



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

令和3年6月

公正取引委員会
Japan Fair Trade Commission

目 次

第 1	調査の背景及び趣旨	1
第 2	調査対象及び調査方法.....	1
1	調査対象	1
2	調査方法	1
(1)	ウェブアンケート調査（消費者アンケート）	2
(2)	書面調査（合計 53 社／106 社）	2
(3)	ヒアリング調査.....	2
第 3	携帯電話市場の状況	2
1	通信市場の状況	2
2	端末市場の状況	3
第 4	平成 30 年度報告書フォローアップ（通信役務及び端末の供給の現状と競争政策上の課題）	5
1	通信と端末のセット販売.....	5
(1)	平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	5
(2)	現状.....	5
(3)	消費者アンケート	11
(4)	独占禁止法上・競争政策上の考え方	11
2	期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「2 年縛り」）	12
(1)	平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	12
(2)	現状.....	12
(3)	消費者アンケート	14
(4)	競争政策上の考え方.....	14
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	15
(1)	平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	15
(2)	現状.....	15
(3)	消費者アンケート	16
(4)	独占禁止法上・競争政策上の考え方	17
4	SIM ロック	17
(1)	平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	17
(2)	現状.....	18
(3)	消費者アンケート	19
(4)	独占禁止法上・競争政策上の考え方	20
5	中古端末の流通	21

(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	21
(2) 令和元年度調査における競争政策上の考え方	21
(3) 現状	22
(4) 消費者アンケート	25
(5) 独占禁止法上・競争政策上の考え方	26
6 携帯電話端末の修理	27
(1) 現状	27
(2) 独占禁止法上・競争政策上の考え方	29
7 MVNO の競争環境を確保するための制度上の対応等	30
(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方.....	30
(2) 現状	30
(3) 競争政策上の考え方.....	31
第 5 新たな競争政策上の課題.....	31
1 消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備に向けて.....	31
(1) 条件付き最安値広告.....	32
(2) MNO 3 社から MVNO 等への乗換えが進まない理由	36
(3) 現在通信契約を結んでいる MNO から他の MNO への乗換えが進まない理由.....	40
2 携帯電話端末に係る課題等	41
(1) 新たに MNO として参入した通信事業者のネットワーク及び周波数への対応	41
(2) SIM フリー端末の普及.....	42
(3) 腕時計型ウェアラブル端末.....	43
3 MVNO の競争環境の確保に向けて	45
(1) 新たな料金プランにおける公平性の確保.....	45
(2) RSP 機能の開放と eSIM の導入	46
(3) 音声卸料金の適正性の確保.....	47
(4) 5 G をめぐる MNO と MVNO の競争の適正性	48
4 販売代理店.....	49
(1) 現状等	49
(2) 独占禁止法上・競争政策上の考え方	52
5 MNO への新規参入による競争の促進.....	53
(1) 現状	53
(2) 競争政策上の考え方.....	55
第 6 公正取引委員会の今後の取組等	55

第1 調査の背景及び趣旨

携帯電話は、国民生活に必要不可欠なものであり、家計に占める携帯電話通信料の割合はこれまで増加傾向にあった¹ことから、料金の低廉化・サービスの向上を図るために競争環境を整備することは、政府の重要な課題となっている。

公正取引委員会は、平成28年8月と平成30年6月に「携帯電話市場における競争政策上の課題について」実態調査報告書（以下、平成30年度公表の「携帯電話市場における競争政策上の課題について」を「平成30年度報告書」という。）を公表したが、平成30年度報告書の公表以降、携帯電話市場においては、通信料金と端末代金の完全分離等を内容とする電気通信事業法の一部を改正する法律（以下「改正電気通信事業法」という。）が令和元年10月1日に施行され、また、新たに楽天モバイル株式会社（以下「楽天モバイル」という。）がMNO²（Mobile Network Operator）として参入するなど、競争環境に様々な変化が生じている。このため、携帯電話市場の競争状況を把握し、競争政策上の問題を検討するため、平成30年度報告書のフォローアップを含めた調査を行った。

第2 調査対象及び調査方法

1 調査対象

本調査では、平成30年度報告書で取り上げた事項についてのフォローアップに加え、消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備に向けた課題、携帯電話端末に係る課題、MVNO³（Mobile Virtual Network Operator）の競争環境の確保に向けた課題、MNOと販売代理店との取引に関する課題等についての調査・検討を行った。

2 調査方法

公正取引委員会は、以下のとおり調査を行ったほか、有識者から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」（座長：舟田正之立教大学名誉教授）（別紙参照）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。

なお、後述するとおり、第4の5及び6に係る調査は、総務省と合同で行った。

¹ 総務省「令和2年版情報通信白書」（8頁）図表1-1-1-1-5

² 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。

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。

- (1) ウェブアンケート調査（消費者アンケート⁴）（参考資料1，参考資料2）
MNO 3社⁵の利用者 2,000人（調査期間：令和3年1月28日～同年2月2日）
MVNO等⁶の利用者 2,000人（調査期間：令和3年1月25日～同年1月27日）

(2) 書面調査（合計53社／106社）

- ア MNOから中古端末を購入している事業者 11社（回答数 9社）
イ 中古端末取扱事業者 17社（回答数 8社）
ウ 第三者修理業者 70社（回答数 30社）
エ 端末メーカー 8社（回答数 6社）

(3) ヒアリング調査

- ア MNO 4社
イ MVNO 3社
ウ 端末メーカー 6社
エ MNOから中古端末を購入している事業者 3社
オ 中古端末取扱事業者 3社
カ 第三者修理事業者 5社
キ 販売代理店を運営する事業者 5社

第3 携帯電話市場の状況

1 通信市場の状況

図表1のとおり、通信市場においては、令和2年4月に楽天モバイルがMNOとして本格参入し、令和2年12月末時点における契約数のシェアは0.8%となっている。

また、移動系通信の契約数等の推移については、平成30年12月末時点において、1億7775万契約で、このうち、MVNOの契約数は2069万契約であり、移動系通信の契約数に占めるMVNOのシェアは11.6%であった。その後、令和元年12月末時点において、移動系通信の契約数は1億8481万契約、令和2年12月末時点において、1億9234万契約となり、このうち、MVNOの契約数は令和元年12

⁴ 消費者アンケートの作成に当たっては、消費者庁及び総務省の協力を得ている。

⁵ 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。）、ソフトバンク株式会社（以下「ソフトバンク」という。）の3社をいう。以下同じ。

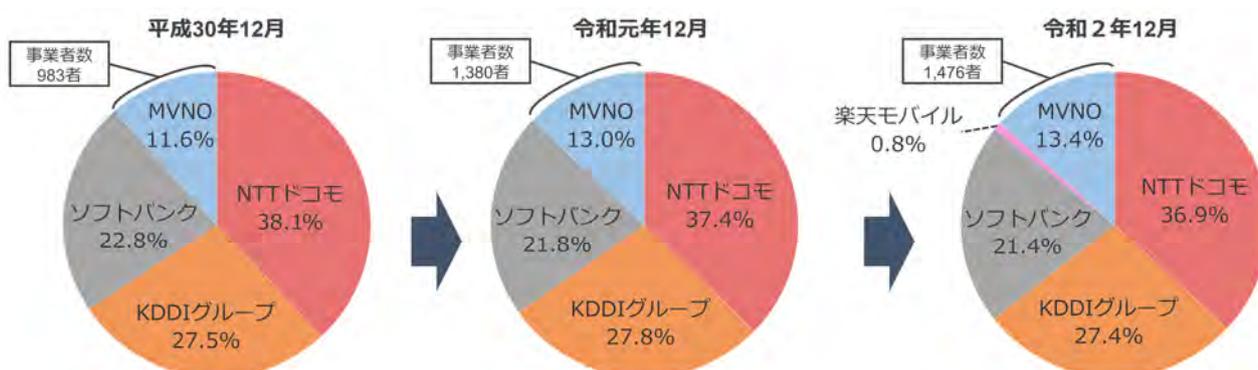
また、消費者アンケートの結果において、「MNO3社の利用者」といった場合には、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクの利用者をいう。ただし、UQ mobile及びY!mobileの利用者を除く。以下同じ。

⁶ NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク以外の通信事業者（ただし、いわゆるサブブランド〔UQ mobile、Y!mobile〕を含む）。

また、消費者アンケートの結果において、「MVNO等の利用者」といった場合には、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク以外の通信事業者の利用者をいう。ただし、UQ mobile及びY!mobileの利用者を含み、MNOとしての楽天モバイルの利用者を除く。以下同じ。

月末時点において 2395 万契約、令和 2 年 12 月末時点において 2586 万契約となり、移動系通信の契約数に占める MVNO のシェアは、令和元年 12 月末時点において 13.0%、令和 2 年 12 月末時点において 13.4%まで上昇している。MVNO の事業者数は平成 30 年 12 月末時点には 983 者であったが、令和元年 12 月末時点には 1,380 者、令和 2 年 12 月末時点には 1,476 者まで増加している。

(図表 1) 通信市場における契約数のシェアの推移



◆MVNO の SIM カード型の契約数比率は、平成 30 年 8.0%→令和元年 9.5%→令和 2 年 10.1%
 (MVNO が提供する 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])

出典：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」（令和 2 年度第 3 四半期〔12 月末〕）及び（令和元年度第 3 四半期〔12 月末〕）を基に作成。

2 端末市場の状況

スマートフォンの出荷台数等は図表 2 及び図表 3 のとおりであり、SIM フリースmartフォンの出荷台数やシェアも増加傾向にある（図表 2 参照）。

(図表 2) 国内スマートフォンの出荷台数等の推移

	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
スマートフォンの出荷台数	3116.7 万台	2969.3 万台	3007.5 万台
内 SIM フリースmartフォンの出荷台数	301.7 万台	309.7 万台	387.9 万台
(割合)	9.7%	10.4%	12.9%

出典：株式会社MM総研「2018 年（暦年）国内携帯電話端末出荷概況」、「2019 年（暦年）国内携帯電話端末出荷概況」、「2020 年（暦年）国内携帯電話端末の出荷台数調査」を基に作成。

(図表 3) 国内中古スマートフォンの販売台数の推移

	平成 30 年度	令和元年度
中古スマートフォンの販売台数	151 万台	163 万台 (見込み)
(新品スマートフォンの出荷台数に対する比率)	4.9%	5.8%
※参考 新品スマートフォンの出荷台数	3061.6 万台	2802.5 万台

出典：株式会社MM総研「2018 年度通期国内携帯電話端末出荷概況」, 「2019 年度通期国内携帯電話端末出荷概況」及び「中古スマートフォン市場規模の推移・予測 (2020 年 3 月)」を基に作成。

令和 2 年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 (以下「Apple」という。) で 46.5%である。以下, 2 位シャープ株式会社, 3 位サムスン電子ジャパン株式会社, 4 位ソニーモバイルコミュニケーションズ株式会社, 5 位富士通コネクテッドテクノロジーズ株式会社⁷の順である (図表 4 参照)。

(図表 4) 国内スマートフォン市場に占める端末出荷台数上位 5 社の推移

	平成 30 年	令和元年	令和 2 年
1 位	Apple (44.1%*)	Apple (42.1%*)	Apple (46.5%)
2 位	シャープ	シャープ	シャープ
3 位	ソニーモバイルコミュニケーションズ	サムスン電子ジャパン	サムスン電子ジャパン
4 位	サムスン電子ジャパン	ソニーモバイルコミュニケーションズ	ソニーモバイルコミュニケーションズ
5 位	華為技術日本	富士通コネクテッドテクノロジーズ	富士通コネクテッドテクノロジーズ

*平成 30 年及び令和元年の Apple のシェア値は国内携帯電話端末出荷台数に占める値である。

出典：株式会社MM総研「2018 年 (暦年) 国内携帯電話端末出荷概況」, 「2019 年 (暦年) 国内携帯電話端末出荷概況」及び「2020 年 (暦年) 国内携帯電話端末の出荷台数調査」を基に作成。

なお, 令和 2 年度の携帯電話端末の平均使用年数は 4.3 年である (図表 5 参照)。

⁷ 富士通コネクテッドテクノロジーズは, 令和 3 年 4 月 1 日に FCNT 株式会社に社名変更した。

(図表5) 携帯電話端末の平均使用年数の推移

	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
携帯電話端末の平均使用年数	4.4年	4.3年	4.3年	4.9年	4.3年

出典：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）（令和3年3月）」を基に作成。

第4 平成30年度報告書フォローアップ（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

(1) 平成30年度報告書における競争政策上の考え方

平成30年度報告書においては、MNO3社が行っていた通信契約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との考え方を示した。

また、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、MNO3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こと等の考え方を示した。

(2) 現状

ア 制度面の現状

(7) 通信契約を条件とした端末代金の大幅値引きの改善

令和元年10月1日に施行された改正電気通信事業法等により、端末の購入を条件とする通信料金の割引が禁止され、また、通信契約と端末のセット販売が条件となっている場合には、端末値引きの上限が2万円に制限されるなど、通信料金と端末代金が分離されることとなった。

なお、通信契約と端末のセット販売を行う場合の端末値引き条件と端末単体で販売を行う場合の端末値引き条件が同条件である場合には、当該セット販売時の端末値引きは、上限を2万円とする改正電気通信事業法等の規制の対象外となる。

(4) 通信役務と端末代金の総額表示

総務省は、令和元年9月に「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」（以下「消費者保護ガイドライン」という。）を改定し、同年10月から携帯電話サービスの提供条件の説明時等において、拘束期間全体

にわたる通信料金と端末代金の総額の目安を示す⁸必要があるとした。

イ MNO 3 社の対応等

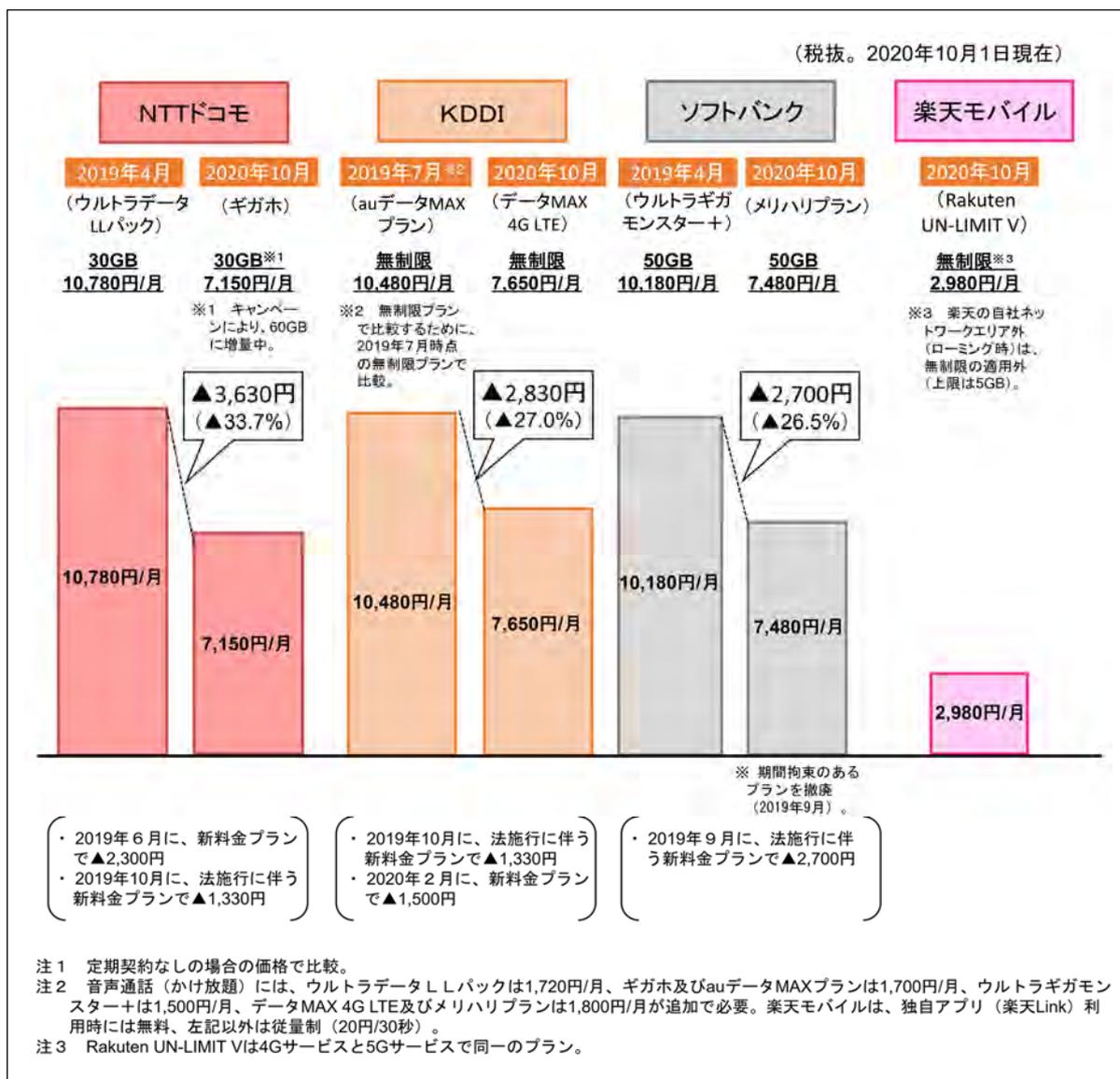
(7) 通信料金の引下げ

MNO 3 社は、改正電気通信事業法及びその関係法令の整備を受け、端末購入を条件として通信料金を割り引くのではなく、通信料金そのものを低廉に設定した、通信契約と端末の分離プランの提供を開始するとともに、端末購入を条件として通信料金を割り引くオプションの新規受付を令和元年 9 月末までに停止した。

