資料 12-4

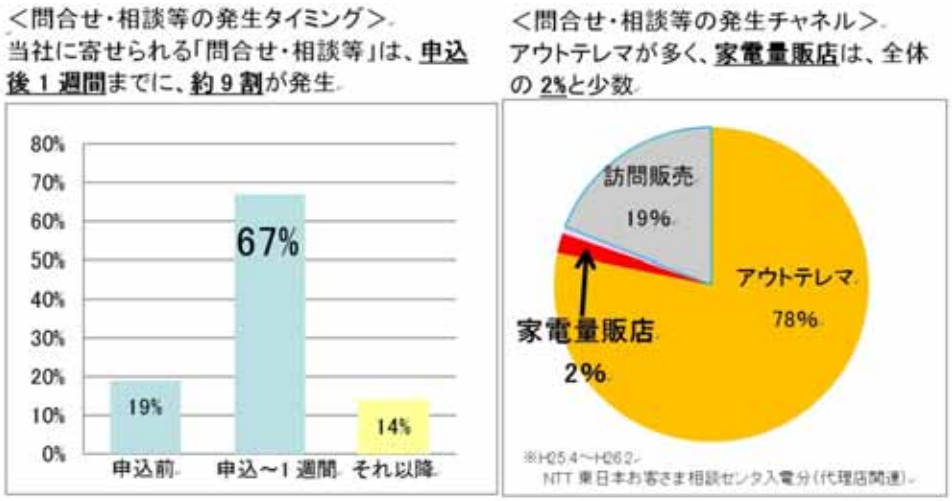
（下線部分は、委員限り）

追加質問に対する回答（今回の関係部分抜粋）

※質問に関係する事業者・団体等に対して追加質問を実施

（1） 安心してICTを利用できる環境の整備

No	内容	回答
(1)1	・電気通信サービスのクーリングオフについて反対意見のある事業者があれば、その合理的理由を教えていただきたい。	・ FTTH サービスは工事を伴う一方、工事準備等により申込から工事前の宅内調査まで 2 週間程度の期間が存在しますが、弊社はお客様が FTTH の加入是非を慎重にご検討・熟考いただけるよう、弊社からお客様へ複数回コンタクトをとることとしております。その際、お客様の慎重なご判断に資するよう、ご意向を確認することとしており、不意打ち性を低減し、お客様にご納得いただいた上でご加入いただく取組を実施しております。 そのため、FTTH サービスへのクーリングオフの導入については、各事業者の取組状況に応じて、その是非を検討いただきたいと考えます。 また、FTTH サービスでは、戸建住宅1軒1軒に光ファイバーを引き込む必要がある一方、その引込工事に要する費用は高額であることから、仮に、FTTH サービスにクーリングオフが導入された場合、その工事費用負担のあり方次第では、FTTH 事業者の収支が圧迫され、多大な影響が及ぶものと考えます。 そのため、FTTH サービスへのクーリングオフの導入是非については、適正な費用負担のあり方を含め、慎重に検討いただきたいと考えます。【ケイ・オプティコム】 ・ 電気通信サービスにおけるクーリングオフの導入においては、現行の特定商取引法におけるクーリングオフのレベルを超えるような制度を導入すべきではないと考えています。 例えば、対象となる販売方法は、訪問販売と電話勧誘販売とし、起算日はサービス利用開始日ではなく、契約日とするなど、電気通信サービスの特性を考慮し、検討されるべきと考えます。【ソネット】 ・ 地域事業者は、スケールメリットが小さく、採算性も悪いため、引込や ADSL の接続工事代金がコストに占める割合が少なくはない。一方で大手キャリアのキャンペーン等で工事代金無料が当然の風潮となっている。 このような状況からも接続工事代金にクーリングオフを適用した場合の地域事業者と大手キャリアにおける影響度の差は大きく、地域事業者が大手キャリアと競争することは困難になるため、このような環境化でのクーリングオフは反対である。【DSL 事業者協議会】 ・ 電気通信サービスのクーリングオフを考える場合、現在、他分野で適用されているクーリングオフと同種の概念に基づき適用するのか、それとも新たな概念に基づくものなのかを整理する必要があります。 従来適用されているクーリングオフは、特定商取引法にもとづくクーリングオフ制度が主体であり、当該制度は、①不意打ち的な勧誘への対応、②仕組みが非常に複雑ですぐに契約内容を理解することが難しい取引への対応、③継続的に提供されるサービスの中で、内容が専門的でありその効果の達成が不確実で不適切な勧誘が行われやすい取引への対応を主たる対象としています。①の代表例は訪問販売や電話勧誘販売、②の代表例は連鎖販売取引や業務提供誘引販売取引、③の代表例はエステティックサービスや結婚相手紹介サービスなどに関する取引です。 また、特定商取引法に基づく取引以外にも、個別クレジット契約（割賦販売法）や宅地建物取引（宅地建物取引業法）などにもクーリングオフ制度が存在しますが、これらは、特定商取引法が想定するのと同様の条件若しくは類似の条件（例えば、宅地建物取引で言えば、取引条件が十分に説明されない可能性がある店舗外販売）を想定したもので、その考え方は、特定商取引法の考え方と類似しています。 これらに比べると、実質的にほとんどの国民が利用している通信サービスは遥かに一般的かつわかりやすく、クーリングオフ制度を導入するのであれば、考え方の整理が必要であるとの意見もあります。 まずは、制度適用の背景や考え方、他の法制度とのバランスなどについて、体系的

