携帯電話市場における競争政策上の課題(平成30年度調査等について)

平 成 3 O 年 1 2 月 7 日 独 占 禁 止 懇 話 会

公 正 取 引 委 員 会 事 務 総 局経 済 取 引 局 調 整 課

携帯電話市場における競争政策上の課題について(平成30年度調査)



通信役務市場の競争

【通信と端末のセット販売】 ★ 通信と端末のセット販売において端末代金を大幅に値引く販売方

- 法により、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁
- 止法上問題となるおそれ
- ★ 端末の本来の価格として表示された根拠のない価格からの大幅な 値引き額等を強調して消費者を不当に誘引する場合には景品表示法 上問題となるおそれ

【中古端末の流通】

- ★ MNOの下取り端末について、販売先事業者による国内流通を制 限し、MVNOを排除することは、独占禁止法上問題となるおそれ
- ★ MNOの下取り端末を販売する際に特定事業者のみ著しく不利な 条件で販売することは、独占禁止法上問題となるおそれ

【MVNOとの取引における差別取扱い】

せる場合は独占禁止法上問題となるおそれ

★ MNOが特定のMVNOに対してのみ著しく有利な価格・条件で接続 することなどにより、 当該MVNO以外のMVNOの事業活動を困難にさ

【期間拘束・自動更新付契約(2年縛り)】

★ 2年縛りやその自動更新が実質的に消費者を拘束すること以外に合理的 な目的はないと判断され、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、 独占禁止法上問題となるおそれ

【将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提とした プログラム(4年縛り)】 ★ 4年縛りが消費者の選択権を事実上奪い、他の事業者の事業活動を困難

- にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ ★ 4年縛りは端末を半額で購入できるかのような印象を与えることも懸念さ
- れ、店舗での説明等が不十分であり、消費者を不当に誘引する場合には景 品表示法上問題となるおそれ

【SIMロック】

★ SIMロックを設定することに合理的な説明がつくとは考えにくく、他の事業 者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ

スイッチングコストを高める行為、消費者を不当に誘引する行為等の 組み合わせにより、競争者排除効果が増幅し、独占禁止法上問題となるおそれが一層高まる

消費者の選択が機能するための望ましい対応

(基本的考え方)

市場において事業者の十分な競争が行われるためには、消費者による

合理的な商品・役務の選択が機能することが重要な要素である

(望ましい対応)

- 消費者が契約期間中に支払う通信料金と端末代金の費用総額の目安 の提示(新規契約及び契約更新時)
- MNOの販売方法(通信と端末のセット販売, 2年縛り等)は消費者に とって複雑なものとなっているため、このような契約プランの改善
- 〇 消費者の利用状況を踏まえた. 最適なプランの提示

MVNOの競争環境を確保するために望まれる制度上の対応

(基本的考え方) MVNOがMNOの競争者として機能するため、MNOが接続料を引き下 げ、MVNOとの取引に積極的に取り組むインセンティブとなるような制度

(望ましい対応)

設計が必要

- 〇 接続料等の周波数割当への活用
- 接続料の検証における一層の透明性の確保
- 接続料の予見性の確保

携帯電話市場における競争政策上の課題について(平成30年度調査)

平成30年6月28日公正取引委員会

1 調査の背景及び趣旨

携帯電話は、国民の大半が利用しており、国民生活に必要不可欠なものであるが、消費支出における移動系通信費の割合が増加傾向にあること、移動系通信の契約回線数に占めるシェアが約90%であるMNO (Mobile Network Operator) について「実質的に3グループに収斂、寡占化している」 2と指摘されているなど、携帯電話市場の競争が依然として十分ではない状況にあると考えられることから、その競争環境の整備は政府の重要課題である。

公正取引委員会は、MVNO(Mobile Virtual Network Operator)³の新規参入の促進の観点を中心に、携帯電話市場に関する取引慣行について、競争政策上の課題の検討を行い、平成28年8月2日に「携帯電話市場における競争政策上の課題について」(以下「平成28年度調査」という。)を公表したが、上記のような状況を踏まえ、今般、平成28年度調査のフォローアップを含めた調査を行った。

2 調査対象及び調査方法

本調査では、平成28年度調査で取り上げた事項についてのフォローアップに加え、携帯電話市場における消費者の行動等の状況についても調査・検討を行った。また、MVNOの競争環境の整備の観点から重要な要素である接続料等の制度等についても、競争政策の観点から検討を行った。。

¹ MNOとは、電気通信役務としての移動体通信サービスを提供する電気通信事業を営む者であって、当該移動体通信サービスに係る無線局を自ら開設(開設された無線局に係る免許人等の地位の承継を含む。)又は運用している者である。

² 平成30年4月総務省「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会報告書」。

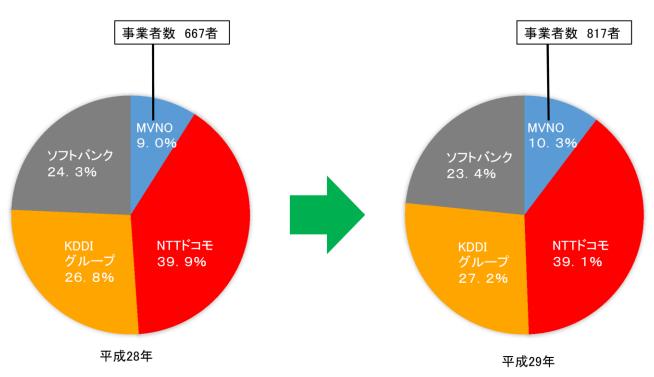
³ MVNOとは、①MNOの提供する移動体通信サービスを利用して、又はMNOと接続して、移動体通信サービスを提供する電気通信事業者であって、②当該移動体通信サービスに係る無線局を自ら開設しておらず、かつ、運用をしていない者である。

⁴ 平成28年度調査では、アプリケーション市場における競争政策上の課題についても対象としていたが、本調査では、特にMNOとMVNOの間の競争環境に着目し、通信役務市場を中心として調査を行った。アプリケーション市場における競争政策上の考え方について、平成28年度調査から考え方が変わるものではなく、独占禁止法上問題となる行為が認められた場合には、個別の事案に即して厳正に対処する。

このため、検討に際し、MNO、MVNO、端末事業者、中古端末販売事業者及び販売代理店等の携帯電話市場の関係事業者に対してヒアリングを行うとともに、消費者に対して、ウェブアンケートを実施した。また、有識者からも意見を聴取するために「携帯電話分野に関する意見交換会」(別紙1)を開催し、携帯電話市場における競争政策上の課題について、意見交換を行った。

3 携帯電話市場の状況

平成 28 年 12 月末時点において、移動系通信の契約数は 1 億 6591 万契約で、このうち、MVN Oの契約数は約 1485 万契約であり、移動系通信の契約数に占めるMVNOのシェアは 9.0%であった。その後、平成 29 年 12 月末時点において、移動系通信の契約数は 1 億 7098 万契約となり、このうち、MVNOの契約数は約 1764 万契約で、移動系通信の契約数に占めるMVNOのシェアは、10.3%まで上昇している。MVNOサービスの事業者数は平成 28 年 12 月末時点には 667 者であったが、平成 29 年 12 月末時点には 817 者まで増加している⁵。



MVNOのSIMカード型の契約数比率は、平成28年5.4%→平成29年7.1% (SIMカード型の契約数/(移動系通信の契約数-MNOが提供する通信モジュールの契約数))。

また、スマートフォン出荷台数は平成28年度には3013万台、平成29年度には3258万台となり、スマートフォンの端末は国民生活にとって一層一般的なものとなっている。このうち、SI

⁵ 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データ」(平成28年度第3四半期(12月末))及び(平成29年度第3四半期(12月末))を基に作成。

Mフリースマートフォンの出荷台数は平成28年度には281万台, 平成29年度には315万台で, スマートフォン出荷台数に占めるSIMフリースマートフォンの割合も, 9.3%から9.7%へと上昇し, SIMフリースマートフォン端末の出荷台数やシェアも増加傾向。にあり, 消費者にとって, 購入できる端末の選択肢の多様化が進んでいる。

【スマートフォン出荷台数等の推移】

	平成28年度	平成29年度
スマートフォン出荷台数	3013万台	3258万台
SIMフリースマートフォンの出荷台数	281万台	315万台
スマートフォン出荷台数に占める SIMフリースマートフォンの割合	9. 3%	9. 7%

平成29年度のスマートフォン市場の端末シェア(出荷台数)は、1位がApple Japan 合同会社で49.9%である。以下、2位シャープ株式会社、3位ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社、4位サムスン電子ジャパン株式会社、5位富士通株式会社の順である⁷。

【端末シェア(上位5社)の推移】

端末シェア	平成28年度	平成29年度
1位	Apple Japan合同会社	Apple Japan合同会社
2位	ソニーモバイルコミュニケーショ ンズ株式会社	シャープ株式会社
3位	シャープ株式会社	ソニーモバイルコミュニケーショ ンズ株式会社
4 位	富士通株式会社	サムスン電子ジャパン株式会社
5位	京セラ株式会社	富士通株式会社

なお, 平成29年度の携帯電話の平均使用年数は4.3年(平成27年度は3.8年)であり, 消費者の端末使用期間は長期化する傾向にある⁸。

【端末の平均使用年数の推移】

	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
端末の平均使用年数	3.5年	3.6年	3.8年	4. 4年	4.3年

⁶ 株式会社MM総研「2017 年度通期の国内携帯電話端末出荷概況」を基に作成。

⁷ 株式会社MM総研「2016 年度通期国内携帯電話端末出荷概況」及び「2017 年度通期の国内携帯電話端末出荷概況」を基に作成。

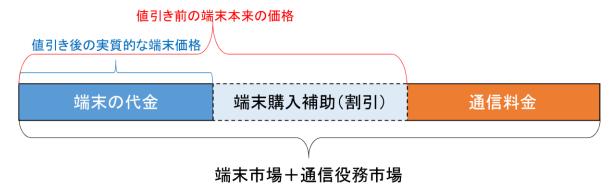
⁸ 内閣府「消費動向調査 主要耐久消費財の買替え状況の推移(二人以上の世帯)(平成30年3月現在)」を基に作成。

