

競争ルールの検証に関するWG（第29回）

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第39回）合同会合

- 1 日時 令和4年4月25日（月） 9：00～13：15
- 2 開催形式 Web会議
- 3 出席者

○構成員

新美主査、相田主査代理、大谷構成員、北構成員、佐藤構成員、関口構成員、
長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員、石田構成員、市川構成員、
木村構成員、黒坂構成員、近藤構成員、森構成員

○オブザーバー

小室公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長、矢花消費者庁消費者政策課政策企
画専門職、独立行政法人国民生活センター、公益社団法人日本広告審査機構、一般社団
法人電気通信事業者協会、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人日本イン
ターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟、一般社団法人全
国携帯電話販売代理店協会、電気通信サービス向上推進協議会

○ヒアリング対象者（端末メーカーは非公開）

株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式、
一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会、一般社団法人全国携帯電話販売
代理店協会

○総務省

二宮総合通信基盤局長、北林電気通信事業部長、林総合通信基盤局総務課長、木村事業
政策課長、川野料金サービス課長、寺本料金サービス課企画官、片桐消費者行政第一課
長、渋谷消費者行政第一課企画官、竹内消費者行政第一課課長補佐、望月料金サービス
課課長補佐、相良料金サービス課課長補佐

4 議事

【新美主査】 それでは、皆さん、おはようございます。本日はお忙しいところお集まり
いただきまして、ありがとうございます。

定刻となりましたので、競争ルールの検証に関するワーキンググループ第29回会合を
開催したいと思います。本日は、御都合のため、大橋構成員が御欠席と伺っております。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染症の情勢を踏まえまして、オンライン会議による開催ということで、よろしく願いいたします。

まず、議事に入る前に、事務局から連絡事項等の御説明をいただきたいと思います。それでは、よろしく願いします。

【川野料金サービス課長】 事務局から御連絡いたします。

本日もオンライン会議での開催に御協力いただき、誠にありがとうございます。これまでの会合と同様、御発言を希望される際には、チャット欄にその旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを見て主査から、発言者を御指名いただく方式で進めさせていただきますと思います。

なお、前回同様、今回も事業者等ヒアリングでございますけれども、チャット欄の記載事項につきましては、構成員の皆様、事務局に加えまして、ヒアリングに御参加いただいております事業者様等の方々からも御覧いただけますので、その点は御留意願います。その他の傍聴者からはこれまでどおりチャット欄は見えないという状況でございます。

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

以上でございます。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、議事に入りたく存じます。本日は非常に盛りだくさんの議題になっておりますが、次のような順序で会議を進めてまいりたいと思います。

まず、第1に対応周波数の違いによる端末価格の比較について、事務局から御説明をいただきます。

その後、一般社団法人テレコムサービス協会 MVNO委員会様及び端末メーカー様から、「携帯電話端末の対応周波数の制限」についてヒアリングを行います。なお、端末メーカー様からのヒアリングにつきましては、公開することによってヒアリング対象の皆様利益または第三者の利益を害するおそれがあると認められますので、開催要綱に基づいて、非公開として議事を進行したいと思っております。

続いて、再び議事を公開とし、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合として、覆面調査・販売代理店調査の結果等について、事務局から説明をいただきます。

その後MN O 4社様、一般社団法人全携協様から「事業法第27条の3の執行状況」についてヒアリングを行います。

その後、同じ皆様方から「販売代理店の状況」についてヒアリングを行います。これにつきましては、公開することによってヒアリング対象者の利益または第三者の利益を害するおそれがあると認められますため、開催要綱に基づいて、この部分についても非公開として議事進行をいたします。

以上の段取りで進めていく予定ですので、よろしくお祈いします。

それでは、事務局から、対応周波数の違いによる端末価格の比較について説明をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお祈いします。

【川野料金サービス課長】 事務局でございます。右肩、資料1を御覧ください。対応周波数の違いによる端末価格の比較という資料でございます。

前回のワーキンググループにおきまして、MN O各社様からヒアリングを行う中で、この端末の対応周波数につきまして、これを広げると、コストアップ増になるというお話がございました。

これを受けまして、一部の構成員から、実際に対応周波数が限定された端末と複数周波数に対応した端末、これが両方売られる端末につきまして、実際の価格を比較して調べてほしいという御要望をいただき、これについて私どもで調べた資料でございます。

1ページ目を御覧ください。こちらは、サムスン様のGalaxyシリーズについて比較しております。タイトルにございますとおり、日本と韓国での価格の比較でございます。

幾つか機種を調べておりますけれども、オレンジのところは、特定キャリアの周波数に特化した端末ということで、実際日本でキャリア各社様から売られている端末についての価格で、こちらは、キャリアのオンライン販売価格でございます。

他方、緑のところは、韓国の携帯電話事業者さんのオンライン販売価格を調べて、これを円換算したものでございます。

日本につきましては、ドコモさんとKDDIさんが取扱いをされてお祈いまして、こちらの価格を③というところで、①と②、ドコモさんとKDDIさんの価格の平均値を計算いたしまして、また、韓国のほうは取扱いのあるSKT様、KT様2社の価格を平均を⑥というところで取りまして、この⑥から③を引いた値を一番右側の差額というところで示しています。

緑の複数キャリアの周波数に対応した端末のほうがコストが高いということが想定され

ましたが、御覧のとおり、上位機種4機種につきまして、むしろ韓国の端末のほうが平均値で見ると安いという結果が出ております。

なお、日本の端末と韓国の端末のそれぞれのカバーする周波数帯について、下の表にまとめております。それぞれ赤いところ、あるいは水色のところが周波数が対応していない、ほかの丸がついているところは周波数が対応しているところでございます。

前回御説明したとおり、韓国の端末は、特にこの700、800、900あたりのプラチナバンドを中心に、対応が全てなされているという状況でございます。他方、一番上の端末ですと、韓国においてはまだミリ波に対応していないという状況でございます。

続きまして、2ページ目、こちらはソニー様の製品、Xperiaシリーズの例を比較しております。こちら、タイトル書いておりますように、こちらは日本国内でいわゆるキャリアモデルと言われるものとSIMフリーモデル、これはソニー様が自社直販として売られているモデルの価格を比較してございます。

こちらは日本の携帯キャリア、ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさん、それぞれで取扱いがございまして、この3社の平均を④のところで、価格を計算してございます。他方、⑤がソニー様が直接売られている価格でございます。⑤から④を引いた価格というのを一番右側に載せておりまして、これも見る限りでは、むしろソニーさんのSIMフリーモデルのほうが、価格としては安いという状況でございます。

なお、④で平均を取っておりますので、例えば一番上のXperia 1 IIIという、この端末で例えば見ると、KDDI様の価格は13万7,540円ということで、SIMフリーモデルよりも安いという形になってございます。

こちらにつきましても、下にそれぞれの端末の種別の対応周波数を調べさせていただいております。御覧のとおり、比較的キャリア端末のほうが、周波数の取扱いがカバーしているところが少ないということですが、価格としては、逆転現象が起こっているかと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ヒアリングに移りたいと思いますが、事業者ヒアリングの進め方については、まずは事務局からどういうふうに進めるのか説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

【川野料金サービス課長】 引き続き資料2に基づきまして、ヒアリングの進め方について御説明申し上げます。

右肩、1ページ目、ヒアリング全体が今どういうふうになっているかということでございます。前回4月11日に、第1回のヒアリングを行ったところです。本日が、この青いところ、第2回、4月25日のヒアリングでございます。

冒頭、主査から御説明ございましたとおり、前半が携帯電話端末の対応周波数の制限というテーマでございまして、こちら競争検証WG単独でのヒアリングを予定しております。後半が、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同ヒアリングでございまして、事業法第27条の3の違反事例の関係、また販売代理店の状況等につきまして、MNO4社様、また、全携協様からヒアリングを行うというものでございます。

2ページ目を御覧ください。本日のヒアリングの進め方の、第1部の部分で、競争検証WG単独の部分でございます。冒頭、テレコムサービス協会MVNO委員会様から、こちらは公開で、携帯電話端末の周波数の制限に関して説明、質疑というところを予定してございます。

それ以降は端末メーカー様、御参加いただける社様に、非公開で個別にヒアリングをする予定でございまして、構成員の方にはどの社のどの方かというのが御覧いただけると思えますけれども、こちら社名も含めて非公開とさせていただきますので、御了解をいただきます。