		な整理が必要であると考えます。【日本通信】 ・ 特定の大手事業者が苦情の多くを占めていることが明らかな状況で、電気通信サービス全体にクーリングオフを導入する理由はないと考えます。弊社についても「モバイルデータ通信」としてひとくくりにされていますが、競合会社と比べて契約者規模は遜色がないにも関わらず、苦情については明らかに少ない状況です。 弊社は、Try WiMAX をはじめとした様々な苦情発生の低減、解決の努力によって、実際に苦情を多発させることなく利用を拡大してまいりました。現行法に基づき苦情に適切に対応してきた事業者の努力を是非考慮いただき、一律的な規制が導入されないことを望みます。【UQ コミュニケーションズ】 ・ NTT東西はこれまで、工事前の無償取消に応じるほか、書面交付の徹底、お問合せ・相談窓口の充実等に取り組み、お客様に契約内容をご理解いただけるよう努めてきました。 しかしながら、消費者保護の充実の観点から、業界全体としてクーリングオフ制度が必要だということであれば、苦情の実態を踏まえながら、導入に伴う事業者への負担と、消費者保護とのバランスに配意し、現行の特商法の範囲内（訪問販売・電話勧誘販売等の取引類型を対象（インバウンド・店舗販売は対象外）、マスユーザを対象（法人ユーザは対象外））としていただきたいと考えます。 （参考）問合せ・相談等の発生状況 −発生タイミングは、申込後 1 週間までに集中（約 90%） −アウトテレマ（アウトバウンド・テレマーケティング）が多く、家電量販店は少数（約 2%）、法人ユーザについても少数（約 2%）  【日本電信電話】 ・ スマートフォンが増加し、機能が複雑化していること等により、例えば、お客様が購入後にエリアや機能等について想定と異なる等のトラブルや解約要望等が頻発する事態は問題であると認識しており、それを未然に防ぐため、当社としては様々なお客様における苦情・トラブル防止策を実施又は検討しているところである。こうした中で、消費者が自らの判断で選択されたものに対してクーリングオフ制度を導入することは、他の商慣習に照らしてバランスを欠いていると考える。基本的には各事業者が様々な対策を講じるべきであり、少なくとも店頭のクーリングオフの導入は不要であると考える。 【当社が実施又は検討しているトラブル防止策】 −店舗においては、自由にお持ち帰りいただけるカタログの配備、実際の機器で操作を体験していただく商品の準備、ご不明な点についてスタッフがお答えできる体制の整備などにより、お客様はサービス内容をいつでもご検討・ご確認可能。

