5%）、後者は 14,245 円（前年比▲12.8%）であった。

このため、指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額は減少傾向にあるとみえなくもないが、2023 年 12 月 27 日以前は、いわゆる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である。

【図表Ⅱ－39　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

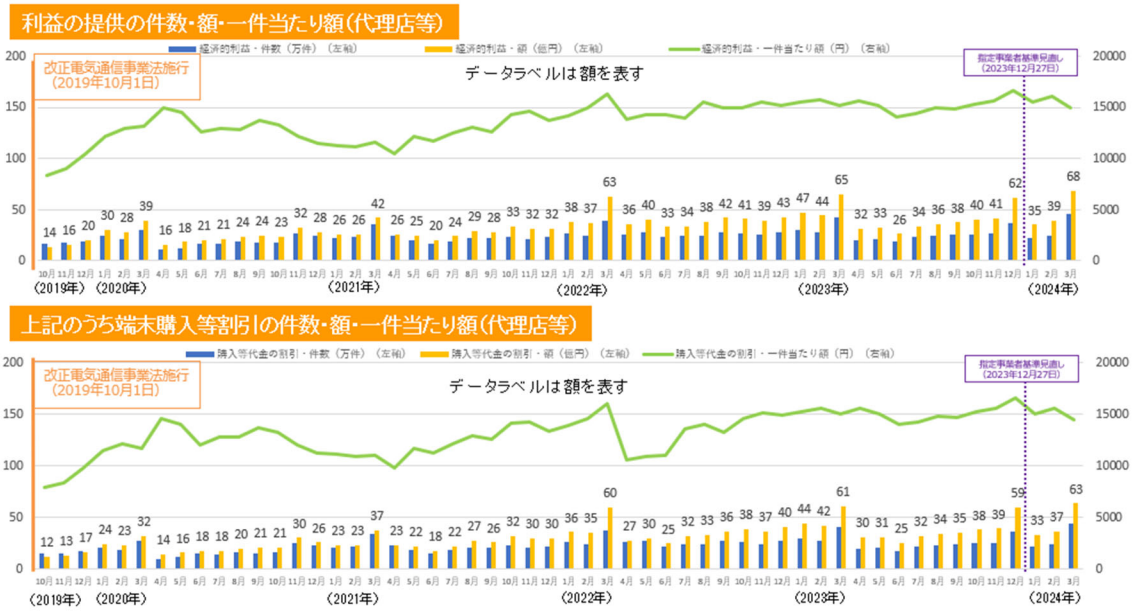
[17] 販売代理店等を通じて行われる利益提供の額は含まない。

（カ）対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（代理店等[18]）

2023 年の代理店等による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額の合計は、496 億円（前年比＋2.7%）、そのうち端末購入等割引の額の合計は 471 億円（前年比＋9.7%）であった。また、１件当たりの額は、前者は 15,236 円（前年比＋2.8%）、後者は 15,114 円（前年比＋11.7%）であった。

このため、代理店等による対象設備の購入等を条件とした１件当たりの経済的利益の提供額は増加傾向にあるといえる。また、2023 年 12 月 27 日以前は、いわゆる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である。

【図表Ⅱ－40　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（代理店等）】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

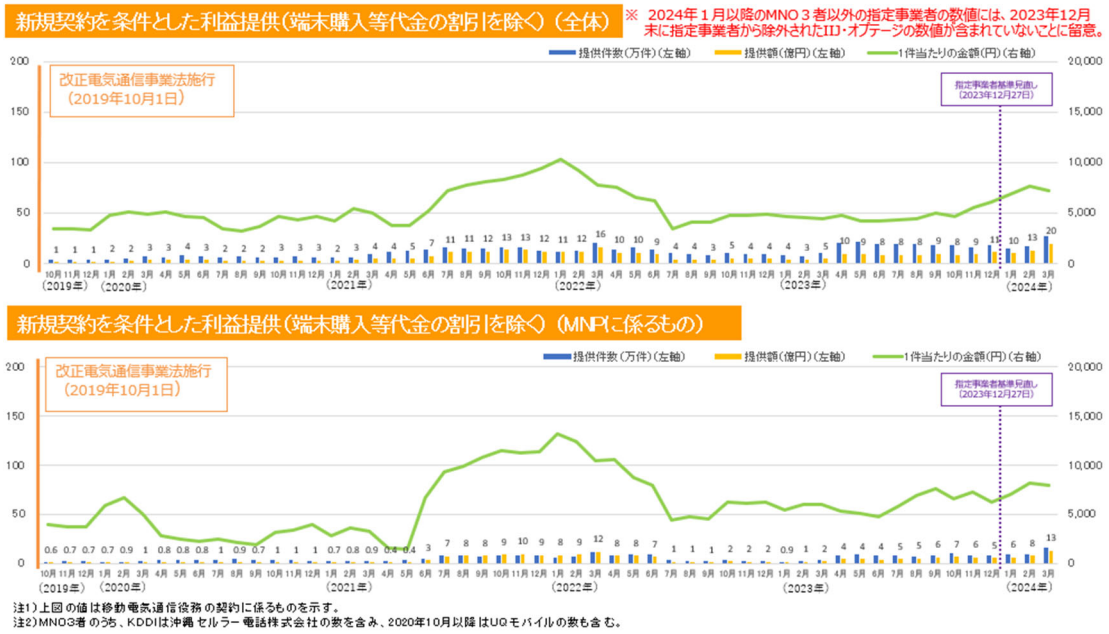
（キ）新規契約を条件とした経済的利益提供の推移

指定事業者が行っている新規契約を条件とした利益提供（新規契約をした利用者に対する割引やポイント付与等（端末購入等代金の割引を除く。））については、2021 年６月以降、件数、提供額とも大きく増加した後、2022 年１月をピークに減少していたが、2023 年４月以降は

[18] 前年度末における営業所その他の事務所の数が百以上の届出媒介等業務受託者からの報告

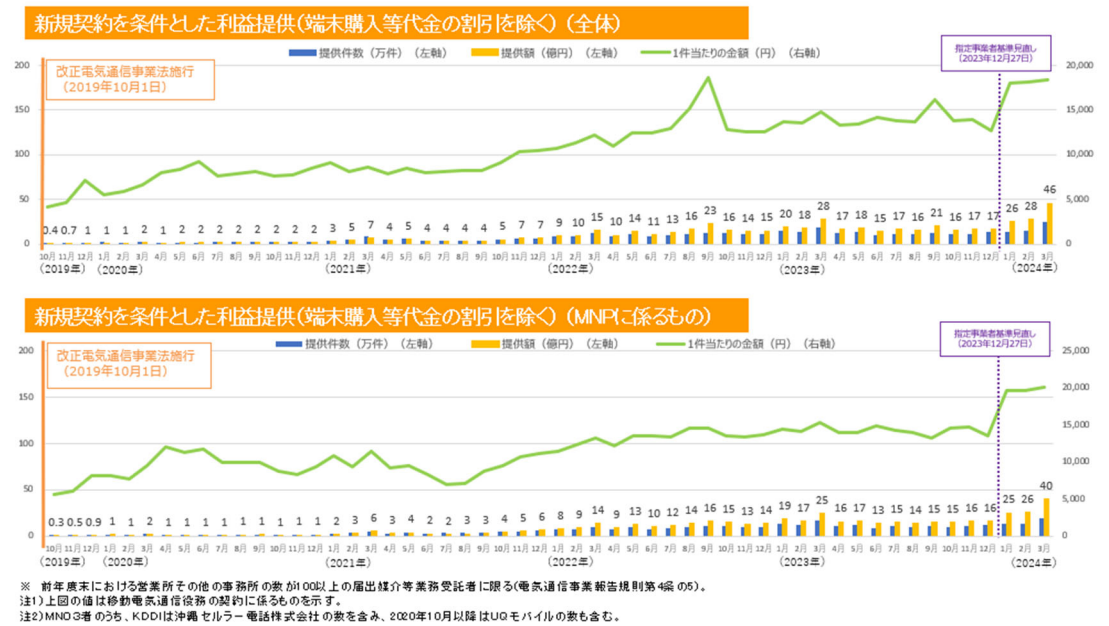
増加傾向にある。他方で、代理店等が行っている新規契約を条件とした利益提供については、改正法施行以降、件数、提供額とも増加傾向にある。

【図表Ⅱ－41　新規契約を条件とした経済的利益提供の推移（指定事業者）】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

【図表Ⅱ－42　新規契約を条件とした経済的利益提供の推移（代理店等）】

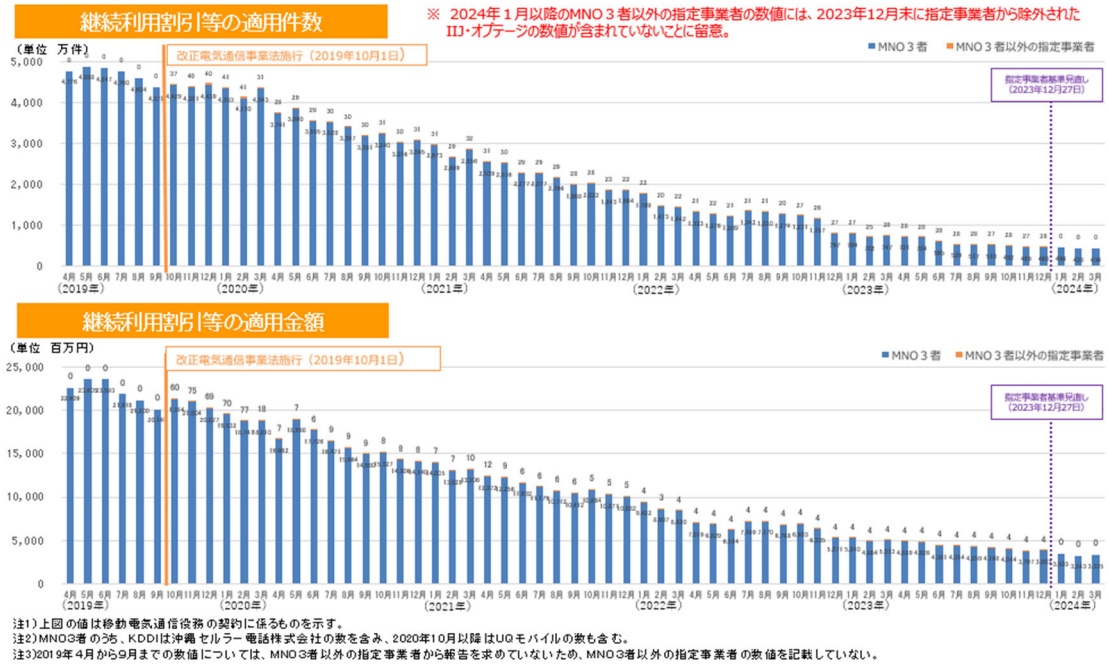


出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

（ク）継続利用割引等の適用状況

指定事業者が行っている継続利用割引等（一定程度通信契約を継続している利用者に対する割引やポイント付与等）については、改正法施行以降、全体として減少傾向にある。

【図表Ⅱ－43　継続利用割引等の適用状況】



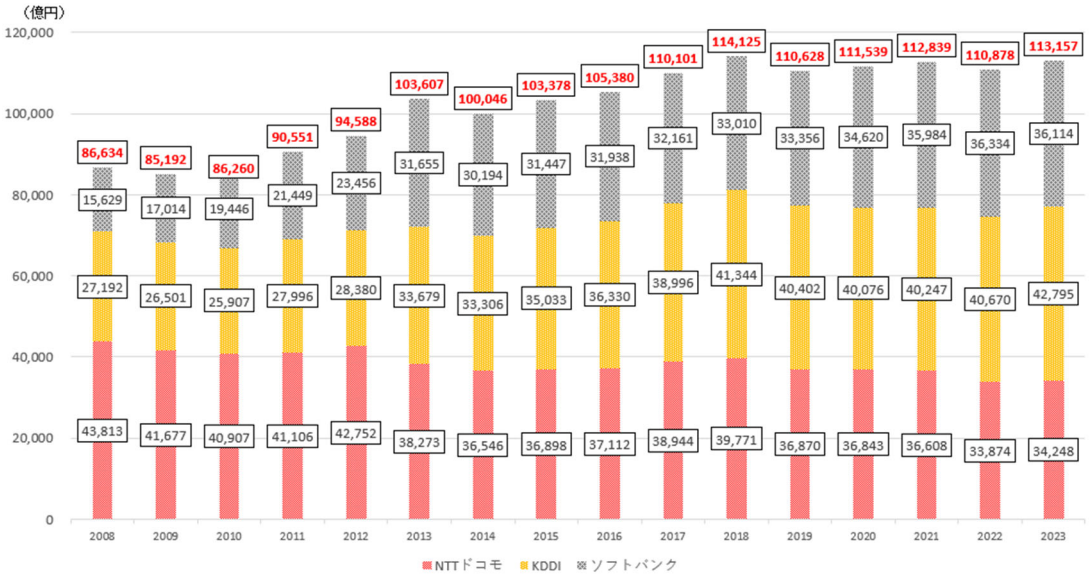
出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

エ　事業者の経営業況

（ア）大手通信事業者の経営状況

2023 年度の MNO３者の通信事業の売上高は 11 兆 3,157 億円となっており、2022 年度から＋2.1%と増加しており、３社別に見ると、NTT ドコモ、KDDI が増加、ソフトバンクが微減となっている。

【図表Ⅱ－44　通信事業に係る売上高の推移（MNO３者）】

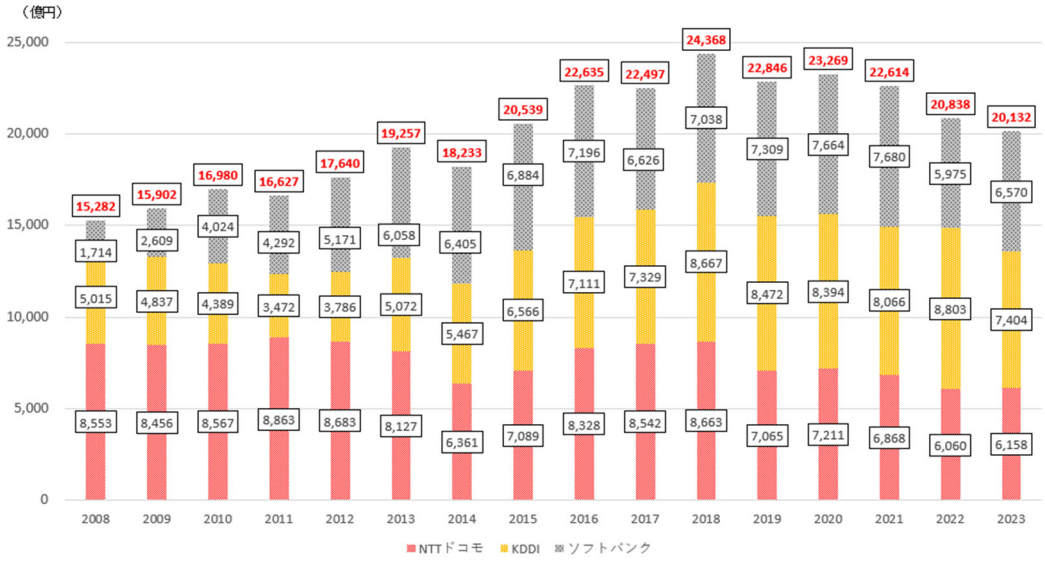


注）使用した売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】　2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの(固定等含む)、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】　2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業(2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更)に係るもの(固定等含む)。

出典：各社決算資料

2023 年度の営業利益は MNO３者合計で前年度比▲3.4%となっており、KDDI が減少しており、NTT ドコモ、ソフトバンクは増加している。

【図表Ⅱ－45　通信事業に係る営業利益の推移（MNO３者）】

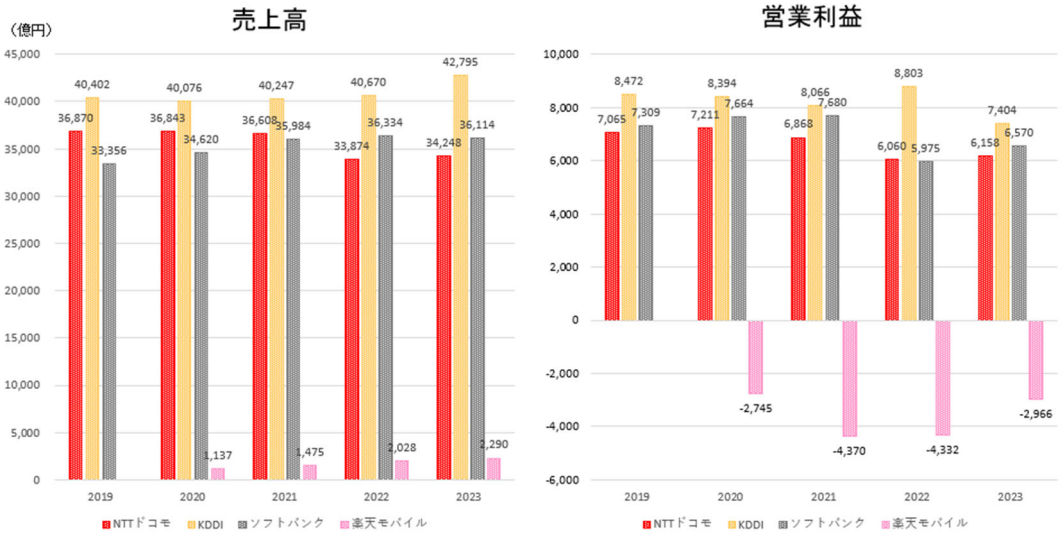


注）使用した営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】　2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの(固定等含む)、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】　2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業(2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更)に係るもの(固定等含む)。

出典：各社決算資料

なお、MNO３者と楽天モバイルとでは、売上高及び営業利益率ともに著しく大きな差がある。

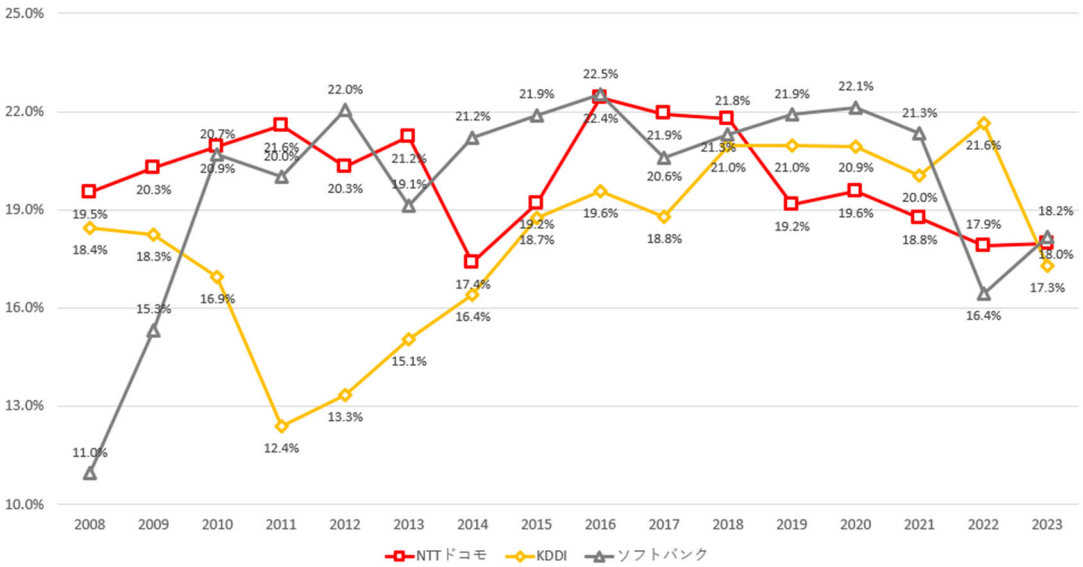
【図表Ⅱ－46　通信事業に係る売上高及び営業利益の推移（MNO４者）】



注）使用した売上高および営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】　2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】　2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2020年度より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2022年第2四半期から2023年第1四半期の売上高及び営業利益をもって2022年度の売上高及び営業利益としている（過年度についても同様。）

出典：各社決算資料

【図表Ⅱ－47　通信事業に係る営業利益率の推移（MNO３者）】



注）使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】　2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】　2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

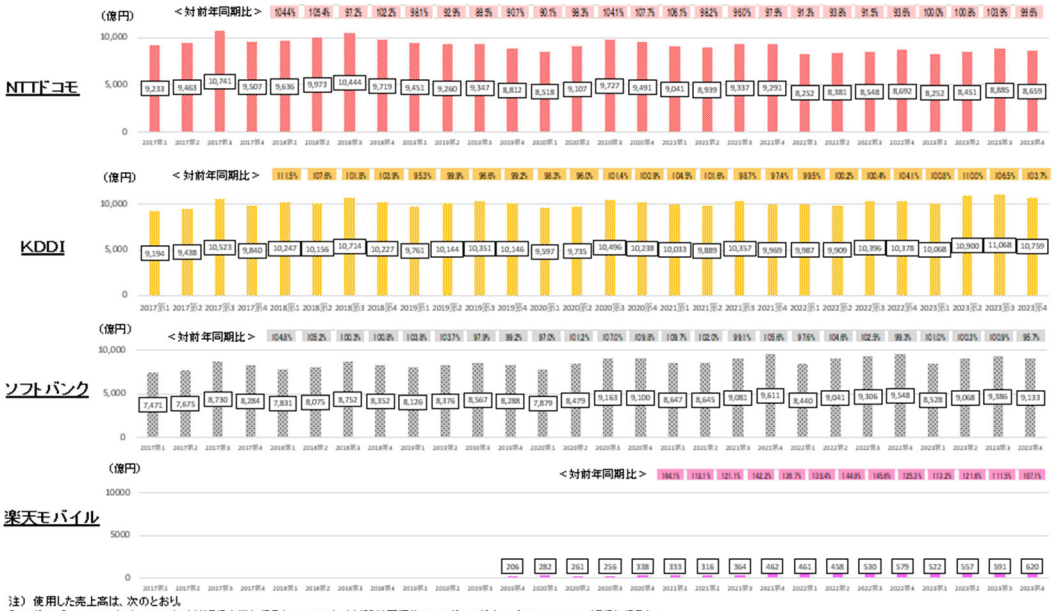
【図表Ⅱ－48　通信事業に係る営業利益率の推移（MNO４者）】



注）使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの(固定等含む)。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】　2018年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナル セグメントに係るもの(固定等含む)、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】　2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの(固定等含む)、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業(2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更)に係るもの(固定等含む)。
【楽天モバイル】2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2020年度より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2022年第2四半期から2023年第1四半期の売上高及び営業利益をもって2022年度の売上高及び営業利益としている(過年度についても同様。)

出典：各社決算資料

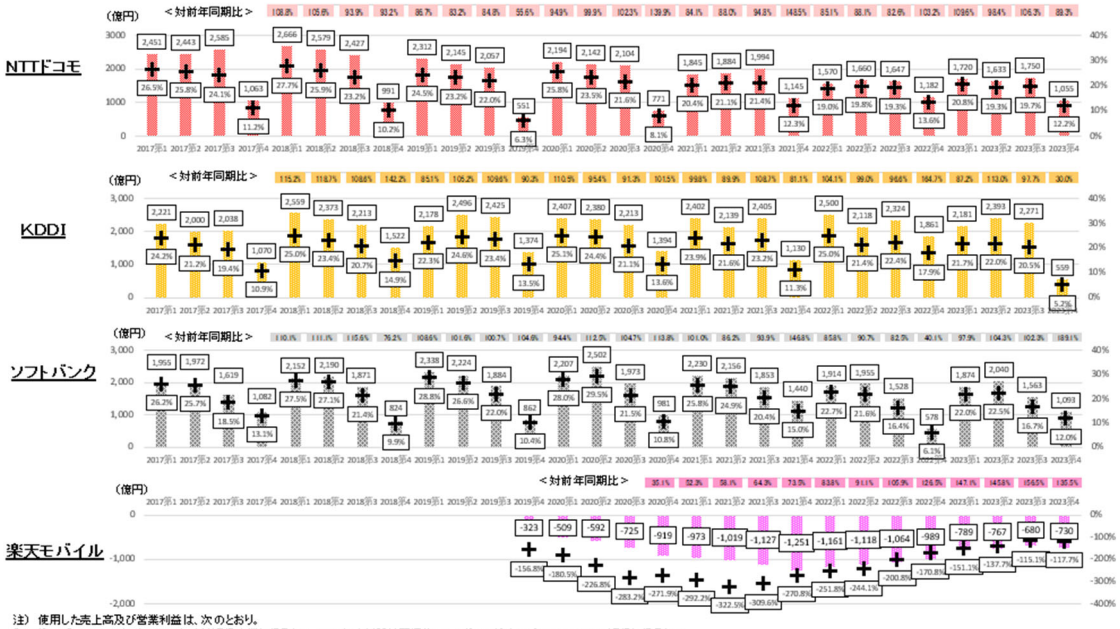
【図表Ⅱ－49　通信事業に係る売上高の推移（MNO４者・四半期）】



注）使用した売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2017年度～2020年度は通信事業に係るもの。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの
【KDDI】　2017年度はパーソナル セグメントに係るもの。2018年度はセグメント変更あり。
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度以降はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの
【ソフトバンク】　2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業(2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更)に係るもの(固定等含む)。
【楽天モバイル】2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2019年度第4四半期分より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2020年第1四半期の売上高をもって2019年度第4四半期の売上高としている。(翌期以降についても同様。)

出典：各社決算資料

【図表Ⅱ－50　通信事業に係る営業利益及び売上高営業利益率の推移（MNO４者・四半期）】



注）使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2017年度～2020年度は通信事業に係るもの。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの
【KDDI】　2017年度はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度以降はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの
【ソフトバンク】　2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】　2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2019年度第4四半期分より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2020年第1四半期の売上高をもって2019年度第4四半期の売上高としている。（翌期以降についても同様。）

出典：各社決算資料

（イ）販売代理店の経営状況

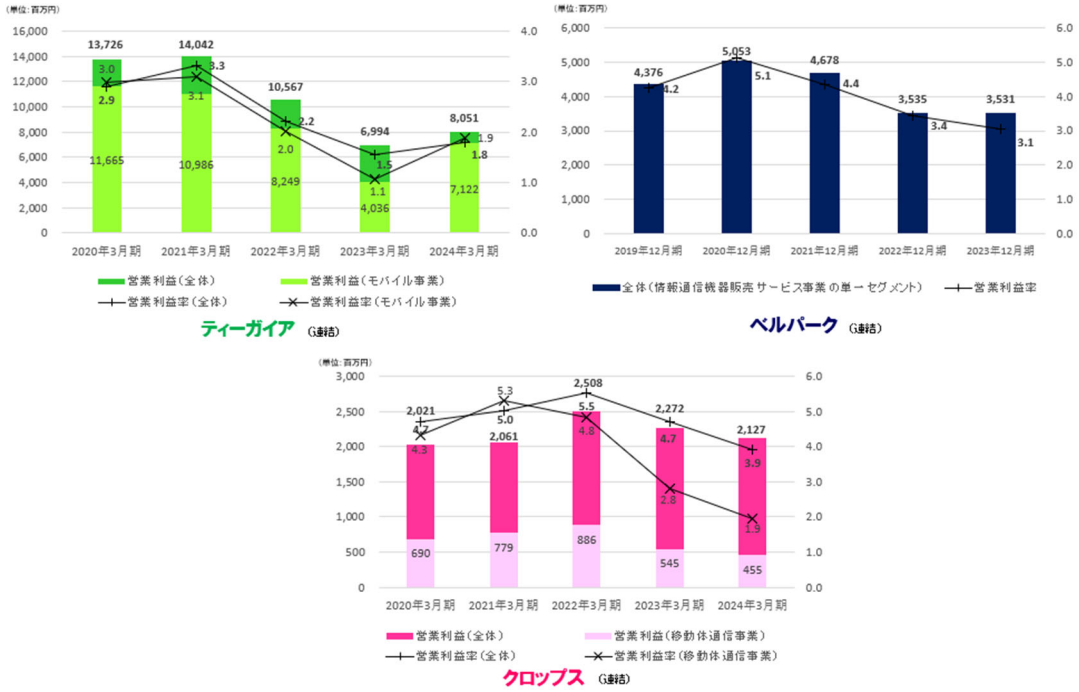
2021 年度の売上高は、各社ともに前年度から増加したが、2022 年度以降の売上高は増減のばらつきがある。また、2022 年度の営業利益は、各社ともに前年度から減少していたが、2023 年度の営業利益は増減のばらつきがある。

【図表Ⅱ－51　販売代理店各社の売上高（過去５年間）】



出典：各社決算資料

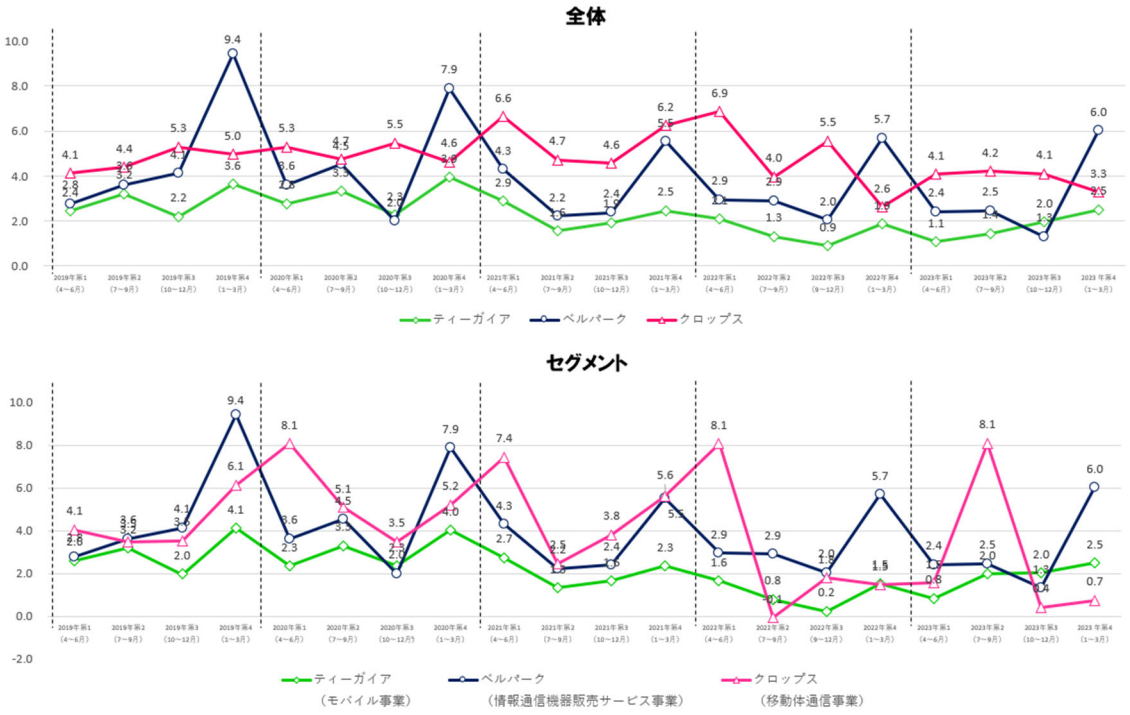
【図表Ⅱ－52　販売代理店各社の営業利益（過去５年間）】



出典：各社決算資料

2023 年度の営業利益率は、全体では、概ね１%から５%前後で推移しているが、移動体通信事業に係るセグメント別営業利益率は、０%から８%とばらつきが大きくなっている。

【図表Ⅱ－53　販売代理店各社の営業利益率（過去５年間）】



出典：各社決算資料

オ　考え方

（ア）市場の概況

通信市場の動向をみると、移動電気通信役務の契約数は、改正法施行年の12月末時点と2023年12月末時点とを比較すると、僅かに減少しているものの、スマートフォン向け契約数は継続して堅調な伸びを見せており、20.5%の伸びとなっている。

MNO３者の移動電気通信役務の合計シェアは、2019年度末と比較すると減少しているものの、2023年度末で90%超であり、MNO３者の合計シェアは2022年度以降拡大している。

また、移動電気通信役務の契約数について、2022年12月と2023年12月を比較したところ、MNO３者と、MNO３者以外の指定事業者の契約数は全

体では変化がないが、スマートフォン向けの契約数ではMNO３者が僅かに増加し、MNO３者以外の指定事業者は僅かに減少している。

これらを踏まえると、移動電気通信役務については、2019年度当初より、MNO３者の合計シェアが減少していることから、通信市場においては競争が一定程度機能していると考えられるものの、直近では、数年前と比較し、MNO３者のシェアが維持されている傾向がみられ、引き続きMNO３者の合計シェアは９割超となっていることから、寡占的な状況が維持されているといえる。

（イ）料金の動向

改正法施行前と比較すると、MNO・MVNOとも多様な料金プランを提供している。その結果、利用者による月々の携帯電話会社への通信料金の支払額は、改正法施行時点と比べて▲44.2%、支払総額（通信料金、端末代金やアプリ代金等を含んだ総額）でみても、改正法施行時点と比べて▲39.5%となるなど、通信料金の低廉化は大きく進展している。

他方で、MNO各社がオンライン専用プランを含めた従来よりも低廉な料金プランを提供することにより、MNOとMVNOの料金プランの料金差が縮まっており、MVNOにとって価格優位性が低下している状況となっている。

この点、従来のMNOのデータ接続料やモバイル音声卸料金の低廉化に向けた取組に加え、2023年６月に、特定卸電気通信役務に係る制度が施行された。また、2023年12月に独立系MVNOは、事業法第27条の３の指定対象外となったところである。こうした制度を活用し、MVNOにおいて創意工夫が促進されることが期待されるところであることから、本ＷＧにおいて、MVNOの料金の動向及びそれによる競争の進展度合いについて引き続き注視してくことが適当である。

（ウ）利用者の動向

各社から従来よりも低廉な料金プランの提供が開始されるとともに、MNOにおける期間拘束契約の廃止をはじめとした乗換えの円滑化に向けた各種の取組が実施された結果、従前と比較すると、利用者が自身のニーズに合った事業者や料金プランを選択できる環境が整ってきている。

改正法の施行後、新料金プランへの移行は着実に進展し、2024年４月

末時点では、「新料金プラン」の契約数は約6,840万に至っていることは、制度見直しの恩恵が利用者に一定程度広がっていることを示しているが、他方で、一定数の利用者は、新料金プランに移行せずにMNO３者の旧来プランを利用している。また、乗換え検討先事業者に切り替えない理由を調査したところ、「事務手続が面倒」や、「通信品質に不安があるから」・「通信速度が遅いと思うから」という通信サービスの質への不安の回答が多くなっていた。

これらの利用者に対して制度見直しの恩恵を行き渡らせる観点からは、自身のニーズに合った移行のメリットや手続が必ずしも複雑ではないことを伝えるため、周知啓発といった情報の発信を引き続き積極的に行っていくとともに、乗換え検討先事業者の通信サービスの質への不安解消を図ることが重要である。

（エ）公正な競争条件の確保

MNO３者のシェアが引き続き高い水準を維持している。このような状況に鑑みれば、通信市場において継続的に競争が行われるためには、MNO３者以外の事業者がMNO３者と競争できる環境整備が重要である。

また、MNOの数に限りがある中、創意工夫により独自のサービスを提供するMVNOは引き続き重要な役割を果たすことが期待されることを踏まえると、MVNOにおいて適時に競争し得るサービスの提供が重要である。この点、MNOは５Ｇ（ＳＡ方式）によるサービスの提供を開始しており、今後更なる普及が見込まれる中、MVNOが競争し得る５Ｇ（ＳＡ方式）によるサービスを提供できる環境が求められる。特にMNOによる５Ｇ（ＳＡ方式）に係る機能開放について、「接続料の算定等に関する研究会」と連携しつつ、本ＷＧにおいても、引き続き注視していくことが適当である。

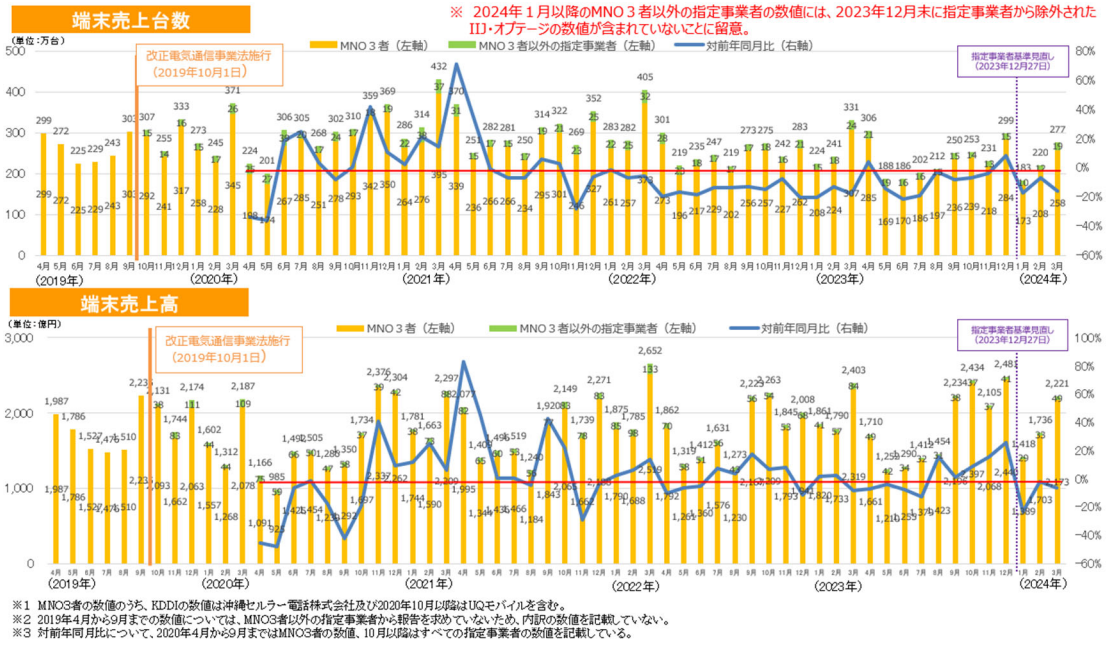
（３）端末市場の動向

ア　市場全体の動向

（ア）端末売上台数・売上高[19]

指定事業者の端末売上台数・売上高について、2023年の合計はそれぞれ2,929万台、2兆2,424億円であり、2022年（3,263万台、2兆2,149億円）と比べ、▲10.4%、＋1.2%となっており、そのうち、スマートフォンの売上台数・売上高について、2023年の合計はそれぞれ2,535万台、2兆1,043億円であり、2022年（2,792万台、2兆581億円）と比べ、▲9.2%、＋2.2%となっている。

【図表Ⅱ－54　端末売上台数・売上高の推移（全体）】



※1 MNO3者の数値のうち、KDDIの数値は沖縄セルラー電話株式会社及び2020年10月以降はUQモバイルを含む。
※2 2019年4月から9月までの数値については、MNO3者以外の指定事業者から報告を求めていないため、内訳の数値を記載していない。
※3 対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3者の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

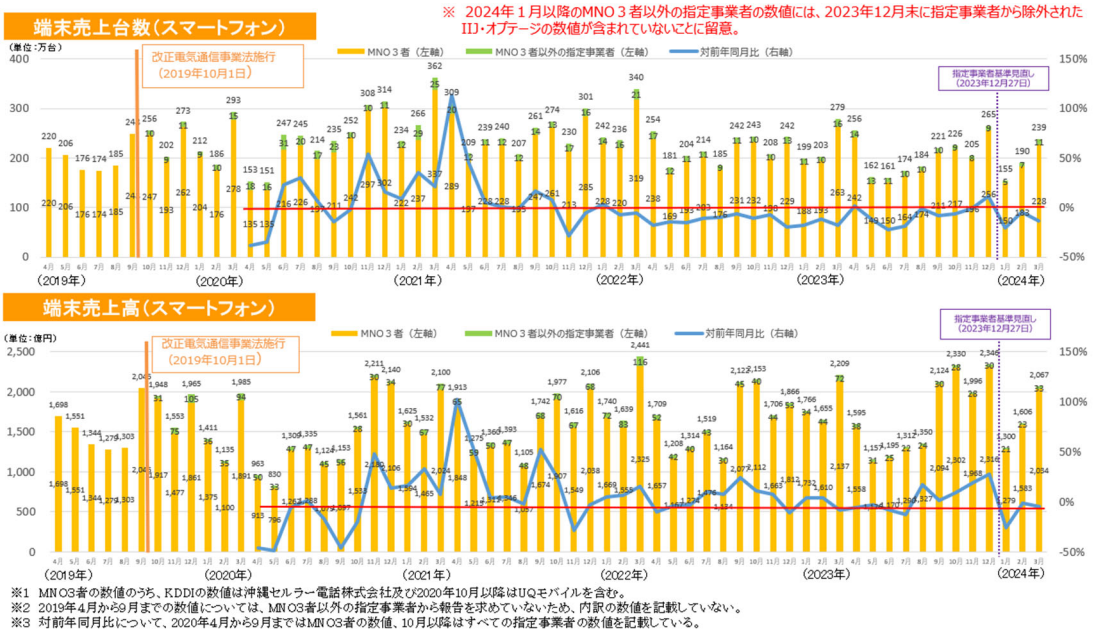
出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

[19] 2022年度の合計で、売上台数の82.2%、売上高の86.2%が指定事業者から販売代理店等への売却（卸売）となっている。

スマートフォンの売上台数・売上高が全体に占める割合は、2023年において、それぞれ86.7%、93.8%であり、2022年（85.6%、92.9%）と比べ、＋1.1ポイント、＋0.9ポイントとなっている。

市場全体としてみれば、端末売上台数、端末売上高ともに、スマートフォンの全体に占める割合が高まる傾向については、今後NTTドコモの３Ｇ停波を迎える中で、フィーチャーフォンがスマートフォンに置き換えることが想定されるため、同様の傾向が続いていくと考えられる。

【図表Ⅱ－55　端末売上台数・売上高の推移（スマートフォン）】



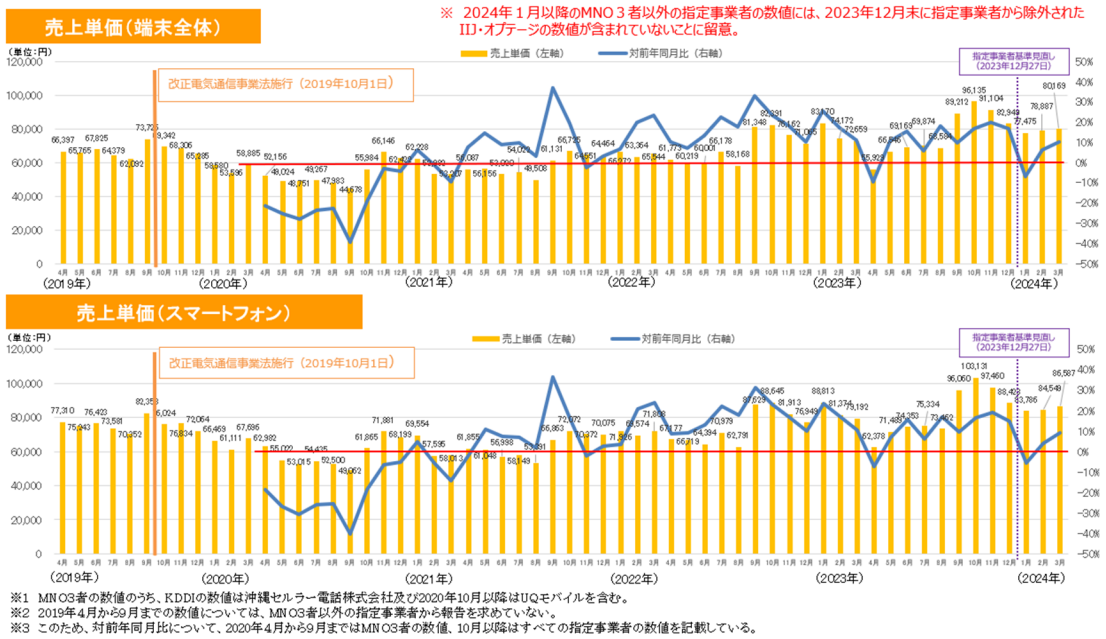
※1　MNO3者の数値のうち、KDDIの数値は沖縄セルラー電話株式会社及び2020年10月以降はUQモバイルを含む。
※2　2019年4月から9月までの数値については、MNO3者以外の指定事業者から報告を求めていないため、内訳の数値を記載していない。
※3　対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3者の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

（イ）売上単価及び価格帯別[20]売上台数の構成比

指定事業者の売上台数・売上高から算出した１台当たりの売上げの平均値（売上単価）について、2023年は76,625円であり、2022年（67,707円）と比べ、＋13.2%となっており、また、スマートフォンだけでみても、2023年は82,622円であり、2022年（73,375円）と比べ＋12.6%となっている。売上単価が上昇している傾向がうかがえる。

【図表Ⅱ－56　売上単価（全体、スマートフォン）】



※1　MNO3者の数値のうち、KDDIの数値は沖縄セルラー電話株式会社及び2020年10月以降はUQモバイルを含む。
※2　2019年4月から9月までの数値については、MNO3者以外の指定事業者から報告を求めていない。
※3　このため、対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3者の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

[20] MNO４者のオンラインショップ等における販売価格を基にした分類であり、販売代理店等における実売価格を基にしたものではない。

2023年度の合計売上台数における価格帯別の割合は、全体として、低価格帯25.4%、中価格帯29.2%、高価格帯45.3%であり、2022年度の合計における割合（低：26.7%、中：35.1%、高：38.2%）と比べ、主に低価格帯が減少し、高価格帯の割合が増加している。

個別の価格帯の動向をみれば、2022年度と比べ、16万円以上の価格帯が3.5ポイント、12～14万円未満の価格帯が5.2ポイント、２万円未満の価格帯が1.6ポイント増加している一方で、６～８万円未満の価格帯は同水準、それ以外の価格帯は減少している。

【図表Ⅱ－57　価格帯別売上台数の構成比（スマートフォン）（MNO４者）】

価格帯	2020年10月～2021年3月		2021年度		2022年度		2023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	
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 45.5%
14～16万未満	2.7%		4.6%		6.6%		5.7%	
12～14万未満	7.7%		5.5%		12.2%		17.4%	
10～12万未満	10.1%		15.6%		12.3%		11.6%	
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 29.3%
6～8万未満	6.4%		5.3%		16.5%		16.5%	
4～6万未満	21.2%		20.9%		13.6%		10.2%	
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 25.2%
～2万未満	2.6%		5.9%		2.9%		4.5%	

※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。

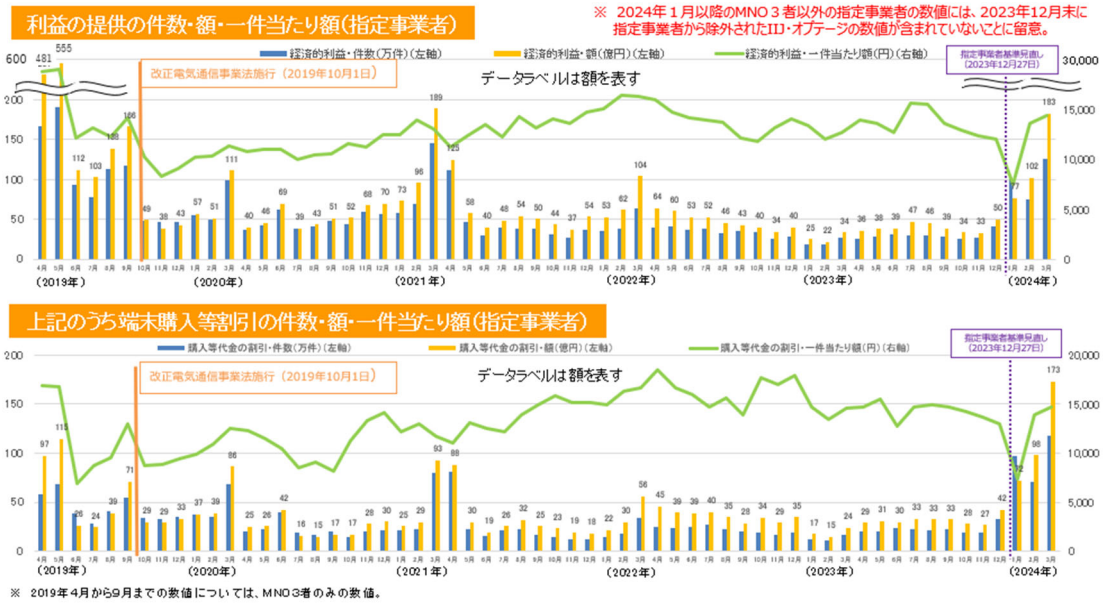
出典：事業者からの報告

（ウ）対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）

2023年の指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額の合計[21]は、411億円（前年比▲32.2%）、そのうち端末購入等割引の額の合計は340億円（前年比▲21.4%）であった。また、１件当たりの額は、前者は13,369円（前年比▲6.5%）、後者は14,245円（前年比▲12.8%）であった。

このため、指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額は減少傾向にあるとみえなくもないが、2023年12月27日以前は、いわゆる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である。

【図表Ⅱ－58　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）】

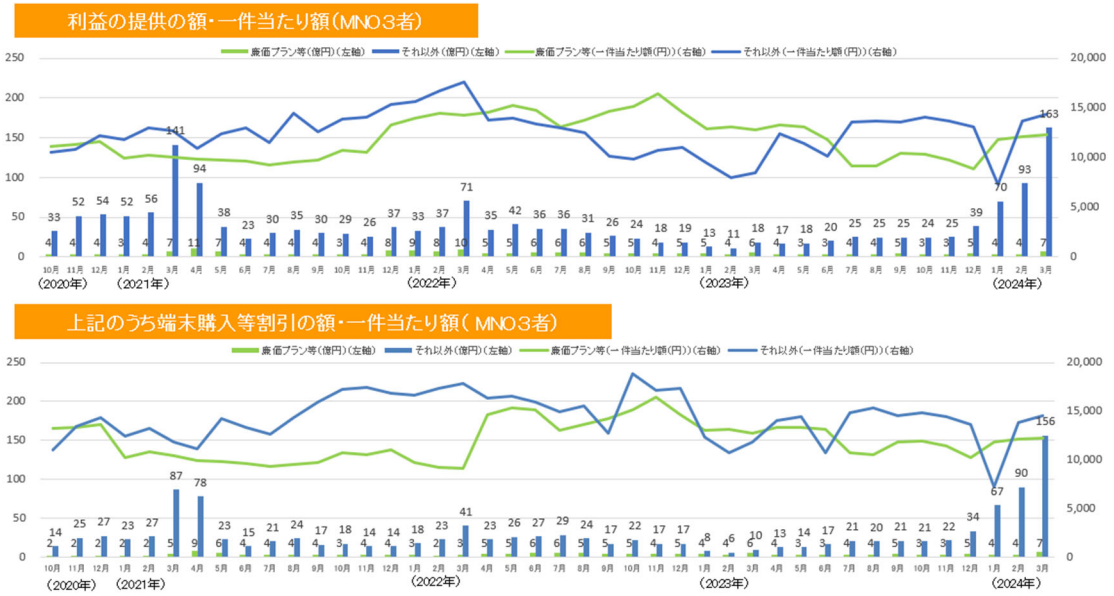


出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

[21] 販売代理店等を通じて行われる利益提供の額は含まない。

また、この内数として、MNO３者による経済的利益の提供額及びそのうち端末購入等割引額を、廉価プラン等[22]とそれ以外とに分けてみたところ、いずれもその大宗は、廉価プラン等以外のプランに係るものであった。１件当たりの額については、経済的利益の提供額は2022年４月以降廉価プラン等の方が高額となる傾向が続いていたが、2023年４月以降は逆転している。端末購入等割引額については、2022年度は両者は近接していたが、2023年度に入り、再び廉価プラン等以外のプランに係るものの方が高額となる傾向となっている。

【図表Ⅱ－59　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（MNO３者）】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

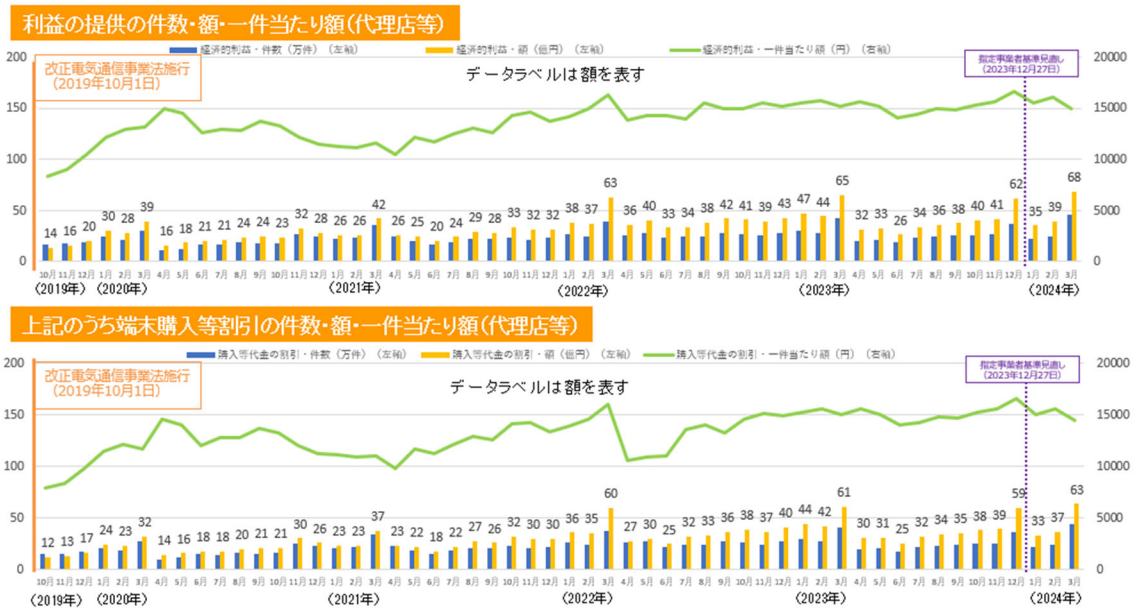
[22] 「NTTドコモ(ahamo)」、「au(povo)」、「UQ mobile」、「SoftBank(LINEMO)」及び「Y!mobile」をいう。

（エ）対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（代理店等[23]）

2023年の代理店等による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額の合計は、496億円（前年比＋2.7%）、そのうち端末購入等割引の額の合計は471億円（前年比＋9.7%）であった。また、１件当たりの額は、前者は15,236円（前年比＋2.8%）、後者は15,114円（前年比＋11.7%）であった。

このため、代理店等による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額は増加傾向にあるといえる。また、2023年12月27日以前は、いわゆる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である。

