

競争ルールの検証に関するWG（第39回）

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第44回）合同会合

1 日時 令和5年2月28日（火） 13:00～15:45

2 開催形式 Web会議

3 出席者

○構成員

新美主査、相田主査代理、大橋構成員、北構成員、佐藤構成員、  
関口構成員、長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員  
石田構成員、市川構成員、黒坂構成員、近藤構成員、森構成員

○オブザーバー

天田公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長、独立行政法人国民生活センター、公益社団法人日本広告審査機構、一般社団法人電気通信事業者協会、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会、電気通信サービス向上推進協議会

○ヒアリング対象者

一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会、Apple Japan, Inc.、クアルコムジャパン合同会社、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会

○総務省

竹村総合通信基盤局長、木村電気通信事業部長、近藤総合通信基盤局総務課長、片桐料金サービス課長、廣瀬消費者行政第一課長、寺本料金サービス課企画官、中島料金サービス課課長補佐、竹内消費者行政第一課課長補佐

4 議事

**【新美主査】** 皆様、こんにちは。今日もお忙しいところお集まりいただきましてありがとうございます。ただいまから、競争ルールの検証に関するワーキンググループ第39回会合を開催いたします。

本日は、御都合のため、大谷構成員が御欠席という御連絡をいただいております。また、大橋構成員からは、後半からの御出席と伺っております。

本日の会議もウェブ会議による開催とさせていただきますことを御了承いただきたいと思います。

思います。

それでは、議事に入ります前に、事務局から連絡事項等の御説明をいただきたいと思います。よろしくお願ひします。

**【中島料金サービス課課長補佐】** 事務局でございます。

本日もオンライン会議での開催に御協力いただきまして誠にありがとうございます。これまでの会合と同様、御発言を希望される際には、チャット欄にその旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て主査から、発言者を御指名いただく方式で進めさせていただきますと思います。

なお、今回も含めまして、関係者ヒアリングにおきましては、これまでの通常の会合と異なり、チャット欄には構成員の皆様、事務局に加えまして、ヒアリングに御参加いただく関係者の方々からも御覧いただけるようになってございますので御留意を願ひします。その他の傍聴者からは、これまでどおり見えないようになってございます。

御発言に当たりましては、皆様が発言者を把握できるよう、お名前を冒頭に言及いただきますようお願いいたします。また、発言時以外はマイクをミュートにさせていただきますようお願いいたします。音声がつながらなくなった場合などにも、チャット機能を御活用いただければと思います。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、早速議事に入りたいと存じます。本日は関係者ヒアリングをいたします。前半は端末メーカー各社・団体様に御発表いただきます。後半は消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合にいたしまして、全携協にヒアリングを行う予定であります。

まず、ヒアリングの進め方について、事務局から簡単に御説明いただき、その後、ヒアリングに移りたいと思ひます。

それでは、事務局から御説明をよろしくお願ひします。

**【中島料金サービス課課長補佐】** 事務局でございます。

それでは、資料1に基づきまして、関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項について説明をいたします。

右肩1ページを御覧ください。3年後検討の進め方でございます。スケジュールにつきましては、前回、前々回とお示ししておりますけれども、今回が3回目の関係者ヒアリングでございます。1ページおめぐりください。

右肩 2 ページでございます。本日のヒアリングは、先ほど新美主査からもお話がございましたとおり、本WGの単独開催部分といたしましては、端末メーカーからのヒアリングを実施し、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合では、全国携帯電話販売代理店協会からヒアリングを実施することとしております。また、発表者のお名前と役職も記載しておりますので、併せて御確認をいただければと思います。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、ヒアリングに移ります。「電気通信事業法第 27 条の 3 に係る施行 3 年経過後の検討」について、関係者の皆様から御説明をお願いいたします。

まず、トップバッターといたしまして、一般社団法人情報通信ネットワーク産業協会、常務理事の石井様と、事業推進部 部長の芦原様から御説明をいただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【C I A J】 C I A J の芦原と申します。本日は、このような発言の機会をいただきまして、誠にありがとうございます C I A J の中にワイヤレスビジネス委員会というものがあり、この事務局を務めております。事業推進部の芦原と申します。本日はよろしくお願いいたします。

まず、説明の前に、簡単に C I A J の紹介をさせていただければと思います。情報通信ネットワーク産業協会は、通信機器メーカー、通信事業者、部品メーカー、測定器メーカー等を会員とした通信業界の団体でございます。ミッションとしては、情報通信が多くの産業において D X 基盤として広く活用され、国民生活の向上や産業振興に貢献するということを目的に活動を進めております。

それでは、早速ですけれども、資料について私のほうから説明させていただきます。よろしくお願いいたします。

最初に基本的な我々の考え方を述べさせていただきます。スマートフォンをはじめとした携帯端末は、従来の電話、インターネット、SNS といったコミュニケーションツールから、キャッシュレス決済、マイナンバーカードを活用した公共サービス、医療介護、災害時の人命確保といった国民生活に密着したデジタル化の基盤に変化しております。その中の端末技術については、やはり今後のスマートシティやスマートファクトリ、自動運転、そういったところの将来のデジタルツインの要になると考えています。政府においても S o c i e t y 5 . 0 の実現に向けて、B e y o n d 5 G や 6 G の研究開発がスタートしたとこ

ろですが、実際のサービス実現に当たっては、アプリケーション事業者、通信事業者、端末メーカーが連携しながらエンドツーエンドのサービスを実装する必要があり、我々としても、端末技術が経済安全保障や国際競争力維持にも重要と位置づけているところです。次のページになります。

次は、国内通信機器の市場動向です。まず、簡単に図の説明をさせていただきます。棒グラフが2010年から2022年まで書かれておりますが、こちらのほうは、水色と青が国内での需要で、その横の右側の少し低いほうが海外の輸出で、年度ごとの国内需要と輸出と見ていただければと思います。

折れ線グラフがピンクと黒であると思いますが、黒は国内ベンダーのメーカーの携帯電話のシェアになっており、ピンクのほうは携帯電話を除く通信機器における国内メーカーのシェアでございます。

それでは、早速説明に入りますけれども、2022年度の通信機器の需要総額は、3兆8,437億円で、これは予測ですけれども、前年比8.2%増というところです。モバイル通信端末は2兆2,534億円で、こちらについても金額的には6%増です。ただ、こちらについては、急速に進んだ円安と、部品の高騰の影響による端末価格の上昇がかなり影響しているというところがございます。3ポツ目に書いてあるように、出荷台数は7%減少というところです。次のページに参ります。

次が、実際の国内通信機器メーカーの状況を記載しております。1ポツ目は端末の5G化、ミリ波対応等の高性能化、円安や世界的な半導体不足による部品価格の高騰。次に2ポツ目ですけれども、ユーザーの買換えサイクルの長期化による出荷台数の減少、3ポツ目としては、回線セット割の上限規制により、高価格帯の商品が売れないといったところがありまして、昨年度から今年度にかけて、かなり厳しい経営環境あり、5G対応や新機能の開発費の回収ができていない状況で、次のBeyond 5Gの投資への強い逆風になっております。

下の円グラフについてはスマートフォンのシェアで、これは総務省の情報通信白書より引用しております。

このような状況の中、今回ヒアリングの項目について回答させていただきたいと思っております。今回は、特にCIAJの中の会員の意見を生の形で見ていただければということで、少し文章的にはばらつきがありますが、御覧いただければと思います。

まず1点目、通信料金と端末代金の完全分離に係る法改正の効果と課題についてです。最初に、効果について、回線セット割の端末価格の割引額上限が制限されて以降、全体的に端

末の店頭価格が上昇していること。2つ目に、新端末価格の高騰により、買換え需要が減速し、中古端末市場が活性化しているという状況になっていること。3つ目に、MNO 4社からの新たに安価な料金プランが提供されたことにより、通信料金が下がり、消費者にはかなりのメリットが出てきているという効果があったかと思っております。

その下が課題で、既に議論されておりますように、白ロムの割引等の拡大で、実質1円というような販売がされ、販売が一部端末に集中するということが、不公平な競争環境になっていると見えております。2つ目が、通信端末の需要が少なくなり新製品の価格が高騰し、その結果、新技術が市場に広がらないこと。回線セット割引を利用した端末を購入したユーザーの買換え意欲がなくなっていることで、5Gの普及やマイグレーションに遅れが出るのではないかという意見もあります。また、回線セット割の上限規制により、割引上限額を念頭に置いた事業者の価格交渉といったところも出てきているというところでございます。

次が、行き過ぎた囲い込みの禁止に係る法改正の効果と課題についてです。効果については、違約金の撤廃、SIMロックの禁止などにより、利用者の事業者間の乗り換えが容易になったところでございます。課題としては、先ほどと同じですけれども、MNPの価格競争の激化によって、白ロム割引の代理店のキャンペーンが拡大したこと。2つ目が、インセンティブが高い端末をお客に勧めるというような販売店も見受けられるということ。3つ目が、多くの事業所で実施されている残価保証型、36か月から48か月といったところの誤解もあって、乗換えを阻害しているのもあるというところです。あとは御存じのように、転売業者が発生したという課題もあると思っております。

モバイル市場における公正競争確保に関する課題についてです。こちらでも繰り返しますが、やはり白ロム割引の拡大というのが、我々としては不公平な環境ということと、転売業者の不公平な取引も発生しているということがあります。そういう意味では、転売業者への販売台数を制限するなどの公平な環境を要望したいと思っております。

2つ目のポチは、端末のOSや部品のライフサイクルが短くなっているということがあり、常に新しい機種を開発しなければいけないというところがあって、ライフサイクルの長期化も検討する必要があるかと思っております。

こちらが結論になりますけれども、改正法の見直し(案)ということで、現在、各大手通信事業者の通信料金と端末料金が分離されたこともあり、安価な料金プランが提供されていることを踏まえ、ここ3年間実施された端末の2万円の割引額上限というのはそろそろ撤廃してもよいのではないかと、通信事業者にそれを活用していただいて、ユーザーの

買換え意欲を高めるなどの市場活性化も必要ではないかと思っております。

その下の項目については、端末メーカーの意見ですので、後日見ていただければと思います。

最後になりますが、端末メーカーの意見を2つ入れています。シニア向けのデジタル化推進施策として、国民全体のデジタル化推進のために、シニア層のスマートフォンシフトやマイグレーション推進をぜひお願いしたいと思います。

また、サステナビリティの観点から、端末の一定の環境基準を設け、これを満たした端末については、エコカー減税がありましたけれども、そういった補助をお願い致します。

端末メーカーとしては、急激な円安や半導体不足で部品が高騰したというところがありまして、非常に厳しい環境が続いているということがありますので、市場活性化のためにも改正法の見直しをぜひお願いしたいと思っております。

説明は以上になります。

**【新美主査】** ありがとうございます。質疑応答につきましては、各社・団体の発表が終わってから時間を取りたいと思います。御質問がおありの方がいらっしゃるかと思いましたが、その時間までしばらくお待ちいただきたいと思います。

それでは、続きまして、Apple Japan、APAC政務統括上級本部長のElizabeth Hernandez様から御説明をいただきたいと思います。どうぞよろしく願いいたします。

**【Apple】** このたびは改正電気通信事業法に基づく競争ルールの見直しを行う総務省のワーキンググループに、このように意見をお伝えする機会をいただきましてありがとうございます。私は、Elizabeth Hernandezと申します。シンガポールに拠点を置き、AppleのAPAC全体の政務の統括責任者をしております。通信回線の安定のため、この後、カメラはオフとさせていただきたいと思います。