		−サービス・機能に関するご不満・ご申告に関する問題解決策について随時相談を受け付け。 −電波を利用する携帯電話サービスは、サービスエリア・通信速度などのご利用条件を一概にお伝えすることが難しい部分もあるため、弊社では「聞かせて！ドコモの電波状況」などの施策によりサービス改善に関するお問い合わせを受け付け（室内補助アンテナ等による改善策の提案） −契約以後における利用環境の不満を減じることができるよう、事前にサービスエリアを確認できる仕組みを検討中。【NTTドコモ】 ・　当社としては、お客様からの苦情・相談削減への対処として、先ず、事業者の自主的取組みの強化・拡充に努める所存です。 　電気通信サービスのクーリングオフについては、特定商取引法で扱われている一般的なサービスと比較して、電気通信事業法において消費者保護に関するルールが個別に規定されていることにも鑑み、慎重に検討していただきたいと考えます。【KDDI】 ・「クーリングオフ」が「特定商取引に関する法律」と同等の「消費者が冷静に再考して、無条件で解約する」ことを認める制度を意味するのであれば、通信サービス全般に対する画一的なルール化には反対です。 　例えば、店舗販売については、消費者の来店行為及び一定の購入意思が存在するのが一般的であり、来店行為なし・積極的な購入意思なしの消費者に対して不意打ち的に販売を行うケースを主に想定して設計されたクーリングオフ（無条件解約）を適用することは適切でないと考えます。 　店舗販売における課題は不意打ち性への対処ではなく、店頭で説明を受け消費者が購入意思を明確にして契約したとしても生じ得る以下に挙げるようなケースへの対処と認識しています。 ①電波状況等、説明をし尽くすことが困難な電気通信サービスの特性により、サービス内容が顧客の期待と相違する場合 ②説明不足等により消費者の理解が不十分なまま契約に至る場合 　上記の各点については、①事前にエリア検証を可能とするお試しサービス（機器貸与）や一定のルール下での返品・キャンセルを認めるプログラム、②契約対象となるサービスにかかる説明強化やわかりやすい帳票の発行等の解決方法が考えられます。 　これら方法のうち、いずれが消費者にとって利便性が高いかについては、事業者のサービスの性質や営業・販売体制等によって異なり、画一的ルールを導入することにより、却って消費者利便の低下等を招くことも想定されます。 　したがって、解決方法の選択にあたっては原則として事業者の判断にもとづき、各事業者が創意工夫を行うことが望ましく、消費者利便の最大化にもつながり得るものと考えます。 　なお、法人ユーザについては、ITリテラシーの高さや契約のプロという一般的性質、さらには相対的に契約に至るまでの期間が長く、苦情も少ないといった実情から、クーリングオフをはじめとする追加的なルール適用の対象とすることは適切ではないと考えます。【ソフトバンク】 ・　ケーブルテレビ事業者は、業界として営業活動や広告表示に関する業界のガイドラインを策定、遵守し、この結果、お客様からの苦情件数は減少してきており、苦情件数の面でも電気通信事業の中で大きな割合になっておりません。このことからも、不正常な営業などについてはクーリングオフ導入という制度的な改正を必ずしも必要とするものではなく、各事業者の取組で十分対応できるものと考えます。 　仮に固定網のサービスにクーリングオフを導入する場合、制度的に解決しておく課題もあります。固定網のサービス提供に際しては設置工事が必ず必要となります。またクーリングオフが設置後の場合撤去工事を生じることとなりますが、壁穴などの現状復帰等においては現状復帰のレベルについてお客様と意見が相違する可能性もあります。また、これら設置及び撤去工事の支払い義務をお客様に負わせられるのか、お客様の納得が得られるかどうか疑義もあることに留意すべきと考えます。 　クーリングオフの制度を事業法に導入するにあたっては、上記のような固定通信サ

		ービスに特有の問題等について慎重に検討するべきと考えます。【ジュピターテレコム】 ・ ケーブルテレビ業界は、2007年に「営業活動及び広告表示に関する業界ガイドライン」を策定し、同ガイドラインにクーリオングオフを導入していますので、クーリオングオフそのものについて反対するものではありません。しかしながら、ケーブルテレビ業界は、同ガイドラインを全国のケーブルテレビ事業者に周知し、その後の活動により2011年をピークに苦情件数は激減し、2013年には月間苦情件数が2ケタになるなど、自主的な取組みにおいて成果をあげております。 従いまして、営業活動に対する法的措置の検討におかれては、業種別や個々の商品品目等での特徴を踏まえた検討を要望します。【日本ケーブルテレビ連盟】 ・ 電気通信サービスにおけるクーリングオフの導入は、訪問販売と電話勧誘販売についてはやむを得ないと考えます。ただし起算は契約時とし、サービスと端末を分離し、サービスについてのみ適用し、かつクーリングオフまでに既に利用した分の通信費については利用者が負担することを条件として導入することを提案します。 （理由） － 販売購入形態別の苦情・相談は、電話勧誘、訪問販売が全体の約 8 割であること。 － 契約・利用スタータス毎の苦情・相談分析では、勧誘時から契約時のトラブルが多数であること。 － 一部の悪意ある利用者に利用される懸念があること。【日本インターネットプロバイダー協会】 ・ 多様な消費者やニーズに配慮することや、説明時間の長延化、複雑化の回避、コスト負担増加の回避から過度な規制は却って利便性を損なう可能性があることに留意いただき、不意打ち性の高い訪問販売や電話勧誘等のチャネルかつ個人消費者については特商法との整合性を図りつつ慎重に検討すべきものと考えます。 ただし、対面販売チャネルについては、消費者が購入意思（購入の検討も含む）を持って来店されており契約にあたっての十分な検討時間は確保されていることからクーリングオフの対象とされることは適切ではないと考えます。この対面販売チャネルについては、販売店等流通業界においても大きな影響があると考えられ、他商材との取り扱いの違い、クーリングオフを受け付けるための対応、端末等の取り扱いによってはクーリングオフされた端末等の処置についてなどは無視できない課題であり、適切でないとする理由と考えます。 一方でモバイルの特性上、お客様毎の利用環境での電波状況が契約前の段階では必ずしも分かりかねることや、試用機会の提供により消費者の選択肢や判断材料の拡充につながる等のメリットがあると考えられるため、業界として各社が創意工夫したお試しサービスを導入することが苦情削減や顧客満足度向上にとって効果的と考えます。【イー・アクセス】 ・ 電気通信サービスのクーリングオフにつきまして、携帯電話の販売代理店事業等を行っている事業者の立場から、弊社の考えを下記のとおり、ご回答申し上げます。 1．回線契約に付随する物販及びサービス契約の解除問題、及び、当該契約解除による費用負担増大 一般に携帯電話やタブレット（以下、携帯電話等という）の販売の契約関係において、携帯電話等の回線契約や携帯電話通信事業者（以下、キャリアという）の提供するオプションサービスの契約は、携帯電話等の使用者（以下、使用者という）とキャリア間で締結され、携帯電話等の端末（以下、端末という）、アクセサリー等の売買契約は、使用者と弊社等の販売代理店（以下、代理店という）間で締結され、アフィリエイトや一部のサービスは、使用者とコンテンツプロバイダー等の事業者間でサービス利用契約（以下、これら売買・サービス利用契約を総称して、付随契約という）が締結されます。