【図表Ⅱ－60　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（代理店等）】



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

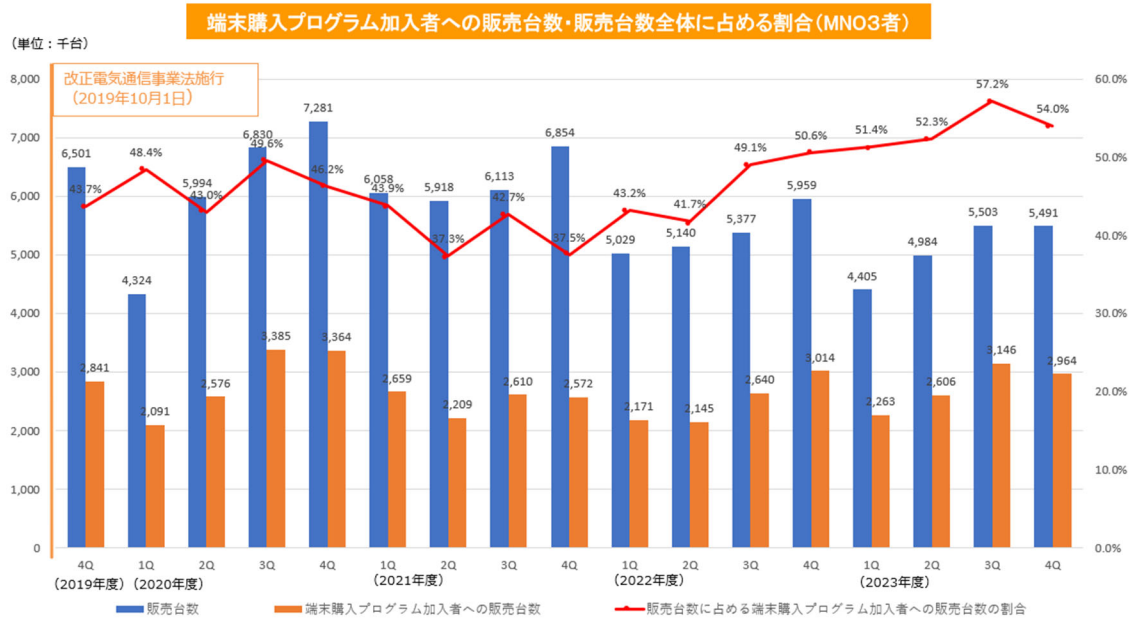
[23] 前年度末における営業所その他の事務所の数が百以上の届出媒介等業務受託者からの報告。

（オ）端末購入プログラム加入端末販売台数と販売台数に占める割合

MNO３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販売台数の割合は、改正法施行後、概ね40%台で推移していたが、直近１年は50%を超えており、上昇傾向にある。

また、いわゆる「白ロム割」が2023年12月27日に規制対象となったことを踏まえれば、端末購入プログラム加入者の割合は引き続き上昇することが想定される。

【図表Ⅱ－61　端末購入プログラム加入端末販売台数と販売台数に占める割合（MNO３者）】



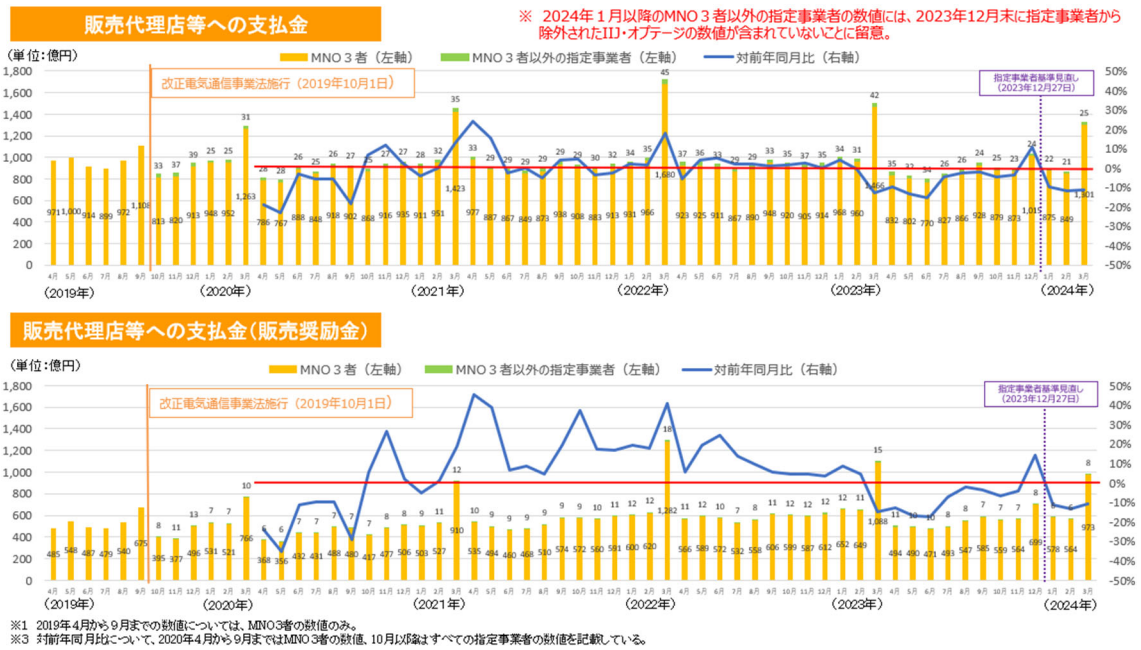
出典：令和２年総基料第142号に基づく報告

（カ）販売代理店等[24]への支払金

2023年の販売代理店等への支払金の合計は１兆1,154億円（前年比▲5.4%）、そのうち販売奨励金の合計は7,403億円（前年比▲5.8%）であった。

販売代理店等への支払金の合計のうち販売奨励金が占める割合は、2023年は66.4%であり、2022年の64.4%と比べ、＋2.0ポイントとなっている。このことから、指定事業者全体として、販売代理店等への支払金の総額の上昇は抑えつつ、そのうち、販売奨励金の割合を高めている傾向がうかがえる。

【図表Ⅱ－62　販売代理店等への支払金（指定事業者）】



※1　2019年4月から９月までの数値については、MNO3者の数値のみ。
※3　対前年同月比について、2020年４月から９月まではMNO３者の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

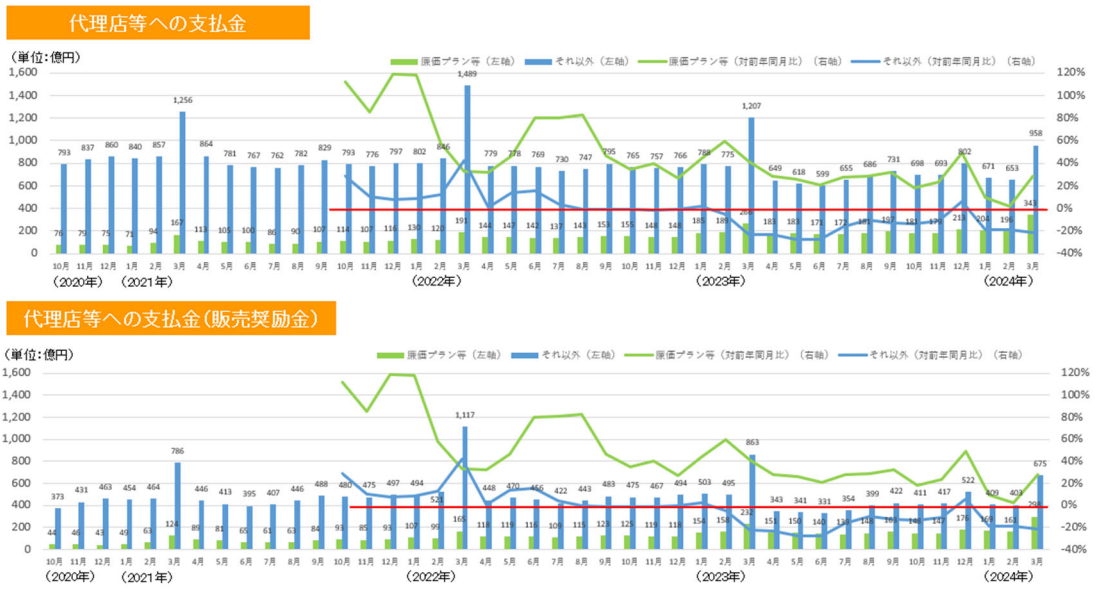
また、この内数として、MNO３者とそれ以外の指定事業者とに分けてみたところ、いずれもMNO３者がその大宗を占める構造に変化はないものの、毎年３月に大きく額が増加するほか、販売代理店等への支払金及びそのうち販売奨励金ともに、2023年12月における対前年同月比率が上がっていた。これは、2023年12月27日に白ロム割を規律対象とする制度改正が行われたことが要因の一つではないかと推測される。

[24] 指定事業者が支払金を支出した届出媒介等業務受託者。

さらに、MNO３者による販売代理店等への支払金及びそのうち販売奨励金の額を、廉価プラン等とそれ以外とに分けてみたところ、いずれもその大宗は、廉価プラン等以外のプランに係るものであり、この傾向は2023年も変わっていない。

これらの値は、MNO３者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額と比較して大きな額となっていることからも、利用者に対する端末の販売促進は、MNO３者自身による端末購入等割引やポイント提供等よりも、販売代理店等への支払金（販売奨励金）を通じて行われている様子がうかがえる。ただし、2023年12月27日以前は、いわゆる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である。

【図表Ⅱ－63　販売代理店等への支払金（MNO３者）】

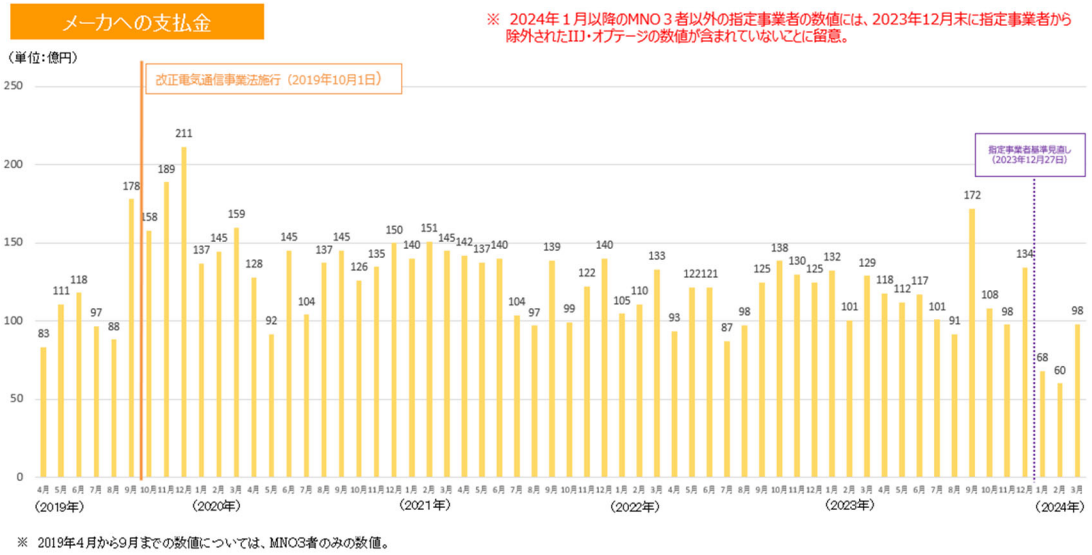


出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

（キ）端末メーカーへの支払金[25]

2023年の指定事業者からメーカーへの支払金は合計で1,413億円（前年比＋1.9%）であり、月によって前年同月より多い月も少ない月もあるものの、全体として、大きな動きはなかった。

【図表Ⅱ－64　メーカーへの支払金（指定事業者）】



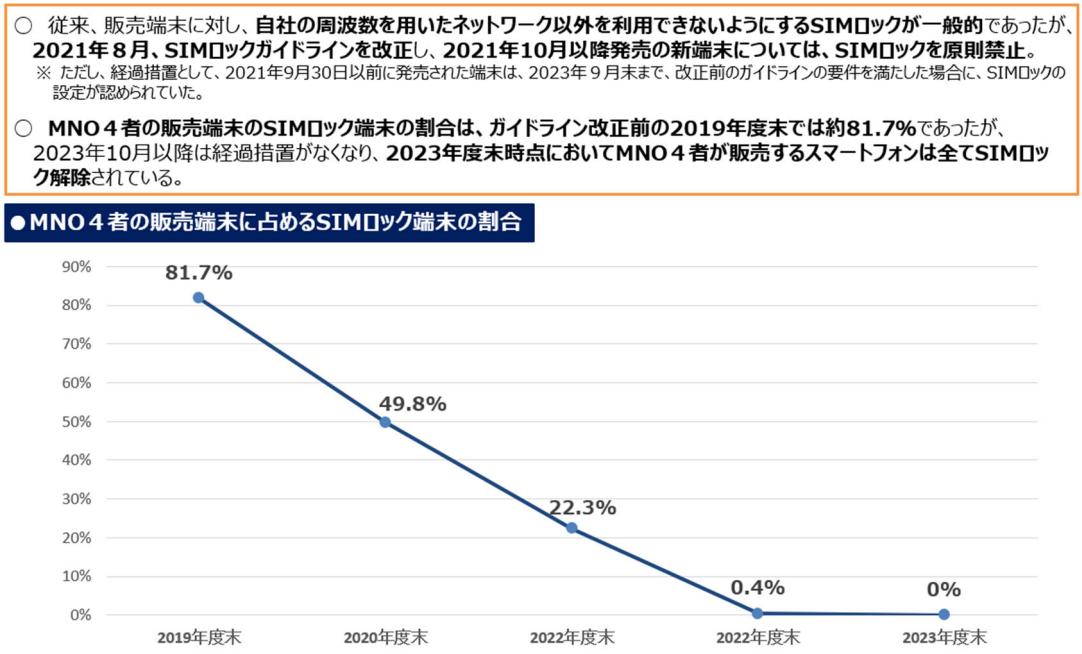
出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

[25] 端末の対価として支払うものを除く。

（ク）SIMロック端末

MNO４者の販売端末のSIMロック端末の割合は、2019年度末では約81.7%であったが、2023年10月以降は経過措置がなくなり、2023年度末時点においてMNO４者が販売するスマートフォンは全てSIMロック解除されている。

【図表Ⅱ－65　SIMロック端末の状況】

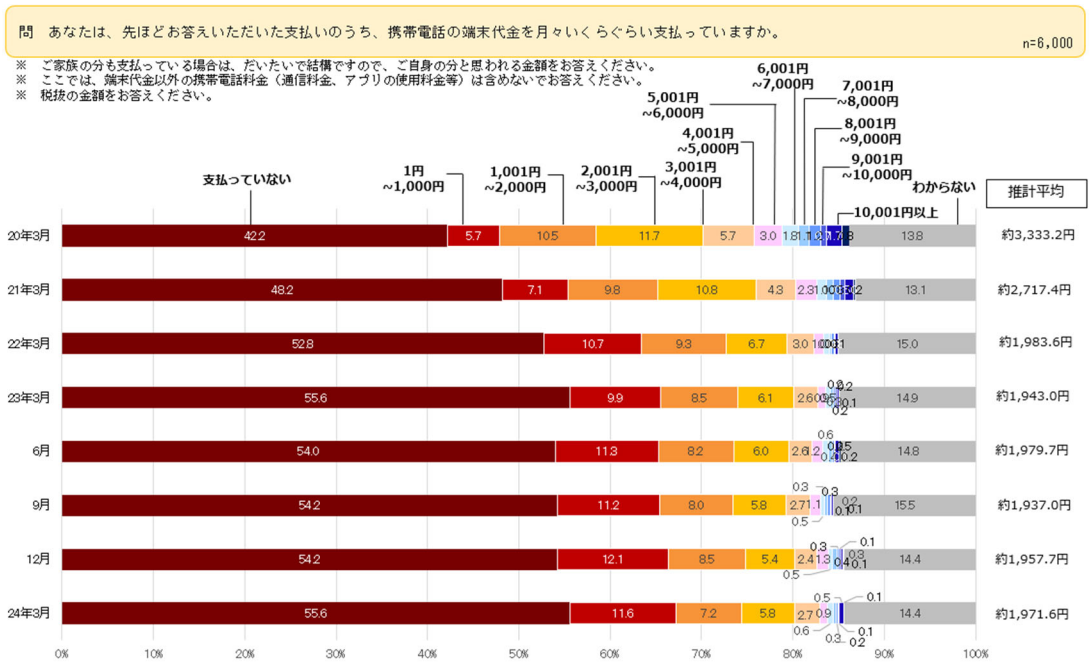


出典：電気通信事業報告規則及び令和４年総基料第137号に基づく報告

（キ）端末代金の支払額

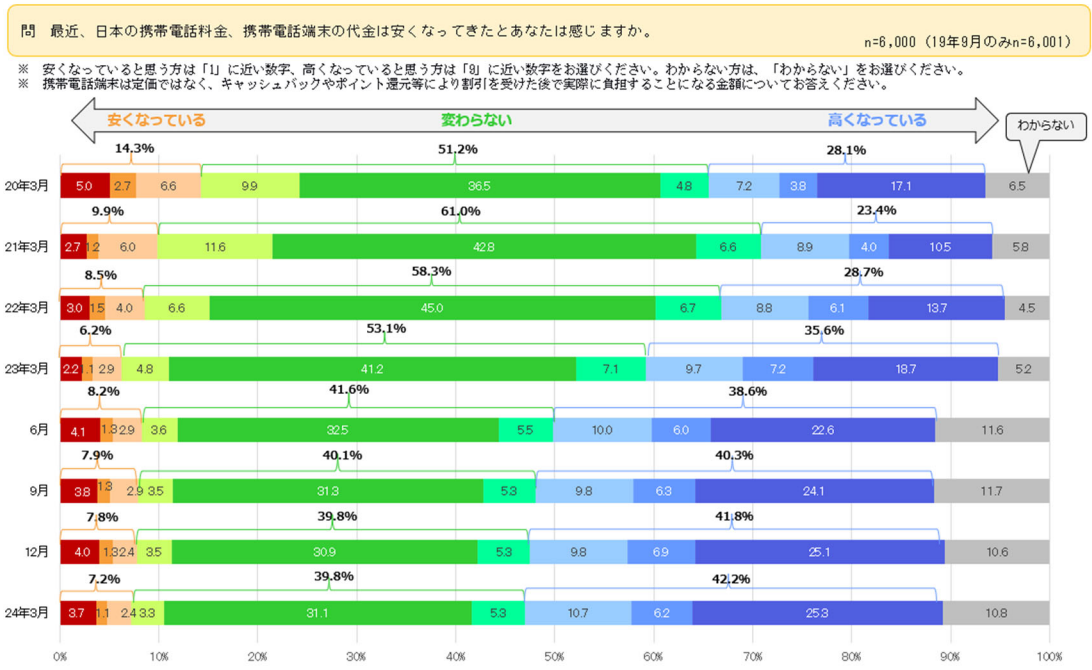
月々の端末代金の支払額について、総務省の利用者意識調査の結果によれば、 2024年３月は約1,972円であり、2020年３月（約3,333円）と比較すると下落しているが、2023年度中の調査では大きな変化はなかった。

【図表Ⅱ－66　毎月の端末代金の支払額】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

【図表Ⅱ－67　端末代金に関する意識】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

イ　５Ｇ端末

現在、MNO４者が販売している５Ｇ端末のラインナップをみると、４万円未満から15万円以上まで、様々な価格帯の５Ｇ端末が販売されている。2022年４月以降は、特に、高価格端末（10万円以上）の販売機種数が増加しており、MNO４者が販売している５Ｇ端末のラインナップのうち約５割程度を占める傾向が続いている。

また、MNO４者が販売している５Ｇ端末に占めるミリ波対応端末の割合は約２割であり、また、ミリ波対応端末に占める高価格端末（10万円以上）の割合は約９割となっている。

【図表Ⅱ－68　５Ｇ端末の発売状況】

	NTTドコモ	KDDI※1	ソフトバンク※2	楽天モバイル
15万円～	・Galaxy Z Fold5 - 234,000円(23/9/1)★ ・Google Pixel Fold - 229,900円(23/7/27) ・Galaxy Z Fold4 - 227,000円(22/9/29)★ ・iPhone15 Pro Max - 215,400円(23/9/22) ・Xperia 1 V - 198,800円(23/6/16)★ ・Galaxy S24 Ultra - 198,600円(24/4/11)★ ・AQUOS R8 pro - 190,000円(23/7/20)★ ・iPhone14 Pro Max - 183,500円(22/9/16) ・Google Pixel 8 Pro - 180,000円(23/10/12) ・AQUOS R7 - 180,000円(22/7/15)★ ・Galaxy S23 Ultra - 179,700円(23/4/20)★ ・iPhone15 Pro - 174,600円(23/9/22) ・iPhone14 Pro - 158,300円(22/9/16) ・iPhone13 Pro - 157,100円(21/9/24) ・iPhone15 Plus - 153,400円(23/9/22)	・iPhone15 Pro Max - 209,418円(23/9/22)★ ・Galaxy S24 Ultra - 204,364円(23/4/11)★ ・Xperia 1 V - 191,127円(23/6/16)★ ・iPhone15 Pro - 168,964円(23/9/22)★ ・Google Pixel 8 Pro - 154,455円(23/10/12)★ ・Galaxy S24 - 131,636円(23/4/11)★	・Google Pixel Fold - 261,164円(23/7/27)★ ・iPhone15 Pro Max - 208,800円(23/9/22)★ ・Xperia 1 V Gaming Edition - 180,000円(23/6/16)★ ・iPhone14 Pro Max - 174,110円(22/9/16)★ ・LEITZ PHONE 3 - 177,986円(24/4/19)★ ・LEITZ PHONE 2 - 168,873円(22/11/18)★ ・iPhone15 Pro - 168,873円(23/9/22)★ ・iPhone14 Pro - 157,746円(22/9/16)★	・iPhone15 Pro Max - 191,637円(23/9/22) ・iPhone15 Pro - 158,819円(23/9/22)
10～15万円	・Galaxy Z Flip4 - 145,000円(22/9/29)★ ・Xperia 1 IV - 145,000円(22/6/3)★ ・iPhone14 Plus - 143,800円(22/10/7) ・Xperia 5 V - 137,900円(23/10/13) ・iPhone15 - 135,900円(23/9/22) ・AQUOS R8 - 133,500円(23/8/10) ・Galaxy S24 - 132,700円(24/4/11)★ ・Galaxy Z Flip5 - 126,200円(23/9/1)★ ・Galaxy S23 - 124,200円(23/4/20)★ ・Xperia 5 IV - 114,800円(22/10/21) ・iPhone14 - 113,150円(22/9/16) ・Google Pixel 8 - 109,000円(23/10/12) ・iPhone13 mini - 106,100円(21/9/24) ・Xperia 5 III - 102,960円(21/11/12) ・iPhone13 - 100,190円(21/9/24)	・iPhone15 Plus - 148,627円(23/9/22)★ ・iPhone15 - 132,400円(23/9/22)★ ・Xperia 5 V - 130,000円(23/10/13)★ ・iPhone14 - 116,273円(22/9/16)★	・iPhone15 Plus - 148,582円(23/9/22)★ ・Google Pixel 8 Pro - 145,571円(23/10/12)★ ・AQUOS R8 pro - 141,382円(23/7/20)★ ・Xperia 1 V - 140,335円(23/6/16)★ ・iPhone14 Plus - 136,146円(22/10/7)★ ・iPhone15 - 131,957円(23/9/22)★ ・AQUOS R7 - 125,673円(22/7/8)★ ・Google Pixel 7 Pro - 119,782円(22/10/13)★ ・iPhone14 - 115,855円(22/9/16)★ ・iPhone13 - 104,728円(21/9/24) ・Xperia 5 IV - 104,728円(22/10/21)★	・Xperia 5 V - 138,546円(23/10/13) ・Galaxy S23 - 134,273円(23/4/20) ・iPhone15 Plus - 133,455円(23/9/22) ・iPhone14 Plus - 123,546円(22/10/7) ・iPhone15 - 119,819円(23/9/22) ・iPhone14 - 109,819円 (22/9/16)
8～10万円	・Galaxy S22 - 90,000円(22/4/21)★ ・Xperia 1 II - 82,000円(20/6/18) ・arrows N - 80,000円(23/2/10)	・TORQUE G06 - 89,091円(23/10/19)★ ・Google Pixel 8 - 85,091円(23/10/12)★ ・Galaxy S23 FE - 80,000円(24/2/9)★	・Xiaomi 12T Pro - 98,182円(22/12/16)★ ・iPhone12 - 90,328円(20/10/23) ・Xperia 5 III - 90,982円(21/11/12)★ ・iPhone13 mini - 90,328円(21/9/24) ・BALMUDA Phone - 90,328円(21/11/26) ・Google Pixel 8 - 85,746円(23/10/12)★ ・motorola razr 40s - 88,364円(23/12/8)★ ・Xiaomi 13T Pro - 85,746円(23/12/8)★	・iPhone13 - 98,819円(21/9/23)
6～8万円	・Google Pixel 8a 76,800円(24/5/14) ・Xperia 10 V Fun Edition - 72,600円(24/1/16) ・iPhone SE3 - 66,700円(22/3/18) ・Galaxy A55 5G - 64,400円(24/5/30)★	・Google Pixel 8a - 72,727円(24/5/14)★ ・Galaxy A55 5G - 70,000円(24/5/30)★ ・iPhone SE3 - 64,486円(22/3/18) ・Xperia 10 V - 63,227円(23/7/6)★ ・TORQUE 5G - 60,727円(21/3/26)	・Google Pixel 7 - 72,655円(22/10/13)★ ・Google Pixel 8a - 70,691円(24/5/14)★ ・iPhone SE3 - 66,764円(22/3/18) ・Google Pixel 6 - 63,491円(21/10/28) ・Xperia 10 IV - 63,491円(22/7/8)★ ・AQUOS sense7 plus - 63,491円(22/10/7)★ ・Google Pixel 6a - 61,528円(22/7/28)	
4～6万円	・AQUOS sense8 - 56,500円(23/11/9) ・DuraForce EX - 54,500円(24/1/29) ・Xperia 10 V - 53,500円(23/7/6) ・AQUOS sense7 - 49,300円(22/11/11) ・Google Pixel 7a - 49,030円(23/5/11) ・Galaxy A54 5G - 45,300円(23/5/25)	・Xiaomi 13T - 59,091円(23/12/8)★ ・AQUOS sense8 - 54,364円(23/11/9)★	・DuraForce EX - 53,673円(24/3/1)★ ・Google Pixel 7a - 50,400円(23/5/11)★ ・シンプルスマホ6 - 49,746円(22/4/8)	・iPhone SE3 - 58,182円(22/3/18) ・AQUOS sense8 - 58,000円(23/11/9) ・Xperia 10 V - 53,900円(23/7/6)
0～4万円	・arrows We - 20,000円(21/12/3) ・Xperia Ace III - 20,000円(22/6/10) ・AQUOS wish2 - 20,000円(22/6/24) ・Xperia 10 IV - 20,000円(22/7/8) ・Galaxy A23 5G - 20,000円(22/10/27) ・AQUOS wish3 - 20,000円(23/8/30)	・BASIO active2 - 38,000円(24/4/5)★ ・Redmi Note 13 Pro 5G - 38,000円(24/5/16)★ ・BASIO active - 26,182円(22/10/28) ・Galaxy A23 5G - 23,455円(22/10/27)★ ・Redmi 12 5G - 20,001円(23/10/6)★ ・arrows We - 20,001円(21/12/3)	・すみっコぐらしスマホ - 37,310円(24/3/8)★ ・Xperia 10 V - 28,931円(23/7/6)★ ・OPPO Reno10 Pro 5G - 28,931円(23/10/6)★ ・arrows We - 23,564円(21/12/3) ・OPPO A55s 5G - 19,986円(21/11/26) ・Redmi Note 10T - 19,986円(22/4/22) ・あんしんファミリースマホ - 19,986円(24/2/9)★ ・Redmi 12 5G - 19,986円(24/4/25)★ ・AQUOS wish3 - 19,985円(23/10/13)★	・OPPO Reno9 A - 37,000円(23/6/22) ・OPPO A79 5G - 30,728円(24/2/15) ・AQUOS wish3 - 27,000円(23/7/6)

注１　オンライン直販のスマートフォンに限る。価格は、2024年６月１日時点の各社オンラインストア記載のもの（いずれも税抜）。注２　各機種の記憶容量は、全て最小容量のものを記載。
注３　括弧内の日付は発売日。
＊１　auブランドでの販売端末のみ記載。＊２　ソフトバンクブランドでの販売端末のみ記載。

赤字はミリ波対応端末　★は5GSA対応端末（要専用USIM）

出典：各社ＨＰ

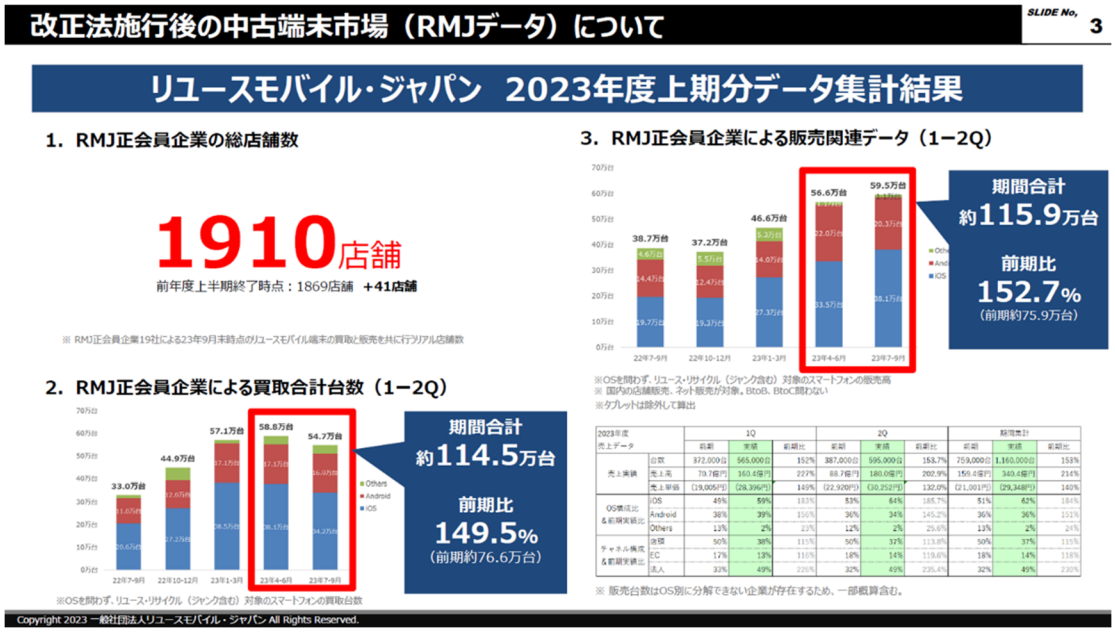
なお、端末販売台数・出荷台数としては、民間調査会社による調査結果[26]によれば、2023年通期の５Ｇ対応スマートフォンの出荷台数は約2,603.1万台、スマートフォン出荷数全体に占める割合は99.0%となっているが、ミリ波に対応した５Ｇ端末は137万台、対応比率は5.2%にとどまっている。

ウ　中古端末市場の動向

中古端末の流通状況について、MNO４者による2022年度の中古端末下取り台数は約462万台、売却台数は541万台であり、2021年度（562万台、624万台）と比べ、それぞれ▲17.9%、▲13.4%であった。

また、RMJからの報告によれば、RMJ正会員（1,910店舗）による2023年度上期の中古端末販売台数は115.9万台、買取台数は114.5万台であり、前期（2022年度下期、83.8万台、102.0万台）と比べ、＋38.3%、＋12.6%であった。

【図表Ⅱ－69　各社の資料】

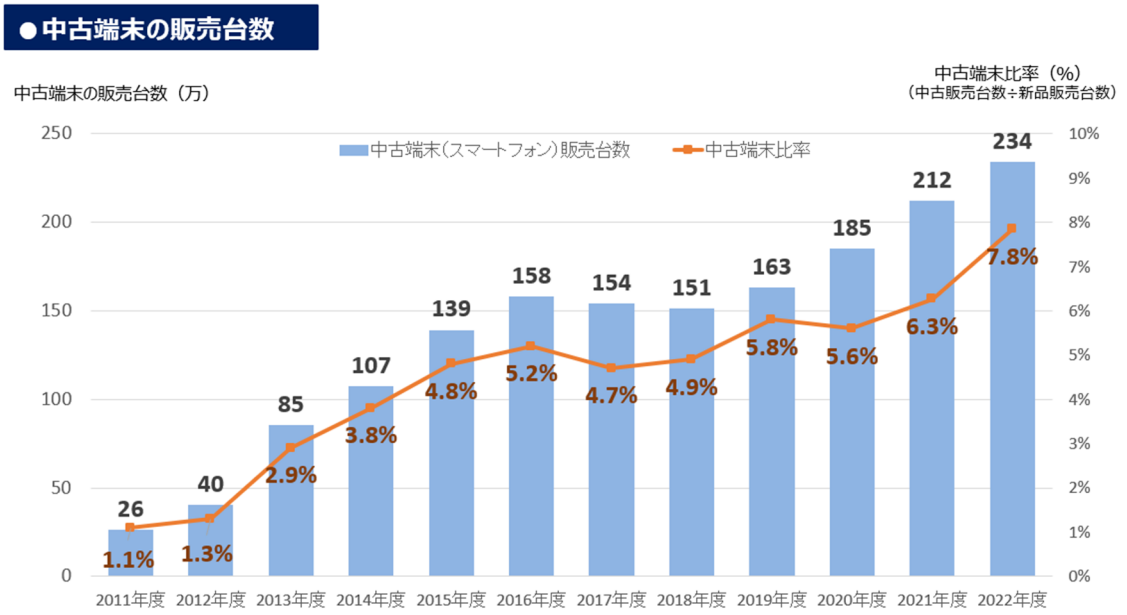


出典：本ＷＧ（第50回）（2023年12月22日）資料50−５
（RMJ資料）

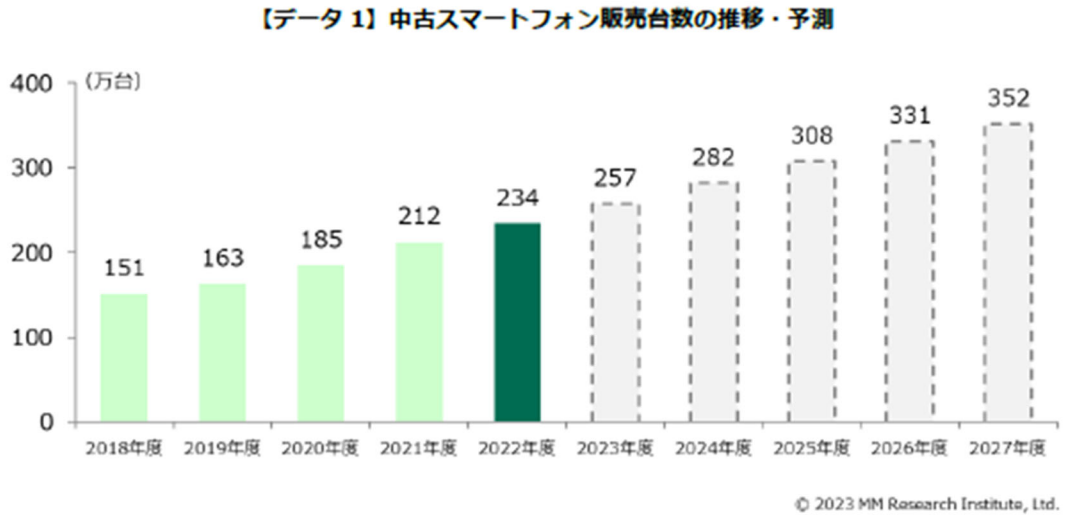
[26] MM総研「2023年（暦年）国内携帯電話端末の出荷台数調査」（2024年２月７日）

なお、民間調査会社が公表した調査結果[27]によれば、2022年度の中古スマートフォンの販売台数は234万台（前年度比＋10.4%）であり、直近５年間で約1.5倍となっており増加傾向である。また、その後も拡大傾向が続き2027年度には352万台となるとの予測もある。

【図表Ⅱ－70　中古端末の販売台数】



出典：MM総研の調査を基に作成



出典：MM総研

[27] MM総研「2022年度 中古スマートフォン市場規模の推移・予測」（2023年８月28日）

中古端末の販路については、2021年に試行サービスを開始していたKDDIに加え、2022年にはNTTドコモ及びソフトバンクも品質を認定した中古端末の取扱いを開始するなど、MNOを含む多様な者が中古端末の取扱いを開始している状況にある。

【図表Ⅱ－71　MNOによる中古端末の取扱い】

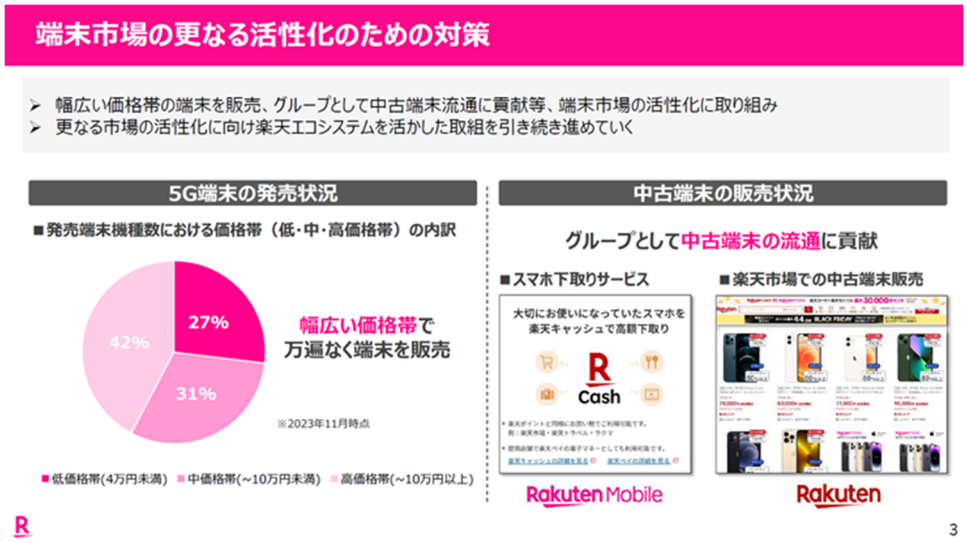
【NTTドコモ発表資料】



【ソフトバンク発表資料】



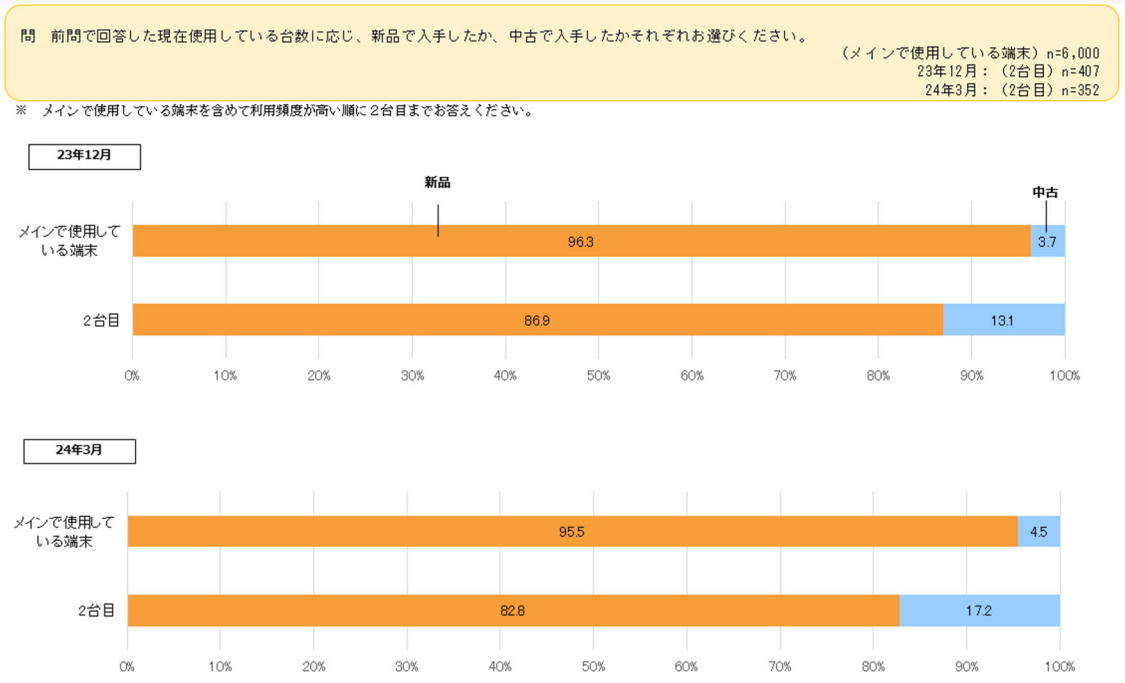
【楽天モバイル発表資料】



出典：本ＷＧ（第49回）（2023年12月４日）資料49-２、４、５

総務省が行った利用者意識調査（2024年３月）において、メイン端末における中古端末の割合は３～４%程度であり、２台目のサブ端末では13～17%程度の結果となっている。

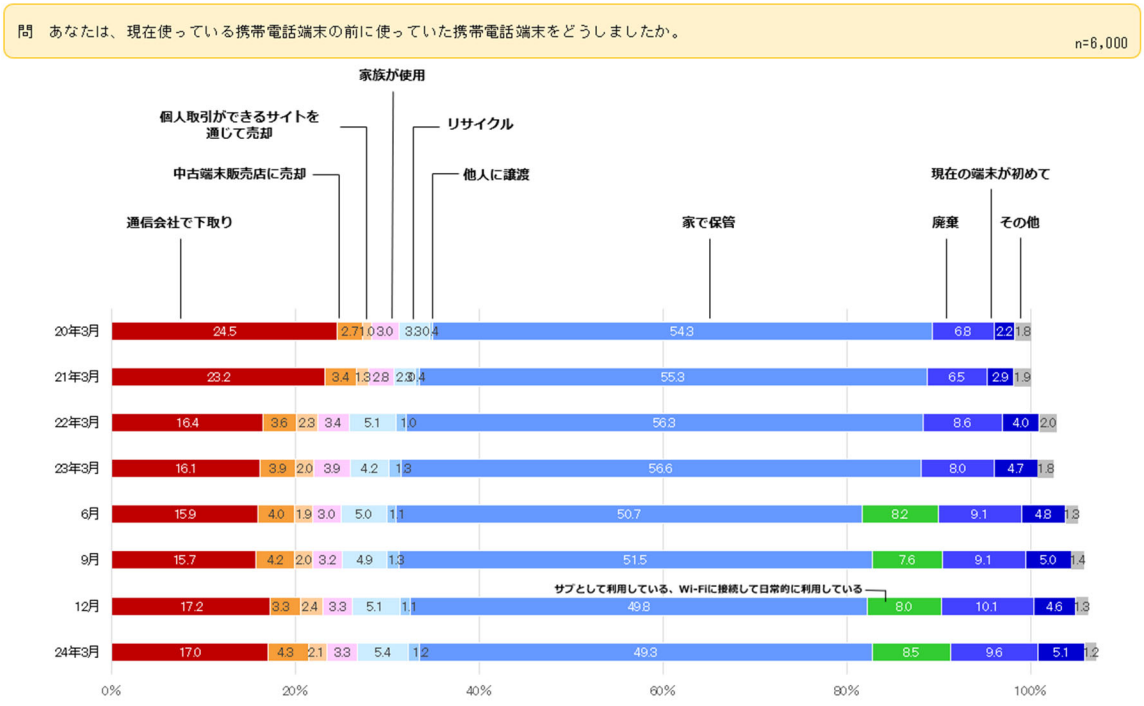
【図表Ⅱ－72　使用携帯電話端末の入手方法】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

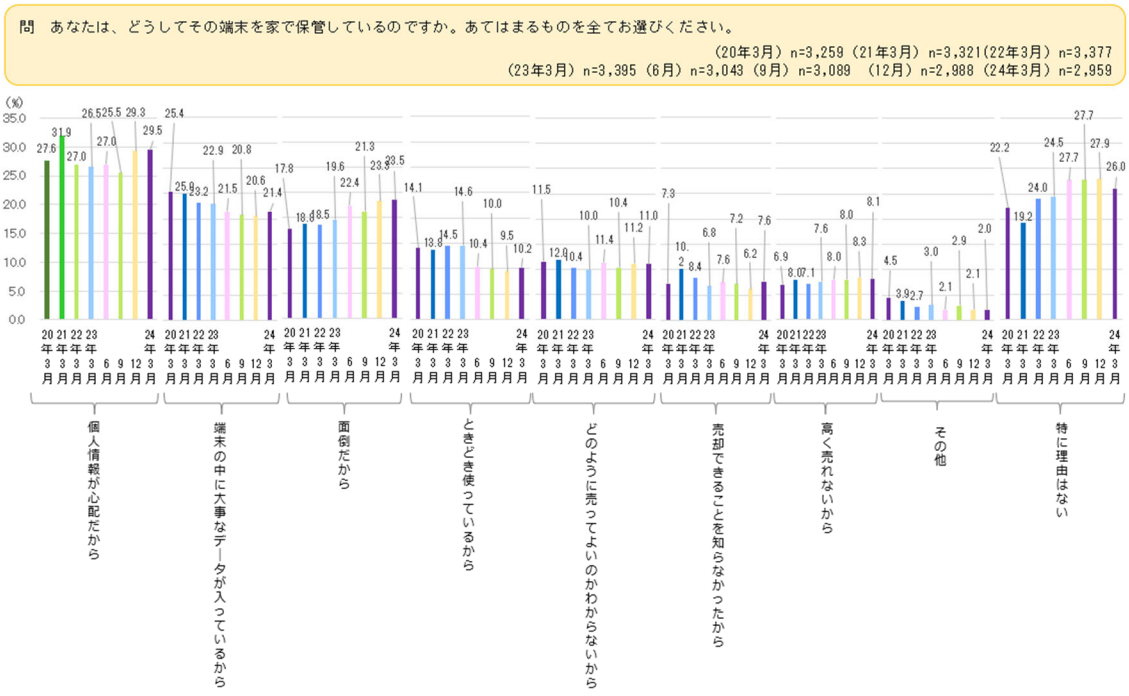
利用者意識調査（2024年３月）において、以前使用していた端末については、家で保管していると回答した割合（49.3%）が引き続き最も高かった。その理由としては、個人情報が心配だから(29.5%)、特に理由はない（26.0%)、面倒だから（23.5%)、端末の中に大事なデータが入っているから(21.4%）と回答した割合が高かった。

【図表Ⅱ－73　使用携帯電話端末の入手方法】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

【図表Ⅱ－74　使用携帯電話端末の入手方法】



出典：総務省利用者意識調査（2024年３月実施）

利用者のこうした懸念を払拭し、中古端末の流通を促進するため、民間事業者や総務省において次のような取組が進められている。

・　RMJは、（一社）携帯端末登録修理協議会と協力し、「リユースモバイル関連ガイドライン検討会」を立ち上げ、利用者が安心して中古端末を売買し利用することができるよう、端末の買取に当たっての利用者情報の確実な消去手順や中古端末の格付基準といった、中古端末取扱業者業務の標準的な業務の方法等を定めた「リユースモバイルガイドライン（2019年12月改訂）」を策定・公表している。

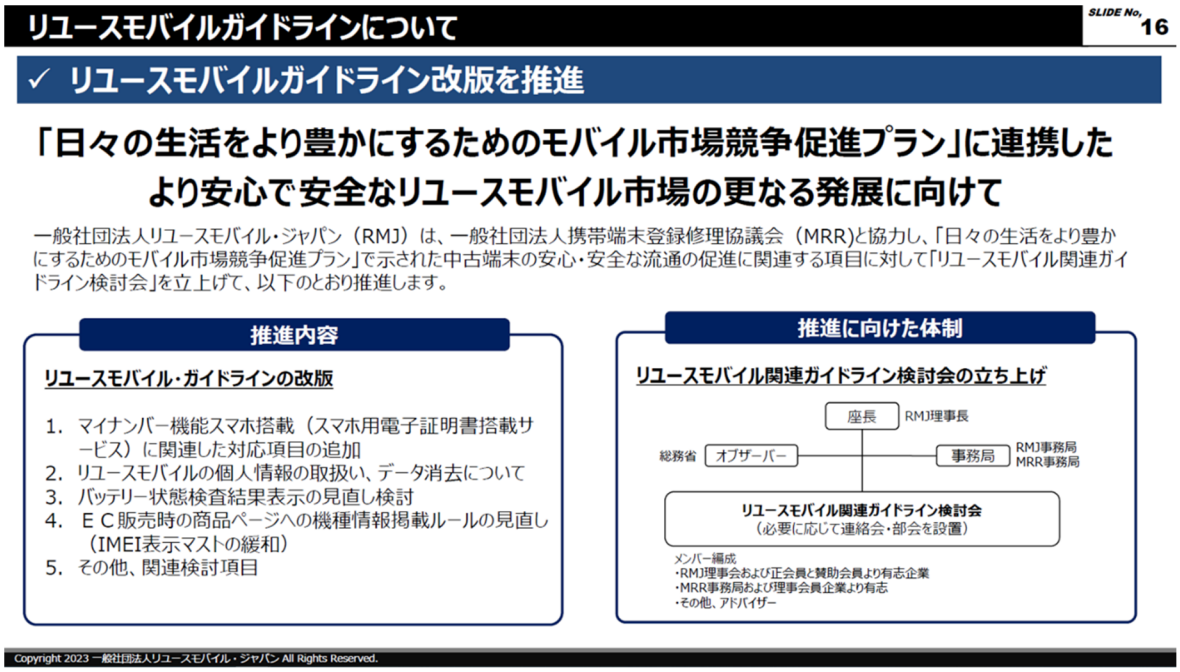
・　また、RMJは、2023年11月７日に総務省が公表した「モバイル市場競争促進プラン」を踏まえた中古端末の安心・安全な流通の促進のための取組として、マイナンバーカード機能の処理方法の明確化等といった、「リユースモバイルガイドライン」の改正に向けた議論を2023年12月に開始した。

・　なお、RMJでは、同ガイドラインを遵守している事業者を利用者が容易に識別することを可能とするため、「リユースモバイル事業者認証制度」を運用している。2020年11月には、同ガイドラインの遵守状況に加

え、経営状況やガバナンスの状況を確認・審査した上で、初の認証事業者となる４社を認証し公表しており、さらに2022年２月には新たに１社を、同年12月にはさらに１社を認証し公表している。

・　総務省においては、2021年４月から「携帯電話ポータルサイト[28]」の正式版の運用を開始し、2022年４月には大幅な更新を実施し、2023年３月には更なるコンテンツの充実を図っているところ、その中で、端末の売却時におけるデータの消去を含めた注意点などとともに、中古端末の購入方法等を紹介することで、中古端末に対する利用者の理解を深める取組を行っている。

【図表Ⅱ－75　リユースモバイルガイドラインの改定】



出典：本ＷＧ（第50回）（2023年12月22日）資料50－５
（RMJ発表資料）

[28] https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/keitai_portal/

エ　考え方

指定事業者の端末売上台数・売上高について、2023年において、端末売上台数は減少する一方で、売上高は僅かに増加しており、売上単価は増加している。また、合計売上台数における価格帯別の割合は、主に低価格帯が減少し、高価格帯の割合が増加している。端末販売価格も上昇傾向にある。

指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額の合計は、2023年は大幅に減少しているため、指定事業者による対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供額は減少傾向にあるとみえなくもないが、2023年12月27日以前は、いわゆる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である。

現在、MNO４者が販売している５Ｇ端末のラインナップをみると、様々な価格帯の５Ｇ端末が販売されているが、特に、高価格端末（10万円以上）の販売機種数が増加しており、約５割程度を占めている。特にミリ波対応端末は、高価格端末（10万円以上）の割合が高く、約９割を占めている。また、民間調査会社による調査結果によれば、2023年スマートフォン出荷数全体に占める５Ｇ対応割合は99.0%となっているが、ミリ波対応割合は5.2%にとどまっている。このため、５Ｇ対応端末は順調に普及が進んでいるといえるが、一方で、ミリ波対応端末は順調に普及しているとはいいがたい状況である。

中古端末の流通状況は、民間調査会社による調査結果によれば、2022年度の中古スマートフォンの販売台数は234万台（前年度比＋10.4%）、直近５年間で約1.5倍となっており、増加傾向である。

以上のとおり、端末価格は高騰傾向であることやミリ波等の高機能端末が順調に普及していない状況、また、中古端末が増加傾向であることを踏まえると、利用者が端末を自分のニーズに応じて多様なものから選択できるようにすることが重要であり、中古端末を含む端末市場の活性化を図っていくことが重要と考えられる。

第３章　モバイル市場に係る課題

１　モバイル市場競争促進プランを踏まえた見直しの基本的考え方

2023年11月７日に、総務省が公表した「モバイル市場競争促進プラン」では、2023年内の制度改正、利用者に合った料金プラン選択促進のための広報等を順次実施することに加え、更なる競争促進化策の検討を開始することとされた。

更なる競争促進化策の検討については、具体的には、

・　通信料金の低廉化に加え、端末をニーズに応じて多様なものから選択できるようにすることも重要であり、中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策
・　モバイル市場の寡占的な状況が継続していることを踏まえ、競争を一層促進させるための実効性の高い対策

を中心に幅広く検討を行うこととされたところである。

この点、モバイル分野は、技術革新のスピードが速くイノベーションが生じやすく、そして、何よりも国民の日々の生活に密着した不可欠なものであるため、モバイルが納得感のある料金で良質なサービスとなれば、日々の生活はより豊かになるものと考えられる。これを実現するためには、料金・サービス本位の競争につながる環境整備を一層進めることが重要であると考えられる。

このため、本ＷＧでは、モバイル市場競争促進プランを踏まえ、

・　通信料金の低廉化に加え、端末をニーズに応じて多様なものから選択できるようにすることも重要であり、中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策

・　モバイル市場の寡占的な状況が継続していることを踏まえ、モバイル市場の競争を一層促進させるための実効性の高い対策

・　その他モバイル市場の競争促進に資する対策

の３点について、集中的な検討を行うこととした。

２　中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策

（１）ネットワーク利用制限

ア　現状と課題

ネットワーク利用制限とは、次の条件に該当する端末について、当該端末の IMEI をもとに、キャリア側で通話や通信の利用を制限するものであり、キャリアの自主的な取組として実施している。