この結果、例えば、MNO 3 社は期間拘束のない大容量プランの通信料金を改正電気通信事業法施行前後で、約 3 割引き下げた（図表 6 参照）。また、令和 2 年 10 月以降、MNO 3 社はそれぞれ新たな大容量（20～25GB）の料金プランを発表したほか、楽天モバイルは、令和 3 年 4 月からデータ使用量に基づき自動的に月額料金が決まる料金プランの提供を開始し（図表 7 参照）、MVNO も通信料金を引き下げている。

⁸ 具体的には、期間拘束のある携帯電話サービスの新規契約、変更契約又は更新契約を締結しようとしている利用者に対し、事業者のシステム改修等の準備状況等の特段の事情がない限り、少なくとも、①通信料金、②携帯電話端末、タブレット等のサービスの利用に不可欠な端末の売買代金及び③初期費用（事務手数料等）について、拘束期間全体にわたる総支払額の目安を明示することが適切とした。

(図表6) 携帯料金プランの推移 (各社の大容量プラン)



出典：総務省 電気通信市場検証会議 競争ルールの検証に関するWG「競争ルールの検証に関する報告書2020」(令和2年10月)24頁 図表1-4を公正取引委員会において再構成。

(図表7) 新たな大容量の料金プラン

○ 2020年10月以降、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクはそれぞれ**新たな大容量（20～25GB）の料金プランを発表**。
○ 2021年1月、楽天モバイルは**新たな段階制定額の料金プランを発表**。

	NTTドコモ	KDDI		ソフトバンク		楽天モバイル
	ahamo	UQ mobile くりこしプランL	povo	Y!mobile シンプルL	LINEMO スマホプラン	Rakuten UN-LIMIT VI
開始時期 (2021年)	3月26日	2月1日	3月23日	2月18日	3月17日	4月1日
月間通信容量	20GB	25GB	20GB※1	25GB	20GB※2	無制限※3
容量超過後の 通信速度	1Mbps	1Mbps	1Mbps	1Mbps	1Mbps	—
月額利用料	2,700円	3,480円	2,480円	3,780円	2,480円	～1GB： 0円 1～3GB： 980円 3～20GB： 1,980円 20GB～： 2,980円
音声	—※4 (1回5分以内 国内通話 かけ放題込み)	700円※5 (1回10分以内 国内通話 かけ放題オプ ション)	500円※6 (1回5分以内 国内通話 かけ放題オプ ション)	700円※7 (1回10分以内 国内通話 かけ放題オプ ション)	500円※6 (1回5分以内 国内通話 かけ放題オプ ション)	— (Rakuten Link利用時の 国内通話かけ放題)
受付チャネル	Webのみ	店頭及びWeb	Webのみ	店頭及びWeb	Webのみ	店頭及びWeb
キャリアメール	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	提供なし
月額料金 (合計)	2,700円 (税込2,970円)	4,180円 (税込4,598円)	2,980円 (税込3,278円)	4,480円 (税込4,928円)	2,980円 (税込3,278円)	0円～2,980円 (税込0円～3,278円)

(特に記載のない限り、価格は税抜。)

※1 200円/日で、データ使い放題となるオプションも提供。
 ※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 1,000円/月で、国内通話がかけ放題となるオプションも提供。
 ※5 500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、国内通話がかけ放題となるオプションも提供。
 ※6 1,500円/月で、国内通話がかけ放題となるオプションも提供。
 ※7 1,700円/月で、国内通話がかけ放題となるオプションも提供。

出典：各社HP

出典：総務省 電気通信市場検証会議 競争ルールの検証に関するWG(第15回)資料1(1頁)「MNO各社の新しい料金プラン」の図を公正取引委員会において再構成。

なお、各事業者の料金プランに関しては、現在の情報と異なる可能性がある。

(4) 端末代金の引下げ及び端末購入サポートプログラム

端末市場においては、スマートフォンの価格帯別の販売状況について、MNO3社が改正電気通信事業法施行前の平成30年下半期と改正電気通信事業法施行後の令和元年下半期にそれぞれ発売した端末を比較すると、5万円～10万円のミドルレンジの価格帯の端末や2万円～3万円の廉価な端末の取扱いが増加している(図表8参照)。

(図表 8) スマートフォン機種数の価格帯別の分布

(2019年12月現在)

価格帯	NTTドコモ		KDDI		ソフトバンク (Y!mobile含む)	
	2018年 下半期発売	2019年 下半期発売	2018年 下半期発売	2019年 下半期発売	2018年 下半期発売	2019年 下半期発売
	12万円～	・ iPhoneXS Max ・ Google Pixel 3 XL	・ iPhone 11 Pro Max	・ iPhone XS Max ・ Galaxy Note9	・ iPhone 11 Pro Max ・ Galaxy Fold	・ iPhone XS Max ・ iPhone XS
～12万円	・ iPhoneXS ・ Galaxy Note9	・ iPhone 11 Pro ・ Galaxy Note10+	・ iPhone XS	・ iPhone 11 Pro	・ Google Pixel 3 XL ・ Xperia XZ3	・ iPhone 11 Pro
～11万円		・ Galaxy S10+ (OlympicEdition)	・ Xperia XZ2 Premium			・ Google Pixel 4 XL ・ Xperia 5
～10万円	・ iPhoneXR ・ Xperia XZ3 ・ Google Pixel 3		・ iPhone XR ・ Xperia XZ3		・ iPhone XR ・ Google Pixel 3 ・ AQUOS zero	
～9万円		・ HUAWEI P30 Pro		・ iPhone 11 ・ Xperia 5		・ iPhone 11
～8万円		・ iPhone11 ・ Xperia 5		・ TORQUE G04	・ Android One X5	・ Google Pixel 4
～7万円					・ iPhone 7	
～6万円				・ Xperia 8	・ シンプルスマホ4 ・ かんたんスマホ ・ LG Q Stylus	
～5万円					・ Android One S5	・ Xperia 8
～4万円	・ AQUOS sense2 ・ LG it	・ LG style2 L-01L	・ AQUOS sense2 ・ LG it	・ HUAWEI P30 lite Premium		・ HUAWEI P30 lite
～3万円		・ AQUOS sense3		・ Galaxy A20	・ HUAWEI nova lite 2 ・ DIGNO J ・ Android One S5	・ LG K50
～2万円		・ Galaxy A20				

※ 1 下半期は7月～12月。 ※ 2 価格は発売時の価格。

出典：総務省 電気通信市場検証会議 競争ルールの検証に関するWG「競争ルールの検証に関する報告書2020」（令和2年10月）180頁 図表「スマートフォン機種数の価格帯別の分布」を公正取引委員会において再構成。

また、現在、MNO3社は、自社と通信契約を新たに締結する者若しくは既に締結している者（以下「回線契約者」という。）、又は自社と通信契約を締結していない者（以下「非回線契約者」という。）を問わず、割賦により購入した端末について、一定期間経過後に返却すること等を条件としてその残債の免除等をする端末購入サポートプログラムを提供している。当該プログラムは、通信契約を条件としていないため、端末値引きの上限を2万円とする改正電気通信事業法等の規制の対象には該当しないことになる。ただし、総務省は、「競争ルールの検証に関する報告書2020」⁹において、「利益の提供を行う場合において、事業法第27条の3の規律の対象となる『回線契約を条件としていない』ものというためには、回線契約者と非回線契約者の両者

⁹ https://www.soumu.go.jp/main_content/000713690.pdf

に対する利益の提供に係る条件等に差異がなく、仮に差異がある場合には合理的な理由が存在することが必要である。また、『回線契約を条件としていない』ことについて、利用者が認識できるよう広告等で明示することが必要である」との考え方を示しており、同省は、令和2年5月にMNO3社に対して、改正電気通信事業法第27条の3の規律の遵守を徹底するよう要請を行った。

しかし、現在においても、MNO3社の広告の表示の中には、通信契約を条件としていないことの記載が分かりづらいものがあるほか、KDDI及びソフトバンクは、非回線契約者に対し、オンラインでの端末購入サポートプログラムを利用した端末購入を認めていない¹⁰など、回線契約者と非回線契約者への対応の差が認められる。この点、MNO3社の一部は、広告の中に、非回線契約者にも端末購入サポートプログラムを提供していることを注意書きで記載しているのみにとどまるものがあったことから、非回線契約者にも提供していることを、視覚的に分かりやすく記載した内容への見直しを検討している旨を示している¹¹。また、非回線契約者に対し、オンラインでの端末購入サポートプログラムを利用した端末購入を認めていなかった2社についても、KDDIについては今夏まで¹²、ソフトバンクについては今年度末¹³までにはオンライン購入に対応する予定との意向を示している。

なお、非回線契約者への端末販売の実態として、総務省では、調査を実施し、MNO3社の販売代理店の一部における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を確認している¹⁴。

¹⁰ 総務省「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」において、非回線契約者に対する端末の販売窓口等が限定されている場合には、通信契約を条件としていることに当たるとしているが、例外的に、非回線契約者にオンラインによる端末販売を行わない場合であっても、オンラインが端末の販売の窓口等として非常に限定的なものであり、非回線契約者による利用がほとんど見込まれず、かつ、他の窓口では通信契約の有無にかかわらず利用できるのであれば、通信契約を条件としていることに当たらないとする例外を設けていた。なお、この例外については、令和3年5月12日から6月10日までの間、意見募集に付されている当該ガイドラインの改正案において、削除することが示されている。

¹¹ 総務省・電気通信市場検証会議競争ルールの検証に関するWG（第16回）資料2-1-2・21頁

¹² 携帯電話分野に関する意見交換会（第1回）資料4-1・13頁等

¹³ 総務省・電気通信市場検証会議競争ルールの検証に関するWG（第16回）資料2-3・12頁

¹⁴ 総務省において実施した端末単体販売に関する覆面調査で、相当程度の販売代理店において、電気通信事業法第27条の3に基づく規律の趣旨に反する端末販売拒否（非回線契約者に対する端末販売の拒否、非回線契約者に対する端末購入サポートプログラムの提供拒否）事例が確認された。

この点について、総務省は、このような不適切な行為が行われることは、電気通信事業法の目的である利用者の利益保護や公正な競争の促進に著しい支障を来すおそれがあるとして、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク等に対して、携帯電話の販売代理店の業務の適正性確保に向けた指導等の措置を改めて実施するよう要請を行った（令和3年5月25日）。

また、消費者庁は、総務省の覆面調査の結果を受けて、MNO3社が、非回線契約者であっても端末購入サポートプログラムを利用して端末を購入できる旨をウェブサイトに表示しているにもかかわらず、実際には、相当程度の販売代理店において、通信契約を締結しなければ端末を購入できないことについて、景品表示法の問題（不当表示）が生じるおそれがあるとして、MNO3社に対して指導を行った（令和3年5月25日公表）。

(ウ) 通信役務と端末代金の総額表示

令和元年9月の「消費者保護ガイドライン」改定を受け、NTTドコモ及びKDDIは、令和元年10月から、新たな料金プランについて、新規契約を締結しようとしている消費者に対する総額表示の運用を開始した。

なお、ソフトバンクは、期間拘束のある料金プランを廃止したため、新規契約を締結しようとしている消費者に対する総額表示の運用は行われていない。

(3) 消費者アンケート

MNO3社の利用者に対して、端末購入サポートプログラムは端末購入先の通信事業者と通信契約を結ばなくても利用できることを知っているか質問したところ、87.1%の利用者が「知らない」と回答した。また、MNO3社が提供している端末購入サポートプログラムについて知っていると回答したMVNO等の利用者499人に対して、同様の質問をしたところ、68.9%の利用者が「知らない」と回答した。

このことから、消費者は、MNO3社が提供している端末購入サポートプログラムについて、通信契約を条件としていないことを知らない消費者が大半を占めており、非回線契約者も利用できることを十分に認知していないことがうかがえる。

なお、MVNO等の利用者に対して、端末購入サポートプログラムを利用しているか、又は今後利用してみたいと思うかを質問したところ、31.6%の利用者が利用してみたいと回答した¹⁵。その理由は、「安い価格で携帯電話端末を購入することができるから」が73.1%を占めており、このことから、MVNO等の利用者であっても、MNO3社が提供している端末購入サポートプログラムを利用したいと思う利用者が一定程度存在することがうかがえる。

(4) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

改正電気通信事業法等の施行により、通信契約と端末のセット販売が条件となっている場合には、端末値引きの上限が2万円に制限されることになり、通信契約と端末のセット販売を条件とする端末の大幅な値引きは制度上行うことができなくなった。このような状況の中で、通信料金の引下げがみられるとともに、ミドルレンジの価格帯の端末や廉価な端末の取扱いが増加し、消費者が幅広い価格帯から端末を選択できるようになるといった変化がみられた。

一方、端末購入サポートプログラムは、通信契約を条件としていないことが分

¹⁵ 「利用している」、「利用しようとしたが、販売員に在庫がないと断られた」又は「利用していないが、今後利用してみたいと思う」と回答した利用者の合計

かりづらい表示となっているものがあるほか、その旨について積極的な周知が行われておらず、消費者アンケートの結果においても、非回線契約者が利用できることについての認知度が低い。さらに、現時点において、KDDI 及びソフトバンクでは、非回線契約者がオンラインで端末購入サポートプログラムを利用して端末を購入することができない。このように、端末購入サポートプログラムが非回線契約者にとって利用しにくい状況となっていることを踏まえると、端末購入サポートプログラムは、事実上、回線契約者のみを対象とする2万円以上の端末値引きとして機能しているおそれがあると考えられる。

MNO3社による端末購入サポートプログラムが、事実上、通信契約と端末のセット販売を条件として端末代金を大幅に値引く販売方法と評価される場合であって、当該販売方法により他の通信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（私的独占等）。

また、端末購入サポートプログラムが、事実上、回線契約者のみを対象としている場合、通信料金と端末代金の分離を阻害していると考えられる。このため、MNO3社が端末購入サポートプログラムを提供する際には、非回線契約者であっても利用できることを分かりやすく積極的に周知するとともに、合理的な理由がないのであれば、非回線契約者に対しても回線契約者と同様に端末のオンライン購入を認めるなど、非回線契約者が端末購入サポートプログラムを回線契約者と同様に利用できるようにすることにより、通信契約を条件としない端末代金の値引きであることを明確に位置付け、通信料金と端末代金の分離を徹底することが競争政策上望ましい。

2 期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「2年縛り」）

(1) 平成30年度報告書における競争政策上の考え方

平成30年度報告書においては、期間拘束・自動更新付契約（いわゆる「2年縛り」）¹⁶について、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との考え方を示した。

(2) 現状

ア 制度面の改正

改正電気通信事業法等の施行により、通信契約の解除を不当に妨げる提供条

¹⁶ MNO3社が提供していた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円割引するプランで、2年間の通信契約期間中に利用者が当該契約を解除する場合、違約金（9,500円）を支払う必要があり、また、当該契約期間を終えると利用者からの申出がない限り自動的に継続されるプランのことをいう。以下「2年縛り」という。