		電気通信事業法においてクーリングオフ制度が導入された場合、クーリングオフの対象となる契約の範囲をどこまでにするかという問題があります。仮に、携帯電話等の回線契約のみをクーリングオフの対象としても、使用者は、通話、メール、インターネット、その他の携帯電話等でのサービスを利用する目的で、回線契約と同時に端末やオプションサービス、アフィリエイト、アクセサリー等の付随契約を締結しているため、回線契約が解除となった場合、使用者は、端末等が不要となるため、付随契約等の解除も要求することが想定されます。 そもそも付随契約の大半は、代理店の費用と計算において締結されるもので、付随契約が解除された場合、解除により生じる費用・損失は、代理店の負担となります。特に一旦使用された端末やアクセサリーは、代理店に返品されても中古品となり、端末については、使用者の個人情報等がメモリーに登録されてしまうことから、（例えメモリーを消去しても情報漏えいのリスクは皆無とはならず）キャリアのショップを運営する代理店としてそのような端末を再販市場に流通させることはできなくなります。よって代理店としては仕入額の高額な当該端末を廃棄せざるを得なくなり代理店が負担する損失は多額になります。 更に、クーリングオフの影響として、回線契約解除によるキャリアからの手数料収入がなくなることに加えて、付随契約解除による費用・損失負担が生じることで、代理店が蒙る経済的負担は、非常に重いものになります。 ２．クーリングオフ対応による店頭業務の負荷の増大、及び、費用負担の増大 代理店では、複雑化するスマートフォン、タブレットなどの使用方法やサービスの内容、料金などの契約条件などをお客様に充分ご理解いただくため、時間をかけて丁寧な説明を行っております。また、携帯電話不正利用防止法の徹底遵守を図る目的から契約者等の取引の適法性のチェックを含む契約手続の適正性確保にも充分留意し、店頭業務を行っております。そのため、お客様一人あたりの店頭販売員の対応時間は、長時間化しており、それに伴い店頭での待ち時間が長時間になるといった不便をお客様にかけているのが現状であります（弊社の例では、最短でもお客様への対応時間は1時間を超えております）が、そこに販売時におけるクーリングオフ制度の説明や、更には契約後にクーリングオフを申し出たお客様対応を追加することになり、店頭販売員の一人あたりのお客様対応時間が、現状より長時間化し、お客様に不便をおかけする事態が増加することが予想されます。 お客様の待ち時間を減らすには、店頭での窓口数を増やし、店頭販売員も増やすという対策が考えられますが、この対応には過大な費用を要し、ショップの経営を維持することが困難となるような事態も想定されます。 また、前述の付随契約の解除による費用・損失負担は、究極的には販売価格等に転嫁せざるを得ない状況となる可能性もあり、万一、転嫁することになれば、結果クーリングオフを利用するお客様に係るコストを、利用しないお客様に負担していただくという不公平感が生じるのではないかと危惧しております。 ３．正当な理由なくクーリングオフを利用する使用者増加の懸念 現在検討されているクーリングオフは、解除を無条件で行えることとなっているため、説明をきちんと受け、理解した使用者も、契約を解除することができます。「購入した端末の色やデザインが（ショップで確認したにも拘らず）後でやはり気に入らない」、「購入したアプリがおもしろくない」といった場合や、「最新の機種が発売されたので先ずは試してみたい」とする好奇心等を理由に、クーリングオフを利用して解除することも可能となります。日本では、契約違反や、詐欺、強迫、錯誤といった契約の無効や取消し事由がない限り、一旦締結した契約が、解除されたり、取り消されたりすることはなく、クーリングオフは、消費者保護のため、この原則の例外として、無条件で契約の解除を認める強力な制度です。それにもかかわらず、単に、買ったものが気に入らない、解除を前提に一度使ってみたいなど、正当な理由なく契約を解除したいという使用者をも保護することとなり、今後このような使用者を増加させることになるのではないかと懸念を抱くものであります。 ４．代理店における返品対応の複雑化 キャリアの看板を掲げた所謂キャリアショップには、キャリアが直接運営しているショップは少なく、大部分は、弊社等の代理店業を営む、独立した事業者が運営しております。一方で消費者の大半は、キャリアショップは、キャリアが直接運営していると理解していることから、クーリングオフが導入された場合、例えば、弊社が運営するキ