2019年、私たちは改正電気通信事業法の改正プロセスにおきまして、正式にパブリックコメントを提出させていただきました。それ以来、Appleは毎年、本ワーキンググループに参加させていただいております。私たちの見解は、その時から変わっておりません。しかしながら、ビジネス環境が変化し、総務省の御努力により、より安価なサービスプランが広く提供されるようになったと認識しております。現状を踏まえた上で、改めてAppleの見解をお伝えする機会をいただき、誠に感謝申し上げます。次のページをお願いいたします。

Appleは可能な限り最も優れた製品を作り出し、世界をよりよいものにしていくことに力を注いでおります。具体的には、比類ない品質で、業界をリードする特徴を備え、そしてお客様の生活を豊かにする製品やサービスを設計し、組み立てることを意味しております。私たちは、お客様がそれぞれ異なるニーズを持っているということを理解しております。ですので、私たちはお客様に様々な製品や価格を提供しております。次のページをお願いします。

競争の激しい市場において、お客様にとって多様な選択肢があることが重要であると考えております。また、お客様がそうした革新的な技術やサービスにアクセスできることを確保していくということも、同様に重要です。しかし、残念ながら、2019年の事業法の改正によって、日本のお客様にとっては市場の競争が低下し、価格が上昇し、選択肢が少なくなっているのではないかと私たちは懸念しております。本日は、この2つの観点について取り上げていきたいと思っております。次のページをお願いいたします。

Appleは、スマートフォンを購入する際に、日本のお客様に幅広い選択肢を御提供しています。日本のお客様は、最新モデルのiPhoneを購入することも、または前の世代のモデルを選択することもできます。前の世代のiPhoneであっても、消費者はAppleのデバイスに期待する品質やセキュリティー、優れたユーザー体験を、より低価格でお楽しみいただくことができます。新しいモデルとしては、最新の5G対応端末だけではなく、2020年の4月に発売された第2世代のiPhone SEモデルや、2022年3月に発売された第3世代のiPhone SEもリーズナブルな価格で提供しています。このように、私たちは、お客様が自分のニーズに最も適したiPhoneを選択できるようにしています。次のページをお願いします。

しかしながら、2019年10月の改正事業法が実施されて以降、国内においては端末市場の低価格帯（ローエンド）、中価格帯（ミドルエンド）の端末が大きく拡大してきました。

右側を御覧いただきますと、諸外国の状況と比較することができます。韓国では（ローエンド・ミドルエンドの端末が）38%、アメリカでは39%であるのに比べて、日本ではローエンド、ミドルエンドの端末が51%と、拡大するトレンドとなっています。現在のマーケット力学では、日本のユーザーが、今後、最新の端末の技術やサービスにアクセスすることが遅れていく可能性があるかと、私たちは懸念しております。次のページをお願いします。

また、端末の買換えサイクルは、全ての主要なセグメントで長くなってきています。このことは日本市場に革新的な技術やイノベーションを導入するにも、より長い時間がかかる

ことを意味しています。次、お願いいたします。

Appleがお客様のiPhone体験を豊かにするために導入した革新的な技術を4つ、こちらにご紹介します。2017年に発売されたiPhone 8以降、AIや機械学習のタスク利用を最適化するための専有エンジンをデバイスに内蔵しておりまして、このエンジンは毎年強化されています。2017年11月に発売されたiPhone X以降はFace IDが搭載されており、Face IDを用いて、安全な認証を実現しています。iPhone 12シリーズ以降の全てのデバイスにおいては、5Gネットワークによる高速通信を実現しています。そして最後に2020年に発売されたiPhone 12 Pro Maxでは、ARやVR体験を進化させるLiDARスキャナが搭載されました。しかしながら、日本の消費者は、こうした新しい技術革新を以前より楽しむことができなくなってきた傾向が見受けられます。次、お願いいたします。

モバイル通信やオンラインでの交流が、私たちの日常生活に欠かせないものとなっているということは周知のとおりです。実際、日本では今、デジタルトランスフォーメーションが加速しています。しかし、こうしたデジタルトランスフォーメーションをさらに加速させ、人々の生活を豊かにするためには、こうしたネットワークインフラを十分に活用したデバイスの導入や、イノベーションの継続を支援する政策が必要です。現在、多くの低価格なサービスプランが市場に出回っていることから、事業法の改正の目的は既に達成されていると考えています。したがって、総務省におかれましては、端末購入補助規制の撤廃をお願いしたいと存じます。そうでなければ、お客様があらゆる選択肢と価値ある提案を最大限に享受することができなくなる可能性があるからです。そうすることで、日本は他国と同様、ユーザーが多様な選択肢と最新のイノベーションを楽しむことのできる健全なビジネス環境を発展させていくことができます。次のページをお願いします。

こちらには、端末購入補助規制が撤廃された場合に可能となる、下取り価値を活用したオファーの一例を御紹介しております。お客様が現在お使いの端末の残存価値を訴求する下取りは、海外では最も人気のあるオファーの1つです。例えば、MNPや4Gスマートフォンからの乗換えなど、特定のお客様を対象とした下取り増額は、スマートフォンを新しい機種に買い換え、新しい技術を採用することを促進するものです。また、下取りのオファーは、製品のリサイクルを促進するものです。この種のオファーは、端末の返却、オファーによってはネットワーク契約も返却が必要になってくるため、転売業者の活動を抑止するとともにリサイクルなど循環経済の取り組みとしても効果があります。次のページをお願いします。



す。

また、今回のワーキンググループで通信事業者から提起された提案についてもコメントさせていただきたいと思えます。キャリアは端末とモバイルサービスプランが紐づいているか否かにかかわらず、端末割引を下取り価格までとすることを提案されたと理解しております。しかしながらここにはある種の問題があると考えています。下取り価格が低いということは、商品価値が低いということになります。キャリアの提案は、下取り価格が低いほど、より多くの割引が認められることを意味します。価値の低い端末を安く買うということであれば、お客様にとってメリットは少なくなります。また、Appleの端末のような高品質の製品に偏った影響を与えるため、異なる端末間での公平なルールとは言えません。私たちは、このワーキンググループが、あるメーカー1社が他のメーカーよりも不当に影響を受けるようなルールの導入を望んではいないと考えています。次、お願いします。

最後に、私たちの重要なポイントをまとめさせていただきます。総務省は2019年の事業法改正の目標を既に達成されたと考えています。低廉なサービスプランが広く普及し、キャリア間の乗換えが容易になりました。しかしながら、それに伴い、端末市場がローエンド、ミドルエンドにシフトしたことにより、お客様も革新的な技術やサービスにアクセスしにくくなるという意図せざる結果を招いており、今後、日本の世界的な位置付けにとっても憂慮すべき傾向となっていると考えています。したがって、私たちは、端末購入補助規制はもはや必要ないものと考えており、この規制を撤廃するよう、総務省にお願いしたいと存じます。そうすることによって、私たちはお客様の様々な嗜好に応じた多様な選択肢を提供することができます。

本日は、このような発言の機会をいただき、ありがとうございました。私たちの意見がワーキンググループで十分に検討されることを期待しております。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、クアルコムジャパン合同会社、政策渉外本部長の篠澤様から御説明いただきたいと存じます。

それでは、篠澤様、よろしく申し上げます。

**【クアルコム】** 御紹介いただきましてありがとうございます。クアルコムジャパン、政策渉外本部長を務めております篠澤と申します。本日は、発表の機会をいただきまして、誠にありがとうございます。2019年の電気通信事業法改正の見直しに関する議論に際し、本日は、当社の視点からの意見、提案を御説明させていただきたいと考えております。

まず、国内携帯電話市場の動向について御説明させていただきます。販売台数について見ると、2019年の法改正以降、市場規模は低迷いたしました。現在は法改正以前と同等程度の水準まで戻りつつございます。一方、価格帯を見ても、市場の構成が大きく変化していることがお分かりになるかと思えます。これまで日本市場は革新的な技術が導入されている高価格帯の端末が広く購入され、大きな割合を占めているのが特徴でした。しかしながら、プレミアム、High tier、比較的高価格帯の端末は、2018年に比較して、24%低下しているという状況となっております。法改正以降は、ユーザーの嗜好の変化という要因もあろうかと思われそうですが、5Gサービスの開始に伴い、端末の価格が上がったことに加え、一律で2万円の上限規制がかかったため、高価格帯の端末に手が届きにくくなったという要因もあろうかと考えてございます。次のページをお願いいたします。

これに関連しまして、5G端末や、5Gの本来のポテンシャルを發揮するために必要なミリ波対応端末についての動向を御紹介いたします。5G端末そのものは、徐々に移行が進んでおります。2022年は70%から90%の割合が、5G対応端末になり、順調な進展となっております。その一方で、ミリ波対応端末につきましては、5G端末の中でも143万台、割合としては全体の4%程度のみにとどまっている状況となっております。これは、米国におきましては57.3%という割合になっていることと比較しまして、10分の1以下の普及速度となっております。次のページをお願いいたします。

次に、通信事業者様の投資の動向についてです。端末販売に対して旺盛な投資がなされ、総務省様の報告によれば、1.3兆円強の規模で推移、増加傾向となっております。しかしながら、設備投資に対しては、事業環境の厳しさなど、複合的な要因があると推察いたしますが、2021年、22年頃の1.8兆円程度をピークに漸減し、中でも5Gへの投資、グラフのオレンジ色のところになりますけれども、そちらはサービス開始から間もない時期であるにもかかわらず、既に低下傾向を示してございます。このため、5G対応端末、中でもミリ波対応端末をお客様に購入していただいたとしても、そのポテンシャルをフルに發揮できる利用環境が整備されているとは言いにくい状況となっております。各社の調査においても、日本の5Gネットワークは、諸外国に比較して、通信速度などの品質が高いと言えない状況が示されています。次のページをお願いいたします。

5Gは、あらゆる産業のデジタルトランスフォーメーションを牽引する役割を担い、大きな経済効果をもたらすことが期待されています。次のページをお願いいたします。

中でも28ギガヘルツなど、高い周波数を用いるミリ波は、5Gが真のポテンシャルを發揮するには必要な周波数帯であり、大きなトラフィックを収容するだけでなく、これまでにない、多様な場所で多様なサービスを支え、新たな通信体験をユーザーにもたらすものとして期待されております。次のページをお願いいたします。

世界では、米国に次いで日本が商用サービスを本格的に始めているというポジションにあり、日本発で5Gのポテンシャルを發揮するサービスを開発することで、世界に先んじて、利用者が5Gの利益を享受することができるとともに、世界へと展開することができるチャンスが、今まさにめぐってきている状況となっております。次のページをお願いいたします。

これまでに御紹介した内容の繰り返しにもなりますが、日本は5G、中でもミリ波のエリアが限定的で、ユーザーが真の5Gのポテンシャルによる利益を享受できていません。そして、ミリ波対応端末の普及速度が、米国に対して10分の1以下となっております。すなわち、5Gのポテンシャルを發揮するサービスも普及していないという状況となっております。次のページをお願いいたします。もう1ページお願いいたします。

そこで、当社からは総務省様のほかのワーキンググループでも御提案した内容となりますが、5Gネットワークに関する国家目標の設定、端末インセンティブ、そして産業政策の3点を政府に対して御提案申し上げたいと考えております。次のページをお願いいたします。

本日は、これらの中でも、特に端末インセンティブについて御議論いただきたく考えております。これは5G関連政策全体での位置づけになろうかと思っておりますが、端末につきましてもKPIを設定し、業界全体で取り組むことが求められているのではないかと考えております。そして、端末へのインセンティブとしましては、現在の上限2万円規制を、ミリ波対応端末に関しては撤廃ないしは4万円へと緩和することを御提案いたします。