続きまして、3ページ目が第2部、合同ヒアリング部分のヒアリングの進め方でございます。

まず、事業法第27条の3の執行の状況、こちらは公開の場でございまして、MNO4社様、また、全携協様からそれぞれ御説明いただき、まとめて質疑という流れを考えてございます。

その後、販売代理店の状況、こちらは各社の販売戦略等にも関わるということで、対応いただける社は同じくMNO4社と全携協様で、それぞれ非公開で入れ替わりで、説明、質疑、説明、質疑という形で進めさせていただきたいと思えます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、今の要領で進めてまいります。まずは、携帯電話端末対応周波数の制限関係につきましてのヒアリングに移ります。

初めに、テレサ協のMVNO委員会運営分科会主査の佐々木様から御説明をいただきます。よろしくお願いいたします。

【MVNO委員会】 テレコムサービス協会MVNO委員会運営分科会で主査を務めて

おります佐々木です。本日はよろしく申し上げます。声、聞こえておりますでしょうか。

【新美主査】 届いております。

【MVNO委員会】 ありがとうございます。それでは、資料3-1に基づきまして、当委員会の考えを御説明したいと思います。

まず、おめくりいただきまして、1ページ目、当委員会では過去2回、2014年と18年に2回にわたり、包括的な政策提言というものを発表しておりますが、近年の競争環境の激変というところを踏まえまして、3月18日、当協会の主催するフォーラムの開催に合わせて、最新の政策提言2022というものを公表してございます。内容については、本日時間が限られておりますので、またの機会にぜひとも御紹介をさせていただければと思っておりますが、その骨子につきまして、2ページ目、3ページ目に記載をしております。

大きく5項目の提言をさせていただいておりますが、3ページ目おめくりいただきまして、④利用者本位の移動通信業界を目指す取組の推進の中に、赤文字で記載をしておりますとおり「スイッチングコストの更なる低減による利用者の流動性確保」、この項目の中で、今回テーマとなっておりますMNO提供端末における対応周波数制限というものについて提言をさせていただいております。

その部分をピックアップして御説明をしたものが4ページになっております。

今回スイッチングコストの低減ということになりますけれども、MNOのサブブランドや廉価プランが、多くのMVNOの料金プランと極めて近接する水準に料金が設定をされているという状況においては、お客様の流動性というものを確保するためにはスイッチングコストを限りなくゼロに近づけること、また、金銭的なスイッチングコストだけでなく、時間的・心理的などのスイッチングコストについても、これを低減する努力というものを繰り返していくということが必須であると当委員会では考えております。

その観点から、MNOが提供する端末における対応周波数制限というものについて、下の3ポツで提言をさせていただいております。

まず、一般的にこの消費者は、どの端末がどの周波数に対応しているかを一見して確認をすることができないということでもあります。すなわち事業者間を乗り換える、こういったスイッチングをすることによって端末にどのような挙動の変化が起こるかということ予測することは大変難しゅうございます。

このため、実際にスイッチングした利用者から、例えば周波数が対応していないことにより圏外になる等の通信品質に関するクレームにつながるケース、また、問題への懸念、こう

いった問題が起きるのではないかという懸念が心理的なスイッチングコストとなって、利用者の事業者乗換えを阻む可能性、こういったものも考えられると思っております。

利用者の視点に立てば、本来的にはどの端末であってもどの回線であっても、完璧ではないとしても、大きな不利益なく使用できること、これが望ましいのではないか。例えば、各MNOの主要な周波数への対応を、端末の提供事業者に対して求めるガイドラインを作成する等の必要な措置を講じていくということはどうかということ提言をさせていただきました。

このガイドラインの作成につきまして、5ページ目、6ページ目より、詳細に今回御意見をさせていただければと思っております。まず、5ページ目となります。

28回の前回のヒアリングにおきましては、MNO様から、現在、各事業者が提供している対応周波数に関する情報の一元化、こういった御提案をいただいております。こういった取組は決してもちろん望ましくないという方向性ではなくて、よい方向性だとは思いますが、3ポツ目、しかしながら、この取組をしたと言っても、端末持ち込みで事業者が乗り換えられるのかといったこと、その際にどのような問題が生じ得るかということ、これを消費者がこの表から正しく理解をすることというのは引き続き困難ではないかとしております。

おめくりいただきまして、6ページ目、当然ですけれども、日本で販売される全てのスマートフォン、タブレットが全てのMNOの周波数に対応すること、これは消費者保護という観点からは理想ではありますが、反面、端末の開発や製造コスト等への影響もこれは懸念をされるところであります。

例えば、対応周波数を一覧的に掲載するといった情報提供の改善に加え、MNO各社の主要な周波数への対応を端末提供事業者に対し求めるガイドライン等を設け、それを満たしている端末に対して、利用者に分かりやすいマークを発行するなどの取組が考えられるのではないかとしております。

これによって期待される効果、3点挙げてございますが、このようなマークがついている端末、これは利用者がそれを理解して、もし使っていただければ、利用者はその後安心して端末を使い続け、事業者をスイッチングすることができるようになるということです、端末持ち込みによる乗換えの際のスイッチングコストの低下というものにつながるだろうと考えております。

2番目、このようなマークのついた端末が、仮にマークのない同程度の機能の端末に比べ

て多少割高であったとしても、端末を使い続けながら安心して事業者を乗り換えることができるということに対し、一定程度の対価を払うという利用者、これも一定程度いることが想定をされるところであります。すなわち、周波数対応に対して仮にコストアップが生じるとしても、端末提供事業者の負担軽減につながるのではないかとしています。

また、3番目、このようなマークがついた端末は、中古市場において様々な通信事業者を利用している消費者が、実際に中古携帯ショップには買物に来るわけですが、自らの契約する事業者への対応をあまり心配することなく安心して購入することができるのではないかと。すなわち、マークがついた端末は、リセールバリューの上昇や、中古端末取扱事業者の取扱いのしやすさにもつながるのではないかとしております。

おめくりいただきまして、7ページ目、具体的なガイドラインの内容、例えばこれを必須とすることはあまり考えられないことかとは思いますが、どの程度の端末を、周波数を対応することでマークを発行するのか、どのようなクライテリアを満たした端末に対してマークを発行するのか、誰が発行するのか等々の運用につきましては、今回メインのステークホルダーであります端末提供事業者様、例えばメーカーであったりMNOであったり、また、それに対して周辺ステークホルダーとして、我々MVNOや中古端末取扱事業者等も交え、今後議論をしていくことが望ましいのではないかとしております。

本ワーキンググループ、また、総務省様におきましては、このガイドライン等の策定に向けた議論、策定後の運用状況の継続的な注視をぜひともお願いをしたいと思います。利用者の利便性を高め、スイッチングコストを限りなくゼロにするために必要なガイドライン等の改善に向けた議論を促すべきではないかとしております。

以上をもちまして、当委員会の意見を終えます。それ以降は、今回MVNO委員会参加各社へ取ったアンケートの結果となっております。本日は、時間の都合上、説明を割愛いたします。

以上となります。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、ただいまの佐々木様の御説明について、御質問のある方は、チャット欄で合図をしていただけますでしょうか。よろしくお祈いします。

中央大学の西村さん、どうぞ御発言をお願いします。

【西村（暢）構成員】 中央大学の西村でございます。御説明ありがとうございました。MVNO委員会様に1点質問をさせていただければと思います。

資料3-1の6枚目の2つ目の○では、ガイドラインなどに基づいて利用者に分かりやすいマークについて、提案されているかと思えます。3つの効果は非常に理想的でありまして、そのとおりであろうと期待できることかなとは思えます。これらの議論について7枚目に説明されておられますが、少し踏み込んでこのマークの発行、それから、その基準策定の主体としてどこが適切かなど、何か想定されておりますでしょうか、お教えいただければと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、佐々木様、御回答をお願いいたします。

【MVNO委員会】 MVNO委員会、佐々木です。御質問ありがとうございます。

もちろんマークの発行をどこがメインに担当するのかということも含めて、これはステークホルダーの議論かとは思っておりますが、今回問題になっているのは、MNO様が提供する端末に関する周波数の問題であって、SIMフリーの問題ではあまりないと我々考えておまして、まずはMNO様が主体的にこの問題に取り組むということが最も近道なのかなというふうには考えております。

ただ、これもMNOの皆様等の御意見等もあるかと思えますので、あくまで私見としてお伝えできればと思っております。

以上です。

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

【関口構成員】 関口でございます。佐々木様、御提言ありがとうございます。

ドコモさんの情報の一元化ということから一步踏み込んで、中立的な行政としてガイドラインをつくっていくという御提言は、非常に的を射ているように感じますし、それを分かりやすくマークをつけるというのも、例えて言えば技適のマークみたいな普及するマークができるといいかと期待しております。ガイドライン作成に賛成の意見でございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは佐藤さん、どうぞ御質問ということで御発言をお願いします。

