

競争ルールの検証に関するWG（第38回）

1 日時 令和5年1月30日（月） 10:00～11:40

2 開催形式 Web会議

3 出席者

○構成員

新美主査、相田主査代理、大谷構成員、北構成員、佐藤構成員、
関口構成員、長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員

○オブザーバー

天田公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長

○ヒアリング対象者

株式会社インターネットイニシアティブ、株式会社オプテージ、一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会、一般社団法人リユースモバイル・ジャパン

○総務省

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

4 議事

【新美主査】 それでは、皆様、おはようございます。本日もお忙しいところをお集まりいただきまして、ありがとうございます。機器の調整で定刻を若干過ぎましたけれども、ただいまから競争ルールの検証に関するワーキンググループ第38回を開催いたします。

本日は、大橋構成員から御都合のため御欠席という連絡をいただいております。本日の会議もウェブ会議による開催とさせていただきます。なお、議事に入ります前に事務局から連絡事項等の説明をいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【望月料金サービス課課長補佐】 事務局から御連絡いたします。本日もオンライン会議での開催に御協力いただき、誠にありがとうございます。機器の調整で開催時間が遅れてしまいまして、大変申し訳ございませんでした。

これまでの会合と同様、構成員の皆様におかれましては、御発言を希望される際にはチャット欄にその旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て、主査から発

言者を御指名いただく方式で進めさせていただきます。

なお、今回も含めまして、関係者の皆様からのヒアリングにおきましては、これまでの通常の会合とは異なり、メインのチャット欄は構成員の皆様、事務局に加え、ヒアリングに御参加いただく関係者の方々からも御覧いただけますので、御留意願います。そのほかの傍聴者の皆様からは、これまでどおり見えません。

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

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、議事に入りたくと存じます。

本日は、関係者のヒアリングとして、MVNO各社・団体様へのヒアリングを予定しております。まずは、ヒアリングの進め方について、事務局から簡単に御説明をいただいた後にヒアリングに移行したいと思います。

それでは、事務局から説明よろしく申し上げます。

【望月料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。では、関係者ヒアリングの進め方及びヒアリング事項について御説明させていただきますので、資料1をお開きください。

表紙をおめくりいただきまして、右肩1ページ目、これは前回の11月29日のヒアリングの際にもお示しいたしました、3年後検討のスケジュールということで、本年夏頃以降も含めた全体の大きな流れの中で、今回の1月30日のヒアリングはどこにあるのかということをお示しした図になります。前回11月29日のMNO様各社様からのヒアリングに続きまして、今回1月30日は、MVNOの方々とリユースモバイル・ジャパン様からヒアリングをさせていただければと思います。

おめくりいただきました右肩2ページ目は、本日お話しいただける方々のお名前と役職になってございますので、御参照いただければと思います。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

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

まずは、株式会社インターネットイニシアティブのMVNO事業部 事業統括部長の下田様から御説明いただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【I I J】 よろしく願いいたします。I I J、下田と申します。本日は、このような説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。

早速ですが、資料に沿って御説明させていただきたいと思いますので、2ページ目をお願いいたします。私どものほうから、本日の御説明内容になりますけれども、事業法第27条3に係る施行3年経過後の検討についてということで、私どもが考える課題を4点、御説明させていただきたいと思っております。

3ページをめくっていただければと思います。まず、課題1に該当します事業法改正の柱の1つであります通信料金と端末代金の完全分離、こちらについては、回線契約に係らない端末単体割引、いわゆる白ロム割引によって端末の過度な安値販売といった課題があります。それに、以下のような問題があると認識しております。本競争ルールの検証に関するワーキンググループでされました報告書2022年版より抜粋しておりますけれども、弊害をもたらす恐れのある懸念ということで、「転売ヤー」問題、MNOによる寡占状態等があると認識しております。その中で、特にMNOが、MNP転入を対象にした、いわゆる白ロム割引が市場競争内に多く実施されていることで、MVNOはMNPの踏み台にされるような短期解約が非常に大きく増加するといった課題が発生しておりました。これは、市場競争の適正化を目指していく趣旨から外れた競争環境があったのではないかと考えております。そもそも、事業法改正の目的は、端末代金の値引き等について一定の厳しい条件を定め、通信料金の収入を原資とする過度な端末代金の値引きの誘引に頼った競争慣行に関して2年間を目処に根絶していきましょと、そういったことを趣旨としていたと考えております。通信市場・端末市場の双方における強化がより働くようにすることであったと認識しておりますので、このような端末の過度な安値販売の是正には規律の見直しが必要なのではないかと考えております。

4ページ目をおめくりください。規律の見直し案になりますが、過度な安値販売は回線セットによる2万円上限の割引、上限がない回線契約に係らない端末単体の割引、いわゆる白ロム割引や、端末購入プログラムを組み合わせで行われていると認識しております。現在、規律の対象外となっております回線契約に係らない端末単体割引、白ロム割引で端末購入プログラムでの2年後の買取り予定価格を上回る割引、こういったガイドライン外の割引が、回線セットかどうかを問わずに、割引等の上限を徹底する必要があるのではな

いかと、そういう時期に来たのではないかと考えております。

さらに、端末購入プログラム、2年後の買取り予定額を上回る割引を行っている場合は、現状の規律だけでは抜け道になる可能性があると考えております。ですので、今回、白ロム割引、端末買取りプログラム、こういったものを含めて、規律対象の割引条件に含めるべきではないかと考えております。図示しております図中の回線契約に係る端末割引と記載している部分は、白ロム割引というように読み替えて御覧いただければと思います。

続いて、5ページ目をお願いいたします。規律対象の割引上限額を、私どもとしてはどのように考えるかというところですが、2019年10月の事業法改正に向けて行われましたモバイル市場の競争環境に関する研究会の検討では、今後の市場環境の変化を踏まえた上で上限2万円を設定したと理解しております。そのため、規律対象の割引条件を直ちに見直す理由というものは、現時点ではないと考えておりますが、白ロム割引を含めた契約回線に係らない端末単体割引、こういったものについて上限枠に含める対応をすべきであると考えております。

前回の会合においては、MNO様から、中古端末の販売価格や、買取り価格をベンチマークとして割引等の上限額を緩和する提案があったと記憶しております。これまでに御説明させていただいたとおり、緩和するという部分では、私どもに関しては真逆であり、緩和する理由はないと考えております。

加えまして、割引等の上限が可変になると、規制に関わる事業者の運用コストは対応難易度が非常に高まる状況になり、また、中古端末より安い価格、または同水準の端末が販売可能であるために中古端末市場の影響は一定量あるのではないかと考えております。このような問題があるのではないかと考えているところが、こちらの5ページの趣旨になっております。

続いて6ページをお願いいたします。課題2点目にまいります。モバイル市場の競争促進ということで、2019年10月に施行された改正電気通信事業法では、MNO及びMNOの特定関係法人、利用者数0.7%を超えるMVNOについて競争への影響は少ないものとして、禁止行為規制の対象事業者に指定されております。

施行時には、事業者規模に関わらず一定量の利用者数を保有する事業者として私どもも指定を受ける立場となり、競争環境の適正化に寄与できると考えておりました。また、施行後から現在まで、規律の遵守を徹底することで競争環境の適正化に向けて努力してまいりました。しかしながら、2019年10月の事業法改正以降、規律の遵守状況を見ます