① 債務不履行の端末
② 盗難等の犯罪行為で入手された端末
③ 不正契約で入手された端末
④ 補償サービスにより補償対象となった旧端末

【図表Ⅲ－１　ネットワーク利用制限の対象端末】

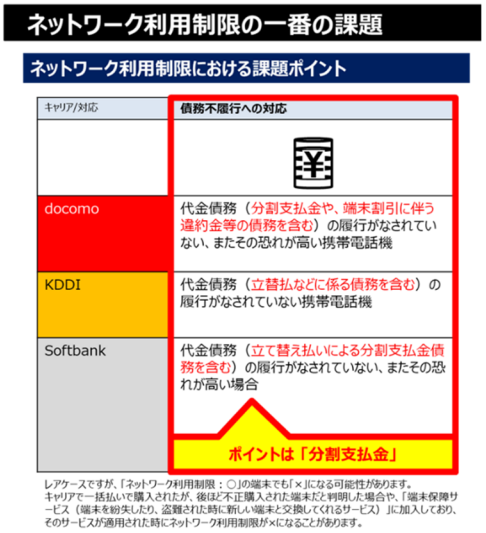
	①債務不履行	②盗難等の犯罪行為	③不正契約	④補償サービス
ドコモ	代金債務（分割支払金や、端末割引に伴う違約金等の債務を含む）の履行がなされていない、またその恐れが高い携帯電話機	ドコモショップなどの販売店での窃盗（盗難）や詐欺などの犯罪行為により、不正に入手された携帯電話機	本人確認書類偽造や申込書の記載内容（お名前、住所、生年月日など）に虚偽の申告が含まれているなど、不正な契約により入手された携帯電話機	ケータイ補償サービスにより、補償対象となった旧携帯電話機
KDDI	代金債務（立替払などに係る債務を含む）の履行がなされていない携帯電話機	販売店での窃盗（盗難）や詐欺などの犯罪行為により、不正に入手された携帯電話機	本人確認書類偽造や申込書の記載内容（氏名、住所、生年月日など）に虚偽の申告が含まれているなど、不正な契約により入手された携帯電話機	交換用携帯電話機お届けサービスで回収、利用できないことになった携帯電話機
ソフトバンク	代金債務（立て替え払いによる分割支払金債務を含む）の履行がなされていない、またその恐れが高い場合	窃盗（盗難）や詐欺等の犯罪行為、その他法令に違反する行為（携帯電話不正利用防止法違反、文書偽造等）により不正に取得された場合	申込書の記入内容（氏名・住居・生年月日など）に虚偽の事項が含まれている場合 契約申込書に記入された連絡先に対し当社からの請求書などの郵便物が届かない場合	債務不履行および以下のサービスにご加入の携帯電話機で、水濡れ・全損保証サービス、盗難・紛失保証サービス、または配送交換の対象となった旧携帯電話機（ソフトバンクショップにて回収したものも含む） ・あんしん保証パック(i)プラス、あんしん保証パック(i) ・あんしん保証パックプラス、あんしん保証パック ・あんしん保証パックライト ・あんしん保証パック with AppleCare Services
楽天モバイル	代金債務（立て替え払いによる分割支払金債務を含む）の履行がなされていない、またその恐れが高い場合	窃盗（盗難）や詐欺等の犯罪行為、その他法令に違反する行為（携帯電話不正利用防止法違反、文書偽造等）により不正に取得された場合	申し込みの記入内容（氏名・住居・生年月日等）に虚偽の事項が含まれている場合	オプションサービスであるスマホ交換保証プラスにて交換対象となった旧端末

出典：各社ＨＰ等から総務省作成

RMJ が中古端末事業者に実施したアンケート調査によれば、ネットワーク利用制限の在り方が最も大きな課題とあげられており、中古端末市場発展に対する大きな阻害要因とされている。特にネットワーク利用制限の対象となる端末のうち、①債務不履行の端末が問題とされている。具体的には、債務不履行の端末に関し、ネットワーク利用制限が行われた場合、中古端末事業者から購入した新たな所有者は、通信料金を適切に支払っていたとしても、前所有者の瑕疵（債務不履行等）により、通話通信が突然できなくなる問題がある。

【図表Ⅲ－２　中古端末業界の課題（RMJアンケート調査）】

業界課題	対処すべき
ネットワーク利用制限の在り方と適用ルールの見直し	94.1%
海外輸出中心型から国内流通量増加検討	76.5%
MNOによるリユースモバイル事業者向けの連携窓口の設置/大口対応	94.1%
SIMロック解除の確認方法の簡素化	94.1%
MNO・端末メーカーに対し、端末機能が備えるデータ消去機能の完全化と義務化	88.2%
端末に付帯する情報の一括消去対応（フェリカデータ等初期化で消せる仕様へ）	88.2%
リファビッシュ品の定義や国内流通促進に向けた協議	88.2%
純正修理部品の調達ルールの整備と義務化	58.8%
C2C取引時における端末の評価基準や安心安全評価および機能評価に関する基準の明確化	77.8%
プラットフォーマー向けガイドラインの整備	88.2%



出典：本WG（第 50 回）（2023 年 12 月 22 日）資料 50－５
（RMJ 発表資料）

加えて、RMJ が中古端末事業者に実施したアンケート調査によれば、中古端末に対し、年間約 6,900 件（2022 年度）のネットワーク利用制限が実施されている（2023 年度は半期で約 3,900 件）。なお、当該調査の有効回答は 16/19 社であり、大手小売業者から回答が得られなかったケースもあるため、実際の中古端末へのネットワーク利用制限の件数は、アンケート調査の数字を上回る可能性もある。

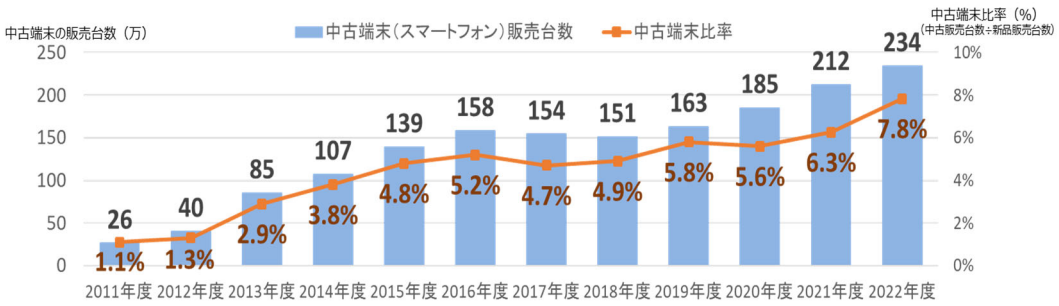
【図表Ⅲ－３　中古端末のネットワーク利用制限の件数】

対象期間		NW利用制限「×」件数
2022年度	4－9月	3,863件
	10－3月	3,055件
2023年度	4－9月	3,870件
合計		10,788件

※　有効回答：16/19 社：大手小売業者で正確なデータを保持していないため回答を得れなかったケースもあったが確実に発生しているとのコメントあり。
出典：本WG（第 50 回）（2023 年 12 月 22 日）資料 50-５
（RMJ 発表資料）

中古端末の販売台数は増加傾向であり、今後、ネットワーク利用制限により、中古端末利用者が通信料金を適切に払っているにも関わらず、前所有者の瑕疵により、突然、通信・通話の利用ができなくケースが増加する可能性がある。

【図表Ⅲ－４　中古端末の販売台数】



出典：MM総研の調査を基に総務省作成

なお、端末を割賦販売（購入）契約した場合、各キャリアの契約約款により、端末の所有権を、端末の引渡し時に、購入者に移転している。このため、分割支払中でも、端末購入者は、法令の制限内において、端末を中古端末事業者に売却する権利を有している。また、当該端末を中古端末事業者から購入した者は当該端末の所有権を有しており、端末を使用する権利を有している。

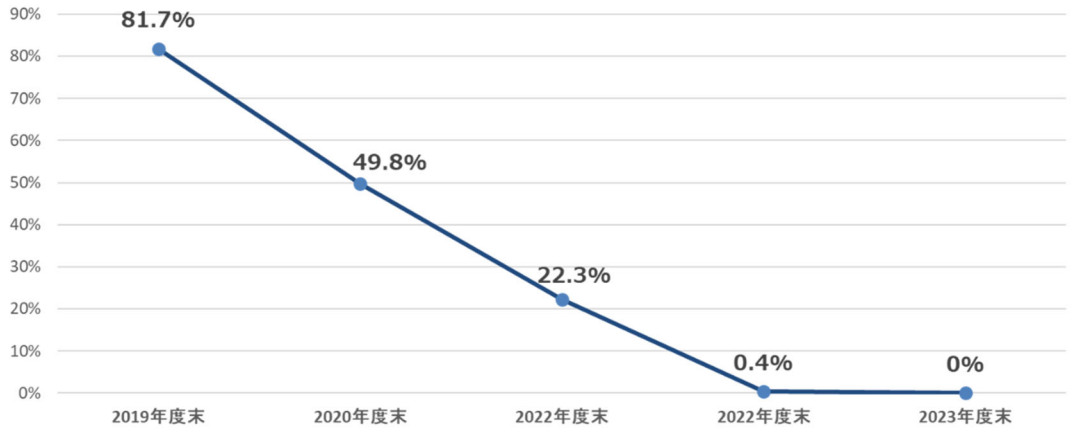
【図表Ⅲ－５　各社の割賦販売（購入）契約約款】

	割賦販売（購入）契約約款
ドコモ	●割賦販売契約約款 （指定商品の引渡しおよび所有権の移転） 第6条　指定商品は、本契約成立後、当社所定の本契約の申込画面または交付書面（以下、総称して「交付書面等」といいます）に記載する時期に当社から契約者に引渡しされるものとし、指定商品の現実の引渡しが完了したときに**指定商品の所有権が当社から契約者に移転**するものとします。
KDDI	●個品割賦販売契約約款 （商品の引渡し及び所有権の移転） 第5条 商品は、個品割賦販売契約成立後、本申込書記載の時期に当社から購入者に引渡されるものとし、商品の現実の引渡しが完了したときに商品の**所有権が当社から購入者に移転**するものとします。 2 商品の**所有権の移転前においては、**購入者は、当該商品を担保に供し、**譲渡し、又は転売することができない**ものとします。
ソフトバンク	●個品割賦購入約款 第2条（商品の引渡しおよび所有権の移転） 商品は、本契約成立後、直ちに購入者に引渡され、**引渡し時に所有権が移転**するものとします。ただし、Airターミナル、でんわユニットの所有権は購入者が商品を受領したことをソフトバンクが確認した日をもって購入者に移転するものとします。なお、購入者は、商品の**所有権移転前においては、商品を担保に供し、譲渡し、又は転売することができない**ものとします。
楽天モバイル	●割賦販売契約約款 第４条（商品の引渡しおよび所有権の移転） １．当社は、本契約成立後、対象商品を当社所定の方法によりお客様に引渡すものとし、対象商品の現実の引渡しが完了した時に対象商品の**所有権が当社からお客様に移転**するものとします。 ２．お客様は、商品の**所有権の移転前においては、**当該商品を担保に供し、**譲渡し、または転売することができない**ものとします

出典：各社ＨＰから総務省作成

現在、キャリアが実施しているネットワーク利用制限は、当該制限を実施したキャリアのネットワークを利用できなくするものであり、他キャリアのネットワークは利用可能なものである。このため、SIM ロックが完全廃止となった現在においては、ネットワーク利用制限が実施された端末であっても、国内の他キャリアや海外であれば利用することが可能であり、現在のネットワーク利用制限により端末の利用を防ぐことは従来と比較すると困難になっている。

【図表Ⅲ－６　MNO４者の販売端末に占める SIM ロック端末の割合】



出典：電気通信事業報告規則及び令和４年総基料第 137 号に基づく報告

イ　意見

（ア）構成員の意見

- ネットワーク利用制限の廃止又は緩和（いわゆる赤ロム問題）を検討してはどうか。【第48回　北構成員】
- ネットワーク利用制限は非常に深刻な問題。中古端末購入者にとって非常に危険な場合がある。避ける方法をキャリアに真剣に考えていただき、責任のない中古端末購入者にこういう目に遭わせないような仕組みをぜひ考えていただきたい。【第50回　長田構成員】
- ネットワーク利用制限を撤廃すべきというRMJの提案は大きな課題と認識した。債務不履行については、割賦契約を締結した時点で所有権が利用者に移転しているので、ネットワーク利用制限をかけるべきではないと思っている。【第50回　北構成員】

・　盗難・犯罪行為への対応、不正契約への対応として、件数がどのぐらいあり増減しているのか、また、ネットワーク利用制限後でも他キャリアで使用可能であり、海外に転売しても使用可能であるが、SIMロックが原則禁止になった今でも効果があるのか等の実態を把握すべき。【第50回　北構成員】

・　ネットワーク利用制限について、債務不履行を理由とするというのは、少なくとも民法上の契約理論からいったら合理的な根拠がないと思っている。契約の第三者効というものは特には認められておらず、このような観点から、この債務不履行を理由としたネットワーク利用制限は、場合によっては不正な行為として受け止められる可能性も高いと思う。【第50回　新美主査】

・　ネットワーク利用制限はひどい状況になっていると再認識した。中古端末が普及して、より顕在化している状況にあるのではないか。債務不履行の抑止効果がどのぐらい期待できるのか、既に手放した端末についてネットワーク利用制限がかかるということは、残債がある、債務不履行に陥っている人にとっては何の痛みもないため、スマホの購入者と販売店の両方にとって理不尽な負担になるだけであり、ネットワーク利用制限は廃止を目指して検討していくことが必要ではないか。その上で、ネットワーク利用制限を導入しなければ回避できない課題が残っているのかという観点でキャリアに議論いただき、その手だては別途検討することが望ましいのではないか。【第50回　大谷構成員】

・　ネットワーク利用制限の対象になる可能性がある「△」の端末については、それを販売価格に反映させている場合、購入者はそのようなリスクがあることを認識した上で購入しているとも考えられ、善意の第三者といえるのか疑問に感じると思った。【第50回　関口構成員】

・　割賦販売購入の場合、各社の契約約款での端末所有権の取扱いをあえて分割支払中でも、商品の現実の引渡しで契約者に所有権を移転させており、契約者は所有権を有する以上は処分も可能である。他方で、裁判の例では、利用制限措置というものが所有権侵害を構成しないとされている。民法上の所有権の議論とは別という場合、電気通信事業法としての考え方を整理したほうがよい。【第51回　西村（暢）構成員】

・　高裁判決は所有権侵害になるのかどうかを焦点とした判断になっている。所有権そのものは全く侵害しているわけではないが、この事案の一番のポイントは前者との契約関係の問題を新たな購入者に対して持

ち出すことができるかどうかという、契約の相対効の問題だったのではないか。他人の取引上の問題を新たな契約事業申込みに対して持ち出すということは、不当な利用制限になるのではないかということで、通信サービスの問題として議論したらいい問題だったのではないか。その意味で、今後の進め方案というのはその線に沿っていくとあり得る議論かと思っている。【第51回　新美主査】

・　他事業者のネットワークは普通に使えるため、SIMロックが当たり前だった時代とは大分ネットワーク利用制限の効果が変わってきたということは十分理解できるが、それなりに市場が健全に機能していれば、赤ロム化のリスクのある端末はそれを価格に反映されていることによって中古端末を購入したユーザーはそのリスクを認識できているのではないか。【第51回　関口構成員】

・　民法における取引の考え方でいえば、あるものの契約関係を他者に主張するためには公的な公示システムがなければいけない。例えば、自動車であれば登録、不動産であれば登記というものがあって初めて前者との契約関係を新規の所有者に対抗できるというシステムがある。そのようなシステムが携帯端末に構築できるかどうかというのは大きな問題になるかと思う。【第51回　新美主査】

・　中古端末を購入した方が突然通信を使えなくなるという状況は、いくらそのリスクがあることが分かっていたとしても、前の利用者の瑕疵のためにそれが使えなくなるというのは大きな問題があると思う。またネットワーク利用制限をかけたところで元の所有者には何の影響もないため、ぜひきちんと考え方を整理してほしい。【第51回　長田構成員】

・　ネットワーク利用制限そのものを禁止するというのも一つのアプローチではあるが、ネットワーク利用制限の対象となっているかどうかという正確な情報が得られずに、後日それが分かってしまった時に、次の利用者が迷惑を被るという状況になっているが、そもそも、ネットワーク利用制限の対象であるかどうか曖昧な状態のものを販売するということができる状態というのは何とか見直せないのか。今、ネットワーク利用制限対象かどうかということについて「○」「△」「×」で表示されており、次の利用者が困るケースは、「△」表示の場合がメインとのことであるが、「○」のケースでも後日不正利用などが判明し、使えなくなるというケースもあるとのことから、そういったケースが起こら

ない端末だけを販売することはできないのか。【第51回　大谷構成員】

・　結果的にはRMJの主張がもっともだなと思う。【第53回　相田主査代理】

・　RMJの提案が結構腑に落ちる。ネットワーク利用制限４分類の中で、債務不履行とそれ以外のものということで２つに分けることができ、不正契約は本当に犯罪絡みの話で、これについてはちゃんと食い止めていただきたいが、一方の債務不履行は、会社の与信が適切なのかにもよる。楽天モバイルは、ある程度の対応で債務不履行の率を押しとどめていることができている。【第53回　西村（真）構成員】

・　SIMロックが禁止された今、ネットワーク利用制限というものが本当に不正抑止の一助になっているのか。【第53回　北構成員】

・　「△」状態であると分かっていて購入しているという意見もあるが、そこまで想定しないで使っている場合もあり、また、多少のリスクを分かっていて使っていたとしても、きちんと通信料金を支払っているような方々が、突然スマホが使えなくなるという事態に陥らせなければいけないことは非常に危険なことである。【第53回　長田構成員】

・　ネットワーク利用制限についての情報の共有化ということについて、RMJから不正対策の共有データベースをつくって共同運営したらどうかという提案があったが、全面的に賛成する。【第53回　関口構成員】

・　赤ロムを中古事業者が永久保証し、同等商品と交換する、あるいは全額返金するという形で制度が成り立っていて、RMJ会員全てこの保証と行っているとすると、赤ロムになったとしても、ユーザーはリスクを全く被っていないというべきではないか。【第53回　関口構成員】

・　通信料金を適切に支払っている中古端末利用者がある日突然に通信できなくなってしまうことは、中古市場の活性化を損なう課題というだけでなく、シンプルに利用者保護の観点で望ましくない。他方、SIMロック廃止の状況で犯罪防止に対するネットワーク利用制限の抑止力が限定となっているにせよ、端末の不正利用を防止することも必要である（事業者共同の取組も含めて異なる場でも検討を進めるべきではないか)。端末搾取を目的とした不適切行為を防止することは大切だと考えており、端末の販売段階での本人確認等を厳重に行うことを含め、ネットワーク利用制限のみに依拠しない対策を講じていくことも必要である。【第55回　大谷構成員】

・　利用制限によって債務不履行を抑止する効果はあるだろうが、同等の効果で悪影響をより小さくする方法があるのではないか（例えば契約時点における与信管理をしっかり行うことによって代替できるのではないか)。犯罪等の行為を抑止することに対しては、犯罪等が判明した時点での責任限界を明確にしておくべきではないか。中古端末販売事業者は中古端末購入販売段階において、当該端末に関する問題をチェックすることが責務として求められるのではないか。さらに、販売後に判明した場合でも中古端末購入者の責によらない場合、少なくとも業界（ここに中古端末事業者やショップが含まれるかは要議論）全体での保証（代替端末の提供等）が考えられるのではないか。【第55回　大橋構成員】

・　施策の効果検証のためにも、ネットワーク利用制限の４類型の件数・推移や、滞納額のデータが有益と思われる。手間であっても各事業者においては各データの整理や、データが存在しない場合は前向きな対応の検討をお願いしたい。【第55回　西村（暢）構成員】

・　ネットワーク利用制限は悪意を持って端末を取得しようとする人に対して意味があるのかもしれないが、善意で中古端末を購入した人に対して連絡が突然できなくなる非常に危険なものであるため、他の手段で悪意の人に対する効果を強める策がないのかをMNOで検討していただきたいと思う。今回の論点整理（案）はその点も含めて考えられていると思うが、「△」のものを購入した方が突然使えなくなることは解決ができていないとも思う。また、「△」の状態ものを販売可能なものとして考えるかどうかということについても中古事業者において検討していただくのが良いのではないか。【第55回　長田構成員】

・　取りまとめ案については基本的に賛成する。犯罪等の行為の抑制という観点から、必要最小限の措置として端末購入から４か月を超えない期間の端末について、許容していくことに加えて、ネットワーク利用制度の有効性を高める措置としてIMEIを共通で参照し、事業者間で犯罪等の状況について情報を共有する仕組みを構築することは非常に意味のあることだと理解している。必要最小限の措置として端末購入から４か月を超えない期間と設定することとするが、このような制限が適切かどうかについては今後の運用をウォッチしながら検証していくことが必要だと考える。【第55回　関口構成員】

・　ネットワーク利用制限の仕組みが変更することについては、利用者

周知をしっかりお願いしたい。【第55回　相田主査代理】

（イ）事業者等の意見

・　ネットワーク利用制限の見直しは中古端末業界の最重要課題であり、中古端末市場発展に対する大きな阻害要因になっており、特に分割支払（割賦販売）契約が問題。2022年度では、ネットワーク利用制限により、通信料金を支払っている第三者が通信できなくなる事例が約7,000件確認されており、2023年度は2022年度を上回るペース。ネットワーク利用制限により、査定額が減額・買取拒否されたり、突然通信使用不可になるため、消費者に大きな不利益が生じており、ネットワーク利用制限は廃止すべき。【第50回　RMJ】

・　ネットワーク利用制限の４類型のいずれにおいても、本来果たされるべき債権債務の不履行や犯罪行為を防止する観点で、対象端末を用いた当社のネットワークの利用を制限しており、不正な手段による端末の入手を防止する一助となっていると認識している。当社はこれまで審査基準や本人確認の強化等の対応を行ってきたが、それでも不正契約の発生件数は増加傾向であることを苦慮しており、ネットワーク利用制限が禁止された場合には、４類型いずれにおいても、不払い等不正な手段で取得される端末がこれまで以上に増加し、また、これらの端末が不正に転売されることを懸念している。【第53回　NTTドコモ】

・　当社はこれまでもネットワーク利用制限確認サイトを通じて中古業者及び利用者へ端末のネットワーク利用制限状態が確認できる手段を提供しており、その状態についても随時更新を行っている。【第53回　NTTドコモ】

・　SIMロックの解除などが進んでいることもあり、かつてほどのユーザーへの影響はないということになるが、一定程度、不正な端末購入を防止する一助となっているものと考える。【第53回　NTTドコモ】

・　ネットワーク利用制限は、代金未払い端末の転売抑止効果及び不正に取得された端末を利用した犯罪への転用抑止効果などがあると認識している。仮にネットワーク利用制限を禁止したら、転売ヤー問題などの再燃が起き、端末を利用した犯罪を助長する可能性があると考えている。【第53回　KDDI】

・　中古端末販売事業者が「△」端末（分割支払い中）を販売する際に購入者に対して、メリット・デメリットを十分説明（周知徹底）すること

が重要である。【第53回　KDDI】

・　ネットワーク利用制限を開始した2008年当時、実際に犯罪に使用されたという実例を基に、窃盗や不正契約、端末代金の債務不履行、あるいは保証サービスの不正利用があった端末に対して当社のネットワークへの接続を制限の対象としている。【第53回　ソフトバンク】

・　中古端末を購入するかどうかにおいて、ネットワーク利用制限は考慮に入っていないのではないか。ネットワーク利用制限の可能性がある端末を購入した人の中で、運悪く制限が実際にかかってしまった人の消費者問題だと理解をしているが、それを軽視していいとは考えていない。【第53回　ソフトバンク】

・　ネットワーク利用制限があることで、盗品や遺失物の買取りに際し一定の回復義務を負われている中古端末事業者においても、不正取得された端末を誤って買取りしてしまう事態を防ぐ効果があるため、中古端末買取事業者にとってもメリットがある仕組みであると考えている。また、一般の方にも、不正取得された端末の購入を避け、それによって余計なトラブルを避けることができるという効果もあると考える。【第53回　楽天モバイル】

・　ネットワーク利用制限を禁止することで、不正に入手された端末の二次流通が増加し、抑止力の消失により犯罪や不正行為が増加することが懸念される。ネットワーク利用制限は、不正に取得された端末の二重流通を抑止することで、犯罪行為を含む不正行為の抑止力として機能している点を鑑み、慎重に判断していただきたい。【第53回　楽天モバイル】

・　債務不履行を理由とした端末のネットワーク利用制限については、購入時点で端末の所有権が購入者に移っていること、分割払いの方法に関して、当社においてはクレジットカードのみとすることで、割賦代金に未納が発生するケースをかなり抑止できているという認識から、このケースに限った見直しの検討は可能と考える。【第53回　楽天モバイル】

・　（債務不履行についてネットワーク利用制限を禁止することについてどう考えるかという問いに対し）不正契約まではいかないまでも、支払う意思がないにも関わらず割賦契約を締結し、そのまま端末を転売してしまう事例も増えていると認識しており、このようなものを防止

する一助となっているのではないかと考える。【第53回　NTTドコモ】

・　債務不履行には、様々な事情があると思うが、組織的に意図して払うことなく債務不履行を行うことはあり得ると思う。これを見分けるのは難しいので、債務不履行が、何らかの犯罪なり不正の温床になり得るというところで、このような措置をとっている。ただ、それを裏づけるデータはないが、これを緩めることになると、このリスクは減ることはない。【第53回　KDDI】

・　犯罪行為の抑止を目的としてネットワーク利用制限を行っている。犯罪に利用された事例を基に導入したが、長期間に渡って実施しており、その抑止効果を定量的に図ることは困難であるが、手段は複数存在した方が抑止効果が高いと考える。【第53回　ソフトバンク】

・　第三者が利用する端末の接続が制限されるといった事象が発生しないことが理想であるが、本件は犯罪抑止とのトレードオフの関係にあるため、どちらを重視するかという判断と考える。現実的には中古端末販売時の説明を徹底することで一定程度のトラブル回避は可能とも考える。【第53回　ソフトバンク】

・　（ネットワーク利用制限が行われるおそれがある端末について、下取り価格や中古販売価格に反映を行っているかという問いに対し、）調査結果は84％の正会員が反映を行っているとの回答であった。その内容として一番多く見られたのが、買取り価格に差をつけているという結果であった。【第53回　RMJ】

・　「△」の端末が「×」になるケースと、「○」の端末が「×」になるケースの割合を調べたところ、「△」から「×」が約93.4％を占めている結果となった。この調査結果から、一利用者の債務不履行が理由で「×」になる赤ロム化がほとんどを占めていることが分かった。ネットワーク利用制限は、盗難や不正防止、振り込み詐欺等の防止を主たる目的としてMNO各社ホームページ等で表示されているが、このデータからすると、実態との差を感じざるを得ない。【第53回　RMJ】

・　RMJとしても、盗難や不正への対策は重要な課題と考えている。仮にネットワーク利用制限を一部認める形で進めるのであれば、少なくとも対象は盗難・不正契約に限定し、所有権移転後の端末に対する債務不履行防止を目的としたネットワーク利用制限は対象に含めないようにしていただきたい。その対策の結果、万が一、ネットワーク利用制限を

廃止した上で、不正や盗難が増加するような事象につながった場合、MNO、MVNO、RMJにて、そのような不正情報を共有するデータベースなどを構築し、発生したデータを蓄積しながら、不正品流通を防止するような体制構築を運用していくのも一つではないか。【第53回　RMJ】

- ヨーロッパでも同様な制限があるのかという点について確認したが、ヨーロッパにおいては、端末の所有権を移転しているにも関わらず、債務不履行の観点からネットワーク利用制限を行っている事例は確認できなかった。また、端末の現在の所有権と以前の分割払いの債務とは、法的には２つの別個の事象であり、それらが結びついて扱われることはないという認識。【第53回　RMJ】

- 例えば、販売して不正等が起きた端末のIMEIの情報などを４社間で交換することによって、共通の条件でネットワーク利用制限をかけることは考え得るものと思う。その際は、制限をかける場合の考え方などについては統一をする等の工夫が必要になるが、仕組みとしては可能である。他方で、この場合においても、海外のネットワークに持ち出された場合には制限は効かないため、この点は留意が必要。【第53回　NTTドコモ】

- SIMロックがなくなった今、１社のみでネットワーク利用制限をやることになると、以前より効果が薄れているため、昨今の社会情勢に鑑みて、全社に広げるほうがいいのではないか。もっというならば、海外で犯罪が行われたり、海外で使えるじゃないかという意見もあるので、本当の理想を言うと、海外にも広げることも考えながらやっていけばいいのではないかと思っている。【第53回　ソフトバンク】

- ネットワーク利用制限は、その換金性を妨げるためにバツ表示を出しているという側面があるので、そこについては当社独自のネットワーク利用制限をすることでも効果を発揮しているかと考える。一方で、ソフトバンクからあった、海外に持ち出す等を含めて、組織的に行われる方々に関しては、利用者で制限するだけでは限界があるので、どのレベルまで我々として取組を進めるべきかというところを事業者としてもしっかり考えていきたい。【第53回　楽天モバイル】

- （決済の仕組みを例えばクレジットカード払いに限定することについてどう考えるかという点について）当社においては昔からの経緯で口座振替によって支払っている方が相当数いるため、割賦契約をクレジットカードに限定するのは、そのような利用者の利便性の低下を招

く。その他の手段として、分割払い手数料を設けるとか、丁寧な与信を行い、場合によっては端末のお渡しは後日にするといったような方法が考えるが、いずれも利便性とのトレードオフになるため、慎重に考えていく必要がある。【第53回　NTTドコモ】

・　（赤ロム化した場合、中古事業者が補償する商慣習になっているという問いに対し、）旅行先で突然通信・通話が使えなくなった場合、購入した中古店にすぐに行くことができず、その期間はずっと使えない状況になる。また、赤ロム化理由がすぐに分かればいいが、購入して半年、１年と経過する中で、急に端末が使えなくなった場合、その状況をすぐに察知できない消費者も多いのではないか。【第53回　RMJ】

ウ　考え方

ネットワーク利用制限は、中古端末を購入した者が通信料金を適切に支払っていた場合であっても、中古端末の元の所有者の瑕疵により、通話・通信が利用できなくなるおそれがあるものである。通話・通信が国民生活に必要不可欠なものであることを踏まえれば、他人の瑕疵で、突然通信・通話が利用できなくなることは、利用者への影響は大きいと考えられることから、利用者の利益等を確保するため、ネットワーク利用制限が許されるケースは極力限定することが必要である。

このため、利用者の利益等を確保するため、ネットワーク利用制限は原則禁止することとするが、一方で、事業者からはネットワーク利用制限が犯罪等の抑止の一助になっているとの指摘もあったことも踏まえれば、犯罪等の行為を抑止する観点から、必要最小限の措置に限定してネットワーク利用制限を許容することが適当である。

犯罪等の行為を抑止する観点から、ネットワーク利用制限を許容するものに関して、具体的には、

①　盗難等の犯罪行為、不正契約で入手された端末、補償サービスにより補償対象となった旧端末に対するネットワーク利用制限については、本来であればキャリアが当該端末の所有権を有しているものであり、いわば不正に入手された端末であると考えられるため、これらの犯罪等の行為を抑止する観点から、これらの端末に対するネットワーク利用制限を許容することが適当である。

② 債務不履行の端末に対するネットワーク利用制限については、

・ 各キャリアの約款により所有権は端末購入者に移転されているため、端末購入者は割賦契約中であっても端末を中古事業者に売却する権利を有しており、キャリアは端末の所有権を有していないこと

・ 一般的な商慣行において、比較的高額な商品を割賦等により販売する例が多くある中、こうした商品を販売する事業者は、購入時における本人確認の徹底や支払能力・意思の有無を確認するための事前審査、外部機関による与信審査の活用、一定の頭金の徴収、さらには、不払いが生じた際の差押えなど、様々な手段を活用することによりリスクを回避・軽減していること

・ 端末販売においても、楽天モバイルは割賦販売時の支払いをクレジットカードに限定することにより、債務不履行のリスクを回避・軽減しており、実際に他のキャリアと比較して、債務不履行の観点から実施しているネットワーク利用制限が著しく少ないこと

・ 令和元年電気通信事業法の改正により、通信と端末の分離が図られていること

を踏まえれば、債務不履行の観点から実施するネットワーク利用制限は原則禁止することが適当である。ただし、端末代金を全く支払う意思がない、いわば端末搾取を目的とした不適切行為を防ぐことも重要と考えられるため、必要最小限の措置として、端末代金の支払い意思を確認できる期間を考慮し、端末購入から４か月を超えない期間においては債務不履行の端末に対するネットワーク利用制限を許容することが適当である。

※ 2019 年 11 月 22 日改正以前の SIM ロックガイドラインにおいて、端末代金の支払が少なくとも１回確認できる期間を考慮し、購入から 100 日程度を越えた場合は不適切な行為が行われる可能性が低いとしていた（ただし、現在は、100 日ルールを廃止し、発売日から SIM ロックを禁止としている）。

ただし、現在のネットワーク利用制限は、ネットワーク利用制限が実施された端末であっても、国内の他キャリアであれば利用することが可能であるところ、SIM ロックが完全廃止されたことを踏まえれば、ネットワーク利用制限の有効性は減少していると言わざるを得ない。

このため、犯罪等を抑止するため、必要最小限の措置として、ネットワーク利用制限を許容することを踏まえれば、その前提として、例えば、キャリア間でネットワーク利用制限の対象となるIMEIを共有し、他キャリアに乗換えたとしてもネットワークが利用できないようにする等のネットワーク利用制限の有効性を高める措置が必要である。キャリアはネットワーク利用制限の有効性を高める措置に向けた議論を早急に開始し、必要な対応を行うことが適当である。また、ネットワーク利用制限の仕組みを変更することについて、利用者周知を適切に行うことが重要である。

一方で、ネットワーク利用制限のみで犯罪等の行為を防ぐことは困難であるため、事業者においては本人確認や与信審査・管理等のネットワーク利用制限に依拠しない対策を適切に行っていくことが重要である。また、中古端末事業者においては、盗品等の売買の防止等を図るため、例えば、端末売買時に当該端末がネットワーク利用制限の対象となっていないか確認する等の対応を行うことも重要と考えられる。

なお、利用者の利益等を確保するため、ネットワーク利用制限が許されるケースは極力限定することが必要であることを踏まえれば、引き続き、ネットワーク利用制限の影響を注視し、必要に応じて、ネットワーク利用制限の在り方の見直しの検討を行うことが適当である。この点、ネットワーク利用制限の検証をしていくためにも、キャリアはネットワーク利用制限の類型ごとの件数や、滞納額、これらの推移といったデータを整理し、本WGに報告してもらうことが望ましい。

（２）端末の下取りサービス

ア　現状と課題

キャリアの端末下取りサービスでは、ＨＰ上で「良品の場合」、「良品でない場合」の下取り金額や、端末の状態に応じた査定基準を公表しているが、郵送で端末下取りを行う場合、キャリアの査定の結果、利用者の想定と異なり、「良品でない場合」と査定されても、キャンセルできない運用とされている。他方、店頭で査定する場合は、キャンセル可能としている。

また、下取り不可の基準も公開し、当該基準に該当する端末を郵送で送られてきた場合は、郵送で端末を返却する運用としている。

キャリアからは、利用者は「良品」に該当すると判断していたが、キャリアの査定の結果、良品でないと査定されているケースは多くはないが存在しているとの回答があった。

なお、中古端末事業者によっては、郵送の場合でも、査定の結果、利用者の想定と異なる査定となった場合はキャンセルできる運用としている。

イ　意見

（ア）構成員の意見

- キャリア４者の端末下取りサービスは査定額がいくらになってもキャンセルできない規約となっており、考え直していただきたい。【第49回　西村（真）構成員】
- （下取りサービスが査定額いくらになってもキャンセルできない規約としていることは）事実であれば、下取りの自由を事実上奪う契約となっており、早急に是正する必要があるのではないか。【第49回　新美主査
- 査定額に納得がいかない場合の流れとしては、RMJの回答（キャンセル可能）が納得できる。【第50回　西村（真）構成員】
- （キャリア各社が見直しを表明したことに対して）いくらで買取り可能か分からない状態で申込みをするということ自体は、一般的な取引とは少し違った通信業界の対応が、この契機で一般的になるということを大変歓迎。【第54回　西村（真）構成員】

・　キャンセル可能となる時期に事業者間でかなり開きがあるため、できる限り早期に可能になることを希望する。【第55回　関口構成員】

（イ）事業者等からの意見

・　（端末下取りを郵送で行った場合、査定額に納得いかない際にキャンセル可能かとの質問に対し、）その辺りが分からないまま郵送されて、キャンセルできないのは問題だというようなことも、課題として認識しているが、キャリアにより定められたルールに基づいてオペレーションをしており、販売代理店独自の判断では一切、何らの動きもできていないので、キャリアと相談の上、対応していかざるを得ない。【第50回　全携協】

・　（端末下取りを郵送で行った場合、査定額に納得いかない際にキャンセル可能かとの質問に対し、）インターネット等で簡易的に査定金額が表示されるような仕組みにしており、お客様があらかじめ自分の端末状態から参考価格を確認の上、郵送してもらっている。その上で、端末の査定結果を改めてお客様へ通知する。この段階で、インターネット上に表示された事前価格と同一であれば、手続は進み、仮に査定結果、事前価格と一致しなかった場合は、その旨事前に知らせした上で、お客様の同意があれば減額した査定額で買い取りし、同意いただけない場合はキャンセルとして、端末を返送する段取りをしている。【第50回　RMJ】

・　キャンセルができないことについての苦情の声というのはそれほど多くはない状況ではあるが、実際に消費生活相談においてそのような声があるという指摘も踏まえ、2024年４月から、郵送下取りにおいての査定キャンセルをできるように改善する。【第54回　NTTドコモ】

・　お客様のニーズあるいは利便性向上を踏まえ、通常品以外の査定となった場合にキャンセルできるよう、秋頃を目途に対応する予定であるが、できる限り前倒しを含めて検討したい。【第54回　KDDI】

・　郵送の受付時、申込み後にキャンセルできないことについてのクレームについてはほぼ皆無ではあったが、そういう相談が入っていることを重く受け止め、申込み後でもキャンセルを可能とする方向で調整しており、2024年度中のできるだけ早い時期に実現できればと考えている。【第54回　ソフトバンク】

・　現在、当社のスマホ下取りサービスにおいては、端末の買取査定が終了した後はキャンセルできないという運用になっているが、１年以内

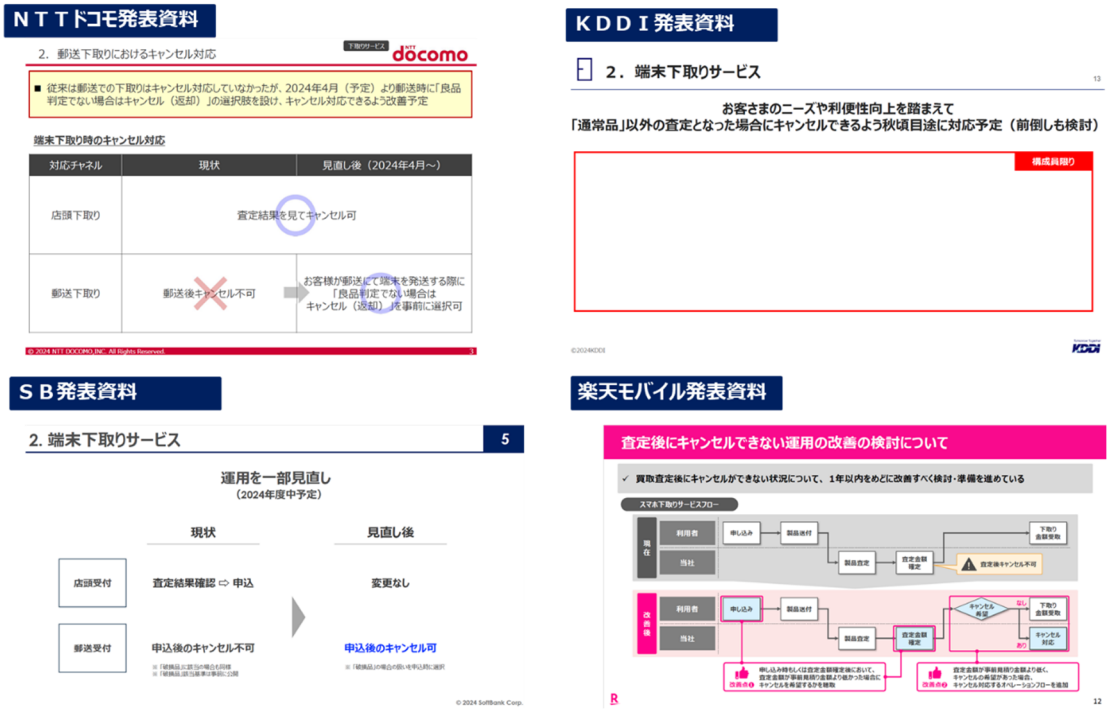
をめどに改善すべく検討・準備を進めている。【第54回　楽天モバイル】

ウ　考え方

キャリアは査定基準等を公表しているが、端末買取り額に関し、利用者の認識と査定結果に齟齬が生じているケースは存在していること、他の中古端末事業者ではこのような場合にキャンセルできる運用としていることを踏まえれば、利用者視点に立てば、郵送の端末下取りであっても、キャリアも利用者の認識と査定結果に齟齬が生じた場合、キャンセル可能とすることが望ましい。

この点、キャリア４者からは、本ＷＧでの議論を踏まえ、郵送の端末下取りであっても、利用者の認識と査定結果に齟齬が生じた場合、キャンセル可能とする運用に改める方針である旨の発表があった。このため、キャリア各社の対応状況を確認していくことが適当である。なお、キャンセル可能に運用を改める時期はキャリアによって大きく異なっているところ、利用者視点に立てば、早期に運用を改めることが望ましい。

【図表Ⅲ－７　各社の今後の対応（各社発表資料）】



出典：本ＷＧ（第 54 回）（2024 年３月 28 日）資料 54-３-１～４（各社の発表資料）

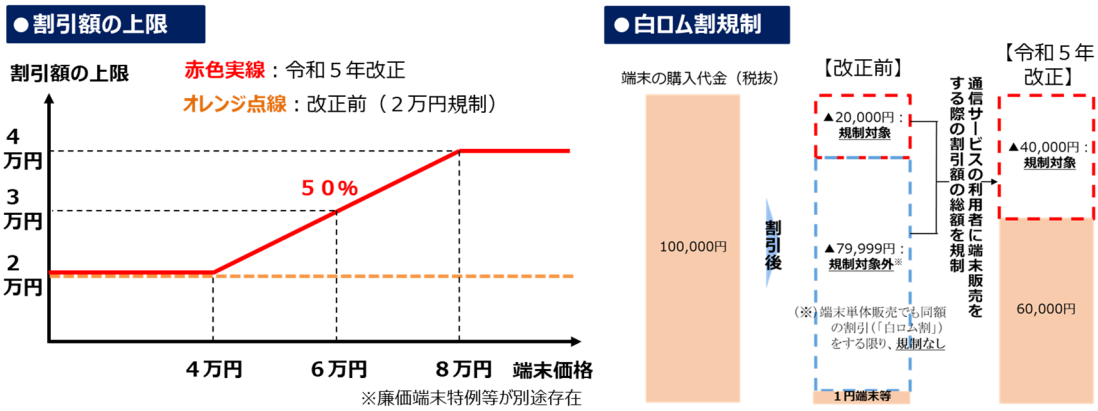
（３）不良在庫端末特例

ア　現状と課題

通信料金・端末料金の分離に係る端末の割引規制は、導入当初、規制の導入効果が現れていたが、いわゆる「白ロム割」により、再び「１円端末」販売等の大幅な端末値引きが行われ、転売ヤー等の問題が発生した。

このため、１円端末販売等につながる過度な割引を規制し、転売ヤー等を防止するため、「白ロム割」を規制対象とし、端末割引額の上限を２万円から原則４万円に変更する省令改正を 2023 年 12 月 27 日に実施した。

【図表Ⅲ－８　端末割引上限規制（令和５年省令改正）】



出典：総務省作成

端末割引上限規制には、不良在庫に関する特例（不良在庫端末特例）があり、制定当初から、次のとおり割引上限の特例が適用されている。

・　製造が中止されていない端末
最終調達日から 24 か月経過した場合、対照価格の半額に相当する額

・　製造が中止された端末
最終調達日から 12 か月経過した場合、対照価格の半額に相当する額
最終調達日から 24 か月経過した場合、対照価格の８割に相当する額

端末割引の基点となる対照価格は、最終調達価格以上である必要があるため、最終調達価格が変わらなければ、経年によって端末の市場価格が低下しても、対照価格は変わらないこととなる。

この点、経年による端末の市場価格の低下には、令和５年省令改正以前はいわゆる白ロム割で対応することが可能であった。

イ　意見

（ア）構成員からの意見

・　いわゆる白ロム割を規制対象としたことで、型落ち端末の価格調整が難しくなるという課題がある。【第 50 回　北構成員】

・　端末の不良在庫特例の見直しに当たっては、キャリア及び代理店における仕入れの適正化が前提にあるべきだ。あえて多めに調達して、不良在庫化したので安売りするということができてしまう。【第 51 回　北構成員】

・　最終調達からの特例期間がある程度短い場合、潜脱的行為を誘発し、かつこれまでの業界的な対応を振り返ると、大量調達を横並びで一気にして同時期・同程度割引というものが生じる、あるいは他社追随の可能性のあり得ることを認識させられた。 特例により、端末販売の最終的な対応あるいは最後に処分することができることから、期間設定と割引上限の設定というのは慎重にしなければならない。【第 54 回　西村（暢）構成員】

・　製造中止という条件を撤廃して最終調達日からの期間に見直すという案に賛同。ただし、最終調達日をできるだけ前倒しして早く安売りできるようにする競争になるということが十分考えられる。KDDI の案だと、初期調達日から最短で１年後に８割引が可能となり、要は１年型落ちの新品端末が８割引で売られることから、中古市場への影響が少なからずあると考えられる。これらを勘案すると、全携協の案が今のところ最も合理的なのではないか。もちろんこの案で中古市場に影響がないのかとか、ほかに潜脱的な運用がなされないか、穴がないかなどはしっかりと考える必要がある。【第 54 回　北構成員】

・　全携協の提案が非常に腑に落ちる。現在何に困っているのかということ、それについて具体的な提案がされており、また中古端末市場に与える影響も特にないと思われる内容になっていると思われることから、賛同したい。【第 54 回　大谷構成員】。

・　論点整理案について基本的に問題ないと考えているが、ヒアリングで KDDI から指摘があったように、キャリアの最終調達日が起点となるため、最初にまとめて大量に購入し、大量の不良在庫を抱えるようなことが起きないとも限らないため、論点整理案の最後の行にあ

るとおり、今後どういうことになるのかよく注視し、問題ある場合にはまた再度見直すことをお願いしたい。【第 55 回　相田主査代理】

・　内容については、おおむね賛同であるが、ヒアリングで KDDI から指摘があったように、例えば初期調達を最終調達とするように、最終調達を意図的に早めれば、新機種発売から最短１年で半額で売ることができてしまう。現行のルールの１年後半額というのは製造中止という条件があるが、今回それを見直すことによりで、中古市場への影響がないのか、具体的には１年で半額、２年で８割というのが本当に中古市場へ影響を及ぼさないのかという点を確認する必要がある。【第 55 回　北構成員】

・　全携協の不良在庫端末特例の見直し案が中古市場に与える影響について確認するために、RMJ から、２キャリア以上から発売されている機種別に月別の中古販売価格を提供してもらい、分析を行った。また、キャリアから、機種別の最終調達の大まかな時期についてヒアリングを行った。その結果、日本メーカーの端末を含めて、どの機種も最終調達は、発売後おおむね１年以降であったことから、こういった調達が行われる限りにおいては、最終調達から１年後、つまり、発売から最短で２年後に半額、発売から３年後に８割引き、４年後に対象外という案は、中古端末市場に与える影響は軽微であると考えられる。他方、現状の調達の仕方よりも最終調達を早めるなどの潜脱行為により、極端な場合、初期調達が最終調達になれば、発売から１年で半額、２年で８割引きになってしまい、中古市場に与える影響は小さくない。そこで、不良在庫端末特例の趣旨にそぐわない行為を防ぐ観点から、例えば、発売日から１年以内の最終調達は１年後の調達とみなすとすればよいのではないかと考えている。【第 56 回　北構成員】

・　北構成員からの御報告は、エビデンスベースでの判断に資するものである。今回調査の内容などについては、本ＷＧの報告書において、例えば、野村総研のレポートなどを引用するような形で、裏づけとして紹介することができるのかどうか。特にメーカーによって差異が顕著で、それが、市場に対する影響が懸念されるということであれば、Ａ社、Ｂ社というふうに丸めたり、総体的な数値を出すというような出し方もあり得ると思われることから、事務局にて工夫していただければありがたい。【第 56 回　大谷構成員】

・　北構成員からの御報告にとても納得した。潜脱行為を防ぐために

も、最終調達日がたとえどんなに早かったとしても１年というふうに考えるという考え方に賛同したい。【第 56 回　長田構成員】

イ　事業者等の意見

- 新ルールにより白ロム割を規制に加えることにあたり、製造終了した端末は最終調達価格が下がらず、対照価格も下がらないため、経年の市場価値低下を踏まえた不良在庫基準への見直しが必要ではないか。例えば、最終調達日から 24 か月経過した場合には、１円まで値引き可能というシンプルなルールがよいと考えている。【第 50 回 全携協】

- 具体的にどのような形で見直してほしいという意見はないが、見直しによって柔軟かつ迅速な業務運営に資するようなことができるのであれば賛同する。特例として踏み込んだ割引きが可能となることを見込み、意図的にあらかじめ在庫を大量に抱えるといった潜脱行為が生じないよう留意する必要があると考える。【第 54 回　NTT ドコモ】

- 現行ルールでは、現在製造が中止されているのかどうかによって割引上限が異なる仕組みとなっている。しかし、現在はグローバル共通端末を調達するあるいはそれを販売するビジネスモデルに変化しており、グローバル共通端末の製造中止は日本のモバイル市場とは無関係であることから、製造中止の有無にかかわらず、最終調達日からの経過期間によって割引上限が決定される仕組みに見直しをしていただきたい。【第 54 回　KDDI】

- スマホの新陳代謝が非常に激しく、１年ごとに新端末が販売されるような状況であり、端末の調達というものは物によりケース・バイ・ケースではあるが、弊社の場合ではおおむね端末調達期間は半年間行われるということに鑑み、製造中止有無を条件にするのではなくて、最終調達日からの期間を６か月以上とし、割引上限も対照価格の半額以上とするのはどうか。ただし、例えば、初期調達の時に大量調達することによって最終調達日イコール初期調達日とし、最初から大幅割引が可能になるというようなことも考えられるため、少なくとも最終調達日から１年間は特例適用できなくすることとし、最終調達日から 12 か月で対照価格の８割割り引くことが可能としてはどうか。【第 54 回　KDDI】

・　現行ルールでは、製造中あるいは製造中止された端末ということでその取扱いが分かれており、グローバルの端末が海外で売られている場合、日本国内で販売が中止されていても、製造中という扱いになってしまうため、この区分はないほうがいいのではないか。また、最終調達からの経過期間はできるだけ短いほうがいいが、一方であまり短過ぎるというのも問題になる得るため、適度な期間について検討が必要。【第 54 回　ソフトバンク】

・　当社は原則預託販売を行っており、当社が把握している状況に基づいて、店舗間の在庫移動や販促施策等を実施することで、不良在庫が発生しないように管理を行っていることから、当社としては現時点での見直しの必要性は感じていない。【第 54 回　楽天モバイル】

・　商品は経年で市場価値が低下し、割引上限規制の見直し前は、是非はともかく白ロム割で対応してきた。しかし、見直し後は、最終調達日以降、その価格が下がらず、対照価格も一定以上には永遠に下がらないという問題点がある。販売代理店の利益は、上場している会社でも利益率は２～３％であるため、代理店のデッドストックは廃棄損を生み、営業継続に深刻な影響を与えるという懸念がある。経年での端末の市場価値は低下していくことに併せて価格訴求で対応できず、販売機会を逃して廃棄損が経営を圧迫するという事態が起こることから、見直しが必要であると強く主張する。【第 54 回　全携協】

・　割引上限規制の見直しによって４万円から８万円の端末は対照価格の半額までが値引き上限となったが、在庫特例にある半額までを利益提供額の上限としたところが機能していない。４万円から８万円の端末は販売構成比で３割とボリュームゾーンであるため、この点からも見直しは必須ではないか。また、現状のルールではメーカーの製造中止を基点としているが、グローバルメーカーは、日本市場だけを見て製造終了を判断しているわけではない。日本の端末市場の価値と直結するのは、キャリアがメーカーから仕入れているのをやめると意思決定した最終調達日とするのが妥当ではないか。このようなことから、見直し案は「製造中止の有無に関わらず」とし、その上で、最終調達から 12 か月経過で半額、24 か月経過で８割、36 か月経過からは値引き上限規制の対象外として、普通の家電製品のように独禁法や一般法での値引きの妥当性を判断する案を提案する。【第 54 回　全携協】

ウ　考え方

現行の不良在庫端末特例では、端末を新たに調達しなければ最終調達価格は変わらないため、端末が経年による市場価値が低下しているにも関わらず、端末の販売価格を最大８割までしか低下させることができないところ、令和５年省令改正以前はいわゆる白ロム割で対応することが可能であったが、現在は白ロム割が規律対象となっているため、従来のように、経年による市場価値に販売価格をあわせることが困難となっている。

この点、通信収入等を原資とした過度な端末割引を規制し、転売ヤー等を防止するために白ロム割の規制は引き続き必要であるが、一方で、不良在庫の端末に関し、端末販売価格を経年による市場価値にあわせることができず、不良在庫を処分させることが困難になることを踏まえれば、不良在庫を最終処分しやすくする観点から、不良在庫端末特例を見直すことが適当である。

現行の不良在庫端末特例は、製造が中止されているか否かによって特例の内容が異なる仕組みとなっているが、グローバル端末メーカーは、様々な国で端末を販売しており、端末の製造中止の判断を必ずしも日本の端末市場だけで決定するものではないこと、また、日本の端末市場における端末の価値は、キャリアが端末メーカーから端末調達をやめた日を起点することで一定程度反映できることに鑑みれば、製造中止されているか否かを問わず、最終調達日からの期間で決めることが適当である。

また、今回の見直しは、白ロム割が規律対象となったことに鑑み、あくまでも不良在庫を最終処分させることを可能とさせる目的であること、また、最終調達日からの期間がある程度短い場合、これまでの業界対応に鑑みれば潜脱的行為を誘発しかねないことを踏まえれば、現行の製造中止に係る最終調達日からの期間（製造中止のもの（最終調達日から 12 か月経過した場合、対照価格の半額に相当する額、最終調達日から 24 か月経過した場合、対照価格の８割に相当する額））より短くする必要性はないと考えられる。

他方、現行制度で 12 か月で半額、24 か月で８割と 12 か月単位で期間を設けていることに鑑み、不良在庫を最終処分させることを可能とさせるため、最終調達日から 36 か月経過した場合は、端末割引上限規制の対象外とすることが適当である。

ただし、事業者ヒアリングにおいて、一部のキャリアからは、不良在庫端末特例を活用するために、これまでの通常の調達と異なり、初期調達の時に大量調達することによって最終調達日を初期調達日とする潜脱行為を行う可能性がある旨指摘があったところ、仮にそのような潜脱行為が行われる場合、適正な調達ではなく過剰調達となる可能性が高くなるおそれがあり、かえって不良在庫を助長させてしまうおそれがある。このため、このような不良在庫端末特例の趣旨にそぐわない行為を防ぐ必要があるところ、主な端末の最初の調達日から最終調達日までの期間の平均が約 12 か月であったことを踏まえれば、発売開始から 12 か月以内に最終調達となった端末については、最終調達日を発売開始から 12 か月後とみなすことが適当である。

加えて、本来、不良在庫を発生させないよう適正な調達を行うことが重要であり、不良在庫端末特例はその名のとおりあくまでも不良在庫となる端末を特例として処分させることを目的とするものであることを踏まえれば、販売する端末に将来的な価値をみいだし、将来時点において端末の買取りを行うこと等を約するプログラムである端末購入プログラムと併用することは適当ではなく、不良在庫端末特例を活用する場合は端末購入プログラムとの併用を認めないことが適当である。

