別紙３

競争ルールの検証に関する報告書 2022

2022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 3
　１．報告書 2021 の公表以降の取組 3
　　（１）報告書2021における主な提言 3
　　（２）報告書2021の公表以降の総務省等における取組 5
　２．事業法第 27 条の３の執行の状況 7
　　（１）上限２万円規制に関する事項 7
　　（２）既往契約の解消状況 23
　　（３）その他、執行全般に関する事項 31
　３．モバイル市場の現況と分析 41
　　（１）分析の視点及び手法 41
　　（２）通信市場の動向 43
　　（３）端末市場の動向 68
　　（４）事業者等の経営状況 82
第３章　モバイル市場等に係る課題 85
　１．携帯端末の対応周波数等について 85
　２．乗換えコストの更なる改善 112
　３．「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係について 117
　４．いわゆる「転売ヤー」対策について 122
　５．固定通信市場に係る課題 128
第４章　おわりに 143
各種資料 150

第１章　はじめに

2019年５月、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」といい、同法による改正後の電気通信事業法（昭和59年法律第86号）を以下「事業法」という。）が成立し、同年10月に施行された。

本ＷＧは、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場に与えた影響などにつき評価・検証を行うことを目的として、「電気通信市場検証会議」（座長：大橋弘東京大学公共政策大学院・大学院経済学研究科教授）の下に設置されたものである。

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月には「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、その後、2021年９月には「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。）を公表してきた。

報告書2021を取りまとめる過程では、MNO（Mobile Network Operator）及びMVNO（Mobile Virtual Network Operator）各社による従来よりも低廉な新しい料金プランの提供が相次いで開始される市場環境の中、事業法第27条の３の執行の状況に加え、利用者による事業者の乗換えの傾向や端末市場における価格帯別の販売状況等につき、新たなデータや実態に基づく分析・評価を実施するとともに、携帯電話の音声通話料金（特に従量制料金）、スイッチングコスト、販売代理店の在り方といった個別の課題について検討を行った。

その結果として、報告書2021では、通信市場においては事業者間における料金競争や利用者による乗換え・料金プランの見直しなどの動きが活発化している、端末市場においても利用者がニーズに合った端末を選択し利用する傾向が進展しつつある、と分析・検証する一方、通信料金と端末代金の分離の実態、「既往契約」の解消状況、音声通話市場（特に従量制料金）における実質的な「逆ざや」の状態等、なお残る課題を明らかにした上で、その対応について提言した（第２章　１.）。

その後のモバイル市場においては、特にMVNO各社が多様なプランを新たに提供する動きを活発にする一方、端末の安値販売に伴う転売など現場における問題も一部指摘されるなど、引き続き、様々な動きが生じている。

本ＷＧにおいては、こうした市場環境の中、事業法第27条の３の執行の状況につきその実態を把握するとともに、実際のデータに基づきモバイル市場の現況

を分析・評価し、報告書2021公表以降における市場の競争環境を検証した（第２章　２.及び３.）。

加えて、携帯端末の対応周波数、「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係、いわゆる「転売ヤー」対策といった、報告書2021公表以降に新たに指摘された課題についても、その対策について検討を行った（第３章）。

今般、これらの結果及び今後取り組むべき事項を中心に、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2022」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2021の公表以降の取組

（１）報告書2021における主な提言

報告書 2021 においては、報告書 2020 公表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。

○　事業法第 27 条の３の違反事例の確認等

引き続き、通報窓口や覆面調査を通じて事業法第27条の３の規律に反する行為が行われていないかの確認を行うとともに、今後、必要な制度整備をしていくことが求められる。

○　既往契約の早期解消

総務省においては、既往契約の種類に応じて、その解消の進捗状況や囲い込み効果の程度、また、利用者への影響にも配慮しつつ、既往契約の早期解消に向けたスケジュールを定めた上で、事業者に対し、既往契約をできる限り早期に解消するための積極的な取組を求めることが適当である。

○　端末購入プログラムが与える影響

MNO３社[1]が提供する端末購入プログラムについて、端末購入における過度な囲い込みの要因となっていないか、今後、端末市場における問題としても注視していくことが必要である。

○　MNO３社の廉価プラン等[2]の契約数等の動向

MNO３社の廉価プラン等について、実際の利用者の移行がどのように進むのか、引き続きデータを取得し、特にMVNOとの競争環境に与える影響について重大な関心をもって分析・検証を継続していく必要がある。

○　５Ｇの普及状況

[1] 本報告書において、「MNO３社」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。

[2]「NTTドコモ（ahamo）」、「au（povo）」、「UQ mobile」、「SoftBank（LINEMO）」及び「Y!mobile」をいう。なお、報告書2021においては、これらの料金プラン・ブランドを「MNO３社の新料金プラン等」と呼称していた。

通信市場及び端末市場における競争ルールの検証の観点から、我が国における５Ｇの普及状況について、ミリ波やスタンドアローン方式（以下「ＳＡ」という。）によるものの状況も考慮しつつ、引き続き、その契約数、端末販売台数等の状況を確認していく必要がある。

○　音声通話料金（特に従量制料金）について

MNOとMVNOとの間の競争が阻害されるような事態を未然に防止するための有効なルールの具体的な在り方について、別途専門的に検討を進め、速やかに所要の制度整備を図ることが必要である。

○　携帯電話端末の対応周波数等

総務省においては、MNO３社が販売する携帯電話端末の対応周波数帯等について、事業者乗換え時のスイッチングコストになっていないか、状況を注視していくことが適当である。

○　その他のスイッチングコスト

オンライン解約手続について、少なくとも24時間の受付対応が求められるものであり、ガイドラインに明記すべきと考えられる。

端末補償サービス、他サービスとのセット販売による割引について、引き続き状況を注視していく必要がある。

○　販売代理店の在り方

通報窓口の積極的な活用や覆面調査等を通じて実際の販売現場において事業法第27条の３違反が行われていないか確認し、是正が図られていない場合には、必要に応じて、事業者から手数料・奨励金体系等について報告を求め、事業法第27条の３の違反を助長するものがないか確認をすることが適当である。

○　事業者間連携による工事の削減

引込み線転用を自己設置事業者や集合住宅も含めた場合について、総務省及び関係事業者においては、まずは課題の整理を行い、対応の可能性について検討することが適切である。

（２）報告書2021の公表以降の総務省等における取組

上述の報告書2021における提言も踏まえた、同報告書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。

①　利用者の理解を助けるための取組

○　携帯電話ポータルサイトの拡充

総務省は、消費者が自分に合った携帯電話サービスを選ぶ際に役立つ情報をまとめた「携帯電話ポータルサイト」を公表しているところ（2020年 12 月～）。2022 年４月に同サイトをリニューアルし、料金プランの見直しに関して参考となる動画や最近の動きを解説する漫画を追加するなど、内容を大幅に拡充した。

○　消費者団体への説明会の開催

総務省は、2022 年３月から４月にかけて、主婦連合会（同年３月）、全国消費生活相談員協会（同年同月）及び全国消費者団体連絡会（同年４月）に対し、2021 年春以降の低廉な新しい料金プランの提供の状況や、利用者による新しい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　多様で魅力的なサービスを生み出すための取組（事業者間の公正な競争の促進）

○　卸協議の適正性の確保に係る制度整備（事業法の改正）

報告書 2021 及び接続料研究会において取りまとめた「卸協議の適正性の確保に係る制度整備について」を踏まえ、第一種指定電気通信設備又は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料金の算定方法等の情報を卸先事業者に提示する義務を課すこと等を内容とする「電気通信事業法の一部を改正する法律」（案）が 2022 年３月に国会に提出され、同年６月に成立した（公布後１年以内に施行）。

○　データ接続料の低廉化

データ接続料については、2021 年２月末の届出時点で、「アクション・プラン」に掲げた「３年間で半減させる目標」を１年前倒しで実現していたところ、2022 年２月末の届出時点では、更に低廉化が進み、今後３年間でおよそ半減のペースで低廉化が進捗する見込みである。

③　利用者による乗換えやプラン変更を手軽にするための取組

報告書 2021 の公表以降も、総務省等において、利用者による乗換えやプラン変更をより手軽にするため、主に次のような取組が継続して行われている（第３章　２.「乗換えコストの更なる改善」において詳述）。

- 総務省は、MNP[3]ワンストップ化の2023年春頃の運用開始に向け、MNO及び（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。）との間の議論を継続し、具体的な方向性に関する検討が進展した。
- 総務省は、公正取引委員会と共同して、2022 年６月、「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」を改正し、オンライン手続の 24 時間受付等に関する規定を追加した。
- 総務省は、囲い込みの一層の解消のため、改正法施行前に締結された既往契約に係る経過措置の見直し等を実施。これを受け、MNO３社は既往契約を含む全ての契約の違約金を撤廃した。
- MNO３社において 2021 年 12 月から、楽天モバイルにおいても 2022 年８月からキャリアメールの持ち運びサービスの提供が開始された。

[3] 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。

２．事業法第27条の３の執行の状況

（１）上限２万円規制に関する事項

①　現状

○　上限２万円規制の違反と判断される事案等

ア　報告書2021以降の状況

事業法第27条の３では、通信料金と端末代金の完全分離を図る観点から、次のような規定を設けている。

- 端末の購入を条件とする通信料金の割引を禁止
- 通信契約と端末の購入を条件とする端末値引き等の利益提供について、
  - 通信契約の継続を条件とするものは、一律禁止
  - 通信契約の継続を条件としないものは、上限を２万円に設定（以下「上限２万円規制」という。）　等

2020年度、総務省において、MNO３社の販売代理店を対象に、上限２万円規制の遵守状況に関する覆面調査（以下「前回調査」という。）を実施したところ、相当程度の販売代理店において、規律の趣旨に反する端末単体販売拒否や端末購入プログラムの提供拒否が確認された。

報告書2021では、端末購入プログラムを巡るこうした状況や、MNO３社がそれぞれの判断として「回線契約とは切り離している（回線契約を条件としていない）」と説明し、回線契約とセットではない端末単体の値引きとして扱い、事業法第27条の３の上限２万円規制の外側（内数として計上しない形）で提供していること等を踏まえ、事業者において、最低限、次の取組が行われるべき、また、対応についての取組方針を定めて総務省に提出し、その後も定期的に実施状況を報告すべきであると指摘した。

(i)　回線契約者と非回線契約者との間の形式的な提供条件の差異については、合理的な理由がない限り、2022年６月までに全て撤廃すること。

(ii)　利用者において正確な情報が理解されていない現状を早期に是正すべく、正確な説明及び周知の徹底に向けて最大限の努力を行うこと。

2021年９月、総務省は上記の提言を踏まえ、MNO３社に対し、事業法第27条の３の規律に反する行為が生じないように不断の取組を行うことや、端末購入プログラムに関する上記(i)(ii)の取組等を要請[4]した。これを受け、MNO３社は、端末購入プログラムに関する対応について、取組方針を表明した。

【図表Ⅱ－１　端末購入プログラムに関するMNO３社に対する要請と各社の回答】

要請に対するMNO3社からの回答（昨年10月時点）

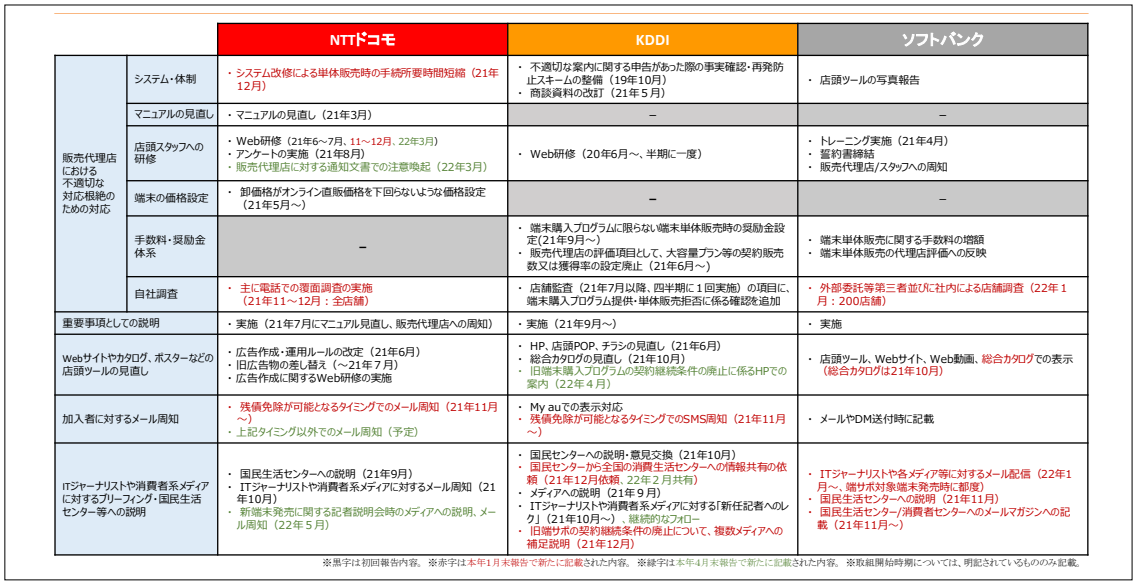
			NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
①回線契約者と非回線契約者との間の形式的な提供条件の差異の撤廃			（2020年3月に撤廃済）	加入条件の差異（非回線契約者の未成年者・法人は加入不可） → 本年6月までに解消予定	販売チャネル差異（非回線契約者へのオンラインでの端末販売未実施） → 昨年度中に解消予定
②正確な説明、周知の徹底（回線契約は条件でない、通信契約解約後もプログラム継続可能 等）	代理店関係	現場対応	・スタッフへの再研修 ・販売マニュアルの見直し	・スタッフへの再研修 ・代理店説明資料の見直し ・重要事項説明書の記載改善	・スタッフへの再研修
		契約内容	・卸売価格が直販価格を下回るよう端末価格設定を見直し	・販売代理店の評価基準及び奨励金体系の見直し	・販売代理店の評価基準及び奨励金体系の見直し
		監査	・覆面調査等を実施（必要に応じて）	・店舗監査	・外部委託等第三者並びに社内による店舗調査、店頭ツール写真報告
	広告関係		・広告表示の改善		
	利用者周知		・プログラム加入者へのメール周知（昨年11月開始予定）	・契約者向けWebサイトの表示改善 ・プログラム加入者へのSMS周知（準備が整い次第）	・プログラム加入者のMyページに記載 ・プログラム加入者へのメール・DM周知（実施中）
	社会全体の理解度向上		・国民生活センターへの説明、ITジャーナリスト、メディア等へのメール周知	・国民生活センター、ITジャーナリスト、メディア等への説明	・国民生活センターへの説明、ITジャーナリスト、メディア等へのメール周知

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

上記要請では、事業者は、上記(ii)の事項に係る実施状況について、四半期ごとに総務省に報告することが求められているところ、MNO３社は、販売代理店における不適切な対応根絶のための自社調査や、端末購入プログラムに係る広告ツールの改善、利用者への周知、社会全体の理解度向上のためのメディア等に対するブリーフィング・国民生活センターへの説明等に取り組んでいることを報告している。

[4] 「電気通信事業法の一部を改正する法律の趣旨に沿った公正な競争環境の確保に向けた取組について（要請）」（2021年９月17日付け総基料第216号）

【図表Ⅱ－２　要請に基づくMNO３社の取組（端末購入プログラム関係）】



		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
販売代理店における不適切な対応根絶のための対応	システム・体制	・システム改修による単体販売時の手続所要時間短縮（21年12月）	・ 不適切な案内に関する申告があった際の事実確認・再発防止スキームの整備（19年10月） ・ 商談資料の改訂（21年５月）	・ 店頭ツールの写真報告
	マニュアルの見直し	・マニュアルの見直し（21年3月）	－	－
	店頭スタッフへの研修	・Web研修（21年6～7月、11～12月、22年3月） ・アンケートの実施（21年8月） ・販売代理店に対する通知文書での注意喚起（22年3月）	・ Web研修（20年6月～、半期に一度）	・ トレーニング実施（21年4月） ・ 誓約書締結 ・ 販売代理店/スタッフへの周知
	端末の価格設定	・ 卸価格がオンライン直販価格を下回らないような価格設定（21年5月～）	－	－
	手数料・奨励金体系	－	・ 端末購入プログラムに限らない端末単体販売時の奨励金設定(21年9月～) ・ 販売代理店の評価項目として、大容量プラン等の契約販売数又は獲得率の設定廃止（21年6月～）	・ 端末単体販売に関する手数料の増額 ・ 端末単体販売の代理店評価への反映
	自社調査	・ 主に電話での覆面調査の実施（21年11～12月：全店舗）	・ 店舗監査（21年7月以降、四半期に１回実施）の項目に、端末購入プログラム提供・単体販売拒否に係る確認を追加	・ 外部委託等第三者並びに社内による店舗調査（22年１月：200店舗）
重要事項としての説明		・実施（21年7月にマニュアル見直し、販売代理店への周知）	・実施（21年9月～）	・ 実施
Webサイトやカタログ、ポスターなどの店頭ツールの見直し		・広告作成・運用ルールの改定（21年6月） ・旧広告物の差し替え（～21年７月） ・広告作成に関するWeb研修の実施	・ HP、店頭POP、チラシの見直し（21年6月） ・ 総合カタログの見直し（21年10月） ・ 旧端末購入プログラムの契約継続条件の廃止に係るHPでの案内（22年４月）	・ 店頭ツール、Webサイト、Web動画、総合カタログでの表示（総合カタログは21年10月）
加入者に対するメール周知		・ 残債免除が可能となるタイミングでのメール周知（21年11月～） ・ 上記タイミング以外でのメール周知（予定）	・ My auでの表示対応 ・ 残債免除が可能となるタイミングでのSMS周知（21年11月～）	・ メールやDM送付時に記載
ITジャーナリストや消費者系メディアに対するブリーフィング・国民生活センター等への説明		・ 国民生活センターへの説明（21年9月） ・ ITジャーナリストや消費者系メディアに対するメール周知（21年10月） ・ 新端末発売に関する記者説明会時のメディアへの説明、メール周知（22年５月）	・ 国民センターへの説明・意見交換（21年10月） ・ 国民センターから全国の消費生活センターへの情報共有の依頼（21年12月依頼、22年２月共有） ・ メディアへの説明（21年９月） ・ ITジャーナリストや消費者系メディアに対する「新任記者へのレク」（21年10月～）、継続的なフォロー ・ 旧端サポの契約継続条件の廃止について、複数メディアへの補足説明（21年12月）	・ ITジャーナリストや各メディア等に対するメール配信（22年1月～、端サポ対象端末発売時に都度） ・ 国民生活センターへの説明（21年11月） ・ 国民生活センター/消費者センターへのメールマガジンへの記載（21年11月～）

※黒字は初回報告内容。※赤字は本年1月末報告で新たに記載された内容。※緑字は本年4月末報告で新たに記載された内容。※取組開始時期については、明記されているもののみ記載。

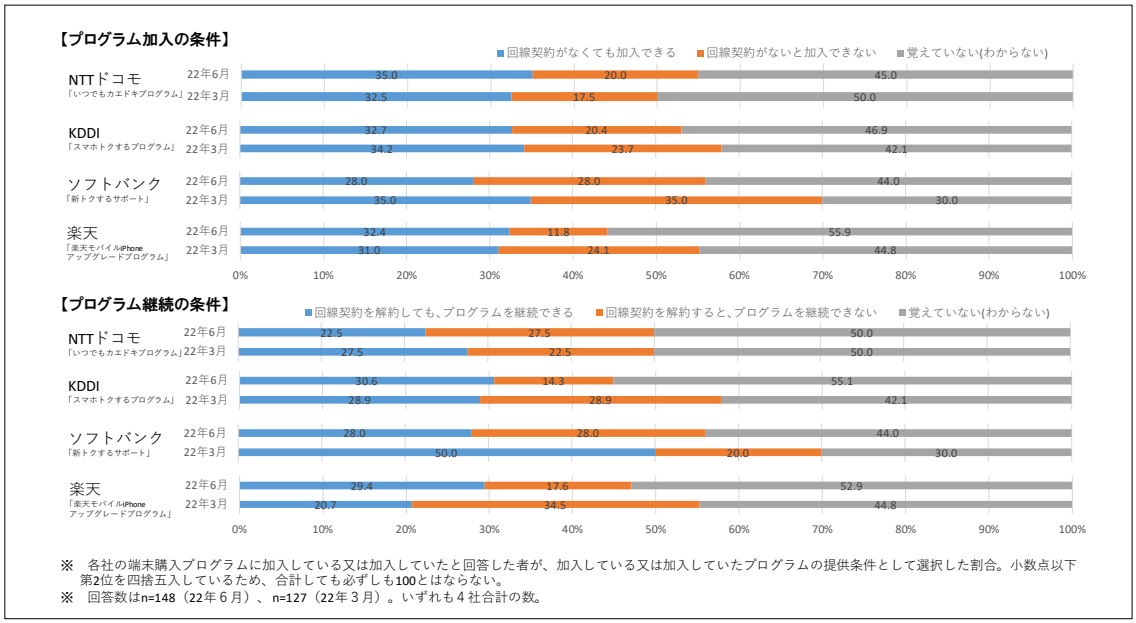
出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

こうした事業者の取組による効果について、報告書2021では、総務省において、販売代理店の店頭における対応についての覆面調査、端末購入プログラム加入者における理解度調査及び各社の端末購入プログラムについて関心を有すると考えられる一般利用者の理解度を調査するとともに、回線契約者と非回線契約者それぞれへの端末販売の実績について事業者から報告されるデータを分析し、検証を行うべきであるとした。

この点、覆面調査等の結果については後述するが、総務省はMNO４社[5]の端末購入プログラムの提供条件に関する理解度について、同プログラムに加入している、又は加入していた者及び同プログラムに関心を有すると考えられる者に対し、アンケートにより調査を行った。その結果からは、「回線契約がなくてもプログラムに加入できる」「回線契約を解約しても、プログラムを継続できる」といった正確な提供条件を理解している者の割合は必ずしも多くない状況にあることがうかがえる。

[5] 「MNO４社」とは、MNO３社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。

【図表Ⅱ－３　端末購入プログラムの提供条件に関する理解度（プログラム加入者）】



※　各社の端末購入プログラムに加入している又は加入していたと回答した者が、加入している又は加入していたプログラムの提供条件として選択した割合。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。
※　回答数はn=148（22年６月）、n=127（22年３月）。いずれも４社合計の数。

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

このほか、報告書2021では、KDDI・ソフトバンクが当時提供していた端末購入プログラムが、端末の下取りに加え、端末の再購入を残債免除の条件としていたことについて、利用者が合理的な選択をした結果、他の選択肢（端末下取りを条件とする下取り価格分のポイント付与）ではなく、そうした残債免除（特に、新しい端末についても端末購入プログラムに再加入する場合）が最も有利な条件になるのだとすれば、一定の囲い込み効果を有すると考えられるとした。また、公正取引委員会の2021年度調査報告書においても、端末購入プログラムが、消費者に契約変更を断念させることで消費者の選択権を事実上奪うものと判断される場合であって、他の事業者の事業活動を困難にさせるときは、独占禁止法[6]の観点から問題となるおそれがある（私的独占、取引妨害等）ことや、スイッチングコストの低減を図る観点から、事業者は再購入条件を削除することが競争政策上望ましいこととされている旨が指摘されている。

その後、KDDI・ソフトバンクは、公正取引委員会からの要請を踏まえて、残債免除に係る端末の再購入条件を撤廃している。

イ　上限２万円規制の遵守状況に係る現状

[6] 昭和22年法律第54号（私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律）

端末の値引き等の利益提供について、回線契約とのセット購入に対しても、非回線契約者の端末単体購入に対しても、同条件で行うものについては、上限２万円規制の対象外となる。ここで、上限２万円規制の対象外とするためには、形式的に回線契約者と非回線契約者の両者を値引き等の対象とするだけでなく、非回線契約者への端末販売及び利益提供の実態が伴うことが必要となる。

報告書2021では、総務省において、引き続き、通報窓口や覆面調査を通じて事業法第27条の３の規律に反する行為が行われていないかの確認を行うとともに、今後、必要な制度整備をしていくことが求められるとした。

総務省は、前回調査と同様、2021年度においても、上限２万円規制の遵守状況に関する覆面調査（以下「今回調査」という。）を実施した。今回調査においては、前回調査の対象事業者としたMNO３社に加え、新たに楽天モバイルを対象として追加し、各社の販売代理店等に対して、次の項目についての調査を実施した。

（ⅰ）　非回線契約者への端末販売の有無
（ⅱ）　非回線契約者への端末購入サポートプログラムの提供の有無
（ⅲ）回線契約をした場合の利益提供額（上限２万円規制の範囲で利益提供が行われているか。）

その結果、前回調査の結果と比較して全体的に改善傾向が見られるものの、なお高い割合の販売代理店等において、上限２万円規制の違反と判断される、又は違反が疑われる事案が確認された。

【図表Ⅱ－４　今回調査の結果】

	全体	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天
調査件数	531	167	167	167	30
違反または違反が疑われる事案が確認された件数（割合）	**52（9.8%）**	8（4.8%）	17（10.2%）	20（12.0%）	7（23.3%）
[1] 違反と判断される事案	**40（7.5%）**	6（3.6%）	13（7.8%）	14（8.4%）	7（23.3%）
Ⅰ　非回線契約者への端末販売拒否	13	1	4	3	5
Ⅱ　非回線契約者への端末購入サポートプログラムの提供拒否	9	1	4	3	1
Ⅲ　回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示	18	4	5	8	1
[2] 違反が疑われる事案	**12（2.3%）**	2（1.2%）	4（2.4%）	6（3.6%）	-
Ⅰ　非回線契約者への端末販売拒否	2	0	2	0	-
Ⅱ　非回線契約者への端末購入サポートプログラムの提供拒否	1	0	0	1	-
Ⅲ　回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示	9	2	2	5	-
【参考】昨年の調査結果（Ⅰ及びⅡが確認された件数の割合）	20.5%	22.2%	29.9%	9.3%	非対象

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

事案の類型に着目すると、全体として、次の傾向にあることがうかがえる。

(i)　非回線契約者に対する端末単体販売拒否は、MNO３社では前回調査と比較して少ない結果となっており、その行為が不適切との認識が販売現場においてある程度浸透しているものと考えられる。他方、確認された事案においては「セット販売用の在庫であり、単体販売用の在庫はない」との説明が多く見られ、販売拒否の手法が巧妙化していると考えられる。

楽天モバイルについては、確認された事案においては、「単体販売不可(回線契約が必要)」との説明が多く見られる結果となった。

(ii)　非回線契約者に対する端末購入プログラム提供拒否については、各社とも少数に留まっており、端末単体販売拒否と同様に、その行為が不適切との認識が販売現場においてある程度浸透しているものと考えられる。また、MNO３社については、昨年の要請を受けた取組の効果が、一定程度表れているといえる。

(iii)　回線契約を条件とする２万円の上限を超える利益提供の提示と判断される、又は疑われる事案は、MNO３社を対象とした前回調査においては確認されなかったが、今回調査では３社とも、他の類型と比較して多く確認されている。具体的には、確認された事案においては、単体販売は行うものの、割引が適用されない旨の説明が多く見られる結果となった。このことから、単体販売との値差（回線契約とのセット購入を条件とする端末値引き等)の上限が２万円という点について、未だ徹底がなされていないことがうかがえる。

上記のように、各社の販売代理店等において、上限２万円規制の違反と判断される、又は違反が疑われる事案が確認されたことを踏まえ、2022年６月、総務省はMNO４社及び（一社）全国携帯電話販売代理店協会（以下「全携協」という。）に対し、販売代理店の業務の適正性確保に向けた措置の実施等を要請[7]した。

○　上限２万円規制の特例の適用状況

上限２万円規制の例外として、不良在庫端末、廉価端末及び通信方式変更/周波数移行に対応するための端末に関する特例が設けられている。

[7] 「販売代理店の業務の適正性確保に向けた指導等の措置の実施について（要請)」等（2022年６月15日付け総基料第121号)

2021年と同様に、各特例の適用状況について、利益提供の件数等の数値により確認したところ、次のとおりとなっており、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されない。

ア　不良在庫端末の特例

・　2022年６月１日時点で、MNO３社で延べ309機種（うちスマートフォンは221機種）が不良在庫端末に係る例外の対象となっている。このうち、iOSは126機種（うちスマートフォンは77機種）、Androidは183機種（うちスマートフォンは144機種）となっており、いずれについても、最終調達日から１年以上の特例（半額までの値引き）と２年以上の特例（８割以上の値引き）の対象となる機種が存在する。
・　不良在庫端末１件当たりに対する利益提供の平均金額は、対象機種の対照価格と比較して明らかに高い水準の額であるとはいえず、この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されなかった。

【図表Ⅱ－５　不良在庫端末に係る例外の対象機種数】

（2022年6月１日時点）

事業者名	対象機種数（OS別）				合計※3
	iOS		Android		
	半額まで値引き可※1	8割まで値引き可※2	半額まで値引き可※1	8割まで値引き可※2	
株式会社NTTドコモ	0機種（0機種）	17機種（11機種）	0機種（0機種）	11機種（9機種）	28機種（20機種）
KDDI株式会社	22機種（10機種）	46機種（27機種）	26機種（21機種）	119機種（88機種）	213機種（146機種）
ソフトバンク株式会社	10機種（9機種）	31機種（20機種）	3機種（3機種）	24機種（23機種）	68機種（55機種）
合計※3	32機種（19機種）	94機種（58機種）	29機種（24機種）	154機種（120機種）	309機種（221機種）

※1　電気通信事業法施行規則第22条の2の16第1項第2号イ(1)に掲げる端末（製造が中止されておらず、最終調達日から24月が経過しているもの）又は同号イ(2)に掲げる端末（製造が中止されており、最終調達日から12月が経過しているもの）については、対照価格の半額までの値引きが可能。
※2　電気通信事業法施行規則第22条の2の16第1項第2号イ(3)に掲げる端末（製造が中止されており、最終調達日から24月が経過しているもの）については、対照価格の8割までの値引きが可能。
※3　同一機種が複数の事業者において対象となっている場合、重複して計上されているため、延べの合計となる。
注　括弧内は、うちスマートフォンの機種数。

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

イ　廉価端末の特例

・　2022年６月１日時点で、６事業者（MNO３社、株式会社インターネットイニシアティブ（以下「IIJ」という。）、株式会社オプテージ（以下「オプテージ」という。）及びビッグローブ株式会社（以下「ビッグローブ」という。））で販売されている廉価端末（スマートフォン）は、延べ29機種が発売されている。

・　廉価端末１件当たりに対する利益提供の平均金額は、２万円以下に留まっており、この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されなかった。

【図表Ⅱ－６　廉価端末に係る例外の対象機種数】

（2022年6月1日時点。価格は税別。）

事業者名	発売時期	機種名	現在の販売価格
NTTドコモ	2020年6月25日	Galaxy A41	20,000円
	2021年5月28日	Xperia Ace Ⅱ	20,000円
	2021年5月28日	arrows Be4 Plus	19,800円
	2021年12月2日	Galaxy A22 5G	20,000円
	2021年12月3日	arrows We	20,000円
KDDI	2018年11月9日	LG it	20,000円
	2018年11月9日	AQUOS sense2	20,000円
	2019年6月14日	AQUOS sense2 かんたん	20,000円
	2019年10月25日	Galaxy A20	20,000円
	2020年6月19日	AQUOS sense3 basic	20,000円
	2020年9月4日	GRATINA KYV48	20,000円
	2020年9月18日※	iPhone 8 64GB （au Certified）	20,000円
	2020年12月12日	Galaxy A21	20,000円
	2021年6月10日	OPPO A54　5G	20,000円

事業者名	発売時期	機種名	現在の販売価格
ソフトバンク	2018年1月18日	Android One S3	19,964円
	2018年4月13日	キッズフォン	10,910円
	2019年11月8日	Libero S10	19,964円
	2020年1月17日	キッズフォン2	16,364円
	2021年2月26日	Redmi Note 9T	19,637円
	2021年8月26日	Redmi 9T	19,964円
	2021年12月3日	Libero 5G Ⅱ	19,964円
	2022年1月19日※	iPhone 8 64GB （SoftBank Certified）	19,854円
IIJ	2020年11月20日	OPPO A73	16,750円
	2021年3月1日	moto e7 power	13,800円
	2021年3月1日	moto e7	15,500円
	2022年2月1日	moto g31	18,000円
	2022年3月10日	Redmi Note 11	19,819円
オプテージ	2020年10月1日	moto e6s	12,720円
ビッグローブ	2021年3月1日	moto e7	16,992円
計：29機種（重複排除:27機種）			

※　それぞれ、au Certified、SoftBank Certifiedにおける取扱い開始時期。

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

ウ　通信方式変更/周波数移行に対応するための端末の特例

・　事業法第27条の３に不適合な条件で約された３Ｇ契約は、2022年３月末時点で、改正法の施行時と比較して約30.8%（改正法施行時を100とした時の残存割合）まで減少し、残り約613.5万契約となっている。
・　通信方式変更に対応するための端末に対する利益提供の件数は、３Ｇ契約の減少数（MNO３社計）よりも少なく、この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されなかった。

② 意見

ア　構成員の意見（合同会合[8]における消費者検討会の構成員の意見を含む。）

[8] 本報告書で、「合同会合」とは、本ＷＧと「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」（以下「消費者検討会」という。）と合同で行った会合をいう。

○　上限２万円規制の違反と判断される事案等

・　覆面調査の結果について、素朴な販売拒否事例は減ったものの、根絶はできていないこと、回線契約を条件とする２万円上限を超える利益提供が各社から見つかったということで、より巧妙化しているという印象を受ける。

　各社研修等の努力をしているにもかかわらず、こうした事案が起きている要因として、ポートインの獲得が過度に高評価を受けるような評価制度になっている等インセンティブ設計等の構造的な課題が関係していると思われるため、販売代理店の評価制度の見直しが十分なものかどうか、更なる検証をしていく必要があると考える。

　また、これはお願いになるが、各社が再発防止策を講じている中で、それが奏功しているのか、効果測定してほしい。防止策の一つとして、各社で割引上限に関するアラートツールを整備しているとのことだが、割引のアラートを解除したログごとに、その割引が結果的に適正なものであったかをチェックすることも必要となってくるのではないか。

　それから、NTTドコモはキャリア独自の覆面調査を行うことで一定の効果を上げていると思われるので、まだ未着手のキャリアは是非そういう取組もお願いしたい。徹底には一定の難しさがあるため、キャリア自身が努力することも勿論重要であるが、むしろ顧客の目や利用者の目を借りることも必要ではないか。可能かどうか検討して貰いたい。

　店頭のPOP等で、在庫の有無や端末単体購入で受けられる利益の表示も行うことで、利用者の違和感をあらかじめなくす取組も考えられる。それが無理な理由があればこの場で御説明いただきたい。

・　４月１日の会合での速報版資料で、店頭での表示例があり、ポートインや新規契約の場合に一括で１円といった表示のそばに、回線契約なしで購入できる旨が書いてあるが、見え方は全然違う。店頭の表示も改善していかないと、消費者の側では理解しづらい。店頭の表示も含めて点検していくことが大事だと思うため、そういうことを実施できたら良いと思う。

・　利用者の立場から、単体で購入できることをまだ知らない利用者も多いし、ましてオプションや割引については理解困難。店員に単体購入できないといわれると、そうなのか、となったり、可能と知っていても強く出られなかったりする場合は結構あると思う。こうした利用者にとって不利益なことは本当にやめていただきたい。

また、今回の覆面調査でも違反事案があったが、全件調査ではないので、この何倍もあると考えると各社は対応を徹底してほしい。苦情は対応してほしいし、評価指標の話もあったが、構造が複雑で難しいので、利用者の不利益にならないよう明快にしてほしい。

・　各社とも評価制度の見直しやシステム化に取り組んでいただいており、そのことは大変素晴らしい。

ただ、個人的には、研修制度や店舗のスタッフの問題というよりは、全体的な評価、指標の問題だと思っている。両方の要因があるのかもしれないが、評価制度及びその背景にある指標の問題が大きいのではないかと考えている。特に注目すべきはポートインだと思う。この点、もう少し緩和されるかと思っていたが、実態としてはポートイン獲得競争が緩和されていないと理解した。

・　事業法第27条の３で求めているのは禁止事項だが、結局、最終的な質の競争をどのように行っていくかということだと認識しており、その観点から２点申し上げる。

１点目は、個別に様々なルールができる時に、そのルールをどのように掻い潜ろうかというような話が出てきているのも覆面調査等で散見されるところ。モグラたたきになるが、モグラたたきをしっかりやることが非常に大事である。

２点目は、インセンティブ、評価制度に踏み込むことについてどう考えるか。結局のところ、モグラたたきを行ったとしても、本質的に、このような評価制度を取った方がより利用者のためになるだろうということでぶつかってしまうといけないわけであり、営業の自由の範囲内で、しっかりと進めていき、そこに報奨金等がついていくということが非常に重要である。

KDDIからも説明があったとおり、正直者が馬鹿を見ることがないような形でインセンティブ設計の手段について、非常に細かく縛ったり、このように明らかにしてというのは、元のガイドライン等でも一定程度の留保を置いているところではあるが、これについてしっかり考えていくことが重要である。

全体のインセンティブ設計が適切な質の競争に向かっていくようになっているかということと、個別に作ったガイドラインの中から潜脱的な行為が出てきたら、これは厳しく、速やかに取り締まるという２点を進めていただくということが必要だということが、今回の資料等では明らかになっており、そこに対して対策をしていくことが大事だと考える。

・　今回、覆面調査をしていただき、改めて各事業者には取組の強化をお願いしたいと感じた。あくまでこれは氷山の一角であり、実数で考えるとさらに多くの頻度で発生している。

また、割合について、NTTドコモが比較的低いところではあるが、それ以外の事業者は２桁以上に乗ってしまっている。この辺りは意識しておかなければいけない。

取り立てて申し上げると、料金プラン等比較的シンプルな商品設計をされている楽天の比率について、他事業者と同じ又は若干高い数字が出ている。すなわち、単純に商品構成を考えるというだけでは問題は解決せず、現場でどのような取組を詳細にしていくのかということが改めて必要だと考える。商品設計をシンプルにすることは非常に重要なことであるし、個人的には非常に高く評価しているが、それだけでは足りないということが示唆されていると考えられるため、一層の努力をお願いしたい。これは、今後、ウェブ契約の取組が強化されていく中で、先行して消費者行政の方で諸外国を含めた検討が始まっているダークパターンの話ともつながってくるため、是非意識を高めていただきたい。

また、モグラたたきの話があったが、これは私も全く同意。事務局への意見となるが、覆面調査は販売代理店に対して行われたわけだが、今回のヒアリング対象は、主に電気通信事業者の皆様である。この間には、当然販売代理店という独立した法人がおり、その方々が個別にそれぞれの会社の中で研修等の取組をされていることも含め、施策が行われている。

全携協から色々な御説明をいただいたが、実際、違反事案がどのように行われているのか、どこでどのように発生しているのかということの御回答を本当の当事者からいただけていないところでもあろうかと思う。こうした調査は非常に重要なものだと思うので、進めていただきたい。

調査の成果や、成果から見えてきた課題をどのように取り扱っていくのか、これは事業者にも当然、販売代理店を指導する責任があると思うので、その取組は引き続きしていただければと思うが、販売代理店そのものに対してどのように行政から伝えていくのか、全携協も交えてになると思うが、是非御検討を深めていただきたい。

・　店頭において、白ロム単体販売拒否が発生しているところ、これは要因として、激安の白ロム端末に群がる転売ヤーには売りたくないというスタッフの心理と、そもそも転売して儲かるような価格設定で安

売りしていることが背景にある。前者の転売ヤー対策に関しては、先般の会合において、MNO各社に対しお願いをしたので、これをしっかりやっていただければ、端末単体販売拒否という事案は概ね解消していくのではないか。

○　端末購入プログラムに関する取組について

・　アンケートの母数が少ないとはいえ、利用者に提供条件に関する正しい知識が伝わっていない点には歯がゆさを感じる。利用者に正しく認識してもらえるように、目に見える形で、店頭での表示や、情報提供といったものが適切になされるようにガイドラインに記載することも大変必要な施策である。

イ　事業者等の意見

○　上限２万円規制の違反と判断される事案等

・　覆面調査において、違反と判断される事案が６件、違反と疑われる事案が２件ということで、計８件発生した。

　今回の事象については０件を目標とするところだと認識しているので、今一度身を引き締める思いで、販売代理店とのコミュニケーションを図っていかなければいけないと考えている。（第29回会合：NTTドコモ）

・　2019年の法改正以降、法令遵守の徹底のために、色々と一律の研修や評価制度、奨励金の見直しをしてきた。そうはいうものの、全体としての意識向上というのは図られてきているが、一部の販売代理店等で徹底できていない事例というのが現在発生している。

　販売代理店、スタッフの知識、意識に濃淡が発生しているという状況である。（第29回会合：KDDI）

・　販売代理店における不適切な対応ということで、非回線契約者への端末単体販売の拒否、あるいは２万円を超える利益提供というものが全部で違反が14件と疑いがあるのが６件という御指摘をいただいている。以前からこのようなことが起きないよう様々な取組を実施しており、今後も緩めることなく継続して取り組む予定である。

　この20件について、結果の詳細をいただいたので、実際に、それぞれ１件１件全て詳細についての調査を行った。該当する全店舗に調査を行ったが、ルールは正しく理解はしている。まして、意図的に間違った案内をしているというケースはなかった。だからといって違反が１件もなかったと言うつもりは全くなく、実際にそのようなこともあ

ったかもしれないし、あるいは、説明の方法やトークの中身によって、利用者に誤解を与えてしまったというケースもあると想像している。

そういったことはあってはならないため、その場合は改善していく必要がある。（第29回会合：ソフトバンク）

・　当社店舗において、事業法第27条の３の規律に違反すると判断される事案が計７件確認されたこと、大変申し訳ない。この結果を真摯に受け止めたい。

今回の事案は、本来であれば、十分な知識を持つスタッフによるツールやウェブサイト等を用いた説明を実施すべきところだったにもかかわらず、見習スタッフによる応対や、ツールやウェブサイト等を用いず口頭のみでの説明等を実施したことにより、発生したと考えている。より正確な案内方法を含めた、しっかりとした運用ルールの徹底を引き続き図っていくことにより、こうした事案発生を０件に抑える取組を強化していきたい。（第29回会合：楽天モバイル）

○　上限２万円規制の特例の適用状況

・　「通信方式変更に対応するための端末の特例」について、現行ルール上、３Ｇ端末の利用者であっても、加入しているプランによって適用可否が変わる。具体的には、３Ｇ専用プランを３Ｇ端末で利用している者に対しては本特例の適用が可能だが、３Ｇ・４Ｇ共通プランを３Ｇ端末で利用している者に対しては適用不可能である。

どちらも３Ｇ停波後に使用できなくなる、という点は同一であるにもかかわらず、加入しているプランによって特例の適用可否が変わるのは不公平だと考えており、解消いただきたい。（第28回会合：ソフトバンク）

・　当社は３Ｇ・４Ｇ共通プランを提供していないが、３Ｇ停波により一部端末の機能が利用できなくなることは課題だと考えている。

具体的には、４Ｇ専用プランをVoLTE非対応端末で利用している者（VoLTE非対応端末利用者）は、2026年３月末予定の３Ｇ停波後、音声通信が一切不可となるため、端末の取替が必要となるが、「通信方式変更に対応するための端末の特例」の対象外である点が課題だと考えている。利用者保護の観点から、VoLTE非対応端末利用者も本特例の対象としていただきたい。

なお、VoLTE非対応端末利用者を本特例の対象とするに当たっては、潜脱的な運用を防ぐ観点から、例えば、利用者の利用端末がVoLTE非対応端末であることをマイページの購入履歴等により確認し、システム

へ利用端末等の証跡を残す場合に限り対照価格以上の割引を行う、といった運用が考えられる。(第28回会合終了後追加質問に対する回答：NTTドコモ)

③　対応の方向性

○　上限２万円規制の遵守の徹底について（一層の徹底に向けたルール整備）

端末単体購入に対しても行うとしている利益提供について、実態として非回線契約者への端末販売等が適正に行われていない場合には、実質的に回線契約とのセット購入を条件としていることとなり、上限２万円規制の対象となる。上限を超える利益の提供が行われている場合には、事業法第27条の３に違反することとなる。

MNO４社及びその販売代理店等の実態として、端末単体購入に対しても行う利益提供と、回線契約とのセット購入を条件とする利益提供とを組み合わせる形で、端末の大幅な安値販売が広く行われている中、上限２万円規制の遵守を徹底する観点から、端末単体購入に対しても同条件で行われる利益提供であることが明確に示される必要がある。

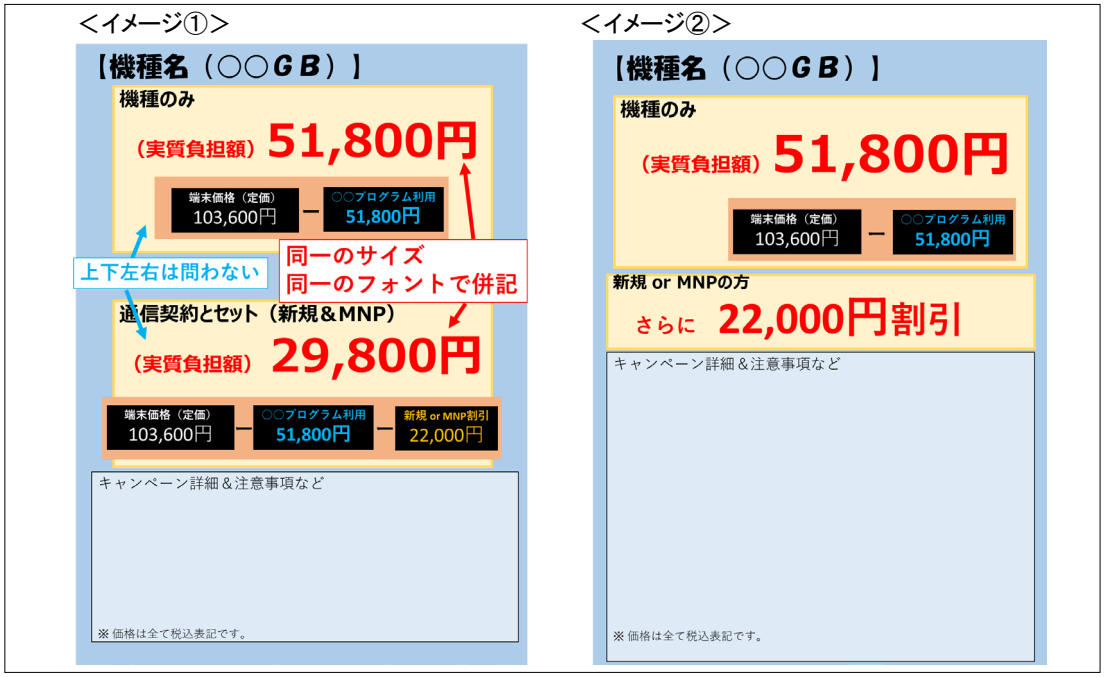
このため、MNO４社及びその販売代理店等は、店頭において、当該値引き等の対象となる端末に関し、少なくとも次の措置を講ずることが適当である。

- 単体購入用とセット購入用での在庫区分や、当該区分を理由とした販売拒否を行わないこと。
- 店頭の広告物（ポスター等、価格訴求を行うもの）において、消費者が十分に認知できる形で、次のような情報を表示すること。
  - 単体購入用とセット購入用とで在庫が分かれていない旨
  - 端末単体購入価格の明示。例えば、以下(i)(ii)の手法が考えられる。
    (i) セット購入価格を表示する場合、単体購入価格についても、字の大きさ等に差異を設けずに併記
    (ii) 単体購入価格を表示し、セット購入時の追加的な割引を併記

総務省においては、上記の措置について、ガイドライン等において、事

業者間で認識・運用の齟齬が生じないよう明示するとともに、上記措置が講じられていない場合には、端末単体購入に対しても行うとしている利益提供であっても、回線契約とのセット購入を条件としているものとみなされる旨を明確化することが適当である。

【図表Ⅱ－７　単体購入価格の表示のイメージ】



出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

○　上限２万円規制の遵守の徹底について（販売現場での遵守の徹底に向けた措置）

上限２万円規制は、事業者のみならず、販売代理店を直接の規律対象としており、一義的には販売代理店自らにおいて、その遵守が求められるものである。加えて、事業者は、事業法第27条の４の規定に基づき、販売代理店に対する指導等、委託に係る業務の適正かつ確実な遂行を確保するために必要な措置を講ずる義務が課せられている。

上記に鑑み、MNO４社は、販売代理店等における上限２万円規制の遵守の徹底のため、次の措置を講ずることが適当である。

・　販売代理店等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
（例えば、非回線契約者に対する端末単体販売拒否・端末購入プログラム提供拒否の禁止、回線契約を条件とする２万円の上限を超える利益提供の禁止、前頁の記載事項の実施）

・　上記を含め、販売代理店等への指導事項について、販売代理店等に認知されない形での履行状況の確認（独自覆面調査）
・　販売代理店等に対する手数料・奨励金等や評価指標が、上限２万円規制の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

総務省は、引き続き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。また、今後の調査の実施に当たっては、これまでのように市場全体の動向把握を主とした一斉調査に加え、個別事案の詳細把握や要因分析、是正等を図ることのできる調査を実施することや、そのための体制の整備についても必要に応じて検討することが適当である。

また、今回調査の結果も踏まえ、改めて、販売代理店等に対する手数料・奨励金等や評価指標が適正かつ合理的でなく、上限２万円規制の違反を助長し得るような形で設定されている場合は、事業法第29条第１項第12号に該当するものとして、業務改善命令の対象となり得る旨を、ガイドラインにおいて明確化することが適当である。

○　端末購入プログラムに関する取組について

端末購入プログラムに関しては、要請を受けたMNO３社の取組により、販売代理店等において、上記のとおり、非回線契約者への提供拒否が不適切との認識がある程度浸透したものと考えられる。

また、MNO３社における非回線契約者への端末販売の割合は、低調であることに変わりはないが、端末購入プログラム加入者に対する販売割合を含め、直近１年間では３社とも増加傾向にある。

他方、上記のアンケート調査に照らせば、端末購入プログラムの提供条件に関する理解度は、各社の端末購入プログラム加入者と、端末購入プログラムについて関心を有すると考えられる一般利用者のいずれにおいても、必ずしも高いと言える状況とはなっていない。

こうしたことを踏まえ、MNO各社においては、引き続き端末購入プログラムに関する利用者に対する正確な説明及び周知の徹底の一環として、次のような努力を継続することが適当である。

・　ウェブサイトほか各種の利用者接点チャネルにおける表示・案内
・　メール、SMS等による定期的な案内

・　メディアや消費者団体向けの案内

○　上限２万円規制の特例の適用状況

上記のとおり、上限２万円規制の特例の適用状況については、利益提供の件数等の数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されなかった。

この点、MNO３社が提供する３Ｇサービスに関しては、既にKDDIが2022年３月31日をもって提供を終了し、ソフトバンクは2024年１月下旬、NTTドコモは2026年３月末に順次終了を予定しており、今後も特例を活用した２万円の上限を超える端末値引き等の利益提供の件数の増加が見込まれる。また、不良在庫端末の特例の対象となる機種については、2021年の確認以降も引き続き増加している。こうしたことも踏まえ、引き続き、総務省においては、上限２万円規制の特例の適用状況について確認を行い、不適切な端末代金の値引き等が行われないよう、適切な運用を行っていくことが適当である。

（２）既往契約の解消状況

①　現状

○　事業法に基づく規律と既往契約に関する制度

改正法の施行日以降、新たに「約する」契約（「更新」を含む。）は、事業法第27条の３に適合した条件の契約（以下「適合契約」という。）である必要がある。

当該施行日より前に約された事業法第27条の３に適合していない条件の契約（以下「既往契約」という。）としては、次のものがある。

(i)　不適合拘束条件

違約金1,000円超、期間拘束２年超など電気通信事業法施行規則（昭和60年郵政省令第25号。以下「施行規則」という。）第22条の２の17に適合しない提供条件が残っている契約

(ii)　不適合利益提供等

端末購入を条件とする通信料金の割引や通信契約の継続利用を条件とする端末代金の値引き（割賦残債の支払免除）など施行規則第22条の２の16に適合しない利益提供が残っている契約

既往契約については、最初の契約の更新の際に、適合契約に移行することが原則として求められるが、適合契約への移行が不利となるおそれのある例外的な利用者も存在するため、これまで「当分の間」の経過措置として、(i)の不適合拘束条件については、再度、事業法不適合の条件で「更新」することが特例として認められてきた((ii)の不適合利益提供等については、特例による更新は認められていない。)。

他方、潜脱行為を防止する観点から、適合契約に移行させるものを除き、これまで原則として[9]「変更」は認められていなかった。

こうした制度について、既往契約の早期解消を図る観点から省令改正を行い[10]、次の規定を追加した。

- 既往契約（３Ｇ契約を除く。）の更新の特例を2023年末をもって廃止する方針を明らかにする規定
- 既往契約の不適合拘束条件を個別に適合させる変更を可能とする規定

〇　報告書2021以降の状況

報告書2021では、携帯各社から低廉な料金プランが発表され、市場全体として競争が活発化し、スイッチングコストの低減も進捗する中、既存大手であるMNO３社が、事業法第27条の３の趣旨に反する既往契約に加入する利用者を多く抱えたまま、新規事業者やMVNOとの間で顧客獲得を争うことは、決して対等な競争条件とはいえず、公正な競争環境を整える観点からは、早期に解消するべきであると指摘した。

このため、総務省においては、①既往契約の種類に応じて、その解消の進捗状況や囲い込み効果の程度、また、②利用者への影響にも配慮しつつ、既往契約の早期解消に向けたスケジュールを定めた上で、③事業者に対し、既往契約をできる限り早期に解消するための積極的な取組を求めることが適当であるとした。

こうした提言を受け、総務省は、次の取組を実施した。

---

[9] 例外的に、利用者利益の保護の観点から、「当分の間」の経過措置として、①の不適合拘束条件に係る規律については、改正法の施行日の前日における提供条件において利用者からの申出により変更することができることとされている範囲内で利用者からの申出により行う変更に限り適用しないとする特例を設けている。

[10] 電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令（令和４年総務省令第３号）

（ⅰ） 2021年９月、MNO３社に対し、報告書2021において過去からの経緯にも言及しつつ極力早急な解消の必要性を指摘した事項（NTTドコモの違約金の留保[11]、KDDI・ソフトバンクの旧端末購入プログラム[12]の回線契約継続条件）に関し、速やかな撤廃について検討するよう要請[13]した。

（ⅱ） 不適合拘束条件の解消時期（政策目標）など、既往契約の早期解消に向けた取組の方針を整理した上で、上記の規定の追加を内容とする施行規則等の一部改正を実施[14]した。

【図表Ⅱ－８　既往契約の早期解消に向けた取組の方針】

	概要	解消状況（9月末時点の残存割合）	囲い込み効果についての指摘等	解消による利用者への影響	解消時期についての考え方	総務省・事業者における対応
不適合利益提供等 ※更新不可	①旧端末購入プログラム（回線契約条件の割賦代金残債免除）	D:－ K･S計：55.8%	**2年前（改正法施行時）から指摘**	なし	**早急に解消**	**［総務省］** **9/17 各社に解消を要請** **［事業者］** **年度内 KDDI･ソフトバンクが解消予定**
	②端末購入を条件とする**通信料金割引**	3社計：9.5%	（改正法不適合）	あり（値上げ）	更新不可のため、令和5年9月末までに自然解消	－
不適合拘束条件 ※特例により同一条件での更新可能	**③2年超の契約期間**	D:－ K･S計：38.4%	（改正法不適合）	なし	**令和5年末までに解消**（令和6年以降は更新不可）	**［総務省］** **①令和5年末**をもって**特例廃止** ②不適合拘束条件を適合させる変更に限り認める**制度的措置** **［事業者］** ②を活用し、**解消に取り組むべき** ※契約期間（更新）の撤廃については一定の制約あり（別紙参照）
	④-1 違約金1,000円超	3社計：37.4%	（改正法不適合）	なし		
	④-2 9,500円留保(ドコモ)		**2年前（改正法施行時）から指摘**	なし	**早急に解消**	**［総務省］9/17 ドコモに解消を要請** **［事業者］10/1 ドコモが解消**
	⑤その他条件 ⑤-1 利用者不利		（改正法不適合）	なし	**令和5年末までに解消**（令和6年以降は更新不可）	**［総務省］**上記①＋② **［事業者］**上記②を活用し、**解消に取り組むべき**
	⑤-2 利用者有利			あり（値上げ）		**［総務省］**上記①＋② **［事業者］**上記②を活用し、**解消することが望ましい**
	⑤-3 契約期間(更新)なし				制度的に解消は困難	
⑥ 3Gのみ契約		3社計：43.0%	－	あり（端末買換、SIM交換）	（上記解消時期及び①に関わらず）各社3Gサービスの終了までに解消	

出典：本ＷＧ（第24回）（2021年11月９日）資料

[11] 適合契約へ移行した後も、移行前の既往契約の残余の拘束期間中に適合契約を解約した場合には、不適合拘束条件による違約金9,500円の支払いが発生するもの。

[12] KDDIの「アップグレードプログラムEX」（2017年７月～2019年９月の間提供）及びソフトバンクの「半額サポート」（2017年９月～2019年９月の間提供）。自社が販売する指定端末について、①一定期間利用後、新たに端末を購入し機種変更をすること、②旧端末を下取りに出すこと、③割賦残債の免除を受ける時まで通信契約を継続し続けていることを全て満たした場合に、最大２年分の割賦残債を免除するプログラム。

[13] 「電気通信事業法の一部を改正する法律の趣旨に沿った公正な競争環境の確保に向けた取組について（要請）」（2021年９月17日付け総基料第216号）

[14] 電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令（令和４年総務省令第３号）

（iii） 2022 年２月、改正法の施行当時から事業法第 27 条の３の規律の対象となっている事業者 19 社に対し、上記改正を踏まえた既往契約の解消に向けた取組について要請[15]した。

MNO３社は、(i)の要請を受け、指摘事項に関する対応方針を表明し、2022年４月までに撤廃している。また、MNO３社は自主的な対応として、同様に2022年までに、既往契約を含む全ての契約の違約金を撤廃した。MNO３社の対応状況は次のとおりである。

・ NTTドコモは、2021年10月、(i)の要請を受けた対応として違約金の留保を撤廃し、その際、既往契約を含む全ての契約の違約金を免除する取扱いを開始した。2022年２月、(ii)の施行規則等の一部改正を踏まえ、約款上でも全ての契約の違約金を撤廃した。

・ KDDIは、2022年４月、(i)の要請を受けた対応として旧端末購入プログラムの回線契約継続条件を撤廃するとともに、自主的な対応として全ての契約の違約金を撤廃した。

・ ソフトバンクは、2022年２月、自主的な対応として全ての契約の違約金を撤廃した。また同年３月、(i)の要請を受けた対応として旧端末購入プログラムの回線契約継続条件を撤廃した。

○ MNO３社の既往契約の状況

上記の各種取組の結果、2022年３月末又は同年４月１日時点における、MNO３社の既往契約の解消状況は、次のとおりとなっている。

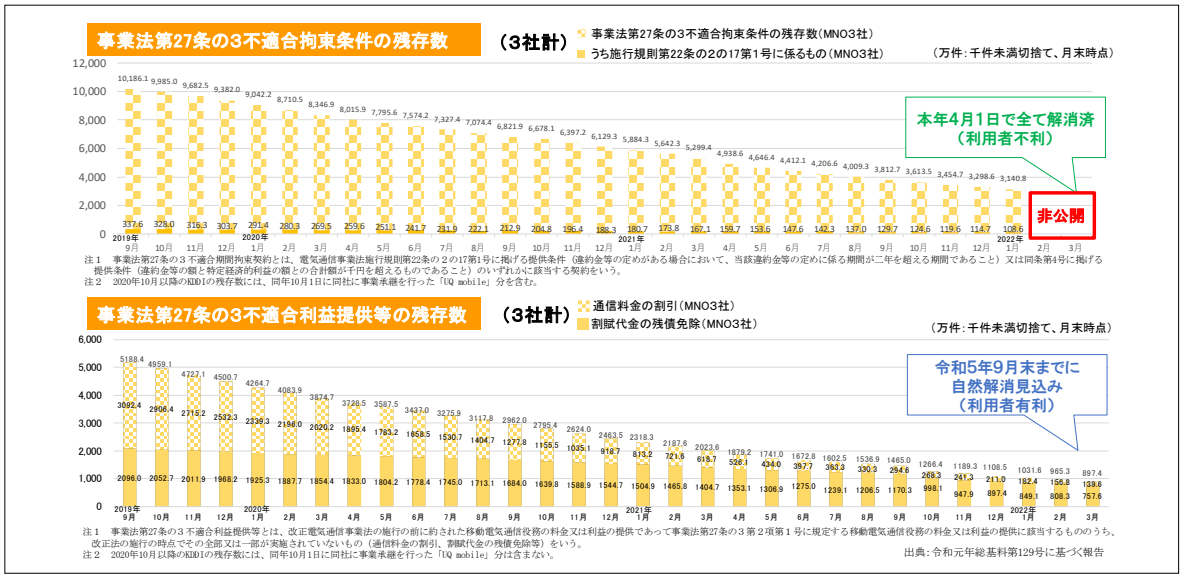
・ 不適合拘束条件は、利用者にとって不利な条件（期間拘束２年超又は違約金1,000円超）は全て解消されており、NTTドコモにおいて、利用者にとって有利な条件（上限を超える継続利用割引）を有するものが一定数残存している。

・ 不適合利益提供等は、３社合計で残り約897.4万契約が残存している。このうち、端末購入を条件とする通信料金割引は、３社とも施行当初と比べて少なく、合計で約139.6万件となっている。旧端末購入プログラムは、KDDI・ソフトバンクにおいて約757.6万契約が残存しているが、上記のとおり、回線契約継続条件を撤廃している。また、

[15] 「電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令の施行を踏まえた既往契約の解消に向けた取組について（要請）」(2022年２月４日付け総基料第25号)

これらはいずれも特例による更新は認められていないため、2023年９月末までに自然解消することが見込まれている。

【図表Ⅱ－９　MNO３社の既往契約の残存数】

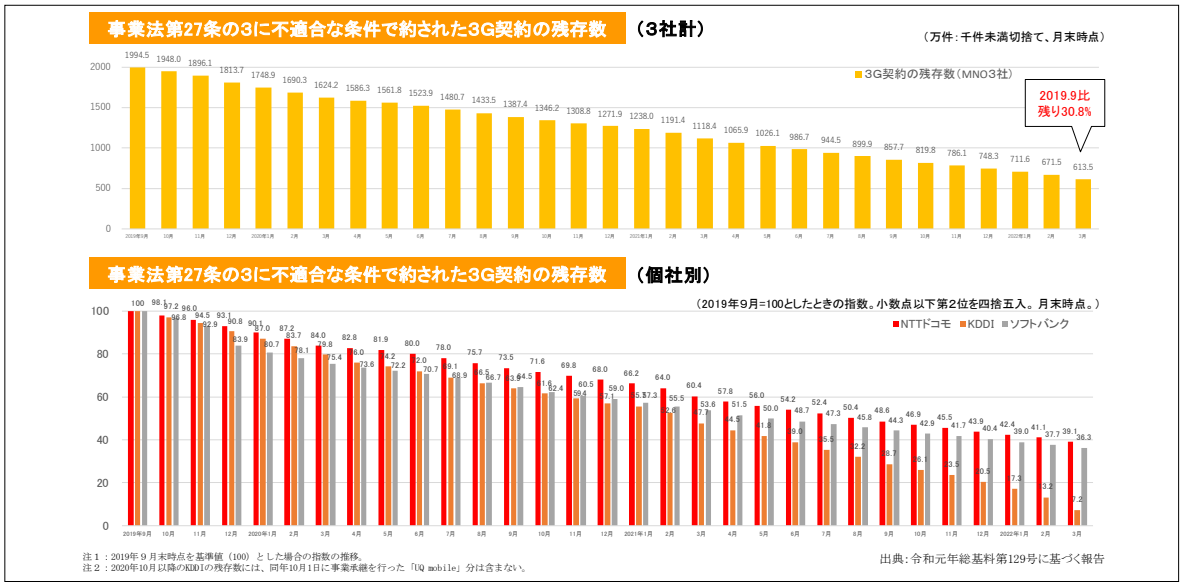


出典：本ＷＧ（第32回）（2022年６月７日）資料

○　３Ｇ契約に関する事項

事業法第27条の３に不適合な条件で約された３Ｇ契約は、上記の各種取組の結果、2022年３月末又は同年４月１日時点における、MNO３社の既往契約の解消状況は、次のとおりとなっている。

【図表Ⅱ－10　事業法第27条の３に不適合な条件で約された３Ｇ契約の状況】



出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

また、NTTドコモは2026年３月末、ソフトバンクは2024年１月下旬に３Ｇサービスの終了を予定しているところ、両社は事業者ヒアリング等の中で、事業法第27条の３の規律の見直しに関し、次のような要望を挙げている。

- セット販売時の端末値引き等の上限２万円規制の特例（通信方式変更/周波数移行に対応するための端末については、対照価格以下の利益の提供が可能）について、現行ルール上、３Ｇ端末やVoLTE非対応端末の利用者であっても、加入しているプランによっては適用対象外となる点を解消してほしい。
- 継続利用割引の規定について、事前に将来の特典を提示していない、回線契約を結果的に継続していた利用者を対象とする施策（例えば３Ｇの巻取り施策）にも適用されるのは少し過剰な適用であり、見直してほしい。

② 事業者等の意見

○ 既往契約の解消に関する事項

- 既往契約の解消に向け、他社に先駆けて2021年10月に違約金及び違約金留保を撤廃したところであり、違約金に係る既往契約は現時点で解消されている認識。引き続き新しいプランへの移行を促進することで、2023年12月末までの既往契約解消を目指す。（第28回会合：NTTドコモ）
- 不適合期間拘束契約については、従来から、積極的な周知や移行による違約金の免除、魅力的な料金プランの提供等を軸に適合契約への移行を促進してきた。これらの取組に加え、2022年３月31日をもって、auとUQ mobileの違約金を廃止し、また、これは他社に先行しての取組となるが、３Ｇの携帯電話向けサービスを終了したことにより、結果として、全ての不適合期間拘束契約が解消された。

  また、不適合利益提供契約の中の端末購入サポートプログラムに関するものについても、旧端末購入プログラムの回線契約継続条件を撤廃したことで、全て解消された。（第28回会合：KDDI）
- 違約金を撤廃したため、大半の既往契約は既に解消されている。以前総務省に提出した既往契約解消計画通りに解消が進んでいたところ、2022年２月に違約金を撤廃したことにより、2023年12月末までとされ

ていた解消期限を大幅に前倒しし、いわゆる２年縛りといわれていた利用者を解消するに至った。

また、その他の取組として、旧端末購入プログラム（半額サポート）の回線契約継続条件を2022年３月に撤廃したため、これも解消が完了している。

端末購入を条件とする通信料金割引は一部残存しているが、これも2023年９月末までに解消予定である。（第28回会合：ソフトバンク）

○　３Ｇ契約に関する事項

- 「通信方式変更に対応するための端末の特例」について、現行ルール上、３Ｇ端末の利用者であっても、加入しているプランによって適用可否が変わる。具体的には、３Ｇ専用プランを３Ｇ端末で利用している者に対しては本特例の適用が可能だが、３Ｇ・４Ｇ共通プランを３Ｇ端末で利用している者に対しては適用不可能である。

  どちらも３Ｇ停波後に使用できなくなるという点は同一であるにもかかわらず、加入しているプランによって特例の適用可否が変わるのは不公平だと考えており、解消いただきたい。（第28回会合：ソフトバンク）
- 当社は３Ｇ・４Ｇ共通プランを提供していないが、３Ｇ停波により一部端末の機能が利用できなくなることは課題だと考えている。

  具体的には、４Ｇ専用プランをVoLTE非対応端末で利用している者（VoLTE非対応端末利用者）は、2026年３月末予定の３Ｇ停波後、音声通信が一切不可となるため、端末の取替が必要となるが、「通信方式変更に対応するための端末の特例」の対象外である点が課題だと考えている。利用者保護の観点から、VoLTE非対応端末利用者も本特例の対象としていただきたい。

  なお、VoLTE非対応端末利用者を本特例の対象とするに当たっては、潜脱的な運用を防ぐ観点から、例えば、利用者の端末がVoLTE非対応端末であることをマイページの購入履歴等により確認し、システムへ利用端末等の証跡を残す場合に限り対照価格以上の割引を行う、といった運用が考えられる。（第28回会合終了後追加質問に対する回答：NTTドコモ）
- 継続利用割引の規律は、過大な割引が利用者の自由な事業者選択を抑制するということで設けられた規律であり、現在契約している利用者が、将来大きな割引を受けることができると事前に分かれば、その割引を受けるまでの間、事業者移行を思いとどまることが考えられ、この

ような例に対応するための規制であると理解している。当社もこの意図は理解しており、賛同する。

他方、事前に将来の特典を提示していない場合でもこの規律の対象となることになっており、回線契約を結果的に継続していた利用者を対象とする施策についても、この規律が適用されることとなるが、これは少し過剰な適用ではないか。

利用者にとっては事前に何の情報もないため、それまでの間、事業者の選択には何の影響も与えていない。

これによって、例えば３Ｇの巻取り施策について、３Ｇ契約を以前から行っている際には、当然将来このような特典があると案内しておらず計画も無かったわけだが、４Ｇに移行した利用者に対して何らかの特典を提供しようとする時もこの規律の対象となってしまう。規律の適用範囲について見直しをいただきたい。(第28回会合：ソフトバンク)

③　対応の方向性

上記のとおり、MNO３社の既往契約については、極力早急な解消の必要性が指摘されていた事項[16]や違約金など、利用者にとって不利な不適合条件は全て解消されている。残るMNO３社の既往契約は、利用者にとって有利な不適合条件[17]を有するもののみであり、これらについても、一定期間後に自然解消することや、後述の既往契約の更新に係る特例の廃止により2024年以降に順次解消することが見込まれている。

また、MNO３社以外で事業法第27条の３の規律の対象となっている事業者については、一部で不適合拘束条件を有する契約が残存している（2022年３月末時点で、６社合計で約18.9万契約）が、サービス終了等により自然解消することや、後述の既往契約の更新に係る特例の廃止により2024年以降に順次解消することが見込まれている。

以上を踏まえ、総務省においては、引き続き、各社の既往契約の解消状況を注視し、特段の問題がなければ、不適合拘束条件の解消時期（政策目標）として設定した2023年末をもって、既往契約の更新に係る特例（３Ｇ契約に

[16] NTTドコモ：違約金の留保
KDDI・ソフトバンク：旧端末購入プログラムの回線契約継続条件

[17] NTTドコモ：端末購入を条件とする通信料金の割引、継続利用割引
KDDI・ソフトバンク：端末購入を条件とする通信料金の割引、旧端末購入プログラム

係る部分を除く。）を廃止することが適当である。

また、３Ｇサービスの終了を見据えたNTT ドコモ（2026 年３月末終了予定）及びソフトバンク（2024 年１月下旬終了予定）からの事業法第 27 条の３の規律の見直しに関する要望を踏まえ、総務省において、規律の趣旨を損なわない範囲で、VoLTE 非対応端末等への特例適用について、利用者利益にも配慮しながら、その見直しの要否について検討を行うことが適当である。

（３）その他、執行全般に関する事項

①　報告書2021以降の状況

○　事業法第27条の３等の規律の執行及び規律内容の明確化

総務省においては、関係者における事業法第27条の３等の規律の正確な理解を図り、公正な競争環境を確保する観点から、「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。）を策定し、事業者からの声を踏まえつつ累次にわたり改正するなど、規律内容の明確化を行っている。

報告書2021の公表以降、NTTドコモにおいて、運用ガイドラインの規定[18]に沿わない不適正な通信料金の割引が行われたことを踏まえ、総務省は2021年11月12日、運用ガイドライン及び関係法令の理解・遵守を徹底するよう、同社に対し行政指導を実施した。

また、報告書2021では、規律内容の明確化に関し、事業者間でルールの解釈について理解が異なることにより公正な競争が損なわれることがないよう、総務省において、引き続き運用ガイドライン自体の随時の見直しを含む対応を行っていくことが必要であること、また、各事業者がルールの解釈について共通の認識を持つことができるよう、必要に応じて、規律の趣旨とともに個別の解釈を関係事業者に周知するなどの対応を行うなど、運用面の工夫を行うことも考えられることを提言した。

上記の提言を踏まえ、総務省においては、運用ガイドラインの解釈に関する事業者からの質問及びその回答内容を、総務省から規律の適用を受ける

[18] 運用ガイドラインでは、利益の提供について、新規契約者と既存利用者のプラン変更の双方を対象としつつ、プラン変更にのみ「追加的な条件」を付すことは、事業法第29条に基づく是正対象となり得る旨を規定している。

全事業者に対し共有する手続が策定された。また、当該手続や、上記の行政指導事案、既往契約の早期解消を図る省令改正その他事業者からの要望・相談等を踏まえ、2022年４月１日に運用ガイドラインの第５次改正が行われた。

○　通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の在り方

報告書2021の公表以降における本ＷＧでの一連の検証においては、規律の運用に関する事項や、MNO４社及びその販売代理店等が実施する端末の大幅な安値販売など市場の状況の変化等も踏まえた通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の在り方等について議論がなされた。

② 意見

ア 構成員の意見

・ 2020年の本ＷＧの報告書を読み返すと、端末の大幅な値引き等により利用者を誘引するモデルを、２年を目途に根絶する、と書かれている。完全分離の施行によってこのようなモデルが根絶されるかと思いきや、現在白ロム端末を活用した大幅な値引きが行われているところである。こうなるだろうと当初から予想していたが、現状は自分の予想をはるかに超えている。

（中略）

また、白ロム端末の大幅値引きを絡め、キャリア間のポートイン獲得競争が激化。その背景にはスイッチングコストの低下がある。キャリア間、キャリア内のプランやブランド間の移行にほぼコストがなくなり、消費者はより自分に合ったキャリアやプランに容易に変更できるようになったが、キャリアにとってはユーザが簡単に取られてしまうようになっており、取られたら取り返すということで、ポートイン獲得競争が生まれている。

（中略）

このような競争に、MNOに比べて圧倒的に体力が劣るMVNOは参戦できず、MNOの寡占状態を形成することになる。

また、端末購入補助金は通信料金から回収されているため、中長期的な通信料金の高止まりも生む。事業法第27条の３の規律の趣旨に沿った対応が十分に行われているか、十分な実態把握と検証が必要。