そして、右側、2つ目の施策でございますけれども、これはこのワーキンググループでの議論の趣旨とはずれるかと思っておりますが、利用者が、今まさに革新的なサービスを受けることができているという認知度を上げるという意味からも、ミリ波を受信していることを示すような、ミリ波アイコンの表示の推奨などもお願いできればと考えてございます。次のページをお願いいたします。

以上に関して、全体のまとめとさせていただきます。2019年法改正当時は、総務省様からは、消費者が多様な選択肢から選ぶことができるようにという趣旨の御説明をされて

いたかと存じます。これに対して、現在の端末市場は、一律上限2万円という規制の導入に伴い、主にMid、あるいはLow tierが手が届きやすい価格帯で販売され、革新的な技術の導入速度が大きく低下している状況となっております。また、各通信事業者様の料金収入の規模縮小等に伴う設備投資の抑制も同時に発生しています。結果として、ユーザーの端末に関する選択肢が実態上狭まるとともに、日本の5Gサービスの品質が世界の中で相対的に低い評価となり、利用者が本来享受し得る便益が低下傾向となっております。

現在は、4Gから5Gサービスへの移行期であることから、新たな技術の導入を活性化させるとともに、公平かつ公正なルールの下、自由な競争が促され、市場の持続的な発展が可能となる中長期的視点からの競争政策が取られることを強く期待しております。

その一例といたしまして、先ほども御説明させていただきましたが、ミリ波等の新たな技術に対応する端末や、データ使い放題プラン等へのインセンティブを御提案したいと考えております。

ミリ波、あるいはSAと呼ばれる技術に対応する端末への割引上限額を2万円から4万円へと緩和すること。そして、データ使い放題プランへのインセンティブを設定することが具体的な内容となります。より多様なユーザーの嗜好に応じた多様な選択肢が、消費者にとって手が届きやすい状況となるように、かつ、その制度の導入コストが過大とならないようにという観点からの提案となっております。

消費者が多様な選択肢の中から嗜好に応じた端末や通信サービスを選択するとともに、中長期的に市場が成長し、消費者がそこからさらなる便益を享受することができるような、大きな視点からの競争政策を御検討いただければ幸いです。

私どもからの説明は以上となります。ありがとうございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、質疑応答の時間に移りたいと思います。いただいた御説明について、御質問のある方はチャット欄で合図をいただきたいと思います。合図いただいたら、御指名させていただきます。

中央大学の西村さん、どうぞ御発言をお願いします。

**【西村（暢）構成員】** ありがとうございます。中央大学の西村と申します。御説明ありがとうございました。私のほうからは、CIAJ様に2点、それから、Apple様に1点質問をさせていただきます。

CIAJ様ですけれども、7枚目の資料になります。7枚目の資料の最初の丸のところ

ございますが、文章の中に「販売がその一部の端末に集中する」という表現がございますが、これは、実際に事業法の影響によるものなのかどうか、もしお分かりでしたら、この文章の背景事情等を御説明いただければと思います。

C I A J様への2点目でございますが、次の段落、「ついては」というところでございます。この文章の「要望」ということでございますけれども、これは誰に対する規制という要望なのか、明確な説明をお願いできればと思っております。

そして、A p p l e様に質問でございます。10枚目のスライドでございます。10枚目のスライドに、D e v i c e AからCまで掲げられておられますが、これは同じ価格レンジという理解で比較を行っているものでしょうか。もしそのような場合ですと、それぞれ中古価格が異なるということ、それによる割引価格も異なってくるということは、お客様、カスタマーの選択肢が確保されているということではないか、このような主張も考えられますが、この主張へ何かお考え等あればお聞かせいただければと思っております。

私からは以上でございます。

【新美主査】 それでは、まず、C I A Jさんから、ただいまの質問にお答えいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【C I A J】 C I A Jの芦原です。

1点目です。販売が一部の端末に集中するということを発言させていただいておりますが、やはり過度なM N P獲得競争が通信事業者間で行われているというところがあり、通信事業者4社で共通して販売されている人気のある機種が、一部の割引に集中してしまっているというのが実態です。

2点目の、販売台数を制限するということについては、基本的には販売店の方でやられてますので、そちらの方で規制を何かできないかという案でございます。

私のほうからは以上です。

【A p p l e】 西村先生、ありがとうございます。こちらでお示ししているのは、キャリアから提案されている内容を図式化したものでありまして、実際に下取り価格までディスカウントすることができるということで、これは通信サービスとの紐づけの有無に関わらず、このような形で割引ができますという提案を示しています。

そのため、それぞれどこまでかという下取り価格までというところですが、業者によってどこまでできるかという割引がこのように違いますということをお示ししております。

【新美主査】 ありがとうございます。西村さん、よろしいでしょうか。

【西村（暢）構成員】 大丈夫です。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、北さん、どうぞ御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。私からはC I A Jさんに1つ、A p p l eさんに2つ、クアルコムさんに3つ質問がございます。

まず、C I A Jさんですが、2万円上限規制の撤廃という御提案をいただきましたが、そうすることによって、また以前の端末一括ゼロ円キャッシュバックという世界には戻らないし、一部の端末ばかり安売りされるという不公平な状況が是正されるとお考えだということではよろしいでしょうか。

A p p l eさんへの質問ですが、事業法改正後も、あたかも2万円規制が撤廃されたかのように、端末単体割引によって、i P h o n eが一括1円、実質1円など、非常に安く売られている状況について、どのように評価されますか。

2点目ですが、先ほどのC I A Jさんと同じ質問ですが、御社の御提案である2万円規制を撤廃しても、以前の端末一括ゼロ円キャッシュバックという世界には戻らない、一部の端末ばかり安売りされてされるという不公平な状況が是正されるとお考えでしょうか。

クアルコムさんに3つ質問です。10ページに、端末におけるミリ波関連アイコン表示の推奨とありますが、海外でミリ波のピクトが端末に表示されている国はあるのでしょうか。また、i P h o n eやアンドロイド端末には、既にそういった機能があらかじめ搭載されているのか、分かれば教えてください。

2点目、11ページに、ミリ波端末については、割引上限を2万円から4万円と書かれているのですが、ミリ波以外は2万円のままという御提案でよろしいでしょうか。もしそうであるとしたら、この4万円の根拠を教えてください。

3点目、データ使い放題プランへのインセンティブというのは、具体的にどういうものでしょうか。例えば、データ使い放題プランのユーザーには、端末の値引きをより多くするといったことなのでしょうか。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、順次、C I A Jさんからお答えいただきたいと思います。どうぞよろしくをお願いします。

【C I A J】 C I A Jの芦原です。

今回、撤廃ということで御提案させていただいております。おっしゃるように、今回の法

改正によって、通信端末と通信料金が分離されたというところがありますし、通信料金についても、各社から廉価版が提供されているということを考えますと、やはり従来の、一体となって携帯電話をインセンティブで販売していたという時代から、端末の機能とか速度とか、そういったところで公平な競争環境ができるのではないかということです。我々通信機器メーカーの努力によって、ユーザーの満足度を上げるというところの競争環境ができればと考え、今回撤廃ということを申し上げております。

以上です。

**【Apple】** 2つ目の質問を先に回答させていただきます。お答えとしましては、はい、私たちとしてはそのように考えています。実際に事業法が改正されることによって、より低廉なサービスプランが普及するようになりまし、キャリア間のスイッチがより容易となりました。つまりは2019年当時の状況とはもう既に異なっていて、そのような状況に戻ることはないと考えておりますので、端末購入補助の上限を撤廃することによって、不公平な状況は是正されると考えています。

そして、1つ目にいただきました御質問、ゼロ円携帯の存在やその他の販売形態についてどうかというところですが、特定の事象に関してコメントすることはできかねるのですが、そのようなことがあるということは認識しております。ただ、やはり私たちが重要と考えているのは、公平な競争環境の中、法にのっとった形で、利用者の皆様に革新的なサービスや価格といったものが提供される必要があるということです。そのような公平な競争環境の下、事業を行うことで、お客様に選択肢を御提供することが大変大事であると考えています。

**【新美主査】** それでは、続きまして、クアルコムさんのほうから御説明、お答えいただけますでしょうか。

**【クアルコム】** クアルコムでございます。御質問ありがとうございます。

まず、1点目の端末におけるミリ波アイコン表示の例は海外であるのかという御質問でした。資料の最後のページをお願いできますでしょうか。

これは米国におきまして、ミリ波が実際に多様なユースケースで使われていることの事例を紹介したスライドになってございます。米国のスタジアムにおいて、スーパーボールの大会などで、実際にミリ波を用いたリッチなサービスがユーザーに提供されており、非常に好評を博しているという事例でございます。視力検査のようで大変恐縮なんですけど、右側に実際のスマートフォンの画面が2つ並んでいるかと思えます。

実際に左側の図がミリ波を受信している場合で、5Gという文字の横にUWという表示がなされているかと思えます。その一方で、右側のミリ波を受信していないケースですが、これは5Gのみ表示されているという状況でございます。実際にミリ波を受信している場合には、受信していない場合に対して、より多くの視点からの映像であるとか、より高精細なサービス等が提供されているという事例でございます。このようにミリ波を用いることで、ユーザーにとって新たな体験が得られるというような1つの事例になるのかなと思えますが、こういった取組がされています。

実際にiPhone、あるいはアンドロイド端末について、既にそういった機能が組み込まれているかという御質問でございます。これについては、各ベンダー様のUIの取組ということになっておりまして、どの端末がどうなっているかというのは私の中では把握できておりませんが、すぐやりましょうと行ってできる状況かと言われると、そうではないというふうに理解しております。

次の御質問でございます。ミリ波端末は2万円から4万円にという、4万円の根拠についての御質問かと理解いたしました。まず、こちらなぜ4万円かでございますが、ミリ波対応端末は比較的高額な端末を中心としたラインナップとなっております。現時点で。その価格の低廉化については、私どもも、あるいは端末ベンダー各社様も甚大なる努力を行っているという状況でございます。そういった端末が少しでもユーザーの手に届きやすくなるようにというのがまず1つ。

またもう1点、2019年の法改正当時、2万円を設定した根拠につきまして、総務省様の資料では、利用者1人当たりの利益見込額がおおよそ3万円だということから、そこから一段階低い2万円に設定されたと認識してございます。計算としては、各社のARPUや、売上げ営業利益率と、スマートフォンの平均利用期間を用いて計算されていると認識しておりますが、ミリ波等の革新的な技術を導入される利用者の中には、データ使い放題等を契約する確率が高いと考えられますので、それを基として計算しますと、当時の金額よりも一段高い価格帯の値引きといったものが視野に入ってくるのではないかと考えてございます。具体的な数字が、ARPU等の数字、私どもも持っておりませんので計算できておりませんが、そのような考え方で提案させていただいたというところでございます。

次に、データ使い放題プランのインセンティブとはどのようなものかということで御質問いただきました。具体的なやり方というのは幾つかあり得るだろうとは考えておりますが、例えば、ミリ波端末と、あとデータ使い放題のプランを同時に御契約をされたお客様に



つきましては、データ使い放題の料金が一定期間割安になるなど、そういったユーザーにとって手が届きやすくなるような、そういったインセンティブ等の設定が、公平なルールの下、可能となる市場となることを期待してございます。