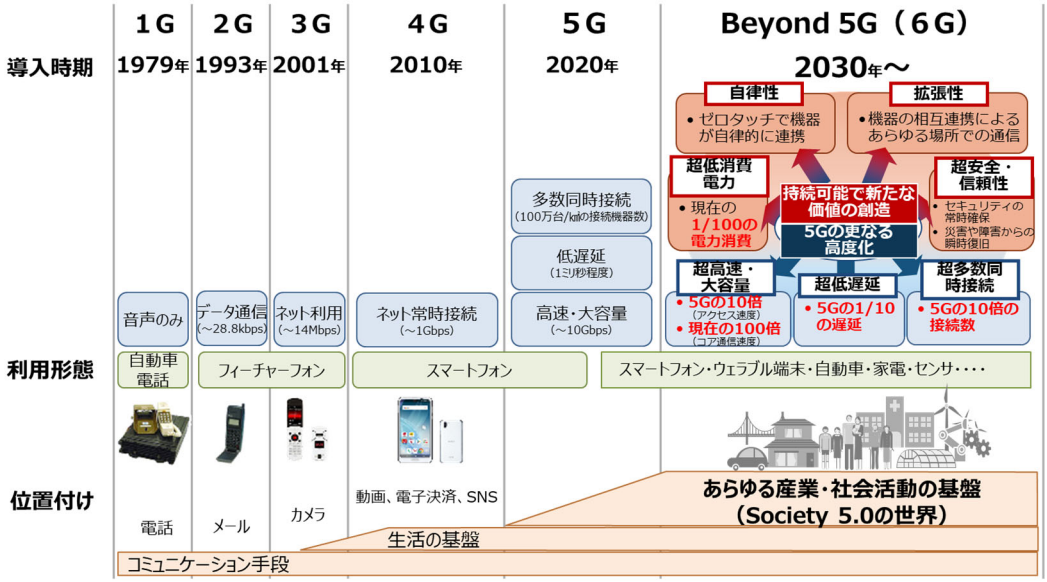
なお、市場価値を下回る価格となる割引が行われることがないかを注視し、問題が生じた場合には、再度見直しの検討を行うことが適当である。

（４）ミリ波対応端末

ア　現状と課題

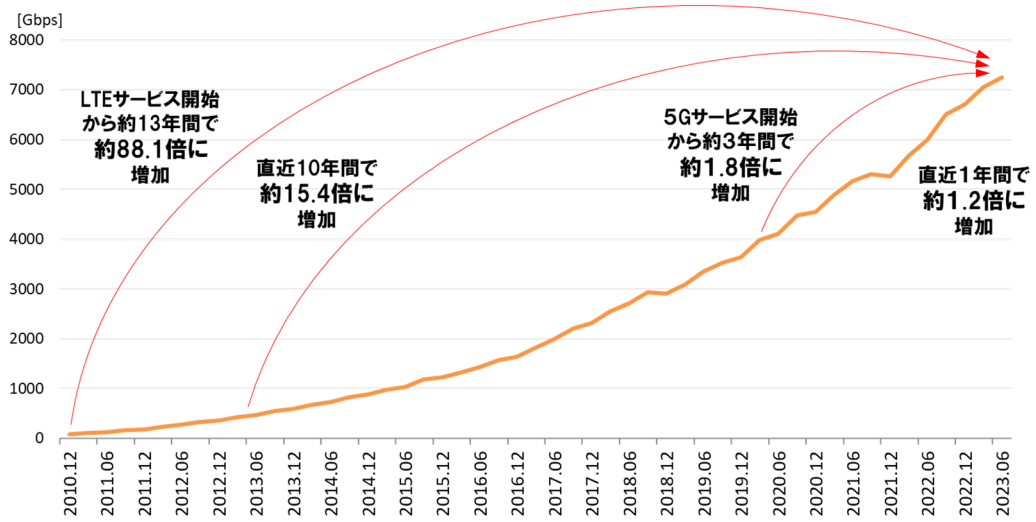
移動通信システムは約 10 年ごとに進化を続け、それとともに携帯電話の利用ニーズも、コミュニケーション手段から生活基盤、そして、あらゆる産業・社会活動の基盤へと拡大を続けている。我が国では、2019 年４月に、５Ｇ専用周波数として、sub6（3.7GHz 帯・4.5GHz 帯）、ミリ波（28GHz 帯）の割当てを実施している。

【図表Ⅲ－９　移動通信システムの進化と利用ニーズの拡大】



移動通信トラヒックは急増しており、10 年間で約 15.4 倍に増加している。また、LTE サービス開始から約 13 年間で約 88.1 倍、５Ｇサービス開始から約３年間で約 1.8 倍に増加している。引き続き、移動通信トラヒックは急増することが予想されている。

【図表Ⅲ－10　移動通信トラヒックの推移】



出典：総務省：移動通信トラヒックの現状（2023 年６月）

移動通信トラヒックが急増していることを踏まえれば、「超高速・大容量通信」が重要となるが、「超高速・大容量通信」は主に「周波数の幅」に依存するところ、周波数の幅を広く確保するためには、高い周波数帯の活用が重要となる。また、我が国では、携帯電話用周波数として、合計 2,976MHz 幅の周波数割当てを実施しているが、その半分以上はミリ波が占めている。

【図表Ⅲ－11　携帯電話用周波数の割当状況（2024 年６月時点）】

	700 MHz帯	800 MHz帯	900 MHz帯	1.5 GHz帯	1.7 GHz帯	2 GHz帯	2.3 GHz帯	3.4 GHz帯	3.5 GHz帯	3.7GHz帯 4.5GHz帯	ミリ波 28 GHz帯	合計
docomo	20	30	—	30	40 東名阪のみ	40	—	40	40	200	400	840
au	20	30	—	20	40	40	40	—	40	200	400	830
SoftBank	20	—	30	20	30	40	—	40	40	100	400	720
Rakuten Mobile	6	—	—	—	80 (40MHzは東名阪以外)	—	—	—	—	100	400	586
合計	66	60	30	70	190	120	40	80	120	600	1,600	2,976

単位：MHz

出典：総務省作成

増加を続ける移動通信トラヒックへの対応や、５Ｇの特長を活かしたサービスを実現する観点からは、広い帯域幅を確保できるミリ波が果たす役割は大きいが、ミリ波については、インフラ整備、機器・端末、そして、ユースケースがそれぞれ「鶏と卵」の関係となり、ビジネスが十分に進展しているとはいえない状況となっている。

【図表Ⅲ－12　鶏と卵の関係に陥っている５Ｇビジネス】

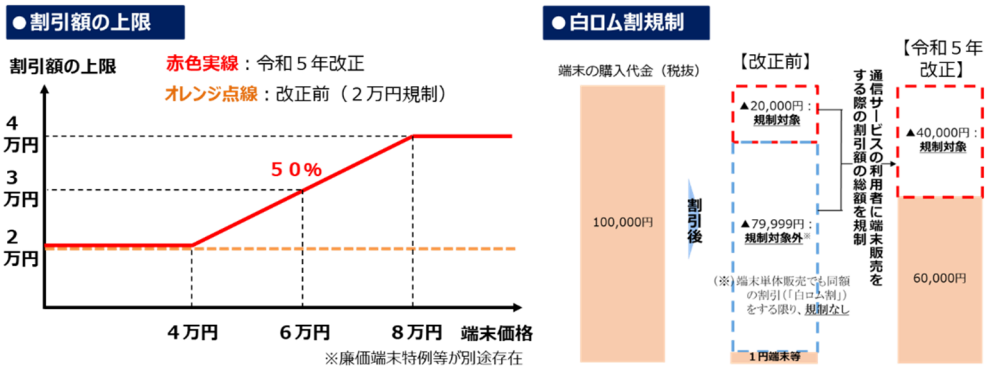


出典：５ＧビジネスデザインＷＧ報告書（2023 年７月公表）

民間調査会社による調査結果によれば、2023 年通期のスマートフォン出荷に占める５Ｇ専用周波数の対応状況について、５Ｇ対応端末割合は 99.0%、ミリ波対応割合は 5.2%であり、５Ｇ対応端末は順調に普及が進んでいるが、一方で、ミリ波対応端末は順調に普及しているとはいいがたい状況である。

端末割引上限は、原則４万円としているが、低中価格帯の端末において、いわゆる「転売ヤー」や「１円端末」等の問題が発生するおそれがあること等を踏まえ、対照価格が４万円から８万円までの場合にあっては対照価格の 50%、４万円以下にあっては２万円としている。

【図表Ⅲ－13　端末割引上限規制（令和５年省令改正）】



出典：総務省作成

なお、規制改革推進に関する答申（令和６年５月 31 日規制改革推進会議）において、総務省は、ハイエンドのスマートフォンにおいて、ミリ波に対応したスマートフォンの拡充に向けて必要な措置を講ずるとされている。

イ　意見

（ア）構成員の意見

- ミリ波対応端末の割引上限（上限２万円から４万円）の緩和を検討してはどうか。【第48回　北構成員】
- ミリ波端末の割引上限緩和を実施する場合、割引を誰が負担をするのかについて議論をしていくべき。通信と端末の分離は、我々が求めてきたことでもあり、ミリ波端末が広まらないとミリ波のサービスが広まらないという、鶏と卵の関係の紹介もあったが、ミリ波を必要としない人からもミリ波端末の値引きを負担させることが良いのかを検討する必要がある。【第48回　長田構成員】
- 一般の企業、例えば自動車産業では技術開発の資金をどこから求めるかというと、従来の車の値段に価格転嫁する必要がある。ミリ波対応端末の緩和について、通信事業に関しても、サービスと端末の分離は主要命題であるが、通信システム全体として考えたとき、あるいは技術進化を考えた場合に、どこまで一般の消費者が負担するのか議論する必要がある。【第48回　新美主査】

・　ミリ波や５Ｇの普及のために何らかの産業政策を実現しようというのは理解できる。そういう産業政策については原則、競争中立であるべきと思っているので、必要な段階でMVNOを含めて競争事業者の意見を伺いたい。【第50回　佐藤構成員】

・　ミリ波対応端末の割引上限緩和に関する費用の負担者に関して、例えばガソリンを補助する場合では、車保有者にメリットがあるが非保有者はメリットがなく、かつ非保有者も補填の財源である税金を支払っており、また、ガソリンを多く消費する車を保有する比較的裕福な者がより多くの便益を得ており、このようなこともあり得る。【第50回　佐藤構成員】

・　ミリ波端末の普及支援が社会的に受容される施策になるためには、利用者だけではなく社会全体に長期的によい影響があるということが考えられるのであれば、時期に応じて必要な施策として段階的に講じていくというのもあり得るのではないか。突破口になる施策として、端末を身近に感じる施策はあってもいいのではないか。ただし、市場をゆがめたり、特定の利用者に対して負担をかけたりというようなものにならないようにしてほしい。【第50回　大谷構成員】

・　過去、この検討会での報告書でも、高額な端末ににについて、同様の指摘があり、本来端末について、自由に売られるというのが原則であるものの、公正な競争が担保されていない現状においては割引上限が必要であり、サービスの品質がいいということをしっかり消費者に訴求することによってそこを解消してほしいと指摘していたのではないか。【第50回　大橋構成員】

・　ミリ波は鶏と卵の関係であり、魅力的なサービスが出てこないから契約しない、対応端末も買ってくれないという悪循環が起きているのをどう打破するかということで、端末割引上限の緩和も一つの候補であるとは思う。一方、端末割引に頼るのではなく、安いミリ波端末を作ることはできないのかとも思う。【第50回　相田主査代理】

・　各キャリアのミリ波対応エリアは少ない。ミリ波割引上限の緩和を実施するにしても、ミリ波がどのくらい異なるのか体験できるような環境整備すべきだと思う。【第50回　関口構成員】

・　割り当てられている周波数の半分以上がミリ波であることから、これからミリ波の普及を進めなきゃいけないと本当に思う。【第51回　相

田主査代理】

・　ミリ波対応端末のARPUが高いのは、主に端末の値段が高いところから来ているのではないかという印象を持った。【第51回　相田主査代理】

・　ミリ波は全国どこでも使えるという状況ではないと思う。この点は、有効利用評価などの対象にもなっているのだと思うので、どの程度きちんと全国で使えているのかということを数字も示していただいた上で、この端末の補助を高くするとかもきちんと議論していただけるといいのではないか。【第51回　長田構成員】

・　５Ｇ、６Ｇの技術、特にミリ波の普及によって新たな技術革新につながっていく可能性は大いに期待している。【第54回　大谷構成員】

・　通信のトラヒックが増えていくことによってエネルギー消費が高まっていくということが想定されている。ＧＸとＤＸを両立させるということが非常に重要であり、５Ｇの技術の中にはエネルギー消費をより効率的にするための技術というのも含まれていると理解しているが、ミリ波を活用していくことで、ＧＸに与える影響、例えばカーボンニュートラルの進展につながるようであれば、５Ｇの利用者だけではなく社会全体の利益につながる点もあるのではないか。【第54回　大谷構成員】

・　端末の割引を増やすための資金はそれぞれの契約者が払っている通信料の中からまかなわれるものであるため、ミリ波端末割引上限額の緩和を総務省の政策と呼んでいただきたくはないと思う。【第54回　長田構成員】

・　ミリ波の普及は、ミリ波対応端末を持っていない人にも恩恵があるということから、当面の一番の受益者はキャリアであると考えられることから、キャリアがお金を出すということはリーズナブルなのではないか。ただ、競争ルールとしてはお金の回り方は競争中立であってほしいと考えられるため、キャリアがお金を出し、そのプールをつくって、ミリ波対応の端末であればどんなものを買った人であってもキャッシュバックが得られるような仕組みも考えられるのではないか。キャリアの意向でこの端末は値引かないという余地は残さないほうがよいのではないか。【第54回　相田主査代理】

・　鶏と卵状態を脱するには端末だけではなくてネットワーク整備、ユースケース創出等を含め政策を総動員していかなければならないと理

解。また、割引上限を緩和するということだけが選択肢でもないなということも改めて認識した。その上で、もしミリ波端末の割引上限を緩和するという選択をした場合、ミリ波端末に限定して割引を行う根拠を明確にする必要があるのではないか。また、今後、ミリ波以外にもいろいろな技術が出てくる場合、その都度割引上限を見直すのか、どういう場合に見直すのか、その考え方を整理する必要があるのではないか。その上で割引上限を見直すという場合は、その上限値と根拠を明確にし、いつやめるのかの基準を事前に決めておく必要があるのではないか。【第54回　北構成員】

・　値引き上限の緩和以外にも、例えば、相田先生から御提案のあったような対策が取れるのではないかということを考えると、もう少し幅広くミリ波端末が多くの方の手元に届くようにするための施策というのは考えていく必要があるのではないか。また、例えば、ミリ波端末の販売や、利用契約によって受益者となるMNOだけではなく、MVNOへの競争にどういう影響が与えられるのかといった観点も重要であり、実際にミリ波端末や５Ｇ（ＳＡ方式）などについて提供する可能性があまり高くないMVNOに対する競争影響というものが不当な影響にならないように検討していく必要があるのではないか。【第54回　大谷構成員】

・　ミリ波端末をより多くの方に利用していただくための施策ということでは、各社が危惧されているように、ほかの端末への影響というのが生じるということについても十分に検討する必要があると考えている。ただ、これから出てくる同種の端末で普及させたいものについて、同じような施策が常に有効かどうかというのは個別に考えていく必要もあるため、この機会に一般的なルールとして考慮すべき要素というのを抽出し、それについて何か普遍的なルールをここで決めて考え方を示すということは、難しさがあるのではないか。そういう意味では、考慮すべき要素などを中心にここでは議論して、それについてミリ波端末を当てはめた場合にどうなのかといった考え方を示していくというような考え方のプロセスを取れればと考えている。【第54回　大谷構成員】

・　これまでミリ波自体のメリットだけを視野の中に入れていたが、森川先生が「スピルオーバー効果」ということをおっしゃったことは非常に印象的であり、４Ｇの人にとってもミリ波というのは決してよそ事ではないなと思った。そういう意味では、ミリ波をどう活用するかというのはもう少し全体での議論をし、ミリ波そのもののメリットではなく、それがもたらすスピルオーバーの効果ももう少し十分に視野に入

れた方がいいのではないか。【第54回　新美主査】

・　ミリ波対応端末の普及が社会全体に総合のベネフィットがあるということであれば、受益者全体による負担でミリ波対応端末の普及を促進することを検討することが必要であり、端末の求めやすさという施策のみに依存すべきではないし、他の受益者を考慮せずに通信利用者のみで負担することを是としてよいかどうか疑問は残る。一方、端末が手に届きやすくなることについてはミリ波普及を促進させる一定の効果があると思われるため、他の通信端末利用者の負担を考慮しても妥当と考えられる範囲で割引額の上限を緩和することは選択肢の一つと思われる。初期の実用段階のテクノロジーの普及のための一般的なルールをあらかじめ決めておくことは、論点整理（案）の50ページの最終行にあるとおり、困難であり、個別検討するほかないと思われる。

一方で、この種の緩和策を検討する上での考え方については、ルールと言えないまでももう少し一般化したものを示しておく必要があると思われる。具体的には、例えば、①普及促進措置は金額的にも最小限度であって、他の通信端末利用者に与える影響を僅少にしなければならないこと、②転売ヤー対策の効果を希釈化させないこと、③政策の効果を検証しながら行うこと、④実施期間は時限的なものとすること、⑤端末購入者の混乱を招来しないこと、⑥効果が認められない場合は見直しを適時に行うこと、などの考え方を整理しておくのはどうか。【第55回　大谷構成員】

・　技術の普及は本来規制ではなく自由な取引環境の中で事業者の創意工夫の中で取組が進められるべきところ、割引上限の存在がミリ波端末を中心にしたエコシステムの形成を阻害しているものと思量する。その点で携帯電話市場におけるイノベーションを促進するためにも、割引上限の撤廃を早期にできるだけの環境整備が求められる。その間においてイノベーションの促進のためのエコシステム形成のために割引上限という政策介入を緩和することは理解ができる。50%や1.5万円という数字の妥当性については、確認をしておくべきかもしれない。【第55回　大橋構成員】

・　本来は産業政策としてミリ波を推進すべきかと思うが、それがすぐに実行できないのであれば、限定的にミリ波対応端末の促進をするということは理解した。普及促進の成果、補助の総額に対してどういう効果があるかも含めて適宜検証していくことが必要であり、ミリ波対応端末の補助が始まった段階で半年、１年、市場の状況等を見て評価検証

をしていただきたい。【第55回　佐藤構成員】

・　ミリ波を普及させることは、ミリ波端末利用者以外の他の利用者にも利があり、ひいてはMNO自身にもメリットがあることから、事業法第27条の３関係では割引上限規制の緩和を行うが、以前の競争ＷＧで政策総動員というような言葉があったとおり、総務省が音頭をとって、当該施策以外にも様々な施策を講じるべきだということを報告書の中に盛り込んでいただきたい。【第55回　相田主査代理】

・　今回、ＷＧの検討項目がミリ波対応端末の普及の検討であったが、この点と併せてインフラ整備とユースケースの創出といったほかの事項についても同時に必要と指摘されてきたことから、今般の施策を実施するに当たっては、ほかの事項とともにというような文言もぜひ加えていただきたい。また、特例の終了のタイミングとして、普及率50％ということであるが、これに届かないと永遠に続いていく施策になってしまう。途中での事業者の方針転換、状況の変化等の諸事態への対応も必要かもしれないので、数値を設定する意味では予測可能性という点が重要になろうかと思うが、市場環境、状況の変化に応じた形で1.5万円、普及率50％、これらを含めた今般の見直しの検討を行うことが適当という点もぜひ言及していただきたい。【第55回　西村（暢）構成員】

・　ミリ波の普及が難しいのは、ミリ波自体の電波特性の問題があるためとも聞いている。そういう中で今、ミリ波は一般的なユーザーがスマホで使うこともちろん、スポット的な使い方をされているところもあるとは思うが、ビジネス仕様に期待がされているのではないか。また、今、経済全体がなかなか厳しい状況の中で端末の買い替えを控えている方もいるし、中古端末を利用しようという方も増えている。こういう状況の中で、非常に高いミリ波対応端末だけ割引額が大きくなることは、そういったユーザーへの気持ちに反するところがあると思うし、また、日本で人気のあるiPhoneはミリ波に対応のものが出ていない状況の中で、iPhoneユーザーの気持ちみたいなのもあるかなともいろいろ思ったりするので、もう少しミリ波が日本で非常に使いやすい電波になる見通しが立ったときにこういうことをやった方が効果的なのではないかと思う。ミリ波対応端末の割引上限緩和で決まっていくと思うが、その場合は、普及率50％がいいのかということも含めて、ショートタイミングで検証していただきたい。【第55回　長田構成員】

・　割引上限の緩和に加えて基地局整備も含めた対応も併せてミリ波促

進策を検討していくということであれば、論点整理（案）の内容でよいかと思う。なお、ある端末メーカーの国内シェアは約５割であることから、今後どのベンダーがミリ波に対応するかによっても随分普及率が変わると思われる。この施策については、状況を注視しながら適用していくことが必要と考える。【第55回　関口構成員】

・　現状、ミリ波対応端末は高価格帯端末がほとんどである。ミリ波普及のためには安い端末がミリ波に普及することが必要だと思うが、今回の施策だと、廉価端末については、ミリ波に対応させたとしても、その対応にかかった価格分を値引くことはできないルールとなる。このようなことも踏まえて、この施策だけはなく、ミリ波普及のための別の施策も進めていただきたい。【第55回　相田主査代理】

・　５Ｇの認知すらあまり一般の方には行き渡っていない中でミリ波についてこういうアナウンスをすることは非常に強いメッセージにはなると思う。ただ、現状、あまり使えるところは無いという状態であるということがすごく残念ということもあり、今スタートすべきなのかという懸念は感じている。ただ、あまりぐずぐずしていると、そろそろ６Ｇの話も出てくるので、その辺を考えると短いスパンで効果があるかどうかは取りあえずやってみるという観点では賛成する。【第55回　西村（真）構成員】

・　利用者は、どの端末がミリ波対応なのか分かりにくいと思うので、混乱を生じないように対応する必要があるのではないか。【第57回　大谷構成員】

・　ミリ波対応端末の特例終了の基準50％を超えるまで、月日をかなり要する可能性がある。緩和効果があるのかについて、普及率50％に至るまでの期間の間で見直しをしなければいけない可能性もあり得るものと考えており、それが適切に実施されるように期待したいと思う。【第57回　大谷構成員】

・　現在ミリ波はスポット的に使われる周波数であり、ある地域ではミリ波をメインに使えたとしても、ミリ波が全然つかめないようなところで暮らすということもあり得る。それをどう具体的にユーザーに説明するかということについては、販売側に委ねるのではなく、総務省が具体的なものを示すべきではないかと思った。また、普及率50%という数字は非常に高い数字なのではないかとも思う。【第57回　長田構成員】

・　50%に至る期間を予測することが難しいこということから、きちんと定点観測して、きちんとした検証を行い、必要に応じた再検討をお願いしたい。【第57回　佐藤構成員】

・　鶏と卵の関係は、本来は民間事業者が自分で乗り越えるべきものだと思う。一方で、割引上限規制がその足かせになってしまっているというのが、今回の話だと思っていて、ある種、割引上限規制が民間事業者の自由な価格付けを阻害している側面があると思われる。この規制は、モバイル市場の特殊性から導入されたものであり、割引上限規制が無くなるような世界に近づけるために、市場の環境整備をどうしていくのかというのが、本筋なのではないか。上限規制を緩和することを特例と考えるのか、何を普通と考えて、何を特例と考えるのか、考え方や見方は複数あり得ると思っている。【第57回　大橋構成員】

（イ）外部有識者の意見

・　ミリ波の一番のポイントは帯域が広いことである。総務省が割り当てている帯域はミリ波が圧倒的に多い。トラヒックは確実に使われていっており、今までの周波数帯だけだとどうしてもトラヒックが収容できなくなってきているという状況において、ミリ波は非常に貴重な周波数帯域である。ミリ波を最大限うまく活用できれば、今とは全然違う世界が出てくると考えている。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

・　若い人たちはトラヒックを使いまくるので、トラヒックはどんどん増えていく。トラヒックがどんどん増えていると、今我々ができることというのは、新しい別の周波数帯を割り当てない限りはミリ波を使わざるを得ないと考えている。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

・　真の５Ｇを体験する新サービス創出のためにはミリ波が必須。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

・　６Ｇの検討が今始まっており、６Ｇから７Ｇへ進展していく中で、確実に高い周波数帯を使わざるを得ないため、その前哨戦としてミリ波がある。また、ミリ波がうまくいけば、新しい市場の創出につながることが期待できる。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

・　ミリ波は、高トラヒックコンテンツや高トラヒックエリアのトラヒックの吸収が可能である。もし、ミリ波がいろいろな所で使われるよう

になれば、そのエリアではミリ波により高トラヒックコンテンツを吸収し、それ以外の周波数帯のユーザーの通信混雑を緩和できることになることから、ミリ波が普及すれば、ミリ波対応端末のユーザー以外の方々にも恩恵をもたらすスピルオーバー効果がある。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

- ミリ波が今立ちすくみ状態なのは、インフラ整備がされていない、ユースケースも出てきていない、端末もほとんどないという３つがないからである。ミリ波はインフラ整備、機器端末、ユースケースの鶏と卵の関係にあり、その好循環を創出することが重要。このうちの１つをやればうまくいくということではなく、いろいろな政策をとにかく突っ込みながら支援していくしかないのではないかと考えている。【第54回森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

- 電力側からするとデマンドレスポンス、高速デマンドレスポンスなど含めて、電力ネットワークのリアルタイムでの制御が必要になることから、間接的かもしれないが、ＧＸやカーボンニュートラルに資すると考えられる。【第54回　森川東京大学大学院工学系研究科・教授】

（ウ）事業者等からの意見

- （ミリ波端末についてどう考えているかとの質問に対し、）ミリ波に対応することによって、スピードが出るという特性もあるが、まずは、どのような使われ方をするのか、多様な使われ方が出てくるのかというところが優先的に確保されるべきだと考えている。他方で、端末普及の促進について積極的に反対することはなく、必要に応じて双方において措置を講じていくのがよいと考えている。【第49回　NTTドコモ】

- （ミリ波端末についてどう考えているかとの質問に対し、）卵か鶏かというのは難しい問題であり、基本的には、端末の普及と、エリア展開、コンテンツなりサービスとが三位一体で進む必要があり、どれが一番最初なのかというのはなかなか難しい。端末の普及と、採用する周波数、これはメーカーの戦略とかいろいろな複雑な要素が絡まっているが、うまく前倒しに進むとよいと考えている。ただ、５Ｇの端末が高機能化しているというのは一般的な傾向であり、ハイエンド端末についての高機能化というのは１つ大きな課題。【第49回　KDDI】

- （ミリ波端末についてどう考えているかとの質問に対し、）端末、サービス、ネットワークは鶏と卵の関係なので、何かいい解決策があると

わけではないが、今後の端末が新しいテクノロジーを搭載したものというのがより高価格化していくことはまず間違いないと考えており、高価格の端末、新しい機能を持ったものが海外と比較して極端に普及が遅れるということは避けなければいけないと考えている。一方で、特定の機能を持ったものに対してだけ値引きの上限を緩めると、制度が複雑になることやその特定の機能は誰がどうやって決めてどの程度まで緩和するのか等、いろいろ複雑化してくる点が懸念事項。できればルールは簡素なほうがよいと考えている。【第49回　ソフトバンク】

・　端末の出荷台数は大幅に減少傾向。５Ｇ普及のため、中古、新品端末ともに５Ｇ端末の流動性を上げることが重要であり、将来的にはミリ波端末の普及拡大も課題。【第49回　KDDI】

・　ミリ波の本格普及は2020年代後半からだと考えているので、2020年代後半にはミリ波端末を何かてこ入れすることは将来的な課題としてはあるのではないかと考えている。【第49回　KDDI】

・　（ミリ波対応端末の割引上限見直しについてどう考えているかとの質問に対し、）ミリ波端末の普及に対し一定の効果があると考えられるが、インフラ整備やユースケースの創出と合わせて議論していくことが重要と考える。【第50回追加質問への回答　楽天モバイル】

・　（ミリ波対応端末の割引上限見直しについてどう考えているかとの質問に対し、）電気通信事業法施行規則の改正により、割引上限額が原則4万円へ見直されたものの、「通信料金と端末代金の完全分離という改正法の考え方を維持することが適当である」との基本的な考え方に変更はないものと認識しているが、規律見直しの直後から、一部MNOにより、新たな端末購入プログラムと組み合わせた条件等で端末の安値販売（例：月額１円×12か月　※1年後買取りが条件）が開始される等、端末代金の値引き等の誘引力に頼った競争が根絶されていない状況であることを踏まえると、現状においても通信料金収入を原資とした端末割引による顧客獲得競争が継続しており、料金・サービス本位での競争が不十分な状況であると考える。このため、仮にミリ波対応端末に限定した場合であっても、端末の割引上限額を拡大した場合、モバイル市場の競争に与える影響は小さくないと考える。また、ミリ波の周波数特性等から利用可能なエリアや施設等は限定的であると想定されるところ、仮に全利用者の通信料金収入を原資とする場合には、便益を享受する対象が、一部のミリ波対応端末の利用者に集中する等、不公平が生じ

ることも懸念。以上を踏まえ、公正な競争環境の確保および、利用者間の公平性の確保の観点から、ミリ波対応の有無に関わらず、端末の割引上限額については現行の規律を維持すべきと考える。【第50回追加質問への回答　MVNO委員会】

・　５Ｇの特徴を生かせるミリ波対応端末の普及促進のため、ミリ波対応端末の割引額上限４万円を見直し、50%や更なる割引きを行うべきではないか。【第50回　CIAJ】

・　周波数資源の有効な活用という視点以外にも、電気通信事業が健全に発展するためにも、ミリ波などの真の５Ｇのポテンシャルを発揮することが可能な最先端技術に対応する端末の普及促進は必要不可欠であるが、ミリ波対応端末は全体の約4.2%（2022年）、約4.5%（2023年）に留まっており、Sub6のみに対応した５Ｇ端末が全体の約88%を占めていることに比べ、その普及が順調な状況とは言い難い。【第50回　クアルコム】

・　ミリ波対応端末のラインナップは横ばいの状況。特に高価格帯端末に偏在。最先端の技術が搭載された端末について、消費者にとっての選択肢が限定的となっている。【第50回　クアルコム】

・　トラヒックの需要が毎年著しく伸びていく一方で、それを賄う周波数には限りがあり、ミリ波を有効に活用していくことが今後の市場の成長には必要不可欠。米国での事例では、2026年にはトラヒックがsub6のキャパシティを超えるため、ミリ波でカバーしていくことが必須。【第50回　クアルコム】

・　端末市場の更なる活性化及び競争の一層の促進を図る対策として、恒久的な措置でなくてよいので、ミリ波対応端末への割引上限規制の更なる緩和を図ることを検討いただきたい。【第50回　クアルコム】

・　仮にミリ波対応端末に限定した場合であっても、端末の割引上限額を拡大した場合、モバイル市場の競争に与える影響は小さくないと想定している。また、ミリ波の周波数特性等から利用可能なエリアや施設等は現在限定的であると想定されているところ、仮に全利用者の料金収入を原資とする場合には、便益を享受する対象が一部のミリ波対応端末の利用者に集中する等、不公平が生じることも懸念される。以上を踏まえ、公正な競争環境の確保及び利用者の公平性の確保の観点から、ミリ波対応端末の有無にかかわらず、端末の割引上限については現行

の規律を維持すべきではないか。【第53回　MVNO委員会】

・　ミリ波の活用に関しては、ミリ波対応端末の普及のみならず、ユースケースの創出・実現についても必要不可欠であると考えており、両輪として取り組んでいく。【第53回　NTTドコモ】

・　ミリ波は本格普及期に向けてエリア整備・サービス・端末の三位一体で普及を図ることが重要。【第53回　KDDI】

・　ミリ波対応端末の普及は将来に向けて必要。まずは、デジタル田園都市国家インフラ整備計画の目標である５Ｇ人口カバー率を着実に達成していくことが重要。【第53回　KDDI】

・　値引き上限の緩和は、ミリ波対応端末の普及に一定程度寄与するものと考えるものの、その緩和額については、単なる割引強化にならぬようミリ波対応による端末販売価格上昇分を勘案した金額とする等、過度な値引き競争や転売ヤー問題を助長させることにならないよう配慮すべきと考えている。【第54回　NTTドコモ】

・　５Ｇビジネスデザインワーキングの報告書において、端末がミリ波に対応するに当たっては、必要な部品の原価が5,000円程度上昇するというようにまとめられている。端末の開発コストやその他管理費なども考慮すると、実際の端末価格、販売価格に転嫁された場合には１万円程度の上昇が見込まれるのではないかと考えていることから、仮にミリ波対応端末の促進のために値引き上限を緩和するという場合においては、単なる割引強化等にならないために１万円程度の上昇とすることがよいのではないかと考えている。【第54回　NTTドコモ】

・　ミリ波対応端末に限定して割引上限を緩和した際に懸念されるのは、ミリ波端末の普及に伴って現行の４万円ルールが形骸化するおそれである。割引上限緩和をもし検討するのであれば、時限的措置を取るといった場合であっても、開始時期、終了時期の見極め、どのような状況となれば政策目標が達成されるのかといった基準をあらかじめ策定する必要があると考える。拙速に結論を出すのではなくて、いつどのような対応が必要なのか、海外の動向も見ながら制度設計について慎重な議論が必要と考えている。また、例えば、国の補助金による端末メーカーの支援や、あるいはマイナポイントの活用など、政府主導の施策の実施も含めて考えていただければありがたい。【第54回　KDDI】

・　今後もミリ波以外で同じように最新のテクノロジーを搭載した端末

をどう普及させていくかをその都度繰り返し考えなければいけなくなると思われるため、例外対象とする機能やテクノロジーの基準を整理しておく必要がある。また、適用期間を永年適用するのか期間限定にするのか、仮に期間を限定にするのであれば、それはどれぐらいの期間にするのかについても整理しておく必要がある。割引額の上限を緩和するのであれば、その根拠についても整理しておく必要がある。【第54回　ソフトバンク】

- ミリ波を活用したユースケースができていくことで利用者ニーズが高まって端末の需要も生まれてくるだろうということから、ミリ波対応端末の割引上限変更については、インフラ整備やユースケースの創出と合わせて議論していくことが重要だと考えている。【第54回　楽天モバイル】
- ユースケース導入拡大により利用者ニーズが高まることで、ミリ波対応端末購入のインセンティブとなる。また、利用者ニーズの高まりに伴った端末普及施策としての価格戦略は有効であると考える。【第54回　楽天モバイル】
- ミリ波対応端末の普及は、鶏と卵の関係打破の一助につながると考える。また、ミリ波対応端末の割引上限見直しは、端末メーカーがミリ波対応を検討するインセンティブとなると考える。【第54回　全携協】
- ミリ波に限らず５Ｇの普及が携帯市場に活性化をもたらすことを期待している。ミリ波のユースケースを喚起し、５Ｇの利活用の促進につながるという意味において賛同。一方、この趣旨に照らすと、ミリ波端末の割引はMNPのみに限定されず、機種変更にも配慮いただきたい。なお、端末値引きの原資の負担先が代理店に及ぶということは、業界として受け入れられないところである。【第54回　全携協】

ウ　考え方

ミリ波については、ミリ波普及が今後も増加が予想されるトラヒックや将来的な新サービスに対応し、電気通信事業が多種多様なサービスとしてより良質なものとして提供されるために重要である等のミリ波普及の政策的意義が非常に高い。他方、ミリ波はインフラ整備、端末、ユースケースが「鶏と卵」の関係となっており、十分普及している状況ではない。端末に関しては、民間調査によれば、2023 年のスマートフォン出荷に占めるミリ波対応端末の割合が 5.2%にとどまっており、端末の普及の遅れがミリ波普及のボトルネックの一つとなっている。

この点、一般的に、端末をミリ波に対応させるには追加コストがかかるものであるが、ミリ波の利用可能エリアやユースケースがまだ限られている現状では、一部の利用者を除き、多くの利用者は追加コストを支払ってミリ波対応端末を購入するインセンティブが生じづらい状況ともいえる（インフラ整備に関しては、端末やユースケースがまだ限られている現状では、投資インセンティブが生じづらい状況）。このため、ミリ波の割当てを受けている事業者は、ミリ波のインフラ整備やユースケースの創出と併せて、利用者のメリットが必ずしも大きくない時期は事業者負担により利用者の追加負担が少なく、ミリ波対応端末を利用できるようにすることも必要となるが、端末割引上限規制により事業者負担に上限が設けられている。

このような、「鶏と卵」の状況を打破し、ミリ波のエコシステムを形成するためには、インフラ整備やユースケースの創出と併せて、ミリ波端末普及の後押しが重要であることから、ミリ波対応端末に関しては、端末割引上限の緩和を行うことが適当である。

また、ミリ波対応端末の普及は、ミリ波対応端末利用者が超高速大容量通信可能となる直接的な効果に加え、ミリ波対応端末を持っていない通信利用者も通信混雑の緩和といった恩恵が及ぶ外部効果がある※。これに鑑みれば、ミリ波対応端末の普及の恩恵はミリ波対応端末利用者以外も含めて通信利用者に広く及ぶものと考えられることから、通信利用者全体でミリ波対応端末の普及を後押しすることは妥当性がある。

※　ミリ波は高トラヒックコンテンツや高トラヒックエリアのトラヒックの吸収が可能であるため、ミリ波対応端末利用者の高トラヒックをミリ波で吸収することで、ミリ波以外の周波数帯域利用者の通信混雑を緩和することができ、ミリ波対応端末利用者以外にも恩恵が及ぶ。

なお、特例対象とする機能について、６Ｇ等の将来の機能まで網羅的に事前に決めることは、当該機能の重要性や端末普及施策の必要性が明らかではないため、適切ではないと考えられることから、６Ｇ等の将来の機能については、必要に応じて個別検討することが適当である。ただし、端末割引上限緩和の検討に当たっては、緩和額は転売ヤー対策や他の通信端末利用者に与える影響を踏まえ必要な額とすること、特例実施の期間は時限的なものとすることを考慮するとともに、これらの緩和額や期間は政策の効果を検証し必要に応じて見直しの検討を行うこととすることが適当である。

ミリ波の政策的意義

- 移動通信トラヒックの観点からも、５Ｇの利用は重要である。トラヒックは、足もとで年間約 1.3 倍のペースで増加しており、今後も爆発的な増加が見込まれている。新たなサービスやコンテンツが出現した場合には、更にトラヒックが増加する可能性も指摘されている。増加を続ける移動通信トラヒックへの対応や、５Ｇの特長を活かしたサービスを実現する観点からは、広い帯域幅を確保できるミリ波が果たす役割は大きい。【５ＧビジネスデザインＷＧ報告書】
- 割当周波数の半分以上がミリ波であり、高トラヒックな新サービスや高トラヒックエリアではミリ波の活用が不可欠。【第 54 回　森川東京大学大学院教授発表資料】
- 産業界の期待も大きく、2023 年１月には、ミリ波の普及促進を図り、我が国のミリ波に関する国際的なイニシアティブを発揮することを目的として、「ミリ波普及推進アドホック」が５Ｇモバイル推進フォーラム（5GMF）内に設立された。世界的にも、GSM Association（GSMA）等を中心に、ミリ波の利用に向けた議論が進展している。また、各国の携帯電話事業者において、今後注力する周波数帯としてミリ波の存在感が高まっており、今後、市場規模が拡大することが見込まれている。【５ＧビジネスデザインＷＧ報告書】
- ミリ波等の高い周波数帯を活用したビジネスについては、様々な社会課題を有した過密都市から過疎地までの幅広いフィールド、部品競争力や製造業を中心とした競争優位な産業群など、我が国において、ビジネス拡大に有利な土台を有しており、今後、一層注力すべき分野であると考えられる。【５ＧビジネスデザインＷＧ報告書】
- 真の５Ｇを体験する新サービス創出のためにはミリ波が必須。【第 54 回　森川東京大学大学院教授発表資料】

ミリ波対応端末の重要性

- ５Ｇに係るインフラ整備、機器・端末、そして、ユースケースがそれぞれ「鶏と卵」の関係となり、ビジネスが十分に進展しているとはいえない状況となっているところ、これをいかに発展させていくかが課題である。「鶏と卵」の関係については、５Ｇの特長である「超高速通信」を可能とするミリ波等の高い周波数帯において、この傾向が顕著である。【５ＧビジネスデザインＷＧ報告書】
- 現在「鶏と卵」の関係に陥っている、「インフラ整備」、「機器・端末の普及」、「ユースケースの創出」を一体的に進め、好循環を生み出すことにより、今後、2020 年代後半にかけて、国民が５Ｇの利便性を実感できる形で、５Ｇをビジネスとして社会に実装させていくことが重要である。【５ＧビジネスデザインＷＧ報告書】
- ミリ波対応端末の普及はミリ波対応端末以外の利用者にも恩恵が及ぶスピルオーバー効果がある※。【第 54 回　森川東京大学大学院教授発表資料】

※　ミリ波は高トラヒックコンテンツや高トラヒックエリアのトラヒックの吸収が可能であるため、ミリ波以外の周波数帯域利用者の通信混雑を緩和することができ、ミリ波対応端末利用者以外にも恩恵が及ぶ。

【ミリ波対応端末の割引上限額】

ミリ波対応端末の普及促進の観点からは、割引上限は高いほうが効果は大きいと考えられるが、一方で、大幅に割引上限額を緩和することとした場合、転売ヤー等の問題が生じる可能性や、MVNO への影響も大きくなる可能性がある。このため、ミリ波対応端末普及に必要な額を緩和することとし、具体的には、ミリ波対応に伴う端末販売価格上昇分に対応することができる額とすることが適当である。

この点、端末販売価格は複合的な要因で決まるものであるが、国内におけるミリ波対応端末と非対応端末の同機種の価格差の平均が約 1.7 万円だったことを踏まえ、当該価格差をミリ波対応に伴う端末販売価格上昇分とみなし、ミリ波端末の割引上限額を 1.5 万円緩和することが適当である。

ただし、現行制度では、いわゆる「転売ヤー」や「１円端末」等の問題が発生することを防ぐ等のため、原則、対照価格の 50%を超える割引を行わないようにしているところ（割引上限は原則４万円であるが、対照価格が４万円から８万円までの場合は、対照価格の 50%としている。）、現行制度と同様に、「転売ヤー」や「１円端末」等の問題が発生することを防ぐ等の観点から、ミリ波対応端末であっても、割引上限は対照価格の 50%を超えないようにすることが適当である。

【ミリ波対応端末の割引上限の特例の終了タイミング】

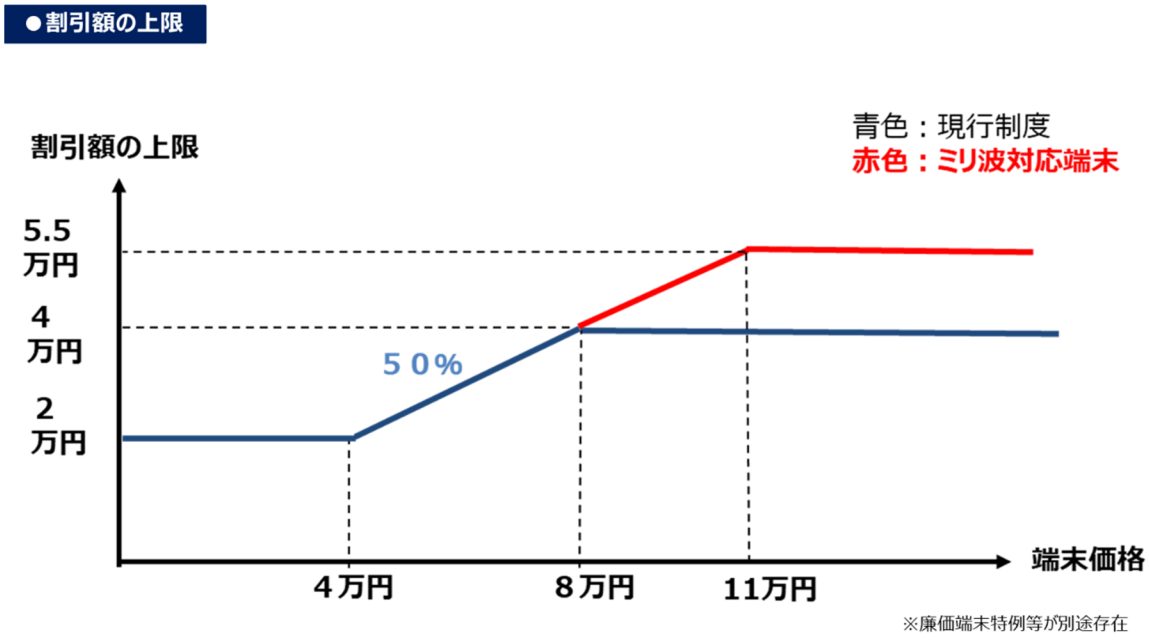
ミリ波対応端末の普及促進を目的とするものであるため、ミリ波対応端末が普及した場合には、この特例を終了することが適当ではないか。また、特例終了の予見可能性を高めるために、特例終了のタイミングを事前に決めておくことが適当である。

この点、ミリ波対応端末を技術感度性が高い一部の限られた人だけに普及させるのではなく、国民に幅広くミリ波が普及するよう、市場全体に普及することを目指すこととし、通信利用者の過半数がミリ波に対応すること、具体的には、ストックベースでのミリ波対応端末の普及率が 50%を超えた場合には特例を終了することが適当である。

ただし、これらの緩和額や実施期間については、政策の効果を検証し必要に応じて見直しの検討を行うことが適当である。また、現行では、電気通信事業報告規則第４条の５に基づき、指定事業者及び販売代理店（事務所の数が 100 以上に限る。）は対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供状況を報告することとされているところ、政策効果の検証を行うために、ミリ波対応端末に係る経済的利益の提供状況も報告することとすることが適当である。

なお、端末割引上限緩和はミリ波対応端末の普及の後押しになり得るものであるが、一方で、ミリ波はインフラ整備とミリ波対応端末、ユースケースの 「鶏と卵」の状況であることを踏まえれば、ミリ波対応端末の普及策のみならず、インフラ整備やユースケース創出の促進に関する施策も実施していくことが重要である。このため、総務省に当たっては、ミリ波普及を端末割引上限の緩和のみに依拠するのではなく、インフラ整備やユースケース創出の促進に関する施策も実施することが求められる。

【図表Ⅲ－14　端末割引上限規制の改正イメージ（案）】



３　モバイル市場の競争を一層促進させるための実効性の高い対策

（１）指定事業者の基準・通信料金割引規制

ア　現状と課題

事業法第27条の３は通信料金と端末代金の分離や行き過ぎた囲い込みの禁止等により、適正な競争関係を確保し、公正な競争を確保することを目的としているところ、同条の規律の対象となる事業者については、利用者数のシェアが相対的に小さい事業者は競争関係に及ぼす影響が少ないため、利用者数のシェアが総務省令に定める割合を超えない事業者を除くこととしている※。

※　規制を必要最小限のものとする趣旨

電気通信事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少ないとする割合を総務省令で定めることとしたのは、競争環境に一定の影響を及ぼしうるか否かの判断は移動電気通信役務の市場の状況、経緯等を踏まえて柔軟に決定することが適当であると考えられたからである。

規律の対象事業者の基準について、制定当初は、省令において、MVNO（MNOの特定関係法人を除く。）に関する基準（シェア0.7%）のみを定めていた。このため、MNO（及び特定関係法人）はシェアに関係なく全事業者が規律の対象となっていた。

これは、省令制定時、MNO４者は周波数の割当てを受けて自らネットワークを運用する事業者であり、競争への影響が少ないとは考えられないこと、その特定関係法人はMNO４者における潜脱を防止する必要性から競争への影響が少ないとは考えられないこと、特定のMVNOは利用者の数が100万を超える事業者であり競争への影響が少ないとは言えないと考えられたためである。

指定事業者の基準は、報告書2023を踏まえ、MVNOの基準見直すため、令和５年省令改正により、MVNOに関する基準の割合を0.7%から４%に変更する制度改正を実施した。

これは、報告書2023において、MVNOの基準見直しを検討し、次のとおり取りまとめられたことを踏まえた措置である。

・　改正法施行時と比較してMVNOのMNOに対する相対的な競争力は低下

しており※、通信市場における現時点での競争状況においては、MVNOの競争への影響は少ないと考えられること

※　MNOとMVNOとの契約者シェアについては、改正法施行の前後で比較すると、施行前はMVNOのシェアが年1.2%の伸びを見せていたが、施行後はほぼ横ばいとなっており、施行前の勢いはなくなっている。また、MNOの新料金プランの導入により、MVNOにおける従前の価格優位性が低下している。

・　2022年７月の楽天モバイルの料金プラン改定が他の事業者の事業戦略に一定の影響を与えたことを踏まえれば、MVNOであっても、その改定当時の楽天モバイルの契約者数（約500万人）程度の契約者を有する場合は、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくないとも考えられること

・　MVNOの指定対象範囲を４％（約500万人相当）とすることが適当

他方、MNOについては基準を変更していない。

なお、報告書2023において、指定事業者の基準見直しについては、MNOとMVNO間の競争環境、MVNO間の競争環境、MNO間の競争環境を適正なものとしていく観点から、引き続き、通信市場の競争状況を注視し、必要に応じて、見直しの検討を進めることが適当とされていたところである。

指定対象となった事業者は、通信料金と端末代金の分離や行き過ぎた囲い込みの禁止等の規律が適用されることとなる。具体的には、法令において、通信料金と端末代金の分離の観点から、端末の購入を条件とする通信料金の割引が一律禁止、端末購入や端末の販売に際する新規契約を条件とする利益提供等の上限が原則４万円等とされ、行き過ぎた囲い込みの禁止の観点から、期間拘束２年まで、違約金の上限1,000円まで等とされている。

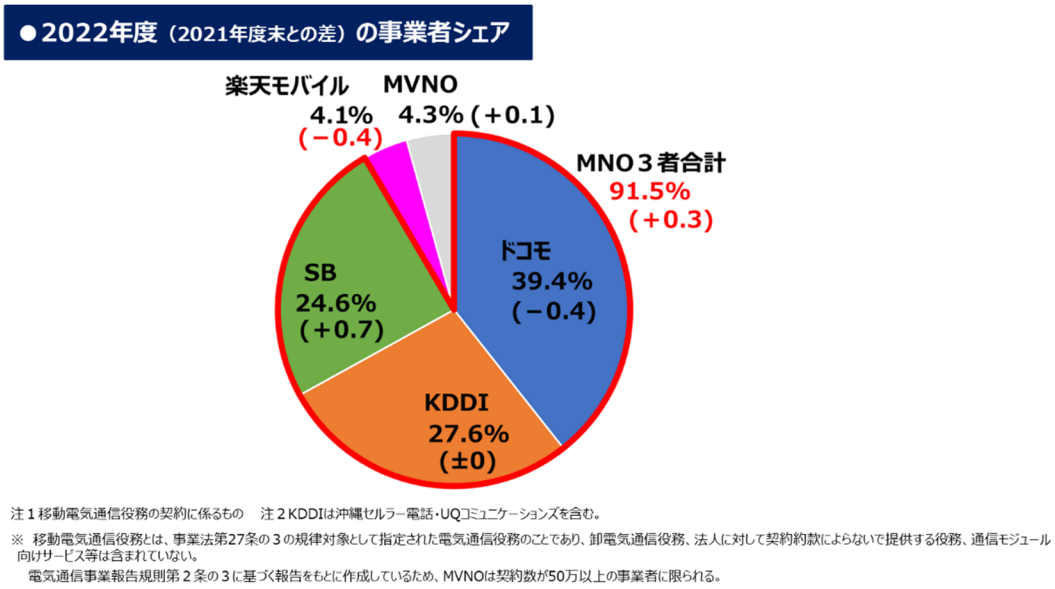
また、法令で禁止されているものではないが、端末の販売に際しない新規契約を条件とする利益提供については、事業法第27条の３の規律の趣旨を逸脱させない観点から、運用ガイドラインにおいて、業務改善命令の対象となる可能性があるとしている。

【図表Ⅲ－15　指定事業者に係る通信料金割引の規律】



NTTドコモ・KDDI・ソフトバンクのMNO３者の合計シェア（移動電気通信役務の契約に係るもの）は90%超であり、MNO３者の合計シェアは2022年度に拡大している。他方、楽天モバイルとMVNOのシェアは約４%である。

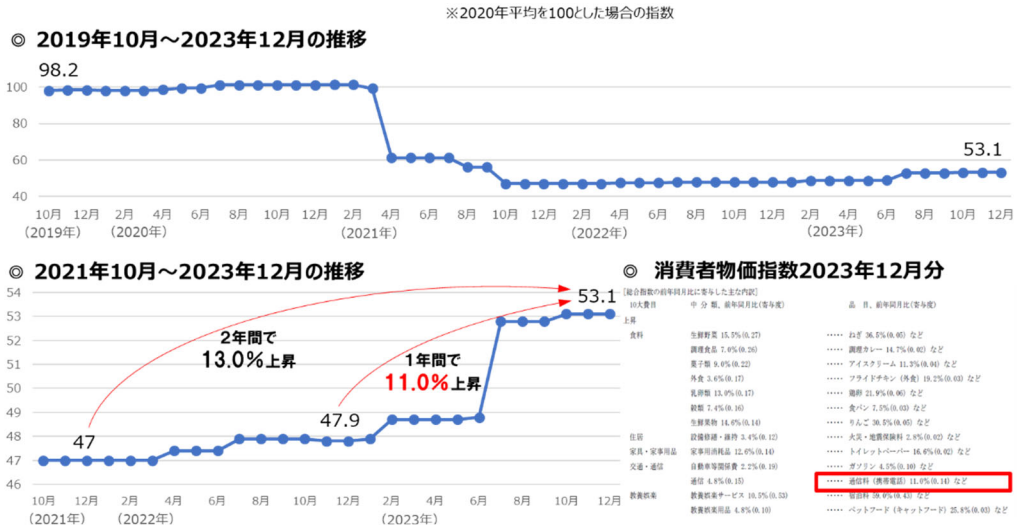
【図表Ⅲ－16　移動電気通信役務の事業者シェアの推移】



出典：電気通信事業報告規則及び報告徴収に基づく報告

携帯電話の通信料金について、消費者物価指数は、改正法施行時（2019年10月１日）と比較すると、大きく下落しているが、直近では、上昇傾向であり、２年間で約13.0%、１年間で約11.0%上昇している。

【図表Ⅲ－17　通信料金（携帯電話）の消費者物価指数について】



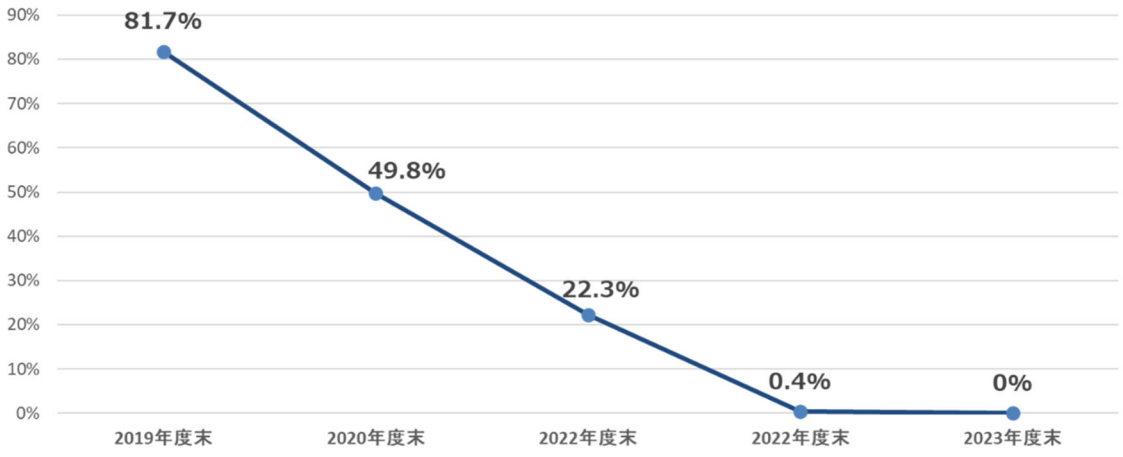
出典：品目別価格指数

また、他事業者への乗換え費用について、NTTドコモ・KDDI・ソフトバンクは店頭手続の費用は2023年春頃まで3,000円であったが、現在3,500円に上昇させている。他方、楽天モバイルは０円を維持している。また、KDDIは、唯一、オンライン手続の費用を3,500円徴収している。