【佐藤構成員】 佐藤です。ありがとうございます。

まずはコメントとしては、ほかの構成員が言われたように、消費者に対してやはりしっかりとした情報提供が大事ということ。マークをつけることを含めていろいろ具体的提案もあったので、こういったことも実現できる一つのアイデアとして議論すべきテーマだと思

っています。

質問ですが、どの周波数にも対応するとコストが上がるか下がるかというところで、資料の、スライドの12になります。デメリットのところ、同じ商品であれば、事業者ごとに異なるスペックの製品を製造することのほうが、コストが高くなるということ。そうすると、ABCの会社ごとにつくるほうが高くなるのか、ABC同じものにしたほうが高くなるのか、何か違うことを言っているのか、同じことを言っているのかが確認できなくて、要するにどの会社にも対応するほうが高いのか安いのか。

逆に言えばABCつくって、小ロットで違うものをつくったほうが単価が高くなるのか、一つにまとめると、一つの全てに対応する周波数だと、始めの開発はある程度高くなるけど、ロットが同じもの、今度はABC同じものをつくることになるので製造コストが安くなるのかといったところで、始めのほうでは全部に対応するのはコストが高くなる可能性があると言われたのですが、ここの文章だとそれぞれつくるとコストが高くなるというふうにも読めて、私の理解がしっかりとできてないということもあるので、追加で説明いただければと思います。

以上です。

【新美主査】 佐々木さんへの質問でよろしいですか。

【佐藤構成員】 佐々木さんになります。

【新美主査】 分かりました。佐々木さん、どうぞお願いします。

【MVNO委員会】 佐藤先生、御質問ありがとうございます。まず、12ページ目に書いてあります、同じ商品であれば、下線部、冒頭のところを読んでいたと思うのですが、ここのページ含めまして、9ページ目以降につきましては今回アンケートで各MVNOの事業者から寄せられた意見をまとめて掲載しておりますので、それぞれの意見につきまして、若干、視点が違ったりとか矛盾をしているような意見というものがこの中に混じっているということについては、何とぞ御容赦をいただきたいと考えております。

御質問いただきました、例えばPCの会社ごとに別々の端末をつくるほうが安くなるのか、高くなるのかということについては、これは例えば量産によるコスト削減というのがどれくらい効いてくるのか、あるいは1台、小さい例えばモデルナンバーをつけて異なる認可認証等を取得するのに対してどれくらいのコストがかかるのかといったようなところの件数をどのように設定をするかということによって、恐らく大きく変わってくる問題なのかと感じております。

御存じのとおり、MVNOは自らMNO様のようにメーカー様とのその専用モデルというものを提供することはあまりありませんで、一般的にオープンマーケットで販売を主体とされているようなSIMフリーモデルを各社共通して採用するということが非常に多くございますので、この量産によるコスト削減とか認証等にかかるイニシャルのコストというものをどのように変数に入れたら最適解になるかという計算というものについては、残念ながら知見がないというのが正直なところとなっております。

今回は前回までの事業者ヒアリングにおいて、MNO様からも、そういったこともするとコストが上がるのではないかという御意見があったことを踏まえ、コストが上がるのではないかという前提で、本日、資料をお持ちをしております。また、3月18日の政策提言もその観点からまとめておりますけれども、本日、事務局に御説明いただきました資料1では、必ずしもそうではないのではないかという結果も考えられるところでありまして、ここは実際にこういった量産というところを担っております端末メーカー様の御意見、また、MNO様の御意見というところを改めて聞きたいと考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続いて相田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【相田主査代理】 相田でございます。マークの発行、大変結構なことでぜひ進めていただければと思うのですが、その一方でそれで十分かといいますと、必ずしもそうではないということで、例えばオリパラが過ぎて少し下火になりましたけど、外国人観光客への対応ということで、外国人の方が、自分が海外で購入した端末を持ち込んで、空港でもって国内にいる間、通話料を安くあげるためにSIMを購入しようというときに、自分の持っている端末で、どのキャリアのSIMなら使えるのかという話はやはりあるわけで、この後また大阪万博もありますけれども、国際的な観点からの対応ということについても、ぜひお考えいただければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。貴重なコメントとさせていただきます。

ほかに御発言、御希望の方はいらっしゃいませんか。時間の都合もありますので、まずは佐々木様の説明への質問は以上にさせていただきます。どうもありがとうございました。

それでは、続いて端末メーカー各社様からのヒアリングに移ります。冒頭に申し上げます

たとおり、これは非公開議事とさせていただきます。

その進行につきまして、事務局から連絡事項の説明をよろしくお願いいたします。

【川野料金サービス課長】 これより、端末メーカー様のヒアリングの間は非公開での議事に移行いたします。

その後、当初予定で10時15分頃を目途に、少し押ししておりますけれども、再び公開の議事に戻る予定です。ヒアリングの進行状況に応じ、この公開議事に戻る時間につきましては、前後する可能性がございます。

傍聴者の皆様におかれましては、非公開議事の間、音声は切断されますけれども、傍聴用のURLにログインしたままお待ちいただければと思います。

それでは、今から傍聴者の音声の切断、あるいはMVNO委員会様のログアウト、あと1社目のメーカーさんのログイン等の作業をしますので、少しお待ちください。準備整い次第、主査に御連絡をいたします。

(以下、非公開会合)

※ 当議題の一部は、公開することにより事業者の利益又は第三者の利益を害するおそれがあると認められるため、事業者ごとにヒアリングを行う形で一部非公開にて実施しました。

(ここまで、非公開会合)

以上をもちまして、端末メーカー様からのヒアリングは、ここで一旦閉じさせていただきます。

この後、消費者保護ルールの在り方に関する検討会の構成員の皆さんの御参加を待ちまして、議事を公開とした上で、次の議題に移りたいと思います。

【川野料金サービス課長】 新美主査、事務局でございます。

準備整い次第、主査に御連絡をいたしますので、少しお待ちください。

【新美主査】 よろしくお願ひします。

【川野料金サービス課長】 新美先生、近藤先生のみ少し時間かかるようですが、ほかの先生おそろいですので、よろしくお願いいたします。

【新美主査】 了解しました。

それでは、消費者保護ルールの在り方に関する検討会の構成員の皆様、それから傍聴の皆様、どうもお待たせいたしました。

これ以降、競争ルールの検証に関するワーキンググループ（第29回）と消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第39回）との合同会合といたします。

なお、本日は御都合のため、平野構成員が御欠席と伺っております。また、近藤構成員が少し遅れられるということですので、あらかじめ御報告申し上げます。

それでは、まず事務局から、覆面調査・代理店調査の結果等について御説明をいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【相良料金サービス課課長補佐】 ありがとうございます。事務局でございます。

まず、資料4-1、電気通信事業法第27条の3の規律の遵守状況に係る覆面調査の結果について説明させていただきます。1ページおめくりいただければと思います。

覆面調査の結果についてでございますけれども、1ポツ目に記載のとおり、携帯大手4社を対象に、代理店等における販売の実態として、電気通信事業法第27条の3の規律、具体的には、通信契約とセット購入時の端末代金の値引き等を上限2万円に制限する、そういった規律に反するような行為が行われていないかというところを把握するため、覆面調査を行ったものでございます。対象は、ドコモ、KDDI、ソフトバンクは昨年につき2回目の調査、また、楽天を今回新たに加えてございます。

結果といたしまして、2ポツ目のとおり、各社の代理店等におきまして、違反または違反が疑われる事案が確認されたということでございます。こちらにつきましては、調査の結果、不適切と思われるものにつきまして、我々のほうで個別に調査結果を確認いたしまして、違反と判断されるもの、または、違反の可能性が高いものの、必ずしも違反と判断されとできなかつたものについて、違反が疑われる事案としてお示ししてございます。

結果は下表のとおりでございますけれども、太字、黄色枠の全体というところで、全体の傾向を説明させていただきます。

まず、調査件数につきましては、531件行ったところでございまして、違反または違反が疑われる事案が確認された件数はその下、52件、割合にして9.8%となっております。内訳は、違反と判断される事案が40件、7.5%、また、違反が疑われる事案が12件、2.3%というところでございました。

