

電気通信事業分野における市場検証(平成29年度)の概要

平成30年6月27日

総務省 総合通信基盤局
電気通信事業部 事業政策課

- 電気通信市場の分析、電気通信事業者の業務の適正性等の確認の結果を踏まえ、公正競争環境及び利用者利便の観点から検証を実施。電気通信市場・利用者への影響の観点から重要となる課題等を整理。



平成29年度年次計画に示した検証の観点

公正競争環境に関する検証の観点

利用者利便に関する検証の観点

固定系通信

- ① 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。
- ② 卸売市場の競争の進展により、利用者料金の低廉化につながっているか。
- ③ 料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTHの利用が促進されているか。

- ① 新サービスの創出等により、利用者のサービス選択の幅が拡大され、利用者の満足度が向上しているか。
- ② FTTHを提供する事業者が増加することで競争が進み、FTTHの利用者料金の低廉化が促進されているか。
- ③ FTTHの選択において、利用者がニーズに応じた合理的な選択ができていないか。

移動系通信

- ① MNO間、MVNO間及びMNOであるMVNOやMNOのサブブランドも含めたMNOとMVNOとの間の公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。
- ② MNO間で料金・サービスを中心とした競争が進展し、料金・サービスの差別化が図られているか。
- ③ 卸売市場における競争の促進やMVNEの積極的な事業展開により、MVNOサービスの普及が促進しているか。

- ① ライトユーザ・ヘビーユーザ・長期利用ユーザ向けの料金プランや期間拘束・自動更新付契約の見直し等により、利用者利便の向上・利用者の満足度の向上につながっているか。
- ② MNOの料金・サービスの差別化やMVNO・MVNEの普及・活発な事業展開により、利用者のサービス選択の幅が拡大しているか。
- ③ SIMロック解除の進展やMVNO及びそのサービス内容に対する認知度・理解度の向上等により、利用者が事業者変更・サービス変更をする際のスイッチングコストが低廉化しているか。

公正競争環境に関する検証の観点

- ① 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。
- ア 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保されているか。(参入の状況やシェア・HHIの推移等から競争が進展しているといえるか、競争阻害的な行為が行われていないか等)

検証結果

- FTTHの小売市場では、NTT東西のサービス卸を利用した「卸電気通信役務」型による新規参入事業者が増加。また、「自己設置」型の事業者数は微増、「接続」型の事業者数は微減。
- FTTHの提供形態別の契約数では、「自己設置」型の契約数は減少傾向、「接続」型の契約数は横ばい。「卸電気通信役務」型の契約数の純増ほど「自己設置」型の契約数は純減していない。
- FTTHの小売市場におけるグループ別シェアでは、KDDIグループが増加傾向、NTTグループが減少傾向。
- FTTHの小売市場においては、「卸電気通信役務」型の参入事業者数の増加やHHIの低下等からも、一定程度競争が進展。
- NTT東日本に係る「情報の目的外利用」については、事案の全容を調査するとともに、状況に応じて必要な措置をとる。
- NTT西日本におけるサービス卸の提供料金とFTTHの利用者料金の水準については、利用者料金と卸料金の逆転現象は認められず、両者の接近がみられる場合も限定的であると考えられる。他方、今後とも価格圧搾による不当な競争が引き起こされないよう、NTT東西の卸料金水準と利用者料金水準の関係について状況把握を行っていく。
- MNOが提供するFTTHと移動系通信サービスのセット割引については、割引後の料金が、適正なコストを下回り、不当な競争を引き起こすものとなっているとは現段階では認められなかった。一方、NTTドコモのセット割引については、ウェブサイトの表示において不当な競争を生じさせるおそれのある不適切な内容があったため、業務運営の適正性確保の観点から、同社に対して再発防止等の措置を講じること等を求める行政指導を行った。また、広告表示について他の事業者等に対する注意喚起を行うとともに、不当な競争が引き起こされていないかという観点から、FTTH市場における競争の状況及びMNOの動向を注視することが必要。
- 割引等の広告表示に関し、複数の適用条件を満たした場合にのみ適用される最大割引額等を表示して利用者に訴求する手法が用いられている点について、電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン(広告自主ガイドライン)の実施状況を注視するとともに、苦情相談の状況等を検証し、不適切な表示が認められた場合には、その是正を求める等、必要な対応をとる。