従来、販売端末に対し、自社の周波数を用いたネットワーク以外を利用できないようにするSIMロックが一般的であったが、2021年８月、SIMロックガイドラインを改正し、2021年10月以降発売の新端末については、SIMロックを原則禁止した。この結果、MNO４者の販売端末のSIMロック端末の割合は、ガイドライン改正前の2019年度末では約81.7%であったが、2023年度末では約０%となり、MNO４者の販売端末は全てがSIMロック解除されている。

※　経過措置として、2021年９月30日以前に発売された端末は、2023年９月末まで、改正前のガイドラインの要件を満たした場合に、SIMロックの設定が認められていた。

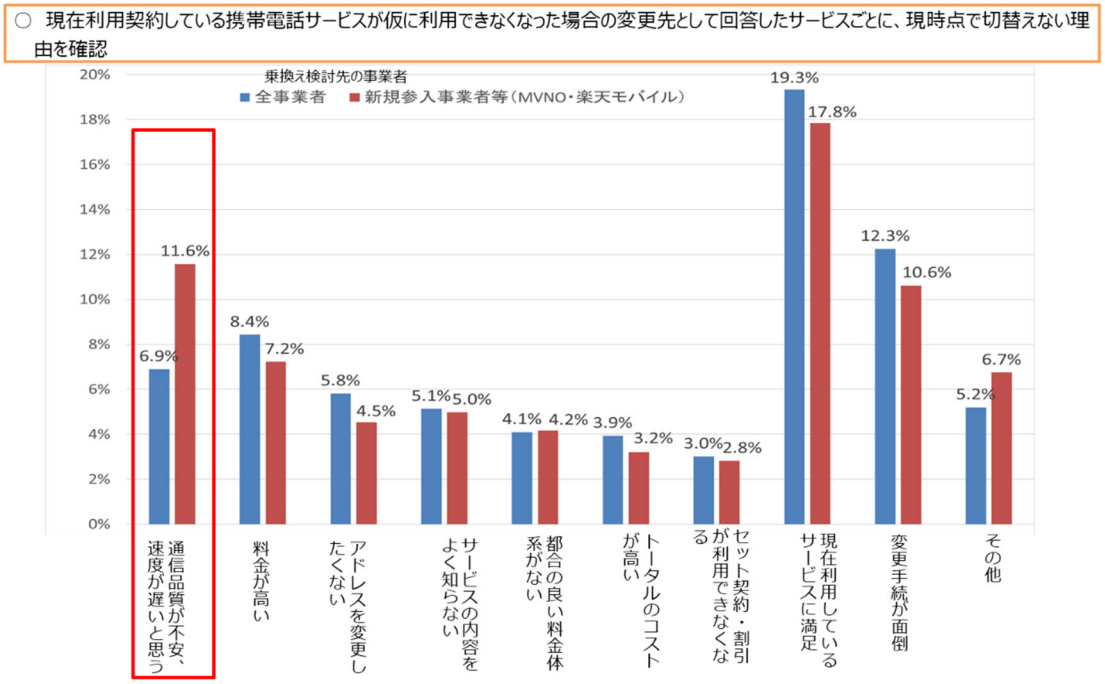
【図表Ⅲ－18　MNO４者の販売端末に占めるSIMロック端末の割合】



出典：電気通信事業報告規則及び令和４年総基料第137号に基づく報告

また、事業者の乗換えの検討に当たって、乗換え検討先事業者（特に新規参入事業者等（MVNO・楽天モバイル））の「通信品質に不安」、「通信速度が遅いと思う」という通信サービスの質への不安が障壁となっているとの調査結果がある。

【図表Ⅲ－19　他の事業者が提供するサービスに切替えない理由】



出典：2023年度利用者アンケート（電気通信市場検証会議）から総務省作成

イ　意見

（ア）構成員の意見

- （楽天モバイルの事業法第27条の３の規律基準を緩和しチャレンジな取組を行いたいとの提案について）電波状況を自分が暮らしている生活圏や出かけた先でお試しで確かめられるということは、ユーザーにとってはとても魅力的なことだと考える。楽天モバイルが規律対象外になった場合、禁止事項を全部やるという宣言ではないと思うが、お試し施策の実施がユーザーとしては納得がいく。【第49回　長田構成員】

- （楽天モバイルの事業法第27条の３の規律基準を緩和しチャレンジな取組を行いたいとの提案について）事業法第27条の３等の規律対象としてMVNOの基準をシェア４％以上に緩和したが、MNOについては議論しなかった。楽天モバイルからのMNO・MVNO問わずシェア10％以上に緩和してほしいという要望は一考の価値はある。他方、これによって楽天モバイルが新規獲得に向けて、お試し施策、SIMのみ新規キャッシュバック２万円以上等が可能になるが、一方で、楽天モバイルは過度な端末

値引販売や期間拘束などのスイッチングコスト高めるような施策はしないと言っているところ、これをどのように担保するのか検討する必要がある。【第49回　北構成員】

- （楽天モバイルの事業法第27条の３の規律基準を緩和しチャレンジな取組を行いたいとの提案について）事業法第27条の３の規律の目的は過度な端末割引を防止する、端末の大幅な値引きで顧客を誘引するような競争を排除することであり、通信収入から端末への大きな補助を制限するということが狙いであった。その意味では、楽天モバイルの提案については、規律の趣旨に反して端末割引しないということなので、どのように担保するかというような議論になる。新規事業者として挑戦的な関係性で競争したいという認識であれば、理解できる提案。一定の顧客基盤を獲得する間と考えているので、それがある程度のシェアを取るまでなのか議論が必要。モバイル市場の寡占的な状況が継続していることを踏まえて競争を一層促進させるための対策として捉えることができると考えている。【第49回　佐藤構成員】

- （楽天モバイルの事業法第27条の３の規律基準を緩和しチャレンジな取組を行いたいとの提案について）初期契約解除制度という、８日以内の無条件の契約がなかったことにできる制度が既にある中で、そういう制度ではなく新たに何か必要なのか議論が必要。【第49回　関口構成員】

- 移動体通信は、第二種指定電気通信設備の事業法第34条と禁止行為の対象指定の事業法第30条といった２段階で非対称規制が用いられている。事業法第34条は、電波の有限性等からの新規参入困難、寡占的市場といった諸点を前提に、それへの接続に係る交渉上の優位性を捉まえて、接続約款等に基づく接続条件の公平性などが求められてきたものであり、事業法第30条は、指定された事業者の中から、更に営業収益シェアで指定された事業者に対する事前の禁止行為というのを定めている。事業法第30条の指定のための基本的考え方は公表されているところ、特に事業法第30条の議論のときは、移動通信分野における市場支配的な電気通信事業者という表現もされており、さらに、シェアのみならず総合的な事業能力というようなことで、様々な点を考慮した上で、端的に小売レベルでの公正な競争に焦点を当てていっている。ただ、しかしながら、平成24年に４分の１から10分の１に第二種指定の基準が変更された際、独占禁止法上の考え方も参考にされていたため、究極的にはこの事業法第34条、30条、同じようなことを目指しているというふ

うにも言えるかもしれないが、シェアに関して言及を今後行う場合、今後の技術的進展で、指定電気通信設備に基づいている現行規制の在り方にも波及する可能性もあるので、また、時間的経過での変化もあるので、事業法第27条の３がどの文脈でどのようにシェアを議論するか、過去の状況も整理して丁寧に行う必要があると考えている。【第49回　西村（暢）構成員】

・　シェアという場合、その計算のための市場という範囲の特定が求められている。接続規制を趣旨とする第二種指定電気通信設備の指定に関する枠組みで捉えられるのか、法律の趣旨との関係で留意が必要。市場ルールを考えるに当たっては、明確な通信市場のビジョン、特にどこの市場を見て議論すべきか、先ほど競争とは一体どういったものかを意識しなければならないと考えている。【第49回　西村（暢）構成員】

・　事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響の多少という形で、契約者数のみで規制の対象となるかどうかを見ているかと思う。小売市場での競争というのに焦点を当てている場合、果たして契約者数シェアのみで競争を評価し得るのかどうかという議論が、もしかすると生じるかもしれない。特に、例えば禁止行為規定では営業収益シェア基準、その運用としての基本的考え方というのが公表されているが、その中で総合的な評価が行われている。そことの関係性も電気通信事業法上の規制体系として明確化、あるいは説明が求められてくるのではないか。【第51回　西村（暢）構成員】

・　MVNOに対して規律を適用除外としたときの考えと一緒だと考える。すなわち、シェアが小さい、利益率が低くて原資が大きくない、そうであれば、端末を大幅に値引きすることは極めて難しい、あるいは、通信料金を下げるにしても、長期的にコストを下回るような、略奪的な料金設定はできない。このため、今回の規律の適用除外として、料金設定に関して自由度を高めるということは理解できる。【第51回　佐藤構成員】

・　例えば、閾値について、例えば８％がいいのか10％がいいのか、あるいはMVNOとMNOで同じ数字を設定することが良いのかどうかについては、議論の余地があると思う。ただし、今回のこの議論は、MNOに対して規律の適用除外の議論になるが、楽天モバイルを対象とする規律の適用除外ではなくて、あり得ないかとは思うが、NTTドコモでもKDDIでも、将来シェアが下がれば同じように適用除外となって、よりチャレンジャーとして自由度の高い料金設定を実施していくということが可能

になるということなので、特定の企業に対する適用除外ではない。【第51回　佐藤構成員】

・　シェアが小さいから何やってもいいということはないと思う。事業法第27条の３の通信料金と端末代金の分離とか不当な囲い込み禁止といったものは守ったほうが良い。【第53回　相田主査代理】

・　自由な競争大原則というのはごもっともで、自由にいろいろ競争していただきたい。ただ、競争を機能させるには、全て自由じゃなくて、市場支配力とか優越的地位がある企業、その行為に関しては何らかのルールが必要になる。そういう意味では、例えばADSLで競争が始まったとき、ソフトバンクはモデムの無料配布をしたが、私は競争上問題があるとそのときは思わなかった。逆に、もし、NTTが対抗上、モデムを無料で販売するようなことになれば、これは競争を非常に阻害するということで、問題として議論されたのではないかと思う。【第53回　佐藤構成員】

・　向かうべき将来像が明確になっているのかとあったが、競争を機能させることが大前提で、事業法第27条の３で言うと、端末と通信それぞれの市場での競争を促進させる、通信から端末への補填をなくして、端末の大幅割引を誘引とした顧客確保を制限し、それぞれの市場での競争をさせる。競争を機能させることで継続的に通信料金を下げていくことが必要であるが、継続的に実現できていないと思う。そういう意味では今回議論して、競争事業者の競争上の自由度を少し拡大することは、私は見直しを、逐次して競争促進していく必要があると思っているので、今、議論することに問題はないと思っている。【第53回　佐藤構成員】

・　今回、あと閾値についても、特に意見を述べていただいたのはMVNO委員会だったと思うが、あとは閾値についても議論が特にはなかったので、10％で、今回の提案で進めていくことは、私としては問題ないというか、セカンドベスト、細かい議論をして１年かけるよりは、この段階で、例えば10を８にしても大きく変わらないと思うので、このやり方で議論を進めたらどうかと思う。【第53回　佐藤構成員】

・　（楽天モバイルが指定対象外になることについて）懸念しているのでモニタリングをして、事業法第27条の３の趣旨に反するような行為が行われるかどうかをきちっと見て、適宜対応できるようにすることが併せて必要。市場競争の観点と事業法第27条の３の趣旨の観点の両方

をモニタリングで見ていく、必要に応じて適宜対応することで実現できないか。この点については、総務省、きちっと競争検証の議論の中でモニタリング等をできるか確認はしたいと思う。それから、ルールを守らない人とか企業とかができることあるじゃないかと。そう言われると、そもそも事業法第27条の３で、２万円の端末価格割引条件をつくったにもかかわらず、少なくとも趣旨に沿わないような大幅な割引を仕掛けた、あるいは対抗上追随した企業の人たちがいるわけで、だからモニタリングというときには、今回の対象だけじゃなくて、そういうそもそもの事業法第27条の３に関して、MVNO、MNOを含めて、趣旨に反しない行為が許されないことが検証できるようにすべきだと思う。今回のMNOの大幅割引も、１年待たずに状況を見ていく必要があると思う。【第53回　佐藤構成員】

・　見直しは極めて慎重に御対応いただければという意見にくみする。【第53回　関口構成員】

・　事業法第27条の３は、消費者に対して悪影響を及ぼさないことが一番の問題であるため、事業法第27条の３を見直すとしたら、消費者にとってまずい点は一切手をつけないことは明らかであるため、それに則った上で、どういう競争環境を整えるかということは議論していく必要がある。また、事業者間のマーケットと消費者も入れたマーケットでは全く事情が違うため、その辺は今後の議論の中でもきちんとしていく必要があると思っている。【第53回　新美主査】

・　指定事業者の見直しについて、シェアが小さい事業者が積極的な施策を行えるように、事業法第27条の３の基準を見直すことができるかどうかの検討は丁寧に行う必要があるのではないか。【第53回　大谷構成員】

・　指定事業者を見直すには時期尚早であるとの結論には賛同する。乗換え対象事業者の通信品質への不安を払拭するためのお試しを認めるために通信料金の割引をする提案については、利用者視点で混乱を招来しないように検討が必要と思われる。【第55回　大谷構成員】

・　本来、自由で合理的な市場においては割引上限を導入する政策的な根拠がないものと思量するところ、情報の極度の非対称性や一定レベルを超えた消費者の認知バイアスなど、消費者の自由な選択に制約を与える過度なスイッチングコストが依然、携帯電話市場に存在することが割引上限の政策改定が行われることの根拠と考える。消費者の合

理的な選択を軸とした市場が形成される過程において、指定基準は次第に緩和の方向に向かうものと考える。その過程において新規契約の割引規制の上限緩和などの措置は検討に値する一方、こうした措置を含めて割引上限の考え方においてはMNO間における公正競争をゆがめることがないよう、MNOに対しては対照的な取扱いをしていくことが望ましい。【第55回　大橋構成員】

・　指定事業者を見直さないことに賛同する。お試し施策については、現行ルールでは業務改善命令の対象になり得るといったガイドラインになっているが、最初の何か月間か無料というような商慣行というのは、固定ブロードバンドをはじめとしてこの通信業界ではかなり行われており、そういったこと等を踏まえても、お試し期間の割引を行うことは受け入れられるものなのではないか。その一方で、固定ブロードバンドの場合には場所ということで新規契約であるかどうか、２度目以降かというようなことについてはかなり明確であるのに対して、携帯電話の場合は、ホッピングといった新規契約を装っていろんな事業者の間を渡り歩くようなことについて、うまく防止できるのかどうかというようなことについては、ぜひ注視していただきたいと思う。【第55回　相田主査代理】

・　内容については賛同するが、懸念があるとすれば、楽天モバイルがお試しSIMを配り始めたら、どこかが追随して、結局全社やり合うみたいなことになると、せっかく落ち着いてきた市場が再び荒れてしまうんじゃないかなということである。ただ、今回は端末の安売りではなくて通信料金の安売り競争なので、どんどんやってくれという考え方もあると思う。行き過ぎると、またキャリアがほかのコストを削り出しかねないので、競争の状況については注視が必要である。１人１回などのルールをまたかいくぐって、いろんなことが出てきたりしかねないので、そういうことも含めてしっかり注視していく必要がある。【第55回　北構成員】

・　新規ユーザーへの料金割引については、楽天モバイルだけではなく、MNO３者にも拡大することになることから、市場での競争がどのような状況になるのか、心配すべきこともあるのではないか。新料金の低廉化、料金引下げ競争というと、それ自体は悪いことではなくて消費者に対するメリットもある。ただし、市場が荒れるのではないか、頻繁に乗換えして割引サービスを受ける人も出てくることから、競争がどのような状況になるかが懸念されるので、きちんと注視して、必要であれば適

宜、対応すべきではないか。また、MVNOに対する影響も大きいので略奪的料金設定や価格圧搾が行われてないかといったことも市場を注視していくべきだと考える。【第55回　佐藤構成員】

・　ホッピングの問題等が出てくると思われるので、市場を慎重に見ていく必要がある。【第55回　西村（暢）構成員】

・　ホッピングの問題はそういう人たちも出てくるんじゃないかと思う。なお、６か月という期間はお試しとしては、長期のようにも思われる。契約の長期とお試しの長期を同じ基準でいいのかというところは疑問に思い、もう少し短くするべきではないかと思った。【第55回　長田構成員】

・　「お試し」のイメージからは、６か月は長期のような気もしている。特に今回は、指定事業者については、公平性に鑑みて、全てのMNO４者に適用されることになるため、一見すると利用者にとっては、メリットがあるよう見えるかもしれないが、MNO４者がそれぞれにキャンペーンを行うことになると、利用者にとって１回限りのものであるとかといったことも含めて、分かりにくく、複雑な仕組みになってくるかと思う。また、利用者にとっての混乱ということに限らず、MVNOなどへの影響も懸念される。この施策によって、市場環境がどう変わっていくのかをなかなか予測し難いところもあるため、この「お試し」の影響をちゃんと見極めるために、市場をよく見守っていく必要がある。本ＷＧのための市場調査などを高い頻度ですることは難しいかもしれないが、できれば早期の検証をしていただくことが望ましいと考えている。【第57回　大谷構成員】

・　お試し期間として６か月は長いため、６か月を短くするのが妥当と思うし、現在十分に周波数を提供している者はいまさら「お試し」はいらないのではないかとも思う。それでももし、６か月という期間で実施がされるのであれば、これまでのように規律の趣旨に沿わないことをどこか１者がすると、他のMNOも横並びで、同じようなことが行われるという現状を踏まえ、今回は、本当にユーザーにとってのお試し期間ということをきちんと考えて提供するという工夫をしていただきたいとキャリアの皆様に対し強く希望する。【第57回　長田構成員】

・　ユーザーも含めた市場に対する影響と、競争に対する影響についてきちんと検証することが必要。特に、競争に関しては、MVNOに対してどういう影響があるかということをスタックテストもきちんとやって価

格圧搾を見ていくなど、競争事業者に対する影響もきちんと検証すべきと思っている。【第57回　佐藤構成員】

- 「お試し」というのは、本来、事業者の自由な判断の中で行われるものであり、おそらく他産業だと普通に行われているものかと思うが、モバイル市場の特殊性により事業規制がされていると理解している。普通に他産業でやっていることを、モバイル市場でできるように市場環境整備していくことが重要であり、それをチェックする上で、モバイルスタックテストは一つの手法だと思うが、なかなか粗い手法ではあるので、モバイルスタックテストも使いながら、不当な競争が引き起こされているのかどうかをしっかり見ていくべきかと思う。【第57回　大橋構成員】

- 「お試し」期間における通信料割引という点については、独禁法上の問題、つまり、不当廉売の観点からの検討が、事後的に入ってくるかもしれない。【第57回　西村（暢）構成員】

- 今回見直しを行う場合、MVNO２者が指定事業者から外れた2023年12月27日の省令改正と近接した時期での見直しとなるため、市場への影響を検証する上で、果たして本当に何が影響を及ぼしたのかを検証するのが難しいと感じている。【第57回　西村（暢）構成員】

- 通信料金割引を同一事業者で１回限りとすることで問題ないと思うが、「お試し」の趣旨に照らすと、今後、衛星ダイレクト通信などの新たな形態のサービスが出てきたときには、割引を再度認める可能性というのはあり得るのではないか。【第59回　相田主査代理】

- 「お試し」の趣旨に照らすと、６ヶ月以内という通信料金の割引期間は長すぎる。最長６ヶ月間の実施が許容されている以上、業界として上限の６ヶ月間での無料競争に発展するだろう。MNOとMVNOとの間の競争に少なからず影響を与え、６ヶ月の根拠も希薄であるため、コンテンツや動画配信の初月無料などの例にならい、実施期間を最長1ヶ月にすべき。【第59回　北構成員】

- 割引実施期間が６ヶ月以内というのは長すぎる。せいぜい1ヶ月が適当ではないか。【第59回　長田構成員】

- 割引実施期間が６ヶ月以内というのは長すぎる。相談の現場からすると、割引を求めて渡り歩くような形で制度が悪用されることを懸念。【第59回　西村（真）構成員】

・　「お試し」の見直しに期待。割引を受けられるのは同一事業者で一名義一回限り、という点を報告書本体にも注記することになったのは素晴らしい。【第59回　大谷構成員】

・　同一事業者で一回のみ割引を受ける際の名義の確認について、契約者と利用者で名義が異なる場合もあるため、事業者や販売代理店に判断を委ねるという手もあるのではないか。【第59回　西村（暢）構成員】

（イ）事業者等からの意見

・　未だ高額な旧プランに多くの利用者が残留する中、新規参入事業者の通信サービスへの乗換えには不安があり、きっかけがないと試せな利用者に向けて施策を検討するも、事業法第27条の３の規律が障壁となり効果的な施策が打てない。【第49回　楽天モバイル】

・　MNO３者のシェアは９割超で、寡占は未だに継続している。【第49回　楽天モバイル】

・　事業法第27条の３の規律対象について、MNO・MVNOを区別せず、公正競争の促進を目的とする第二種指定電気通信設備制度を参考に基準を10%に設定するなど、チャレンジングな施策により利用者が新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境を実現することで競争を活発化すべき。規律緩和後は、新規顧客獲得に向けて当社の通信サービスを試していただくための施策を実施し、過去にモバイル市場で問題視されたような事業法第27条の３の趣旨にそぐわない施策は実施しない方針。【第49回　楽天モバイル】

・　2012年に、情報通信審議会の答申を受け、第二種指定電気通信設備制度の指定の基準値を10%に引き下げた際も、シェアが低いMNOについては、規制の対象外とした場合でも公正競争を阻害するとは考えにくいと示されている。また、市場における各企業のシェアが持つ意味合いに注目し、市場シェアの目標値を定めた「クープマンの目標値」によれば、第二種指定事業者相当（シェア10%以上）を対象とした場合でも、市場認知シェア（10.9%）下回る。【第49回　楽天モバイル】

・　競争促進と利用者による日々の豊かな生活の早期実現のためにも、新規契約者向けの柔軟な施策を2024年秋頃より実施できるように検討いただきたい。【第49回　楽天モバイル】

・　2023年12月27日施行の見直し後ルール（割引上限見直し等）による端

末の転売抑止効果や流動性への影響等当面は状況を注視することが必要。今回の見直しの一つに「規律対象となる事業者範囲の見直し」があるが一部の事業者を指定対象外としたことによる競争環境に与える影響を見極めるべき。【第49回　KDDI】

- ルールを見直す場合であっても、かつての囲い込み競争への逆戻りが懸念される行為は、MNOに対しては引き続き規制すべきではないか。分離のルールを入れる際に当たっての根幹の部分、特に問題となった販売行為・契約行為については引き続き規制すべきであると考える。具体的には、端末販売時の通信料金の割引並びに通信契約の継続を条件とする端末の割引については、引き続き禁止すべきであると考える。また、不当な囲い込みの禁止に関し、２年契約の際の期間拘束有無の料金差や解約金についても、事業法第27条の３で規定した程度にすることが必要であると考える。それ以外の、通信契約の継続等を条件としない端末の割引並びにSIMのみ契約の利益提供等については、シェアにより規律対象外とすることも考えられる。【第53回　NTTドコモ】

- シェアの閾値を見直す場合に参照する考え方として、二種指定などの事例が挙げられているが、事業法第27条の３の規律は対エンドユーザーに対する規律であるので、事業者間の取引の際の規律のシェアをそのまま持ってくるというのは、あまり合理的ではないのではないか。【第53回　NTTドコモ】

- 指定事業者の基準は、2023年12月にルールの見直しをしたばかりである。また、基準の制定当初に、MNOは、自ら周波数の割当てを受けてネットワークを運用する事業者は、競争への影響が少ないとは考えられないと整理されたが、この考え方を変更する環境変化は生じていないと理解している。また、2022年７月の楽天モバイルの料金プラン改定が他の事業者の事業戦略に一定の影響を与えたことを踏まえれば、MVNOであっても、その改定当時の楽天モバイルの契約者数（約500万人）程度の契約者を有する場合は、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくないと示されており、この考え方を踏まえて対象事業者を見直して、まだ２か月少々であり、まだ検証すら行われていないこの段階で、既に600万を超える楽天モバイルを対象外とすることは、昨年のこの考え方を覆すものであり、こういった検証もせずにさらなる制度見直しを行うことは通常あり得ないことで、極めて不自然なことであると考える。【第53回　KDDI】

・　MNOとしてのサービスだけではなくて、経済圏も含めて、楽天モバイルの市場への影響力は極めて高い。通信サービス以外も含めて、お客様への認知度が非常に高い。相当規模の顧客基盤を有しており、市場への影響は非常に大きいと考えられる。【第53回　KDDI】

・　情報通信産業における消費者保護や競争政策については、国民生活に多大な影響を与える。過去積み重ねてきた政策議論を踏まえ慎重な検討が必要であり、頻繁なルール変更により消費者の混乱やゆがんだ競争環境を招くことのないよう、目指すべき通信業界の将来像を明確に示しつつ、予見性のある政策立案が行われることを強く要望する。特に公正競争や消費者保護に直結する事業法第27条の３に関するルールは、国民や市場に与える影響が甚大であることから、特定MNOのみを適用除外とすることに対し、断固反対する。見直しが必要な市場環境の変化は生じていない。2023年12月末にルールが改正したばかり、まだ２か月半しか経過していない。規制は最小限で全事業者に公平というのが原則だと考える。【第53回　ソフトバンク】

・　転売問題やMVNOが淘汰されないこと、端末の買換え頻度によって利用者の不公平感が発生しないようにということを目指して、これまでいろいろな議論がなされ、ルールが履行されてきた。今回、規制対象外の事業者をつくることは、これまでの方向性に明らかに逆行することになる。【第53回　ソフトバンク】

・　2023年に規制対象外事業者の閾値を100万から500万に変更した際には、その報告書の中に、楽天モバイルの当時の契約者数500万人の契約者を有する場合には、事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少なくないという記載があることから、今、基準を変えることは、その報告書の内容と矛盾している。【第53回　ソフトバンク】

・　MNO３者の合計シェアが９割を超え、寡占されている状態が現在も継続している。また、いまだに旧来の高額な料金プランに特に理由なく残留している利用者が４分の１以上いることから、この方々に対する乗換えのきっかけを我々として提供したいと考えている。チャレンジングな施策により、利用者が新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境の実現により、競争を活発化する必要性が市場に対してあるのではないか。【第53回　楽天モバイル】

・　事業法第27条の３の制定時はネットワーク側の仕組みとしてMNOのみがSIMロックをすることが可能であったが、現在SIMロックは原則禁

止であり、ネットワーク利用においてMNO・MVNOにおける差は大きく減少した。この点から、MNOであることによる競争環境への影響は以前より大きく低下しており、MNO・MVNOの共通の閾値等を設けることは考え得るのではないか。【第53回　楽天モバイル】

・　具体的な閾値の設定については、競争への影響力を考慮した基準を設定することが必要である。そういう意味では、第二種指定電気通信設備制度についてのシェアの議論においては、シェア10%以上というところが市場への影響等も考慮され、設定されたと理解しており、それが参考になると考えた。また、一般的な市場での経験則をまとめたクープマンの目標値によれば、シェア10%以上を対象とした場合では、生活者がようやく純粋想起されるというラインを若干下回る水準であることから、10%を基準とすることに問題はないのではないかと考えている。【第53回　楽天モバイル】

・　（指定事業者の基準の見直しが実現した場合）新規顧客獲得に向けて当社の通信サービスをお試しいただくための施策を実施したいという考えであることから、過去にモバイル市場で問題視されたような事業法第27条の３の趣旨にそぐわない施策、具体的には過度な端末割引やキャッシュバック、それから乗換え障壁のための施策は実施しないということをはっきりと申し上げる。【第53回　楽天モバイル】

・　周波数資源の有限希少性に起因して、設備を保有するMNOの数が少数に限定される構造が避けられない中、設備を保有するMNOと保有しないMVNOの間には、圧倒的な交渉の優位性や情報の非対称性が存在する状況であり、事業法第27条の３は、公正な競争環境の確保が目的であるところ、MNO４者は周波数の割当てを受けて自らネットワークを運用する事業者であり、競争影響が少ないとは考えられないことから、規律の対象になっていると認識している。2021年10月以降発売の端末はSIMロックが原則廃止となったものの、MNOが独自販売する端末において他社の周波数に対応していないものがあるということで、本ＷＧでも検討がされて、その結果、「競争ルールの検証に関する報告書2022」が取りまとめられ、「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」が改正されたことを踏まえれば、MNOが競争に与える影響は、現時点においても一定程度存在するものと認識している。周波数の割当てを受けて自らネットワークを運用するMNOとMNOの設備を借りて運用するMVNOの間には、依然として市場での競争力や影響力に大きな差が存在していると考えており、これまでどおりMNO及びMNOの特定関係法

人は、利用者の数の割合と関係なく、指定対象とすべきと考えている。仮にMNOに閾値を設けるのであれば、そういった競争の差を考慮して、MVNOの閾値より低い値で別に設けることが必要ではないか。【第53回MVNO委員会】

- 報告書2023では、指定事業者の範囲に係る規律の見直しについて、「2022年７月の楽天モバイル料金プラン改定が他の事業者の事業戦略に一定の影響を与えたことを踏まえれば、MVNOであっても、その改定当時の楽天モバイルの契約者数（約500万人）程度の契約者を有する場合は、事業者間の適正な競争を環境に及ぼす影響が少なくないとも考えられることから、MVNOの対象範囲を４％（約500万人相当）とすることが適当である」との考え方が示されたものと認識している。この点、指定事業者の閾値変更においては、仮に閾値を10%に変更した場合、事業者間の適正な競争環境に大きな影響を及ぼすことも懸念され、この点については、市場シェアの目標値を定めたクープマンの目標値においても、おおよそ10%であれば市場認知シェアと定義されており、一定の競争力を有していると考えることからもその可能性は否定できないのではないと考える。MNOとMVNOの市場での競争力や影響力の差を踏まえ、公正な競争環境の確保に留意し、指定事業者の基準を検討いただきたい。【第53回　MVNO委員会】

- （ルールを見直す場合であっても引き続き規制すべきものする理由について）通信料金と端末代金の分離のルールの導入前のモバイル市場において特に問題となっていた端末販売を条件とする通信料金割引や不当な期間拘束といった行為については、市場の実態、利用者への影響等を鑑みて、不当性が高いものとして引き続き禁止すべきではないかと考えた。【第53回　NTTドコモ】

- 実際、楽天モバイルが対象から外れると、MNO３者は４万円までしか端末を値引けないが、いくらでも引けるようになる。また、長期割引が、ルール上は１年間で１か月分までしか提供できないところ、何か月でも提供できるようになる。SIMのみ契約をしたときのキャッシュバックが、MNO３者は２万円までしかできないところ、楽天モバイルは４万円でもできるようになる。このような、お客様に提供する部分が事業者によって大きく差異が生じることを「ハンディキャップ」となる。【第53回　ソフトバンク】

- 自由な競争が大原則であるが、支配力が違う場合には、一部規制が必

要だということは全く同意する。しかし、マーケットシェア、支配力の違いによって事業者に規制を課す場合、事業者間の取引にルールが課されるべき。例えば、強い事業者が接続料を高止まりさせたことによって、シェアの低い事業者が、それによって魅力的なサービスを市場に提供できないといったようなことを防ぐために、強い事業者に対しては一定の規制が課されることに対しては賛成である。現在、公正な競争が実現できていないということであるが、楽天モバイルは今現在とても魅力的なサービスを出していて、実際にマーケットのシェアで非常に高いポジションを取っている。こういうことから、現時点で公正な競争が実現できているのではないか。【第53回　ソフトバンク】

- 制度は常に見直すべしというのはそのとおりである。ただし、それは環境が変わったとか状況が変わったということが前提にあることではないか。ルールを見直してからまだ２か月少々の中で、これを見直すべき何か前提条件に変更があったのか、当時全く想定されないような何か大きな事象が起きているということであれば理解できる。例えば、ルールは見直したが、誰ももうそのルールを無視するようになってしまって秩序が崩壊してしまったとかならば、緊急避難措置として新たにルールを決めるというのは、まだ分かる。現時点では、2023年12月末に適用開始されたルールは、各事業者がしっかり遵守し、秩序を持ってルールが適用されていると思っている。その中において、この新しく決めたルールがどのような影響を及ぼすかということを検証もなく、また、500万人というものの考え方についての議論もされずに次の議論がされるのではないかと危機感を覚えている。この点においての議論をしてから、次のステップに進む、あるいは検証をしてから、何か問題が生じている、ルールを見直さなければいけない必要性が現に出ているということを確認してから、ルールの見直しの手続に入っていただきたい。【第53回　KDDI】

- 事業法第27条の３の制定時の衆参両院の総務委員会での附帯決議を踏まえ、特に、「通信料金と端末代金の分離にかかる事業者の指定の除外は、事業者間の公平性及び利用者の適切なサービスの選択の確保に配慮し、慎重に行う」という点を強くお願いしたい。また、指定事業者の見直しに係る閾値の議論がされているが、2023年12月の見直し時点から、楽天モバイルを含む直近のMNOの競争環境の状況は何ら変わっていないので、現在の４％の基準を変更する理由はないと考えている。【第54回　ソフトバンク】

ウ　考え方

指定事業者の基準については、2023年12月27日施行の省令改正において、MVNOの基準を0.7%から４%に変更した直後であることに鑑みれば、要望があったMNOとMVNOの基準を統一し、その基準値も変更することについては、今後、通信市場の競争状況を踏まえた議論を行うことが重要である。

このため、指定事業者の基準見直しについては、今回新たな結論を得ることとしないが、一方で、報告書2023のとおり、MNOとMVNO間の競争環境、MVNO間の競争環境、MNO間の競争環境を適正なものとしていく観点から、引き続き、通信市場の競争状況を注視し、必要に応じて、見直しの検討を進めることが適当である。

他方、携帯電話市場の寡占状況は継続し、通信料金の消費者物価指数が１年前に比べ10%以上上昇している状況に鑑みれば、事業者間の更なる競争の促進が重要である。

競争の促進のためには、事業者間の乗換えの円滑化が重要であるところ、利用者は、事業者の乗換えの検討に当たって、乗換え検討先事業者（特に新規参入事業者等（MVNO・楽天モバイル））の「通信品質に不安」、「通信速度が遅いと思う」という通信サービスの質への不安が障壁となっているとの調査結果がある。これに鑑みれば、事業者間の円滑な乗換えを加速するため、利用者目線にたって、乗換え検討先事業者の通信サービスの質を「お試し」として利用しやすくすることが重要である。

この点、指定事業者であっても、端末購入を条件としない、新規契約を条件とする通信料金割引については、法令の趣旨を逸脱しない範囲において、乗換え検討先事業者の通信サービスの質を「お試し」として利用しやすくすることを可能とすることが適当である。

具体的には、端末購入を条件としない、新規契約を条件とする通信料金割引について、運用ガイドラインの規律は原則維持しつつも、通信サービスの質を「お試し」として利用させることを目的としたものであるという「お試し」の趣旨に鑑み、当該通信料金割引の期間は長期でない期間（６か月以内）に限定すること、当該通信料金割引を同一事業者で複数回受け

ることができないようにすること[29]、また、通信料金の割引は利益提供の一種であるため、ポイント還元等の利益提供の上限である２万円の内数とすることで、規制の趣旨を逸脱しない範囲として、限定的に認めることが適当である。特に、通信料金割引の実施期間について、６ヶ月はあくまでも上限であり、具体的な実施期間は、「お試し」の趣旨を踏まえた各指定事業者の判断であるところ、実施期間の設定にあたっては、指定事業者は、その判断の合理性について説明できるようにしなければならない。

また、割引実施に当たっては、契約時に割引期間が一定期間であることを適切に案内するとともに、割引期間終了の際に、割引が終了する旨をSMS等を活用し利用者に周知する等の利用者が契約内容を誤解せず適切に理解できる取組を行うことが適当である。

さらに、今般の見直しにより認めることとなる通信料金割引については、シェアが大きい指定事業者も対象になることを踏まえれば、MNOとMVNO間のイコールフッティングを確保する観点から、MNOの設定する料金が価格圧搾による不当な競争を引き起こすものでないことを確認するために実施している、移動通信分野における接続料等と利用者料金の関係の検証（モバイルスタックテスト）においても考慮される※。

※　モバイルスタックテストは、検証の対象となったサービス等（以下「検証対象サービス等」という。）ごとに、利用者料金による指定事業者（第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者）の収入と、検証対象サービス等の提供に必要と考えられる設備等費用（接続料相当額及びその他の設備費用をいう。）を比較し、その差分が利用者料金で回収される営業費に相当する金額を下回らないものであることを確認することで、競争事業者が検証対象サービス等と同等の価格で競合サービス等の提供を行うことが可能な接続料等の水準となっているかを検証している。この際、利用者料金に関する割引については、指定事業者が提供する全てのサービス等に適用される割引にあっては、全ての利用者に占める現に割引を受ける者の割合に割引額を乗じた金額を、検証対象サービス等を含む一部のサービス等にのみ適用される割引にあっては、当該一部のサービス等の利用者に占める現に割引を受ける者の割合に割引額を乗じた金を算出し、利用者料金の額から控除することとされている。

加えて、指定事業者は、「お試し」の実施を販売代理店を通じて行う場

[29] 同一名義での契約について、複数回「お試し」を目的とした通信料金割引を受けられないものとする。

合、通常の契約と同様に重要事項の説明義務があること（むしろ解約忘れ等を回避するためにはより丁寧な説明が求められる）、また「お試し」の趣旨ゆえに解約する可能性が相対的に高くなるため、販売代理店に相応の負担の発生が見込まれること等を十分に認識する必要があり、仮に販売代理店に対して適正かつ合理的でない形で評価指標等を設定し、消費者保護ルール違反を助長する可能性がある場合には、法第29条第１項第12号の業務改善命令の対象となり得るものと考えられる。

このように、「お試し」に係る通信料金割引は、利用者やMVNOに対する影響、販売代理店の負担等の懸念も指摘されていることから、恒久的な措置とはせず、総務省において、不適切と思われる運用が見られる場合や、「お試し」に伴う弊害が顕在化するおそれがある場合には、速やかに状況を把握し、必要な措置を講ずるとともに、モバイルスタックテストの結果も含め、これらの懸念に係る状況等通信市場に与える影響を遅滞なく検証し、柔軟に見直しの検討を行うことが適当である。検証にあたっては、実施状況等を詳細に把握することが重要であるため、総務省において、指定事業者から適切な報告を受けることが必要である。また、関係事業者においては、実施期間設定の理由や販売代理店の評価指標等の設定の考え方を含め、検証に協力することが重要であり、特に、最初の「お試し」の実施に際しては、実施期間の必要性等を本WGに説明するために必要な対応を行うことが適当である。

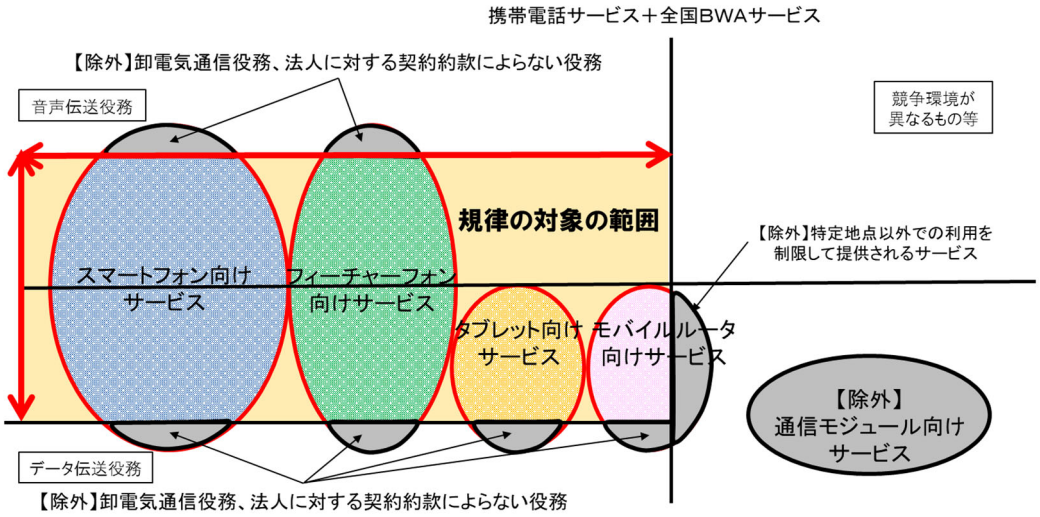
４　その他モバイル市場の競争促進に資する対策

（１）通信モジュール

ア　現状と課題

事業法第 27 条の３では、移動系のサービスのうち、「適正な競争関係を確保する必要がある」サービスを規制対象として告示で指定しているところ、携帯電話サービス等と競争環境が異なり潜脱的な行為のおそれがないサービスは規制対象から除外することとしており、通信モジュール向けの通信サービスは規制対象から除外されている。

【図表Ⅲ－20　移動電気通信役務（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）】



この点、現行告示では、通信モジュール向けの通信サービスを「機能が限定的」なものとしているため※、使用する場所・場面等が相当程度特定されていても、機能が限定的でないものは規律の対象と解釈されるおそれがある。（例えば、コネクテッドカーの通信モジュールに車内 Wi-Fi 機能が付与されているもの）

※　役務指定告示（令和元年総務省告示第 166 号）

２ 次に掲げる電気通信役務は、前項の電気通信役務から除くものとする。

一～四　（略）

五　特定の用途に対応するため機能が限定的で拡張性がない移動端末設備向けの電気通信役務であって、専らデータ伝送役務（従としてその利用の態様が著しく制限された音声伝送役務が付加されているものを含む。）として提供されるもの

また、令和５年省令改正により、いわゆる白ロム割が規制対象となり、端末割引上限規制は原則４万円とされている。

イ　意見

（ア）構成員の意見

- （モジュールを全て規律対象外とすべきとの意見について）同じ規律である必要はないマーケットかもしれないと基本的には考える。ただし、基本、事業者が優位な立場で早めに市場を押さえてしまうと、後発事業者が、例えばMVNOかもしれないが、同じ土俵で競争できないことがあり得るのか議論する必要がある。【第49回　佐藤構成員】

- （モジュールを全て規律対象外とすべきとの意見について）事務局で何が問題なのかを整理してほしい。【第49回　相田主査代理】

（イ）事業者等の意見

- 様々なIoTデバイスがインターネットにつながり多様な用途での利用が広がる中、通信モジュールの機能によって、事業法第27条の３等の規律対象・対象外の判断が変わる仕組みは見直しが必要。【第49回　KDDI】

- （KDDIのモジュールを全て規律対象外とすべきとの意見について）コネクテッドカーは車に乗っているときだけといった場合、自由に使えるというよりは、あくまでも車に乗っているときだけ使えるというような用途が限定されているようなものになっているかと思うので、現行の運用ガイドラインで十分にそういった解釈ができると考える。【第49回　MVNO委員会】

- 通信モジュールの指定対象役務からの除外については賛同。一定程度自由な通信ができるものであっても、カーナビなどを車に搭載されるなど、使用する場所・場面等が相当程度特定されているものについて、規律対象外とすることが考え得る。例えばタブレットの形状をしていて、それが車から取り外せてタブレットのように使えるといったようなものは、規律対象とすることが考えられる。具体的な相当程度特定されている場合というものについて、今後、運用ガイドライン等で明確化をしていくことが必要である。【第53回　NTTドコモ】

・　現状の端末割引規制は、スマホと市場が異なるモジュールの市場におけるイノベーションの芽を摘む可能性があることから、車載モジュール、あるいはドローンなどのように、場所・場面等が相当程度特定されている場合は指定対象役務から除外することについて賛同。【第53回 KDDI】

・　通信モジュール向けの通信サービスに関しての見直しについて異論はない。また、本件に限らず、指定対象役務の対象については、運用ガイドラインの範疇で総合的に判断されるものと理解している。【第53回 楽天モバイル】

・　通信モジュール向けの通信サービスに関しては、例えばコネクテッドカーの車内Wi-Fi機能など、使用する場所・場面等が相当程度特定されているものであれば、事業法第27条の３の規律の対象外とした場合でも事業者間の適正な競争への影響は少ないと想定している。一方で、今後、IoT機器の普及等により、通信モジュールを利用した通信サービスの多様化も想定され、個々の事業者の判断により潜脱的な行為が生じる可能性もあることから、指定対象役務から除外する通信サービスについては、ガイドライン等に具体的に記載するなど、規律の遵守・適正な運用について留意することが必要ではないか。【第53回　MVNO委員会】

ウ　考え方

５Ｇには、４Ｇを発展させた「超高速」に加え、遠隔地でもロボットなどの操作をスムーズに行える「超低遅延」、多数の機器が同時にネットワークに繋がる「多数同時接続」といった特長があり、あらゆる「モノ」がインターネットにつながる IoT 社会を実現する上で不可欠なインフラとして大きな期待が寄せられている。

このような IoT 社会実現に向けて、通信モジュールは重要となっていくが、現行の役務指定告示では、「通信モジュール向けの通信サービス」の定義を「機能が限定的」なものにしているため、使用する場所・場面等が相当程度特定されていても、機能が限定的でないものは規律の対象と解釈されるおそれがある。

他方、使用する場所・場面等が相当程度特定されている通信モジュール向けの通信サービス（例えば、コネクテッドカーの通信モジュールに車内

Wi-Fi 機能が付与されているもの）は、携帯電話サービス等と競争環境が異なるものであり、潜脱的な行為のおそれがないサービスとして考えられる。

このため、使用する場所・場面等が相当程度特定されている通信モジュール向けの通信サービスについては、規律対象でないことを明確化することが適当である。

（２）端末購入プログラム

ア　現状と課題

指定事業者は、端末購入プログラム（将来時点において端末の買取りを行うこと等のプログラム）を提供する場合、将来時点において予見される合理的な買取等予想価格（以下「予想価格」という。）を事前に算出する必要があるところ、当該予想価格を超える買取価格を約する場合は、その差分が利益提供の額となるが、予想価格以下の買取価格を約する場合は、利益提供を行ったこととならない。

端末購入プログラム加入者への販売台数の割合（MNO３者）は、改正法施行後、概ね 40%台で推移していたが、直近１年は 50%を超えており、上昇傾向にある。いわゆる「白ロム割」が 2023 年 12 月 27 日に規制対象となったことを踏まえれば、端末購入プログラム加入者の割合は引き続き上昇することが想定される。

このため、端末購入プログラムの予想価格が適切に算出されることが重要となるが、この予想価格の算出方法については、運用ガイドラインでは、「先行同型機種の買取等価格の推移、中古端末市場における一般的な買取等価格の推移等が考えられる」としているのみで、具体的な算出方法は示しておらず、指定事業者の裁量が大きいものとなっている。

実際、白ロム割が規制された令和５年 12 月省令改正後、キャリアは予想価格を活用した買取を開始し※、予想価格を算出し公表しているが、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。

※　従前はいわゆる白ロム割という規制を潜脱した端末割引が可能であったため、上記手続を行うことなく、白ロム割として規制対象外の利益提供をキャリア各社は行っていたが、令和５年 12 月省令改正により、白ロム割が規制対象となったため、キャリア各社は端末購入プログラムを提供する場合は予想価格を算出する手続が必要となった。

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、予想価格が高いがゆえに、一月１円支払い・合計 24 円支払い等の端末購入プログラムも行われていた。このため、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。

なお、予想価格の算出根拠については、事後提出となっているため、当該算出方法が適切であるかどうかを事前に確認することはできない運用となっている。

イ　意見

（ア）構成員の意見

・　通信料金と端末代金の分離の実現に向けて、この件は真面目に議論していく必要があり、事業法第27条の３の趣旨に合わない状況が起こっている、あるいは抜け道を探す企業がいると理解している。整理案の方向で進めてみる必要があると思っており、賛同する。【第55回　佐藤構成員】

・　端末購入プログラムの価格の予想方法について、この内容に賛同する。中古端末のどのグレードを参照するのかが重要であるが、RMJでは中古端末のグレードについてのガイドラインをしっかり作っており、RMJ加盟の中古端末流通事業者は、Ｓ、Ａ、Ｂ、Ｃ、Ｊというグレードを必ず表記しているので、そういったデータを参照することは合理的なのではないかと考えている。【第55回　北構成員】

・　論点整理（案）に賛同する。やはり中古端末事業者の買取価格を使わずに個人間取引、しかもレアケースみたいなところに着目をして算出している事業者がいるならば、中古端末事業者の買取価格を参考にすべき。また、予想価格についての利用者への情報提供が今の段階ではものすごく十分ではないと認識しており、例えば車の中古の価格が出ているというのと一緒で、中古端末事業者が価格を公表することが可能であれば、状況は変わってくる。いずれにしてもRMJなどが、買取価格情報について提供していただくようなことを希望する。【第55回　関口構成員】

・　今回の整理案に賛成する。こういう基準でこの価格なんだということが明確に示せるようなことにしないと、ユーザーは理解が難しくなるため、そういうものを明確化する議論を今後できれば良いと思う。【第55回　長田構成員】

・　残価率について、線形近似にすることはスタートとして問題ないとは思うが、現在の各社の予想価格を見ると、直線的ではない下がり方に

なるようなケースも見られるので、直線的なものがいいのかについては、引き続き検討をして、機種等の状況によっては適切な別の形のカーブを描かせるということを認めてもいいのではないか。【第56回　相田主査代理】

・　ある程度予想価格の算定は統一的に考え方を整理していくことが必要。数字を見ながら、必要なことがあれば、追加の議論を今後していくことになるかと思う。中古端末事業者の買取り価格を参考にし、きちっと客観的なデータで、ある程度統一的な数字をつくっていくことが今回非常に大事なことだと思う。私も残価率は直線ではなくて原点に少し凸の曲線になるのかとも考えたが、取りあえず運用上、１年、２年の短い単位で残価率を調べていくのであれば、ある程度直線でも大きな問題にならないとは思うため、客観的なデータをそろえながら、今後、検証してみてはどうかと思う。その他考慮事項については、具体的に起こりそうなことはなかなかないと思われるところ、現時点で想定されるものは特に無く、各社からいろんなことが申出があったときに考えるという意味で一応置いてあるだけならそれでも良い。また、グループ化についても各社がどのように設定をするのか少し気になっているが、ただ、これは各社良識的にやっていただけると思うので、特定の事業者だけ際立って違っているというような場合については、きちっと説明いただいて検討する形で事後対応かと思っている。【第56回　佐藤構成員】

・　グループごとの残価率の計算は、各社の判断で、端末ごとか、グループごとの共通の残価率を設定するか裁量がある。ただ、各社の判断がかなり異なることは問題があるかと思うので、グループ化するのであれば、各社がなぜそのグループ化をしたのか、あるいは外れる場合であれば外れた理由を説明する機会が確保されている必要があるのではないか。また、追随的に各社が同じように価格を高止まりさせているという危険性もあるため、そういった追随型の並行的な行為について何かしら回避する仕組み、あるいは注意喚起も必要ではないか。【第56回　西村（暢）構成員】

※第52回会合で非公開の事業者ヒアリングを実施している。

（イ）事業者等の意見

・　現在、MNO各社の予想価格については、各社独自の調査等より価格が

設定されていると想定するところ、恣意的な価格設定を排除する観点から、例えば、RMJの協力を得て、1年前に発売された先行同型機種の中古端末市場の買取価格を参照し（iPhone15　128GBの場合、iPhone14 128GBを参照)、販売価格からの値下がり率を踏まえて、1年後の予想価格を設定するなど各社共通の基準を設けてはどうか。【第52回追加質問への回答　MVNO委員会】

・　先般の電気通信事業法施行規則の改正により、割引上限額が原則４万円へ見直されたものの、報告書2023に示された「通信料金と端末代金の完全分離という改正法の考え方を維持することが適当である。」との考え方に変更はないものと認識している。この点、規律の見直しの直後から、一部のMNOにより、新たな端末購入プログラムと組み合わせた条件等で端末の安値販売、例えば月額１円を毎月払って１年後に買取りというようなものが開始されているので、端末代金の値引き等の誘引力に頼った競争が根絶されていない状況であることを踏まえると、現状においても通信料金収入を原資とした端末割引による顧客獲得競争が継続しており、料金・サービス本位での競争が不十分な状況ではないかと考える。【第53回　MVNO委員会】

※第 52 回会合で非公開の事業者ヒアリングを実施している。

ウ　考え方

端末購入プログラムの予想価格の算出方法について、算出方法が事業者間で異なるため、予想価格に差異が生じ、その結果、競争環境に影響を与えている状況は、改正法が目指した料金・サービス本位の競争とは到底いえないことから、このような状況を是正するため、予想価格の算出方法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である。

また、現行の運用ガイドラインで「先行同型機種の買取等価格の推移、中古端末市場における一般的な買取等価格の推移等が考えられる」とされているところ、指定事業者の端末購入プログラムの取引形態は、個人間取引ではなく、企業と個人間の取引であることに鑑みれば、買取等価格の推移は、個人間取引の買取価格ではなく、中古端末事業者の買取価格を参考とすることが適当である。

中古端末事業者の買取価格を参考するに当たっても、広く中古端末事業者の買取価格を参考とすることが望ましい。

具体的に、予想価格の算出に当たっては、
「①端末の販売価格　×　②残価率　×　③その他考慮事項」
で算出可能であるところ。

①　端末の販売価格

一般的に、端末は経年とともに市場価値が変化し、端末販売価格も変化するものであることを踏まえ、端末の販売価格は、端末の販売時点の販売価格を使用することが適当である。

②　残価率

【残価率の算出の基本的な方法】

販売時点からｎか月後の残価率は、中古端末事業者の買取平均額を基に算出することとし、具体的には、「発売からｎか月後の買取平均額÷販売当初の販売価格」で算出することが適当である。

※　例えば、販売当初の販売価格が 18 万円、発売開始から 24 か月後の買取平均額が 7.5 万円の場合、24 か月後の残価率は、7.5 万÷18 万＝41.7%

※　なお、ｎか月後の残価率の算出に当たり、端末が販売開始前等のため当該端末の買取平均額の数値がない場合には、最新の先行同型機種の買取平均額を使用する。

ｎか月後の買取平均額については、中古端末事業者の買取価格を参考するに当たって、広く中古端末事業者の買取価格を参考とすることが望ましいところ、この点、中古端末事業者団体である RMJ からは、主要な端末について、端末の買取平均額（当該端末買取総額（ｎか月後の一ヶ月間）÷当該端末買取台数（ｎか月後の一ヶ月間））を月ごとに算出可能とのことであった。

