

- 大手携帯電話事業者各社は、利用期間拘束に関して次の3種類の料金プランを提供。
利用期間拘束(9,500円の違約金を伴う)が2年ごとに自動で更新されるもの
2年経過後はいつでも違約金なく解約できるもの
当初から期間拘束がなく違約金のかからないもの

NTTドコモ

期間拘束なし：4,200円

(違約金なし)

2年契約：2,700円

(違約金：9,500円)

更新月
2ヶ月

2年契約：2,700円

(違約金：9,500円)

長期利用割引適用

更新月
2ヶ月

期間拘束なし：2,700円

(違約金なし)

長期利用割引の適用なし

ドコモは、2年契約が自動更新するプランについて、更新時に3,000ポイントを付与するとともに、パケットバック及びポイントプログラムのステージに応じた割引又はポイントを付与。(シェア：100円～2500円/月割引、単独：100～800円/月割引)

KDDI、ソフトバンク

期間拘束なし：4,200円(KDDI) / 5,400円(ソフトバンク)

(違約金なし) ソフトバンクは、契約翌々月までの解約の場合、5000円～9,500円の違約金がかかる。

2年契約：3,000円

(違約金：9,500円)

期間拘束なし：3,000円

(違約金なし)

2年契約：2,700円

(違約金：9,500円)

更新月
2ヶ月

2年契約：2,700円

(違約金：9,500円)

更新月
2ヶ月

期間拘束なし：4,200円(KDDI) / 5,400円(ソフトバンク)

(違約金なし)

更新月
2ヶ月

2年契約：3,000円

(違約金：9,500円)

期間拘束なし：3,000円

KDDIは、2年契約が自動更新するプランについて、更新時に3,000円のギフト券を付与。また、いずれのプランについても、利用年数に応じてポイントを付与。

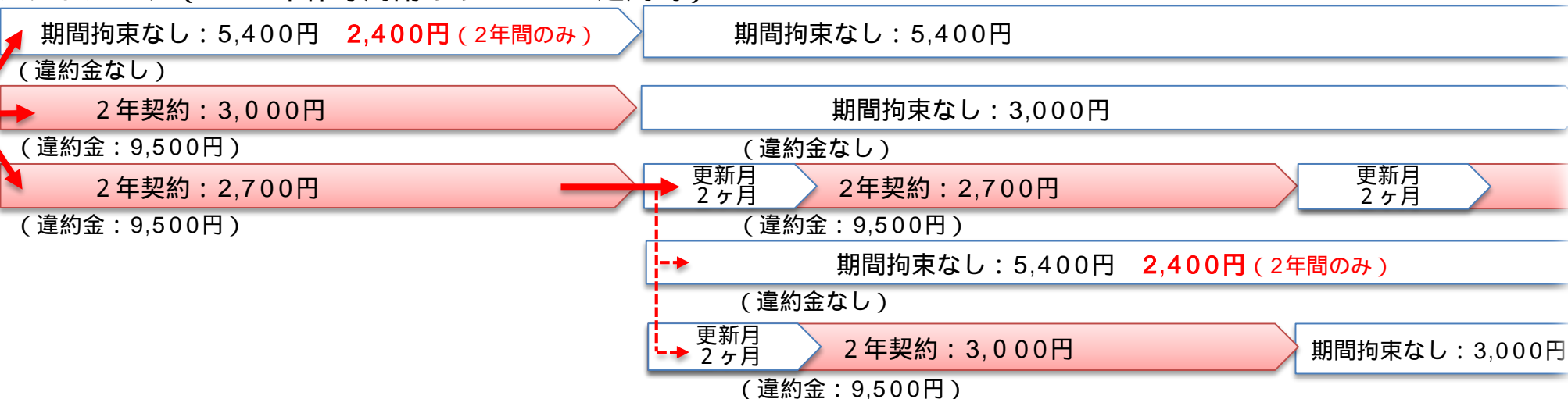
ソフトバンクは、期間拘束がないプランの場合のみ、端末購入補助(月々割)が適用される。また、期間拘束のないプランを除き、更新時に3,000ポイントを付与するとともに、利用年数に応じて割引又はポイント付与。(通信料を、3年利用で1%割引～15年利用で5%割引)

- ソフトバンクは、2018年9月より、期間拘束がない場合の料金を月1,200円値上げ。
- あわせて、期間拘束のない通話基本プランへの加入及び 加入時に端末を購入しないことを条件に、2年間毎月3,000円を割引く「USIM単体専用割」を提供開始。

【期間拘束の内容別の各社の料金】

	NTTドコモ	端末購入補助	KDDI	端末購入補助	ソフトバンク	端末購入補助
2年契約	2,700円		2,700円		2,700円	×
2年契約後 期間拘束なし	2,700円		3,000円		3,000円	×
期間拘束なし	4,200円		4,200円		5,400円	×
					2,400円(2年間のみ) (H30/9/6~ USIM単体専用割キャンペーン)	

○ソフトバンク (USIM単体専用割キャンペーン適用時)



注: 国内通話かけ放題となる料金プランの場合の料金(税抜)を記載。

ソフトバンクは、期間拘束がないプランの場合のみ、端末購入補助(月々割)が適用される。また、期間拘束のないプランを除き、更新時に3,000ポイントを付与するとともに、利用年数に応じて割引又はポイント付与。

- ICTサービス安心・安全研究会消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合において、法令遵守状況について実地調査を実施し、その結果を「平成29年度消費者保護ルール実施状況のモニタリング(評価・総括)」として2018年7月に公表。
- あわせて、当該結果を踏まえ、調査対象の電気通信事業者に対し、利用者への説明の実施状況等について、その改善を求める指導を実施。
- MNOサービスでは、「2年縛りプラン以外の料金プランが紹介されなかった例」が平均36%、「解約月の基本料金は日割りされない旨について説明がなかった例」が平均40%あった。

2. 法令遵守状況について(実地調査結果等)

(2) 実地調査の結果概要

2年縛りプラン以外の料金プラン(当初から縛りのないプラン及び2年後フリーのプラン注)が紹介されなかった例:全体平均36%【昨年調査:68%】

注:契約当初から「2年後フリープラン」を選択するのではなく、2年経過後に、違約金なくいつでも解約できるプランに移行することを選択できる場合は、その旨の紹介があったかどうかを確認

全く言及のないケースのほか、「他の料金プランもあるが、料金が割高なのでこちらをご案内させていただく」として2年縛りプランのみを説明しているケースあり。

(参考)利用者アンケートにおいて、当初から縛りのないプランの説明がなかったとする回答の割合:73%(3社全体。以下同じ。)、2年後フリープランの説明がなかったとする回答の割合:57%

自動更新の説明がなかった例:全体平均27%【昨年調査:58%】

全く言及のないケースのほか、「2年更新」といった言及があるのみで、(申し出ない限り)自動で更新されることの説明がないケースあり。

(参考)利用者アンケートにおいて、自動更新の説明がなかったとする回答の割合:20%

更新月の説明がなかった例:全体平均22%【昨年調査:58%】

全く言及のないケースのほか、「更新月」といった言及があるのみで、その意味(違約金なしに解約できること)又はその期間等について説明がないケースあり。

(参考)利用者アンケートにおいて、更新月の説明がなかったとする回答の割合:28%

違約金又は具体的な違約金の額について説明がなかった例:全体平均15%

(参考)利用者アンケートにおいて、違約金の説明がなかったとする回答の割合:12%

解約月の基本料金は日割りされない旨について説明がなかった例:全体平均40%【昨年調査:76%】

(参考)利用者アンケートにおいて、解約月の基本料金は日割りされない旨について説明がなかったとする回答の割合:35%

サンプル数が限られるため、本調査結果については、必ずしも一律に当該事業者の全体傾向を示しているとは判断できないことに留意が必要。

数値は各項目に掲げる事例に該当した調査件数の割合(サービス内容等が事業者によって異なるため項目によっては母数が異なる)

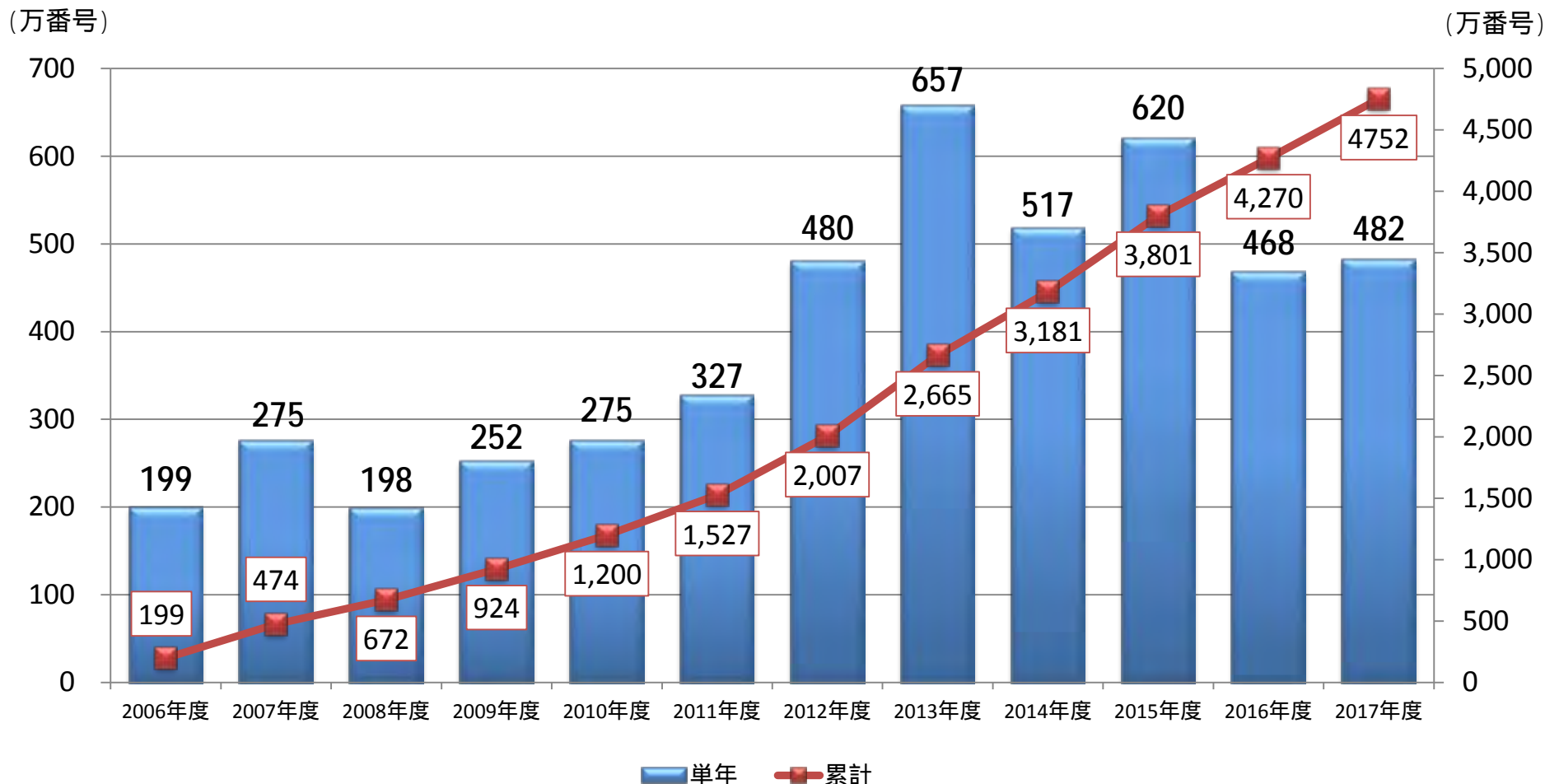
大手携帯電話事業者による主なバンドルプランの現状

(税抜。2018年9月19日時点)

		NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
インターネット 回線	施策	ドコモ光	auひかり等 auスマートポート	SoftBank 光 SoftBank Air
	特典	携帯電話のデータ通信契約に応じて、100円～3,500円/月割引	携帯電話のデータ通信契約に応じて、500円～2,000円/月割引	携帯電話のデータ通信契約に応じて、500円～1,000円/月割引
	契約期間	契約期間2年(自動更新)、違約金8,000円～13,000円 / 契約期間なし	契約期間3年(自動更新)、違約金15,000円 / 2年(自動更新)、違約金9,500円 / 契約期間なし 契約期間2年(自動更新)、違約金9,500円 / 契約期間なし 割引が適用されない	契約期間5年(自動更新)、違約金15,000円 / 2年(自動更新)、違約金9,500円 / 契約期間なし 契約期間2年(自動更新)、違約金9,500円
固定 電話	施策	ドコモ光電話(参考記載)	ホームプラス電話	おうちでんわ
	特典	割引等なし	携帯電話及びWi-Fiルータとセットで利用することで、830円/月割引	携帯電話等とセットで利用することで、480円/月割引
	契約期間	契約期間なし	契約期間なし	契約期間なし
電気	施策	-	auでんき	おうちでんき
	特典	-	携帯電話等とセットで利用することで、毎月の電気料金に応じて、電気料金の1%～5%をポイントで還元	携帯電話等1回線ごとに、2年間100円/月、3年目以降50円/月割引
	契約期間	-	契約期間1年(自動更新)、違約金なし	契約期間1年(自動更新)、違約金500円
ガス	施策	-	中電ガス for au 関電ガス for au	-
	特典	-	携帯電話及びauでんきとセットで利用することで、ガス料金の2%をポイントで還元 携帯電話及びauでんきとセットで利用することで、ガス料金を3%割引	-
	契約期間	-	契約期間2年(自動更新)、違約金なし 契約期間1年(自動更新なし)、違約金なし	-
保険	施策	ドコモ サイクル保険	auの生命ほけん	ソフトバンクかんたん保険
	特典	携帯電話契約者のみ加入可	携帯電話とセットで利用することで、最大60か月間、200円/月割引	携帯電話契約者のみ加入可
	契約期間	契約期間1年(自動更新)、違約金なし	特定の契約期間なし	契約期間1年(自動更新なし)、違約金なし
端末 (Wi-Fiルータ等)	施策	-	Wi-Fiルータ	Wi-Fiルータ
	特典	-	携帯電話のデータ通信契約に応じて、500円～1,000円/月割引	携帯電話とセットで利用することで、933円/月割引
	契約期間	-	契約期間及び違約金は、Wi-Fiルータ提供事業者による	契約期間2年(自動更新)、違約金なし / 契約期間なし
コンテンツ	施策	dTVチャンネル	auスマートパス	Yahoo!プレミアム
	特典	携帯電話とセットで利用することで、300円/月割引	端末によっては毎月割が増額	Yahoo!ショッピング利用時のポイントを10倍還元等
	契約期間	契約期間なし	契約期間なし	契約期間なし
その他	施策	dカード GOLD	au住宅ローン	-
	特典	毎月、携帯電話料金の10%をポイントで還元	携帯電話とセットで利用することで、最大60か月間、500円/月割引	-
	契約期間	契約期間なし	特定の契約期間なし	-

注) 携帯電話の契約とセットで割引になるか、携帯電話の契約がないと契約できないサービスについて記載。

○ MNP の利用数は、2008年度から2013年度まで増加していたが、2014年度には減少し、近年は横ばい。2017年度は482万番号となっている。



注) MNP (Mobile Number Portability) : 電話番号を変更せずに携帯電話事業者を乗換える制度。2006年10月より開始。

出典: 電気通信事業報告規則等に基づく報告 (2013年度以前の数値は任意のアンケートに基づく報告値)

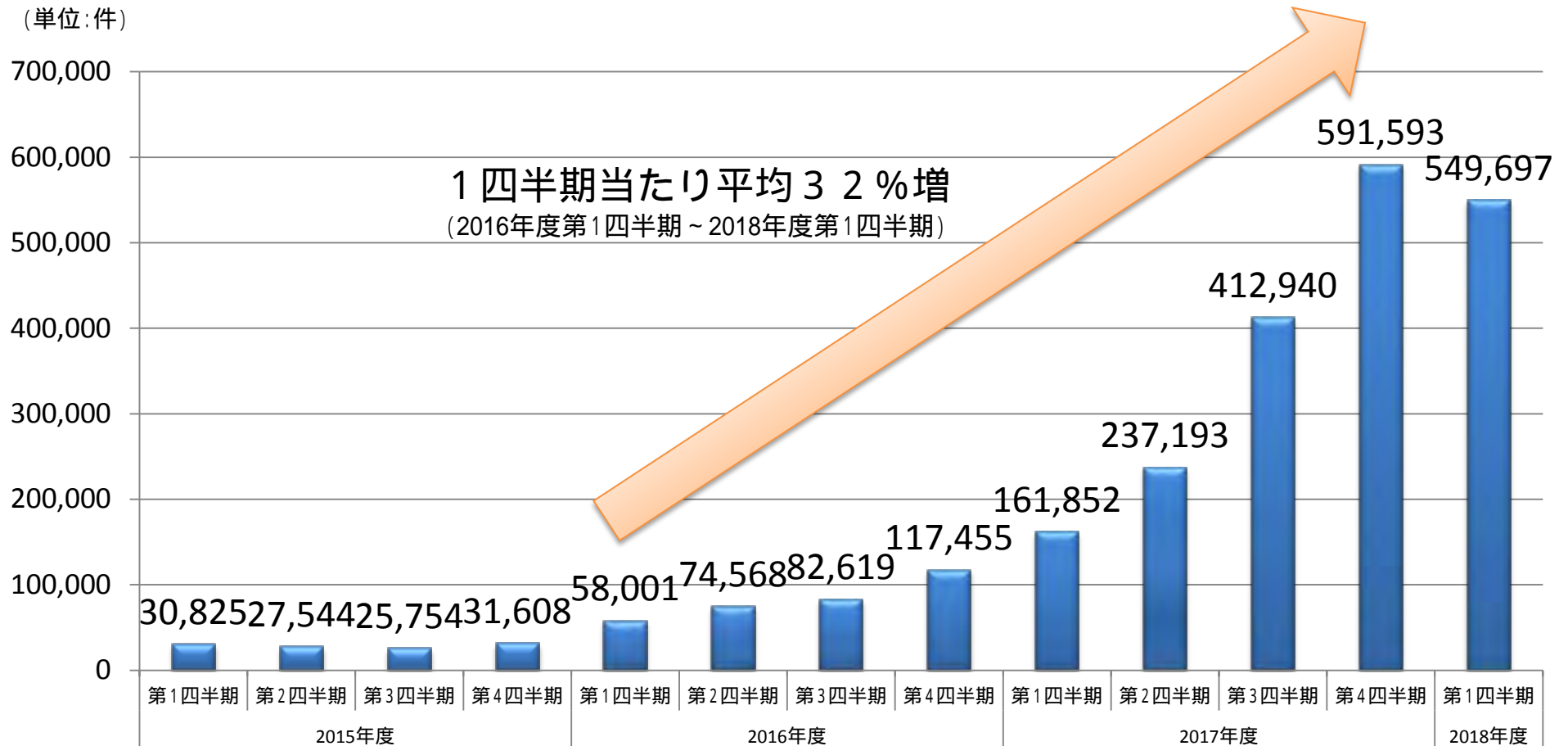
各社SIMロック解除対応状況

(税抜。2018年10月1日時点)

事業者	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク (ワイモバイルを含む)	UQコミュニケーションズ	ビッグロープ 2017年11月からSIMロック 端末の取扱い開始	J:COM	LINE 2018年7月からSIMロック 端末の取扱い開始
対象端末	2015年5月1日以 降発売の端末	2015年4月23日以 降発売の端末	2015年5月1日以 降発売の端末	iOS端末2機種 (iPhone 6s、SE)	iOS端末2機種 (iPhone 6s、SE)	Android端末2機種 (LGS01,arrows M02)	iOS端末1機種 (iPhone SE)
端末購入から 解除可能となる までの期間	2017年5月24日～ 【割賦払】 100日 過去に解除したことがある場合、 その時点から100日経過してい れば即解除可能。 【一括払】 即日	2017年8月1日～ 【割賦払】 100日 過去に解除したことがある場合、 その時点から100日経過してい れば即解除可能(2017年12 月1日～)。 2017年12月1日～ 【一括払】 支払確認後	2017年8月1日～ 【割賦払】 100日 過去に解除したことがある場合、 その時点から100日経過してい れば即解除可能(2017年12 月1日～)。 2017年12月1日～ 【一括払】 支払確認後	2017年8月1日～ 【割賦払】 100日 過去に解除したことがある場合、 その時点から100日経過してい れば即解除可能(2017年12月1 日～)。 2017年12月1日～ 【一括払】 支払確認後	【割賦払】 100日 対象端末は、一括払いでの購 入不可。	制限なし	【割賦払】 100日 【一括払】 支払確認後
解約後の解除	2017年5月24日～ 解約後100日以内 のみ可	2017年12月1日～ 解約後100日以内 のみ可	解約後90日以内 のみ可	2017年12月1日～ 解約後100日以内 のみ可	解約後90日以内 のみ可	制限なし	解約後100日以内 のみ可
中古端末の解除	不可	2017年12月1日～ 不可	不可	不可	不可	可	不可
解除手数料	・インターネットによ る受付:無料 ・電話による受付: 3,000円 ・店頭受付:3,000円	・インターネットによ る受付:無料 ・店頭受付:3,000円	・インターネットによ る受付:無料 ・店頭受付:3,000円	2017年12月1日～ ・インターネットによ る受付:無料 ・電話による受付: 3,000円	・電話による受付: 無料	・インターネットに よる受付:無料	・インターネットに よる受付:無料
自社網を利用 するMVNOでの 利用可否	SIMロック解除をする ことなく利用可能	2017年8月1日以降発 売の端末は利用可能	2017年8月1日以降 発売の端末は利用 可能				

注)2018年8月の「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」の改正を踏まえ、中古端末のSIMロック解除に対応することに伴い、上記内容に変更がある見込であるが、詳細については各社において検討中。

- ▶ SIMロックが解除された端末の数は、2016年度第1四半期以降に大きく増加している（1四半期当たり平均32%増）。



各携帯電話事業者の取扱い端末・端末販売手法

	NTT ドコモ	KDDI	ソフト バンク	ワイ モバイル	楽天	IIJ	NTT コミュニケー ションズ	UQ コミュニケー ションズ	ビッグ ロープ	J:COM	LINE
SIMロック端末 の販売					×	×	×	6s,SE	6s,SE	LGS01, arrows M02	SE
SIMフリー端末 の販売	×	×	×								
新品iPhone の販売				6s,SE	SE 海外モデル	×	×	6s,SE	6s,SE	×	SE
中古iPhone の販売	×	×	×	×	6s CPO端末	×	×	6s リファビッシュ	×	6s リファビッシュ	×
その他中古端 末の販売	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
端末購入補助 施策の実施											×
契約データ容 量によって端 末価格が変動	×	×	×		×	×	×			×	×
割賦販売 の有無							×				

注) ×の判断に当たって、期間限定のキャンペーン等も考慮。

(2018年9月27日時点)

出典: 各社HP

- 大手携帯電話事業者の販売奨励金等の契約代理業者への支払金支出額(各社合計値)は、対前年同期比で減少傾向。
- 販売奨励金を端末販売台数(スマートフォンのほかフィーチャーフォン等の台数を含む。)1台当たりで見ると、対前年同期比で減少傾向。