と、規律違反による行政指導の多くはMNOで発生していると認識しております。

続いて、7ページにまいります。以下、私どもとしては、規律の遵守に向けた努力をしております。MNOさんと比較して、規模の小さい当社のような事業者では、規制に伴う人的コスト、時間的コストが非常に高く、大きな負担になっております。また、機動的なマーケティングを実施していくための機会損失というのも起きている状況でございます。このような状況を踏まえ、事業法改正以降の市場の状況、MVNOの規律遵守に向けた対応評価、MVNOにおいては規制がもたらす市場の効果、事業者に関わる費用、この効果と費用のバランスが合っているかどうかを見直すべきではないかというふうに考えております。そのバランスを鑑みると、禁止行為規制の対象となるMVNOの利用者数の割合を上げる見直しをする必要があるのではないかと考えております。

また、見直しによる規制コストが軽減されることで、次世代の新しいネットワークサービスの提供に向けて尽力し、新時代におけるモバイル市場の競争促進・活性化の一役を担っていくMVNOを目指していきたいと考えております。

続きまして、結論として、規律対象事業者の見直し案になりますが、MNO及びMNOの特定関係法人においては、競争への影響が大きいと見られ、引き続き禁止行為規制の対象事業者とすることを考えています。MVNOについては、規制コストを鑑み、モバイル市場の競争をより一層活性化させるため、利用者の割合の3%を超えるものを対象にしてはどうかと考えております。3%の考え方については、MNO第4位の回線事業者さんの規模が500万というところを考えますと、市場シェア理論としてクーパマンの目標値では、2.8%で橋頭堡なシェアというところを1つのボーダーラインとして設けられています。競争他社の競争相手にはならないものの、市場参戦の足がかりを得た状況にとどまるという状態というところになりますので、将来的に利用回線数の増加したMVNOが生まれた際には、規律対象にできるようにももちろんしておくべきです。規制コストを鑑みても、競争の影響が少なくない存在として今後も考えていくべきだと考えます。

続いて10ページにまいります。次の9ページに関しましては参考資料となっております。

10ページになりますけれども、端末の対象価格についての課題というところで、端末メーカー主導の在庫補填金に関してになります。主にMVNOで取り扱うSIMフリースマートフォン、ライフサイクルが非常に短く、端末メーカー主導の値下げが発生することがあります。その際、端末メーカー側から在庫に対して販売価格の値下げ等ということで、

在庫補填金が支払われる場合がございます。現行の規律では、調達原価が取得価格となっておりまして、在庫補填金による在庫端末の取得価格変更というのは認められていただくことはできておりません。そのほかの量販店等の端末販売事業者で行うことができる柔軟な端末メーカー主導の値下げ、こういったものに同じように対応することができなくなっております。

こういった状況を改善したく、端末メーカー主導の在庫補填金による調達価格の変更が可能になるような要望をさせていただきたいと考えております。

続いて、11ページ目です。3点目の2つ目になりますけれども、端末の対照価格についての課題となります。同じ端末を、図あるように販路A、販路Bというところに提供する場合に、販路B、これは相対の法人を想定しておりますけれども、追加で端末費用以外のコストとしてキッティングやセットアップ費用というのがかかる場合がございます。端末価格以外のコストは、①端末調達後に作業が発生、②メーカーからの端末調達価格に作業費を込むの二通り考えられるのですが、いずれの場合においても端末調達以外の作業費、こういったものが含まれた端末販売価格とするのが一般的になります。この場合、規律対象外の役務である販路Bの端末販売価格が対照価格になってしまうため、販路Aでは端末販売価格よりも一切の割引をしていない状態であっても、販路Bの端末価格と差額分が規律対象の2万円の上限の利益提供として見なされることになってしまいます。

このため、こうした状況を改善したく、規律対象外の役務での端末販売価格に関しましては、対照価格、またはその元となる調達価格及び取得価格の考え方から除外を要望させていただければと考えております。

続いて、最後の4件目、12ページになります。プラン変更についての課題になります。現行の規律では、プラン変更は同一の電気通信事業者が提供する別の料金プランに変更するということが定義されておりますが、改正法施行後、MNOグループのMVNOの統合、それからサブブランド化、オンライン限定ブランドのスタート、こういったもので変化していく中で、現行規律では同一事業者のブランド間の移行もプラン変更とみなされる状況になっております。

続いて13ページ目に行きます。凡例として記載しておりますけれども、こういった施策が実施されることが可能な状況である点、これらを踏まえて、新規の契約とプラン変更を対象とした同条件での利益の提供が、通信料金の割引の禁止規律から除外されるということになります。同一MNO内のブランド間でのロックイン効果というところと誘因力強

化、こういったものが強化される懸念があるのではないかと考えております。そのため、プラン変更の定義を同一の電気通信事業者が提供する同一ブランド内の別の料金にプラン変更すると、こういった考え方に変更することを要望させていただきたいと考えております。

当社からの説明は以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。構成員の皆様、質問がおありだろうとは思いますが、質問も、質疑応答につきましては、各社・団体の発表が全部終わってからまとめて行いたいと思いますので、しばらくお待ちいただきたいと思います。

それでは、続きまして、株式会社オプテージ 執行役員 経営本部 副本部長の篠原様から御説明をいただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【オプテージ】 オプテージの篠原でございます。本日は、このような御説明の機会を頂戴しまして、誠にありがとうございます。

それでは、お手元の資料をおめくりいただきまして、右肩1ページでございます。こちら、本日の御説明の内容になってございますので、これに沿って御説明いたします。

右肩2ページをお願いします。まずは、通信料金と端末代金の完全分離に係る法改正の効果と課題について、御説明させていただきます。

右肩3ページをお願いいたします。総論としての弊社の受け止めをまとめてございます。法改正の目的につきましては、通信料金を原資とした端末代金の値引きを制限して、通信、端末、それぞれの市場の競争を促進することを目指したものと理解してございます。2019年の事業法改正以降、通信料金の低廉化は進展するなど、モバイル市場の公正競争の維持や利用者利便を高める上で、本規律は有効に機能してきたと受け止めてございまして、今後も引き続き必要な規律であると考えております。特に、上限2万円規制につきましては、次ページ以降で御説明いたしますが、通信と端末の分離や利用者間の公平性の確保という観点で、現行規制の維持は必要不可欠だと考えております。加えまして、昨今の転売ヤー問題の要因ともなっていました1円販売等、極端な廉価販売の課題を解決するために、規律の一部見直しが求められる状況と認識しております。

右肩4ページをお願いいたします。まずは、上限2万円規制の上限額について、弊社の考えを示してございます。この上限額につきましては、モバイル市場の競争環境に関する研究会において議論されておまして、利用者の公正性を確保するという観点から、利用者1人当たりの利益見込額を算出しまして、通信と端末の分離の進展による将来的なAR

PU、営業利益率の低下も加味する等によりまして、上限額は2万円に規定されたと認識しております。

一方、先ほど I I J 様の御説明もございましたが、法改正以降も規律違反が散見されてきた状況だということを鑑みますと、まずは規律遵守の徹底に向けた取組を進めることが重要と認識しております。また、上限額を定めた考え方の根本である、利用者間の公平性を確保していくためには、安易に上限額を緩和するということは望ましくなく、少なくとも現行の上限額を維持することが必要ではないかと考えております。

右肩5ページをお願いします。こちら、参考でございますけれども、当時の上限額の議論において、ドコモ様からも同様の提案がなされていたものと認識しております。

右肩6ページをお願いいたします。加えまして、昨今の極端な廉価販売への対応として、一部規律の見直しが必要と考えている点についてでございます。これらの廉価販売につきましては、規制対象外の端末単体割引を組み合わせられて実施されていると認識しております。この端末単体割引についても規制対象とすることが必要でないかと考えております。端末単体割引を規制対象とする場合、下部の左側でございますように、仮にセット割引の上限額のほうが大きい場合は、回線契約への誘引を助長することにもつながると思われまますので、セット割引と端末単体割引の上限額は同等として、上限額を2万円とすることが望ましいと考えております。