件を約することが禁止され、行き過ぎた囲い込みが是正された。

これによって、期間拘束契約の違約金の上限が1,000円に、期間拘束契約を付けた料金プランと期間拘束契約を付けない料金プランの価格差の上限が170円に定められるなどした。

イ MNO 3社の対応等

改正電気通信事業法及びその関係法令の整備を受け、MNO 3社は、期間拘束契約の違約金の見直し¹⁷、期間拘束契約の撤廃¹⁸、期間拘束のない料金プランの料金の見直し¹⁹（以下、改正電気通信事業法第27条の3の規律に適合する料金プランのことを「改正法適合プラン」という。）等を行った。

改正電気通信事業法施行日前に締結された同法第27条の3の規律に適合しない契約²⁰（以下「既往契約」という。）を付けた料金プランについては、改正法適合プラン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、経過措置として、同法施行規則の附則において、同じ条件での更新が可能とされている。このため、総務省は、既往契約の利用者が、改正法適合プランへの移行により有利になるにもかかわらず漫然と更新し続けることがないよう令和元年6月及び9月にMNO 3社に対して要請を行い、MNO 3社は、契約更新時に改正法適合プランについての紹介をメールで行うなど、改正法に適合する料金プランを提供・周知するなどして、移行促進のための取組を実施している。

また、MNO 3社については、改正電気通信事業法の趣旨を踏まえ、既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランに移行する場合の違約金を免除する取組を行っている²¹。ただし、NTTドコモでは、既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランへの移行後も、解約した既往契約の残余拘束期間に改正法適合プランを解約した場合には、既往契約による違約金9,500円の支払が生じる。この違約金9,500円が留保されることについて、同社では、今秋を目途に見直すことを示しており、また、期間拘束契約の新規受付を停止すること

¹⁷ NTTドコモ及びKDDIは、期間拘束契約の違約金を9,500円から1,000円に引き下げた。

¹⁸ ソフトバンクは、期間拘束契約を撤廃した。

¹⁹ NTTドコモ及びKDDIは、期間拘束契約を付けない料金プランについて、期間拘束を付けた料金プランとの価格差を170円に見直すこと等により料金プランの水準を引き下げ、ソフトバンクは、料金プランの水準を引き下げた。

²⁰ 拘束期間や違約金の金額等が改正電気通信事業法に適合しない期間拘束契約が該当する。

²¹ KDDIでは、既往契約の無料更新期間以外において、既往契約を付けた料金プランから期間拘束契約を付けた改正法適合プラン（期間拘束契約を用意していない改正法適合プランについては当該プランを含む。）に変更した場合、違約金は0円となり、その後、改正法適合プランを解約した場合の違約金は1,000円となる。ソフトバンクでは、既往契約の無料更新期間以外において、既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランに変更した場合、違約金は0円となり、その後、改正法適合プランを解約しても違約金はかからない。

を示している²²。

なお、ヒアリング等によれば、改正電気通信事業法施行後1年3か月（令和2年12月末時点）で既往契約数は減少しているものの、依然として、6割程度が残っている。

(3) 消費者アンケート

MNO3社の利用者に対して、期間拘束契約について、途中で解約した場合に発生する違約金の上限が1,000円に定められたことを知っているか質問したところ、55.3%の利用者が「違約金の上限が1,000円に定められたことを知らなかった」と回答した。このことから、消費者は、違約金の上限が1,000円に定められたことを十分に認知していないおそれがあることがうかがえる。

なお、「違約金の上限が1,000円に定められたことを知っていた」と回答したMNO3社の利用者894人に対して、料金プランを変更して違約金の上限が1,000円の期間拘束契約に変えるなどしたか質問したところ、80.9%の利用者が、「何も変更しなかった」と回答した。「何も変更しなかった」と回答したMNO3社の利用者723人に対して、何も変更しなかった理由を質問したところ、37.2%の利用者が「通信会社を乗り換えることは考えていないから」と回答し、34.0%の利用者は「契約変更手続をするのが面倒だから」と回答する²³など、違約金の上限が1,000円に定められたことを知っていた消費者のうち、一定程度が、改正法適合プランに移行すれば違約金が1,000円以下となるにもかかわらず、既往契約を継続していることがうかがえる。

(4) 競争政策上の考え方

改正電気通信事業法等の施行により、平成30年度報告書で指摘していた2年縛りの違約金の上限が1,000円に定められるなど通信事業者の乗換えに係る利用者のスイッチングコストが低減し、利用者が他の通信事業者への乗換えをしやすい環境が整備されつつあると考えられる。

しかし、令和2年12月末時点において、改正電気通信事業法施行時点の既往契約数の6割程度が残っていること、消費者アンケートにおいて違約金の上限が1,000円となったことを認知していない消費者が半数以上となっていること等を踏まえると、スイッチングコストの低減に係る通信事業者のこれまでの取組が不

²² 総務省・電気通信市場検証会議競争ルールの検証に関するWG（第16回）資料2-1-2・11頁

²³ 既往契約を付けた料金プランについては、改正法適合プラン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、経過措置として、改正電気通信事業法施行規則の附則において、同じ条件での自動更新が可能とされているところ、消費者アンケートにおいて、「違約金の上限が1,000円に定められたことを知っていた」にもかかわらず、料金プランを変更しなかった利用者723人中、「現在適用されている通信プランの割引が適用されなくなるから」と回答した利用者は7.5%であった。

十分であると考えられる。

そのため、MNO 3 社は、契約変更手続の面倒さ等のために既往契約を更新し続ける利用者に対し積極的に改正法適合プランへの移行を働きかけるとともに、利用者が改正法適合プランに移行するようなインセンティブが働く取組を行うこと等が競争政策上望ましい。

また、契約変更手続の面倒さ等のために、通信事業者を乗り換えることを考えておらず、9,500 円の違約金が適用される既往契約を継続する利用者が一定数存在しており、将来的に乗換えを検討する場合におけるスイッチングコストが低減しないことが懸念される。このため、既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランへ消費者が移行するよう MNO 3 社が更に積極的に取り組むように、総務省において必要な対応を進めるとともに、一定期間経過してもなお、既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランへの消費者の移行が進まない場合には、スイッチングコストを低減させる観点から、MNO 3 社が、利用者の利益を毀損しないよう留意しつつ、既往契約について、違約金を 9,500 円から 1,000 円以下に引き下げるなどの取組を主体的に行うことが競争政策上望ましい。

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

(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方

平成 30 年度報告書においては、KDDI 及びソフトバンクが、回線契約者を対象に行っていた端末の残債を免除するプログラム（端末を 4 年〔48 回〕の割賦払いとし、一定期間経過後、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。〕は、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等の考え方を示した。

(2) 現状

ア 制度面の現状

前記 2(2)のとおり、改正電気通信事業法等の施行により、通信契約の解除を不当に妨げる提供条件を約することが禁止され、行き過ぎた囲い込みが是正された。

これによって、4 年縛り等、通信役務の継続利用及び端末の購入等を条件として行う利益の提供が一律禁止された。

イ MNO 3 社の対応等

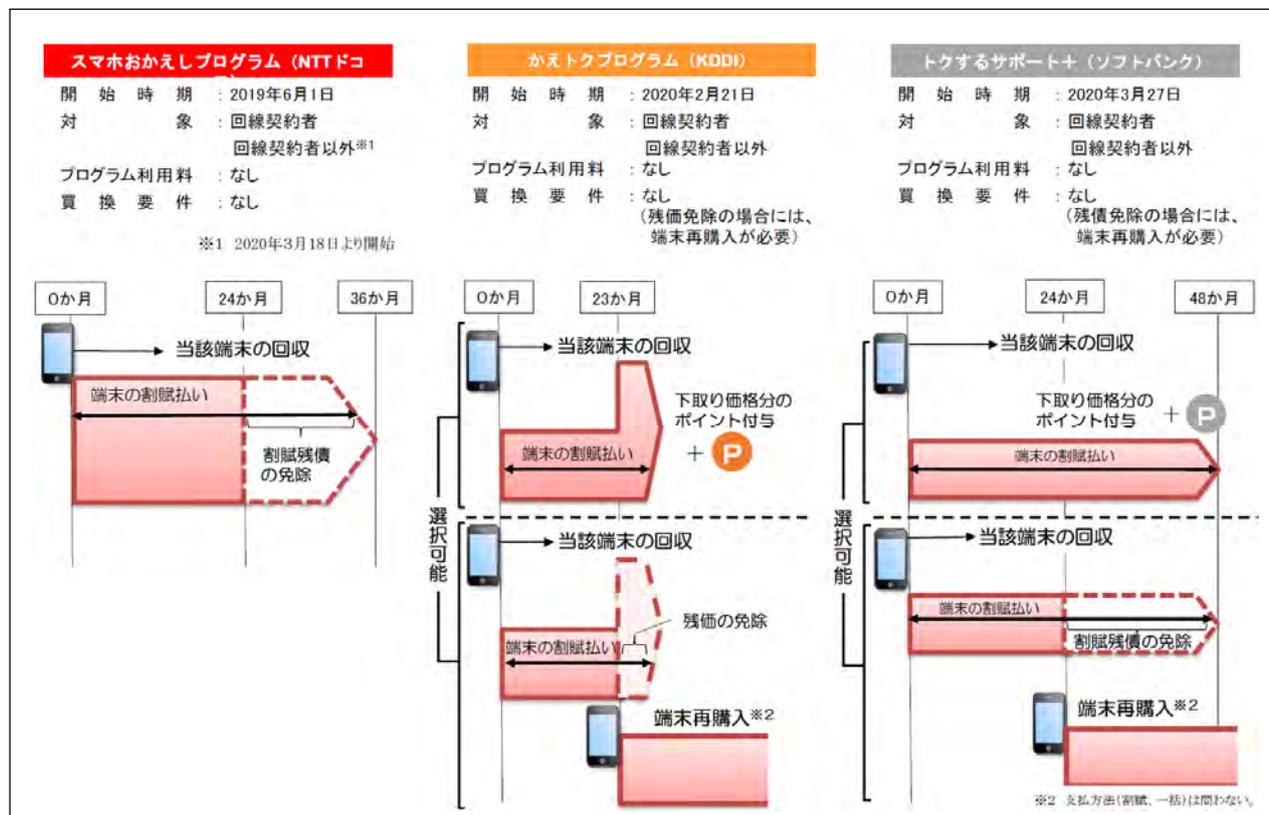
KDDI 及びソフトバンクは 4 年縛りの新規契約受付を平成 31 年 1 月までに終了した。

なお、NTT ドコモは従来から 4 年縛りを提供していない。

その後、前記 1(2)イ(イ)のとおり、MNO 3 社は、回線契約者、非回線契約者を問わず、割賦により購入した端末について、一定期間経過後に返却すること等を条件としてその残債を免除等する端末購入サポートプログラムを提供している。

MNO 3 社による端末購入サポートプログラムの適用条件については、図表 9 のとおりであり、KDDI 及びソフトバンクは、残債の免除を受ける場合、端末の再購入を条件として課している。

(図表 9) MNO 3 社による端末購入サポートプログラムの適用条件



出典：携帯電話分野に関する意見交換会（第1回）資料2-2・4頁「各社の端末購入サポートプログラムの状況」

(3) 消費者アンケート

端末購入サポートプログラムを利用していると回答した MNO 3 社の利用者 385 人のうち 75.8%は、端末購入サポートプログラムは端末を購入する通信事業

者と通信契約を結んでいなくても利用できることを「知らない」と回答している。

このことから、大半の端末購入サポートプログラムの利用者は、当該端末購入サポートプログラムを提供している MNO と通信契約を結んでいなければ同プログラムを利用できないと認識しているおそれがあることがうかがえる。

(4) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

改正電気通信事業法等の施行により、KDDI 及びソフトバンクが回線契約者を対象に行っていた 4 年縛りは禁止され、現在は、MNO 3 社により通信契約を条件としない端末購入サポートプログラムが提供されている。

しかし、MNO 3 社が現在提供している端末購入サポートプログラムについては、消費者アンケートの結果を踏まえれば、多くの利用者が、通信契約を結んでいなければ利用できないと認識しているおそれがあると考えられる。また、通信契約を結んでいる通信事業者から併せて携帯電話端末を購入する消費者が 7 割程度いるとの調査結果がある²⁴ところ、そのような状況下において、端末購入サポートプログラムにおける残債免除の条件として端末の再購入を課すことは、消費者の通信契約の変更を妨げるおそれがあり、他の通信事業者に乗り換えるスイッチングコストになると考えられる。

そのため、MNO 3 社による端末購入サポートプログラムが、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、他の通信事業者の事業活動を困難にさせるときは、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、端末購入サポートプログラムにおける残債免除の条件として端末の再購入を課すことについては、スイッチングコストの低減を図る観点から、当該条件を課している MNO は当該条件を削除することが競争政策上望ましい。

なお、端末購入サポートプログラムにおいて、端末の再購入を条件として課すことについては、既存の端末から新品の端末への買替えを促すものであることから、消費者が中古端末を選択する機会を失わせている可能性があり、中古端末市場に影響を与えるおそれがあるものと考えられる（中古端末の流通については後記 5 を参照。）。

4 SIM ロック

(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方

平成 30 年度報告書においては、「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

²⁴ 総務省「電気通信事業分野における市場検証（令和元年度）年次レポート」（令和 2 年 8 月）（48 頁）

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」との考え方を示した。

(2) 現状

ア 制度面の現状

令和元年 11 月に、総務省は「移動端末設備の円滑な流通・利用の確保に関するガイドライン」（以下「SIM ロックガイドライン」という。）を改定し、①携帯電話端末を一括購入した場合又は端末の購入時に信用確認措置²⁵に応ずる場合には、手数料無料で SIM ロックが解除された端末を販売すること、②信用確認措置に応ずる場合には、SIM ロックを即時解除すること、③中古端末の SIM ロック解除について、オンライン手続を可能とすることとされた。同ガイドラインは、①及び②については、非回線契約者は令和元年 11 月から、回線契約者は令和 2 年 4 月から適用され、③については、同年 10 月から適用されることになった。

また、令和 2 年 10 月に、総務省は「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」（以下「アクション・プラン」という。）を公表し²⁶、SIM ロックの解除を推進することとしており、同省の「スイッチング円滑化タスクフォース²⁷」において議論が行われた。令和 3 年 5 月に公表された「スイッチング円滑化タスクフォース報告書」においては、携帯電話端末の購入者の権利や、通信市場における競争を制限する行為については、当該行為を原則として禁止し、こうした考えに基づき、SIM ロックについて、①不適切な行為が行われる可能性が低いことが確認できた者については、端末に SIM ロックを設定する必要性は認められず、SIM ロックを設定することは一律に禁止すべき、②不適切な行為が行われる可能性が低いことが確認できない者については、不適切な行為によるリスクの回避・軽減という必要性は認められるものの、原則として、SIM ロックではなく、購入者の権利や競争への制限効果がより低い他の代替的な手段を最大限に活用して当該必要性へ対応することが求

²⁵ 端末代金 2 か月分の保証金の支払や 2 か月分の端末代金の前払、クレジットカード等の自動的な支払方法により支払うこと等

²⁶ https://www.soumu.go.jp/main_content/000713711.pdf

²⁷ 総務省の電気通信市場検証会議の下に開催される「競争ルールの検証に関するWG」の下に設置されたタスクフォース

められるといった考え方等が示されている。

イ MNO 3 社の対応等

令和元年 11 月の「SIM ロックガイドライン」の改正を受けて、MNO 3 社は、①端末購入時に一括払い又は信用確認措置に応じた場合であって、利用者から申出があった場合における SIM ロックの無料解除、②端末購入時以外に信用確認措置に応じた場合であって、利用者から申出があった場合等における SIM ロックの解除（オンラインでの解除：無料、店頭での解除：3,000 円）、③オンラインでの中古端末の SIM ロックの無料解除等に応じている。

なお、端末購入時に一括払い又は信用確認措置に応じた場合の解除について、NTT ドコモは令和 2 年 8 月から、ソフトバンクは令和 3 年 5 月から利用者の申出によらず SIM ロックを解除した上で携帯電話端末を渡しているものの、KDDI については、利用者の申出がなければ SIM ロックを解除していない。