・ あまり１円等で端末を売りたくないが、競争上やむを得ず販売して

いるというキャリアが多い中で、楽天モバイルから、一括１円等の過度な端末値引きを各社が控えることで値引き目的のMNPも抑制できるのではないかという提案があった。抑制できない場合、MNPを断るのはユーザにとってはいかがなものかと思ったが、こうした提案が事業者からあることは感慨深い。

また、廉価販売の対策として、台数制限を行っているというキャリアが多かったが、これは、目の前で今日の台数が終わったというシーンを見る消費者からクレームが多く発生しそうだと思う。台数制限で１円端末を販売することは考え直していただきたい。

・　端末ビジネスの収支が成り立っているという説明が印象に残っている。収支に関する情報を提供いただきたい。

メーカＡ社、Ｂ社、Ｃ社があって、全体で収支が成り立っているということもあるが、例えば、Ａ社は利益が出ているけれどＢ社は利益が出てなくて、Ａ社からＢ社に何らかの補填があって、トータルでは収支が賄えているというときに、もしかしたら端末競争をゆがめるような経営判断になってないかという懸念を持っている。これはもう少し議論してみないと分からない。

・　MVNO委員会から、最新端末の安売りに対する規律の強化を提案いただいた。

事業法第27条の３に係る措置の徹底と強化を図り、それでも解消されない場合にはさらに踏み込んだ規律を導入すべきという考え方に強く賛同する。

IIJやオプテージから報告があったホッピングの状況を見ても、もはや規律を強化すべきかではなく、どう強化するかを議論すべきステージに来ていると考える。公正取引委員会においても、不当廉売の徹底した調査を改めてお願いしたい。

・　今日色々と市場で起こっている問題を伺うと、端末の安値販売やMNPホッパー等、やはりルール違反が引き続き色々な形で行われており、競争上の問題があるということだと思う。従って、実態をもう少し調べる必要があるかと思うが、総務省や我々構成員が、規律の強化も含め、具体的にどのような対応が必要かそろそろ議論しなければいけない段階だと思う。

・　ルール外の端末安売りに関する指導の議論を行ったが、特定の端末に対する割引が端末市場での競争をゆがめるのではないかという点も、もう一つの新しい大事な視点である。

エビデンスではないが、CIAJ[19]の資料では、国内の端末メーカの販売台数やシェアが落ちているということと、輸出入の話があった。日本の端末がシェアを落としている一つの理由として、こういう特定端末に対する割引ということが要因の一つとして挙げられる可能性があると理解したところ。

やはり特定の端末を割り引くことで端末市場の調査が揺らぐということは、改めて議論すべきことだと思っている。引き続き議論していきたい。

- 全体的にキャリアは施策を変えていっていただきたい。端末を０円や１円で提供することは、ユーザにとっては確かにありがたいが、その余裕があるなら通信料金をより合理的なものにしていただく方がよいのではないか。
- 端末を安く売ることによって通信料金に影響が出るようなことはあってはならない。そういうことがないようにしていただきたいというのが基本的な狙い。事業者がどう対策を立てるかに期待したい。
- 白ロム端末の安売りは、法改正の議論をしている時から抜け穴だと認識されていた。確かに完全分離施行前は端末を一括ゼロ円で販売し、追加のキャッシュバックを行うという安売りがされており、転売ヤーはもちろん、日本でスマホを買って小遣いを稼いで帰るという外国人観光客が多くおり、それを組織化するブローカーが多くいた。その時から見れば今はまだましな状況。もし上限２万円規制だけを撤廃したらどうなるのかというと、スイッチングコストがほぼない状況に加え、円安が進んでおり、日本で売られているiPhoneは安いので、以前より更にひどい状況に陥る可能性は高い。今後、2022年10月１日で施行３年を迎えるところ、２万円上限規制についてだけでなく、行き過ぎた囲い込みの禁止も含めた、2019年の事業法改正そのもの、完全分離についてしっかりと成果と課題を検証し、必要であれば見直しを行う必要がある。できるだけ早く検証を立ち上げて真正面から議論すべきである。
- 上限２万円規制の維持というのは、昨今の状況を踏まえて、やむを得ない判断になるかと思っている。現在様々なところで指摘されているように、利用者獲得競争が過熱している状況にもあり、経済合理性を度外視した過熱ぶりを見ている状況である。いずれ５Ｇ端末などの高価格帯端末などの販売などが増えてくる状況下で、今後通信料金の引上げや、それに見合った品質のない値上げということも先々懸念される

[19] （一社）情報通信ネットワーク産業協会

状況になるのではないかと考える。

イ　事業者等の意見

○　事業法第27条の３等の規律の執行及び規律内容の明確化等

- 運用ガイドラインについては、規定内容が複雑かつ不明確な箇所もあり、規定内容の解釈に苦慮するケースがあったため、この点、2021年10月13日から開始された情報共有スキームについて、大変ありがたく考えている。一方で、個別の相談についても、回答をより速やかに頂きたい。また、事業法第27条の３を含む総務省への報告項目については、報告事項が年々増加し、事業者の報告稼働を非常に要しているため、報告項目全般についても、検証・分析にあたり真に必要なものであるか、また、競争環境等の変化により、その重要性が薄れているものは無いか等、随時確認を行い、不要な項目の削減の検討をお願いしたい。（第28回会合：NTTドコモ）
- 事業者に求められる報告項目が多く、また、複雑な内容の報告事項も多いため、事業者が報告するための作業に多大な時間と人員を要しており、非常に大きな負担となっている。検証に必要な報告項目を真に必要なものに絞るとともに、目的を終えた時点で報告の対象から外す、また、報告項目としていたものの、分析・検証に使用されないデータが出た場合には、速やかに報告の対象から外すなど、事業者の負担軽減に向け適宜見直していただくことを、引き続き要望する。(第28回会合:KDDI)
- 継続利用割引の規律は、過大な割引が利用者の自由な事業者選択を抑制するということで設けられた規律であり、現在契約している利用者が、将来大きな割引を受けることができると事前に分かれば、その割引を受けるまでの間、事業者移行を思いとどまることが考えられ、このような例に対応するための規制であると理解している。当社もこの意図は理解しており、賛同する。

  他方、事前に将来の特典を提示していない場合でもこの規律の対象となることとなっており、回線契約を結果的に継続していた利用者を対象とする施策についても、この規律が適用されることとなるが、これは少し過剰な適用ではないか。

  利用者にとっては事前に何の情報もないため、それまでの間、事業者の選択には何の影響も与えていない。

  これによって、例えば３Ｇの巻取り施策について、３Ｇ契約を以前から行っている際には、当然将来このような特典があると案内しておらず計画も無かったわけだが、４Ｇに移行した利用者に対して何らかの

特典を提供しようとする時もこの規律の対象となってしまう。規律の適用範囲について見直しをいただきたい。(第28回会合：ソフトバンク)

・　運用ガイドラインについては、当該ガイドラインが複雑化しており、改めて統一的な解釈醸成までのプロセスやガイドライン改正・周知のスキーム等の運用の整理が必要であると考える。(第28回会合：ソフトバンク)

○　通信料金と端末代金の完全分離に係る規律の在り方

・　自由化されている電気通信市場は、本来電気通信サービスの多様性や事業者の創意工夫により発展していくべきと考える。しかし、規律が複雑化していることで必要以上にサービスの検討を萎縮させてしまうといったマイナスの影響があることから、将来的には規律をシンプルにしていく必要があると考える。(第28回会合：ソフトバンク)

・　新規電話番号で契約し、当月解約する場合においてのMNP転出が非常に多い現状を課題として認識している。高額端末の過度な値引きが短期間でのMNP転出を誘発している可能性もあり、当社も含め、各社が過度な端末値引きを控えることでMNP転出を抑制できるのではないかと考える。こういった各社における取組が、どうしても引き続き不十分な状況が続くと、新規電話番号契約におけるMNP受付を断る、いわゆる制度改正も考えられるのではないか。(第28回会合：楽天モバイル)

・　複数店舗を運営する販売代理店においては、規律遵守徹底のため、各機種とも全国統一の売価(対照価格)とせざるを得ない点が課題であると認識している。(第29回会合：全携協)

・　当社は、自社のネットワーク及び各サービスの進化に応じた新たな価値を提供することを目的としてサービス及び端末を提供している。一部の端末を対象とした大幅な端末割引については、競争環境を鑑み、現行ルールの範囲内で実施しているものと認識しているが、公平性及び経済合理性の観点から不適当だと思っている。

　利用者の利便の確保においては、通信と端末それぞれを自由に選択できることが、健全なモバイル市場の発展につながるものと考える。(第28回会合：NTTドコモ)

・　通信料金と端末代金の分離の下で、端末代金を大幅に割り引くことについての見解、合理性といったところについてだが、端末の割引は定められたルールの中で行っている。また、端末ビジネス自体で収支が成り立つような設計をして、そのように実施している。

　一方で、大幅な端末の値引きによって、一部で転売といった事態が発

生していることも把握している。
　これに対しては、その抑止策も適宜検討して実施している状況である。
　本来、端末の値引きに関しては、消費者としては望ましいと思うが、一括１円といった極端な安値販売は、やはり市場をゆがめるものであり望ましいとは考えていない。
　こうした過剰値引きについては、引き続き対策を考えていきたい。（第28回会合：ソフトバンク）

・　大幅な値引きの問題については、当然、コストを下回るような売り方は健全ではなく、何らかの是正が必要。在庫端末の売り切りや一時的な販促といったものについては必要な場面等があると考えているが、やはり１年を通じて常時、高額端末の安値販売が続いているのは行き過ぎた値引きであると思う。
　これは、当社から仕掛けているものでは決してなく、防衛的にやらざるを得ないと認識している部分があるのは、ニュアンスとしてお伝えしているところである。（第28回会合：KDDI）

・　端末ビジネスの中で収支が成り立つように設計しているが、１円販売などが一部で存在しているのも事実である。単体で見ると収益がマイナスになっている部分があるが、トータルで見たときに、ほかの端末等も含めて、端末の収益として総合的にプラスになっているという趣旨である。端末の仕入れと割引があって、売買差益があってという中で、その数字を見たときにプラスになっている。（第28回会合：ソフトバンク）

・　2019年に総務省が２年を目途に根絶するとの決意を示した、通信料金収入を原資とする端末代金の値引き等の誘引力に頼った競争環境が復活している。復活というよりもはるかにひどい状況になっていると考えている。
　このような販売方法は利用者にとって分かりにくい。また、MNPの濫用行為を防ぐ安全弁でもあった解約金や手数料の減額・廃止に誠実に対応してきたMVNOにとっては、前提となる通信料金と端末代金の分離の条件が崩れる。そして一部利用者への著しく不適正かつ不公平な利益提供であるばかりか、詐欺グループや反社団体の資金源となる可能性も指摘されている。
（中略）
　まずは、現行の事業法第27条の３の適正な運用や強化が必要。また、「分かりやすく、健全で、持続可能な移動通信ビジネス」へのしかるべ

き責任をMNO各社が今後とも果たさないということであれば、事業法第１条の目的を満たすべく、更なる事業法の改正を含め、より踏み込んだMNOへの規律を導入する必要がある。

（中略）

また、独占禁止法第２条第９項第３号の求める３つの条件（①廉売の態様、②他の事業者の事業活動を困難にさせていること、③正当な理由の有無）をいずれも満たしていると思っており、公正取引委員会におかれては、MNO及び販売代理店に対して、不当廉売の徹底した調査と速やかな排除措置命令を御検討いただきたい。（第30回会合：MVNO委員会）

- MNOによる端末販売の手法の実態について、MVNO委員会からの説明でもあったように、安値販売キャンペーンはまだまだ恒常的に実施されているということと、特にMVMOの回線を踏み台にしてMNPの割引を受けるMNPホッパーが非常に増えているといったことは感じている。

当社を２週間以内に解約した短期解約数の推移グラフからも分かるとおり、非常に右肩上がりで数が増えており、通信事業の運営に深刻なダメージとなる状況が続いている。

通信料金と端末代金分離は、法令改正前からさらに悪化している状況だと感じている。法令改正の趣旨は、端末代金を分離し通信への誘引と分けることであるため、端末をフックとした割引やMNPホッパーについては、早急に解決を図る必要があると感じている。

規律を遵守する姿勢がMNOに見られないということであれば、更なるルールの強化が求められるのではないか。（第30回会合：IIJ）

- 他社最新端末の安値販売に関する受け止めについて、MNOのショップや量販店で１円等での端末販売が増加している状況は、ユーザからも聞き及んでいる。

実質的に回線契約者にしか販売されていないということであれば、重大な規律違反のおそれがあるため、競争上の影響が大きく、また、利用者の誤解や不利益につながる。このため、適切な説明・告知がされるように徹底されることが重要と考えている。

また、メインブランドの回線契約と併せて端末を購入後、その場でオンライン専用プランへの移行を受け付けるという事例も伺っており、オンライン専用プランの獲得に伴う営業費用をメインブランドで負担している懸念もある。これらについても丁寧に検証することが必要ではないか。（第30回会合：オプテージ）

- 特定端末への奨励金や店舗での特定端末への頭金があり、公正な商品力での競争になりづらい状況にある。端末メーカの競争がゆがめら

れているのではないかと思っている。（第30回会合：CIAJ）

- 低料金サービスプランが現在市場で多数出回っている中で、改正法の目的は達成されたと考えられる。以前から申し上げているとおり、規制による端末購入補助の制限を一律に行う必要性を精査し、市場競争に委ねるべきはそのようにしていくことが重要と考える。（第30回会合：Apple）
- ミリ波非対応機種等の一部特定機種に対して値引きを重点的に行う販売方式が定着・拡大している。繰り返しになるが、低・中価格帯の機種が多く、結果的にミリ波端末が市場から除かれてしまっているともいえる。

  マーケット自体を活性化する取組については賛成するが、消費者の選択を狭めている可能性がある。

  端末の多様化、そしてイノベーションを促すミリ波等の最新の技術を消費者が享受できることが通信サービス業界の発展には不可欠である。総務省には、消費者の端末の選択を市場に委ねる、市場の努力をさらに促すような政策をお願いしたい。（第30回会合：クアルコム[20]）
- 事業法第27条の３あるいは完全分離の趣旨から外れた、事業者施策における一括１円や10円等といった端末販売がいまだに各所で見られる。また、新品価格が中古価格より安い状況に疑問を感じるとの声もあった。（第30回会合：RMJ[21]）

③ 対応の方向性

事業法第 27 条の３等の規律の執行に関しては、事業者各社から、関連する報告事項の数が多いため負担であるとして見直しを求める要望や、ガイドラインの解釈共有に当たってのプロセス等について整理が必要との要望が寄せられている。総務省においては、必要に応じて、報告事項の見直しや、運用ガイドライン自体の随時の見直しを含む対応を行っていくことが適当である。

また、通信料金と端末代金の完全分離に係る規律に関する検証をすべきとの指摘があった。この点については、改正法附則第６条において、施行後３年を経過した場合において規定の施行の状況について検討を加えることとされており、総務省においては、当該規定に基づき必要な検討を行うこと

[20] クアルコムジャパン合同会社
[21] （一社）リユースモバイル・ジャパン

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

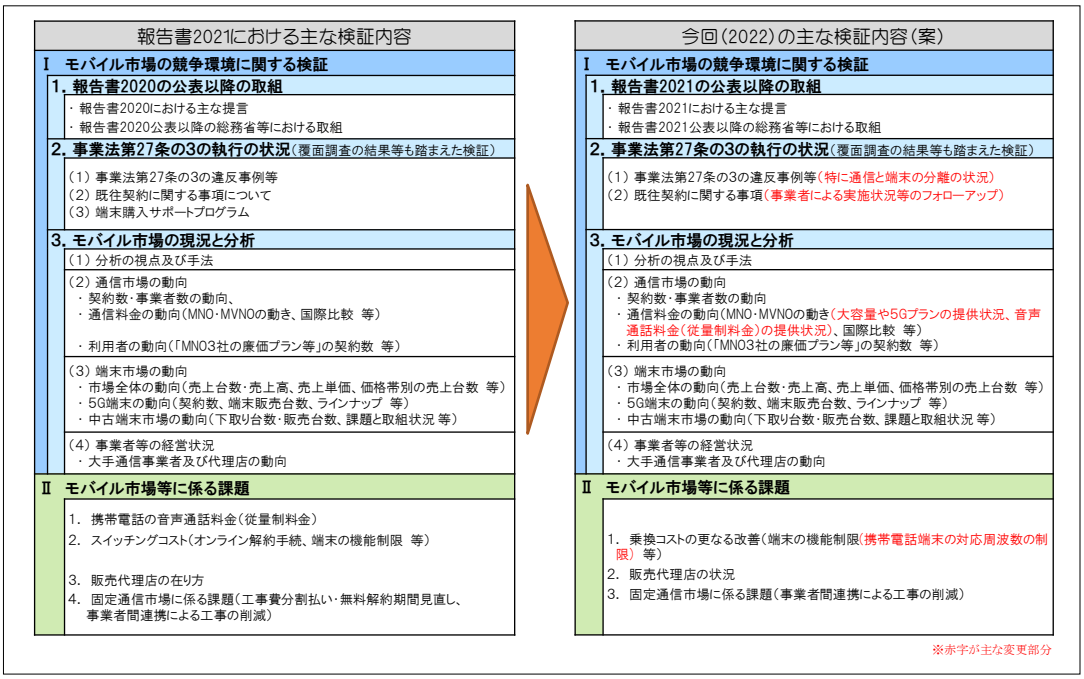
今回の評価・検証では、改正法の効果やモバイル市場への影響について、前回からの継続的な分析を行うとともに、報告書2021における提言や同報告書以降の状況の変化等を踏まえた分析を行う。

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、事業者からの報告やその他公表データの定量的・定性的な分析、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社の廉価プラン等への移行の状況等の分析を通じ、廉価プラン等がモバイル市場に与える影響（独立系MVNOとの競争環境に与える影響）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。

【図表Ⅱ－11　前回の分析内容と今回の分析内容との比較】



出典：本ＷＧ（第26回）（2022年３月14日）資料

イ　分析の手法

前回の分析と同様に、通信市場の動向、端末市場の動向及び事業者等の経営状況について、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、業界団体のほかメーカ等の関係者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などの定性的な分析
- 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社のデータは2019年４月から2022年３月まで、その他の指定事業者のデータは2019年10月から2022年３月までのものを使用した。なお、MNO４社の価格帯別売上状況については2020年10月から2022年３月までのものを、MNO３社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2022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（2021年６月から2022年３月までの間の四半期ごとの結果）を使用した。

- 関係者として、次の事業者・団体からヒアリング等を実施した。

  - 第28回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル

  - 第29回会合：NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、MVNO委員会、全携協、端末メーカ

  - 第30回会合:MVNO委員会、IIJ、オプテージ、CIAJ、Apple Japan,Inc.（以下「Apple」という。）、クアルコム、RMJ

  - 第31回会合：ソフトバンク、東日本電信電話株式会社（以下「NTT東日本」という。）、西日本電信電話株式会社（以下「NTT西日本」という。）、オプテージ、（一社）日本ケーブルテレビ連盟（以下「日本ケーブルテレビ連盟」という。）、NTTドコモ

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。

【図表Ⅱ－12　分析に用いたデータ】

報告内容		対象者	期間
通信市場の動向	・移動電気通信役務の契約数 ・移動電気通信役務の収入状況 ・移動電気通信役務の新規契約数、契約解除数 ・違約金等の定めがある契約の提供状況　等	・指定電気通信事業者（33社）	2019年10月～※1
	・MNO3社の廉価プラン等※2の契約数 ・MNO3社の廉価プラン等への転入・転出　等	・MNO3社	2021年1月～
端末市場の動向	・移動端末設備の取り扱い状況（売上台数・売上高） ・代理店への支払金支出状況　等	・指定電気通信事業者（33社）	2019年10月～※1
	・価格帯別の売上台数	・MNO4社	2020年10月～
	・端末購入を条件とする利益の提供の状況 ・利益提供の例外の適用状況（不良在庫端末、廉価端末、通信方式の変更等に対応するための端末）　等	・指定電気通信事業者（33社） ・店舗数100以上の代理店	2019年10月～※1
経営情報	・事業者・代理店の決算情報	－	－

※1 MNO3社のデータは2019年4月以降を対象とする
※2 NTTドコモ（ahamo）、KDDI（povo、UQモバイル）及びソフトバンク（LINEMO、ワイモバイル）

出典：本WG（第26回）（2022年３月14日）資料

（２）通信市場の動向

①　分析・検証結果

○　契約数・事業者数の動向

ア　契約数

2021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、引き続き増加しており、2022年３月末には、２億341万契約（対前年同期比（以下同様）＋4.3%）となっている[22]。

移動系通信の契約数における事業者別シェアは、NTTドコモが36.3%（▲0.6ポイント）、KDDIグループが27.1%（▲0.1ポイント）、ソフトバンクが21.1%（±0ポイント）、楽天モバイルが2.4%（＋1.0ポイント）、MVNOが13.0%（▲0.3ポイント）となっている。

移動系通信のうち、携帯電話の契約数は、2022年３月末で２億292万契約（＋4.4%）、このうち、3.9-4世代携帯電話（LTE）の契約数は１億3,905万契約（▲9.9%）であり、2020年９月をピークに継続して減少している。

22 各種資料18

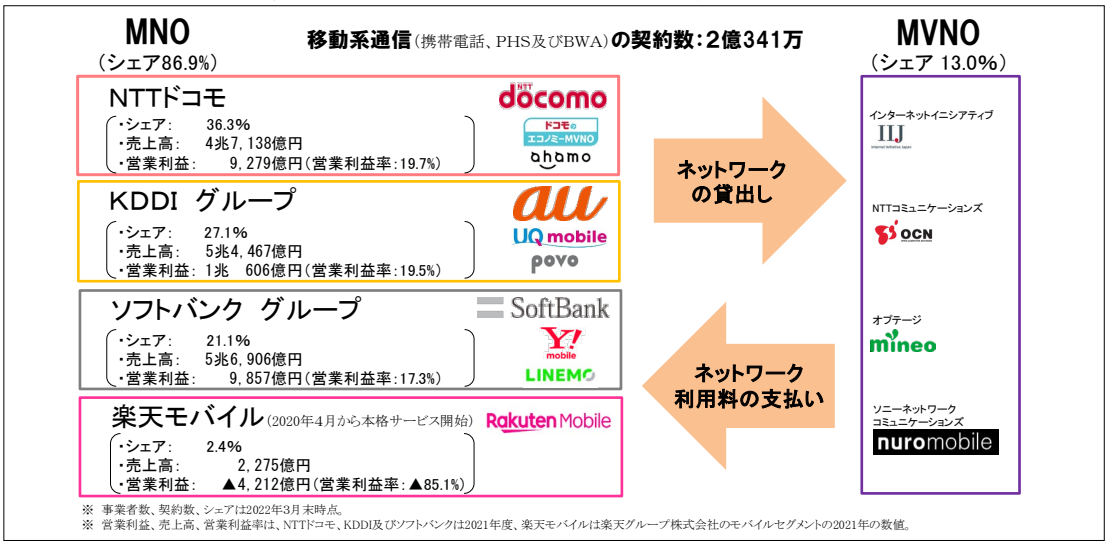
一方、５世代携帯電話（５Ｇ）の契約数は、2020年３月のサービス開始以降、継続して増加しており、2022年３月末で4,502万契約と対前年同期比で約３倍に増加、携帯電話の契約数に占める割合は約２割に拡大しており、契約数ベースでは、５Ｇへの移行が進展している様子がうかがえる。

事業法第27条の３の規律の対象となる移動電気通信役務に係る契約数は、2022年３月末で約１億2,600万契約であり、改正法の施行以降、大きな変動がない。そのうちスマートフォン向けの契約は、１億400万契約と対前年同期比で＋6.2%となっており、移動電気通信役務全体に占める割合が増加している（2021年３月末：77.4%→2022年３月末：82.5%）[23]。

イ　事業者数

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社[24]となっている。また、MVNO事業者数は、2022年３月末で、1,648社[25]であり、前年同期と比べ132社増加している。

【図表Ⅱ－13　現在のモバイル市場の競争状況】



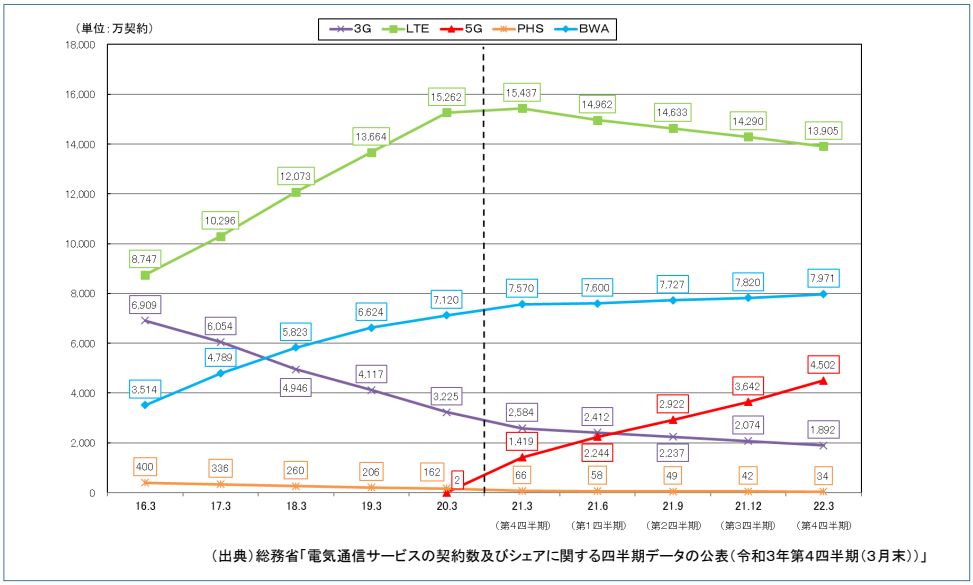
出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

[23] 各種資料23

[24] NTTドコモ、KDDI（子会社として沖縄セルラーが存在）、ソフトバンク及び楽天モバイル

[25] 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。

【図表Ⅱ－14　移動通信サービスの契約数の推移】



出典：本ＷＧ（第32回）（2022年６月７日）資料

○　通信料金の動向

ア　MNO各社の動き

2021年春にMNO各社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MNO各社における主な動きは次のとおりである。

- 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、2021 年４月から提供していた、月間のデータ通信容量が１GB 以下の場合には料金が０円となるプラン（Rakuten UN-LIMIT VI）を改定し、2022 年７月１日から、０～３GB/月以下の場合には月額 980 円とする新料金プラン（Rakuten UN-LIMIT VII）へ移行することを発表

イ　MVNO 各社の動き

MVNOにおいても同様に、2021年春以降の主な料金に関する動きは次のとおりである。

【データプラン】

- 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、OCNモバイルONEが、月間通信容量500MB（月額500円）、１GB（月額700円）、３GB（月額900円）、６GB（月額1200円）、10GB（月額1600円）の新料金プランの提供を開始
- 2021年４月１日、NUROモバイルが、月間通信容量３GB（月額720円）、５GB（900円）、８GB（月額1350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、イオンモバイルが、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、イオンモバイルが、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が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UNEXT）の提供を開始
- 2021年10月１日、y.u mobileが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（月額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株式会社が、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

・　2021年11月１日、NUROモバイルが、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、NUROモバイルが、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、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、NUROモバイルが、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、イオンモバイルが、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

【音声プラン】

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

・　2021年10月１日、イオンモバイルが、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11月26日、イオンモバイルがフルかけ放題（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
- 2021年12月27日、日本通信が、合理的20GBプランに対する通話かけ放題（月額1,091円）の提供を開始
- 2022年１月１日、y.u mobileが、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に対する通話無料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、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

ウ　MNOによる接続料の低廉化等

こうしたMVNOによる新料金プラン、特に音声通話料金の引下げについては、背景として、2021年４月以降に行われたMNO３社のモバイル音声卸の料金の引下げやプレフィックス自動付与機能を活用した接続サービスへの移行等があると考えられる。

エ　新たな料金プランの提供状況からみた競争の状況

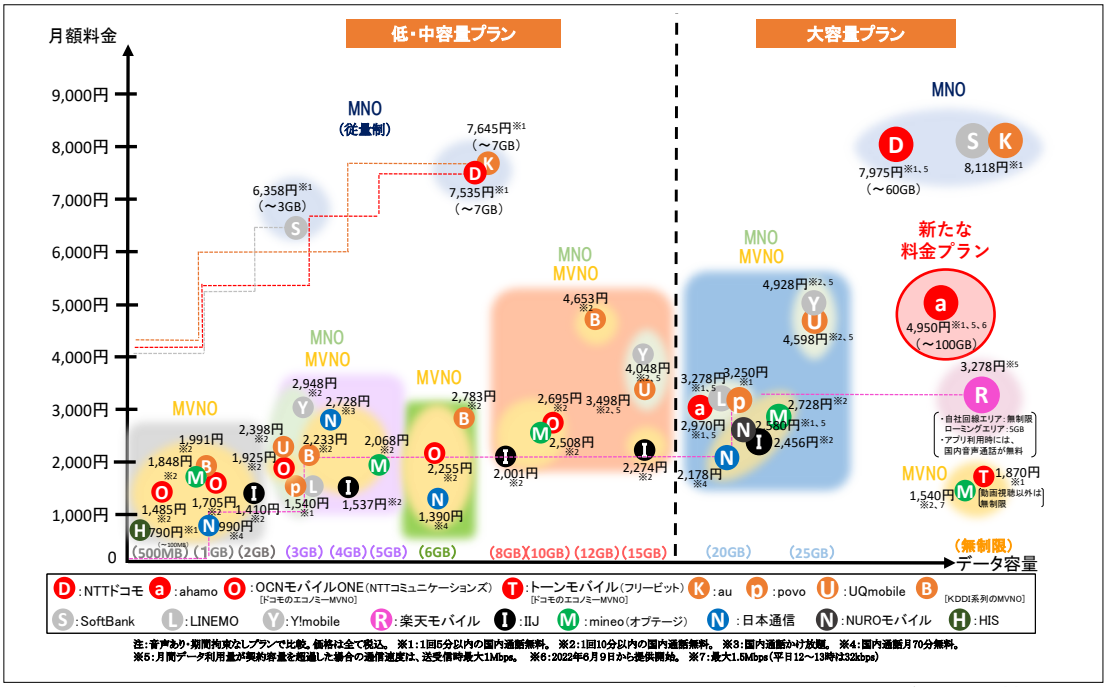
上述のとおり、2021年の春以降も、MNO及びMVNO各社から、新たに低廉な料金プランの提供が開始されたり、料金の引下げが行われたりしている。

MNO各社においては、2021年の春までと比べ、新たな料金プランの発表や提供開始等の動きは落ち着きを見せつつある中、上述のとおり、各社とも小中容量において低廉な料金プランを展開・強化する動きが見られた。

他方、2021年の春以降、MVNO各社においては、ごく小容量から無制限まで、様々なデータ通信容量と通信速度を組み合わせた多様なプランを多くの社が相次いで提供開始した。また、音声通話料金についても、MNOによるモバイル音声卸の料金引下げ等を受け、多くの社が、従量制料金の引下げや、定額・準定額制プランの導入など、多様で低廉な新プラン・オプションの提供を開始した。

MNO３社は、従来、ショップ等での「フルサポート」を提供する比較的高額なブランド・料金プランを中心にサービス提供を行ってきたが、スイッチングコストの低下を受けた利用者の流動性の高まり（詳細は後述する「〇　利用者の動向」において分析）や新規事業者（楽天モバイル）の参入を受けて、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、MVNOや楽天モバイルとの料金競争に対抗している。これにより、なお多くの利用者が存在する小中容量領域を中心に、MNOとMVNOの料金差が縮まってきており、MVNOにとっては、従来強みであった料金の価格優位性が低下している状況にあると考えられる。

【図表Ⅱ－15　携帯電話事業者各社の主な料金プランの比較】



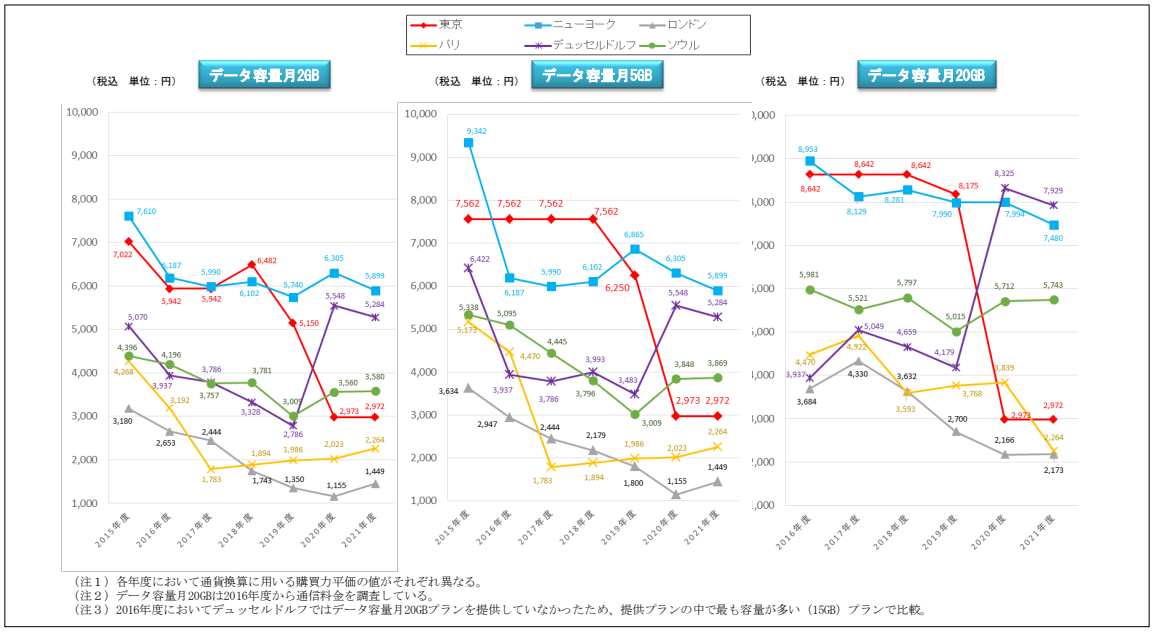
出典：本WG（第32回）（2022年６月７日）資料を基に作成

オ　携帯電話料金の国際比較及び品質に関する国際比較についての調査

総務省が実施した2022年３月時点での内外価格差調査（2022年５月公表）によれば、日本のスマートフォンの料金水準は、最も安い料金プラン

で比較すれば、諸外国と比べて中位又は低位の水準となっている。

【図表Ⅱ－16　電気通信サービスに係る内外価格差調査（2021年度調査結果）（スマートフォン４Ｇ（MNO：シェアー位の事業者）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20GBは2016年度から通信料金を調査している。
（注３）2016年度においてデュッセルドルフではデータ容量月20GBプランを提供していなかったため、提供プランの中で最も容量が多い（15GB）プランで比較。

出典：本ＷＧ（第32回）（2022年６月７日）資料

また、諸外国の民間調査会社が実施した通信品質に関する国際比較によれば、日本は、通話や動画の品質等については高く評価されているが、通信速度（ダウンロード速度）については多くの調査で平均値を下回る結果とのことであった[26]。

このほか、通信速度、事務手続の簡便さといった５項目[27]について、現在利用している携帯電話サービスの品質について満足度調査を実施したところ、日本は、全ての項目において、利用者が「非常に満足」「満足」

[26] 各種資料32

[27] １．「通信品質①（通信速度、通話品質、つながりやすさ等）」、２．「通信品質②（利用可能エリア、エリアカバー等）」、３．「利用者サポート品質①（契約事務手続や変更手続の簡便さ）」、４．「利用者サポート品質②（店舗での対応（店舗の数、待ち時間、対応者の接客態度等））」、５．「利用者サポート品質③（コールセンターの対応（つながりやすさ、対応者の電話応対等））」

と回答した割合が、他国と比較して一番低いとのことであった[28][29]。

カ　指定事業者のARPU[30]の状況

通信料金の動向に関連し、指定事業者のARPUを確認すると、2021年度の平均値は、契約全体では3,625円、スマートフォン向け契約では4,070円であり、2020年度の平均値と比べ、それぞれ、▲4.0%、▲9.6%となっている。

なお、MNO３社以外の指定事業者のARPUは、指定事業者全体と比べ、契約全体で約３～４割、スマートフォン向けでは約３割程度となっている。また、2021年度の平均値は、2020年度の平均値と比べ、それぞれ▲24.5%、▲27.6%であり、指定事業者全体と比べて低下率は大きくなっている[31]。

キ　消費支出からみた通信料金の動向

家計調査（２人以上世帯のうち勤労者世帯）によれば、消費支出における携帯電話通信料は、2017年の14,046円（月平均）をピークに減少傾向にあり、2021年では12,923円と、2020年と比べ▲3.6%であった[32]。

ク　消費者物価指数からみた通信料金の動向

また、2022年４月分の全国消費者物価指数の発表では、前述した、2021年４月以降のMNOによる新たな料金プランの提供開始を受け、通信料（携帯電話）は、対前年同月比で▲22.5%であった[33]。

ケ　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[34]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

---

[28] 具体的に不満な点を尋ねたところ、日本においては、他国と比較して、コールセンターにつながりにくい、店舗（ショップ）での待ち時間が長い、手続に要する時間が長い、通信が不安定、手続の手順や方法が分かりにくい、との点について特に不満に思う回答の割合が高かったとのことであった。

[29] 各種資料33

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

[31] 各種資料34

[32] 各種資料35

[33] 各種資料36

[34] 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：2022/３/９～３/11

続して低下しており、直近の１年間において約4,866.3円から約4,538.2円、▲6.7%となっている[35]。

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2,878.9円から約2,498.0円、▲13.2%となっている[36]。

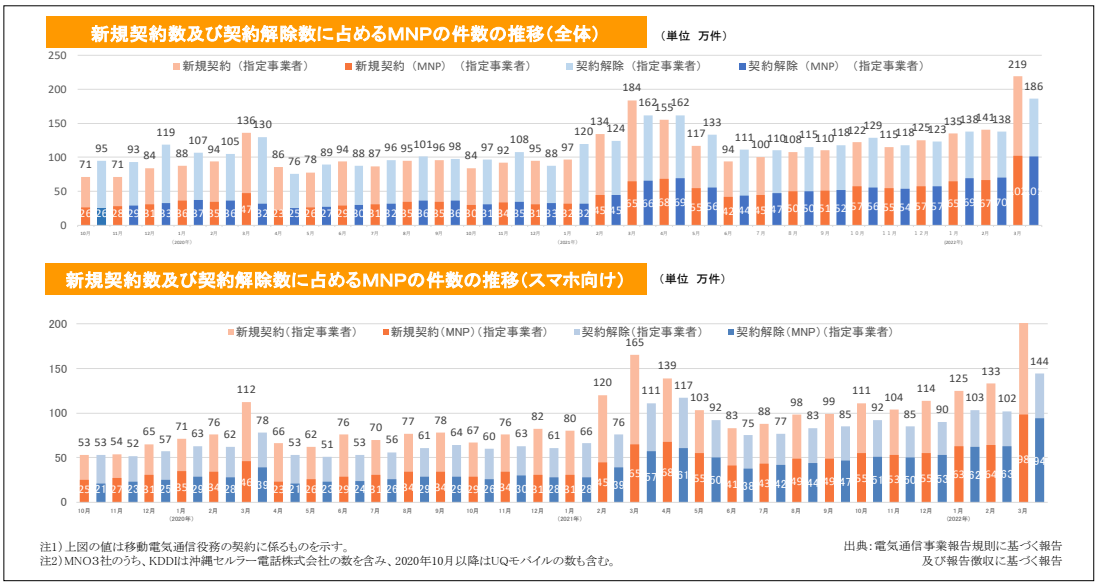
○　利用者の動向

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、2021 年３月に大きく伸びた後も、毎月、前年同月を上回る水準で推移しており、2021 年度の合計では、2020 年度の合計と比べ、新規契約数は＋26.1%、契約解除数は＋26.9%となっている。スマートフォン向けの契約では、より増加率が大きく、同様に、新規契約数は＋38.0%、契約解除数は＋47.8%となっている。

また、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割程度であったところ、2021 年度では概ね４割強に増加している。

【図表Ⅱ－17　指定事業者の新規契約数及び契約解除数（MNP 契約数含む。）】



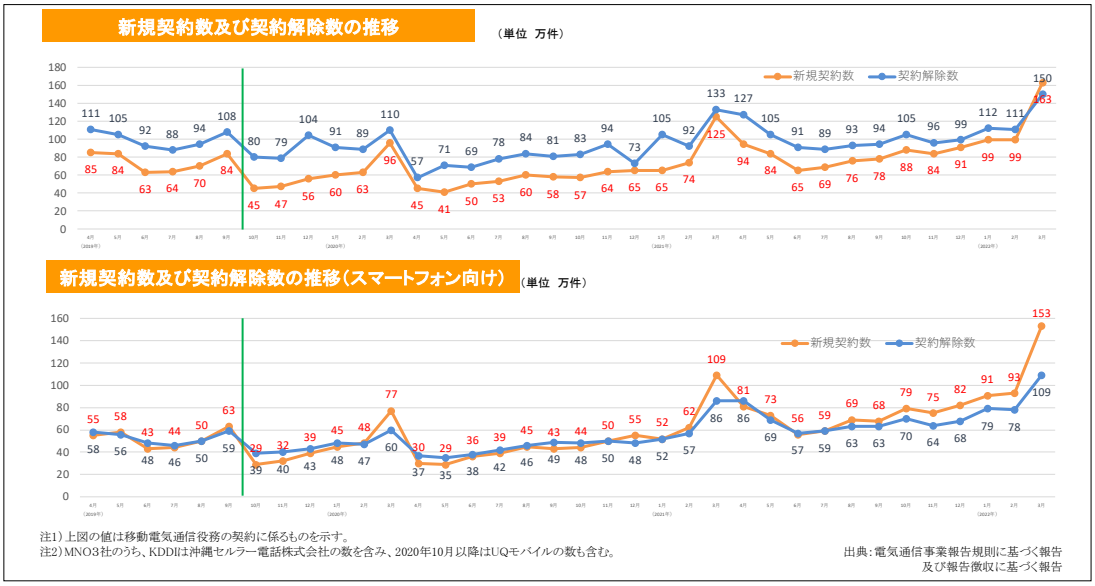
出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

35　各種資料37

36　各種資料38

MNO３社については、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が、2022 年３月はこれが逆転している。一方、スマートフォン向けについては、双方に大きな差はなく、特に最近では、新規契約数が契約解除数を上回る傾向になっており、2022 年３月はこの傾向が大きくなっている。MNO３社の移動電気通信役務の契約解除数が新規契約数よりも大きくなっている要因としては、フィーチャーフォンの解約等スマートフォン以外の役務によるものであると考えられる。

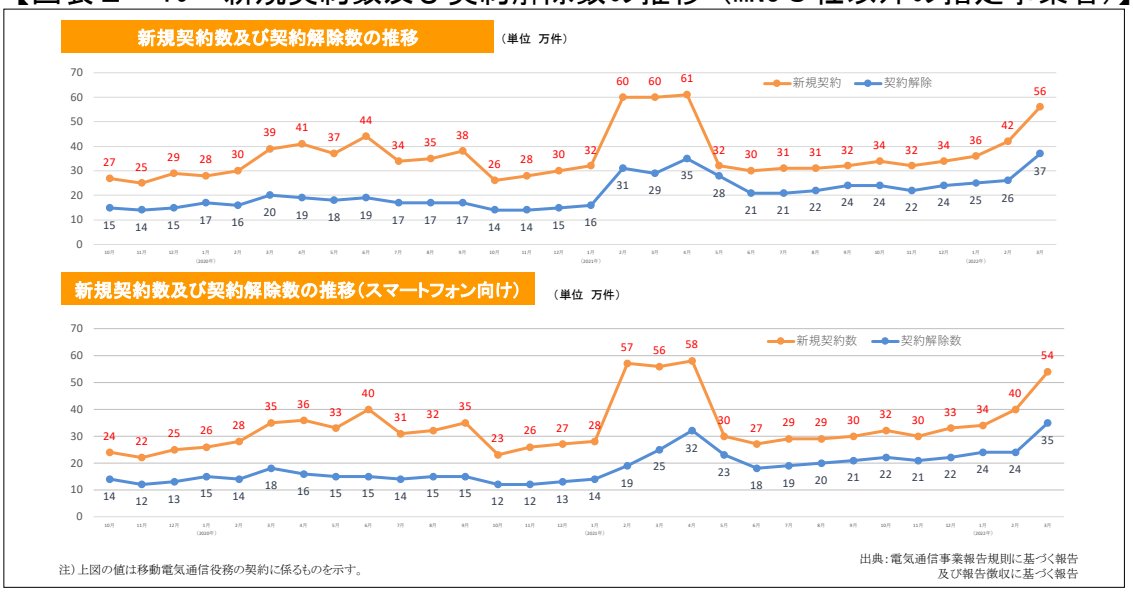
【図表Ⅱ－18　新規契約数及び契約解除数の推移（MNO３社）】



出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

MNO３社以外の指定事業者については、2020 年度と同様に、移動電気通信役務、スマートフォン向けともに新規契約数が解約解除数を上回っている。特に 2021 年２、３、４月の新規契約数は大きくなっており、この要因としては、楽天モバイルが、同年１月に、月間通信容量が１GB 以下の場合には料金が０円となるプランの４月からの提供開始を発表したこと、また、同年３月に、それまで実施していた１年間無料キャンペーンの受付を４月に停止することを発表したことを受け、この時期に同社の新規契約者が増加したためと考えられる。

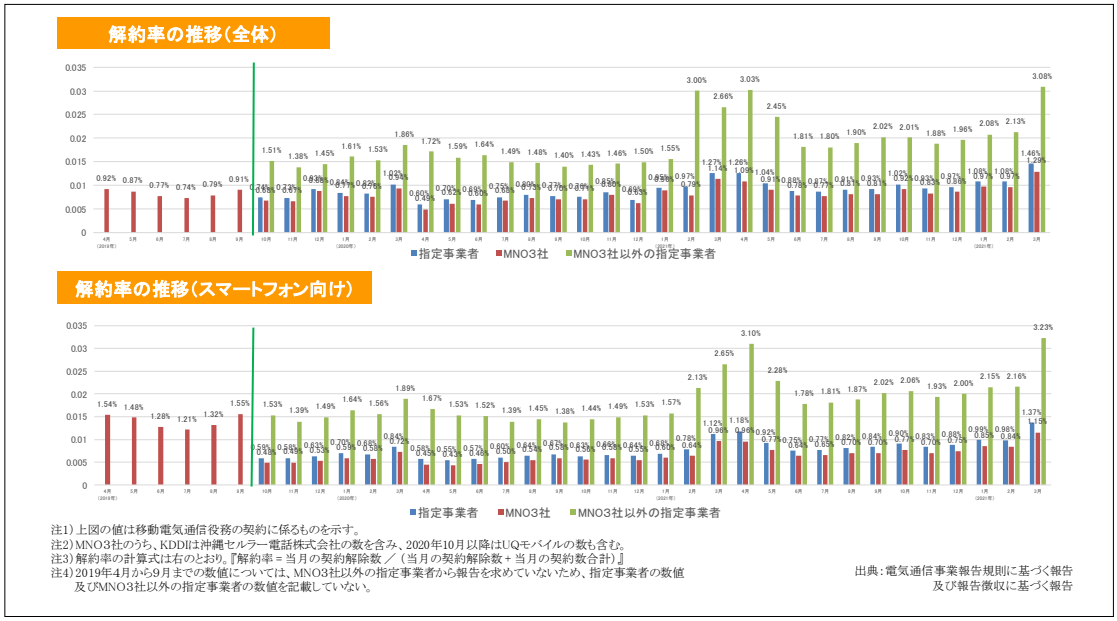
【図表Ⅱ－19　新規契約数及び契約解除数の推移（MNO３社以外の指定事業者）】



出典：本WG（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

解約率については、2021 年４月から 2022 年３月にかけて、ほぼ全ての月において、指定事業者、MNO３社、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、継続して前年同月より高い状況が続いている。

【図表Ⅱ－20　解約率の推移】



出典：本WG（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

指定事業者の契約数自体に大きな変動がない状況において、上述した動きが起きていることを踏まえると、利用者が事業者を乗り換える動きがさらに活発化していると考えられる。

これは、スイッチングコストが低下したこと、それを機に各事業者が顧客獲得競争に力を入れたことが背景にあると考えられる。

なお、MNO３社以外の指定事業者について、新規契約数が契約解除数を上回っているにもかかわらず、MNO３社に比べて解約率が高いのは、母数としての契約数の大きさの違いが影響していると考えられる。

イ　新料金プランへの移行状況

（ア）携帯電話事業者からの報告

報告書 2021 における記述及び上記のとおり、様々な事業者から、主に 2021 年の２月以降、従来に比べて低廉な新しい料金プランの提供が開始されている。同年の５月以降、これら新料金プランの契約数[37]は、平均すると 200 万/月を超えて増加しており、2022 年５月末では、その数は約 4,050 万となっている。これは、通信モジュール等[38]を除いた携帯電話契約数（約１億 4,790 万：2022 年３月末）の約 27%に相当する。

これら新料金プランの契約数の月当たりの増加（約 200 万/月）は、前述した指定事業者の月当たりの新規契約数（2021 年の５月から 2022 年３月までの平均：約 130 万/月）を上回っているが、主には当該契約数の増に、同じ事業者内でのプラン変更、ブランド変更が多く含まれるためと考えられる。

（イ）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（2022 年３月）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 43%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」と回答した者は約 16%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。一方、「乗り換えるつもりはない」と回答した者は 27.3%、「これらプランについて知らないので分からない」と回答した者は 14.1%存在した[39]。

---

[37] 各種資料39、40

[38] 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。契約数の数値は10万未満で四捨五入しているため、合計と内訳等の計は必ずしも一致しない。

[39] 各種資料41

「既に新料金プランを利用している」と回答した者（メイン回線 2,580 に加え、サブ回線 256 の合計 2,836 名）に、どのプランを利用しているか、尋ねたところ、「楽天モバイル：Rakuten UN-LIMIT VI（20.2%）」が最も多く、次いで、「Y!mobile：シンプルＳ（11.6%）」、「ソフトバンク：メリハリ無制限（9.6%）」、「NTT ドコモ：ahamo（7.9%）」、「NTT ドコモ：ギガホプレミア（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、いずれも、同じ事業者、同じブランドからの移行が最も多かったが、楽天モバイルに関しては、同じ事業者からの移行（5.4%）に次いで、MNO３社からの移行（NTT ドコモ：2.5%、KDDI：2.4%、ソフトバンク：2.1%、３社合計で 7.1%）、新規契約（3.6%）、Y!mobile（1.0%）が１%を超えて高い割合となっている。

また、MVNO から乗り換えたとの回答は合計で全体の 8.7%である一方、MVNO へ乗り換えたとの回答は合計で全体の 10.8%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－21　利用者意識調査（すでに乗り換えた利用者の動き）】

	移行元の割合ー	NTTドコモ			KDDI			5G モバイル			ソフトバンク		Y!mobile			Rakuten UN-LIMIT VI(段階制)	IIJ(IIJmio)	オプテージ(マイネオ)	NTTコミュニケーションズ(OCN モバイル ONE)	ビッグローブ(ビッグローブモバイル)	J:COM(J:COM MOBILE)	日本通信	イオンリテール(イオンモバイル)	Y.U-mobile(y.u mobile)	ドリーム・トレイン・インターネット(トーンモバイル)	ソニーネットワークコミュニケーションズ(NURO モバイル)
		ギガホ プレミア(60 GB)	5Gギガホ プレミア(無制限)	ahamo(20 GB)	使い放題MAX 4(無制限)	使い放題MAX 5(無制限)	povo 1.0(20 GB)・povo 2.0(都度増減枠)	くりこしプランS+5G(3 GB)	くりこしプランM+5G(15 GB)	くりこしプランL+5G(25 GB)	メリハリ無制限(無制限)	LINEMO(20 GB・3 GB)	シンプルS(3 GB)	シンプルM(15 GB)	シンプルL(25 GB)											
移行先の割合ー	100%	7.0%	6.1%	7.9%	4.5%	4.5%	4.0%	5.2%	2.0%	0.4%	9.6%	2.2%	11.6%	3.6%	0.6%	20.2%	2.8%	1.2%	2.6%	1.1%	0.9%	0.2%	1.0%	0.6%	0.1%	0.3%
NTTドコモ(docomo)	21.5%	5.0%	4.2%	5.8%	0.2%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.0%	0.4%	0.1%	1.0%	0.2%	0.0%	2.5%	0.2%	0.0%	0.6%	0.1%	0.1%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%
KDDI(au)	17.7%	0.1%	0.3%	0.4%	3.1%	2.8%	3.0%	2.0%	0.9%	0.2%	0.4%	0.0%	0.7%	0.4%	0.1%	2.4%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%	0.3%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
UQモバイル	3.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	1.5%	0.4%	0.2%	0.1%	0.1%	0.5%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ソフトバンク(SoftBank)	16.7%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.4%	0.1%	0.0%	6.4%	1.1%	3.3%	1.2%	0.4%	2.1%	0.2%	0.1%	0.3%	0.0%	0.2%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%
Y!mobile	8.7%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.1%	0.0%	0.5%	0.1%	0.0%	0.6%	0.1%	4.3%	1.5%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
楽天モバイル	7.4%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.2%	0.0%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.0%	5.4%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
IIJ(IIJmio)	1.5%	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%	0.3%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
オプテージ(マイネオ)	0.9%	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%	0.1%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
NTTコミュニケーションズ(OCN モバイル ONE)	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ビッグローブ(ビッグローブモバイル)	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
J:COM(J:COM MOBILE)	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
日本通信	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	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%
イオンリテール(イオンモバイル)	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
Y.U-mobile(y.u mobile)	0.4%	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%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%
ドリーム・トレイン・インターネット(トーンモバイル)	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	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%
ソニーネットワークコミュニケーションズ(NURO モバイル)	0.3%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他の格安SIM会社	1.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	1.0%	0.3%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
携帯電話会社と契約していなかった	15.5%	1.5%	1.5%	0.7%	0.8%	1.1%	0.5%	0.4%	0.1%	0.0%	1.6%	0.3%	1.2%	0.2%	0.1%	3.6%	0.7%	0.2%	0.3%	0.3%	0.0%	0.1%	0.2%	0.1%	0.0%	0.0%

出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

「今後乗り換えたい」、「乗り換えるつもりだが検討中」と回答した者（合計 940 名）が検討している乗換え先（複数回答）としては、「楽天モバイル：Rakuten UN-LIMIT VI（27.8%）」が最も多く、次いで、「NTT ドコモ：ahamo（17.2%）」、「NTT ドコモ：ギガホプレミア（11.5%）」、「UQ mobile：くりこしプランＳ＋５Ｇ（10.1%）」、「povo（9.6%）」の順となっている。これらのプランへの乗換えを検討している者は、概ね同じ事業

者、同じブランドの契約者が多かったが、楽天モバイルに関しては、NTTドコモの契約者が最も多く（10.4%）、次いでKDDI（5.4%）、ソフトバンク（4.5%）と、MNO３社の契約者の割合が高く、これらは同じ事業者（楽天モバイル）の契約者（3.7%）よりも高い割合となっている。

【図表Ⅱ－22　利用者意識調査（乗換え意向を有する利用者の傾向）】

	移行元の割合→	NTTドコモ			KDDI			UQモバイル			ソフトバンク		Y!mobile			Rakuten UN-LIMIT VI(段階制)	IIJ(IIJmio)	オプテージ(マイネオ)	NTTコミュニケーションズ(OCN モバイル ONE)	ビッグローブ(ビッグローブモバイル)	J:COM(J:COM MOBILE)	日本通信	イオンリテール(イオンモバイル)	Y.U-mobile(y.u mobile)	ドリーム・トレイン・インターネット(トーンモバイル)	ソニーネットワークコミュニケーションズ(NURO モバイル)	その他の格安SIM会社
	100%	ギガホ プレミア(60 GB)	5Gギガホ プレミア(無制限)	ahamo(20 GB)	使い放題MAX 4(無制限)	使い放題MAX 5G(無制限)	povo 1.0(20 GB) povo 2.0(都度選択型)	くりこしプラン S+5G(3 GB)	くりこしプラン M+5G(15 GB)	くりこしプラン L+5G(25 GB)	メリハリ無制限(無制限)	LINEMO(20 GB、3 GB)	シンプル S(3 GB)	シンプル M(15 GB)	シンプル L(25 GB)												
移行先の割合（複数回答）→	100%	11.5%	6.6%	17.2%	6.2%	4.6%	9.6%	10.1%	3.0%	1.2%	6.2%	5.7%	8.9%	2.5%	1.1%	27.8%	1.7%	1.1%	3.9%	0.7%	1.4%	0.6%	1.0%	0.5%	0.1%	0.5%	4.4%
NTTドコモ(docomo)	40.7%	10.3%	5.5%	14.0%	0.9%	0.8%	1.7%	2.2%	0.5%	0.3%	0.7%	1.6%	2.1%	0.5%	0.2%	10.4%	0.3%	0.5%	2.3%	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%	1.8%
KDDI(au)	24.1%	0.1%	0.2%	1.1%	4.3%	3.1%	6.1%	4.8%	1.4%	0.6%	0.0%	0.4%	1.7%	0.3%	0.2%	5.3%	0.2%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	1.0%
UQモバイル	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	1.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.1%	0.0%	1.3%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
ソフトバンク(SoftBank)	15.9%	0.6%	0.5%	0.8%	0.6%	0.3%	0.5%	0.7%	0.5%	0.2%	5.1%	2.6%	2.9%	0.6%	0.6%	4.5%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.3%	0.1%	0.0%	0.0%	0.8%
Y!mobile	2.7%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	1.0%	0.7%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
楽天モバイル	5.7%	0.1%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%	0.3%	0.6%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.0%	3.7%	0.1%	0.0%	0.4%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%	0.0%	0.1%	0.1%
IIJ(IIJmio)	0.4%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
オプテージ(マイネオ)	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%
NTTコミュニケーションズ(OCN モバイル ONE)	1.3%	0.0%	0.1%	0.4%	0.0%	0.1%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
ビッグローブ(ビッグローブモバイル)	0.7%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
J:COM(J:COM MOBILE)	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
日本通信	0.1%	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%	0.1%
イオンリテール(イオンモバイル)	0.1%	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%	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
Y.U-mobile(y.u mobile)	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	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%
ドリーム・トレイン・インターネット(トーンモバイル)	0.1%	0.1%	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%
ソニーネットワークコミュニケーションズ(NURO モバイル)	0.1%	0.1%	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%
その他の格安SIM会社	4.2%	0.1%	0.1%	0.3%	0.0%	0.1%	0.5%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	0.2%	0.3%	0.7%	0.3%	0.1%	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%

出典：本WG（第32回）（2022年６月７日）資料

なお、本調査の実施は2022年３月であるところ、その後、楽天モバイルは、同年５月13日に、月間のデータ通信容量が１GB以下の場合には料金が０円となるプランを改定し、同年７月１日から、０～３GB/月以下の場合には月額980円とする新料金プランへ移行することを発表している。本調査は当該発表が考慮されていないものであることに留意が必要である。

この他、既に新料金プランを利用している等の理由として最も多かったのは「料金が安いから（42.6%）」であり[40]、また、新料金プランに乗り換えるつもりがない理由として最も多かったのは「現在のプランに特に不便を感じていないから（20.4%）」、次いで「手続を行うことが面倒だから（19.2%）」が多い結果となった[41]。

40 各種資料42
41 各種資料43

ウ　MNO３社の廉価プラン等への移行状況

（ア）分析対象及び方法

報告書 2020 においては、Y!mobile、UQ mobile の２ブランド[42]について、特に独立系 MVNO との間の公正な競争環境の阻害要因となる可能性がある旨の指摘も踏まえ、これら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可能となるよう事業者からデータを取得する必要がある旨を提言した。

これに加え、報告書 2021 に向けた検討の中では、報告書 2020 以降に新たに発表された MNO３社のオンライン専用プランである NTT ドコモの「ahamo」、KDDI の「povo」及びソフトバンクの「LINEMO」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、MNO 各社（NTT ドコモ、KDDI、ソフトバンク及び楽天モバイル）が提供するサービスのうち、特に独立系 MVNO 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。

今回の検証では、MNO３社の廉価プラン等について、昨年同様、提出データに基づく検証を行うとともに、楽天モバイルの「Rakuten UN-LIMIT VI」についても、総務省が実施した利用者意識調査の結果及び同社から提出された第 28 回会合終了後追加質問に対する回答（同社が実施したアンケート調査の結果）に基づく検証を行った。

（イ）分析結果（契約数は 10 万単位で四捨五入している。）[43]

まず、携帯電話契約数（通信モジュール等を除く。以下、本「ウ　MNO３社の廉価プラン等への移行状況」において同じ。）の総数は、2022 年３月末時点で約１億 4,790 万であり、2021 年３月末時点（約１億 4,660 万契約）と比べ＋0.9%となっているものの、大きな変化はない。

この状況において、MNO３社の廉価プラン等の契約数は、2022 年３月末時点で約 1,910 万であり、2021 年３月末時点（約 1,120 万契約）と比べ、＋70.7%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 12.9%であり、2021 年３月末時点（7.6%）と比べ＋5.3 ポイントとなっ

[42] 報告書2020においては、これら２ブランドを「サブブランド」と呼称していた。
[43] 各種資料44

ている。

このうち、いわゆるオンライン専用プラン[44]の契約数は、2022 年３月末時点で約 470 万であり、2021 年３月末時点（約 90 万契約）と比べ５倍以上に増加している。また、携帯電話契約数の総数に占める割合は 3.2%であり、2021 年３月末時点（0.6%）と比べ＋2.5 ポイントとなっている。

楽天モバイル＋MVNO の契約数は、2022 年３月末時点で約 1,710 万であり、2021 年３月末時点（1,570 万契約）と比べ、＋9.0%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 11.6%であり、2021 年３月末時点（10.7%）と比べ＋0.9 ポイントとなっている。2022 年３月末時点においては、MNO３社の廉価プラン等とほぼ同じ規模であるといえる。

このうち、楽天モバイルの契約数は、2022 年３月末時点において、2021 年３月末時点と比べ、７割程度増加している。

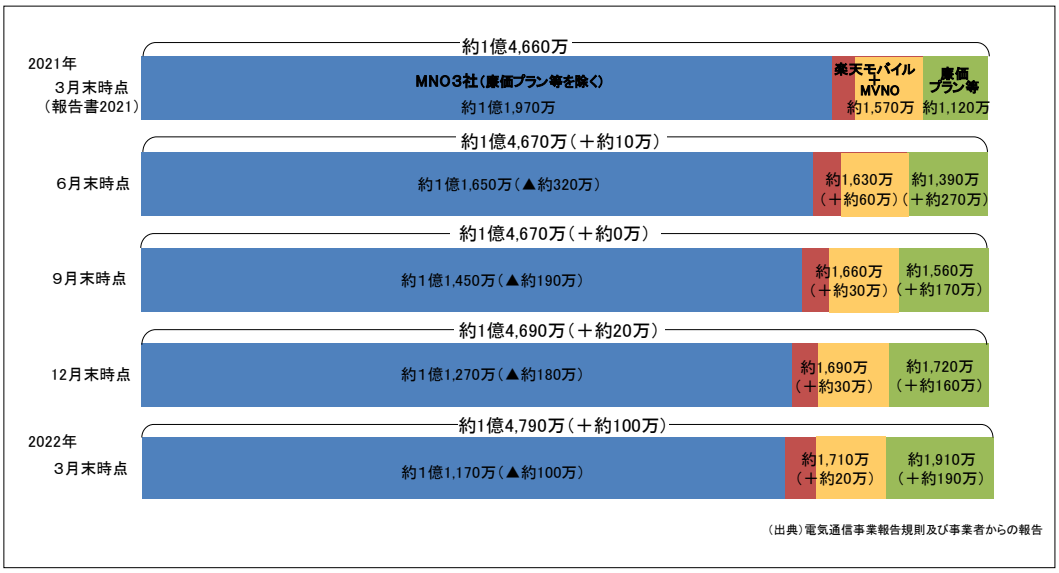
また、このうち、MVNO の契約数は、2022 年３月末時点で約 1,220 万であり、2021 年３月末時点（1,280 万契約）と比べ▲5.0%となっている。

ただし、新規受付停止済みの主な料金プランを除けば、2022 年３月末時点の契約数は、2021 年３月末時点と比べ、５%程度増加しており、また、この契約数が携帯電話契約数の総数に占める割合も微増している。

一方、MNO３社の廉価プラン等以外のプラン（旧来の料金プランや無制限プラン等）の契約数は、2022 年３月末時点で約１億 1,170 万であり、2021 年３月末時点（約１億 1,970 万契約）と比べ、▲6.7%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 75.5%であり、2021 年３月末時点（81.7%）と比べ▲6.1 ポイントとなっている。

[44] MNO３社の廉価プラン等のうち、NTT ドコモ「ahamo」、KDDI「povo」及びソフトバンク「LINEMO」を指す。

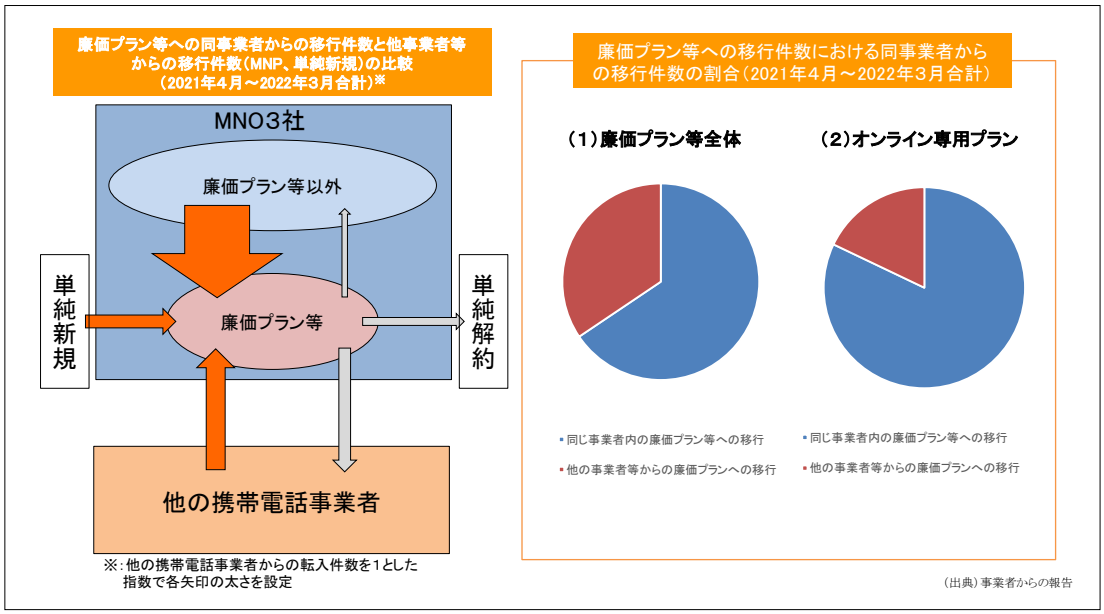
【図表Ⅱ－23　利用者の動向（携帯電話契約数：2022 年３月末）】



出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料

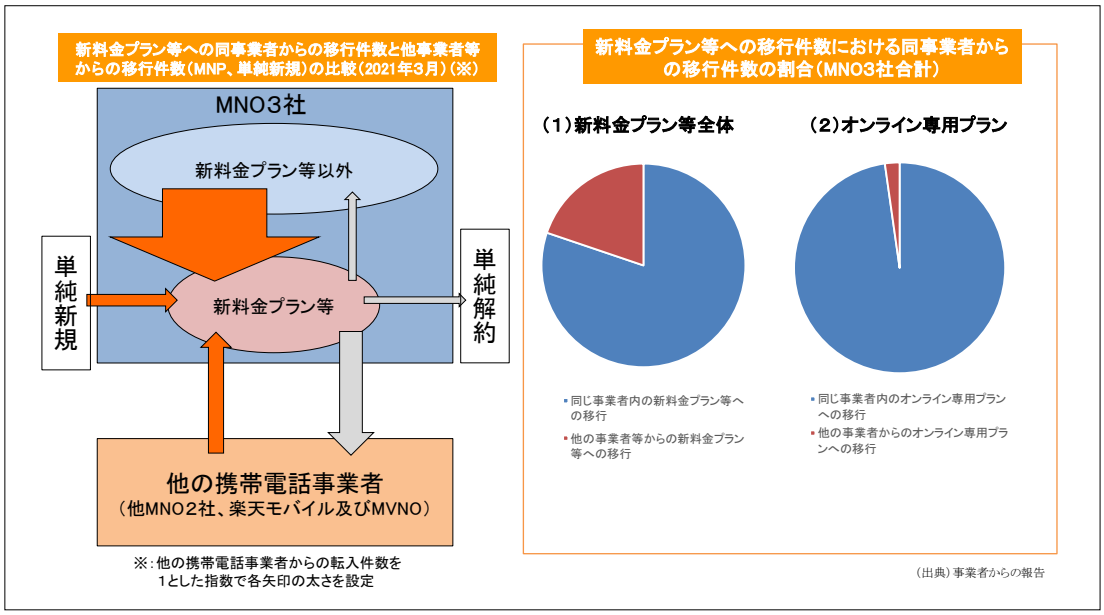
次に、MNO３社の廉価プラン等への転入の内訳についてみると、2021 年４月から 2022 年３月までの転入数の合計の多くが、特にオンライン専用プランに限ればその大多数が、同じ事業者内の別のプラン等からの転入となっている。報告書 2021 に掲載した 2021 年３月と比べればその割合は減ってはいるものの、引き続き、廉価プラン等への転入の多くが同じ事業者内での転入である結果となっている。

【図表Ⅱ－24　廉価プラン等への転入・転出の内訳（2021 年４月～2022 年３月）】



出典：本ＷＧ（第 32 回）（2022 年６月７日）資料を基に作成

【図表Ⅱ－25（参考）廉価プラン等への転入・転出の内訳（2021 年３月）】



出典：本WG（第 21 回）（2021 年６月 23 日）資料を基に作成

なお、楽天モバイル「Rakuten UN-LIMIT VI」については、MNO３社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[45]に加え、同社から提出された第 28 回会合終了後追加質問に対する回答（同社が実施したアンケート調査の結果。具体的な数値は非公開）に基づき検証を行った[46]。

上記調査によれば、いずれも、転入元として最も割合が高かったのは他の MNO であり、総務省調査では約４割が他の MNO からの転入であるとの結果であった。次いで、いずれも自社内 MVNO からの移行の割合が高く、総務省調査では約３割という結果であった。他の MVNO からの転入はいずれも最も少なく（ただし楽天モバイル調査における「その他」を除く。）、総務省調査では約１割にとどまるという結果であった。なお、総務省調査においては「新規契約」の割合が約２割であり、他の MVNO からの転入より割合が高い結果となっている。

45 各種資料45

46 総務省調査は2022年３月９～11日に実施したもの（6,000人）。上述の内容は、調査実施時点において楽天モバイル「Rakuten UN-LIMIT VI」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を訊ねた結果。一方、楽天モバイル調査は2021年４月から2022年３月までにおける月次の新規契約者に対し、いずれの事業者からの転入であるか尋ねた結果であり、上述の内容は当該期間における平均値についてのもの。

以上を踏まえれば、利用者の動向としては、次のように分析することができる。

2021 年春以降、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、乗換えの円滑化に向けた各種の取組により、利用者が自身に合った料金プランを選択しやすい環境が整ってきたところ、事業者の顧客獲得競争も活発になり、利用者が事業者の乗換えや料金プランを見直す動きが活発化している。

この結果、市場全体として見れば、MNO３社の旧来の高額な料金プラン（以下「旧来プラン」という。）の利用者が、各社（MNO３社を含む。）が提供を開始した、従来よりも低廉な新しい料金プランに移行する動きが着実に進展している傾向が確認できる。他方で、利用者全体でみれば、今なお多くの者が、MNO３社の旧来プランに残っていると考えられる。

同様に、MNO３社の廉価プラン等以外の料金プランの利用者数も減少を続けている。これらの利用者数の減少分に相当する乗換え先としては、MNO３社自身の廉価プラン等（オンライン専用プランを含む。）の増加分が、楽天モバイルと MVNO を合計した増加分を大きく上回っている状況にある。

廉価プラン等への転入数の割合を見ても、自社の廉価プラン等以外の料金プランからの割合が依然として高いことから、MNO３社の廉価プラン等が、主に自社の旧来プランの利用者が料金プランを見直す際の受け皿として機能していることがうかがえる。ただし、2021 年３月と比較すると、自社内のみならず、他社からの顧客獲得が寄与する割合が高まっている傾向がうかがえる。

楽天モバイルについては、これまで契約数を着実に伸ばしてきたところ、上述の総務省調査及び楽天モバイル調査の結果を踏まえれば、その内訳として、いずれの調査においても、「他の MNO からの転入」の割合が最も高い結果となっている。また、いずれの調査においても、次に割合が高いのは「自社内 MVNO から移行」であり、「他の MVNO からの転入」は、いずれの調査において最も低い割合となっている。また、総務省調査においては、「新規契約」の割合が「他の MVNO からの転入」より高い割合となっている。こうして見ると、楽天モバイルは、新規事業者として、主に、MNO３社からシェアを奪うとともに、新規の市場開拓の機能を果たしてきたものと考えられる。

MVNO については、既に受付停止をした事業者を除けば、MVNO 全体とし

て利用者数は微増しているが、その伸びは鈍化傾向にある。「〇　通信料金の動向　エ　新たな料金プランの提供状況からみた競争の状況」で述べたとおり、MNO と MVNO の料金水準が近接する中、上述のとおり MNO３社の廉価プラン等や楽天モバイルの料金プランが MNO３社の旧来プランの利用者の移行先として機能することにより、MVNO にとっては顧客獲得が従来よりも難しくなってきている様子がうかがえる。

エ　違約金のある契約の状況

MNO３社は、2022 年４月までに全ての契約についての違約金を撤廃している。(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。)

こうした状況の中、違約金のある契約は、2021 年度第４四半期に大きく数を減らしており、指定事業者全体で 2,320 万契約、前年同期比▲72.7%となっている。

また、毎月の１件当たりの違約金支払金額は指定事業者、MNO３社ともに改正法施行後、継続的に減少している[47]。

オ　その他

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ている[48]。その要因として、一部の事業者が同時期に開始したキャンペーン等が考えられる。