なお、こちらにも I I J 様の御説明にもございましたとおり、端末購入プログラムにおいて、月々の分割支払い額を割り引くなどの特典がございますが、潜脱的な端末の割引につながるおそれも想定されますので、これも規制対象として上限額に含めることが必要ではないかというふうに考えております。

右肩7ページをお願いいたします。次に、行き過ぎた囲い込みの禁止に係る法改正の効果と課題についてでございます。

8ページをお願いいたします。この8ページで、本規律は、公正な競争環境の維持に必要であるというふうに受け止めてございまして、囲い込みにつながる可能性があるものは継続して規制の対象とすべきかと考えております。この点、左下にソフトバンク様の説明資料を掲載させていただいておりますが、3G停波などのマイグレーション施策は規制の対象外とする御提案がございました。3Gの既存市場全体の契約数は1,500万件ほどございまして、この規模は、MVNO全体のSIMカード型契約数とほぼ同等であるということから、決して市場の競争に与える影響は少ないものと考えてございまして、慎重

な検討が必要ではないかと考えております。

また、このようなマイグレーションの機会というのは、高齢者の方をはじめ、頻繁に携帯事業者が変更することが少ないお客様において、数年に一度の契約見直しを検討する機会でもありまして、そのときに、既に契約している事業者のみが過度な割引などを行うと、以降もその事業者との契約を継続するという可能性が高まって、結果的に、行き過ぎた囲い込みにつながるのではないかと認識しております。

9ページでございます。その他、モバイル市場の公正競争確保に関する課題としまして、規律の対象事業者に係る考え方の見直しについて、10ページ目以降で説明いたします。

10ページをお願いいたします。27条の3の規律の対象事業者の考え方についての弊社の理解でございますが、27条の3の規律の対象事業者は、MNO様とその特定関係法人に加えて、事業者間の競争に及ぼす影響という観点から、シェアが0.7%以上のMVNOも対象になっていると認識しています。なお、この考え方につきましては、事業法改正当時のパブコメにおいて、総務省様より、モバイル市場の競争状況などに変化がある場合には必要に応じて見直しを検討することが適当との考え方が示されていたかと認識してございます。この点、2019年頃の事業法改正当時と比較しまして、モバイル市場は大きく変化しているのではないかと考えております。

11ページをお願いいたします。携帯電話におけるMVNOのシェアの推移を示しております。対象事業者の考え方が定められました2019年頃は、MVNOも順調に成長していた状況でしたけども、2020年末から21年春頃にかけて、サブブランドの値下げ、オンライン専用プランの登場等によりまして、現在はMVNOのシェアは伸び悩み、減少傾向となっております。このシェアの推移からも分かるように、事業法改正当時と比較すると、MVNOの競争力、競争に及ぼす影響は低減しているのではないかと想定しております。

右肩12ページをお願いいたします。こちらは弊社のサービスの状況を示しております。具体的な数値は構成員の皆様限りとさせていただきますが、弊社サービスであるmineoにおいて、サブブランドやオンライン専用プランに対抗するため、新料金プランの開始等取組を行っておりますが、契約数としては伸び悩んでいる状況でございまして、サブブランドを中心とするMNO様への流出も高い割合で継続している状況でございます。

右肩13ページをお願いいたします。これまでは市場関係の変化をお示しましたが、MNOとMVNO間では、そもそも事業構造に起因する競争力の差というものもあるので

はないかと思っています。事業法改正当時は、MVNOは料金面で優位性がございまして、成長できていたと考えておりますが、サブブランドの値下げ、オンライン専用プランの登場以降、料金が近接して、その優位性が失われてきている状況であります。この料金の近接につきましては、接続料の算定等に関する研究会にて検証を進めていただいておりますが、料金以外の観点においても、MNO様から設備をお借りしている立場であるMVNOは、冗長設備などの設備利用の柔軟性や可用性が低い、あるいはMNO様よりサービス提供時期が遅くなることが多いといった、事業構造に起因する差が存在していると認識しております。さらに、今後発展が期待されます5G（SA）においても、既にMNO様はサービスを開始している中、MVNOによるMNO様と同等の自由度を持ったサービスの実現については、現在、MNO様と協議中の状況ということで、実現時期がまだ不透明であるということから、競争力の差はまだ広がるおそれもあるかと考えております。

14ページ目、お願いいたします。これまでの内容を踏まえまして、27条の3の対象事業者の考え方の見直しに関する考えでございまして、市場の変化、事業構造に起因するMNO様との差が存在する中、今後のモバイル市場の発展につなげていくためにMVNOが競争の軸として役割を果たしていくということが重要だと考えてございまして、MVNOとMNOが対等に競争できる環境のためには、これらの競争力の差を縮める施策が必要ではないかと考えております。この点、27条の3は、MVNOが創意工夫や、あるいは独自性のあるサービスを創出することにおいても一定の制限をかけている面もございまして、規律遵守のために適合しているか等、検証に相当なマンパワーや時間を要するなど、迅速なサービス展開にも影響を及ぼしている状況となっております。そのため、現状の事業者間競争に及ぼすMVNOの影響力等を踏まえまして、現在の基準であるシェア0.7%の見直しをお願いできないかと考えております。

具体的な基準値としましては、例えば、経営学などで用いられておりますクープマンの目標値が1つの指標にはなるのではないかと考えております。なお、この指標に照らした場合、市場で存在が認知されるシェアと定義されている6.8%に対して、現在の基準値は10分の1の水準となっております。一般的な指標と比べて相当程度低い基準値になっているのではないかと考えております。

最後、15ページはまとめになりますが、繰り返しになりますので、説明は割愛させていただきます。

以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、続きまして、テレコムサービス協会MVNO委員会の運営分科会主査であります佐々木様から御説明いただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

【MVNO委員会】 MVNO委員会の佐々木です。資料2-3に基づきまして、当委員会の考えを御説明します。なお、少し時間が押しておりますので、詳細な説明は本日は割愛をさせていただければと思っております。

まず、1ページ目御覧ください。今回のヒアリング事項となっております3項目につきまして、MVNO委員会に加盟しております全MVNOに対してアンケートを実施し、12社より回答を得ております。本日の御説明は、このアンケートの内容の御説明となります。

それでは、おめくりいただきまして、2ページ目、まず、1つ目のヒアリング事項であります通信と端末と完全分離に係る規律についてでありますけれども、12社中9社より、19年に施行されました改正事業法で導入をされました規律については、十分もしくは一定の効果があったという回答をいただいているところとなっております。具体的な効果としては、端末購入を条件とした役務の継続等の不当な拘束が減少した。また、過度な割引等による不当な誘引が減少したというような回答がありました。詳細につきましては、下のグラフを御覧ください。

3ページ目、その他御意見となっておりますけれども、通信端末の1円販売、転売、今回非常に大きな問題になっているかと思っておりますけれども、これらの課題が依然として残存している点について複数のMVNOより指摘があったということとなっております。

4ページ目、御覧ください。今後の規律の在り方になりますけれども、規律の維持・継続をすべきだという者が6社、従来の規律内容をさらに強化すべきとの意見が5社となっております。これらの意見が多数を占める結果となっております。具体的な意見としましては、転売ヤー問題等を踏まえて追加的な規律を設ける。例えば1ポツ目になりますけれども、端末単体か回線契約セットかを問わず割引の上限額を設定する必要があるのではないか、こういった御意見が見られたところとなっております。