公正競争環境に関する検証の観点

① 「自己設置」・「接続」・「卸電気通信役務」それぞれの提供形態ごとの間での公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

イ 料金・サービス競争の進展により、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

検証結果

- FTTHの料金に関しては、シェアドアクセス方式に係る主端末回線の接続料が低廉化傾向。また、2018年4月にNTT東西は、サービス卸の卸料金の値下げを行った。
- 主要なFTTHの基本となる月額料金は、おおむね5,000円（戸建向けの場合）で推移。値下げの動きはみられない。
- 主要なFTTHにおけるスイッチングコストは、一部の事業者において違約金の値下げが行われたが、撤去工事費の値上げを行った事業者があった。
- FTTHの料金競争については、新規参入の増加による競争の進展や接続料において低廉化、卸料金において値下げの動きがあったものの、基本となる月額者料金の低廉化に反映されるまでには至っておらず、セット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引の実施による差別化が中心。
- アンケートに回答した事業者の7割以上の事業者において何らかのキャッシュバックを実施。
- 過度のキャッシュバックの実施により利用者間の公平性※が損なわれていないか、事業者間の公正競争に悪影響を及ぼしていないか等、注視していくことが必要。
- FTTHのサービスにおいて、KDDIやソニーネットワークコミュニケーションズが、「接続」型におけるサービス設計の自由度を活かし、最大通信速度（上下）10Gbpsのサービスの提供を開始するなど、サービスの多様化が進展。
- 「卸電気通信役務」型においては、様々な分野からの参入により、各卸先事業者固有のサービスとの連携サービスの提供が進展。
- このような「接続」型事業者及び「自己設置」型事業者並びに「卸電気通信役務」型事業者によるサービス競争が一層進展することにより、利用者の多様なニーズに対応したサービスの展開やイノベーションの促進が期待される。

※ 電気通信事業者が特定の者に対し不当な差別的取扱いを行っている場合、電気通信事業法第29条第1項第2号に基づく業務改善命令の対象となり得る。

公正競争環境に関する検証の観点

② 卸売市場の競争の進展により、利用者料金の低廉化につながっているか。

検証結果

- FTTHの卸売市場における事業者別シェアは、3グループ(4社)の合計が約99%。卸利用事業者にとって卸元事業者の選択肢は多くない。
- NTT東西のシェアの合計が約80%程度で推移。卸売市場において新規参入の増加による実質的な競争の進展はみられない。
- NTT東西は営業コスト削減等の取組により、NTT東西のサービス卸の卸料金について2018年4月に値下げを行ったが、FTTHの接続料の水準を勘案すると限定的。
- FTTHの利用者料金については、キャンペーン割引やキャッシュバックによる競争が中心。接続料の低廉化や卸料金値下げが、基本となる月額料金の低廉化に反映されるまでには至っていない。
- 現時点で、卸売市場における競争の進展はみられず、利用者料金の低廉化につながっているとは言い難い。
- 事業者アンケートに回答した事業者のうち「現在の卸元事業者以外を検討しなかった」事業者が過半であったが、「今後他の卸元事業者を検討する意向を持っている」事業者も約3割。卸売市場への新規参入が増加することにより、卸売市場の競争が活性化し、延いては利用者料金の低廉化につながることに期待。
- NTT東西において、引き続き卸料金の引き下げも視野に入れた取組みが行われることに期待。
- FTTHの小売市場におけるNTT東西のサービス卸の卸先事業者のシェアの増加を踏まえ、FTTHの卸売市場における事業者間の取引の適正性・公平性の確保が引き続き重要。サービス卸ガイドラインの遵守状況等に関するモニタリングを継続していくことが必要。