		ャリアショップで携帯電話を購入した使用者が、別の代理店（仮に A 社とする）が運営するキャリアショップで、クーリングオフを利用して回線契約等の解除を申し込むという事態も想定されます。キャリアショップの運営では、個人情報保護法などの規制もあり、他代理店が運営するキャリアショップで契約をした使用者の情報を交換することは不可能か、非常に難しいという問題があります。そのため、上記の事例でいえば、A 社が、回線契約等の解除を申込にきた使用者について、弊社と契約内容等の確認のため個人情報等の交換をすることは難しく、すべてはキャリア経由で使用者等の情報を確認する必要があるなど手続きが煩雑となり長時間を要することとなり、使用者に対しても不便をかけることとなります。 　また、解除に伴い、端末代金等の返金が必要となる場合には、上記の例で言えば、A 社は、一旦、端末代金等を返金した後、弊社に対し、返金分の償還を求めることとなります。A 社にとっては立替払いに伴う資金負担や金利負担が生じます。クーリングオフの頻度によっては、資金繰りの苦しい代理店では、経営に重大な悪影響が生じる可能性もあります。（実務上では、代理店間の立替金の精算には、解除された契約内容の確認が必要になるものと考えます。契約内容の確認には個人情報の開示を伴うため、代理店間で直接行うことが難しく、キャリアを通じて精算をしなければならない可能性があります。その場合、精算に時間を要することが考えられます。）なお、付随契約については、運営する事業者のキャリアショップ毎に内容が異なっており、使用者が契約したキャリアショップとは別の代理店が運営しているキャリアショップでは解除手続自体ができないという事態も想定されます。 　以上のとおり、これら代理店を跨る契約の解除に関するオペレーション等の検討は不充分であると言わざるを得ず、その影響も代理店だけでは想定が不可能であることを申し添えます。 ５．携帯電話等のショップ販売にクーリングオフを導入することの正当性に対する疑問 　特定商取引法に定める訪問販売・電話勧誘販売においてクーリングオフ制度が導入されている趣旨は、訪問販売や電話勧誘販売は、事業者が一方的に、顧客の自宅や勤務先を訪問し、又は、電話をかけて商品やサービスの販売を行うという、いわば不意打ち的な販売方法であり、顧客が充分に商品やサービスの内容を検討できず、契約意思が不確定なまま契約をしてしまいがちであることから、書面により正確な情報を提供したあと一定期間冷静に考え直す機会を与えるというものであると理解しております。 　携帯電話等のショップ販売では、お客様が、購入の意思、又は、購入の関心をもって、自らの意思でショップに来店されております。端末等の現物が店頭に置かれ、現物を見ることも可能であり、キャリアが発行するパンフレット等も自由に見て、持ち帰ることができます。退店は、お客様の自由であり、代理店はこれを止めることはできません。店頭販売は、購入の意思や関心のない顧客に不意打ち的に販売を行い、顧客が契約意思不確定なまま契約をさせるような販売方法ではないと考えております。 　消費者の苦情を減じる策は必要であることを充分理解しており、通信サービスのクーリングオフ導入に関し、訪問販売や電話勧誘への適用について反対するものではありません。ただ、前述しましたとおり店頭販売においては、お客様が自ら来所され不意打ち的な販売を行っているものではないこと、販売員が時間をかけて丁寧な説明をおこなっていること等から「クーリングオフ」という方法が最も効果的な策であるかどうかに疑問を感じており、導入するにあたって、顧客の利便性や公平性、ショップ運営に与える影響に対する検討が不充分であると考えております。 　クーリングオフに代わる効果的な施策を、利用者とショップの双方に与える影響を考慮して充分に検討する必要があると考えております。【ティーガイア】 ・　訪問販売、電話勧誘販売については「不意打ち性」がある販売形態であり、ユーザー視点からもキャンセルの対応をすべきです。当協会参加企業は、電気通信サービス向上推進協議会の「電気通信事業者の営業活動の関する自主基準」と各社の自主基準に基づき、運用上、利用前キャンセル　を受け付けています。 　通信販売、店頭販売については利用前キャンセルには対応すべきですが、「試用としてのクーリングオフ」は事業への影響も大きく、コストを誰が負担するかなど慎重に議論をして頂きたいと思います。特に、財務体質がMNOに比べてぜい弱なMVNOにとって試用した機器等のコスト負担が事業者負担となると、事業に対する影響も大き