一番下に、参考として昨年の調査結果を示しております。これにつきましては、例えば非

回線契約者への端末販売拒否、端末購入サポートプログラムの提供拒否が確認された件数でございますけれども、昨年は20.5%というところでございます。

今回の調査結果に戻っていただきますと、累計をローマ数字、細字で書いております。今申し上げた、例えば非回線契約者への端末販売拒否ですとか端末購入サポートプログラムの提供拒否というものは、去年も調査を行って、要請も行ったところでございますので、全体の傾向としては少なめと思っておりますけれども、一方で、次ページ以降に各社の事案の概要をつけております。個別の説明は省かせていただきますけれども、例えば端末販売拒否につきましては、セット販売と単体販売の在庫を分けていて、単体販売の在庫がないという説明や、在庫があることを確認したものについて、在庫がないという説明がなされたものもございました。

あとは今回の傾向でございますけれども、この3番、回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示といったところについて、件数が多く見つかっているところがございます。こちらにつきましては、事案の概要を見ましても、単体販売はするものの、割引については適用されないといった説明もなされていまして、端末単体販売自体は行うものの、そういった割引の適用が、必ずしも現場では条件どおりなされていないということは一つ考えられるところがございます。

手短でございますが、次ページ以降は各社の事案概要になりますので、参考として御覧いただければと思います。

簡単ではございますが、資料4-1につきましては以上になります。

【新美主査】 資料4-2、4-3はよろしいですか。

【竹内消費者行政第一課課長補佐】 そうでしたら、資料4-2に基づきまして、御説明をさせていただきます。

キャリアショップ店員に対するアンケート調査の結果についてでございます。1ページ目をおめくりください。

こちらの調査でございますけれども、キャリアの販売代理店施策が現場のショップスタッフにどういった影響を与えているかを参考にするために、本年1月に各キャリアのショップ等につきまして、現職または離職1年以内のスタッフを対象にしてウェブアンケートを実施したものでございます。

回答者の属性情報は以下のとおりでございまして、全体をある程度網羅できるように整理しているというものでございます。

3 ページ目を御覧ください。このアンケートについては、サンプル数が限定されているということですか、ウェブアンケートの手法の制約といったものがありますので、実態を正確に反映できていないという可能性も一定程度あるということに留意が必要でございます。

このため、本調査につきましては、詳細につきましては、構成員及びヒアリング対象者の限りとさせていただくということにさせていただければと思っています。

アンケート結果の概要でございますけれども、ショップの仕事の満足度につきまして、8割の回答者が満足していると回答してございます。

2 ポツ目でございますけれども、総務省が2021年5月に各キャリアに対して、代理店業務の適正性確保に向けた要請を行った以降の状況でございます。2021年6月以降に利用実態に合わない、あるいは利用実態を確認せずに、上位の料金プラン等を推奨したことがあると回答された方が3割、その他の選択肢につきましても、一定数回答された方がいらっしゃるというところでございます。

3 ポツ目でございますけれども、一方で、こうした勧誘を強く行ったことはないと回答された方は4割未満でございましたけれども、勤続年数10年以上の方に限りまして、6割以上の方がそうしたことはないとおっしゃっていたということでございます。

こうした営業の背景について確認させていただきましたのが4ポツ目でございます。この業界の構造といたしましては、キャリアが一番上の階層にありまして、その下に代理店を経営する会社、個別のショップがあるという階段的な構造になってございますけれども、店長や上司からの指示、販売代理店の経営層からの営業目標、キャリアからの営業目標といったものが4割から6割といったところでございまして、自己判断の1割を大きく上回ったところでございます。

次のページを御覧ください。先ほど御説明がありました端末単体販売の関係でございませぬけれども、そちらにつきまして、6割の方が端末単体販売等に対応しないように、「店長や上司」「販売代理店の経営層」「委託元のキャリア」等から明示的または暗黙の働きかけがあったと回答されたということでございまして、実際に拒否したことがあると回答された方も2割いらっしゃるということでございます。

4 ページ目、2ポツ目でございますけれども、現場のお困り事といたしまして、営業目標を達成するために不要なサービス等の勧誘をしなければならぬとおっしゃっている方が4割いらっしゃるということでございます。

最後のポツでございますけれども、最近の総務省等の要請等を踏まえまして、勤務先のショ

ップにおきまして、「適合性の原則」ですとか、通信端末の完全分離を意識して対応するようになったとおっしゃった方が4割いらっしゃったというところでございます。

一方、適正営業の観点からでございますけれども、キャリアの手数料施策等が改善されたと感じられた方が3割だったということでございます。

次ページ以降は詳細でございますので、大変恐縮ですけれども、本日は割愛させていただきます。

最後、資料4-3を御覧ください。1ページ目をおめくりいただきまして、昨年9月に総務省のホームページに設置いたしました「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」でございます。こちらで代理店における不適切な行為ですとか、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標等の情報を収集しているというものでございます。

2ページ目でございますけれども、設置以降、4月14日までに寄せられている意見は1,349件でございます。うち「適合性の原則」に係るものが194件になってございます。

次ページを御覧ください。この中では、最近ちょっと目立つようになってまいりましたオプション、出張販売、ポートインの関係の通報を抜き書きをさせていただいております。

まずオプションの関係、幾つかございますけれども、代表的なものとして、1つ目のポツにございますとおり、キャリアから代理店に対しまして、オプション等の加入率の評価指標が設定されております。その指標が不十分だとキャリアから代理店に指導が入って、インセンティブを決める指標が下がるため、利用者ニーズに合わないオプション等を案内するしかないといったお声でございます。

5ページ目を御覧いただければと思います。もう一つ端的な事例でございますけれども、高齢・一人暮らしのお父様が、高齢者向けのスマホを紛失された事例です。こちらは通報者は恐らく御家族の方だと思いますけれども、今までと同じように使えるようにしたいということで、希望を伝えた上で、新しい機種を購入いたしました。

1か月後、家族が確認したところ、有料オプション、電気、ホームルーターに加入していることに気がついたということでございます。本人はホームルーターについて、解約で本体代が発生することですとか、毎月の総支払額が1万円になってしまうことを理解されていなかったということでございます。

御本人の利用状況を踏まえますと、パソコンも持っておらず、動画配信サービスも利用しておらず、携帯のみ使っているというところにもかかわらず、契約をしたといったところで

ございます。

6 ページ目、出張販売・ポートインの関係でございます。1 ポツ目を御覧ください。こちらにも御家族の方からの通報だと思えますけれども、御高齢の家族の方が出張店舗で機種変をして帰ってきた事例です。ただ、持ち帰ってきたのは新しい機体と薄い冊子だけで、契約書の控えですとか販売店が分かるものはなかったというところがございます。後日、キャリアに確認したところ、料金が2倍以上になっていることが分かりましたけれども、そちらの説明がなかったという事例でございます。

最後7 ページ目、ポートイン関係です。2 ポツ目を御確認いただければと思います。こちらはキャリアから求められるポートイン評価指標が高くなっているということで、達成をしないとショップに入る支援費が減ってしまうことで、ショップの運営を継続するためには、利用者ニーズを逸脱した提案をせざるを得ないといったお声でございます。

最後のポツでございますけれども、代理店への各指標が、ポートインが重視されているということで、お客様満足度ということを言いますけれども、満足度を上げてポートインを上げないと代理店宛ての支援費が入らないということで、ポートインを上げていけば満足度がどんなに低くても表彰されて、運営費が多くもらえるといった構造的な点を指摘するというものでございます。

駆け足でございましたけれども、資料4-3は以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、事業法第27条の3の執行状況に関するヒアリングに移りたいと思います。事業者の皆様から御説明をお願いします。

まずはNTTドコモの常務執行役員経営企画部長の山崎様から御説明をいただきたいと思えます。5分ほどお願いしておりますが、時間も押しておりますので、可能な限り簡潔にお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【NTTドコモ】 ドコモの山崎でございます。声、聞こえておりますでしょうか。

【新美主査】 聞こえております。

【NTTドコモ】 では、簡潔に御説明をさせていただきます。資料5-1-1になります。

27条の3の執行の状況ということで、今回、私ども覆面調査におきまして、違反と判断される事案が6件、疑われる事案が2件、計8件の発生でございます。

2 ページ目を御覧いただければと思います。こちら一覽で端末の販売拒否が1件、端末購

入サポートプログラムの適用の拒否が1件、2万円超利益提供で4件ということで確認を
してございます。今回の事象につきましては、0件というのが目標とするところだと認識し
ておりますので、いま一度、身を引き締める思いで、代理店さんとのコミュニケーションを
図っていかねばいけないと感じているところでございます。