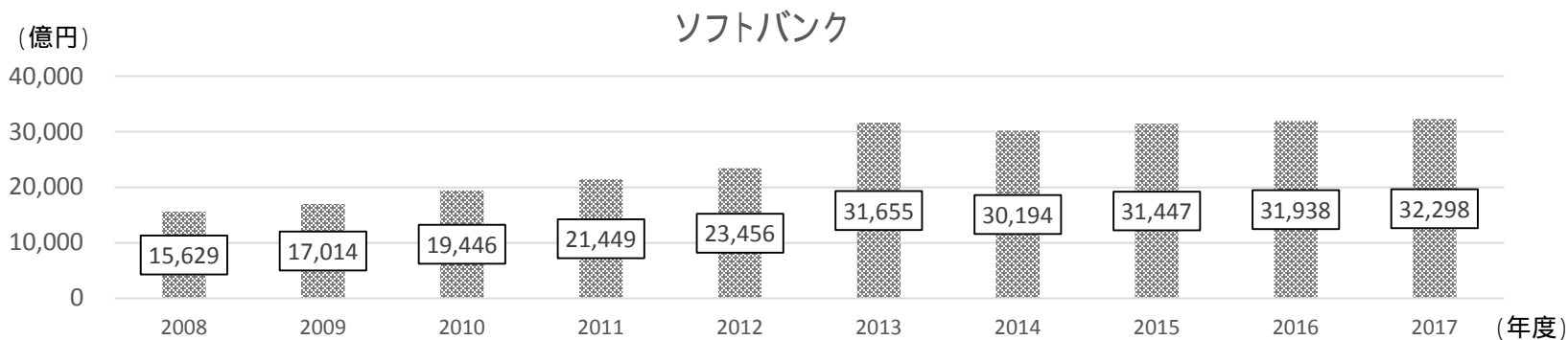
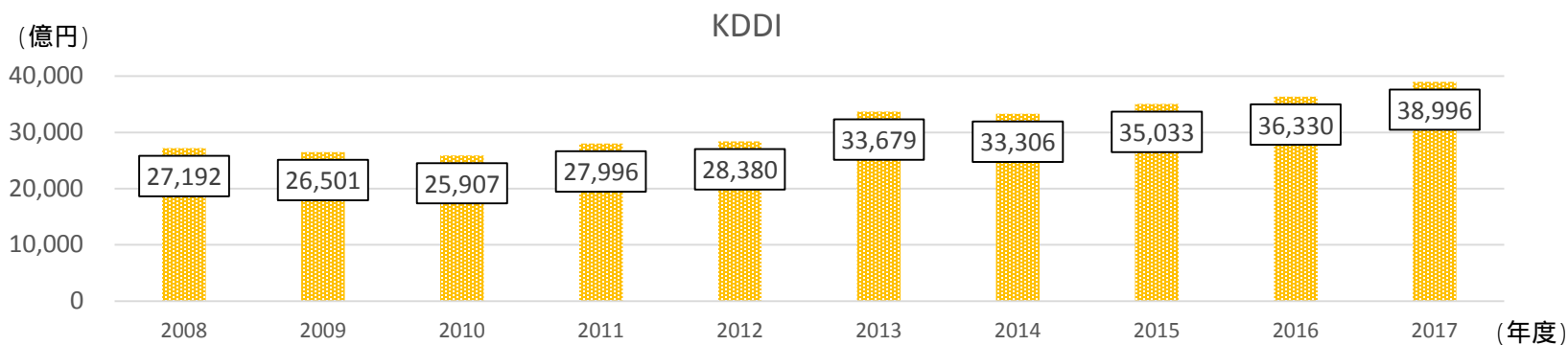
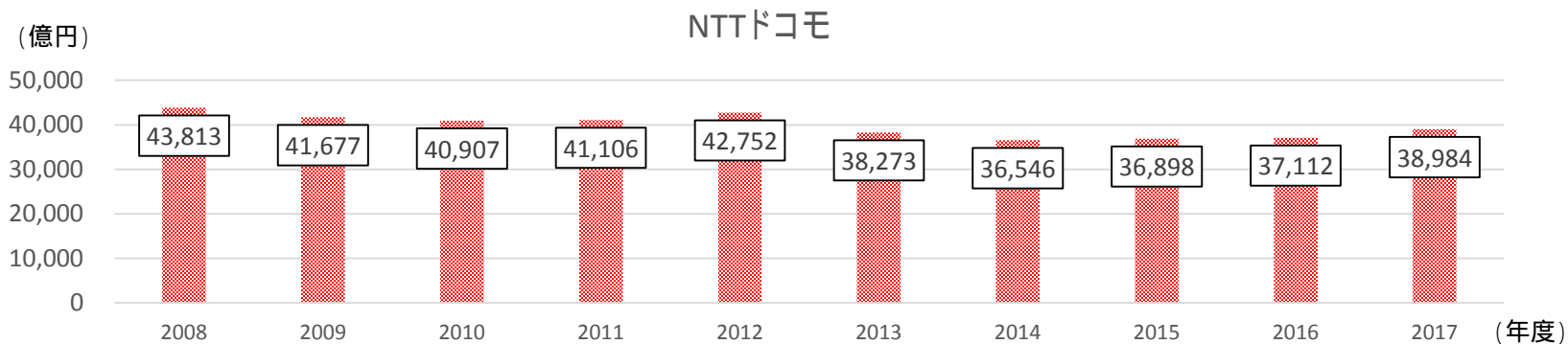
赤枠内は構成員限り

- 大手携帯電話事業者の端末の購入を条件とした割引等(各社合計値)について、
- ・ 通信料金割引は、2016年第1四半期以降減少傾向。
 - ・ 2018年度第1四半期は、前年同期比で、端末購入代金の割引及びその他の経済上の利益のうち、スマートフォンに係るものは増加、それ以外の項目は減少。

赤枠内は構成員限り

5 財務データ

大手携帯電話事業者3社の売上高の推移



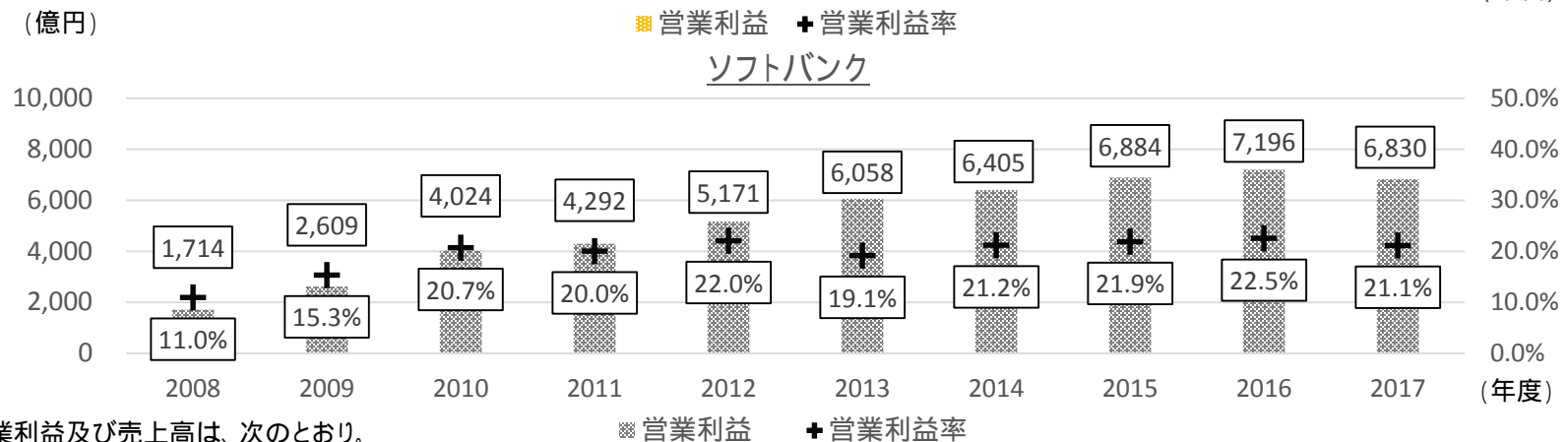
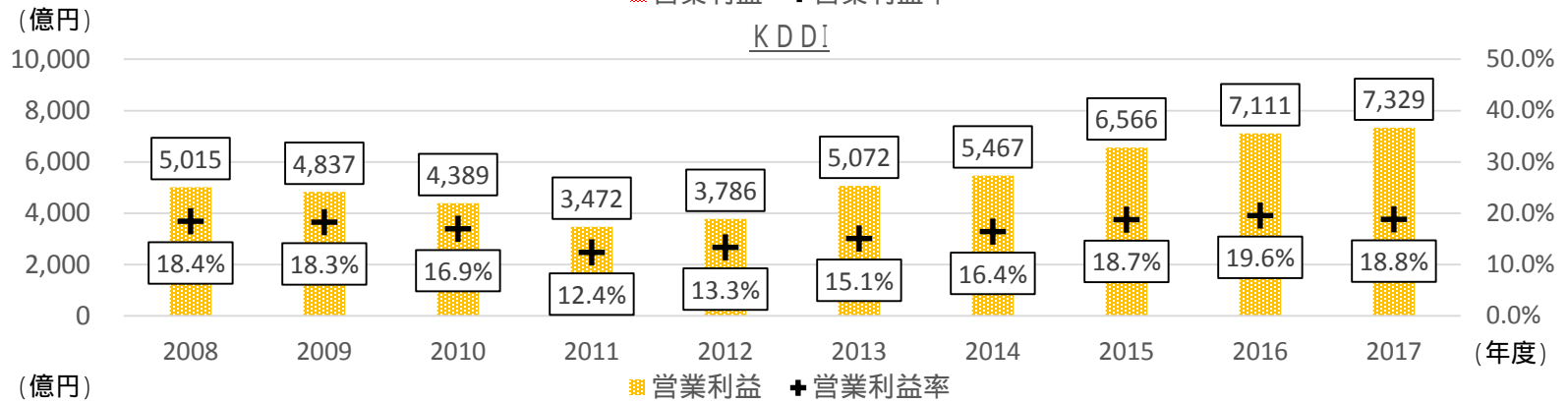
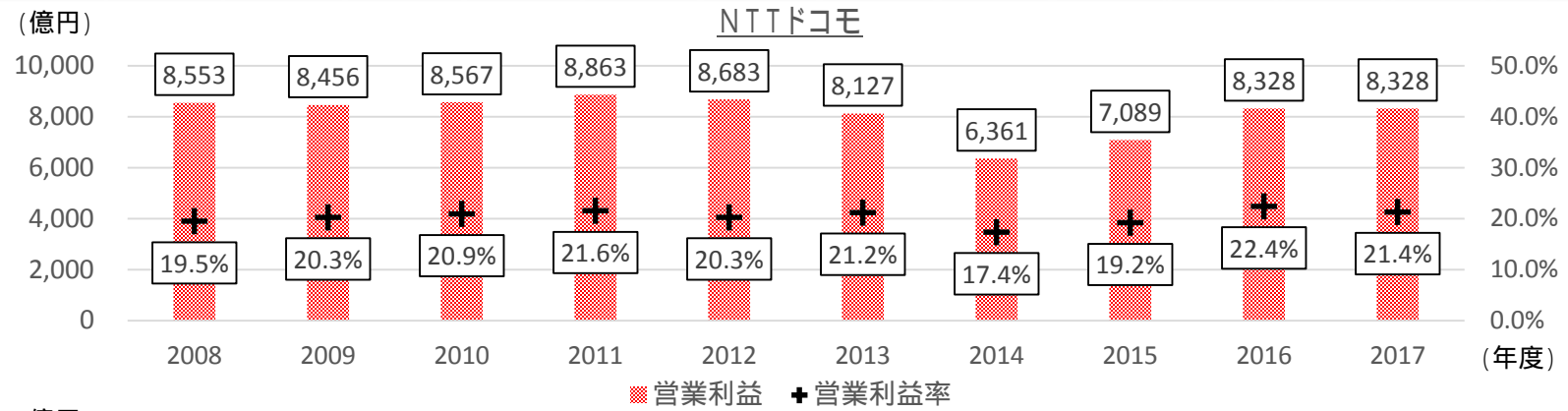
注) 使用した売上高は、次のとおり。

【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業(固定等含む)に係るもの。

【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度以降はパーソナルセグメント(固定等含む)に係るもの。