		く、機器をセットとしたサービス展開や新規 MVNO の参入が抑制される懸念があります。通信サービスと機器を分けて、サービスについてのみ適用されるべきと考えます。【テレコムサービス協会】 ・ クーリングオフ制度については、適用の有無という「1 or 0」の考えではなく、消費者保護の観点と産業育成の両面に配慮した制度設計がなされることを期待します。総務省「消費者保護ルールの見直し・充実に関する WG」でも議論されておりますように、試用期間の設定等の仕組みの構築等も一つの考え方と思われます。【情報通信ネットワーク産業協会】

(2) 適切な競争環境の実現を通じた、利用者ニーズに適した多様なサービス、多様な料金体系の実現

No	内容	回答
(2) 1	・SIMフリー端末の販売数量や販売見通しについて、教えていただきたい。	・ 弊社は SIM フリー端末の販売数量や販売見通しに係る情報は持ち合わせておりません。 なお、端末メーカーは、市場動向を踏まえて SIM フリー端末のラインナップ拡大や増産を検討すると考えられることから、市場活性化に向けて、まずは、多くの事業者から SIM カードが販売されるよう市場環境を形成していくことが必要と考えます。【ケイ・オプティコム】 ・ 今後SIMフリー端末を販売していく考えは持っておりますが、具体的数値等はございません。【ソネット】 ・ 当社では、SIMフリーの端末は現状販売していない。 SIMロックについては、例えば、当社が発売している端末にプリインストールされているアプリケーションについては動作確認を行っているなど、キャリアのネットワーク機能と密接な関係にある端末を、他のキャリアに接続して利用する際には機能的な制約が生じる場合もあることから、お客様の混乱を生じさせないためにもSIMロックをかけることには一定の合理性はあると考えている。 なお、当社はSIMロック解除に対するユーザーニーズもあることから、前向きに取り組んでおり多くの機種でSIMロック解除に対応している。【NTT ドコモ】 ・ 現時点では、SIM フリー端末は扱っておりません。また、今後の販売見通しについては未定です。【KDDI】 ・ 弊社では、SIMフリー端末（当初からSIMロックされていない端末）の販売はしておりません。なお、今後の販売見通しですが、既にApple、Google等よりSIMフリー端末が発売され流通している現状やお客様の要望等も踏まえ、検討していきたいと考えます。【ソフトバンク】 ・ SIM（通信サービス）の提供とそれに使用する端末の提供は別物であるところ、当社はSIM（通信サービス）提供を主な業務とし、端末の提供は、端末製造業者また流通会社によってなされることが基本であると考えています。従って、現在のところ、当社自身が本格的に SIM ロックフリー端末を提供する計画はありません。 一方で、顧客利便性の観点からは、SIM と端末をセットで販売する形態も存在すべきところ、当社は SIM 単独の販売に加えて、SIM ロックフリー端末を提供している（または提供予定の）流通・小売店と提携して、新たな流通チャネルによるセット販売を促進しています。この試みが進展していることを考えると、SIM ロックフリー端末供給量は増えていくと考えています。