公正競争環境に関する検証の観点

③ 料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTHの利用が促進されているか。

検証結果

- NTT東西のサービス卸を契機として、「卸電気通信役務」型によるFTTHの小売市場への新規参入が増加。様々な分野のサービスとの連携サービスが進展。
- KDDIやソニーネットワークコミュニケーションズといった「接続」型事業者により、最大通信速度(上下)10Gbpsのサービスの提供が始まるなど、サービスや料金プランの多様化が進展。
- 接続料の低廉化やNTT東西のサービス卸の卸料金の低廉化が見られたものの、FTTHの主要事業者において基本となる月額料金の値下げの動きはみられない。
- FTTH契約数の増加率は鈍化しており、サービス卸を含めたNTT東西のFTTH契約数は、直近3年間(2014年度末～2018年度末)で約180万増加しているものの、サービス卸の提供開始前に比べて顕著に増加したとは認められない。
- NTT東西のサービス卸に占めるMNOとISPの割合は9割を超えており、他の分野から参入した事業者が十分に契約を獲得できていない。
- **現時点で、料金・サービスの多様化、低廉化を通じ、FTTHの利用が十分に促進されているとは考えにくい。**
- 今後、「接続」型事業者の新サービスや異業種参入等によるイノベーションの促進を通じた新たなサービスの提供によって、FTTHの利用が一層促進されることを期待。
- FTTHの小売市場においては、MNOの競争力の高さが際立っているが、当該MNOが、他事業者のFTTHの組合せによるセット割引等の連携を行うことにより、MNOのセット割引によって当該他事業者におけるFTTH事業の運営が困難となる蓋然性は小さくなると考えられるため、今後そのような事業者間連携が行われることを期待。

利用者利便に関する検証の観点

① 新サービスの創出等により、利用者のサービス選択の幅が拡大され、利用者の満足度が向上しているか。

検証の結果

- NTT東西のサービス卸の開始以降、様々な分野から「卸電気通信役務」型の事業者の参入が進展。これらの事業者の固有のサービスとFTTHとの連携サービスの提供も進展。
- 「接続」型事業者によって、最大通信速度(上下)10Gbpsのサービスの提供が開始されるなど、利用者のサービス選択の幅が拡大。
- NTT東西のサービス卸に占めるMNOとISPの割合が9割を超えているほか、光コラボサービスの認知度の低下もみられるなど、他の分野から参入した事業者が提供する光コラボサービスが、利用者の検討の俎上に載っていない場合が多いと考えられる。
- FTTHの満足度については、MNO系以外の光コラボサービスや光コラボ以外のFTTHにおいて、料金面及び通信速度・品質面ともに、満足度が不満足度を上回っているが市場において比較的高いシェアを占めるMNO系光コラボサービスについては、料金面の満足度が不満足度を下回っている。
- FTTHにおいて、サービス選択の幅は拡大したものの、現段階で、FTTHの満足度の向上に十分つながっているとまではいえず、今後もFTTHに対する満足度の状況を注視していくことが必要。
- 現在、FTTHの主要事業者において、基本となる月額料金の低廉化の動きは見られず、キャンペーン割引やキャッシュバックが活発に実施されている。
- FTTHにおいて、事業者選択の決め手は「月額の利用料金が安いこと」が最も多く(約8割)挙げられている。また、**キャッシュバックと料金に関する利用者の認識では「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」が約8割**。
- なお、IP電話番号の継続利用を含めた卸先事業者の変更の在り方について、平成28年度における市場検証の結果やそれを受けた業界団体における検討状況を踏まえ、平成30年5月より「NTT東西の光サービスの卸売サービスの事業者変更の在り方についてのタスクフォース」(主査:新美育文明治大学法部教授)を設置。
- 今後、IP電話番号の継続利用を前提とした卸売事業者の変更が実現することにより、利用者のサービス選択の流動性が高まり、利用者利便の向上に資することを期待。