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、改正法の施行以降、全体として継続して減少している[49]。

② 意見

ア 構成員の意見

[47] 各種資料46、47
[48] 各種資料48
[49] 各種資料49

・　新規参入者が、モバイル市場における積極的な競争を起こしたという結果、そしてその役割というのは、非常に注視すべきことであろうかと思うし、一面では、競争による成果がここで確認されたのかと思っている。今回の評価・検証の後になるが、この共通の成果が果たして本当に消費者側の利益としてどのように評価されるかについて、また引き続き検討しなければいけないと考えている。
・　携帯料金の低廉化の影響の一つとして、各社の通信料収入の減少ということを取り上げており、これとは別に、各社の非通信事業の拡大についてもコメントされている。次回以降の検証において、可能であれば、こういった傾向がどのようにトレンドとして見て取れるのかについて、是非時間軸を長く取って、通信料金の低下傾向と多角化の状況について、分かりやすい資料を作成いただけたら、さらに内容が充実するように感じる。
・　一言コメントしたいのは、ヒアリングの中でIIJ等から示された帯域の問題、回線の品質におけるMNOとMVNOの隔たりが、MVNOの競争力の低下により拍車をかけているのではないか、という点についてである。今後、色々分析する上で、回線品質に見合った形で接続料が設定されているのか、などについて、MVNOとMNOのイコールフッティングの観点から、今後、スタックテストなどの検討も進めていかれるということなので、その結果を心待ちにしている。MVNOのビジネスがやりづらくなっているという状況については、今後とも注視しなければいけないと思っている。

イ　事業者等の意見

○　モバイル市場の現状関係

・　報告書2021以降のモバイル市場は、解約金の撤廃、キャリアメールの持ち運び、SIM（Subscriber Identity Module）ロック[50]の原則禁止等により、スイッチングコストが低下し、事業者間の乗換えが促進されてきた。（第28回会合：NTTドコモ）
・　また、MNO各社が低価格帯の料金プランの値下げを実施したことにより、特に低価格帯の料金プランにおいてMVNOを含む事業者間の競争が激化していると考える。（第28回会合：NTTドコモ）
・　MNOの接続料・卸料金の値下げによるMVNOの料金値下げや各社のオ

[50] SIMロックとは、特定の事業者に係るプロファイルが記録されたSIMに対してのみ動作するよう設定された端末上の制限をいう。

ンライン専用プランの提供などにより料金の低廉化が進展加えて、スイッチングコストの引下げ等により利用者がよりサービスを選択しやすい環境になった。（第28回会合：KDDI）

・　日本のモバイル市場の現状については、以前から高品質かつ多様なサービスが提供されていた認識ですが、昨今の各社のサービス展開により、より一層サービスの多様化や低廉化が進展していると考える。（第28回会合：ソフトバンク）

○　公正な競争環境の確保関係

・　当社からの転出は楽天モバイル社が最も多い状況で、MVNOにとっては大きな脅威と認識。モバイル市場において公正な競争が行われているか、引き続き注視いただきたい。（第30回会合：オプテージ）

・ 2021年度に入り既存MNO３社についても、オンライン専用プランが台頭し、メインブランド・サブブランドとも、当社からの転出がそれぞれ増加傾向である。引き続き、「接続料の算定等に関する研究会」で検討されているモバイル分野のスタックテスト等、MNOとMVNOとの間のイコールフッティングの確保について、さらに推進いただきたい。（第30回会合：オプテージ）

・　これまでは低容量・低価格がMVNOの主要なマーケットであり、利用者の通信速度への期待は必ずしも高くなかったが、MNOの料金が低廉化し、MVNOと近接するなか、依然としてMNOとMVNOの回線品質には大きな隔たりが見られる。（第30回会合：IIJ）

・　大容量ニーズも高まってくるため、MVNOが拡大してきた低容量の市場は縮小し、料金的にもMNOとの差分が少なくなり、MVNOの競争力が低下の可能性がある。MNOが、自社のブランドで小容量プランをラインナップし、MVNOと同じ価格帯でリリースしてきていることを危惧している。今以上の、MNOによる小容量プランの価格・販売手法の強化は、MVNOの経営体力を奪いかねない。キャリアの使い放題プランが脅威である。容量を使い切った後も１Mbpsで使えるなども脅威である。（第30回会合：MVNO委員会）

・　今後、スタックテストを通じ、MNOの廉価プラン・サブブランドが適正な原価でビジネスをしているか（MVNOへのデータ接続料の水準が適正か）、確認を進めるべき。（第30回会合：IIJ）

・　楽天モバイルやKDDIが提供する０円～プランについては、価格圧搾の懸念があるため、MVNOも含めたモバイル市場全体の公正競争環境の確保に向けて、検証が必要である。（第28回会合：NTTドコモ）

③　対応の方向性

ア　市場の概況

通信市場の動向を見ると、市場全体として携帯電話の契約数が引き続き年間約５％程度の伸びを見せている一方で、事業法第27条の３の規律の対象となる役務（指定事業者による主に個人利用者向けのスマートフォン・フィーチャーフォン等に係る契約）の契約数は、横ばいが続いている。

携帯電話契約数の内訳をみると、LTEの契約数は継続して減少している。一方、５Ｇの契約数は継続して増加し、携帯電話の契約数に占める割合は約２割にまで拡大している。このように、契約数ベースでは５Ｇへの移行が進展しているが、全体として見れば、まだLTEの契約数の方が多い。

イ　料金の動向

2021年春以降の料金プランの新たな動きについて見ると、MNO３社においては、2021年の春までと比べて落ち着きを見せつつある中、各社とも小中容量において低廉な料金プランを展開・強化する動きが見られた。

他方で、MVNOにおいては、各社それぞれ多様なプランを新たに提供する動きが活発に行われた。また、音声通話についても、従来よりも低廉な従量制料金や定額・準定額などの多様な料金プラン・オプションの提供が開始されている。

以上のとおり、通信市場においては、特にMVNO各社を中心に、継続して料金競争、サービス競争が行われており、利用者にとっての選択肢は更に拡大しつつあると評価できる。

これらの結果、日本のスマートフォンの料金水準は、最も低廉な料金プランで比べると、主要国と比べて中位又は低位の水準となっている。

ただし、MVNOにとっては、MNOとの料金差が縮まり、従来の強みであった料金の価格優位性が低下している状況にあると考えられる。

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、乗換えの円滑化に向けた各種の取組により、利用者が自身に合った事業

者や料金プランを選択しやすい環境が整ってきた中、事業者の顧客獲得競争も活発になり、利用者が事業者の乗換えや料金プランを変更する動きが活発化している。

具体的に、市場全体として見た場合、主に旧来プランの利用者が、各社（MNO３社を含む。）が提供を開始した、従来よりも低廉な新しい料金プランに移行する動きが着実に進展しており、本年５月末までに、「新料金プラン」の契約数は約4,050万（契約数全体の約27%）に至っている。

こうした動きにより、これまでの各種取組の成果が、料金低廉化という形で国民利用者に恩恵が広がっているものと考えられる。他方で、利用者全体で見れば、今なお多くの利用者が、MNO３社の旧来プランに残っていると考えられ、更に乗換え等が進むことにより、恩恵が更に広がるものと期待される。

このため、総務省においては、MNPワンストップ化の実現をはじめとして、乗換えを妨げる要素がないか、引き続き、確認をしていくことが適当である。また、利用者が正確な知識を得て自らのニーズに合った事業者や料金プランを選択し、乗り換えることができるよう、携帯電話ポータルサイトを通じて、利用者に対して正確で中立的な情報の発信に努めることが適当である。

また、旧来プランの利用者の移行先としては、MNO３社自身の廉価プラン等へ移行する割合が高く、MNO３社の廉価プラン等が、主に自社の旧来プランからの移行に対する受け皿として機能している。楽天モバイルも主としてMNO３社からシェアを奪ってきていることから、MVNOにとっては、顧客獲得が従来よりも難しくなってきている様子がうかがえる。

こうした中で、2022年５月に楽天モバイルがこれまでの「ゼロ円プラン」を改定する旨を発表したことを受けて、MNO３社のオンライン専用プランやMVNOに利用者が乗り換える動きが広がっていると報じられている。これら各社の低廉な料金プラン間の利用者の動きについては、引き続き動向を注視することが適当である。

エ　その他（MNOとMVNOとの間の公正な競争条件の確保、５Ｇ時代における取組）

MNOの数に限りがある中、独自のサービスを提供するMVNOは引き続き競争の軸として重要な役割を果たすことが期待される。この点に関して、MNO各社とMVNOの料金水準が近接する中、両者の間のイコールフッティン

グの確保はこれまで以上に重要になる。具体的には、報告書2021において音声通話料金について指摘したように、MVNOにネットワークを貸し出すMNOの接続料等と小売料金の関係が価格圧搾を起こすものとなっていないかという点について、これまで以上に精緻な検証が必要になると考えられる。このため、現在「接続料の算定等に関する研究会」において検討中のスタックテストについて結論が得られ次第、MVNOの問題意識も踏まえて早期にスタックテストの運用を開始することが適当である。

なお、５Ｇについては、まだ一般利用者向けサービスとして本格普及しているとまではいえず、また、料金競争においても、５Ｇプランが主戦場となっている様子は確認できない。一方、上述したとおり、５Ｇの契約数は継続して増加していることから、引き続き、５Ｇや大容量の料金プランの動向について注視することが適当である。

また、５Ｇに関しては、MNO３社が５Ｇ（ＳＡ）のサービスを開始している。今後、MVNOも５Ｇ（ＳＡ）を活用したサービスを提供することで、具体的なサービスの多様化、市場の拡大につながることが期待される。このため、2022年に成立した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）の関連規定の運用も視野に入れつつ、MNOによるMVNOへの積極的な５Ｇ（ＳＡ）の機能開放に向けて、両者間の協議を一層促進していくことが重要になる。

（３）端末市場の動向

①　分析・検証結果

○　市場全体の動向

ア　端末売上台数・売上高[51]

指定事業者の端末売上台数・売上高について、2021年度の合計はそれぞれ3,662万台、２兆2,133億円であり、2020年度（3,676万台、１兆9,939億円）と比べ、▲0.4%、＋11.0%となっている。

スマートフォンの売上台数・売上高について、2021年度の合計はそれぞれ3,086万台、2兆308億円であり、2020年度（2,980万台、１兆7,883億円）

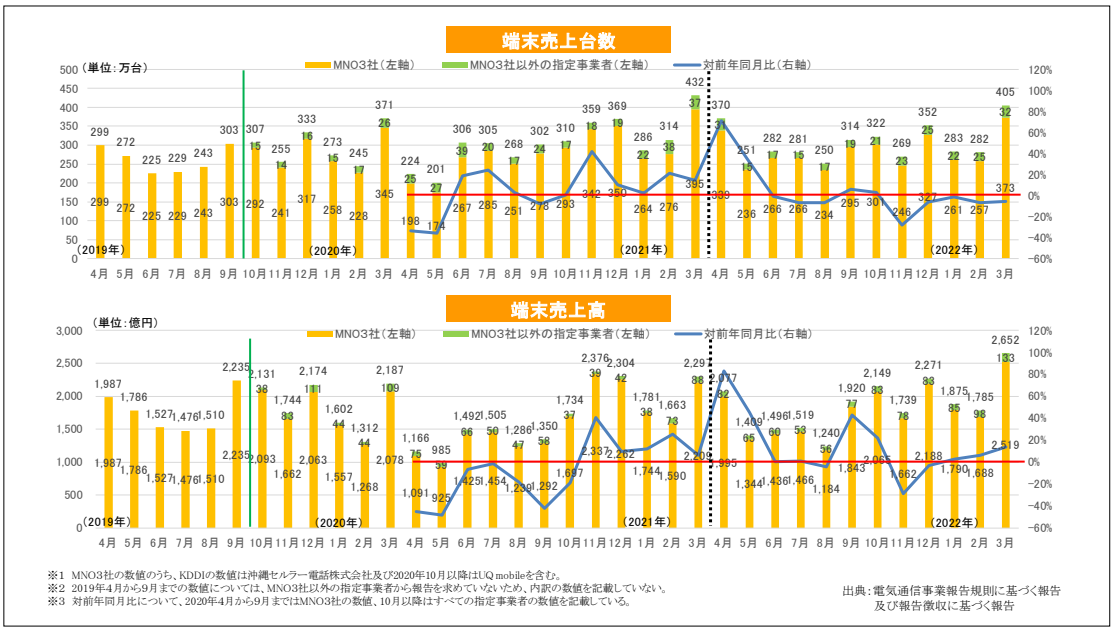
[51] 2021年度の合計で、売上台数の82.9%、売上高の85.9%が指定事業者から販売代理店等への売却（卸売）となっている。

と比べ、＋3.5%、＋13.6%となっている。

いずれも、2021年４月、５月は対前年同月比で大きく増加しているが、その要因は、2020年の４月、５月の新型コロナウイルス感染症の拡大の影響による緊急事態宣言の発令に伴う店舗の営業時間の短縮や受付業務の縮小などが行われた影響によるものと考えられる販売台数の減少との比較であるためである。

それ以外の月については、2021年９月に売上高が対前年同月比で伸びたほか、11月には売上台数・売上高とも対前年同月比で低くなっているが、全体としては、前年並みの水準が続いている。

【図表Ⅱ－26　端末売上台数・売上高の推移】



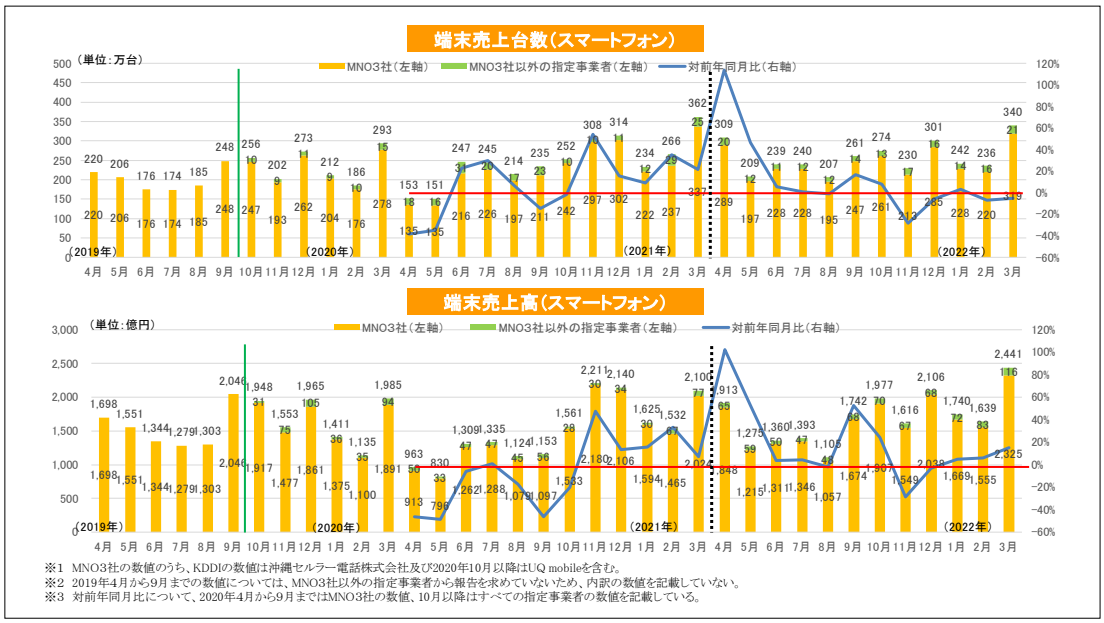
※1　MNO3社の数値のうち、KDDIの数値は沖縄セルラー電話株式会社及び2020年10月以降はUQ mobileを含む。
※2　2019年4月から9月までの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めていないため、内訳の数値を記載していない。
※3　対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3社の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

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、2021年度において、それぞれ84.3%、91.8%であり、2020年度（81.1%、89.7%）と比べ、＋3.2ポイント、＋2.1ポイントとなっている。

【図表Ⅱ－27　端末売上台数・売上高の推移（スマートフォン）】



※1　MNO3社の数値のうち、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 mobileを含む。
※2　2019年4月から9月までの数値については、MNO3社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社の数値、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：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

市場全体としてみれば、全体の売上台数が横ばいである中、スマートフォンの割合が増加している様子がうかがえる。

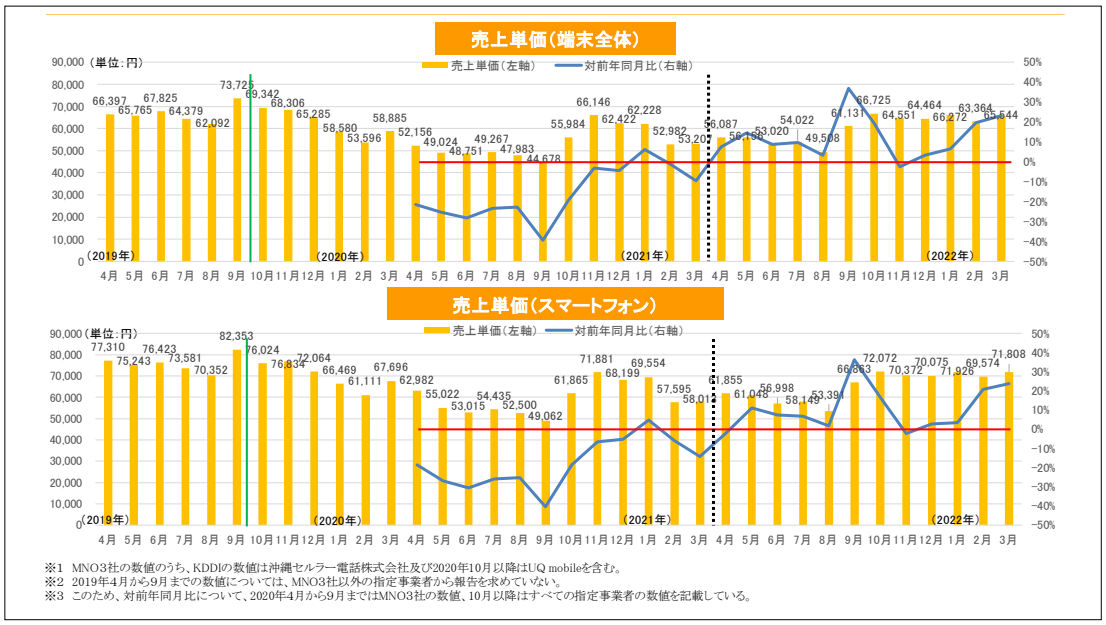
イ　端末売上単価

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、2021年度は60,435円であり、前述のとおり、全体の売上台数は横ばいであった一方、売上高は伸びていることから、2020年度（54,241円）と比べ、＋11.4%となっている。

スマートフォンでは、2021年度は65,810円であり、2020年度（60,003円）と比べ、＋9.7%となっている。

いずれも、概ね全ての月で前年同月を上回っており、全体として売上単価が上昇している傾向がうかがえる。

【図表Ⅱ－28　売上単価（全体・スマートフォン）】



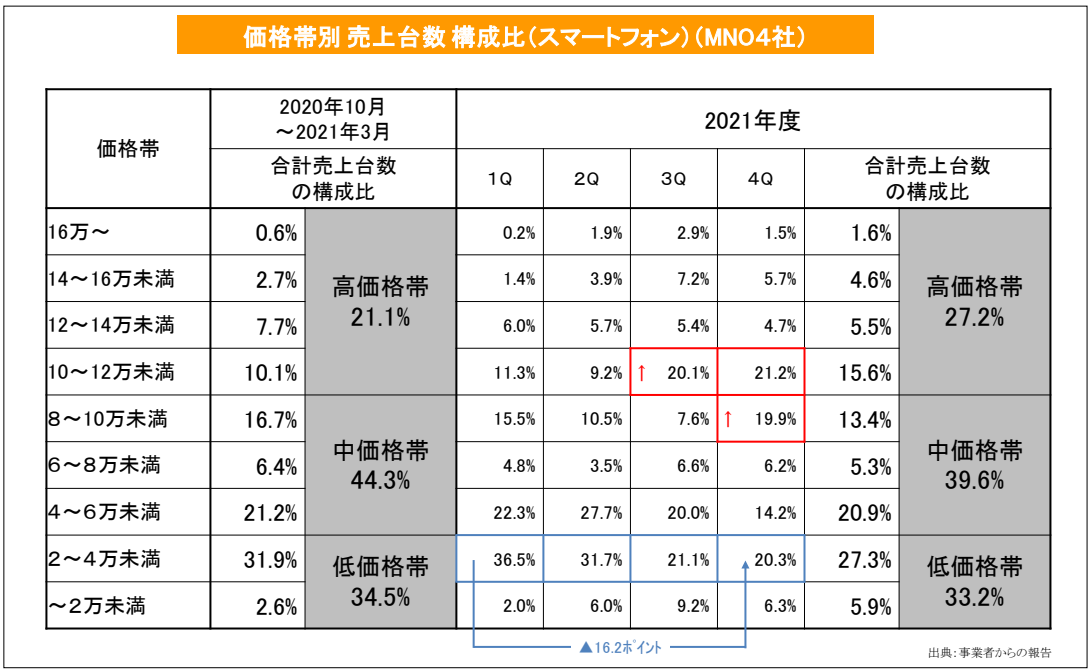
出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料

ウ　価格帯別[52]売上台数の構成比

2020年10月分から報告を求め始めたMNO４社の価格帯別の端末（スマートフォン）売上台数の構成比は、図表Ⅱ－29のとおりである。

[52] MNO４社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。

【図表Ⅱ－29　価格帯別売上台数の構成比】



価格帯別 売上台数 構成比（スマートフォン）（MNO4社）

価格帯	2020年10月～2021年3月 合計売上台数の構成比		2021年度 1Q	2Q	3Q	4Q	合計売上台数の構成比	
16万～	0.6%	高価格帯 21.1%	0.2%	1.9%	2.9%	1.5%	1.6%	高価格帯 27.2%
14～16万未満	2.7%		1.4%	3.9%	7.2%	5.7%	4.6%	
12～14万未満	7.7%		6.0%	5.7%	5.4%	4.7%	5.5%	
10～12万未満	10.1%		11.3%	9.2%	↑ 20.1%	21.2%	15.6%	
8～10万未満	16.7%	中価格帯 44.3%	15.5%	10.5%	7.6%	↑ 19.9%	13.4%	中価格帯 39.6%
6～8万未満	6.4%		4.8%	3.5%	6.6%	6.2%	5.3%	
4～6万未満	21.2%		22.3%	27.7%	20.0%	14.2%	20.9%	
2～4万未満	31.9%	低価格帯 34.5%	36.5%	31.7%	21.1%	20.3%	27.3%	低価格帯 33.2%
～2万未満	2.6%		2.0%	6.0%	9.2%	6.3%	5.9%	

▲16.2ポイント

出典：事業者からの報告

出典：本ＷＧ（第33回）（2022年６月22日）資料を基に作成

2021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33.2%、中価格帯39.6%、高価格帯27.2%であり、2020年10月から2021年３月までの合計における割合（低：34.5%、中：44.3%、高21.1%）と比べ、低価格帯・中価格帯、特に中価格帯の割合が減少し、高価格帯の割合が増加している。

2021年度中の個別の価格帯の動向をみれば、第２四半期から第３四半期にかけて10～12万円未満の価格帯が、第３四半期から第４四半期にかけて８～10万円未満の価格帯が、10ポイントを超えて増加している。また、２～４万円未満の価格帯が年度当初と比較して15ポイント以上減少している。

なお、2021年度の第３四半期以降に高価格帯の割合が増加する傾向は、事業者ヒアリングにおける一部のMNOの報告からも確認できる。

こうした動きの背景として、2021年度は人気端末の最新機種の価格帯が中価格帯から全て高価格帯に上昇したことが考えられる。また、MNO各社においては、2021年夏～秋頃から端末の大幅な値引きが行われるようになったといわれている。このことも、高価格帯端末の割合の増加に影響を与えていると考えられる。

他方、一部のMVNOからは、これとは逆に、2021年度は、前年度と比較し

て低価格帯の割合が増加しているとの報告がなされている。

エ　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）

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[53]及びそのうち端末購入等割引額とも、2021年度は大きな動きはない。ただし、１件当たりの額は、４月以降、継続して増加している傾向がうかがえる[54]。

また、この内数として、MNO３社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料金プランに係るものであった。１件当たりの金額については、廉価プラン等以外の料金プランに係るものの方が高額となっており、特に端末購入等割引については、その差が広がりつつある状況にある[55]。

オ　販売代理店等[56]への支払金

2021年度の販売代理店等への支払金の合計は１兆2,054億円であり、2020年度（１兆1,448億円）と比べ＋5.3%であった。そのうち販売奨励金の合計は7,391億円であり、2020年度（5,991億円）と比べ＋23.4%と増加している[57]。

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。

また、この内数として、MNO３社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料金プランに係るものであった[58]。

これらの値は、「エ　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供

[53] 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。
[54] 各種資料51
[55] 各種資料52
[56] 指定事業者が支払金を支出した届出媒介等業務受託者。本「オ」において同じ。
[57] 各種資料53
[58] 各種資料54

（指定事業者）」におけるMNO３社による端末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社自身による端末購入等割引やポイント提供等より、販売代理店への支払金（販売奨励金）を通じて行われている様子がうかがえる。

カ　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（販売代理店等[59]）

販売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は、その大宗が端末購入等割引であり、2021年度は、概ね前年同月を上回り、微増している状況にある[60]。

また、１件当たりの額も、2021年度を通じて増加している傾向がうかがえる。

キ　メーカへの支払金[61]

2021年度の指定事業者からメーカへの支払金は合計で1,468億円、2020年度（1,597億円）と比べ▲８％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[62]。

なお、この増減につき、事業者によると、端末の故障修理の対価や開発費等の対価の増減によるものであるとのことであった。

ク　利用者意識調査の結果

改正法施行前から定期的に行っている総務省の利用者意識調査では、月々の端末代金の支払額について、2021年度中の調査では大きな変化はなかった結果となっている[63]。

また、実質的な端末代金に対する印象は、2021年６月の結果と比べ、2022年３月の結果では、「安くなっている」と回答した者が10.2%から8.5%に減る一方、「高くなっている」と回答した者は19.8%から28.7%に増えた結果となっている[64]。

---

[59] 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。本「カ」において同じ。

[60] 各種資料55

[61] 移動端末設備の対価として支払うものを除く。

[62] 各種資料56

[63] 各種資料57

[64] 各種資料58

ケ　現状の総括

これらを総合すれば、2021年度における端末市場の動向は、次のとおり総括できる。

まず、端末の売上台数・売上高は、一部の月で前年同月と比べ増減はあるものの、全体としては、前年並みの水準が続いている。また、全体に占めるスマートフォンの割合は増加している。

売上単価は、概ね全ての月で前年同月を上回り、全体として上昇している傾向にある。

MNO４社の価格帯別の売上台数の構成比は、全体として、低価格帯・中価格帯、特に中価格帯の割合が減少し、高価格帯の割合が増加している。また、年度中の個別の価格帯の動向として、第３四半期以降、10～12万円未満、及び８～10万円未満の価格帯が＋10ポイント超であり、２～４万円未満の価格帯が年度当初と比較して▲15ポイント超である。

こうした傾向は、一部のMNOからの報告でも確認できるが、他方、一部のMVNOからは、これとは逆に、低価格帯の割合が増加しているとの報告がなされている。

報告書2021においては、売上単価の低下、低価格帯の割合の増加の傾向がみられたが、上述した複数のデータによれば、2021年度はこの傾向が一転し、売上単価が上昇し、高価格帯の割合が増加している。こうした動きの背景として、2021年度は人気端末の最新機種の価格帯が中価格帯から全て高価格帯に上昇したことが考えられる。また、MNO各社においては、2021年夏～秋頃から端末の大幅な値引きが始まり行われるようになったといわれている。このことも、端末単価や高価格帯端末の割合に影響を与えていると考えられる。

以上を踏まえると、利用者が端末本来の価値を基に自らのニーズに合った端末を適切に選択し利用する傾向が進展しつつあると評価した昨年度（2020年度）の状況から、今年度（2021年度）は、むしろ、利用者が端末の大幅な値引きに誘引され、（値引き前の価格が）より高価な端末を購入している傾向が生じていると考えられる。

○　５Ｇ端末の動向

ア　検証の背景

競争ルールの検証に関する報告書2021においては、我が国における５Ｇの普及状況について、ミリ波やＳＡによるものの状況も考慮しつつ、引き続きその契約数、端末販売台数等の状況を確認していく必要があるとの提言があったところであり、これに沿って検証を行った結果は、次のとおりである。

イ　５Ｇサービスのインフラ

我が国では、2020年３月に５Ｇサービスの提供が開始され、2021年３月までにMNO４社は全都道府県で５Ｇサービスを提供している[65]。ソフトバンクは、2022年3月末に５Ｇの人口カバー率が90パーセントを突破したと発表した。NTTドコモは、2023年度末までに、５Ｇエリアの人口カバー率90％以上の実現を目指している。KDDIは2022年度早期に５Ｇエリアの人口カバー率90％以上の実現を目指すとしているが、2021年度末時点で５Ｇ基地局の開設計画の進捗に遅延が生じており、この遅延を2022年度上半期中に解消するためのリカバリ計画を策定中である。総務省は、2022年３月29日に「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」を発表し、その中で、2023年度末の５Ｇの人口カバー率の目標を95%とした。

ウ　５Ｇ契約数

2022年３月末における我が国の５Ｇ契約数は約4,502万、人口普及率は約22.2%である。

エ　５Ｇ端末の販売台数・出荷台数

KDDIは、2021年12月末の５Ｇ端末の累積販売数が620万台であることを公表した。民間調査会社による調査結果[66]によれば、2021年度通期の５Ｇ対応スマートフォンの出荷台数は約2,336.8万台、スマートフォン出荷数全体に占める割合は69.0%とのことである。

オ　５Ｇ端末のラインナップ

現在、MNO４社が販売している５Ｇ端末のラインナップをみると、４万円未満から10万円以上まで、様々な価格帯において５Ｇ端末が販売されている。2021年６月以降は、特に、10万円以上及び６万円未満の端末の販売機種数が増加しており、中価格帯より、低価格帯・高価格帯のラインナ

[65] ５Ｇ用として割り当てられた周波数に加え、一部、これまで４Ｇで使用していた周波数も使用して５Ｇサービスが提供されている。
[66] MM総研「2021年度通期 国内の携帯電話端末の出荷台数調査」（2022年５月19日）

ップが充実している傾向にある。

MNO４社が販売している端末全体の機種数のうち、５Ｇ対応端末の機種数が占める割合は約83%であり、ミリ波対応端末が占める割合は約12%である。また、2022年６月時点における５Ｇ（ＳＡ）対応端末はソフトバンクから発売されている１機種のみであるが、NTTドコモから発売されている３機種については、今夏のソフトウェアアップデートで５Ｇ（ＳＡ）対応となる予定[67]。

カ　５Ｇ（ＳＡ）の対応状況

・法人向け５Ｇ（ＳＡ）

MNO３社は、2021年度までに、それぞれ法人向け５Ｇ（ＳＡ）サービスの提供を開始している（ソフトバンクは2021年10月19日、NTTドコモは同年12月13日、KDDIは2022年2月21日）。

・個人向け５Ｇ（ＳＡ）

ソフトバンクは2021年10月から提供を開始している。NTTドコモは2022年夏、KDDIは同年夏以降に提供開始を予定している。

キ　現状の総括

以上を総合すると、我が国における５Ｇは、インフラの整備が着実に進みつつあり、契約数、出荷台数についても堅調に伸びている状況にある。また、５Ｇ（ＳＡ）の提供も、MNO３社において、それぞれ提供開始又は開始予定である。対応端末の普及の進展と合わせ、今後、ミリ波やＳＡ方式によるものも含め、本格的な５Ｇサービスの展開が期待される状況にある。

○　中古端末市場の動向

ア　中古端末市場の現状

中古端末の流通状況について、MNO４社による2020年度の中古端末下取り台数は約551万台、売却台数は573万台であり、2019年度（494万台、570万台[68]）と比べ、＋11.6%、＋0.4%であった。また、RMJからの報告によれば、RMJ正会員による2021年度の中古端末販売台数は170万台を超え、

[67] 各種資料59、60

[68] 事業者報告の修正により、報告書2021から修正を行っている。

2020年度と比較して約10%増加しているとのことであった[69]。なお、民間調査会社が公表した調査結果[70]によれば、2021年度の中古スマートフォンの販売台数は204万台（対前年度比＋10.3%、過去最高）であり、その後も拡大は続くとの予測もある。

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しており、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。

総務省が行った利用者意識調査（2022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%であり、２台目以降のサブ端末では15～20%を超える結果となっている[71]。また、民間調査会社が公表した調査結果[72]によれば、2022年４月において、メイン端末における中古端末の割合は11.6%となっており、2020年３月（6.1%）と比べ、２年間で＋5.5ポイントとの結果となっている。

こうした状況を踏まえれば、引き続き、中古端末が、利用者にとっての選択肢の一つとして浸透しつつある傾向がうかがえる。

イ　中古端末の流通促進に向けた課題と取組状況

（ア）利用者が安心して中古端末を売買、利用できる環境の整備

利用者意識調査（2022年３月）において、使用していた端末の扱いについて尋ねたところ、家で保管と回答した割合（56.3%）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(27.3%)、特に理由はない（24.0%)、端末の中に大事なデータが入っているから(23.2%）と回答した割合が高かった[73]。

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、民間事業者や政府における取組が進展しつつある。

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

[69] 各種資料61
[70] MM総研「中古スマートフォン市場規模の推移・予測」（2021年９月14日）
[71] 各種資料62
[72] MMD研究所「2022年中古スマホに関する調査」（2022年５月19日）
[73] 各種資料63、64

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社を認証し公表している。

総務省においては、2020年12月に開設した「携帯電話ポータルサイト」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し、中古端末に対する利用者の理解を深めるための取組を行っている。

（イ）端末の修理

消費者が安心して中古端末を利用するためには、適切な修理部品を用いた、適切な修理が行われることが重要である。この点、特に我が国においてシェアの高いApple製品について、Appleが、2021年３月、独立系の修理事業者によるApple純正部品を用いた修理が可能となる取組（IRPプログラム：Independent Repair Providerプログラム）を、日本を含め世界に拡大することを公表した。日本においては、2022年６月時点で、少なくとも10数社が既に純正部品による修理の提供を開始していることが、各社のウェブサイトで確認できる[74]。

また、Appleは、2021年11月、利用者自らが同社の純正部品による修理を可能とする取組を、2022年以降、米国で開始予定と発表しており、2022年４月には、米国において当該取組を開始している[75]。

このほか、Google、SAMSUNGも同様に利用者自らがそれぞれの社の純正部品による修理を可能とする取組を本年中に米国等で開始予定であるこ

[74] 各種資料65

[75] https://www.apple.com/newsroom/2022/04/apples-self-service-repair-now-available/

とを発表しており[76][77]、Googleは2022年６月に当該取組を開始している[78]。

② 意見

ア 構成員の意見

・ 端末の販売価格帯が上がっているとのことだが、実際の実売価格が分からないと、なかなか論旨が一貫できないため、総務省においては、困難かと思われるが、人気端末の廉価販売の実態を把握するための努力をしていただきたい。
・ ミリ波、ＳＡ等の端末の話が出てきたが、実際一般的なユーザの理解はまだまだだと思うので、総務省としてはきちんと情報提供をしていっていただきたい。
・ 環境省所管の小型家電リサイクル法では、まだ携帯のリユースが必ずしも一般的でなかった頃にできた法律であり、端末のリユースを考えずに、都市鉱山だから貴金属等を抽出することが中心で、あまりリユースのことを考えていない。中古端末についても利用が進展していることを環境省に情報提供した方がいい。

イ 事業者等の意見

○ ５Ｇ端末について

・ 通信事業者の５Ｇサービスの開始以降、５Ｇ端末に急速に移行している。ただ、価格競争が激しく、５Ｇで付加価値を出すというよりも、低価格帯も５Ｇ化したことによって、ユーザとしては結果的に５Ｇ端末を購入しているというふうに思っている。（第30回会合：CIAJ）
・ ミリ波対応については、価格、カバーエリア等、ネットワーク環境の伸び悩みがあり、なかなか高コストを凌駕するだけの価格提供が難しい状況にある。ミリ波対応の端末は最上位機種であり、また、新しく事業者とのミリ波対応端末の提案をしているが、なかなか商品化に至っていないところがある。（第30回会合：CIAJ）

---

[76] https://www.blog.google/outreach-initiatives/sustainability/pixel-phone-repairs/
[77] https://news.samsung.com/us/samsung-self-repair-program-ifixit-customer-first-care-experience/
[78] https://twitter.com/madebygoogle/status/1542199441611902976?cxt=HHwWgMCqoZSO_-YqAAAA

・　５Ｇの特性を生かしたサービスへの支援をお願いしたい。（第30回会合：CIAJ）
・　５Ｇ及びBeyond５Ｇは経済とイノベーション促進に不可欠な最重要インフラと捉えており、社会と経済全体において、通信及びオンラインでの交流の重要性は増すばかりと認識している。（第30回会合：Apple）
・　日本では規制により高機能端末が導入されにくい市場へとシフトしてきている。鶏と卵の議論とも言えるが、ニーズが先行して端末が必ずしも後から来るとは限らないと考える。むしろ高機能端末の導入により人々が多様なイノベーションを駆使したサービスを開発し、その後、ユーザが利用し始める。これが、イノベーションが導入され、ユーザに利用される、一般的な流れ、関係となる。日本市場の場合、ローエンド、ミドルエンドのセグメントが拡大傾向にあるため、日本でのイノベーション、またイノベーションを駆使した製品の導入が遅れ気味になることを懸念している。（第30回会合：Apple）
・　５Ｇが有する真のポテンシャルを活かし新たな価値をもたらすミリ波の普及促進は、日本における周波数の能率的な利用や、日本の強み（ミリ波分野の高度な技術など）を活かした電気通信市場の健全な発展の後押しといった観点から、総務省におかれては、市場の状況をより詳細に分析するとともに、ミリ波普及促進の観点からも、必要に応じた対策を講じていただけることを要望する。消費者が真の５Ｇの便益を享受できるようにするという観点からも、極めて重要であると考える。（第30回会合：クアルコム）
・　端末の多様化、そしてイノベーションを促すミリ波などの最新の技術を消費者が享受できる、これが通信サービス業界の発展には不可欠。是非、消費者の端末の選択においては市場に委ねる、市場の努力をさらに促すような政策をお願いしたい。（第30回会合：クアルコム）

③　対応の方向性

○　市場全体の動向

端末市場については、端末の大幅な値引きによる利用者の選択への影響にも留意しながら、引き続き、その売上単価や価格帯別の売上台数等の推移といった動向に注視し、改正法により講じた措置の効果や市場に与えた影響について検証を行っていくことが適当である。

○　５Ｇ端末の動向

５Ｇは、政府が掲げる「デジタル田園都市国家構想」の実現のために整備が不可欠な基盤であり、総務省においても、「デジタル田園都市国家インフラ整備計画」を策定し、世界最高水準の５Ｇ環境の実現を目指して、新たな５Ｇ用周波数の割当て等を実施している。

MNO３社においては、KDDIに計画の遅延が生じているものの、引き続き５ＧエリアのＧの拡大を進めるとともに、各社とも、既に法人向け５Ｇ（ＳＡ）サービスの提供を開始し、また、個人向け５Ｇ （ＳＡ）サービスについても、ソフトバンクは2021年10月から既に開始し、NTTドコモは2022年夏、KDDIは同年夏以降に提供開始を予定している。

利用者における５Ｇ端末の普及の進展と合わせて、今後、ミリ波やＳＡ方式によるものも含め、５Ｇならではの様々なサービスの提供が期待される。

本ＷＧとしては、引き続き、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場に与えた影響を検証する観点から、我が国における５Ｇの普及状況について、ミリ波やＳＡ方式によるものの状況も考慮しつつ、その契約数、販売台数等の状況を確認していくことが適当である。

○　中古端末市場の動向

上述した状況を踏まえ、中古端末については、今後も、その流通促進に向け、事業者や中古端末取扱業者による取扱いの状況、中古端末に関する利用者の意識の変化を継続的に注視していくことが適当である。

また、中古端末取扱業者等から示されている各種課題については、それらの課題に対する関係者の対応の状況等について、継続的に確認していくことが適当である。

総務省においては、継続して、「携帯電話ポータルサイト」において中古端末に対する消費者の理解を助けるための正確な情報発信を行うことが適当である。

（４）事業者等の経営状況

①　現状

○　大手通信事業者の経営状況

2021 年度の MNO３社の通信事業の売上高は 11 兆 2,839 億円となっており、2020 年度から＋1.2%と大きくは変わっておらず、MNO３社別に見ても、NTT ドコモ、KDDI が横ばい、ソフトバンクが微増となっている[79]。

営業利益は MNO３社合計で▲2.8%であり、ソフトバンクが横ばいであるものの、NTT ドコモ、KDDI は減少となっている[80]。

減価償却費については、2019 年度から 2020 年度にかけて大きく変わっておらず、2021 年度にかけても同様である[81]。

2021 年度の決算では、各社とも、携帯電話料金の低廉化の影響により通信料収入が減少しており、NTT ドコモは▲956 億円、KDDI は▲872 億円、ソフトバンクは▲694 億円となっている。さらに、2022 年度の通信料収入の予想として、NTT ドコモは▲1,143 億円、KDDI は▲7～800 億円、ソフトバンクは▲900 億円（携帯電話料金の低廉化の影響のみ）を見込んでいる。

こうした状況の中、各社とも、法人事業や非通信事業の拡充に力を入れており、2021 年度の決算報告では、各社ともこれらの事業の営業利益を増加させているとともに、2022 年度について、これらの事業の増益を予想している[82]。

○　販売代理店の経営状況

2020 年度の売上高は各社とも前年度から減少したが、2021 年度は各社とも増加している[83]。

一方、営業利益については、2020 年度に比べて増加している会社、減少している会社でばらつきがある[84]。

2020年度の移動体通信事業に係るセグメント別営業利益率は、概ね５％前後で推移している[85]。

---

79 各種資料67、68
80 各種資料69～71
81 各種資料72、73
82 各種資料74
83 各種資料75
84 各種資料76
85 各種資料77

② 対応の方向性

各社とも、携帯料金の低廉化の影響は2022年度も続くとの予想であることから、各社の経営状況については引き続きその動向を注視していくことが適当である。

第３章　モバイル市場等に係る課題

１．携帯端末の対応周波数等について

①　検討課題等

ア　携帯端末の対応周波数に関する現状

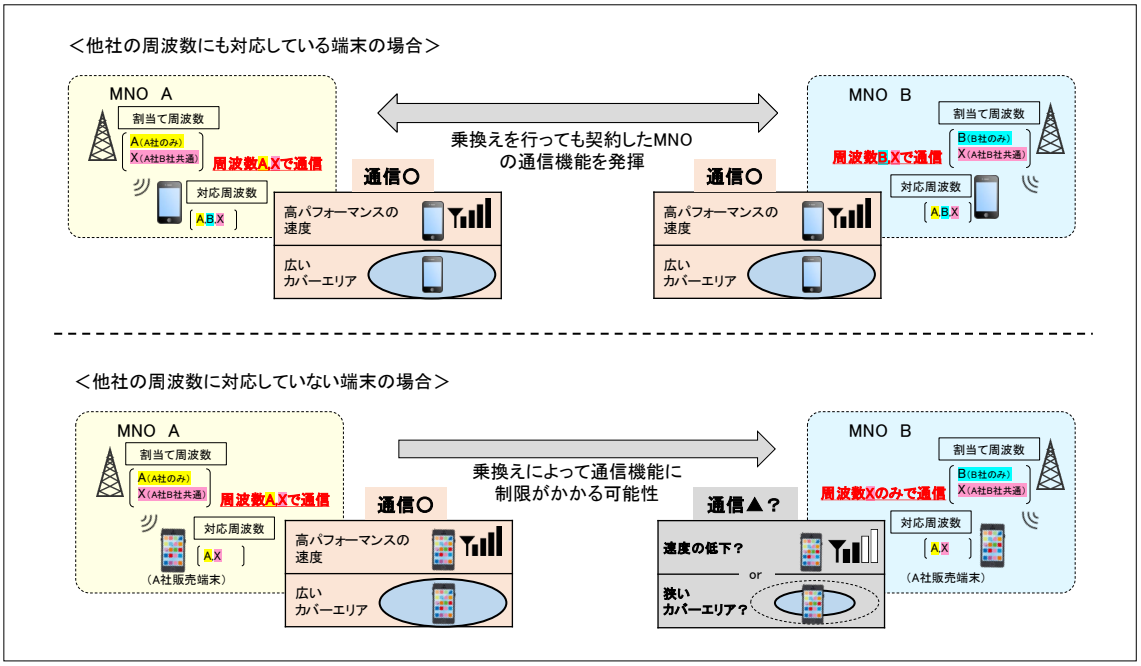
携帯端末については、事業法上の技術基準（電気通信回線設備に障害を与えない等）、電波法上の技術基準（混信等の防止等）への遵守を求められる一方で、「どの携帯電話事業者（MNO）の周波数に対応するか」についてのルールは現在存在していない。

この結果、MNOが端末メーカから調達して販売する端末（いわゆる「キャリア端末」）の中には、他のMNOに割り当てられた周波数に対応していないものがある。

実際に、端末メーカや端末の機種によって対応周波数の状況は区々であり、全MNOの周波数に対応した端末も販売されている一方で、端末メーカや端末の機種によっては、特定のMNOに割り当てられた周波数のみを中心に対応し、他のMNOの周波数には対応していないものも少なくない。

こうした端末については、他のMNOに乗り換えた際に継続して利用しようとしても、通信性能が低下する（例：エリアが狭くなる、速度が低下する等）場合がある。このため利用者にとって乗換えの障壁となる、との指摘がある。

【図表Ⅲ－１　携帯端末の対応周波数について】



出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

【図表Ⅲ－２　各MNOが使用している周波数帯について】

4G、LTE

周波数帯 / MNO	700MHz帯	800MHz帯		900MHz帯	1.5GHz帯		1.7GHz帯	2.0GHz帯	3.5GHz帯
	バンド28	バンド18/26	バンド19/26	バンド8	バンド11	バンド21	バンド3	バンド1	バンド42
NTTドコモ	○		○			○	○	○	○
KDDI/沖縄セルラー（au）	○	○			○		○	○	○
ソフトバンク	○			○	○		○	○	○
楽天モバイル							○		

5G

周波数帯 / MNO	3.7GHz帯		4.5GHz帯	28GHz帯
	n77	n78	n79	n257
NTTドコモ		○	○	○
KDDI/沖縄セルラー（au）	○	○		○
ソフトバンク	○			○
楽天モバイル	○			○

（令和3年4月時点）

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

【図表Ⅲ－３　各機種の対応周波数帯について（スマートフォン（４Ｇ、LTE））】

○2020年スマートフォン出荷台数シェア上位5社（MM総研調べ）＋Googleの2020、21年発売の端末について調査。

略記号　D：NTTドコモ、K：KDDI、S：ソフトバンク、R：楽天モバイル　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社に割り当てられた周波数に非対応

端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	700MHz帯 バンド28				800MHz帯 バンド18/26				800MHz帯 バンド19				900MHz帯 バンド8				1.5GHz帯 バンド11				1.5GHz帯 バンド21				1.7GHz帯 バンド3				2.0GHz帯 バンド1				3.5GHz帯 バンド42			
			D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R
Apple	iPhone13	4社	○				○/○				○				○				○				○				○				○				○			
	iPhone12	4社	○				○/○				○				○				○				○				○				○				○			
	iPhoneSE(2nd)	4社	○				○/○				○				○				○				○				○				○				○			
Google	Google Pixel 6pro、5a、4a(5G)、4a	SB	○				○/○				○				○												○				○				○			
	Google Pixel 6、5	KDDI, SB	○				○/○				○				○												○				○				○			
Samsung	Galaxy S21 5G、Z Flip3 5G、Z Fold3 5G、S20+5G	ドコモ	○								○												○				○				○				○			
		KDDI	○				○/−																				○				○				○			
	Galaxy A52 5G	ドコモ									○												○				○				○				○			
	Galaxy A51 5G	ドコモ									○												○				○				○				○			
		KDDI	○				○/−																				○				○				○			
SHARP	AQUOS zero6	KDDI,SB,楽天					○/−								○												○				○				○			
	AQUOS R6	ドコモ	○				○/−				○				○								○				○				○				○			
		SB	○				○/−				○				○				○								○				○				○			
	AQUOS sense5G	ドコモ					○/−				○				○												○				○				○			
		KDDI, SB	○				○/−				○				○												○				○				○			
	AQUOS zero5G basic	KDDI, SB	○				○/−				○				○												○				○				○			
	AQUOS R5G、zero2	ドコモ	○				○/−				○				○								○				○				○				○			
		KDDI, SB,楽天	○				○/−				○				○				○								○				○				○			
SONY	Xperia 1 III、5 II	ドコモ	○								○												○				○				○				○			
		KDDI	○				○/○												○								○				○				○			
		SB	○												○				○								○				○				○			
	Xperia 10 III	ドコモ									○												○				○				○				○			
		KDDI					○/−																				○				○							
	Xperia Ace II	ドコモ									○																○				○							
	Xperia 1 II	ドコモ	○								○												○				○				○				○			
		KDDI	○				○/○												○								○				○				○			
FCNT	arrows Be4 Plus	ドコモ									○																○				○							
	arrows 5G、NX9	ドコモ									○												○				○				○				○			

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

【図表Ⅲ－４　各機種の対応周波数帯について（MNO独自スマートフォン（４Ｇ、LTE））】

○MNOが独自に販売している2020、21年発売の端末について調査。

略記号　D：NTTドコモ、K：KDDI、S：ソフトバンク、R：楽天モバイル　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社に割り当てられた周波数に非対応

端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	700MHz帯 バンド28				800MHz帯 バンド18/26				800MHz帯 バンド19				900MHz帯 バンド8				1.5GHz帯 バンド11				1.5GHz帯 バンド21				1.7GHz帯 バンド3				2.0GHz帯 バンド1				3.5GHz帯 バンド42			
			D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R
京セラ	TORQUE 5G KYG01	KDDI	○				○/−																				○				○				○			
	GRATINA KYV48	KDDI					○/−																				○				○							
	BASIO4	KDDI					○/−																				○				○							
SHARP	シンプルスマホ５	SB					○/−				○				○												○				○							
BALMUDA	BALMUDA Phone	SB	○				○/−				○				○												○				○				○			
FCNT	らくらくスマートフォン F-42A	ドコモ									○																○				○							
motorola	razr 5G	SB	○				○/○				○				○												○				○				○			
ライカ	LEITZ PHONE 1	SB	○				○/−				○				○				○								○				○				○			
楽天モバイル	Rakuten BIG s	楽天					○/○				○																○				○				○			
	Rakuten BIG	楽天	○				○/○				○																○				○				○			
	Rakuten HAND	楽天	○				○/○				○																○				○				○			
	Rakuten Mini（Ⅰ）	楽天	○				○/○				○																○				○							
	Rakuten Mini（Ⅱ）	楽天	○				○/○				○																○				○							
	Rakuten Mini（Ⅲ）	楽天	○				○/○				○																○											

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

【図表Ⅲ－５　各機種の対応周波数帯について（フィーチャーフォン（４Ｇ、LTE））】

○MNOが独自に販売している2020、21年発売の端末について調査。※については、それ以前に販売の端末。

略記号　D:NTTドコモ、K:KDDI、S:ソフトバンク、R:楽天モバイル　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社に割り当てられた周波数に非対応

端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	700MHz帯				800MHz帯				900MHz帯				1.5GHz帯				1.7GHz帯				2.0GHz帯				3.5GHz帯			
			バンド28				バンド18/26				バンド19				バンド8				バンド11				バンド21				バンド3				バンド1				バンド42			
			D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R
au Design project	INFOBAR xv※	KDDI					○/－																				○									
京セラ	カードケータイ KY-01L※	ドコモ									○																○									
	G'zOne TYPE-XX	KDDI					○/－																				○				○					
	かんたんケータイ ライト KYF43	KDDI					○/－																				○				○					
	かんたんケータイ KYF41	KDDI					○/－																				○				○					
	GRATINA KYF42	KDDI					○/－																				○				○					
SHARP	かんたん携帯10※	SB													○												○				○					
FCNT	らくらくホン　F-01M	ドコモ									○																○									

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

【図表Ⅲ－６　各機種の対応周波数帯について（スマートフォン（５Ｇ））】

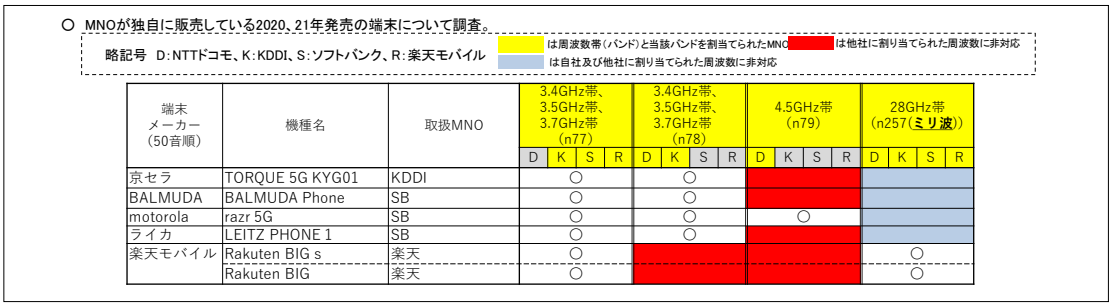
○　2020年スマートフォン出荷台数シェア上位5社（MM総研調べ）＋Googleの2020、21年発売の端末について調査。

略記号　D:NTTドコモ、K:KDDI、S:ソフトバンク、R:楽天モバイル　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応

端末メーカー（50音順）	機種名	取扱MNO	3.4GHz帯、3.5GHz帯、3.7GHz帯（n77）				3.4GHz帯、3.5GHz帯、3.7GHz帯（n78）				4.5GHz帯（n79）				28GHz帯（n257（ミリ波））			
			D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R
Apple	iPhone13	4社		○				○				○						
	iPhone12	4社		○				○				○						
Google	Google Pixel 6pro	SB		○				○								○		
	Google Pixel 5a、4a(5G)	SB		○				○										
	Google Pixel 6、5	KDDI, SB		○				○										
SAMSUNG	Galaxy S21 5G、Z Flip3 5G、A51 5G	ドコモ						○				○						
		KDDI		○				○										
	Galaxy Z Fold3 5G、S20+ 5G	ドコモ						○				○				○		
		KDDI		○				○								○		
	Galaxy A52 5G	ドコモ						○				○						
SHARP	AQUOS zero6	KDDI		○				○										
		SB,楽天		○				○								○		
	AQUOS R6	ドコモ		○				○				○						
		SB		○				○										
	AQUOS sense5G	ドコモ		○				○				○						
		KDDI, SB		○				○										
	AQUOS zero5G basic	KDDI, SB		○				○										
	AQUOS R5G	ドコモ		○				○				○						
		KDDI		○				○										
		SB,楽天		○														
SONY	Xperia 1 III	ドコモ						○				○				○		
		KDDI, SB		○				○								○		
	Xperia 10 III、1 II	ドコモ						○				○						
		KDDI		○				○										
	Xperia 5 II	ドコモ						○				○						
		KDDI		○				○										
		SB		○														
FCNT	arrows 5G	ドコモ						○				○				○		
	arrows NX9	ドコモ						○				○						

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料を基に作成

【図表Ⅲ－７　各機種の対応周波数帯について（MNO独自スマートフォン（５G））】


○ MNOが独自に販売している2020、21年発売の端末について調査。

略記号　D:NTTドコモ、K:KDDI、S:ソフトバンク、R:楽天モバイル　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は他社に割り当てられた周波数に非対応　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応

端末メーカー（50音順）	機種名	取扱MNO	3.4GHz帯、3.5GHz帯、3.7GHz帯（n77）				3.4GHz帯、3.5GHz帯、3.7GHz帯（n78）				4.5GHz帯（n79）				28GHz帯（n257（ミリ波））			
			D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R	D	K	S	R
京セラ	TORQUE 5G KYG01	KDDI	○				○											
BALMUDA	BALMUDA Phone	SB	○				○											
motorola	razr 5G	SB	○				○				○							
ライカ	LEITZ PHONE 1	SB	○				○											
楽天モバイル	Rakuten BIG s	楽天	○												○			
	Rakuten BIG	楽天	○												○			

出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料を基に作成

実際、総務省電気通信消費者相談センターには、事業者を乗り換えようとした際に初めて対応周波数の関係で現在の端末をそのまま使用できないことを知った、といった意見・苦情が寄せられている[86]。

イ　諸外国の状況

（ア）主要諸外国における携帯端末の対応周波数の状況

主要諸外国（米国、英国、フランス、ドイツ、ＥＵ、韓国）において、我が国と同様の問題について調査したところ以下のとおりであった。

欧州においては、基本的に各国内で販売されている携帯端末は、全て各国内の全てのMNOの全ての周波数帯に対応しており、日本と同じような課題は存在していない模様である。また、そのためと思われるが、この問題に対する政策的な検討が行われた様子も確認できなかった。

韓国においては、欧州と同様に、国内で販売されている携帯端末は全てのMNOの周波数帯に対応している。同国においては、端末のUSIMを交換しても全てのMNOの通信サービスが利用可能となるようにしなければならないことを求める規制があり、原則、全ての端末が全てのMNOの周波数に対応している[87][88]。

主要諸外国の中では、米国のみが、日本と同様に、MNOが販売する端末が、他のMNOのみに割り当てられた周波数に対応していない場合がある[89]。

なお、米国においては、2008年に連邦通信委員会（FCC）が実施した700MHz

86 各種資料80、81
87 各種資料82
88 各種資料83
89 各種資料84

帯のオークションに関連して、端末が対応する周波数について政策的な対応が検討された例がある。

【図表Ⅲ－８　主要諸外国における対応周波数の概況】

	米国	英国	仏国	独国	EU	韓国
・MNOが販売する端末の他社周波数への対応状況	▲ ・MNOが販売する端末について、他社の周波数に対応していないものがある。	○ ・知る限り、この10年間に英国で販売された端末は、全てのMNOの主要な周波数に対応している（Ofcom回答）。	○ ・国内のMNOから販売されている端末は、どのMNOのネットワークでも利用可能（ARCEP回答）。	○ ・既存のMNOが取得している周波数帯については、MNOが販売する全ての端末でサポートされている（WIK※回答）。		○ ・MNOが販売する端末は、MNOの周波数を全て搭載している（科学技術情報通信部回答）。
・携帯電話端末の対応周波数に関する政策的対応等	・2008年にFCCが実施したオークションに関連して、端末の対応周波数について対応が取られた例あり。	なし	なし	なし	なし	・「電気通信設備の相互接続基準」の規定を受け、原則、全ての端末が全てのMNOの全ての周波数に対応。

※ Wissenschaftliches Institut fur Infrastruktur und Kommunikationsdienste（インフラ及び通信研究所（政府系シンクタンク））

出典：本WG（第31回）（2022年５月24日）資料

（イ）　韓国及び米国における政策的対応の例

○　韓国における政策的対応

「電気通信設備の相互接続基準」第68条[90]において、端末のUSIM移動性を規定し、端末のUSIMを交換しても全てのMNOの通信サービスが利用可能となるよう定められている。

周波数搭載に関する直接的な規定はないが、USIM移動性の規定により、USIM（Universal SIM）を交換した際に全てのMNOの通信サービスが可能となるようにしなければならないため、携帯電話端末は、各MNOの周波数を全て搭載しているとのことである。

○　米国における政策的対応

[90] 電気通信設備の相互接続基準（科学技術情報通信部告示第2020-10号）（仮訳）第68条（移動電話汎用加入者識別モジュール）「移動通信サービス提供事業者は、利用者が「移動電話汎用加入者識別モジュール」を同一事業者または他の事業者の「移動電話汎用加入者識別モジュール」に交換し、移動通信サービスが可能な通信端末装置に挿入しても、音声通話サービス、映像通話サービス、発信者番号表示、短文メッセージサービス、マルチメディアメッセージサービス、データサービス（ただしWAPサービスは除く。）を利用できるようにしなければならない。ただし、科学技術情報通信部長官が定める通信端末装置は、この限りではない。」

2008 年に FCC が実施した 700MHz 帯オークションの結果、多くの地域系中小事業者が獲得した免許ブロックに対応する「バンド 12」と、AT&T が獲得した免許ブロックに対応する「バンド 17」という、互換性のない２つのバンドが併存することとなった。

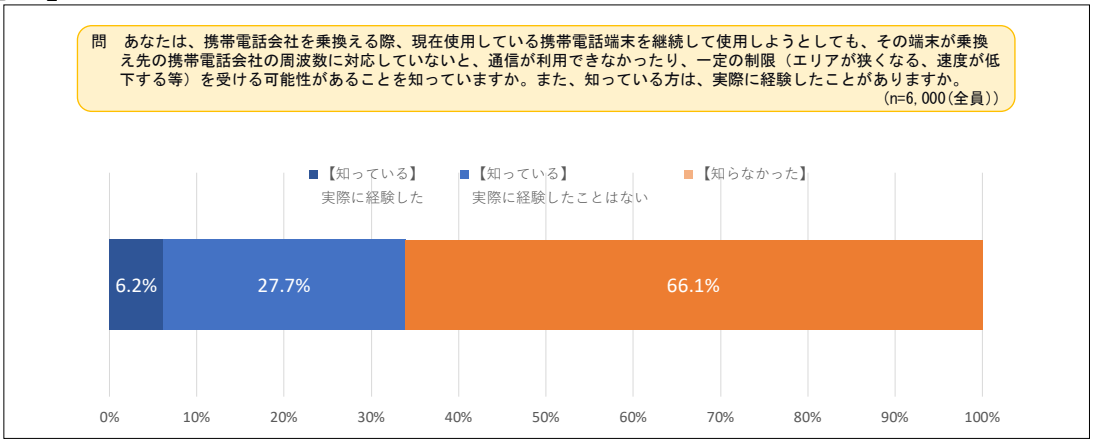
中小事業者は、端末メーカが製造コスト削減や AT&T による大口需要が見込まれるバンド 17 に注力することにより、バンド 12 に対応した端末の調達が困難となることやローミングが困難となることを懸念し、消費者団体とともに「Interoperability Alliance」を結成し、FCC に対応を求めた。

FCC が相互運用性の確保を義務付ける規則について検討を開始したことを受け、2013 年９月、AT&T をはじめとする業界関係者は、AT&T が 2017 年９月までに自社が販売する端末の全てをバンド 12 対応とするなど、自主的に相互運用性を確保する措置を講じることを FCC に確約した。同年 10 月には FCC がそれを踏まえた規則改正を採択している。

ウ　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（2022年３月）の結果によれば、他のMNOに乗り換える際、現在使用している端末を継続して使用しようとしても、その端末が乗換え先のキャリアの周波数に対応していないと、通信性能が低下する場合があることを、「知っている」と回答した者は全体の約28%、「実際に経験した」と回答した者は約６%であり、「知らなかった」と回答した者は約66%であった。

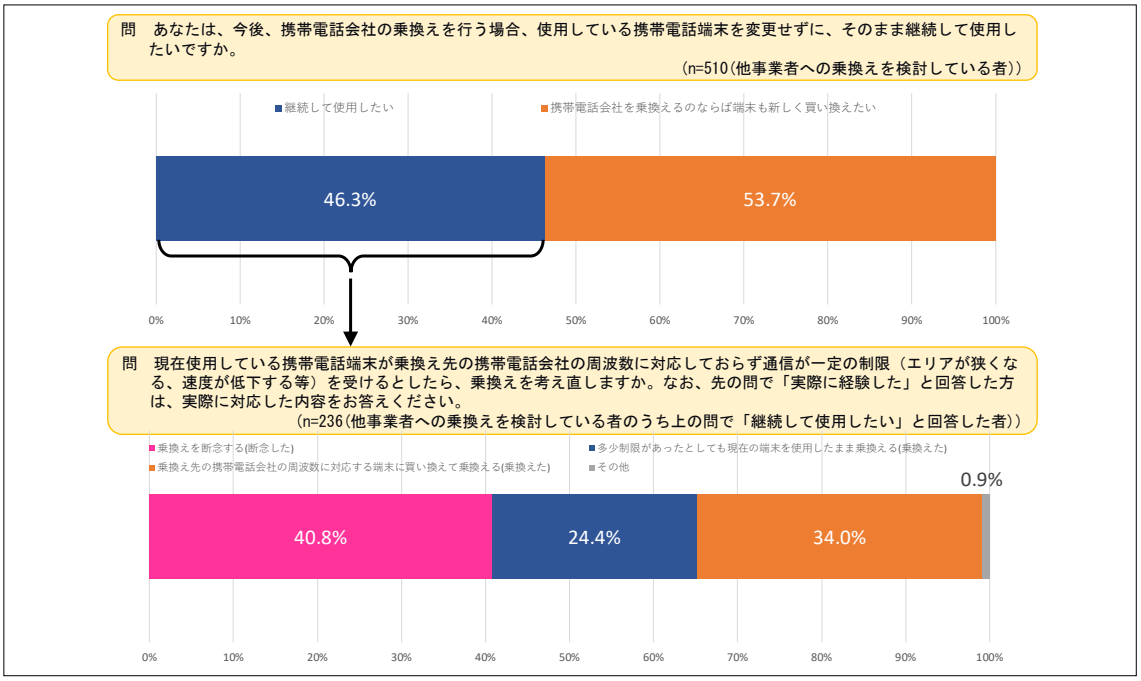
【図表Ⅲ－９　調査結果①　端末により対応周波数が異なる場合があることの認知】



出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

また、別の問において「他のMNOへの乗換えを検討している」と回答した者に対し、乗換え後も、現在使用している端末をそのまま使用したいか否かを尋ねたところ、約46%の者が「継続して使用したい」と回答した。さらに「継続して使用したい」と回答した者に対し、現在使用している端末が乗換え先の周波数に対応しておらず通信が一定の制限を受けるとしたら乗換えを考え直すか否かを尋ねたところ、約40%の者が「乗換えを断念する」と回答した。

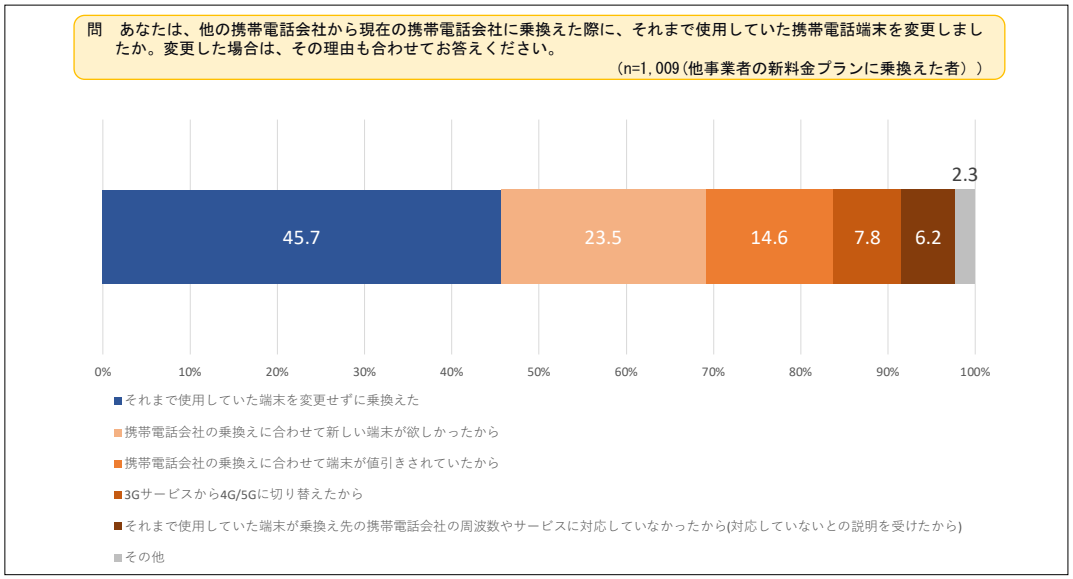
【図表Ⅲ－10　調査結果②　今後の乗換え時の端末継続使用意向】



出典：本ＷＧ（第32回）（2022年６月７日）資料

なお、別の問において「他のMNOから乗り換えて現在の料金プランを利用している」と回答した者に対し、乗換えの際にそれまで使用していた端末を変更したか否かを尋ねたところ、「端末を変更せずに乗り換えた」と回答した者は約46%であった。

【図表Ⅲ－11　調査結果③　過去の乗換え時の端末継続使用の割合】



出典：本ＷＧ（第31回）（2022年５月24日）資料

このほか、（Ａ）全てのMNOに対応する端末と、（Ｂ）特定のMNOにのみ対応した端末とがある場合、対応する周波数以外は外観や機能が同じだとしたら、（Ａ）の端末を購入するために（Ｂ）と比べていくらまでなら価格の上昇を許容できるか尋ねたところ、約６割の者が「許容できない」と回答した一方、「500円程度まで」、「1,000円程度まで」と回答した者もそれぞれ約１割程度という結果であった。

②　意見

ア　構成員の意見

（ア）利用者への情報提供

- 利用者が乗換えしようとしたときに、突然、乗換え先の会社では使えないことを知るのでは非常に困る。利用者が合理的な選択を可能にする必要があり、情報公開に関しては、利用者にホームページの閲覧を促すだけでは足りず、乗換え時ではなく、端末購入時に適切な情報提供が必要である。
- 例えば、ショップでSIM交換すれば問題ない旨言われたが、実際に乗り換えたところ使えなかったというようなことがあると、利用者にとって不利益である。利用者にとって、簡便でかつ適切な情報提供がなされるような環境を整えていただきたい。

・　対応周波数の制約について、どちらかといえば端末メーカの主導で行われているということであれば、情報提供だけでも一元的に行うことによって、利用者に不利益が生じないように対応することが、恐らくMNO各社ができる最大のことではないかと思う。
・　特定のエリアにおける周波数帯の普及状況について、各社がその情報を周波数帯ごとの情報として提供していないと、他社に乗り換えた特定地域の在住者が、自宅周辺で電波がつながるかどうかの確認をしたときに困る場合が出てくる。この点では、NTTドコモが対応しているが、他社は対応していない。４Ｇとしてつながるエリア、LTEとしてつながるエリア、全体を提供しているだけだと思うが、提供しているということであれば、そのサイトを特定して教えていただきたい。
・　周波数表示のことで、例えばバンド１を2.0GHzと書いてあるキャリアと、2.1GHzと書いているキャリアがいる。これは実際にそれぞれのキャリアが割り当てられている周波数がどちらに近いかという丸めの問題なのかと思うが、同じバンドでも表示が違っていると、利用者から見ると違うバンドかと誤解を招くおそれがあるので、統一していただければと思う。
・　（MVNO委員会から提案のあったガイドラインの作成、それに基づく利用者にとって分かりやすいマークの付与につき）その効果について期待できる。賛成。一つのアイデア、議論すべきテーマ。
・　キャリアにより対応バンドがそれぞれ違うということを（利用者が）どれだけ知っているかとの問題は非常に大きいと思う。若い方でもみんながそれを承知しているわけではないので、例えば、自キャリアの周波数に合わせた端末を販売しているのであれば、（それが分かるように）少し名称も変えて販売する等の工夫が必要。
・　利用者への情報提供の方法について、店頭の販売員や利用者の負荷が高まらないかが気になる。また、具体的な情報提供の仕方、内容について、事業者間で表記を可能な限り共通化することが望ましいが、その共通化する内容について、対応周波数だけではなく、キャリアアグリゲーションやMIMOなど、どこまで対応するのかについても、今後、実務的な検討が必要。
・　表示の問題につき、どちらかというとメリットというよりはデメリットがある場合に表示していただくという方がいいと思っている。個人的には、あまり複雑にならないように、というのも希望する。

（イ）複数キャリア対応に要するコストについて

・　全周波数に対応した場合、端末コストが上昇するのではないかと、MNO

３社が発言していた。例えば韓国などでSAMSUNGは全周波数対応の端末を出しているが、日本ではそれぞれのキャリア向けのものを出している。そこにコストの差がかなり出ているのかどうか、総務省で調査の上、本当にコストが上昇するのか教えていただきたい。

- 周波数対応により、端末販売価格の上昇及び利用者から低価格端末の選択機会を奪う懸念があるとのこと。しかし、販売価格から大幅値引きしているが、現在、端末販売での収支は確保できているとの説明があった。そうであれば、共通化によるコスト増が相当大きなものでなければ十分吸収できるのではないか、他国ではそういったことが実現できていると思う。
- 周波数の話が、ある種、意図的なものだったのか、あるいは、偶然こういう形で我が国は対応ができないような姿になってしまったのか。乗換えを自由にするような形での周波数対応型の端末を出すためのコストがどのくらいなのかということもしっかり考えながら進めていただきたい。
- 総務省あるいは公正取引委員会が端末メーカ、キャリアに対して他のキャリアの周波数帯対応を要請した場合、追加コスト、特に検証テストに要するコストを誰が負担するのかという問題がある。もう一つ重要な点として、キャリアは、自社が保有する周波数帯で最高の通信品質を発揮できるように社内基準を設けていて、端末メーカはキャリアと相談しながら開発を進めているとのこと。他キャリアの周波数に対応する、つまり、他キャリアの周波数のマスクを取るということは、当該キャリアの通信品質とトレードオフの関係にあるとのこと。他キャリアの周波数に対応すると、当該キャリアの通信品質が犠牲になり、ユーザが不利益を被る。
- 低価格帯端末における価格のコストアップの影響は大きいが、高価格帯端末については低価格端末に比して影響は小さいとの結果は興味深い。高価格帯の商品は、購入側はハイスペックな機能を求めて購入しているので、全周波数対応は是非実装する方がいい。

（ウ）周波数対応に係る今後の方向性・課題

- 周波数の話については、極力分かりやすい形の運用になればいいと思う。韓国のように規制をするという方向性もあり、アメリカのように端末メーカや通信事業者主導で自主的に改善に向けた議論を進めていく方向性もある。
- 周波数の対応については、スイッチングコストになって、利用者及び競争事業者双方に問題となる。この問題について、諸外国では何らかの対応がなされているが、一方、日本では対応が遅れているということなので、

諸外国の事例を参考に、日本でも何らかの対応をしていく必要がある。対応していないのは、コストの問題なのか、競争戦略等の問題なのか、説明していただくことになるかと思う。