【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度以降は国内通信事業(固定等含む)に係るもの。

大手携帯電話事業者3社の営業利益及び売上高営業利益率の推移 61

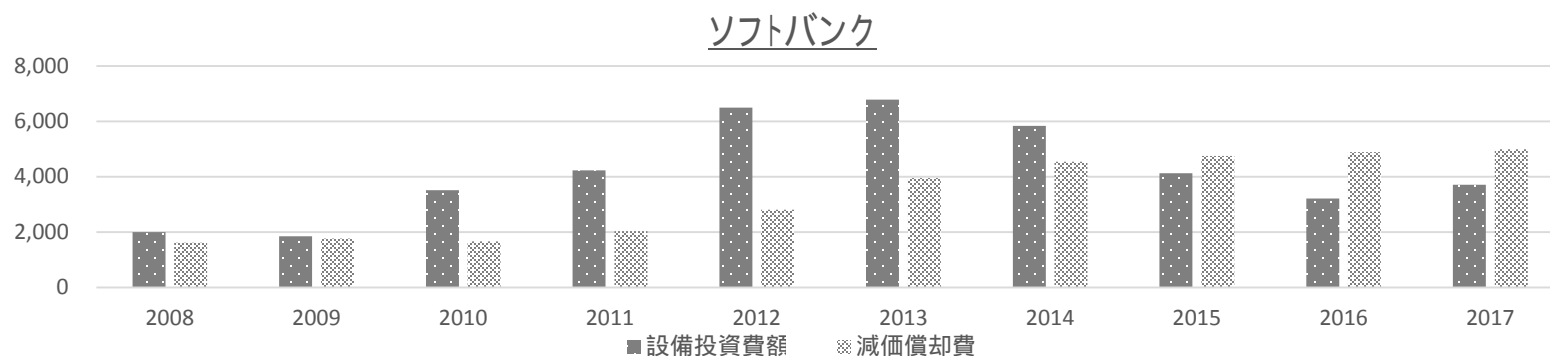
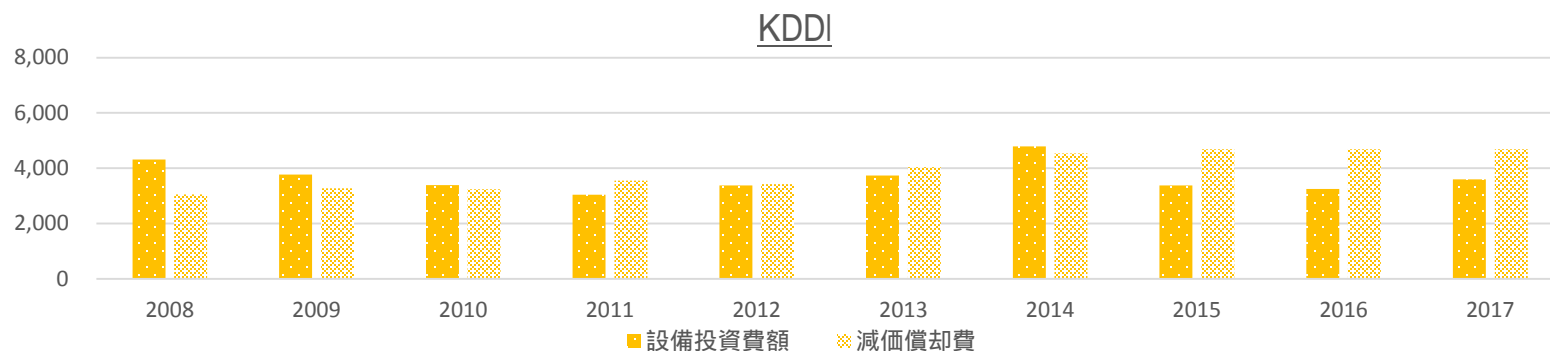
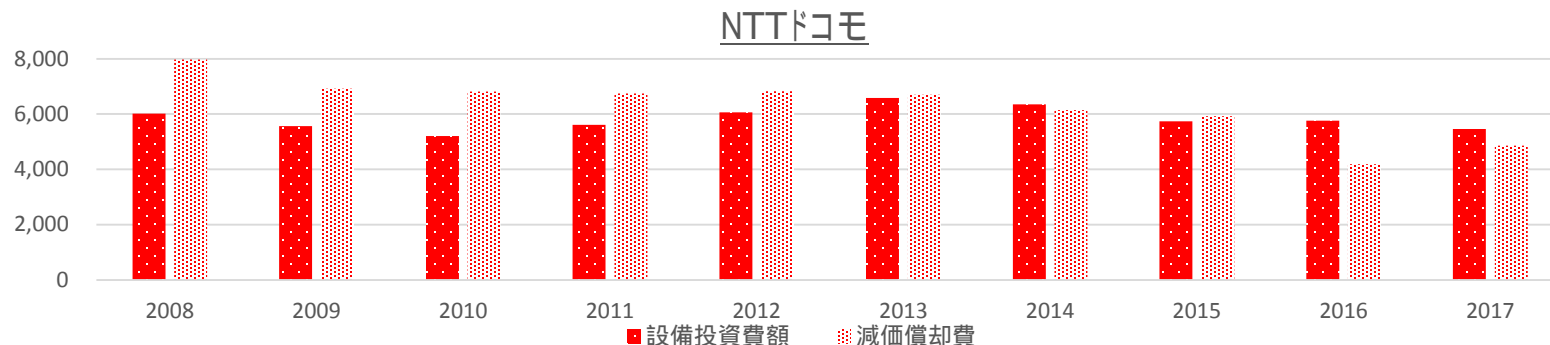


注) 使用した営業利益及び売上高は、次のとおり。

【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度以降は通信事業(固定等含む)に係るもの。

【KDDI】 2010年度までは移動通信事業に係るもの、2011年度以降はパーソナルセグメント(固定等含む)に係るもの。

【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度以降は国内通信事業(固定等含む)に係るもの。



注) 使用した設備投資額及び減価償却費は、次のとおり。

【NTTドコモ】 2012年度までは携帯電話事業に係るもの、2013年度～2016年度は通信事業(固定等含む)に係るもの。

2017年度は、設備投資額は通信事業(固定等含む)に係るもの、減価償却費は連結。

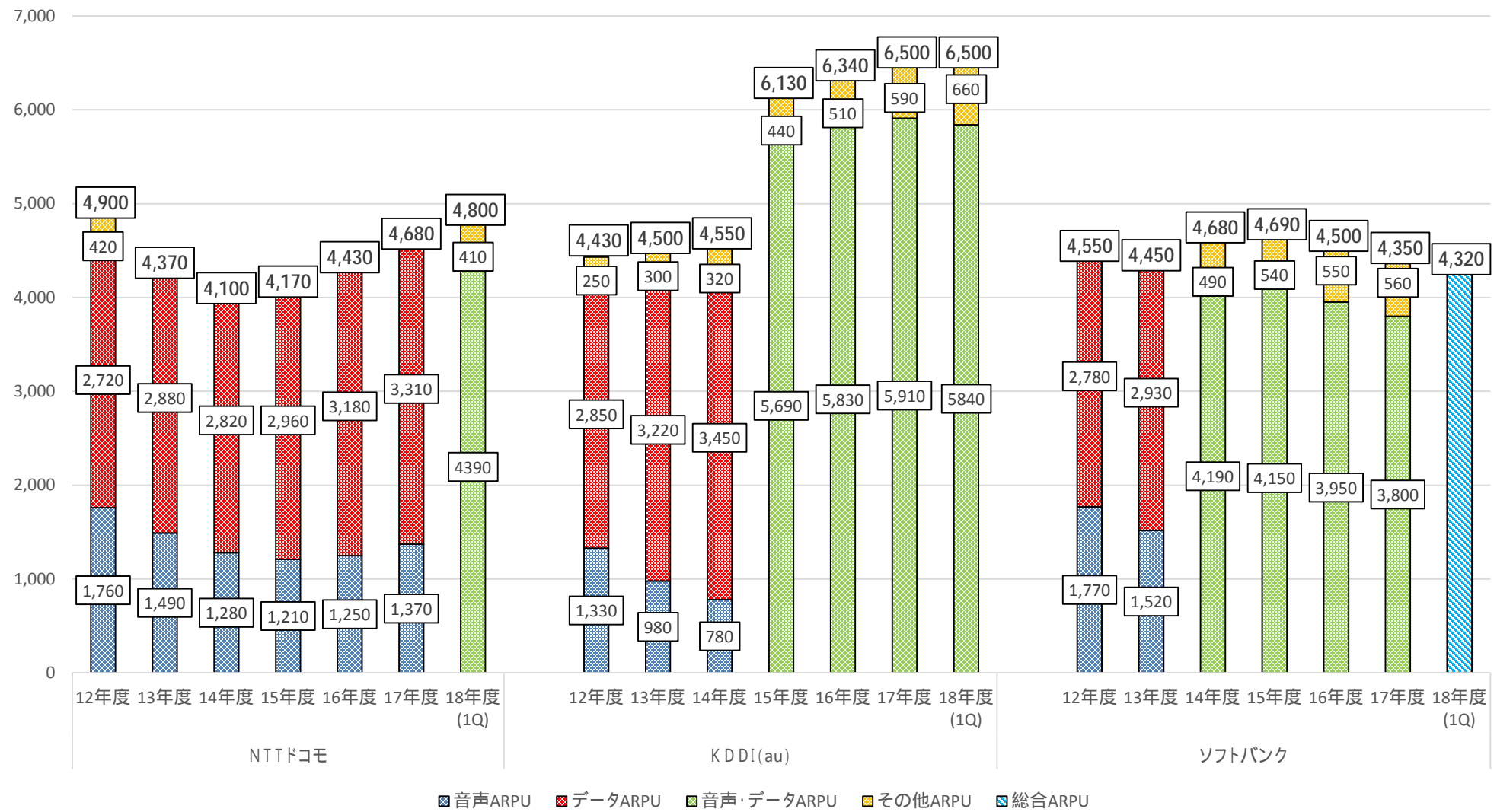
【KDDI】 2017年度までの設備投資額及び2010年度までの減価償却費は移動通信事業に係るもの。

2011年度以降の減価償却費はパーソナルセグメントに係るもの。

【ソフトバンク】 2013年度までは移動通信事業に係るもの、2014年度以降は国内通信事業(固定等含む)に係るもの。

大手携帯電話事業者3社のARPU等の推移

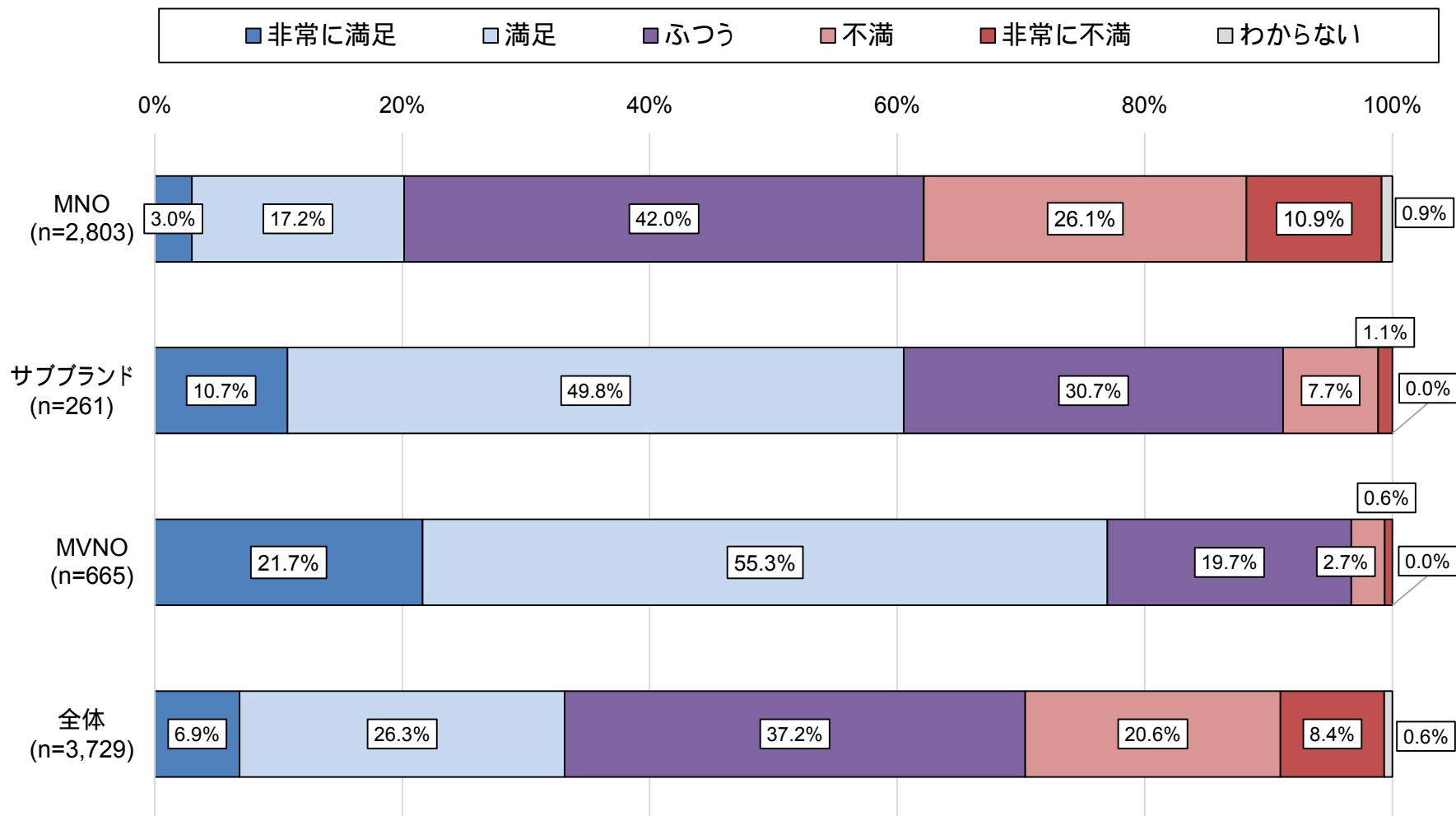
(円/月)