利用者利便に関する検証の観点

② FTTHを提供する事業者が増加することで競争が進み、FTTHの利用者料金の低廉化が促進されているか。

検証の結果

- NTT東西のサービス卸を契機として、「卸電気通信役務」型による事業者の参入が進展。「自己設置」型の事業者数は微増、「接続」型の事業者数は微減。(2頁参照)
- FTTHの小売市場においては、「卸電気通信役務」型の参入事業者数の増加やHHIの低下等からも、一定程度競争が進展。(2頁参照)
- FTTHについては、セット割引やキャッシュバック・キャンペーン割引の実施による競争が中心。接続料の低廉化や卸料金の値下げ等が、主要なFTTHの基本となる月額料金の低廉化に反映されるまでには至っていない。(3頁参照)

利用者利便に関する検証の観点

③ FTTHの選択において、利用者がニーズに応じた合理的な選択ができているか。

検証の結果

- 利用者による事業者選択の決め手は「月額の利用料金が安いこと」が最も多く(約8割)挙げられている。また、キャッシュバックと料金に関する利用者の認識では「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」が約8割。
- キャッシュバックに対する利用者の認識として、「料金プランを分かりにくくしていると思う」との意見が約7割。キャッシュバックに関する利用者の経験として、「適用条件等の記述がわかりにくい」を挙げた利用者が約4割、「期間限定だったはずのキャンペーンが延長された」「適用条件が多すぎて、目的のキャッシュバックを受けられなかった」「長期間経過後に自らの申請が必要であったが、申請を失念」を挙げた利用者も約2割。
- FTTHの主要事業者においては、基本となる月額料金の低廉化の動きはみられず、キャンペーン割引やキャッシュバックが活発に実施されており、利用者のニーズに十分に応じているとはいえない。
- NTT東西及び各卸先事業者におけるサービス卸ガイドラインに規定する「消費者保護の充実等の観点から望ましい行為」への対応状況については、一定の取組みが行われていることが確認でき、卸先事業者が提供するサービスを含むFTTHに関する苦情相談件数は減少したものの、依然として高い水準。
- キャッシュバックに係る複雑な適用条件、分かりにくい表示等、また、それらに起因して生じている可能性のある誤案内や説明不足、不適切な営業手法等によって、利用者の合理的な選択の機会が阻害されている可能性があり、利用者が自らのニーズに応じた合理的な選択が十分にできているとまではいえない。
- 消費者保護の徹底の観点からは、引き続き、「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づき、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」を中心として消費者保護に関する取組状況について注視していくことが必要。

今後取組むべき課題

- FTTHの卸売市場において、依然としてNTT東西の存在感が大きい。また、FTTHの小売市場においてはNTT東西のサービス卸の卸先事業者のシェアが3割を超え、増加傾向であることから、小売市場における公正な競争の土台となる卸売市場における公正な取引の確保が引き続き重要であるため、サービス卸ガイドラインの遵守状況等に関するモニタリングを継続することが必要。
- 「割引総額帰属テスト」のような先駆的な取組は、今後とも積極的に採用することを検討していくことが必要。
- FTTHの接続料の低廉化が進展しているものの、FTTHの主要な事業者において利用者料金の値下げがみられない状況等を踏まえ、FTTHの小売市場において、利用者料金の低廉化につながっていない要因について分析・検証を深めていくことが必要。
- また、セット販売やキャンペーン割引・キャッシュバックが活発に実施されている状況を踏まえ、過度の割引・キャッシュバックやこれらに関する不適切な表示等によって、利用者間の公平性が損なわれていないか、更には、公正競争に悪影響が生じていないか、利用者の合理的な選択が阻害されていないか、注視していくことが必要。

公正競争環境に関する検証の観点

① MNO間、MVNO間及びMNOであるMVNOやMNOのサブブランドも含めたMNOとMVNOとの間の公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

ア MNO間、MVNO間及びMNOであるMVNOやMNOのサブブランドも含めたMNOとMVNOとの間の公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保されているか。(参入の状況やシェア・HHIの推移等から競争が進展しているといえるか、競争阻害的な行為が行われていないか等)