私からは以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。北さん、よろしいでしょうか。

**【北構成員】** 皆さん、御丁寧な御回答ありがとうございます。

1点確認ですが、クアルコムさんは、ミリ波以外は2万円規制のままでよいというお考えなのかどうか、ここを1点確認させてください。

**【クアルコム】** 大変申し訳ございません。回答が漏れておりました。

これまでの2万円規制、総務省様のほうで導入されて、これまで運用されてきたという理解でございまして、こういった制度につきましても、できれば撤廃ということも望ましいと私どもとしては考えてございますけれども、急激な変化といったところ、あるいは2万円の効果といったことも一定程度あり、そこが難しいのであればという前提でございまして、ミリ波端末については4万円、それ以外については現状維持といったことを、今回は御提案させていただいております。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、続きまして、長田さん、御発言をお願いします。

**【長田構成員】** 長田でございます。ありがとうございます。それぞれにお伺いしたいことがあります。

まず、C I A Jさんの7ページの2つ目のポツです。一定期間で新端末をつくらなければならないのでいろいろ大変で、機種ライフサイクルを長くするような施策を要望するというふうに書かれているわけですがけれども、それ以外のいろいろなところには、高価格帯の端末、新端末の需要が少なくなるとか、端末価格が高騰で買換えの需要が減速しているということで、早く買い換えてほしいという要望も書かれているように思ひまして、そのところをもう一度きちんと御説明いただければいいなと思っていることと、あと上限は撤廃しろというところ、いつも同じことを皆さんにお伺いしているかもしれませんが、上限を撤廃して、何かインセンティブをつけるとすると、それは結果的に誰が負担をされると考えておられるのかということをお教えいただきたいと思ひます。

それから、Appleさんにも同じ質問になりますけれども、上限を撤廃した場合、結果的に2万円以上のものをつけるとすると、それは誰が負担をするのか、通信事業者さんなの

かということをお教えいただきたいのと、もう一つは、いろいろなことがあって、高価格帯よりは低価格というか中価格のほうが売れているということをおっしゃっているわけですが、それが今の日本人の技術というか、使いこなしにちょうど合った端末という考え方もあるのではないかと考えておまして、そこをどうお考えなのかをお教えいただきたいと思っています。

それから、クアルコムさんにも同じような質問になりますけれども、1つはさきほど北さんが、データ使い放題のインセンティブ設定のところを聞いてくださったのですが、ミリ波のところ、割引上限額が2万から4万ということの2万円増やす負担は誰がするのか、今のお話だと、これを利用しているユーザーさんのところでの計算というような御提案でしたけれども、結果的にはミリ波端末を購入していない人がその負担もすることになるのではないかとこのように思いますので、その辺を少し整理してお考えをお聞かせいただければと思います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは、順次CIAJさんからお答えいただきたいと思います。

**【CIAJ】** 芦原です。

こちらの7ページに記載している機種ライフサイクルを長くする施策と書いておりますけれども、ほかのところではもう少し買換えサイクルを早くという、矛盾した回答をしております。理由は、機器ベンダーの中には、法人や自治体、公共機関等、長く使われるところの利用をマーケットしたところがあります。そういったところもコンシューマー向けと同じように、早く回転させるのは非常に厳しいところがあり、OSから部品等も含めて、長く使えるようなものをつくるということも重要ではないかという意見があったところでございます。そういう意味では、全体的に矛盾しているところはあるのですが、市場によってはそういうニーズもあるという御説明をさせていただきました。

2点目の、改正法の見直しで、撤廃ということについては、従来、インセンティブと言われるものが、通信料金の中から端末に補助されていたという認識で、通信料金自体も、御存じのようにかなり安くなっていることもあり過去の過度なインセンティブ競争には戻らないと考えますし、我々としては、インセンティブでの競争というよりも、やはり機能や性能、そういった本来あるべき通信端末としての競争に行くべきだということがあり、今回2万円については撤廃を御提案させていただいております。

以上です。

【新美主査】 続きまして、Appleさん、お願いします。

【Apple】 まずお話しさせていただきたいのが、私たちが重要視することとして、お客様に選択肢とニーズを満たすことのできる製品をお届けする必要があるということで、それを公平な競争環境の下、行っていくことが必要であるという考え方が前提としてございます。

1つ目の質問に対してですけれども、これは市場のプレーヤーが決めることではないかと思えます。それこそが市場における競争というものを意味するかと思えます。具体的には、様々な市場のプレーヤーがお客様を獲得するために、自身の革新的な製品を、競争力のある価格で御提供し、そこでの決定は、それぞれの市場のプレーヤーが行うことであると考えております。

2点目ですけれども、現在はハイエンドの機種や端末、つまり残価価値が高い端末を提供するプレーヤーに偏った影響を与える状況であると思っています。明確にさせていただきたいのは、お客様が最新のテクノロジーやハイエンドの端末を希望するのであれば、それを選んでいただくことも可能ではありますが、偏った影響がハイエンドのモデルに出ているというところを、私たちとしては問題視しております。

もう一つ追加ですけれども、日本のユーザーについて、これまでは日本のユーザーは、最新のテクノロジーやイノベーションを早期に取り入れるアーリーアダプターでした。ハイエンドのモデルに偏った影響を与えてしまうような制度が続くと、日本のお客様がそういったイノベーションやテクノロジー、最新の製品を手にするタイミングが遅れてしまうのではないかと懸念しています。

【新美主査】 ありがとうございます。

今度はクアルコムさんから、お答えいただきたいと思えます。

【クアルコム】 御質問ありがとうございます。先ほど御紹介をさせていただきました、2万円を設定した当時の計算について少し触れさせていただきたいと思えますが、当時計算に用いられていたARPUが、資料を拝見しますと、月当たり約4,360円ということで設定されているようでした。そういったものを見ますと、現在は、より低廉な通信サービスが普及しているということ、またプレミアム、あるいはHigh tierの購入等を希望されるユーザーに対してのインセンティブ、限定的であるというような状況もあり、現在の一律の補助上限については、既にアンバランスな状況が発生していると認識を

してございます。

それに対して、端末の価格帯等に応じた一定程度柔軟な制度が導入されれば、そういったアンバランスな点も、より是正され得る状況なのではないかと考えてございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、佐藤さん、御発言をお願いします。

【佐藤構成員】 ありがとうございます。佐藤です。ほかの委員の方々と質問内容なり問題意識は重なっていると思いますが、コメント、そして質問させていただきます。

コメントとしてはまず、Appleさんに対してです。5ページ、6ページ目に、例えば日本では高価格帯のシェアが少ないとか減っているとか、あるいは買換え期間が長くなっているとか、幾つかファクトが示されていると思います。ただ、国や市場によっていろいろ環境が異なるので、買い替え期間の違いやシェアが少ないといったこと自体は必ずしも問題ではないと考えます。例えば、アメリカと日本ではAppleのシェアも多分大きく違うと思うので、米国でAppleのシェアが低いのが問題ということもないわけです。言いたいことは、公正競争環境の整備を進めて、消費者の合理的判断が実現しているのであれば、その結果、シェアとか買換え期間が変わるということはそれなりに尊重すべきファクトであり、それ自体は問題とは思っていません。

Appleさんへの質問は、現在1円端末など端末購入に際して大幅割引がなされて、公正競争上問題ではないかということで議論を進めています。キャリアさんのほうからも、問題として是正の提案いただいているのですが、今回Appleさんは、キャリアの提案も否定して、上限規制は撤廃すべきという提案だったと思います。確認したいのは、そうするとAppleさんとしては、競争政策上、今の大幅な割引は問題が大きくないと判断している、そういう理解でよろしいですか。

クアルコムさんは、ミリ波中心に話をされていて、ミリ波の普及促進とか5Gのポテンシャルを生かすということは、言われているとおりの大事なことだと思います。ただコメントとしては、端末割引をすること以上に、ミリ波のポテンシャルを生かすサービス開発とか、すなわち需要面の施策こそ大事ではないかと思うところです。必ずしも端末割引が一番大事な、あるいは特に大事な施策ではないと感じるというコメントです。

質問は、資料の中で、米国ではミリ波対応の端末が非常に多くて、日本では少ないという事実を説明されていたと思います。なぜアメリカではミリ波が普及しているなり、対応する

端末が増えているのか、その理由を教えてください。

また、最後のほうにいろいろ政策上の提案がありましたが、そうするとアメリカでは、そこに書かれているように、基地局投資のインセンティブを促進するような政策など、その他日本にないような産業政策が行われた結果なのか、あるいは日本と違って、先ほどの事例のように、ミリ波のポテンシャルを生かすサービスが開発されつつあって、メーカーの判断によって、自然に需要面を勘案したことでそういう端末が増えているということなのか、アメリカと日本の違いを、政策面と企業の判断等の違いを含めて、簡単に説明いただければと思います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、まずAppleさんからお答えいただいて、続いてクアルコムさんをお願いしたいと思います。

まず、Appleさん、よろしくお願いします。

**【Apple】** 他社の具体的な事例に関しては、私たちとしてコメントはできないのですが、まず今いただきましたコメントとして、国や市場によってシチュエーションは異なることから、割合を比較することはあまり意味がないという点に関しては、私たちとしても尊重させていただき、よく検討させていただきたいと思います。こちらのスライドで私たちとして述べさせていただきかかったのは、ハイエンドで残存価値が高い端末に、今回かなり偏った影響を与えるようなキャリアからの御提案内容は、私たちとしてはサポートするものではないということです。キャリアの提案は、ハイエンドの機種に偏った影響を与えてしまうため、多くの場合、最新のテクノロジーはハイエンドの機種に搭載されておりますので、日本において導入が遅れるのではないかと私たちを危惧しているということがあります。

キャリアから提案された内容は、その残存価値に基づいて上限を決めるというものでありますので、再度となりますが、それについては私たちとしては同意しかねるということでございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございます。クアルコムさんの前に、Appleさんの時間が押しているそうです。関口さんの御質問がAppleさんに対してでございますので、変則的になりますが、関口さんのほうからまず質問していただいて、その後、クアルコムさんから佐藤先生へお答えいただきたいと思います。大変申し訳ありません。

それでは、関口さん、よろしくお願いします。

【関口構成員】 神奈川大学の関口でございます。先に質問させていただきます。

A p p l e さんの3ページのプレゼン資料を拝見しますと、お客様にとって大切なこととして、多様な選択肢、それから、革新的な技術・サービスへのアクセス、この2点を挙げていらっしゃるって、その後のページにおいて、多様な価格帯や、多様な機能の数々を紹介いただきました。ただ、ここで指摘されていない項目としては、実はミリ波の効果ということが紹介されていません。5Gのコアとしての革新的なミリ波対応端末が、A p p l e さんから日本の市場に提供されていないということについて、提供されていない理由についてお尋ねしたいと思います。これが第1点でございます。

それから、第2点の質問ですが、ミリ波対応端末を提供しないということと、それから、5ページ目のプレゼンテーション資料の右のところ、日本と韓国、それから米国、この3か国との間で、日本が際立ってハイエンドの端末が売れていないという棒グラフを示していますが、このうちの何がしかのパーセンテージは、ミリ波対応未提供の原因に対応すると私は思っているのですが、ここについてはあくまでも仮定の話ですから、具体的な予測というのは難しいかもしれませんが、韓国や米国との大きな違いというのは、ミリ波対応端末の提供の有無にあるのではないかと考えてございます。