3ページを御覧ください。今後の再演防止策として、前ページの内容それぞれにつきまし
て、追加の取組、従来からいろいろコミュニケーションを取りながら学習機能ですとか勉強
会、あるいは周知文書の徹底ということで取組をしてきたところでございます。全体の件数
は減っているといったものの、やっぱり0件を目標とするところで、さらに追加の取組とし
て、システム側でのチェックで、システムアラームを強化すると、これは今週中にシステム
化し、各ドコモショップでアラームが出て、割引の適用時、大丈夫ですかと促すような形の
仕組みを入れていこうという形で、対策を取りたいと考えております。それから、販売代理
店さんへの指導の強化をしたり、あと4つ目のところ、多面的・多層的なスタッフの教育と
いうことで、従来からも私どもの「g a c c o」という教育の仕組みを使いまして、スタッ
フさんの教育をやっているところですが、リモートとかオンラインでの学習もありま
すけど、やはりここへ来て、対面の学習、研修というところも大事なんじゃないか。他社さ
んも前回の会合の中でもおっしゃっていたところもございますので、オンライン、オフライ
ンの併用でいま一度周知、あるいは認識を深めていただくという取組をしていきたいな
と思っております。

これは特に今年、去年とかという話ではございませんが、各支社とか支店の個別の取組と
して、ショップのスタッフさんの新入社員あるいは同じ入社年度の方を集めて、横同士でド
コモが主催で研修をしたりとか、そのようなところで、ふだん聞けない声を聞きながら、私
どもも耳が痛いことを新入社員1年目、2年目の方は結構はっきり言っていたとスタッフ
さんもいらっしゃったので、そういう意見を聞きながら、さらにコミュニケーションを取
りながら理解をお互い深めていくといった研修も今一度していきたいと思っております。

あるいは利用者への周知の場として、新商品発表会とかの場でもこのような取組をして
います、あるいはこういう仕組みになっていますといったことを広く認識を一般のお客様
にも認識いただく取組をしていきたいと思っております。

簡単ですが、以上で最初の資料の説明は終わりたいと思います。

【新美主査】 どうもありがとうございます。非常に簡潔に要領よく御説明いただきまし
た。御協力ありがとうございます。

なお、御質問がおりかと思っておりますけれども、各社様の御説明が終わってから質疑の時間をまとめて取りたいと思っておりますので、しばらくお待ちいただきたいと思っております。

それでは、続きまして、KDD I 株式会社 渉外統括部長の山本様から御説明いただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

【KDD I】 KDD I、山本です。よろしくお願いいたします。それでは、資料5-2で御説明させていただきます。

まず、最初にスライドの2でございます。販売代理店との関係でございますが、これは様々なニーズへの多様化への対応、多様化が進んでおります。それから、政府の施策、デジタル活用支援に対する対応も進めております。

こういったものを背景に、スライドの3でございます。法令遵守の取組でございますけれども、報告書で指摘された事項、特に端末単体販売の拒否、これがサポートプログラムも含めて提供拒否という問題を指摘されており、あるいは適合性の原則に反するといった問題を指摘されているところでございます。こちらに対する弊社の対応として、大きく3点、①②③と整理をしております。

まず、最初に①の周知広報の取組、こちらはスライドの4を御覧ください。特にこれは端末単体販売の拒否に関するものでございます。非回線契約者、a uの回線ではないお客様に対しても、端末購入サポートプログラム、こういったものを御利用可能なことをお客様に対して分かりやすく周知しております。特に左側のところ。販促物の見直し、これは、具体的な例はスライドの次のページにもたくさん載せておりますが、ロゴ付近に回線契約がなくてもオーケーですよということを明記しております。それから真ん中のところ、これはお客様自身への御案内でございます。特にa u解約した後も、端末購入サポートプログラムというのは特典の利用ができますということを直接御説明しているもの。それから一番右側、これは社会全体の理解向上ということで、メディアの報道関係の皆様や、あるいは国民生活センターの方に対して、弊社の取組についても御案内をしているところでございます。

具体的な例は省略いたしまして、スライドの13、2つ目の取組に飛びます。スライドの13を御覧ください。こちらは取組の2つ目ということで、評価制度・奨励金等の見直しでございます。適合性の原則に反する勧誘、あるいは端末単体販売の拒否という問題の対処として、これは評価制度、あるいは奨励金などを見直しているところでございます。細かいところは、御説明は省略いたしますが、左側のところ、まず、評価制度としては大容量プランなどの販売契約に関する指標、こういったものを削除したり、あるいは、評価制度に関する

代理店の申告窓口というものを設けまして、具体的な意見、いろいろと問題点の御指摘のところを広く情報を集められるようにしております。それから真ん中のところでございます。こちらのほうも端末購入サポートプログラムに関してしっかりと奨励金を代理店様に対して御用意するという取組をしております。あと、その他、代理店様の独自商材の取扱いもできるような、そういったインセンティブも得られるような取組を進めております。

続きまして、スライドの14御覧ください。こちらは取組の3点目でございます、研修・体制構築でございます。左側のところ、定期的な研修、周知の取組でございますが、特に端末単体販売、これを拒否することが厳禁であるということ、eラーニングによる研修であったり、あるいは、これは店頭といいますか、商談資料、代理店様への御説明資料の中で、端末単体販売拒否、これはもう禁止であるということもしっかりと代理店様に周知徹底を図るところをしております。

それから右側、これはシステム等も含めての、あるいは、全体のスキームの整備でございます。販売代理店の売り方に関する苦情などが実際に生じた場合は、弊社の営業部門に共有されるように、しかもそれがしっかりと事実確認ができるように、再発防止措置が徹底できるように、こういった連携体制というのをしっかりと構築しております。それから、仕組みとして、特に27条の3に違反となるような端末の違法な値引き、こちらについては、しっかりとシステムでアラートが出るような、これはエラーですと、問題ですといったところのシステムの仕組みも進めているところでございます。

そういったものを踏まえまして、スライドの16、まとめでございます。現状の課題のまとめでございます。2019年の法改正以降、法令遵守の徹底のために、いろいろと一律の研修ですとか評価制度、奨励金の見直しをしましてまいりました。そうはいうものの、全体としての意識向上というのは図られてきておりますが、一部の代理店等で徹底できていない事例というのは現在、発生しております。販売代理店様、スタッフ様の知識、意識に濃淡が発生しているという状況でございます。

これを踏まえて、スライドの17でございます。今後のさらなる取組として、これは一律の研修に加えて、販売代理店スタッフの理解度、徹底度に応じた対応個別の対応というものをしっかりと強化しているといったところで、意識の差というのを解消して、さらなる改善を図っていく所存でございます。

弊社の御説明は以上でございます。細かいところは、ヒアリング事項への回答というのを御覧いただければと思います。以上でございます。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。

それでは、続きまして、ソフトバンク株式会社の通信サービス統括部長であります、吉岡様から御説明いただきたいと思っております。どうぞよろしくお願ひいたします。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。それでは、資料5-3を御覧ください。

まず、1ページ目、覆面調査についてです。今回、先ほど事務局の方から御説明いただきましたとおり、販売代理店における不適切な対応ということで、非回線契約者への端末単体販売の拒否、あるいは2万円を超える利益提供というものが全部で、違反が14件と疑いがあるのが6件という御指摘をいただいております。詳細は次ページ以降で御説明いたしますが、以前からこういうことが起こらないようにということで、様々な取組を実施しておりますし、今後もそれを緩めることなく継続して取り組む予定です。

先ほどの20件、覆面調査の結果の詳細をいただきましたので、実際に、それぞれの件、1件1件全て詳細の調査を行いました。該当する全店舗に調査を行ったのですけれども、ルールは、正しく理解はしております。まして、意図的に間違った案内をしているというケースはございませんでした。だからといって違反が1件もなかったと言うつもりは全くございませんので、実際にはそういうこともあったかもしれませんし、あるいは、説明のやり方ですとかトークの中身によって、お客様に誤解を与えてしまったというケースもあるのかと想像しております。そういったことはあってはなりませんので、その場合は改善していく必要があると思っておりますので、もし可能であれば、実際に調査のときに、詳細な説明の中身、音声とか書き起こしみたいなものが、もし提供していただけるようであれば、それをいただけたらと思っております。それを基に、我々ができる改善というのを最大限図ってまいりたいと考えております。