- マークの発行については是非進めていただければと思う。一方で、例えば外国人観光客への対応、つまり、外国人の方が、海外で購入した端末を持ち込み、日本国内にいる間、通話料を安く抑えるために空港でSIMを購入しようとするときに、自己の端末で、どのキャリアのSIMが使えるのかという話がある。今後大阪万博を控えているが、国際的な観点からの対応についても、是非考えていただければと思う。
- ユーザの認知が進めば自然と端末メーカは自主的に対応バンドを増やすことになるというのは、私も期待するところである。
- 各キャリアに割り当てられているバンドについては、競争の観点と消費者利便の観点、ルール化する観点、実質的に何を取るかという観点と、色々組合せがあると思う。端末メーカとしては、プラチナバンドを重点的に考えるとのことだが、その一方で、プラチナバンドにだけ対応した端末というのが出回ると、MNO４社の中で１社でだけ使えない端末ができてしまうため、競争環境として適切ではないのではないか。４Ｇの場合は、バンド３対応必須としてもいいのではないか。ただ、バンド３は、ほとんどの端末が既に対応しているため、ルール化しても得られるメリットは少ない。一方で、規制の導入により、「バンド３に対応すれば、ほかには対応しなくていい」と変に解釈されても困るということを考えると、ガイドラインにより、強制的ではない形で対応する方が実質的であると思う。また、利用者利便の観点から、多くのバンドへの対応が望ましいが、モジュールを使用していれば、対応バンドの増加は容易であるため、その場合は、そのモジュールの対応している範囲で全てのバンドに対応する必要がある旨をガイドラインに書いてもいいのではないか。
- 販売している端末は、それぞれキャリアによって違うわけで、販売員が説明の苦労をせずに済むようにお互いに色々工夫をしながら、最終価格に反映させない形で端末の全周波数への対応へ進んでいけばいいと思う。ただ、急な進展は困難であるため、まずは状況を注視していくということになると思う。
- 現在でも対応周波数に制約がない端末は存在しているが、それだけをもって称賛すべきではない。端末市場における消費者の選択基準は多様であり、カラー、附属機能、カメラ等、対応バンドだけではない。消費者の選択を促した結果、端末のメーカの対応バンドの広がりにつながることは、方向性として間違っていないが、対応バンドの多さだけに拘泥して

端末市場をゆがめないように気をつけていく必要がある。ただ、その対応周波数の制約を、キャリアが、スイッチングコストを高めることに利用するということは認められないと考えているところ、端末購入時に十分かつ平易な表示をし、特に消費者にとって、適切な端末の選択に資すよう検討していくということが、何よりも必要だと思う。

イ　携帯電話事業者等の意見

（ア）総論

○　MNOからの意見

- 自社に割り当てられた周波数については、端末メーカに対して、MNOによっては「必須」、「推奨」、「任意」等のカテゴリに分けて、提示を行い、必要に応じて端末メーカとの協議を経て、実装する周波数を決定している旨の説明があった。他方、他社周波数については、端末メーカに対して制限を行うことはなく、全て端末メーカが判断している旨の説明があった。
- その上で、携帯端末について、例えばプラチナバンドなど、各社の主要な周波数帯に対応することがルール化又は業界標準化されることについては、①NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクが、端末メーカによるコスト増懸念などを理由に慎重な意見を示した一方で、②楽天モバイルからは、一定以上の販売シェアを有する端末メーカにおいては、全てのMNOに対応することを義務付けることは考えられる、との意見が示された。
- また、各MNOからは、携帯端末の周波数対応に関する現在の情報提供等の取組状況について説明があり、総務省消費者センターに寄せられた意見を踏まえた改善策として、必要な周知の強化等についての姿勢が示された。

○　MVNOからの意見

- MVNO委員会からは、利用者視点に立てば、本来的には、どの端末であっても、どの回線でも大きな不利益なく使用できることが望ましく、各MNOの主要な周波数への対応を端末提供事業者に求めるガイドラインの作成など必要な措置を講ずる希望が示された。
- 他方で、全ての端末が全ての周波数に対応することが理想だが、端末の製造・開発コストへの影響が懸念されることから、ガイドラインを策定した上で、それを満たす端末に対して利用者に分かりやすいマーク

を発行するという提案が示された。

○　中古端末取扱事業者からの意見

・　RMJからは、全てのMNOの主要な周波数帯に対応することがルール化又は業界標準化されることについて、利用者が安心して購入できるようになり、中古事業者も販売しやすい環境が整う一方、独自の付加価値や特性を備えた端末の減少や、販売数の少ない端末メーカにとってコスト高になり、消費者の選択肢が減少する可能性を危惧するとの説明があった。

（イ）キャリア端末の対応周波数の決定プロセスや考え方について

・　Android端末は、実装を求める周波数帯を「必須」・「推奨」・「任意」のカテゴリに分けて提示し、その後、端末メーカから提示される端末製造コストやサイズについて端末メーカと複数回協議を経て、実装する周波数帯を決定している。iOSはApple社が決定している。(第28回会合：NTTドコモ)
・　端末メーカに対して、当社に割り当てられた周波数帯（バンド）への対応を依頼している。(第28回会合：KDDI)

（ウ）他キャリアの周波数への対応についての考え方

・　端末を調達・発注する際、他社の周波数について実装を求める依頼や制限を行うことはなく、あくまで端末メーカの判断に委ねている。仮に、全てのMNOの周波数に対応する場合は、端末コストの上昇や筐体が大きくなる等、商品性が低下する可能性がある。(第28回会合：NTTドコモ)
・　自社以外に割当てられている周波数帯（バンド）を搭載するか否かについて、当社側で制限を行うことはない。(第28回会合：KDDI)
・　当社が依頼する自社に割り当てられた周波数以外への対応に関しては端末メーカが判断。(他社周波数に対応する場合）納入コスト上昇の懸念はある。(第28回会合：ソフトバンク)

（エ）複数のMNOに対応させることの利用者目線から見たメリット・デメリット

○　メリット

①　他社の周波数にも広く対応した端末のメリット

・　携帯電話事業者の乗換え時に、エリアが狭くなる等の通信機能が

制限されない可能性がある。(第28回会合：NTTドコモ)

- 端末を変えずに携帯電話事業者を乗り換えたい利用者にとって、乗換え先での利用可能エリア・通信品質に対する懸念の一部が解消されることになる。(第28回会合：ソフトバンク)
- 利用者の視点に立てば、本来的には、どの端末であっても、どの回線でも、大きな不利益なく使用できることが望ましい。(第29回会合：MVNO委員会)

② 自社の周波数を中心に対応した端末のメリット

- 自社のネットワーク展開・高速化方針を踏まえた周波数実装が可能となり、各社割り当てられた独自の周波数対応や組み合わせに対応することで、安定的かつ高速の通信を享受できる可能性がある。(第28回会合：NTTドコモ)
- 利用者がより高速かつ安定的に自社のネットワークでスマートフォンをご利用いただけるようになっている場合があり、SIMフリー端末などと比較して、当社が実現したい機能について性能の差が生じるケースは想定される。(第28回会合終了後追加質問への回答：KDDI)
- NTTドコモと同様である。(第28回会合終了後追加質問への回答：ソフトバンク)

○ デメリット

- iPhoneのように複数のMNOの周波数に対応することを前提とした設計の場合、周波数の組み合わせ等により、キャリアアグリゲーションやMIMO等の高速通信に対応せず、対応している端末と比べ通信速度が下回る可能性がある。他社の周波数にも広く対応することで、端末価格の上昇や筐体が大きくなる等、商品性が低下する可能性がある。(第28回会合：NTTドコモ)
- 自社の周波数を中心に対応した端末は、MNOの乗換え時に、サービス・通信機能等の利用が一部制限される可能性がある。(第28回会合：NTTドコモ)
- 自社に割当てられた複数の周波数に対応していない端末は、キャリアアグリゲーション等が利用できずスループットが低下する場合がある。(第28回会合：KDDI)
- 端末販売価格の上昇の影響が懸念され、利用者が低価格の端末を選択する機会を奪ってしまうことにつながり、利用者に不利益が生じる懸念がある。(第28回会合：ソフトバンク)

（オ）全キャリア周波数対応のルール化又は業界標準化のメリット・デメリット

- ルール化は、利用者利便は高まるが、一般的には端末メーカのコスト増になる可能性があり、提供価格に影響することが懸念されるため、十分な検討が必要である。端末製造・開発コスト等の詳細は端末メーカへの確認が必要である。（第28回会合：KDDI）
- 端末販売価格上昇の影響が懸念され、利用者が低価格の端末を選択する機会を奪ってしまうことにつながる懸念があることから、状況に鑑みれば、ルール化を行うことは適切ではないと考える。加えて、技術的側面からの実現性、試験工数の増加、さらにMNOが販売する端末にのみ当該ルールが適用される場合は端末メーカが直接販売する端末と適用されるルールが異なることになり不公平や利用者の混乱が生ずるおそれがあることから、端末メーカにも影響について確認してほしい。（第28回会合：ソフトバンク）
- 一定以上の販売シェアを有する端末製造事業者においては、全てのMNOへ対応するよう義務付けることは考えられる。（第28回会合：楽天モバイル）
- ルールによって、日本で販売される全てのスマートフォンやタブレットが、全てのMNOの周波数に対応することが理想だが、反面、端末の開発・製造コストへの影響等が懸念される。（第29回会合：MVNO委員会）
- メリットとして、利用者が安心して購入できるようになり、中古端末事業者も販売しやすい環境が整う。 デメリットとして、MNO独自の付加価値や特性を備えた端末の減少や、販売量の少ない端末メーカにとってコスト高となり 結果消費者の選択肢が減少する可能性を危惧している。（第30回会合：RMJ）

（カ）現在行っている利用者への情報提供

- SIMロック解除のページ、2021年８月26日までに発売された機種の説明書（SIMロック解除の項目）、店頭におけるSIMロック解除の申込書において（端末を保持したまま他のMNOに乗り換えた場合）「通信に一定の制限等がかかる可能性がある」旨を周知している。端末が対応する周波数一覧もホームページにおいて周知している。他社端末の自社回線への対応についても同様にホームページで注意喚起を実施している。（第28回会合：NTTドコモ）
- 端末の対応周波数帯（バンド）やSIMロック解除方法に関する情報を掲載したホームページ内にて（、端末を保持したまま他のMNOに乗り換

えた場合）端末の動作保証を行うものではない旨や、サービス・機能・アプリケーション・コンテンツの利用などが制限される場合がある旨を記載している。他社端末の自社回線での動作確認状況を公開している。（第28回会合：KDDI）

- ホームページで機種別の対応周波数一覧も公開の上、注意喚起を実施。一部の端末では対応周波数や他社回線では動作保証を行っていないことも掲載している。加えて、端末販売時の注意事項としてサービスが利用できない場合がある旨を周知している。他社端末の自社回線への対応についても同様にホームページで注意喚起を実施している。（第28回会合：ソフトバンク）
- 自社端末の対応周波数はホームページで周知している。他社端末の自社回線への対応状況もホームページで周知している。（第28回会合：楽天モバイル）

（キ）消費者センターに寄せられた意見を踏まえた改善策

- 自社として、携帯電話事業者の乗換え時に、周波数の対応の有無により、通信に一定の制限等がかかる可能性について利用者への適切な説明に努めるが、対応周波数の情報提供は、各事業者区々の対応ではなく、業界として一元的に実施することが 望ましい。（第28回会合：NTTドコモ）
- 対応周波数の利用者への分かりやすい周知に努める。（第28回会合：KDDI）
- 利用者へ継続的に周知を実施し、必要に応じて周知強化等を検討していく。（第28回会合：ソフトバンク）
- 例えば、各MNOの主要な周波数への対応を、端末の提供事業者に対し求めるガイドラインを作成するなど、必要な措置を講じていくよう希望する。ガイドラインを満たす端末に対し、利用者に分かりやすいマークを発行するなどの取り組みが考えられるのではないか。（第29回会合：MVNO委員会）

ウ　端末メーカの意見

（ア）キャリア端末の対応周波数の決定プロセス等

○　キャリア端末の対応周波数の決定プロセス

- MNOからの要求仕様に基づき、メーカにて検討し、提案している。
- MNOからの要求仕様に基づき、メーカから提案して調整を実施してい

る。

- 想定仕様を元にコストや開発期間を加味して対応周波数を決定。その後、MNOの要求仕様を確認した上で調整している。
- 顧客の使用用途に特化した特徴ある製品を製造・販売している。必要とする顧客への最適化（コスト・デザイン含む）を考慮し、MNOと販売戦略を共有した上で、メーカにて最終決定している。

○　他のMNOの周波数に係る指示等

- 過去、要求仕様にないバンドについて、MNOから排除指示を受けたことはない。
- MNOから他のMNOの周波数への対応制限等の要求はなく、メーカが独自に決定している。
- 他のMNOの周波数については、これまで、MNOから指示、要請等を受けたことはない。メーカにてコスト・デザイン等を総合的に判断している。

（イ）他のMNOの周波数への対応の決定

○　経済合理性に基づく決定

- 経済合理性（顧客訴求と発生費用・経費の関係）に基づき搭載バンドを決定している。
- 他のMNOの周波数に対応すると、端末サイズやコストに影響があるため、最適な構成を検討の上決定している。

○　バンドの性質の違いによる決定

- プラチナバンドは優先的に対応している。容量拡大バンドは可能な範囲で対応している。

○　端末の価格帯に基づく決定

- 全てのMNOと取引があり、共通設計により自主的な判断の結果、対応バンドが多い。結果として、高価格帯商品は多くのバンドを搭載。低中価格帯商品は各MNO向けに最適なバンドを搭載するほか、MVNO向けにオープン市場商品も販売している。

○　製造・開発コストの効率化に基づく決定

- 可能な限りグローバルに仕様を共通化し、製造・開発コストを効率化している。結果として、全てのMNOの主要周波数帯に対応した共通機種を実現している。

（ウ）複数のMNOに対応させることの利用者から見たメリット・デメリット

○　メリット

- 全てのMNOのバンドに対応した端末は、通信可能エリア・通信速度が維持できる。
- 複数のMNOに対応した端末は、MNO間の乗換えが容易である。
- 他のMNOの周波数に対応した場合、乗換え先のMNOのサービスをある程度利用できるようになる。
- MNO３社のプラチナバンドに対応した端末は、端末価格への影響を抑えた上で乗換え後も通信可能エリアを維持できる可能性が高い。
- 端末やソフトウェアの共通化により、より早くソフトウェアのアップデートを受けるメリットがある。

○　デメリット

- 端末価格やサイズ、無線性能に影響がある。通信速度の低下を招く。
- 乗換えを行わない多くの利用者は不要な価格を負担することになるとともに、端末のサイズ、機能・性能に影響がある。
- 複数のMNOの周波数に対応しても、各MNOの通信高速化技術等が実装されなければ、通信性能のメリットは生まれない。

○　特定の MNO にのみ対応することのメリット・デメリット

- 特定のMNOに特化した端末は、現状の市場価格を維持でき、当該MNOでは無線性能が良い。一方、MNOを乗り換えた場合に通信可能エリアの減少や通信速度の低下を招く。

○　利用者が求める内容による違い

- （メリット・デメリットは）顧客の求める内容によって変わってくると考えている。例えば、低価格帯の製品を求める顧客は不要な周波数まで対応を望まない一方、性能や機能を求める顧客は端末価格が高くても広い対応を求める可能性がある。

（エ）全ての MNO に対応する場合のコスト面への影響

○　複数の MNO に対応することの影響

- コスト増、端末サイズのアップ、開発期間の増加につながる。
- 周波数追加で発生する追加コストは、部材費（変動費）、開発費・認証費（固定費）など多岐にわたり、メーカとして影響は大きい。

・　単一端末で複数のMNOの周波数に対応した場合であっても、対応周波数の増加は、開発・製造・試験・認証等のコスト増要因につながる。

○　特定の MNO にのみ対応することの影響

・　（特定のMNOにのみ対応した）キャリア専用端末を製造する場合、製造ライン管理コストの増加につながる。また、端末の他のMNOへの転用ができないため、コスト負担が増える。
・　開発コストは、MNOからのテスト要求に従うと、(対応する周波数が異なる）端末の（種別の）数だけ負担が増える。

○　端末の価格帯による影響、対応の違い

・　高価格帯端末と低価格帯端末では、通信速度を上げる為のキャリアアグリゲーション対応の有無などにより、搭載している部品構成が異なるため、追加コストにも差分が発生する場合がある。
・　低価格帯と高価格帯の端末では、周波数の追加に対応するためのコストが異なる。低価格帯は、最小回路構成としているため、アンテナを含め影響が大きい。高価格帯は既に複数周波数に対応した回路を使用することが多く、大きなコスト増加は発生せず影響は少ない。
・　低中価格帯商品はバンド追加により比例的にコストが増加する一方、高価格帯商品はモジュール部品の活用によりバンド追加によるコスト増加は限定的である。高価格帯商品については基本的には全て対応済みである。低中価格商品については差異がある。ある程度、企業努力によって幅広くバンド対応は出来ているし、網羅率を上げていくことは可能である。

○　対応する周波数帯による影響の違い

・　プラチナバンドのみに対応した場合の方が全社の主要周波数に対応した場合より追加コストは相対的に小さくなるが、端末コストに与える影響は小さくない。

○　具体的な影響額

・　プラチナバンドのみ追加した場合、全てのMNOのバンドに対応した場合、それぞれ製品価格に追加の影響が生じると考える。
・　高価格帯端末と低価格端末、プラチナバンドのみの追加と主要バンドの追加で異なるが、低価格端末の方が、また、主要バンドの追加の方が、よりコストが上昇する。

（オ）全MNO周波数対応のルール化又は業界標準化のメリット・デメリット

○　メリット

- 利用者は端末の対応周波数を気にすることなくMNOを切り替えることが可能である。
- SIMフリーの普及に伴い、高性能端末を求める顧客に、より多く使ってもらえる可能性が広がる。

○　デメリット

- 低価格帯の端末ニーズに沿えない可能性がある。
- 一意的に搭載すべきバンドをルール化することは、利用者の選択肢をなくすことになるので、大きなデメリットとなる。

○　ルール化又は業界標準化に向けた課題

- ルール化は、乗換え後も通信品質を確保するためには、全てのMNOへの仕様対応が必要となる。また、通信及びネットワークに関わる仕様・性能・品質の基準決定も必要となる。
- ルール化又は業界標準化される場合は、ルール化された周波数に対する利用者への品質保証やサポート体制についてもスキーム作りが必要である。
- 義務化は、開発・製造コスト増が販売価格に反映される可能性あり。したがって、利用者へのより積極的な情報提供やメーカに対するメリット作り・コスト負担を軽減する支援が重要である。
- ルール作りの際には対応周波数以外にも乗換え阻害要因がないか考慮が必要である。

○　その他

- 現在は利用者の理解が進んでいないが、今後、乗換えのしやすさが浸透すれば、端末購入時の選択要素となる。結果として、メーカが自主的に対応バンドを増やすことになる。
- 周波数の国内・国際協調により、端末メーカがMNO、国を超えて端末を販売できる環境を整備することが重要である。
- これにより、端末メーカは増加コストを回収し、ユーザへの転嫁を最小限に抑えることができる。

（カ）総務省電気通信消費者相談センターに寄せられた意見を踏まえた改善策

○　端末の購入時等における情報提供

- 端末の使用可能バンド、ネットワークを記載し、販売店舗での購入時に顧客に説明するのが最適である。
- 購入時に、顧客に分かりやすく理解していただくのが重要である。
- 短期的な解決策として、メーカ・キャリアが共により積極的に情報を提供し、顧客が事前に理解した上で購入・乗換えの判断ができる環境を作ることが考えられる。

○　具体的な情報提供の内容等

- 各端末がどの周波数に対応しているか分かりやすく明示する必要がある。
- 周波数だけでなくキャリアアグリゲーションによる通信速度について整理する必要がある。協力する準備はある。
- 記載内容については、関係者を交えた調整が必要である。
- 一元的な情報提供は好ましく、全面的に協力したい。現在、自社のウェブサイトで端末のバンド情報は細かく提供済みである。
- 乗換え後のアフターサポートについて、責任分担等が今後必要になる。

○　端末メーカとしての今後の対応

- 周波数対応を求める顧客が増えれば対応する考えである。
- 様々な要望を求める顧客がおられ、ニーズに応えた端末を開発していく考えである。

○　中長期的な改善策

- 中長期的には、①各周波数を複数キャリアに割り当てること、②キャリアによるカスタマイズを最小限に留め、単一端末を複数キャリアや直接販売可能と規制すること、③端末の周波数対応度合いによる開発・販売奨励金の支給の検討、などが考えられる。

（キ）MNOによる独自規格の影響

- 現在、各MNO独自のOTAスペックが設定されている。これが緩和されれば、複数MNO対応がしやすくなり、顧客へのインパクトを低減できる。
- MNOが国際標準（3GPP規格）を上回る独自規格への対応を求めている場合、それが緩和されれば、複数MNO対応がしやすくなる可能性がある。

③　対応の方向性

○　基本的な視点

固定電話機や家電製品については標準化がなされており、サービス提供事業者（固定電話サービス提供事業者や電気サービス提供事業者）の如何にかかわらず、同じ端末・機器を利用することが可能である一方、現在の我が国における携帯端末については、必ずしもそのような状況にはなっていない。具体的には、携帯端末が対応する周波数その他の機能によって、サービス提供事業者（携帯電話事業者）の違いにより機能（通信性能）に差が出る場合がある。

しかしながら、携帯端末がどの周波数に対応しているか、どういった通信性能を有するかといったことは端末を一見しただけでは分からないことから、利用者が事業者を乗り換えた際に、端末に起こる挙動の変化を予測することは難しい。

モバイル市場における公正な競争環境整備に向けたこれまでの取組により、利用者が、自身に最適な事業者を選択し、乗り換えやすい環境が整ってきた中で、事業者の乗換えを妨げる障壁を極力減らす観点、また、実際に利用する携帯端末の購入者の視点に立てば、本来的には、どの端末であっても、どの回線でも、大きな機能制限等がない形で、利用できることが望ましい。現に、端末メーカ各社の経営判断の結果、そのような端末も販売されている。

他方で、現在は、特定の MNO の回線に対して十分な又は一定の通信性能を発揮する一方で、他の MNO の回線に対しては、相応の通信性能を発揮できない端末も販売されている。そうした端末については、事業者乗換えの妨げの一要因となるとともに、利用者が十分に理解しないまま購入し、後から事業者を乗り換えようとした場合、利用者に思わぬ不利益をもたらすおそれもある（「①　ウ　利用者意識調査の結果」で述べたように、通信機能が制限される場合、乗換えを断念するという回答が約４割、また、端末を買い換えて乗り換える（この場合、端末の購入費用はスイッチングコストとなり得る。）という回答が約３分の１であった。）。

現時点では、こうした問題に直面したことのある利用者は限定的であり、これらの問題が市場において広く認識されているとまではいえないが、一方で、利用者意識調査の結果によればこの問題を認識していない利用者が約３分の２を占めていること、また、通信料金と端末代金の分離や SIM ロッ

クが設定されていない端末の普及が進みつつあることを踏まえれば、今後、問題が拡大する前に、必要な対応について検討することが適当である。

○　MNO と端末メーカの関係

携帯端末については、大きく、MNO が OEM 等により端末メーカから調達を行い、MNO から販売される、いわゆる「キャリア端末」と、端末メーカが自ら直接消費者に販売する「メーカ直販端末」に分類される。正確なデータは不明だが、国内で販売される携帯端末の大半は、MNO 各社を通じて販売されている。

メーカ直販端末については、端末メーカ各社は、各 MNO に割り当てられた周波数に対応するなど、基本的に国内のどの MNO の回線にも対応できる端末を開発・製造し、販売しているのが一般的である。

他方で、キャリア端末については、携帯端末の機種によって、他の MNO の回線にも問題なく対応できるものもあれば、販売主体である MNO の回線に特化・最適化され、他の MNO の回線では相応の機能を発揮できないものも販売されている。

MNO が、端末メーカからキャリア端末を調達する際に、当該 MNO 以外の MNO の周波数や回線に対応するか否かについて、どのように決定しているかヒアリングをしたところ、MNO 各社からは、端末メーカの判断に任せているとの回答が得られた。端末メーカ各社からも、基本的に端末メーカ自身が最終的に決定しているとの回答があった。キャリア端末の調達に当たり、MNO から端末メーカに対して、他の MNO の周波数への対応を制限するような働きかけがあったかどうかについては、「MNO から制限等を受けたことがない」と明確に否定する端末メーカが存在する一方で、過去まで含めた事実関係についての質問に対してそこまでの明言を避けた端末メーカも存在した。

MNO が、自社が販売する携帯端末について、端末メーカに対し、自社の回線に対応するための機能の実装を求めることは当然のことである。他方で、周波数を含めて、他の MNO の回線に対して相応の通信性能が発揮できなくなるような対応を求めることについては、正当な理由は見出し難く、事業者間の競争の促進にも資さないものと考えられる。現在、そうした行為が行われていることは確認できなかったが、今後もそのようなことが行われることがないよう、こうした行為について、ガイドラインに明記することなどにより、禁止されるべき旨を明確にすることが適当である。

その上で、端末メーカが MNO からかかる不当な干渉を受けず、端末メーカ

自らの経営判断の下で、実装周波数を含めた端末の機能を自社で決定することができているという前提の下、ヒアリングに応じた端末メーカ各社からの説明によれば、端末メーカによる携帯端末の開発・製造の状況としては、概ね次のようにまとめられる。

○　端末メーカによる開発・製造の状況

端末メーカ各社からのヒアリングにおいて、複数の端末メーカから、携帯端末の対応周波数の範囲を広げることについては、開発費・部材費・認証費などの影響があり、製造コストの増加要因となるとの説明があった。

また、そのコスト増加要因については、一般に、低価格帯端末の方が影響が大きく、高価格帯端末は複数周波数に対応した部品（モジュール）を活用することが多いため、コスト増加要因は限定的という見解が複数の端末メーカから示された。また、各社のプラチナバンドのみに対応した場合の方が、プラチナバンド以外も含めた各社の周波数に対応する場合と比較して、影響が小さいという説明があった。

他方で、特定の MNO のみに対応した端末を製造した場合、製造ライン管理コストの増加につながり、また、端末を他の MNO に転用できないため、コスト負担が増えるとの意見もあった。

各端末メーカは、こうした製造コストに関わる様々な要素を踏まえつつ、各社の事業戦略の下、消費者ニーズや、端末メーカによっては MNO との製品戦略に係る協議なども踏まえた上で、実際の端末スペックを決定している模様であり、それぞれの判断により、結果として、共通設計により複数の MNO に対応した端末を開発・製造する場合もあれば、特定の MNO に特化・最適化された携帯端末を開発・製造する場合もある模様である。

なお、対応周波数を増加するのはコスト増要因になるとの説明が複数の端末メーカからなされたが、複数の MNO の周波数に対応した端末メーカ直販モデルと、周波数が限定されたキャリア端末の販売価格を比較したところ、むしろ後者の方が高いことが確認された[91]。また、海外においては幅広い周波数に対応する形で販売されている端末と同じモデルについて、日本国内では対応周波数が限定されているにもかかわらず、後者の方が高い場合もあることが確認された[92]。

[91] 各種資料86
[92] 各種資料87

対応周波数以外の機能等が同一ではないこと、また、販売価格については、販売する MNO による調達ロット数や販売戦略など様々な要素が絡むと想定されることから、必ずしも単純な比較はできないが、対応周波数を増加することについて、端末メーカ各社が指摘する製造コストの増加要因があるとしても、必ずしもそれが実際の販売価格における決定的・支配的な要素とはならず、むしろ販売価格の増加につながる他の要素が多く存在していることがうかがわれる。

○　ルール化・標準化についての考え方

事業者乗換えの妨げとならないような携帯端末をできるだけ広く市場に普及させるという観点からは、携帯端末について、例えば、各 MNO の主要な周波数に対応することをルール化・標準化することが一つの案として考えられる。例えば、韓国では、電気通信設備の相互接続基準に基づき、実態として同国内で販売されている端末は、MNO の専売モデルの端末を含め、複数の MNO の全ての周波数に対応している模様である。

他方で、こうした措置を講じることについては、特に、低価格帯の端末ニーズに沿えなくなる、利用者の選択肢を奪うことになるとの懸念が示されている。低価格帯端末については製造コストへの影響が小さくない模様であり、また、端末のサイズにも影響を与える可能性があることから、現在販売されている端末と同じような選択肢が減る可能性も否定できない。

このように、ルール化・標準化については、メリットとデメリットが併存すると思われるが、現時点では、国民利用者の多くがこうした問題を認識していない状況にあり、携帯端末がどうあるべきといった議論が熟しているとはいえない。

また、実際、国内において、既に複数の MNO に対応した端末も複数の端末メーカから販売され、複数の MNO に対応した端末もある程度普及しており、複数の端末メーカからは、ルール化・標準化を行わなくても、利用者のニーズが高まれば、そうした端末を開発することが期待される旨も示されている。

これらを踏まえれば、現時点で拙速にルール化・標準化を推し進めることは適当ではない。このため、当面は、端末メーカの自主性を尊重し、端末の製品性なども踏まえた端末メーカ各社の経営判断の下で、可能な範囲で複数の MNO に対応した端末を開発・製造することを促していくこととし、そうした考え方を、ガイドラインなどの形で示すことが適当である。その際には、

公正競争上の観点から MNO４社に割り当てられている周波数帯に対応することが、また、複数周波数に対応した通信モジュールを採用する高価格帯の端末においては当該通信モジュールに搭載された国内周波数帯に対応することが望ましいことを明らかにすることが適当である。

○　利用者に対する関連情報の提供の充実

また、ルール化・標準化を見送り、複数の MNO の周波数等に対応していない端末が市場において引き続き販売されることを前提とするならば、利用者が、多様な選択肢の中から、関連する情報を得て、合理的な選択をすることが可能な環境を整えることが重要である。こうした情報の提供が充実することで、利用者の認知度・知識が向上すれば、端末メーカにとっても、より積極的に、複数の MNO の周波数等に対応するインセンティブにつながることが期待できる。

関連する情報の提供については、①利用者が平素から関連する情報を容易に収集できる環境を整えるため、MNO や端末メーカにおいてウェブサイトにおける関連情報を充実させるとともに、②実際に利用者が端末を選択して購入する際において、できるだけ分かりやすい形で関連する情報が提供されることが適当である。

具体的な情報提供の在り方については、事業者間での表記の違い等により混乱を招くことがないようにする観点や、販売者・購入者双方にとって過度な負担とならないようにする観点を踏まえ、総務省において、ガイドライン等により示すことが適当である。

なお、今後の携帯端末に関する技術の進展や市場の動向等により、上記の対応では適切に問題を解決できないと認められる状況となった場合には、改めてルール化・標準化の必要性や適否について検討することも視野に入れることが適当である。

２．乗換えコストの更なる改善

○　MNPワンストップ化の検討状況

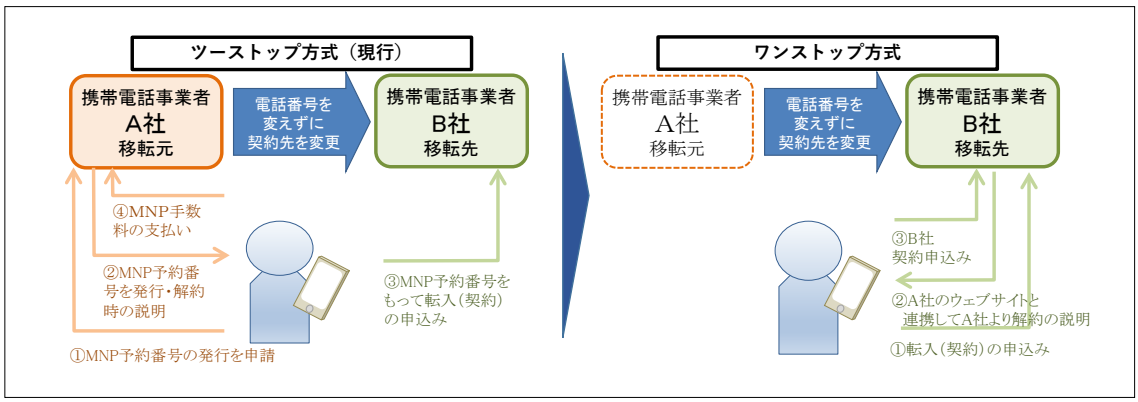
「スイッチング円滑化タスクフォース」報告書（2021年５月公表）において、「今後２年以内を目途にワンストップ化が実施できるよう、課題の解決に向けて取り組むことが適当」とされた。これを踏まえ、MNO、MVNO委員会及び総務省において、ワンストップ方式の実現に向けた具体的な方向性について議論し、合意形成を図りつつ検討が進められている。

＜方向性＞

- 一つのコンタクト窓口により、「移転元契約の解除」、「移転先への契約申込み」及び「回線切替え」が完結する仕組みとすること。
- 解約時重要事項説明における責任事業者の明確化など、利用者利便の確保のための課題に対応すること。
- MVNOが容易に対応できるように、具体的な実施方式、システムを検討すること。
- MVNOはウェブ手続が主流であるため、ウェブ手続での実施を優先すること。また、店頭窓口等においても、ウェブ手続におけるスキームを活用すること。
- ワンストップ方式を原則としつつも、当分の間は、その利用を躊躇する利用者等に配慮し、ツーストップ方式も併存させること。

今後、各事業者において必要なシステム構築を進め、2023年春頃を目途にワンストップ方式の運用を開始することが目指されている。

【図表Ⅲ－12　MNPワンストップ方式のイメージ】



○　違約金の撤廃

第２章　２.（２）で述べたとおり、報告書2021の提言を受け、総務省は改正法施行前に締結され、違約金9,500円などの不適合拘束条件を有する既往契約について、早期解消に向けた制度整備を実施した。

こうした囲い込みの一層の解消のための取組の結果、MNO３社は2022年４月までに、既往契約を含む全ての契約の違約金を撤廃している。

○　キャリアメール持ち運びの実現

キャリアメール[93]の持ち運びの実現時期については、本ＷＧの下に設置した「スイッチング円滑化タスクフォース」において、「2021年中を目処に、できる限り速やかに実現することを目指すことが適当である」と提言しているところである。この提言時にキャリアメールを提供していたMNO３社は、当該提言を受け、2021年12月に、持ち運びサービスの提供を開始した[94]。この持ち運びサービスの提供数としては、2022年６月末時点において、MNO３社合計で約78万件となっている。

また、MNOの楽天モバイルについては、上記提言時にはキャリアメールを提供していなかったが、2022年７月１日からその提供を開始し、同年８月からは持ち運びサービスの提供を開始した。

○　オンライン解約手続

報告書 2021 では、新規契約手続のオンライン対応をしている場合には、より簡易な手続で済むはずの解約手続のオンライン対応をしないことに合理的な理由は見出し難いとし、少なくともオンラインで新規受付をしているサービスであれば、利用者が望む時間・タイミングに解約できるようにするための手段となるという利用者利便の向上の観点から、また、利用者のスイッチングコストの低下という公正な競争を促進する観点から、オンライン解約手続への対応が求められるとした。

また、事業者において、オンライン手続や説明の内容が利用者の確実な理解に配慮したものとなるよう不断の改善に取り組むこと、特に、利用者にとって取り返しがつかないトラブルが生じないように、注意事項をはっきりと

[93] MNOにより、「@docomo.ne.jp」「@au.com」「@softbank.ne.jp」「@rakumail.jp」等のドメインで提供されるメールサービスのこと。

[94] ソフトバンクが提供する持ち運びサービスについては、2022年８月までに一部機能等を改定済みであり、今後も順次改定予定。

分かるように示すなど、対策を徹底することが求められるとした。

これらを踏まえ、報告書 2021 では、事業者の対応状況等について引き続き状況を確認していくとともに、消費者検討会における議論を注視していくことが適当であるとしている。

その後の状況として、報告書 2021 の公表時点で全てのプラン、ブランドについてオンライン解約手続を実施していた NTT ドコモ、ソフトバンク及び楽天モバイルに加え、2022 年３月から KDDI においても全てのプラン、ブランドについてオンライン解約手続に対応している。

加えて各社は、オンライン解約ページに解約により生じる不利益事項等の注意事項を記載（KDDI、ソフトバンク）、MNP 解約と通常解約の手続誤り防止のための解約手続ナビゲーションの改善等（楽天モバイル）のように、利用者の確実な理解に配慮した取組を行っている。

また、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」では、解約は、契約締結と同様に、電気通信サービスの利用に関する利用者の重要な意思決定であるため、電気通信事業者は、利用者の解約手続が契約締結の手続と同程度に円滑に実施できるような状態を確保しなければならず、現状においてこの点が必ずしも確保できていないことを踏まえれば、総務省において、特段の合理的な事情がある場合を除き、利用者が遅滞なく解約できるようにするための適切な措置を講じなければならないことを義務化することが適当とされた。

あわせて、多くの電気通信サービスがウェブにより迅速かつ容易に契約締結が可能であり、一般的に、契約締結・解除には、同一の手段が提供されることが適切であると考えられることから、特に、ウェブで契約が可能なサービスの解約については、可能な限りウェブでも可能とすることが望ましいとされた。

上記の提言やその後の消費者検討会での議論を踏まえ、総務省においては、2022 年２月に利用者が遅滞なく解約できるようにするための措置を講じることを義務化する省令改正[95]を行うとともに、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」を改正[96]し、ウェブで契約が可能なサービスの解約については、可能な限りウェブでも可能とすることが望ましい旨が追記

[95] 電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令（令和４年総務省令第６号）
[96] 改正規定に係るものについては2022年７月１日から適用。

された。

○　端末補償サービス

報告書2020では、MNO４社が提供している端末補償サービスについては、①加入を端末の購入時のみに限定していること、また、MNO３社が提供している端末補償サービスについて、②回線契約者のみを対象とし、かつ、③回線契約の継続を条件としていることについて、乗換えの過度の制約になっている可能性があることを指摘した。

この点、報告書2021では、②と③が実態として解消された場合には、①の条件が残っていたとしても、事業者の乗換え時の制約は解消されると考えられること、また、MNO３社が②及び③の条件を一部ブランドで見直し予定であることに言及した。

報告書2021の公表以降、NTTドコモは2021年９月28日から、KDDIは2022年５月17日から、受付中の端末補償サービスの提供条件を変更し、②及び③の条件を撤廃している[97]。

現在、MNO３社が提供する端末補償サービスの中では、ソフトバンク（Y!mobile）の端末補償サービスのみ②及び③の条件が残されているが、同社は今年度中に撤廃予定であるとしている。

○　他サービス（電気、保険、コンテンツ等）のセット販売による割引

MNO４社は、携帯電話サービスと、電気、保険、コンテンツ等様々な他のサービスとセットで加入することにより、それぞれ単独で加入した場合と比較して、料金が割引となる特典等を提供している。

報告書2021では、このようなセット販売による割引について、MNO３社は、携帯電話契約の解約・乗換え時にペナルティを課していないことなどを理由に、セット販売が事業者乗換え時の制約にはなっていないとしている一方で、MVNOは、MNOとMVNOの事業規模の違いも考慮し、セット販売によって乗換えが阻害される場合には、課題の解決が必要であるとしていることから、総務省においては、セット販売による割引について過度な囲い込み効果を有するものがないか、引き続き状況を注視していく必要があると指摘した。

その後の状況として、総務省において、「消費者保護ルールの在り方に関す

[97] ソフトバンク（ソフトバンク）は、2021年７月14日から②及び③の条件を撤廃している。

る検討会報告書2021」を踏まえ、セット販売される他サービスに係る違約金についても基本的に月額利用料相当額以内とすることを義務化するといった解約に伴い請求できる金額を制限する省令改正[98]が行われた。また、電気通信事業者においても、セット販売されるサービスの一部において、期間拘束契約の撤廃、期間拘束年数や契約解除料の引下げの実施といった、囲い込み効果を有する条件の見直しが行われている。

総務省においては、上記の取組も踏まえ、利用者の自由なサービス選択が阻害されないように、セット販売による割引により過度な囲い込み効果が生じていないか、引き続き状況を注視していくことが適当である。

○　利用者利益又は事業者間の公正競争を阻害するような措置への対策

報告書2021では、スイッチング円滑化タスクフォースで確認された、一部の事業者において解約方法を説明するページに「noindex」タグを設定し、検索をした際に当該ページが非表示になるようにしていた事案を踏まえ、そうした利用者の乗換えを妨げることにより、利用者の利益や公正な競争を阻害するおそれがある行為について、その都度事業者に対して是正を求めるのではなく、ガイドライン整備をするなどして禁止の徹底を図っていくことが求められるとした。

また、オンライン手続に関し、少なくとも受付については人員を介さずに手続を受理することができるはずであり、基本的に24時間対応できないことについて合理的な理由は見出し難く、合理的な理由がない限り、原則として全てのオンライン手続について少なくとも24時間の受付対応が求められるものであり、ガイドラインにおいてその旨を明記すべきと考えられるとした。

こうした提言等を踏まえ、総務省及び公正取引委員会においては、2022年６月に「電気通信事業分野における競争の促進に関する指針」を改定し、利用者の乗換えを妨げることにより、利用者の利益又は事業者間の公正な競争を阻害するおそれがあるものとして、次のような行為が事業法上問題となる行為の具体例として追加された。

- 検索しても解約方法を説明するページが表示されないように設定するなど、解約時に必要な情報を利用者が見つけづらくすること
- オンライン手続について、合理的な理由なく、24時間受付としないこと

[98] 電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令（令和４年総務省令第６号）

３.「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係について

①　検討課題等

モバイル市場全体として、携帯電話事業者各社が料金プランの値下げを実施している中、KDDIの「povo2.0」や楽天モバイルの「Rakuten UN-LIMIT VI」など、料金体系の一部においてゼロ円で提供されるプラン（以下「「一部ゼロ円」料金プラン」という。）について、価格圧搾の懸念が一部の事業者及び構成員から示され、検証が必要と指摘されたところである。

②　意見

ア　構成員の意見

- MNOとMVNOの同等性の確保に関して問題と考える点。基本料金０円のpovo2.0が、価格圧搾なのではないか、原価割れしているのではないか、コストに適正利潤を乗せた料金になっているのか、検証が必要。
- 価格圧搾については、合理的な企業が市場から排除されるような価格、一般的には料金水準の問題だと思っている。
- 価格圧搾の話は、ゼロ円だから問題だという話ではなく、プレーヤーとして市場、競争にどれだけインパクトを与え得る立場なのかということも非常に重要。実際、ゼロ円だと言っても、マネタイズの仕方で、恐らくビジネスとして様々工夫しているところもあると思うので、そうしたところを一概に否定することも問題かと思う。必ずしもゼロ円だから価格圧搾だ、よって問題、という論の立てつけはしない方がいいと思っている。

イ　事業者等の意見

- モバイル市場全体として、各社が低価格帯の料金プランの値下げを実施しているが、楽天モバイルやKDDIが提供するゼロ円プランは、価格圧搾の懸念等もあるかと考えており、MVNO事業者も含めたモバイル市場全体での公正競争環境の確保に向けた検証が必要である。コスト割れしているのではないか、それがMVNOも含めた競争にどういう影響を与えるのか、ということの検証を行うべきではないか。(第28回会合:NTTドコモ)
- KDDI及び楽天モバイルのプランについては、顧客の支払金額やコスト構造が把握できないことから回答しかねるが、一般論として「０円提供」

といった形でコスト・利潤を明らかに下回る価格設定がなされている疑義がある場合は、公正競争の観点で検証意義があるものと考える。(第28回会合終了後追加質問に対する回答：ソフトバンク)

- 接続料と小売料金の関係性についてはスタックテストを活用することが考えられるが、楽天モバイルが指定事業者ではないことをもって検証対象外とするのは不適切と考える。(第28回会合終了後追加質問に対する回答：ソフトバンク)
- povo2.0は、お客様が自身のライフスタイルに合わせて必要なトッピングを購入いただくプランであり、180日間有料トッピングの御購入がない場合は、利用停止あるいは契約解除になるため、コストがかかっているにもかかわらずゼロ円で利用いただくことを意図したプランではない。つまり、必要なコストは、お客様が購入されるトッピングの売上げで賄うことを前提としている。(第28回会合：KDDI)
- 接続料の算定等に関する研究会において、当社を含め二種指定事業者に関する接続料と利用者料金の関係については議論・検証されると認識している。同研究会において、今後、検証方法の詳細や各事業者から報告する実績データの範囲・粒度等について議論・検討予定であり、当社としても、情報提示が必要である実績データについては可能な範囲で協力していく所存である。(第28回会合終了後追加質問に対する回答：KDDI)
- 楽天モバイルは、2020年４月にチャレンジャーという位置づけで携帯電話市場へ本格参入し、結果として市場における競争を活性化し、料金水準の引下げにも貢献できたものと考えている。法的な観点においても、有識者や弁護士の方々、専門家の方々にも御相談の上、本プランについて開発、提供しており、問題はないものと考えている。(第28回会合：楽天モバイル)

③　対応の方向性

ア　携帯電話市場において生じ得る「価格圧搾」の問題

○　携帯電話市場における価格圧搾に対する基本的な考え方

携帯電話サービスを提供する上では電波を利用することが必須であり、有限な電波の割当てを受けた事業者（MNO）以外の者（MVNO）が携帯電話サービスを提供するには、MNOが整備する基地局等のネットワークを借りざるを得ない構造にある。

こうした構造の下で、MNOが、そのネットワークを借りてサービスを提供するMVNOに対して、ネットワークを借りる際の費用である接続料や卸料金（以下「接続料等」という。）を引き上げ、又は自らの小売料金を引き下げることによって、両者の差を無くし、又は狭めることで当該MVNOの事業を困難にすることは、いわゆる「価格圧搾」による不当な競争を引き起こすものとして問題となる[99]。

○　モバイル・スタックテストの検討状況

事業法においては、MNOのうち、相対的に多数の移動端末設備を収容設置するMNOについては、他の電気通信事業者との接続協議において強い交渉力を有し、優位な地位に立つことになるため、第二種指定電気通信設備制度において、接続料等についての適正性を確保するための各種規律を設けている。

同制度に基づき、現在、接続料研究会において、接続料等と小売料金との関係について、価格圧搾による不当な競争を引き起こすものでないか検証するための枠組み（いわゆるモバイル・スタックテスト）について検討が進められている。この中では、接続料等についての適正性を確保することが必要となる第二種指定電気通信設備を設置する事業者を対象とする方向で検討が進められている。

第二種指定電気通信設備を設置していない事業者については、事業法上、事業者間の相対協議により接続料等を設定することが基本とされており、仮に第二種指定電気通信設備を設置していない事業者とMVNOとの間で接続料等について協議が調わない場合は、当事者の一方又は双方の申出により、紛争処理スキームにより解決することとなっている。

イ　KDDIの「povo2.0」と価格圧搾

KDDIの提供する「povo2.0」は、月々の基本料金を０円とし、「トッピング」として様々な利用期間・料金体系のデータ通信容量や音声通話メニューを組み合わせる料金体系となっている（180日間以上有料トッピングの購入がない場合は利用停止、契約解除）。

KDDIは、接続料研究会における議論の中で、第二種指定電気通信設備を設

[99] 従来のMNO３社による音声通話料金とMVNOに対する音声卸料金の関係は、正にこの問題に該当するおそれのある行為として、報告書2021において指摘されたものである。

置する事業者として、モバイル・スタックテストの対象となる方向で検討が進められており、同社は、povo2.0 について、接続料研究会におけるモバイル・スタックテストの議論に協力していくと回答している[100]。

KDDI の povo2.0 については、今後、モバイル・スタックテストのスキームの中で、必要に応じて[101]、小売料金と接続料等の関係について、価格圧搾の問題がないか、検証・確認を行うことが適当である。

ウ　楽天モバイルの「Rakuten UN-LIMIT VI」と価格圧搾

楽天モバイルの提供する「Rakuten UN-LIMIT VI」（以下「VI」という。）は、一契約者一回線までに限り、データ使用量月１GB までＯ円、月１GB を超えた場合に 980 円（３GB まで）、1,980 円（20GB まで）、2,980 円（20GB 超）と、段階式で月額料金が上がっていく料金体系となっている（なお、楽天モバイルは、2022 年７月１日から「Rakuten UN-LIMIT VII」（以下「VII」という。）の提供を開始することを発表済み。「VII」においては、データ使用量月３GB まで 980 円とされ、「VI」における「０円」の部分が改定されることとされている。）。

2022 年６月時点において、楽天モバイルのネットワークを借りて携帯電話サービスを提供する MVNO は存在していないことから、価格圧搾の観点から小売料金と接続料等の関係について検証する必要性は乏しいと考えられる。

楽天モバイルは、基地局等のインフラ整備を進めており、2022 年４月時点において人口カバー率が 97%に届いたとしている。これまでのところ、楽天モバイルのネットワークを借りて携帯電話サービスを提供する MVNO は存在しなかったが、今後、現れる可能性は想定される。

楽天モバイルは、現時点で第二種指定電気通信設備の指定を受けていないところ、今後、楽天モバイルのネットワークを借りて携帯電話サービスを提

---

[100] 第30回会合　参考資料２（第28回ＷＧヒアリングを踏まえた事業者への追加質問及びその回答）を参照。

[101] 接続料研究会においては、モバイル・スタックテストにおいて検証の対象とすべきサービスや料金プランについて、「携帯電話料金と接続料等の関係の検証の目的が第二種指定電気通信設備に係る接続料等の水準の妥当性を検証することであることから、接続を用いて競争することになるMVNOの視点に立って対象を決定することが適当」「検証を効率的・効果的に行う必要もあることから、具体的には、MVNOが現に提供しているサービス・料金プランと同等のサービス・料金プランのうち、MVNO（その関連団体を含む。）から具体的な課題に基づき検証対象とすべき旨の要望が寄せられ、かつ、接続研の議論を経てその要望に合理性があるものと認められたものとすることが適当」と整理している。

供するMVNOが現れ、当該MVNO向けの接続料等と楽天モバイルの提供する小売料金との間で価格圧搾の疑念が生じた場合には、当該 MVNO からの申出等を受け、紛争処理スキームの中で、必要に応じて両者の関係を検証することが適当である。

また、今後、楽天モバイルが端末数シェアを伸ばし、第二種指定電気通信設備の指定を受けた場合には、モバイル・スタックテストのスキームの中で、必要に応じて、小売料金と接続料等の関係について検証・確認を行うことが適当である。

なお、「VI」が市場全体に与えた影響としては、MVNO にとって競争上の圧力となっている面があると思われるものの、むしろ、主に MNO３社に対する競争圧力として機能するとともに、市場の新規開拓の機能を果たしてきたものと考えられる。実際に、同社の参入後、MNO３社が対抗的な料金値下げを行ったことなどを踏まえれば、「VI」は市場全体として競争の活性化に貢献したという面が大きいと考えられる。

また、一般論として、新規事業者が、新規参入後の一定の期間、事業基盤となる顧客獲得のために、コストを賄えない水準で料金を設定することは、公正競争の観点から直ちに否定されるものではない。依然として MNO３社が８割以上のシェアを有するモバイル市場において、新規事業者に対する萎縮効果を抑制し、継続的・潜在的な競争圧力を確保する観点からは、新規事業者によるこうした料金設定について直ちに問題視することは適当ではない。

エ　その他

KDDI及び楽天モバイルの「一部ゼロ円」料金プランについて、価格圧搾の懸念が指摘されたが、MNO３社等がこれまで提供してきた「かけ放題」プランのように、各々の事業者が、一部利用例においてコストを賄えない料金プランを設計することは一般的に想定し得るものである。

価格圧搾の問題を含め小売料金が不当な競争を引き起こすものであるか否かの検証の必要性の判断に当たっては、単に料金プランの形式のみで判断するのではなく、競争への影響度合い等を踏まえて総合的・客観的に判断することが適当である。

４．いわゆる「転売ヤー」対策について

①　検討課題等

ア　いわゆる「転売ヤー」について

市場全体として、従来よりも安い料金プランが各社から様々な形で提供されるとともに、違約金の撤廃をはじめ、利用者にとっては、多くの選択肢の中から、自らのニーズに合った事業者・料金プランを比較的自由に選択できる環境が整いつつある一方で、こうした利用者にとって利便性の高い環境を巧妙に利用する者の活動によって、携帯電話業界の現場においてゆがみが出ているとの指摘がある。

具体的には、事業者やその販売代理店が端末の大幅な安値販売を行った際に、こうした安値で販売される端末を取得し、通信サービスの利用に用いることなく転売することによって利益を得ることを半ば業として行う者（いわゆる「転売ヤー」）が多く跋扈していることにより、現場においては次のような問題が生じているとの指摘がある。

- 人気端末等が転売ヤーに買い占められ、その端末を購入して通信サービスを使いたいという真の利用者が端末を入手できない状況が起きていること
- 「真の利用者」ではなく、転売ヤーに売らざるを得ない販売代理店スタッフの心理的な負担となっていること
- 転売による利益が反社会的な目的に利用されるおそれがあること
- MNPを利用した端末の安値入手を目的とする転売ヤーが急増することにより、MNPの「踏み台」とされるMVNO等の通信事業者にとって、事業の妨げとなる業務負荷が生じていること

端末が安く入手できること自体は購入者にとって望ましいことではあるが、大幅な安値販売が不用意な形で行われることにより、結果として転売ヤーの活動を助長し、上記のような問題が生じることは、電気通信の健全な発達という観点、また社会的に見ても望ましいものではない。

イ　いわゆる「転売ヤー」対策の具体例

事業者や販売代理店においては、端末の大幅な値引き販売施策を実施するに当たっては、こうした弊害が極力生じないよう、必要な対策を検討し、実施することが求められる。具体的に、例えば次のような対策を講じている例がある。

- 事業者において、割引の対象となる端末を「一人一台」に限定することで、一人の転売ヤーが多数の端末を入手するような行為を防いでいる。
- 端末購入に係る費用負担の軽減を図るための端末購入サポートプログラムを組み合わせた形とし、一定期間後に端末の返却を前提とすることによって、転売のインセンティブを抑制している。
- 家電量販店において、転売目的の購入を断ることを販売方針として定め、例えば当該量販店の会員情報に基づく購入履歴確認を行うなどの対策を講じている。

② 構成員及び事業者等の意見

ア いわゆる「転売ヤー」について

- 私が把握している現場の実態について、スタッフに話を聞くと、一括１円などのキャンペーンにおいて、端末がショップに入荷するやいなや、転売を目的とするであろう客がわさわさと現れて、根こそぎ持っていかれてしまうとのことであった。
- 明らかに転売を目的とする客には売りたくないというスタッフの気持ちは分かる。短期解約されるとペナルティが付くキャリアもあるので、スタッフは規制と現実の板挟みになっている。
- 端末単品値下げを用いたMNP合戦が激化し、キャリアショップもMNPのため自腹で対抗せざるを得ないといった状況下において、端末単品転売できる人気端末だけが目的の「転売ヤー」が来店する。転売ヤーに買い占められると、本当に必要な利用者に端末が行き渡らない。（第29回会合：全携協）
- 秋葉原をはじめ、転売品であろう端末が出品されているということは協会内でも報告されており、転売ヤー問題は、販売代理店にとって深刻であると考えている。（第29回会合：全携協）
- 現在MNO各社が実施している最新端末の安値販売は、MVNOの回線契約を使ってホッピング行為を繰り返し、安価に入手した大量の最新型ハイエンド端末を市場売却することで利益を上げる行為を誘発させるなど、一部利用者への著しく不適正かつ不公平な利益提供を行っているばかりか、これが詐欺グループや反社会的団体の資金源となる可能性も指摘されている。（第30回会合：MVNO委員会）
- MNOが最新端末を大幅に値引き販売している状況を受け、MVNOの回線

契約を踏み台として割引を受け、端末を安価に購入し転売するMNPの濫用行為、いわゆるMNPホッパーが急速に再燃している。(第30回会合:IIJ)

・　端末の安値販売及び転売によるMVNOへの影響について、アンケートに答えたMVNOの過半から事業に影響が出ているとの回答があった。具体的にどのような影響が出ているか資料の提出を求めたところ、いずれも短期解約が急増している状況が明らかとなった。(第30回会合:MVNO委員会)

イ　いわゆる「転売ヤー」対策の具体例

○　一人一台制限について

・（MNO４社に対し）転売目的での端末購入などが増加している問題に対して、どのような対策を実施しているのか、あるいは、どのような対策が考えられるか。

（上の質問に対する回答として）

・　一人一台限りというような形で販売をするようなことも行っている。（第28回会合：NTTドコモ）

・　転売の問題については大変悩ましいと思っており、当社の中で、これについて今、しっかりとした対応ができているという状況ではないので、こちらは、何かいいアイデアがないか、しっかりと考えていきたいと考えている。(第28回会合：KDDI)

・　転売の対策については、台数制限を行っている。一人一台までという形。なかなか定量的な評価は難しく、実際に定量的に測ることも難しいが、現場からすると、かなり効果が上がっているのではないかという感触は得ている。(第28回会合：ソフトバンク)

・　当社の転売対策としては、他社と同様に、人気の端末については、一人一台限りということで制限をしている状況である。(第28回会合：楽天モバイル)

（上の回答を受け、NTT ドコモ、ソフトバンク及び楽天モバイルに対し）

・具体的に、どのように「一人一台」に限定しているのか、同一人物が、別の日に、又は異なる店舗で同じ端末を単体で購入しようとした場合、どのように防げるのか。

（上の質問に対する回答として）

・　顧客管理システムによる一人一台の制御を実施している。同一人物が、別の日に、又は異なる店舗で同じ端末を単体で購入しようとした場合、使用者情報（名義、生年月日等）との突合により同一人物と判定さ

れた場合には、割引は適用不可としている。(端末購入自体は可能)（第28回会合終了後追加質問への回答：ソフトバンク）

(KDDI に対し)
・一人一台限り販売について実現の可能性はあるか。

(上の質問に対する回答として)
・当社では、販売代理店に卸した端末の販売に対して「一人一台限り」に制限するよう指示していることはないが、販売代理店の判断により実施していることがある。販売代理店においては、店頭システムに利用者の名前等を登録することで同一店舗での端末単体購入履歴の確認が出来るため、同一店舗での「一人一台」の管理を行うことは可能である。（第29回会合終了後追加質問への回答：KDDI）

・　転売ヤーに買い占められると、本当に必要な利用者に端末が行き渡らない。希少性のある在庫については、「お一人さま一台限りルール」を引き続き徹底させてほしい。(第29回会合：全携協)
・　転売対策については、一人一台の購入制限は抜け穴が多いとの実感があるため、一人一台の購入制限をするよりも先に、転売ヤーの利益となるような異常な安値での販売を止めるべきではないか。

○　その他

・　ショップスタッフに改めて話を聞くと、「一括１円」であると、すぐに回線も解約された上に端末が転売されて、何の法律も犯していない、おとがめなしの状態だが、「実質１円」販売は、２年後に端末の返却が条件になっているので、転売ヤーは前者を選択する。
・　機種変更など、本当に必要な人に在庫が無い状況となっているため、「スマホ転売購入撲滅宣言」として、一人一台制限のほか、販売に当たり、外装の開封や液晶フィルムの取り外しを行っている。(第29回会合：全携協)
・　白ロム端末の大幅な安値販売自体は現行法（事業法）や規律に違反するものではないので、これが不当廉売に該当するか否かは公正取引委員会において議論していただくとしても、まずは、様々な課題を生みだしている足下の転売ヤーの排除に重点を置くべき。各事業者等が既に実施している転売ヤー対策についてはそれぞれ成果が上がっていると聞いているし、NTTドコモがスマートフォンの箱にマジックで名前を記入するという取組を始めたとのことだが、国内での転売対策としては一定の効果が見込めることだと思う。システムで対応するには改修等

の時間がかかるので、転売ヤーの対応しなければならないショップスタッフたちの心理的な負担軽減のため、各事業者には、一刻も早く様々な転売ヤー対策を創意工夫して行っていただきたい。

・　転売による利益が反社会的な目的に利用される懸念があるが、それが実際に行われている場合には、現状の対策では不十分になってくると思う。転売ヤーの活動の問題点の大きさに応じて取るべき対応については、今後柔軟に見直していくことも必要ではないか。ただ、現時点で取りうる対策は、各事業者の工夫で相当程度効果があるものが多いとのことであり、まずはそれを見届けたい。

○　不適切な獲得件数の増加が疑われる例について

・　最新端末の安値販売を絡め、キャリア間のポートイン獲得競争が激化している。背景にはスイッチングコストの低下がある。消費者はより自分に合ったキャリアやプランに容易に変更できるようになり、逆にキャリアにとっては、ユーザが簡単に取られてしまうようになった。取られたら取り返すということで、ポートイン獲得競争になっている。ポートイン獲得の手段として、古くて新しい手法も含め、様々な寝技が出てきているなど、おかしなことが起こっているようだ。機種変更客を、一旦、他社にポートアウトさせてからポートインさせるとか、モール内で複数のキャリアショップを運営している販売代理店が客を回しているとか、一昔前に戻ったように感じる。

・　メインブランドの回線契約と併せて端末を購入後、販売店で、その場でオンライン専用プランへの移行を受け付けるという事例もうかがっている。（第30回会合：オプテージ）

・　大型ショッピングモールでブースを設置し、キャリアＡのサブブランドの呼び込みをしていた。「日割り計算はできないため、何日に申し込んでも月額使用料は同じ」という説明があったため、キャリアＢからＡのサブブランドへの乗換えを契約した。Ａの店舗に案内され、手続に１時間ほど要したが、その間、オンラインで自分自身で申し込んでいれば発生しないようなプラン名や契約内容の記載があったものの「こちらは関係ないですので」とのことで、具体的な説明がないままに契約書を受け取った。帰宅後、契約内容を確認したところ、キャリアＢからＡのサブブランドへの乗換えの間に、キャリアＡの本ブランドの新規契約を挟んでいることが分かった。その説明は受けておらず、また、月額使用料が日割り計算になっており、説明と異なることも分かった。後日、契約した店舗に伺ったところ、契約した当日は説明不足であったこと、

事実と異なる説明があったことは認めていた。（第29回会合：事務局資料４－３から抜粋）

③　対応の方向性

現在、端末の大幅な値引きは、MNO 各社及びその販売代理店において多く見られる。MNO 各社においては、販売奨励金等を通じて今後も大幅な安値販売を実施するのであれば、各社及び販売代理店における業務実態を踏まえつつ、法令上の問題点の有無等について確認した上で（例えば、転売ヤー対策の名目の下、事業法第 27 条の３の規律の趣旨に反する端末単体販売拒否等が行われてはならない。）、実効性のある転売ヤー対策を検討し、実施することが適当である。

総務省においては、MNO 各社に対し、対策の検討及びその実施状況について報告を求めるとともに、MVNO 等における短期解約者の数の推移等を確認し、転売ヤーによる弊害が継続していないか状況を注視することが適当である。その上で、改善が見られないようであれば、改めて必要な措置について検討することを視野に入れることが適当である。

また、乗換え利用者の獲得競争が激化していることを受け、販売代理店の現場においては、自社の利用者を一度他社に乗り換えさせた上で再度自社に乗り換えさせる、あるいは、複数の事業者の業務を受託する販売代理店において、利用者を複数事業者の間で回すような形で乗り換えさせることなどにより、乗換え利用者の獲得件数を不適切な形で増やしている例があるといった指摘もある。こうした行為は、事業者各社自身にとっても何ら事業上のメリットを生むとは考えられないにもかかわらず、他事業者の短期解約者を不必要に増やすなど市場全体にも弊害をもたらすものと考えられる。上記の対策の検討に当たっては、こうした「無意味な乗換え」を生まないような対策についても併せて検討・報告を求めることが適当である。

５．固定通信市場に係る課題

（１）　引込線転用による工事の削減

①　検討課題等

NTT東日本・西日本の引込線を利用する接続事業者・光コラボ事業者間で、利用者が事業者変更を行う場合に生じる引込線の撤去工事を不要とすることを目的として、2020年３月以降、NTT東日本・西日本、接続事業者（KDDI）及び光コラボ事業者（NTTドコモ、ソフトバンク）間で協議を進めてきたものの、撤去工事を不要とするためにどのようなスキームを採用するかについて、合意形成が難航していた[102]。

これを受け、本ＷＧの第20回（2021年６月）において、検討を加速するため、総務省も協議に介入すべきとの意見が構成員から出たことを踏まえ、同年６月から総務省が事業者間協議にオブザーバーとして参画した。また、同年７月からはソニーネットワークコミュニケーションズ（接続事業者）も協議に参画したほか、報告書2021への意見募集の中で、NTT東日本・西日本からは、「2021年９月までに具体的な運用方法を取りまとめる」旨の意見提出があったところである。しかしながら、2021年９月30日の事業者間協議においても合意に至らず、スキームの決定は見送りとなった。

その後も、2021年10月以降、NTT東日本・西日本は、各事業者と個別に協議・調整を重ね、採用するスキームの方向性は固まりつつあるものの、ソフトバンクから、報告書2021の記載[103]も踏まえ、「スキームの決定に先立ち、まずは、自己設置事業者等も対象とするか否かの方向性を示していただかないと、どのスキームであっても参入することは困難である。」旨の主張が

---

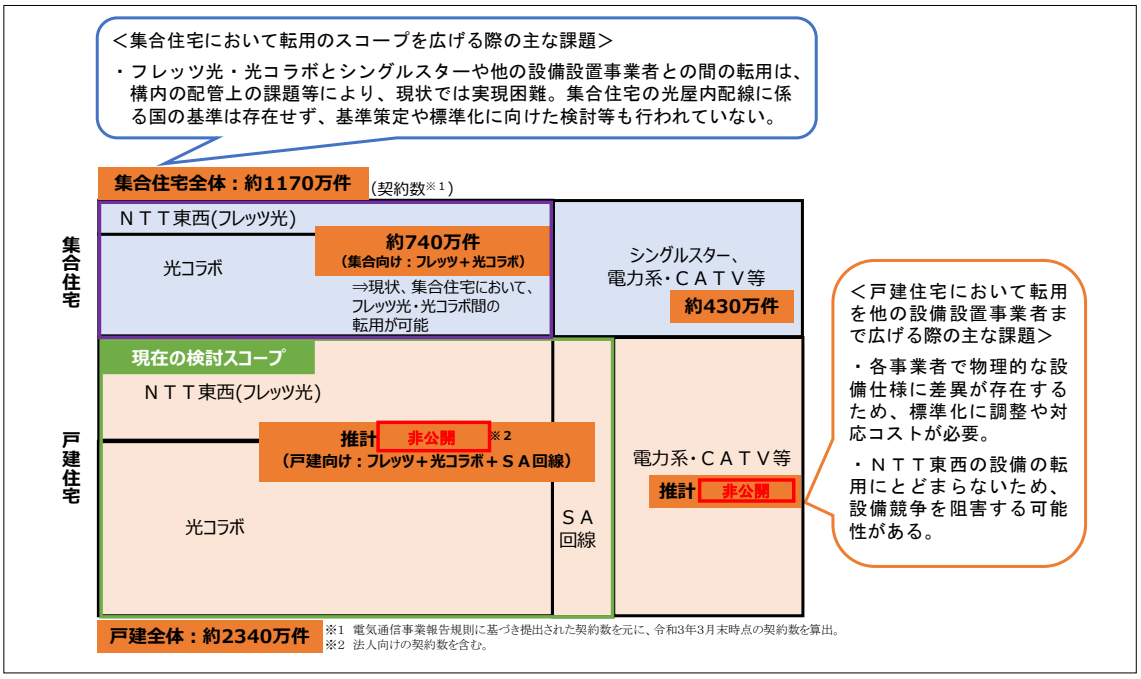
[102] スキームの候補とされた案のいずれも、技術的には全事業者が採用可能であったものの、実現するためのコスト（システム改修費等）、実現までの期間、利用者利便等の面で折り合わなかった。

[103] 「現在の協議で検討されているスキームは、接続事業者や光コラボ事業者の戸建における工事を前提としたものであり、自己設置事業者や集合住宅については、当該スキームの対象とはなっていない。構成員からは、自己設置事業者も含めて協議を実施することを検討することや、電気やガス等の他のインフラ系サービスと同様に屋内配線を標準設備化することにより、屋外工事のみでサービスを利用できるよう検討することについて意見があったところであり、総務省及び関係事業者においては、まずは課題の整理を行い、対応の可能性について検討することが適切である。」

されている[104]こともあり、今なお採用するスキームの合意・決定には至っていない。

このような状況の中、本WG第31回（2022年５月24日）において、引込線転用スキームの対象とするスコープと課題等を検討すべく、転用のスコープをNTT東日本・西日本以外の自己設置事業者や、集合住宅にまで拡大する際の課題について、ソフトバンク、NTT東日本・西日本、オプテージ及び日本ケーブルテレビ連盟からヒアリングを行った。

【図表Ⅲ－13　引込線転用スキームの対象とするスコープと課題等】



出典：本WG（第27回）（2022年４月１日）資料

② 意見

ア 構成員の意見

・ （事業者変更の前後で）宅内で違うケーブルを使用するのであれば、少なくとも現在は引き直しをせざるを得ないが、全く同じ（NTT 東日本・

[104] 当該主張の論拠としては、現在協議の対象となっている範囲（引込線の設置事業者はNTT東日本・西日本であり、かつ、戸建住宅に係る引込線に限る。）のみにおいて、引込線転用や工事削減の検討を行っても、FTTHアクセスサービス市場全体から見れば部分最適となってしまい、現在の範囲で転用を実現した後に自己設置事業者も転用の対象に含めることになった場合、再度システム開発やオペレーション追加の対応が発生してしまうというもの。

西日本が設置した）ケーブルを使っているのにもかかわらず、宅内ケーブルを引き直さないといけないのは無駄であり、転用ができるように是非検討を進めてもらいたい。

一方で、NTT が提唱する IOWN のような、次世代のブロードバンドサービスにおいては、（NTT 東日本・西日本以外の自己設置事業者が設置するものも含めて）宅内配線の標準化を進めてもらいたい。

- 現在の検討スコープとなっている部分（NTT 東日本・西日本が戸建住宅に設置する引込線の転用）だけでもかなり大きなシェアを占めており、早期に実現させることが必要。
- 本件は、ずいぶん前から事業者間協議を進めていたものであり、そろそろ結論が出ている頃だと思っていたところ、協議が進んでおらず、引き続き合意形成に難航しているということで、少し驚いた。

NTT 東日本・西日本の回線を撤去・再移設するのではなく転用するということは、効率性・合理性の観点から望ましいことで、コストが下がり工期も短くなるなど、最終的にはユーザへのメリットも期待できるため、できるところから早急に実現する努力をしてほしい。

スコープを（NTT 東日本・西日本以外が設置する引込線まで）後で広げることで追加の対応やコストが増えるということだが、増えるコストがどの程度で、それが、今の検討スコープでの実現を半年か１年遅らせることで失う利益を大きく上回るようなものなのかどうかは疑問である。

将来のあるべきネットワークを踏まえて標準化等を考えることは重要である一方、現在のネットワークを前提に何かを決めることで将来のネットワークや標準化等に対して特に大きな障害になることがなければ、今できることと、将来に向けてなすべきことを分けて考え、まずはできるところから実現すべき。

- （NTT 東日本・西日本と）設備競争している相手にまで、引込線の転用をお願いして、NTT 東日本・西日本の仕様に全部合わせることは、設備競争阻害要因が増すのではないかと感じる。利用者の設置コストを下げることとの選択の問題ではあるが、設備競争を守っていくことの方が価値が高いのではないか。

また、集合住宅での転用については、建築事業者の問題でもあり、建築業界で標準化したものを導入するようなタイミングが来れば、転用にあたっての障害も減っていくだろうが、まずは実現可能性の高い戸建での転用の実現を目指すべきだ。

- これまで検討がスムーズに進まなかった一因として、ソフトバンク

から、引込線転用の検討スコープをできるだけ広げようという理想論的な発案があったことがあるが、それを実現するためには、解決しなければならない課題が非常に山積していると理解している。さらには、オプテージの説明にあったように、設備競争を大きく阻害するリスクも存在しているものと理解。ソフトバンクのように光コラボで卸を受けて営業している事業者は、自己設置事業者に比べると低コストで対応ができる一方で、自己設置事業者にかかる負担の大きさというのは計り知れない。ソフトバンクの語るような理想も、長期的にはメリットがあるかもしれないが、検討スコープを広げることによって、かえって公正競争を損なう面があるのではないか。

- 固定市場における引込線転用の課題について、ソフトバンクは、スイッチングコストを低減させることが大事であり、消費者利便や公正競争上の観点では、FTTH アクセスサービス市場全体での転用を実現していく必要があるとしている。他方、モバイル市場における携帯端末の対応周波数制限については、スイッチングコストの低下という観点では、全キャリアで対応することや、それに向けたルール化が必要と思われるが、（異なった方向性の意見を述べていたように見受けられるところ、）固定とモバイルで、ソフトバンクは政策的に何か違う意見を持たれているのか。
- ソフトバンクには、スイッチングコストの低下や競争環境の整備を通じた消費者利便や公正競争の促進に、今後も前向きに対応してもらいたい。
- これから Beyond５Ｇなど、光のネットワークもアップグレードしていくに際して、総務省において、設備の標準化や共用可能な設備構築といったことを推進してもらいたい。一度、各事業者が独自に設備を構築してしまうと、転用が困難になり、スイッチングコストが非常に高くなるということが、本件を通じてよく分かった。
- 一番問題なのは、宅内配線まで事業者の資産になっていることだ。例えば、自宅をリフォームしようとして、ONU 設置箇所のリフォームをしようとすると、現在は仮移設と復元に事業者の工事や、その手数料が発生してしまうが、リフォーム会社が構内配線の工事も行えるようになってほしい。

ブロードバンドがユニバーサルサービス化され、場合によっては一つの家庭に複数の回線を引き込むということも想定される中で、標準化というよりはオープン化と表現すべきだが、事業者の資産なので事業者でないと工事できないという体制は見直す方向で検討いただきた