このため、ｎか月後の買取平均額について、RMJ が公表している端末については、RMJ が公表した買取平均額を使用することが適当である。

なお、各月の残価率の算出に当たって、特定の一月のみ上記数式で残価率を算出し当該残価率をもとに他の月の残価率を算出する場合、当該一月の影響が大きくなるおそれがある。他方、各月の残価率をそれぞれ算出し、単純に当該月の残価率を使用した場合、残価率が上下し利用者に対し混乱を与えるおそれがある。このため、１～48 か月

ごとの残価率をそれぞれ算出し、当該残価率を基に、線形近似により、各月の残価率を算出することが適当である。

【買取平均額に用いる端末の状態】

RMJ は、端末の外装状態の評価に応じて、S（未使用品）、A（美品）、B（中程度品）、C（使用済品）、J（破損）※のランク付けを行っているところ、買取平均額の算出に当たっては、使用済かつ使用可能な中古端末を算出に用いることとし、具体的には、未使用品と破損品を除く全てのもので算出することが適当である。

※　S：未使用品、A：目立つ傷がなく非常にきれいな状態、B：細かな傷・薄いかすり傷があり、使用感がある状態、　C：目立つ傷や擦り傷等があり、明らかな使用感がある状態、J：目に見えてダメージがあり、激しい損傷または破損している状態

【グループごとの残価率】

予想価格を算出するに当たり、端末ごとの残価率設定の義務化や共通の残価率を用いる端末グループの統一化も考えられなくないが、利用者・販売員へのわかりやすさや各社の販売戦略等も踏まえ、現時点では義務化・統一化せず、残価率を端末ごとに設定するか、共通項が多い端末でグループ化した上で当該グループの共通の残価率を設定するかは、原則、各社の判断によるものとすることが適当である。

ただし、あくまでも共通項が多い端末のグループ化であることを踏まえれば、ある端末のグループ選定に当たって、当該端末と共通項の多い端末グループがあるにも関わらず、当該グループより共通項が少ない他の端末グループに含めることは適当ではない。

※　例えば、ある端末の同一メーカーの端末グループがあるにも関わらず、当該端末を異なる端末メーカーのグループに含めることや、同じＯＳの端末グループがあるにも関わらず、他のＯＳの端末のグループに含めること等。

また、グループごとのｎか月後の残価率を算出するに当たっては、参照する機種を恣意的に選択することで、残価率を意図的に高く設定することが可能となることを踏まえ、当該グループの特定の端末を用いて残価率を算出するのではなく、当該グループに含まれる端末全てを用いて、残価率を算出することが適当である。

この際、単に端末ごとの残価率の平均をとると、本来であれば市場に与える影響の小さい端末の残価率が過度に影響を与えてしまうため、ｎか月後の端末ごとの残価率に対し、ｎか月後の当該端末の買取台数で重み付けを行う加重平均で算出することが適当である。

具体的には、あるグループのｎか月後の残価率（線形近似で算出前のもの）は、当該グループに含まれる端末をi（ａ，ｂ・・・ｘ）、iの販売当初の販売価格をp_i、ｎか月後の買取平均額を$m_{n,i}$、ｎ か月後の買取台数を$q_{n,i}$とすると、次の式で表すことができる。

$$\frac{\sum_{i=a}^{x}\left(\frac{m_{n,i}}{p_i}\times q_{n,i}\right)}{\sum_{i=a}^{x} q_{n,i}}$$

例：あるグループの端末ａ、ｂ、ｃがあるとし、24 か月後の残価率を算出する場合、それぞれ例えば、

	販売当初の価格 (p_i)	24か月後の買取平均額 $(m_{24,i})$	24か月後の買取台数 $(q_{24,i})$
a	15 万円	6 万円	200台
b	18 万円	7.5 万円	400台
c	22.5 万円	11 万円	10台

の場合、24 か月後のａ、ｂ、ｃの残価率 $\frac{m_{24,i}}{p_i}$は以下のとおりとなる。

・ａの残価率$\frac{m_{24,a}}{p_a}$　　６万円　÷ 15 万円　＝40.0%

・ｂの残価率$\frac{m_{24,b}}{p_b}$　　7.5 万円 ÷ 18 万円　＝41.7%

・ｃの残価率$\frac{m_{24,c}}{p_c}$　　11 万円　÷ 22.5 万円＝48.9%

これを各端末の買取台数で重み付けを行うと、グループの 24 か月後の残価率は、$\frac{\sum_{i=a}^{c}\left(\frac{m_{24,i}}{p_i}\times q_{24,i}\right)}{\sum_{i=a}^{c} q_{24,i}} = \frac{40.0\times 200+41.7\times 400+48.9\times 10}{200+400+10} = \mathbf{41.2}\%$

※　単純平均した場合の残価率は、43.5%

③　その他考慮事項

現時点では、その他考慮すべき事項は想定されないことから、原則「①端末の販売価格　×　②残価率」で算出することが適当である。

※　物価上昇率については、物価上昇が極端に短期的に上下しない限り、原則、②のｎか月後の買取平均額の算出の際に、物価上昇の影響は一定程度加味されているはずなので、特別③として考慮する必要はない。

ただし、その他考慮すべき事項に関し、今後必要なものが生じた場合は、総務省がその内容を事前に確認し、反映させることが適当か判断することが適当である。

（その他）

現在の運用では、予想価格の算出根拠については、事後提出となっているため、当該算出方法が適切であるかどうかを事前に確認することはできない運用となっているところ、端末購入プログラムの予想価格が適切に算出されることが重要であることを踏まえれば、今後、グループ化の考え方を含む残価率の算出方法を事前に総務省に提出する運用に改めることが適当である。

また、残価率については、現状、どの程度の期間で更新するか特段のルールがないところ、最新の数値に随時更新することが理想ではあるが、随時更新の事業者負担も考慮し、少なくとも一定の期間ごと（例えば少なくとも１年ごと）に更新することとすることが適当である。また、現在、各社は予想価格を公表しているが、利用者への分かりやすさの観点から、引き続き予想価格を公表することが適当である。

なお、引き続き、端末購入プログラムの各社の動向を注視し、算出方法の統一化に関して、必要に応じて、見直しの検討を進めることが適当である。

第４章　おわりに

今期の本ＷＧにおいては、モバイル市場における競争を促進する観点から、中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策、競争を一層促進させるための実効性の高い対策を中心に検討を行った。足下のモバイル市場において生じている様々な課題に対して、電気通信事業者をはじめとする関係者の協力を得て構成員で真摯に議論し、報告書として対策をまとめることができた。

端末市場の更なる活性化の対策については、

・ネットワーク利用制限の原則禁止（ただし、犯罪等の行為を抑止する観点から、必要最小限の措置に限定してネットワーク利用制限は認められる）

・端末の下取りの運用の見直し（郵送での端末下取りであっても、利用者の認識と査定結果に齟齬が生じた場合、キャンセル可能とするもの）

・不良在庫に関する特例の見直し（特例の適用について、製造中止か否かを問わず、原則最終調達日を起算点とするもの）

・ミリ波対応端末に関する割引上限額の時限的な引き上げ（ミリ波対応端末の割引上限額を 1.5 万円緩和するもの）

などの案を取りまとめた。

また、競争を一層促進させるための実効性の高い対策については、端末購入を条件としない、新規契約を条件とする通信料金割引に関して、運用ガイドラインは原則維持しつつも、利益提供の上限である２万円の内数とすること、割引期間は長期でない期間（６か月）以内とすること、当該通信料金割引を同一事業者で複数回受けることができないようにすることとした上で、限定的に認める案を取りまとめた。

さらに、白ロム割が規制された 2023 年 12 月の省令改正後、端末購入プログラムの予想価格の算出方法について、事業者間で異なるため、公正な競争環境に影響を与えている状況を踏まえ、運用ガイドラインで一定程度統一的に定める案を取りまとめた。

これらについては、いずれも、電気通信事業の公正な競争の促進や利用者の利益の保護を図るために重要なものであり、総務省においては、本報告書を踏まえ、速やかに制度改正等の必要な措置を講ずるよう求める。また、制度改正等の実施後、総務省においては、その影響を検証するため、市場における競争

状況等を注視し、データ収集等を行った上で、適時適切に本ＷＧの検証の俎上にあげるよう強く求める。

併せて、電気通信事業者や販売代理店等の媒介業務受託者等においても、改正後の制度を踏まえて業務運営を行うこととなるが、その際には、自らの公共性にも鑑み、制度改正に至ることとなった背景、趣旨、問題意識等を十分に踏まえた対応を行うことを強く望む。

以上が本報告書に関するまとめであるが、最後に、改めて事業法第 27 条の３の意義等を申し添えたい。事業法第 27 条の３の意義については、同条を追加する改正法案の国会審議において、「通信料金と端末代金の完全分離や行き過ぎた囲い込みの是正等が実現することで、利用者は通信料金のみで携帯電話事業者を比較、選択できるようになること、また、利用者による自由な携帯電話事業者の乗りかえが可能となることといった効果が期待されるところでございまして、その結果として、競争の促進を通じた携帯電話料金の低廉化が進むものと考えている」（第 198 回国会衆議院総務委員会総務省政府参考人答弁（平成 31 年４月 18 日））とされている。これまで、通信料金と端末代金の分離、違約金の上限規制等の制度改正や、それを踏まえたステークホルダーの取組等により、利用者が通信料金のみを比較、選択し、円滑に事業者を乗り換えられるような市場環境の整備に取り組んできており、一定程度進んでいると認識している。

しかしながら、携帯電話市場の寡占状況が継続し、通信料金の消費者物価指数が１年前に比べて 10%以上上昇している状況に鑑みれば、引き続き、料金・サービス本位の競争につながる環境整備を一層進めることが重要となる。加えて、端末購入プログラムの予想価格の算出方法の現状等に鑑みれば、MNO は依然として過度な端末値引き等による誘引力に頼った競争環境から必ずしも脱却できているとはいえない状況であり、事業法第 27 条の３が目指す市場環境の実現に向けて道半ばとも考えられる。引き続き、携帯電話市場の適正化に取り組んでいく必要があると考える。

ただし、その際には、携帯電話サービスも、市場経済の下に提供されるものであり、可能な限り競争を通じて課題が解決されるようにすることを念頭に置くべきであろう。事業法第 27 条の３のような規制についても、達成すべき目的に見合った必要最小限のものとする必要がある。このような観点から、例えば、事業者の料金等に直接影響を与える規制と利用者が円滑に乗り換えられるようにするための規制とのバランスはどうあるべきかという視点も重要であろう。ある事業者が新規契約者のみを優遇して既存契約者には配慮しな

かったり、端末代金ばかり値引きして通信料金を値引きしなかったりすれば、その利用者は、他の事業者に乗り換えることが可能であり、そのような乗換えが増えてくれば、いわば市場競争を通じて、事業者に営業戦略を見直させることが可能となる。確かに、事業者による通信料金の割引額等を規制することにより、新規利用者と既存利用者の間の公平性を確保することも可能であるし、また、利用者は常に料金プラン等を確認して頻繁に乗り換えるほどの時間的余裕等がないこともそのとおりであろうが、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料金や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。もちろん、利用者が円滑に乗り換えられるようにするための規制だけでは対処できない場合もあり得るが、事業法第 27 条の３を含む競争ルールについては、規制は達成すべき目的に見合った必要最小限なものとすべきという一般的な原則を踏まえつつ、個別具体の携帯電話市場における競争環境等を十分に注視して、引き続き、多様な観点から検討することが重要である。

携帯電話サービスは、10兆円を超える市場規模を有する産業であり、また、社会・経済に大きなインパクトを与えるイノベーションの創出が期待される重要な産業である。そして、国民の多くが使う社会経済基盤となっている。このような産業の健全な発達と利用者の利便の確保のため、適宜適切に競争ルールは見直されるべきである。本ＷＧとしては、引き続き、事業法第27条の３等の競争ルールが市場に与える影響等を注視し、必要な見直しを提言していきたい。

各種資料

１．「競争ルールの検証に関するＷＧ」概要

- 開催要綱
- 開催状況

２．参考資料

電気通信市場検証会議
「競争ルールの検証に関するＷＧ」開催要綱

１　目的

本会合は、「電気通信市場検証会議」の下に開催されるワーキンググループとして、電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第５号。以下「改正法」という。）が令和元年10月に施行され、移動系通信市場の競争を促進するため、通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束等の行き過ぎた囲い込みの是正のための制度等が整備されたことを踏まえ、講じた措置の効果、移動系通信市場への影響、固定系通信も含めた競争環境等について、評価・検証を行うことを目的とする。

２　名称

本会合は、「競争ルールの検証に関するＷＧ」と称する。

３　主な検討事項

（１）改正法により講じた措置の効果や移動系通信市場への影響について
（２）利用者料金その他の提供条件、事業者間の競争環境等について
（３）その他

４　構成及び運営

（１）本会合の構成員及びオブザーバーは、別紙のとおりとする。
（２）本会合には、主査及び主査代理を置く。
（３）主査は、本会合を招集し、主宰する。主査代理は、主査を補佐し、主査不在のときには主査に代わって本会合を招集し、主宰する。
（４）主査は、必要に応じて、構成員及びオブザーバー以外の関係者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
（５）構成員は、本会合における情報の取扱いに関して、次の事項を遵守する。
①　構成員は、本会合で知り得た非公開の情報について、厳に秘密を保持するものとし、総務省の書面による承諾なくして、第三者に開示しないこと。また、構成員を辞した後も同様とすること。
②　構成員は、本会合で知り得た非公開情報に基づく活動を行わないこと。
（６）その他、本会合の運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

５　議事・資料等の扱い

（１）本会合は、原則として公開とする。ただし、主査が必要と認める場合については、非公開とする。
（２）本会合で使用した資料及び議事概要は、原則として、総務省のウェブサイトに掲載し、公開する。ただし、公開することにより、当事者若しくは第三者の利益を害するおそれがある場合又は主査が必要と認める場合については、非公開とする。

６　庶務

本会合の庶務は、総務省総合通信基盤局電気通信事業部料金サービス課において行う。

（別紙）

電気通信市場検証会議
「競争ルールの検証に関するＷＧ」
構成員等

（五十音順、敬称略）

【構成員】

相田　仁	東京大学　特命教授
大谷　和子	株式会社日本総合研究所 執行役員 法務部長
大橋　弘	東京大学 公共政策大学院 教授
北　　俊一	株式会社野村総合研究所 パートナー
佐藤　治正	甲南大学 名誉教授
関口　博正	神奈川大学 経営学部 教授
長田　三紀	情報通信消費者ネットワーク
新美　育文	明治大学 名誉教授
西村　暢史	中央大学 法学部 教授
西村　真由美	全国消費生活相談員協会 IT研究会 代表

【オブザーバー】

公正取引委員会

消費者庁

「競争ルールの検証に関するＷＧ」開催状況

日程	開催内容
第１回会合 2020年４月21日	・競争ルールの検証に関するＷＧについて
第２回会合 2020年５月26日	・モバイル市場の競争環境の検証について ・固定市場の競争環境の検証について
第３回会合 2020年６月11日	・改正電気通信事業法の適切な執行について ・新型コロナウイルス感染症の影響拡大に対応するための取組 ・モバイル市場の競争環境の検証について ・携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査について ・ＭＭ総研からの発表
第４回会合※ 2020年６月25日	・事業者等ヒアリング （NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、UQコミュニケーションズ、MVNO委員会、IIJ、オプテージ、NTT東日本・西日本、ソニーネットワークコミュニケーションズ） ・モバイル市場の最近の動向
第５回会合※ 2020年６月30日	・事業者等ヒアリング （全携協、電気通信サービス向上推進協議会/(一社)電気通信事業者協会、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ）
第６回会合 2020年７月21日	・電気通信サービスに係る内外価格差調査の結果について ・モバイルにおける音声卸料金の見直しについて ・固定通信分野におけるキャッシュバックやセット割引に関する検証状況について ・検討の方向性（案）について（MNPに関する事項、その他のモバイルに関する事項）
第７回会合 2020年７月31日	・ICT 総研からの発表 ・モバイル市場の競争環境に関する検証について ・検討の方向性（案）について（固定通信に関する事項）
第８回会合 2020年８月27日	・モバイル市場に係る課題（MNP に関する事項）について ・報告書骨子（案）について
第９回会合 2020年９月７日	・競争ルールの検証に関する報告書2020（案）について
第10回会合 2020年10月23日	・MNP に関する過度な引き止めに関する運用について ・競争ルールの検証に関する報告書 2020（案）の意見募集の結果について

第11回会合 2020年11月12日	・モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プランについて ・タスクフォースの設置について ・MNP ガイドラインの改正について ・モバイル市場の最近の動向について ・「頭金」に関する注意喚起について
第12回会合 2020年12月21日	・「スイッチング円滑化タスクフォース」における検討の進捗について ・モバイル市場の最近の動向について
第13回会合 2021年２月１日	・モバイル市場の最近の動向について ・「接続料の算定等に関する研究会」における携帯電話料金と接続料等の関係についての検討 ・MNO の新料金プラン等（仮称）に関するデータ分析について ・「スイッチング円滑化タスクフォース」における検討の進捗について
第14回会合 2021年３月８日	・固定通信分野における工事費の分割支払い・無料解約期間の見直しについて ・データ接続料の低廉化について ・スイッチング円滑化タスクフォースにおける検討の進捗について ・今回の検証方針（案）について ・オンライン解約手続について
第15回会合 2021年３月29日	・モバイル市場の最近の動向について ・携帯電話の音声通話料金（特に従量制料金）について ・電気通信事業法 27 条の３適合契約への移行促進について ・電気通信事業法第 27 条の３の規律に係る覆面調査の結果について ・DX 時代における代理店の在り方（代理店に期待される役割）について ・事業者等ヒアリングの進め方について
第16回会合 2021年４月16日	・事業者ヒアリング（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル） ・スイッチング円滑化タスクフォース報告書（案）について
第17回会合※ 2021年４月26日	・事業者等ヒアリング（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、MVNO 委員会、関東弁護士会連合会、全携協） ・電気通信事業法第 27 条の３の規律に係る覆面調査の結果について ・モバイル市場における販売代理店に関する調査結果等について
第18回会合 2021年５月17日	・事業者等ヒアリング（MVNO 委員会、IIJ、オプテージ、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ）

	・端末売上台数及び端末売上高の推移
第19回会合 2021年５月31日	・電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和２年度調査結果） ・携帯電話サービスの品質に関する国際比較についての調査結果（MM 総研からの発表） ・携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査の結果について ・検討の方向性（案）について（音声通話料金（特に従量制料金）に関する事項、代理店の在り方に関する事項）
第20回会合 2021年６月９日	・検討の方向性（案）について（事業法第 27 条の３適合契約への移行に関する事項、事業法第 27 条の３の執行に関する事項、端末市場の動向に関する事項） ・固定通信分野における事業者間連携による工事の削減に係る状況報告
第21回会合 2021年６月23日	・検討の方向性（案）について（スイッチングコストに関する事項、通信市場の動向に関する事項） ・携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和３年度調査） ・競争ルールの検証に関する報告書2021の骨子について
第22回会合 2021年７月９日	・携帯電話料金の低廉化に向けた二大臣会合について ・競争ルールの検証に関する報告書 2021（案）について
第23回会合 2021年９月15日	・競争ルールの検証に関する報告書 2021（案）の意見募集の結果について
第24回会合 2021年11月９日	・最近の通信市場の動向について ・既往契約の解消方針について ・電気通信事業法第27条の３の規律の趣旨の徹底に向けた取組について ・MNO３社からの点検結果及び改善内容の報告について
第25回会合 2022年１月18日	・最近のモバイル市場の動向について ・既往契約の早期解消に向けた制度整備の状況について ・卸協議の適正性の確保に係る制度整備に向けた検討について ・MNO３社による「キャリアメール持ち運び」サービスの開始について
第26回会合 2022年３月14日	・電気通信事業法改正法案について ・今回の検証方針（案）について ・総務省情報提供窓口に寄せられている電気通信事業法第27条の３関係の通報の状況について ・携帯電話端末が対応する周波数の現状について

第27回会合 2022年４月１日	・電気通信事業法第27条の３の規律の概要と遵守状況に係る覆面調査の結果（速報）について ・主要諸外国における携帯電話端末の周波数対応の現状について ・MNPワンストップ化の検討状況について ・引込線転用による工事削減の進め方について ・事業者等ヒアリングの進め方について
第28回会合 2022年４月11日	・事業者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者ヒアリング（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル）
第29回会合※ 2022年４月25日	・対応周波数の違いによる端末価格の比較 ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MVNO委員会、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、全携協） ・覆面調査・販売代理店調査結果等の報告
第30回会合 2022年５月11日	・新料金プランへの移行状況について ・固定通信分野におけるキャッシュバックやセット割引に関する検証状況について ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MVNO委員会、IIJ、オプテージ、CIAJ、Apple、クアルコム、RMJ）
第31回会合 2022年５月24日	・電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和３年度調査結果） ・携帯端末の対応周波数等について ・引込線転用による工事削減の進め方について（事業者等ヒアリング） ・固定通信市場における不当競争の検証について（同上）
第32回会合 2022年６月７日	・検討の方向性（案）について（既往契約に関する事項、通信市場の動向に関する事項、「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係に関する事項、いわゆる「転売ヤー」対策に関する事項）
第33回会合 2022年６月22日	・検討の方向性（案）について（事業法第27条の３（通信・端末分離）に関する事項、端末市場の動向に関する事項、引込線転用による工事削減の進め方に関する事項、固定通信市場におけるキャッシュバック・セット割引による不当競争の検証に関する事項）

	・競争ルールの検証に関する報告書2022（仮称）骨子（案）について
第34回会合 2022年７月19日	・競争ルールの検証に関する報告書2022（案）について
第35回会合 2022年９月21日	・競争ルールの検証に関する報告書2022（案）の意見募集の結果について
第36回会合 2022年10月25日	・電気通信事業法第27条の３の施行状況の検討
第37回会合 2022年11月29日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル）
第38回会合 2023年１月30日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（IIJ、オプテージ、MVNO委員会、RMJ）
第39回会合※ 2023年２月28日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（端末メーカ（CIAJ、Apple、クアルコム）、全携協） ・「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」等に寄せられた情報及び短期解約に関する役務提供義務の考え方について ・携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査について（公正取引委員会）
第40回会合※ 2023年３月17日	・代理店ヒアリング
第41回会合※ 2023年３月28日	・代理店ヒアリング
第42回会合 2023年４月12日	・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・事業者等ヒアリング（MNO・MVNO）
第43回会合 2023年４月25日	・検討の方向性（案）について（短期解約ブラックリスト） ・通信市場の動向について ・端末市場の動向について
第44回会合※ 2023年５月17日	・固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証 ・事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・覆面調査結果の報告 ・事業者等ヒアリング（事業法第27条の３の執行の状況、販売代理店の状況）

第45回会合 2023年５月30日	・MNPワンストップに係る報告 ・電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和４年度調査結果） ・引込線転用による工事削減に係る状況について ・固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証結果について ・検討の方向性（案）について（既往契約に関する事項、覆面調査の結果に関する事項、電気通信事業法第27条の３に関する見直し）
第46回会合 2023年６月20日	・競争ルールの検証に関する報告書2023（案）について
第47回会合 2023年９月８日	・競争ルールの検証に関する報告書2023（案）の意見募集の結果について
第48回会合 2023年11月16日	・「モバイル市場競争促進プラン」について ・検討の進め方について
第49回会合 2023年12月４日	・関係者ヒアリング（MNO・MVNO委員会）
第50回会合 2023年12月22日	・関係者ヒアリング（全携協、CIAJ、クアルコム、RMJ）
第51回会合 2024年１月29日	・今後の検討の進め方
第52回会合 2024年２月16日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（令和５年省令改正等に伴う取組、影響）（MNO）
第53回会合 2024年３月13日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（MNO、MVNO委員会、RMJ）
第54回会合 2024年３月28日	・関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項 ・関係者ヒアリング（外部有識者、MNO、全携協）
第55回会合 2024年４月24日	・通信市場の動向について ・端末市場の動向について ・論点整理（案）
第56回会合 2024年５月20日	・論点整理（案）（端末購入プログラム）
第57回会合 2024年６月12日	・覆面調査結果の報告について ・電気通信サービスに係る内外価格差調査について（令和５年度調査結果）

	・報告書の方向性（案）、通信市場の動向、端末市場の動向について ・競争ルールの検証に関する報告書2024骨子（案）について
第58回会合 2024年６月20日	・競争ルールの検証に関する報告書2024（案）について
第59回会合 2024年８月９日	・競争ルールの検証に関する報告書2024（案）の意見募集の結果について

※　第４回会合及び第５回会合は、ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するＷＧとの合同開催。第17回会合、第29回会合、第39回会合から第41回会合まで及び第44回会合は、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同開催。

Ⅰ　モバイル市場の競争環境に関する検証

Ⅰ-１　事業法第27条の３の執行状況
（１）　事業法第27条の３の規律の見直し
（令和５年省令等の改正）

電気通信事業法第27条の3の規律とその背景

2

○ モバイル市場においてみられた
① **人気端末の購入に対する過度な利益提供**による利用者の誘引
② **行き過ぎた囲い込み契約**
の是正を目的として、電気通信事業法の一部を改正する法律を令和元年10月１日に施行（衆・参ともに全会一致で成立）

以前のモバイル市場

① 人気端末の購入に対する過度な利益提供
（例：高額なキャッシュバック）



② 行き過ぎた囲い込み契約
（例：「4年縛り」、
違約金9,500円）



改正電気通信事業法（法第27条の３）

① 通信料金と端末代金の分離

- 端末の購入を条件とする通信料金の割引を禁止
- 通信契約とセットでの端末代金値引き等の上限を設定
（→ 省令：原則４万円）

② 行き過ぎた囲い込みの禁止

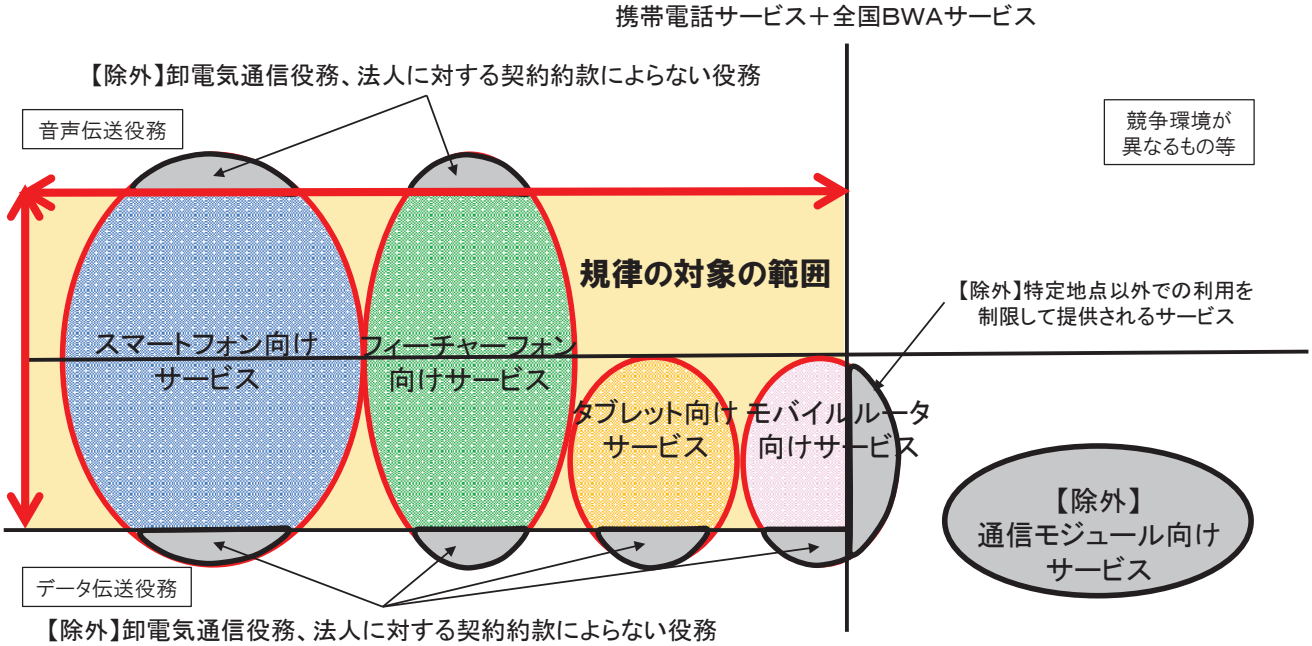
- 契約の解除を不当に妨げる提供条件のある契約を結ぶことを禁止
（→ 省令：期間拘束２年まで、違約金の上限1,000円等）

移動電気通信役務（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）

3

○ 禁止行為規律の対象となる移動電気通信役務として次の役務を指定。
- 携帯電話サービス
- 全国ＢＷＡサービス

※ 携帯電話サービス及び全国ＢＷＡサービスのうち、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、固定して使用されるモバイルルータ（固定ブロードバンドの代替となるサービス）、通信モジュール向けサービスを、個別に指定の対象から除外。
※ なお、ＰＨＳサービスや公衆無線ＬＡＮサービス等は、携帯電話サービス及びＢＷＡサービスとは異なる役務（指定の対象外）。



電気通信事業法第27条の3の指定対象事業者の基準（令和5年改正）

● 指定対象事業者の見直し（令和５年改正（令和５年12月27日施行））

MNO	MVNO	
	MNOの特定関係法人	独立系MVNO
・ NTTドコモ	・ NTTコミュニケーションズ ・ NTTビジネスソリューションズ ・ NTTPCコミュニケーションズ ・ NTT BP ・ NTTメディアサプライ ・ NTTリミテッド・ジャパン ・ ドコモCS	シェアの基準を 0.7%⇒4% ・ IIJ ・ オプテージ → 対象外
・ KDDI ・ 沖縄セルラー電話 ・ UQコミュニケーションズ	・ ジェイコム地域会社（11社）※ ・ ソラコム ・ 中部テレコミュニケーション ・ ビッグローブ	
・ ソフトバンク		→ 計28社 （施行前は計30社）
・ 楽天モバイル	・ 楽天コミュニケーションズ	

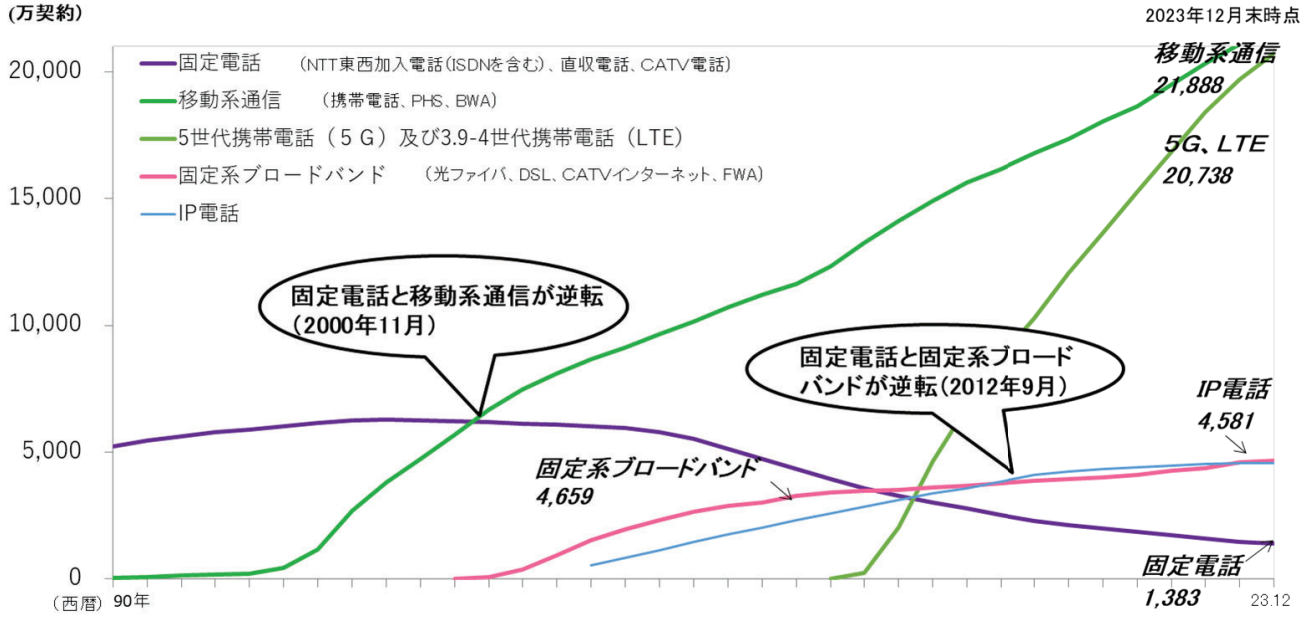
※ 大分ケーブルテレコム、ケーブルネット下関、ジェイコムウエスト、ジェイコム九州、ジェイコム埼玉・東日本、ジェイコム札幌、ジェイコム湘南・神奈川、ジェイコム千葉、ジェイコム東京、土浦ケーブルテレビ、横浜ケーブルビジョン

Ⅰ-２　モバイル市場の現況と分析
（１）　通信市場の動向

電気通信サービスの契約数の推移

6

○　移動系：移動系通信の契約件数は、2000年11月に固定電話契約数を抜き、その後、約20年間で約３倍に増加（21,888万件）。
○　固定系：固定電話契約数は、2012年９月に固定系ブロードバンドに逆転され、1997年11月のピーク時（6,322万件）の約2.5割に減少（1,383万契約）。



注１：各年は３月末時点の数字。
注２：移動系通信は、2013年度第２四半期以降グループ内取引調整後の契約数、2013年度第４四半期以降は携帯電話、PHSに加えBWAを含む契約数。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

移動系通信の契約数の推移

7

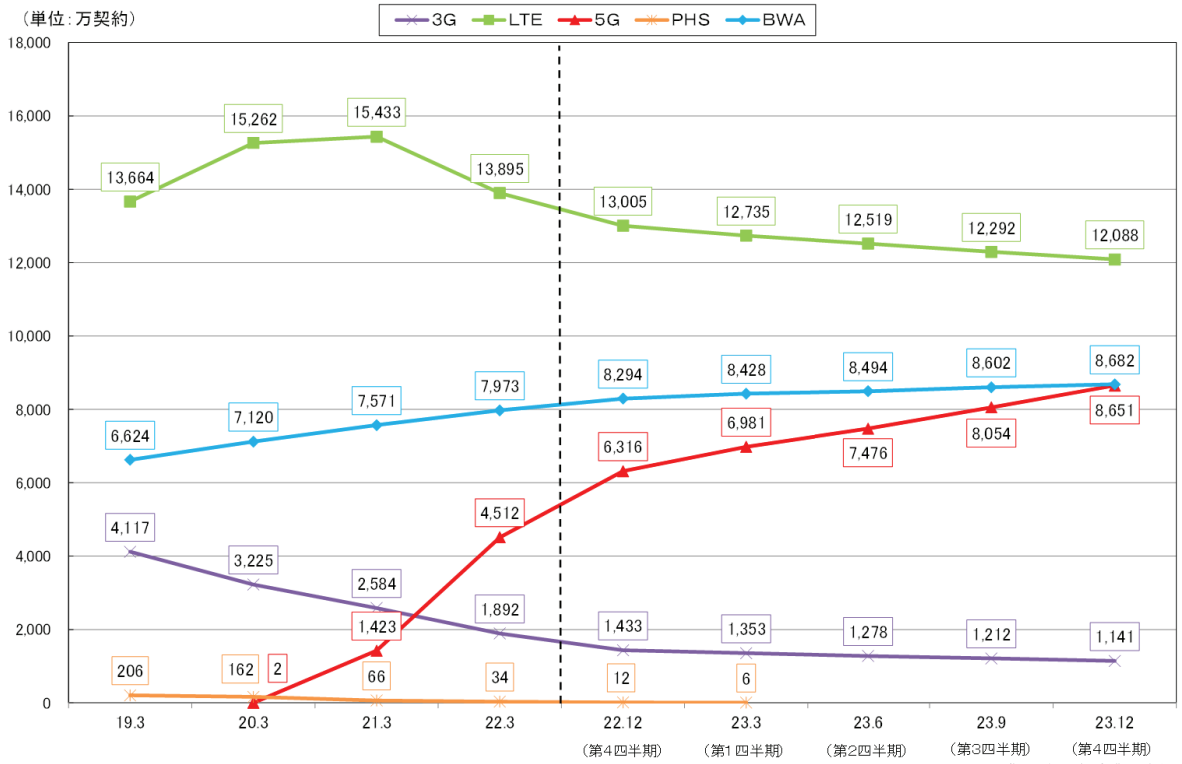
○　移動系通信（携帯電話、ＰＨＳ及びＢＷＡ）の契約数は前年同期比+5.4%、携帯電話の契約数は前年同期比+5.4%となっている。



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

3G・LTE・5G・PHS・BWAの各契約数の推移

○　LTEの契約数は2020年９月をピークとして減少する一方、５G契約数は継続して増加している。



出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

モバイル市場の状況

○　電波の割当を受け、自らネットワーク整備をしてサービスを提供する携帯電話事業者（MNO）：
NTTドコモ、KDDI（au）、ソフトバンク、楽天モバイル（2020年４月から本格サービス開始）

○　MNOのネットワークを借りてサービスを提供する携帯電話事業者（MVNO）：1,890社

※　MNO：Mobile Network Operator、MVNO：Mobile Virtual Network Operator

MNO
（シェア84.8%）

移動系通信（携帯電話及びBWA）**の契約数：2億1,888万**

MVNO
（シェア 15.2%）

NTTドコモ
- ・シェア：　34.9%
- ・売上高：　6兆　590億円
- ・営業利益：1兆　939億円（営業利益率：18.1%）

docomo / ドコモのエコノミーMVNO / ahamo

KDDI　グループ
- ・シェア：　26.8%
- ・売上高：　5兆6,718億円
- ・営業利益：1兆　757億円（営業利益率：19.0%）

au / UQ mobile / povo

ソフトバンク
- ・シェア：　20.4%
- ・売上高：　5兆9,120億円
- ・営業利益：1兆　602億円（営業利益率：17.9%）

SoftBank / Y!mobile / LINEMO

楽天モバイル（2020年4月から本格サービス開始）　Rakuten Mobile
- ・シェア：　2.6%
- ・売上高：　3,646億円
- ・営業利益：▲3,375億円（営業利益率：▲92.6%）

ネットワークの貸出し

ネットワーク利用料の支払い

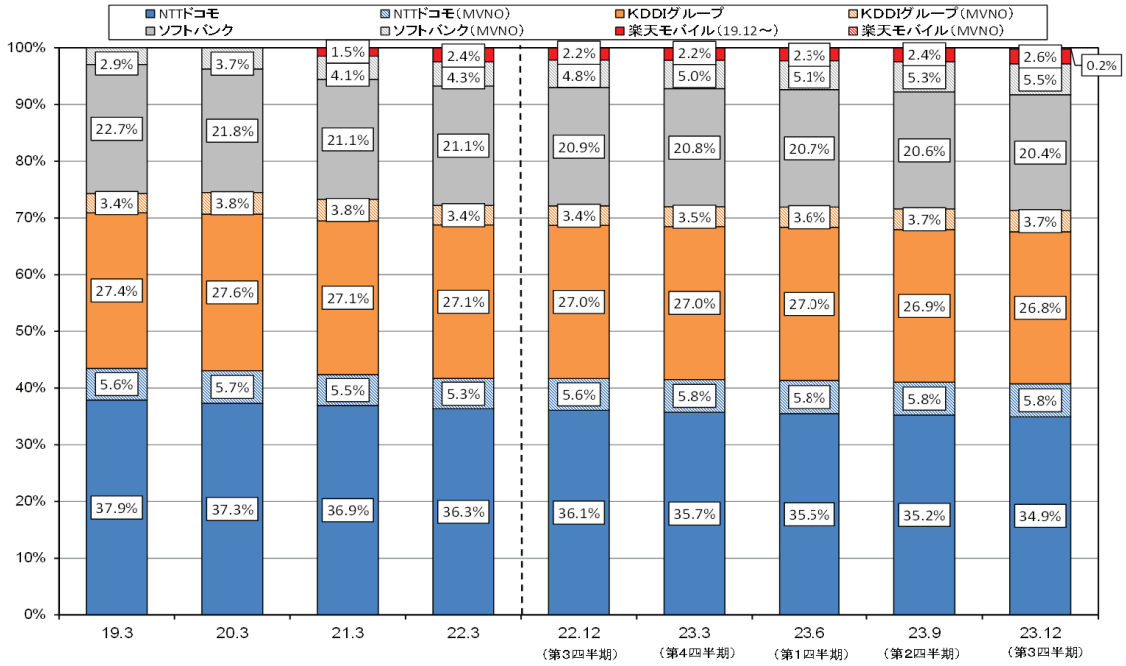
インターネットイニシアティブ　IIJ

オプテージ　mineo

※　事業者数、契約数及びシェアは2023年12月末時点。
※　売上高、営業利益及び営業利益率は、NTTドコモ、KDDI及びソフトバンクは2022年度、楽天モバイルは楽天グループ株式会社のモバイルセグメントの2023年の数値。

事業者シェアの推移（移動系通信）

○　2023年12月末時点のMNO３者のシェアは、それぞれドコモ34.9%、KDDI26.8%、ソフトバンク20.4%であり、大きく変化していない。



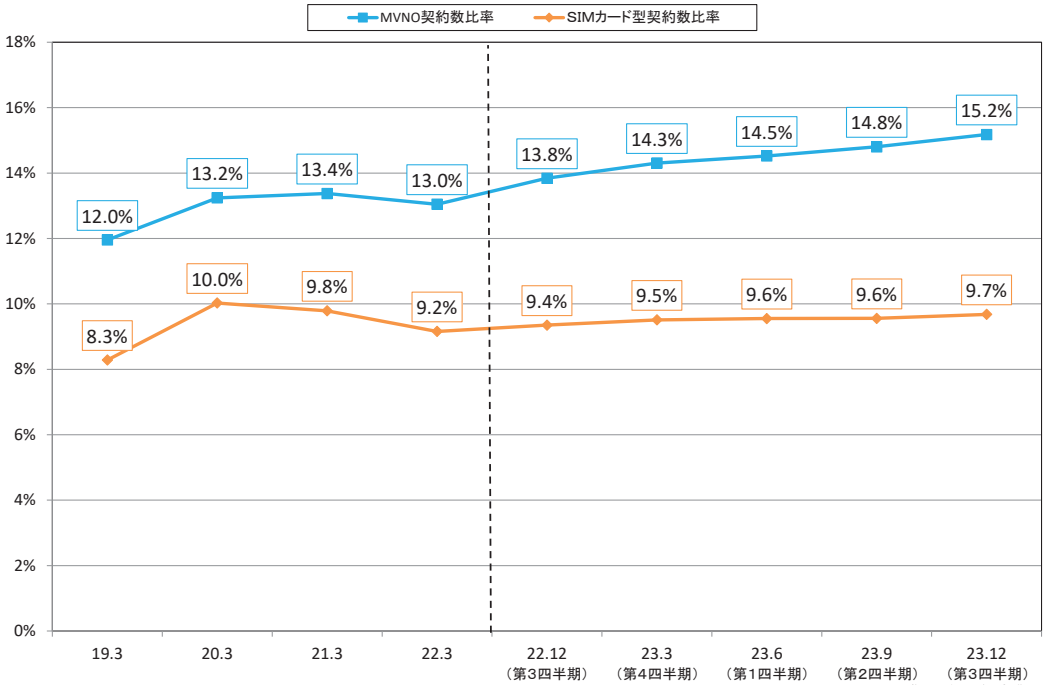
注１：MNOが、同じグループに属する他のMNOの提供する移動通信サービスを利用して提供するものを除く。以下このページにおいて同じ。
注２：「ＫＤＤＩグループ」には、ＫＤＤＩ、沖縄セルラー及びＵＱコミュニケーションズが含まれる。
注３：ＭＶＮＯのシェアを提供元のＭＮＯグループごとに合算し、当該ＭＮＯグループ名の後に「（ＭＶＮＯ）」と付記して示している。以下このページにおいて同じ。
注４：楽天モバイルが提供するＭＶＮＯサービスは、「ＮＴＴドコモ（ＭＶＮＯ）」及び「ＫＤＤＩグループ（ＭＶＮＯ）」に含まれる。以下このページにおいて同じ。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

MVNOのシェアの推移

○　移動系通信の契約数におけるMVNOのシェアは、15.2%（前年同期比＋1.3%）となっている。

ＭＶＮＯサービスの契約数比率及び
ＭＶＮＯが提供するＳＩＭカード型の契約数比率の推移

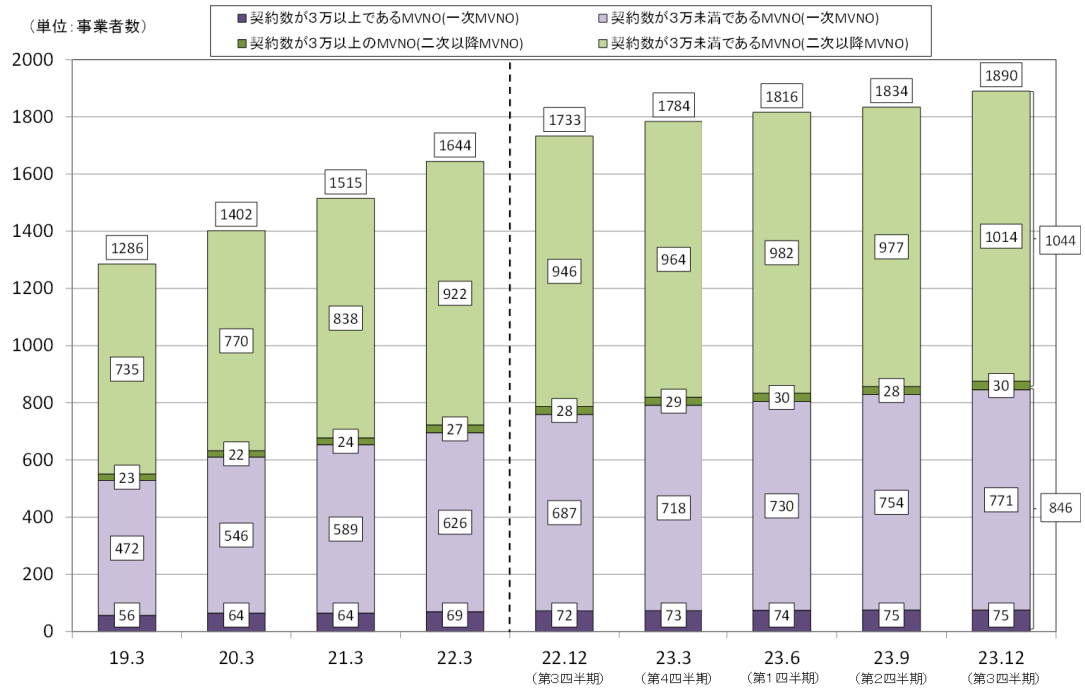


出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

MVNOの事業者数の推移

○　MVNOの事業者数は1890社（前年同期比＋157）となっている。

ＭＶＮＯサービスの事業者数の推移



注１：ＭＮＯ、一次ＭＶＮＯ及び提供している契約数が３万以上の二次以降ＭＶＮＯからの報告を基に作成。
注２：契約数３万未満である二次以降のＭＶＮＯのみから回線の提供を受けている契約数３万未満のＭＶＮＯの事業者数は含まない。
注３：事業者報告の修正により、2020年度第４四半期以降の事業者数について修正を行っている。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

指定設備卸役務に関する制度の概要

卸電気通信役務は相対契約を基本とするが、指定電気通信設備を用いる卸電気通信役務（指定設備卸役務）の提供については、指定設備を設置する事業者（指定設備設置事業者）に対して、

- 指定設備卸役務の提供に関する**情報を総務大臣に届け出る義務**（総務大臣は当該届出の内容を整理・公表）

が課されているほか、指定設備設置事業者の**交渉上の優位性・卸先事業者**（ＭＶＮＯ等）**との間の情報の非対称性を是正**し、**協議がより実質的・活発に行われるための環境整備**として、

- **特定卸役務**（競争関係に及ぼす影響が少なくない指定設備卸役務）**を提供する義務**、
- 特定卸役務に関する**協議の円滑化に資する情報を**卸先事業者の求めに応じて**提示する義務**

等の規律が整備されている（平成27年、令和４年電気通信事業法改正）。

指定設備卸役務

※指定設備：ＮＴＴ東日本・西日本の一種指定設備（固定系）、ＮＴＴドコモ・ＫＤＤＩ・沖縄セルラー・ソフトバンク・ＷＣＰ・ＵＱの二種指定設備（移動系）

- **総務大臣への届出義務**（総務大臣は当該届出の内容を整理・公表）

特定卸役務（競争関係に及ぼす影響が少なくない指定設備卸役務）

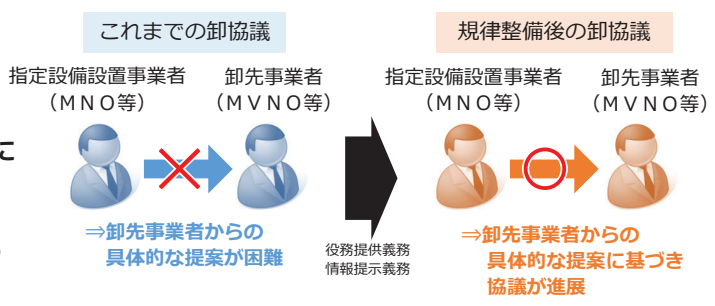
- **役務を提供する義務**

【特定卸役務の範囲】
・携帯電話サービス（４Ｇ、５Ｇ）
・全国ＢＷＡ
・ＦＴＴＨアクセスサービス　等

- **協議の円滑化に資する情報を卸先事業者の求めに応じて提示する義務**

【提示する情報】
・接続料相当額（ＦＴＴＨアクセスサービスについては指数）
・卸料金と接続料相当額の差額の用途

＜卸協議の適正化イメージ＞



MVNOの競争環境の整備（5G（SA方式）のMVNOへのネットワーク機能開放）

○ **現在の５Gは、NSA方式**（４Gコアネットワークにより４G基地局と５G基地局を連携させて動作させる方式）**が主流**であるが、**SA方式**（５Gコアネットワークにより５G基地局単独で動作させる方式）**へ順次切り替わっている**ところ。

○ **MNOは、５G（SA方式）によるサービスの提供を開始**しており、**MNOとMVNOとの間のイコールフッティングを確保する観点から、MNOによる５G（SA方式）のMVNOへの機能開放が課題となっている。**

○ このため、**接続料の算定等に関する研究会において、５G（SA方式）のMVNOへのネットワーク機能について、継続的な検討を実施。**

● **「接続料の算定等に関する研究会」第五次報告書（令和３年９月10日公表）**

５G（SA方式）のMVNOへのネットワーク機能開の形態については、①L３接続相当、②ライトVMNO、③L２接続相当、④フルVMNOの４形態として整理。MVNOがMNOと同時期にサービス提供できるよう、総務省において、事業者間協議の状況を注視し、必要に応じて対応を検討する必要があると整理。

● **「接続料の算定等に関する研究会」第六次報告書（令和４年９月9日公表）**

各機能開放形態の協議状況を踏まえ、５G（ＳＡ方式）のサービス提供についてＭＮＯとＭＶＮＯ間のイコールフッティングを確保する観点から、総務省において、事業者間協議の状況を引き続き注視していくことが適当と整理。

● **「接続料の算定等に関する研究会」第七次報告書（令和５年９月６日公表）**

５G（ＳＡ方式）のネットワーク構成を踏まえた機能開放に関する協議状況を確認するとともに、今後の協議の在り方等について整理。

① Ｌ３接続相当（サービス卸）：既に各ＭＮＯにおいて機能開放済。ＭＶＮＯから提供の要望があった場合にはＭＮＯにおいて適切に対応することを期待。

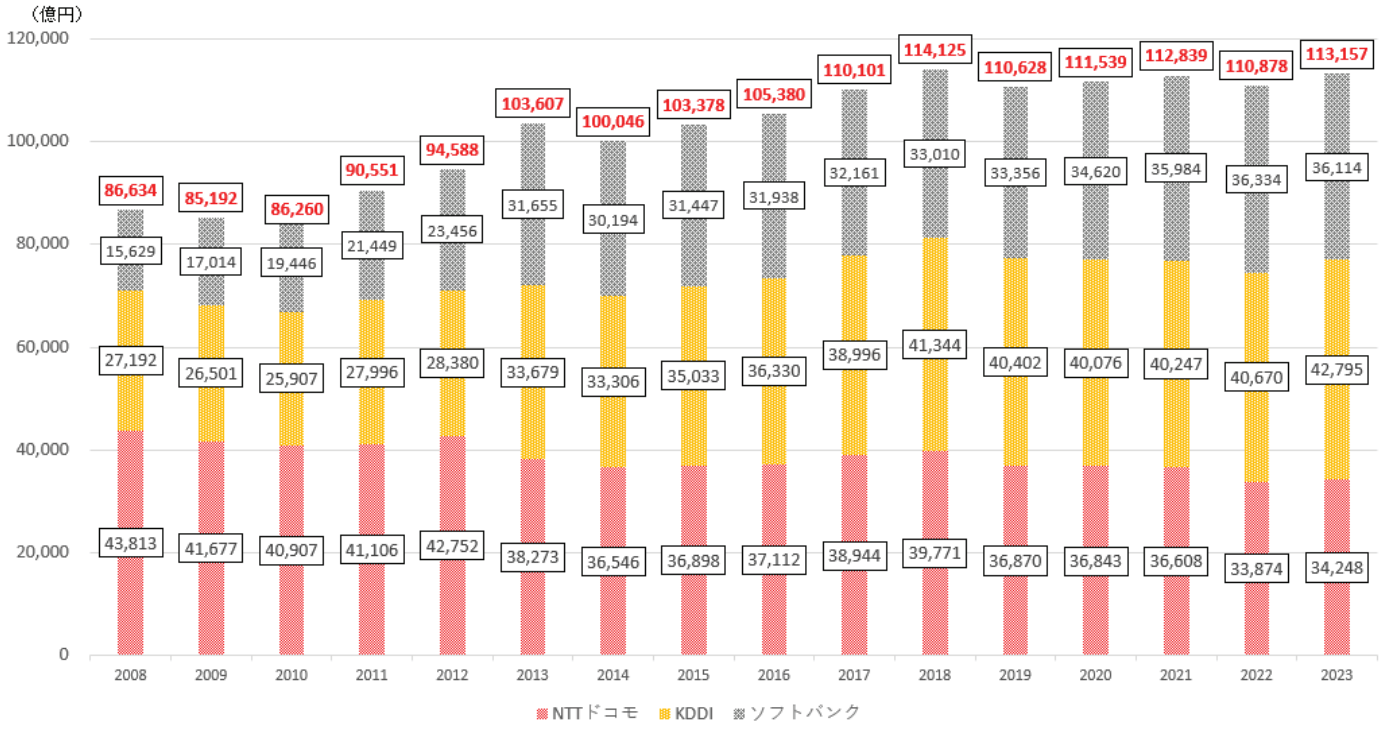
② ライトＶＭＮＯ（スライス卸/ＡＰＩ開放）：提供時期が未定又は当初の想定よりも後ろ倒しとなっているものの、スライシング技術に関する国際標準化の動向やＡＰＩ開発の状況を勘案しながらＭＶＮＯ側の検討期間を考慮した情報提供が行われることが適当。