検証の結果

- MNOサービス市場におけるMNO各社のシェア及びHHIに大きな変化はみられない。MVNOの契約数の増加率はMNO3グループに比して高い水準にある。MVNOサービス市場においては、事業者数が引き続き増加。**移動系通信市場においては、MVNOも含めた競争が進展。**
- 第二種指定電気通信設備とBWA設備による電波利用の連携の現状等について。BWA事業者の基地局設備の利用が接続約款化されていないため、MVNOは二種指定設備設置事業者やBWA事業者と個別に交渉する必要がある(現実には、BWA事業者から卸役務の提供を受ける二種指定設備設置事業者との交渉が行われている。)ことを確認。特定移動通信端末設備のシェアを勘案し、第二種指定電気通信設備制度の適用を検討。
- 第二種指定電気通信設備に係る制度整備の対応状況について、MVNOの情報開示請求に対する二種指定設備設置事業者の対応等を総務省において注視すべきとの意見等が示されたため、注視を継続。
- ソフトバンクにおいて平成30年春以降の端末においてMVNO回線でのテザリングを実現。KDDIにおいては現時点で実現されていないため、同社に対して早期実現と実現時期の明示について要請を行った。
- 二種指定設備設置事業者のグループ企業である一部のMVNOの提供するサービスが、グループ内優遇の可能性があることについて、モバイル検討会において、MVNOのデータ伝送役務の提供に係る利用者当たり契約帯域幅の調査を行い、当該MVNOが最も大きい値であること等を確認したが、ネットワークの提供に際して、事実上の金銭的補助が同社から行われていることによって、当該MVNOにおいて契約帯域幅に応じた多額の支払いが可能となっているのかについては、十分な検証が行われていないため、今後、検証を進める。
- 一部の二種指定設備設置事業者が、グループ内のMVNOに対してのみ市場シェアの高い端末を卸提供し、グループ外MVNOに対しては提供していないことを確認。端末の供給は、基本的には事業者による自由な事業活動として尊重されるが、移動系通信市場(特にMVNOサービス市場)における競争に影響を及ぼす可能性があるため、二種指定設備設置事業者とMVNOとの間の協議・交渉等の状況を注視し、状況に応じて必要な対応を検討。

公正競争環境に関する検証の観点

① MNO間、MVNO間及びMNOであるMVNOやMNOのサブブランドも含めたMNOとMVNOとの間の公正競争やグループ内とグループ外との間の公正競争が確保され、料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

イ 料金・サービスの多様化、低廉化が促進されているか。

検証の結果

- 2017年度におけるMNO各社の料金プランは、NTTドコモやソフトバンクにおいて特定端末の購入を条件とする恒常的な割引プラン、KDDIにおいて実際のデータ通信使用量に応じた多段階定額プランを新たに提供。大容量データ通信プランについても拡充や料金の値下げが行われたほか、IoT/M2M向けサービスの料金水準の引き下げなどを実施。MVNOにおいても、月額料金の値下げ、割引サービスの新設、料金・サービスプランの新設等を実施。
- これらのことから、移動系通信市場において、料金・サービスの多様化、低廉化が進展。今後も、各事業者において、利用者の多様なニーズに対応した料金・サービスの展開や料金の低廉化に向けた取組が行われることを期待。
- 割引等の広告表示に関し、複数の適用条件を満たした場合にのみ適用される最大割引額等を表示して利用者に訴求する手法を用いている点について、広告自主ガイドラインの実施状況を注視するとともに、苦情相談の状況等を検証し、不適切な表示が認められた場合には、その是正を求める等、必要な対応をとる。

公正競争環境に関する検証の観点

② MNO間で料金・サービスを中心とした競争が進展し、料金・サービスの差別化が図られているか。

検証の結果

- 料金・サービスの多様化、低廉化に資する積極的な取組が行われ、料金・サービスを中心とした競争が進展。
- 特に実際のデータ通信使用量に応じて段階的に通信料金が適用されるプランについては、契約したデータ通信容量と月々の実際のデータ通信使用量の乖離を低減しうるプランといえる。

(例) KDDIは、2017年7月から実際のデータ通信使用量に応じて5段階の料金が自動的に適用されるプラン(「auピタットプラン」)を提供
- 「auピタットプラン」は、ある家族モデルにおける一定の使用状況を想定^{※1}すると、同社の従来型プランと比べ、1家族当たりの通信料金が13%程度低廉化する場合もみられる。
- また、特定端末の購入を条件とした割引プランについては、他の端末に機種変更した場合であっても割引が継続されるため、恒常的に通信料金が低廉化することが期待できる。