4 通信役務及び端末の供給の現状と競争政策上の課題

(1) 通信と端末のセット販売

MNOにおいては、通常、端末のみの販売は行われておらず、端末価格の大部分を毎月の通信料金から値引きするセット販売が行われている。平成28年度調査においては、このようなMNOの販売方法の見直しが望ましいとしていたが、平成28年度調査の公表以降も、依然としてセット販売が常態化しており、また、MNO各社の行う値引きやキャンペーンの多くが、通信と端末をセットで購入する消費者を対象としている。

セット購入 ※通信契約とセットで,<u>同一事業者より</u>端末を購入する。



分離購入 ※通信契約と分離して、同一又は別の事業者より端末を購入する。



このような端末購入補助について、総務省は端末購入を条件とした割引等を受けない利用者との公平性やMVNOの新規参入・成長の観点から平成28年に「スマートフォンの端末購入補助の適正化に関するガイドライン」を策定し、端末代金が実質0円となるような端末購入補助の是正に取り組んできている。しかしながら、現在も一部の販売代理店において、実質0円となるようなキャッシュバックが行われている。

また、MNOは、端末購入補助を行わない代わりに従来提供してきたプランよりも通信料金を安くするプランを新たに導入したが、特定の端末の購入や一度当該プランを契約すると従来型のプランへ変更できないなどを条件としており、必ずしも汎用的なプランとはなっていない。通信役務と端末販売については、それぞれの市場において競争が行われることが望ましいが、

上記のとおり、端末購入補助によるセット販売が依然として中心となっており、端末の大幅な

値引きが行われる一方、通信料金単独では大幅には値下がりしておらず、通信役務市場の競争が十分に進んでいるとは言えない。

【現在MNO各社で提供されている端末購入補助をなくして通常のプランから値下げしたプラン】

(平成30年5月31日現在)

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
プランの名称	docomo with	ピタットプラン <i>/</i> フラットプラン	スマホデビュー割
プランの料金	通信料金から永続して毎 月1,500円の割引	通常のプランに比べ, 通 信料金が毎月1,000円前 後安くなる。	通信料金から永続して毎 月2,420円の割引
条件	・対象端末が5種類(いずれも廉価なモデル)しかなく、ハイエンド端末は選択できない。 ・端末の購入が条件。	・平成29年7月14日以降に端末を購入している場合、端末を購入せずにピタットプラン/フラットプランとその他プランの間でのプラン変更はできない。	 機種変更、MNP (フィーチャーフォンから スマートフォンに変更する 場合のみ) 新規契約 (利用者が6歳~18歳の 場合のみ)

(出所) 各事業者ホームページを基に作成

また、通信と端末のセット販売においては、端末購入に係る実質的な負担について、値引き前の端末価格から大幅に値引かれて安くなっていることを強調して表示しているが、MNOが販売する端末については、端末のみの販売は行っていないため、値引き前の端末価格で販売された実績は少ないと考えられる。また、これらの中には、①同じ端末メーカーの同じ型の端末であるにもかかわらず、MNOによって値引き前の端末価格が大きく異なっているものや、②SIMフリーでも販売されている端末について、SIMフリーでの小売価格より大幅に高い価格が設定されているものなどがある。

(2) 期間拘束・自動更新付契約(いわゆる「2年縛り」)

MNOは利用者に対して2年間の通信契約の継続利用を条件として,月々の通信料金を1,500円割引するプランを提供している。しかし、このプランは2年間の契約期間中に契約を解除する場合、契約解除料(9,500円)を支払う必要があり、また、契約期間を終えると、利用者からの申し出がない限り、自動的に継続されるものとなっている(このプランを以下「2年縛り」という。)。

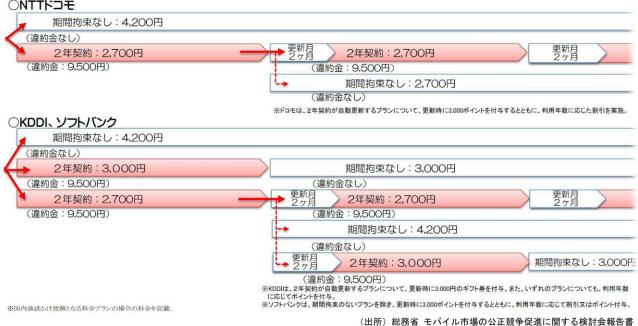
平成28年度調査においては、契約解除料はスイッチングコストとなるため、必要最小限にすること等が望ましいとしていたが、平成28年度調査の公表以降も、依然として契約解除料は変

更されていない。

総務省の利用者視点からのサービス検証タスクフォース「『期間拘束・自動更新付契約』に係る論点とその解決に向けた方向性」(平成27年7月16日)を受けて、MNO各社は、従来のプランに加えて、平成28年6月から、当初の契約期間である2年経過後は、いつでも契約解除料なく解約できる新たなプランを導入した。

【MNO各社の利用期間拘束及びその自動更新に伴う契約の現状】 ○NTTドコモ

質的な選択肢として機能するプランとなっていない。



KDDI株式会社とソフトバンク株式会社の新しい料金プランは、2年縛りのプランと比べて毎月300円高い通信料金が設定されており、最初の2年間で7,200円(2年縛りの契約解除料は9,500円)を追加して支払う必要があり、また、32か月以上経過してから解約する場合には、既に契約解除料以上の額を追加して支払うこととなるため、そもそも消費者にとって、実

一方、株式会社NTTドコモの新しい料金プランは、毎月の追加料金が必要なく、2年経過後については、契約解除料なしでいつでも解約できる。ただし、契約の更新時に、2年縛りを継続する利用者に対してのみ長期利用者割引を適用し、端末の購入等に利用可能な3,000円相当のポイントを付与する(平成30年5月時点)など、当該料金プランとの差をつけて、消費者を従来の2年縛りに誘引している。

_

⁹ この点、総務省の「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会報告書」においては、期間拘束のないプランに ついて十分な説明や料金水準の検討を行うこと等により、利用者のプラン選択が実質的に機能するものとする必要 があるとされた。

契約解除料は利用者にとってスイッチングコストとなり得るものであるが、現在のところ、 MNO3社の利用者は、2年縛りを選択し続けることが多いと指摘されている。

(3) 将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム(いわゆる「4 年縛り」)

KDDI株式会社及びソフトバンク株式会社は、平成29年7月以降、端末を4年(48回)の割賦払いとし、一定期間経過後¹⁰、旧端末を下取りに出すこと、新端末についても同プログラムに加入すること等を条件に最大2年(24回分)の端末の残債を免除するプログラム(以下「4年縛り」という。)を導入した。

【iPhone8で4年縛りプログラムに加入し,残債免除を受ける場合のイメージ】



しかし、4年縛りは、上記の条件を満たさない場合の負担が大きいことから、一度4年縛りを契約してしまうと、利用者のスイッチングコストが高まり、他の通信会社への乗換えが実質的に困難になるおそれがある(4年後、6年後等、2年ごとに同様の問題が生じ得る)。

また、4年縛りは消費者に対して、あたかも端末を半額で購入できるかのような印象を与えているとも考えられ、4年縛りのプログラムの表記や、店舗での実際の説明振りによっては、利用者がプログラムのメリット・デメリットを正確に理解しないままに契約してしまうおそれがある。

さらに、4年縛りは、将来の端末の下取りを条件としているため、4年縛りを利用している 消費者については、4年縛りを解約しない限り、MNOに使用した端末を下取りされることに なる。

_

¹⁰ KDD I 株式会社では、12 か月以上同一機種を使用し、13 か月目以降に機種変更を行うこと、ソフトバンク株式会社では、24 か月以上同一機種を使用し、25 か月目以降に機種変更を行うことが要件とされる。ただし、いずれも免除される端末の残債は最大24 か月分である。

(4) S I Mロック

MNOは、その販売する端末に、特定のSIMカードが差し込まれた場合にのみ当該特定の 事業者の通信役務を利用できるよう設定することにより、当該端末を用いて他の通信役務を利 用することを制限(以下「SIMロック」という。)している場合がほとんどである。

平成28年度調査においては、SIMロックは他のMNO、MVNOへの乗換えのスイッチングコストを増加させるものであり、SIMロックを設定しないことが望ましいとしていたが、 平成28年度調査の公表以降も依然としてMNO3社は盗難防止等の観点から、SIMロック自体は必要として設定している。

総務省は「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」において、MNOと契約する 消費者が割賦払いによって端末を購入する場合には、SIMロックを解除できるまでの期間を 100 日程度以下に短縮すること、一括払いによって端末を購入する場合には当該端末の代金の 支払いを確認後、即時にSIMロック解除を可能とすること、平成29年8月1日以降に新たに 発売された端末について、自社回線網を使うMVNO向けSIMロックを廃止することなどを 求めており、これを受けてMNOはSIMロックの解除に応じる要件を緩和している¹¹。

しかし、消費者が通信会社を乗り換えようとする際には、SIMロックの解除に係る手続きが必要で、販売代理店で解除する場合には3,000円の手数料を支払う必要がある¹²など、SIMロックはスイッチングコストになり得るものである。

また、消費者が端末を保持したまま通信会社を変更しようとする場合には、消費者は必要に応じてSIMロックを解除するが、常に消費者自らがSIMロックを解除するとは限らない。したがって、消費者はSIMロックを解除せずに中古端末販売事業者等に売却する可能性があるが、現在、中古端末のSIMロック解除にはMNO3社とも対応しておらず、中古市場で端末を購入する消費者はSIMロックがかかっている中古端末のSIMロックを解除することはできない。これは、当該中古端末の価値を減少させるだけでなく、中古端末の流通市場(個人間売買を含む)が健全に成長していく上でのリスク要因として認識され、市場の発展を妨げかねないと考えられる。