い。

イ　事業者等の意見

- 引込線転用の目的はスイッチング障壁の低下であり、消費者利便や公正競争といった観点からは、戸建住宅においては、FTTH アクセスサービスの市場全体で転用ができることが理想である。一方で、電力系・CATV を含めての検討に当たっては、技術面や資産管理面、同一市場内でスイッチング障壁の格差が生じた場合の影響などの点について課題があることは認識しており、それらの課題も踏まえ、転用スキームの範囲について、現実的な解を整理していく必要がある。（第 31 回会合：ソフトバンク）
- フレッツ光・光コラボ・シェアドにおける引込線転用を先行して実施するということについては、反対ではない。一方で、利用者利便や公正競争の観点、また、コラボ間の事業者変更においては全事業者同時に開始したことを踏まえれば、全事業者が同時に転用を開始すべきである。（第 31 回会合：ソフトバンク）
- （自己設置事業者からのヒアリングを踏まえ）技術面など、各者で仕様に差異があるところもあり、課題が多くあるというところは見えたと認識している。一方で、それらの課題解消が本当に難しいのかといったところについては、全て結論が得られたわけではないのではないか。（第 31 回会合：ソフトバンク）
- 当社は、固定通信分野であっても移動通信分野であっても、スイッチングコストに対する考え方に相違はない。（第 31 回会合：ソフトバンク）
- 戸建住宅における転用については、事業者によって使用する芯線数等の物理的な設備仕様の相違があることに加え、円滑な転用工事の実現には各設備保有事業者・工事会社間での情報連携の仕組みが必要となるなど、自己設置事業者同士の引込線転用スキームの導入に当たっては、下記のような課題がある。

（ア）物理的な設備仕様の相違

利用ケーブル（当社は光ファイバ１芯相当、他社では２芯のケースもあり）が異なっている。また、電柱でのケーブル添架位置が異なるため、ケーブルに余長がある場合に限り設備転用が可能である。光ファイバ終端のフィルタ有無や光コンセント有無など、宅内側設備でも仕様が異なっている。

（イ）工事実施方法の検討

設備保有者・工事会社が異なるため、廃止新設の順序性を持った工事を行うには新たな連携の仕組みが必要である。また、ケーブルの余長不足等により設備転用が行えなかった場合に、新規に設備構築して開通する、あるいは旧事業者を継続利用するなど、利用者説明や切り戻し方法の検討が必要である。

（ウ）保守方法の検討

光ファイバや引留具等の関連物品も含め、設備転用の対象設備が自社のものと同じ手順や方法で保守が可能か、あらかじめ確認や、必要に応じ保守方法の見直しが必要である。

（エ）設備管理情報の適正利用に係る検討

設備転用可否を判断するための各社の設備管理に係る情報（設置場所・利用者等）について、事業者間で連携・共有し、適正に利用する仕組みが必要である。（第 31 回会合：NTT 東日本・西日本）

- 集合住宅での転用（横系光配線）についても、戸建の場合と同様の課題があるほか、建物状況と運用方法によっては、追加のルート確保や狭隘スペース等の課題も存在する。（第 31 回会合：NTT 東日本・西日本）
- 引込線には事業者ごとに違いがあり、これらを単純に転用することは困難な状況である。（NTT 東日本・西日本：IP 信号とテレビ信号を多重化し光ファイバ１芯で引込み、オプテージ：IP 信号とテレビ信号をそれぞれ別芯線で光ファイバ２芯で引込み、CATV（HFC 方式）：同軸ケーブルで引込み）（第 31 回会合：オプテージ）
- 設備事業者間での転用については、ケーブル仕様に加えてルートや引込場所が異なる場合もあり、従来に比べ、工事量や期間が増加する場合があることに留意が必要である。（第 31 回会合：オプテージ）
- 転用スキームを（NTT 東日本・西日本以外の）自己設置事業者の設備まで拡大する場合、品質の不均一化や、開通工期及び障害時復旧の長期化等の課題・懸念事項が存在することから、サービス品質や利用者利便の低下等に留意が必要である。（第 31 回会合：オプテージ）
- また、利用者との手続や事業者間の手続に加え、各種申請や工事そのものが増加するほか、設備を管理するための事業者間の共通データベースといった仕組みも必要となるため、事業者側の運用負荷や対応コストの増加に留意が必要である。（第 31 回会合：オプテージ）
- 設備管理方法や運用方法の見直しによって、自己設置事業者側のコストアップになると考えられるが、NTT 東日本・西日本に比べて事業規模の小さな中小事業者にとってはその負担は大きく、各社の事業運営に影響を及ぼすおそれに留意が必要である。加えて、仮に設備の標準化

にまで発展する場合は、設備競争にも留意が必要である。（第 31 回会合：オプテージ）

- 自己設置事業者と接続事業者及びコラボ事業者間での競争という観点では、設備の管理や運用に関するコストアップは自己設置事業者のみに影響するため、例えば、接続事業者やコラボ事業者とのコスト負担の仕組み等を検討するなど、競争を阻害しないような留意が必要である。（第 31 回会合：オプテージ）
- 引込線転用スキームを NTT 東日本・西日本以外の自己設置事業者に拡大することは、現状においては市場競争への影響など様々な課題があることから困難であり、まずは利用者利便の観点からも、現在のスコープで検討を進めることが重要である。（第 31 回会合：オプテージ）
- 当社としては、引き続き設備事業者として競争していくことで、利用者料金の低廉化や利用者利便の向上に貢献していく。（第 31 回会合：オプテージ）
- CATV では、通信と放送を伝送するため、２芯３波の方式を採用している事業者が多く、引込線は２芯ドロップケーブルを利用している一方、（NTT 東日本・西日本の設備を利用し）卸や接続でサービスを提供する事業者は１芯２波となるため、引込線をそのまま転用できるかどうかが課題である。また、通信と放送をセットで利用している利用者が、通信は CATV から他事業者に変更するものの、放送は CATV を継続する場合には、CATV 事業者の引込線利用を維持する必要が生じる。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）
- （NTT 東日本・西日本の設備を利用し）卸や接続でサービスを提供する事業者の場合、局舎内の分岐装置で４分岐、柱上で８分岐の計 32 分岐となっている一方、CATV 事業者は幹線分岐装置と引込線分岐装置で分岐を行い、64 分岐や 128 分岐となっている場合がある。このように分岐数が異なることから、引込線転用の際に光信号レベルの測定・調整を行う必要や、通信のために十分な品質を確保できない等の問題が発生する可能性がある。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）
- CATV 事業者と他事業者の引込線分岐装置（クロージャ）が同一の電力柱や電信柱等に共架・添架されてない場合、また、同一の電柱であっても設置している高さが異なる場合がある。この場合、引込線や幹線の延伸が必要になるが、延伸するための光ファイバの余長がない場合は、融着などの延伸作業が発生する可能性がある。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）
- CATV 事業者の自己設置では、引込線も自社の資産の場合が多く、ま

た、公設（公設公営、公設民営）の場合には自治体の資産となっている場合もあり、引込線の所有権を移転する場合には、会計上の対応も行う必要が生じる。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）

- 引込線転用の際には、転用先と転用元事業者間で管理情報の連携が必要となるところ、管理情報の連携を行うに当たっては、システム改修を行うことも想定され、CATV 事業者（特に中小）にとって大きな負担となることが想定される。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）
- CATV 事業者は全国に約 460 社存在し、その事業規模も様々であり、さらに導入している設備や仕様も同一ではない。このため、これらの事業者と上記課題について検討を行い、引込線転用に関する協議を行うことは、多大な時間と労力を要することが想定される。また、一定規模以上の事業者に限定した場合であっても、上記の課題が存在する。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）
- 自己設置事業者間の設備仕様の違いについては、各地域において、競合する事業者と激しい競争を行っている中で、利用者によりよいサービスを提供するために、それぞれの自己設置事業者が設備競争で切磋琢磨してきた結果である。（第 31 回会合：日本ケーブルテレビ連盟）

③ 対応の方向性

関係事業者・団体へのヒアリングの結果、戸建住宅における引込線転用について、NTT 東日本・西日本以外の引込線を自ら設置する自己設置事業者が設置する引込線にまでスコープを拡大することには、

- 自己設置事業者間で物理的な仕様に大きな差異があり、そのまま転用することは技術的に困難である上に、仕様に差異があるまま転用しようとすると、かえってサービス品質の低下や利用者利便の低下を招くおそれがあること
- また、そのような物理的仕様の差異を克服するために（仮に）標準化を進めるとすると、設備競争を阻害するおそれがあること
- そのほか、所有権の扱いや保守点検の責任分界などの運用面も統一する必要があるものの、その対応は、特に小規模な自己設置事業者にとって負担が大きいこと

などの多くの課題が存在することが明らかとなった。

また、集合住宅における転用についても、戸建住宅と同様の課題が存在する。さらに、構内の配管上の課題については、配管の所有者が主に住宅オー

ナーであることもあって現状では解決が困難である上に、集合住宅の光屋内配線に係る国の基準は現状では存在せず、また、基準策定や標準化に向けた検討等もされていないとのことである（国土交通省住宅局への聞き取りによる。）。

このように、引込線転用のスコープをNTT東日本・西日本以外の自己設置事業者（戸建住宅）や集合住宅まで広げることについては、スイッチングコストの低下といったメリットよりも、利用者利便の低下や設備競争の阻害などのデメリットの方が大きいと考えられる。したがって、現在事業者間協議において検討が進められている引込線転用スキームについては、NTT東日本・西日本の設置する設備かつ戸建住宅のみをスコープとすることが適当である。

以上の整理を踏まえ、NTT東日本・西日本をはじめとする協議参加事業者６社においては、速やかに事業者間協議を再開し、採用するスキームを決定した上で、引込線転用を可能な限り早期に実現することが適当である。また、総務省においては、引き続き事業者間協議にオブザーバー参加し、協議の進展状況を注視することが適当である。

引込線転用スキームの実現に際しては、利用者利便の向上や、公正な競争環境を確保する観点から、全卸先事業者・接続事業者の一斉参加という形態も含め、可能な限り多くの事業者が参加することが望ましいところ、例えば

- 当該スキームに参加することを念頭に、協議参加事業者６社以外の事業者において生じ得る課題の整理等について、関係事業者・団体において検討を進めるよう要請を行う
- 上記の検討結果も踏まえつつ、関係事業者・団体に対して参加の呼びかけを行う

など、総務省において、所要の対応について検討することが適当である。

（２） 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

① 検討課題等

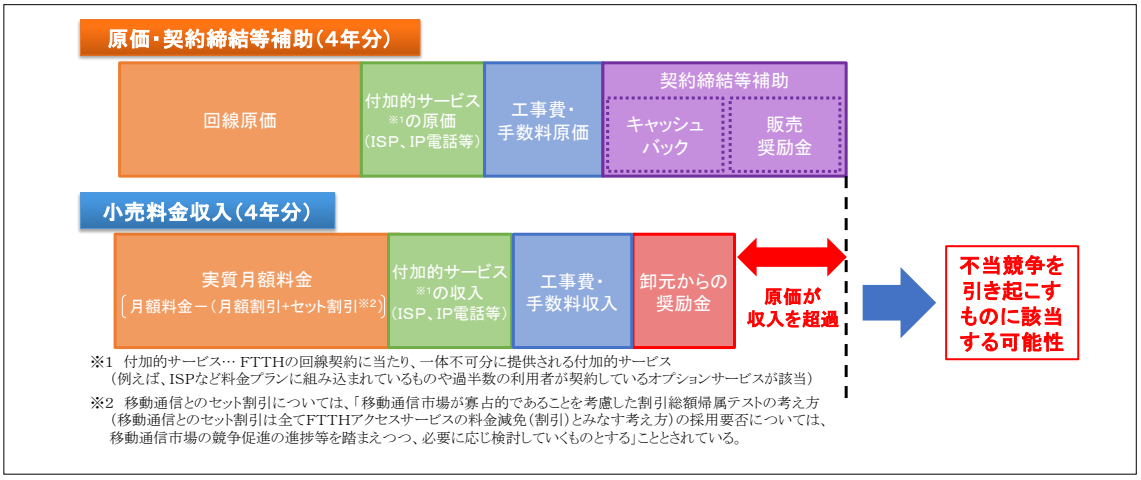
固定通信分野のうちFTTHアクセスサービスについては、多くの事業者が、キャッシュバックの提供やモバイル契約とのセット割を実施することにより顧客獲得を図っているという状況を踏まえ、本ＷＧ第６回（2020年７月21日）において、MNO３社（NTTドコモ、ソフトバンク及びKDDI）が行うキャッ

シュバック等の契約締結等補助やモバイル契約とのセット割引が固定通信市場の競争に与える影響について検証を行った。

その結果、直ちに不当競争が生じていると判断する状況にはなかったものの、検証に十分なデータが提出されていない状況と考えられたため、「対象となった３社と更に調整しながら、引き続きデータの精査を進め、検証の精度を高めていく必要がある」とされた。

これを踏まえ、報告を求める内容をより精緻化した上で、2021年６月３日に、MNO３社に報告徴収を発出し、６月末日までに各社から報告（同年３月末時点のデータ）があった。その報告内容を踏まえ、「FTTHアクセスサービスにおける不当競争の具体例について」（2019年６月28日報道発表）に基づき、事務局において改めて検証を行ったところ、NTTドコモ・ソフトバンクにおいて原価等が収入を上回る結果となったため、両者にヒアリングを行った。

【図表Ⅲ－14　検証方法】



出典：本WG（第 30 回）（2022 年５月 11 日）資料

② 意見

ア 構成員の意見

- 今回の検証に引っかかったからといって、競争政策上問題だという結論に必ずしも直結しているわけではなく、あくまでスクリーニングという認識。検証結果を踏まえ、こうした状況がどの程度、いわゆる排除行為につながっているのかということについて分析を深めていくことが重要である。

・　かつてNTT東日本・西日本自身がBtoCという形で売ろうとしてもなかなか売れなかったBフレッツという商品を、BtoBtoCである光サービス卸という方法で、しかもボリュームディスカウントも無く、大量販売してくれる卸先事業者に対しても原価は同額という前提で卸しているという状況を前提としながら、キャッシュバック等がどの程度市場に影響しているのかという点について、今後とも引き続きスクリーニングや分析をしつつ、排除行為の程度を判断していくことが大切である。
・　モバイルとのセット割については、キャッシュバック等と同様、顧客を獲得するために支払われる費用・支出であると考えられることから、契約締結等の補助に算入できるのではないか。
・　キャッシュバックや販売奨励金の費用や支出について、例えば収入補填や販促費の補助と扱われているのかなど、会計上どのように処理・措置されているのか（検証対象の事業者から）明確に示してもらった上で、どのように算入するのが適正であるか議論すべきであり、総務省に対してデータを提供してもらいたい。
・　セット割の原資がモバイル側から出ているとした場合に、具体的にはどこから出ているのか。モバイル側では、コスト以上の料金、すなわち超過利益を得ていると思われるような、同容量の他プランより価格が高いにもかかわらず、利用者がしっかりと判断せずに使っているままのプランもまだいくつか残っている中で、どういうところから原資が動いているのかということも検証しなければ、経営上の判断として許容される範囲なのか、競争上問題があるのか議論はできない。
・　セット割にはコスト的なメリットやその他事業上のメリットがあり、それをお互いの市場で享受しながらコストを按分していくことはあり得るものの、（片方の市場からもう片方の市場へ）一方的な収入補填が生じているとした場合に、競争上どのような問題があるのかについては議論する必要がある。

　特に、独占的な市場を持っている企業が競争的な市場を併せて持っている場合、独占的な市場での優位性や超過利潤で競争市場の方を補塡するなど、競争に影響を与えるとなると、競争上の問題として議論しなければならない。移動通信市場が独占だとは思わないが、今後は通信と通信だけではなく、通信と違うものとの様々なセット割がこれから登場すると思われるので、セット割については競争上の観点からしっかり議論したい。
・　キャッシュバックや販売奨励金などが、固定市場にどういった形で影響を及ぼしていくのかについて検証していきながら、考え方として

は、(それらの費用は) FTTH の方に寄せて考えていくというのが一つの理論的な在り方だろう。いずれにせよ、実態に即してどのように考えていくべきかという点は今後の課題であり、より精緻化して競争への影響を見ていくためにも、会計上の流れというのは明らかにしていく必要がある。

- セット割について、今回の検証では固定の方に全部寄せて判断しているという点について事業者から反論があったが、どちらに寄せるかについては今後議論していくべき。この点については、例えば家族全員のスマホの代金が毎月 1000 円以上安くなるということを売りにして顧客誘引力を持たせている場合には、FTTH の市場に与える影響も当然想定されるとともに、モバイル市場の方にも少なからぬ影響を与えているものと考えられる。今後、データなどをさらに詳細に分析していく中で、どちらにどのような影響を与えているかという全貌がいずれ把握できるようになり、事業者にとっても納得のいく形で検証できるようになることを期待している。
- 今回の検証では、セット割は、48 か月（４年間）で計算されているところ、実際には 10 年以上利用しているユーザが最も多い層になるということを踏まえると、セット割で差し引かれる収入というのは実はもっと大きく、セット割を４年分ではなく 10 年分にした場合には、収入がより原価を下回るという試算も成り立つのではないか。

イ　事業者等の意見

- ドコモ光は、様々なタイプ・プロバイダを選択可能なサービスであるほか、NTT東日本・西日本だけでなく、CATV事業者からも設備を卸受けした上でサービスを提供しており、ドコモ光の契約数が拡大すれば、ISPやCATV事業者の契約者数も拡大するビジネスモデルとなっている。（第31回会合：NTTドコモ）
- FTTH市場の事業者別シェアの推移において、市場占有の度合いを示すHHIは一貫して減少傾向にあり、各事業者のシェアが開いておらず、多数の事業者が存在することを示している。また、当社についても、契約数自体は引き続き増加しているものの、市場シェアは2020年以降横ばいとなっており、2021年９月末以降は漸減傾向にある。(第31回会合：NTTドコモ)
- 当社の割引施策は、他社と比べて過度なものではない。また、他社からの乗換えのキャンペーンは行っておらず、FTTH市場のパイを広げる新規獲得に注力している。(第31回会合：NTTドコモ)

・　本検証は、料金プランの一つを取り上げた収支モデルによる検証結果に過ぎず、一部の検証条件はさらに事業の実態に則したものとすることも考えられる。（工事費：無派遣工事等を含む工事費実績の加重平均額で算定。モバイルとのセット割：モバイル料金に対する割引として提供していることを踏まえ、モバイル・FTTHサービスの双方で按分して算定。算定期間：実際の利用者継続利用年数を鑑みた期間で算定。）（第31回会合：NTTドコモ）
・　以上のような市場の実態を踏まえれば、ドコモ光が不当競争を引き起こしているとは考えていない。（第31回会合：NTTドコモ）
・　現行ルール[105]では、FTTHアクセスサービスにおける原価と収入の関係が対象となっており、モバイル料金から割り引く固定とモバイルのセット割については考慮の対象外である。セット割を考慮せずに収入を計算すると、原価は収入の範囲内に収まっており、当社は現行ルールを遵守してサービスを提供している。（第31回会合：ソフトバンク）

③　対応の方向性

今回、事務局で定めた検証条件に基づき検証を行ったところ、NTT ドコモ・ソフトバンクの２社について、原価等が収入を上回った。

この検証結果については、
・　各社の代表的なプランについて、いくつかの検証条件を設定して行ったものであり、より実態に即した検証条件を検討する余地があると考えられること
・　そのうち特にセット割の扱いについては、更なる検討・議論が必要であると考えられること

を踏まえると、現時点において、直ちに不当競争を引き起こす状況にあるとまでは認められない。

他方で、
（i）光サービス卸の開始が表明された 2014 年以降、自己設置事業者や ISP から、光サービス卸を受けた MNO（NTT ドコモ・ソフトバンク）が提供するような水準でのセット割・キャッシュバックは提供できず、固定通信市場における競争環境をゆがめるおそれがある旨の指摘がされ続けていること、

[105] 「FTTHアクセスサービスにおける不当競争の具体例について」

（ⅱ） 情報通信審議会や市場検証会議における議論を通じて、総務省においてもその点は課題として認識されており、例えば「サービス卸ガイドライン[106]」では、光サービス卸の提供を受けてサービスを提供する際に、競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金を設定することが事業法（第29条第１項第５号及び第11号）上問題となり得る行為として規定されているのみならず、特にMNOが提供するセット割引に関して、料金設定について懸念が生じたときには（MNOが）合理的な説明を行うことが求められるとされていること

を踏まえれば、引き続き、NTTドコモ・ソフトバンクに対しては継続的に検証を行うことが適当である。

その際、検証条件についてはより精緻化することが望ましいが、特にセット割の扱いについては、ヒアリングの際に両者から意見があったところであり、更なる検討が必要である。具体的には、モバイル契約とのセット割については、モバイル料金に対する割引であることから、固定契約における収入から（全額を）差し引くことは適当ではないとの考え方が両者から示されたが、上述の（ⅰ）（ⅱ）に加え、利用者がFTTHアクセスサービスを選択するに際し、NTTドコモ・ソフトバンクが提供するサービスについては、モバイル契約とのセット割の存在が強い誘因となっていると考えられること[107]を踏まえれば、固定通信分野における不当競争の検証に当たって、モバイル契約とのセット割を少なくとも「一切考慮しない」ことは適当ではない。

また、セット割については、その提供に必要な費用も顧客獲得費用の一種と捉え、契約締結等補助として算入することも考えられる。

いずれにせよ、実態に即した検証条件とするためには、特にセット割・キャッシュバックについて、NTTドコモ・ソフトバンクにおける会計処理の実情について把握した上で、検証・議論を深めることが必要と考えられることから、総務省において、両者から報告を求めるための所要の対応をとることが適当である。

---

106 「NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」（2015年２月策定）

107 利用者アンケートの結果によれば、ドコモ光・ソフトバンク光を契約する利用者がそのサービスを選択した理由として、モバイル契約とのセット割引の存在が、いずれにおいても最多数（約40%）を占めている。また、MNO系光コラボ利用者のうち、約６割の者がFTTHアクセスサービスと「セットで携帯電話サービスの提供を受けている」と回答している。

その上で、必要に応じ検証条件等を精緻化の上、総務省において継続して検証を行い、その結果を本ＷＧに報告することが適当である。

なお、今回の検証対象だった３社のうちKDDIについては、同社のシェア推移を含む今後の市場環境の変化や、同社が提供するセット割・キャッシュバック等の実態等に鑑み、必要と認められる場合には、再度検証対象とすることが適当である。

第４章　おわりに

１．これまでの成果

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禁止等を柱とする改正法の施行から３年を迎えようとする今般、2020 年、2021 年に引き続き、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場への影響について３度目となる検証を行うとともに、モバイル市場等における課題について検討を行い、「競争ルールの検証に関する報告書 2022（案）」として取りまとめた。

改正法の施行（2019 年 10 月１日）後の３年弱を振り返ると、

① １年目、すなわち報告書2020の公表（2020年10月27日）までの間においては、事業法の運用体制の整備や事業者における規律内容に関する理解の定着、MVNOがMNOに支払うデータ接続料に関する予見可能性の向上（将来原価方式の導入）や音声卸料金に係る総務大臣裁定、第４のMNOとなる新規事業者（楽天モバイル）の参入等が進んだ。

② ２年目、報告書2020公表後から報告書2021の公表（2021年９月16日）までの間においては、携帯電話料金の低廉化を重要政策の一つと位置付ける菅内閣の下、総務省によるアクション・プランの策定及びこれに基づく各種取組の推進に加えて、公正取引委員会や消費者庁も含め関係省庁一体となってモバイル市場の公正な競争環境の整備に向けた取組が進められた。具体的には、利用者の乗換えを円滑にするための取組（MNPの原則無料化、SIMロックの原則禁止、eSIMサービスの導入等）が進むとともに、MVNOがMNOに支払う料金の低廉化（データ接続料の５割減を１年前倒しで実現、卸検証ガイドライン[108]に基づく音声卸料金の引下げ）、利用者の正確な理解を助けるための各種取組（全ての割引が適用された場合の最安値だけを強調した広告表示の是正や総務省による「携帯電話ポータルサイト」の開始等）といった総合的な取組が一気に進んだ。こうした取組を背景として、2021年春頃から、多くの携帯電話事業者が従来よりも大幅に低廉な料金プランの提供を開始し、利用者の乗換えも大きく進んだ。

③ ３年目、報告書 2021 の公表以降においても、MNO３社がなお多く抱えていた既往契約を含む全ての契約の違約金の撤廃、キャリアメールの持ち運びの実現など、利用者の乗換えを円滑にするための各種取組が引き続き進められるとともに、MVNO と MNO の間の卸協議がより実質的・活発に行われるようにするために事業法を改正するといった取組が進められた。料金面で

[108] 「指定設備卸役務の卸料金の検証の運用に関するガイドライン」（2020年９月策定）

は、２年目に進められたMVNOが支払う料金の低廉化等を背景に、MNO３社において長年引下げが行われてこなかった音声従量制料金について、MVNOが従来の半額以下となる水準でのサービス提供を開始するなど、引き続き、利用者の細かいニーズに応える多様な料金プランが提供されている。また、利用者による事業者の乗換えやプラン変更の動きも着実に進んでおり、新料金プランの契約数は、本年５月末時点で4,000万を突破するに至った。

上記約３年間の振り返りの中で述べた、個々の取組一つ一つについては、専門的な事項が多く、また、その取組事項も多数に上ることから、この分野についての専門的な知識がない一般利用者の方にとっては、全ての事項について細かい点まで正確に理解することは難しい面がある。

しかしながら、全体として見れば、上述の「アクション・プラン」において「３つの柱」として掲げられていた点、すなわち、

① 利用者の正確な理解を助けること（逆に言えば、利用者の理解を妨げるような商慣行や表示・説明を是正させること）
② 多様な事業者による多様で魅力的なサービスを生み出すこと（MVNOによる柔軟なサービス提供や事業展開が可能となるよう、MNOのネットワークを適正な形で開放・提供させること）
③ 利用者による乗換えを手軽にすること（逆に言えば、利用者の乗換えを阻むような仕組みや商慣行を是正させること）

に資する多くの取組を一つ一つ積み重ねてきたということに尽きる。こうした地道な努力の結果、事業者にとっては、「利用者に、分かりにくい形で高い料金を支払わせたまま、囲い込んでおく」という事業戦略を取ることが困難になり、結果として、利用者を獲得・維持するためには、従来よりも魅力的な料金プランを提供せざるを得ないこととなり、市場全体として特に通信料金面での競争が活発化してきたものと考えられる。

こうした競争の結果、利用者から見れば、改正法施行以前よりも低廉な料金プランが市場全体として広く提供されるとともに、利用者が自らのニーズに合致した事業者や料金プランを選択しやすい環境が整いつつあると評価できる。そして、実際に自らの利用するサービスを見直し、事業者の乗換えやプランの変更を行った利用者は、月々の携帯料金の支払いが大きく減るという形で改革の成果を享受していると考えられる。他方で、現時点では、なお多くの利用者が旧来の高額なプランに残っている。こうしたプランの利用者においては、是非、利用中のプランがニーズに合っているかを確認し、合っていなければ事業者の乗換えやプランの変更を行うことで、これまでの改革による成果を享受していただきたいと考える。

２．今回の検証結果

（１）通信料金と端末代金の完全分離についての検証

本章の冒頭で述べたとおり、改正法は「通信料金と端末代金の完全分離」と「行き過ぎた囲い込みの禁止」等をその柱としている。「これまでの成果」にて述べたとおり、「行き過ぎた囲い込みの禁止」については、MNO３社による違約金の撤廃など既往契約の解消に向けた道筋も見えてきており、改正法が目指した目的は達成されつつあるといえる。他方で、改正法のもう一つの柱である「通信料金と端末代金の完全分離」については、現時点においても課題が存在しており、当初目標の達成に向けてはなお道半ばと言わざるを得ない。

「通信料金と端末代金の完全分離」を実現するための規律の一つである「上限２万円規制」は、事業法改正前に行われていた通信料金収入を原資とする過度の端末値引き等の誘引力に頼った競争慣行について２年を目途に根絶することとし、通信市場・端末市場の双方の市場における競争をより働かせることを目指して導入されたものである。報告書 2021 においては、改正法施行前と比べて低・中価格帯の端末の販売割合が増加している点等を確認し、上限２万円規制の目指した効果が一定程度現れつつある旨を報告した。

その後、違約金の撤廃等によりスイッチングコストが低下し、利用者による事業者の乗換え・料金プランの見直し等が活発化する中、事業者間での利用者の獲得競争が激しくなってきている。利用者の獲得競争が進むこと自体は競争上当然に想定される動きではあるが、その手法として、MNO 各社及びその販売代理店においては、形式的には通信契約とは直接関係ない形で端末価格を大幅に値引き、実態としては、その大幅に値引いた価格を訴求して通信契約の利用者獲得に力を入れている傾向がうかがえる。実際、MNO 各社が販売した端末の価格帯別売上台数の構成比について、報告書 2021 と比較すると高価格帯の端末の割合が増えている傾向が確認できる。

現在の我が国の携帯料金の水準は、諸外国と比較しても中位又は低位にあるなど決して高くないことを踏まえると、MNO 各社及びその販売代理店が昨年から実施している端末の大幅な値引きの影響が、通信料金の引上げといった形で表面化しているとは認められない。

他方で、端末の大幅値引きを行っている MNO 各社においては、一昨年から昨年にかけての動きと比較すると、また、MVNO と比較しても、通信料金の引下げの動きが落ち着いている状況にある。通信料金の動向については、ある程度の期

間をもって注視する必要はあるが、今後、端末代金の大幅な値引きが続き、あるいはエスカレートする場合、通信料金の引上げなどにつながることも懸念される。

改正法の施行以前には、高額な端末を０円で販売しつつ、更に数万円のキャッシュバックも提供するといった極端な事例も見られるなど、現在よりも過激な、端末購入と合わせた極端な利益提供による顧客獲得競争が行われていた。改正法の施行に伴い、事業者と販売代理店の合計による上限２万円規制を導入したことにより、こうした改正法の施行以前のような極端な状況に陥ることは一定程度抑制できてきたと考えられるものの、MNO 各社及びその販売代理店は、今なお、過度の端末値引き等による誘引力に頼った競争慣行から脱却できていないと考えられる。

こうした状況を受けて、上限２万円規制を更に強化して、かかる状況が改善されるまでは利益提供の上限を０円に引き下げるべき、といった意見もある。しかしながら、現時点では通信料金の引上げ等明らかな悪影響が現れているとまでは言い難い状況にあることから、直ちに規制を強化するという結論を導き出すのは困難である。

他方で、現在の MNO 各社及びその販売現場の実態に照らし、過度の端末値引き等の誘引力に頼った競争慣行から脱却できておらず、MNO 自身が経済合理性はないものの競争対抗上実施せざるを得ないと考えている状況を踏まえると、現行の上限２万円規制を撤廃すると、以前の極端な状況にまで戻ってしまい、通信料金の下げ止まりや引上げ等につながることや、利用者間の不公平が広がる懸念が払拭できない。

このため、当面は現行の上限２万円規制を維持した上で、第２章で述べたとおり、その遵守の徹底を図っていくことが適当である。その上で、引き続き端末の大幅値引きの状況や通信料金の動向等を注視しつつ、上限２万円規制を含めた規律の在り方や更なる措置の必要性について検討することが適当である。

その際には、極端な端末の値引きについては、通信料金への影響のみならず、次のような弊害をもたらすおそれがあるとの指摘や懸念があることに留意する必要がある。

- 第３章 ４.において指摘した、いわゆる「転売ヤー」の問題を生じさせ得ること。
- 資金的に対抗できない MVNO が淘汰され、MNO による寡占状態が強まり得ること。
- ある MNO が割引を行うと、直ちに他の MNO で対抗策が講じられ、結局は、

MNO 間の消耗戦となって、端末を買い換える利用者だけが過度な利益を享受することになり得ること。ひいては、MNO 各社によるインフラ整備やサービス開発に向けた投資余力が削がれ、中長期的な電気通信市場全体の発達の阻害要因となり得ること。

- 大幅な割引の適用を受ける端末を頻繁に買い換える利用者とそうでない利用者との間で不公平を生じ得ること。
- 特定のメーカの端末に対して、他のメーカの端末よりも大幅な値引きが行われると、端末メーカ間の競争がゆがめられ得ること。また、例えばミリ波対応端末など先進的な技術に対応した端末と比較して、対応していない端末に大幅な値引きが行われると、かかる先進的な技術の普及の妨げの要因となり得ること。
- 新品の端末が中古端末よりも安く販売されると、中古端末市場に影響を与え得ること。

MNO 各社においては、端末の値引きを検討・実施するに当たっては、上限２万円規制の遵守を徹底するのは当然として、それに加え、上記のような指摘や懸念を踏まえて適切に対応することが求められる。

（２）その他の課題についての検証

本ＷＧにおいては、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場への影響について毎年定点観測的に検証を行うとともに、それ以外のモバイル市場等における個別の課題についても、毎年テーマを設定して検証・議論を行っている。

例えば報告書 2021 においては、市場全体として長年にわたり値下がりしてこなかった音声通話料金（従量制料金）について分析を行い、MNO３社が、自らが提供する音声通話料金（小売料金）について定額プラン等の導入を通じて実質的に引下げを行ってきた一方で、MVNO に対して提供する音声卸料金については長年にわたって全く引下げを行わず、実質的に「逆ざや」の状態となっていたことを明らかにした。その後、MNO３社が接続メニューの追加や音声卸料金の見直しを行ったことで、MVNO 各社からは、従量制料金を従来の半額以下にするといった動きが出てくるなど、競争が機能し、利用者にとって従来は提供されていなかった多様な選択肢が提供され始めている。

本年は、新たに携帯端末の対応周波数等、「一部ゼロ円」料金プランと価格圧搾の関係、いわゆる「転売ヤー」対策等を取り上げ、関連する事実関係の調査やデータの収集、関係者からのヒアリングなどを重ね、議論を行った。

この中でも、特に携帯端末の対応周波数等については、これまで十分な議論・検討がなされてこなかったが、通信・端末の分離や SIM ロックの原則禁止等といった政策の影響を受けて問題が表面化し始めてきていることを踏まえ、初めてこの問題を正面から取り上げて、端末メーカへのヒアリングも含めて議論を行った。

その結果、我が国においては、MNO 主導による端末販売が広く行われている中、国内の複数の MNO に対して共通的に利用できない端末であるにもかかわらず、共通的に利用できる端末よりも高額で販売されているといった、利用者の立場から見ると理解・納得し難い状況が存在することも明らかになった。現時点では国民的な議論が熟していないことに鑑み、ルール化・標準化等を推し進めることは見合わせたが、MNO 及び端末メーカにおいて、利用者の視点に立った自主的な改善の取組が進められることを期待したい。また、本ＷＧとしては引き続きこの問題について注視していくこととしたい。

報告書 2021 において指摘したとおり、電気通信サービスは、国民生活や産業活動において必需のサービスであり、これを提供する電気通信事業は高い公共性を有している。

その中でも携帯電話サービスは、国民共有の財産であり有限希少な電波（周波数）を利用して提供されるものであり、

- 国民一般には理解が必ずしも容易ではない無線技術が密接に関わるとともに、その技術革新が急速であること
- 電波の割当てを受けて事業展開を行う事業者（MNO）の数が限られること
- 我が国においては、携帯電話事業者が通信サービスと端末を一体として提供してきた慣習があること

など、一般的な財・サービスが提供される市場とは異なり、更には固定通信市場とも異なる特殊な事情が存在している。このため、モバイル市場全体として公正な競争環境が整っているか、未解決の課題はないかについて常に利用者の視点に立って検証を行うとともに、必要があれば一定の規律を課すことを検討していく必要がある。

また、上述のとおり、電波の割当てを受けて事業展開を行う MNO の数は限定されることから、多様な事業者の競争を通じた料金の低廉化やサービスの多様化・高度化を図っていくためには、MVNO が市場における競争の軸として機能することが極めて重要であり、そのためには MVNO が MNO と対等な条件で競争することができる環境を整備することが不可欠である。特に、第２章で指摘したとおり MNO と MVNO の料金水準が近接してきている中、第３章 ３.で指摘した価格圧

搾の検証作業が今後は重要になってくると考える。

３．今後に向けて

関係者には、本報告書に盛り込まれた事項について、必要な取組を早急に実施することを期待する。

本ＷＧにおいては、上述した視点に基づき、引き続きモバイル市場等の状況を確認・検証し、必要に応じて更なる対応について提言していくこととする。

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．各種資料

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）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	東京大学大学院 工学系研究科 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 ・電気通信事業法第 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	・事業者等ヒアリング（MVNO 委員会、IIJ、オプテージ、

2021年５月17日	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回会合及び第29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。

総務省

各種資料

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の執行の状況
（1）上限2万円規制に関する事項

制度の概要

3

改正電気通信事業法の趣旨

- 2019年10月1日に改正電気通信事業法（令和元年法律第5号。以下「改正法」とする。）が施行された。
- 改正後の電気通信事業法（昭和59年法律第86号。以下「事業法」とする。）第27条の3は、「通信料金と端末代金の完全分離」と「行き過ぎた囲い込みの是正」を内容としている。

① 通信料金と端末代金の完全分離

- 端末の購入を条件とする通信料金の割引を禁止
- 通信契約と端末購入を条件とする端末値引き等の利益提供について、
  - 通信契約の継続を条件とするものは、一律禁止
  - 通信契約の継続を条件としないものは、上限を2万円に設定（以下「上限2万円規制」とする。） 等

② 行き過ぎた囲い込みの是正

- 期間拘束有り契約の期間上限を2年に設定
- 期間拘束有り契約の違約金の上限を1,000円に設定
- 期間拘束有り契約と期間拘束無し契約の値差上限を170円に設定　等

電気通信事業法の一部を改正する法律の概要

4

・モバイル市場の**競争の促進**及び電気通信市場の環境の変化に対応した**利用者利益の保護**を図るために、電気通信事業法の一部を改正（2019年５月17日公布、同年10月１日施行。）。

モバイル市場の競争の促進

■ 事業者間の競争が不十分
- ☜ 大手3社による寡占（シェア9割）
- ☜ 端末代金と通信料金が一体化し、利用者に分かりにくく不公平。

■ 競争を促進するための基本的なルールを整備

○ **通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束などの行き過ぎた囲い込みの是正のための制度を整備。**

代理店への届出制度の導入

■ 代理店への指導は一義的には事業者に委ねられ、行政の現状把握が不十分

■ 代理店の業務の適正性の確保に資する制度を整備

○ **代理店に届出制度を導入することで、代理店の不適切な業務の是正の実効性を担保。**

事業者・代理店の勧誘の適正化

■ モバイル・FTTH等の苦情・相談は高い割合で推移
- ☜ 分野別の相談件数（2017年度）で見ると、「ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ接続回線（FTTH含）」は3.3万件（3位）、「移動通信ｻｰﾋﾞｽ」は2.4万件（8位）
（出典：全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET））

■ 利用者の利益の保護のためのルールを強化

○ **自己の名称等を告げずに勧誘する行為等を抑止することで、利用者利益の保護を強化。**

事業法第27条の3等のルールの概要

5

・モバイル市場の公正な競争を促進するため、電気通信事業法第27条の3等において、携帯電話事業者・代理店に対する規律を規定。
・対象役務※は、携帯電話サービス及び全国BWAサービス（スマートフォン、フィーチャーフォン、タブレット、モバイルルータ）
・対象事業者※は、MNO、MNOの特定関係法人、MVNOのうち利用者数の割合が0.7%を超える者（現行の告示で指定する対象事業者は合計34社）及び販売代理店

※ 対象役務・対象事業者は、電気通信事業法第27条の3第1項に基づき指定。

競争を行う際の最低限の基本的なルールとして、携帯電話事業者・代理店に対し以下の規律を規定。違反した場合は業務改善命令の対象。

通信料金と端末代金の分離

■ 端末の購入等を条件とする通信料金の割引を禁止

■ 通信契約とセット購入時の端末代金の値引き等の利益の提供について、
- 通信契約の継続を条件とするものは、一律禁止
- 通信契約の継続を条件としないものは、上限2万円に制限（先行同型機種の買取価格を下回ることも不可）

■ 端末代金の値引き等の利益の提供の例外

① 廉価端末
→ 0円以下とならない範囲で利益提供可

② 通信方式変更/周波数移行に対応するための端末
→ 0円未満とならない範囲で利益提供可

③ 不良在庫端末
→ 製造が中止されていない端末については、最終調達から24か月で半額までの利益提供可、
→ 製造が中止された端末については、最終調達から12か月で半額まで、24か月で8割までの利益提供可

※ 新規契約を条件とする通信料金の割引、利益の提供についても同様のルール

行き過ぎた囲い込みの禁止

■ 期間拘束契約の期間の上限 2年

■ 期間拘束契約の違約金の上限 1,000円

■ 期間拘束のない契約の提供の義務付け

■ 期間拘束の有無による料金差の上限 170円/月

■ 更新を伴う契約が満たすべき条件

① 契約締結時に、契約期間満了時に期間拘束を伴う契約で更新するどうかを利用者が選択可能

② ①の選択によらず料金その他の提供条件が同一

③ 契約期間満了時に、期間拘束を伴う契約で更新するかどうかを利用者が改めて選択可能

④ 違約金なく契約を解除可能な更新期間が少なくとも3か月間設けられている（自動更新なしの場合は1か月）

■ 継続利用割引時の利益の提供 1か月分の料金/年

「競争ルールの検証に関する報告書2021」以降の状況

6

○ 「競争ルールの検証に関する報告書2021」での提言

- 昨年、総務省において、MNO3社の販売代理店を対象に、上限2万円規制の遵守状況に関する覆面調査を実施したところ、相当程度の販売代理店において、規律の趣旨に反する端末単体販売拒否や端末購入プログラムの提供拒否が確認された。
- これを踏まえ、「競争ルールの検証に関する報告書2021」（以下「報告書2021」とする。）では、総務省において、引き続き、通報窓口や覆面調査を通じて事業法第27条の3の規律に反する行為が行われていないかの確認を行うとともに、今後、必要な制度整備をしていくことが求められるとされた。

○ 総務省における取組

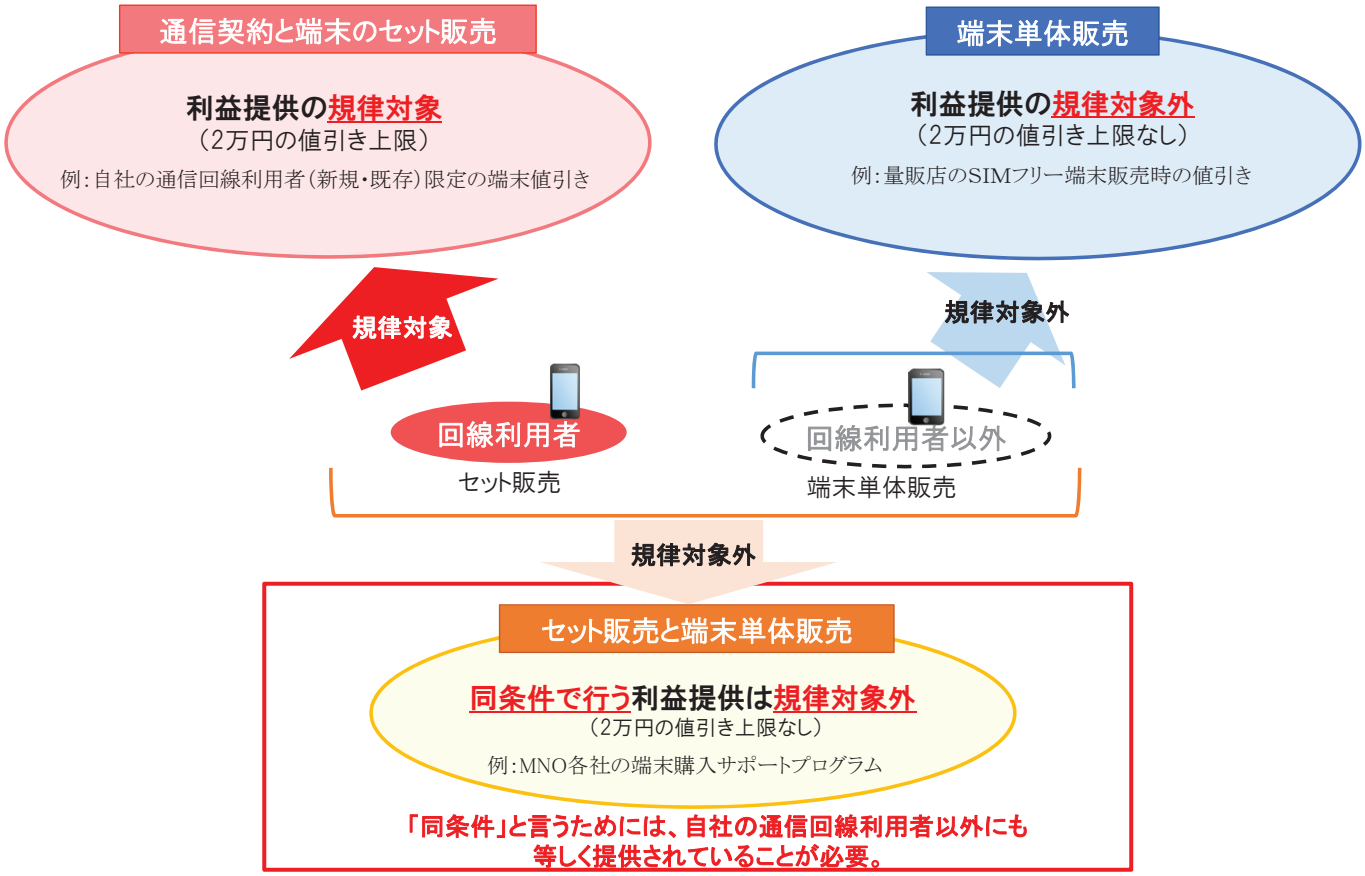
- 昨年9月、報告書2021での提言を踏まえ、MNO3社に対し、事業法第27条の3の規律に反する行為が生じないように不断の取組を行うことや、端末購入プログラムに関する取組等を要請した。
- 同じく昨年9月、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」の提言を踏まえ、販売代理店における不適切な行為や、それを助長していると思われる事業者の評価指標、指示、圧力、不作為等があった場合に、その情報提供を受けることを目的とし、「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」を開設した。
- 本年も昨年同様、上限2万円規制の遵守状況に関する覆面調査を実施した（MNO3社に加え、新たに楽天モバイルを調査対象として追加）。その結果、各社の代理店等において、違反または違反が疑われる事案が確認されたことを踏まえ、本年6月、MNO4社及び全国携帯電話販売代理店協会に対し、販売代理店の業務の適正性確保に向けた措置の実施等を要請した。

○ MNO3社における取組

- MNO3社は、昨年9月の要請を受け、端末購入プログラムに関する取組方針を表明した（①回線契約者と非回線契約者との間の形式的な提供条件の差異の撤廃、②正確な説明、周知の徹底に向けた最大限の努力）。

事業法第27条の3の規律における利益提供の考え方

7

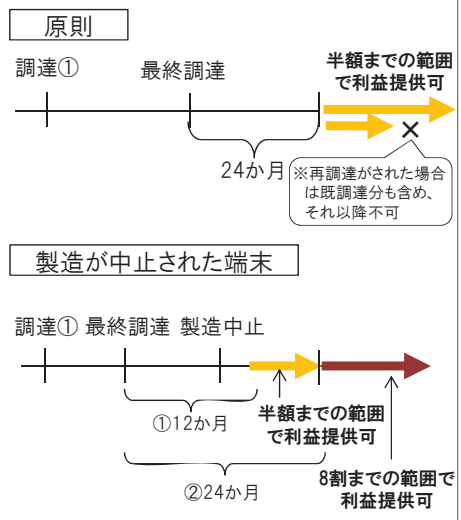


端末代金の値引き等の規律の例外

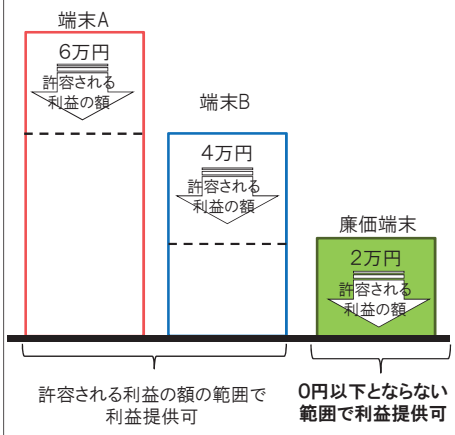
8

□ 端末代金の値引き等の規律について、**「不良在庫端末」「廉価端末」「通信方式変更／周波数移行に対応するための端末」は、通信役務の利用を求めるものの例外**となる。

不良在庫端末

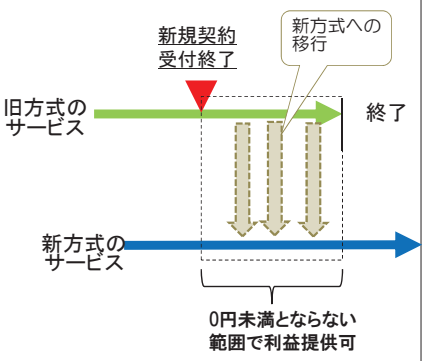


廉価端末



※ 廉価端末は、2万円（税抜）以下の端末。

通信方式変更／周波数移行に対応するための端末



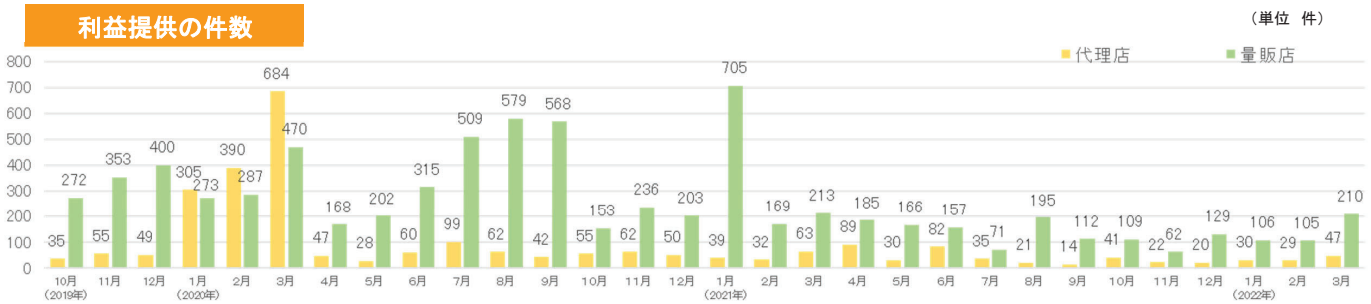
※ 新規契約の受付終了した通信方式のサービス利用者が新たな通信方式に移行（例：3Gから4G等への移行）するために購入する端末（周波数移行における場合のものも同様。）。

販売代理店及び量販店の不良在庫端末に対する利益提供の件数及び1件あたりの利益提供額

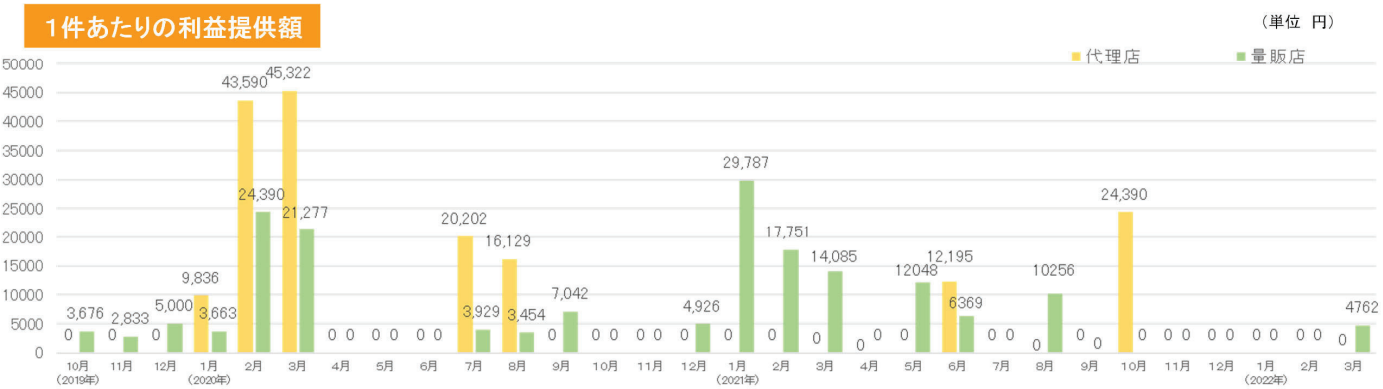
9

○ 販売代理店及び量販店の不良在庫端末1件あたりに対する利益提供の平均金額は、対象となっている機種の対照価格と比較して明らかに高い水準の額であるとは言えない。
→ この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されない。

利益提供の件数



1件あたりの利益提供額



注1）電気通信事業法施行規則第22条の2の16第1項第2号イに該当する不良在庫端末を販売した際に提供した利益の件数及び1件あたりの利益提供額（100万円以下を切り捨てて提出されている利益提供の総額を、件数で割って算出）を記載。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

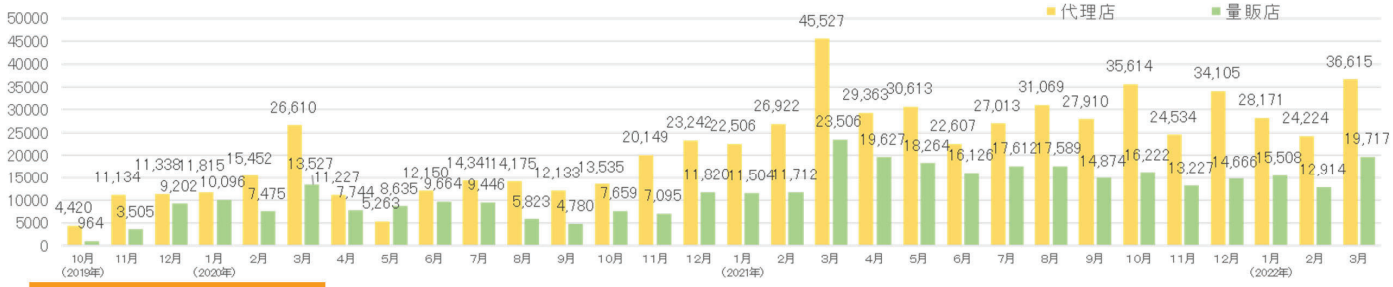
代理店及び量販店の廉価端末に対する利益提供の件数及び１件あたりの利益提供額

10

○ 販売代理店及び量販店の廉価端末1件あたりに対する利益提供の平均金額は、2万円以下に留まっている。
→ この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されない。

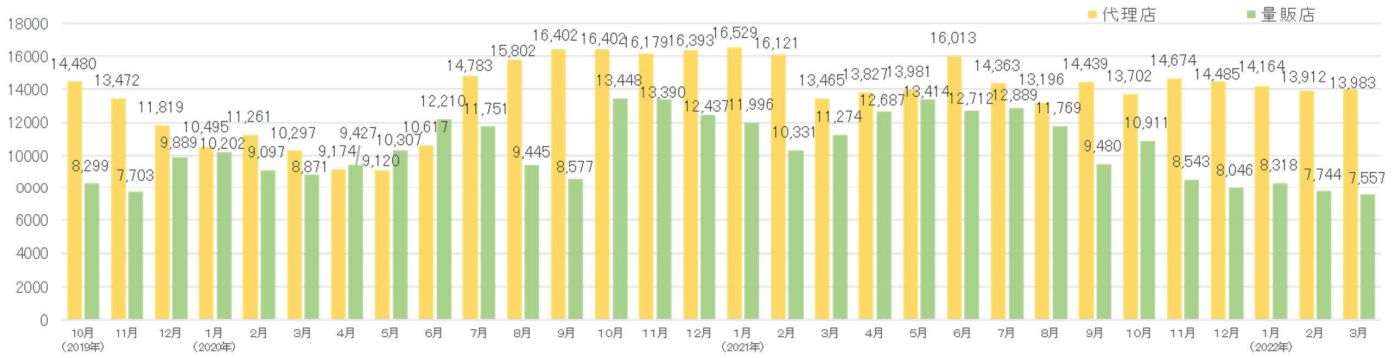
利益提供の件数

（単位 件）



１件あたりの利益提供額

（単位 円）



注1）2カ円以トの端末（廉価端末）を販売した際に提供した利益の件数及び、1件あたりの利益提供額（100カ円以トを切り捨てて提出されている利益提供の総額を、件数で割って算出）を記載。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

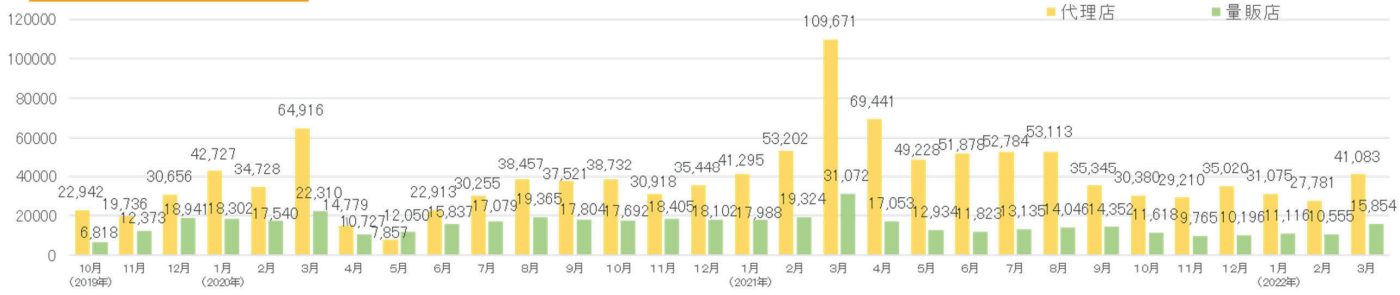
代理店及び量販店の通信方式変更・周波数移行に対応するための端末に対する件数及び１件あたりの利益提供額

11

○ 通信方式の変更に対応するための端末に対する利益提供の件数（販売代理店及び量販店計）は、毎月の3G契約の減少数（MNO3社計）より少ない。
→ この数値を見る限りでは、明らかに不適切な端末代金の値引き等が行われている兆候は確認されない。

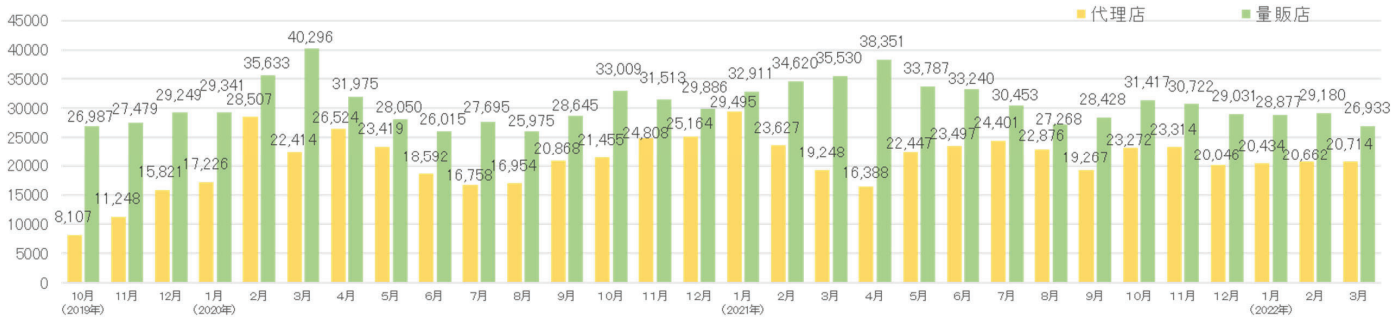
利益提供の件数

（単位 件）



１件あたりの利益提供額

（単位 円）



注1）3G端末の利用者に対して4G端末や5G端末を販売した場合等、通信方式の変更・周波数移行に対応するための端末を販売する際に行った利益の件数及び、1件あたりの利益提供額（100万円以下を切り捨てて提出されている利益提供の総額を、件数で割って算出）を記載。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

Ⅰ－1　事業法第27条の3の執行の状況
（２）既往契約の解消状況

既往契約の早期解消に向けた電気通信事業法施行規則等の一部改正

13

既往契約の早期解消に向けた取組の方針を踏まえ、**情報通信行政・郵政行政審議会に「電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令案」を諮問、答申を受領**（下記太字が主な改正箇所）。今後、速やかに改正手続を実施。

電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令（令和元年九月六日総務省令第三十八号）附則

（移動電気通信役務についての規定の適用に関する特例）

第三条　改正法による改正後の電気通信事業法（次項において「新法」という。）第二十七条の三第一項の規定に基づき指定された電気通信事業者が次に掲げる行為に際して約し、又は約させる料金その他の提供条件については、当分の間、新施行規則第二十二条の二の十七の規定は、適用しない。

一　施行日の前日（第四項の移動電気通信役務にあっては、令和元年十二月三十一日。以下この項において同じ。）において現に締結されている移動電気通信役務の提供に関する契約（以下この項において「旧契約」という。）の一部の変更（次に掲げるものに限る。）又は更新（施行日の前日における当該旧契約の提供条件（ロの規定による変更後のものを含む。）において更新することができることとされている範囲内で同一の条件で行うものに限る。）に関する契約の締結

イ　施行日の前日における当該旧契約の提供条件（ロの規定による変更後のものを含む。）において利用者からの申出により変更することができることとされている範囲内で利用者からの申出により行う変更

ロ　施行日の前日における当該旧契約の提供条件のうち**新施行規則第二十二条の二の十七各号のいずれかに該当するものを改めるために行う変更**（**当該変更後も当該旧契約の提供条件に同条各号のいずれかに該当するものがある場合において、当該旧契約の更新の機会を失わせるもの**その他当該旧契約の解除を行うことを不当に妨げることにより電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれがあるもの**を除く。）

二　第三世代携帯電話サービス（電気通信事業法施行規則様式第四に規定する三・九一四世代移動通信システム又は第五世代移動通信システムを使用するもの以外の携帯電話サービスをいう。）の提供に関する契約（その提供条件が施行日の前日に提供されていた契約の提供条件と同一のもの（この号の規定による変更後のものを含む。）に限る。）の締結**及び当該契約の提供条件のうち新施行規則第二十二条の二の十七各号のいずれかに該当するものを改めるために行う変更**（**当該変更後も当該契約の提供条件に同条各号のいずれかに該当するものがある場合において、当該契約の更新の機会を失わせるもの**その他当該契約の解除を行うことを不当に妨げることにより電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれがあるものを除く。）に関する契約の締結

2　略

3　**第一項の規定（同項第一号に規定する旧契約の更新に係る部分に限る。）は、令和六年一月一日までに廃止するものとする。**

4　略

＜②関係＞
不適合拘束条件を個別に適合させる（改める）**ために行う変更を新たに認める**もの。

＜②関係＞
不適合拘束条件を個別に適合させる変更であっても、**他の不適合拘束条件を残したまま既往契約の更新の機会をなくす（契約期間（更新）を撤廃する）変更は認めない**こととするもの。

＜②関係＞
上記のほか、**行き過ぎた囲い込みの禁止の趣旨に反するような潜脱的な変更が行われることを防止**するために規定するもの。
※具体的な事例に応じ、「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」で考え方を明確化。）

＜②関係＞
3Gのみ契約についても、上記3点と同様の規定整備を行うもの。

＜①関係＞
「当分の間」の経過措置として認められている、**既往契約の「更新」に係る特例**（3Gのみ契約に係る部分を除く）**を令和5年末をもって廃止する方針**を規定するもの。
（廃止のための省令改正は別途実施）

既往契約の早期解消に関する取組の状況

14

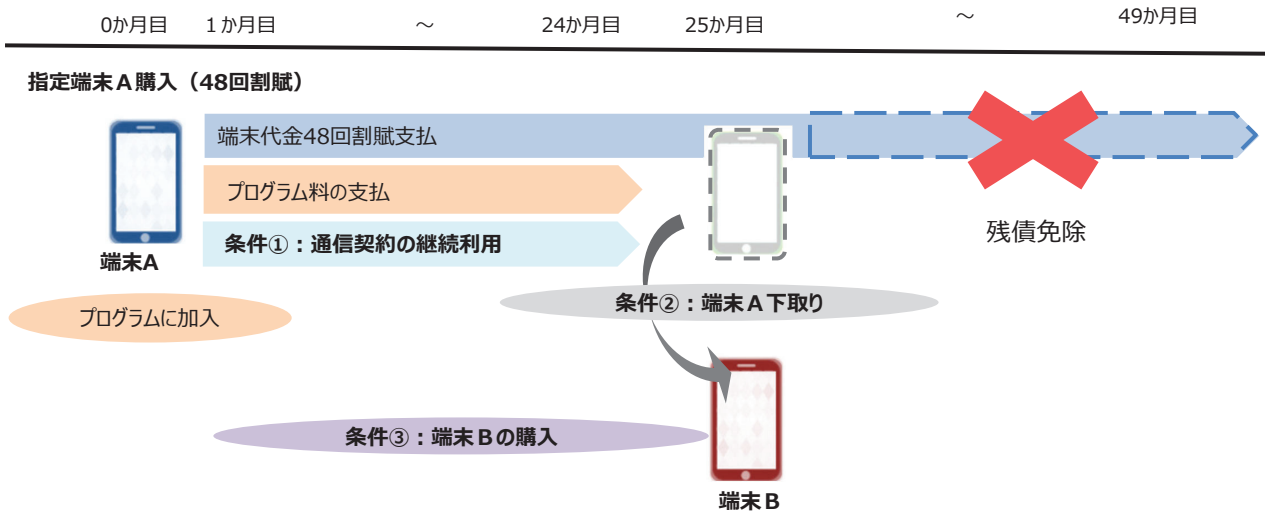
■：総務省による取組
■：要請を受けた事業者の取組
■：事業者の自主的な取組

令和3年9月16日	「競争ルールの検証に関する報告書2021」公表
17日	報告書2021での提言を受け、総務省からMNO3社に対し要請を発出
10月1日	NTTドコモが違約金の留保を撤廃 以降、全ての契約の違約金を免除
令和4年1月31日	電気通信事業法施行規則等の一部を改正する省令の公布・施行
2月 1日	ソフトバンクが約款上で全ての契約の違約金を撤廃
4日	総務省から、改正法施行当時より事業法第27条の3の規律の対象となっている電気通信事業者19社に対し、上記省令の施行を踏まえた既往契約の解消に向けた取組について要請
18日	NTTドコモが約款上で全ての契約の違約金を撤廃
3月16日	ソフトバンクが旧端末購入プログラムの回線契約継続条件を撤廃
4月 1日	KDDIが 約款上で全ての契約の違約金 及び 旧端末購入プログラムの回線契約継続条件 を撤廃

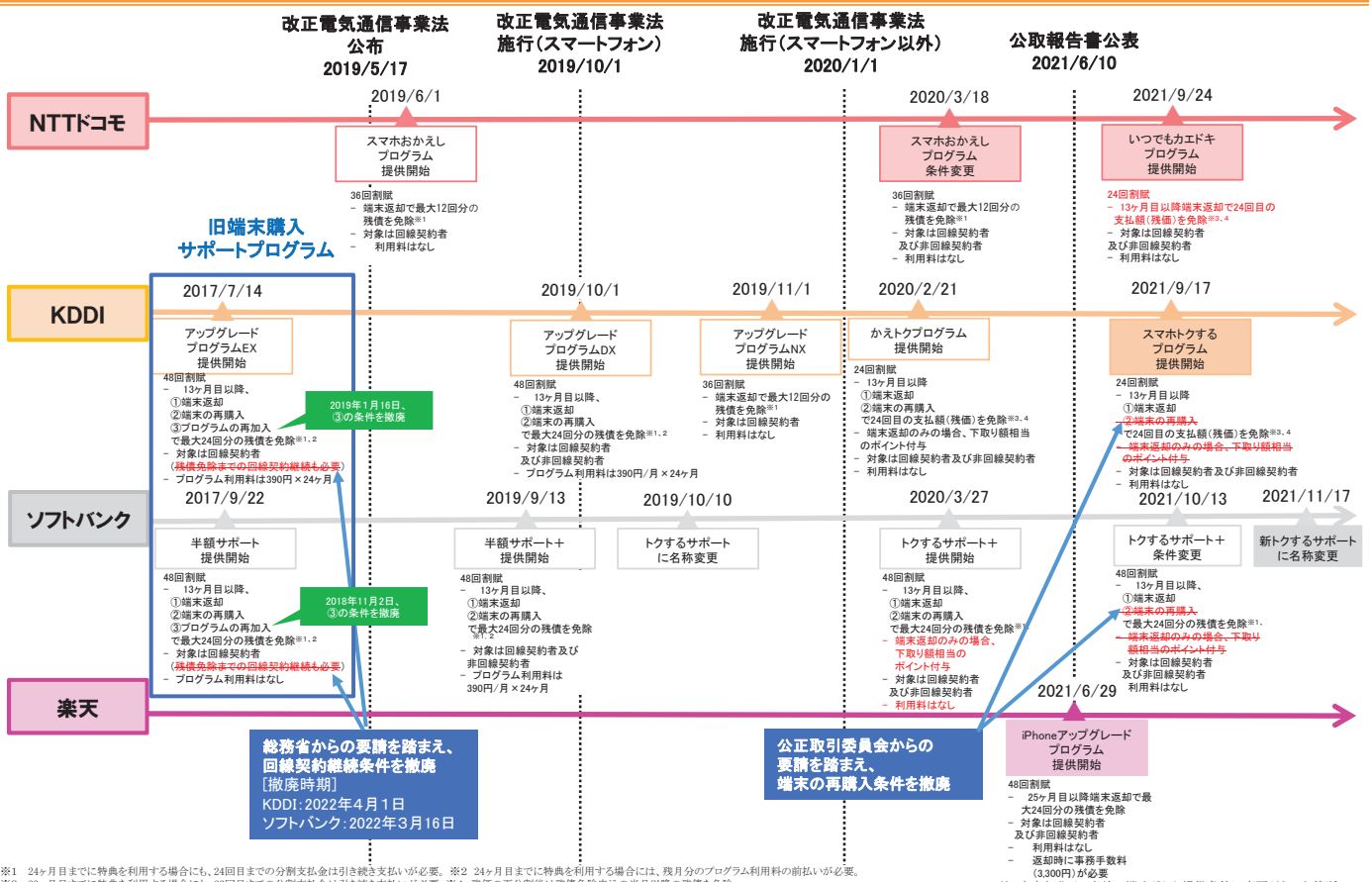
旧端末購入サポートプログラムの概要

15

- 改正法の施行前に、KDDI（2017年７月~2019年９月）及びソフトバンク（2017年９月～2019年９月）は、**指定端末の48回割賦での購入**を加入条件としたオプションプログラムを提供していた。
- 以下の条件を満たした場合に、旧端末の割賦残債（最大２年分）が免除されるプログラムとなっていた。
  ①割賦残債の免除を受けるまでの間、**通信契約を継続している**こと。
  ②**旧端末を下取り**に出すこと。
  ③**新たに端末を購入する**こと。



各社の端末購入サポートプログラムの変遷



※1　24ヶ月目までに特典を利用する場合にも、24回目までの分割支払金は引き続き支払いが必要。※2　24ヶ月目までに特典を利用する場合には、残月分のプログラム利用料の前払いが必要。
※3　23ヶ月目までに特典を利用する場合にも、23回目までの分割支払金は引き続き支払いが必要。※4　残債の再分割後は残債免除申込の当月以降の残債を免除。

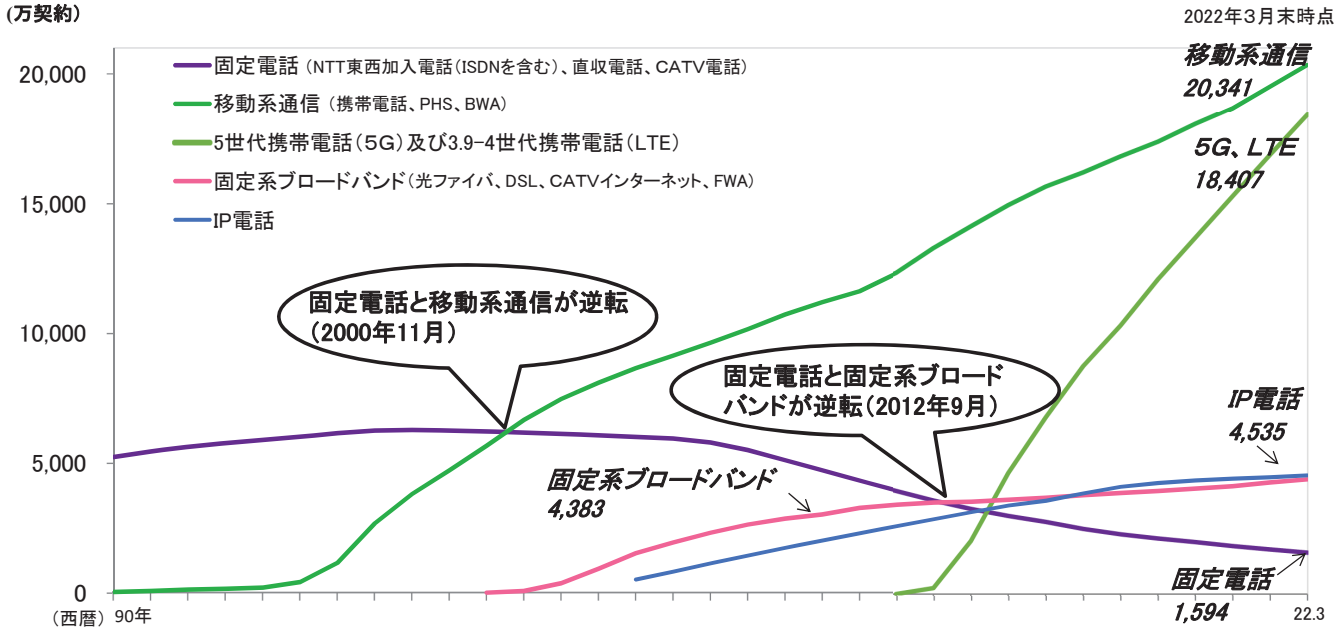
注：赤字部分は、直前の端サポから提供条件に変更があった箇所。

Ⅰ-2　モバイル市場の現況と分析
（1）モバイル通信市場の動向

電気通信サービスの契約数の推移

18

○ 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（20,341万件）。
○ 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（1,594万契約）。