続きまして、5ページ目、2つ目のヒアリング事項となっております行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律についてですけれども、こちらについては、12社中11社から一定の効果があったというような回答をいただいております。具体的な効果としては、高額な違約金や期間拘束、継続割引等による不当な拘束が減少していると、こういったような回

答をいただいたところとなっております。

6 ページ目を御覧ください。今後の行き過ぎた囲い込みの禁止に係る規律の在り方についてですが、従来の規律内容を維持・継続すべきとの意見が多数を占める結果となっております。具体的な意見、下に抜粋をしておりますが、資料のほうを御覧ください。

7 ページ目を御覧ください。3 点目のヒアリング事項となっております、その他、モバイル市場における公正競争の確保に関する課題ですけれども、営業・販売、運用、その他競争環境等につきまして、今回プレゼンのほうに掲載をしているような御意見を各社からいただいたところとなっております。全てを読み上げることは、今回割愛をさせていただきますが、御覧をいただければと思っております。

当委員会からの発表は以上となります。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、続きまして、RMJ 理事長の有馬様と、同じく公共政策委員長の栗津様から御説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

【RMJ】 RMJ の有馬でございます。本日は、このような場で御説明の機会をいただき、誠にありがとうございます。

それでは、電気通信事業法第 2 7 条の 3 に係る施行 3 年経過後の検討について、当団体における調査結果と考えについて御説明させていただきます。

1 ページ目をお願いいたします。まず、リユースモバイル・ジャパンの現状ですが、現在正会員企業が 1 8 社、賛助会員企業が 1 1 社、合計 2 9 社となっております。

次のページをお願いします。中古端末使用につきましては、MM 総研の市場予測から長期的に順調な成長が予測されておりますが、2 0 1 9 年の事業法改正以後の 3 年間についても、同様に順調な成長が見てとれます。

次、お願いします。直近の RMJ の状況となります。正会員企業の総店舗数は 1, 8 6 9 店舗、2 0 2 3 年 3 月期における上半期のデータ集計結果として、買取り台数が 7 6. 6 万台、販売台数が 7 5 万台となっており、販売台数につきましては、前年同期比で 1 2 6. 5 % の成長となっております。

次、お願いします。RMJ が推進するリユースモバイル事業者認証制度ですが、現在 6 社が認証を取得しています。直近では、御覧のとおり、ティーズフューチャー社が新たに認証を取得しました。

次、お願いいたします。それでは、事業者ヒアリングへの御説明に移らせていただきます

す。なお、本説明資料中におけるアンケート結果は、RMJ正会員18社に配信し、うち回答を得た12社からの集計結果を元に作成しておりますので、御承知くださいませ。

次のページをお願いします。まず、通信料金と端末代金の完全分離に係る法改正の効果と課題についてです。中古端末使用への影響についてアンケートを行った結果、買取り台数、販売台数とも増えたと回答された会員が75%に上り、減ったと回答された会員は0%でした。法改正の効果については、50%が評価すると回答しております。

次、お願いします。現行法の完全分離販売や上限額設定等について見直すべきかという質問につきましては、完全分離販売については維持すべきという回答が67%となりました。他方、現行の値引きなど、上限額2万円の制限については維持すべきという回答が45%にとどまり、上限額の緩和についての意見もございました。

次のページをお願いします。2022年11月29日開催の競争ルールの検証に関するワーキンググループ第37回事業者ヒアリングにおいて、一部MNO様より、ルール見直しについて、中古価格を参考として上限額を設定するよう事業法で規律すべきではとの御意見がありましたので、この御意見に関し、RMJ会員のほうにもアンケートを行いました。その結果、賛同するという回答が75%の結果となりました。

次、お願いします。同じく、同会にて一部MNO様より、端末購入サポートプログラムの上限割引の価格設定について、RMJの協力を得て定期的に市場買取り価格を公表し、2年前の機種を対象に、業界・第三者共通のベンチマークを設定すべきとの御意見がございましたので、この御意見に関し、RMJ会員にアンケートを行ったところ、賛同するが83%の結果となりました。

次、お願いします。以上を踏まえ、通信料金と端末代金の完全分離に係る法改正の効果と課題について申し上げます。

1ポツ、端末値引きの上限額が設定されたことにつきましては、端末価格の適正化が進み、中古端末が消費者にとっても選択として認知されるようになったと、肯定的な意見が多数を占めました。一部、法改正の趣旨に沿わない白ロム価格の単体値引きや回線セット以外での販売拒否事例が発生したことは残念との意見もございました。

2ポツ、現行法の完全分離販売や値引きの上限額設定などについては、法改正の趣旨に沿わない事例が見られたことから、維持すべきとの回答が多く、特に完全分離については、規制を強化すべきとの意見が多かったと見られます。他方、一部MVNOにまでMNOと同等基準を課すことについては、やり過ぎではないかとの意見もございました。一部MN

〇様から意見がございました上限額の設定については、中古価格を参考とすることや、RMJが協力することについては賛同するとの意見が多数を占めたことから、RMJとしましては、実現可能性に向けて協議したいと考えております。

次のページをお願いします。次に、行き過ぎた囲い込みの禁止に関わる法改正の効果と課題について、アンケート結果を御説明いたします。中古端末市場への影響についてアンケートを行った結果、法改正を評価するとの回答は58%となり、現行法の行き過ぎた囲い込みの禁止について、維持すべきとの回答は83%となりました。

次、お願いいたします。アンケート結果の取りまとめでございますが、囲い込み禁止に係る法改正施行による中古端末市場への効果については、消費者の選択の自由度が高まったことで端末の流動性も高まったと。現行法の行き過ぎた囲い込みの禁止については、利用者及び中古端末の流動化の阻害要因となり得るため、行き過ぎた囲い込みの禁止を継続すべきと考えます。

その他、現行法の行き過ぎた囲い込み禁止については、MVNOには、ある程度の自由度を持たせるべきと考えます。

次、お願いします。その他、モバイル市場における公正競争確保に関する課題についてです。法改正後の各種MNOの対応については、解除金の撤廃やSIMロックの原則撤廃など評価すると回答した会員が92%となっており、いずれの対応についても高い評価となっております。業界として懸念することや課題については、MVNOの淘汰（MNOの寡占状態）について、そう感じているが67%となりました。

次、お願いします。アンケート結果の取りまとめでございます。法改正後のMNOの対応についてでございますが、いずれの取組もプラスに働いたと考えております。特に、SIMロックの原則撤廃は、中古端末市場にとってよい影響となりました。他方、SIMロック解除方法や確認方法については、個別端末での操作が必要となっており、大規模事業者向けの複数台同時処理等の対応についても御検討をお願い申し上げます。

業界として懸念することや課題についてですが、MNOの寡占化対策としてMVNOへの規制緩和、MNOに対する法人市場向けの規制などについて見直しが必要ではないかと考えます。その他、モバイル市場における公正競争確保に関する課題について、そもそも寡占化しやすい環境であることから定期的な点検が必要であること。また、完全分離を求めている中で、ネットワーク利用制限を継続することについては早期撤廃を求めたいと考えております。

次、お願いします。ここからは、参考として、中古端末市場について、独自調査結果を公共政策委員長の栗津より報告させていただきます。栗津さん、お願いします。

【RMJ】 栗津です。15ページ、中古端末流通に係る課題でございますが、引き続きネットワーク利用制限の在り方が92%となっておりますほか、SIMロック解除確認方法の簡素化やデータ消去に関することなどで、安心安全な中古端末流通促進に向けての課題に集中しております。