MNO 3 社は、端末の詐取等の不正行為を防止する目的で SIM ロックが必要としているが、総務省の「スイッチング円滑化タスクフォース」で示されている方向性については前向きに検討する意向を示すなどしている²⁸。

(3) 消費者アンケート

MNO 3 社の利用者に、現在使っている携帯電話端末には SIM ロックがかかっているかを質問したところ、「購入時から現在まで SIM ロックがかかっている」と回答した利用者が 45.1%であり、「分からない」と回答した利用者が 40.8%であった。「購入時から現在まで SIM ロックがかかっている」と回答した 901 人の利用者に SIM ロックを解除しない理由を質問したところ、57.3%の利用者は「SIM ロックを解除する必要性がないから」と回答し、24.9%の利用者は「SIM ロックが解除できることを知らなかったから」、24.2%の利用者は「SIM ロック解除の手続が面倒だから」と回答した。

また、MNO 3 社の利用者に、現在契約している通信事業者から MVNO 等へ乗り換えられない理由を項目別に、「よく当てはまる」、「少し当てはまる」、「どちらでもない」、「少し当てはまらない」、「全く当てはまらない」の 5 段階で確認したところ、「乗換えの手続がややこしくて面倒だから」との項目に「よく当てはまる」又は「少し当てはまる」と回答した利用者は 59.9%であり、「SIM ロックを解除するために手数料を支払う必要があるから」との項目に「よく当てはまる」又は「少

²⁸ 「携帯電話分野に関する意見交換会」（第 1 回）において、KDDI 及びソフトバンクは、総務省の「スイッチング円滑化タスクフォース」で示されている方向性については前向きに検討する旨を、NTT ドコモは、全通信事業者が一斉に対応することを前提に、SIM ロック原則禁止への対応を前向きに検討する旨述べている。

し当てはまる」と回答した利用者は31.5%であった。

さらに、MNO 3社からMVNO等へ乗り換えたことのあるMVNO等の利用者1,355人にMNO 3社からMVNO等へ乗り換える際、大変だったこと等はあるか質問したところ、「特になかった」と回答した利用者が39.1%と最も多かったが、「乗り換えるための費用（違約金、SIMロック解除料金、MNP手数料）の支払がもったいなかった」と回答した利用者が23.8%と次いで多かった。

このことから、SIMロックがかかっているか分からない、SIMロックを解除できることを知らなかったといったようにSIMロックに関する認知が十分ではないことがうかがえるとともに、SIMロック解除の手続が面倒だから、SIMロックを解除するために手数料を支払う必要があるからといったようにSIMロックがスイッチングコストになっていることがうかがえる。

(4) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

消費者アンケートでは、SIMロックを解除しない理由として「SIMロック解除の手続が面倒だから」と回答しているMNO 3社の利用者や、通信事業者を乗り換えない理由として「SIMロックを解除するために手数料を支払う必要があるから」と回答しているMNO 3社の利用者が一定数存在しており、依然としてSIMロックはスイッチングコストになっていると考えられる。

このためMNO 3社は、①不適切な行為を行う可能性が低いことが確認できた消費者に対しては、SIMロックを設定しないこと、②不適切な行為を行う可能性が低いことが確認できない消費者についても、原則として、SIMロックではなく、通信事業者間の乗換えを制限する効果がより低い他の代替的な手段等により、不適切な行為の防止を図ること（以下、①及び②を「SIMロックの原則禁止」という。）が競争政策上望ましい。

MNO 3社が、不適切な行為を防止するための必要最小限の措置と認められる場合を超えて、SIMロックをかけることにより、他の通信事業者と消費者との契約の締結を不当に妨害する場合には、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、今後販売する携帯電話端末についてSIMロックを設定せずに販売したとしても、現在消費者が所有している携帯電話端末のSIMロックが解除されるわけではない。前記第3の2のとおり、内閣府の消費動向調査においても端末の平均使用年数が5年程度となっていることから、今後、SIMロックの原則禁止の措置が講じられたとしても、全面的にSIMロックがなくなるまでには、早くとも5年程度の時間を要するものと考えられる。

この点、先般、MNO 3社等は低廉な料金プランの提供を開始するなど、通信事業者間の競争が活発化している現状も踏まえると、消費者が現時点で所有してい

る携帯電話端末の SIM ロックが解除しやすい環境を整備し、スイッチングコストを低減させることも重要であると考えられる。そのため、SIM ロックの原則禁止に加え、MNO 3 社は、消費者が端末購入時以外に店頭で SIM ロックを解除する場合にも一律無料で解除に応じることが競争政策上望ましい。

加えて、消費者アンケートの結果では、現在使用している携帯電話端末に、SIM ロックがかかっているか「分からない」、「SIM ロックが解除できることを知らなかったから」と回答している消費者が一定数存在していることから、総務省や MNO 3 社は、消費者に対し、現在所有している携帯電話端末に SIM ロックがかかっている可能性があること、SIM ロックは解除することができること、SIM ロックを解除した際のメリット等を積極的に周知することが競争政策上望ましい。

なお、SIM ロックに限らず、MNO が、合理的な理由なく、他の通信事業者の通信役務を利用できなくさせる端末上の制限を課さないことが競争政策上望ましい。

5 中古端末の流通

(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方

平成 30 年度報告書においては、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とし、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も独占禁止法上問題となり得るとの考え方を示した。

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とし、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、前記の行為を行うことは独占禁止法上問題となりやすいとの考え方を示した。

さらに、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との考え方を示した。

(2) 令和元年度調査における競争政策上の考え方

総務省と公正取引委員会は、令和元年 10 月に中古端末の流通実態に関する調査（以下「令和元年度調査」という。）の結果を公表した。当該調査においては、MNO による、中古端末の流通を不当に制限するような行為は確認されなかった。

他方で、国内の中古端末市場における公正かつ自由な競争を促進し、独占禁止法違反行為を未然に防止するためには、①MNO が利用者から下取りした中古端末について、その売却先の事業者に対して国内市場への販売を制限すること、②MNO が利用者から下取りした中古端末を、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こと、③MNO が利用者からの中古端末の下取りにおいて、不当に高い価格で下取りしたり、正常な商慣習に照らして不当な利益を提供して競争者の顧客を自己と取引するよう誘引したりすることが行われなければならないことが必要との考え方を示した。

なお、第4の「5 中古端末の流通」及び「6 携帯電話端末の修理」は、平成30年度報告書及び令和元年度調査のフォローアップとして、総務省と合同で行った調査に基づくものである。

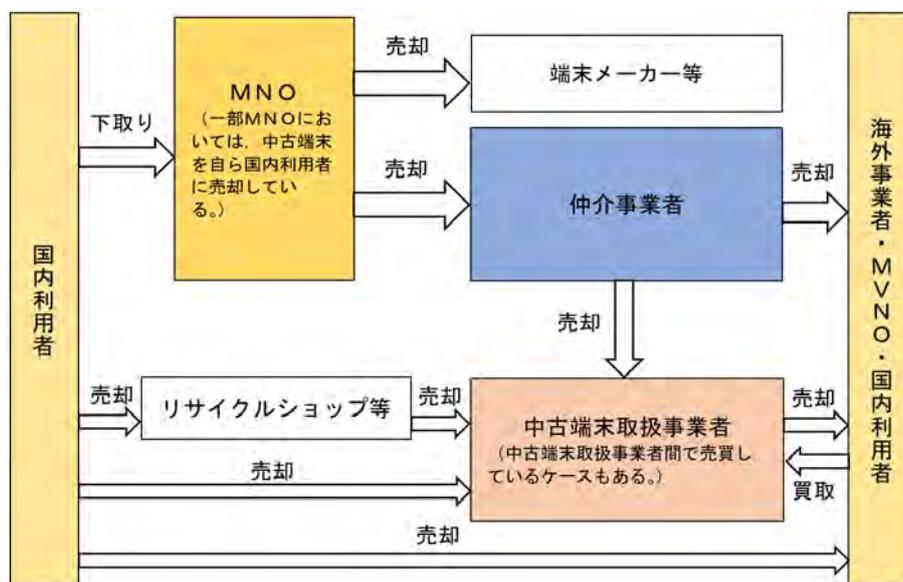
(3) 現状

ア 中古端末の国内流通の現状

前記第3の2のとおり、令和元年度の新品スマートフォンの出荷台数は2802.5万台であった。他方、令和元年度の中古スマートフォンの販売台数は163万台（見込み）との調査結果もあり、新品スマートフォンの出荷台数に対する比率はおおむね5%程度に留まっている。

また、本調査において把握した中古端末の流通経路の概要は図表10のとおりである。

(図表 10) 中古端末の流通経路の概要



※ あくまでも概要図であり、本図において示した経路以外の流通経路も存在し得る。
(ヒアリング等の結果を踏まえ、公正取引委員会において作成。)

MNO が国内利用者から下取りした端末のほとんどは、中古端末の転売を目的としている仲介事業者を経由して、中古端末を転売する海外の事業者や国内中古端末取扱事業者等に流通している。

イ MNO による中古端末の国内流通制限等の有無

中古端末取扱事業者からのヒアリング等によれば、MNO が下取りした端末を MNO から購入している仲介事業者が、中古端末を海外に向けてのみ販売しているとの指摘や、仲介事業者から、買い取った中古端末の販売先を海外に限定するよう要請されたことがあるとの指摘があった。

他方、同様に中古端末取扱事業者からは、海外は我が国と比して、消費者が中古端末の使用に対して抵抗感を持っておらず、中古端末の需要が高いことから、一般的に中古端末は国内よりも海外に売った方が単価も高く、一度の取引で大量に売れるので、経済合理性を考慮すれば、仲介事業者が海外に優先的に販売するのは理解できるとの意見もあった。

仲介事業者からのヒアリング等によれば、中古端末を販売した中古端末取扱事業者に対しては、安全保障上等の理由から制限を課す場合を除き、販売先についての制限を設けたことはなく、MNO から販売先の制限や販売価格に関する指示を受けたこともないとのことであった。また、海外市場の方が国内市場よりも販売量が多い理由としては、一度の取引で、海外向けであれば千台単位でも売れるが、国内向けでは十台単位でも売れないことがあるなど、海外市場

の方が高額で大量に販売できることが挙げられていた。特に中古端末については、時間の経過とともに価値が低下するため、在庫を抱えずに早く販売することが重要であり、そのような観点からも、海外に販売することが必然的に多くなるとの意見もあった。

また、本調査では、MNO 及び仲介事業者が、国内で中古端末を販売する特定の事業者に対して、不当に、取引の拒絶や差別的な取扱いをしたといった実態や、MNO が、中古端末取扱事業者の購入価格と比較して、不当に高い価格で下取りを行っているといった実態は確認されなかった。

ウ その他の国内中古端末の流通に関する課題

(7) ネットワーク利用制限

ネットワーク利用制限は、対象となる端末からの電話、ウェブ検索、メール等の通信について MNO 等の通信事業者が制限を行う仕組みである。当該制限は、代金債務の履行が行われていない端末や、窃盗等により不正に入手された端末に対して適用される。

端末に対するネットワーク利用制限に関する MNO 等の通信事業者の評価は「○」「△」「×」に分かれており、消費者が端末を分割払いで購入した場合、支払遅延の有無にかかわらず、分割払の支払が完了するまで、その評価は「△」（ネットワーク利用制限が掛かる危険性がある）という扱いになる。分割払の支払が完了すれば評価が「○」となるが、債務が履行されなければ「×」となり、当該端末に対してはネットワーク利用制限が課されることとなる。

なお、現在、MNO から端末を購入する消費者の7割以上²⁹が分割払いを選択しているとの調査結果がある。

中古端末取扱事業者からのヒアリング等によれば、一部の中古端末取扱事業者は評価が「△」の端末の買取自体をそもそも拒否しており、評価が「△」の端末を買い取っている中古端末取扱事業者も、消費者からの買取価格を低くせざるを得ないとの指摘があった。また、そのような端末は中古端末を購入する消費者にとっても、知らないうちに購入した端末が使用できなくなるリスクもあり、中古端末の価値を毀損しており、中古端末の流通を阻害する要因となっているのではないかとの意見があった。

(4) 消費者の中古端末に対する認識

仲介事業者及び中古端末取扱事業者からのヒアリング等によれば、改正電

²⁹ 「2019年スマートフォンの支払い方法、利用期間に関する調査」（平成31年3月29日。MMD研究所）

気通信事業法の施行に伴い、通信料金と端末代金が分離されたことにより、消費者の中古端末に対する関心が高まりつつあるとの意見もあった。しかしながら、依然として、消費者は中古端末に対する機能面・衛生面・保証面についての心理的な不安や、売却した端末のデータ消去についての懸念を有しており、それが中古端末の利用が進まず、中古端末市場が活性化しない原因ではないかといった意見や、そもそも消費者に、中古端末は売却するものという意識が根付いていないことが課題ではないかといった意見があった。

この点、一般社団法人リユースモバイル・ジャパン³⁰（RMJ）及び一般社団法人携帯端末登録修理協議会³¹（MRR）では、中古端末の格付基準や利用者情報の確実な消去義務付け等を定めた「リユースモバイルガイドライン³²」の策定を行っており、また、RMJは中古端末取扱事業者による当該ガイドラインの遵守状況・経営状況・ガバナンス体制について確認し、消費者にとって安心・安全な中古端末の購入・売却先として事業者に認証を与える「リユースモバイル事業者認証制度」を導入するなど、消費者の中古端末に対する認知・理解の促進や、信頼性の向上に向けた取組を行っている。

また、総務省においても、消費者に対して現在の携帯電話料金の見直し手順等を紹介する「携帯電話ポータルサイト³³」において、中古端末の購入方法や注意点等について掲載している。

(4) 消費者アンケート

消費者アンケートにおいて、MNO 3社及びMVNO等の利用者に対して、現在使用している携帯電話端末について質問したところ、中古端末を利用している者は、MNO 3社の利用者の1.4%、MVNO等の利用者の6.5%にとどまっている。また、現在中古端末を利用していないMNO 3社の利用者1,966人及びMVNO等の利用者1,857人に対し中古端末の利用意向を質問したところ、MNO 3社の利用者の86.8%、MVNO等の利用者の83.5%が、今後も中古端末を利用しようと思わないと回答している。

その理由として、「バッテリーの持ちが悪そうだから（MNO 3社の利用者：59.0%、MVNO等の利用者：57.0%）」、「端末が衛生的でないイメージがあるから（同：44.2%、同：40.1%）」、「きちんと動作するか分からないから（同：40.5%、同：35.9%）」といった機能面・衛生面への懸念が理由の上位を占めていた。また、

³⁰ リユースモバイル通信端末市場の健全な発展及び消費者保護のため、安心・安全なリユースモバイル通信端末流通の促進を行うことを目的とする団体

³¹ 登録修理業者による特定端末機器の修理に対する利用者の信頼感を醸成し、登録修理業者制度の健全な発展を促進することを目的とする団体

³² https://rm-j.jp/pdf/RMJ_Guidelines2.pdf

³³ https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/keitai_portal/

少数ではあるものの、今後も中古端末を利用しようと思わないとの理由として、「新品と比べてあまり安くないから（同：17.8%，同：17.0%）」「利用したい端末が流通していないから（同：4.7%，同：4.0%）」との回答もあった。

(5) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

ア 独占禁止法上の考え方

前記(3)イのとおり、本調査では、MNO が、中古端末の流通制限を行っているという明確な実態は確認できなかったが、仮に MNO が、以下のような行為を行った場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある。

- 利用者から下取りした中古端末について、その売却先の事業者に対して、正当な理由がないのに販売価格を指定したり、不当に販売先を制限すること（再販売価格の拘束、拘束条件付取引）。
- 中古端末を販売する特定の事業者に対して、自らが下取りした中古端末を不当に販売しない又は著しく不利な条件で販売すること（取引拒絶、差別取扱い）。
- 仲介事業者に対して、中古端末を販売する特定の事業者との取引を不当に拒絶させたり、取引する商品の数量を制限させること（取引拒絶）。
- 利用者からの中古端末の下取りにおいて、不当に高い価格で下取りしたり、正常な商慣習に照らして不当な利益を提供して競争者の顧客を自己と取引するよう誘引したりすること（不当な利益による顧客誘引）。