		しかしながら国内に流通している端末の大半は SIM ロック端末であり、SIM ロック解除が可能な端末（手数料支払いが必要である）の数も 3,800 万台（当社試算による）に留まっているのが現状です。この現状を鑑みると、SIM ロックフリー化に対する制度面での後押しがない限り、SIM ロックフリー化は順調には進展しないものと思われます。【日本通信】 ・ 現在日本のメーカーではパナソニックと京セラから法人向けに SIM フリー端末が始まったところでまだまだ非常に少ない状況です。（海外メーカーでは多少あります。） 今後そのようなところが増えると思われます。【日本インターネットプロバイダー協会】 ・ 協会としては把握できていません。 現状では、流通系販売会社がSIMフリー端末をセットしているケースが多いようですが、MVNO独自で販売するケースも増加すると思われます。【テレコムサービス協会】 ・ 一口にSIMフリー端末といっても、各キャリアの提供する通信方式やサービスに対してさまざまな仕様のものが考えられ、現段階では、工業会としてはご質問の内容について把握しておりません。SIMフリー端末については、総務省「情報通信審議会」における検討結果とその後の政策展開の状況に応じ、市場投入の時期や数量について検討がされていくものと考えており、今後の検討推移を見守っていきたいと考えております。【情報通信ネットワーク産業協会】
(2) 2	・ ケイ・オプティコム、日本通信、日本インターネットプロバイダー協会、テレコムサービス協会等からSIMロック解除・APNロック解除に関する意見があったが、①平成 23 年度以降に発売された端末の機種数（総数）、及び、そのうち、②SIMロック解除の対象となる端末（SIMフリー端末含む）の機種数、③SIMフリー端末の機種数、④SIMロック解除不可能な端末の機種数、⑤APNロックのある端末の機種数を教えていただきたい。	・ 平成23年度以降に発売した端末の機種数は152、うちSIMロック解除に対応した機種数は147。 SIMフリーの機種数は0、SIMロック解除不可能な機種数は5。 APNロックについては全機種かけていないが、テザリング通信を行う際のAPNの当社APNへの限定という意味では、対象の機種数は152。 （内訳） 平成23年度　発売機種数　68　うちSIMロック解除対応　67（フォトパネル） 平成24年度　発売機種数　49　うちSIMロック解除対応　48（フォトパネル） 平成25年度　発売機種数　35　うちSIMロック解除対応　32（フォトパネル、iPhone5S、5c） 【NTT ドコモ】 ・ 以下のとおりです。 ①平成 23 年度以降に発売された端末の機種数（総数） 平成 25 年度末時点で77機種です。 ②SIMロック解除の対象となる端末 当社では販売しておりません。 ③SIMフリー端末 当社では販売しておりません。 ④SIM ロック解除不可能な端末の機種数 ①の端末がすべて該当します。 ⑤APN ロックのある端末 「APNロック」とは、NTT ドコモが販売した端末に、ドコモのネットワークを利用する MVNO の SIM を挿入した際、当該端末のテザリング機能が利用できない状態を指すものと理解しております。この前提において、当社が仕様に関与した上で販売するテザリング機能を具備したauブランドの端末に当社のネットワークを利用する MVNO の SIM を挿入した場合には、当該端末のテザリング機能が利用可能であるため、APNロックのある端末の機種数は0となります。【KDDI】 ・①発売された端末の機種数（総数）：84 機種 ②SIMロック解除の対象となる端末（SIMフリー端末含む）の機種数：4 機種