そのことはクアルコムさんの資料の8ページにありましたように、ミリ波対応端末のシェアは米国の10分の1以下であるという日本の状況についてコメントがございましたが、このようなことからいっても、ミリ波対応端末の提供をしないことによって、A p p l e さんのハイエンド端末の販売が振るわないということにならないのかという疑問を持ちましたので、そこについてのコメントをお願いいたします。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、どうぞA p p l e さん、よろしくお願いします。

【A p p l e】 2つの質問を1度にお答えさせていただきたいと思います。

私たちがお客様に対してフォーカスしておりますのは、幅広い選択肢やニーズに応じていくということです。それは、最新のテクノロジーやサービス、イノベーション、機能といったものを常に利用できる状態にしていくということで、ミリ波に関しては、米国において、i P h o n e 1 4 と 1 4 P r o のシリーズで既に御提供しております、テクノロジー自体は存在しております。

日本には既に5G対応のiPhoneがございいますが、ミリ波技術のサポートはないところ。まだ日本の市場でミリ波対応の端末が限定的ですが、そこまで導入の必要が大きくなるのではないかと考えているからです。繰り返しになりますが、私たちがフォーカスしているのは幅広いニーズや選択肢に応じていくこと、市場が要望する必要な幅広い機能や技術に対応していくということになります。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、クアルコムさんに戻りまして、佐藤さんの御質問について、どうぞクアルコムさんからお答えいただけたらと思います。

【クアルコム】 ありがとうございます。先ほどいただきましたコメント及び御質問について回答させていただきたいと思います。

まず、ミリ波サービス、5Gのサービスによるポテンシャルをフルに享受するというものためには、やはりSub 6、そして、ミリ波と呼ばれる5G用の周波数、広帯域な周波数を用いたサービスといったことで、ユーザーが新たな体験を得られるということになります。

そのためには、インフラへの投資意欲が高まり、ユーザーが高品質な通信サービスを受けられるような環境が整うこと、また、それを利用することができる端末が普及していること、さらに5Gのポテンシャルを十分に発揮するサービスが開発されること、こういった好循環を生み出すことができるように、私どもの今回の提案としましては、端末へのインセンティブ、そしてデータ使い放題のインセンティブを取り上げさせていただきましたが、こういったような施策が効果を発揮するのではないかとというふうに期待しております。御指摘のとおり、端末だけでは不十分でございます。

また、一方で米国につきまして、5Gといえば、導入当初は実はミリ波のみという状況でございました。ミッドバンドと呼ばれる周波数が使いにくかったという状況がございます。米国では、先ほどApple様からも御説明ありましたが、高シェアな端末でもミリ波という革新的な技術が導入されていますが、日本では導入されていないという状況が発生しており、改善が望まれます。米国では、先ほど申し上げた事業の状況であることから、インフラが非常に発展しており、多様な場所で多様なサービスが利用可能となっております。政策面で具体的な支援があるのかというのは、大変恐縮ですが把握してございませんが、米国政府において5Gの促進といったことは非常に焦点が当たっておりまして、多様な取組がなされているのではないかと考えております。

私からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

非常に熱心な御質問と、それから丁寧な御回答をいただきましてありがとうございます。時間の関係もございますので、端末メーカー各社、団体様へのヒアリングはここまでとさせていただきます。どうも端末メーカーの皆様、御協力ありがとうございました。

この後、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合に移りたいと思います。事務局のほうで接続確認を行いますので、少々お待ちいただきますようお願いいたします。

( 接続確認 )

【新美主査】 それでは、消費者保護ルールの在り方に関する検討会のメンバーの皆様、お待たせしました。前半部分で時間が押してしまいました。大変申し訳ありません。それでは、競争ルールの検証に関するワーキンググループと消費者保護ルールの在り方に関する検討会の合同会合を開始したいと思います。

なお、本日は御都合のため、大谷構成員、平野構成員及び木村構成員が御欠席と伺っております。

それでは早速、議事に入りたいと思います。前半に引き続きになりますが、「電気通信事業法第27条の3に係る施行3年経過後の検討」等について、関係者ヒアリングを行います。

まず初めに、全携協の専務理事、俣野様から御説明をお願いいたします。どうぞよろしくお願ひします。

【全携協】 全携協、俣野でございます。事務局から資料の投影はお願いできますでしょうか。

【新美主査】 事務局、いかがでしょうか。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局です。こちらから投影いたしますので、少々お待ちください。

【全携協】 投影ありがとうございます。それでは、全携協から発表させていただきたいと思ひます。このたびはこのような機会をいただきまして、誠にありがとうございます。それでは、資料3に従いまして御説明をさせていただきます。

2ページ目でございますけれども、改正法の3年経過後の検討について、意見を述べさせていただきます。

3ページ目でございます。まず、MNPの現状について、データで説明をさせていただきます。



たいと思います。折れ線グラフが携帯電話端末の出荷台数の推移でございます。棒グラフがMNPの件数になります。こうして見ますと、白ロム廉価販売が始まったのが2021年度、この年がいかにも異常なMNP件数であったかということがお分かりいただけると思います。件数だけで見ますと、まとめコメントが下の青い帯でございますけれども、ここに記載しましたとおり、高額なキャッシュバックが社会問題化した2013年度と同等以上の状態、同じような状態と言えるのではないかと思います。さらに心配なのは、2022年度は物価高の影響で過去最低の出荷台数になるのではないかと見込まれるところ、MNPの件数につきましては昨年度よりも伸びてしまっていると推測いたしております。

次のページでございます。このページには横棒グラフで先日のモニタリング定期会合での総務省資料を出ささせていただいております、勧められて事業者等を乗換え・新規契約というような苦情が最も多くなってございます。右側の棒グラフでございますけれども、これも時系列で見ますと、白ロムの廉価販売が始まりました2021年度から急増しています。やはり一定の相関関係があるのではないかと思います。一方で右下でございますけれども、そもそもキャリアを乗り換えたいと思っている人は契約者全体の5%程度でございます。前のページでは単純計算で出荷台数比で22%のMNPをしていることになりまして、MNPをしたいと思っていないお客様までも強引に誘導してしまっていると思われます。また、今は物価高の状況でございますので、このように極端に安い価格に誘導されまして、希望しないMNPを強いられているお客様は今後も多いのではないかなと思っておる次第でございます。

次に、5ページ目でございます。ここでは、高額なキャッシュバックが問題だった2013年度当時との比較で現状の問題点を明らかにしてまいりたいと思います。2013年度はキャリアからの販売奨励金を原資に代理店がキャッシュバックを行っておりました。代理店側に赤字はなかったというふうに記憶をしております。一方でお客様側は2年から4年の縛りがありまして、SIMロックもありましたので、転売行為はございません、端末購入頻度の違いによる不公平や通信料を原資とした端末値引きが通信料高止まりの原因ではないかという問題がございました。

そして、現状でございますけれども、ポートイン重視の店舗評価指標、これがあるために、販売代理店は店舗の存続をかけて赤字販売をせざるを得ないという場合がございます。転売ヤーだけでなくSIM単体契約を持ちかけて仲介料を要求するような業者も出てきております。一方でお客様側は、期間拘束もSIMロックもありませんので、転売が

しやすいというようなこともございまして、それを組織化して行うようなケースも出てきておりまして、悪質な転売ヤーが一番利益を得やすいという構造になっていると言えるかと思えます。

誤解のないように申し添えておきたいのですけれども、お客様の自由意思でいつでもキャリアを変更できるスイッチング円滑化の方向性は正しいと思っております。質の競争にシフトすると全携協も期待しておりました。しかしながら、下の図に示しましたとおり、白ロム値引き自由という抜け穴があったために、より苛烈な量の競争に戻ってしまっておりまして、対策が必要ではないかと考える次第でございます。

次のページでございますけれども、転売ヤーが組織化されているのではないかとという一つの事例といたしまして、動画を紹介しております。「スマサポチャンネル」というところでございます。今の携帯電話販売の市場を専門的な見地から分析・説明しているサイトでございます。ここでこのような販売の裏社会的サイトがあるということを知らせてくれています。このサイト自体は悪いサイトではございませんけれども、その中にそういう情報を入れていただいているということでございます。転売ヤーの存在が反社のほうにつながっているのではと心配する声もございます。ぜひ一度御覧いただければと思う次第でございます。

以上を踏まえまして、7ページ目、改正法施行後の3年の経過でございますけれども、全携協が考える見直すべき方向性です。楽天モバイルの参入もあり、通信料金が下がったことはよいことだと考えております。改正法の基本的な考え方において、2年をめどに根絶させるという予定であったと記憶しておりますが、右下にあるように、通信料金を原資とした端末代金の値引きの販売に頼った競争慣行は、根絶どころか悪化したと言えるのではないのでしょうか。この点につきまして、ぜひ消費者目線での質の競争へ見直すべきだと思います。

具体的には8ページ目を御覧ください。市場が不健全となっている原因は、販売代理店に対する高過ぎるMNP指標を背景にした過度なMNP競争であると言えるかと思えます。しかし、キャリアからは競争対抗の観点で自主的な改善が行えないというコメントもございましたので、転売ヤー対策のために、まず総務省へのお願いでございます。各団体からもプレゼンがありましたとおり、白ロム値引きに一定の上限を設けていただきたいと思います。また、値引きを行う際は期間を分けて分割して行うこと、あるいは以前のように顧客の囲い込みを目的とした期間拘束ではなくて、短期のホッピングを防ぐ趣旨での期間拘束も検討の余地があるのではないかと思います。

次に、キャリアショップの疲弊についてでございます。今、キャリアショップを運営する販売代理店は、出張販売などの業務が増えたことで、スタッフが疲弊しまして、離職率も高まっているような状況でございます。そこで、総務省というよりもキャリアへの検討のお願いということになるのでしょうかけれども、アフターフォロー拠点である店舗の存続に関わる指標の配点につきましては、新規より機変を同等以上にさせていただきたい、既存のユーザーを大事にしていくというような思想を持って配点を考えていただきたいということでございます。下にコメントでまとめましたとおりでございますけれども、お客様の意思をねじ曲げるMNP誘導を早期に是正して、機種変更のお客様をないがしろにしないような正しい市場を目指していきたいと思うわけでございます。

9ページ目でございます。キャリアショップが行っている地域貢献の紹介でございます。今年度は、競争入札を経まして、総務省さんのほうからマイナンバーカードの申請サポート事業を請け負うことができております。この事業は、全携協が業界のかけ橋となって、ライバル企業であったNTTドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさんの全ショップが協力して取り組んだ画期的な事例でございます。キャリアショップが、誰一人取り残されない、人に優しいデジタル化というものに貢献できた象徴的な事例ですので、最後に御紹介をさせていただきますと思います。

10ページ目からにつきましては、消費者保護ルールの在り方に関する検討会の論点ということで、2020年8月に4キャリアと全携協に御要請をいただいております出張販売の適正化につきまして、取組の進捗を報告させていただきたいと思っております。

11ページ目でございます。記載のとおり、第42回の検討会でございますが、全携協ではキャリアに対する5つの改善提案を公表させていただいております。その後も各キャリアと幹部クラスも交えた議論を重ねてまいっております。御覧いただければと思います。

次のページは、その進捗でございますが、12ページ目のとおりでございます。この12ページ目には、前回のモニタリング定期会合でも説明をいたしました、5つのうちの4つまでは実現することができるということを表してございます。残り1つ、一番上でございますけれども、イベント会社の事前審査及びブラックリストの整備につきましては、次の13ページに少し詳細に書かせていただいております。

こちらはまだ議論中ございまして、構成員限りとさせていただきます。法的な論点もございまして、専門家を交えた議論を進めてございまして、まだ実現には少々時間がかかると思っております。ただ、重要な論点となりますので、引き続き、キャリア各社と共