¹¹ 現在, MNO3社では、端末代金を割賦で支払っている場合は、100 日経過後(101 日目以降)にSIMロック解除を受け付け、端末代金を一括で支払っている場合は、即日又は支払いの確認後にSIMロック解除を受け付けている。また、自社回線網を使うMVNO向けSIMロックの解除については、従来から対応していた株式会社NTTドコモに加え、平成29年8月1日以降に発売した端末については、KDDI株式会社及びソフトバンク株式会社でも対応している。

¹² インターネット上で、消費者が自ら手続を行う場合は無料でSIMロックの解除ができる。

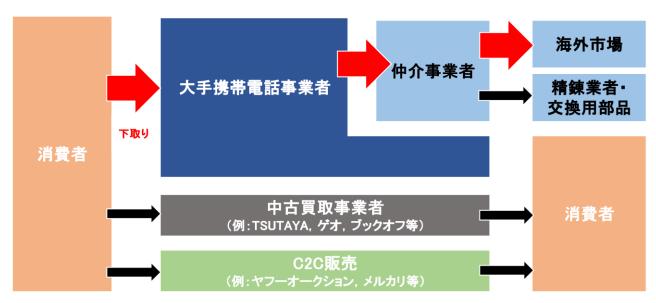
(5) その他解約の際のスイッチングコストになり得るもの

上記以外にも、消費者にとってスイッチングコストとなり得るものがある。例えば、契約の解約月の通信料金等について日割り計算をしないこと¹³、携帯電話番号ポータビリティ(MNP)手続における手数料等、消費者は解約の際に様々な手数料等を支払わなければならず、期間拘束契約の更新月に解約したとしても、これらが組み合わされることで、契約解除料以上の金額になることがある。

(6) 中古端末の流通

平成28年度調査においては、MNOが下取りをした中古端末の国内での販売を端末メーカーが制限することや、MNO等が不当に高い価格で中古端末を購入することは、独占禁止法上問題となるおそれがあるとしていた。

平成28年度のスマートフォンの出荷台数は3013万台であるのに対して¹⁴,中古スマートフォンの販売数は158万台で¹⁵,シェアはわずか5%程度であり、平成28年度調査の公表以降も依然として中古端末の流通数は増加していない状況にある。



(出所) 総務省モバイル市場の公正競争促進に関する検討会 第1回会合事務局説明資料を基に作成

このような状況において、MNO3社は中古端末のSIMロック解除に対応しておらず、これは中古端末の流通を制限する効果を持ち得る。また、MNOは4年縛りを提供するようになったが、これは将来の端末の下取りを前提とするものであり、現在の端末利用者が当該端末を

14 株式会社MM総研の「2016年度通期国内携帯電話端末出荷概況」に基づく。

¹³ 新規契約時には,通信料金について日割り計算している。

¹⁵ 株式会社MM総研の「中古携帯端末の利用実態と市場規模(2017年10月調査)」に基づく。

中古市場に将来提供する機会の減少につながる可能性がある。なお、少なくとも現時点においては、MNO3社は下取りした端末を仲介事業者に販売するに際して、国内市場への販売を禁止する契約条項を設けていないとしている¹⁶。

(7) MNOの通信網等に対するアクセス

平成28年度調査においては、通信サービスの多様化(独自の海外ローミングサービス、Io T対応サービスの提供)に資するMVNO独自のSIMの発行等を可能とするよう、MNOの HLR/HSS¹⁷がMVNOに開放されることが望ましいとしていた。

平成28年度調査の公表以降、MVNOのHLR/HSSに対するアクセスが進み、実際にHLR/HSSの利用を行っているMVNOも出てきているが、引き続きこのような形でのアクセスが進展していくかどうかについては、今後の状況を注視する必要がある¹⁸。

(8) 端末購入に係る割賦総額の固定

平成28年度調査においては、MNOが端末購入に係る割賦契約の総額を機種ごとに固定することにより、実質的に販売代理店の端末の販売価格を拘束する場合には独占禁止法問題となるおそれがあるとしていた。

平成28年度調査の公表以降、MNO3社間の販売代理店ごとに差はあるものの、割賦販売時の総額及びその配分を概ね独自に設定できるようになっている。

5 携帯電話市場における消費者の認識・行動の特性

(1) 消費者の選択の重要性(消費者アンケートの趣旨)

携帯電話市場の契約は、端末購入時の割引(端末購入補助)や各種キャンペーンの適用について細かい条件があるなど、消費者がその内容を完全に理解するのは難しいと指摘されている。

¹⁶ 株式会社NTTドコモ及びKDDI株式会社は、このような契約条項を設けていたものの、平成28年度調査の公表以降、このような契約条項を自ら速やかに削除したと回答があった。

一方,ソフトバンク株式会社については、平成28年度にこのような契約条項を設けていたかどうかについては、取引先事業者との秘密保持契約が存在するため回答を差し控えるとしており、また、平成29年度についても、このような契約条項を設けていたかどうかについては、取引先事業者との秘密保持契約が存在するため回答を差し控えるとしているが、平成30年度についてはこのような契約条項は存在しないと回答があった。

¹⁷ HLR/HSSとは、携帯電話番号、端末の所在地、顧客の契約状況といったネットワーク制御に必要な情報を 管理するデータベースである。

¹⁸ 携帯電話分野における意見交換会(第2回)におけるMVNOへのヒアリングでは、一部のMVNOから、高額な開発費用が請求されるなど、接続による実質的な開放が進まないとの意見が述べられている。

これを踏まえ、総務省は「電気通信事業法の消費者保護ル―ルに関するガイドライン」において、携帯電話の契約の締結又は媒介等をする際には、事業者に消費者が最低限理解すべき事項の説明義務を課している。なお、消費者からのスマートフォンに関する相談件数は、平成28年度までは増加している¹⁹。

市場において事業者の十分な競争が行われるためには、消費者による合理的な商品・役務の選択 20 が機能することが重要な要素であることから、携帯電話市場の消費者がどのような選好を有しているか、実際の選択との乖離があるとすればそれはなぜ生じているのかを検討するため、MNO及びMVNOを利用する消費者(携帯電話利用者)に対するウェブアンケートを実施した 21 。

(2) 消費者アンケート結果の概要(別紙2参照)

ア 携帯電話の契約に対する消費者の認識

(アンケート結果)

- 約8割のMNO利用者が携帯電話の契約時に販売代理店等において、契約条件について「丁寧な説明を受けた」又は「簡単な説明を受けた」と回答した。また、契約時に説明を受けた MNO利用者のうち、8割強が説明について「理解できた」又は「ある程度は理解できた」と回答した。
- 契約時に必ず説明を受ける事項²²である違約金の金額について、知らないと回答するMNO
 利用者が過半数であった(MVNO利用者は、6割強が知っていると回答。)。また、知っていると回答したMNO利用者のうち、約6割が正確な水準の金額を答えられなかった。

スマートフォンに関する相談件数(※1)

 年度
 2012
 2013
 2014
 2015
 2016
 2017

 相談件数
 7,554
 9,321
 9,564
 13,733
 14,250
 13,661 (前年同期 13,398)

 相談件数は2018年3月31日現在 (消費生活センター等からの経由相談は含まれていません)

¹⁹ 全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) に寄せられた苦情・相談件数は以下のとおり (国民生活センターホームページに基づく)。

^{※1「}携帯電話サービス」「携帯電話」に区分されるもののうち、スマートフォンであると判別ができたものと「スマートフォン」「モバイルデータ通信」の相談で、通話料・パケット 通信料、機器や通信サービスの品質など、スマートフォンそのものに関する相談件数。

²⁰ 消費者ごとに選好(何を重視するか等)は異なるので、合理的な選択も消費者ごとの選好によって変わることはいうまでもない。

²¹ MNO利用者 2,000 人, MVNO利用者 2,000 人に対して実施した。

²² 「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」において定められている消費者が最低限理解すべき事項。

- 現在契約しているMNOと2年以上契約しているMNO利用者のうち、多くの利用者が受けているはずの契約更新期間の通知について、6割強が通知を受けていない又は覚えていないと回答した。
- 約6割のMNO利用者が通信役務と端末の契約は別々に契約できることを知らないと回答した。
 た。一方、MVNO利用者の約8割は別々に契約できることを知っていると回答した。
- MNO及びMVNOのどちらとも契約の経験がある利用者のうち約8割が、MNOの契約プランは複雑であると回答し、約3割の利用者がMVNOの契約プランは複雑であると回答した。

(アンケート結果から考えられること)

- ▶ MNO利用者及びMVNO利用者の多くは、自身が携帯電話の契約に際して、契約事項の説明を受けたことを認識し、また契約内容を少なくともある程度は理解していると自己評価している。
- ▶ MNO利用者は、携帯電話の契約時に説明を受ける基本的な事項等であっても必ずしも 十分に理解できていないか、理解したと思っても、その理解が限定的なものにとどまっ ている可能性がある。また、MVNO利用者よりもその傾向が強い可能性がある。
- MNOの契約プランを複雑と考える利用者は、MVNOの契約プランを複雑と考える利用者より多い。

イ 他の通信会社への乗換え

(アンケート結果)

● MNO利用者に対して、MVNOの料金はMNOに比べてどれくらい安いと考えるかについて、月額を回答するグループと2年間の総額を回答するグループに分けて質問した。月額を回答するグループの最頻値は2,000円~3,000円、2年間の総額を回答するグループの最頻値は0~24,000円であった。