(例) NTTドコモは、2017年6月から特定端末の購入が必要ではあるものの、毎月1,500円の割引が適用されるプラン(「docomo with」)を提供
ソフトバンクは、2017年9月から特定の端末の購入及び特定の料金プランへの加入が必要ではあるものの、毎月1,457円の割引が適用されるプラン(「ワンキュッパ割」)を提供
- 「docomo with」や「ワンキュッパ割」は、いずれも加入後に機種変更を行った場合であっても割引が継続するプランであり、ある家族モデルにおける一定の使用状況を想定^{※2}すると、当該プランによる割引がない場合と比べ、1家族当たりの通信料金が27%程度低廉化する場合もみられる。
- MNOサービスの利用者料金については一定の低廉化がみられた一方、これらのプランは、端末購入を条件とした割引と比べ、割引額が限定的になる場合もみられるため、引き続き、更なる料金低廉化の取組を期待。また、加入時に特定端末の購入が必要となる点は、利用者の選択の幅を制限することになるため、今後、このような条件が緩和又は撤廃され、より多くの利用者に対して割引が提供されることを期待。
- なお、楽天モバイルネットワークが自らネットワークを構築して携帯電話事業を行う予定。同社も含めた携帯電話事業者各社が公正競争を行う中で、利用者にとって多様なサービスが使いやすい料金で実現することを期待。

※1 4人家族で、通話基本料はカケホ1人、スーパーカケホ2人、シンプル1人、データ通信はそれぞれ2GB、1GB、5GB、5GB以内で使用した場合を想定。当該割引以外の割引や端末代金及び端末購入を条件とした割引は考慮していない。

※2 NTTドコモにおいて、4人家族で、通話基本料はカケホーダイ1人、カケホーダイライト2人、シンプル1人、データ通信はシェアプラン(15GB)を利用した場合を想定。当該割引以外の割引や端末代金及び端末購入を条件とした割引は考慮していない。

公正競争環境に関する検証の観点

③ 卸売市場における競争の促進やMVNEの積極的な事業展開により、MVNOサービスの普及が促進しているか。

検証の結果

- MNOの卸契約数、MVNE(再卸事業者)の再卸契約数はともに増加傾向。MVNOサービスの普及が進展。
- 移動系通信サービスの卸売市場においては、MNOの卸契約数の事業者別シェアに大きな変動はなく、HHIは微増。
- 最終利用者にサービスを提供するMVNOに対する移動系通信サービスの卸契約数における卸元のシェアでは、MVNE(再卸事業者)が30%程度、MNOが70%程度ではあるものの、MNOの割合は減少傾向。HHIも減少傾向。
- SIMカード型においては、MVNE(再卸事業者)の割合が45%程度。MVNOの小売事業の展開やMVNOサービスの普及におけるMVNE(再卸事業者)の貢献が窺える。
- 通信モジュール型サービスにおいては、MNOによる卸提供の割合が98%程度を占めている状況。引き続き競争状況の注視が必要。

利用者利便に関する検証の観点

- ① **ライトユーザ・ヘビユーザ・長期利用ユーザ向けの料金プランや期間拘束・自動更新付契約の見直し等により、利用者利便の向上・利用者の満足度の向上につながっているか。**