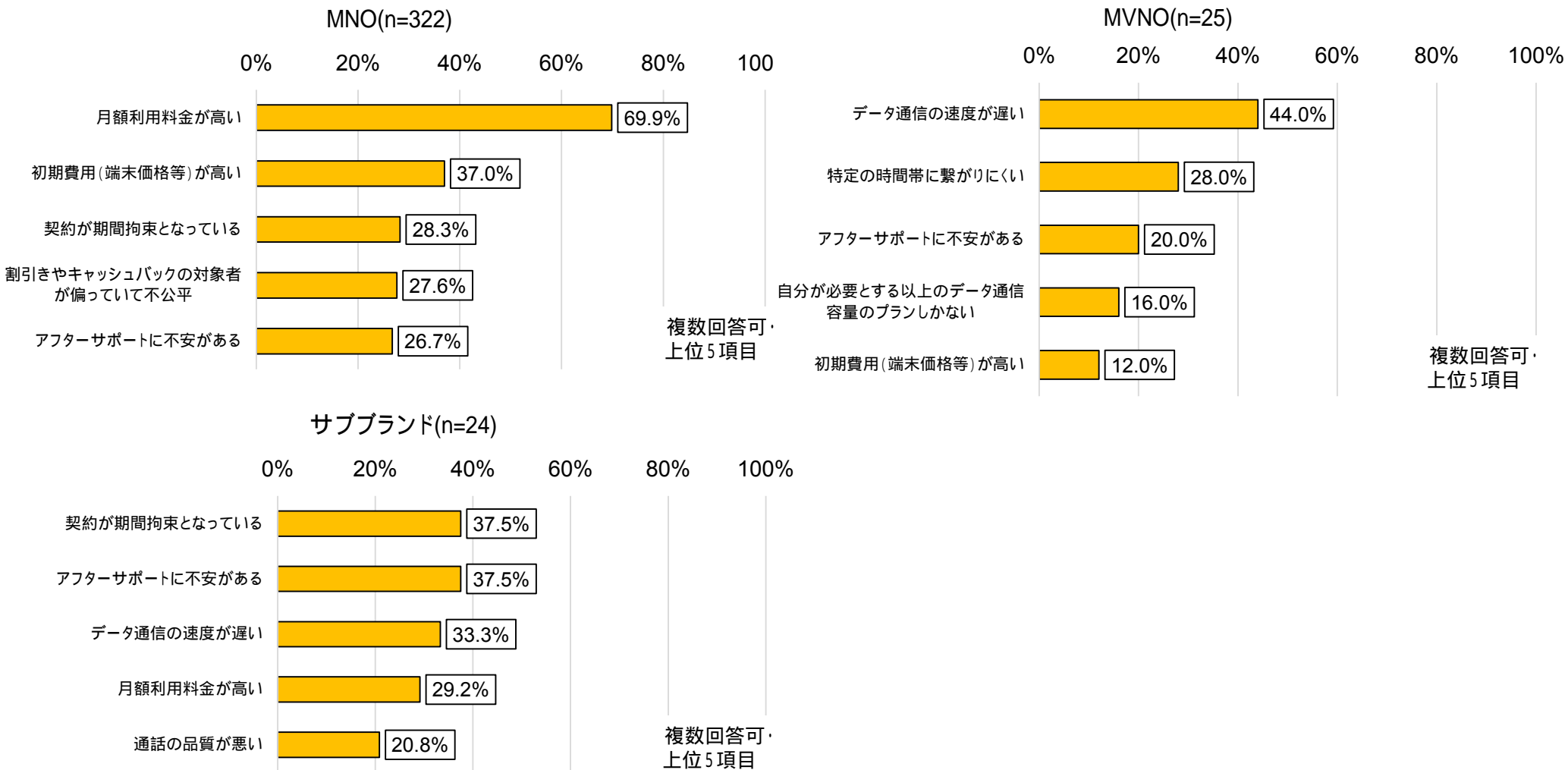
注1) 各社のARPUは、各社ごとの基準で算出、公表されているもの。同一の計算方法で算出されたものではない。
 注2) KDDIについては指標としてARPA (Average Revenue per Account: モバイル契約者1人当たりの月間売上高) を使用しているが、ここでは便宜上ARPUとして記載。
 注3) 四捨五入表示のため、各ARPUの合計の数値と合計のARPUの数値が合わない場合がある。
 注4) ドコモはスマートARPU、KDDIは付加価値ARPU、ソフトバンクはサービスARPUも含む。
 注5) KDDIの2012年度以降のARPUは「パーソナルセグメント」の「au通信ARPU」を使用。音声ARPUからは割引適用額を控除。
 注6) ソフトバンクの2011年度までのARPUは、通信モジュールを含む。

6 利用者意識

【移動系通信サービスの料金に対する満足度】



【移動系通信サービスの不満足な点】

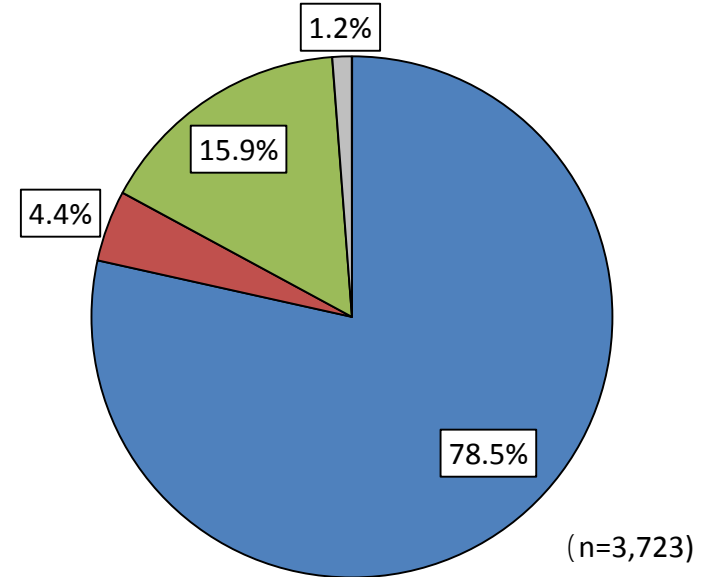


- アンケートに回答した全てのMNO及び約半数のMVNOがキャッシュバックを実施しており、還元対象費目を特に設定せずに実施している事業者が多かったほか、昨年度に引き続きMNOのみが他社設定違約金を還元対象費目としていた。還元方法はMNO、MVNOのいずれも同傾向であったが、現金でのキャッシュバックを実施したと回答したMNOはいなかった。
- 移動系通信サービスにおける、キャッシュバックと料金値下げに関する認識では、「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が最も多かった(78.5%)。

【移動系通信事業者におけるキャッシュバックの実施状況】

	MNO	MVNO
アンケート回答者数	4者	21者
実施事業者数	4者	10者
還元対象費目	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金 (1) ・事務手数料 (1) ・月額通信料金 (1) ・端末機器等代金 (1) ・なし (3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金 (0) ・事務手数料 (1) ・月額通信料金 (1) ・端末機器等代金 (1) ・なし (7)
還元方法	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 (0) ・商品券等の金券 (2) ・料金無償化、割引 (1) ・専用ポイント (3) ・その他 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 (3) ・商品券等の金券 (3) ・料金無償化、割引 (3) ・専用ポイント (3) ・その他 (0)

【移動系通信サービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに関する認識】



- 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。
- 通信料金の値下げよりもキャッシュバックの増額を優先してほしい。
- 通信料金の値下げとキャッシュバックの増額のどちらが優先でも構わない。
- その他

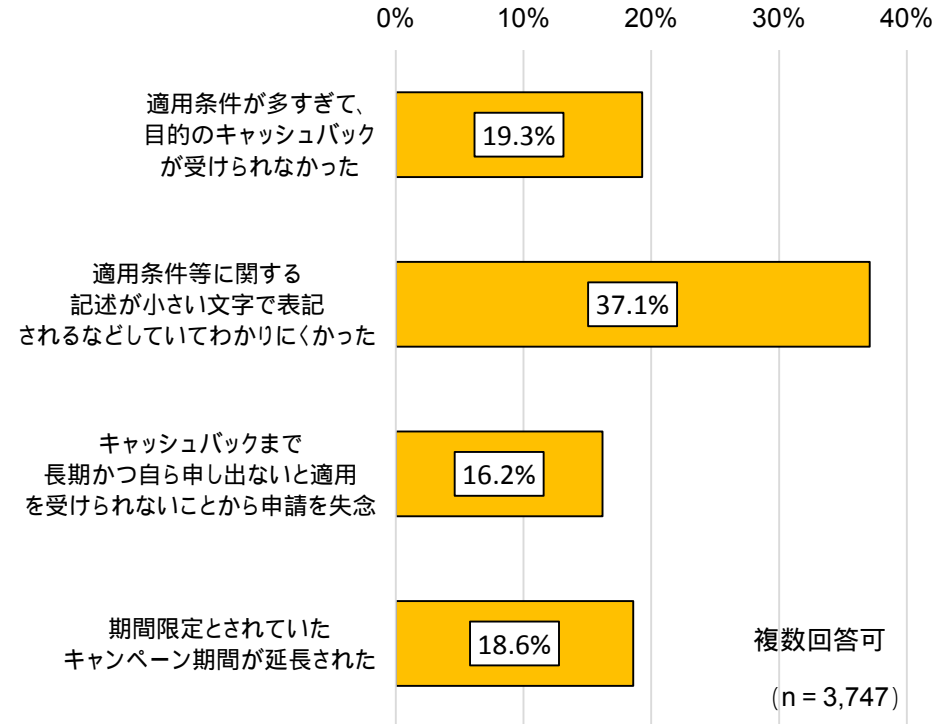
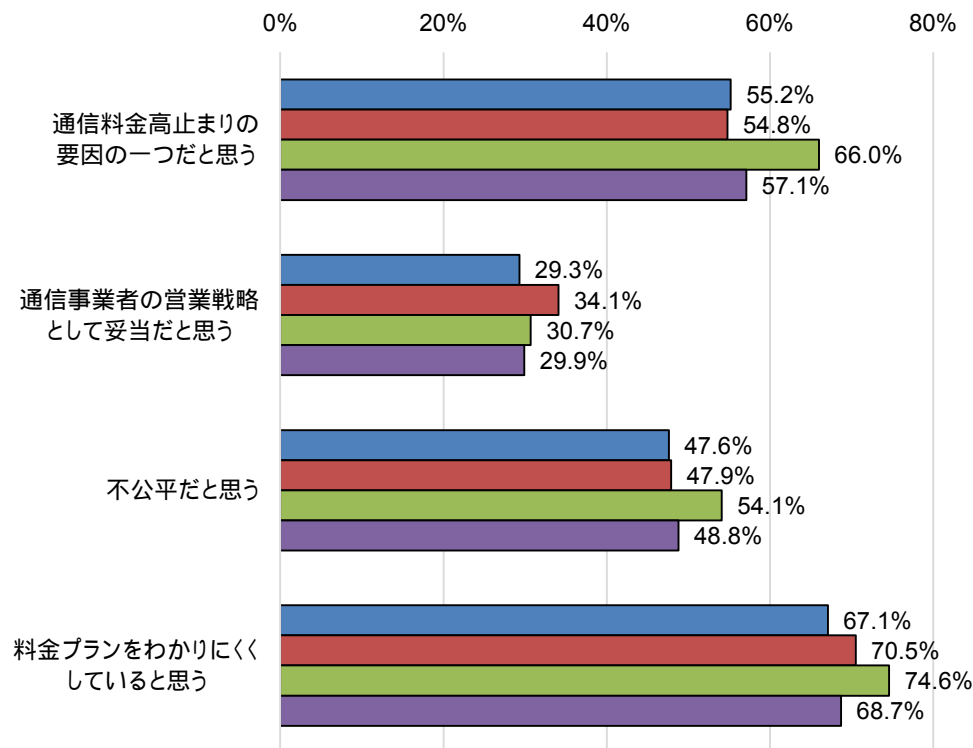
注：()内の数字は実施している事業者の数。複数回答可。

- キャッシュバックに対する認識では、MVNO利用者において批判的な意見の割合が高い。また、「料金プランを分かりにくくしている」と感じる人の割合は全体で68.7%であり、他の項目に比べ最も高かった。
- キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の表記がわかりにくい」が37.1%で最も多かった。