に検討を進めてまいりたいと思っております。

最後、14ページでございますけれども、その他です。全携協としましては、出張販売の適正化を中心としたeラーニング教材も制作しております。あんしんショップ認定店舗で働く全従業員が受講を完了しております。

全携協からの説明は以上でございます。ありがとうございました。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは、ただいまの御説明について御質問のある方は御発言いただきたいと思っております。チャット欄にて御合図をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。いかがでしょうか。

それでは、森さん、どうぞ御発言をお願いします。

**【森構成員】** 御説明ありがとうございました。全体的に非常に納得して伺いました。おっしゃるとおりだと思って伺っておりました。

確かに困った状況になっていると思っております、コメント1点とお尋ねしたいこと1点を申し上げたいと思っております。一つは転売ヤーの問題で、これについても、今の、買い替えたいと思ったら買い替えられるというような状況自体は正しいけれども、転売ヤーは問題だという御認識は全くそのとおりだと思っております。というのは、ほかのいろいろなもので転売ヤーというのは発生しているわけございまして、そういう意味ではスマホがほかのいろいろなものと同じになったと。小さくて、つまり、ハンディーで、そこそこ価格帯が高くて、新製品が出たりして需要が一時的に高まるようなもの、そういうものは何でもかんでも転売ヤーの対象になります。チケットや、漫画の単行本、新刊が出るということですね、あとは、プラモデルなど、そういうものは転売の対象になります。

転売ヤーは、御案内のとおりですけれども、転売ヤーという名前がついておりますから、転売がビジネスであるかのように思われますけれども、そうではなくて、実際には人為的に需要が非常に大きな状態、供給が少ない状態、人為的に品薄状態をつくり出すことが彼らのビジネスで、本当は品薄ヤーなんですね。それがスマホにも来たと。彼らは同じ転売ヤーは転売ヤーなので、スマホの転売もすれば、漫画の転売もすれば、プラモデルの転売もする。単に行けそうなところに行っているだけということです。要するに、全産業的対応が必要であって、ここでだけ転売ヤーをどうにかするという事は難しいわけでございます。特に上位レイヤーのプラットフォームの高額転売対応というのは非常に高く期待されるということかと思っております。これがコメントです。

お尋ねしたいことは、8ページです。これも全くごもつともだなど伺っていたのですが、

左側、転売ヤー問題の下のところで総務省の検討のお願いというところの3番目に、顧客の囲い込みではなく短期のホッピングを防ぐ期間拘束の設計とお書きいただいています。私、実はこれはありかなと思っています。要するに、端末代金を回線料金で回収しようとするから駄目なのであって、そうでない、それができないような限度であれば、ホッピングを防ぐための期間拘束はありなのではないかと思っていますが、全携協さんにお尋ねしたいのは、この期間拘束としてどのぐらいの期間を適切なものとして想定されているかということをお聞きしたいと思います。それはもしかすると端末価格と連動するものかもしれませんが、その場合にはそういうことで結構ですけれども、もし何かお考えがありましたらいただければと思います。よろしくお願いいたします。

**【全携協】** ありがとうございます。森先生、おっしゃられるとおりでございまして、ここは転売ヤー対策で問題はないのではないかと協会の中でも話し合っているところでございます。期間的には6か月や、長くても12か月以内ぐらいかなと思いますが、一般のユーザーが、アーリーアダプターが新しい技術を買いに行く手前のところでハードルを切りたいと思っていますけれども、それでも6か月ぐらいはかけたいというところがございます。答えになっておりますでしょうか。

**【森構成員】** 分かりました。ありがとうございます。

**【新美主査】** それでは続いて、北さん、御質問よろしくお願いいたします。

**【北構成員】** 野村総研の北でございます。2点質問です。

転売ヤー問題については言及いただきましたけれども、SIMのみ新規キャッシュバックと手配師については今回御指摘いただけていません。これについて、現場でどの程度問題視されているのか、また、問題視されているとしたらどのような対策が必要とお考えなのか、コメントいただきたいと思います。

もう1点、8ページに白ロム値引きにも上限が必要という御意見ですが、販売現場にいる皆さんから見て、もし2万円規制を撤廃したらどうなるとお考えでしょうか。通信料金が下がったので以前のように戻らないという意見もありますが、現場にいる皆さんの感覚をお伺いしたいと思います。

**【新美主査】** それでは、俣野さん、どうぞお答えください。

**【全携協】** ありがとうございます。SIMのみ販売のほうは、最近特に問題は大きくなってきていると理解しております。したがって、以前キャリアさんの御説明の中でソフトバンクさんからであったと思いますけれども、代理店からマーケットへも2万円規制を

かけるべきだという御主張がございました。我々はこれに同意したいと考えております。非常に大きな問題になっていることは御指摘のとおりでございます。重要視しておりますということでございます。

それから、2万円が撤廃されればというところでございますけれども、この競争のそもそもの原因が高過ぎるMNP指標でございますので、これが続く限り消耗戦が続くのではないかと考えております。ですから、まず、高過ぎるMNP指標を何とか適正なところに戻していただきたいと願うものでございます。今、代理店も持ち出しをして戦わなければいけない状況でございます。これがひょっとして2万円撤廃をされた段階では、まさにキャリアさんの戦いになって負担がなくなるということなのかも分かりませんが、その保証もないというようなところでありますと、まずは根源的な原因でありますMNP指標の高さを是正していただきたいと考えておるところでございます。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。北さん、よろしいでしょうか。

**【北構成員】** ありがとうございます。

**【新美主査】** ほかに御質問ございませんでしょうか。それでは、時間の都合もありますので、この辺りで全携協さんへの質疑は終了させていただきたいと思っております。

それでは続きまして、「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、事務局から御説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

なお、これに引き続きまして、公正取引委員会のほうから御報告いただきますので、質疑は公正取引委員会の御説明が終わった後にしたいと思います。

それではまず、事務局からよろしく申し上げます。

**【竹内消費者行政第一課課長補佐】** 事務局でございます。資料4に基づきまして説明させていただきます。

右肩1ページ目を御覧いただければと思います。こちらの窓口は2021年9月に総務省のホームページに設置したものでございます。代理店において不適切な行為や、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標等の情報を収集しているものでございます。

2ページ目でございます。去年の年末までの累積の情報数でございますけれども、2,384件の御意見を頂戴してございます。属性でございますが、この下にありますとおり、適

合性の原則、いわゆる消費者保護の関連の違反が14%でございまして、通信料金と端末代金の完全分離の関係が65%でございます。代理店の所在地でございまして、関東、近畿、東海の順に多いというところでございます。

3ページ目を御覧いただければと思います。今申し上げたものを四半期ごとに見たものでございます。適合性の原則に関連する苦情は、件数、割合共に比較的小康状態になってございまして、通信料金と端末代金の完全分離の関係は、苦情の件数と割合が少し高止まりしてございます。

4ページ目を御覧いただければと思います。いただいている苦情の概要の御紹介でございます。まず、通信料金と端末料金の完全分離の関係でございまして、対象期間中に709件通報を頂戴しております。その内容が事実であればというところでございますが、その場合には違反の可能性があるものが約570件ございます。傾向でございまして、家電量販店に関する通報の割合が引き続き高いということと、出張販売に関する通報が増加傾向にあって、令和3年9月から翌年3月までと比べて約3倍に増えております。苦情の内容は下にあるとおりでございまして、割愛させていただければと思います。

5ページ目でございます。こちらの適合性の原則違反、その他として寄せられた通報内容の概要でございます。適合性の原則に反する可能性のある行為類型につきましては、これまで認識されてきたものに比べまして比較的新しい行為類型も出て来ているところでございます。また、適合性の原則に反しない可能性もございまして、消費者の通報が増加している事案も存在しております。こちら、下を御覧いただければと思いますが、新規契約に関するものや、高額・大容量プランに関するものが20件、30件程度になっているのですが、一方、オプションに関するものが60件程度ということで少し目立つ件数となっております。

適合性の原則以外でございまして、後ほど御説明いたしますが、いわゆる短期解約に関する通報も10件程度となっております。

一番下でございまして、その他の事業者の評価指標等に起因して発生していると思われる行為でございまして、いわゆる手配師関連と思われるものの通報が40件程度でございます。こちらは先ほど全携協さんの御指摘もありましたが、一部のSNS等で言及されているものでございまして、代理店スタッフ等と思われる方が、契約実績に貢献してくれるような方をSNS上で募っているものであるというふうに御理解いただければと思います。通報内容が事実であればという前提つきでございまして、様々な目標

をクリアするためにこういった手法に手を染めている代理店も存在すると思われるところで。

6 ページ目を御覧いただければと思います。ここからは比較的件数が多い苦情の概要の御紹介でございます。まず、オプションに関するものでございますけれども、全体の情報に占めるオプションの割合はかなり大きくなってございまして、引き続き注視が必要と考えてございます。代理店側から寄せられるものとしましては、代理店の販売方針として利用者の必要性にかかわらずオプションを進めるといったような情報や、利用者から寄せられた情報といたしましては、端末の割引行為の条件として高額プランを提示しているというようなものや、知らないうちにオプションを契約しているといったような情報も寄せられてございます。概要は下に書いてあるとおりでございます。

7 ページ目でございますけれども、こちらは先ほど申し上げたいいわゆる短期解約に関するものでございます。こちらにつきましては、苦情が一定数寄せられているところでございますけれども、代理店側からの情報といたしましては、短期解約に対する不利益な取扱いの存在、要は、すぐ契約から離脱してしまったことを理由として、事後的に契約を再度申し込もうとしても断ることが存在するというところを、一定期間の契約が必要な理由として説明しているといったような情報が寄せられてございます。利用者からも同じような情報が寄せられているところでございますけれども、そのほか、どこかのキャリアを契約していらっしゃる方がほかのキャリアに乗り換えたときに短期間で乗換えてしまったところ、後ほどもとのキャリアに戻ろうとしたら、結果的に短期解約の基準に引っかかってしまい契約を拒否されてしまったという苦情が寄せられてございます。

8 ページ目は、総務省が持っている電気通信消費者相談センターに寄せられている、短期解約に関する苦情の相談でございます。こちらは先ほど申し上げたものと同じような内容でございますので、内容は割愛させていただければと思います。

【中島料金サービス課課長補佐】 右肩 9 ページでございます。MNOにおける「短期解約ブラックリスト」の運用についてでございます。まず、現状につきましては、先ほど来の説明のとおりではございますが、MNOの販売代理店等において、例えば3か月以内、6か月以内、そういったような短期で解約を行った場合に、その解約した事業者のサービスを再度受けられなくなる、いわゆるブラックリストに入る旨の案内等が行われているとの相談が寄せられてございます。こうした案内等に係るものとしたしましては17件、実際の役務提供拒否に係るもので5件の情報が寄せられてございます。



こういった事案に対する電気通信事業法の考え方でございます。下のほうの1ポツでございませけれども、まずMNOにつきましては、いずれも認定電気通信事業者でございまして、電気通信事業法第121条第1項の規定により、正当な理由がない限り役務提供を拒否することができないということでございます。いわゆる役務提供義務がかかっているという状況でございます。

こうした場合、今般の短期解約を行ったことがあるという事実が正当な理由に当たるのかにつきましては、2ポツでございませけれども、現状、スイッチングコストが低減しており、事業者変更が容易になっているということがございます。そういった中で、サービスの利用意思がある者が短期解約を行うことは十分に考えられますので、単に短期解約を行ったことがあるという事実のみでは、サービスの利用意思がないとは言い切れないとさせていただきます。