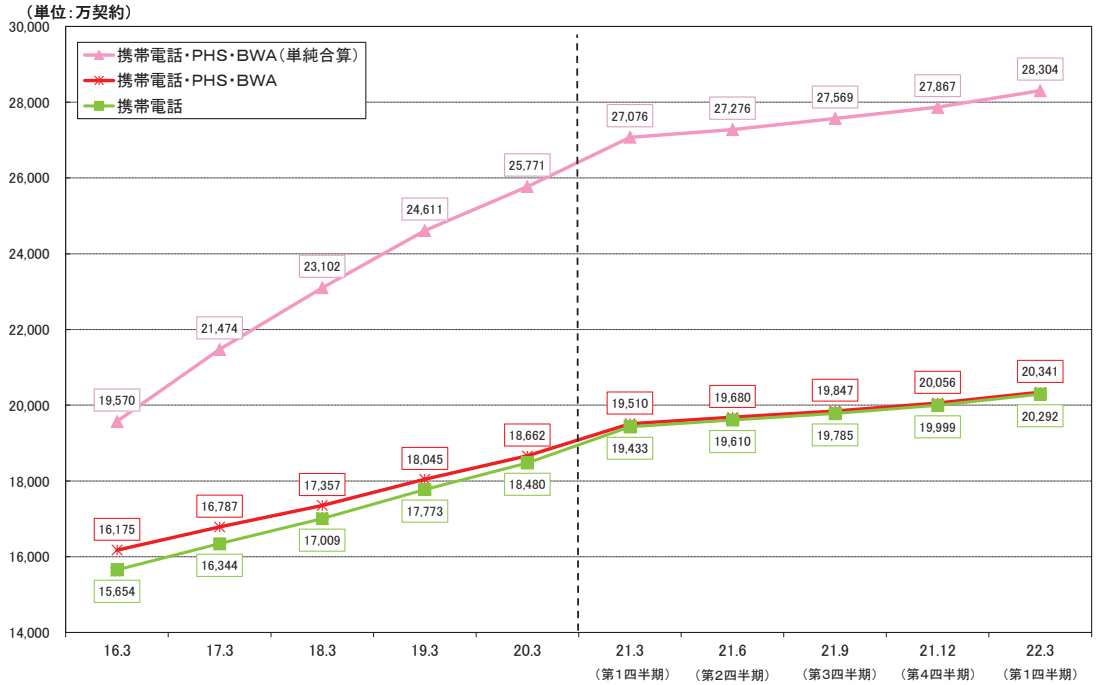


注１：各年は３月末時点の数字。
注２：移動系通信は、2013年度第２四半期以降グループ内取引調整後の契約数、2013年度第４四半期以降は携帯電話、PHSに加えBWAを含む契約数。

移動系通信の契約数の推移

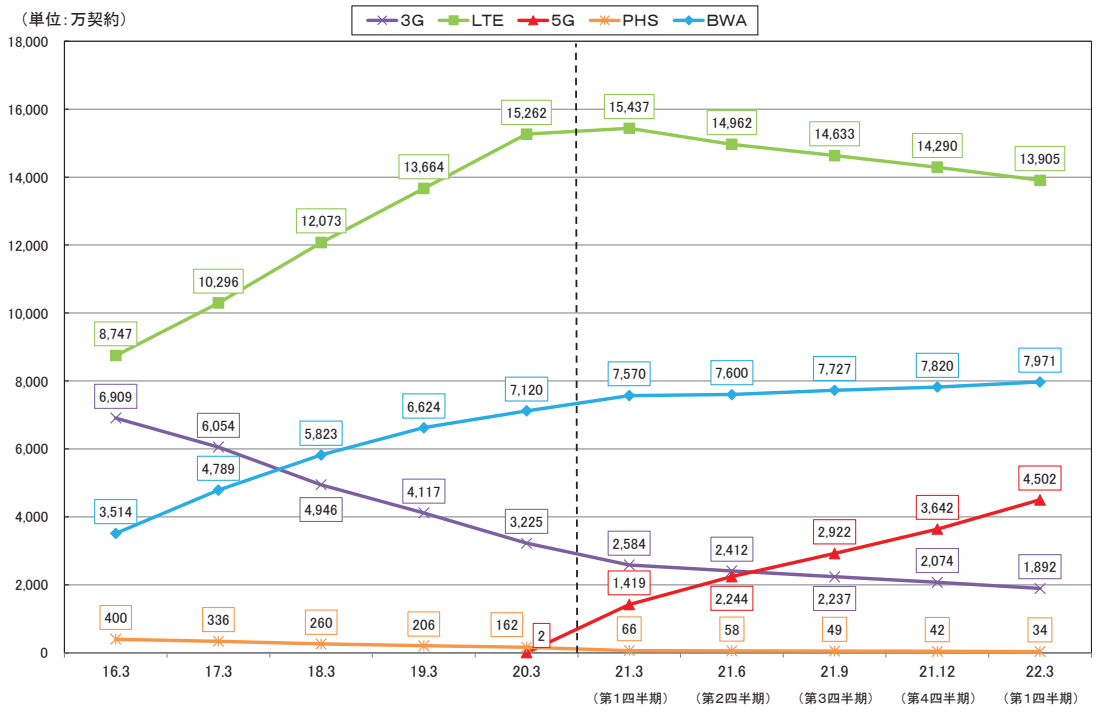
19

○ 移動系通信（携帯電話、PHS及びBWA）の契約数は前年同期比+4.3%、携帯電話の契約数は前年同期比+4.4%となっている。



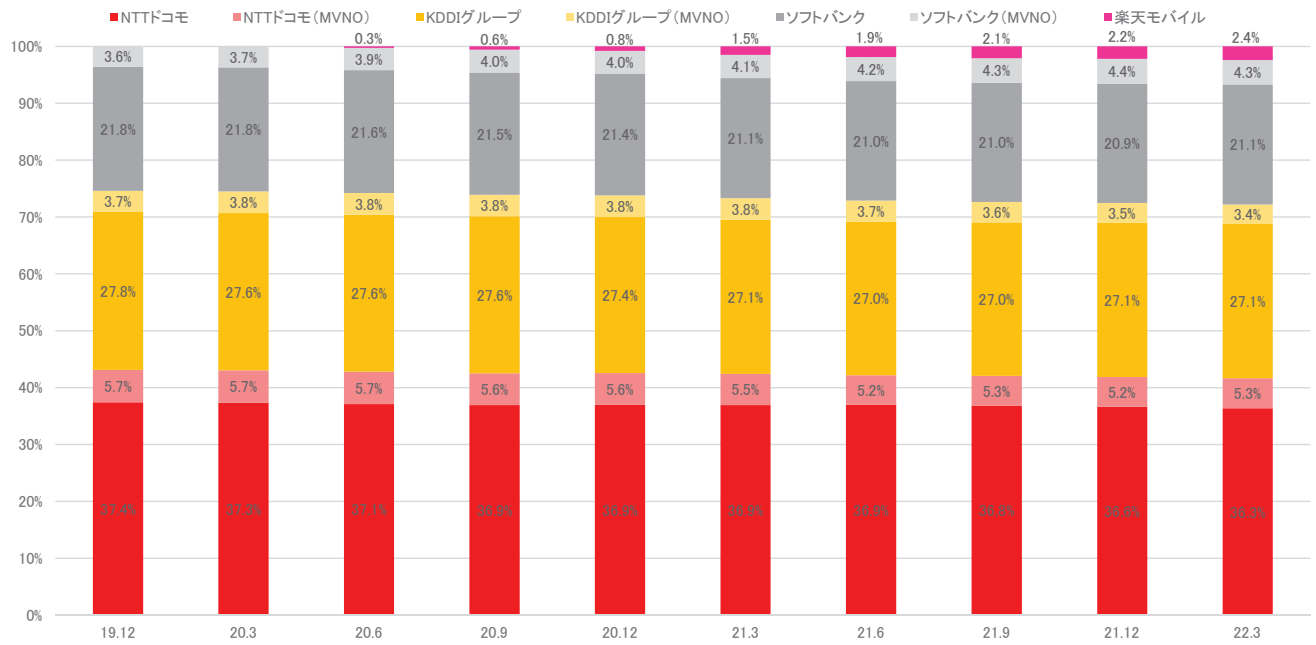
3G・LTE・5G・PHS・BWAの各契約数の推移

○ LTEの契約数は2020年９月をピークに継続して減少。一方、5G契約数は継続して伸びている。



事業者シェアの推移（移動系通信）

○ 2022年３月末時点のMNO3社のシェアは、それぞれドコモ36.3%、KDDI27.1%、ソフトバンク21.1%であり、大きく変化していない。

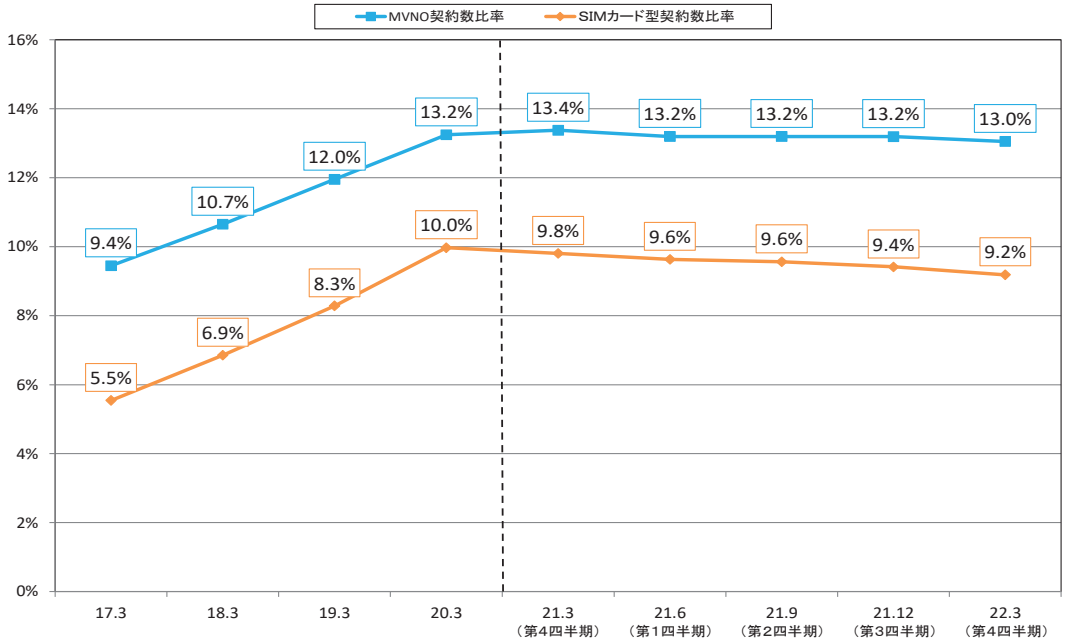


注１：ＭＮＯが、同じグループに属する他のＭＮＯの提供する移動通信サービスを利用して提供するものを除く。
注２：「ＫＤＤＩグループ」には、ＫＤＤＩ、沖縄セルラー及びＵＱコミュニケーションズが含まれる。以下このページにおいて同じ。
注３：ＭＶＮＯのシェアを提供元のＭＮＯグループごとに合算し、当該ＭＮＯグループ名の後に「（ＭＶＮＯ）」と付記して示している。
注４：楽天モバイルが提供するＭＶＮＯサービスは、「ＮＴＴドコモ（ＭＶＮＯ）」及び「ＫＤＤＩグループ（ＭＶＮＯ）」に含まれる。

MVNOのシェアの推移

○ MVNOの契約数シェアは2021年３月をピークに増加が止まっており、その後横ばいが続いている。

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

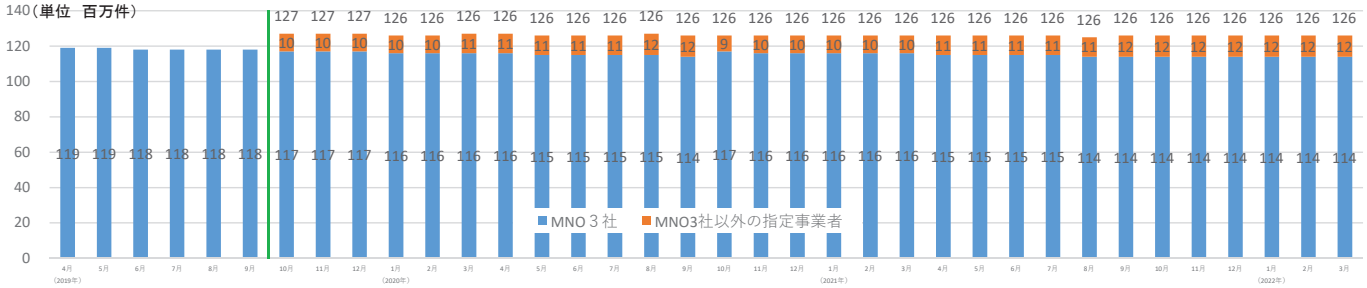


移動電気通信役務に係る契約数の推移

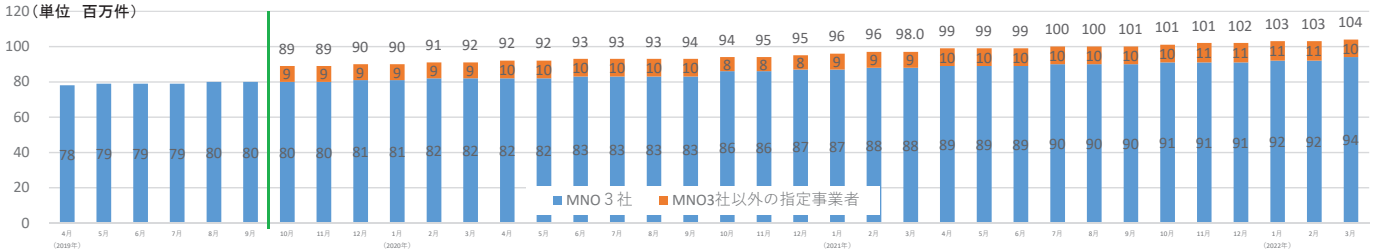
○ 移動電話の契約数のうち改正法の対象となる事業者の移動電気通信役務に係る契約数は、約１億2,600万契約であり、改正法施行後、大きな変動はない。

○ スマートフォン向けの契約数は、約１億400万契約であり、改正法施行後、継続して増加している。

契約数の推移（全体）



契約数の推移（スマートフォン向け）



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社のうち、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4月から9月までの数値については、MNO3社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に基づく報告
及び報告徴収に基づく報告

規律の対象となる電気通信事業者

24

電気通信事業法第27条の3等の規律の対象となる事業者は、以下のとおり。

① 次の携帯電話事業者（現行の告示（令和3年総務省告示第344号）では、下記表の計34社を指定している。）

- **電波の割当を受けた携帯電話事業者（MNO）の全て**
- **MNOから無線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）のうちMNOの特定関係法人である者**
- **MVNOのうち契約者数のシェアが0.7%以上（契約者数で100万に相当）である者**

② ①の携帯電話事業者の販売代理店

MNOの親会社、子会社、兄弟会社、1/3超の議決権保有等の実質的な支配関係のある関連会社等

MNO	MVNO	
	MNOの特定関係法人	その他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	・IIJ ・オプテージ ・○△事業者 ・×××事業者 ・・・
・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	・ウィルコム沖縄 ・SBパートナーズ ・ヤフー ・LINEモバイル	
・楽天モバイル	・楽天コミュニケーションズ	

シェアが0.7%超

計34社

※ 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。

規律の対象として指定された電気通信役務

25

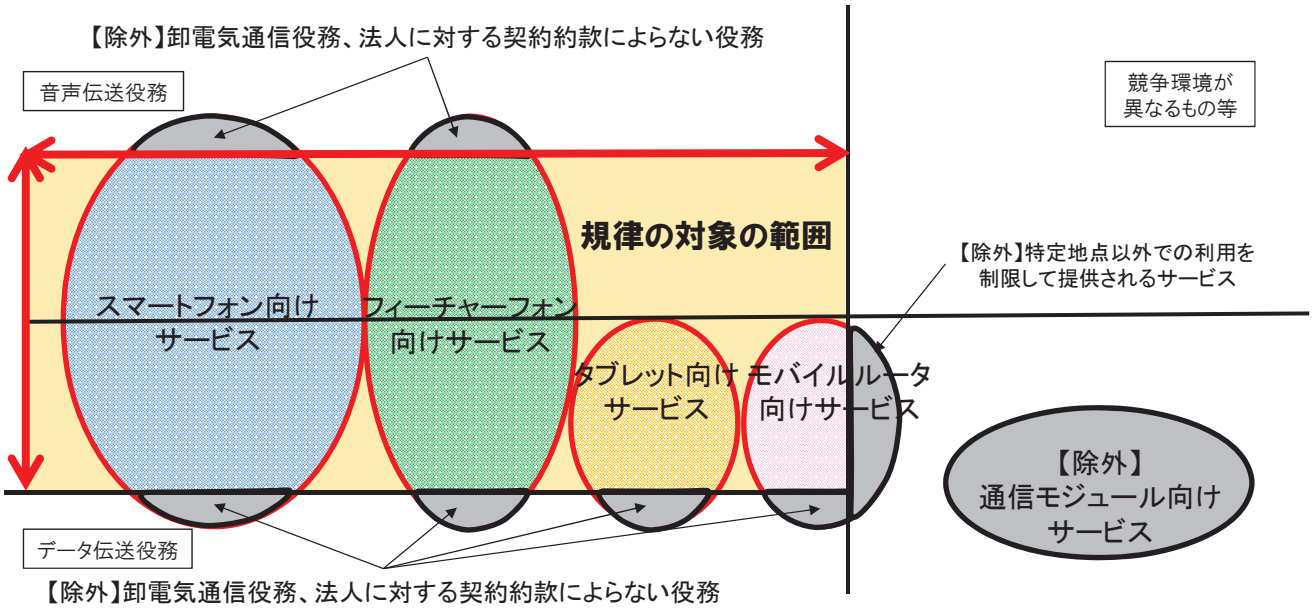
□ 禁止行為規律の対象となる移動電気通信役務として次の役務を指定。

- **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）。

携帯電話サービス＋全国BWAサービス



MNOの新しい料金プラン（主に2021年春以降）

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク			楽天モバイル
	alamo	ahamo大盛り	UQ mobile くりこしプランL	povo2.0	Y!mobile シンプルL	LINEMO スマホプラン	LINEMO ミニプラン	Rakuten UN-LIMIT Ⅶ
開始時期	2021年3月26日	2022年6月９日	2021年2月１日	2021年9月29日	2021年2月18日	2021年3月17日	2021年7月15日	2022年7月１日
月間通信容量	20GB	20GB＋80GB（大盛りオプション）	25GB	1GB～の選択制※1	25GB	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）	3,480円	900円（3GB）～2,455円（20GB）等	3,780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）	700円※6 （1回10分以内国内通話かけ放題オプション）	500円※7 （１回５分以内国内通話かけ放題オプション）	700円※8 （１回10分以内国内通話かけ放題オプション）	500円※7 （１回５分以内国内通話かけ放題オプション）	500円※7 （１回５分以内国内通話かけ放題オプション）	–※9 （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※10で店頭サポート）	Webのみ（有償※10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	提供なし
月額料金（合計）※11	**2,700円**（税込2,970円）	**4,500円**（税込4,950円）	**4,180円**（税込4,598円）	**1,400円～2,955円**（税込1,540円～3,250円）等	**4,480円**（税込4,928円）	**2,980円**（税込3,278円）	**1,400円**（税込1,540円）	**0円～2,980円**（税込０円～3,278円）

※1　基本料ゼロ円のベースプランに、1GB～150GBのデータ容量（7日間～180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では、月間通信容量5GB（超過した場合、通信速度が1Mbpsに制限）　※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　※6　500円/月で国内通話60分/月が無料となるオプション、1,700円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供
※7　1,500円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※8　1,700円/月で国内通話かけ放題となるオプションも提供　※9　1,000円/月で1回10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
※10　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　※11　各プランの「月額利用料」と「音声」の合計額

出典：各社HP

MVNOの新しい料金プラン①（報告書2021以降）

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

（2022年6月1日時点）

社名			IIJ		オプテージ（mineo）				OCNモバイルONE		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		音声対応SIMカード		バリュープラス		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		2021年4月1日		2021年4月		2021年11月1日（2022年4月1日にNEOプランLite提供開始）	
データ通信	基本通話料＋データ通信量	用途	定額		定額		定額		定額		定額		定額	
		～500MB							500MB/月コース	500円				
		～1GB			1GB	1,180円			1GB/月コース	700円				
		～2GB	2ギガプラン	773円										
		～3GB							3GB/月コース	900円				
		～4GB	4ギガプラン	900円							VSプラン3GB	720円		
		～5GB			5GB	1,380円								
		～6GB							6GB/月コース	1200円	VMプラン5GB	900円		
		～7GB												
		～8GB	8ギガプラン	1,364円										
		～9GB												
		～10GB			10GB	1,780円	最大1.5Mbps 最大3Mbps	900円 2,000円	10GB/月コース	1600円	VLプラン10GB	1,350円		
		～12GB												
		～14GB												
		～15GB	15ギガプラン	1,637円										
		～20GB	20ギガプラン	1,819円	20GB	1,980円			–	–	–	–	NEOプランLite20GB NEOプラン20GB	1,900円 2,454円
		～30GB												
		～40GB	–	–	–	–							–	–
		～50GB												
		追加	200円/1GB（最大20GB）		50円/100MB		24時間使い放題	300円/1回	500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（OCN電話発信対象外の場合、20円/30秒）		20円/30秒（NUROモバイルでんわ（専用アプリ）使用時※１10円/30秒（ドコモ・ソフトバンク回線は専用アプリ不要））			
	音声通話オプション	プラン名	みおふぉんダイアル（要専用アプリ※１）		通話オプション				OCN電話かけ放題		かけ放題オプション（要専用アプリ※１（ドコモ・ソフトバンク回線除く））			
		提供開始日	2016年9月1日		2022年3月1日				2017年2月1日		2017年2月1日			
			通話定額5分＋	455円	10分かけ放題		500円		10分かけ放題	850円	5分かけ放題		445円	
			通話定額10分＋	637円	時間無制限かけ放題		1,100円		トップ3かけ放題	850円	10分かけ放題		800円	
			かけ放題＋	1,273円					完全かけ放題	1,300円				
合計※３			773円～3,092円		1,180円～3,080円		900円～3,100円		500円～2,900円		720円～2,150円		1,900円～3,254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）			
備考			・2021年9月11日に通常通話料金を10円/30秒に値下げ ・2021年12月7日に通話プラン値下げ、かけ放題プラン追加 ・2022年4月1日に料金プラン全プラン値下げ				・平日12時から13時までは最大32kbps ・直近3日間で10GB以上の使用があった場合、最大速度32kbpsに制限する場合あり。		・2021年2月1日に完全かけ放題を提供開始 ・2021年4月7日から専用アプリを用いず10円/30秒で利用可能に		・2021年12月1日にVLプランの容量を8GBから10GBに増量 ・VMプランは３GB、VLプランは６GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。		NEOプランは15GBが3ヶ月ごとに追加で受け取り可能。	

※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　黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。
※３　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。）。

出典：各社HP

MVNOの新しい料金プラン②（報告書2021以降）

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

（2022年6月1日時点）

社名			y.u mobile		JCOM		BIGLOBE			
プラン名			シングル、シングル U-NEXT、シェア U-NEXT		AプランST		音声通話SIM		donedone	
開始時期			2020年3月12日		2021年2月18日		2021年4月19日		2021年7月1日	
データ通信	基本通話料＋データ通信量	用途	定額		定額		定額		定額	
		～500MB			1GB	980円	1GB	980円		
		～1GB								
		～2GB					3GB	1,200円		
		～3GB								
		～4GB								
		～5GB	シングル5GB	973円	5GB	1,480円				
		～6GB					6GB	1,700円		
		～7GB								
		～8GB								
		～9GB								
		～10GB	シングル U-NEXT10GB	2,700円	10GB	1,980円				
		～12GB					12GB	3,400円		
		～14GB								
		～15GB								
		～20GB	シェア U-NEXT 20GB	3,791円	20GB	2,480円	20GB	5,200円		
		～30GB					30GB	7,450円		
		～40GB	–	–	–	–				
		～50GB					–	–	50GB	2,480円
		追加	300円/１GB、1,091円/10GB		200円/500MB、300円/1GB		300円/100MB			
	上限超過時の通信速度（最大）		128kbps		200kbps,1Mbps		200kbps		1 Mbps	
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）		20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）		–	
		提供開始日	2020年3月12日		2020年12月2日		2018年3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		
			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	600円		
							3分かけ放題	830円		
							10分かけ放題	830円		
合計※３			973円～5,064円		980円～3,980円		980円～8,280円		2,480円	
受付チャネル			Web・店頭		Web・店頭・訪問対応		Web・店頭			
５G提供状況			利用不可		利用可（無料）		利用可（無料）			
備考			2022年1月1日に通話オプションを値下げ							

※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　黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。
※３　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。）。

出典：各社HP

MVNOの新しい料金プラン③（報告書2021以降）

（特に記載のない限り、価格は税抜。）

（2022年6月1日時点）

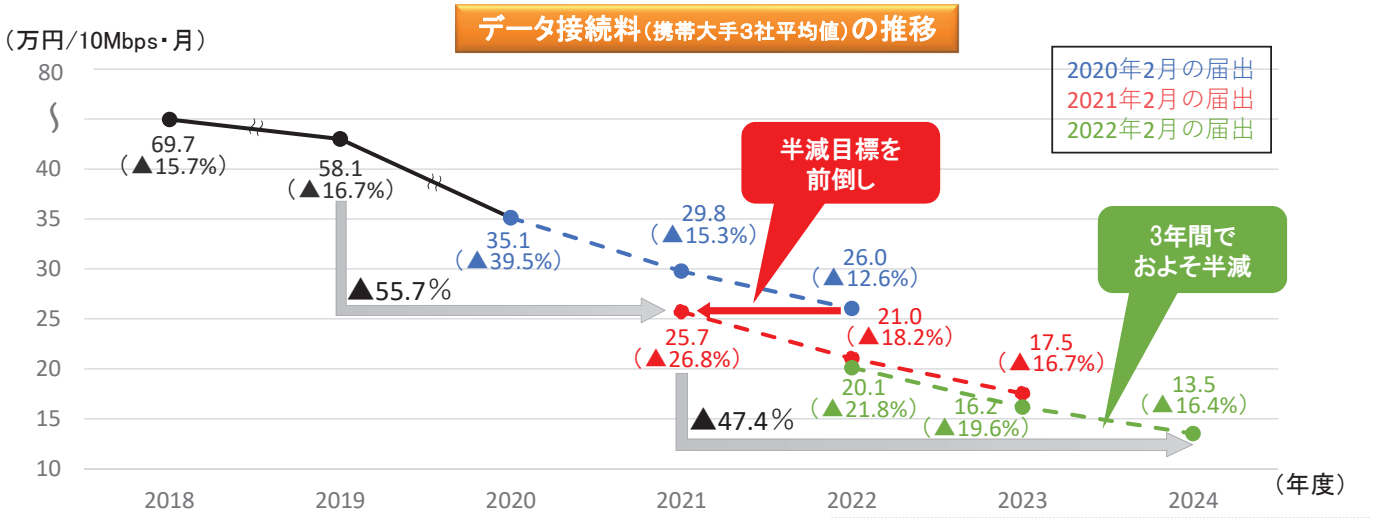
社名			日本通信		イオンモバイル		DTI			
プラン名			合理的20GB、合理的みんなのプラン、合理的シンプル290		音声プラン（さいてきプラン、さいてきプランMORIMORI）		TONEモバイル基本プラン		TONE for iPhone,TONE for Android	
開始時期			2020年12月10日（合理的20GBプラン）2021年6月3日（合理的みんなのプラン）2022年1月27日（合理的シンプル290プラン）		2021年4月1日		2021年3月1日		2021年12月22日（TONE for iPhone）2022年2月24日（TONE for Android）	
データ通信	基本通話料＋データ通信量	用途	定額		定額		定額		定額	
		～500MB			500MB	730円				
		～1GB	シンプル290プラン１GB	264円	1GB	780円				
		～2GB			2GB	880円				
		～3GB			3GB	980円				
		～4GB			4GB	1,080円				
		～5GB			5GB	1,180円				
		～6GB	みんなのプラン6GB	1,264円	6GB	1,280円				
		～7GB			7GB	1,380円				
		～8GB			8GB	1,480円				
		～9GB			9GB	1,580円				
		～10GB			10GB	1,680円				
		～12GB								
		～14GB								
		～15GB								
		～20GB	20GB	1,980円	20GB	1,780円				
		～30GB			30GB	2,780円				
		～40GB	–	–	40GB	3,780円				
		～50GB			50GB	4,780円				
		追加	250円/1GB(ただし、シンプル290プランは200円/1GB)		480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）		非公表		200kbs		非公表		非公表	
音声通話	通話料通常料金		10円/30秒		10円/30秒（ドコモ回線は（イオン電話（専用アプリ）使用）		10円/30秒（カメラのキタムラで購入した場合、18.7円/30秒）		10円/30秒（カメラのキタムラで購入した場合、18.7円/30秒）	
	音声通話オプション	プラン名	国内通話定額		えらべる通話定額かけ放題（要専用アプリ※１）		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12月27日（20GBプラン）、2022年1月27日（シンプル290プラン）		2017年3月1日		2021年3月1日		2021年12月22日、2022年2月24日	
			70分無料	637円	5分かけ放題	500円	5分以内	950円	5分以内	700円
			かけ放題(20GBプラン)	1,091円	10分かけ放題	850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）	
			かけ放題(シンプル290プラン)	1,455円	フルかけ放題	1,500円	2016年12月1日		2021年12月22日、2022年2月24日	
							10分以内	500円	10分以内	500円
合計※３			264円～3,071円		730円～6,280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		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）	
備考			・2021年2月18日に合理的20GBプラン（今は16GB）を20GBプランに変更。 ・みんなのプラン及び20GBプランには無料通話70分の料金も含まれる。		・2021年10月1日に音声プランを一律200円値下げ ・2021年10月に音声通話料金を10円/30秒に値下げ ・2021年11月26日にフルかけ放題提供開始 ・2022年4月1日に20GB以上のプランを値下げ。				TONE for iPhoneでは2021年3月1日をもって090音声オプションの新規加入が終了。	

※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　黄色の網掛けの箇所は、2021年9月以降に、プラン等の新設、変更があった場所。
※３　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。）。

出典：各社HP

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

- 2021年２月末に届け出られたデータ接続料（赤部分）は、**前年度の予測**（青部分）**よりも更なる低廉化が進み、アクションプランに掲げた「３年間で半減させる目標」を前倒しで実現**。
  （携帯大手3社平均の接続料： 58.1万円（2019年度当初額） ⇒ 25.7万円（2021年度当初額）（▲55.7%））
- 2022年２月末に届け出られたデータ接続料（緑部分）は、**前年度の予測**（赤部分）**を更に下回っており、引き続き３年間でおよそ半減のペースで低廉化が進捗**。
  （携帯大手3社平均の接続料： 25.7万円（2021年度当初額） ⇒ 13.5万円（2024年度当初額）（▲47.4%））



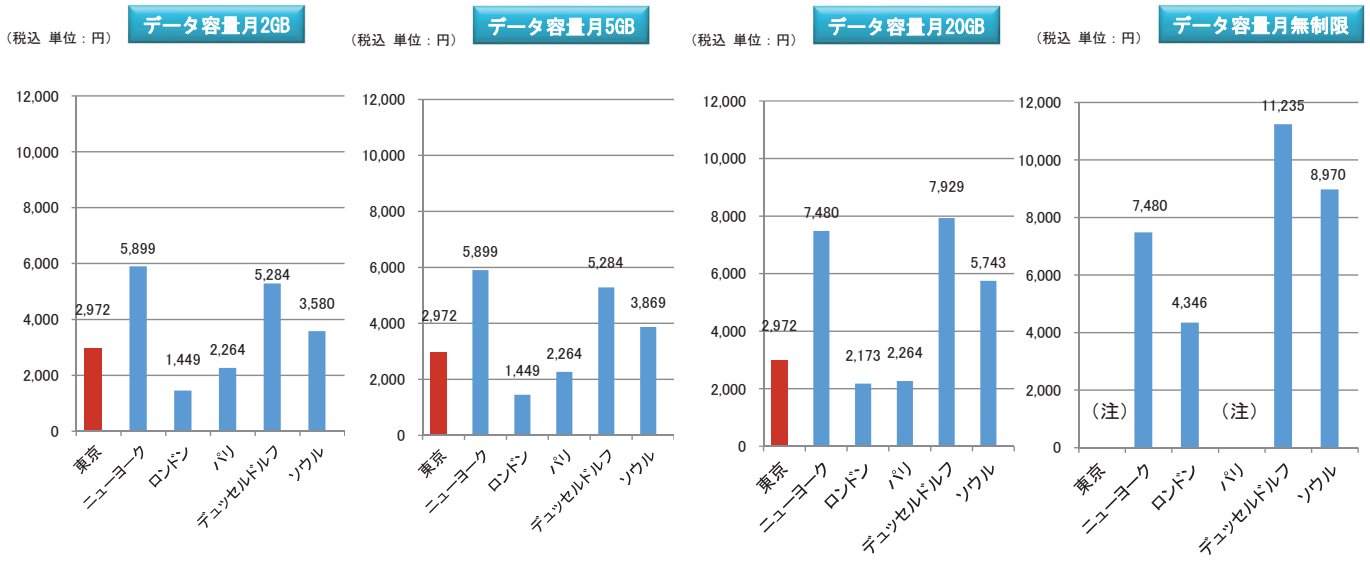
※ グラフは、各年度における当初支払額（精算前）の料額（携帯大手3社単純平均）を記載。括弧内は対前年度増減率。
※ 接続料（2020年度以降）は、将来原価方式に基づく予測値。また4Gと5Gを一体的に算定したもの。

（参考）データ接続料の算定方法

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

携帯電話料金の国際比較
スマートフォン4G（MNO：シェア１位の事業者）（2022年５月20日公表）

○ 最もシェアが高い事業者（メインブランド）のポストペイド型の一般利用者向け料金プラン（新規契約の場合）のうち、通話時間・データ通信量等の利用モデルに照らして最も安いものについて、月々の支払額を比較。
○ 東京の支払額は、２GB及び５GBで中位の水準、20GBで低い水準となっている。



（注）東京及びパリは無制限プランの提供がなかった。

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①

32

○ 第31回WG MM総研資料から抜粋

P２

１－１ 諸外国の機関による通信品質比較についての調査

■ 携帯電話の通信品質に関する調査を行っている諸外国の官民機関のうち、自国の調査のみならず日本を含む国際比較を行っているのは、今回知り得た範囲では、次の3者（いずれも民間調査会社）。

・Opensignal（英：民間調査会社）・Ookla（米：民間調査会社）・Speed Checker（アイルランド・民間調査会社）

■ これら3者による国際比較について、内外価格差調査の対象都市のある6カ国（※）の結果をみる限り、評価項目や評価方法が異なることから単純な比較はできないが、**日本の携帯電話の通信品質は、通話や動画の品質など高く評価されている項目はある。**ただし、ダウンロード速度は、ほぼ全ての調査において平均値を下回っているとの評価であり、必ずしも全ての項目において日本の携帯電話の通信品質が高い評価を得ている訳ではない。※：日本、米国、英国、仏国、独国、韓国

【Opensignal】
「4G」「5G」ごとの①Availability（可用性）、
「3G、4G及び5G」「5G」ごとの、②Download Speed Experience（ダウンロード速度）、③Upload Speed Experience（アップロード速度）、④Video Experience（動画品質）、⑤Game Experience（ゲーム品質）、⑥Voice App Experience（通話品質）
◆日本は、①について、**「4G」は平均値を上回っていたが、「5G」は平均値を下回っており、最下位**であった。
②から⑥までについて、**全体として平均値を上回っていたが、「3G、4G及び5G」の②、③は平均値を下回っていた。**

【Ookla】
①Download（ダウンロード速度）、②Upload（アップロード速度）、③Latency（遅延時間）
◆日本は、英、仏と同様に、**全ての項目について6カ国の平均値を下回っており、③は最下位であった。**

【Speed Checker】
「4G」、「5G」ごとに
①Avg. Download Speed（平均ダウンロード速度）、② Avg. Upload Speed（平均アップロード速度）、③ Avg. Latency（平均遅延時間）
◆日本は、**「4G」**について、**②は平均値を上回っており、1位であった。①、③は平均値を下回っていた。**
「5G」について、**③は平均値を上回っていたが、①、②は平均値を下回っており、①は最下位**であった。

© 2021 MM Research Institute, Ltd.

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②

33

○ 第31回WG MM総研資料から抜粋

P６

2－1 携帯電話サービスの品質に関する満足度調査

■ 内外価格差調査の対象都市のある6カ国において、現在利用している携帯電話サービスの品質について、利用者アンケートによる満足度調査を実施。

■ 各国の利用者に、通信速度、事務手続きの簡便さといった5項目（※）の満足度を尋ねたところ、日本は、すべての項目において、利用者が「非常に満足」「満足」と回答した割合が、**他国と比較して一番低かった。**
※：①「通信品質①（通信速度、通話品質、つながりやすさ等）」、
②「通信品質②（利用可能エリア、エリアカバー等）」、
③「利用者サポート品質①（契約事務手続きや変更手続きの簡便さ）」、
④「利用者サポート品質②（店舗での対応（店舗の数、待ち時間、対応者の接客態度等））」、
⑤「利用者サポート品質③（コールセンターの対応（つながりやすさ、対応者の電話応対等））」

■ また、それぞれの項目において「不満」「非常に不満」と回答した者に対し、具体的に不満な点を尋ねたところ、他国と比較して、日本においては、以下の点について特に不満に思う回答の割合が高かった。

・コールセンターにつながりにくい (69.5%)
・店舗（ショップ）での待ち時間が長い (59.9%)
・手続きに要する時間が長い (56.1%)
・通信が不安定 (55.4%)
・手続きの手順や方法がわかりにくい (52.4%)

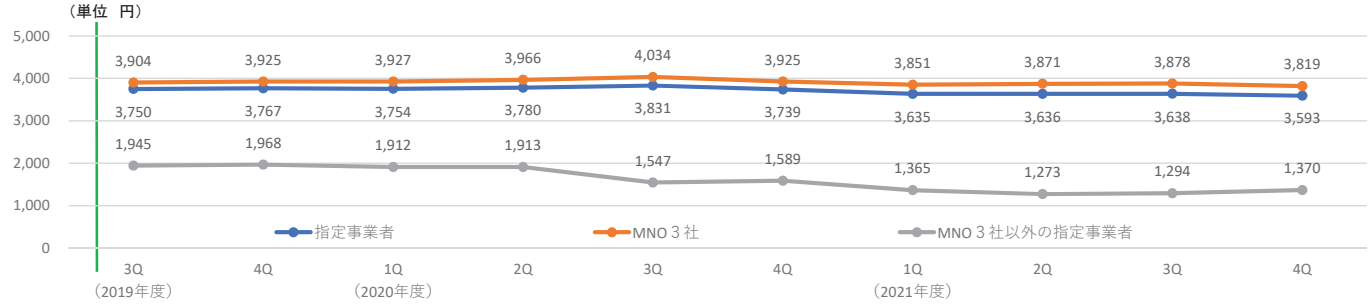
© 2021 MM Research Institute, Ltd.

ARPUの推移

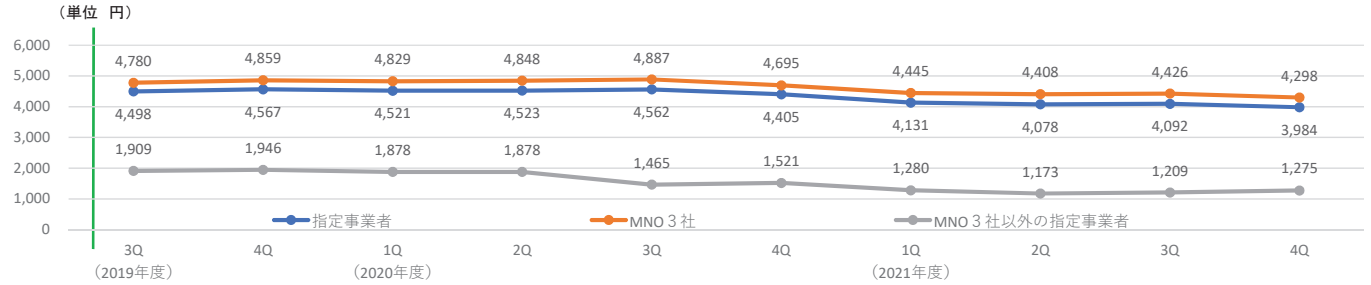
34

・指定事業者のARPUを確認すると、2021年度の平均値は、全体では3,625円、スマートフォン向け契約では4,070円であり、2020年度の平均値と比べ、それぞれ、▲4.0%、▲9.6%となっている。

ARPUの推移（全体）



ARPUの推移（スマートフォン向け）



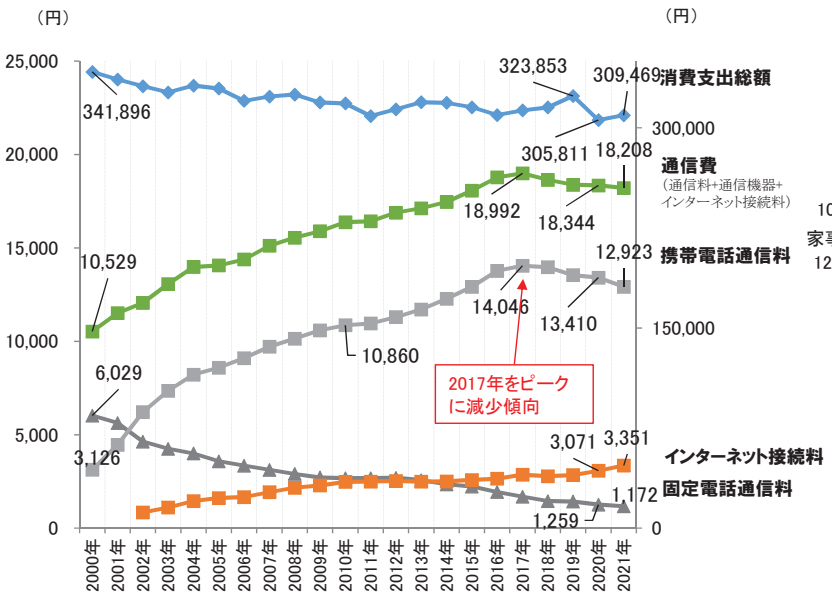
注1）上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
注2）MNO3社のうち、KDDIは沖縄セルラー電話株式会社を含み、2020年10月からはUQモバイルの数字も含む
注3）ARPUの計算式は左記のとおり。『ARPU =移動電気通信役務に係る当四半期の収益／((前四半期末の契約数＋当四半期中の各月の契約数)／4)／3』
注4）指定事業者の数値及びMNO3社以外の指定事業者の数値については、MNO3社以外の指定事業者に2019年第3四半期分より報告を求めていることから、当期以降の数値を基に計算している。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

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）

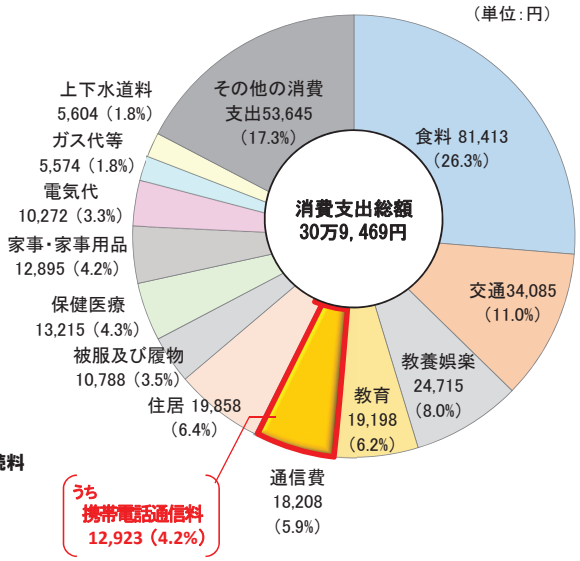
35

消費支出における通信費の推移（月平均）



※ 2000年及び2001年はインターネット接続料の調査結果がないため、2002年から記載。

2021年の消費支出（月平均）



固定電話通信料	1,172円	(0.4%)
インターネット接続料	3,351円	(1.1%)
携帯電話通信料	12,923円	(4.2%)
通信機器	763円	(0.2%)
計（通信費）	18,208円	(5.9%)

（出典）総務省「家計調査」から作成

消費者物価指数　全国　2022年4月分(抜粋)

表６　他の主な項目の前年同月比及び寄与度

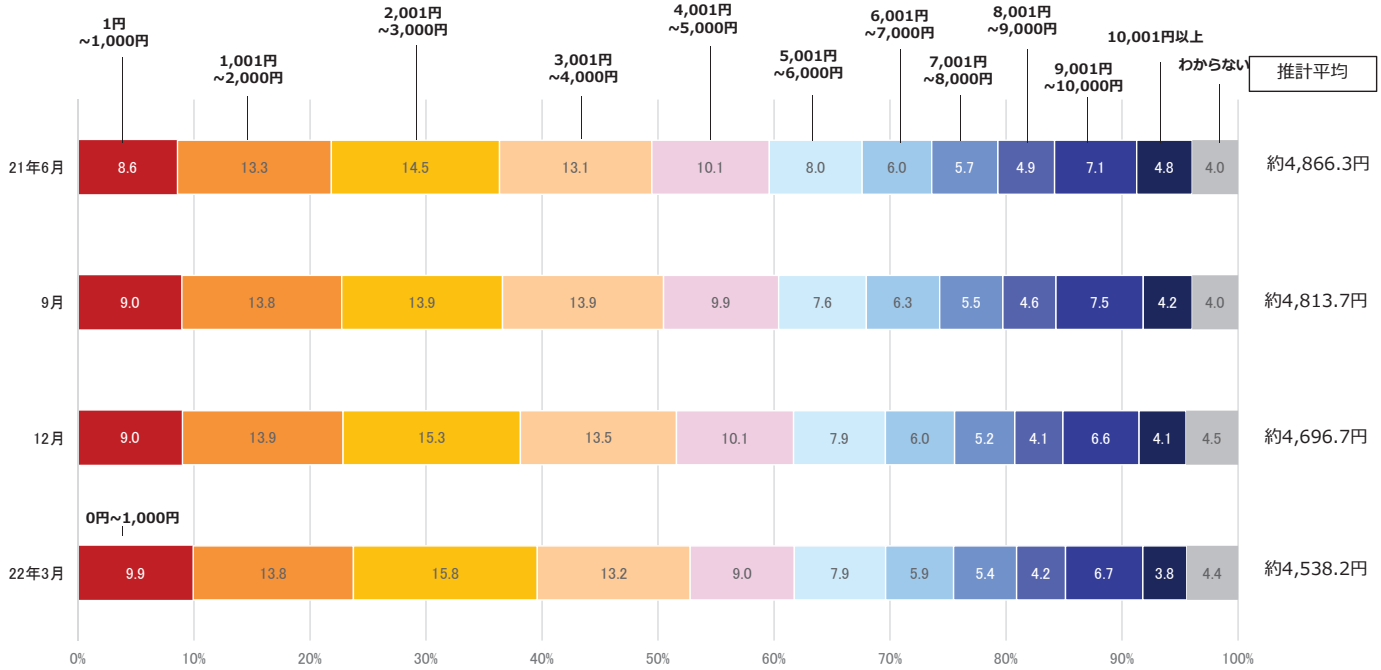
	万分比	2022年3月		2022年4月			
	ウエイト	前年同月比(%)	寄与度	前月比(%)	前年同月比(%)	寄与度	寄与度差
生鮮食品を除く食料	2230	2.0	0.44	0.5	2.6	0.58	0.14
家庭用耐久財	132	-0.4	-0.01	4.7	5.0	0.07	0.07
教養娯楽用耐久財	77	4.0	0.03	1.1	4.5	0.03	0.00
宿泊料	81	5.6	0.05	1.3	6.1	0.06	0.00
通信料（携帯電話）	271	-52.7	-1.42	0.9	-22.5	-0.38	1.04

毎月の支払額

問３　あなたは、前問でお答えいただいた携帯電話会社に月々いくらぐらい支払っていますか。

n=6,000（19年9月のみn=6,001）

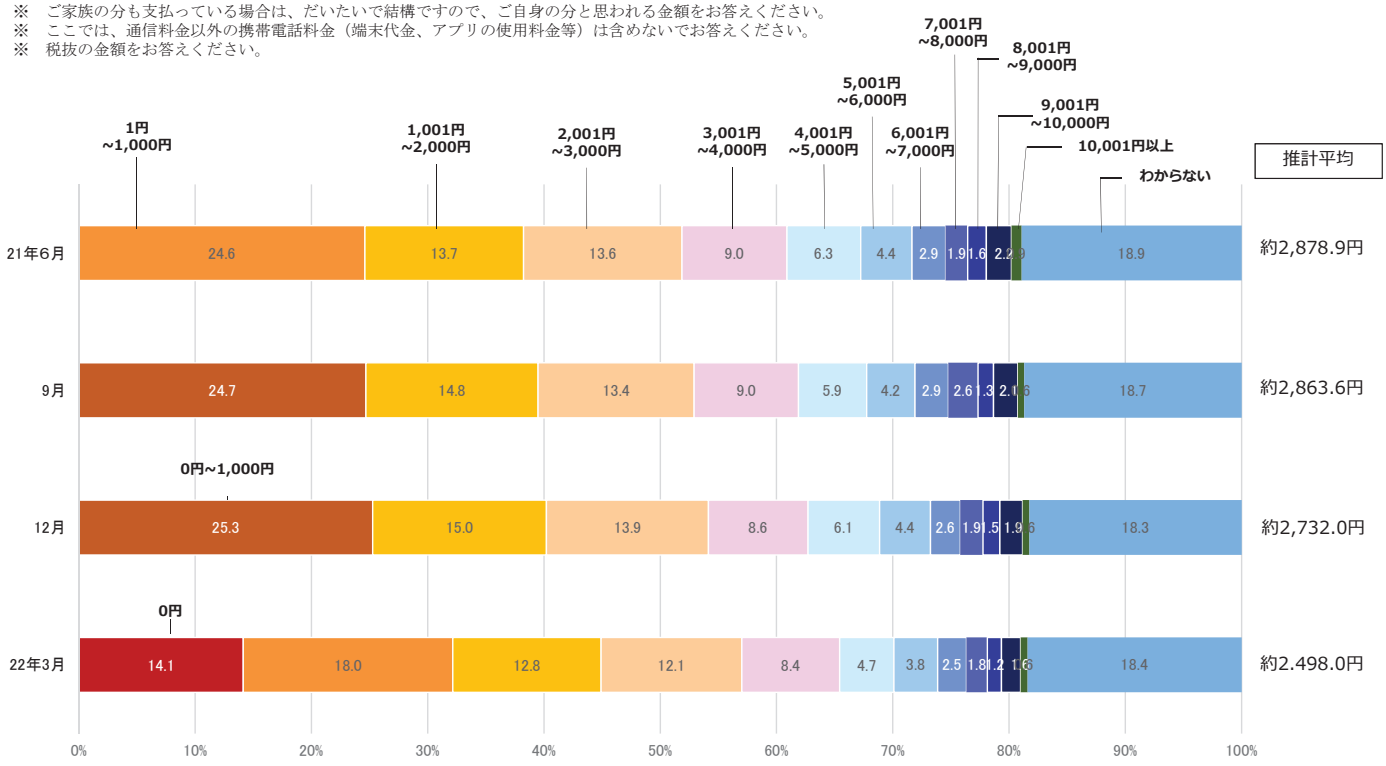
※　ご家族の分も支払っている場合は、だいたいで結構ですので、ご自身の分と思われる金額をお答えください。
※　通信料金（音声通話料金、データ通信料金等）、通信料金以外の携帯電話料金（端末代金、アプリの使用料金等）など、トータルで携帯電話会社に支払っている金額をお答えください。
※　インターネット回線の利用料金や、キャリア決済の金額は含まずお答えください。
※　税抜の金額をお答えください。



毎月の通信料金の支払額

問４　あなたは、前問でお答えいただいた支払いのうち、携帯電話の通信料金（音声通話料金、データ通信料金等）を月々いくらぐらい支払っていますか。
n=6, 000（19年9月のみn=6, 001）

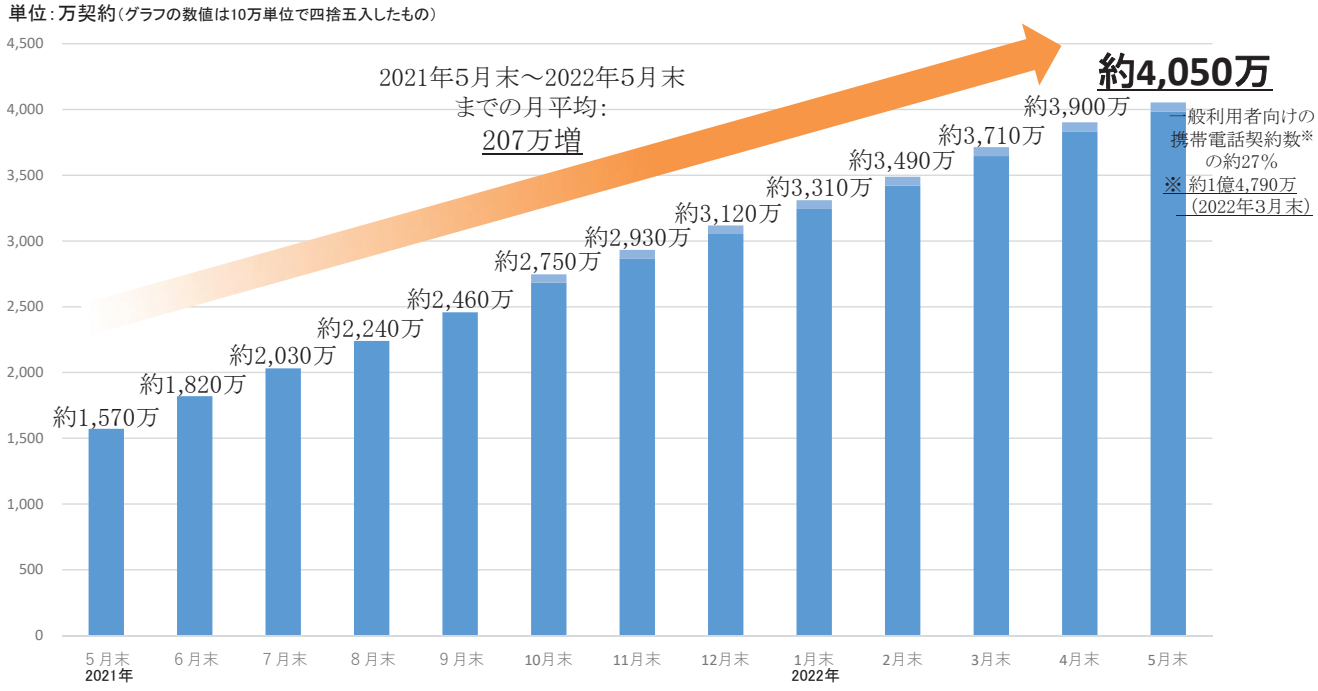
※　ご家族の分も支払っている場合は、だいたいで結構ですので、ご自身の分と思われる金額をお答えください。
※　ここでは、通信料金以外の携帯電話料金（端末代金、アプリの使用料金等）は含めないでお答えください。
※　税抜の金額をお答えください。



新料金プランへの移行状況

- 主に昨年2月以降、携帯電話事業者各社が従来に比べて低廉な新しい料金プランの提供を開始、競争が活発化。
- 主要な携帯電話事業者各社が提供を開始した新料金プランの契約数合計は約4,050万（2022年5月末時点）。
- これは、一般利用者向けの携帯電話契約数の約27%に相当。

単位：万契約（グラフの数値は10万単位で四捨五入したもの）



新料金プランへの移行状況（契約数集計の対象としている新料金プラン）

40

- 新料金プランの契約数集計の対象は、2021年9月末までは左表の10社の各プラン。
- MVNO各社においても新たに低廉な料金プランの提供を開始していることを踏まえ、同年10月末以降は集計対象を追加。

2021年9月末までの対象新料金プラン

事業者名等	料金プラン名等
NTTドコモ	ahamo
	5Gギガホプレミア、ギガホプレミア
KDDI	povo（1.0/2.0）
	使い放題MAX 5G/4G
UQモバイル	くりこしプランS/M/L /+5G
ソフトバンク	LINEMO（ミニプラン/スマホプラン）
	メリハリ無制限
ワイモバイル	シンプルS/M/L
楽天モバイル	Rakuten UN-LIMIT Ⅵ
IIJmio モバイルサービス	ギガプラン
mineo（ｵﾌﾟﾃｰｼﾞ）	マイピタ
OCNモバイルONE （NTTｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝｽﾞ）	SIMカード
ビッグローブ	BIGLOBEモバイル S/R/M
	donedone
J:COM MOBILE	AプランST
日本通信	合理的20GBﾌﾟﾗﾝ、合理的かけほﾌﾟﾗﾝ、合理的みんなのﾌﾟﾗﾝ、Wｽﾏｰﾄﾌﾟﾗﾝ、 合理的シンプル290プラン

＋

同年10月末以降の主な対象新料金プラン[追加]

事業者名等	料金プラン名等
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
y.u mobile	シングル、シングル U-NEXT、 シェア U-NEXT
トーンモバイル （ﾄﾞﾘｰﾑ･ﾄﾚｲﾝ･ｲﾝﾀｰﾈｯﾄ）	基本プラン、 TONE for iPhoneプラン、 TONE for Androidプラン
NUROモバイル （ｿﾆｰﾈｯﾄﾜｰｸｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝｽﾞ）	NEOプラン、バリュープラス VS/VM/VL、お試しプラン

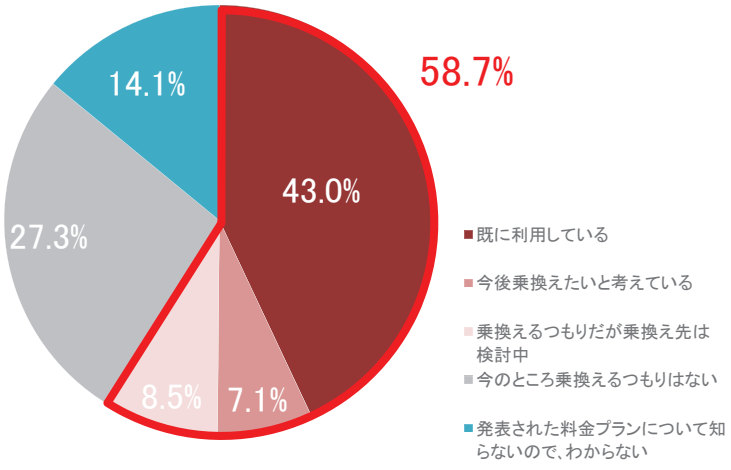
利用者意識調査結果（新たな料金プランへの乗換え意向）

41

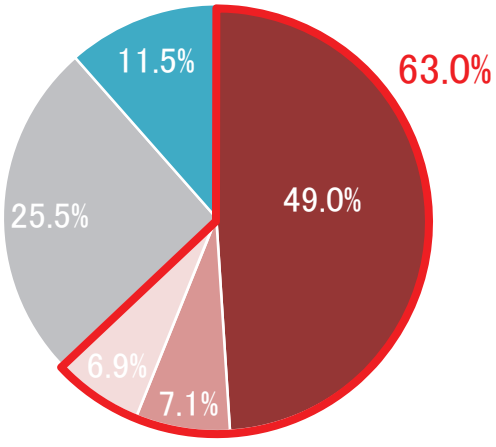
問　あなたは、既に新料金プランを利用していますか。また、どの新料金プランを利用していますか。複数の回線を契約している方は、メインで利用している回線についてお選びください。

問　（前問で新料金プランを利用していないと回答した者に対し）あなたは、今後、これらの新料金プランに乗り換えたいと思いますか。

全体（n＝6,000）



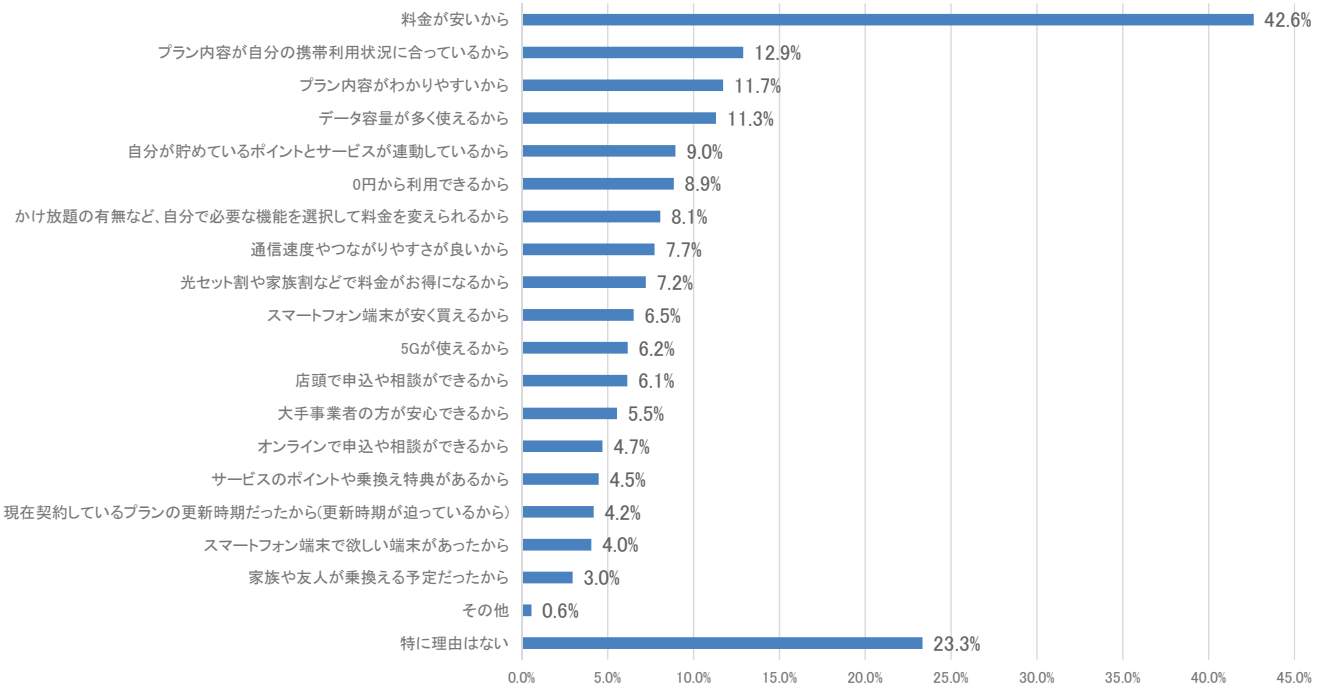
MVNOユーザー（n=534）



既に乗換えた、または今後乗換えたいと考えている理由

42

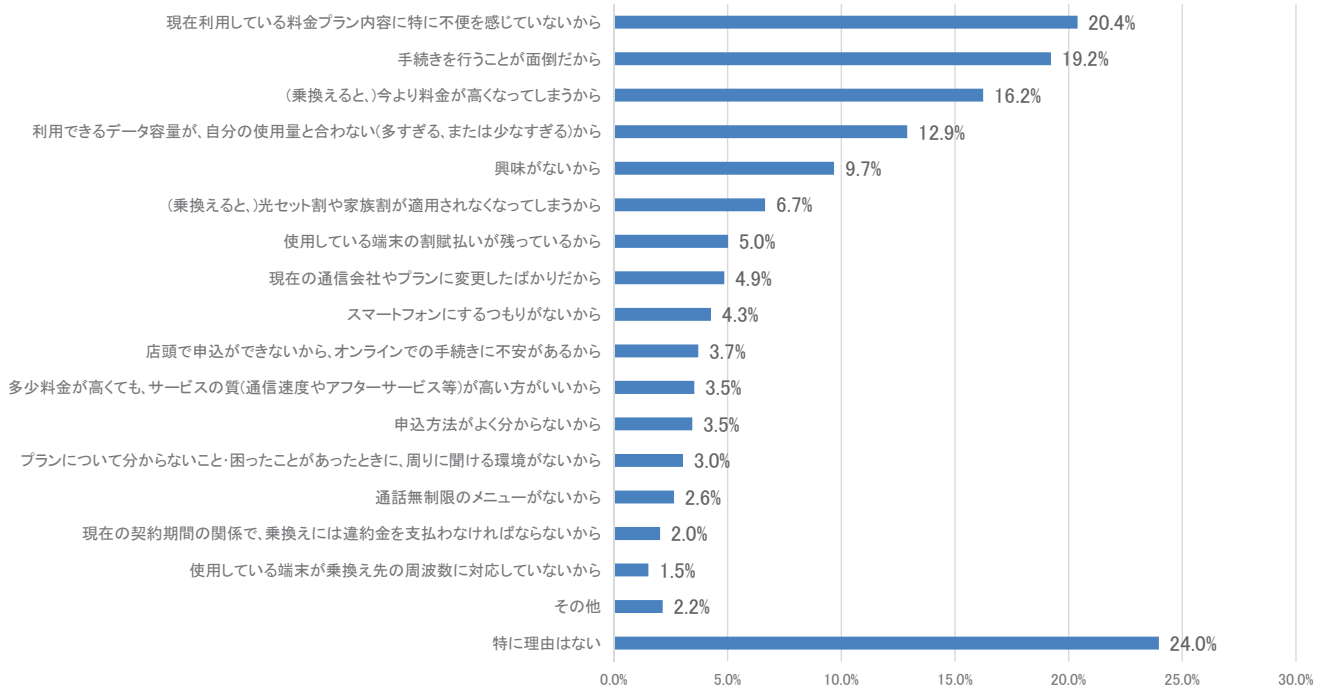
問　あなたが低廉な新料金プランをすでに利用している、あるいは今後乗換えたいと考えている理由は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。
（n＝3,008）



今のところ乗換えるつもりがないと考えている理由

43

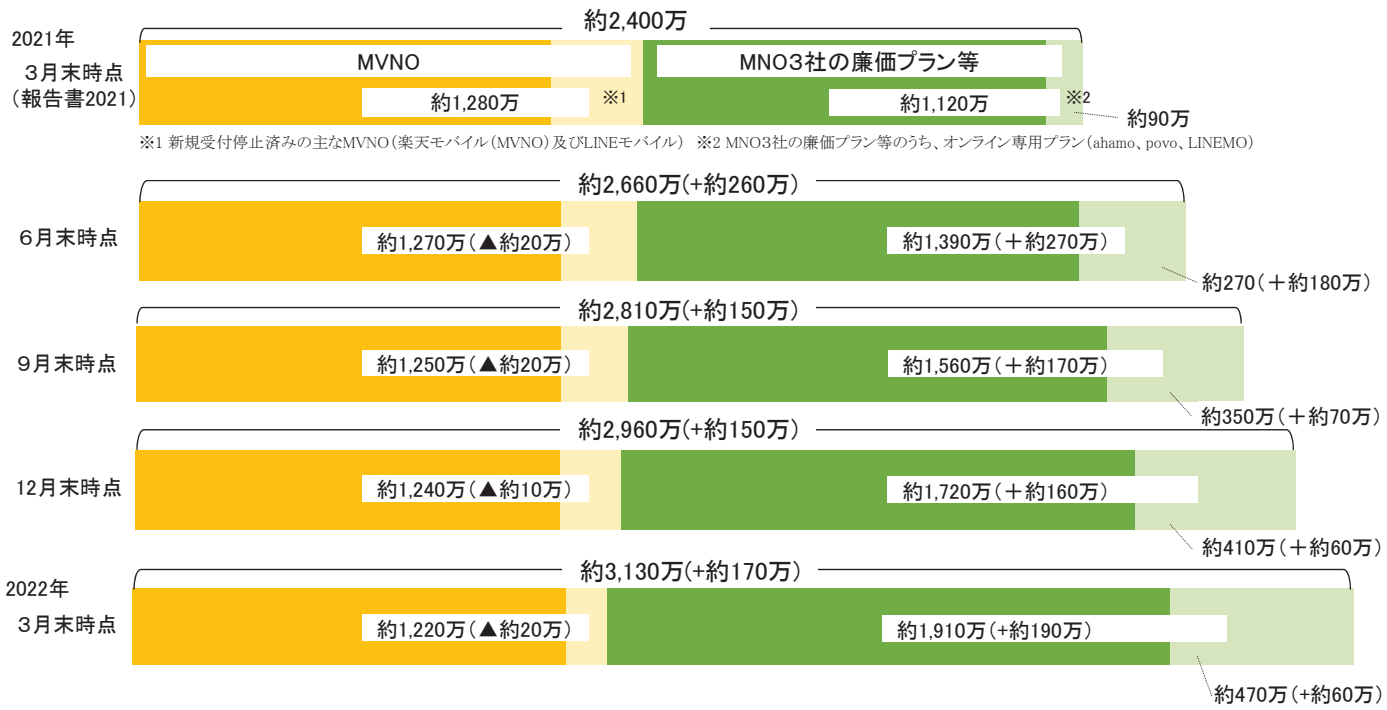
問　あなたが今のところ新料金プランに乗換えるつもりはないと考える理由は何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。
（n＝3,008）



利用者の動向（通信モジュール等を除いた契約数：2022年3月末）

44

➢ MVNOの契約数は、2022年3月末時点で約1,220万、2021年3月末時点と比べ▲5.0%。ただし、新規受付停止済みの主な社を除けば、2021年3月末時点と比べ増加。

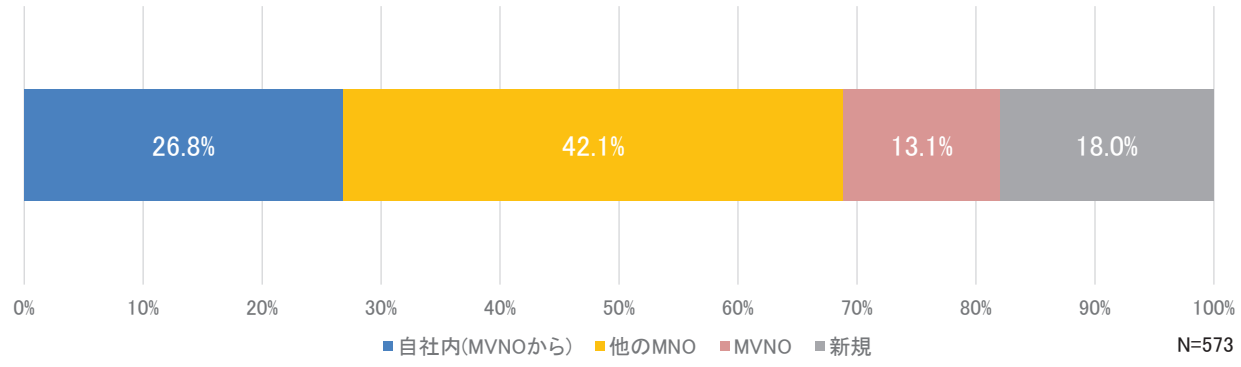


（出典）電気通信事業報告規則及び事業者からの報告

楽天モバイルへの移行内訳（総務省利用者意識結果）

45

○ 楽天モバイルへの移行は、他のMNOからの移行が約4割を占め、次いで自社内、新規契約の順に割合が高い。他のMVNOからの移行は約1割に止まる。

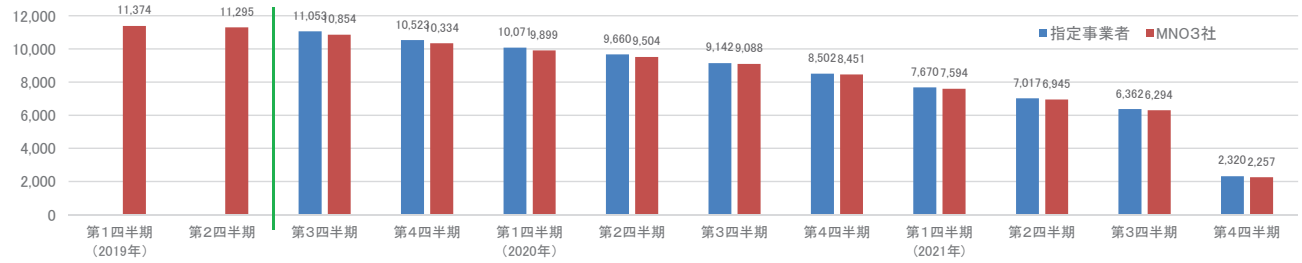


違約金のある契約件数の推移

○ 違約金のある契約は、2021年度第4四半期には指定事業者全体で2,320万契約、前年同期比▲72.7%となっている。
○ 毎月の1件当たりの違約金支払金額は指定事業者、MNO3社ともに改正法施行後、継続的に減少。
※:違約金のある契約には事業法第27条の3不適合契約(既往契約)と事業法第27条の3適合契約(違約金1,000円の契約)の両方を含む。

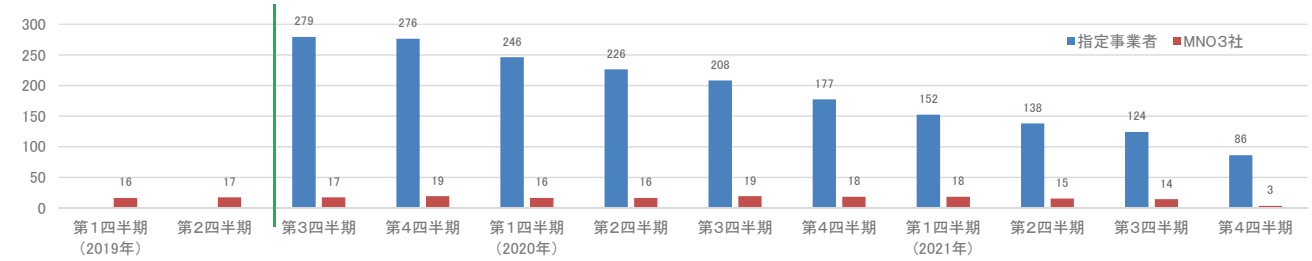
違約金のある契約の推移(更新あり)

(単位 万件)



違約金のある契約の推移(更新なし)

(単位 万件)



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社のうち、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社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。

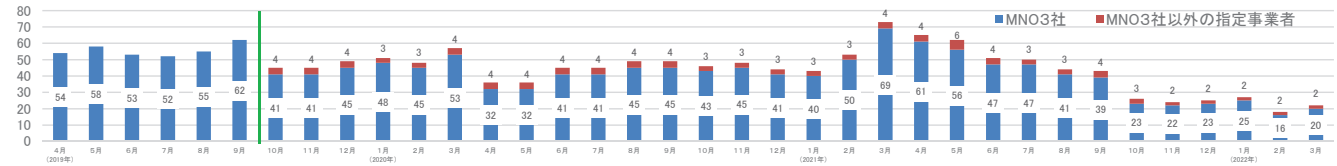
出典:電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

違約金の支払件数及び支払金額の推移

○ 指定事業者の契約者の違約金の支払状況は、約22万件で約8億円(2022年3月)。
○ 1件当たりの支払金額は指定事業者、MNO3社ともに改正法施行後徐々に減少している。