- MNO利用者のうち約5割が、料金や通信品質にかかわらず、他社の通信プランへは契約を乗り換えないと回答した(MVNO利用者は約3割が同様の回答)。その理由として、当該選択をしたMNO利用者のうち約5割が現在の契約プランに問題がないから、約3割が乗り換える通信会社やその契約プランを調べることが面倒だから、約2割が家族とのシェア割引や通信量の共有をしているから、約2割が別の通信会社に乗り換えることはリスクがあると考えるから、約1割がキャリアメールをよく使うから、約1割が固定通信回線とのセット割引があるから、約1割が乗り換える際に解約にかかるコストがどれくらいになるのか分からないからと回答した(複数回答)。
- MNO利用者に対して、MNOに比べてどれくらい安くなればMVNOに乗り換えるかを、 月額で示された選択肢から回答するグループと2年間の総額で示された選択肢から回答するグループに分けて質問した。その結果によると、月額で2,000円安くなると言われた場合 は約1割が乗り換え、3,000円安くなると言われた場合には2割強が乗り換えることになる。一方、2年間の総額で48,000円安くなると言われた場合は3割強が乗り換え、72,000円安くなると言われた場合は3割強が乗り換え、72,000円安くなると言われた場合は約5割が乗り換えることになる(月額2,000円は2年間の総額で48,000円、月額3,000円は2年間の総額で72,000円であることから、実質的に同じ金額でも2年間の総額で示された方が乗り換えるという回答が多くなっていると言える。 MVNO利用者に対しても類似の質問を行った結果、同様の傾向が見られた。)。
- 条件が合えばMVNOに乗り換えると回答したMNO利用者は、違約金(中途解約金)がある場合には約6割、端末の残債・端末購入補助がある場合には約7割が、現在の通信会社にとどまると回答した(MVNO利用者に対しても類似の質問を行った結果、同様の傾向が見られた。)。

(アンケート結果から考えられること)

- ➤ 通信料金や通信品質にかかわらず、現在契約している通信会社を乗り換えるつもりがないMNO利用者が約半数存在する。
- ▶ 消費者は、実質的に同じ割引額を長期間の累積した金額で示される場合と短期の金額で示された場合では前者に誘引されやすい(短期間の金額で示された割引額を過少評価する。

- る) 傾向があると考えられる。
- ▶ 違約金や端末の残債・端末購入補助の存在は、利用者にとってスイッチングコストとなっている可能性がある。また、一部の消費者にとって、乗り換える際に解約にかかるコストが予測し辛いことは、乗換えを躊躇させる要因になっている可能性がある。

ウ MNOを想定したプランとMVNOを想定したプランの選択

(アンケート結果)

● これから新規にスマートフォンを契約するという前提で、MNOを想定したプラン (最新の端末を分割払いにし、MNOの平均的な通信料金を組み合わせたプラン) と、MVNOを想定したプラン (MNOと同じくらいの性能だが少し安価な端末を一括払いにし、MVNOの平均的な通信料金を組み合わせたプラン) を示したところ、MNO利用者の6割強がMVNOを想定したプランを選択すると回答した(MVNO利用者は8割強)。

(アンケート結果から考えられること)

- 実際のMNOとMVNOのシェアを考慮すると、MVNOを想定したプランを選択する 利用者が多く、消費者の選好と実際の選択との間に乖離が生じている可能性がある。
- その要因として、①アンケートでは新規で契約する前提で回答してもらっているが、実際の契約を変更するかどうかについては、現状維持を望む心理性向(現状維持バイアス)が働くと考えられること、②契約を変更しようとしても、スイッチングコストが発生することがその妨げになっている可能性があること、③新規契約や契約変更をするとしても、消費者の本来の選好に沿った選択が何らかの事情によりなされていない可能性があること、などが考えられる。

6 競争政策上の考え方

(1) 通信と端末のセット販売

通信役務の料金や端末の販売価格について、値引きやキャッシュバックが行われることは、 価格競争の表れであり、それ自体は望ましいことである。

しかし、通信と端末のセット販売において端末代金を大幅に値引く販売方法は、端末の大幅

な割引に誘引される消費者をそのような販売方法を採ることが可能なMNO3社との契約へ誘引するため、MVNOに対し、MNOは競争上優位な地位を獲得する。

この点、総務省は過度の端末購入補助の是正に取り組んでおり、これは電気通信事業法の趣旨・目的に沿ったものであるとともに、MVNOの競争環境の確保の観点からも評価できるものである。

端末市場において、MNO各社が販売する端末のシェアは約9割であり、また、前記販売方法がMNO各社によって並行して採られているという状況を踏まえれば、前記販売方法が、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占等)。この場合、MNO相互の意思の連絡が無く、MNO各社の個別の判断に基づくものであったとしても、それぞれの行為が独占禁止法上問題となるおそれがある。

なお、通常、販売代理店が独自の判断において行う端末代金の割引やキャッシュバックは独 占禁止法上問題となるものではないが、販売代理店が、端末をその提供に要する費用を著しく 下回る価格で販売するなどにより、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」(平成 21 年 12 月 18 日 公正取引委員会)²³で示されている事項を満たす場合は、独占禁止法上問題となるお それがある(不当廉売²⁴)。

また、端末の本来の価格として表示された価格での販売実績がないなど、根拠のない価格からの大幅な値引き額や値引き率を強調することで、他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には、景品表示法²⁵上問題となるおそれがある²⁶。

消費者アンケートの結果によると、実際のMVNO利用者の割合と消費者の選好との間に乖離が生じている可能性があり、その要因の一つとして、消費者が契約内容やその負担額の大きさについて情報が不十分なため、本来の選好に沿った選択がなされていないことが考えられる。すなわち、①MNOの契約プランを複雑と感じる消費者が多数で、MNOの実際の契約プランは一定期間にかかる費用総額のイメージが理解しづらい、②消費者は、割引額を長期間の累積した金額で示されると誘引されやすい(実質的に同じ金額でも、短期間の金額で示された割引

²³ 不当廉売の規定の運用については,「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」(平成 21 年 12 月 18 日 公正取引委員会)を踏まえ,①廉売の態様(価格・費用基準及び継続性),②他の事業者の事業活動を困難にさせるおそれ,③正当な理由,の3点に留意する必要がある。ただし,具体的なケースについては,個々の事案ごとに判断を要する。

²⁴ 端末と通信が一体的に販売されていると認められる場合,値引額が端末価格より大きいというだけではコストを下回ることにはならず,通信役務の料金その他の条件を総合的に勘案する必要がある。

²⁵ 不当景品類及び不当表示防止法。

²⁶ また、ぎまん的顧客誘引として、独占禁止法上問題となる可能性もある。

額を過少評価する)傾向がある、という状況において、MNOと契約した場合の一定期間の費用総額のイメージを持てないまま、一括で示される端末値引き額の大きさに誘引されて、本来の選好に沿った選択をできていない消費者がいる可能性がある。

消費者の商品・役務の選択は、個々の消費者の選好を反映して行われることが望ましく、M NO各社は少なくとも期間拘束契約をする場合には、当該期間において利用者が支払う通信役 務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。また、契約の更新時において も同様に、更新後の拘束期間中において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安 を消費者に示すことが望ましい²⁷。

(2) 期間拘束・自動更新付契約(いわゆる「2年縛り」)

2年縛りについて、MNO各社は契約期間の縛りのない価格から値引きをする代わりに2年間の利用を約束してもらう(中途解約する場合には契約解除料を払ってもらう)プランであるなどと説明している。独占禁止法の観点からは、2年縛りのないプランの料金が2年縛りを正当化するためだけに名目上設定されたもので、実体のある価格と認められず、全体としてみて利用者を2年間拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合に、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

また,2年縛りを自動更新することについては、その趣旨を理解又は納得できずに不満を持つ消費者が多く(例:10年以上も使ったのに契約解除料を請求された),これは消費者の利益とはなっていない。2年縛りの自動更新が実質的に消費者を拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合に、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

(3) 将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム(いわゆる「4 年縛り」)

4年縛りのプログラムは、負担なくプログラムの解約等を行うことができる期間がなく、一度これを選択してしまうと、端末下取り及び同プログラムの再契約以外の選択をしようと考えても、端末が高額になるほど消費者にとってその際の実質的な負担が大きい。同プログラムが、

²⁷ 消費者アンケートの結果からは、更新時期を知らせるプッシュ通知は十分に認識されているとはいえず、消費者にとって効果的なものとなるよう改善が望まれる。

消費者の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には独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

また、4年縛りは、あたかも端末を半額で購入できるかのような印象を与えることも懸念され、4年縛りのプログラムの表示の仕方や、店舗での実際の説明の仕方によっては、消費者がプログラムのメリット・デメリットを十分に理解しないままに契約してしまう可能性があることから、その表示や説明の内容・方法によっては、他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には、景品表示法上問題となるおそれがある²⁸。

(4) S I Mロック

SIMロックは店舗等における盗難防止というMNOの都合により、主にMNOが販売する端末に設定されたものであり、SIMフリーの端末も存在する中で、端末にSIMロックを設定し、その解除について消費者から手数料(3,000円)を徴収することに関して、合理的な説明がつくとは考えにくい。SIMロックを解除する手続きが必要であること、SIMロックの解除に手数料がかかること及び中古端末についてSIMロックの解除ができないことが消費者にとって通信会社を乗り換える際の妨げとなり、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

また、MNOは一定の要件を満たす場合にSIMロックの解除に応じることとしているが、 そもそもSIMロックはMNOの都合により設定されているものであり、当該要件が満たされ た場合には、MNO自らがSIMロックを解除することが望ましい。

(5) 中古端末の流通

MNOが下取りした端末について、その販売先の事業者に対して国内市場への販売を制限することは、MVNOやその利用者がMNOによるセット販売でしか販売されていない端末を入手することができなくなることにより、MVNOを排除する効果を持つ場合には、独占禁止法上問題となり得る(拘束条件付取引、取引妨害等)。下取りした端末の販売先の事業者に対して国内市場への販売を禁止する明文の契約条項がなかったとしても、実質的に国内市場への販売を制限する場合には、独占禁止法上問題となり得る。

²⁸ また、ぎまん的顧客誘引として、独占禁止法上問題となる可能性もある。

また、MNOが下取りした端末を販売する場合、国内で中古端末を販売する特定の事業者に対して販売しない又は著しく不利な条件で販売するといった行為等についても独占禁止法上問題となり得る(取引拒絶、差別取扱い等)。

特に、4年縛りを含め、MNOの端末下取りプログラムを利用する消費者が多い場合に、MNOが下取りした端末について、上記のようにその販売先の事業者に対して国内市場への販売を制限したり、国内で中古端末を販売する特定の事業者に対して販売しない又は著しく不利な条件で販売したりするときには独占禁止法上問題となりやすい。