③ Ｌ２接続相当：ＭＶＮＯの導入意向が強く、ＭＮＯ３社とも協議を実施。ＭＶＮＯ側への情報提供が少ない、国際標準化の遅延により協議が進展しない等の指摘があった。ＭＶＮＯに対して積極的に情報提供するとともに、協議を適切に進めることが必要。具体的には、国際標準化動向も踏まえて情報提供や大枠からの議論を始めるとともに、国際標準化の議論の決了後には速やかに協議を進展させることが適当。

④ フルＶＭＮＯ（ＲＡＮシェアリング）：ＭＮＯ３社とも提供時期未定。ＭＶＮＯの具体的な要望を踏まえ、技術的条件等の実現可能性の検討が必要。事業者間で基本的な認識合わせを進めていくことが望ましい。ＭＥＣの活用・連携について、ＭＮＯにおいて、自社利用者向けサービスの提供開始スケジュールが見えてきた段階で、可能な限り早期にＭＶＮＯに情報提供することが適当。

上記を踏まえ、総務省において、事業者間協議の状況を引き続き注視。

通信事業に係る売上高の推移（MNO3者）

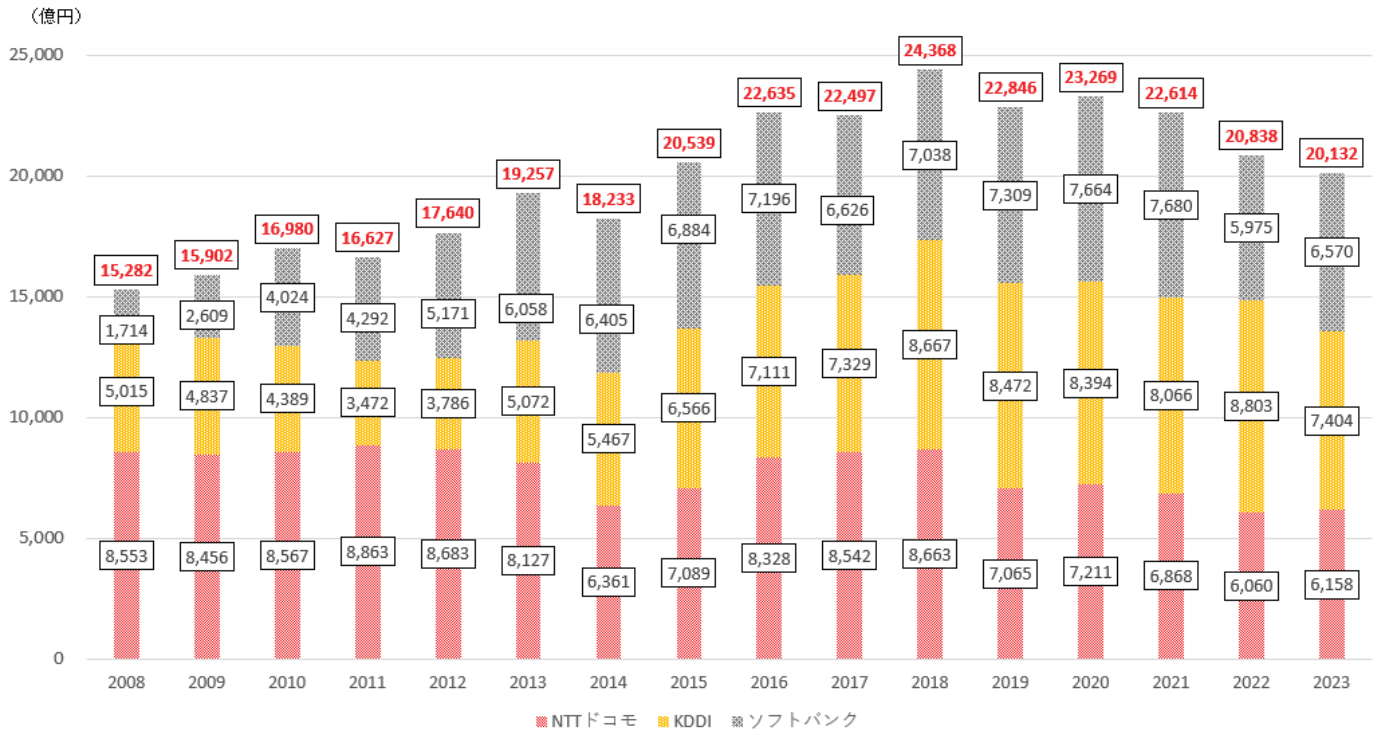


注） 使用し売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益の推移（MNO3者）

16

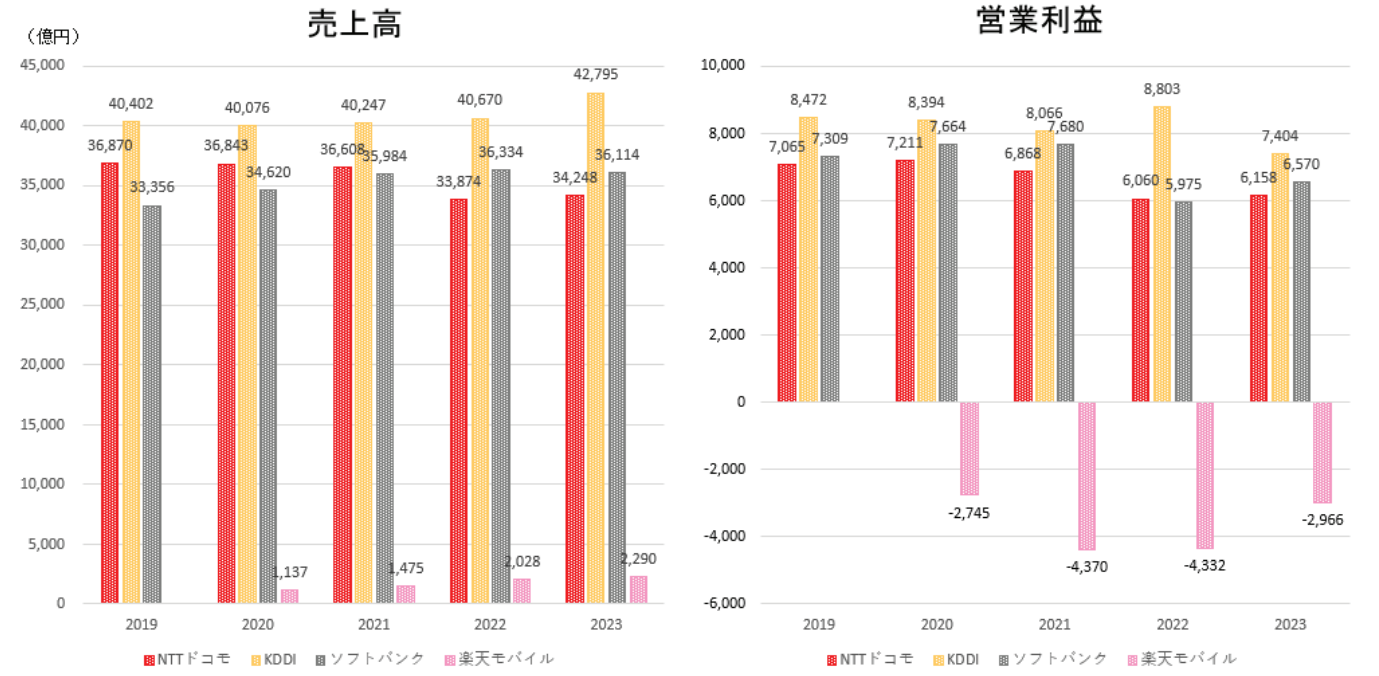


注） 使用した営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る売上高及び営業利益の推移（MNO4者）

17

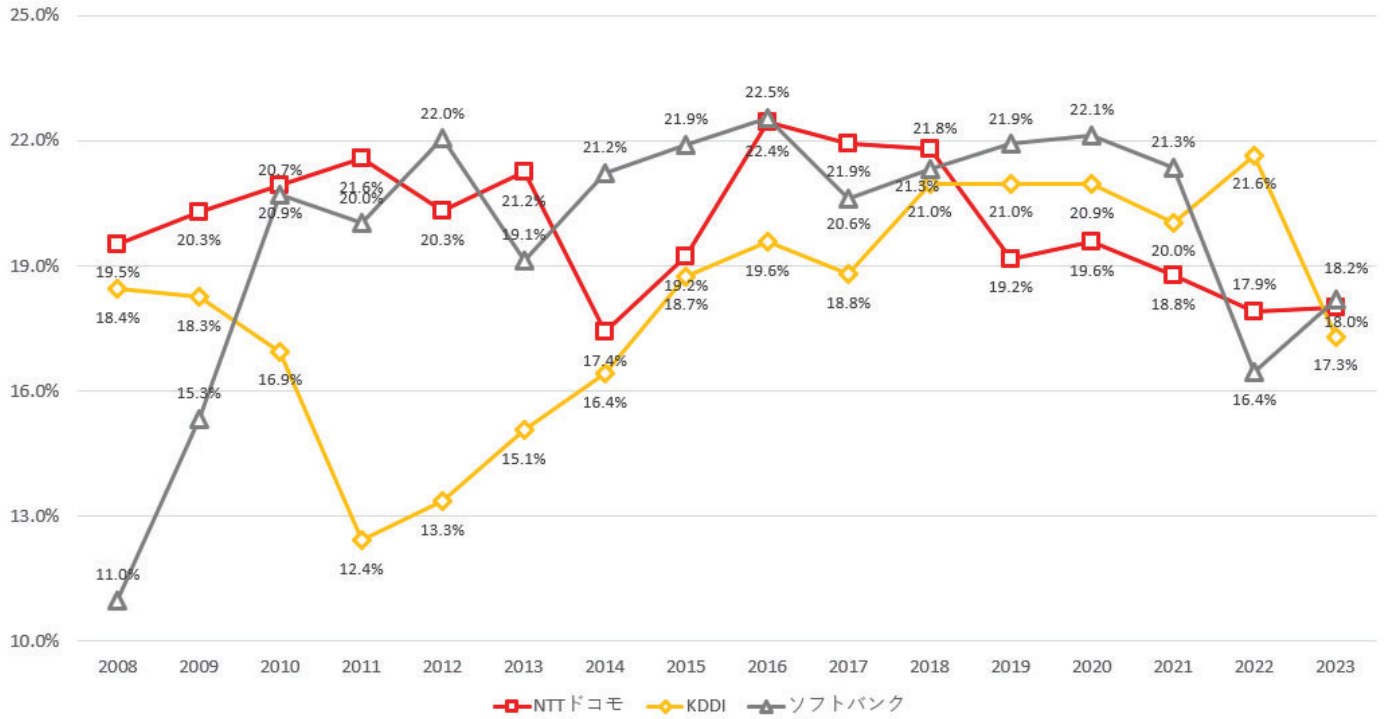


注） 使用した売上高および営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】 2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2020年度より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2022年第2四半期から2023年第1四半期の売上高及び営業利益をもって2022年度の売上高及び営業利益としている（過年度についても同様。）

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益率の推移（MNO3者）

18



注） 使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益率の推移（MNO4者）

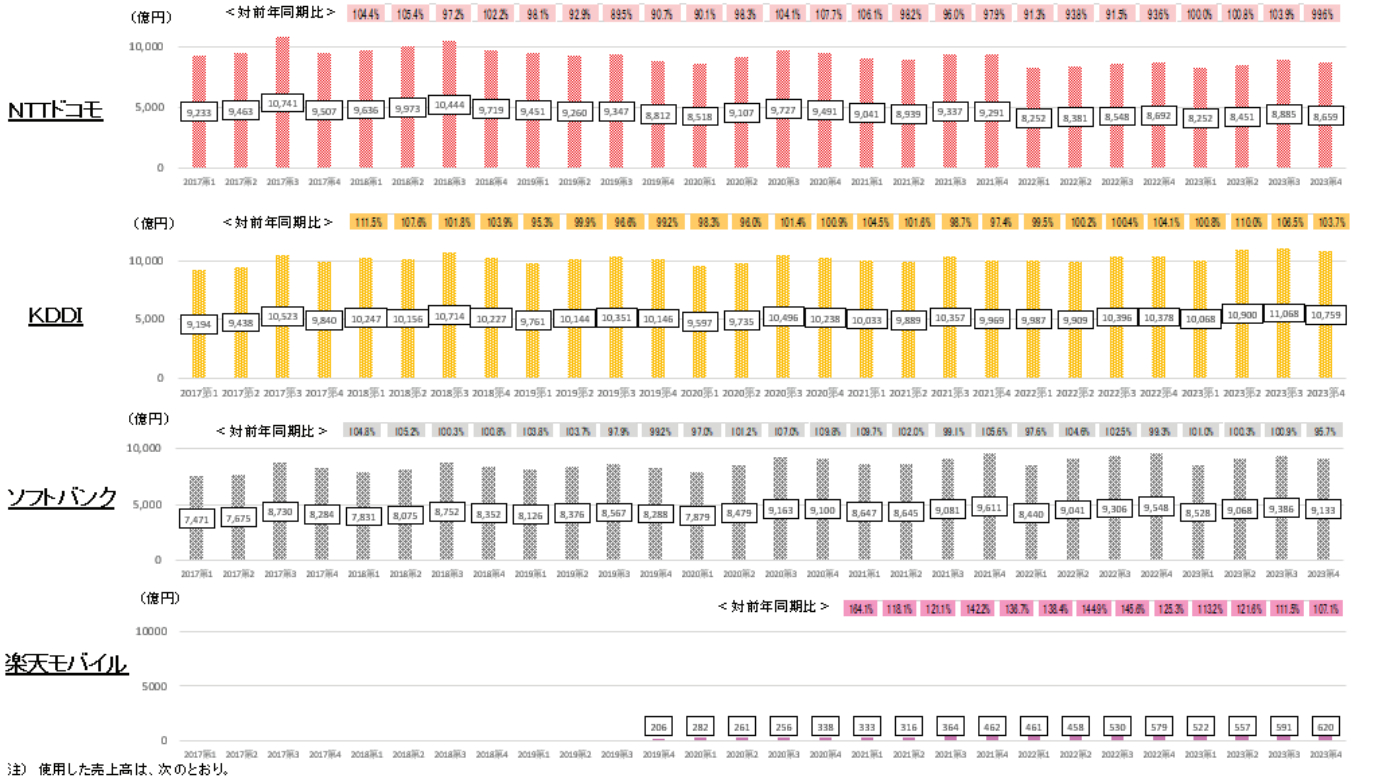
19



注） 使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2020年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、
2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2020年度より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2022年第2四半期から2023年第1四半期の売上高及び営業利益をもって2022年度の売上高及び営業利益としている（過年度についても同様。）

出典：各社決算資料

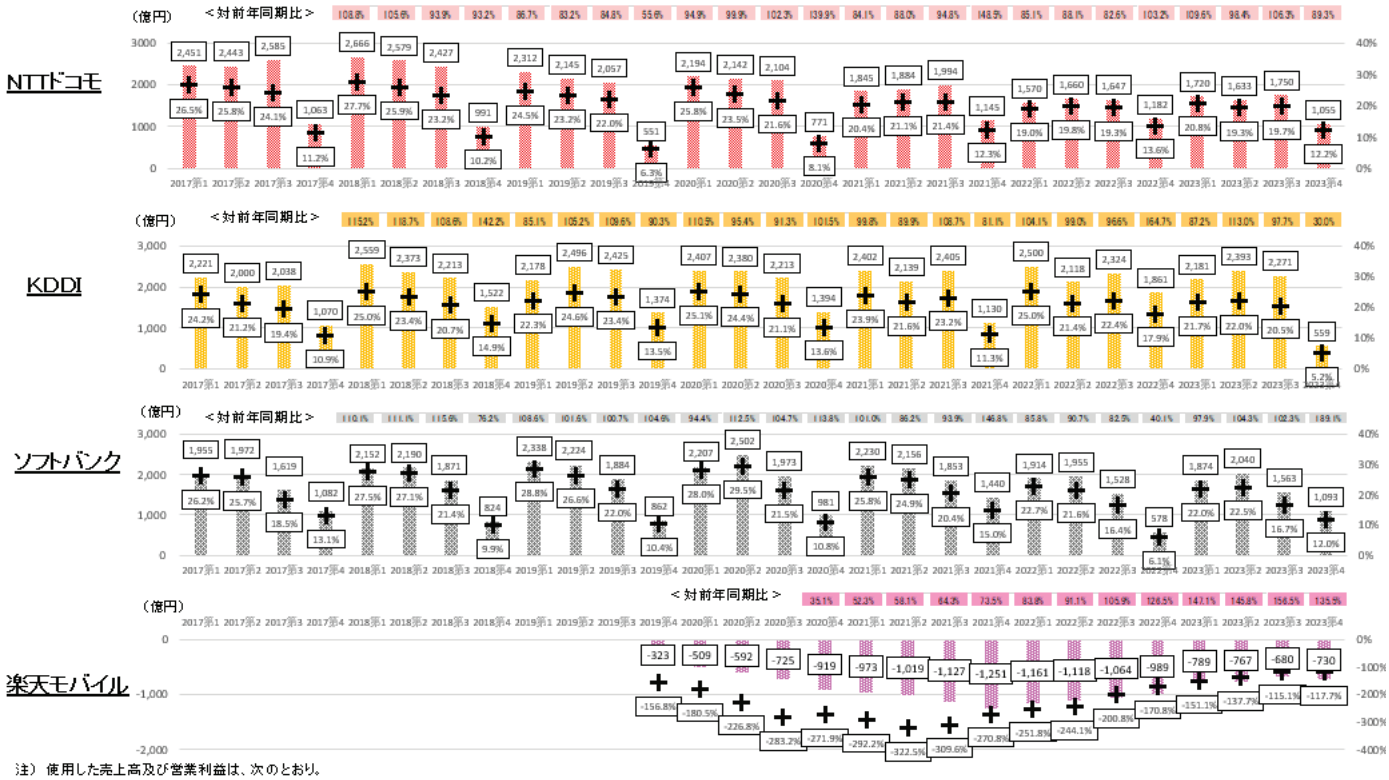
通信事業に係る売上高の推移（MNO4者・四半期）



注）使用した売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2017年度～2020年度は通信事業に係るもの。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの
【KDDI】　2017年度はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度以降はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの
【ソフトバンク】　2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】　2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2019年度第4四半期分より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2020年第1四半期の売上高をもって2019年度第4四半期の売上高としている。（翌期以降についても同様。）

出典：各社決算資料

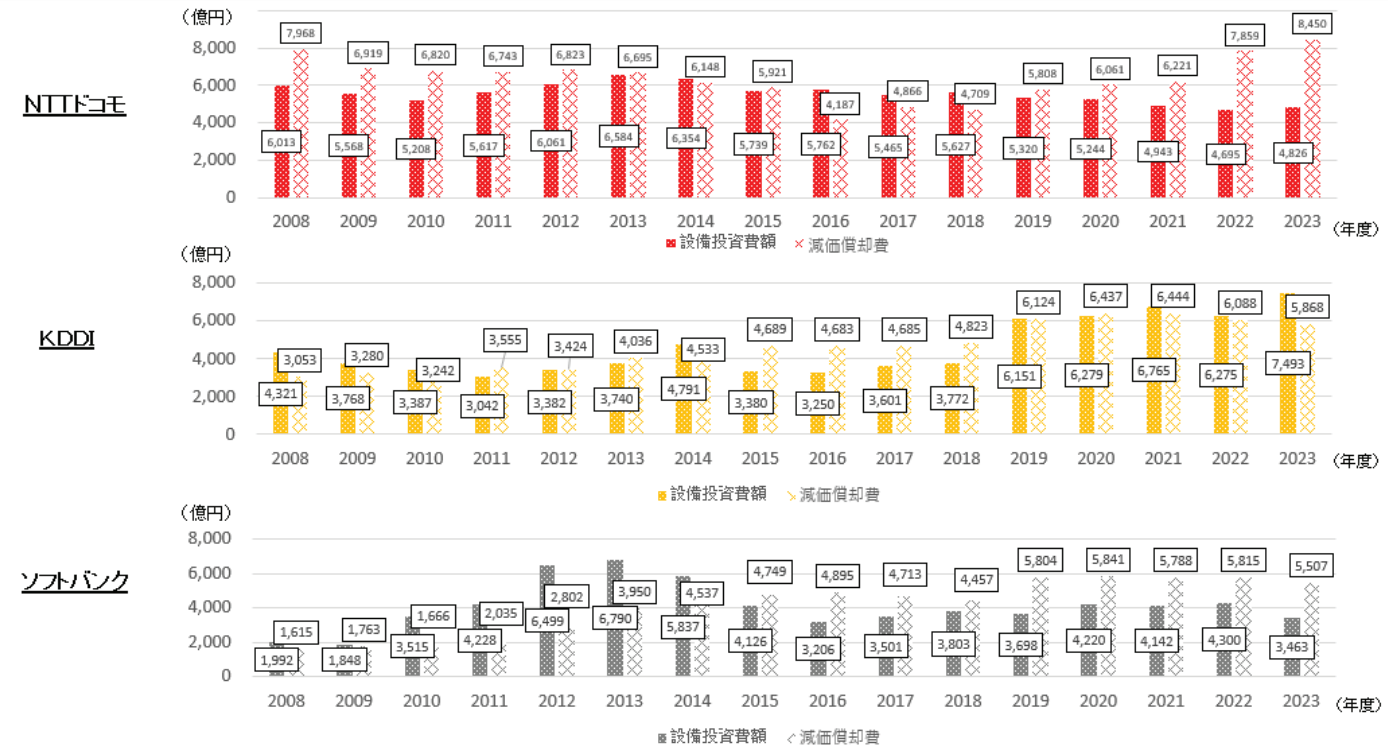
通信事業に係る営業利益及び売上高営業利益率の推移（MNO4者・四半期）



注）使用した売上高及び営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】　2017年度～2020年度は通信事業に係るもの。2022年度以降は再編後のNTTドコモグループのコンシューマ通信に係るもの
【KDDI】　2017年度はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。
2018年度～2021年度は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。2022年度以降はパーソナルセグメントからマルチブランド付加価値ARPU収入を引いたもの
【ソフトバンク】　2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）に係るもの（固定等含む）。
【楽天モバイル】　2019年から移動体通信事業者としてのサービスを開始したため、2019年度第4四半期分より記載。なお、楽天モバイルは、1月から12月を事業年度としているため楽天モバイルにおける2020年第1四半期の売上高をもって2019年度第4四半期の売上高としている。（翌期以降についても同様。）

出典：各社決算資料

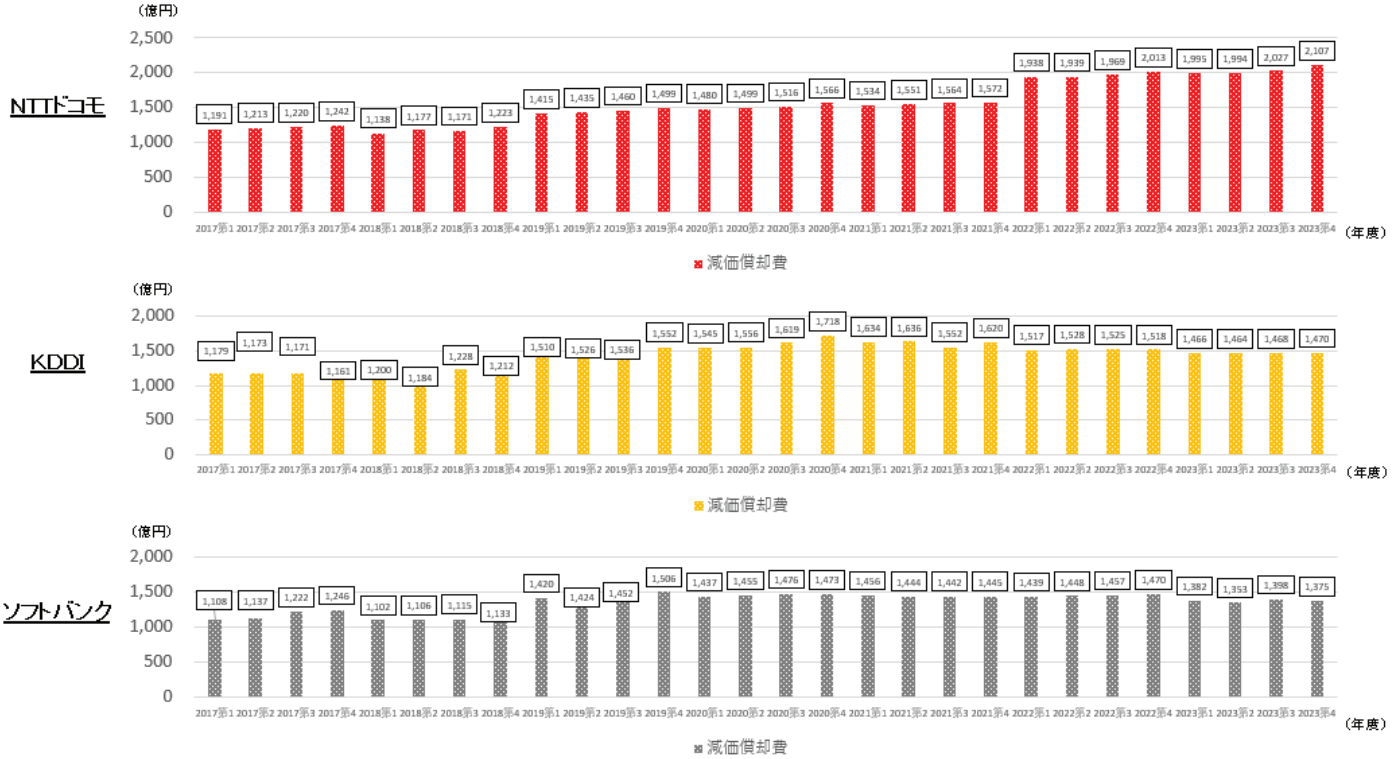
通信事業に係る設備投資額及び減価償却費の推移（MNO3者）



注） 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業（固定等含む）に係るもの。
2017年度～2021年度は、設備投資額は通信事業（固定等含む）に係るもの、減価償却費は連結。2022年度は、設備投資額はコンシューマ通信のかかるもの、減価償却費はNTTドコモグループに係るもの。
【KDDI】 2018年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。
2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。2019年度以降の設備投資額は連結。
【ソフトバンク】2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業（固定等含む）に係るもの。2017年度から2021年度までは、設備投資額は連結に係るもの、減価償却費はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更。以下同じ。）（固定等含む）に係るもの。2022年度は設備投資額は設備投資額（コンシューマ・法人）と設備投資額（その他）の合計、減価償却費はコンシューマ事業及び法人事業（固定等含む）に係るもの。

出典：各社決算資料

通信事業に係る減価償却費の推移（MNO3者・四半期）

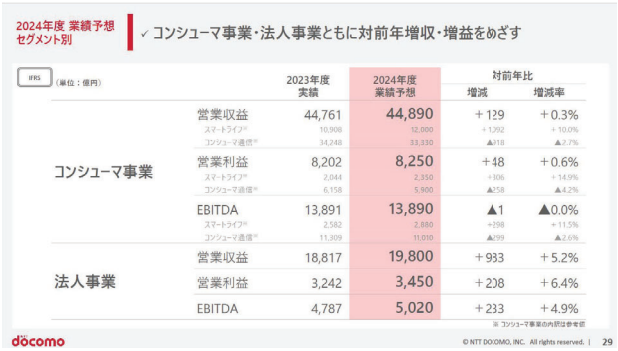


注） 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業（固定等含む）に係るもの。
2017年度～2021年度は、設備投資額は通信事業（固定等含む）に係るもの、減価償却費は連結。2022年度以降は、設備投資額はコンシューマ通信のかかるもの、減価償却費はNTTドコモグループに係るもの。
【KDDI】 2018年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。
2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度はセグメント変更あり。2019年度以降の設備投資額は連結。
【ソフトバンク】2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業（固定等含む）に係るもの。2017年度から2021年度までは、設備投資額は連結に係るもの、減価償却費はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更。以下同じ。）（固定等含む）に係るもの。2022年度以降は設備投資額は設備投資額（コンシューマ・法人）と設備投資額（その他）の合計、減価償却費はコンシューマ事業及び法人事業（2023年度からセグメント名を「法人事業」から「エンタープライズ事業」へ変更）（固定等含む）に係るもの。

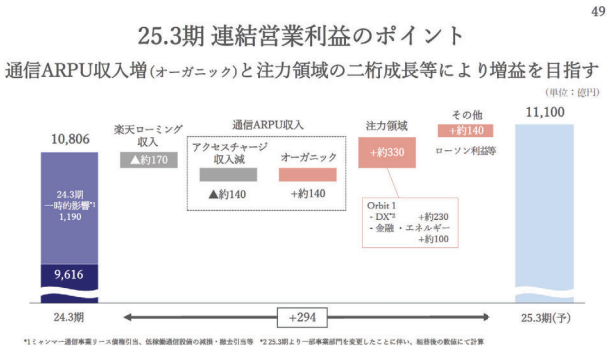
出典：各社決算資料

モバイル通信事業の業績予想（MNO4者）

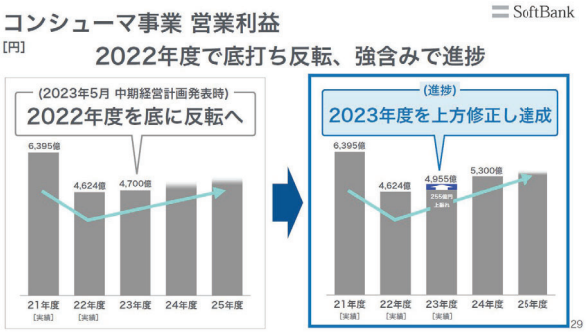
NTTドコモ



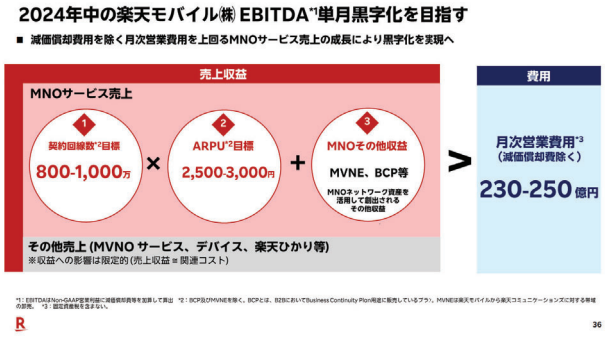
KDDI



ソフトバンク



楽天モバイル

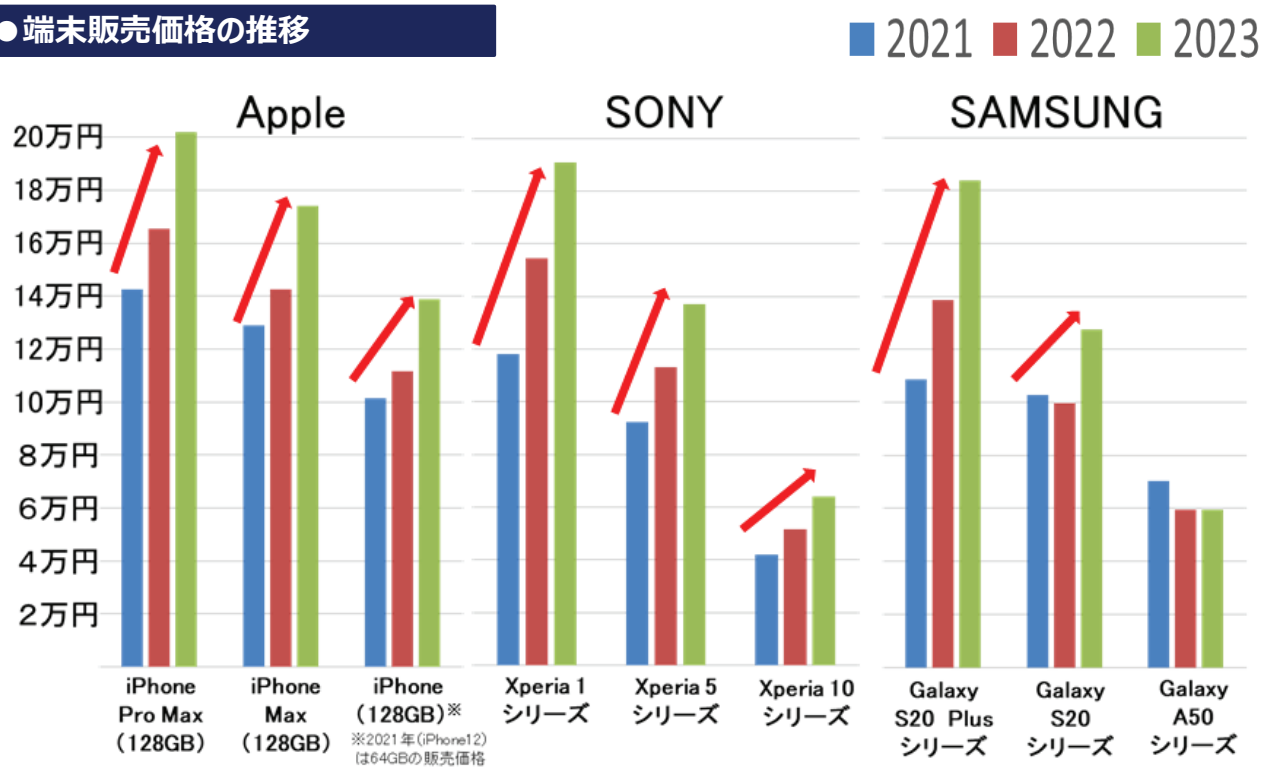


出典：各社決算報告プレゼンテーション資料

Ⅰ-２　モバイル市場の現況と分析
（２）　端末市場の動向

端末販売価格の推移

●端末販売価格の推移



出典 電気通信サービスに係る内外価格差に関する調査を基に作成（各年３月時点における最新機種の販売価格）
出典 スマートフォンシェア上位３社(出所：statcounter)

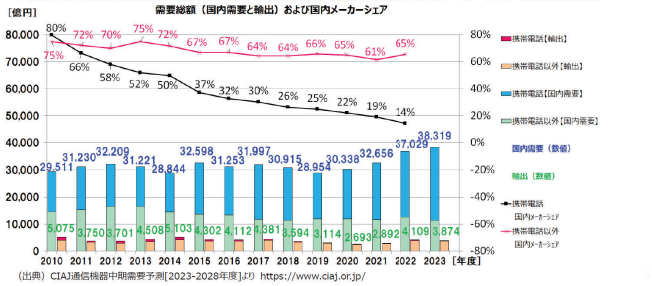
各社の資料

○ 第50回会合 CIAJ発表資料から抜粋

1. 国内通信機器市場の動向

（1）国内通信機器の需要動向

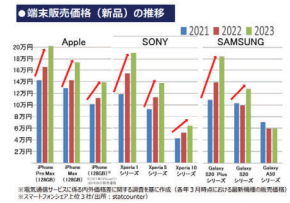
- 2023年度の通信機器の需要総額は4兆2,193億円になると予測（前年度比2.6%増）
- モバイル通信端末は2兆7,064億円（同10.2%増）端末価格が上昇して金額面では増加
- 円安や部材費高騰などの影響受け、事業縮小や撤退により、国内メーカーシェアはさらに悪化



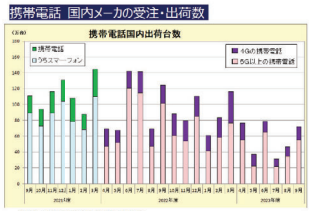
（出典）CIAJ通信機器中期需要予測(2023-2028年度)より https://www.ciaj.or.jp/

（3）国内のモバイル端末市場の動向

- コロナ禍を契機に日本のモバイルブロードバンドの通信トラフィックは、3年間で1.8倍に拡大
- 半導体不足や急激な円安による部材高騰により端末価格が上昇
- ユーザーの買い控えや買換えサイクルの長期化により、国内メーカーの出荷台数は大幅に低下



（出典）「日々の生活をより豊かにするためのモバイル市場競争促進プラン」令和5年11月総務省作成資料
https://www.soumu.go.jp/main_content/000912248.pdf



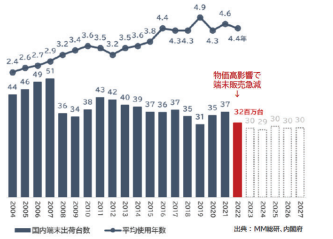
（出典）JEITA(社)携帯電話国内出荷実績
https://www.ciaj.or.jp/statistics/statistics_data/mobile_phones.html
© 2023 Communications and Information Network Association of Japan

○ 第50回会合 全携協発表資料から抜粋

端末市場の更なる活性化のための対策

課題
- 近年、端末価格が高騰傾向であり、中古端末の需要は増加。
- 国民が低廉で多様な端末を選択できるようにするため、中古端末の更なる流通促進が重要。

第48回WG・資料48-1-2（総務省）P4より



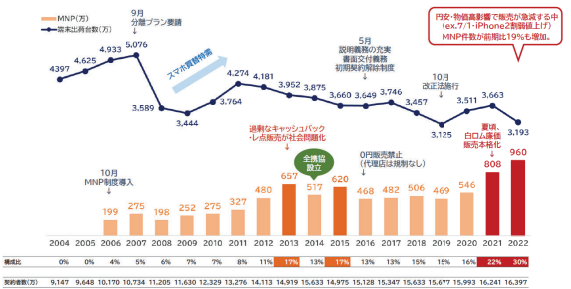
2つの対策
- 中古端末
- 新品低価格帯端末 → 次ページ

端末価格高騰の対策としては、中古端末の流通促進に加えて、新品の低価格帯端末の販売が考えられます。

All Rights Reserved. Copyright © 2023 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 5

競争を一層促進させるための施策を検討する際の留意点



この2年間は、販売代理店の経営にとって厳しい冬の時代だった。

All Rights Reserved. Copyright © 2023 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 10

国内の5Gの動向　各社の資料①

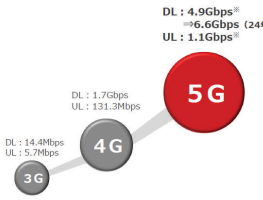
○ 第49回会合　NTTドコモ発表資料から抜粋

5Gのお客様提供価値

docomo

- 5Gのお客様提供価値は24年度以降の「更なるスループット向上」「スライシング」により最大化
- 5Gサービスの普及促進に向けては、その提供価値を広く認知されるユースケースの創出が優先事項

<ネットワーク進化イメージ>



※5G SAにて引渡とsub6を束ねる組み合わせた最大通信速度

<提供価値>

【これまで】
- スループットの向上

【24年度以降】
- 更なるスループット向上
  DL最大6.6Gbps/UL最大1.1Gbps
- スライシングによる
  ユースケース多様化への対応

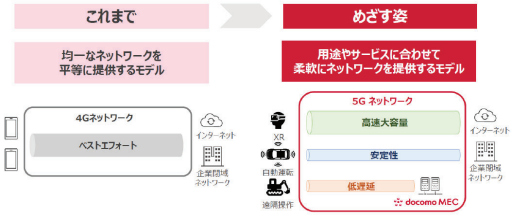
© 2023 NTT DOCOMO,INC. All Rights Reserved.

ユースケース創出に向けたスライシング技術の導入

docomo

- スライシング技術は、用途やサービスに合わせて柔軟にネットワークを提供するものであり、「5Gサービス」のユースケースの創出にあたって不可欠
- スライシングが本格的に実装・普及する場合には、一般利用者の通信環境への影響などについて、制度的なものも含めて検討が必要

<スライシング技術イメージ>



© 2023 NTT DOCOMO,INC. All Rights Reserved.

○ 第49回会合　KDDI発表資料から抜粋

1．中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策（1/3）

4

5Gはデジタル田園都市国家構想の実現に不可欠な重要なデジタル基盤
ビジネスや日常生活に革新をもたらし、日本の経済成長を支える5G普及は重要

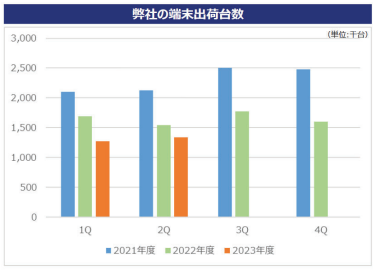


©2023KDDI

1．中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策（2/3）

5

弊社販売中のスマートフォンは全て5G対応であるが、出荷台数は大幅に減少傾向



©2023KDDI

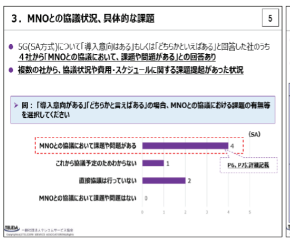
国内の5Gの動向　各社の資料②

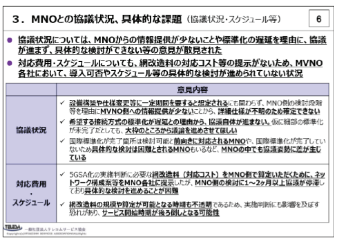
○ 第49回会合　MVNO委員会発表資料から抜粋

3．5G（SA方式）卸協議の推進

9

- 当委員会内のアンケートでは、**複数社から「MNOとの協議において課題や問題がある」との声が挙がっており**、その中でも**「情報提供が少ない」、「国際標準化の遅延を理由に協議が停滞」**等の意見が散見
- 5G（SA方式）サービスの実現に向けた協議が順調に進展しているとは言い難い状況であると認識しており、**MVNOによる5G（SA方式）サービスの開始時期が大きく遅延する可能性があることに懸念**
- MNO-MVNO間の協議状況や国際標準化の動向を注視いただきつつ、国際標準化策定の関係者に対し、**5G（SA方式）機能開放の検討状況や見込み時期等をヒアリングいただく等、協議推進に向けた取り組みを要望**





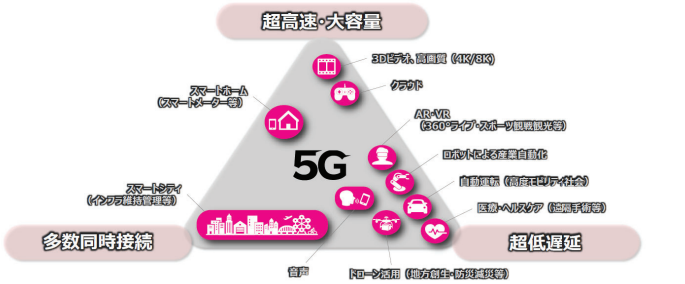
接続料の算定等に関する研究会（第69回）当委員会プレゼン資料より抜粋

TELESA 一般社団法人テレコムサービス協会

○ 第54回会合　楽天モバイル発表資料から抜粋

5Gサービスへの期待

- ✓ 通信テクノロジーは、生活基盤から産業・社会基盤へとさらなる進化を遂げている
- ✓ 5G(ミリ波)は、社会課題の解決やイノベーションの創出等を通じ、日本の経済成長への貢献が期待されている



R

3

国内の5G・ミリ波端末の動向　民間調査会社資料

スマートフォン全体に占める5G対応は99.0%、ミリ波対応は5.2%にとどまる

2023年のスマートフォン出荷は2628.6万台で前年比17.0%減少したが、通信方式別の内訳をみると５G対応がほぼ完了した一年といえるだろう。5Gスマートフォンの出荷台数は2603.1万台で市場の縮小に伴い台数は前年より減少したものの、5G対応比率は99.0%（前年比4.0ポイント増）に拡大した。

今回の統計調査では、５G専用帯域のひとつとして割り当てられているミリ波帯（日本では28GHz帯）に対応した端末の出荷台数を調査した。現在の5GネットワークはSub6といわれる6GHz未満の周波数帯を活用したサービスが主力となっている。しかし、5Gの特徴である高速大容量通信の実現にはミリ波の本格普及が必要不可欠である。このミリ波に対応した5G端末は137.6万台で増加しているものの対応比率は5.2%にとどまる。日本で発売されるiPhoneはすべてミリ波非対応モデルであることや、Androidスマートフォンの対応も高価格端末の一部に限定されているためと分析する。

ミリ波対応端末や高価格端末の普及促進が課題

2023年の総出荷台数はスマートフォンが登場した2007年以降で過去最少かつ台数も3000万台割れ、スマートフォン出荷台数は2012年以降で最少と低迷した。理由としては、①端末の機能性・耐久性・品質向上による買い替え需要の低下②フィーチャーフォン利用者減によるスマートフォンへの特別販売施策の減少③端末割引施策の縮小――と分析する。2023年12月27日に施行された電気通信事業法の省令改正により、「端末単体の割引規制」「端末の割引上限額を原則4万円（税別）」とすることが義務付けられた。その結果を受けて、すでに販売現場では大きな変化が起こっている。特に高価格帯の端末が不人気となる懸念があげられている。2023年のスマートフォン出荷に占めるミリ波対応比率は5.2%と限定的であった。日本が今後世界に誇る5G先進国として成長していくためにも、ミリ波対応端末や高価格端末を意識した普及方針について、今回の改正による影響を慎重に把握していくと同時に新たな議論が必要かもしれない。

出典：MM総研

国内の5G・ミリ波端末の動向　各社の資料

○ 第50回会合　クアルコム発表資料から抜粋

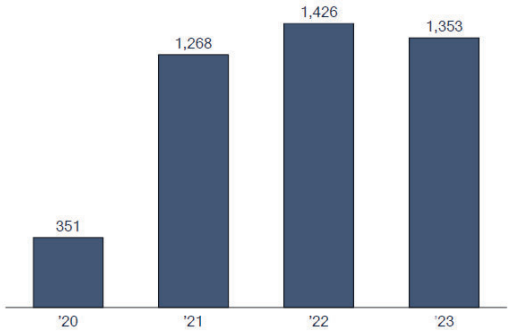
国内携帯電話市場における5G・ミリ波搭載端末（クアルコム調査）

As of 12 Dec 2023

■ミリ波搭載端末販売台数の推移

- 2023年のミリ波搭載の販売台数は約135万台（推定）

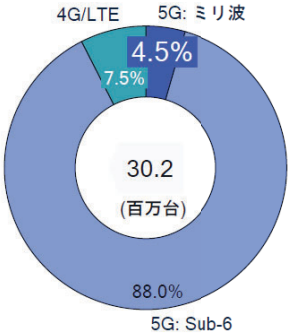
ミリ波搭載端末販売台数（千台）



■ミリ波搭載端末販売台数の割合

- ミリ波搭載端末は、2023年における携帯電話市場の販売台数の約4.5%
  米国は68%（2023年）

2023年販売台数の割合（%）



Source: QC Japan Internal analysis

Ⅱ　モバイル市場に係る課題

Ⅱ－１　中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策
（１）　ネットワーク利用制限

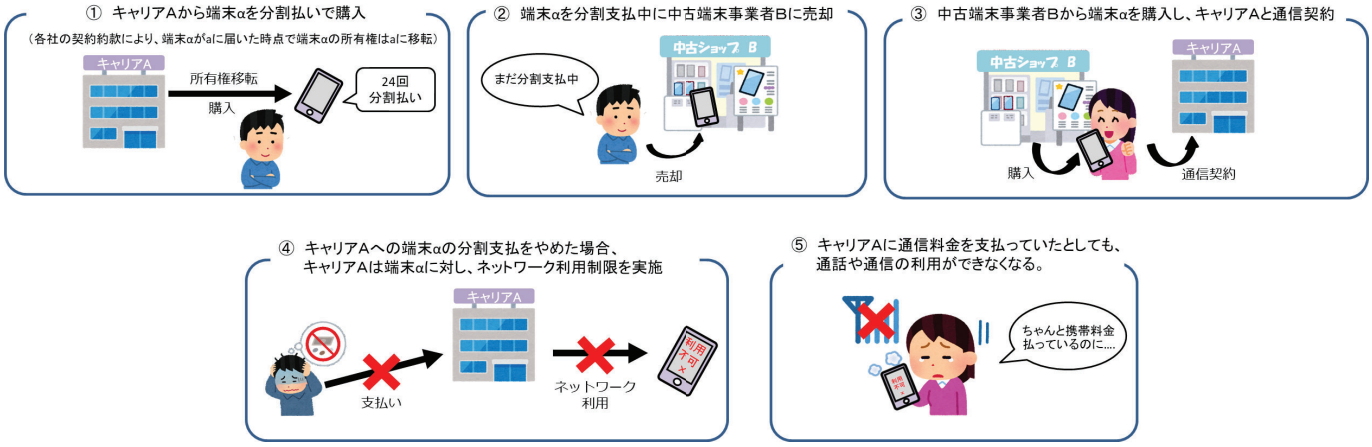
ネットワーク利用制限について

○ RMJ（一般社団法人リユースモバイル・ジャパン）が中古端末事業者に実施したアンケート調査によれば、**ネットワーク利用制限の在り方が最も大きな課題**とあげられており、**中古端末市場発展に対する大きな阻害要因**とされている。特にネットワーク利用制限の対象となる端末※のうち、**①債務不履行の端末が問題**とされている。

※ ①債務不履行の端末、②盗難等の犯罪行為で入手された端末、③不正契約で入手された端末、④補償サービスにより補償対象となった旧端末

○ 具体的には、①債務不履行の端末に関し、ネットワーク利用制限が行われた場合、次のとおり、**中古端末事業者から購入した新たな所有者は、通信料金を適切に支払っていたとしても、前所有者の瑕疵（債務不履行）により、通話通信**ができなくなる。

① a氏がキャリアＡから端末αを分割払いで購入（各社の契約約款により、端末αがa氏に届いた時点で端末αの所有権はa氏に移転）
② a氏が端末αを分割支払中に中古端末事業者Bに売却
③ 第三者b氏が中古端末事業者Bから端末αを購入し、キャリアＡと通信契約
④ a氏がキャリアＡへの端末αの分割支払をやめた場合、キャリアＡは端末αに対し、ネットワーク利用制限を実施
⑤ 第三者b氏が、キャリアＡに通信料金を支払っていたとしても、通話や通信の利用ができなくなる。



ネットワーク利用制限の類型の割合

○ キャリアが2022年度に実施したネットワーク利用制限の件数を合算し類型別の割合を算出したところ、債務不履行が95.8%、盗難等の犯罪行為が0.4%、不正契約が2.1%、補償サービスが1.7%であった。

ネットワーク利用制限の件数

赤枠構成員限り

2022年度	①債務不履行	②盗難等の犯罪行為	③不正契約	④補償サービス	合計
ドコモ					
KDDI					
ソフトバンク					
楽天モバイル					
合計					

出典：各社の報告をもとに作成

ネットワーク利用制限によらない債務不履行の抑制

36

○ 楽天モバイルは、分割払いの支払方法を「クレジットカード払い」のみとすることで未納発生を抑制している。

楽天モバイル発表資料

ネットワーク利用制限の見直し検討可能性

✓ 不正取得された端末の二次流通、及び中古端末事業者や利用者への注意喚起等の効果があると認識
✓ 債務不履行を理由としたネットワーク利用制限については、端末の所有権が当社にないこと、他の手段により未納発生を抑制できていることから、見直し検討は可能と考える

ネットワーク利用制限端末の照会結果

照会結果	○	△	×	―
内容	・ネットワークを問題なく利用できる	・ネットワークを問題なく利用できるが、今後利用制限の対象となる可能性がある ・分割支払金のお支払い中 お支払い完了 残債の未納等	・利用制限が掛かっており利用できない ①債務不履行 ②盗難等の犯罪行為 ③不正契約 ④補償サービスの悪用	・IMEI(製造番号)が確認できない

債務不履行の場合については、
❶ 端末の所有権が購入者に移転している
❷ 分割払いの支払方法を「クレジットカード払い」のみとすることで未納発生を抑制

▶ 債務不履行の場合について 見直し検討は可能

R 6

出典：本WG（第53回）（2024年３月13日）資料53-２-４（楽天モバイル発表資料）

端末の所有権等について

37

【分割支払中の端末について】

○ **端末を割賦販売（購入）契約した場合**、各キャリアの契約約款により、**端末の所有権を、端末の引渡し時に、購入者に移転。**

⇒ **分割支払中でも、端末購入者は、**法令の制限内において、**端末を中古端末事業者に売却する権利を有している。**（民法第206条）
また、当該端末を**中古端末事業者から購入した者は**当該端末の**所有権を有しており**、端末を**使用する権利を有している。**

【盗品等端末について】

○ 盗品等端末について、窃盗者等は中古端末事業者に売却する権利は有していないが、一方で、民法では、端末等の動産について、取引行為によって売買され、善意であり・過失がないとき等であれば、購入者は即時に当該動産を行使する権利が発生するとされている。（民法第192条）

○ また、端末等が盗品であった場合、購入者が一般の店舗等において善意で買ったものであれば、被害者（盗まれた元の所有者）は、盗難から2年以内は当該動産の返還請求が可能であり現所有者はその返還を拒めないが、ただし、被害者は現所有者が当該物品を手に入れるために支払った代金を弁償する必要があるとされている。（民法第193条・第194条）

【裁判例】

○ ネットワーク利用制限と所有権の侵害に関する裁判例（大阪高判平成22年12月3日（平成22年（ネ）第2249号）※）では、端末を購入しても、キャリアとの間で通信サービス契約を締結しなければ端末を通信又は通話に利用することができないのは明らかであるから、**端末を通信又は通話に利用することが、端末の所有権の内容となっているなどということはできない。**したがって、**ネットワーク利用制限は所有権を侵害するものとはいえない**とされている。

※ 平成24年6月8日：最高裁、上告不受理決定（最高裁第二小法廷平成23年（受）第444号）

端末の所有権等について

38

	割賦販売（購入）契約約款
ドコモ	●割賦販売契約約款 （指定商品の引渡しおよび所有権の移転） 第6条　指定商品は、本契約成立後、当社所定の本契約の申込画面または交付書面（以下、総称して「交付書面等」といいます）に記載する時期に当社から契約者に引渡しされるものとし、指定商品の現実の引渡しが完了したときに**指定商品の所有権が当社から契約者に移転**するものとします。
KDDI	●個品割賦販売契約約款 （商品の引渡し及び所有権の移転） 第5条 商品は、個品割賦販売契約成立後、本申込書記載の時期に当社から購入者に引渡されるものとし、商品の現実の引渡しが完了したときに商品の**所有権が当社から購入者に移転**するものとします。 2 商品の**所有権の移転前においては、**購入者は、当該商品を担保に供し、**譲渡し、又は転売することができない**ものとします。
ソフトバンク	●個品割賦購入約款 第2条（商品の引渡しおよび所有権の移転） 商品は、本契約成立後、直ちに購入者に引渡され、**引渡し時に所有権が移転**するものとします。ただし、Airターミナル、でんわユニットの所有権は購入者が商品を受領したことをソフトバンクが確認した日をもって購入者に移転するものとします。なお、購入者は、商品の**所有権移転前においては、商品を担保に供し、譲渡し、又は転売することができない**ものとします。
楽天モバイル	●割賦販売契約約款 第４条　（商品の引渡しおよび所有権の移転） １．当社は、本契約成立後、対象商品を当社所定の方法によりお客様に引渡すものとし、対象商品の現実の引渡しが完了した時に対象商品の**所有権が当社からお客様に移転**するものとします。 ２．お客様は、商品の**所有権の移転前においては、**当該商品を担保に供し、**譲渡し、または転売することができない**ものとします

出典：各社ＨＰ

●民法（明治29年法律第８９号）

（即時取得）

第百九十二条　取引行為によって、平穏に、かつ、公然と動産の占有を始めた者は、善意であり、かつ、過失がないときは、即時にその動産について行使する権利を取得する。

（盗品又は遺失物の回復）

第百九十三条　前条の場合において、占有物が盗品又は遺失物であるときは、被害者又は遺失者は、盗難又は遺失の時から二年間、占有者に対してその物の回復を請求することができる。