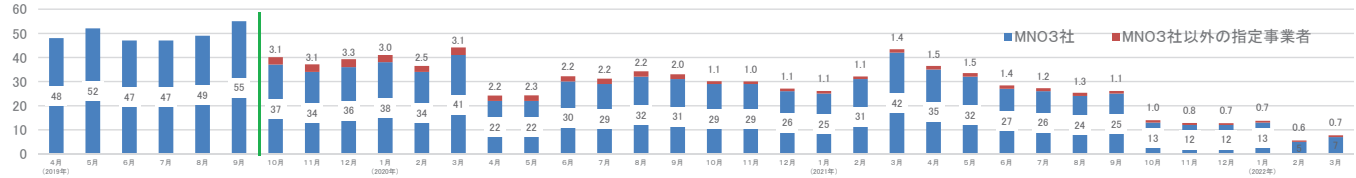
違約金支払件数の推移

(単位 万件)



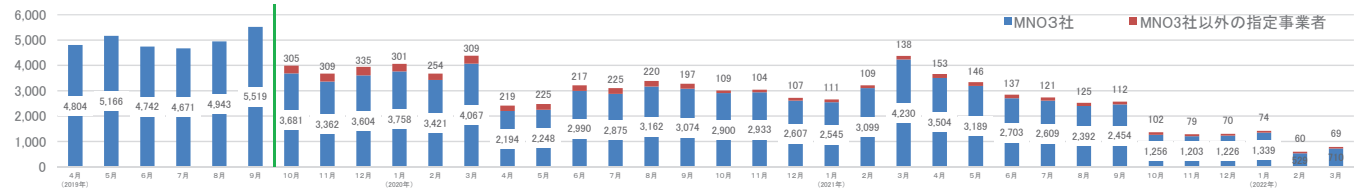
違約金支払金額の推移

(単位 億円)



1件当たりの支払金額

(単位 円)



注1) 上図の値は移動電気通信役務の契約に係るものを示す。
注2) MNO3社のうち、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4月から9月までの数値については、MNO3社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。

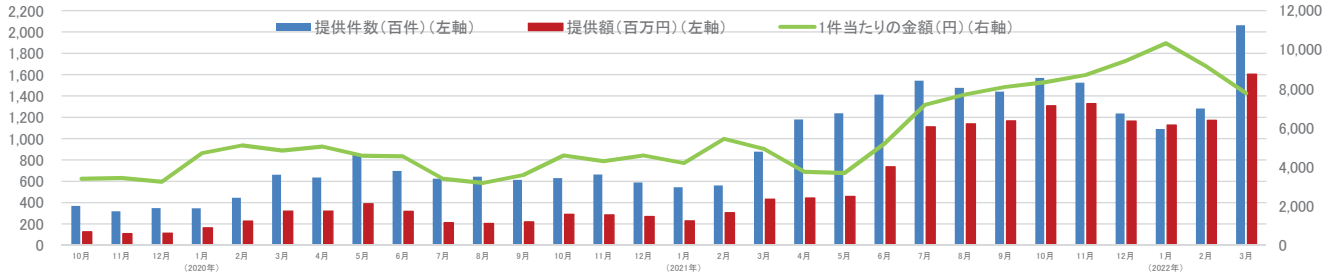
出典:電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

新規契約を条件とした利益提供の推移

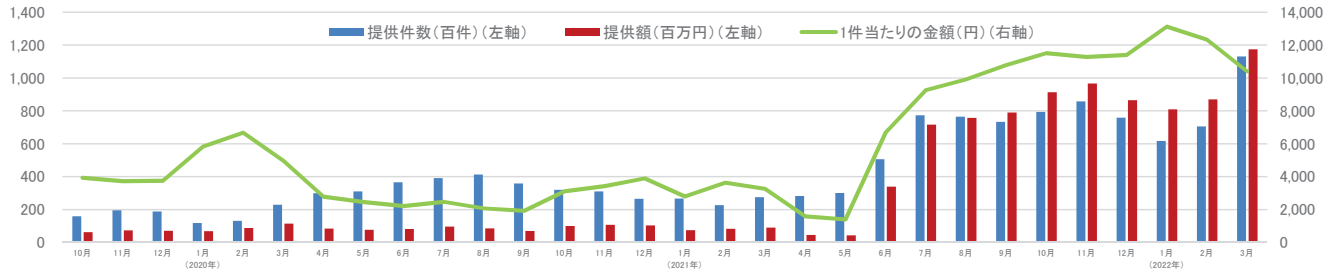
48

○ 2021年6月以降、件数、提供額とも大きく増加。その要因として、一部の事業者が開始したキャンペーン等が考えられる。

新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（全体）



新規契約を条件とした利益提供（端末購入等代金の割引を除く）（MNPに係るもの）



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社のうち、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。

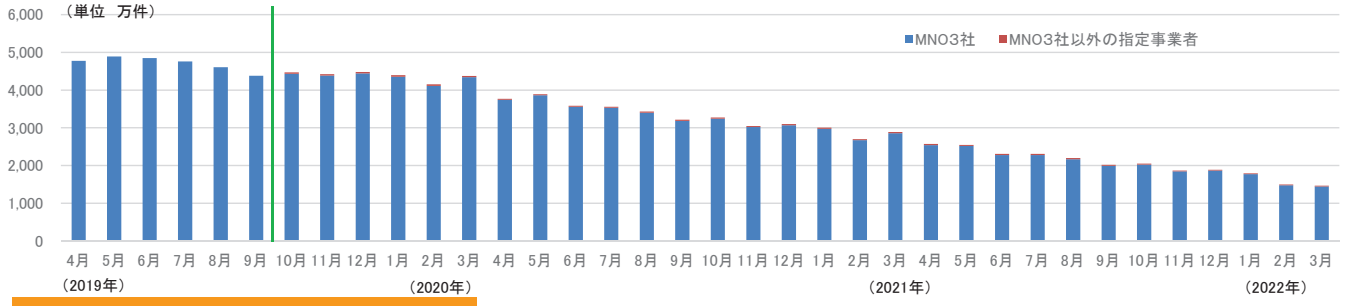
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告

継続利用割引等の適用状況

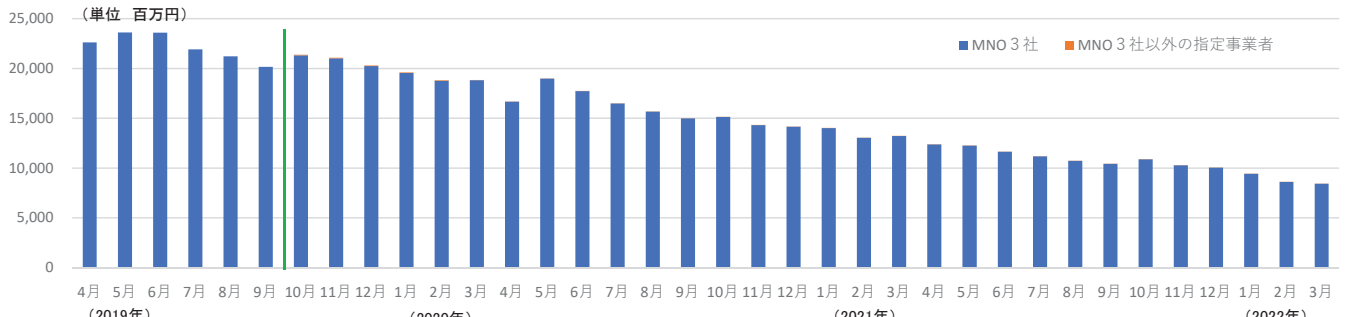
49

○ 継続利用割引等の適用件数、金額ともに、改正法の施行以降、全体として継続して減少している。

継続利用割引等の適用件数



継続利用割引等の適用金額



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社のうち、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4月から9月までの数値については、MNO3社以外の指定事業者から報告を求めていないため、MNO3社以外の指定事業者の数値を記載していない。

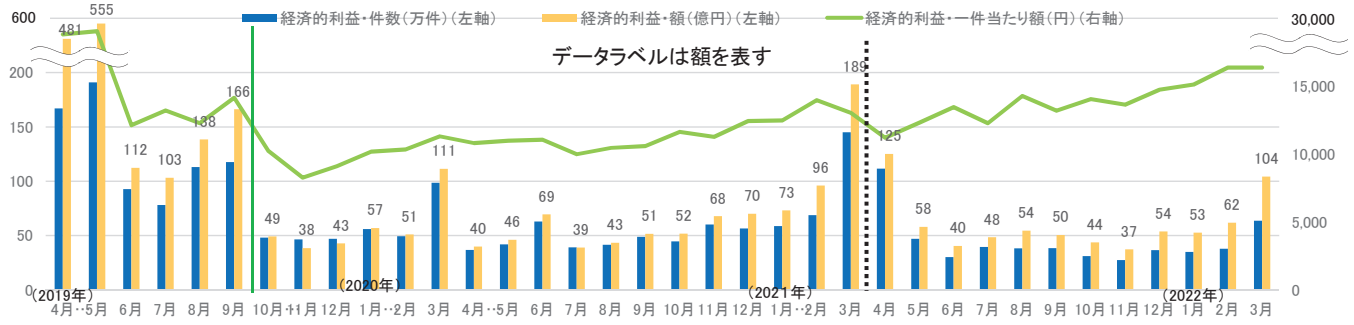
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告
及び報告徴収に基づく報告

Ⅰ-3　モバイル市場の現況と分析
（2）モバイル端末市場の動向

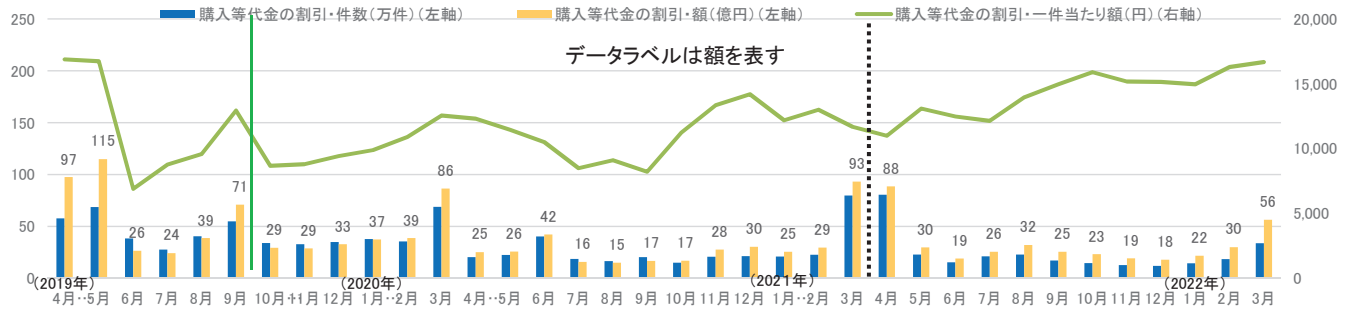
対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（指定事業者）

◆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、及びそのうち端末購入等割引額とも、2021年度は大きな動きはない。ただし、1件当たりの額は、4月以降、継続して増加している傾向がうかがえる。

利益の提供の件数・額・一件当たり額（指定事業者）



上記のうち端末購入等割引の件数・額・一件当たり額（指定事業者）



※　2019年4月から9月までの数値については、MNO3社のみの数値。

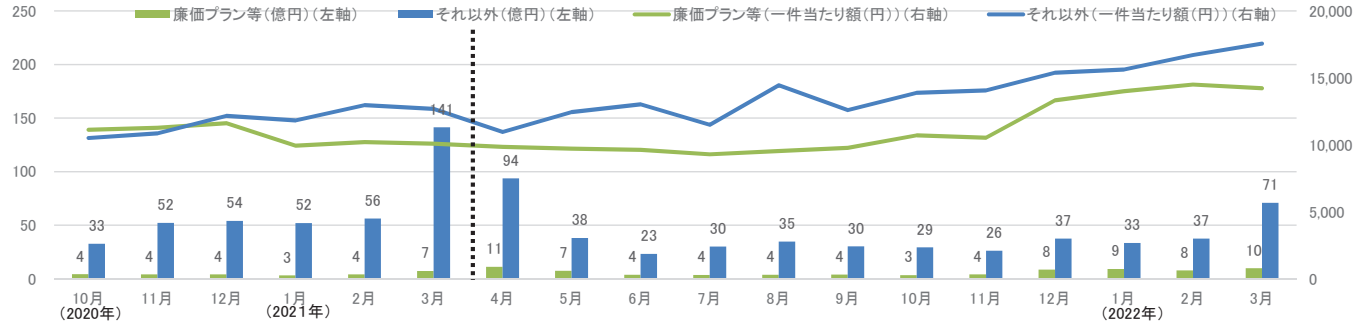
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

現状　対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（MNO3社）

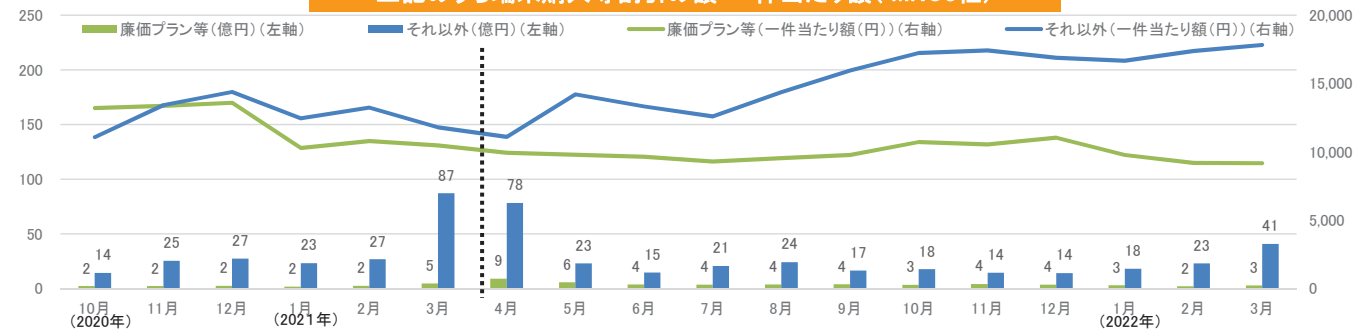
52

◆ MNO3社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。

利益の提供の額・一件当たり額（MNO3社）



上記のうち端末購入等割引の額・一件当たり額（MNO3社）



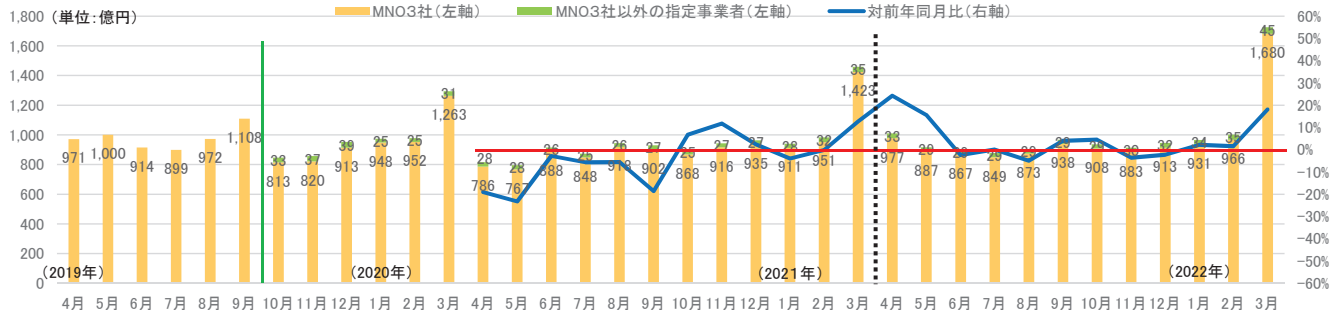
出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び事業者からの報告

代理店への支払金（指定事業者）

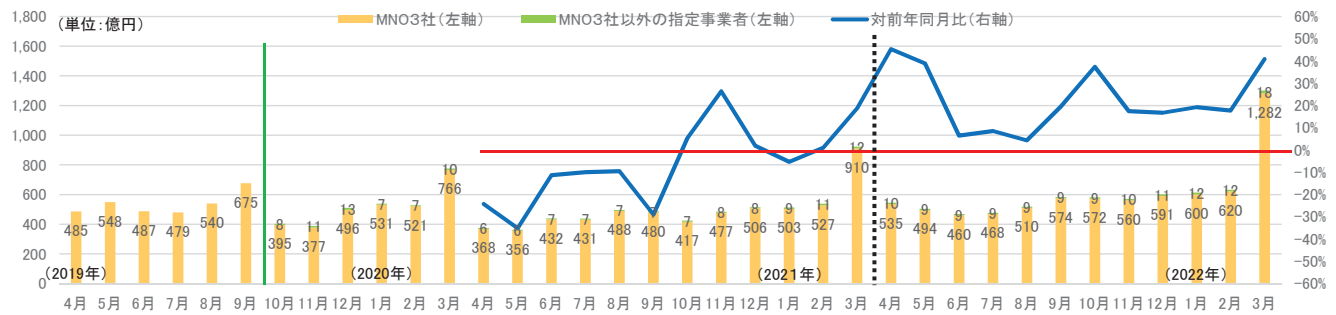
53

◆ 2021年度の代理店等への支払金の合計は1兆2,054億円（＋5.3%）、そのうち販売奨励金の合計は7,391億円（＋23.4%）であった。

代理店への支払金



代理店への支払金（販売奨励金）



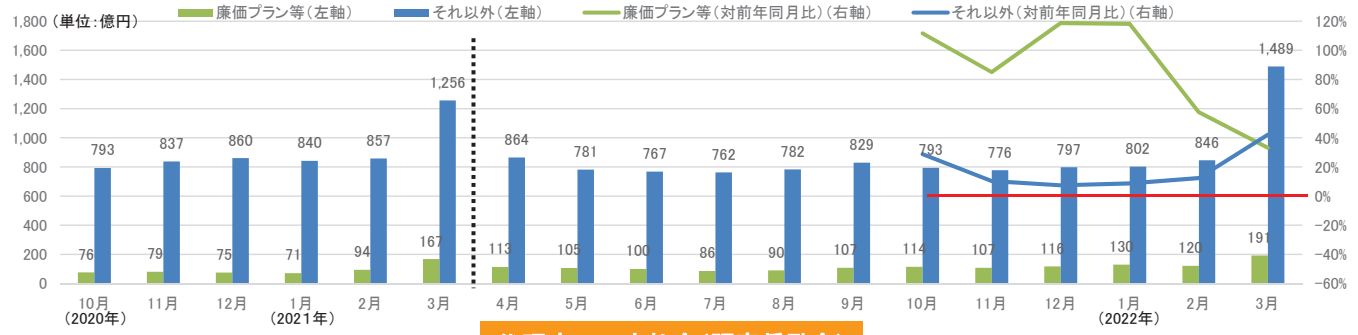
※1　2019年4月から9月までの数値については、MNO3社の数値のみ。
※3　対前年同月比について、2020年4月から9月まではMNO3社の数値、10月以降はすべての指定事業者の数値を記載している。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

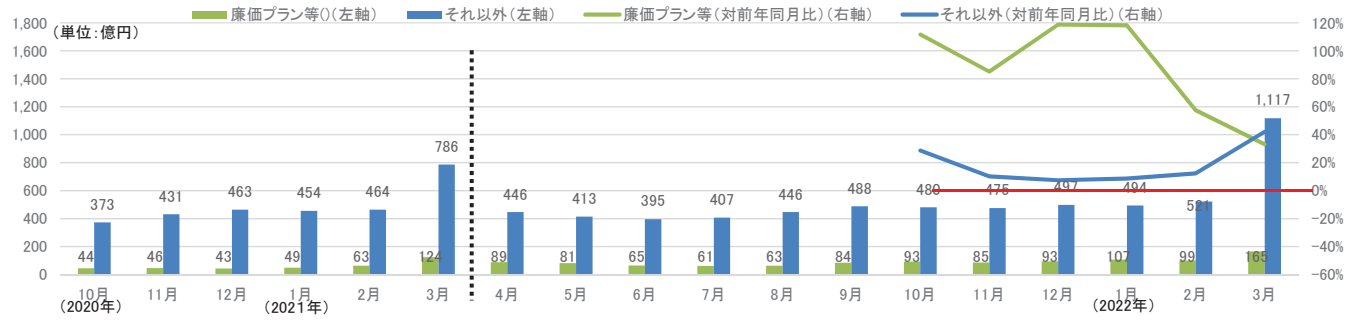
代理店への支払金（MNO3社）

◆ MNO3社による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った。

代理店への支払金



代理店への支払金（販売奨励金）

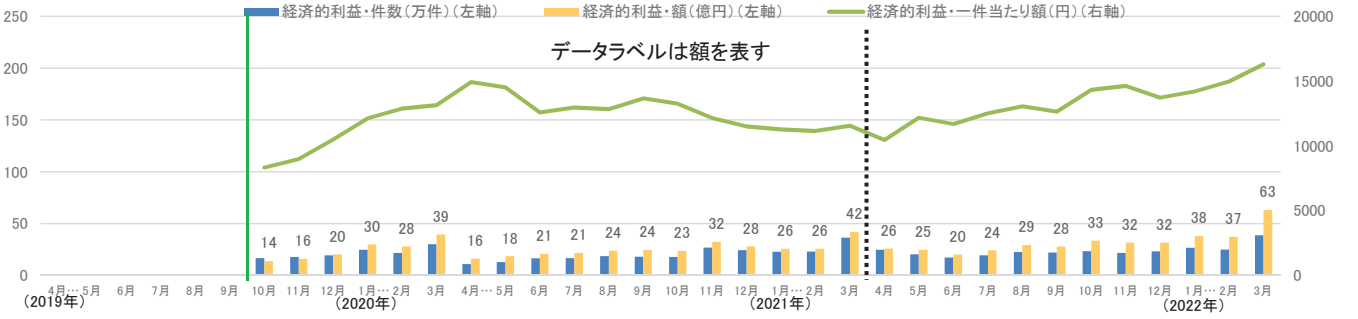


出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び事業者からの報告

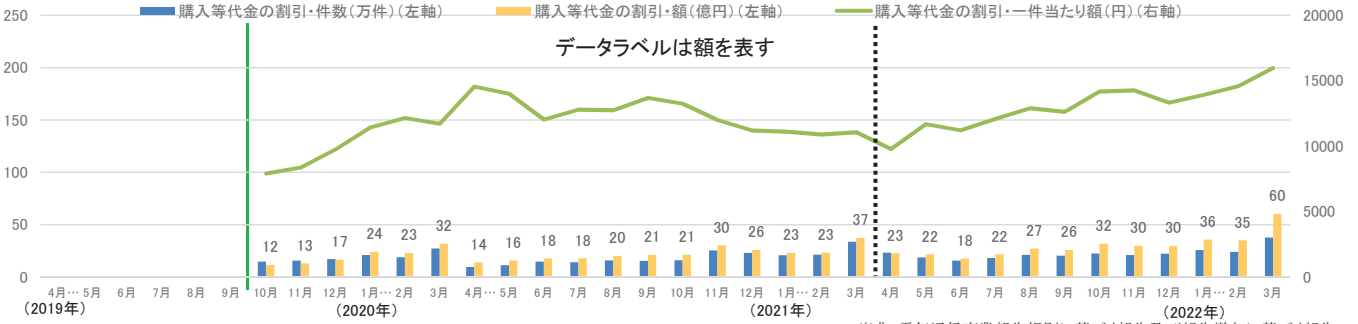
対象設備の購入等を条件とした経済的利益の提供（代理店等）

◆ 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は、その大宗が端末購入等割引であり、2021年度は、概ね対前年同月を上回り、微増している状況にある。

利益の提供の件数・額・一件当たり額（代理店等）



上記のうち端末購入等割引の件数・額・一件当たり額（代理店等）

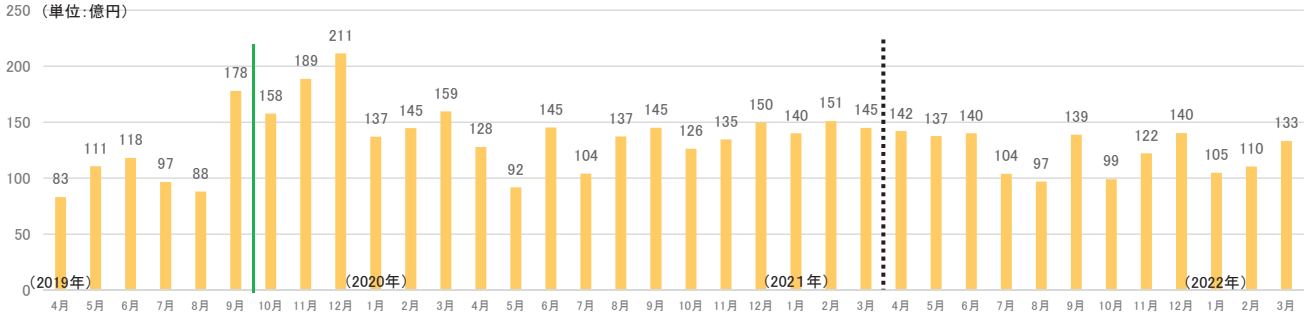


出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

メーカへの支払金（指定事業者）

◆ 2021年度の指定事業者からメーカへの支払金は合計で1,468億円(▲8%)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。

メーカへの支払金

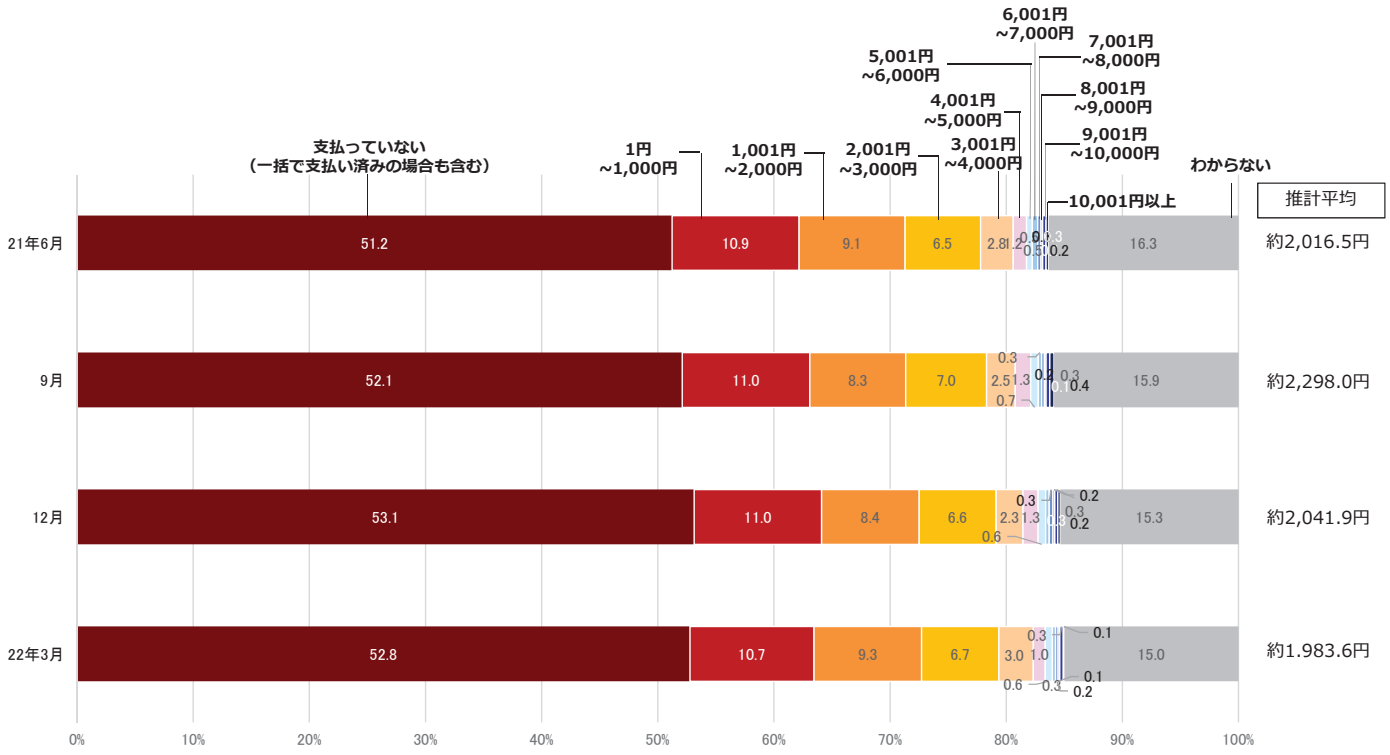


※ 2019年4月から9月までの数値については、MNO3社のみの数値。

出典：電気通信事業報告規則に基づく報告及び報告徴収に基づく報告

利用者意識調査（端末代金）

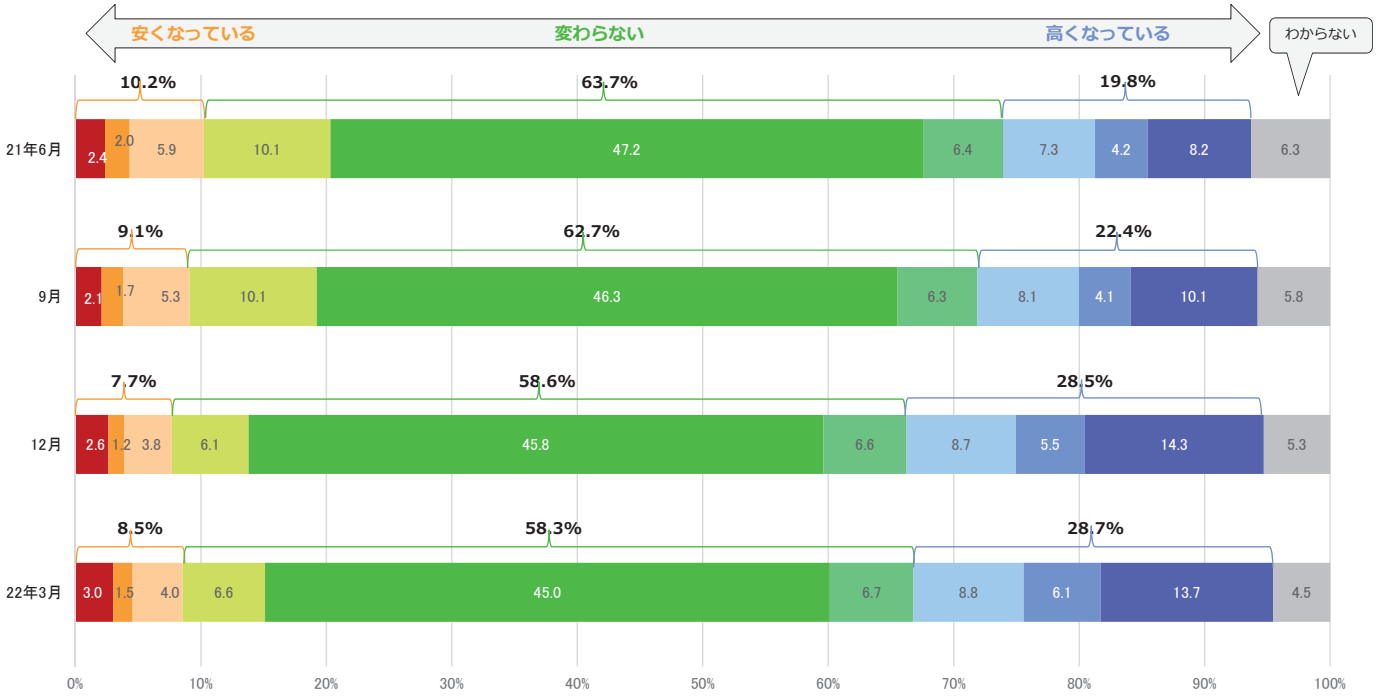
問 あなたは、先ほどお答えいただいた支払いのうち、携帯電話の端末代金を月々いくらぐらい支払っていますか。 n=6, 000



利用者意識調査（端末代金に対する意識）

問　最近、日本の携帯電話料金、携帯電話端末の代金は安くなってきたとあなたは感じますか。　n=6, 000

※　安くなっていると思う方は「1」に近い数字、高くなっていると思う方は「9」に近い数字をお選びください。わからない方は、「わからない」をお選びください。
※　携帯電話端末は定価ではなく、キャッシュバックやポイント還元等により割引を受けた後で実際に負担することになる金額についてお答えください。



5G端末の発売状況①（8万円以上）

◆2021年６月から2022年にかけて、10万円以上及び6万円未満の販売端末及びミリ波対応端末が増加している。

MNO各社が販売している5G端末（2022年6月10日時点）

黄色網掛は2021年6月1日から2022年6月10日までに発売された端末　赤字はミリ波対応端末　★は5G(SA)対応端末（要専用USIM）　☆は2022年夏のｿﾌﾄｳｪｱｱｯﾌﾟﾃﾞｰﾄにより5G(SA)対応となる端末

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル
10万円～	・Galaxy Z Fold3 5G- 216,000円(21/10/6) ・Xperia 1 Ⅳ- 173,520円(22/6/3)☆ ・Galaxy S22 Ultra - 167,040円(22/4/21)☆ ・iPhone 13 Pro Max- 150,480円(21/9/24) ・Xperia 1Ⅲ(21/7/9) - 140,400円 ・ Galaxy S21 Ultra 5G - 137,520円 (21/4/22)※ ・Galaxy Z Flip3 5G- 135,360円(21/10/6) ・ Galaxy Note20 Ultra 5G - 132,480円 (20/11/6)※ ・iPhone 13 Pro- 129,600円(21/9/24) ・ iPhone12 Pro Max - 129,600円 (20/11/13) ・ iPhone12 Pro - 117,360円(20/10/23) ・Galaxy S22- 115,920円(22/4/21)☆ ・ arrows 5G - 107,280円(20/7/30)※ ・ LG V60 ThinQ 5G - 107,280円(20/5/11) ※ ・AQUOS R6 - 105,120円(21/6/25) ・Xperia 5Ⅲ- 102,960円(21/11/12) ・iPhone 13- 101,520円(21/9/24)	・Galaxy Z Fold 5G- 215,968円(21/10/6) ・Xperia 1 Ⅳ- 175,391円(22/6/3) ・Galaxy S22 Ultra(22/4/21) - 162,564円 ・iPhone 13 Pro Max- 142,723円 (21/9/24) ・iPhone 13 Pro- 130,036円(21/9/24) ・ iPhone 12 Pro Max - 129,000円 (20/11/13) ・Xperia 1 Ⅲ- 125,036円(21/7/9) ・Galaxy Z Flip3 5G- 117,195円(21/10/6) ・ iPhone 12 Pro - 115,904円 (20/10/23) ・Galaxy S22- 113,664円(22/4/21) ・Xperia 5Ⅲ- 110,368円(21/11/12) ・iPhone 13- 104,564円(21/9/24)	・Xperia 1 Ⅳ- 181,309円(22/6/3) ・ razr 5G - 180,000円(21/3/26) ・Xperia 1 Ⅲ- 171,491円21/7/9) ・LEITZ PHONE 1- 170,836円(21/7/16) ・iPhone 13 Pro Max- 143,345円 (21/9/24) ・ iPhone 12 Pro Max - 138,110円 (20/11/13) ・iPhone 13 Pro- 130,309円(21/9/24) ・BALMUDA Phone- 130,255円 (21/11/26) ・ iPhone 12 Pro- 125,019円(20/10/23) ・Xperia5 Ⅲ- 125,018円(21/11/12)★ ・AQUOS R6- 121,745円(21/6/25) ・ AQUOS R5G - 117,818円(20/3/27) ・Google Pixel 6 Pro- 115,855円 (21/10/28) ・iPhone 13- 105,382円(21/9/24) ・ Xperia 5 Ⅱ - 104,728円(20/10/17) ・ iPhone 12 - 100,800円(20/10/23)	・iPhone 13 Pro Max- 122,546円 (21/9/24) ・iPhone 12 Pro Max - 111,637円 (21/4/30) ・iPhone 13 Pro - 111,637円 (21/9/24) ・iPhone 12 Pro - 102,546円 (21/4/30)
8～10万円	・ Galaxy S20 5G - 93,600円(20/3/25)※ ・ iPhone12 - 87,160円(20/10/23) ・ Galaxy S21 5G - 90,720円(21/4/22) ・ Xperia 5 Ⅱ - 90,000円(20/11/12)※ ・iPhone13 mini- 89,280円(21/9/24) ・ Xperia 1 Ⅱ - 82,000円(20/6/18)	・ Xperia 5 Ⅱ - 99,477円 (20/10/17) ・ Galaxy S21＋ 5G - 96,600円(21/4/22) ・ iPhone 12 - 94,027円 (20/10/23) ・iPhone13 mini- 91,882円(21/9/24) ・ Galaxy S21 5G - 82,805円(21/4/22) ・ iPhone 12mini - 81,877円 (20/11/13) ・ TORQUE 5G - 80,804円(21/3/26) ・OPPO Find X3- 80,182円(21/6/30)	・iPhone13 mini- 92,291円(21/9/24) ・ iPhone 12 mini - 87,710円 (20/11/13)	・iPhone 13- 87,700円(21/9/24)

注1　価格は、令和4年6月10日時点の各社オンラインストア記載のもの（※は発売時点のもの）（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。

5G端末の発売状況②（8万円未満）

MNO各社が販売している5G端末（2022年6月10日時点）

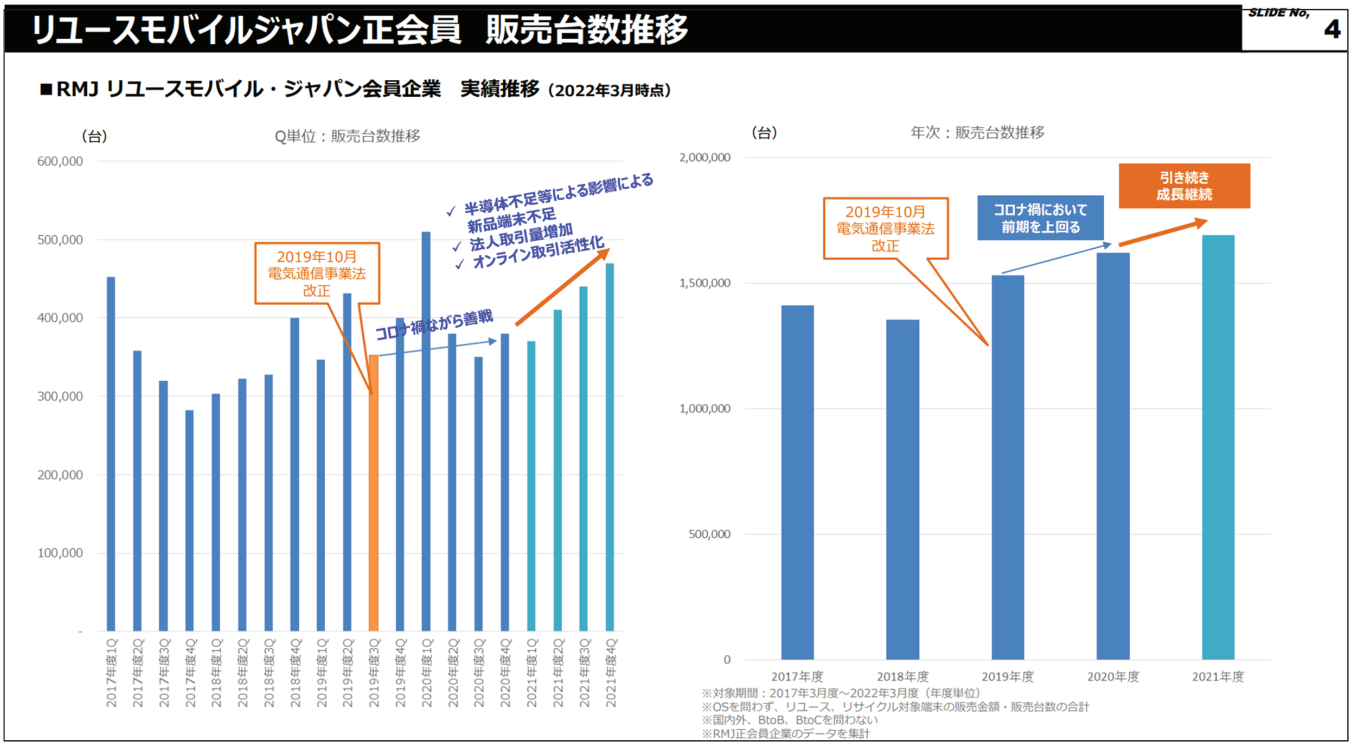
黄色網掛は2021年6月1日から2022年6月10日までに発売された端末　赤字はミリ波対応端末

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル
6～8万円	・iPhone12 mini－ 74,920円（20/11/13） ・arrows NX9 － 69,120円（20/12/18） ・LG VELVET－ 64,080円（20/12/18）※ ・Galaxy A51 － 64,080円（20/11/6）※	・Google Pixel 6－ 75,177円(21/10/28) ・AQUOS zero6－ 65,077円(21/10/8)	・Google Pixel 5 － 79,855円(20/10/15) ・Google Pixel6－ 77,891円(21/10./8) ・AQUOS zero 6－ 68,073円(21/10/18) ・iPhone SE3－ 61,527円(22/3/18)	・iPhone13 mini－ 71,273円(21/9/24) ・iPhone 12 － 70,400円（21/4/30） ・AQUOS zero6－ 63,455円(21/10/14) ・iPhone 12 mini － 63,455円（21/4/30）
4～6万円	・iPhone SE3－ 59,300円(22/3/18) ・Galaxy A52 5G－ 54,000円(21/6/3) ・Galaxy A53－ 54,000円(22/5/27) ・AQUOS sense6－ 51,840円(21/11/11) ・Xperia 10 Ⅲ－ 46,800円(21/6/18)※	・iPhone SE3－ 59,395円(22/3/18) ・ZTE a1 － 54,527円（20/8/5） ・Galaxy A53 5G－ 54,395円(22/5/27) ・Xperia 10Ⅲ－ 49,077円(21/6/18)	・Google Pixel 5a(21/8/26) － 58,909円 ・AQUOS zero5G basic － 59,564円（20/10/9） ・Google Pixel 4a(5G) － 52,364円（20/10/15） ・シンプルスマホ6－ 49,745円(22/4/8)	・iPhone SE3－ 52,546円(22/3/18) ・Xperia 10 Ⅲ Lite－ 42,546円(21/8/27)
0～4万円	・AQUOS sense5G － 36,000円（21/2/12）※ ・Xperia Ace Ⅲ－ 31,280円(22/6/10) ・Galaxy A22 5G－ 20,000円(21/12/2) ・arrows We－ 20,000円(21/12/3)	・AQUOS sense6s－ 36,791円(22/4/28) ・AQUOS sense6－ 36,791円(21/11/4) ・AQUOS sense5G －36,263円（21/2/10） ・Xperia AceⅢ－ 30,377円(22/6/10) ・Galaxy A32 5G －28,354円（21/2/25） ・Redmi Note10 JE－ 26,150円(21/8/13) ・AQUOS wish－ 23,800円(22/1/14) ・arrows We－ 23,800円(21/12/3) ・OPPO A54－ 20,000円(21/6/4)	・AQUOS sense5G － 39,273円（21/2/10） ・Redmi Note 10T－ 24,873円(22/4/22) ・arrows We－ 24,873円(21/12/3) ・OPPO A55s 5G－ 24,873円(21/11/26) ・Redmi Note 9T － 19,637円(21/2/26)	・Redmi Note11Pro 5G－ 39,073円（22/5/30） ・Rakuten BIG s － 36,346円(21/4/21) ・OPPO Reno5 A－ 36,346円(21/6/18) ・AQUOS sense6－ 36,182円(21/11/11) ・OPPO A55s 5G－ 29,819円(21/11/26) ・Rakuten Hand 5G－ 27,182円(22/2/14) ・AQUOS wish－ 27,091円(22/1/21)

注1　価格は、令和4年6月10日時点の各社オンラインストア記載のもの（※は発売時点のもの）（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。

中古端末販売台数の推移

○　第30回WG RMJ資料から抜粋



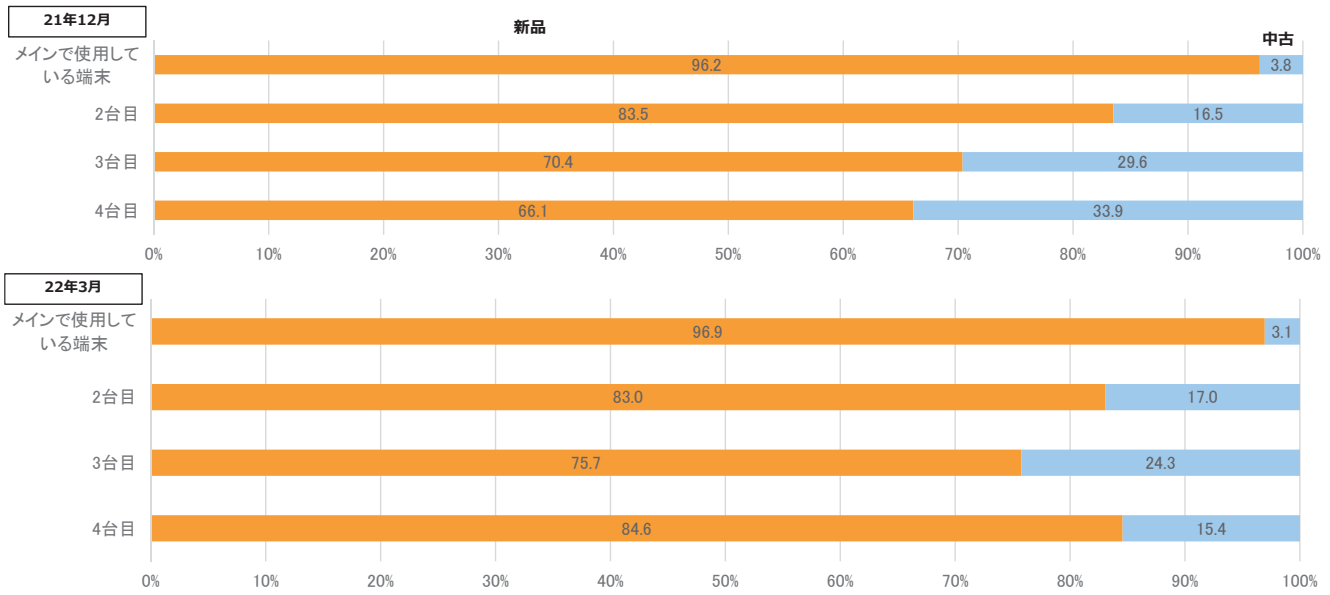
利用者意識調査（使用端末の新品、中古の別）

62

問　現在使用している台数に応じ、新品で入手したか、中古で入手したかそれぞれお選びください。

（メインで使用している端末）n=6,000
21年12月：（2台目）n=580　（3台目）n=143（4台目）n=44
22年3月：（2台目）n=513　（3台目）n=112（4台目）n=37

※　メインで使用している端末を含めて利用頻度が高い順に４台目までお答えください。

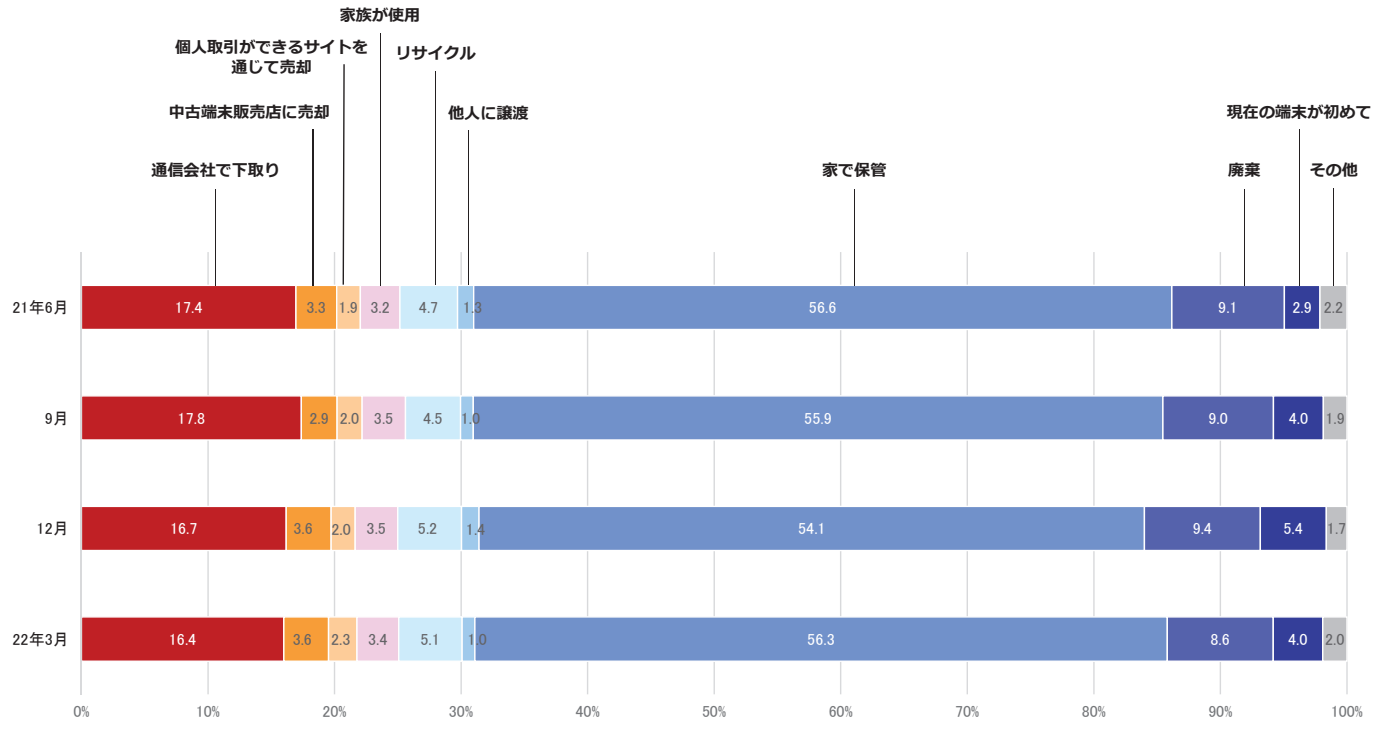


利用者意識調査（使用していた携帯電話端末の扱い）

63

問　あなたは、現在使っている携帯電話端末の前に使っていた携帯電話端末をどうしましたか。

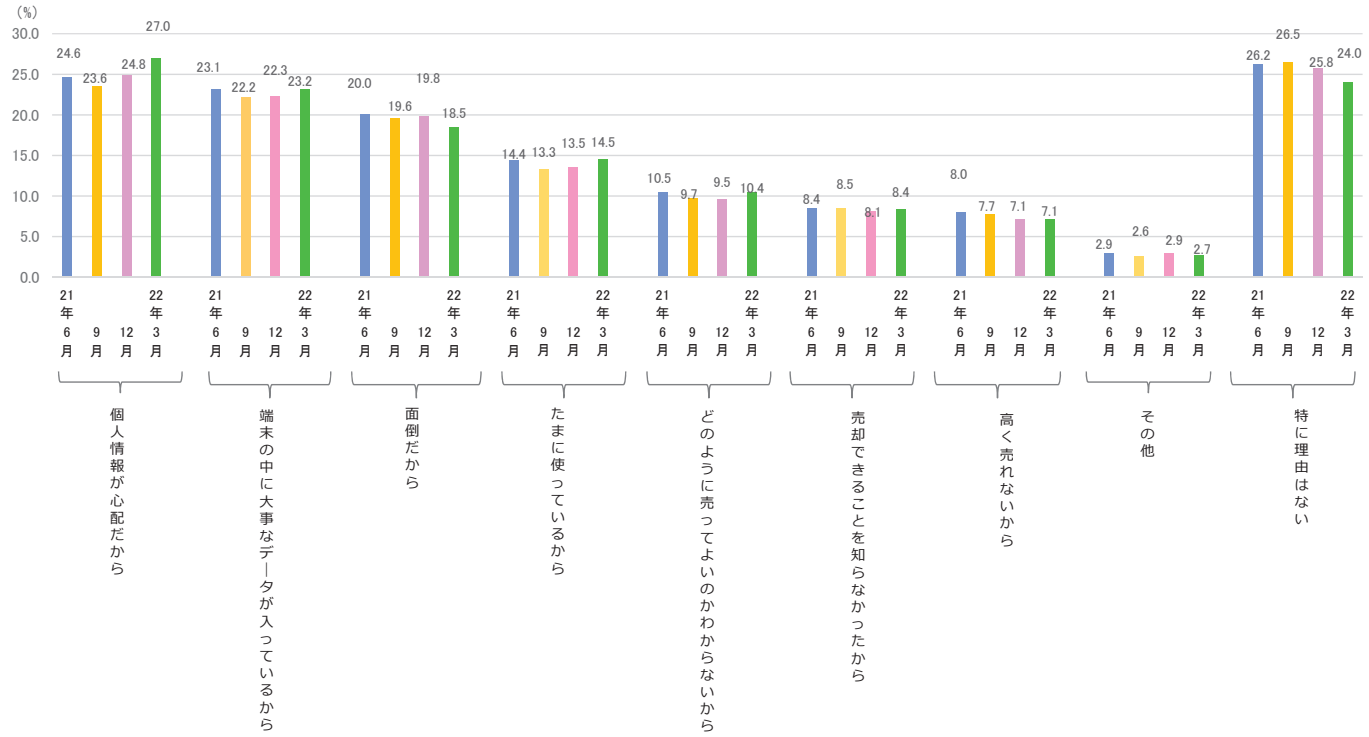
n=6,000



利用者意識調査（家で保管する理由）

問　あなたは、どうしてその端末を家で保管しているのですか。あてはまるものをすべてお選びください。
（21年6月）n=3,396（9月）n=3,357（12月）n=3,248（22年3月）n=3,377

※　前問で「家で保管している」を選択した者に対する質問。



純正部品による修理が可能な者の拡大（iPhone）

2021年3月以前

- 日本国内でiPhoneの純正部品による持ち込み修理を行っているのは、アップルストアと正規サービスプロバイダ※1。
  - アップルストア：日本全国10店舗
  - 正規サービスプロバイダ：日本全国 6事業者※2　計108店舗



※1 これらに加え全国からApple修理センターへの配送による修理も行っている。
※2 カメラのキタムラ、ビックカメラグループ、クイックガレージ、Misumi Store、C smart、ベルパーク。

2021年3月以降

- 2021年３月、Apple社は、独立系修理業者※3においても同社の審査を前提に同社の純正部品による修理を可能とする取組を、日本を含む全世界に拡大すると発表。※3　IRP：Independent Repair Provider
  - 2021年12月までに、日本国内でも既に複数社が審査を通過済み
  - 2022年６月時点で少なくとも10数社がIRPとして純正部品による修理の提供を開始

2022年以降

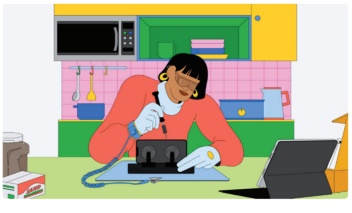
- 2021年11月18日、Apple社は、利用者自らが同社の純正部品による修理を可能とする取組を、米国で開始予定と発表。
  - 2022年４月27日、Apple社は米国において上記の取組を開始

Apple社の発表（抜粋）

Apple、Independent Repair Provider プログラムを全世界に拡大



Apple announces Self Service Repair

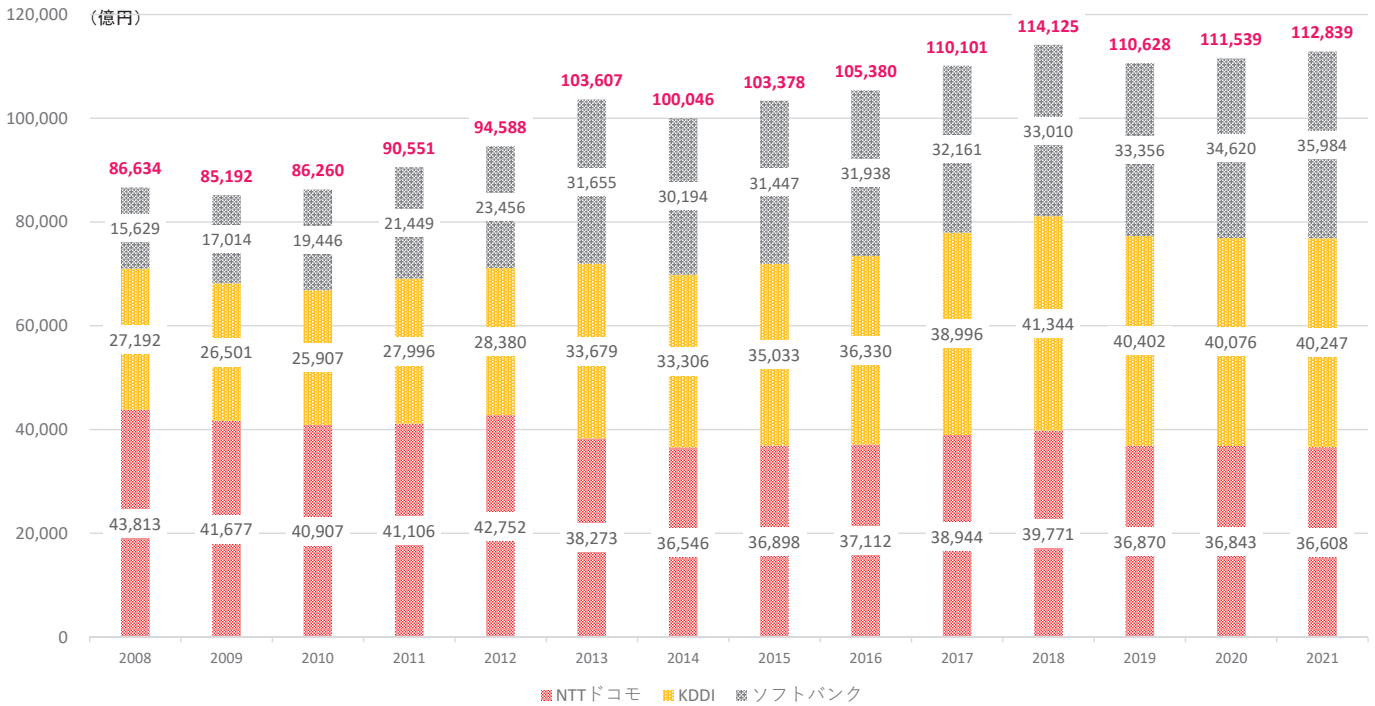


出典：各社HP。Apple社の発表はそれぞれ次のURL。
https://www.apple.com/jp/newsroom/2021/03/apples-independent-repair-provider-program-expands-globally/
https://www.apple.com/newsroom/2021/11/apple-announces-self-service-repair/

Ⅰ-3 モバイル市場の現況と分析
（3）事業者の経営状況

通信事業に係る売上高の推移（MNO3社）

67

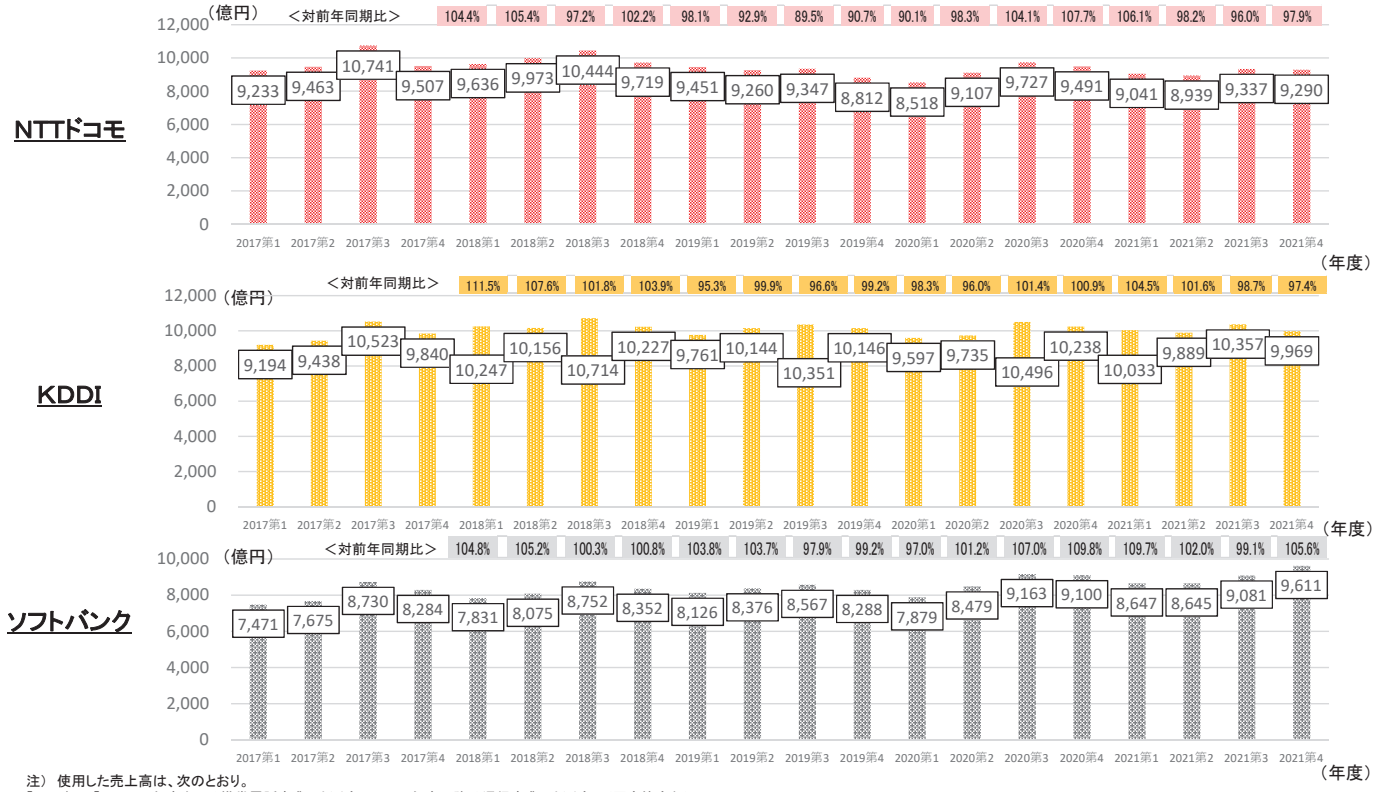


注） 使用した売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業に係るもの（固定等含む）。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度以降は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る売上高の推移（MNO3社・四半期）

68

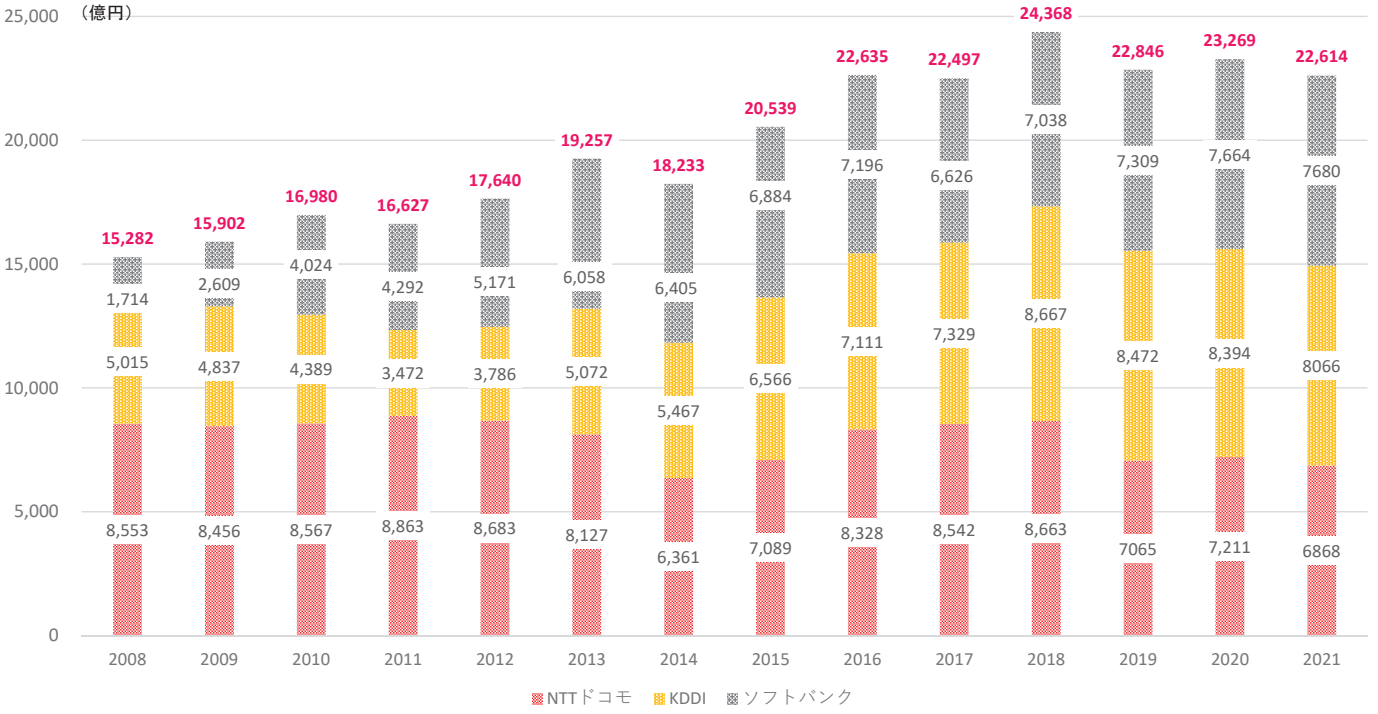


注） 使用した売上高は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業に係るもの（固定等含む）。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度以降は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益の推移（MNO3社）

69

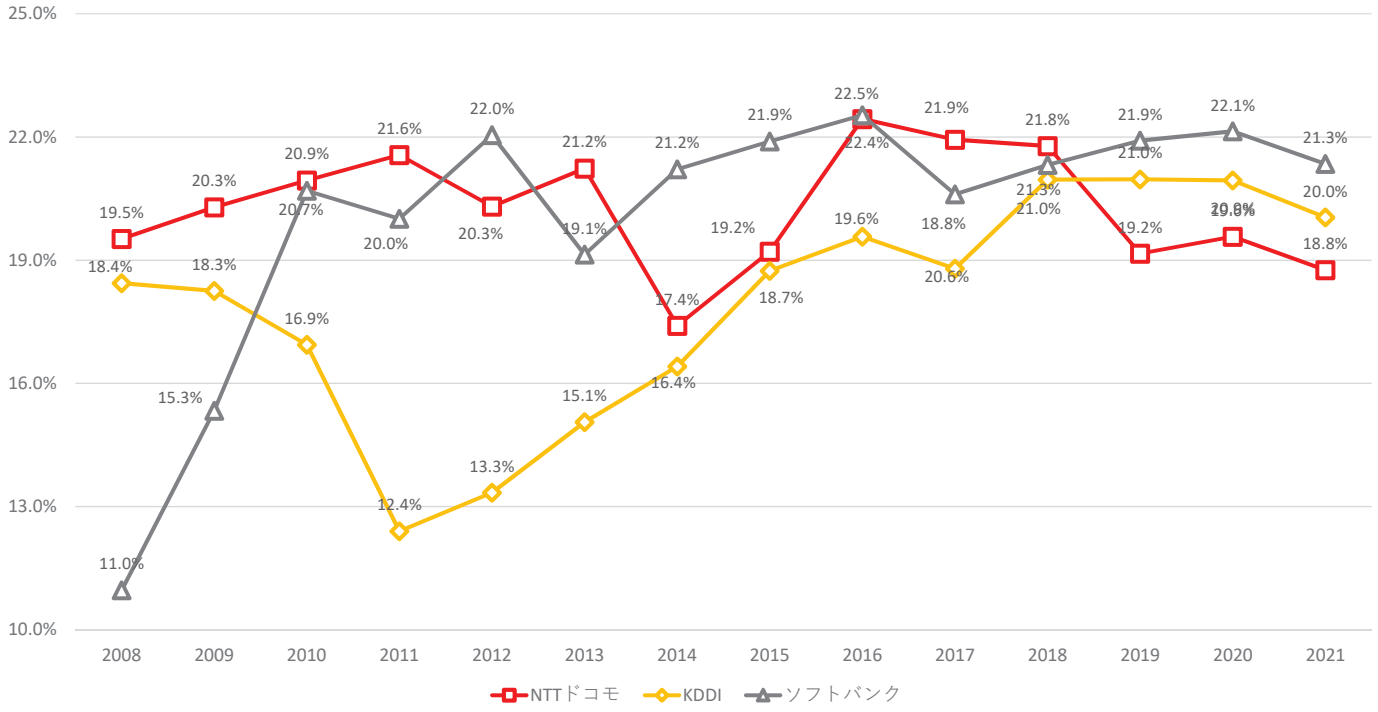


注） 使用した営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業に係るもの（固定等含む）。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度以降は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益率の推移（MNO3社）

70

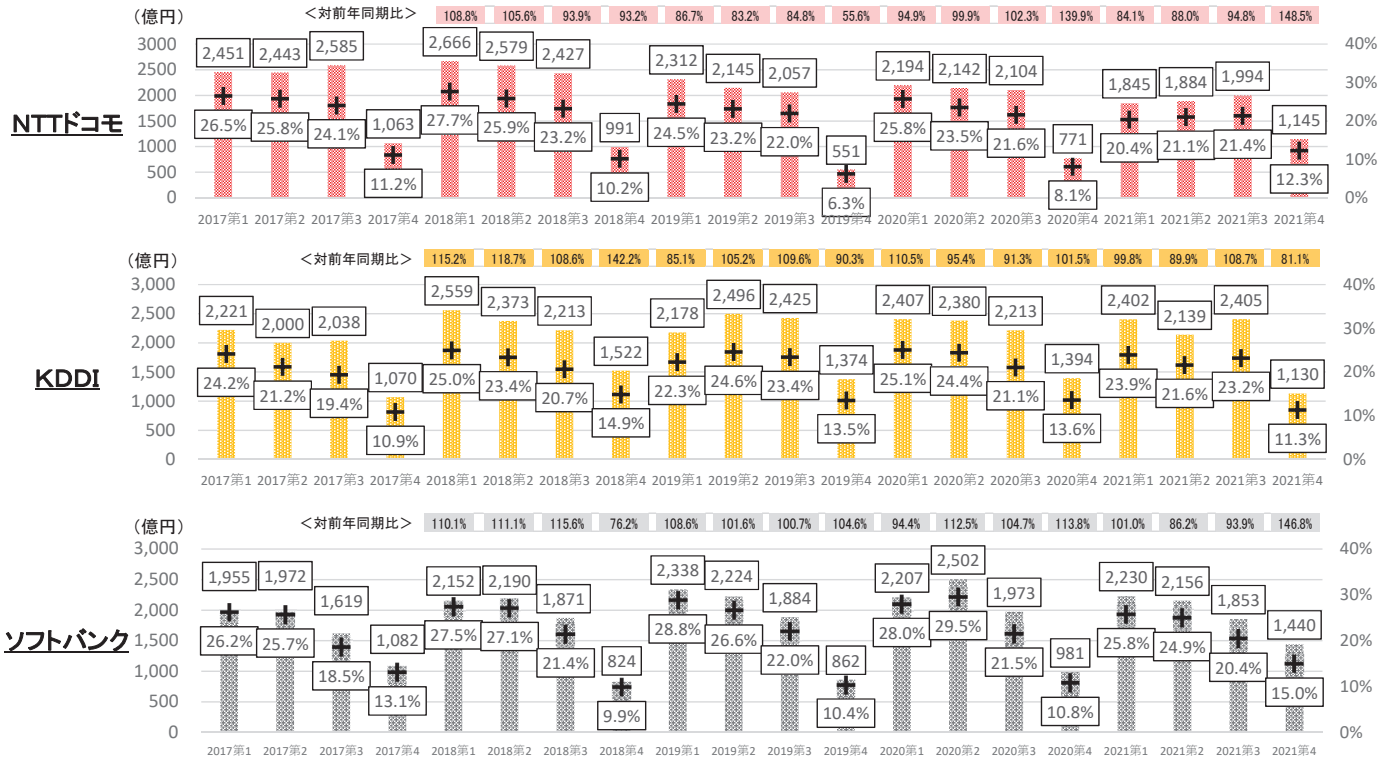


注） 使用した営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業に係るもの（固定等含む）。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度以降は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る営業利益及び売上高営業利益率の推移（MNO3社・四半期）

71

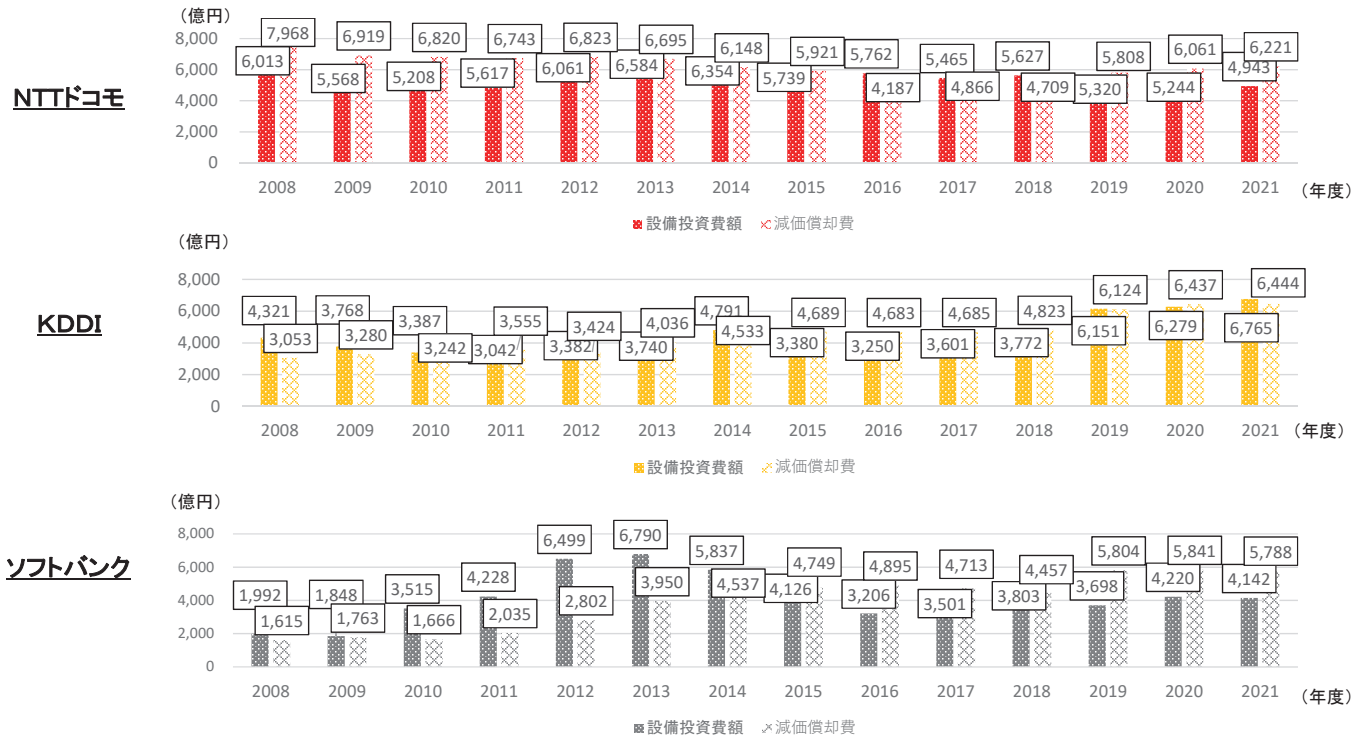


注） 使用した営業利益は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業に係るもの（固定等含む）。
【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度から2017年度まではパーソナルセグメントに係るもの（固定等含む）、2018年度以降は連結からライフデザイン領域の値を控除したもの。
【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、2017年度以降はコンシューマ事業及び法人事業に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