2番、3番は、こういうことを防止するためにどういった対策を行っているのかという説明です。

まず、2ページ目は、これは前回の会合でもお出ししたのですが、2万円ルールを、違反が起こらないようにどういうことをやっているかということですが、事業者が実施する施策が、ルールをまず、超えないようにということで、サービス企画部門や営業部門と渉外部門が二重でチェックを行っている。あるいは、事業者が値引き施策を実施している場合は、あと幾ら値引きの余地があるということを、機種ごとに代理店様に対してお知らせをしており、また、販売時に2万円以上値引きをした場合にはシステムでアラートが出るような仕組みになっております。また、研修やテストなどというのは、定期的に継続して行いルール

が忘れ去られることのないように取組を行っております。

3 ページ目以降は、端末購入プログラムの周知に関する取組でして、これも前回御説明したのですが、代理店対応としては、周知を引き続き行っていることに加えまして、手数料や代理店評価の中身も改定いたしました。また、お客様にもそういうことがちゃんと伝わるように、いろいろなツールの中でそのような説明をしておりますし、また、そのほかにも各種取組を行っております。次ページ以降は、その詳細を説明した中身になりますので、説明を割愛いたします。

当社からの説明は以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、楽天モバイル株式会社の渉外本部副本部長、鴻池様から御説明をいただきたいと存じます。どうぞよろしく申し上げます。

【楽天モバイル】 楽天モバイルの鴻池です。

それでは、資料5-4に沿いまして、事業法第27条の3の執行状況につきまして、御説明させていただきます。

2 ページ目をお願いいたします。まず初めに、覆面調査結果に関しまして、御説明を申し上げます。この調査において、当社店舗において、27条の3の規律に違反すると判断される事案が計7件確認されたこと、大変申し訳ございません。この結果を真摯に受け止めますとともに、これら違反の発生原因と再発防止策につきまして、次ページにて御説明させていただきますと思います。

次のページをお願いします。今回の事案の発生原因は、本来であれば、十分な知識を持つスタッフによるツールやウェブサイト等を用いた説明を実施すべきところでした。しかしながら、見習スタッフによる、応対やツールやウェブサイト等用いず口頭のみで説明をする等を実施したことにより、このような原因が発生したと考えております。本事案の再発防止策としては、右側のほうに、再発防止策として以下の5点を書かせていただいております。説明のほうは申し上げますが、これらの、より正確な案内方法を含めた、しっかりとした運用ルールの徹底を引き続き図っていくことにより、こういった事案発生をゼロ件に抑える取組のほうを強化してまいりたいと考えております。

それでは、4 ページ目のほうをお願いいたします。こちらは非回線契約への販売拒否や2万円を超える利益強要など、販売代理店における不適切な対応防止のため、定常的に実施している取組について御紹介させていただいております。左側については、店舗スタッフ向け

のマニュアルを作成し、配布し、研修をして実施している旨、右側のほうについては、4月11日にも御紹介した店舗支援の内容ではございますが、こちらについても、きちんと本マニュアルに基づいて、研修及び指導を行っているという取組についての御説明になります。加えて、販売代理店が企画実施するキャンペーンにつきましては、全て事前に当社マーケティング本部執行役員主催の会議にて法令適合を確認しております。

次のページをお願いします。端末購入サポートプログラムに関してのウェブサイト及び店頭で配布している楽天モバイル iPhone アップグレードプログラムに関するものです。パンフレットにおいて、回線契約がなくても御利用いただける旨、記載し周知していることを御紹介させていただきます。

次のページをお願いします。こちらは当社ウェブサイトのバナー等において、非回線契約者へも端末販売を行っており、割引を提供している旨を記載している形になります。こういう形で周知を実施している例になります。

次のページを御覧ください。こちらは7ページ目として取りまとめておりますので、こちらは後ほど御参照いただければと思います。

当社からの御説明は以上になります。

【新美主査】 御説明どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会、専務理事の俣野様から御説明をいただきたいと思います。よろしくをお願いします。

【全携協】 ありがとうございます。全携協の俣野でございます。それでは、資料5-5に沿って説明をさせていただきます。

まず、右下ページ、2ページ目でございますけれども、これは全携協に対するヒアリング事項の振り返りでございます。この一部では、法27条3の執行状況について御質問にお答えしたいと思います。

次のページ、右下3ページ目でございます。Q1につきましては、御承知のとおり、全携協はキャリアの委託を受けて店舗を運営する、いわゆる届出媒体等業務受託者の団体でございます。各キャリアの指導にのっとり取組を行っております。Q2の回答、A2でございますけれども、昨年度と同じコメントになりますので、説明は割愛いたします。Q3でございますけれども、違反事例は決して多くないと理解しておりますけれども、事例を共有いただきましたら、真摯に改善に取り組みたいと、このように思っております。Q4でございますけれども、不適切対応防止の取組でございますが、モニタリング定期会合でも御報告

申し上げましたが、注意喚起のeラーニング動画を作成いたしまして、各キャリアのeラーニングシステムで展開いたしております。Q5でございますけれども、4キャリアともプライスカードに端末単品でも購入できるという旨を記載してございまして、これらの掲示物につきましては、キャリアさんの制作によるものでございますので、全店徹底できているという認識でございます。

次のページ、右下4ページでございますが、これを御覧いただきたいと思っております。先ほどのQ3に関連いたしまして、非回線契約者に対して端末販売を拒否した理由の1つとしましては、転売ヤーの対策が考えられます。転売ヤーに買占められますと、本当に必要なお客様に端末が行き渡らないということもございまして、経営にも影響が出ているということからでございますが、全キャリアでこれらの施策を実施しまして、一番早いキャリアさんで、昨年6月に希少性のある在庫につきましては、お一人様1台ルールということを実施しております。この点は、本当に端末を必要とするお客様が不利益を被ることがないように引き続き、御理解をいただければと思っております。ちなみに、お一人様1台限りのルールといえますのは、昨年度、検証ワーキングにおいて全携協からも御提案をさせていただいております。リマインドということで、次の5ページでございますけれども、昨年度のワーキングの資料を参考転載させていただいております。御覧いただければと思っております。

全携協からの説明は以上でございます。ありがとうございます。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの各社様からの御説明について質問のある方は、チャット欄にて御合図いただけたらと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

それでは、大谷さん、どうぞ御発言をお願いします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。大谷でございます。各社様からの御説明どうもありがとうございました。

質問というよりはコメントといったものになりますけれども、コメントさせていただきますと、覆面調査の結果、素朴な販売拒否の事例は減っているものの、根絶できていないこと、それから、回線契約を条件とする2万円の条件を超える利益提供が複数件各社から見つかっているということで、より巧妙化しているという印象を受けております。

根絶できていないというような事情は、各社努力していただいているにもかかわらず、研修なども頑張らせていただいているにもかかわらず、そういう状況になっているのには構造的な課題があると思われまますので、例えばポートインの獲得が過度に高評価を受けるよう

な評価制度になっているなど、評価制度の見直しも行っていただいているものの、さらに評価制度が十分なものなのかどうか、検証していただく必要があるものではないかと思っております。

そこで、お願いなんですけれども、各社様には再発防止策をいろいろ講じていただいている中で、それが奏功しているのかどうか、効果の測定というのをお願いしたいと思います。そういったことの中には、各社様で割引額のアラートを出していただくというツールの整備もしていただいているんですけれども、割引額のアラートを解除したログごとに、その割引が結果的に適正なものであったかということ、説明を求めるとか、あるいはチェックするということが恐らく必要になってくるのではないかと思います。

それから、キャリア独自の覆面調査を行われている企業様、例えばドコモ様は、やはり一定の効果を上げていると思われまので、まだ未着手のところはぜひそういった取組もお願いしたいと思っております。もちろん私自身も企業のそういうコンプライアンスを担当したりしているので、それを徹底するというのには一定の難しさがあるということも承知しているところではあります。ですので、キャリア自身が努力するというのももちろん重要なんですけれども、むしろお客様の目とか利用者の目を借りるということも必要になってくるのではないかと思います。これはぜひ、可能かどうかということについて、御検討いただければと思いますけれども、店頭ポップなどに在庫の有無を表示するとか、あるいは回線契約をしない端末のみ販売で受けられる利益の表示も行うということで、お客様の違和感をあらかじめなくすという仕組みも御検討いただければと思っております。それが不可能だということがありましたら、もちろんこの場で御回答いただければ、そういう事情について御説明いただければと思います。

長くなりましたが、以上でございます。

【新美主査】 コメントありがとうございます。

それでは、続きまして、長田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【長田構成員】 長田でございます。今、大谷さんが非常に適切に御指摘をいただいでいて、全面的に賛成です。