次のページをお願いします。16ページ、次に、中古端末認証制度の現状は御覧のとおりでございます。ガイドライン改定から時間が経過しているため、見直しが必要との意見も出ておりますので、RMJとしても積極的に対応してまいりたいと考えております。

右側3ポツ、キャリアによる「中古端末」販売についてですが、業界への影響について、影響を感じていないが67%、また、業界発展に期待できるというのが42%でございました。

次のページ、17ページをお願いします。取りまとめでございますが、中古端末流通に係る課題として考えられることについては、ネットワーク利用制限の撤廃についてでございます。中古端末認証制度の現状は、先ほどもお伝えしましたように、認証制度事業者が6社、制度評価自体は高いものの認知度を高めることを求める声が多くあることは課題として感じております。キャリアによる中古端末販売についてですが、先ほどお伝えしたように、現段階では、業界影響はいまだそれほど感じていないが大多数でしたが、今後、ショップでの取扱い拡大やキャリアのECサイト上での中古端末の品切れが目立つことについて、売行きがよすぎるのか、単に仕入れが不足しているのか興味があるとの意見がございました。

18ページをお願いします。以上、電気通信事業法第27条3に係る施行3年経過後の検討について、当団体における調査結果と考えについて御説明させていただきました。

RMJは、消費者にとって分かりやすく納得感のある料金サービスの実現と、安全に安心して取引ができる流通市場を引き続き目指してまいります。御清聴ありがとうございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、質疑応答の時間に移りたいと思います。御質問、その他御発言御希望の方はチャット欄で御合図いただけたらと思います。どうぞよろしくをお願いします。

それでは、まず、大谷さん、御発言をお願いします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。大谷でございます。各社、各団体、それぞれプレゼンの内容を工夫していただきまして、ありがとうございました。

教えていただきたいことが、各社、各団体にあるので、述べていきたいと思います。

まず、I I J様ですけれども、禁止行為規制の負の影響等について御説明いただいたのですけれども、その中で、10ページのところに、在庫補填金について、調達費用との関わりで御説明いただいたのですが、その在庫補填金分を使った値下げができないとしても、その金額がどういうふうになるのかについて教えていただきたいと思います。つまり、その分、I I J様にとっての利益になっているのかどうかという点です。

それから、12ページのところで、プラン変更等の関係でブランドの御説明をいただいています、それをどのように捉えるのかといったことについて御意見を伺えればと思います。なかなか法律上で定めることが難しい事項ではないかと思っております。

それから、オプテージ様には、13ページで、5Gスタンドアローンのところでの競争が拡大してしまうと述べられているんですが、具体的にどういう交渉ステータスに現在あるのかということをお教えいただき、別な点での制度整備も進んでいるのですが、あまり御支援になっていないのかどうかということについて御意見をいただければと思います。

テレサ協様には、ブラックリストのところは気になりましたけども、気になりましたというコメントだけにとどめたいと思います。

それから、RMJ様については、アンケート結果が興味深かったのですけれども、8ページのところで、中古価格をベンチマークとする施策について賛同の御意見を持たれる方も多ということですが、その場合、新品が中古品と同程度の価格で販売される懸念があって、中古市場に与える影響が小さくないのではないかとと思われるのですが、その点についてどのように捉えていらっしゃるのか教えていただければと思います。

すいません、細かいですが、よろしく願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、I I J様、オプテージ様、それからRMJ様に質問ですので、テレサ協さんを除いて、順次お答えいただけたらと思います。よろしく願いします。

まず、I I J様からお願いします。

【I I J】 I I J、下田になります。大谷構成員様のほうから御質問ありました、弊社の資料10ページ目にあります端末支援金についてです。私どもの説明としましては、支援金をメーカーさんから頂戴しても、その支援金を反映してお客様に提供できるように

なるのが、新たに調達した端末、こちらに対して支援金を適用して、そこから値引きができるようになるということになりますので、当然ですけど、メーカーさんのお話にもよりますけれども、売れない、値引きができない、できにくい、しにくいものに関して支援金を頂戴しても、我々、使いようがなくなってしまうので、新たに仕入れる支援金をいただくというケースもあれば、過去に仕入れた在庫を販売したものへ値引きを実施する、利益提供するという区分でお客様提供するケースと、ケースによっては分かれるかと考えております。

もう1点いただきましたブランドに関しての定義というか、ブランドの考え方の整理、弊社の資料でいうと12ページに該当するものですが、御質問の趣旨に合っているかどうか踏まえながらの回答になりますけれども、ブランド自体がどこまでをもってブランドとするべきなのかという御質問をいただいているのかというふうに解釈しましたので、あくまでも、私どもの資料12ページに記載している区分の中で、ブランドというものを私どもの中では整理をいたしました。これをどういうふうに法的根拠をもってとか、論理的な根拠法をもって区別するのかに関しましては、私どもまだ思案中でございますので、引き続き本件の議案に関して議論していただく場がございましたら、継続して議論をさせていただきますと考えております。

以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、オプテージさん、お答えをお願いします。

【オプテージ】 ありがとうございます。御質問いただきました5G(SA)の協議の部分についてということで、現状の交渉ステータスとしましては、MNO3者様と私どもで調整させていただいております。MNO様によっては、多少やはり温度差等はあるのかなと思ってございます。弊社からは、こういったことをしたいといった要望はお伝えさせていただいて、個別に協議を進めている状況でございますけれども、進捗も、一歩進めば一歩戻ったりとか、結構一進一退の状況といたしますか、そういう状況でございます。スムーズに、ある一定の時期までに交渉が進んでいるというのは、今のところ言えない状況になっておりますので、個別協議の中で、引き続きいろいろ調整させていただきたいと考えてございます。

現時点で、制度的に、こういった形でということを確認に御要望できるものは今のところはございませんので、取りあえず交渉のステータスということでお伝えさせていただきます。

ます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、RMJさん、よろしくお願ひします。

【RMJ】 RMJ、有馬でございます。御質問いただき、ありがとうございます。御質問の、この8ページにおける新品、中古の価格が、場合によっては逆転しているのではないかとこのところでございますが、おっしゃるとおり、そこにつきましては私どもも懸念しておりまして、とは言いながらも、まず、目安、指針としての中古価格を参考とする点と、いざ実現に向けた中で、どういったランクの商品をベースにするのか、もしくは回線セットになった場合、プラスして割引が付くのか付かないのかなど、まだ詳細を詰めていく前の段階であるという認識でございまして、あくまでも中古端末につきまして、目安とすることに関する方針についての賛同という形で御理解いただければ幸いです。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。大谷さん、よろしいでしょうか。

【大谷構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続いて北さん、御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。I I JさんとRMJさんに質問です。

I I Jさんに関しましては、8ページで、禁止行為規制対象を現行のシェア0.7%から、クーブマンの目標値を参考に3%にしてはどうかという御提案でございますが、私もクーブマンはコンサルの業務でよく使っていますが、市場橋頭堡シェア2.8%ではなくて、オプテージさんの資料にもありますように、市場存在シェア6.8%、つまり、市場で存在が許されるようになるまでは規制しない、契約数に直すと大体1,100万契約ぐらいになるのですが、そちらを目安とするという考え方もあると思いますが、市場橋頭堡シェアを目安にされた理由をお聞かせください。

RMJさんには、3点質問がございます。

1点目は、6ページ目で、上限2万円が設定されたことへの影響について、買取り販売台数等も増えたとありますが、ここには、白ロム割りで安価に入手された新古品が大量に買取りに出されたということも含まれているのでしょうか。