また、消費者は必ずしもSIMロックを解除しないことから、中古端末の流通促進の観点からも、MNOがSIMロックの解除に応じることとしている要件が満たされた場合には、MNO自らがSIMロックを解除することが望ましい。

(6) スイッチングコストを高める行為等の組み合わせ

利用者のスイッチングコストを高める行為(SIMロック、2年縛り、4年縛り及びその他解約の際の費用を高める行為)等は、それぞれ単体の行為でも独占禁止法上問題となり得るが、このような行為が組み合わされる場合には、それぞれの行為に基づき発生する競争者排除効果が累積的に増幅され、独占禁止法上問題となるおそれが一層高まる(私的独占、取引妨害等)。また、根拠のない端末価格の値引き表示により不当に消費者を誘引する行為も、競争者排除効果を持ち得るため、前記の行為を独占禁止法上問題となりやすくさせる可能性がある。

(7)その他消費者の特性に応じた競争政策上望ましい対応

今回行った消費者アンケートからも、多くの消費者はMNOの提供する契約プランを複雑と感じていることが分かった。このような複雑なプランの提供は、消費者が自身に最適なプランを選択するコストを増加させることにより、消費者の現状維持バイアスを強める可能性がある(消費者アンケートの結果からも、MNO利用者の現状維持バイアスはMVNO利用者よりも強いことがうかがわれる。)。消費者に他の通信会社との比較をする機会を減少させることは、競争が十分に働かなくなるだけでなく、消費者が自らの厚生を改善する機会を失わせる可能性があり、社会全体の経済厚生の低下にもつながりかねない。

したがって、消費者が現在よりも自らにとって合理的な選択をしやすくなる(判断のコストを下げる)環境を整えることが必要である。このような観点からも、MNOは契約プランの複雑さをもたらしている要因である通信と端末の一体販売や期間拘束・自動更新付契約等の改善

をすることが、国民経済の観点からも望ましい。また、MNOは消費者の利用状況を把握していることから、各消費者の利用状況を踏まえ、定期的に消費者に最も適した契約プランを提示することなどを積極的に推進することも望ましいと考えられる。

7 MVNOの競争環境を確保するための制度上の対応等

携帯電話市場において、MNO間の競争が必ずしも十分でない中、サービスを安価に提供する MVNOの存在により、競争が生じており、消費者の選択肢の充実にもつながっている。

MVNOは、MNOが設置する通信回線網と接続又は通信回線網を利用することにより、電気通信役務等の移動体通信サービスを提供することができる。そのため、MVNOがMNOの通信回線網と接続する又は通信回線網を利用する際の接続条件や接続料がMVNOの事業活動にとっては重要な要素である²⁹。

現在のところ、携帯電話市場においては、電波の有限希少性等から、MNOの数には限りがあり、MVNOはMNO3社との間で通信回線網の接続又は利用に係る交渉を行っている。そのため、通信回線網の接続又は利用に係る交渉では、一般的にMNOが強い交渉力を有しているが³⁰、現在の制度ではMNOは、MVNOと積極的に取引、接続するインセンティブを持たない。MVNOが携帯電話市場においてMNOの競争者として機能するためにも、MNOが接続料を引き下げ、MVNOとの取引に積極的に取り組むインセンティブを持つような制度設計^{31 32}を行うことが望ましい。

このような競争政策の観点からの検討については、電気通信事業法の目的(各MNOはその事業運営について、適正かつ合理的な運営の下に公正な競争を行うことを求められる)にも合致するものと考えられる。

なお、電気通信事業法では、電気通信事業者が不当な差別的取扱いを行うことは禁止されてい

²⁹ 携帯電話分野に関する意見交換会(第2回)におけるMVNOへのヒアリングでは、MVNOの事業構造において、通信収入に占める接続料の割合は極めて大きく、特にデータ利用料に関する割合が大きくなっているとの意見が述べられた。

³⁰ 総務省においては、接続料制度は、電波の有限希少性により新規参入が困難な寡占的な市場において、相対的に多数のシェアを占める者が有する接続協議における強い交渉力のため、その公平性・透明性、接続の迅速化等を担保する観点から設けられたものとしている。

³¹ また、接続料はMVNOの事業活動だけではなく、MNOの利用者料金の観点からも重要である。接続料は設備コストを含むコストベースで算出されており、この設備コストは利用者料金に大きく関係するものであり、接続料が低下する場合、MNOの設備コストの効率化を通じて、各MNOの利用者料金の低下につながると考えられる。

³² MVNOからも意見交換会において接続料や消費者の利用料金の低減のためにはこのような制度設計とすることが必要との意見が出されている。

る。独占禁止法上は、MNOが特定のMVNOに対してのみ著しく有利な価格・条件で接続することなどにより、当該MVNO以外のMVNOの事業活動を困難にさせるときには問題となるおそれがある(差別取扱い等)。

(1) 第二種指定電気通信設備(移動系)の接続料3制度の概要

MVNOがMNO網に設備を接続する場合(データ伝送交換機能等)には、MVNOがMNOと接続して利用者にサービスを提供する接続協定と、MVNOがMNOから電気通信役務の提供を受け、当該電気通信役務を用いて自ら利用者に対して電気通信役務の提供をする卸契約の2つの契約方法があり、MVNOはどちらも選択可能である³⁴。このうち、接続協定の場合に、MNOが接続に関し取得すべき金額等を接続料と呼び、卸契約の場合には利用料金と呼ぶ。

第二種指定電気通信設備制度(移動系)の接続料制度については、電波の有限希少性により 新規参入が困難な寡占的な市場において、相対的に多数のシェアを占める者が有する接続協議 における強い交渉力のため、その公平性・透明性、接続の迅速化等を担保する観点から設けら れたものである。接続料の金額等については、MNOから総務大臣への接続約款の届出義務や 公表義務があり、接続料の算出の根拠については、MNOから総務大臣への提出義務がある。

【接続協定における接続料制度の概要】

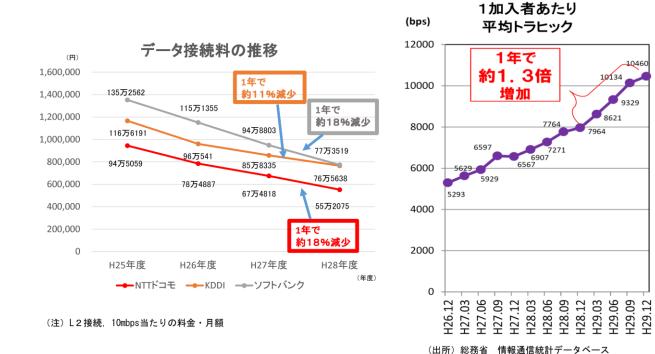


(出所)総務省 モバイル市場の公正競争促進に関する検討会(第4回)配布資料

³³ ここでいう接続料とは、接続協定の接続料(データ通信・音声)のことであるが、多くのMVNOが接続協定ではなく、卸契約を結んでいること、接続協定の接続料(データ)が卸契約の利用料金の実質的な反映価格となっていることから、本調査においては接続料が卸契約の利用料金に反映されることを想定して検討している。

³⁴ MVNOがMNOに設備を接続しない形態 (080/090 による音声通話等) では,卸契約のみ可能である。

(2) 接続料の引き下げ等のために考えられる対応



各MNOが接続料や利用料金を引き下げ、MVNOと積極的に取引するよう促すことが競争 政策上望ましく、その具体的な手段として、以下のア、イ及びウが考えられる。

「移動通信トラヒックの推移(過去3年間)」

ア 接続料等の周波数割当への活用

周波数割当の絶対審査基準³⁵や比較審査基準³⁶においては、周波数を割り当てられた場合の電波の活用として、MVNOに対する利用を促進する計画を有しているかなどの審査基準が設けられている。

これまでの審査は、MVNOに対する利用を促進するための計画やその根拠を有しているかどうか、その計画がより充実しているかどうかを確認するものであり、これらの審査を通じて、 平成30年4月には、新たに楽天モバイルネットワーク株式会社の参入を認定するなど、競争の 促進が図られてきたところである。

他方、MNOに対し、MVNOを通じたサービスを積極的に提供するインセンティブを持たせ、これまで行ってきた競争促進の取組を一層進める観点からは、電気通信事業法に基づく規律に限らず、電波法に基づく周波数割当の審査等、携帯電話事業者にかかる他の規律も活用することが競争政策上望ましい。

³⁵ 申請者において最低限満たすべき基準のこと。

³⁶ 審査が競合した場合の審査基準のこと。

例えば、周波数割当の審査においては、MNOごとの接続料の水準や、これまでどの程度接続料を低下させてきたか、MVNOを通じたサービスの提供をどの程度行ってきたかなども考慮要素とすることなどが考えられる³⁷。

イ 接続料の検証における一層の透明性の確保

電気通信事業法において、接続料は、「能率的な経営の下における適正な原価に適正な利潤を加えたもの」を超えない範囲で設定することとなっており、その算出方法は総務省令で規定され、コストベースで算出されている。各MNOが能率的な経営を通じて、接続料を引き下げることは、電気通信事業法の目的にも合致するものであると考えられる。

【接続料の算定の概要】

アンバンドル機能
以下の4機能について、接続約款への記載、料金設定が義務づけられている。

①音声伝送交換機能
②データ伝送交換機能
③MNP転送機能
④SMS伝送交換機能
接続料設定の原則
● 接続料の上限を規定
電気通信事業法において、適正原価+適正利潤を接続料の上限として規定。

適正な原価・土

- 接続料の算定方法を規定
 - 二種接続料規則において、適正な原価、適正な利潤、需要の考え方を規定。

適正な利潤 = 他人資本費用 + 自己資本費用 + 利益対応税

● 総務大臣に提出する算定根拠の様式を規定

電気通信事業法施行規則において、接続料算定の適正性を検証するための算定根拠様式を規定。

(出所)総務省 モバイル市場の公正競争促進に関する検討会(第6回)配布資料

これまで総務省は累次の制度改正を通じて、接続料の算定根拠について透明性を確保しつつ、MNOから届出を受けた接続料の算定根拠について毎年度検証している³⁸。ただし、その検証においては、結果が公表されておらず、例えば、設備の効率化によるコストの削減が行われているか、設備の調達費用は効率化されているかなど、各MNOが算出するコストについて、能率的な水準となっているかどうかまで検証されているかは明らかではない。