それで、4月1日の覆面調査速報版のときに、総務省さんがつけてくださっていた店頭での表示例がありまして、それはポートインとか新規契約の場合には一括で非常に安く、1円だの23円だという表示の下部に、確かに回線契約なくても販売できますというのが皆さんそれぞれ書いてありました。しかし、見え方が全然違いました。こういう店頭の表示もき

ちんと変えていかないと、消費者の側が理解できないというか分かりにくいと思います。店頭に表示につきましても、しっかりと経営の皆さんも含めて点検をしていくということが大切だと思いますので、これから実施できればいいなということを申し上げたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、森さん、どうぞ、御発言をお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。御説明ありがとうございました。各社さん、評価制度の見直しとかシステム化に取り組んでいただいている、それは大変すばらしいことだと思います。

ただ、私は研修の問題、店舗のスタッフの方の問題というよりは、全体的な評価、指標の問題だと思っていて、両方あるのかもしれませんが、評価制度、そして、その背景にある指標の問題が大きいのではないかと考えております。特に、注目すべきはポートインだと思うんですけども、もう少し緩和されるかと思っていたんですが、実態としては、そんなにポートイン獲得競争みたいなことが緩和されていないと理解をしました。

これは1面、やむを得ない部分があるというのは確かなのですが、このこととの関係でMNO4社様に、全てお尋ねしたいと思うんですけども、結局、すぐ剥がされるようなポートインであれば、あまり意味がないわけですし、営業費用がかかるだけということになるわけですし、すぐ剥がされていないことは一定の評価に値するのではないかと考えています。ですので、例えば現場を知らずに言うのであれなんですけれども、ポートインの評価ポイントはこれまでの半分とすると。その獲得ユーザーが6か月以上利用すれば、ポイントをちょっと付け、1年以上利用すればさらにちょっと付け、1年半以上利用すれば、さらにちょっと付けみたいな感じで、いわゆるARPUです。アベレージレベニューパーユーザーベースで評価するようなことというのは難しいのでしょうかということが1つお尋ねしたいことです。

MNPは手っ取り早い、ポートインは手っ取り早い分かりやすい手法だと思うんですけど、経済的に考えれば、剥がされてしまうと意味がない。そして、剥がされるかもしれないような営業の状態になっている部分も一面あると思います。ですので、ARPUベースの評価に切り替えていくことはできないのでしょうかということを、4社全てにお尋ねしたいと思います。それが1点目です。

すいません、長くて申し訳ないですが、もう一つは楽天モバイルさんなんですけれども、資料の中で、ポートイン評価指標の設定をしていないとお書きいただいていたのですが、これはどうしてそうされている、どのようなお考えでそのようにされているのかというのを教えていただきたいと思います。

あと最後に、全携協さんになんですけれども、転売ヤー問題は、これは非常に重要な御指摘だと思いました。お尋ねしたいのは、転売の売出しのほうです。高額で、例えばオークションとか、あるいはメルカリとかで高額での取引がなされている実態について把握されているのであれば、教えていただきたいと思います。

以上です。よろしく申し上げます。

【新美主査】 ありがとうございます。御質問について、まず、MNO各社さんに、今ポートインの指標が評価指標として適切なのかということ、代わりに適切な評価があるのではないかという御提案があったのですが、これについてそれぞれお答えいただきたいと思います。楽天モバイルさんについては、もう一つ、それに加えて評価を聞いておりますので、順次、説明をしていただいて、その後、全携協さんに転売ヤーの問題に関連した質問についてお答えいただきたいと思います。

まず、ドコモさんから順次お願いしたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

【NTTドコモ】 NTTドコモでございます。ポートインの評価指標に関する御質問いただきましたけども、スイッチングの円滑化に伴いまして、キャリアスイッチングのニーズが高まっていると承知しております。

こうしたお客様のニーズに対応しまして、適切なお客様の御案内を行うための代理店の活動の支援をする趣旨で、ポートインに関する活動の支援、これを拡大しているところでございます。キャリアとしての営業戦略もございしますが、お客様のニーズの変化はこうしたスイッチングの円滑化に伴う乗換えニーズ、これに合わせた評価指標の設定は、販売代理店の利益とも合致しているんじゃないかと考えているところもございします。

お客様の御利用の状況とかニーズは、それぞれ様々でございますので、長く御利用いただいているお客様にも適切な御案内ができるように指標の設定、これについては、適切に引き続き対応していきたいと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続いてKDDIさん、どうぞよろしく申し上げます。

【KDDI】 KDDIでございます。御指摘のところは、本当にしっかりと考えていかなければいけない問題だと思っております。具体的な指標ですとか、それから代理店様の評価の具体的な施策につきましては、この後、非公開の場でも御説明する機会もあると思しますので、この場では詳細な、具体的な取組について御説明されるのは差し控えたいと思します。ただ、問題というのは、御指摘のところはしっかりと我々も認識しております。端末と回線の分離ということと、それから一方で、囲い込みになってはいけないということ、これも重々承知しておりますので、こういったところのバランスを踏まえて、どのように、なおかつ代理店様がしっかりと対応していただいたものに対して、しっかりと手当てといたしますか、奨励金等の改定を図っていくということの全てのバランスをしっかりと組み合わせたい見直しを進めておりますので、具体的には今申し上げられませんが、後ほど改めてお話ししたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続いて、ソフトバンクさんお願いします。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。問題はMNPの場面で、お客様が望まないような販売ですとか、不適切なことが行われないようにするというのが一番ですので、今後も引き続きいろいろな対策を考えていきたいと思します。

先ほど御提案いただいたようなやり方というのも一つあり得ると思しますので、候補の1つとして考えていきたいと思します。一方で、販売の画面で、お客様の獲得に対して、代理店さんがいろいろ努力をされるわけですが、それが同じ努力をしたんだけど、後になってみないと、その価値が分からないということになるのも、また一つ問題かと思しますので、そういう要素も取り入れながら、どういうことができるのかということを引き続き考えていきたいと思します。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、楽天モバイルさん、どうぞ。2つの面も含めてですが、どうぞよろしく御発言いただきたいと思します。

【楽天モバイル】 楽天モバイルでございます。御質問について回答申し上げます。当社は新規参入事業者ですので、ポートインの方に限らず、当社回線を利用されたいというお客様を御案内するに際し、ということに関しては同じですので、ポートインの方だけでなく、例えば新規申込みの方ですとか、当社の従来提供していたMVNOからのプラン変更さ

れる方、これら差をつけずに、代理店の皆様には御案内いただきたく考えておりまして、そのように手数料体系等を設計している理由でございます。

ポートイン指標を設定していない理由についても、同じ理由で設定していないという考え方でございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、全携協さん、どうぞ転売ヤーについての質問がありましたので、それも含めてお答えいただきたいと思います。

【全携協】 ありがとうございます。俣野でございます。

転売ヤーの売出し価格が高額で取引されていることが押さえているかということでございますけれども、結論的には、言葉でお答えするような詳細データは持ち合わせておりません。ただし、秋葉原をはじめ、転売品であろう端末が出品されているということは協会内でも報告されているところでございまして、非常に転売ヤー問題は、代理店にとっては深刻であると考えておりまして、対策が必要であるということでございます。

1つだけ参考で申し上げますと、スタッフにインタビューを、アンケートをとりまして、4,700件ぐらゐのアンケートを集めました。その中で、転売ヤーが店頭に来て端末を買っているというような意識はどれくらい持っているかというところでございますけれども、何と84%のスタッフが、多かれ少なかれ転売目的と思われるお客様に遭遇したことがあると、印象として出てきているということでございます。少しあやふやなデータでございますけれども、また改めて、この辺りのデータもお話しできる機会があれば、お話ししていきたいと思ひます。

以上でございます。

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

【北構成員】 野村総研の北でございます。時間がないので、4キャリアさんに同じ質問が2つあるんですが、後日、紙面等でお答えいただければと思ひます。

1点が、全携協さんからお一人様1台ルール徹底ということを御提案されています。4キャリアさんにお伺ひしたいんですが、キャンペーン端末を単体で購入した転売ヤーが、ほかのキャリアショップ、つまりドコモショップに来た人がほかのドコモショップに来た場合、それを検知して、1人1台ルール違反しているということで販売を拒否するという仕組みがありますかというのが1点。

もう一点が、来店予約システムで、要件の中で端末単体購入というのは選べるようになってますか。また、端末単体購入の予約に何らかの制限を設けていますかというのが2点目でございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。時間の節約でお言葉に甘えて、北さんの2点について、MNOさんに後ほど文書回答して寄せていただくということにさせていただきます。4社の各社さん、よろしくお願いします。