イ 競争政策上の考え方

前記(3)ウ(イ)及び(4)のとおり、国内において中古端末の流通が促進されない要因として、消費者に、中古端末を利用する意識が根付いていないことがあると考えられる。中古端末の流通促進のため、消費者が懸念なく中古端末を売却・購入できるように、中古端末取扱事業者や団体においては、引き続き、中古端末内の利用者情報の消去を確実にを行うとともに、販売時における中古端末の状態の格付け、保証の有無、保証範囲等を明確化するなどの取組を行うことが競争政策上望ましい。また、総務省においては、中古端末の購入場所・売却場所等について紹介するなどの取組を行っているが、引き続きこうした取組が行われ、消費者の中古端末に対する理解が深まることが競争政策上望ましい。

また、ネットワーク利用制限の運用について、中古端末の流通を阻害する要因となっているのではないかと指摘もあったことから、MNO を含め、携帯電話端末についてネットワーク利用制限を課している通信事業者にあっては、過度な制限とならないよう留意することが競争政策上望ましく、公正取引委員会としては、その内容の適正性について、引き続き注視していくこととしたい。

なお、「携帯電話分野に関する意見交換会」において、構成員から、中古端末の流通は携帯電話市場における競争促進効果があることはもちろん、環境問題とも関連するのではないかという意見があった。この点、中古端末の流通促進は、新品の端末の製造数が削減されることや、修理・再生された中古端末が多く利用されることにより、資源の節約等が図られ、環境負荷の軽減の観点からも有意義と考えられる。

6 携帯電話端末の修理

前記5(3)ウ(イ)及び(4)のとおり、中古端末の流通促進における課題として、消費者の中古端末に対する機能面の懸念が挙げられている。消費者が安心・安全に中古端末を利用するためには、適切な修理部品を用いた、適正な修理が行われていることも重要である。そのため、公正取引委員会は、中古端末の流通実態に関する調査のフォローアップの一環として、携帯電話端末の修理の実態についても調査を行った。

(1) 現状

ア 修理に使用する部品

携帯電話端末を修理する方法として、一般に、端末メーカーが自ら行う修理（MNO等が窓口となって行うものや、端末メーカーが他の修理業者に委託して行うものを含む。）と端末メーカーではない修理業者（以下「第三者修理業者」という。）が修理する方法に大別される。

なお、iPhone 端末については、Apple の正規サービスプロバイダー（Apple Authorized Service Provider〔以下「AASP」という。〕）においても修理することができる。また、iPhone 端末は、非正規サービスプロバイダーによっても修理が可能であり、消費者はどちらのプロバイダーも選択することができる。

ただし、端末メーカーが自ら修理する場合や AASP が修理する場合においては、端末メーカーが製造する部品（以下「純正部品」という。）を用いた修理が行われている。他方で、第三者修理業者が修理する場合には、端末メーカー以外の事業者が製造している修理用部品（以下「サードパーティ製部品」という。）を用いて修理が行われていることがほとんど³⁴である。

イ 第三者修理業者の状況

第三者修理業者に対する書面調査によれば、おおむね半数程度の者が携帯電話端末の修理を行うに当たって、純正部品が必要であると回答（「どちらかと言えば必要」との回答を含む。）した。また、同様におおむね半数程度の者が、純正部品とサードパーティ製部品とで、液晶画面の色合いなど、修理後の携帯

³⁴ 第三者修理業者に対する書面調査によれば、第三者修理業者の中には、購入した中古端末を分解して純正部品を取り出して利用しているとの回答もあった。

電話端末の機能に差異が生じると回答した。さらに、第三者修理業者に対するヒアリングにおいては、性能に違いが無くとも、整備不良率等を低減させ、安心・安全な修理に資するためには純正部品を用いることが望ましいとの意見もあった。

この点、第三者修理業者に対するヒアリング等によれば、ほとんど全ての第三者修理業者は、実際に端末メーカーに対して純正部品の供給について交渉したことがないとの回答であった。その理由としては、交渉窓口が分からず、交渉の希望があっても交渉できなかったとの回答や、事業規模の差が大きく、端末メーカーと交渉すること自体をあきらめているとの回答が多かった。その他、一部の修理業者からは、収益性や純正部品の供給を受けるための条件等に鑑み、交渉を行わなかったとの回答もあった。

他方で、第三者修理業者に対するヒアリング等によれば、最近では純正部品と遜色ない高品質なサードパーティ製部品も流通しているため、必ずしも純正部品を必要としていないとの意見もあった。また、そもそも第三者修理は端末メーカーによる修理に対して、純正部品を用いない代わりに、価格や修理日数等で差別化を図っており、消費者に対して異なる価値を提供できているとの意見もあった。

ウ 端末メーカーの純正部品の提供状況

端末メーカーに対する書面調査によれば、第三者修理業者へ純正部品を提供していない理由について、大半の端末メーカーが、第三者修理業者から純正部品の供給に関する依頼がない、第三者修理業者による修理では品質や安全性が担保できない懸念があると回答しており、また、第三者修理業者に提供する分の部品を確保していないため提供していない、との回答もあった。

また、前記アのとおり、Apple は AASP に対して純正部品を供給しているが、令和 3 年 3 月、日本を含む Apple 製品が販売されている 200 以上の国と地域の大半で「独立系修理プロバイダ (IRP) プログラム」(IRP : Independent Repair Provider) を開始することを公表した³⁵。本プログラムは既に米国等で導入されているが、IRP として承認された修理業者は、Apple から純正部品の提供を受けて修理を行えるようになる。ただし、Apple 自身や AASP による修理とは異なり、IRP による修理は Apple 製品 1 年限定保証や AppleCare+³⁶による保証等の対象外となる。

なお、Apple に対する書面調査によれば、IRP については、AASP と比べ、

³⁵ <https://www.apple.com/jp/newsroom/2021/03/apples-independent-repair-provider-program-expands-globally/>

³⁶ 前記の Apple 製品 1 年限定保証を 1 年延長するサービス

事業者が満たすべき要件が少ないとのことであった。

(2) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

ア 独占禁止法上の考え方

前記(1)イのとおり、サードパーティ製部品であっても適正な修理を行うことは可能であるが、消費者の信頼性の向上の観点から、純正部品を用いた修理を望む第三者修理業者も存在する。第三者修理業者に対する純正部品の供給によって、中古端末の利用者や、新品への買換えではなく修理により既存の端末を引き続き利用する者が増加することにより、新品の端末に対する競争圧力が働くこととなると考えられる。

この点、本調査においては明確な実態としては確認できていないものの、仮に、MNO 等が新品の端末の価格を維持することを目的として、端末メーカーに対して第三者修理業者に純正部品を提供させないようにするなどして、端末メーカーの事業活動を不当に拘束する場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（拘束条件付取引）。

また、MNO ではなく、そもそも、端末メーカーが、端末の修理市場において、自社と競合する修理業者を市場から排除すること等独占禁止法上不当な目的的手段として、合理的な理由なく、第三者修理業者に純正部品を提供しないようにするなどして、修理業者の事業活動を困難にさせるなどの場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占、取引拒絶）。

イ 競争政策上の考え方

第三者修理業者が消費者ニーズを踏まえ、純正部品を含め、自身の希望に沿った種類の部品を用いた修理が可能となることが、多様な消費者ニーズに応えることにつながり、消費者の信頼性や利便性の向上、修理分野における競争の活性化が期待できる。他方で、現状、純正部品は第三者修理業者に対して供給されていないことから、端末メーカーが技術面や体制面での基準が担保されていると確認できた第三者修理業者に対しては、求めに応じて純正部品を供給することが競争政策上望ましい³⁷。

なお、Apple は、第三者修理業者に対して純正部品を提供する枠組みとして、AASP プログラムのほか、IRP プログラムを新たに我が国で開始しており、本取組は競争政策上望ましいものと考えられる。今後は、純正部品が適正に第三者修理業者に供給されているかなど、公正取引委員会としては、その運用について注視していくこととしたい。

³⁷ 総務省は、第三者修理業者について、修理の手順等が電波法及び電気通信事業法に規定される登録の基準に適合する場合には、総務大臣の登録を受けることを可能とする登録修理業者制度を導入している。

また、大多数の第三者修理業者は現在、交渉窓口が不明であることなどから、端末メーカーとの間で純正部品の提供に関する交渉が全く行えていない状況にある。純正部品の提供に関する交渉を行うことができる窓口を端末メーカーが用意することは、第三者修理業者の交渉の機会を創出することにつながるため、競争政策上の観点から望ましい。

7 MVNO の競争環境を確保するための制度上の対応等

(1) 平成 30 年度報告書における競争政策上の考え方

平成 30 年度報告書においては、「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 MNO 3 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、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を行うことが望ましい」との考え方を示した。

また、MNO 3 社が接続料や利用料金を引き下げ、MVNO と積極的に取引を促すようにするための具体的な手段として、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、接続料の推移（トレンド）における一層の予見性の確保について考え方を示した。

(2) 現状

ア 接続料等の周波数割当への活用

総務省は、アクション・プランにおいて、接続料の低廉化に向けた取組等を今後の電波の割当ての審査項目とする旨を示し、基地局の開設に当たり電波法第 27 条の 12 に基づき定められた「第 5 世代移動通信システムの普及のための特定基地局の開設に関する指針」（令和 3 年 2 月 12 日施行）において、MVNO による低廉で多様なサービスの提供を促進する取組として、接続料の低廉化に向けた取組を審査の対象としている。

イ 接続料の検証における一層の透明性の確保

総務省において、令和元年度に適用される接続料から、その算定根拠について、情報通信審議会電気通信事業政策部会接続政策委員会への報告を行い、同委員会場で委員から示された指摘等を踏まえ、二種指定事業者³⁸に対して改

³⁸ 第二種指定電気通信設備（電気通信事業法第 34 条第 1 項で指定された電気通信設備）を設置する電気通信事業者

めて算定根拠を確認することを内容とする所要の制度改正について検討を行うなど、検証の充実が図られ、接続料の検証における透明性の確保が進んだ。

ウ 接続料の推移（トレンド）における一層の予見性の確保

総務省において、二種指定事業者と MVNO との公正競争確保に向けて、データ伝送交換機能について、令和2年度に適用される接続料から将来原価方式により算定することとする第二種指定電気通信設備接続料規則等の改正が行われ、令和2年1月27日に施行された。また、総務省は、令和3年2月に MNO 3社に対して、令和3年度以降に適用されるデータ接続料の算定について、市場環境の見通しを適切に反映し、より一層精緻な予測に基づく算定を改めて行うよう要請した（例えば、需要については、MNO 3社が発表した新たな大容量の料金プランの導入を契機として、低容量プランの契約者が大容量プランにシフトするなど、全体として、データ利用に係る需要が大幅に増加することも想定されること等を指摘している。）。その結果、データ接続料は、令和2年度の予測値よりも更なる低廉化が進み、令和3年度の予測値は令和元年度の届出値と比較して半減した。

(3) 競争政策上の考え方

前記(2)のとおり、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、接続料の推移（トレンド）における一層の予見性の確保については、総務省により接続料の低廉化に資する取組が進められている。

MNO 3社は、引き続き総務省の審議会等での事後的な検証を踏まえ、将来原価方式による予測値の算定に当たって、予測値と実績値の乖離がなるべく小さくなるように努めることが競争政策上望ましい。また、接続料の低廉化に加え、総務省は、MNO が MVNO と積極的に取引、接続するインセンティブを持つような環境を整備することが競争政策上望ましい。

第5 新たな競争政策上の課題

1 消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備に向けて

総務省の調査³⁹では、楽天モバイルを含めた MNO 4社と通信契約を結んでいる消費者のうち、40%以上の消費者がひと月当たり 20GB 以上のデータ通信が可能な料金プランを契約しているが、実際に月 20GB 以上のデータ通信を行っている消費者は約 10%しかいないとしている。

このように多くの消費者が実際に使用するデータ通信量に比して過大な料金プ

³⁹ 総務省「携帯電話ポータルサイト」
(https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/ictseisaku/keitai_portal/index.html)

ランを契約している状況が起きている原因としては、消費者が、現在契約している料金プランの内容をよく理解していない、毎月使用しているデータ通信量を正確に把握していないこと等が考えられるほか、消費者が通信事業者から提供される情報を正確に把握しづらい状況となっていること等も考えられる。

このため、総務省は、令和2年12月に消費者向けの「携帯電話ポータルサイト」を開設し、消費者が自分に合った料金プランを選べるような情報提供を始めた。また、消費者庁は、同年12月4日に、消費者が現在契約している携帯電話の料金プランについて適切な事業者や料金プランを選択できているかについて注意喚起を促す資料⁴⁰を公表し、随時その内容を更新しているほか、各通信事業者の表示について総点検を行い、より分かりやすい表示に改めさせるなどの取組を行った。

公正取引委員会では、消費者アンケートにおいて、各通信事業者の広告等においてみられる、条件付きの最安値を強調する表示について、消費者が正しく理解できているかを確認したほか、MNO3社からMVNO等への乗換えが進まない理由等について以下のとおり分析を行った。

(1) 条件付き最安値広告

ア 現状

消費者庁は、令和2年12月から、消費者が自分のニーズに合ったプランを選ぶことができる分かりやすい表示になっているかという観点から、MNOの携帯電話の表示に関する総点検を実施し、割引適用後の最低価格の強調表示等について、各割引条件を満たすことにより、いくらずつ値下げされるのかを一覧性がある形で明瞭に表示すること等を求めた。

イ 消費者アンケート

条件付きの最安値を強調する表示については、最安値の料金が適用される条件に当てはまらない消費者に対してまで、強調された最安値の料金が自身に適用されると誤認させるおそれがあると考えられる。そのため、MNO3社の利用者、MVNO等の利用者の双方に対し、条件付きの最安値を強調する表示（図表11参照）と、条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示（図表12参照）を示し、自らの使用状況を踏まえて料金計算を行ってもらうことにより、表示の内容を正しく理解できているか確認した⁴¹。

⁴⁰ 消費者庁「自分に合った携帯料金プランになっていますか？」

（https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/information_003/assets/consumer_policy_cms201_210406.pdf 〔令和3年4月6日公表版〕）

⁴¹ 条件付きの最安値を強調する表示と、条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示に関するアンケート項目については、任意回答とし、当該項目に回答したMNO3社の利用者は1,674人、MVNO等の利用者は1,380人であった。

このうち、条件付きの最安値を強調する表示について料金計算を行ったMNO3社の利用者は670人、

その結果、料金計算を行った MNO 3 社の利用者、MVNO 等の利用者の双方とも、条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示の正答率（MNO 3 社の利用者：34.7%、MVNO 等の利用者：37.7%）が条件付きの最安値を強調する表示の正答率（同：20.3%、同：21.9%）よりも高く、条件付きの最安値を強調する表示が示された場合は実際に適用される料金よりも安い方向に間違える傾向にあった。

また、条件付きの最安値を強調する表示と、条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示を見て、自分のケースに当てはめたときに「分からない」と回答した消費者は、MNO 3 社の利用者、MVNO 等の利用者の双方とも 30%以上、また、「自分のケースに当てはめる気が起きない」と回答した消費者は、MNO 3 社の利用者、MVNO 等の利用者の双方とも 20%以上であった。

MVNO 等の利用者は 640 人であった。

また、条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示について、料金計算を行った MNO 3 社の利用者は 694 人、MVNO 等の利用者は 581 人であった。

(図表 11) 条件付きの最安値を強調する表示 (例)

同居家族4人1人あたり 1,980円/月 (翌月から6カ月間) (7カ月目以降2,480円) ※「家族割(4人以上)」、「光回線セット割」、「半年割」適用時
データ容量: ~3GBプラン

月々のお支払い例

データ容量 : ~3GB	
お支払合計額 A~D (光回線利用, 同居家族4人でご加入の場合: 1人あたり)	1,980円/月(翌月から6カ月間) 7カ月目以降: 2,480円/月

利用料金内訳

A: ご利用料金 ※20円/30秒の国内通話料が別途発生します。		4,980円/月
B: 家族割 (※注1)	4人以上でご加入時	-2,000円/月(翌月から永年)
	3人でご加入時	-1,000円/月(翌月から永年)
	2人でご加入時	-500円/月(翌月から永年)
C: 光回線セット割 (※注2)		-500円/月(翌月から永年)
D: 半年割 (※注3)		-500円/月(翌月から6カ月間)

電話をよくかける方に人気の通話オプション!