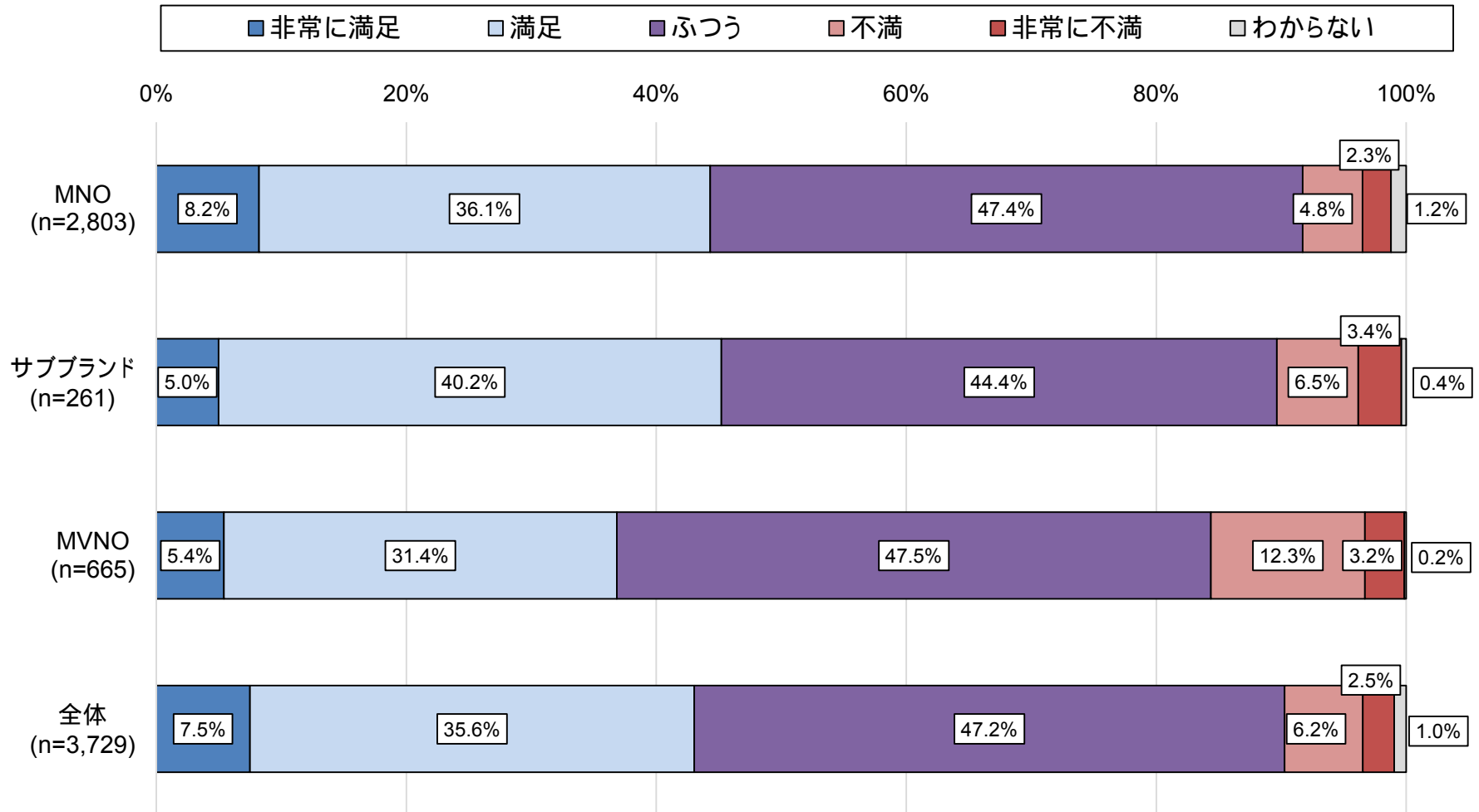
【移動通信サービスにおけるキャッシュバックに対する認識】

【移動系通信事業者のキャッシュバックに関する利用者の経験】

■ MNO (n = 2,803) ■ サブブランド (n = 261) ■ MVNO (n = 665) ■ 全体 (n = 3,729)



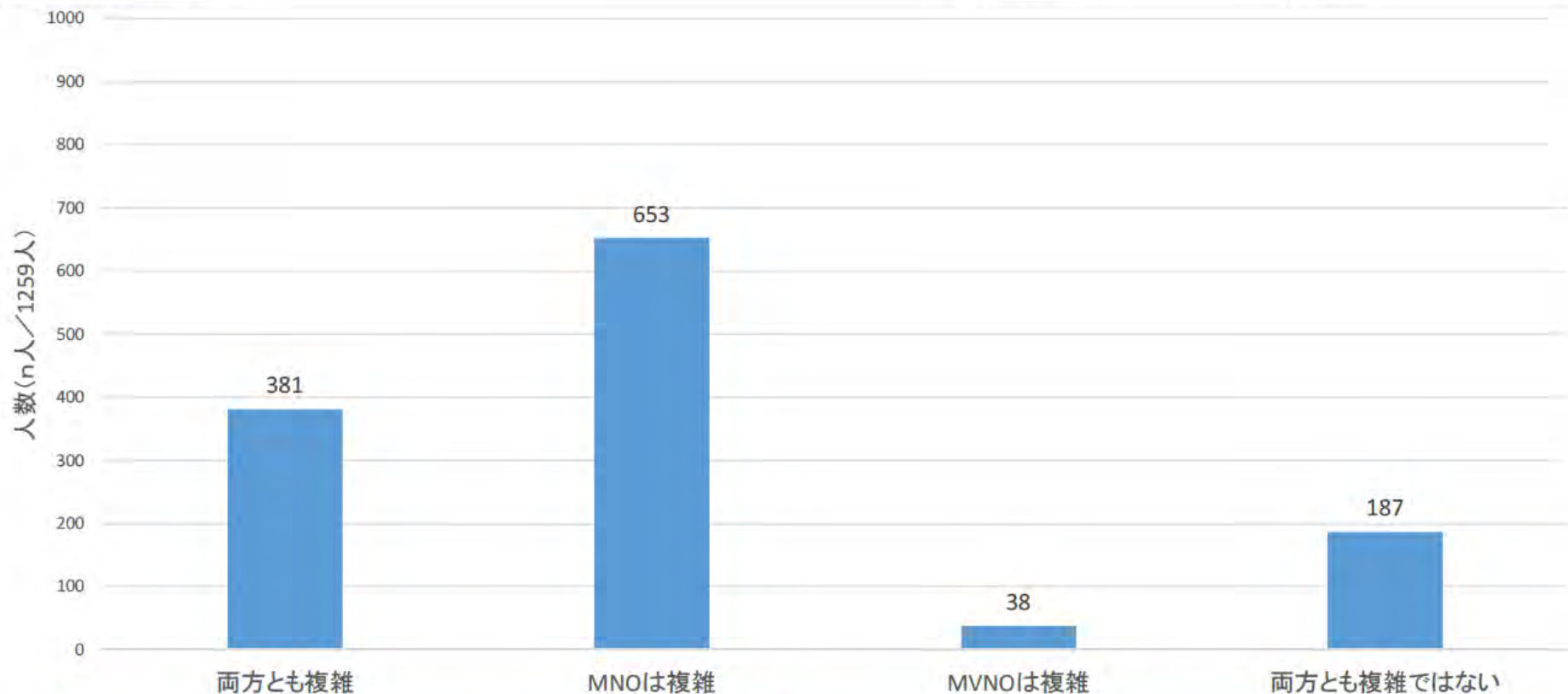
【移動系通信サービスの通信速度・品質に対する満足度】



Q. MNOの契約プランとMVNOの契約プランのどちらが複雑だと感じますか。

MVNO利用者（MNO使用の経験がある利用者1,259人中）

両方とも複雑	381人	30.3%
MNOは複雑	653人	51.9%
MVNOは複雑	38人	3.0%
両方とも複雑ではない	187人	14.9%

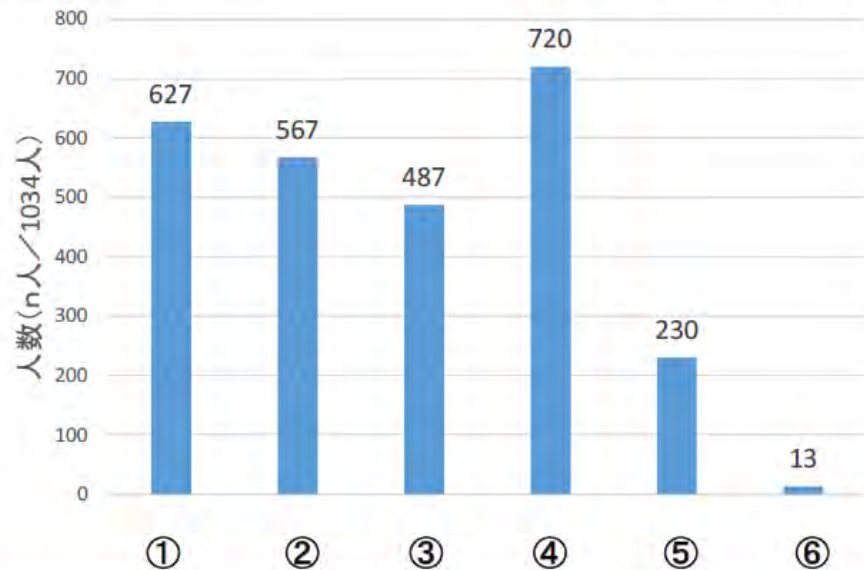


約82%の消費者がMNOは複雑（両方とも複雑も含め）と回答しており、約33%の消費者がMVNOは複雑（両方とも複雑も含め）と回答している。

Q.どのような点でMNO(MVNO)の契約プランが複雑だと思いますか。(いくつでも)

MVNO利用者(MNO使用の経験がありMNOのプランが複雑と感じる利用者1,034人中)

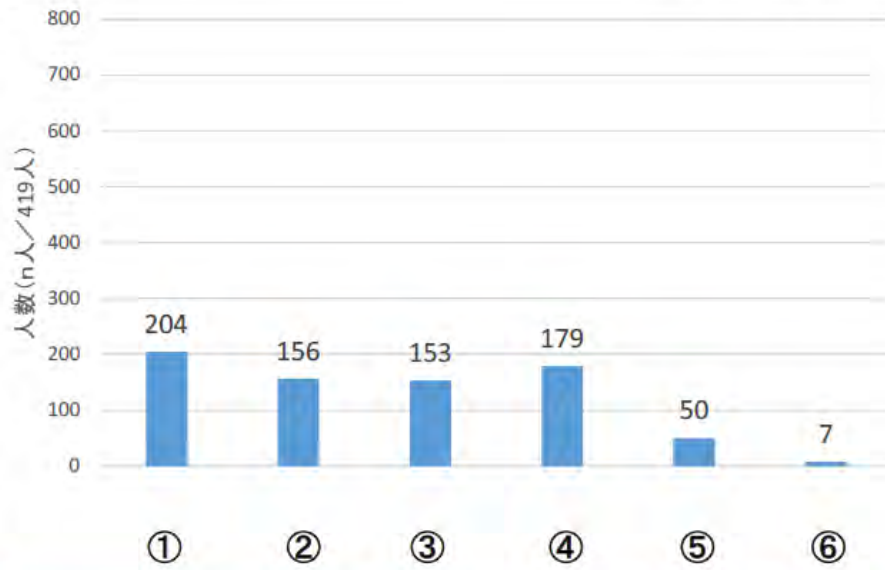
①通信料金は何円になるのかが分かりにくい	627人	60.6%
②将来的に(例えば2年間)支払う合計金額が分かりにくい	567人	54.8%
③違約金(中途解約金)がどのような場合にかかるのかが分かりにくい	487人	47.1%
④契約時のオプションが多く理解しづらい	720人	69.6%
⑤契約時の書類が多い	230人	22.2%
⑥その他	13人	1.3%



約70%の消費者が契約時のオプションが多く理解しづらいと回答している。その他、通信料金(約61%)、将来的な合計支払額(約55%)、違約金の条件(約47%)と続いている。

MVNO利用者(MNO使用の経験がありMVNOのプランが複雑と感じる利用者419人中)

①通信料金は何円になるのかが分かりにくい	204人	48.7%
②将来的に(例えば2年間)支払う合計金額が分かりにくい	156人	37.2%
③違約金(中途解約金)がどのような場合にかかるのかが分かりにくい	153人	36.5%
④契約時のオプションが多く理解しづらい	179人	42.7%
⑤契約時の書類が多い	50人	11.9%
⑥その他	7人	1.7%

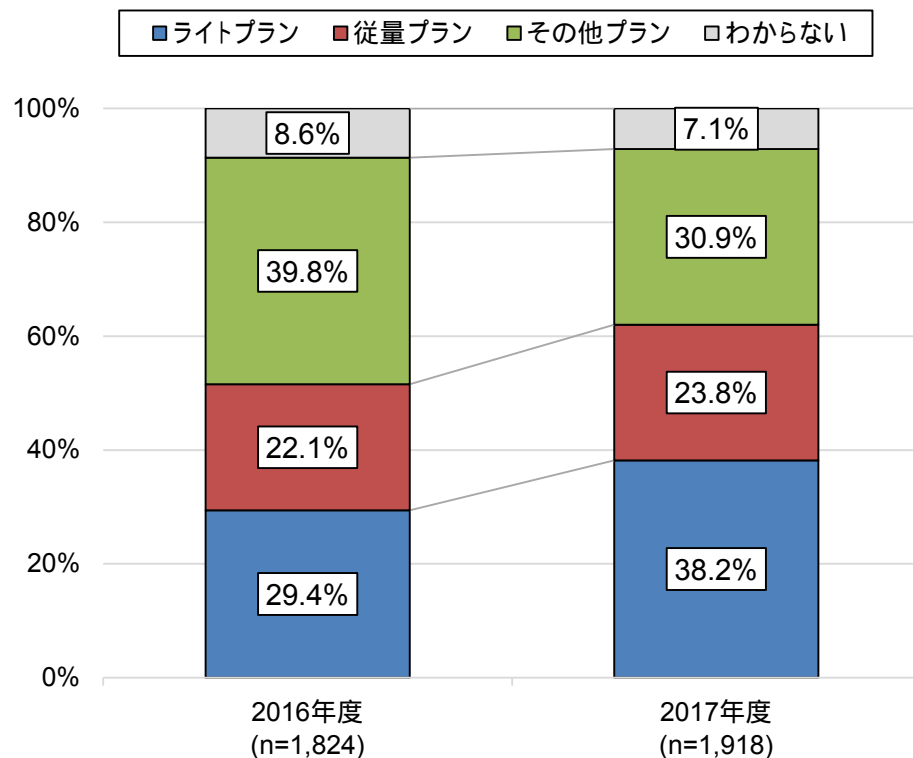


約49%の消費者が通信料金は何円になるのかが分かりにくいと回答している。その他、オプション(約43%)、将来的な合計支払額(約37%)、違約金の条件(約37%)と続いている。