続きまして、3ポツ目でございます。また、MNOも、仮に短期解約をされた場合でも、契約期間に応じた対価を得ることが可能になってございますので、短期解約自体が電気通信事業者の利益を不当に害するとは言い切れないとさせていただきます。

4ポツでございませけれども、こうしたことを踏まえれば、利用者の方が短期解約を行ったことがあるという事実のみでは役務提供を拒否できる正当な理由には該当しないというところでございます。つきましては、MNOにおきましては、短期解約を行ったことがあることのみを理由として役務提供拒否をするということは、電気通信事業法第121条第1項に違反をし、業務改善命令の対象となり得るとしております。また、MNOの販売代理店におきまして、短期解約を行うとブラックリストに入るといったような案内等を行うことにつきましては、内容によっては電気通信事業法第27条の2第1号で禁止されております、いわゆる不実告知にも該当する場合がございますし、業務改善命令の対象となり得るとしております。そのため、MNOにおきましては、運用方針を販売代理店に適切に説明した上で指導監督を行う必要があるとさせていただきます。

また、最後のポツでございませけれども、こうしたいわゆる役務提供拒否といったような運用以外の手法といたしまして、例えば、利益の提供を1人1回に限るといったような転売ヤー対策、やサービスの利用意思を伴わない乗換え対策を行うということに関しましては、この考え方が妨げるものではないとさせていただきます。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、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、公正取引委員会の事務総局経済取引局調整課長の天田様から御説明をいただきたいと思います。天田様、御説明よろしく申し上げます。

【公正取引委員会】 公正取引委員会でございます。それでは、手短に、先週金曜日に公表しております携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査につきまして、概要を報告させていただきます。

まずこの調査、お手元の資料5のスライド2でございますけれども、今回の調査は8月のお盆頃から緊急に始めたものですが、趣旨としては、いわゆる1円販売に代表されるスマートフォンの極端な廉価販売が見られるということで、販売代理店における廉価販売の実施状況を把握するとともに、その取引構造、流通実態を明らかにするために調査を行ったものでございます。これは独占禁止法違反行為の有無の調査ではなく、取引実態を把握した上で、独占禁止法上の考え方、競争政策上の考え方を整理するといったことを目的としたものであります。

緊急に調査を行って、できるだけ早くまとめるということで、調査のターゲットは相当絞る形で行いました。あとは、極端な廉価販売というところで、1円以外にもいろいろな価格設定はありましたので、一つのベンチマークとして、消費者の負担額が1,000円以下となるようなスマートフォンの販売を「極端な廉価販売」としてその実施状況について調べたところでございます。調査の対象期間は令和4年1月1日から6月30日までとし、その期間に販売されているスマートフォンについて、MNO4社と販売代理店、販売代理店についてはエリアも絞っていきまして、関東地方に所在している店舗を運営している事業者との取引等について見ていったところです。それから、対象機種につきましても絞り込んでいきまして、この調査対象期間1月1日から6月30日までの間に各MNOが販売代理店に販売したスマートフォンのうち、MNOごとに販売台数上位、iPhone20機種、それから、Android20機種の計40機種につきまして、これを対象としまして消費者の負担額が1,000円以下となるような販売方法がどれくらいの広がりであったかを調べたところでございます。

続きまして、スライド4ページ目を御覧いただければと思います。その上での実施状況が4ページ一番下のところに書かせていただいているところです。まず、私どものほうで、この調査対象期間中に極端な廉価販売、1,000円以下で消費者に対して販売をした実績があるかないかというところでまず代理店さんにお聞きしまして、「実施したことがある」と

いう回答のあった233社に対しまして、対象40機種について極端な廉価販売の実施状況をお聞きしたところであります。MNO4社トータルで見たときに、この対象40機種で対象期間中に売られた販売台数のうち、1,000円以下という極端な廉価販売が行われた台数の割合は14.9%でした。

それから、それをOS別に見たときですけれども、Android端末のほうがiPhoneよりも極端な廉価販売が行われた割合が高かったということが分かっています。それから、値引き前価格帯別に見たときには、4万円未満の機種が販売されたときに、そのうち30.4%が1,000円以下、極端な廉価販売が行われていたというところで、割合的には4万円未満の機種で極端な廉価販売の実施が多かったというところになります。逆に10万以上の高価格帯になってくると、販売された台数のうちで極端な廉価販売がされた割合は1.6%にとどまっていたというところがございます。

それから、販売区分別で、端末を販売するシーンはいろいろありますけれども、極端な廉価販売が行われるケースとして一番多いのが、MNPで他社から転入してくる際に行う端末販売、その際に極端な廉価販売が行われているという割合が最も高くございます。次いで、純粋な新規契約時の端末販売において販売台数のうち13.9%で極端な廉価販売が行われていたという状況でございました。したがって、新規に通信契約を獲得する際に併せて端末を販売するときに極端な廉価販売が行われたケースが割合としては高くございます。

その結果、通信契約というところで見ると、シェアにどのような動きがあったかというところで見ると下の表でございます。調査対象期間中で見ると、シェアの変動は大きなものは見られないというところで、MVNOのシェアが落ちたとか、そういったところはなかったというところがございます。

それから、次の5ページです。ここから先が、極端な廉価販売の行われ方といいますか、スマートフォンがMNOから代理店に流れていくところを言っています。今回、不当廉売に該当するかが一つの関心ではあるのですが、違反事件調査のように厳密な調査をしているわけでもなくて、端末販売というときに、端末販売に係る収支を大づかみで1月から6月の間で40機種について見てみたというところなんです。MNOから販売代理店へ出ていくというところで、40機種のうち、各通信キャリア共に、収支で見たときに赤字となっている機種が相当数あったというところなんです。

この収支の赤字というのは、例えば10万円で仕入れを行ったスマホを5万円で卸すという、そういう名目価格で赤字になっているというところではなくて、例えば販売をする際

に、その機種について1台売れば奨励金を幾らというところで、特定の機種にひもづく形で奨励金が設定されていて、そういったものを加味して実質的な価格というところで値引きがされているということ踏まえたものとして収支が赤字となっていたものが相当数あったところです。その場合、通信キャリアさんでいうと、例えばA社、B社でいくと、もともと価格設定と申しますか、端末自体で収支を見ていなくて、通信料収入と合算した上で収支が取れるように設計しているというところでありまして、通信料収入を加味した上で収支設計しているというところでありました。

他方で、私どもの視点として、令和元年の電気通信事業法の改正後、通信料金と端末代金の分離が進んでいて、かつ先ほどから話題に出ている、行き過ぎた囲い込みの是正は進められていると。端末の購入によって通信契約の継続ができるかという、それはできなくなっているというところで、期間拘束はできない中で、専ら通信契約を伴わず、いわゆるSIMフリーのスマホを消費者に販売している事業者、家電量販店であったり、あるいはインターネット上でショッピングモールを設定している事業者でSIMフリーを扱っている業者もありますし、あるいは新品ではないですけれども、中古端末を取り扱っている事業者も現にいますということ、それから、端末については、独立した商品として価格が設定されて供給されているということ踏まえると、独禁法の不当廉売の要件の一つであります、供給に要する費用を著しく下回る対価でというときに、コスト割れを判断するときには、通信料収入を加味するという考え方ではなくて、あくまでも通信料収入は別個に見ると。端末の販売に係る部分でコスト割れを判断するという考え方を明らかにしているところです。したがって、今回、収支というところでは相当ラフに見ているんですけれども、収支の赤字を通信料収入等で補填するような販売方法という場合に、供給に要する費用を著しく下回った対価での供給に該当するおそれがあるということをお明らかにしたところでもあります。

それから続きまして、7ページを御覧ください。値引き販売の全体図が描かれています。極端な廉価販売は販売代理店から消費者への販売段階で行われているわけですが、先ほど申し上げたとおり、その上流段階のMNOから代理店にというところで、MNO各社とも相当数の機種で収支が赤字となっている状況が確認されております。それらに対応する機種を特定した販売奨励金といったものが入れられた結果、実質的に収支が赤字になっているというところでもあります。

したがって、スマホの販売競争、スマホ販売市場を考えたときに、MNOの販売代理店と、それから、専ら通信契約を伴わずにスマホを売っている中古端末を取り扱っている事業者

や家電量販店の競争を考えたときには、MNOの販売代理店というのは、そもそも卸売されている段階で相当安く供給されているということができ、したがって、中古端末取扱事業者あるいは家電量販店に対して競争上優位な立場に立っているという構造にまずあるというところでは。

その上で、今回まずMNOから代理店のところで安い価格で卸されているというところで、その影響がどこに及んでいるかというところ、川下のほうの市場でして、MNOの販売代理店と、スマホ販売事業者、中古端末取扱事業者、それから、家電量販店というところの間の競争に影響を与えているというところでもあります。

その結果、仮に、今度、影響要件になってきますけれども、安売りのレベルによって、他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれというところに該当してくるような規模で廉価販売が行われると、独占禁止法上の問題となり得るというところで、下の四角に囲んでおりますけれども、MNOが販売代理店に対して供給に要する費用を著しく下回る対価で継続してスマートフォンを販売することにより、販売代理店と競争関係にある、専ら通信契約を伴わずスマートフォンを消費者に販売している事業者の事業活動を困難にさせるおそれがある場合には、独占禁止法上問題となるおそれがあるというところで書かせていただいております。

加えてさらに、販売代理店から消費者というところで安売りが行われているわけですが、その段階を見たときに、機種を特定した販売奨励金以外の奨励金を入れて、安売りをするというところが見られています。それがどうして起こっていくかが、スライドの9ページになってきます。今回、販売代理店のほうで極端な廉価販売を行うこと背景・理由について確認しております。そこで一つ出てきた話としてあるのが、ナンバーポータブル評価指標の目標値を達成するためといった回答が多く寄せられたというところでもあります。したがって、代理店評価制度におけるナンバーポータブル評価指標の目標値を達成するために、その手段として端末を安く売るといったことを行ったということでもあります。

加えて、回答の中でも一定数あったのは、MNOの営業担当者のほうからの働きかけ、つまり、ナンバーポータブルの獲得に加えて、1円のような安い値段で端末を売ってはどうかというような働きかけがあったという回答も一定数あったところでもあります。

MNOと代理店との関係でいきますと、代理店に対するヒアリングによりますと、スマホ自体の販売や、あるいはスマホのカバーシール等の販売収入は、粗利はほとんどないというところで、代理店にとっての利益の源泉はMNOから払われる支払金や奨励金、支援金であ

るところであります。特に代理店評価制度で評価期間中に設定された目標の達成度合いと連動して奨励金や支援金が入ってくるというときに、最終的に期末になって、達成した状況によって支払金が確定していくというものがあつたときに、支払金が確定するのは最終段階、期末なんだけれども、目標水準において最高水準を達成した時に入ってくるであろう支援金、奨励金を前提にして、それを極端な廉価販売の原資に充てていたというような御意見もありまして、その結果として、目標を達成すれば黒字にはなるのですが、達成できなければ赤字で終わってしまうというようなこともございました。