通話定額A 1回5分以内の国内通話が何度でもかけ放題	+500円/月
通話定額B 国内通話が24時間かけ放題	+1,500円/月

(注1)「家族割」とは、対象の料金プランに加入している家族の人数に応じて、月々のご利用料金を割り引くサービスです。

(注2)「光回線セット割」とは、携帯電話の契約とセットで光回線の契約をしている方を対象に月々のご利用料金を割り引くサービスです。

(注3)「半年割」とは、X社と新規の通信契約を結んでから半年以内の方を対象に月々のご利用料金を割り引くサービスです。

(図表 12) 条件付きの最安値を強調せずに料金計算を分かりやすくした表示 (例)

	データ容量	~3GB	
(全プラン契約者適用) ①基本料金	A:ご利用料金 ※20円/30秒の国内通話料(従量制)が別途かかります。		
	4,980円/月		
②各種割引サービス (※該当者のみ適用)	B:家族割 (※注1)	4人以上でご加入時	-2,000円/月(翌月から永年)
		3人でご加入時	-1,000円/月(翌月から永年)
		2人でご加入時	-500円/月(翌月から永年)
	C:光回線セット割 (※注2)		-500円/月(翌月から永年)
D:半年割 (※注3)		-500円/月(翌月から6カ月間)	
③通話オプション (※該当者のみ適用)	通話定額A (1回5分以内の国内通話が何度でもかけ放題)		
	+500円/月		
通話定額B (国内通話が24時間かけ放題)		+1,500円/月	

【お支払い合計額 計算方法】
 (①基本料金) - (②各種割引サービス) + (③通話オプション) = お支払い合計額
 (家族割) (光回線セット割) (半年割)

(注1)「家族割」とは、対象の料金プランに加入している家族の人数に応じて、月々のご利用料金を割り引くサービスです。

(注2)「光回線セット割」とは、携帯電話の契約とセットで光回線の契約をしている方を対象に月々のご利用料金を割り引くサービスです。

(注3)「半年割」とは、X社と新規の通信契約を結んでから半年以内の方を対象に月々のご利用料金を割り引くサービスです。

ウ 競争政策上の考え方

消費者アンケートの結果によれば、消費者は、条件付きの最安値を強調する表示により、実際に適用される料金よりも安い方向に誤認する傾向があった。このことから、例えば、消費者は、より安い通信料金で通信役務を提供している MVNO との通信料金の差が大きくないと誤認し、MVNO のサービスを選択しないなど、最適な料金プランの選択をできていないおそれがあると考えられる。そのため、消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備を図る観点から、通信事業者は条件付きの最安値を強調せず、消費者が料金計算をしやすい表示を行うことが競争政策上望ましい。

また、そもそも適用され得る条件やその表示方法が複雑である場合には、消費者は、自分のケースに当てはめた場合、いくらになるのか分からなかったり、自分のケースに当てはめる気が起きなかったりする傾向がうかがえることから、通信事業者は消費者が料金プランの内容を正確に理解できるよう分かりやすい表示を行うとともに、分かりやすい料金プランを提供することが競争政策上望ましい。

(2) MNO 3 社から MVNO 等への乗換えが進まない理由

ア 消費者アンケート

消費者アンケートにおいて、MNO 3 社の利用者に対して、現在契約している通信事業者で何年契約しているか質問したところ、「15 年以上」と回答した利用者が 49.5%と最も多く、次いで「10 年以上 15 年未満」と回答した利用者が 17.2%であった。また、MNO 3 社の利用者に対して、現在契約している通信事業者の通信料金についてどのように思うか確認したところ、75.6%の利用者が「高い」又は「やや高い」と回答しており、「適当だ」と回答した利用者は 22.8%であった。

前記アンケート結果によれば、MNO 3 社の利用者の多くは、通信料金が高いと思っているにもかかわらず、MVNO 等への乗換えが進んでいないことがうかがえるところ、MNO から MVNO 等へ乗り換ええない理由のうち「よく当てはまる」又は「少し当てはまる」と回答した利用者が最も多かったのは、「乗換えの手続がややこしくて面倒だから」(59.9%)であり、次いで多かったのは「現在契約している通信会社の通信品質（通信速度・ネットワーク接続の安定性）に満足しているから」(50.6%)であった。

また、MNO 3 社の利用者に対して現在契約している通信事業者（MNO 3 社）から MVNO 等へ乗り換ええない理由を尋ねた 22 項目について、因子分析⁴²を行った

⁴² 各回答の相関関係を分析することにより、各回答に影響を与える共通の要因（因子）を見つけ出す統計手法のこと。

ところ、図表 13 のとおり、因子①から因子④の四つの因子に分けられた。

この四つの因子を構成する各項目の傾向から、因子①については「MNO への信頼性・満足度・愛着度」、因子②については「乗換えによる金銭的負担・手続的負担（経済性・スイッチングコスト）」、因子③については「セット割引等の各種特典（副次的な経済性）」、因子④については「MNO 端末の魅力（機能性・利便性）等」と解釈できると考えられる。

また、これらの四つの因子の乗り換えない理由としての影響度は、①>②>③>④になっていると分析された⁴³。

⁴³ ただし、因子③と④に関連する各質問において、「(全く、少し)当てはまらない」や「どちらでもない」と回答している割合が合わせて7～8割程度であること等から、因子③と④の影響度は、相対的に小さいものと推定される。

(図表 13) 現在契約している通信事業者 (MNO 3 社) から MVNO 等に移り換えない理由

因子① MNO への信頼性・満足度・愛着度		
問番号	設問 (概要)	因子負荷 ⁴⁴
22-2	MNO の通信品質に満足しているから	0.9
22-3	MNO のサポート体制を信頼しているから	0.7
22-4	MNO のブランドイメージは捨て難いから	0.6
22-1	MNO が提供する通信プランが適切だから	0.6
22-14	現在利用している携帯電話端末が使い慣れているから	0.5
22-18	乗換えにより長期利用者割引等が受けられなくなるから	0.5
22-17	乗換えには失敗のリスクがあるから	0.4
因子② 乗換えによる金銭的負担・手続的負担 (経済性・スイッチングコスト)		
問番号	設問 (概要)	因子負荷
22-8	MNP 手数料を支払う必要があるから	0.9
22-9	SIM ロック解除手数料を支払う必要があるから	0.8
22-7	期間拘束契約による違約金を支払う必要があるから	0.7
22-6	乗換え手続がややこしくて面倒だから	0.6
22-5	MVNO が提供する通信プランが複雑だから	0.5
22-15	乗換えに当たって、新たな携帯電話端末を購入する必要があるから	0.4
因子③ セット割引等の各種特典 (副次的な経済性)		
問番号	設問 (概要)	因子負荷
22-20	乗換えにより固定通信とのセット割引が受けられなくなるから	0.9
22-19	乗換えにより公共料金 (電気・ガス) とのセット割引が受けられなくなるから	0.8
22-22	乗換えにより家族割などの複数回線割引が受けられなくなるから	0.5
22-21	乗換えによりポイントサービスが受けられなくなるから	0.5

⁴⁴ 因子負荷とは、各質問項目が潜在的な因子とどれだけ密接に関わっているかを示す指標である。一般的に 0.7~0.8 以上あればその因子の影響が強いと評価され、逆に 0.4 未満だと弱いと評価されることが一般的である。

因子④ MNO 端末の魅力（機能性・利便性）等		
問番号	設問（概要）	因子負荷
22-12	SIM フリー端末は最新機種が発売が遅いから	0.9
22-11	MVNO 等が販売する携帯電話端末には魅力がないから	0.7
22-13	乗換えにより使用できなくなるウェアラブル端末があるから	0.5
22-16	MVNO 等の通信速度では不十分だから	0.4

※ 因子①～④のいずれにも属していない項目として、「MNO との間で携帯電話端末の割賦が残っているから」（22-10）がある。

イ 競争政策上の考え方

因子分析の結果、MNO 3 社から MVNO 等に乗換えしない理由として因子①が最も大きな要因であったことから、消費者は、通信事業者を選択する際に、MNO に対する信頼性等を重視していることがうかがえる。各通信事業者が高品質のサービスを提供し、消費者の信頼を獲得することは、競争政策上の根幹であり、引き続き、各通信事業者が高品質のサービスを提供することが期待される。また、MVNO の通信品質の向上に当たっては、電波の有限希少性等により MNO の数には限りがあり、MVNO が MNO の設置する通信回線網と接続すること等により通信役務等の移動体通信サービスを提供しているという携帯電話市場の特性を踏まえる必要がある。例えば、MVNO が通信品質を向上させるためには、MNO からより多くの帯域を借りる必要があるが、その場合、MNO に支払う接続料はその分高くなることとなる。そのため、通信品質も含めた MNO と MVNO との間の公正な競争を促進する観点からは、前記第 4 の 7 のとおり、接続料の一層の低廉化に向けた取組が求められると考えられる。

また、次に大きな乗換えの障害要因となっている因子②については、前記第 4 の 2 の既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランへの移行の促進、特に、既往契約の違約金 9,500 円を改正電気通信事業法に適合する違約金 1,000 円以下にする取組、前記第 4 の 4 の SIM ロックの原則禁止や無料解除に向けた取組を通じて改善できると考えられる。このほか、消費者が乗り換える際の手続の負担を減らすために、乗換え手続の全体の流れを消費者に分かりやすく説明するとともに、スマートフォン向けの eSIM（後記 3 (2)参照）の導入等、乗換え手続を簡略化する取組が必要であると考えられる。

なお、乗換え手続の全体の流れを消費者に分かりやすく説明するという点について、総務省においては、令和 2 年 12 月に開設した「携帯電話ポータルサイト」の内容を広く消費者に浸透させ、乗換えに係る手続的負担の軽減につな

げることが求められる。

【参考】

消費者アンケートにおいて、MNO 3社の利用者に対して、現在使用しているデータ量のまま MVNO 等に移り換えた場合、現在の通信料金から何円程度安くなるか(①)を確認した。その上で、公正取引委員会において、当該利用者が主要な MVNO に移り換えた場合にも現在実際に消費しているデータ量と同等のデータ量を消費すると仮定して、当該利用者にとっての最適な料金プランを導き出し⁴⁵、主要な MVNO に移り換えた場合に現在の通信料金から何円程度安くなるか(②)を算出したところ、MNO 3社の利用者の68.8%が①<②であった。

また、MNO 3社の利用者に対して、現在の通信料金から何円程度安くなれば MVNO 等に移り換えるか(③)を確認した。その上で、公正取引委員会において、前記と同様に当該利用者が主要な MVNO に移り換えた場合にも現在消費しているデータ量と同等のデータ量を消費すると仮定して、当該利用者にとっての最適な料金プランを導き出し⁴⁶、主要な MVNO に移り換えた場合に現在の通信料金から何円程度安くなるか(②)を算出したところ、MNO 3社の利用者の45.5%が③<②であった⁴⁷。

これらのことから、消費者は MVNO 等に移り換えた際の料金差を過小評価している可能性があり、このことも、消費者が MNO 3社から MVNO 等に移り換えない要因の一つとなっている可能性が考えられる。

(3) 現在通信契約を結んでいる MNO から他の MNO への乗換えが進まない理由

ア 消費者アンケート

消費者アンケートにおいて、MNO 3社の利用者に対して、現在契約している通信事業者から他の MNO に移り換えない理由を確認したところ、乗り換えない理由のうち「よく当てはまる」又は「少し当てはまる」と回答した利用者が最も多かったのは、「乗換えの手続きがややこしくて面倒だから」(62.2%)であり、次いで多かったのは「現在契約している通信会社から乗り換えると長期利用者に対する割引・特典が受けられなくなるから」(44.1%)であった。

また、MNO 3社の利用者に現在契約している通信事業者から他の MNO に移り換えない理由を尋ねた9項目について、因子分析を行ったところ、図表14のとおり二つの因子に分けられた。

⁴⁵ MNO 3社の利用者が現在実際に消費しているデータ量と主要な MVNO が提供している料金プランの使用上限データ量を比較した上で最適な料金プランを導き出している。

⁴⁶ 脚注45と同じ。

⁴⁷ 「現在の通信料金が何円程度安くなれば MVNO 等に移り換えるか」という質問に対し、「乗り換えない」と回答した MNO 3社の利用者を除く割合となっている。

この二つの因子を構成する各項目の傾向から、因子①については「乗換えによる金銭的負担（経済性・スイッチングコスト）」、因子②については「現在契約している通信会社への愛着度」と解釈できると考えられる。

また、これらの二つの因子の乗り換えない理由としての影響度は、①>②になっていると分析された。

(図表 14) 現在契約している通信事業者（MNO 3社）から他の MNO に乗り換えない理由

因子① 乗換えによる金銭的負担（経済性・スイッチングコスト）		
問番号	設問（概要）	因子負荷
23-5	MNP 手数料を支払う必要があるから	1.0
23-6	SIM ロック解除手数料を支払う必要があるから	0.9
23-4	期間拘束契約による違約金を支払う必要があるから	0.8
因子② 現在契約している通信会社への愛着度		
問番号	設問（概要）	因子負荷
23-9	長期利用者割引が受けられなくなるから	0.7
23-2	現在契約している通信会社のブランドイメージは捨てがたいから	0.6
23-8	乗換えに当たって、新たな携帯電話端末を購入する必要があるから	0.4
※ 因子①及び②のどちらにも属していない項目として、「通信料金が変わらないから」(23-1)、「手続の煩雑性」(23-3)、「端末の割賦が残っているから」(23-7)がある。		

イ 競争政策上の考え方

現在契約している通信事業者（MNO 3社）から他の MNO への乗換えに当たり、より大きな障害となっている因子①については、前記第 4 の 4 の SIM ロックの原則禁止や無料解除に向けた取組、前記第 4 の 2 の既往契約を付けた料金プランから改正法適合プランへの移行促進の取組を通じて改善できると考えられる。

2 携帯電話端末に係る課題等

(1) 新たに MNO として参入した通信事業者のネットワーク及び周波数への対応

ア 現状等

総務省の「スイッチング円滑化タスクフォース」等において、新たに MNO

として参入した通信事業者の周波数帯等に、MNO 3 社が販売する携帯電話端末等が対応していないため、既存の MNO から新規参入した MNO に乗り換えた場合において、これまで使用していた端末の SIM ロックを解除して SIM カードを差し替えたとしても、当該端末を使用することができない状況が一部の端末でみられているといった意見が出された。

このため、MNO 3 社及び端末メーカーにヒアリングしたところ、MNO 3 社は、他の通信事業者の周波数帯への対応については、端末メーカーに一任しているなどとしており、端末メーカーは、新たに MNO として参入した通信事業者が参入前から発売している端末を除いて、新たに MNO として参入した通信事業者の周波数帯にも対応しているとのことであった。

イ 独占禁止法上・競争政策上の考え方

本調査では、MNO 3 社が新たに MNO として参入した通信事業者を排除するような行為は確認されなかったが、MNO 3 社が、新たに参入してきた競争事業者を排除するために、端末メーカーに対して、当該新規参入事業者の通信役務に適合しないような端末を製造させることにより、新規参入事業者の事業活動を困難にさせるなどの場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占、拘束条件付取引等）。

端末メーカーは、新たに MNO として参入した通信事業者が参入後に他の MNO と同等に事業活動を行える環境を整備する観点から、新規参入した MNO の周波数帯等にも対応する携帯電話端末を製造することが競争政策上望ましい。

(2) SIM フリー端末の普及

ア 現状等

消費者アンケートにおいて、MNO 3 社から MVNO 等に乗り換えたことのある MVNO 等の利用者 1,355 人に対し、乗り換えた際の携帯電話端末の取扱いについて確認したところ、25.4%の利用者が「MNO と契約していたときに使用していた MNO 仕様の携帯電話端末の SIM ロックを解除して引き続き使用」と回答しており、「乗換え先の MVNO 等から SIM フリーの携帯電話端末を新たに購入」と回答した利用者が 19.3%、「家電量販店等やインターネットで SIM フリーの携帯電話端末を新たに購入」と回答した利用者が 19.0%であった。