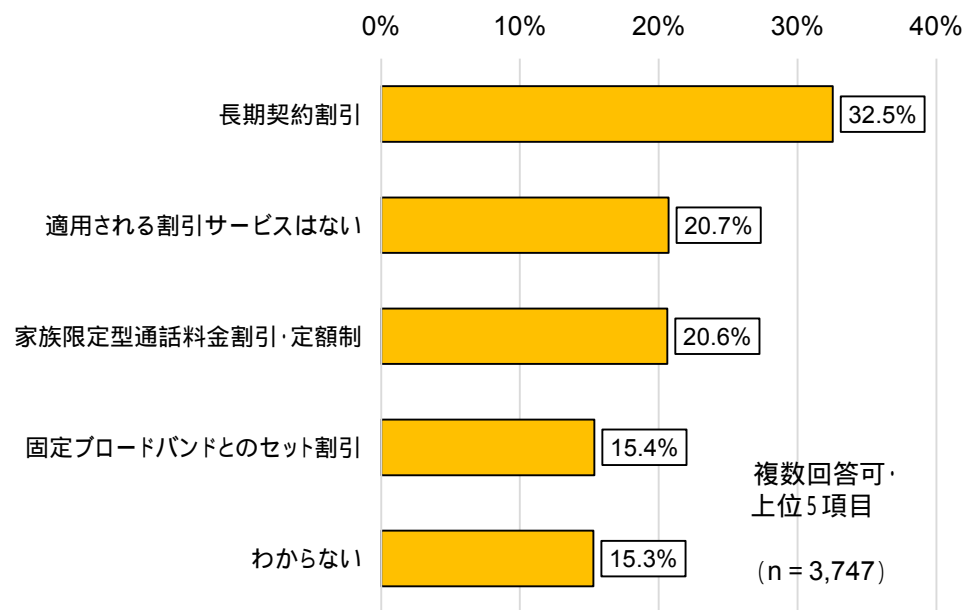
出典:「携帯電話市場における競争政策上の課題について(平成30年度調査)」(2018年6月28日公正取引委員会)別紙2「消費者アンケートの結果(概要)」

- MNO利用者の7.1%が、どの音声プランを自分が契約しているのかわからないと回答。
- 移動系通信サービス利用者の15.3%が、どの割引サービスを自分が受けているのかわからないと回答。

【MNOスマートフォン利用者における音声ライトユーザ向けプランの選択状況】



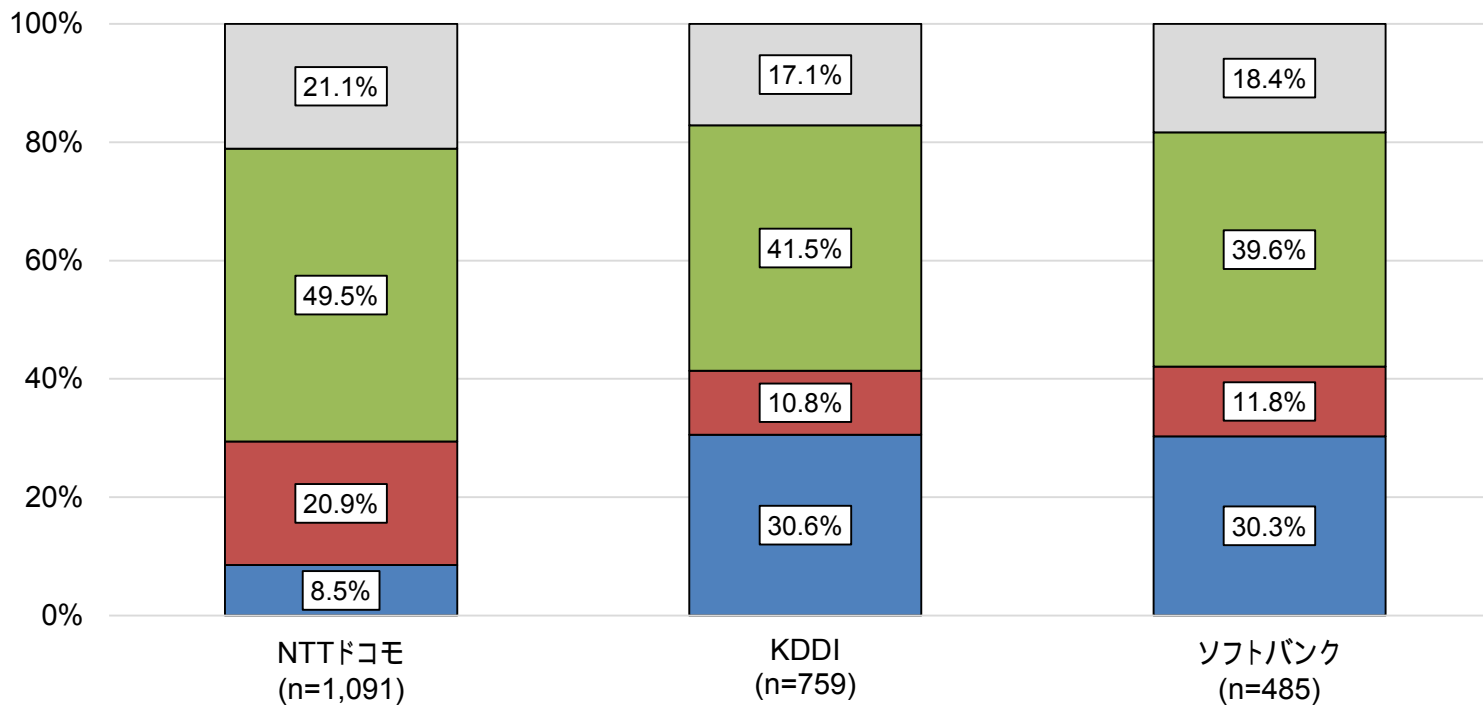
【現在適用を受けている割引サービス】



注: ライトユーザー向けプラン: MNOが提供している基本料が1,700円のプラン
 例) カケホーダイライトプラン (NTTドコモ)、スーパーカケホ (KDDI)、スマ放題ライト (ソフトバンク)
 従量プラン: MNOが提供している通話料が従量制 (一部無料) 基本料が1,000円未満のプラン
 例) シンプルプラン (NTTドコモ)、LTEプラン (KDDI)、ホワイトプラン (ソフトバンク)

▶ MNO利用者の約2割が、どの期間拘束プランを自分が契約しているのかわからないと回答。

【期間拘束プランの状況(MNO別)】



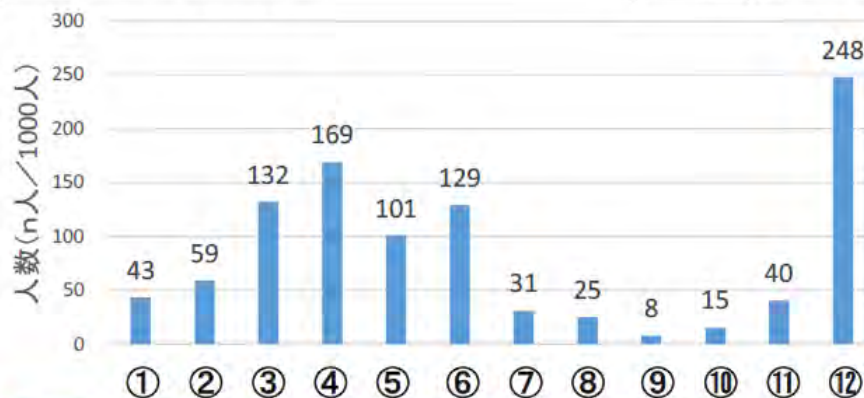
■ 25ヶ月目以降はいつでも違約金なく解約できるプラン() ■ 拘束期間がなく、いつでも違約金なく解約できるプラン
■ 更新月以外は違約金がかかる従来の「2年縛り契約」 □ 自分が契約している期間拘束に係るプランが分からない

NTTドコモが提供するプラン(「フリーコース」)は、期間拘束の更新月に選択可能。KDDIが提供するプラン(「誰でも割ライト」)及びソフトバンクが提供するプラン(「二年契約(フリープラン)」)は、期間拘束の更新月及び新規契約時に選択可能。

Q.毎月(2年間)に支払う携帯料金が何円安くなる場合、MNOからMVNOに契約を乗り換えますか。

MNO利用者(月額料金を示された利用者1,000人中)

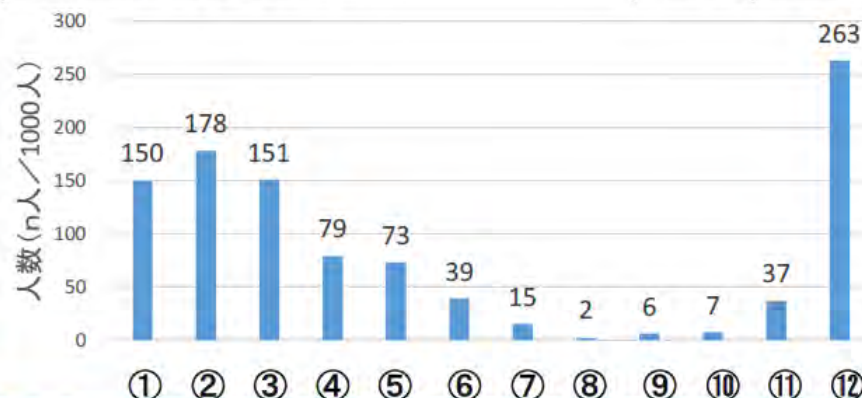
①0円以上～1,000円未満	43人	4.3%
②1,000円以上～2,000円未満	59人	5.9%
③2,000円以上～3,000円未満	132人	13.2%
④3,000円以上～4,000円未満	169人	16.9%
⑤4,000円以上～5,000円未満	101人	10.1%
⑥5,000円以上～6,000円未満	129人	12.9%
⑦6,000円以上～7,000円未満	31人	3.1%
⑧7,000円以上～8,000円未満	25人	2.5%
⑨8,000円以上～9,000円未満	8人	0.8%
⑩9,000円以上～10,000円未満	15人	1.5%
⑪10,000円以上	40人	4.0%
⑫何円であっても乗り換ええない	248人	24.8%



最頻値は何円であっても乗り換ええないを除くと、3,000円から4,000円

MNO利用者(2年間の総額を示された利用者1,000人中)

①0円以上～24,000円未満	150人	15.0%
②24,000円以上～48,000円未満	178人	17.8%
③48,000円以上～72,000円未満	151人	15.1%
④72,000円以上～96,000円未満	79人	7.9%
⑤96,000円以上～120,000円未満	73人	7.3%
⑥120,000円以上～144,000円未満	39人	3.9%
⑦144,000円以上～168,000円未満	15人	1.5%
⑧168,000円以上～192,000円未満	2人	0.2%
⑨192,000円以上～216,000円未満	6人	0.6%
⑩216,000円以上～240,000円未満	7人	0.7%
⑪240,000円以上	37人	3.7%
⑫何円であっても乗り換ええない	263人	26.3%