これらを踏まえ、接続料の検証におけるより一層の透明化を図るために、具体的な手段とし

³⁷ 周波数の割当については,その割当の審査ごとに審査項目が変化するため,例えば新規参入者が割当を申請する 場合等については,接続料の過去の実績を持たない新規参入者が審査において不利にならないように対応すること が望ましい。

³⁸ 最近では、平成29年9月の省令等の改正により、回線管理機能やSIMカードの提供に係る算定方法の明確化や、平成30年3月には、総務省がKDDI及びソフトバンクに対して、第二種指定電気通信設備に関する接続料におけるBWAに係る原価及び需要の扱いについて、適正に反映される方法によるよう要請した。

て、例えば、有識者や専門家による定期的な議論を通じて、透明性・公平性を確保しつつ、M NOの算出する接続料が能率的な水準となっているか、各MNOは能率的な経営を持続的に行っているかどうかなどの観点から、接続料の具体的かつ定期的な検証を行うことが考えられる。

ウ 接続料の推移(トレンド)における一層の予見性の確保

接続料は、通信量や回線容量等の実績に応じて決まるが、ある算定期間の実績値に基づく接続料の額が確定するのは、概ね当該算定期間の2年後であるため、ある年度に支払う接続料は、暫定的なものとなる。このため、暫定的な接続料と実際の接続料の間に乖離が生じ、MVNOにとっては接続料の推移(トレンド)における予見性を欠くという問題が生じていることが指摘されてきた³⁹。

各MNOが算出する接続料の推移(トレンド)に対するMVNOの予見性が高まれば、一方で、MVNOには、どのMNOから回線を借りてサービスを提供するかについて選択の自由度が高まり、他方、MNOにとっては、MVNOからの接続料収入を失う可能性が競争圧力となる結果、各MNOに接続料を引き下げるインセンティブが生じると考えられる。したがって、接続料の推移(トレンド)におけるMVNOの予見性を向上させることが競争政策上望ましい40-41。

8 公正取引委員会の今後の対応

携帯電話市場においては、MNO及びMVNOという多様な主体が公正かつ自由な競争をする中で、消費者の二一ズに応じた多様なサービスが提供され、消費者がその選好に沿って、商品・ 役務を選択したり、円滑に変更できたりすることが重要である。

現状では、MNO間の競争が必ずしも十分に行われているとはいえない中、MNO各社は利用 者のスイッチングコストを高める様々な施策を講じており、市場に競争をもたらす上で重要な役

³⁹ 携帯電話分野に関する意見交換会(第2回)におけるMVNOへのヒアリングにおいて,長期的な接続料の予見性は,MNOネットワークの選択のみならず,MVNO事業の計画立案の根幹であり,予見性が高まることは望ましく,また,短期的な接続料の予見性向上は企業会計の観点からも強く求められているとの意見が述べられた。

⁴⁰ これまで総務省は、平成29年9月の二種情報開示告示の改正により、原価に利潤を加えたものに対する原価の 比率並びに原価、利潤及び需要の対前算定期間比に関する情報をMNOに開示させるなど、MVNOの接続料の推 移(トレンド)の予見性の向上に資する施策を行ってきている。

¹ 携帯電話分野に関する意見交換会(第2回)のMVNO提供資料に、接続料の予見性向上は企業会計の観点からも強く求められており、四半期毎の接続料算定について検討されることが望ましいこと、先々の接続料水準の見通しが把握できることが望まれること等が記載されている。また、提出資料の記載以外にも、プレゼンテーションにおいて、MNOが自らの設備投資計画作成の際に使用している需要予測の大体の指標の開示があれば、後はMVNOで予見することは可能であるという趣旨の発言があった。

割を果たしているMVNOの参入を阻害することも懸念される。

このため、公正取引委員会は、特にスイッチングコストを高めることにより利用者を不当に囲い込む行為に対しては独占禁止法を厳正に執行していくことにより、MVNOの競争環境の整備、更にはMNO間の競争促進をも図っていく。

また、MVNOの競争環境の整備の観点からは接続料等の制度面での対応も欠かせないと考えられることから、総務省に対する働きかけ及び連携を引き続き行っていく。

さらに、消費者の選択が機能することも競争促進の観点からは重要である。本調査においては、 比較的簡易なものであったが、行動経済学の観点も含めて、消費者の認識等についての分析を行ったが、今後は、消費者のクラス(長期ユーザー、乗り換えを頻繁に行うユーザー等)に応じた精緻な分析を行うなど、より有効な調査・分析を行うことを検討していくとともに、消費者団体との連携を通じて、有益な情報の提供に努めていく。

携帯電話市場における競争環境の確保は、一般消費者の利益の確保、国民経済の健全な発達の 促進の観点から引き続き重要であるとともに、同市場は、第5世代移動通信システム(5G)の 実現に向けた取組が進んでいるなど環境変化の早い市場であること、MNOとしての新規参入が 予定されていることを踏まえ、今後ともフォローアップ調査等を行っていく。

以上

総務省 意見募集手続対象文書 (意見提出期限:平成30年12月18日)

モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言(案)

モバイル市場の競争環境に関する研究会 I C T 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W G

1. 本提言の位置づけ

携帯電話は、その契約数が1億7千万を超え、様々な社会経済活動の基礎となるとともに、国民にとって不可欠なコミュニケーションの手段となっている。

携帯電話をはじめとする電気通信サービスの在り方については、利用者視点に立ち、①利用者がニーズに合ったサービスや端末を選択できるようにすること、②事業者間の公正な競争を促進することにより利用者利益の確保を図ること、③技術進歩の成果を利用者が速やかに享受できる環境を整備することという3つの基本的な視点から検討を進めることが重要である。

モバイル市場の競争環境に関する研究会(以下「モバイル研究会」という。) 及び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 (以下「消費者WG」という。)では、本年10月以降、それぞれ3回にわたりヒ アリングを行い、検討を重ねてきた。

ヒアリングを通じ、多くの関係者及び構成員が共通して指摘する課題が明らかになってきたことを踏まえ、本緊急提言は、モバイル研究会と消費者WGとが合同でモバイルサービス等の適正化に向けて早急に取り組むべき事項を整理したものである。

本緊急提言を踏まえ、総務省等において必要な措置が早急に講じられることを期待する。

2. シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現

(1) 背景

携帯電話の利用者料金に対する規律については、累次に渡る電気通信事業法(昭和59年法律第86号)の改正により規制緩和がされてきており、1997年に認可制から届出制とされ、2004年には事前規制が完全に撤廃されている。現在、携帯電話市場では設備面及びサービス面の両面での競争が行われ、携帯電話事業者がそれぞれ工夫しながら多様なサービスを多様な料金プランにより提供している。

一方で、料金プランの中には、利用者が正確に理解することが困難なものや利用者を過度に拘束するようなものなどが出てきており、その結果として、利用者の適切かつ自由な選択が阻害され、事業者間の公正な競争が不当に制限されているという問題が指摘されている。

携帯電話の利用者料金に関し、携帯電話事業者による継続的な工夫にもかかわらず、問題が指摘され続けている状況に鑑みると、利用者の利益を阻害するような料金プランを抜本的に見直し、携帯電話事業者による公正な競争の中で真に利用者のためになる工夫が進められるように取り組んでいくことが求められる。

(2) 通信料金と端末代金の完全分離

1 問題点

通信サービスと端末のセット販売については、次のような点が指摘された。

- 通信サービスと端末はセットで購入するものとの強い印象を与え、両者が本来は別のものであるという理解を妨げている。
- 同じ携帯電話事業者が提供する同じデータ通信容量のプランであるにも かかわらず購入する端末によって通信料金が異なるという不公平や、通 信料金の割引が特定の端末の利用者に限定されているという不公平が生 じている。
- 端末購入から一定期間で通信料金の割引が終了し、その後は通信料金が 上昇するため、必要以上に新規端末に買い替える誘因が働く。
- ハイエンド端末を中心に過度な端末購入補助が行われることにより、ハイエンド端末とローエンド端末の実売価格が接近し、市場メカニズムが有効に機能していない。また、同様の補助ができないMVNOとの競争

上のイコールフッティングの問題がある。

- 「実質 0 円」というような表示に見られるように、端末代金と通信料金との区分が不分明で、利用者が何に対して幾ら支払っているか理解しづらい。
- 一定の条件の下で端末割賦代金の残債を免除する販売手法(端末買換え サポートプログラム)は、依然として通信役務の継続を残債免除の条件 としており、残債免除を受けるまでの間の解約を利用者に躊躇させると ともに、実質的に残債免除後の契約継続も求めるものであるため、利用 者の囲い込みにつながっている。
- 他の業界にも残価設定クレジットはあるが、他の商材と結びつけられることはない。それに対して、通信役務と結びついた端末買換えサポートプログラムは、通信役務に関するスイッチングコストを高めている。

② 提言

端末は、通信役務を利用するに当たって欠かせないものであり、まず、こうした端末の購入等を条件とする通信料金の割引等については、通信料金と端末代金の分離が不十分であることにより、次のような問題を生じさせている。

- 同じデータ通信容量等のプランであるにもかかわらず、購入する端末によって通信料金が異なるという不公平や、通信料金の割引等が特定の端末の利用者に限定されるという不公平があること。
- 利用者が料金プランを正確に理解した上で他の料金プランと比較することが困難となり、自らのニーズに沿って合理的な選択を行うことができないこと。
- 通信料金の割引等が一定期間に渡り行われるなど、割引等を受けるために通信役務の継続利用が求められる場合もあり、利用者を過度に拘束し、 事業者間の公正な競争が阻害されること。