また、端末メーカーに対し、MNO 3 社が販売する端末と同機種 of SIM フリー端末の発売時期が、MNO 3 社が販売する端末の発売時期よりも遅くなる理由について質問したところ、端末の製造に当たり、製造数量の多い MNO 3 社の販売する端末の材料の調達、生産ラインの確保を優先して行うため等の回答が

あった。加えて、SIM フリー端末の販売台数の決定方法についても質問したところ、SIM フリー端末を仕入れる MVNO や家電量販店等との協議や、SIM フリー端末に対する市場の動向を踏まえて端末メーカーの判断で決定しているとの回答があった。

イ 独占禁止法上の考え方

消費者アンケートの結果によれば、MVNO や家電量販店等が販売する SIM フリー端末を普及させることは、MVNO への乗換えをしやすい環境の整備につながると考えられる。

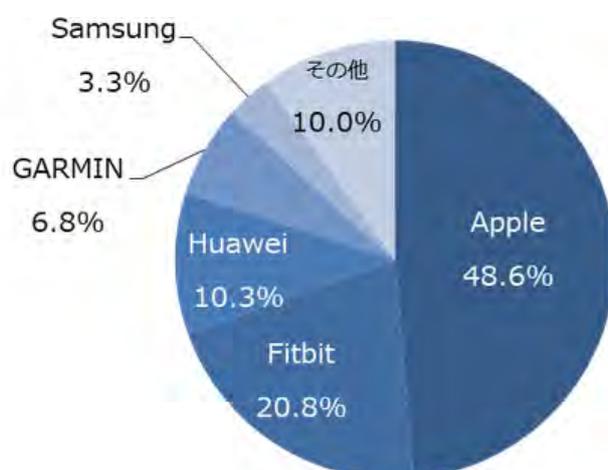
本調査では MNO 3 社による SIM フリー端末の普及を阻害するような行為が行われている実態は確認されなかったが、MNO 3 社が、端末メーカーに対し、自社の販売する端末と同機種種の SIM フリー端末の発売時期を遅らせるように指示したり、販売量を指示したりすることによって、MVNO 利用者が MNO 3 社の販売する端末と同機種種の SIM フリー端末を、MNO 3 社が販売する端末の発売時期と同じタイミングで購入できないようにすること等により、MVNO の事業活動を困難にさせるなどの場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占、拘束条件付取引）。

(3) 腕時計型ウェアラブル端末

ア 現状等

株式会社MM総研の令和2年9月の発表によれば、腕時計型ウェアラブル端末の国内販売台数は令和元年度に191.4万台となり、令和2年度は263.5万台（予測値）と高い伸び率が続くとされている。令和元年度メーカー別販売台数・シェアは、Appleが93.1万台（48.6%）で1位であり、2位はFitbitで39.8万台（20.8%）、3位はHuaweiで19.8万台（10.3%）となっている（図表15参照）。

(図表 15) メーカー別腕時計型ウェアラブル端末の販売台数・シェア



© 2020 MM Research Institute, Ltd.

※小数点第2位を四捨五入しているため合計値が100%とならない場合があります。

出典：株式会社MM総研「スマートウォッチ市場規模の推移・予測と利用実態」

腕時計型ウェアラブル端末はスマートフォンとの連携が主流となっており、当該端末は、ウェアラブル端末メーカーが直接販売するほか、通信事業者も販売している。「携帯電話分野に関する意見交換会」等において、MVNO から、腕時計型ウェアラブル端末のうち、セルラー方式⁴⁸の端末について、MNO 3社のみが供給を受けており、MVNO は供給を受けることができないといった意見が出されたことから、当該端末メーカー、MNO 及び MVNO に対してヒアリングを行った。

ヒアリングの結果によれば、腕時計型ウェアラブル端末のうちセルラー方式の端末について、現時点において MNO 3社以外の通信事業者が供給を受けることができないのは、当該端末を取り扱うために必要な技術、当該端末を支えるために必要な技術的なインフラを備えていないこと、及び設備投資面での理由によるものであるとのことであった。

イ 独占禁止法上・競争政策上の考え方

事業者は自主的判断によって取引先の選択を行うものであり、取引先を選択するに当たり、技術開発力、自己の要求への対応の弾力性など購入先の事業者総体としての評価を併せて考慮する場合がある。事業者が取引先の選択に係る

⁴⁸ 無線通信方式の一つ。

なお、国内でセルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末を供給しているのは、Appleのみである。

観点から行い、その結果、事業者間の取引が行われているのであれば、独占禁止法上問題となるものではない。

しかし、本調査において、そのような実態は確認されなかったが、MNO 3 社が、腕時計型ウェアラブル端末メーカーに対して、セルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末について、他の通信事業者には供給しないように指示することによって、他の通信事業者の利用者がセルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末を利用できなくなり、他の通信事業者の事業活動を困難にさせるなどの場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（私的独占、拘束条件付取引）。

また、同じく本調査において、そのような実態は確認されなかったが、腕時計型ウェアラブル端末メーカーが、技術上の理由等正当な理由なく、セルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末の価格維持等の目的の下、セルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末について、MNO 3 社のみにも供給し、MNO 3 社以外には供給しないなど、MNO 3 社と MNO 3 社以外の通信事業者との間で差別的な取扱いをした場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（差別取扱い、取引拒絶）。

セルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末の利用者が、乗換え先の通信事業者において、当該腕時計型ウェアラブル端末を利用することができなくなることは、当該利用者にとって、通信事業者の乗換えに当たってのスイッチングコストになるおそれがある。スイッチングコストの低減の観点からは、MNO 3 社以外の通信事業者に対しても MNO 3 社と同じように当該腕時計型ウェアラブル端末を利用できるようにすることが競争政策上望ましい。

3 MVNO の競争環境の確保に向けて

(1) 新たな料金プランにおける公平性の確保

ア 現状

前記第 4 の 1(2)イ(7)のとおり、令和 2 年 10 月以降、MNO 3 社は、それぞれ新たな大容量（20～25GB）の料金プランを発表している。具体的には、令和 2 年 10 月 28 日、KDDI とソフトバンクは、両社のサブブランド（UQ mobile 及び Y!mobile）において、20GB（その後 25GB に変更）を上限とする新たな料金プランを発表した。また、NTT ドコモは、同年 12 月 3 日、同社の新たな料金プラン（ahamo）を、ソフトバンクは、同年 12 月 22 日、同社の新たな料金プラン（LINEMO）を、KDDI は、令和 3 年 1 月 13 日、同社の新たな料金プラン（povo）を発表した。これらの新たな料金プランの提供によって、通信料金の低廉化が図られていることは、利用者からみて望ましいことと考えられる。一方で、MNO 3 社のこうした新たな料金プランは、現行の接続料や卸料金を前提とすると、MVNO が実現することが極めて困難なプラン（データ容量、デー

タ通信品質、無料通話)となっており、接続料や卸料金が、MNOとMVNOのイコールフットイングの観点から適正ではないのではないかと意見がMVNOから示されたこと等を受け、総務省の「接続料の算定等に関する研究会」において、検証が行われているところである。

イ 独占禁止法・競争政策上の考え方

MNOが自社の通信役務を提供するに当たり、MVNOがMNOに支払う接続料等を下回る料金プランを設定したり、卸料金について、自己又は自己の関係事業者に比べてMVNOに不利な取扱いをしたりすること等により、MVNOの事業活動を困難にさせるなどの場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、差別対価)。

また、通信品質も含めたMNOとMVNOとの間の公平性(イコールフットイング)を確保する観点から、前記第4の7のとおり、接続料の一層の低廉化を図ることが競争政策上望ましい。

(2) RSP機能の開放とeSIMの導入

ア 現状等

eSIM⁴⁹は、端末に組み込まれるSIMであり、SIMカードを差し替えることなく、オンライン上で通信事業者間の乗換えを可能とする。

現在、スマートフォン向けのeSIMに関して、楽天モバイルが全ての料金プランで提供しており、KDDI及びソフトバンクは一部の料金プランで提供している。

また、MVNOがeSIMを導入するためには、MNOの設備の機能(RSP機能⁵⁰)の提供が必要となるところ、総務省は、MNOがスマートフォン向けのeSIMの提供を開始する際には、RSP機能を開放することにより、MVNOがMNOとできる限り同じ時期にスマートフォン向けのeSIMを提供できる環境を整備することが適当であるとの考え方を示している。また、RSP機能を開放する場合、MVNOの要望に応じ、当該機能の利用に付随するオペレーションシステムのAPI連携を進めるべきであるなどの考え方を示している⁵¹。

なお、消費者アンケートにおいて、現在、eSIMを利用しているか、利用していない場合、今後利用したいと思うか質問したところ、MNO3社の利用者のうち41.8%が「利用している」又は「利用していないが、今後利用したい」と回

⁴⁹ Embedded SIM。携帯電話ネットワークにアクセスするための情報(契約者情報等)をオンラインで書き込むことができるSIMであって、携帯電話端末に組み込まれているもの。

⁵⁰ 「Remote Sim Provisioning 機能」の略であり、MSISDN等携帯電話ネットワークにアクセスするための情報のSIMへの書き込みをオンラインで遠隔操作により行うための機能

⁵¹ 総務省「スイッチング円滑化タスクフォース報告書」(令和3年5月)(10・11頁)

答し、MVNO等の利用者のうち59.0%が、「利用している」又は「利用していないが、今後利用したい」と回答しており、MVNO等の利用者の方がeSIMについて高い関心を有していることがうかがえる。

イ 競争政策上の考え方

スマートフォン向けのeSIMの提供によって、消費者はよりスムーズに通信事業者を乗り換えることができるようになるため、スイッチングコストの低減の観点からは、スマートフォン向けのeSIMを早期に導入することが競争政策上望ましい。

また、MVNOがeSIMを導入するためには、MNOによるRSP機能の開放が必要になることから、MNOはRSP機能を適切な条件の下で開放することが適当であり、MNOがスマートフォン向けのeSIMの提供を開始する際には、RSP機能を開放することにより、MVNOがMNOと同じ時期にスマートフォン向けのeSIMを提供できる環境を整備することが競争政策上望ましい。

(3) 音声卸料金の適正性の確保

ア 現状

MVNOは、従来、音声役務について、自社の設備をMNOの設備に直接接続することなく⁵²卸契約による提供を受けており、当該役務については、音声接続料ではなく、音声卸料金が適用されている。音声卸料金は、基本料金と通話時間当たりの課金の従量制料金から構成され、その設定方法は、利用者料金からMNOの営業費等相当分を割り引いて設定する「リテールマイナス方式」が採用されているところ、例えば、NTTドコモの場合は、平成23年以降、音声卸料金の見直しが行われていない⁵³。

しかし、令和2年6月30日に、日本通信株式会社とNTTドコモの紛争事案に係る総務大臣裁定が出され、音声卸料金については、適正な原価に適正な利潤を加えた金額を超えない額で設定するとの考え方が示された。

現在、音声卸役務については、同裁定及び総務省の「接続料の算定等に関する研究会第四次報告書」を踏まえ、総務省が令和2年9月25日に公表した「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」に基づいて、プレフィックス自動付与機能を用いた接続によって⁵⁴音声卸役務の接続による代替

⁵² 総務省「接続料の算定等に関する研究会（第28回）」資料28-8によると、MVNOは、「制度的、技術的、経済的負担の問題から、現在、MVNOが指定設備卸役務としてMNOから提供を受けている音声通話サービスについて、接続で代替することには多くの課題があると考えられる」としている。

⁵³ 総務省「接続料の算定等に関する研究会第四次報告書」資料編（令和2年9月25日）20頁

⁵⁴ MVNOが音声接続を行う場合に、MNOの交換機でプレフィックス番号（電気通信事業者の設備を識別する番号）を自動付与する機能

性があると認められるかについての検証が行われている。

また、同ガイドラインにおいては、総務省は接続による代替性の検証を行い、接続による代替性がないと判断した場合には、指定事業者からの報告に基づき、a)「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額」が、b)「卸料金」を下回らないものであるかを検証する。また、総務省が接続による代替性が不十分と判断した場合には、指定事業者が a)「接続料相当額」を算定し、b)「卸料金」の差分において回収しようとしている費用項目について、差分の妥当性を自ら検証して総務省に検証結果を報告することとされている。

イ 競争政策上の考え方

前記アのとおり、音声卸料金については、「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」に即して、適正に定められているか検証されることが競争政策上望ましい。

なお、音声卸役務について、前記アのとおり、現在、接続による代替性の検証が行われているところであるが、仮に、総務省において、プレフィックス自動付与機能が音声卸役務と同様の設備利用形態・利用条件ではなく、音声卸役務と同様の役務を MVNO に提供することができないこと等を理由として、接続による代替性が認められないこととなった場合には、MNO 3 社は、当該検証結果も踏まえ、音声卸料金の適正性を確保するよう、より一層努めることが競争政策上望ましい。

(4) 5Gをめぐる MNO と MVNO の競争の適正性

ア 現状等

5G サービスについては、現在、4Gのコアネットワークにより5Gの基地局と4Gの基地局を連携させて動作させる「NSA (Non Stand Alone) 構成」によりネットワークが運用されており、既に、MNO だけでなく、一部の MVNO においてもサービスの提供を開始している。しかし、今後、4Gのコアネットワークから独立した5Gのコアネットワークが導入され、5G基地局を単独で動作させる「SA (Stand Alone) 構成」によるネットワークの運用が想定される。これにより、「超高速・大容量」に加え、「超低遅延」及び「多数同時接続」によるサービス提供が開始されること等が予想されること、MVNO からのヒアリングでは、飛躍的に強化・高度化されるネットワークの機能を MNO と同時期に、かつ、MNO と同等の自由度をもって MVNO が扱えるようになることが重要との意見があった。

イ 競争政策上の考え方

現状の NSA 構成による 5 G サービスの提供から SA 構成による本格的な 5 G 時代への移行に当たっては、ネットワーク仮想化技術の進展に対応し、MVNO においても 5 G の特徴をいかした新たなサービスを提供できるようにするため、総務省において、本格的な 5 G 時代における機能開放の在り方について検討を実施しているところであるが、MNO 3 社は、MVNO も MNO と同時期に利用者に対して 5 G サービスを提供することができるよう機能開放を行うことが競争政策上望ましい。

4 販売代理店

(1) 現状等

携帯電話市場においては、通信事業者と代理店契約を締結し、携帯電話端末や通信回線等を消費者に販売する携帯電話販売代理店（以下「販売代理店」という。）が存在している⁵⁵。販売代理店の主な収益は、販売手数料、継続手数料、業務手数料、各種支援金等であり、各種手数料等の決定権が通信事業者にあるとされている。

通信事業者と販売代理店との間の取引について、総務省における検討会や公正取引委員会において開催した「携帯電話分野に関する意見交換会」等において、MNO 3 社が設定している販売代理店の評価制度（以下「評価制度」という。）、携帯電話端末の販売価格の設定方法、販売代理店が店舗において独自で取り扱う商材の制限等について問題があるのではないかとの指摘があったことから、MNO 3 社及び販売代理店にヒアリングを行った。

ア 評価制度

MNO 3 社は、自社の定める評価基準によって、各販売代理店を一定期間ごとに評価し、当該評価に応じて、MNO が販売代理店に支払う手数料のランク等を決定する評価制度を設けている。また、MNO 3 社の一部においては、評価制度において、最低評価を複数回受け続け、その間に改善のみられない店舗との契約を解除する仕組みが存在している。

当該評価基準は一定期間ごとに見直しが行われているが、評価基準の変更について、MNO 3 社から販売代理店に対して説明等が行われているか販売代理店へのヒアリングを行ったところ、MNO 3 社から評価基準の変更について説明が

⁵⁵ 株式会社 MCA 「【調査結果】キャリアショップ数は全国 8067 店舗でほぼ横ばい、メインブランド店舗は減少続く」（<https://www.mca.co.jp/info/career-shop-2021-spring-release/>）によれば、MNO 4 社（UQ mobile／Y!mobile を含む 6 ブランド）が展開する販売代理店は、全国に 8,067 店舗（令和 3 年 2 月時点）存在している。

あり、意見を述べる機会が与えられ、販売代理店の要望が評価基準に反映されることもあるとの指摘がある一方で、MNO 3社からの説明や販売代理店が意見を述べる機会は形式的なものであり、実質的には、一方的に評価基準が変更されているとの指摘もあった。