そういった関係にありますので、独占禁止法で、優越的地位の濫用という禁止規定がありますけれども、一般的にそういった奨励金、支援金に代理店は利益の源泉を依存していたと思われるという関係にある中では、MNOの取引上の地位というのは代理店に対して優越している場合があるであろうということを書かせていただいています。そういった場合にその地位を利用して、代理店に対して、契約条件に関する交渉を十分に行うことなく、一方的に変更することによって代理店に対して不利益を与える場合には、独禁法上は問題になるおそれがあるということを書かせていただいた上で、今回MNOの営業担当者が1円のような廉価販売を実施するということを指示するといった回答も一定数あつたわけですが、そういったときに販売代理店が1円で売るということでもありますので、その結果、代理店が販売によって得る利益を上回ってしまうような費用負担、要するに、赤字を生じさせるということになるにもかかわらず、MNOが代理店に対して大幅な値引き販売の実施を余儀なくさせ、代理店に対して不利益を与えるという場合には、これは独占禁止法上問題になるおそれがあるという考え方を示してございます。

それから、次の10ページでございます。ナンバーポータル獲得指標における目標水準というところで、一部MNOの代理店からの御意見としてあつたのが、ナンバーポータル獲得というその目標設定のところで、通常の営業活動ではなかなか達成できないような非常に高い水準が設定されていると。そこを何とか達成するために、極端な端末の割引を独自に実施せざるを得ないというような意見があつたのと、設定される目標設定のところで、その件数が年々厳しくなっていくと。何とか達成したら、また次の期にはさらにそれをベースとしてより高い目標が設定され続けるというような構造にあるということを描する代理店もございました。

こういった目標設定をすることそのものが独禁法上の問題になるものではないのですが、他方で通常の顧客獲得競争の範囲を超えて、代理店の通常の営業活動で達成できないよう

な目標設定を設定するというところが、今回の場合、極端な廉価販売のような、販売代理店における独占禁止法違反につながり得る不当廉売の原因となり得るということは見られますので、独占禁止法違反行為の未然防止の観点というところで、通常の営業活動では達成できないような目標水準を設定するというところは、競争政策上望ましくないという考え方も示しているところです。

実際こういった目標設定というところでやはり大事になってくるのが、代理店とMNOとの間のコミュニケーションになってくるわけですが、こちらは令和3年度にも公正取引委員会は実態調査をしております、この点についての指摘をしています。協議をしっかりと行う、契約内容を変えていく場合には、根拠を示して十分な説明を行う、あるいは、代理店からの意見をしっかりと聞いて、考慮した上で目標等を設定していくことが望ましいという考え方を示したところであります。

その後、MNO各社におかれても、そういった意見を聞くというような仕組みを整備していただいたところですが、ただ、今回、令和3年度の調査において指摘させていただいた点をMNO3社の代理店にアンケートをしたところ、MNOさんのほうではそういった意見を聞くという体制を整備していただいているのですが、代理店のほう、末端のほうにはまだそれが十分に浸透していないといえますか、そういった協議の制度、意見を聞いてもらえるという制度がそもそもないと思ったり、そもそもそんな協議なんて行われたことがないというふうに答える代理店が半数超あったところです。あるいは、協議を行ったけれどもなかなか意見を取り入れてもらったことはないというような回答をする代理店も次いで多いというところがあります。

この点は令和3年度調査でも指摘しているところではあるのですが、整備していただいた制度をよりしっかり周知していただいて、代理店とのコミュニケーションをよりしっかりやっていただいて、根拠をしっかりと示す。十分に説明をして、代理店からの意見も十分に考慮して、かつ条件を変更するというときに、それを変更する直前になって示すということではなくて、変更までの期間は十分に設けることが望ましいというところも示したところでございます。

最後、11ページになりますけれども、今回、幾つか考え方を整理して、また、競争政策上望ましいというところも指摘させていただいたところでございます。この点は順次、MNOさんには御説明させていただいて、それを踏まえて、販売方法や、代理店との関係を見直していただければというところで進めております。あとは、今後、MNOと代理店との取引

を対象とした独禁法上の問題についての監視を強化していきまして、仮に独占禁止法違反行為が認められた場合には、厳正に対処していくというところで考えております。

説明は以上でございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございます。予定の時間を30分過ぎてしまったのですが、一、二質問を受け付けて、残された方には追加質問という形で事務局に出していただくということにしたいと思います。それでは、御質問あります方、どうぞ。

石田さん、全携協への質問は追加質問に回していただいて、ただいまの事務局と公正取引委員会に関しまして質問があったら、どうぞ質問していただきたいと思います。よろしいですか。

それでは、北さん、質問をお願いします。

**【北構成員】** 野村総研の北でございます。公正取引委員会さんに質問です。スマートフォンの極端な値引きについては、独禁法上問題となる行為になるおそれがあるということですが、これを受けてキャリアが極端な値引きを控えようと考えても、値引きの水準が一切示されていないので、やりようがないのではないかと私は思っています。1,000円以下を極端な廉価販売と定義したので、では、1,001円以上ならいいのかとか、機種ごとに収支が赤字にならないような販売をすればいいのか、具体的な水準や目安をぜひ御教示いただきたいと思うのですが、いかがでしょうか。

**【公正取引委員会】** 御質問ありがとうございます。独禁法の場合、幾らまでであればよいかという数値でお示しするという考え方がなかなか難しい法律になっていて、かつ不当廉売という場合、価格の要件のほかに、他の事業者の事業活動を困難にするという影響のほうの要件という、同時に2つ満たしたときに初めて不当廉売というのは成立するという関係にあるものですから、機種ごとにというときに、例えば消費者に対してすごく訴求する端末があったときに、それに集中して廉売を行うと。その結果として他の事業者の事業活動が困難になるというケースも想定されますし、逆に、あるいは、そうではない、あまり訴求しないような端末について廉価販売しても、あまり他の事業者に影響しないというようなケースがありまして、こうすれば独禁法上問題ないということのパシッと数字や何かでもって示すということはなかなか難しい法律であるということはお一つ御理解いただければと思います。

**【北構成員】** となると、キャリアは値引きを控えようがない状況が続くということですよ。



【公正取引委員会】 他方、今回は値引きというところで、終わりのほうで説明をさせていただいた代理店評価制度が一つ大きいかなと思っていて、その目標設定がまずは改善されることが大事かと思っています。そこを理由に代理店が安くせざるを得ないということを言っているところもありますので、その点の改善が大事かと思っています。

【北構成員】 またお時間いただきましたら別途お話ししたいと思います。

【公正取引委員会】 ぜひよろしく願いいたします。

【新美主査】 それでは、市川さん、どうぞコメントをお願いします。

【市川構成員】 慶應大学、市川です。ありがとうございます。資料5、公正取引委員会さん、今ちょうど不当廉価が一番際どいところのお話を北先生とお話されていました10ページの、MNP獲得指標における目標水準についてのコメントでございます。これはもと、今回でも資料3で全携協さんがおっしゃっていたように、質の競争をきちんと通信、端末それぞれに対して行うにはこういう形が望ましくて、だからこそ代理店への評価指標が非常に大事だということを、電気通信事業法も、利用者利益と公正競争という両方を掲げているなかでやってきたというところがあります。その一方で独占禁止法との関係が明らかになるといいよねということも私どもの参加しているほうの会では申し上げたところ、今回10ページのように、今まさに課長から御発言ありましたように、具体的に幾らという話に入っていくにくい法律でありますものの、やはり通常の顧客獲得競争の範囲を超えてこういう形をやるということは最終的には独占禁止法につながり得るのだ、競争政策上望ましくないのだということがこういうふうにも明示されて、その上で総務省と公正取引委員会が同じ方向を向いて対応できるという形になったことはとてもいいことだと思っています。究極的には先ほどの北さんの御質問のようなことがあるのですが、まずこれがそろると、ここをしっかりとやらなければいけないというターゲットができるものと思いますので、とても好ましいと思いましたので、コメントさせていただきます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、黒坂さん、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。1点コメント、1点質問です。

コメントは、資料4、事務局の9ページのところです。ブラックリストを作れないということは営業の自由が尊重されることを考えるとやむを得ないと思いますが、例えば総務省や業界団体で事業者名、該当する悪質な事業者名を把握していることを告知するというような牽制方法はあり得るのではないかなと。制裁を加えるわけではないけれども、実態は把

握していますよということを強くアピールしていくことは必要ではないかなと思っています。あるいは、業界団体と例えば転売の主要な場所になるフリマアプリ事業者で連携して、転売に対してネガティブであるというような広報を進めていただくことは検討いただいていいのではないかと思いますので、御一考いただければと思います。

一つ質問で公正取引委員会への質問ですが、4ページ目、5ページ目辺りに関連することだと思うのですが、例えば、販売方法の違いによって納入時に購入できる製品に制約がかかる、こういう買い方であればこの機種は買える、買えないといったようなこと、あるいは販売方法の違いによってアフターサービスの選択肢に制約がかかるといったようなことがあり得る場合、事業者の利益に資するような特定の販売方法に誘導するということがあるとしたら、これは独禁法上何ら課題があり得るのかということをお教えいただけないかと思っております。

以上です。

**【新美主査】** それでは、天田さん、どうぞお答えいただけたらと思います。お願いします。

**【公正取引委員会】** すみません、にわかにイメージが湧いてこないのですが、基本的に何がしの販売方法に制限をした結果、それが競争事業者との関係で何か競争上優位になるということがあるかどうかということかと思うのですが、そういった観点で独禁法は見ていくということになるのですが、お答えになっていますでしょうか。

**【黒坂構成員】** すみません、競争に必ずしも限らないかもしれないので、これは独禁法の範疇から少し消費者保護のほうにはみ出ているかもしれないのですが、一方で例えばアフターサービスというのは、販売事業者以外の人たちも基本的に事業機会が公開されている、オープンになっているものであるところ、この買い方をするのであればこういうふうにはしか修理できませんよとか、こういうことが制限されますよとか、あるいは製品を買うときにそもそもこれしか買えませんよ、あるいは優遇して先に入れてあげますよとか、この色特別に出してあげますよ、といったことがあり得る場合、これは将来的な事業機会を奪っているのではないか、ないしは事業者間で何らか乗換えがあるとか、何らか今後のライフサイクルを考えたときにそれが消費者の選択として制約されてしまう結果、事業者の次の事業機会を制約しているのではないかというようなことがあり得るかという質問です。

**【公正取引委員会】** ありがとうございます。そういった形で競争事業者に対して、競争上悪い影響といいますか、事業者を排除していくというようなことにつながっていくよう

なことがあれば、そこは独占禁止法の射程に入ってくるのかと思います。

【黒坂構成員】 分かりました。ありがとうございます。私からは以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。非常に丁寧な御説明をいただいたと同時に、委員の皆様には熱心に御議論いただきました。時間も大幅に超過いたしましたので、本日のヒアリングは以上とさせていただきます。

確認できなかった点、まだまだ質問したかったという点がございましたら、追加の質問という形で事務局を通じて関係者の皆様に改めてお尋ねいたしますので、どうぞ御協力いただきたいと思います。なお、構成員の皆様方につきましては、追加質問等がございましたら、ショートノティスで大変申し訳ありませんが、3月3日の17時までに事務局までお寄せいただきますようお願いいたします。

本日の議事は以上にします。司会の不手際で大幅な時間延長となりましたこと、おわび申し上げます。

それでは最後に、事務局から御連絡がございましたらよろしく申し上げます。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。本日は長い時間になりまして、大変申し訳ございませんでしたが、御議論のほどありがとうございました。

新美主査からも御案内がございましたが、本日のヒアリング発表者に対する追加質問につきましては、事務局より改めてメールにて御連絡させていただきます。よろしくお願いいたします。

また、次回会合の詳細につきましては、別途、事務局から御連絡を差し上げるとともに、総務省ホームページに掲載案内を掲載いたします。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。本当にありがとうございました。失礼いたします。

以上