検証の結果

- MNO、サブブランド、MVNOともに料金に対する満足度が上昇したが、MNOにおいては不満足度が満足度を上回っている。MNOの利用者が不満を感じる点では「月額利用料金が高いこと」が約7割。引き続き積極的な対応を期待。
- データ通信の利用実態と契約プランの乖離については、概ね3割程度の利用者が契約したデータ通信容量の半分未満しか使用していない。また、モバイル検討会報告書において、契約プランが利用実態に合っているかどうかに関する更なる理解促進のための環境づくりが必要であるとされたところ、MNOに対して、乖離が生じている利用者に対して利用金額が適正となる料金プランの例を案内すること等の措置を講ずることを要請。
- 音声のライトユーザ向けプランの利用率が上昇。説明状況でも「利用を勧められた」と回答の割合が大幅に上昇。MNO各社の積極的な取組が窺えた。
- MVNOサービスについては、利用者アンケートにおいて利用率が上昇。認知度や今後の利用意向は減少。MVNOサービスを利用しない理由は、「サービス内容をよく知らない」が最も多く(約3割)、次いで「通信品質に不安がある」であった。サービス内容等の周知を適切かつ積極的に進めるとともに、通信品質の改善や通信品質に対する利用者の不安を解消するための取り組みを進めることが期待される。
- MNO、MVNOがこれらの取組を進めることにより、移動系通信サービス全体の利用者利便の向上・満足度の向上が期待できる。
- MNO、MVNOともにキャッシュバックを実施しているが、「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が約8割、「料金プランを分かりにくくしている」が約7割、「通信料金の高止まりの一因」が約6割。キャッシュバックに関する利用者の経験として「適用条件等の表記が分かりにくい」が約4割程度。キャッシュバックに対して否定的に感じている者の割合が高い。
- 期間拘束に係る新たなプラン(2年契約かつ解約時の違約金負担がないものの、従来の2年契約プランに比べて基本料金が高い又は長期利用割引が受けられないもの)の普及も一定程度進展。一方、利用者の認識は、「当初の拘束期間経過後は、料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき」が約6割。
- いわゆる「2年縛り」については、利用者に不測の費用負担を求めることになりかねないとして、関係事業者に対して行政指導を行った。また、いわゆる「4年縛り」については、途中で事業者変更をしづらいといったデメリットもあるため、いわゆる「4年縛り」をMNOや販売代理店による契約前説明の対象とする消費者保護ガイドラインの改正の手続き*を進める。
- 引き続き、各事業者において、利用者ニーズや総務省の行政指導等を踏まえた対応を期待。また、各事業者による利用者利便の向上・満足度の向上が図られているか注視を継続。

* 平成30年6月7日より、改正案についての意見募集を実施している。

利用者利便に関する検証の観点

- ② MNOの料金・サービスの差別化やMVNO・MVNEの普及・活発な事業展開により、利用者のサービス選択の幅が拡大しているか。

検証の結果

- MNOの料金・サービスについては2017年度に差別化が進展。
- 特に実際のデータ通信使用量に応じて段階的に通信料金が適用されるプランは、契約したデータ通信容量と月々の実際のデータ通信使用量の乖離を低減しうるものであり、2018年度以降、他社による同様のプラン展開もみられるが、各社ごと提供条件の差異が見受けられる。
- MVNOにおいては、付加サービスによる差別化や端末のラインナップの拡充等による獲得競争が活発に行われているほか、マルチキャリア化によって利用者の選択の幅を拡大する取組も行われている。
- また、一部のMVNOにおいては、独自の加入者管理機能(HLR/HSS)を導入することによってプラン設計の自由度を高め、IoT/M2M向けサービスの多様化と低廉化を実現。
- MVNEにおいては、アンケートに回答のあった事業者のうち、約54%が他の事業者のMVNO事業の開始に当たり、「回線の調達・仲介(再卸)」「情報提供(法令・ガイドライン、業界動向等)」等の支援を実施。引き続き小売事業を行うMVNOにとって重要な役割を果たしていると考えられる。
- MNO、MVNOいずれにおいてもサービスの差別化や多様化が進展し、利用者のサービス選択の幅が拡大しつつあるといえる。

利用者利便に関する検証の観点

- ③ SIMロック解除の進展やMVNO及びそのサービス内容に対する認知度・理解度の向上等により、利用者が事業者変更・サービス変更をする際のスイッチングコストが低廉化しているか。