2つ目の質問は、それとも関わるのですが、6ページと7ページでアンケートをとっていただいたのですが、今の規制に対して、この白ロム割りを含めて回答している人と含め

ずに回答している人がごっちゃになっていて、少し結果が分かりづらくなっていると思うのですが、それに対してコメントいただきたいです。

3点目、17ページに、赤ロム端末で△から×に変わるということは分かるのですが、○から×に変わる事例があるということですが、これはどういう場合に生じることなのか、お分かりであれば教えていただきたいと思います。

最後に、質問ではないですが、ネットワーク利用制限の撤廃については、RMJさんが従前から御提案されておりまして、私も、本件に関しては賛同しています。ぜひ、総務省さんで検討を進めるよう私からもお願いいたします。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、I I JさんとRMJさんに御質問がありましたので、まず、I I Jさんからお答えいただけますでしょうか。

【I I J】 I I J、下田になります。北先生、ありがとうございます。

今回の2.8%の橋頭堡シェアの選択をしたというところですが、1つはクーブマンの論理的な手法として見た場合に、どこにボーダーラインを持っていくのかというところで考えた場合、おっしゃっていただいたように、6.8%といった大きな値のほうが当然競争脅威になるのではないかなと考えました。

他方で、現行、楽天さんが今500万回線保有ぐらいで、十分に非常に市場の中で大きな脅威になっているというふうにも見ておりますので、パーセンテージの選択の仕方としては、1つ下の2.8%というところを選択して、楽天さんまでを視野に入れたところで、こうあるべきではないかというふうに私どもとしては考えました。

以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続いて、RMJさん、よろしく願います。

【RMJ】 RMJ、有馬でございます。御質問いただき、ありがとうございます。

まず、1つ目の御質問でございます。買取り販売台数の増加に合わせて、新古品などが含まれたか、多くあったかという点でございますけれども、こちら、大変申し訳ございませんが、細かな状態別の内訳までのデータを取れていないところがございまして、確定的な回答ができないのですが、ただ、1点、12月にRMJの販売買取りデータ集計ということで、この上半期のデータレポートを実施してサイト上で公表させてもらっておりますけれども、ここでいうと、2022年4月から6月と、同じく7月から9月で、買取り

台数が、第1クォーターは39.1万台、第2クォーターが37.5万台と、台数を落としています。ただし、買取り金額につきまして、同第1クォーターが56.9億円、第2クォーターが77.2億円ということで、非常に台数が落ちているものの買取り単価が上がったということは読んで取れます。これは、7月から9月というシーズンにおいて、新しい 아이폰等が発売する前に色々な動きがあったのか等、様々な要因も考えられるのですが、時期によってこのような事例もあることから、今いただきました御質問ごとに、RMJでも詳しく調査して、また別機会にて御報告させていただくようにいたします。

2つ目でございます。P6からP7にかけて、白ロム割りを含めた人と含めてない人との回答が混在しているのではないかとございまして、こちら、まさにおっしゃるとおりでございます。RMJも今会員数が18社まで増えたのですが、その中で、B to B、B to C、またECを中心にやっている事業者ということで、多岐に、それぞれ注力的にやっているチャンネルが変わってきているというのがございまして、少し回答内容が左右に振れてしまうような現象が起きておりますので、今後の回答領域につきましては、各事業所のチャンネルなどを整理して、もう少し分かりやすく御回答できるように対応してまいりたいと思います。

最後、P12におけますネットワーク利用制限に関わる、○から×に変わる事例の件でございます。こちらは、まず、各キャリア様のほうで提供されておりますネットワーク利用制限確認サイトのほうで、我々中古端末事業者は、必ずIMEIを打ち込んで点検をさせていただくのですが、その後、○が表示された後に買い取って、その後×になるという事例が起こるということですが、これは、恐らく、携帯補償サービスといったような形の補償サービスに加盟されている方が端末を紛失なされた後、それがまた出てきたりして、再び中古業者のほうに、2台あるから売ったとか、もしくは、盗難されたものがまた後で見つかって、2台になったから売ってしまうと、このような事例が考えられると協会内では推察しております。といいますのも、保険が効いて、お客様が、端末が、いわゆる代替機がお手元に届きました後、最初の1台目の端末は、当然ながらキャリア様のほうの所有権に戻られるというお話は聞いておまして、その結果、もともとまれであったものが、結果保険が効いた後、所有権が移動したので×になるということで理解しています。

ただ、この場合、我々がそれを分かり得る方法というのが一切なく、○なら安全ですと行って御購入いただいた後に×になってしまったということで、これは中古市場におきま

しては非常にゆゆしき問題となっております、この在り方や、もしくは確認方法ということが、まず解決策として御提示いただきたいというのは業界の統一した考えであり、なお、継続するならば、そもそも、この制限自体が必要かについて、もう一度、総務省様を含めて御検討の機会をいただけたらというところでございます。

以上、回答とさせていただきます。

【新美主査】 ありがとうございます。北さん、よろしいでしょうか。

【北構成員】 はい、大丈夫です。

【新美主査】 それでは、続きまして、全相協の西村さん、どうぞ御発言をお願いします。

【西村（真）構成員】 全相協の西村です。先ほど大谷先生からも御指摘がありましたように、MVNO委員会の7ページに出ているブラックリストのお話です。短期解約した場合には、ブラックリストへ登録し再契約できない説明を行う運用が行われているという話です。これは、実際に我々消費生活相談の現場でも耳にしています。いわゆるブラックリストというのは、TCAの不払者情報の交換、もしくは割賦で買ったとき信用情報機関のCICに載るといのが普通のブラックリストだと思うのですが、それとは全く違う文脈で使われているので、これにつきましては、まず、総務省さんもこのブラックリストの存在について把握していらっしゃるのか、その点、お伺いしてもよろしいでしょうか。

【片桐料金サービス課長】 西村構成員、御質問ありがとうございます。総務省料金サービス課長の片桐でございます。御指摘の点でございますけれども、総務省の電気通信消費者相談センターにも同様の意見や御相談が寄せられているとは思いますが、現時点において、まとまったものを手元に御用意できておりませんので、この点について、改めてこちらのほうで整理をいたしまして、次回以降の会合にて御報告させていただければと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、これについてMVNO委員会から御発言ありましたらよろしくをお願いします。

【MVNO委員会】 MVNO委員会、佐々木です。御質問ありがとうございます。こちら、MNO様によるいわゆるブラックリスト、総合ブラックというものになるかと思いますが、こちらの運用について、当委員会のほうから、特段のコメントをさせていただくことはありません。

以上です。

【新美主査】 今の点について、ブラックリストについては、総務省のほうで資料等を集めていただくということで、次回以降の会議で議題にしたいということですので、そのような扱い方にしたいと思いますが、西村さん、よろしいでしょうか。

【西村（真）構成員】 お願いいたします。

【新美主査】 どうもありがとうございます。では、続きまして、長田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【長田構成員】 ありがとうございます。まず、今ほどのブラックリストの件は本当にそうだと思うので、詐欺的なだましで、そうやって拘束するというのは非常に問題だなと思っています。

私からの質問は、I I Jさんとオプテージさんにですけれども、両社とも事業法の規制のところを0.7から3%にという御主張ですけれども、I I Jさんの資料を拝見していると、規制に伴って取組の事例に書いてある勉強会や理解度テスト等、全件確認をしているという、非常にしっかりした取組をされています。この規制からもし外れたら、こういうことはもうしないという、その規制以上のことを、規制の範囲以外のことをやって、それでモバイル市場の競争の促進、活性化になるんだという御主張なのかどうか、よく私が理解できていなくて、コストがかかっている大変というのは分かるですけれども、自分たちはこの規制の範囲外になれば、そういう今禁止されていることをやりたいとおっしゃっているのかどうかよく分からなかったもので、教えていただければと思っています。