通信事業に係る設備投資額及び減価償却費の推移（MNO3社）

72

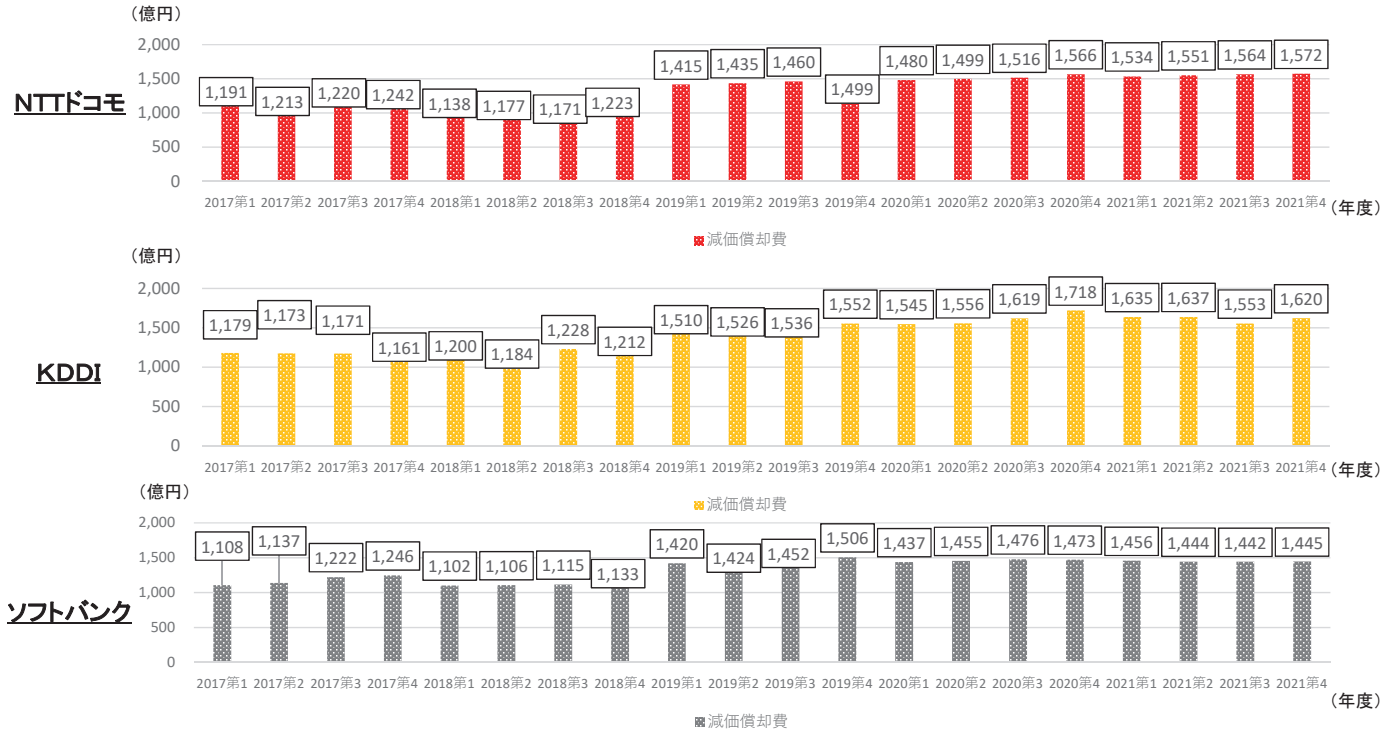


注） 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。
【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業に係るもの（固定等含む）。
2017年度以降は、設備投資額は通信事業に係るもの（固定等含む）、減価償却費は連結に係るもの。
【KDDI】 2018年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。
2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの。2019年度以降の設備投資額は連結に係るもの。
【ソフトバンク】2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度から2016年度までは国内通信事業に係るもの（固定等含む）、
2017年度以降は、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

通信事業に係る減価償却費の推移（MNO3社・四半期）

73



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】 2017年度以降は、設備投資額は通信事業に係るもの（固定等含む）、減価償却費は連結に係るもの。
【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年度以降の設備投資額は連結に係るもの。
【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、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に係るもの（固定等含む）。

出典：各社決算資料

携帯料金の低廉化の影響（MNO3社の2022年度業績予想）

74

○ 2021年度の決算では、3社とも、携帯電話料金の低廉化の影響により通信料収入が減少。さらに、2022年度の通信料収入の予想として、NTTドコモは▲1,143億円、KDDIは▲7～800億円、ソフトバンクは▲900億円（携帯電話料金の低廉化の影響のみ）を見込んでいる。

NTTドコモ

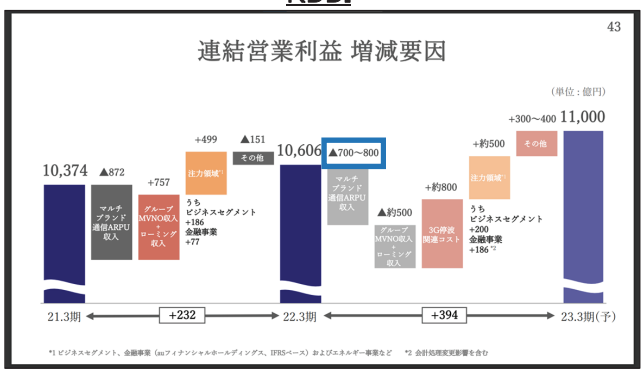
3.グループ別サマリー（NTTドコモグループ（NTTコミュニケーションズ・NTTコムウェアグループ含む））

業績概要

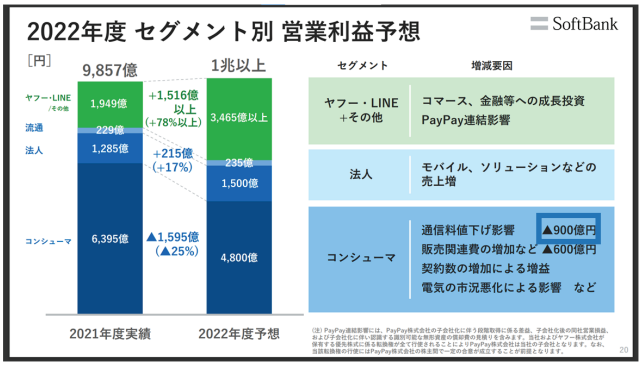
（単位：億円）

	2021年度 4月～6月（第1四半期）	7月～9月（第2四半期）	10月～12月（第3四半期）	1月～3月（第4四半期）	通期実績	2022年度 通期業績予想
NTTドコモグループ（NTTコミュニケーションズ・NTTコムウェアグループ含む）						
営業収益	14,355	14,453	14,800	15,095	58,702	59,840
通信サービス	9,125	9,144	8,947	8,842	36,059	34,070
モバイル通信サービス収入	6,745	6,745	6,557	6,537	26,583	25,440
固定通信サービス及び その他の通信サービス収入	2,380	2,399	2,390	2,305	9,475	9,530
端末機器販売	1,392	1,278	1,802	1,819	6,290	6,840
システムインテグレーションサービス収入	1,150	1,264	1,206	1,632	5,252	5,660
その他の営業収入	2,688	2,767	2,845	2,802	11,102	12,370
営業費用	11,526	11,522	11,700	13,228	47,976	49,000
人件費	1,202	1,175	1,184	1,147	4,707	4,810
経費	6,725	6,729	6,901	8,397	28,753	29,730
減価償却費	1,921	1,948	1,957	1,974	7,799	8,010
減損損失	-	-	-	17	17	-
通信設備使用料	1,550	1,551	1,552	1,521	6,174	6,130
固定資産除却費	129	119	105	174	526	320
営業利益	2,828	2,931	3,100	1,866	10,725	10,840
税引前四半期（当期）利益	2,847	2,930	3,186	1,861	10,824	10,840
当社に帰属する四半期（当期）利益	1,983	2,009	2,225	1,305	7,521	7,480

KDDI



ソフトバンク



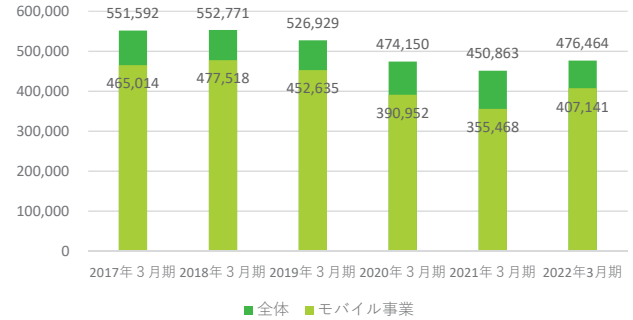
出典：各社決算プレゼンテーション資料

代理店各社の売上高（過去5年間）

75

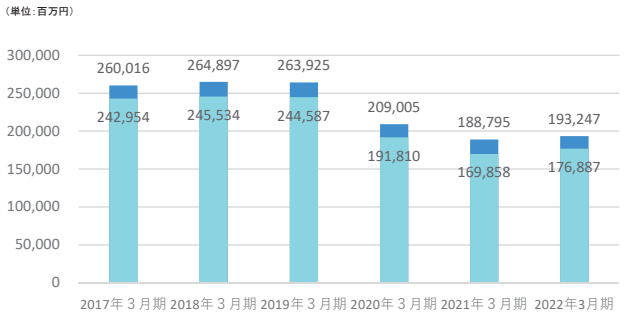
（出典）各社有価証券報告書

（単位：百万円）



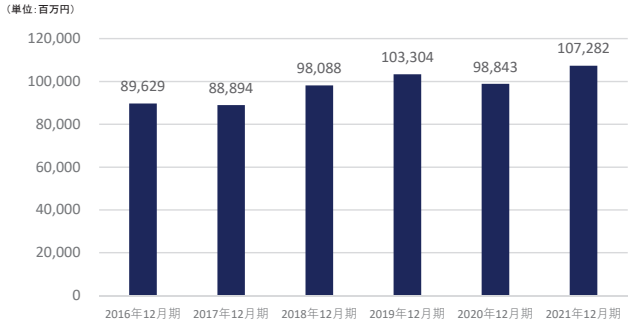
ティーガイア（連結）

（単位：百万円）



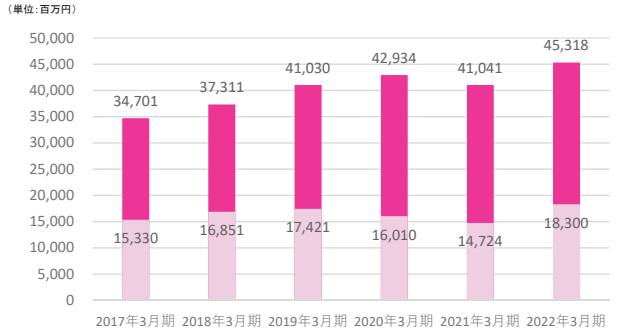
コネクシオ

（単位：百万円）



ベルパーク（連結）

（単位：百万円）

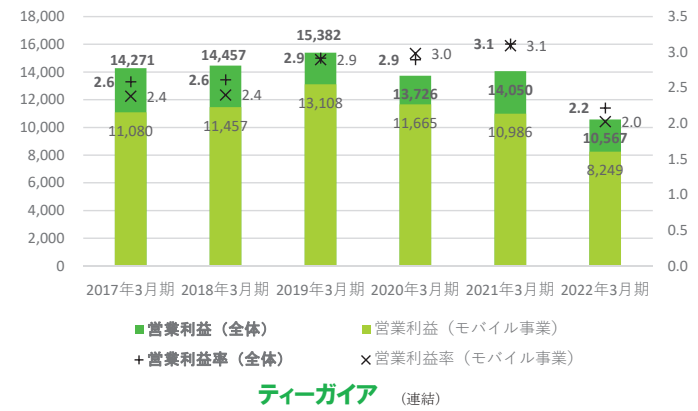


クロップス（連結）

代理店各社の営業利益（過去5年間）

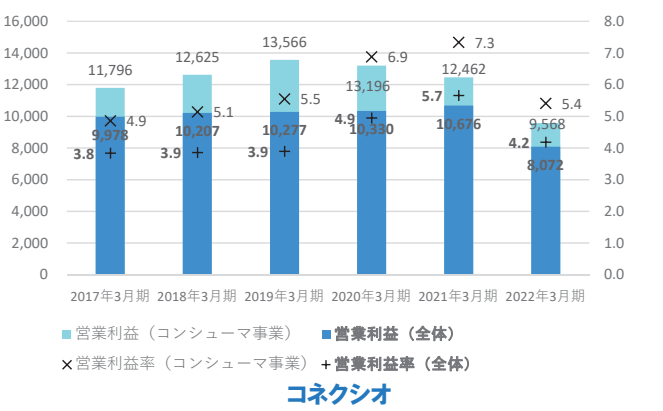
（出典）各社有価証券報告書

（単位：百万円）



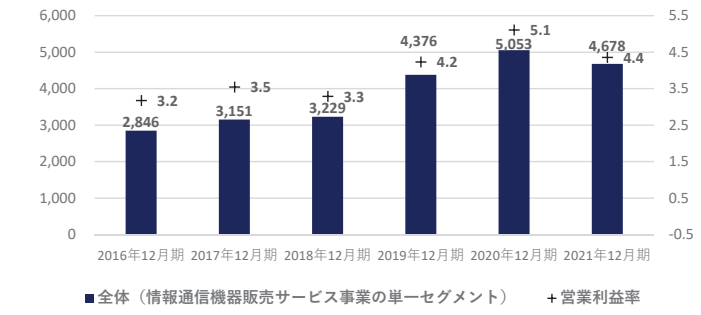
ティーガイア　（連結）

（単位：百万円）



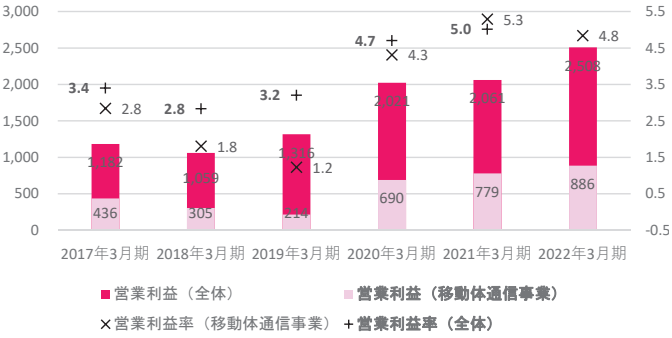
コネクシオ

（単位：百万円）



ベルパーク　（連結）

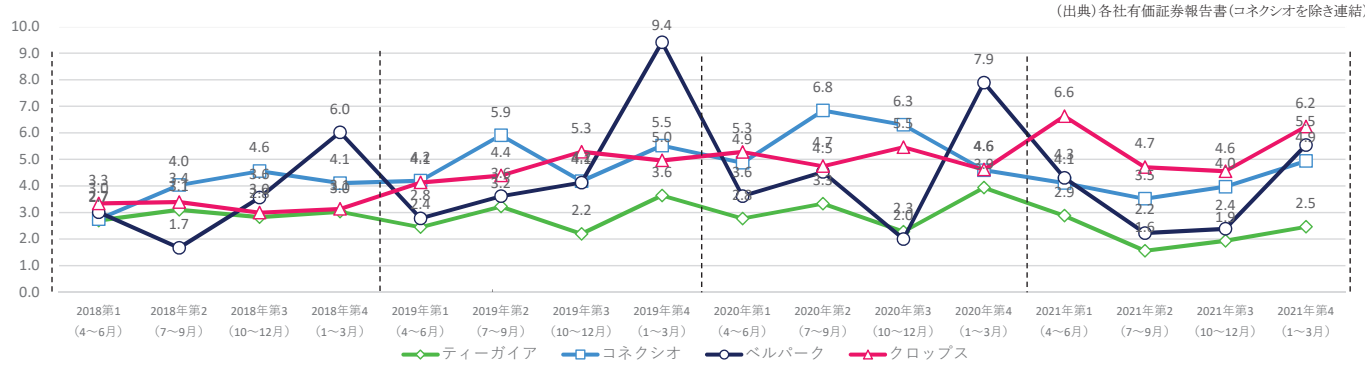
（単位：百万円）



クロップス　（連結）

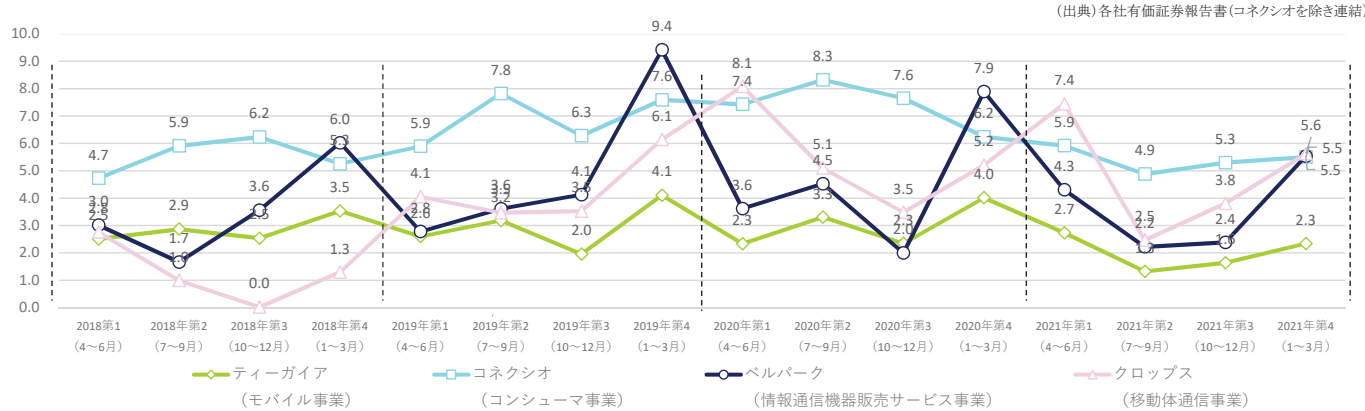
代理店各社の営業利益率

（出典）各社有価証券報告書（コネクシオを除き連結）



全体

（出典）各社有価証券報告書（コネクシオを除き連結）



セグメント

Ⅱ　モバイル市場等に係る課題関係

Ⅱ－１　携帯端末の対応周波数等について

総務省消費者センターに寄せられた意見等①

80

令和3年5月～令和4年2月

・ MNO各社のバンドはSIMロックを解除しても、メーカ各社のカスタマイズにより、実際につながる範囲が狭められている。**MNO自社以外のエリアを狭めるというバンドのカスタマイズはやめてほしい**。政府がせっかく**乗り換えや手数料を改善しても乗り換え先で不自由、エリアが狭いなどの不都合があっては乗り換える意味がない**。総務省は、こういったことをMNO各社が行わないように指導してほしい。

・ iPhoneはMNOのカスタムを許さないのでSIMロック解除すれば、どこのMNOも電波が捕まる。**AndroidはMNOオリジナルカスタム、バンド通信であり、例えばA社が繋がっても、B社の電波は繋がらない現象も起こりうる**。このように**バンド通信を潰されるとSIMロック解除しても意味がないのではないか**。

・ SIMロックを廃止しても乗換えは促進しない。**各通信会社で端末が使えるようにバンドの問題を解消**し、端末単体で購入した場合、セキュリティの更新ができるように**しなければ乗換えをするものはいない**。

・ **A社の契約者だが、B社の端末を購入**した場合、A社で使えるか、A社とB社の双方に確認したところ、SIMが合えば使えるということだったので、端末を購入。その後、A社ショップにて**SIMロック解除の設定をしてもらったが、結果的に周波数帯（エリア）が合わないのか使用不可**であった。

・ SIMフリー化が進んでいるところであるが、**Androidのキャリア端末ではMNOごとに使用バンドに縛りがかけられており、他のMNOのSIMだとプラチナバンドのような優位な帯域で通信ができない機種がある**。端末をMNOで買った方が分割払いにしても手数料がかからないことがあって便利なのだが、**そのバンド縛りがネック**になる。

・ SIMロック解除は自由に行えるようになったが、**キャリア端末は他のMNOのバンドに対応していないため、乗り換えが自由にできない**。SIMフリー端末では全てのMNOのバンドを対応していることからキャリア端末であっても対応できるはずである。MNOからメーカに対して他のMNOのバンドを対応しないように働きかけている可能性がある。

・ A社に乗り換えようと思った。確認をしたところ、回線が繋がらない場合があるかもしれない、バージョンアップしないといけないなどと言われた。各社違いがあるためとのこと。**基板をかえて周波数を変えるようなことができたらいい**。

総務省消費者センターに寄せられた意見等②

81

・ A社でスマホにした。B社に**乗換えようとしたところ、対応していない端末だった**。メーカに聞いたところ、A社仕様のため、A社でしかテストをしていないため、他社での動作保証はしていないとのこと。**MNO毎にスペックが統一されていないため**、**端末を持って乗り換えできないのでは、SIMフリーとなっても意味がない**。

・ 現在、SIMロック解除はできるようになったが、**バンド縛りを行っている**。**プラチナバンドを縛っているのでSIMを入れ替えても使えない**。

・ **SIMロック解除になっても、MNO自社のバンドしか使えない仕組みにしている**。何のためのSIMフリーなのか。総務省はMNO各社に厳しく指導してもらいたい。

・ SIMロックは廃止になったが、**バンドの問題が残っている**。**MNOの仕様の端末では他社では使えない**。どこのMNOに乗換えても利用出来る端末を販売するようにしてほしい。

・ A社通信契約でスマホを購入。B社に**移行しようとキャリアショップで聞いてみると、**SIMを変えてもこの機種は**構造上使えないと言われた**。**SIMフリーで変更しやすくする方向に行っているのにできないのはおかしい**。各社共通で使えるSIMを作ってほしい。

・ **総務省はSIMロック解除だけでなくバンドロックも外すべき**。**A社で使っていた携帯にB社のSIMをさすと使い勝手が悪い**。これは**バンドロックのせい**である。

・ 国は中古端末を勧めているが、SIMロック解除をしても、全く意味がないことがわかった。メーカに問い合わせて納得できた。内容は、MNOでは、「同じメーカの製品でもSIMフリーで工場出荷するわけではなく、工場を出荷する段階で各社使用の周波帯数に設定し出荷している」とのこと。そのためSIMロック解除して、**かぶっている周波数帯は携帯電話会社が違っても使える場合があるが、会社が違うと周波数帯がもともと違うので使えない**。せっかく国がSIMロック解除をすると決めても、現実的にかぶっていない電波はつかまない。携帯電話各社が最初から自社用に設定しているなら、SIMロック解除しても使えなくて当然。この**各社で周波数帯が違うものを設定していることをどうにかしてほしい**。簡単に工場の設備を変えるわけにはいかないだろうが、この状況を総務省はわかって改善していくように努めてほしい。

韓国及び米国における政策的対応の例

82

韓国における政策的対応

○　「電気通信設備の相互接続基準」第68条において、端末のUSIM移動性を規定し、端末のUSIMを交換しても全てのMNOの通信サービスが利用可能となるよう定めている。

○　周波数搭載に関する直接的な規定はないが、USIM移動性の規定により、**USIMを交換した際に全てのMNOの通信サービスが可能となるようにしなければならないため、携帯電話端末は、MNO各社の周波数を全て搭載**しているとのこと。

【参考】電気通信設備の相互接続基準（科学技術情報通信部告示第2020-10号）（仮訳）

第68条（移動電話汎用加入者識別モジュール）

移動通信サービス提供事業者は、利用者が「移動電話汎用加入者識別モジュール」を同一事業者または他の事業者の「移動電話汎用加入者識別モジュール」に交換し、移動通信サービスが可能な通信端末装置に挿入しても、音声通話サービス、映像通話サービス、発信者番号表示、短文メッセージサービス、マルチメディアメッセージサービス、データサービス（ただしWAPサービスは除く）を利用できるようにしなければならない。ただし、科学技術情報通信部長官が定める通信端末装置は、この限りではない。

米国における政策的対応

○　2008年に連邦通信委員会（FCC）が実施した700MHz帯オークションの結果、多くの地域系中小事業者が獲得した免許ブロックに対応する「バンド12」と、AT&Tが獲得した免許ブロックに対応する「バンド17」という、互換性のない２つのバンドが併存することとなった。

○　中小事業者は、端末メーカが製造コスト削減やAT＆Tによる大口需要が見込まれるバンド17に注力することにより、バンド12に対応した端末が調達が困難となることやローミングが困難となることを懸念し、消費者団体とともに「Interoperability Alliance」を結成し、FCCに対応を求めた。

○　**FCCが相互運用性の確保を義務付ける規則について検討を開始**したことを受け、2013年９月、**AT&Tを始めとする業界関係者は**、AT＆Tが2017年9月までに自社が販売する端末の全てをバンド12対応とするなど、**自主的に相互運用性を確保する措置を講じることをFCCに確約**。同年10月にFCCがそれを踏まえた規則改正を採択するに至った。

韓国において販売されている携帯電話端末の対応周波数帯

83

略記号　S：SK Telecom、K：KT、L：LG Uplus　　は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　　は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応

			4G、LTE												5G					
端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	850MHz帯 バンド５			900MHz帯 バンド８			1.8GHz帯 バンド３			2.1GHz帯 バンド１			2.6GHz帯 バンド７			3.5GHz帯 N78			28GHz帯 n257		
			S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L
Apple	iPhone12	３社	○			○			○			○			○			○					
Samsung	Galaxy Z Flip3 5G	３社	○			○			○			○			○			○					
	Galaxy S21 5G	３社	○			○			○			○			○			○					
	Galaxy A32	３社	○			○			○			○			○			○					
	Galaxy A12	３社	○			○			○			○			○			○					

携帯電話各社専売モデル

			4G、LTE												5G					
端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	850MHz帯 バンド５			900MHz帯 バンド８			1.8GHz帯 バンド３			2.1GHz帯 バンド１			2.6GHz帯 バンド７			3.5GHz帯 N78			28GHz帯 n257		
			S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L	S	K	L
Samsung	Galaxy Wide5	SKT	○			○			○			○			○			○					
	Galaxy Jump	KT	○			○			○			○			○			○					
	Galaxy Buddy	LGU＋	○			○			○			○			○			○					

※　Samsung（シェア85%）の端末販売ランキング上位3機種及び7位のローエンド端末1機種、Apple（シェア12%）の上位1機種を選定。 さらに、MNO3社がそれぞれ販売する専売モデルから1機種ずつを選定。（シェア及び端末販売ランキングは２０２１年第３四半期時点）

米国において販売されている携帯電話端末の対応周波数帯

略記号　V：Verizon Wireless、T：T-Mobile US、A：AT&T Mobility

は周波数帯（バンド）と当該バンドを割当てられたMNO　は他社に割り当てられた周波数に非対応

は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応　は自社に割り当てられた周波数に非対応

4G、LTE

端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	600MHz帯			700MHz帯													850MHz帯			1.7GHz帯			1.9GHz帯			2.3GHz帯		
			バンド71			バンド29			バンド12			バンド17			バンド13			バンド14			バンド5			バンド4/66			バンド2			バンド30		
			V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A
Google	Google Pixel 6	３社	○			○			○			○			○			○			○			○			○			○		
Samsung	Galaxy S21 Ultra5G	Verizon							○						○						○			○			○				
		T-Mobile	○						○						○						○			○			○				
		AT&T				○			○									○			○			○			○			○		
	Galaxy A12	Verizon							○						○						○			○			○				
		T-Mobile	○						○						○						○			○			○				
		AT&T				○			○									○			○			○			○			○		
Sonim	XP8	Verizon, AT&T				○			○						○			○			○			○			○			○		

5G

端末メーカ（50音順）	機種名	取扱MNO	600MHz帯			850MHz帯			1.7/2.1GHz帯			1.9GHz帯			2.3GHz帯			2.5GHz帯			3.7GHz帯			26GHz帯			28GHz帯			39GHz帯		
			n71			n5			n66			n2			n40			n41			n77			n258			n261			n260		
			V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A	V	T	A
Google	Google Pixel 6 (mmW モデル)	Verizon、AT＆T	○			○			○			○			○			○			○			○			○			○		
	Google Pixel 6 (Sub6 モデル)	T-mobile	○			○			○			○			○			○			○											
Samsung	Galaxy S21 Ultra5G	Verizon				○			○			○									○						○			○		
		T-Mobile	○															○									○			○		
		AT&T																			○						○			○		

※　米国の大手MNO３社が販売する主要な携帯電話端末について、対応周波数帯を調査。

対応周波数の違いによる端末価格の比較（ソニーの例）

Xperiaシリーズ

機種名	特定キャリアの周波数に特化した端末（キャリアモデル）				⑤SIMフリーモデル※3	⑥ 差額※4（⑤―④）
	①docomo	②KDDI	③ソフトバンク	④ ①～③の平均		
Xperia1 Ⅲ	154,440円	137,540円	188,640円	160,207円	149,600円	▲10,607円
Xperia5 Ⅲ	113,256円	121,405円	137,520円	124,060円	114,400円	▲9,660円
Xperia5 Ⅱ	-	88,140円	92,880円	90,510円	79,200円	▲11,310円

※３　SIMフリー端末の販売価格は、SONYストアから引用。
※４　差額は、⑤SIMフリーの価格から④docomo、KDDI及びソフトバンクの価格平均を引いた額（小数点以下は四捨五入）。

は自社に割り当てられていない周波数に非対応
は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応
はSIMフリー端末で非対応の周波数

機種名	周波数帯	4G											5G							価格
		700MHz帯	800MHz帯			900MHz帯	1.5GHz帯		1.7GHz帯	2.1GHz帯	2.5GHz帯	3.5GHz帯	1.7GHz帯	700MHz帯	2.5GHz帯	3.4GHz帯 3.7GHz帯 4.0GHz	3.5GHz帯 3.7GHz帯	4.5GHz帯	28GHz帯	
	バンド	28	18	19	26	8	11	21	3	1	41	42	n3	n28	n41	n77	n78	n79	n257	
Xperia1 Ⅲ	Docomo	○		○				○	○	○	○	○					○	○	○	154,500円
	KDDI	○	○		○		○		○	○	○	○		○		○	○		○	137,540円
	ソフトバンク	○				○	○		○	○	○	○	○	○		○	○		○	188,640円
	ソニーストア	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○		○	○	○		149,600円
Xperia5 Ⅲ	docomo	○		○				○	○	○	○	○					○	○		113,256円
	KDDI	○	○		○		○		○	○	○	○		○	○	○	○			121,405円
	ソフトバンク	○				○	○		○	○	○	○	○	○		○	○			137,520円
	ソニーストア	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○		○	○	○		114,400円
Xperia5 Ⅱ	docomo	販売終了																		―
	KDDI	○	○		○		○		○	○	○	○		○		○	○			88,140円
	ソフトバンク	○				○	○		○	○	○	○	○	○		○				92,880円
	ソニーストア	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○				○	○	○		90,510円

対応周波数の違いによる端末価格の比較（サムスンの例）

Galaxyシリーズ

機種名	特定キャリアの周波数に特化した端末（日本）			複数キャリアの周波数に対応した端末（韓国）			⑦ 差額※2（⑥―③）
	①docomo	②KDDI	③ ①と②の平均	④SKT※1	⑤KT※1	⑥ ④と⑤の平均	
Galaxy Z Fold3 5G	237,600円	237,565円	237,583円	202,868円	202,868円	202,868円	▲34,715円
Galaxy Z Flip3 5G	148,896円	128,915円	138,906円	127,281円	127,281円	127,281円	▲11,625円
Galaxy S22 Ultra	183,744円	178,820円	181,282円	147,378円	147,378円	147,378円	▲33,904円
Galaxy S22	122,012円	125,030円	123,521円	101,490円	101,490円	101,490円	▲22,031円
Galaxy S21+	―	106,260円	106,260円	121,699円	121,699円	121,699円	15,439円
Galaxy S21	99,792円	91,085円	95,439円	101,490円	101,490円	101,490円	6,051円

※1　韓国MNO2社の販売価格は、R4.4.11時点のレートによる円換算（0.1015ウォン/円）。
※2　差額は、⑥SKTとSKの平均から、③docomoとKDDIの平均を引いた額（小数点以下は四捨五入）。

日本で割り当てられている周波数
韓国で割り当てられている周波数
日韓で割り当てられている周波数
は自社に割り当てられていない周波数に非対応
は自社及び他社に割り当てられた周波数に非対応

機種名	周波数帯	4G																								5G								価格
		700MHz帯				800MHz帯			850MHz帯	900MHz帯	1.5GHz帯	1.7GHz帯		1.9GHz帯		2.1GHz帯	2.3GHz帯	2.5GHz帯		2.6GHz帯	3.5GHz帯	1.7GHz帯	700MHz帯	2.5GHz帯	3.4GHz帯 3.7GHz帯 4.0GHz帯	3.5GHz帯 3.7GHz帯	4.5GHz帯	28GHz帯							
	バンド	28	12	13	17	18	19	20	26	5	8	11	21	3	4	2	25	39	1	40	38	41	7	42	n3	n28	n41	n77	n78	n79	N257※※							
Galaxy Z Fold3 5G(256GB)	Docomo	○	○	○			○			○			○	○	○			○	○	○	○	○	○	○					○	○	○				237,600円
	KDDI	○	○	○		○		○		○				○				○	○	○	○	○	○	○		○		○	○		○				237,565円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						202,868円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						202,868円
Galaxy Z Flip3 5G	Docomo	○	○	○			○			○			○	○	○			○	○	○	○	○	○	○					○	○					148,896円
	KDDI	○	○	○		○		○		○				○				○	○	○	○	○	○	○		○		○	○						128,915円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						127,281円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						127,281円
GalaxyS22Ultra	Docomo	○	○	○			○			○			○	○	○			○	○	○	○	○	○	○					○	○	○				183,744円
	KDDI	○	※	※	※	○		※		※				○	※	※	※	○	※	※	※	※	○	○		○		○	○		○				178,820円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						147,378円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						147,378円
Galaxy S22	Docomo	○	○	○			○			○			○	○	○			○	○	○	○	○	○	○					○	○	○				122,012円
	KDDI	○	※	※	※	○		※		※				○	※	※	※	※	○	※	※	※	※	○		○		○	○		○				125,030円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						101,490円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						101,490円
GalaxyS21+	Docomo	―																																―
	KDDI	○	※	※	※	○		※		※				○	※	※	※	※	○	※	※	※	※	○		○		○	○						106,260円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						121,699円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						121,699円
Galaxy S21	Docomo	○	○	○			○			○			○	○	○			○	○	○	○	○	○	○					○	○	○				99,792円
	KDDI	○	※	※	※	○		※		※				○	※	※	※	※	○	※	※	※	※	○		○		○	○		○				91,085円
	SKT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						101,490円
	KT	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					○	○						101,490円

※　非公開
※※　韓国では、MNO3社に割り当てられているが、一般利用者向け商用サービスはまだ始まっていない。

II－2　乗換えコストのさらなる改善

「キャリアメールの持ち運び」サービスの提供開始について

88

- 「キャリアメール(※)の持ち運び」については、MNO3社において、令和3年中に基本的なサービスを実現すべく開発準備が行われてきたところ。

※:NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクが○○@docomo.ne.jp、△△@ezweb.ne.jp、□□@softbank.ne.jpなどのアドレスで提供するメールサービス

- 各社において準備が整い、NTTドコモが12月16日から、KDDI・ソフトバンクが12月20日からサービス提供開始。
- 各社のサービス概要は以下のとおりであり、今後一部機能を改定する事業者があるものの、令和4年夏頃までには改定を行う見込み。

【各社が提供するサービス概要】

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
サービス名称	ドコモメール持ち運び	auメール持ち運び	メールアドレス持ち運び
報道発表日	令和3年12月15日	令和3年12月15日	令和3年12月20日
提供開始時期	令和3年12月16日	令和3年12月20日	令和3年12月20日
申込方法	ドコモを解約後31日以内に、専用サイトからオンラインで申込み	auを解約後31日以内に、専用サイトからオンラインで申込み	ソフトバンクを解約後31日以内に、専用サイトからオンラインで申込み
主な機能	・メールアドレスの引継ぎ ・メールボックスの引継ぎ ・メールの送受信 ・迷惑メールの受信拒否	・メールアドレスの引継ぎ ・メールボックスの引継ぎ ・メールの送受信 ・迷惑メールの受信拒否 （既存の設定の引継ぎ不可。新たな個別設定は可能）	・メールアドレスの引継ぎ ・メールボックスの引継ぎ ・メールの送受信 ・迷惑メールの受信拒否 （設定の変更は不可）
料金額	330円（月額、税込）	330円（月額、税込）	3，300円（年額、税込）※

※:令和4年夏以降、330円（月額、税込）も提供予定

MNO4社の端末補償サービス①

（税抜。2022年7月1日現在）

89

	NTTドコモ		KDDI		
名称	ケータイ補償サービス ※ iPhoneについてはAppleCare+ for iPhoneも加入可能。	ケータイ補償サービス （持込機種での加入）	故障紛失サポート	故障紛失サポート with Cloud	故障紛失サポート with AppleCare Services & iCloud+
月額料金	330円～1,000円	500円～1,000円	380円～660円 (Galaxy Fold、Galaxy Z Flip(±1,190円) 500円（au Certified）	900円	776円～1,260円
対象端末	• iPhone • Android • フィーチャーフォン	• iPhone • Android	• Android • フィーチャーフォン • au Certified	• Android	• iPhone
補償内容 ※端末に係る補償に関する内容を記載	• 配送交換又は店頭交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償　等	• 配送交換 • 故障修理（自社販売品のみ） 等	＜Android＞ • 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償　等 ＜au Certified＞ • 配送交換	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償　等	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償　等
回線契約者以外の加入	○ （2021年9月28日～） ※ ahamoでは、非回線契約者への端末販売は行っていない。	×	×→○ （2022年5月17日）		
端末購入時以外の加入	× （機種購入日から14日以内のみ）	― （回線契約後14日以内）	× （機種購入時のみ）		
回線契約解除後の継続加入	○ （2021年9月28日～）	×	×→○ （2022年5月17日）		
備考	• 修理時には追加料金（サービス非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、データ復旧サービス（有償）等を提供。	• SIM単体契約者用 • 修理時には追加料金（サービス非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、データ復旧サービス（有償、Androidは対象外）等を提供。	• 修理時には追加料金（サービス非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、データ復旧サービス（有償）等を提供。		

MNO4社の端末補償サービス②

（税抜。2022年7月1日現在）

	ソフトバンク									楽天モバイル			
	ソフトバンク					Y!mobile							
名称	あんしん保証 ﾊﾟｯｸﾈｸｽﾄ	あんしん保証 ﾊﾟｯｸﾌﾟﾗｽ	あんしん保証 ﾊﾟｯｸ	あんしん保証 ﾊﾟｯｸﾗｲﾄ	あんしん保証 ﾊﾟｯｸwith Apple Care Services	故障安心 ﾊﾟｯｸﾌﾟﾗｽ	故障安心 ﾊﾟｯｸ-S	故障安心 ﾊﾟｯｸﾗｲﾄ	持込端末保証 with AppleCare Services	ｽﾏﾎ交換保証 ﾌﾟﾗｽ	持ち込みスマホ あんしん保証	故障紛失保証 with AppleCare Services	あんしん保証 with AppleCare Services for Apple Watch
月額料金	900円	650円	500円	300円	890円～1,190円	690円	500円	500円	863円～1,136円	650円	650円～1,190円	650円～1,190円	219円～391円
対象端末	• Android（GooglePixelのみ）	• Android（GooglePixel以外） • ﾌｨｰﾁｬｰﾌｫﾝ	• ﾌｨｰﾁｬｰﾌｫﾝ	• ｷｯｽﾞｹｰﾀｲ	• iPhone	• iPhone • Android	• ﾌｨｰﾁｬｰﾌｫﾝ	• iPhone • Android	• iPhone	• Android	• Android • iPhone	• iPhone	• AppleWatch
補償内容 ※端末に係る補償に関する内容を記載	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償 等 • 即日修理	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償 等 • 即日修理（GooglePixelのみ）	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償 等	• 故障修理 • 紛失盗難補償 等	• 配送交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償 等 ※ AppleCareｻｰﾋﾞｽの製品保証を加入期間中提供。 ※ 故障修理時には修理代金相当のPayPayﾎﾟｲﾝﾄを付与。	• 配送交換又は店頭交換 • 故障修理 • 紛失盗難補償 等	• 故障修理 • 紛失盗難補償 等	• 取り換え • 紛失捜索	• 配送交換 • 紛失盗難補償 等 ※ AppleCareｻｰﾋﾞｽの製品保証を加入期間中提供。	• 配送交換 • 紛失盗難補償 等	• 配送交換	• 配送交換 • 故障修理 • 盗難紛失補償 等 ※ AppleCareｻｰﾋﾞｽの製品保証を加入期間中提供。	• 配送交換 • 故障修理
回線契約者以外の加入	○	○（2021年7月14日～）				× ※今年度中に対応予定 ※ 非回線契約者も、ソフトバンクブランドの端末補償サービスに加入することは可能。		×	×	○	×	○	○
端末購入時以外の加入	×（機種購入日のみ）					×（店頭は機種購入日のみ、オンラインストアで購入の場合、14日以内）		—（店頭での回線契約時は契約日のみ、オンラインストアでの契約時は、利用開始後14日以内）	—（店頭での回線契約時は契約日のみ、オンラインストアでの契約時は、利用開始後14日以内）	×（機種購入時のみ）	—（回線契約から30日以内のみ）	×（機種購入時のみ）	×（機種購入時のみ）
回線契約解除後の継続加入	○	○（2021年7月14日～） ※ 提供以降に加入した者が対象				× ※ 今年度中に対応予定		×	×	○	×	○	○
備考	• 修理時には追加料金（ｻｰﾋﾞｽ非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、ﾃﾞｰﾀ復旧ｻｰﾋﾞｽ（無償）、遠隔ｻﾎﾟｰﾄｻｰﾋﾞｽ等を提供。（あんしん保証パック、あんしん保証パックライトを除く）					• 修理時には追加料金（ｻｰﾋﾞｽ非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、ﾃﾞｰﾀ復旧支援ｻｰﾋﾞｽ（無償）を提供。		• SIM単体契約者用 • 取り換え時は所定の手数料を支払うことで指定機種（android、iphone）を購入。 • 端末紛失時に紛失したおおよその場所を利用者が確認できるｻｰﾋﾞｽを提供。	• SIM単体契約者用 • 修理時には追加料金（ｻｰﾋﾞｽ非加入時より割引）が必要となる場合あり。 • その他、ﾃﾞｰﾀ復旧ｻｰﾋﾞｽ（無償）、端末紛失時に紛失したおおよその場所を利用者が確認できるｻｰﾋﾞｽも提供。	• その他、遠隔ｻﾎﾟｰﾄｻｰﾋﾞｽ等を提供。	• SIM単体契約者用 • ｻｰﾋﾞｽ加入後、30日以内に保証対象製品を登録する必要がある。	• 修理時には追加料金（ｻｰﾋﾞｽ非加入時より割引）が必要となる場合あり。	• 修理時には追加料金（ｻｰﾋﾞｽ非加入時より割引）が必要となる場合あり。

端末補償サービスに関するMNO4社の対応状況①

（税抜。2022年7月1日現在）

		NTTドコモ	KDDI
キャリア・メーカにおいて既に修理の受付を終了している端末に関する取扱い			
	■ 端末補償サービスの扱い	• 加入継続	【Android端末又はフィーチャーフォン】 • 加入継続 【iPhone】 • 契約対象モデルのApple社での修理受付が終了となった際にお客様告知の上で端末補償サービスの契約を終了。 【au Certified】 • 加入継続
	■ 修理・交換申込があった場合の対応	• 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。	【Android端末又はフィーチャーフォン】 • 修理を申し込まれた端末がAndroid端末又はフィーチャーフォンであった場合は、同一機種又は同等以上の別機種に交換。 【iPhone】 - 【au Certified】 • 修理を申し込まれた端末がAndroid端末又はau Certifiedであった場合は、同一機種又は同等以上の別機種に交換。
	■ 利用者への案内	• 修理終了時期を自社HPで周知。 • 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。	• 修理終了時期を自社HPで周知。 • 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。（Android端末又はフィーチャーフォン）
		• メーカ修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。 • 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。	• メーカ修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。 • 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に同等以上の自社指定機種と交換する旨を案内。（Android端末又はフィーチャーフォン）
顧客情報の削除			
	■ 回線契約解約後の顧客情報の扱い	• 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 • 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	• 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 • 回線契約を解約した場合であっても、端末補償サービスが継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。

端末補償サービスに関するMNO4社の対応状況②

（税抜。2022年7月1日現在）

92

		ソフトバンク		楽天モバイル
		ソフトバンク	Y!mobile	
キャリア・メーカにおいて既に修理の受付を終了している端末に関する取扱い				
	■ 端末補償サービスの扱い	• 加入継続	• 加入継続	• 加入継続
	■ 修理・交換申込があった場合の対応	• 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 • 端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。	• 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 • 端末修理受付を行う代わりに機種変更の価格を特別に割引。	• 交換については、原則、交換を申し込まれた端末と同一機種に交換。在庫枯渇等により、同一機種への交換が困難な場合は、別途自社が指定する機種に交換。 • 修理対応期間が終了している場合、端末修理は受け付けない。（iPhone・AppleWatch）
	■ 利用者への案内	• メーカにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止及び自社指定機種を特別価格で機種変更可能な旨を周知。	• メーカにて修理受付停止が発表された後、自社HPで修理受付の停止を周知。	• 修理終了時期を自社HPで周知。 • 機種交換について規定するサービス規約を自社HPで周知。
		• 個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。	• 個別にSMSを送信し、HPの情報に加えて故障時に店舗への来店を案内。	• メーカ修理終了となる場合、利用者に個別にメールを送信し、HPの情報で周知。（iPhone・AppleWatch） • メーカ修理終了となる場合、利用者に個別の案内は行っていない。（Android） • 交換用在庫が用意できない場合、交換申込を受けた際に自社指定機種と交換する旨を案内。
顧客情報の削除				
	■ 回線契約解約後の顧客情報の扱い	• 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 • 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	• 必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。 ※端末補償サービスは、回線契約解約に伴い解約。 • 回線契約を解約した場合であっても、割賦契約が継続していれば顧客情報は削除されない。 ※顧客情報は一括して管理しており、回線契約、端末補償サービス、割賦契約等の各種情報が紐づいている。	• 通信契約者向け端末保証サービスについては回線契約解約後に、端末購入者向け端末保証サービスについては同サービス解約後に、必要な保存期間経過後、法令やプライバシーポリシーに基づき、顧客情報を削除。

携帯電話事業者による主なセット販売の現状①

（税抜。2022年7月1日現在）

93

		NTTドコモ	KDDI	KDDI（UQモバイル）	
インターネット回線	施策	①ドコモ光 ②home 5G	auスマートバリュー	自宅セット割(インターネットコース)	
	特典	月額200円～1,000円の割引（携帯電話の通信料金） ※新規受付停止プランをご利用の場合は100円～3,500円の割引	月額500円～2,000円の割引（携帯電話の通信料金）	月580円～780円の割引(携帯電話の通信料金)	
	条件	①ドコモ光を契約すること - 契約期間２年（自動更新）、 契約解除料3,800円（マンション）又は2,700～5,000円（戸建て） ※2022年6月申込分までは従来通り、8,000円（マンション）又は13,000円（戸建て） - 契約期間なし ②home 5Gを契約すること - 契約期間なし	「auひかり」や対象のご自宅のインターネットまたは「auスマートポート」「au ホームルーター 5G」「WiMAX +5G」を契約すること auひかり(au one net) - 契約期間３年（自動更新）、 契約解除料4,300円(ホーム・ずっとギガ得プラン) - 契約期間２年（自動更新） 契約解除料4,055円(ホーム・ギガ得プラン) 契約解除料2,082円(マンション、お得プランA) 契約解除料2,482円(マンション、お得プラン) - 契約期間なし	「auひかり」や対象のご自宅のインターネットまたは「auスマートポート」「au ホームルーター 5G」「WiMAX +5G」を契約すること auひかり(au one net) - 契約期間３年（自動更新） 契約解除料4,300円(ホーム・ずっとギガ得プラン) - 契約期間２年（自動更新） 契約解除料4,055円(ホーム・ギガ得プラン) 契約解除料2,082円(マンション、お得プランA) 契約解除料2,482円(マンション、お得プラン) - 契約期間なし	
	備考	①・②携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる	・契約解除料はいずれもauひかり(au one net)の場合。他のインターネット回線に関する契約期間 契約解除料は、インターネット回線提供事業者による ・携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる	・契約解除料はいずれもauひかり(au one net)の場合。他のインターネット回線に関する契約期間 契約解除料は、インターネット回線提供事業者による ・携帯電話の料金プランや利用データ量に応じて割引額が異なる	
固定電話	施策	homeでんわ	ホームプラス電話		
	特典	月額480円の割引（homeでんわ利用料金）	月額350円の割引（ホームプラス電話利用料金）		
	条件	「homeでんわ」契約者と同一「ファミリー割引」グループ内に、対象プラン契約者がいること（対象プラン：5Gギガホ プレミア/5Gギガホ/5Gギガライト/ギガホ プレミア/ギガホ/ギガライト/はじめてスマホプラン/U15はじめてスマホプラン/ahamo/home 5G プラン）	Wi-Fiルータを利用しており、かつホームプラス電話を契約すること		
	備考	–	–		
電気	施策	ドコモでんき	auでんき	UQでんき	自宅セット割(でんきコース)
	特典	利用料金の2%～10%をポイントで還元（電気料金）	利用料金の１%～５%をポイントで還元（電気料金）	利用料金の１%～５%をポイントで還元（電気料金）	月580円～780円の割引(携帯電話の通信料金)
	条件	ドコモでんきを利用していること	auでんきを利用していること	UQでんきを利用していること	auでんきまたはUQでんきを利用していること
	備考	毎月の電気料金に応じて還元額が異なる	毎月の電気料金に応じて還元額が異なる	毎月の電気料金に応じて還元額が異なる	・携帯電話の料金プランによって、割引額が異なる

注）携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状②

（税抜。2022年7月1日現在）

		NTTドコモ	KDDI	KDDI（UQモバイル）
保険	施策		auの生命ほけん	
	特典		月額200円の割引（最大60か月間。携帯電話の通信料金）	
	条件		au生命ほけんに加入すること	
	備考		povo1.0、povo2.0、UQ mobile（5G対応料金プラン）、UQ mobile（4G LTE料金対応プラン）をご契約のお客さまは保険料還付金の対象外	
	施策		au自動車ほけん	
	特典		500円から1,000円に割引額が拡大（「eサービス（証券不発行）割引」）	
	条件		au自動車ほけんに加入すること	
	備考		割引適用は初年度のみ povo2.0、UQ mobile（4G LTE料金対応プラン）をご契約のお客さまは割引対象外	

注）携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状③

（税抜。2022年7月1日現在）

		NTTドコモ	KDDI	KDDI（UQモバイル）
コンテンツ	施策	YouTube Premium/Disney+	Netflix/Apple Music/YouTube Premium/TELASA/Paravi/FOD/ Amazonプライム/DAZN/GeForce NOWPowered by au	
	特典	①月額料金1,180円(税込)が3ヶ月間無料(YouTube Premium)、②月額料金990円(税込)が最大6ヶ月間無料(Disney+)	①月額料金990円(税込)が無料（Netflixベーシックプラン）、②月額料金980円(税込)が無料（Apple Music）、③月額料金1,180円(税込)が無料（YouTube Premium）、④月額料金618円(税込)が無料（TELASA）、⑤月額料金1,017円(税込)が無料（Paraviベーシックプラン）、⑥月額料金976円(税込)が無料（FODプレミアム）、⑦月額料金500円(税込)が無料（Amazonプライム）、⑧月額料金3,000円(税込)が無料（DAZN）、⑨月額料金1,980円(税込)が無料(GeForce NOW Powered by au)	
	条件	ドコモの対象料金プラン等（①SPモード/ahamo、②5Gギガホ プレミア/5Gギガホ/5Gギガライト/ギガホ プレミア/ギガホ/ギガライト/ahamo）を契約しており、対象サービスに加入すること及びキャンペーンのエントリーすること	対象料金プラン及び対象サービスに加入すること	
	備考		料金プランによって、対象となるコンテンツが異なる。どのコンテンツが対象となるかは以下の通り。 使い放題MAX 5G with Amazonプライム：④⑦、使い放題MAX 5G DAZNパック、使い放題MAX 4G DAZNパック：⑧、使い放題MAX 5G Netflixパック、使い放題MAX 4G Netflixパック：①④、使い放題MAX 5G Netflixパック(P)、使い放題MAX 4G Netflixパック(P)：①④⑦、使い放題MAX 5G テレビパック、使い放題MAX 4G テレビパック：④⑤⑥、使い放題MAX 5G ALL STARパック：①②③④⑦⑧⑨	
	施策		Apple Music/DAZN/YouTube Premium/GeForce NOW Powered by au	
	特典		月額料金980円(税込)が6ヶ月間無料(Apple Music)、月額料金3,000円(税込)が3ヶ月間無料、有料期間中の請求料金から毎月110円(税込)割引(DAZN)、月額料金1,180円(税込)が3ヶ月間無料(YouTube Premium)、月額料金1,980円(税込)から毎月330円(税込)割引(GeForce NOW Powered by au)	
	条件		auのスマートフォン(5G/4G LTE)で対象料金プランを契約しており、対象サービスに加入すること(Apple Music/DAZN/YouTube Premium) auの携帯電話(5G/4G LTE/3G)をご契約されている方で、GeForce NOW Powered by au(auスマートパスプレミアム版は除く)に加入していること(GeForce NOW Powered by au) UQ mobileのくりこしプラン +5Gを契約しており、対象サービスに加入すること(Apple Music/DAZN/YouTube Premium) UQ mobileのくりこしプラン +5Gを契約しており、GeForce NOW Powered by au(auスマートパスプレミアム版は除く)に加入していること(GeForce NOW Powered by au)	
	備考		特典は初回申込時のみ(Apple Music/DAZN/YouTube Premium)	
その他	施策	①dカード ②dカード GOLD	au住宅ローン	
	特典	①・② 月額170円の割引（携帯電話の通信料金） ② 毎月、携帯電話料金等の10%をポイントで還元等	住宅ローンの適用金利から最大年0.07%引き下げ（2022年7月1日現在）	
	条件	① dカード又はdカードGOLDに加入し、かつ定期契約なしの対象料金プラン契約で、利用料金の支払方法をdカード又はdカードGOLDに設定すること ② dカードGOLDに加入すること	①auじぶん銀行口座へ登録したau IDの回線がauの家族割プラスに加入していること ②①の回線を含め、家族割プラスのカウント対象が2回線以上存在していること ③auじぶん銀行 住宅ローンを新たにお借入れ ④条件①～③すべてを満たし、適用判定日までに手続きが完了していること	
	備考	－	―	

注）携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状④

（税抜。2022年7月1日現在）

96

		ソフトバンク	ソフトバンク（Y!mobile）	楽天モバイル（MNO）
インターネット回線	施策	**①SoftBank 光 ②SoftBank Air**		**楽天ひかり**
	特典	月額500円～1,000円の割引（携帯電話の通信料金）	月額500~1,080円の割引（携帯電話の通信料金）	12ヶ月間、月額基本料が無料（固定回線の基本料）
	条件	①SoftBank 光を契約すること - 契約期間５年（自動更新）、契約解除料4,700～5,800円 - ２年（自動更新）、契約解除料5,200~6,300円 - 契約期間なし（ソフトバンクのみ） ※指定オプションへの加入が必要 ②SoftBank Airを契約すること - 契約期間なし（2021/7/1～）	①SoftBank 光を契約すること - 契約期間５年（自動更新）、契約解除料4,700～5,800円 - ２年（自動更新）、契約解除料5,200~6,300円 ※指定オプションへの加入が必要 ②SoftBank Airを契約すること - 契約期間なし（2021/7/1～）	楽天ひかりを契約すること - 契約期間２年（自動更新）、 - 契約解除料：ファミリー4,800円、マンション3,800円
	備考	①・②携帯電話のデータ通信契約に応じて割引額が異なる	・家族割引きとの重畳不可 ・携帯電話のデータ通信契約に応じて割引額が異なる	携帯電話を解約しても固定回線の基本料の割引は継続
固定電話	施策	**おうちのでんわ**		
	特典	月額480円の割引（おうちのでんわ利用料金）		
	条件	おうちのでんわを契約すること		
	備考	②SoftBank Air、またはソフトバンク携帯電話とのセット	②SoftBank Air、またはY!mobile携帯電話とのセット	
電気	施策	**おうちでんき**		
	特典	最初の２年間は月額100円、３年目以降は月額50円の割引（携帯電話/タブレット/固定通信サービスなどの通信料金）		
	条件	おうちでんきを利用すること - 契約期間１年（自動更新）、契約解除料500円		
	備考	割引は各回線に適用（最大10回線）		
保険	施策	**ソフトバンクかんたん保険**		
	特典	携帯電話契約者のみ加入可		
	条件	–		
	備考	–		

注）携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

携帯電話事業者による主なセット販売の現状⑤

（税抜。2022年7月1日現在）

97

		ソフトバンク	ソフトバンク（Y!mobile）	楽天モバイル（MNO）
コンテンツ	施策	**Yahoo!プレミアム**		楽天ミュージック
	特典	月額料金462円が無料（Yahoo!プレミアム）		月額182円の割引
	条件	Yahoo!プレミアムの自動ログインの設定を行うこと		楽天ミュージックを契約していること
	備考	Yahoo!プレミアムの特典は、Yahoo!ショッピング利用時のポイントを10倍還元等	Yahoo!プレミアムの特典は、Yahoo!ショッピング利用時のポイントを5倍還元等	-
	施策	**YouTube Premium**		楽天マガジン
	特典	月額料金が6ヵ月間無料、7ヵ月目以降25%オフ		年額プラン又は月額プラン30%の割引
	条件	対象料金プランに加入（既加入者も対象）及び対象サービスに申込すること		楽天マガジンを契約していること
	備考			-
	施策	**LINE MUSIC**		NBA Rakuten
	特典	月額料金が6ヵ月間無料、7ヵ月目以降月額料金の20%をPayPayポイントで還元（ソフトバンクのみ）		月額44%の割引
	条件	・対象料金プランに加入（既加入者も対象）及び対象サービスに申込すること ・月額料金の支払方法として、「ソフトバンクまとめて支払い」または「ワイモバイルまとめて支払い」を設定していること 等		NBA Rakutenを契約していること
	備考			-
	施策			楽天TV パ・リーグ Special
	特典			月額50%相当の楽天ポイント付与
	条件			楽天TVのパ・リーグ Specialを契約していること
	備考			-
	施策			楽天市場
	特典			楽天市場でのお買い物がポイント最大+3倍還元
	条件			楽天市場でお買い物をすること
	備考			ダイヤモンド会員はポイント+3倍、その他会員はポイント+2倍還元

注）携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

出典：各社HP

Ⅱ－3　固定通信市場に係る課題

光サービス卸におけるセット割や過度なキャッシュバックに関する答申・ガイドライン　99

■「2020年代に向けた情報通信政策の在り方－世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けて－」（平成26年12月18日　情報通信審議会答申）

3．ICT基盤の利活用による新事業・新サービスの創出

3．2．光ファイバ基盤の利活用推進によるイノベーション推進

移動通信事業者がサービス卸を受けて**FTTHサービスと移動通信サービスをセットで割り引くこと（セット割引）が想定されるが**、この場合、移動通信市場において課題となっている**過度のキャッシュバック等により、利用者に提供される料金の適正性が実質的に損なわれ、固定通信市場における競争が歪められるおそれ**がある。

■NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン（平成27年2月27日策定）

電気通信事業法上問題となり得る行為

（2）特定卸役務について**卸先事業者**（市場支配的な電気通信事業者を除く。）**が行う行為**

①競争阻害的な料金の設定等

・特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する**競争事業者を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金**※1**を設定すること**。

※　**移動通信市場については、固定通信市場の隣接市場であること及び協調的寡占の色彩が強い市場であると指摘されていること等から、利用者料金等の設定が公正競争環境に与える影響が特に大きい**と考えられる。このため、**移動通信事業者（MNO）が卸先事業者になり、**特定卸役務の提供を受けて提供する電気通信役務と**自社の移動通信の役務とを組み合わせて料金設定を行って提供する場合（いわゆるセット割引）において、料金設定について懸念が生じたときには、それぞれの役務の料金について合理的な説明を行うことが求められる**。

・**特定卸役務の提供を受けてサービスを提供する際に**（特定卸役務の提供を受けて提供するサービスと**セットで移動通信サービス等を提供する場合を含む**。）、**競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックなどの行為により、**特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する**競争事業者の設備の保持が経営上困難となるおそれを生じさせること**。

※1　**ここでいう料金は**、必ずしも契約約款、契約書等に記載された特定卸役務の料金のみを指すものではなく、**割引等を考慮した実質的な料金を指す場合がある**。

（事務局補記）

これらの行為は、電気通信事業法第29条第1項第5号及び第11号に該当しうることとされている。同項では、**下記の場合に業務改善命令の対象となる**ことを規定

・　電気通信事業者が提供する電気通信役務に関する**料金その他の提供条件が他の電気通信事業者との間に不当な競争を引き起こすものであり**、その他社会的経済的事情に照らして著しく不適当であるため、**利用者の利益を阻害しているとき**

・　**電気通信回線設備を設置することなく電気通信役務を提供する電気通信事業の経営により**これと電気通信役務に係る需要を共通とする**電気通信回線設備を設置して電気通信役務を提供する電気通信事業の**当該需要に係る**電気通信回線設備の保持が経営上困難となるため、公共の利益が著しく阻害されるおそれがあるとき**

光サービス卸におけるセット割・キャッシュバックに対する事業者・団体からの意見① 100

■「2020年代に向けた情報通信政策の在り方－世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けて－」答申（案）に対する意見（意見募集期間：平成26年10月21日～同年11月19日）

○ 固定通信市場は大手通信事業者の寡占状態となっている移動通信市場と異なり、中小規模の事業者が多く存在します。もし、大手移動通信事業者が固定＋移動のセットサービスを開始し、固定通信事業者が移動通信市場で行われている様な過度なキャッシュバックやセット割等への対抗を余儀なくされた場合、中小事業者の経営は極めて厳しいものとなり経営破たんにつながる可能性があります。この結果、**固定通信市場において大手通信事業者による寡占化が進み、競争を通じたサービスレベルの向上が阻害される危険性**があります。このため、過度な営業行為に対する具体的な措置を早期に講じていただきたい。【コミュニティネットワークセンター】

○ これまで**移動通信市場では、膨大な超過利潤を原資に過度なキャッシュバック等が横行してきており**、サービス卸の提供を受けて開始するFTTHサービスにおいて同様の行為がなされた場合、**固定通信市場での公正競争が阻害される懸念**があります。このため、実効性のある監視ならびに検証を行う体制を導入して頂くことをお願いいたします。【STnet】

○ 過度なキャッシュバックについては、**移動通信事業者が、寡占市場で得た強大な資金力によって固定通信市場の公正競争を阻害**することのないよう、上限値を定める等の適切な措置が必要であると考えます。【九州通信ネットワーク】

○ 現在でもNTTフレッツ光サービス販売において、例えば家電量販店等で大型冷蔵庫が無料になる等の行き過ぎたキャッシュバックが報告されているところですが、仮にサービス卸が開始された場合に、**移動通信サービス販売による更なるキャッシュバックの積み上げや固定通信サービスと移動通信サービスの逸脱したパッケージディスカウント**がなされることのないよう、具体的な監視の方法を構築しておくべきと考えます。またこうした事例発生時に速やかに是正に向けた措置がなされるよう、事後に発動される業務改善命令制度とは異なる予見的な行政指導等の手順を講じて健全な競争市場の確保に留意しておくべきと考えます。【ケーブルテレビ連盟】

○ イノベーションを起こすのは、「得意分野を持った様々な分野・産業のプレイヤー」であります。移動通信事業者がサービス卸の提供を受けてFTTHサービスと移動通信サービスをセットで割り引くこと（セット割引）は、本来のサービス卸の目的であるイノベーション促進や新たな需要創出を達成することには該当しないと考えます。むしろ答申案にあるとおり、**移動通信事業者によるセット割引は過度のキャッシュバック等により固定通信市場における競争を歪めるおそれ**や排他的な自社グループ優遇の懸念があります。移動通信事業者へのサービス卸の提供は実施すべきではないと考えます。【東北インテリジェント通信】

光サービス卸におけるセット割・キャッシュバックに対する事業者・団体からの意見② 101

■NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン（案）に対する意見（意見募集期間：平成27年1月21日～同年2月19日）

○ 卸先事業者が、特定卸役務に係る需要を共通とする電気通信回線設備を設置する競争事業者（以下、「競争事業者」といいます。）を排除又は弱体化させるために適正なコストを著しく下回るような料金設定を禁じること、**MNOによるセット割引においてそれぞれの役務の料金について合理的な説明を求めること、競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックを禁じること、についてガイドラインに明記することについて賛成**です。ただ、どのような状況において競争事業者の設備の保持が経営上困難とみなすのか予見的に対処するために、具体的内容をガイドラインで提示する、あるいは議論される場を設定する等の仕組みを導入していただきたいと存じます。【ケーブルテレビ連盟】

○ 卸先事業者の競争阻害的な料金設定や過度のキャッシュバックなどの行為については、今後、卸先契約代理業者も関与するケースが懸念されることから、卸先事業者の卸先契約代理業者に対する監理・監督責任についても明記すべきと考えます。【ケイ・オプティコム】

■「FTTHアクセスサービスにおける不当競争の具体例について（案）」に対する意見（意見募集期間：令和元年5月29日～同年6月20日）

○ **NTT東西のサービス卸においては、MNOの契約数が過半を占めており、年々その割合は増えている**。これに対しISPは年々その割合は減少している。これは携帯電話の契約時に、光回線も同時契約すると携帯電話の料金が割り引かれるキャンペーンの訴求により、ISPの利用者がMNOの光卸サービスに乗り換えていることなどが影響しているものと思われる。このままでは**FTTHアクセスサービス市場は、将来的には携帯電話サービスの市場に相似形に収斂したマーケットシェアの市場となり、自由な競争とはいえない状況になる恐れがある**。（JAIPA）

■電気通信事業分野における市場検証（令和2年度）年次レポート（抄）（令和3年8月）

各卸先事業者に対するアンケートにおいて、MNOが行うセット割引等に係る料金設定の適正性及びキャッシュバックの適正性の観点からの以下の意見が寄せられた。

・ MNOが行うセット割引の料金設定について、**FTTHアクセスサービスを提供するMVNOからは、MNOによる割引額がFTTHアクセスサービス以外のサービスの収益を原資としていること等から、同程度の割引を行うことは不可能**。

・ 電気通信回線設備を設置する競争事業者からは**MNOの行う高額なキャッシュバックは不当な競争を引き起こすおそれがある**。

利用者が固定系ブロードバンドサービスを選択する理由

102

○ 固定系ブロードバンドサービスのうち、**NTTドコモ・ソフトバンクが提供するFTTHアクセスサービスを**契約する利用者がそのサービスを**選択した理由としては、**いずれにおいても**「利用している携帯電話会社とのセット割引があったから」が最多数（約40%）を占めている**。

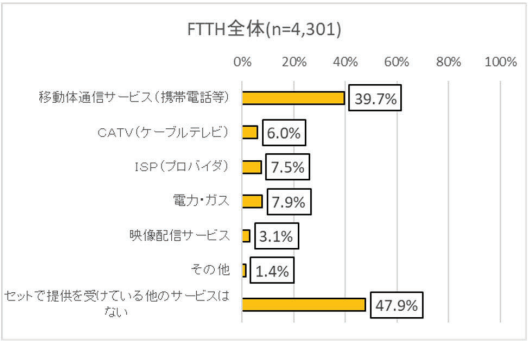
		利用者が自身で費用を払っている固定系ブロードバンドサービス																	
		NTT東日本・NTT西日本（フレッツ光）	NTTドコモ（ドコモ光）	KDDI（auひかり）	ソフトバンク（ソフトバンク光）	オプテージ（eo光）	ソニーネットワークコミュニケーションズ（NURO光）	NTTコミュニケーションズ（OCN光）	ビッグローブ（ビッグローブ光）	ソニーネットワークコミュニケーションズ（So-net光プラス）	CATV事業者（J:COMなど）	ソフトバンク（SoftBank air（4G対応））	ソフトバンク（SoftBank Air（5G対応））	NTTドコモ（home 5G）	KDDI（Speed Wi-Fi HOME 5G）	その他	わからない	利用していない	自身で費用を支払っていない
そのサービスを選択した利用者数（n＝6,000）		445	640	320	342	159	97	191	71	78	469	139	92	79	54	338	545	1160	782
そのサービスを選択した理由（複数回答可）（単位：%）	料金が安かったから	7.2	5.5	10.1	13.5	30.3	44.8	10.7	24.3	27.3	17.3	13.8	11.6	6.1	18.6	34.4	6.7	0.0	0.0
	品質が良かったから	20.7	6.4	9.3	5.6	11.8	32.9	11.7	4.3	16.7	3.8	1.3	8.3	9.3	8.0	7.6	0.9	0.0	0.0
	固定電話サービスと一緒に契約していたから	28.0	16.3	19.7	10.0	17.3	5.3	16.4	7.4	7.7	20.2	11.7	12.4	10.8	9.2	9.0	3.3	0.0	0.0
	パソコンや家電などを購入する際に割引があったから	6.4	3.2	2.2	5.7	2.7	2.5	6.7	4.2	7.9	1.4	2.8	7.8	9.1	5.2	4.1	1.3	0.0	0.0
	利用している携帯電話会社とのセット割引があったから	1.9	**37.4**	25.6	**35.9**	8.7	0.9	7.5	15.4	5.5	5.9	22.3	28.9	20.4	18.0	9.7	2.5	0.0	0.0
	利用している映像サービス(CATVなど)とのセット割引があったから	1.7	1.8	3.6	2.6	5.8	4.6	1.9	2.7	5.2	26.8	2.0	3.1	8.2	16.1	3.8	0.9	0.0	0.0
	それら以外のセット割引があったから	1.0	3.5	5.4	5.9	6.2	2.1	3.6	2.4	5.8	5.7	2.0	3.2	5.9	4.9	3.9	0.4	0.0	0.0
	契約時のキャッシュバックが魅力的だったから	8.1	8.9	13.1	13.3	5.9	25.7	11.7	19.6	19.1	3.5	12.9	12.8	4.7	6.7	16.8	1.5	0.0	0.0
	工事が不要だったから	8.4	12.5	6.5	15.2	7.1	3.0	10.6	16.2	8.0	10.9	38.9	35.8	26.7	23.0	13.0	4.9	0.0	0.0
	その他	3.7	1.4	2.3	2.4	8.6	6.7	7.3	1.5	5.1	8.5	3.2	3.6	1.5	5.9	13.1	1.9	0.0	0.0
	特に理由はない	33.8	27.9	25.0	19.8	25.1	11.3	34.9	31.0	20.3	23.7	16.4	16.2	30.5	18.5	18.3	78.7	0.0	0.0

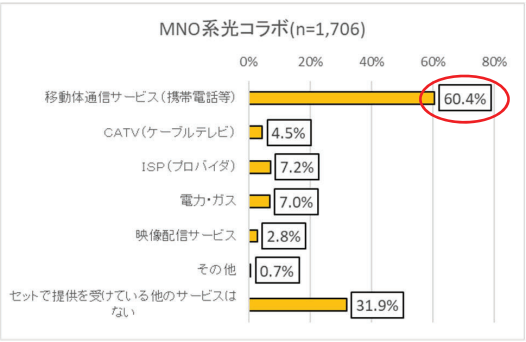
出所：携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査　令和4年6月調査

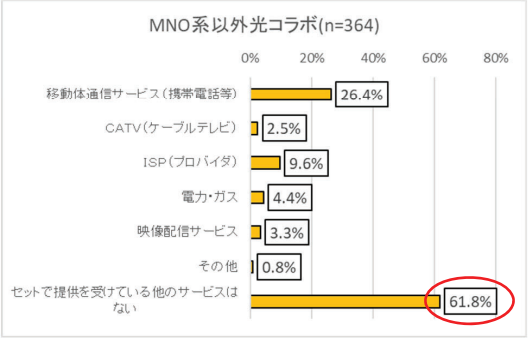
利用者がFTTHアクセスサービスとセットで提供を受けているサービス

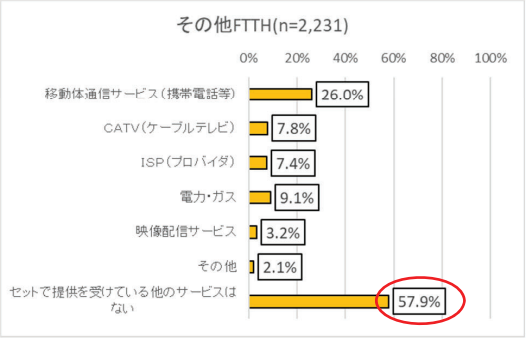
103

○ FTTHアクセスサービスとセットで提供を受けているサービスに関して、**MNO系光コラボ利用者**においては、**約6割**の者が**FTTHアクセスサービスと「セットで携帯電話サービスの提供を受けている」**と回答しているのに対し、**それ以外のFTTHアクセスサービス利用者**（MNO系以外光コラボ利用者、光コラボ以外のFTTH利用者）においては、**6割程度**の者が**「セットで提供を受けているサービスはない」**と回答している。









出所：2021年度利用者アンケート