それでは、続いて、市川さん、どうぞ御発言をお願いします。

【市川構成員】 市川でございます。私のほうはコメントでございます。短く、大谷先生、森先生がおっしゃったことにほぼ重なることが分かりましたので、そこだけ短く申し上げます。

27条の3で求めているのは禁止事項ですけれども、結局のところ、最終的な質の競争をどのようにやっていただくかということだと認識しておりまして、その意味で、2点、申し上げます。

1点めは、これも既に御指摘あった話ですけれども、個別に様々なルールができるときに、それに基づいて、どうやってかいくぐろうかというようなお話が出てきているのも覆面調査等で散見されているところでもございまして、これについては、モグラたたきになりますけれども、モグラたたきをしっかりやるということがとても大事なことだろうと思っております。

もう1点は、これも御指摘ありましたが、インセンティブ、評価制度に踏み込むところについて、どう考えるかというところでもございまして、結局のところ、モグラたたきをやっても、本能的にというか本質的に、このようにやっていったほうがよりお客さんのためになるだろうということではぶつかってしまうといけないわけでもございまして、先ほどソフトバンクさんもおっしゃっていましたが、営業の自由の範囲内で、どのようにしっかりと進めていって、そこに報奨金なり何なりがついていくかというのが非常に重要なことでもございます。ここについては、KDDIさんが御説明の資料の中にも入っておりますけれども、正直者がばかを見ることのないような形でインセンティブ設計—私も経済法をやっている人間なので—その手段について、ものすごく細かく縛るとか、あるいはこのように明らかにしてというのは、もともとのガイドライン等でも一定程度の留保を置いているところではございますが、これについて、しっかり考えていくということだと思います。全体のインセンティ

ブ設計がきちんと適切な質の競争のほうに向かっていくように行っているかということと、あとは個別につくったガイドラインの中から、潜脱的な行為が出てきたら、これは厳しく、速やかに取り締まるという2点を進めていただくということが必要だということが、今回の資料等では明らかになっており、ヒアリング等で明らかになっているのかと思いますので、そこに対して対策をしていくことが大事だろうと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 コメントありがとうございます。それでは、続きまして、木村さん、御発言をお願いします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。もうほぼいろいろなことを御指摘されているので、私のほうからは利用者の立場ということで、利用者は単体で購入できるということをまだ知らない方も多いですし、まして、オプションですとか割引については、理解することが本当に難しいと思います。

ですから、店員さんに単体販売はできないんですよとか、いや、ちょっとと言われて断られたりとかそういうことをされますと、そうなのかと思ってしまうたり、たとえ知っていても強く出られない場合は結構あると思います。そういった利用者に対する不利益ということは本当にやめていただきたいと思っていますし、今回、覆面調査ということで件数が出ましたけれども、結局これは全ての販売を調査したわけではないので、当たり前ですけども、本当にこの何倍もの数の違反があるということで、ぜひ皆さんには徹底していただきたいと思っております。

どうして店のこういう苦情が出るのかと、本当にキャリアの皆さんがいろいろ対策しているんですけども、苦情が出るということは課題として取り組んでいただいていると思いますし、先ほど評価の問題がいろいろ出ましたけれども、利用者にとってみて不利益にならないように、本当に構造が複雑で難しいので、もう少し明快になるようにしていくほうがいいんじゃないかと思います。

あともう1点は、転売についてなんですけれども、転売を望む利用者というのがいるというのもあるんですけども、そこは徹底して、こういうことが起こらないようにしていただきたいと思っていますし、全携協さんの取組は、これは本当に徹底していただければと思います。

以上です。

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

【黒坂構成員】 慶応大学、黒坂です。私も時間が押していますので、手短かにコメントだけさせていただきます。まず、今回、覆面調査をしていただきまして、改めて各事業者様に取組の強化をお願いしたいと感じたところでございます。

今、木村先生からもお話のあったとおり、あくまでこれは氷山の一角といいますか、実数で考えますと、さらに多くの頻度が発生している、また、割合で考えてもドコモさんが比較的割合は低いところではありますが、それ以外の事業者様は2桁以上に乘ってしまっているところがあります。この辺りは考えておかなければいけないところ、意識しておかなければいけないだろうと。取り立てて申し上げますと、楽天さんが少し比率が高いということは、例えば料金プランであるとか比較的シンプルな商品設計をされているにもかかわらず、ほかの事業者さんと同じか、若干それ以上高いところの数字が出ている。すなわち、単純に商品構成を考えるとというだけでは問題は解決せず、現場でどのような取組を詳細にしていくのかということが改めて必要だと。商品設計をシンプルにさせていただくことは、これは非常に重要なことですし、私は非常に高く評価しているのですが、それだけでは足りないということが示唆されているのではないかと考えられますので、一層の努力をお願いします。これは、今後、ウェブ契約の取組が強化されていく中で、先行して消費者行政のほうで検討が諸外国を含めて始まっているダークパターンの話ともつながってくるかと思っておりますので、ぜひ意識を高めていただければということが1つ目です。

もう一つは、市川先生からモグラたたきの話がありました。これは私も全く同意するところでございますが、これはある意味、事務局への意見、今日は御返答いただかなくて構わないですが、意見にもなりますが、覆面調査はショップであるとか店頭であるとか、そういった代理店の方々に対して行われたわけですけれども、今回、御回答いただいているのは、主に電気通信事業者の皆様であると。この間には、当然代理店という独立した法人がいて、その方々が個別にそれぞれの会社の中で研修を行ったり取組をされていることも含めて、施策が行われている。今日のお話の中で全携協さんにはいろいろな御説明をいただきましたが、実際、違反事案がどのように行われているのか、どこでどう発生しているのかということの御回答を本当の当事者からいただけていないところでもあろうかと思えます。

こういった調査は非常に重要なものだと思いますので、進めていただければと思いますが、調査の成果であるとか、そこから見えてきた課題をどのように取り扱っていくのか、これは事業者の皆様にも当然、代理店を指導する責任があるかと思えますので、その取組はしていただき、引き続きしていただければと思いますが、それ以外の代理店そのものの皆さん

にどのように行政から伝えていくのか、コミュニケーションをしていくのかということ、これは全携協の皆さんも交えてになると思いますが、ぜひ御検討を深めていただければと考えております。

私からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、石田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【石田構成員】 全国消費生活相談協会の石田です。既にたくさんの御意見が出ています。私は最初に大谷委員のご意見、構造的な問題について賛成です。

それと各キャリアさん、様々な努力をされているということで、ありがたいと思いました。その中で、代理店さんとキャリアさんの関係というのがとても重要なんじゃないかと。ドコモさんがスタッフとの意見交換で、意見が上がってきていて、それがとても有効だというお話がありました。また、KDDIさんのところでは、評価制度による代理店の申告窓口をつくったということでした。そういう関係というのが、自浄努力というか、内部で生かされていくということなのではないかと思ったところです。ソフトバンクさんでは、スタッフさんたちの意見をキャリアさんのほうで吸い上げていくという仕組みの御発表はなかったんですが、何かおありでしょうか。そこだけ質問させてください。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。よろしいでしょうか。

【新美主査】 よろしくをお願いします。

【ソフトバンク】 我々のほうでも代理店のスタッフの方々から御意見を聞くような仕組みは設けておまして、実際にそういうところから意見をいただいて、いろいろな改善活動につなげています。

【新美主査】 ありがとうございます。

【石田構成員】 ありがとうございます。むしろ、そういう環境の中から改善していくということなのかと思いましたので、お伺いしました。

【新美主査】 それでは、このセクションの質疑応答は以上にしたいと思います。

続いて、販売代理店の状況について、非公開でのヒアリングに移りたいと思います。この点につきまして、事務局から連絡事項の説明、よろしくをお願いします。

【川野料金サービス課長】 本日の公開議事はここまでとなりますので、この後、傍聴者の皆様には御退出をいただきます。構成員の皆様には、いましばらくお待ちください。また、NTTドコモ様もそのままお待ちいただきたく思います。

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

【新美主査】 ありがとうございます。公開議事に御参加いただいた皆様、どうもありがとうございました。以後、非公開になりますので、御退室いただいて結構でございます。

(以下、非公開会合)

※ 当議題は、公開することにより事業者の利益又は第三者の利益を害するおそれがあると認められるため、事業者等ごとにヒアリングを行う形で非公開にて実施しました。

以上