また、販売代理店からは、大容量プランを販売しなければ評価が下がることから、実際には大容量プランを必要としない消費者に対しても大容量プランを販売せざるを得ないことがあったといった指摘があった⁵⁶。

このほか、販売代理店からは、全体の取引額のうち現在販売代理店契約を締結している MNO 3社との取引額が占める割合が大きく、また、現在販売代理店契約を締結している MNO から他の MNO に契約先を変更しようとしても、新たな契約先を見つけられないおそれがあること、新規出店に係る費用が高額であること等から、取引先の変更は困難であるとの指摘があった。

一方、MNO 3社からは、評価制度を変更する際には、販売代理店に説明を行ったり、書面で事前に通知を行ったりするなどして、販売代理店からの意見を踏まえて検討を行っているとの指摘があったほか、通常の営業活動を通じて、販売代理店の意見を聞いていることから、評価制度の変更に際しては、販売代理店との事前協議を行っていないとの指摘もあった。

イ 携帯電話端末の販売価格の設定方法

MNO 3社仕様の携帯電話端末の販売に当たっては、通常、販売代理店が携帯電話端末の販売価格を決定する一方で、当該携帯電話端末を割賦払い（個別信用購入あっせん契約）で販売する場合、割賦払いの上限額の設定は、個別信用購入あっせん契約を提供する通信事業者によりなされることが一般的となっている。また、販売代理店の端末の仕入価格⁵⁷は MNO 3社のオンライン直販価格⁵⁸及び割賦払いの上限額と同一の価格となっている。

携帯電話端末の販売価格について、販売代理店からヒアリング等を行ったところ、販売代理店は MNO 3社から割賦払いの上限額を上回る金額で販売しないよう口頭等で要請されており、MNO 3社の担当者は販売代理店が割賦払いの上限額を上回る価格で端末を販売していないか見回り等を行っているとの指

⁵⁶ 総務省が実施した販売代理店のスタッフ向けのアンケート調査結果では、以下のような結果が見られた。

○ 回答者の4割超が利用者のニーズ等を丁寧に確認せず上位の料金プランを勧誘したことがあると回答。

○ そのうち4割超が通信事業者が設定する営業目標をこうした勧誘の要因として指摘した。

これらの点について、総務省は、このような不適切な行為が行われることは、電気通信事業法の目的である利用者の利益の保護や公正な競争の促進に著しい支障を来すおそれがあるとして、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク等に対して、携帯電話の販売代理店の業務の適正性確保に向けた指導等の措置を改めて実施するよう要請を行った（令和3年5月25日）。

⁵⁷ MNOが販売代理店に販売する額

⁵⁸ MNO 3社がウェブサイト上で消費者に直接販売する端末価格

摘があった。

また、割賦払いの上限額を下回る価格で販売することはできるものの、割賦払いの上限額が仕入価格と同額となっており、MNO 3 社から端末販売に伴う十分な支援金も支払われないため、割賦払いの上限額を下回る価格で販売したとしても赤字が増えるだけであり、そのような価格で販売する販売代理店はいないとの指摘があった。

一方、MNO 3 社からは、販売代理店の販売価格については、販売代理店が自由に決定できるものであり、MNO 3 社が販売代理店の販売価格について、要請等を行ったことはないとの指摘があった。

なお、MNO 3 社からは、割賦払いの上限額と販売代理店の仕入価格に差額を設けること等を検討するとの指摘があった。

ウ 独自商材の取扱い

MNO 3 社の一部の販売代理店契約書上、MNO の承認があれば、販売代理店は、携帯電話端末（充電器等の付属品を含む）以外の商材⁵⁹を MNO を通さずに独自に仕入れ、店舗で販売する（このとき取り扱う商材を以下「独自商材」という。）ことが、認められていた。

しかし、MNO 3 社の販売代理店にヒアリングを行ったところ、取扱いが従前認められていた独自商材であっても、MNO が他メーカーの同種の商品を取り扱うよう指定した場合は、当該独自商材の取扱い承認期間終了後は、取扱いが認められず、MNO が指定した商品を取り扱うように指示されたとの指摘や、MNO に独自商材の取扱いを申請しても、それが認められることはないとの指摘があった。

一方、MNO 3 社からは、類似の機能を持つサービス等を重複して契約してしまい、利用者に不利益が生じること等がないよう、販売代理店から独自商材を取り扱うことについて事前に申請を受け、これを自社が承認した場合には、独自商材を取り扱うことができるといった指摘や、ブランドイメージの確保の観点から指定商材のみの取扱いとしているとの指摘があった。また、MNO 3 社の一部からは、今後、更に幅広い独自サービスの展開を可能とする予定との指摘や、販売代理店が取扱いを希望する商材の扱いについては、市場の動向等も考慮しつつ販売代理店契約書の見直しの要否等も含めてその内容について検討しているとの指摘もあった。

⁵⁹ 端末ケースやイヤホン等

(2) 独占禁止法上・競争政策上の考え方

ア 評価制度

前記(1)アのとおり、販売代理店のMNOに対する取引依存度や取引先であるMNOの変更可能性に加え、MNO 3社の市場における地位等を総合的に考慮すると、MNO 3社の取引上の地位が販売代理店に対し優越している場合があると考えられる。

MNO の取引上の地位が販売代理店に対し優越している場合に、その地位を利用して、販売代理店によるサービスを的確に実施するために必要な限度を超えて、販売代理店と契約条件に係る交渉を十分に行うことなく契約内容を一方的に変更すること等によって、販売代理店に対し不利益を与える場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある（優越的地位の濫用）。

MNO の行為が、独占禁止法上問題となるか否かは、個別具体的に判断されることとなるが、契約内容の変更に関し、例えば、販売代理店と十分に協議することなく、一方的に、契約件数等の販売目標の引上げ、評価ランク・評価方法の不利益変更等を行っていないかといった点を考慮することとなる。

MNO は、独占禁止法違反行為を未然に防止する観点から、前記考慮事項に留意した上で、契約内容の変更を行う理由等について、根拠を示して十分な説明を行うとともに、販売代理店から意見が寄せられた場合には、当該意見をできる限り考慮し、また、変更までの期間を十分設けることが望ましい。

また、消費者によっては必要としない大容量プラン等の販売契約数を評価制度の評価基準において過度に重点的な項目として位置付けることは、販売代理店が当該プラン等を過度に勧誘してしまうおそれがあり、消費者が最適な料金プランを選びやすい競争環境を整備するという観点から望ましくない。

イ 携帯電話端末の販売価格の設定方法

事業者が市場の状況に応じて自己の販売価格を自主的に決定することは、事業者の事業活動において最も基本的な事項であることから、MNO が販売代理店における端末の販売価格を拘束することは、独占禁止法上問題となるおそれがある（再販売価格の拘束等）。

MNO が販売代理店に対し、割賦払いの上限額を設定し、当該上限額とMNOのオンライン直販価格及び販売代理店の仕入価格を同額とした上で、端末を割賦払いの上限額を上回る金額で販売しないよう要請している場合がある。また、販売代理店は、MNO のオンライン直販価格と販売代理店の仕入価格が同額とされている状況では、MNO から各種支援金等が支払われないとMNOのオンライン直販価格を下回る価格で端末を販売することが困難であり、後日支払われる各種支援金等の額が予測できない場合においては、販売代理店はオンライ

ン直販価格を下回る販売価格を設定することができないことが多いと考えられる。

MNO の行為が、独占禁止法上問題となる否かは、個別具体的に判断されることとなるが、前記のような販売代理店に対する端末の取引方法を通じて、実質的に MNO が販売代理店における端末の販売価格を拘束していると判断される場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある。

MNO は、独占禁止法違反行為を未然に防止する観点から、販売代理店が携帯電話端末の販売価格を自由に決められることを販売代理店に対して周知することが望ましい。また、前記のような販売代理店の端末の販売価格を拘束することにつながるおそれがある取引方法について、見直しを行うことが望ましい。

ウ 独自商材の取扱い

MNO が販売代理店に対して、販売方法（販売価格、販売地域及び販売先に関するものを除く。）を制限することは、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等、当該商品の適切な販売のための合理的な理由が認められ、かつ、他の販売代理店に対しても同等の条件が課されている場合には、それ自体は独占禁止法上問題となるものではない。

他方、MNO が、販売代理店に対し自己の商品と競争関係にある商品の取扱いを制限する条件を付けて取引することにより、販売代理店と取引を行っている商材メーカーが排除されたり、商材メーカーの取引機会が減少する場合等には、独占禁止法上問題となるおそれがある（排他条件付取引、拘束条件付取引）。

MNO は、独占禁止法違反行為を未然に防止する観点から、商品の安全性の確保、品質の保持、商標の信用の維持等、当該商品の適切な販売のために必要な範囲を超えて、販売代理店の独自商材の取扱いを制限していないかについて、販売代理店と十分協議の上、決定することが望ましい。

公正取引委員会としては、引き続き、MNO 3 社による評価制度が合理的であるか検証するとともに、MNO による販売代理店に対する独占禁止法上問題となるおそれがある行為が行われることのないよう、注視していくこととしたい。

5 MNO への新規参入による競争の促進

(1) 現状（参考資料 3）

これまで、通信市場においては、MNO 3 社の市場シェアが 9 割近くを占め、提供する料金プランが横並びとなるような協調的傾向が強い市場が形成されていたが、楽天モバイルが第 4 の MNO として本格参入し、競争環境に変化が生じて

きている。

海外においても、各国の競争当局が、競争自体の減少や通信料金の上昇等を防止すべく、周波数の割当てを受ける MNO が 4 社から 3 社となることを阻止又は 4 社目の MNO 参入を前提とした条件付きでの合併等⁶⁰の承認を行ったり、MNO 3 社体制から 4 社体制となったことで競争が活発化したりした事例が見受けられる。

例えば、英国については、MNO 4 社体制であったところ、平成 27 年に O2 の親会社である Telefónica と Three の親会社である Hutchison との間で合併等の合意がなされた。しかし、当該合併等の合意は、競争自体の減少、通信料金の上昇等を招くとされ、欧州委員会により禁止決定がなされた。その後、事業者側はこれを不服として裁判所に申立てを行い、一審で合併等の禁止無効判決が出されたが、現在、欧州委員会がこの判決を不服として上訴しており、現時点では MNO 4 社体制が維持されている。

米国については、全国規模のネットワークを有する MNO は 4 社であったところ、平成 23 年に AT&T と T-mobile USA が合併等を行うことで合意したものの、米国司法省は合併等を認めなかった。その後、平成 30 年に T-mobile US と Sprint が合併等に合意したところ、米国司法省等は、令和元年にプリペイド式携帯電話事業や一部の周波数帯を新規事業者である DISH Network に売却すること等を条件に合併等を承認した。これを受け、一時的に MNO 3 社体制となったものの、令和 2 年、DISH Network がプリペイド式携帯電話事業に参入しており、自社の 5G ネットワークを整備することとされていることから、結果として MNO 4 社体制となる見込みである。

ドイツ及びイタリアについては、MNO 4 社体制であったところ、個社間で合併等の合意がなされた。欧州委員会は、合併等が競争自体の減少や通信料金の上昇等を招くことを懸念した。合併等の当事会社は将来的に MNO の参入や発展を促進するような又は第 4 の MNO が参入できるような改善策等を提出し、欧州委員会は新規参入事業者への周波数帯売却等を条件に合併等を承認した。このため両国においても、一時的に MNO 3 社体制となったものの、その後、新たに 4 社目が参入することとなっている。

フランスについては、元々 MNO 3 社による寡占体制であったところ、平成 24 年に 4 社目が参入したことで、通信市場における競争が活発になり、通信料金が引き下げられている⁶¹。

⁶⁰ 合併のほか、株式取得を含む。以下同じ。

⁶¹ このほか、カナダ及び韓国については、いずれも MNO 3 社による寡占体制となっている。

各国の主要都市における通信料金については、総務省「令和 2 年度電気通信サービスに係る内外価格差に関する調査」(令和 3 年 5 月 25 日)(https://www.soumu.go.jp/main_content/000751117.pdf) 参照

(2) 競争政策上の考え方

各国の競争当局は、競争自体の減少や通信料金の上昇等を防止すべく、MNO 3社体制となる合併等の禁止又は4社目の参入を前提とした条件付きでの合併等の承認を行っている。また、MNO 3社体制からMNO 4社体制となったことで通信市場の競争が活発になった事例があることを踏まえると、高度寡占体制では、通信市場の競争が活発化しにくいものの、MNO への新規参入をさせるなど電波を割り当てられる通信事業者の数を増やしていくこと、スイッチングコストを下げるなどの競争環境を整備していくことが競争政策上望ましい。加えて、新たに参入したMNOが、既存のMNOと同等の条件において競争を行えることが競争政策上望ましい。

第6 公正取引委員会の今後の取組等

携帯電話市場における競争が活発化するためには、①MNOとMVNO間の競争の活発化、②MNO間の競争の活発化、③消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備が必要と考えられる。

平成30年度のフォローアップとして行った、通信と端末のセット販売、期間拘束・自動更新付契約については、改正電気通信事業法等が施行されたことにより、MNOとMVNO間の競争の活発化、MNO間の競争の活発化が図られる環境が整いつつあるが、依然として一定の課題が残されているため、MNO 3社においては通信料金と端末代金の分離の徹底、改正法適合プランへの移行の働きかけが求められる。特に、端末購入サポートプログラムは、現状では、通信料金と端末代金の分離を阻害するおそれがあり、また、端末の再購入を条件として課すことにより消費者の契約変更を断念させる可能性があるとともに、消費者が中古端末を選択する機会を失わせる可能性もあること等から、その運用については十分に留意する必要がある。SIMロックについては、これまでもSIMロックの解除の取組が行われてきたが、今後さらに、MNO 3社がSIMロックを一律に設定しないこと等に取り組むことにより、MNOとMVNO間、MNO間の競争の活発化が一層図られることになると考えられる。

また、接続料等の周波数割当への活用、接続料の検証に当たっての透明性及び予見性の確保については、総務省において取組が行われ、接続料の低廉化が図られているところであるが、MNOとMVNO間の競争を活発化させるためにはより一層の取組が必要である。

さらに、MNOとMVNO間の競争を活発化するために、今後、「SA構成」によるサービス提供が行われる5G、スマートフォン向けのeSIMについては、MVNOがMNOと同じ時期にサービスを提供できるようにすることが求められるほか、MNO

3社以外の通信事業者が MNO 3社と同様にセルラー方式の腕時計型ウェアラブル端末の供給を受けられるようにすることが求められる。

このほか、消費者が最適な料金プランを選びやすい環境の整備に当たっては、消費者が表示の内容を誤認することによって、適切な通信事業者や料金プランを選択できないといったことがないよう、通信事業者は、消費者にとって分かりやすい表示を行うことに努めるとともに、総務省においては、消費者が必要な情報を入手することができるよう、携帯電話ポータルサイト等を通じた情報提供を引き続き行っていくことが、有効な取組である。

なお、携帯電話市場の活性化のためには、中古端末及び SIM フリー端末の普及、修理部品の円滑な供給が確保されるとともに、MNO と販売代理店との間の取引の適正化を図ることが必要と考えられる。

公正取引委員会は、引き続き、携帯電話市場における公正かつ自由な競争を促進するため、同市場における動向について注視するとともに、独占禁止法に違反する行為に対しては厳正に対処していく。また、総務省及び消費者庁と連携し、引き続き、料金の低廉化、サービスの向上を図るために携帯電話市場における競争環境の整備に取り組んでいく。

携帯電話分野に関する意見交換会について

1. 意見交換会の有識者等

有識者	座長	舟田正之	立教大学 名誉教授
		依田高典	京都大学大学院 経済学研究科 教授
		川濱昇	京都大学大学院 法学研究科 教授
		佐藤治正	甲南大学 マネジメント創造学部 教授
		土佐和生	甲南大学 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
		松村敏弘	東京大学 社会科学研究所 教授
オブザーバー		総務省, 消費者庁	(役職は令和3年2月現在)

2. 検討事項

- (1) 「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）」
のフォローアップについて
(第1回意見交換会：2月22日（月）開催)
- (2) MNOとMVNO等との間における競争政策上の課題について
消費者アンケートの分析を通じた競争政策上の課題について
(第2回意見交換会：3月30日（火）開催)