【新美主査】 これはI I Jさんとオプテージさんの両社にお答えを聞いてよろしいですね。それでは、I I Jさんから、順次、長田さんの質問についてお答えいただけますでしょうか。

【I I J】 I I J、下田でございます。長田先生、ありがとうございます。質問の御趣旨に沿って答えさせていただきますと、私どもは規制対象事業者になったからといって、いわゆる規制されているような金額を大きく上回るような割引を実施したり、そういうことで市場拡大を目指していくということが大前提にあるような考え方というのは基本的にございません。もちろん、事業者としての体力の問題や、それから経済的な条件の問題もあって、できる、できない、場合によっては非常に攻めた割引というのも、タイミングによっては実施する可能性ありますが、一番の目的は、例えば、今回2月や3月にキャンペーンを実施しようと思ったときに、まず、自分たちがやろうと思っている施策が実施でき

るかどうかの確認、これを12月ぐらいから始めて、その解釈と、それからやるべき実施内容が正しいというような、規律に違反にしていないという確認が取れるのに1か月以上を要するケースが多かったりしております。その間に、広告出稿であったりとかシステム開発であったりとか、決断をして進めなければいけない場面になかなかタイミングが間に合わず、結果的に規模の小さい、小回りの利く施策で対応せざるを得ないという場面に何度も遭遇してきておりますので、こういったところを解消することを一番大きな目的にしたいなと私どもは考えております。

以上になります。

【新美主査】 それでは、オプテージさん、どうぞ御発言ください。

【オプテージ】 すいません、ありがとうございます。私どももI I Jさんと同様ですが、規律違反とならないような確認というのは継続してといたしますか、新サービスやキャンペーン等において、今、規律違反とならないような確認は、作業であったり法務チェックは相当なパワーがかかっていますけども、そこに準拠するということは必要かと思っておりますが、やはり一番問題となっておりますのは、私どもの独自のサービスや、そういったことをやっていく上で、今の規律に該当することをしなければならぬと、そこはできないということが、若干そういうケースが存在して実現を断念しているものもございまして、その辺の解消につながればありがたいと考えてございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。長田さん、よろしいでしょうか。

【長田構成員】 そういうお考えだということが資料から読み取れなかったもので、ありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、今の議論に少し関連するかと思いますが、大橋先生からの御質問がありますので、事務局から読み上げていただけますでしょうか。

【望月料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。本日、残念ながら御欠席されていらっしゃる大橋構成員から、御質問と御意見をいただいております、参考資料1としてお配りしておりますので、こちらを御覧いただきながら、私のほうで質問と意見の読み上げをさせていただきます。

質問のほうは、事業法の改正時と異なり、高額の違約金や期間拘束、継続割引等による不当なスイッチングコストが政策的に排除されたもとでも、現在でも端末の安値販売によ

って不当な囲い込みが起こると考えられるか、考えられる場合、それは具体的にどのような状況と想定できるかということでございますので、もしMVNOの皆様、お答えいただけるようであれば、この場でいただけると、私のほうから大橋先生に伝えさせていただければと思います。

また、御意見として、今議論になっております市場シェア、こちらはあくまで競争状況を判断するためのスクリーニングの役割を果たすが、市場シェアのみをもって競争状況を判断する理論的根拠は乏しいと思われるという御意見いただいておりますので、こちらでも紹介させていただきます。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、前者の質問について、I I J、オプテージ、それからMVNO委員会からお答えがありましたらいただきたいと思います。それでは、I I Jさんからよろしく願います。

【I I J】 I I J、下田でございます。大橋先生の御質問にある不当な囲い込みが起こると考えられるかというところですが、実態として、新規とプラン変更、既存ユーザーのお客様、今後両方を対象にした割引施策、いわゆる白ロム単体販売みたいなことが行われた場合はガイドライン規律対象外となります。MVNOの視点で見ますと、スイッチングコストが非常に低下していることがございますので、例えば、あるMNOさんに行って、その端末を安く買いたいというふうに思った場合には、一旦MVNOにMNPで出てきて、これを短期解約して、結局またMNOさんに戻るとか、こういった手だてができてしまっているという状況、これは結果的に囲い込みになっているのではないかなと私どもとしては考えております。

こういったことができる状況があって、回線数がそれなりに多くなっていくということを考えますと、シェアの大きさは一定の脅威として見ることができますし、私どもはMNOから卸を受けて、サービスを提供する立場にございますので、やはりMNOさん側が最初に新しいサービス等をスタートして、情報自体はMNOさんがサービスを開始する1週間前や1か月前に来るみたいな状態ですので、そこから何らかの形で市場に競争を仕掛けていくための準備というのは、とてもじゃないけど間に合わない状況にあると。そういったことを考えると、回線シェアの大きさというのは、結果的に競争状況にある程度左右する要因になっているのではないかなと私どもとしては考えております。

以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、オプテージさん、御発言がありましたらお願いします。

【オプテージ】 ありがとうございます。今回、私どもから御要望させていただきました規律の維持や強化を、もし受け入れていただけましたら、こういった安値販売によって不当な囲い込みが起こるとか、規律の目をかいくぐって囲い込みがなされるような、そういったことは、どちらかというところ減少の方向に働くのではないかなとは考えます。

ただ、それ以外に、例えばどんな抜け道があるとか、それによる今まで以上の囲い込みが発生するかといった点は、具体的には今のところ考えを持ち合わせてございませんけれども、全体的な方向としては、そういうことではないかと考えてございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、MVNO委員会から何かお考えがありましたらお話しいただきたいと思います。

【MVNO委員会】 MVNO委員会、佐々木です。大橋先生の御質問の前段の部分です。不当なスイッチングコストが政策的に排除されたということは、利用者が、例えば理性的に判断をしたときにどの事業者をどういうふうに契約していくかということを、こういったスイッチングコスト等を鑑みずに選択をすることができるというような条件が満たされたらということかと思っておりますが、まさに利用者が、消費者が理性的な判断ができるということになれば、これはもうスイッチングコストが政策的に排除されておれば、不当な囲い込みが起こり得るということはないと考えられると思います。

しかしながら、実際の消費者の選択において、必ずしも全ての消費者が理性的な判断ができるのか、全ての情報を持って判断ができるのかについては、また別な問題があるかと思っております。やはりMNO様も1円で端末を販売をするというビジネスモデルを、1990年代からずっと続けてこられて、それに対して消費者も、非常にそれを長く、そういった売り方が当然だというふうに思っている消費者が非常に多いとか、また、消費者が、例えば何かしら判断をしたいと思ったときに、具体的にどこに相談に行くのかというと、やはり携帯電話のことについては携帯電話ショップに御相談に行かれるみたいな形になってくると、これは理性的な判断と消費者が思っていることも、必ずしも理性的ではないことがあり得るのではないかと、恐らく様々な要因があるかと思っております。そういうことが、結果としてMNO様に有利な囲い込みにつながっていくことはあるのかと思っております。

そういった状況の中、消費者がより理性的な判断によってスイッチングコストが非常に低廉化した世界の中で、囲い込みを打破して、最もその利用者にとってふさわしい、望ましいサービスを選択ができるように、MVNO事業者として、これからも周知広報もそうですし、分かりやすいプランを提供するというのもそうですし、様々に努力をしていく必要があるのではないかと考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、関口さん、どうぞ御発言をお願いします。