したがって、端末の購入等を条件とする通信料金の割引等を廃止することにより、上記の問題点を解消することが適当である。

また、通信役務の一定期間の継続利用を条件とする端末代金の割引等については、上記2点目及び3点目の問題を有するものであり、分離の徹底の観点から、見直すことが適当である。このような割引等は、携帯電話事業者が直接行うだけでなく、キャリアショップや量販店等の販売代理店を通じて行われる可能性があり、それについても併せて対応することが必要である。

特に、端末買換えサポートプログラムについては、同じプログラムへの再加

入を残債免除の条件から除く方針が事業者から表明されたが、依然として次のような問題があり、抜本的に見直すことが必要である。

- 残債免除までの間のプログラムへの継続加入が残債免除の条件とされて おり、その間の通信役務の継続利用が必要となっている。
- 残債免除を受けないとプログラム加入の便益が全く得られないため、上記3点目の問題が格段に大きくなる上に、残債免除を受けないという選択肢が実質的に機能するか疑義がある。
- 機種変更が残債免除の条件とされており、新端末の購入後に通信契約を 解除する場合には新端末の残債や解約料等のスイッチングコストが存在 するため、利用者は残債免除を受けた後も通信役務を継続利用すること となる可能性が高い。

(3) 行き過ぎた期間拘束の禁止

① 問題点

期間拘束を伴う通信契約の関係については、次のような点が指摘された。

- 期間拘束とその自動更新により、事業者乗換えのスイッチングコストが 高くなっている。
- 期間拘束なしの料金プランについて、その料金が高かったり、継続的に同じ事業者と契約しているにもかかわらず長期契約者割引を受けられなかったりするなど、利用者にとって実質的な選択肢となっていない。
- 契約途中で解約する際の違約金について、その算定根拠が明らかとなっておらず、また、その水準が高いことが、事業者乗換えの妨げとなっている。
- FTTH等とセットで契約した場合、当該契約に係る拘束期間のずれが 事業者乗換えの妨げとなっている。

② 提言

行き過ぎた期間拘束は、利用者が携帯電話事業者を乗り換える上での制約であり、事業者間の公正な競争を阻害することとなる。また、技術革新の著しい電気通信事業分野では、将来を見通した上で利用者が合理的な選択をすることは困難である。特に、ヒアリングにおいて、多くの関係者及び構成員が共通して指摘した以下の期間拘束については、見直すことが適当である。

ア 期間拘束のない契約の料金その他の提供条件が、期間拘束のある契約の

料金その他の提供条件に比べて著しく劣り、実質的な選択肢となっておらず、それについての合理的な理由がない場合には、利用者を過度に拘束するものであり、見直すことが求められる。また、期間拘束の期間が著しく長期に渡り、その合理的な理由がない場合も、同様である。

- イ 解約に係る違約金の水準については、合理的な算定根拠に基づき設定されるべきものであり、違約金の水準が著しく高い場合には、スイッチングコストにより利用者を過度に拘束し、事業者間の公正な競争を阻害するものであるため、見直すことが求められる。
- ウ 期間拘束の自動更新については、変化の激しいモバイル分野で拘束期間終了後の更新の要否を契約当初の段階で判断することは困難であり、利用者を過度に拘束するものである一方で、更新に係る手続の手間の省略を望む利用者もあり得る。このため、更新が利用者の真正な意思に基づき行われるよう、契約当初の段階で自動更新とするかどうか選択可能とし、拘束期間終了の段階で更新するかどうか及び自動更新の選択を変更するかどうかについて利用者の意思を確認するとともに、自動更新の有無により料金等に差を設けないことが求められる。

さらに、期間拘束のある複数の契約のセットでの締結は、各サービスの期間 拘束の始期や長さが異なり、利用者が違約金を支払わずに複数のサービスを同 時に解約できない場合には、利用者を過度に拘束するものであることから、い ずれのサービスも同時に無料で解約できる期間を設定することなど改善策を 検討することが適当である。

(4) 合理性を欠く料金プランの廃止

① 問題点

上記のほか、過度に複雑な料金プランなどについて、次のような点が指摘された。

- 同じ携帯電話事業者が提供する同じ通話頻度、同じデータ通信容量の通信サービスであるにもかかわらず、プランによって通信料金が異なる場合がある。
- 基本料とデータプランを別々に提供しているにもかかわらず、基本料が 安いプランでは少ないデータ量を選択できないなど、組合せに制約があ る。

② 提言

通常の提供条件の説明により利用者が理解することが期待できないような 過度に複雑な料金プランや合理性を欠く料金プランは、利用者の正確な理解を 妨げるとともに、料金プラン相互の比較を困難とし、利用者の合理的な選択を 阻害するため、見直すことが適当である。

例えば、音声通話について同一の内容の基本料について、使用する端末や選択するデータプランの別により料金が異なるなど、同じ通話頻度、同じデータ通信容量の通信サービスであるにもかかわらず、プランによって通信料金が異なり、不合理に「同一サービス同一料金」になっていない場合があり、利用者間の不公平を生じるとともに、利用者の混乱を招き、その合理的な選択の妨げとなることから、見直すことが求められる。

(5) 取組の方向性

市場競争の下においては、携帯電話事業者による工夫と競争によって多様なサービスが多様な料金プランで提供され、利用者が提供条件を十分に理解した上で、自らのニーズに応じてサービスを適切かつ自由に選択し、低廉な価格で利用できることが望ましい。その際、携帯電話事業者によるサービスや提供条件の工夫と競争は、利用者の利益を阻害するものとならないための最低限の基本的なルールを守りつつ行われることが必要である。

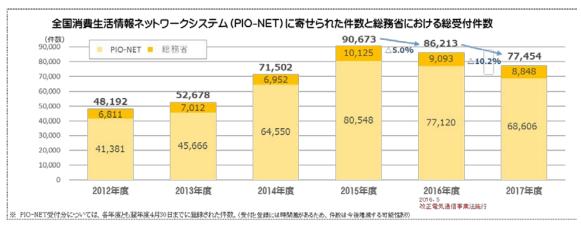
このため、以上で提言した事項について、携帯電話事業者による実効性のある料金プランの見直しが行われるよう、総務省において、最低限の基本的なルールとして料金その他の提供条件に関する禁止行為を定め、それに違反した場合には業務改善命令を行いうることとすること等について、電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を検討し、速やかに実施に移すことが適当である。また、措置の効果をデータに基づき検証できるよう、総務省において、携帯電話事業者における販売奨励金や端末購入補助の詳細や端末に係る収支の状況などのデータを定期的に把握することが必要である。

3. 販売代理店の業務の適正性の確保

(1) 背景

電気通信事業法では、新規参入や料金の事前規制を緩和する一方、消費者保護ルールを充実する等、累次の法改正が行われてきた。2003 年にはサービス提供条件の説明義務や苦情等処理義務が導入され、2015 年には契約書面交付義務、事業者による代理店に対する指導等の措置義務、初期契約解除制度、勧誘に当たっての不実告知等や勧誘継続行為の禁止等の規律が設けられたところである。

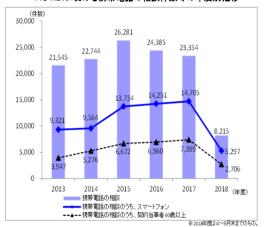
この 2015 年の電気通信事業法改正による消費者保護ルールの導入以降、全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) 及び総務省に寄せられた電気通信サービスに関する苦情相談件数は低下しており、消費者保護ルールの導入について一定の効果が見られる。しかしながら、その傾向は緩やかであり、依然として高い水準にある。



出典:総務省「ICT サービス安心・安全研究会 消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合(第5回)」(2018年6月28日) 配付資料

PIO-NET を用いた独立行政法人国民生活センターの分析によれば、携帯電話やFTTHサービスに関する苦情相談件数は、それぞれ2万件超(携帯電話)、1万件超(FTTH)といった高い水準で推移している。

PIO-NETにおける携帯電話の相談件数等の年度別推移

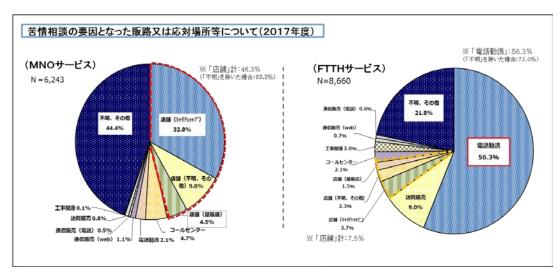


PIO-NETにおける光コラボの相談件数等の年度別推移



出典:「光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意!第2弾」(2018年7月26日 国民生活センター報道発表資料)、「セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブル」(2018年9月13日 国民生活センター報道発表資料)

また、2017 年度に PIO-NET 及び総務省に寄せられた苦情相談に基づく総務省の分析によれば、苦情相談の要因となった販路等としては、携帯電話(MNO)についてはキャリアショップや量販店等の「店舗販売」(46.3%:「不明」を除いた場合は83.3%)が、FTTHサービスについては「電話勧誘」(56.3%:「不明」を除いた場合は72.0%)という販売形態が、それぞれ高い比率となっており、販売代理店に起因した苦情相談が多く生じている。



出典:総務省「ICT サービス安心・安全研究会 消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合(第5回)」 (2018 年 6 月 28 日) 配付資料を基に作成。2017 年度に PIO-NET 及び総務省に寄せられた苦情相談の約3分の1 を無作為抽出し、サービス別に分析したもの。

(2)問題点

上述の PIO-NET 及び総務省に寄せられた苦情相談の中身を見ると、次のよう

な内容が挙げられており、その多くが不適切な勧誘、説明に起因するものとなっている。

【携帯電話】

- 通信容量が大きな料金プランを勧められ言われるまま契約したが、後で必要のないものだったと分かった。
- スマートフォンを契約したら、不要なタブレット端末やヘッドフォン、 充電器等の付属品とのセット契約だった。
- スマートフォンに追加でタブレット端末、光回線等も契約したが、スマートフォンすら使いこなせない。

[FTTH]

- ◆ 大手通信事業者からの電話だと思い契約したが、別の事業者だったので 費用負担なく解約したい。
- 契約先のプラン変更だと思ったら、別会社との契約になっていた。
- (変更する必要がないにもかかわらず) 光回線の変更が必要であるかのような勧誘により契約してしまった。