第百九十四条　占有者が、盗品又は遺失物を、競売若しくは公の市場において、又はその物と同種の物を販売する商人から、善意で買い受けたときは、被害者又は遺失者は、占有者が支払った代価を弁償しなければ、その物を回復することができない。

（所有権の内容）

第二百六条　所有者は、法令の制限内において、自由にその所有物の使用、収益及び処分をする権利を有する。

●裁判例（大阪高判平成22年12月3日（平成22年（ネ）第2249号））※ 平成24年6月8日：最高裁、上告不受理決定（最高裁第二小法廷平成23年（受）第444号）

控訴人は、本件利用制限措置により、本件端末を使用して通信ないし通話ができなくなったことから、同措置は本件端末の所有権を侵害する不法行為であると主張する。しかしながら、本件端末を購入しても、被控訴人との間で３G通信サービス契約を締結しなければ、本件端末を通信又は通話に利用することができないのは明らかであるから、本件端末を通信又は通話に利用することが、端末の所有権の内容となっているなどということはできない。したがって、本件利用制限措置は、控訴人の所有権を侵害するものとはいえないから、控訴人の所有権侵害による不法行為に基づく損害賠償請求は、その主張自体が理由がないことが明らかである。

電気通信事業法による業務改善命令

39

○　電気通信事業法では、電気通信事業者等の業務の方法等が不適切に行われていると認めるときは、**利用者の利益や公共の利益を確保するために、総務大臣が電気通信事業者等に対し、業務の方法の改善等を命ずること（業務改善命令）ができる**としている。（電気通信事業法第29条）

○　具体的には、例えば、

・　電気通信役務の**提供条件が電気通信回線設備の使用の態様を不当に制限するものであるとき**（同条第１項第７号）に業務改善命令を行うことが可能であり、**利用者の責に帰すべき事由などの合理的な理由なく、利用停止など利用を制限しているとき**が該当する

・　事業の運営が適正かつ合理的でないため、**電気通信の健全な発達又は国民の利便の確保に支障が生ずるおそれがあるとき**（同項第12号）に業務改善命令を行うことが可能である

とされている。

●電気通信事業法（昭和59年法律第86号）

（業務の改善命令）

第二十九条　総務大臣は、次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、電気通信事業者に対し、利用者の利益又は公共の利益を確保するために必要な限度において、業務の方法の改善その他の措置をとるべきことを命ずることができる。

二～六　（略）

七　電気通信事業者が提供する電気通信役務に関する提供条件が電気通信回線設備の使用の態様を不当に制限するものであるとき。

八～十一　（略）

十二　前各号に掲げるもののほか、電気通信事業者の事業の運営が適正かつ合理的でないため、電気通信の健全な発達又は国民の利便の確保に支障が生ずるおそれがあるとき。

２　（略）

Ⅱ-１　中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策
（２）　不良在庫端末特例

一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会発表資料

不良在庫基準見直しの必要性

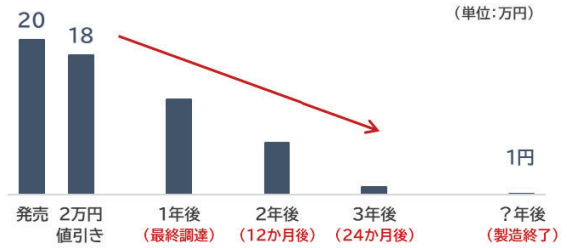
［現行ルール］

製造事業者による製造の状況	同一の機種の最終調達日からの経過期間	利益の提供の額の上限
中止されていないもの	24 か月	対照価格の半額に相当する額
中止されたもの	12 か月	対照価格の半額に相当する額
	24 か月	対照価格の8割に相当する額

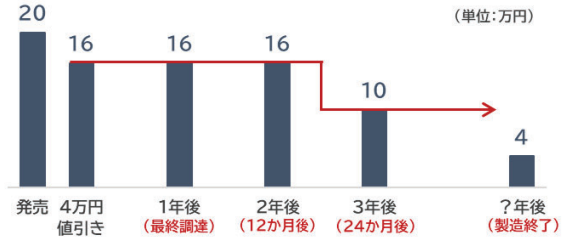
製造終了した端末は最終調達価格が下がらず、対照価格も下がらない。

新ルールにより白ロム割を規制に加えることにあたり、経年の市場価値低下を踏まえた不良在庫基準への見直しが必要ではないか。

『経年で端末の市場価値は低下』
（従来は白ロム割で市場価値に対応してきた。）



改正後（販売機会を逃し、廃棄損を発生させる可能性。）

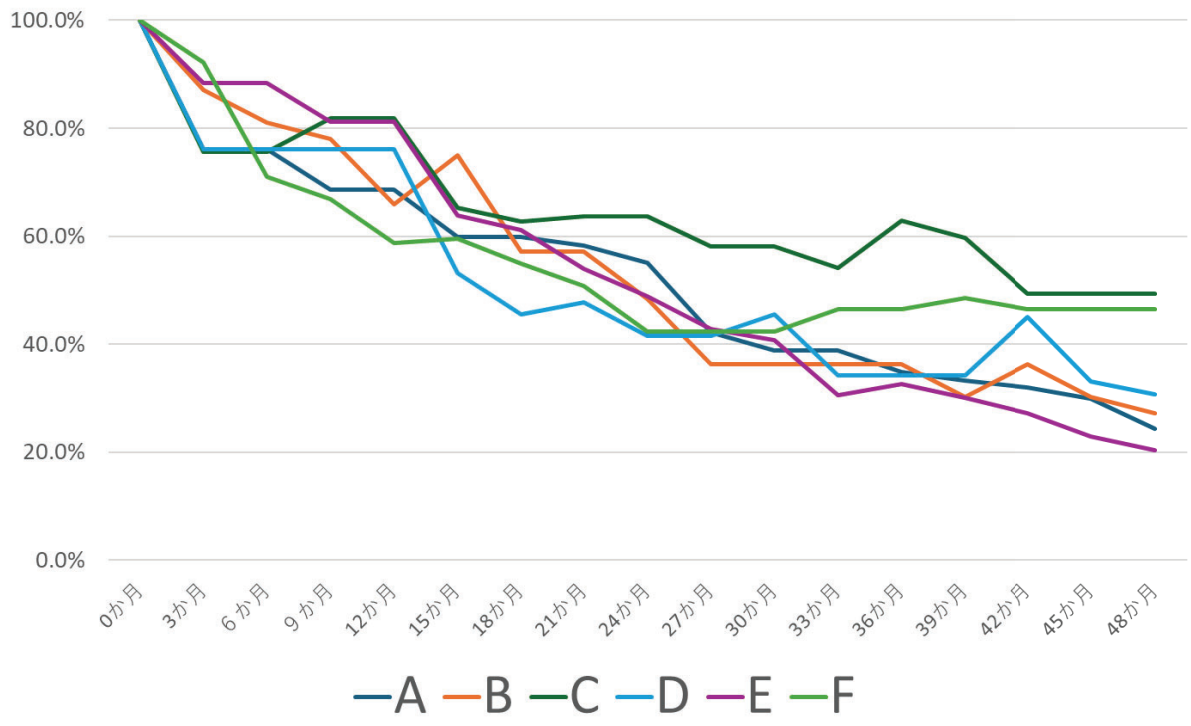


在庫はキャリアだけでなく、主には営業利益率数%しかない販売代理店の店頭にあります。

出典：本WG（第50回）（2023年12月22日）資料50-２（全携協発表資料）

端末価格の下落率の推計

42



北構成員の調査※を基に総務省が作成
※　キャリアの販売当初価格の平均値と中古端末販売事業者１者の販売価格から算出

主な端末の最終調達日までの期間

43

機種	最初の調達日から最終調達日までの期間（単位：月）
平均	11.8
iPhone14 Pro Max	
iPhone14 Pro	
iPhone14 Plus	
iPhone14	
iPhone13 Pro Max	
iPhone13 Pro	
iPhone13	
iPhone13 mini	
iPhone12 Pro Max	
iPhone12 Pro	
iPhone12	
iPhone12 mini	
iPhone11 Pro Max	
iPhone11 Pro	
iPhone11	
Galaxy Z Filp5	
Galaxy Z Filp4	
Galaxy Z Filp3 5G	
Galaxy A21	
Galaxy A20	

赤枠構成員限り

Xperia 5 V	
Xperia 5 IV	
Xperia 5 III	
Xperia 5 II	
Xperia 5	
AQUOS sense8	
AQUOS sense7	
AQUOS zero6	
AQUOS sense4	
AQUOS sense3	
Google Pixel 8	
Google Pixel 7	
Google Pixel 6	
Google Pixel 5	
Google Pixel 4	
arrows N	
arrows ケータイ ベーシック	
arrows Be4 Plus	
arrows Be4	
arrows Be3	

出典：キャリアからの報告を基に総務省が作成

Ⅱ-１　中古端末を含む端末市場の更なる活性化のための対策
（３）　ミリ波対応端末

ミリ波の利用動向（5GビジネスデザインWG報告書（2023年7月公表）から抜粋）

第１章　５Gビジネスの現状と課題

１－２．ワイヤレスビジネスの果たす役割の拡大

○ **移動通信トラヒックの観点からも、５Ｇの利用は重要である。トラヒックは、足もとで年間約 1.3 倍のペースで増加しており、今後も爆発的な増加が見込まれている。新たなサービスやコンテンツが出現した場合には、更にトラヒックが増加する可能性も指摘**されている（図表 10）。

○ このようなトラヒックの増加に対応するためには、広い帯域幅が確保できる高周波数帯の活用も含めて、５Ｇの一層の普及が必要であると考えられる。

１－４－３　ミリ波の利用に係る動向

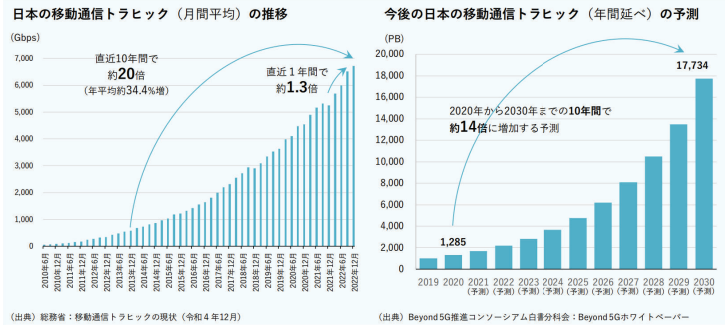
○ 我が国に限らず、諸外国においても、ミリ波の利用は模索されている状況であり、商用展開が開始されている国は31か国にとどまっている（図表18）。

○ 直進性が強く、伝搬距離も短いミリ波は、エリア構築が困難であることがしばしば指摘される。一方で、**増加を続ける移動通信トラヒックへの対応や、５Ｇの特長を活かしたサービスを実現する観点からは、広い帯域幅を確保できるミリ波が果たす役割は大きい**。また、**ホットスポット等に戦略的にミリ波を置局することができれば、高い経済・エネルギー効率性でネットワークを構築することが可能**となるとの指摘もなされている[8]。

○ 産業界の期待も大きく、2023年1月には、ミリ波の普及促進を図り、我が国のミリ波に関する国際的なイニシアティブを発揮することを目的として、「ミリ波普及推進アドホック」が５Ｇモバイル推進フォーラム（5GMF）内に設立された。

○ 世界的にも、GSM Association（GSMA）等を中心に、ミリ波の利用に向けた議論が進展している。また、**各国の携帯電話事業者において、今後注力する周波数帯としてミリ波の存在感が高まっており（図表19）、今後、市場規模が拡大することが見込まれている**[9]。

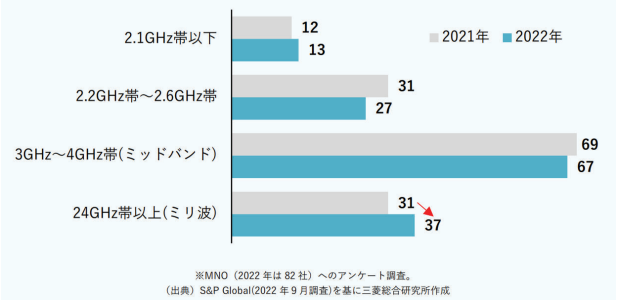
図表 10　移動通信トラヒックの推移



（出典）総務省：移動通信トラヒックの現状（令和４年12月）

（出典）Beyond 5G推進コンソーシアム白書分科会：Beyond 5Gホワイトペーパー

図表 19　各国携帯電話事業者が今後注力する周波数帯



※MNO（2022 年は 82 社）へのアンケート調査。
（出典）S&P Global(2022 年 9 月調査)を基に三菱総合研究所作成

5Gビジネス拡大の意義（5GビジネスデザインWG報告書（2023年7月公表）から抜粋）

第２章　５Ｇビジネスデザイン　２－１－１　５Ｇビジネス拡大の意義　２－１－１－３　考え方

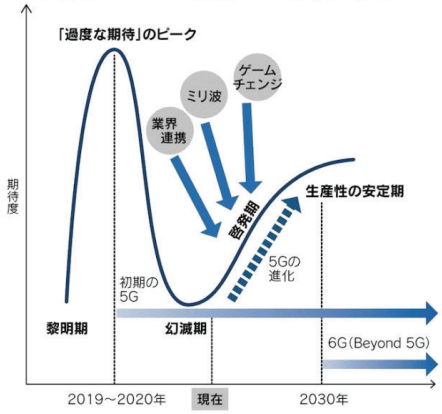
○　５Ｇは、「デジタル田園都市国家構想」の実現に必要不可欠なインフラであり、地方も含めた社会課題の解決や、イノベーションの創出等を通じて、人口減少や少子高齢化により縮小傾向にある我が国の経済成長に貢献することが期待されている。

○　他方で、**５Ｇは、我が国で2020年に商用化されたものの、多くの国民は、５Ｇの特長（超高速、超低遅延、多数同時接続）による利便性を実感できていない状況にあり、幻滅期を脱しきれていない**（図表 71）。このため、今後、**2020 年代後半にかけて、国民が５Ｇの利便性を実感できる形で、５Ｇをビジネスとして社会に実装させていくことが重要**である。

○　また、**５Ｇビジネスは、我が国だけでなく、世界各国においても模索しているところ、世界に先駆けて５Ｇビジネスを確立することにより、我が国の優位性を確保していくことが必要**である。加えて、**国際的なプレゼンスを向上させることは、Beyond 5G も含めた中長期的な国際競争力の強化に貢献するのみならず、我が国の経済安全保障の確保にもつながることは欠かせない視点**である。

○　なお、５Ｇビジネスの中でも、**特に、ミリ波等の高い周波数帯を活用したビジネスについては、様々な社会課題を有した過密都市から過疎地までの幅広いフィールド、部品競争力や製造業を中心とした競争優位な産業群など、我が国において、ビジネス拡大に有利な土台を有しており、今後、一層注力すべき分野**であると考えられる。

図表 71　５Ｇ技術への評価の推移



（注）米ガードナーの「ハイプ・サイクル」図を参考
（出典）資料１－２ 森川主査提出資料

5Gビジネスの全体像（5GビジネスデザインWG報告書（2023年7月公表）から抜粋）

第１章　５Ｇビジネスの現状と課題　１－３　５Ｇビジネスの全体像

○　**我が国の経済・社会にとって、５Ｇが果たす役割は大きい。**しかしながら、**５Ｇに係るインフラ整備、機器・端末、そして、ユースケースがそれぞれ「鶏と卵」の関係となり、ビジネスが十分に進展しているとはいえない状況**となっているところ、これをいかに発展させていくかが課題である（図表 11）。

○　**「鶏と卵」の関係については、５Ｇの特長である「超高速通信」を可能とするミリ波等の高い周波数帯において、この傾向が顕著**である。

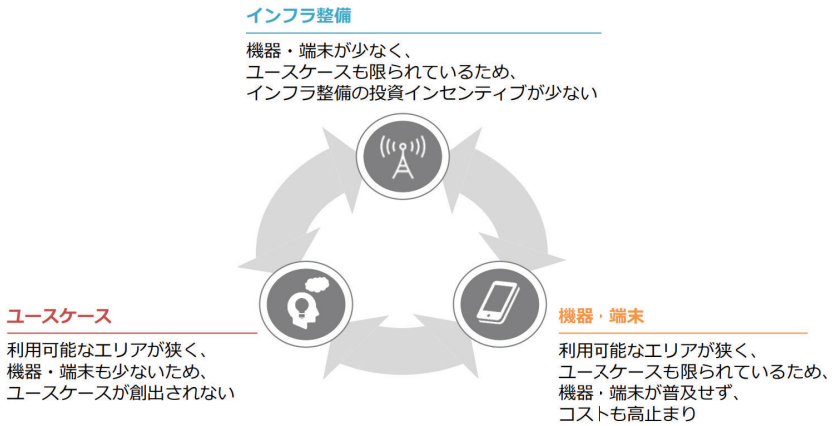
○　このような周波数帯は、利用に高度な技術やノウハウが必要であることに加えて、機器・端末のコストが高いことや、従来のビジネスモデルが適用できないことなどがボトルネックになり、利活用が十分に進んでいない。また、これまでに様々な研究開発や実証等が行われてきたが、ミリ波を活かしたサービスが商用化まで至った事例は限られているのが現状である。

○　他方、**今後も大幅な増加が見込まれる通信トラヒックや、将来的な新サービスに対応するためには、このような周波数帯の活用は必須であるとの指摘も多い。**

第２章　５Ｇビジネスデザイン　２－１－２．５Ｇビジネスデザインのフレームワーク　２－１－２－３．考え方

○　**現在「鶏と卵」の関係に陥っている、「インフラ整備」、「機器・端末の普及」、「ユースケースの創出」を一体的に進め、好循環を生み出すことにより、今後、2020 年代後半にかけて、国民が５Ｇの利便性を実感できる形で、５Ｇをビジネスとして社会に実装させていくことが重要である**（図表 72）。

図表 11　鶏と卵の関係に陥っている５Ｇビジネス



ミリ波普及の意義

森川東京大学大学院教授発表資料

- ✓ 真の5Gを体験する新サービス創出のためにはミリ波が必須
- ✓ 割当周波数の半分以上がミリ波であり、高トラヒックな新サービスや高トラヒックエリアではミリ波の活用が不可欠
- ✓ ミリ波対応端末の普及はミリ波対応端末以外の利用者にも恩恵が及ぶスピルオーバー効果あり
- ✓ ミリ波は6G・7Gの前哨戦であり、6G・7Gでの市場獲得に向けてミリ波での知見が必須。ミリ波の活用が将来の情報通信産業の発展の帰趨を握る可能性あり
- ✓ ミリ波はインフラ整備、機器端末、ユースケースの鶏と卵の関係にあり、その好循環を創出することが重要

大局的な見地から政策を総動員し、
ミリ波の普及を後押しすることが重要

Hiroyuki Morikawa | The University of Tokyo 20

出典：本WG（第54回）（2024年３月28日）資料54-３（森川東京大学大学院工学系研究所･教授発表資料）

国内の5G･ミリ波端末の動向　民間調査会社資料

スマートフォン全体に占める5G対応は99.0%、ミリ波対応は5.2%にとどまる

2023年のスマートフォン出荷は2628.6万台で前年比17.0%減少したが、通信方式別の内訳をみると５G対応がほぼ完了した一年といえるだろう。5Gスマートフォンの出荷台数は2603.1万台で市場の縮小に伴い台数は前年より減少したものの、5G対応比率は99.0%（前年比4.0ポイント増）に拡大した。

今回の統計調査では、５G専用帯域のひとつとして割り当てられているミリ波帯（日本では28GHz帯）に対応した端末の出荷台数を調査した。現在の5GネットワークはSub6といわれる6GHz未満の周波数帯を活用したサービスが主力となっている。しかし、5Gの特徴である高速大容量通信の実現にはミリ波の本格普及が必要不可欠である。このミリ波に対応した5G端末は137.6万台で増加しているものの対応比率は5.2%にとどまる。日本で発売されるiPhoneはすべてミリ波非対応モデルであることや、Androidスマートフォンの対応も高価格端末の一部に限定されているためと分析する。

ミリ波対応端末や高価格端末の普及促進が課題

2023年の総出荷台数はスマートフォンが登場した2007年以降で過去最少かつ台数も3000万台割れ、スマートフォン出荷台数は2012年以降で最少と低迷した。理由としては、①端末の機能性・耐久性・品質向上による買い替え需要の低下②フィーチャーフォン利用者減によるスマートフォンへの特別販売施策の減少③端末割引施策の縮小――と分析する。2023年12月27日に施行された電気通信事業法の省令改正により、「端末単体の割引規制」「端末の割引上限額を原則4万円（税別）」とすることが義務付けられた。その結果を受けて、すでに販売現場では大きな変化が起こっている。特に高価格帯の端末が不人気となる懸念があげられている。2023年のスマートフォン出荷に占めるミリ波対応比率は5.2%と限定的であった。日本が今後世界に誇る5G先進国として成長していくためにも、ミリ波対応端末や高価格端末を意識した普及方針について、今回の改正による影響を慎重に把握していくと同時に新たな議論が必要かもしれない。

出典：MM総研

国内の5G･ミリ波端末の動向　各社の資料

50

○ 第50回会合　クアルコム発表資料から抜粋

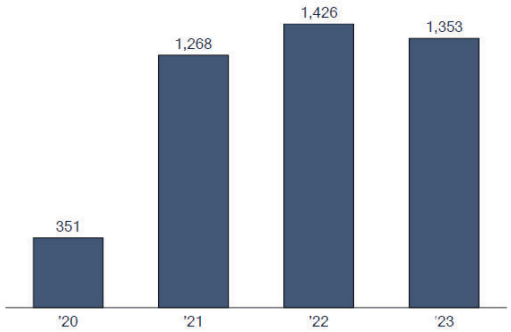
国内携帯電話市場における5G・ミリ波搭載端末（クアルコム調査）

As of 12 Dec 2023

■ミリ波搭載端末販売台数の推移

- 2023年のミリ波搭載の販売台数は約135万台（推定）

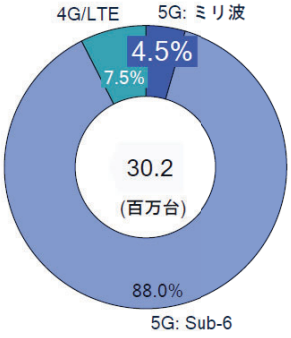
ミリ波搭載端末販売台数（千台）



■ミリ波搭載端末販売台数の割合

- ミリ波搭載端末は、2023年における携帯電話市場の販売台数の約4.5%
  米国は68%（2023年）

2023年販売台数の割合（%）



Source: QC Japan Internal analysis

ミリ波対応端末の価格差

51

日本でミリ波対応･ミリ波非対応端末が販売されているものの価格差　⇒　平均約1.7万円　（税抜）

機種名称		発売時の端末価格	差異
Aquos R8 Pro	ミリ波対応	190,000	15,890
	ミリ波非対応	174,110	
Xperia 1 V	ミリ波対応	194,964	17,964
	ミリ波非対応	177,000	
Xperia 1 IV	ミリ波対応	176,740	17,740
	ミリ波非対応	159,000	

Ⅱ-２　モバイル市場の競争を一層促進させるための実効性の高い対策
（１）　指定対象事業者の見直し

2023年春以降各社が発表した主なプラン

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

○ **ドコモ・KDDI・SBの新プランは**一概ではないが、一部には**基本料金（セット割引なし）や通話オプションの価格の上昇も見られる。**

●これまでの料金プラン

NTTドコモ	５Gギガホプレミア	５Gギガライト
開始時期	2021年４月１日	2020年３月25日
月間通信容量	無制限	１GB～７GB
基本月額料金※１	6,650円	3,150円～6,150円
月額最安料金※２	4,480円	1,980円～3,980円
通話オプション	＋700円（５分通話無料）※３	
備考	３GB以下の場合▲1,500円	

KDDI（UQ mobile）	くりこしプラン＋５G		
	S	M	L
開始時期	2021年９月２日		
月間通信容量	３GB	15GB	25GB
基本月額料金※１	1,480円	2,480円	3,480円
月額最安料金※２	900円	1,900円	2,700円
通話オプション	＋800円（10分通話無料）		
備考			

ソフトバンク（Y!mobile）	シンプル		
	S	M	L
開始時期	2021年２月18日		
月間通信容量	３GB	15GB	25GB
基本月額料金※１	1,980円	2,980円	3,780円
月額最安料金※２	900円	1,900円	2,700円
通話オプション	＋700円（10分通話無料）		
備考			

●新たな料金プラン

eximo	irumo
2023年７月１日	
無制限	0.5GB/3GB/6GB/9GB
6,650円	500円/1,970円/2,570円/3,070円
4,480円	500円/800円/1,400円/1,900円
＋800円（５分通話無料）	
１GB以下の場合▲2,500円、 １GB超～３GBの場合▲1,500円	「0.5GB」プランは各種割引無し

ミニミニプラン	トクトクプラン	コミコミプラン
2023年６月１日		
４GB	15GB	20GB
2,150円	3,150円	2,980円 （セット割引無し）
980円	1,980円	
＋800円（10分通話無料）		-
	１GB以下の場合▲1,080円	１回10分以内の国内通話無料

シンプル２		
S	M	L
2023年10月３日		
４GB	20GB	30GB
2,150円	3,650円	4,650円
980円	1,980円	2,980円
＋800円（10分通話無料）		
	１GB以下の場合▲1,000円	１GB以下の場合▲2,000円

※１：通話オプション等を含まない料金で比較。※２：家族割、固定・電気等の他サービスとのセット割引、カード支払い割引等を適用した場合の料金。※３：2023年７月１日以降に申込みの場合は800円。

出典：各社HP

他事業者への乗換え・同一事業者内でのブランド等変更に係る手数料

○ **他事業者への乗換え費用**について、**ドコモ・KDDI・SB**は店頭手続の費用を**3000円から3500円に上昇。楽天モバイルは０円。**
また、**KDDIは、唯一、オンライン手続の費用を徴収（3500円）。**

① 他事業者への乗換え費用		2020年末頃まで		2023年春まで		現在	
		店頭	オンライン	店頭	オンライン	店頭	オンライン
合計費用（円）		6000	・基本 6000 ・ドコモ関連 3000	・基本 3000 ・楽天モバイル乗換え 0	・基本 0 ・KDDI（povo除く）乗換え 3000	・基本 3500 ・楽天モバイル乗換え 0	・基本 0 ・KDDI（povo除く）乗換え 3500
乗換え**元に**支払う費用（円）	ドコモ	3000	0	0	0	0	0
	KDDI	3000	3000	0	0	0	0
	SB	3000	3000	0	0	0	0
	楽天モバイル	3000	3000	0	0	0	0
乗換え**先に**支払う費用（円）	ドコモ	3000	0	3000	0	3500※	0
	KDDI（povo除く）	3000	3000	3000	3000	3500	3500
	KDDI（povo）			×	0	×	0
	SB（LINEMO除く）	3000	3000	3000	0	3500	0
	SB（LINEMO）			×	0	×	0
	楽天モバイル	3000	3000	0	0	0	0

② 同一事業者内でブランド等の変更費用		2020年末頃まで		2023年春まで		現在	
		店頭	オンライン	店頭	オンライン	店頭	オンライン
費用（円）		6000	6000	・基本 0 ・ahamo 3000※	0	・基本 0 ・ahamo 3000※	0
ドコモ ⇒	ahamo			3000※	0	3000※	0
KDDI ⇒	UQmobie	6000	6000	0	0	0	0
	povo			×	0	×	0
SB ⇒	Y!mobile	6000	6000	0	0	0	0
	LINEMO			×	0	×	0
楽天モバイル							

※ オンライン専用プランであるahamoの手続サポートを店頭で行う場合は、手数料の代わりに手続サポート費用が3000円かかる　費用は全て税抜　出典：各社HP

楽天モバイル発表資料①

対策：新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境の実現

現状

- 利用者としても**新規参入事業者の通信サービスへの乗換えには不安**があり**"きっかけ"**がないと試せない
- **チャレンジャーである当社も規律対象**であり顧客獲得に向けた効果的な施策が打てず**3MNOの寡占**が継続

目指すべき方向

- **気軽に新規参入事業者の通信サービスを試せる環境により、市場の競争が活発化**
- 魅力的なプランやサービスの登場により、利用者の日々の生活がより豊かに

対策

チャレンジングな施策により利用者が新規参入事業者の通信サービスを気軽に体験できる環境の実現

実現の例

- **規律対象について、MNO・MVNOを区別せず、「公正競争の促進」を目的とする第二種指定電気通信設備制度を参考に基準を設定することで、新規参入事業者が市場に一定程度影響を与えうるまで柔軟な施策が可能となる**

改正後(2023.12.27~)
✓ MNOとMVNOを区別し基準を設定
対象 MNO 全ての事業者
対象 MVNO シェア４％以上

目指すべき方向
✓ MNO・MVNOの区別なく基準を統一
対象 MNO・MVNO シェア10%以上（第二種指定事業者相当）

R

22

出典：本WG（第49回）（2023年12月４日）資料49-５（楽天モバイル発表資料）

楽天モバイル発表資料②

（参考）実現した場合の当社における施策方針（1/2）

規律緩和後の施策方針

➢ 新規顧客獲得に向けて当社の通信サービスを試していただくための施策を実施。
なお、過去にモバイル市場で問題視されたような第27条の３の趣旨にそぐわない施策は実施しない。

規律の趣旨

通信料金収入を原資とする過度な端末値引き等の誘引力に頼った競争慣行を根絶	期間拘束契約や高額な違約金等により、事業者・料金プランの乗換え障壁を是正

実施したい施策	新規顧客獲得に向けた通信サービスのお試し施策
	新規契約者向けに、通信サービスを体験いただく施策や体験しようと思っていただくための施策　等

（参考）実現した場合の当社における施策方針（2/2）

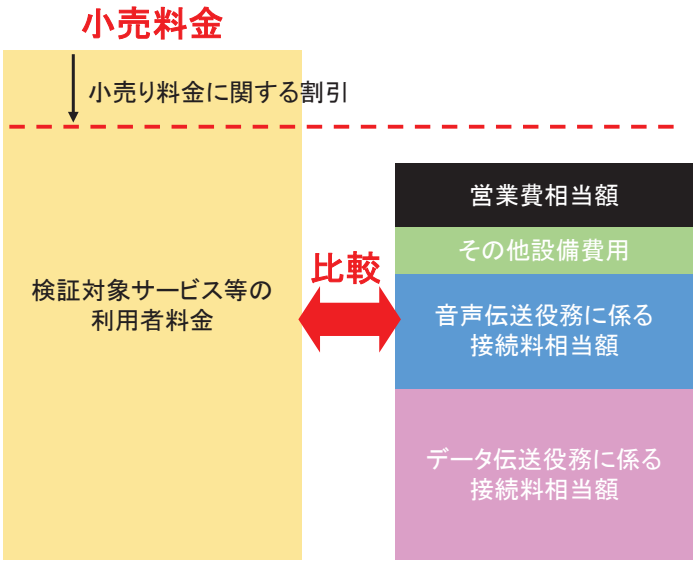
実施したい施策の例	過度な端末値引き等の観点	乗換え障壁の観点
・30日間有効の無料お試しSIMをエリア限定で配布 ・６ヵ月間の通信サービス無償体験または全額ポイントバック ・新規契約者限定で合計3万円分のポイント付与	利益提供の額は改正後の通信料金と端末代金の分離規律で認められる範囲を大幅に超えるものでない	利益提供がなされる期間は改正後の継続利用割引規律で認められる範囲を大幅に超えるものでない

出典：本WG（第49回）（2023年12月４日）資料49- 5（楽天モバイル発表資料）

スタックテストについて

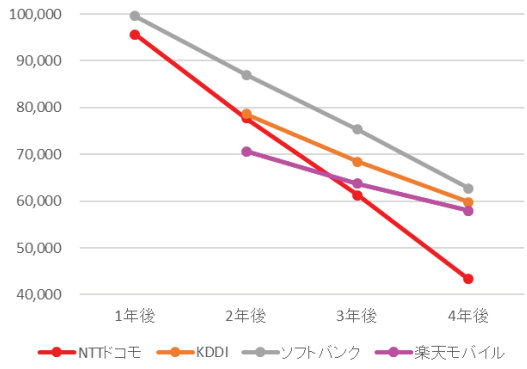
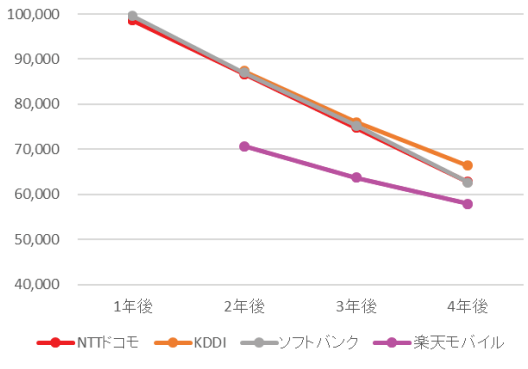
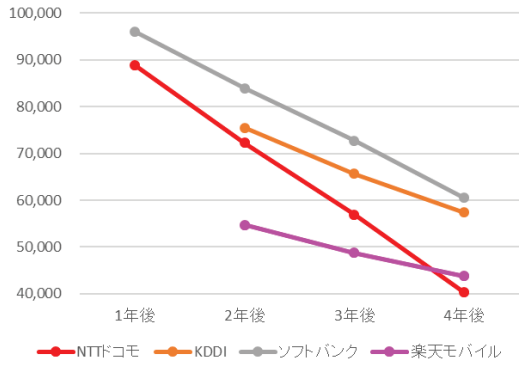
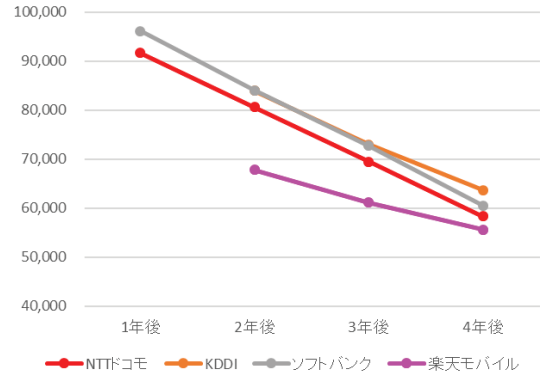
○「MNOの小売料金」と「MVNOがMNOに支払う接続料等のコスト」を比較し、**「接続料等」が「小売料金」を十分に下回っているかについて検証。**

○ 比較に当たり、**小売料金に関する割引については、利用者１人当たり割引相当額を算出し、小売料金の額から控除する**こととされている。（ただし、社会福祉を目的とする割引であって、公的機関が発行する証明書の確認を要件とするもの並びにＦＴＴＨアクセスサービス以外の通信サービス及び非通信サービス等とのセット割引を除く。）

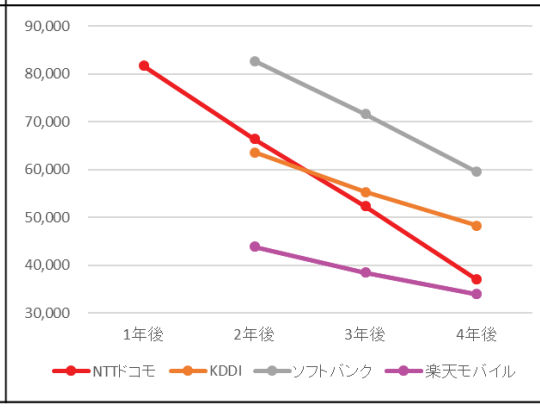
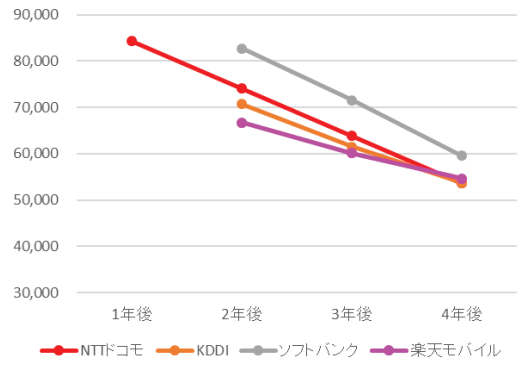


Ⅱ-３　その他モバイル市場の競争促進に資する対策
（１）　端末購入プログラム

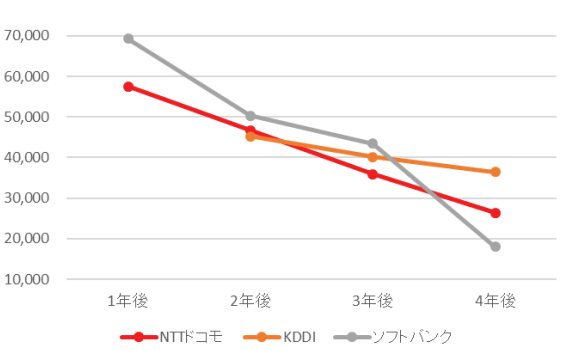
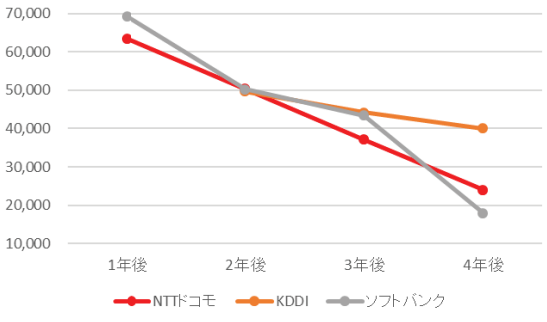
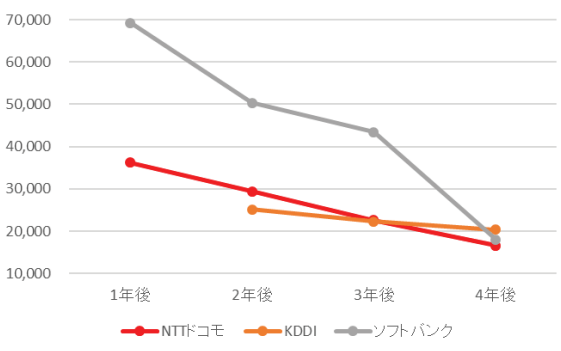
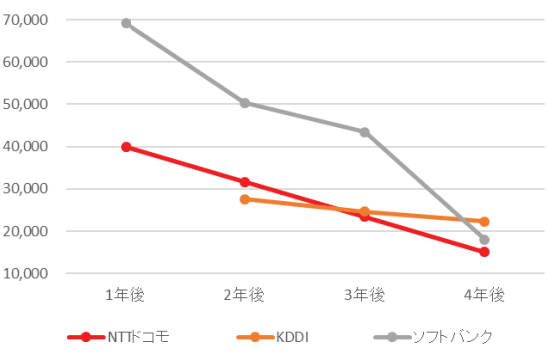
MNO各社の買取等予想価格の推移（iPhone）

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
iPhone15（128GB）		
iPhone14（128GB）		

MNO各社の買取等予想価格の推移（iPhone）

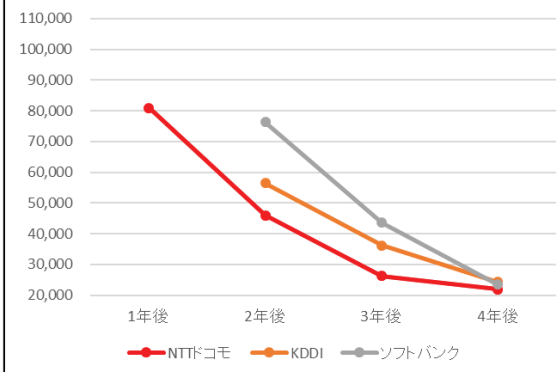
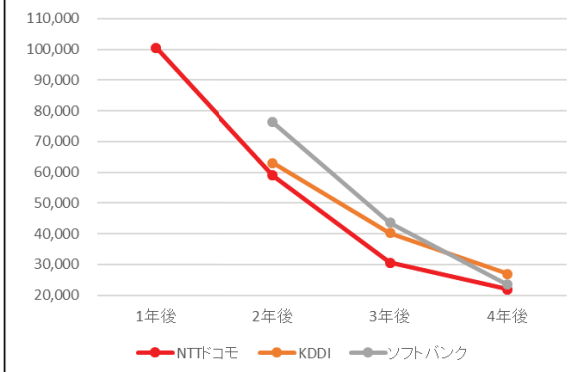
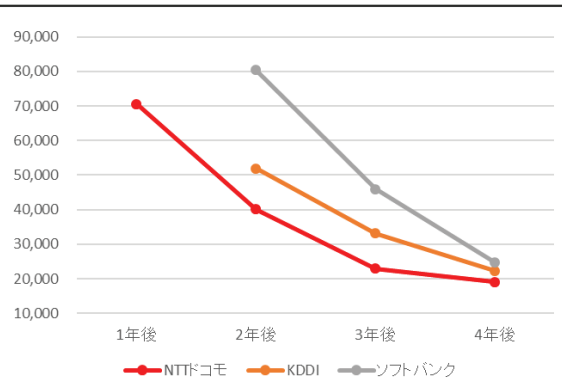
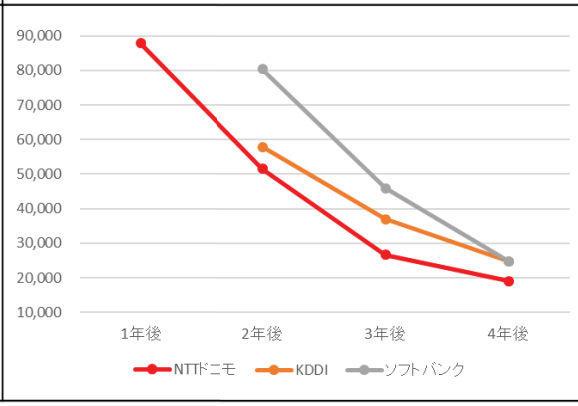
	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
iPhone13（128GB）		

MNO各社の買取等予想価格の推移（Pixel）

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
Pixel 8		
Pixel 7a		

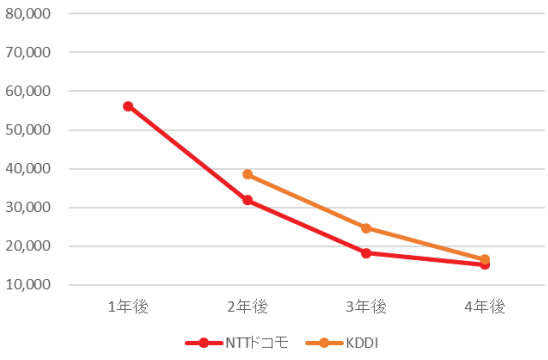
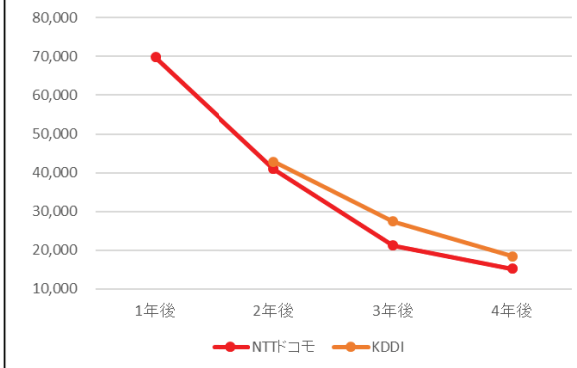
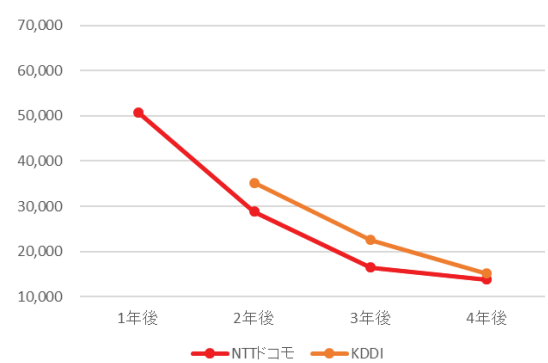
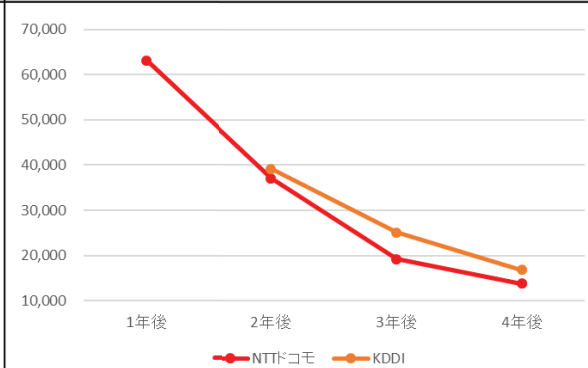
MNO各社の買取等予想価格の推移（Xperia）

62

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
Xperia 1 Ⅴ		
Xperia 1Ⅳ		

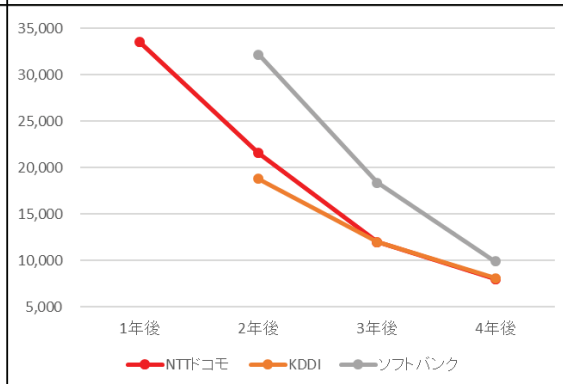
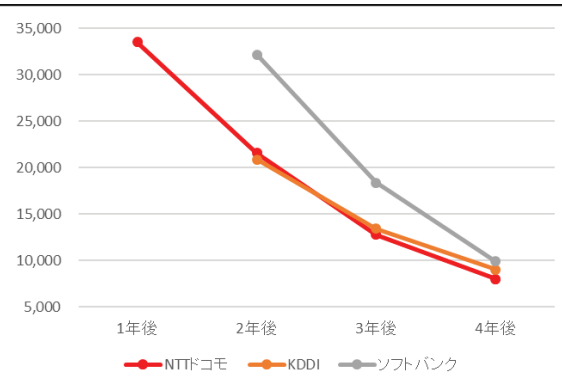
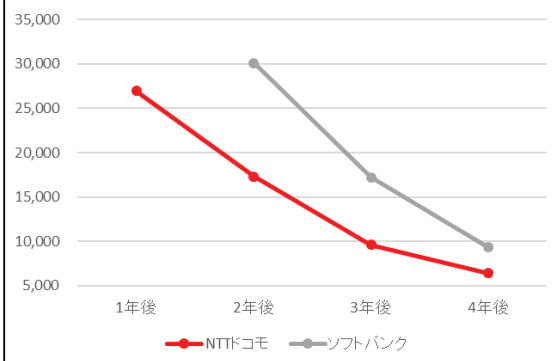
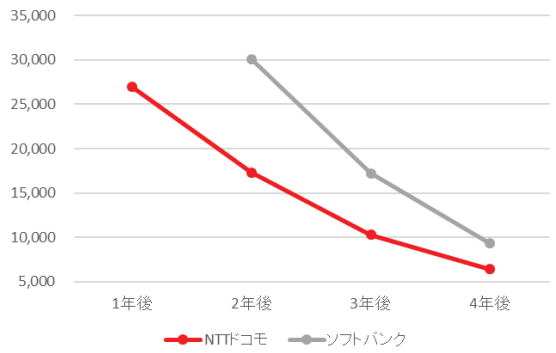
MNO各社の買取等予想価格の推移（Xperia）

63

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
Xperia 5 Ⅴ		
Xperia 5Ⅳ		

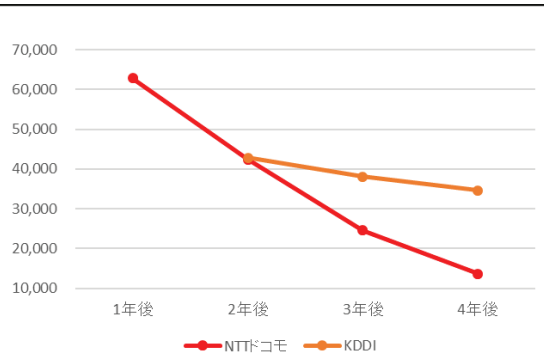
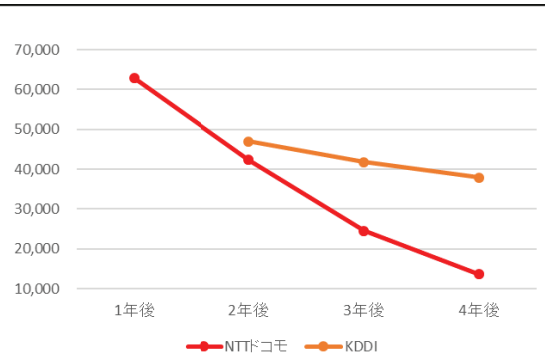
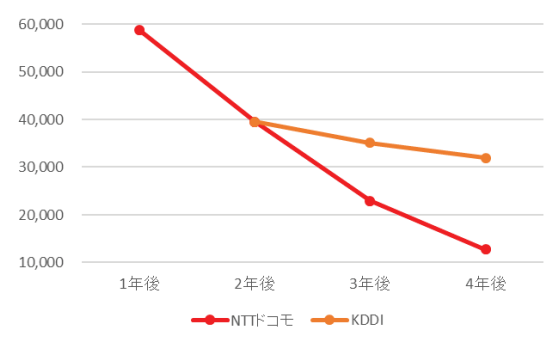
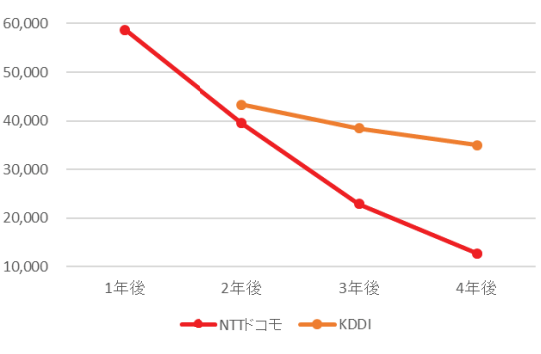
MNO各社の買取等予想価格の推移（Xperia）

64

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
Xperia 10Ⅴ		
Xperia 10Ⅳ		

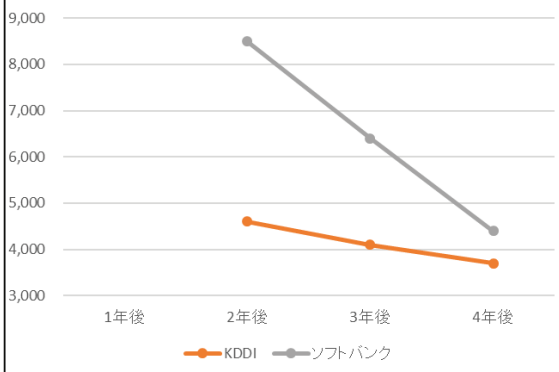
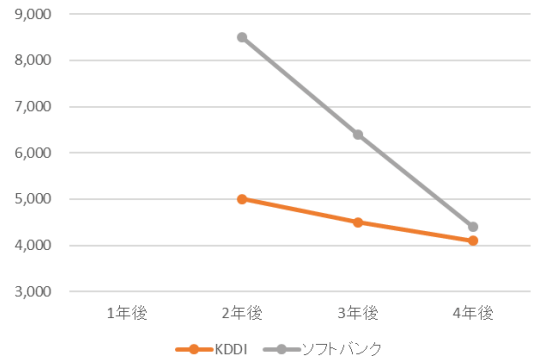
MNO各社の買取等予想価格の推移（Galaxy）

65

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
Galaxy S23		
Galaxy S22		

MNO各社の買取等予想価格の推移（arrows）

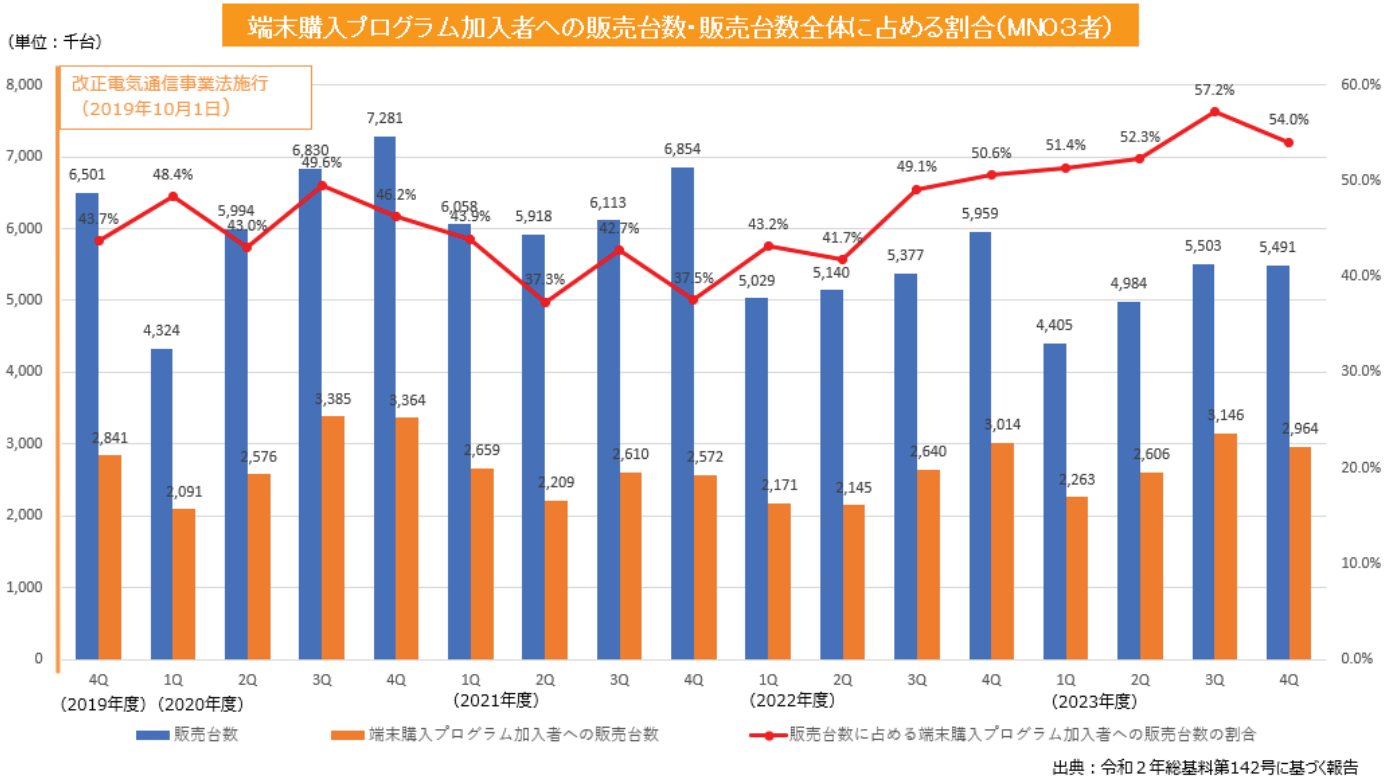
66

	令和5年12月27日時点	令和6年2月5日以降
arrows We		

端末購入プログラム加入端末販売台数と販売台数に占める割合（MNO3者）

67

○ MNO３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販売台数の割合は、改正事業法施行後、概ね40%台で推移してたが、この１年は50%を超えており、上昇傾向にある。



出典：令和２年総基料第142号に基づく報告