【関口構成員】 関口でございます。I I Jさんの8ページに関して質問があります。大橋先生からも、市場シェアがどこまで競争状況を判断する理論的根拠があるのかという御質問がございましたけれども、一定の影響力を行使し得るかどうかの判断については市場シェアはそれなりの意味があると思うのですが、先ほど質疑応答の中でも、下田様からお話がありましたが、この利用者数の割合3%という見直し案の背景には、MNO第4位の契約規模も1つの判断基準に入っていたという御説明がございました。8ページの見直し案を拝見しますと、MNOの4社については、規制を緩めるという見直し案にはなっておりません。そうすると、MVNOのシェアを判断するときに、MNO第4位の契約規模を想定することに意味があるのだろうかというのが疑問でありまして、クープマンの目標値を捉えるのであれば、もう一つ上の市場存在シェアの6.8%を判断基準に取るほうが、MVNOにとってのシェアの規律としてはしっくりくるような気がするのですが、その御判断について補足的な説明をいただければ幸いです。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これは、先ほどの北さんの御指摘等も関連しますので、I I Jさん、どうぞお答えいただけたらと思います。

【I I J】 関口先生、御質問ありがとうございます。I I J、下田でございます。端的に申し上げますと、クープマンの目標値を参考にしますと、一段階上げたラインのところ、6.8%のラインで線引きをすべきではないかという御指摘もあったと思いますので、まさしくその点に関してはそのとおりだと思います。

私どもが一段下げた要因として、1つの理由に、第4位のMNOの存在ということで、楽天さんの500万という規模を挙げました。あと、これは非常に定性的な部分も含まれますけれども、業界内の、大体400万から500万ぐらいの回線数が集まる、例えば

インターネットサービスプロバイダー、こういったところが、ある程度そこから大きく伸びていくためには、かなり大きなボーダーラインが存在していると考えておりますので、そのラインに到達した時点で次の新しい市場シェアの中でどういう戦略を取っていくべきなのかを考えていくと、実際我々MVNOもその規模になったときに考えなくてはならないと。そういう目線で2.8%というところ、大体500万ぐらいの回線数、ここの規模に達した場合、我々の戦略変更もしなければならぬだろうということも踏まえて、2.8%のライン、約3%のラインをボーダーラインとすべきではないかというような考え方に至ったということになります。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。関口さん、よろしいでしょうか。

【関口構成員】 今御説明いただきまして、MNO第4位の契約規模そのものが、MNO4社について規制を緩めるという見直し案にはつながらないこと、そして、MNO第4位の現在の契約規模がMVNOにとっても1つのベンチマークになり得るのだという御説明はよく理解できました。

そうしますと、オプテージさんの14枚目のところで、オプテージさんのほうでは6.8%を判断基準として使っていますが、ここについて今のI I Jの下田様の説明に対してのオプテージ様の御意見も併せてお伺いできたら幸いです。

【新美主査】 了解しました。それでは、オプテージさん、どうぞ、ただいまの関口さんの質問にお答えください。

【オプテージ】 ありがとうございます。私どもはクーパマンの考え方を1つの目安値としまして、そこに書いてある表記から見ると、市場において存在が認められる状態の6.8が、すなわち7%程度が1つの目安になろうかと考えてございますけども、あくまでそれが絶対的な数字というわけではなくて、今I I Jさんがおっしゃっていただいたようなことも踏まえて、数字というのは検討する余地があるかなと考えてございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。関口さん、よろしいでしょうか。

【関口構成員】 どうもありがとうございました。結構でございます。

【新美主査】 それでは、次に、北さんと大谷さんがチャット欄で御議論されていますので、北さん、まず御発言をお願いします。

【北構成員】 すいません、NR I北です。チャット欄のトークは置いておいて、別に

1個追加の質問があります。今市場では、文春砲でも話題になっていますが、手配師が跋扈しているわけです。その手口として、SIMのみ新規キャッシュバックが多用されています。I I Jさん、オプテージさんに質問ですが、このSIMのみ新規キャッシュバックへの規制の在り方について御意見をいただきたいと思います。

【新美主査】 それでは、今の御質問、I I Jさんとオプテージさんですね。よろしくお願いします。

【I I J】 北さん、御質問ありがとうございました。I I J、下田でございます。SIMのみキャッシュバックに関する規制というところ、これは一段先に検討すべき課題として私ども認識しております。ただ、現状、私どもがSIMのみキャッシュバック等が発生、あるサブブランドさん等で実施していることは認識しているのですが、これをどのように規制をしていくべきかということに関して、何らかの結論を今まだ出していない、また、その結論に至る思案というのがし切れていないという状況でございますので、認識をしているということだけしか、現状ではお答えすることができないかなと思います。以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。オプテージさん、いかがでしょうか。

【オプテージ】 ありがとうございます。私ども、課題としては認識でございますけども、この規制の在り方や弊社への影響等、詳細に検討できておりませんので、引き続き検討してまいりたいと考えてございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。北さん、よろしいでしょうか。

【北構成員】 了解です。

【新美主査】 それでは、続きまして、中央大学の西村さん、御発言をお願いします。

【西村（暢）構成員】 時間が押しているところを大変失礼いたします。中央大学の西村でございます。私は、コメントということで発言させていただければと思います。

先ほど来議論になっております27条の3の禁止行為の対象となる事業者の指定基準の話でございます。まさしく大橋先生の御指摘にもありますとおり、シェアのみ、この場合ですと利用者数ということで、施行規則等で0.7%という形で示されているかと思えます。法文上も、やはり利用者の数の割合が電気通信事業者間の適正な競争関係に及ぼす影響が少ないものとして総務省令で定める割合を超えないものを除くというふうに定められております。この場合、やはり数と、それから適正な競争関係との関係性といいたし

か、因果関係も問題になってくると思いますので、ここはやはり総務省でも、この0.7%の市場の競争へのインパクトをどういうふうに捉えて、今の状況をどういうふうに理解するのかというような点も、このパーセンテージを変更する、しないに関係なく、3年目の検証ということで確認すべき場面ではないかなと思っております。法文上もそのように書いてあることをコメントとして発言させていただければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。確かに、どれくらいのパーセンテージでというふうに機械的には決まらない問題ですので、西村さんがおっしゃったように、競争市場としてどうあるべきかということ議論の対象にしていくことは大事だと思いますので、今後ともその辺は意識しながら皆さんの御意見を賜りたいと思います。

時間の関係もございますので、この辺りで質疑応答の時間を終了させていただきたいと思っております。本日のヒアリングは非常に有意義なものであったと思っております。時間の限りもございますことから、必ずしも十分に確認できなかった点もあろうかと存じます。ワーキンググループとしてさらに理解を深めるため、追加の質問をさせていただくことがあると思っておりますので、各関係者の皆様におかれましては、御協力をお願いできればと考えます。

構成員の皆様には、本日のヒアリングに関して、各関係者に追加の質問がある場合には、ショートノティスで大変申し訳ありませんが、2月3日金曜日の17時までに事務局までお寄せいただきますようお願いしたいと思います。

本日の議事は以上とさせていただきます。

では、最後に事務局から連絡事項等がございましたらよろしく申し上げます。

【望月料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。本日は、ヒアリングに御対応いただきました関係者様も含めまして、誠にありがとうございました。

新美主査から御案内ありましたが、本日のヒアリング内容に関する追加の質問につきましては、事務局より改めてメールにて御連絡をさせていただきますので、よろしく願いいたします。

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

事務局からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、大変熱心に御議論いただきましたが、本日の会合はこれにて閉会にさせていただきます。どうもありがとうございました。失礼

いたします。

以上