また、消費者WGにおいては、販売代理店の業務について、次のような点が 指摘された。

- 携帯電話について、契約内容が複雑化、説明時間も長時間化し、契約内容や料金を消費者が正しく認識できておらず、また必ずしも消費者が希望する契約内容になっていない。
- 光コラボの代理店による電話勧誘に係る苦情相談が相変わらず多く、「新 しいサービスのご案内です」と言われたので契約中の事業者だと思った など、勧誘時に事業者名について誤解を与える勧誘となっている。
- 携帯電話については、「〇万円キャッシュバック」、「実質0円端末」をうたうショップ店頭のポスターやロードサイドショップの立て看板が未だに見られる。
- 「実質 O 円」等の広告表示においては特定の適用条件等を認識しづらい ものもあり、結果、特典が受け取れないと言った苦情が寄せられている。

消費者WGで指摘のあった上記3点目の指摘に関しては、販売代理店独自の 過度な端末購入補助が依然として行われていると考えられるが、これは通信料 金の高止まり、利用者間の不公平及びMVNOの新規参入・成長の阻害という 点で懸念がある。 通信サービスと端末をセット販売する場合の過度な端末購入補助については、総務省において「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」(2017年1月)が策定され、事業者に対してその適正化を図っているものの、販売代理店は同指針の対象外となっていることから、市場全体に対して十分な効果を上げていない状況にある。

なお、携帯電話の販売代理店においては、消費者利益の確保に向けた自主的な取組として、2014 年に設立された一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会による「あんしんショップ認定制度」が全国的に展開されており、2018 年10 月末時点で認定ショップ 5,459 店 (全キャリアショップの 67%) の規模となっている。また、光コラボの事業者・販売代理店については、一般社団法人テレコムサービス協会による「重要事項説明項目とトークの手引き」(光卸を利用したFTTHサービスの電話勧誘時の説明話法に係るガイドライン)が策定されており、それぞれの業界団体において独自に苦情相談の改善につながる取組が進められている。しかしながら、その浸透度合いは現状十分とは言えず、今後、これらの販売代理店への一層の普及・浸透が課題となっている。

(3)提言

販売代理店に対する指導については、2015年の電気通信事業法の改正により、事業者において、委託した業務に係る指導等の措置を行うことが義務付けられるとともに、総務省においても、「提供条件の説明義務違反」、「不実告知等の禁止違反」、「勧誘継続行為の禁止違反」に限っては、事業者のみならず販売代理店に対しても業務改善を命じることが可能となっている。

しかしながら、一次販売代理店の下にある二次、三次の販売代理店等を含め、 事業者による指導が十分に行き届いていない状況が見られるとともに、販売代 理店における独自の過度な端末購入補助や、利用者に誤認を与えるおそれのあ る勧誘や独自の店頭広告等の不適切な業務実態については、総務省において業 務改善を命じることができない等、必ずしも適切な担保措置が講じられている とは言えない状況にある。加えて、総務省において、その実態把握が十分にで きているとは言い難い状況にある。

販売代理店は、電気通信サービスの契約において、利用者に最も身近な窓口であり、その業務が適正に行われることは、利用者の利益を確保する上で必要不可欠となっている。このため、これらの問題点の解消に向け、以下について、電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を講じることが適当である。

- ア 販売代理店の存在を事業者経由で間接的に把握するのではなく、行政が直接把握するための必要最小限の制度として、届出制を導入する。
- イ その上で、勧誘行為において社名や勧誘目的であることを明示しない等、 利用者に誤解を与えるような電気通信事業者及び販売代理店の不適切な 勧誘行為を禁止し、違反した場合には業務改善命令を行いうることとする。
- ウ 加えて、電気通信サービス契約の媒介と一体として行われる販売代理店の業務において、電気通信サービスに関して利用者の利益を阻害するような不適切な実態があれば、業務改善命令を行いうることとする。

なお、販売代理店においては、3.(2)に掲げた一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会が運営する「あんしんショップ認定」の取得や、一般社団法人テレコムサービス協会が策定しているガイドラインの活用等にさらに積極的に取り組むことにより、利用者にとって誠実で信頼できる販売代理店となっていくことが期待される。

4. 今後の検討の方向性

以上、総務省等において、早急に取り組むべき事項として、「シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現」及び「販売代理店の業務の適正性の確保」の2つの項目を軸に整理した。

モバイル研究会では、引き続き、MVNOを含めた事業者間の公正な競争条件を確保する観点から、接続料の算定方法の見直し、IoT向けサービスに係る競争ルール等について検討を深めるとともに、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書(2018年4月)で取り上げられた事項について実施状況の検証を行うこととする。

消費者WGでは、電気通信サービスの消費者保護の確保の観点から、契約手続時間の長さや高齢者への適切な対応など、契約時の説明の在り方のほか、利用中や解約時の説明の在り方、一定規模以下の法人のサービス利用の保護の在り方等について検討を深めることとする。

併せて、モバイル研究会及び消費者WGは、本緊急提言に沿った取組の進捗状況についてフォローアップを行うこととする。

|総務省 モバイル市場の競争環境に関する研究会(第4回)/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(第4回)合同会合(11月26日)配布資料

モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言(案) 概要

平成30年11月 事務局

「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」案について

概要

「モバイル市場の競争環境に関する研究会」及び「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」が合同で、モバイルサービス等の適正化に向けて早急に取り組むべき事項を整理したもの。

構 成

以下について、**電気通信事業法の改正を含め、 必要な措置を検討・実施**することを提言。

ヒアリング(1)

- ①シンプルで分かりやすい携帯電話に係る 料金プランの実現
- ②販売代理店の業務の適正性の確保

モバイルサービス等の適正化

シンプルで分かりやすい 携帯電話に係る 料金プランの実現

販売代理店の業務の 適正性の確保

議論の経緯

モバイル市場の競争環境に関する研究会

消費者保護ルール の検証に関するWG



提言①:シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現

最低限の基本的なルールとして**電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を検討・実施**

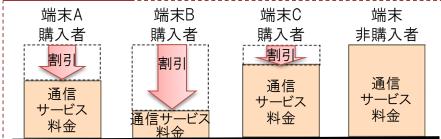
主な問題点

- 購入する**端末によって通信料金が異なり** 不公平。
- 割引等を受けるために**通信役務の継続利用が 求められる**場合があり、利用者を過度に拘束。
- 端末買換えサポートプログラム(4年縛り)は、通 信役務の継続を条件とし、利用者を囲い込み。

- 期間拘束なしの料金プランが実質的な選択肢と なっていない。
- 違約金の算定根拠が不明。
- 期間拘束の自動更新により、スイッチングコス トが上昇。

<想定される料金プランの見直しイメージ>

現状 端末A 端末B



主な提言

- □ 端末購入を条件とする通信料金の割引を 廃止。
- 通信契約の一定期間の利用継続を条件とした 端末代金の割引の見直し。
- 端末買換えサポートプログラム(**4年縛り**)につい て抜本的に見直し(通信契約とのひも付けを禁止)。
- 期間拘束なしの料金プランについて、合理的理 由なく著しく劣る提供条件の設定を禁止。
- □ 合理的根拠のない著しく高額な違約金を禁止。
- 自動更新の有無により料金等に差を設けること を禁止。

※このほか、過度に複雑な料金プランや合理性を 欠く料金プランについても見直しを求める。

見直し後

	,		 	 	
端末A		端末B	端末C	端末	
購入者	-	購入者	購入者	 非購入者	
低廉化		低廉化	低廉化	低廉化	
通信		通信	通信	通信	
トサービス ト 料金		サービス 料金	サービス 料金	サービス 料金	
1 1 TT		44亚	77 1 1	竹亚	L !

提言②:販売代理店の業務の適正性の確保

販売代理店の業務の適正性の確保に向け、**電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を実施**

主な問題点

- □ 通信サービスに係る苦情・相談が依然として多いが、**販売代理店への指導は一義的には通信事業者に委ねられ、行政の現状把握が不十分**。
- □ 二次、三次販売代理店等の存在も含め、通信 事業者による指導が十分に行き届かず。
- □ 通信事業者・販売代理店による利用者に誤認を 与える勧誘のほか、販売代理店における独自の 過度な端末購入補助や店頭広告等の不適切な 業務は、業務改善命令の対象外。

現状

通信サービスの提供条件の説明義務

代理店を直接把握する手段なし (通信事業者を通じて把握)

利用者に誤認を与える勧誘への規律なし

端末の販売・広告等に係る処分権限なし

主な提言

- □ 行政が販売代理店の存在を直接把握できるよう 届出制度を導入。
- □ 通信事業者·販売代理店による、利用者に誤解 を与える**不適切な勧誘行為**(社名や勧誘目的の不 明示等)**を禁止。**
- □ 販売代理店の不適切な業務実態(独自の過度な端末 購入補助等)について業務改善命令の規律を導入。

見直し後

通信サービスの提供条件の説明義務

代理店の届出制を導入

利用者に誤解を与える不適切な勧誘行為を禁止

通信サービスの提供を前提条件とする 端末の販売・広告等について、 業務改善命令等の規律を導入

今後の検討の方向性

モバイル市場の競争環境に関する研究会

- 接続料の算定方法の見直し、loT向けサービスに 係る競争ルール等について検討を深める。
- □「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」 報告書(2018年4月)で取り上げられた事項について 実施状況の検証を行う。

両会議で本緊急提言に沿った 取組の進捗状況について フォローアップを行う。

消費者保護ルールの検証に関するWG

- 以下について検討を深める。
 - 契約手続時間の長さや高齢者への適切な対応など、契約時の説明の在り方
 - 利用中や解約時の説明の在り方
 - ▶ 一定規模以下の法人のサービス利用の保護の在り方等

スケジュール(想定)

2018	年	2019	2019年										
11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
			特兒	▲ 別委員会(注 ★	È)		中間答申		特別	▲ 別委員会() ↑	1		→▲ 最終答申
11/26 緊急提言3	パブコメ 案	緊急提言取りまとめ		中間報告						最終報告			