検証の結果

- 2017年度に発売された端末種別のほぼ全てがSIMロック解除可能な端末及びSIMフリー端末。
- また、SIMロック解除の利用件数が2016年度第1四半期以降大きく増加。利用者アンケートに基づくSIMロック解除の利用意向についても、「既に活用した」「今後活用してみたい」とする者の割合が増加。
- このことから、SIMロック解除の認知度・理解度が向上していることが窺える。
- 一方、モバイル検討会の報告書において、いわゆる「2年縛り」や「4年縛り」は、スイッチングコストの上昇等につながるものであり、必要な措置を講ずるとともに、今後、これらの影響を踏まえて競争状況を注視することが必要と指摘された。
- MVNOサービスについては利用者アンケートにおいて利用率が上昇しているものの、認知度や今後の利用意向については減少。
- MVNOを利用しない理由として、「MVNOのサービス内容をよく知らない」が最も多く(約3割)、次いで「通信品質に不安があるから」が挙げられていることから、そのような心理的抵抗もスイッチングコストとなっていることが窺える。
- MNP手続きについては、モバイル検討会報告書において、移転元事業者による引き止め機会のないMNPを可能とすること及びその方法としてウェブによるMNP手続を可能とすることが有効である旨を指摘。これを受け、「携帯電話の番号ポータビリティの導入に関するガイドライン」(平成16年5月)の見直しを進めている。
- 移動系通信サービスにおけるスイッチングコストの上昇により、利用者においてサービス検討機会が減少し、利用者の合理的な選択や、事業者間の競争状況に影響が生じていないか、引き続き注視していくことが必要。

今後取り組むべき課題

- MVNOを含めた競争の加速などを通じ、幅広い利用者にとって納得感のある料金・サービスを実現し、利用者が、より多様で、より低廉なサービスの中から、自らのニーズに応じたサービスを合理的に選択できる環境となるよう、引き続き公正競争環境の確保及び利用者利便の向上に取り組むことが必要。
- 特に、MNOとMVNO、サブブランドを含むMVNO間の競争における同等性の確保については、各MNOとも、総務省への届出の範囲ではMVNOに対して接続約款と同等の内容で卸契約を行っているところ、卸契約そのものには含まれないその他の付随的な条件・機能面(テザリング、緊急通報時のGPS情報の送信等)等についての差異が見受けられるため、実態把握や事業者間協議の状況について注視していくことが必要。
- 端末購入に伴うキャッシュバックについては、モバイル検討会において、代理店による高額キャッシュバックが横行しており、「ガイドラインに沿った運用が行われているか、検証が必要」等の指摘があり、第6回電気通信市場検証会議においても構成員から同様の指摘があった。同検討会報告書に示された方向性を踏まえ、MNOから販売店に対して端末代金の販売価格やその値引き額を実質的に指示することは、業務改善命令の対象となることを明確化するガイドラインを策定^{※1}するとともに、総務省が販売店による独占禁止法抵触の可能性のある事案を認知した場合は、公正取引委員会に情報提供を行うことを検討する等、厳正に対処^{※2}していくことが必要。
- なお、電気通信事業法第29条第2項においては、同法に定める消費者保護規律に違反した媒介等業務受託者に対し、業務改善命令を行うことができる旨規定されているものの、媒介等業務受託者が、媒介等業務や端末の販売について、電気通信市場の公正競争を阻害するような行為を行うことなどにより、電気通信の健全な発達又は国民の利便の確保に支障が生じるおそれがあるような場合には、法令上の根拠がなく、業務改善命令等の規定が適用されない。この点について、第8回電気通信市場検証会議において、構成員から、ガイドラインの抜け穴を突くキャッシュバックが一部横行していると見られる現状を踏まえると、電気通信事業法の改正を行い、総務省が媒介等業務受託者に対し直接指導等を行うことが可能となるような端末販売に対する規律を導入すべき旨の意見があった。

※1 平成30年6月7日より、「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」の改正案についての意見募集を実施している。

※2 ソフトバンクが販売店に対し、書面により、端末の販売価格の割引等の具体的な金額を提案していたことについて、販売店における端末の販売価格を事実上拘束することで、不当に同社に有利な金額を設定させようとするもので、電気通信の健全な発達に支障を生じさせかねない等とし、平成30年6月6日、同社に対して行政指導を行っている。