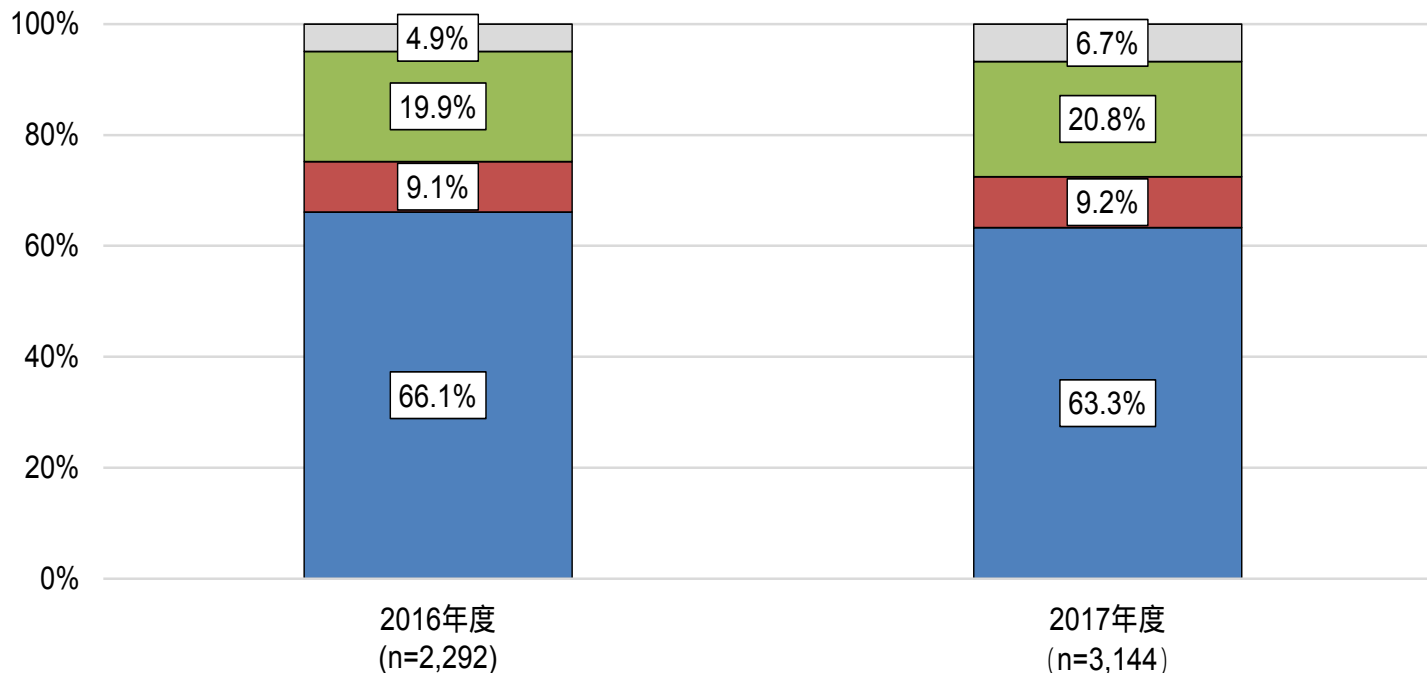


最頻値は何円であっても乗り換ええないを除くと、24,000円から48,000円

▶ 移動系通信サービス利用者の63.3%が、「当初の期間拘束経過後は、料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき」と回答。

【拘束期間の自動更新に関する利用者の認識】

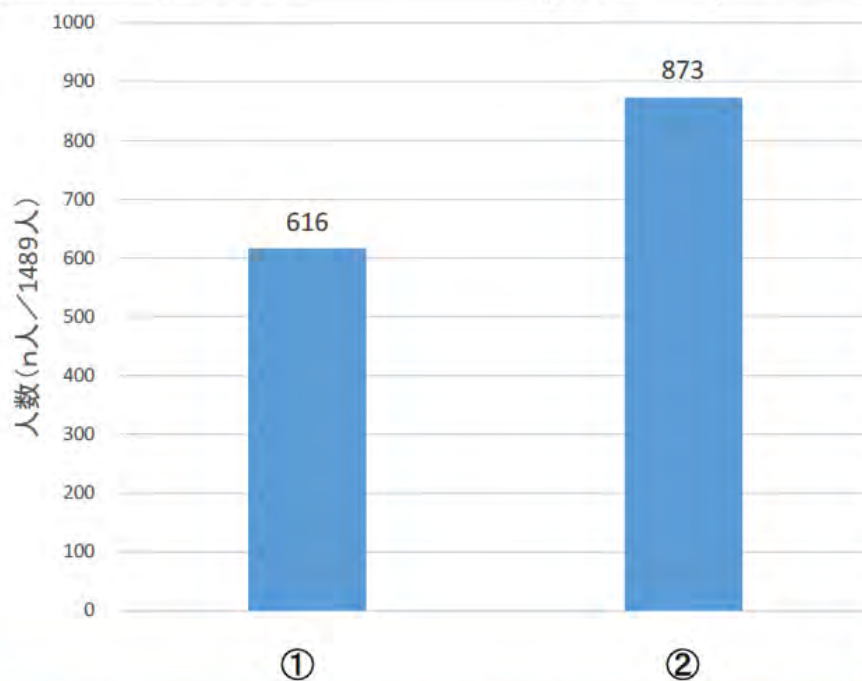
- 当初の拘束期間経過後は、基本料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき
- 当初の拘束期間経過後は、基本料金が上がっても良いので、いつでも解約できるようにすべき
- 基本料金が引き続き安くなるのだから、期間拘束が自動更新されても構わない
- その他



Q.あなたはX円安くなるのであればMNOからMVNO(別のMVNO)に契約を乗り換えると回答しました。その価格(X円安い価格)で(他の)MVNOが通信サービスを提供しているとします。乗り換えるためには9,500円(10,000円前後)の違約金(中途解約金)を支払う必要がある場合、通信会社を乗り換えますか。

MNO利用者(乗換えの可能性のある利用者1,489人中)

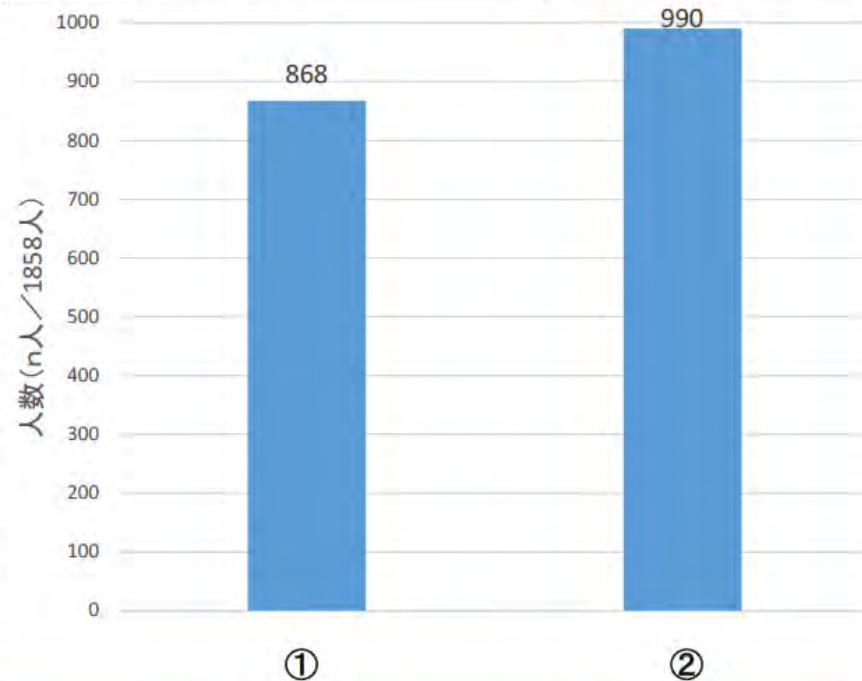
①現在の契約を解除してMVNOの安いプランで契約する	616人	41.4%
②現在の契約を継続する	873人	58.6%



現在の契約を継続すると約59%の消費者が回答している。

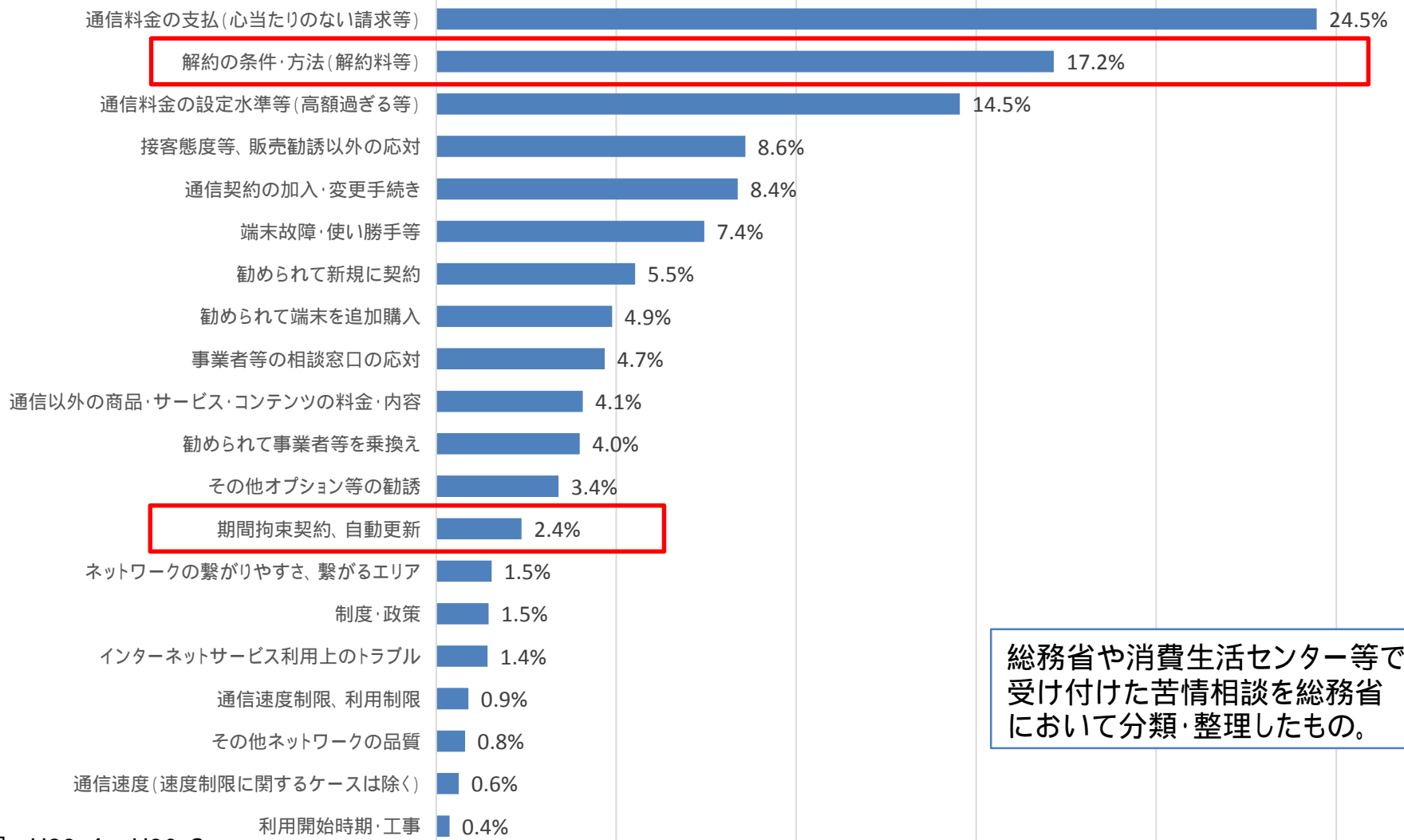
MVNO利用者(乗換えの可能性のある利用者1,858人中)

①現在の契約を解除して他社の安いプランで契約する	868人	46.7%
②現在の契約を継続する	990人	53.3%



現在の契約を継続すると約53%の消費者が回答している。

- 通信料金に関する苦情相談と解約の条件・方法に関する苦情相談が比較的高い比率を占める。
- 端末やオプションサービスに関する苦情相談も一定の比率で存在。



総務省や消費生活センター等で受け付けた苦情相談を総務省において分類・整理したもの。

N=6,243 期間：H29.4～H30.3

複数選択のため、合計は必ずしも100%にならない。不明やその他はグラフから除外している。

6 競争政策上の考え方

(1) 通信と端末のセット販売

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

しかし、通信と端末のセット販売において端末代金を大幅に値引く販売方法は、端末の大幅な割引に誘引される消費者をそのような販売方法を採用することが可能なMNO3社との契約へ誘引するため、MVNOに対し、MNOは競争上優位な地位を獲得する。

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

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

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

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

消費者アンケートの結果によると、実際のMVNO利用者の割合と消費者の選好との間に乖離が生じている可能性があり、その要因の一つとして、消費者が契約内容やその負担額の大きさについて情報が不十分なため、本来の選好に沿った選択がなされていないことが考えられる。すなわち、MNOの契約プランを複雑と感じる消費者が多数で、MNOの実際の契約プランは一定期間にかかる費用総額のイメージが理解しづらい、消費者は、割引額を長期間の累積した金額で示されると誘引されやすい(実質的に同じ金額でも、短期間の金額で示された割引額を過少評価する)傾向がある、という状況において、MNOと契約した場合の一定期間の費用総額のイメージを持ってないまま、一括で示される端末値引き額の大きさに誘引されて、本来の選好に沿った選択をできていない消費者がいる可能性がある。

消費者の商品・役務の選択は、個々の消費者の選好を反映して行われることが望ましく、MNO各社は少なくとも期間拘束契約をする場合には、当該期間において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。また、契約の更新時においても同様に、更新後の拘束期間中において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。

6 競争政策上の考え方

(2) 期間拘束・自動更新付契約(いわゆる「2年縛り」)

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

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

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

4年縛りのプログラムは、負担なくプログラムの解約等を行うことができる期間がなく、一度これを選択してしまうと、端末下取り及び同プログラムの再契約以外の選択をしようと考へても、端末が高額になるほど消費者にとってその際の実質的な負担が大きい。同プログラムが、消費者の契約変更を断念させることで消費者の選択権を事実上奪うものと判断される場合であって、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

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