		③SIMフリー端末の機種数：0 機種 ④SIMロック解除不可能な端末の機種数：80 機種 ⑤APNロックのある端末の機種数： 本件について総務省殿に主旨を確認したところ、APNロックとは、基本政策委員会において主張されている「MVNOで利用している端末であってもテザリング時にキャリアのAPNに強制変更する機能」のことを指していると回答があり、その前提では、現在、弊社においてそのような機能はありません。【ソフトバンク】 ・[redacted] 【イー・アクセス】
(2) 3	・（上記質問でSIMロック又はAPNロック端末を有すると回答した事業者に対して、）上記事業者等からSIMロック解除対応やAPNロック解除対応を原則とすべきという意見があったが、利用者利便を考えた場合、現在においても、SIMロックやAPNロックをかけている合理的な理由はあるのか。また、SIMロックやAPNロックをかけないことを原則化（かける場合は利用者の求めに応じて無料で解除）した場合、特段の支障はないか。仮に支障がある場合、その内容を具体的にご教示いただきたい。 ※ 例えば、「モバイルビジネス研究会報告書」（平成19年9月）においては、当時、SIMロックが適用されている理由は、「端末販売奨励金相当額が回収されるまでの間は当該契約者の端末利用を確保する必要があることによるものである」等とされているが、現在は、2年契約や割賦契約によりそ	・ 当社は、SIMロック解除に前向きに取り組んでおり、多くの機種においてSIMロック解除に対応。 また、当社の端末を当社ネットワークを利用するMVNOで使用する場合、ロック解除は必要ない。 SIMロックについては、例えば、当社が発売している端末にプリインストールされているアプリケーションについては動作確認を行っているなど、キャリアのネットワーク機能と密接な関係にある端末を、他のキャリアに接続して利用する際には機能的な制約が生じる場合もあることから、お客様の混乱を生じさせないためにもSIMロックをかけることには一定の合理性はあると考えている。 なお、SIMロック解除は2年契約の中途等に係らず、利用者の求めがあればいつでも応じている。 「APNロック」と言われている点であるが、通常、端末単独で通信を行う上で設定が必要なAPNについては、特段ロックはかかっておらず、MVNOのAPNを設定することも可能である。従って、「APNロック」という概念が特段ある訳ではなく、「SIMロック」と同様の概念として取り扱うべきものではないと考えている。 ただし、テザリング通信を行う上で設定が必要なAPNについては、設定に係る利用者の稼働や料金面の課題（利用者の誤設定に起因する誤接続に伴う高額請求リスクへの対策面）、当社のみで決定できないような端末やOSの仕様といった点等を総合的に踏まえれば、テザリング通信に用いる個別APNを1つに限定せざるをえないものである。 この点、「SIMロック解除に関するガイドライン」においては、「他の事業者のSIMカードが差し込まれたときに、通信サービス、アプリケーション等の利用の全部又は一部が制限される可能性が存在すること」について、端末販売の際に、お客様へ十分に説明することが規定されているところ、その内容を踏まえ、弊社は、SIMロック解除を実施した弊社端末に他社のSIMカードを挿入してご利用いただく際の注意として、弊社ホームページ上で、以下のとおりお客様にも予めご案内している。 （弊社ホームページ上の記載） http://www.nttdocomo.co.jp/support/procedure/simcard/unlock_dcm/index.html#p04 「ドコモでは他社のSIMカードを挿入して、利用される場合について、原則、動作確認などを実施しておらず、一切の動作保障を行いません。 また、他社のSIMカードを挿入して利用される場合、ご利用いただけるサービス・機能・ダウンロードしたアプリケーションなどの利用が制限される場合があります。」【NTTドコモ】 ・ 携帯キャリアがキャリアブランドで販売している端末については、同じ通信方式に対応した端末であっても、機種ごとにカバーしている周波数帯が異なっていたり、キャリアごとに利用できる機能やサービスが限られるケースが多いため、SIM ロックが解除されたキャリア端末に別キャリアのSIMを挿した場合にどのサービスがどの程度利用できるのか予測

	の回収を確保すること等が可能となっており、SIMロック解除を行わない理由はなくなっているのではないか。	できず、販売店やユーザーに混乱を生じさせることが考えられます。 また、事業者がSIMフリーの状態で端末を販売することや、利用者からの求めに応じてSIMロック解除可能とすることを原則とした場合、事業者や販売店が販促費をかけて端末を値引き販売するビジネスモデルが現状より難しくなるため、利用者は、仮に割賦契約を利用したとしても総額でみた場合に高い価格で端末を購入することを余儀なくされる可能性が高くなります。これにより利用者が新しい端末に買い替える意欲が削がれてしまうため、新しい技術やサービスに対応した端末の普及に遅れが生じることが懸念されます。 このほか、当社のINFOBARのように、事業者独自のデザイン・ブランド戦略として位置づけている端末が、一定期間経過後にSIMロック解除されて競合他社のサービスに使われるとなると、事業者の独創性に対するインセンティブが失われ、端末やサービスが画一化する懸念もあります。 すでに端末メーカーや MVNO が独自に SIM フリー端末を販売している事例も多くなっていることにも鑑みれば、事業者や販売店が工夫する余地を残し、さまざまな携帯電話の販売モデルの中から利用者がニーズに応じて選ぶことができるよう、SIMロックの解除についてはすべての事業者やすべての端末に一律に義務化などを行わず、慎重に検討を進める必要があると考えます。【KDDI】 ・ 弊社においては、端末や通信サービス等について、お客様により利用しやすい形でご提供するため基本的にSIMロックをかけて弊社端末を販売しておりますが、お客様のニーズに対応するため一部の端末についてはSIMロック解除の対応をしております。 SIMロック解除については、現状、各社における通信方式や利用周波数帯の違いにより、市場全体で機能する環境が整っているとは認識しておりません。また、各事業者が提供する携帯電話端末の多くは、個々の事業者への提供を目的に事業者ごとに最適化されています。よって、他事業者などの環境にて最適化されていない端末を利用した場合には、通信品質が異なる可能性がある上、場合によっては一部の周波数を利用したサービスしか受けられなくなることも想定されます。こうした事象については、利用者自身が事前に理解することが困難であり、また、SIMロックを解除し別途回線を契約した場合と、端末購入と回線契約を同時に行う場合とでは提供サービスや保守できる範囲が異なること等から、利用者に混乱を招く可能性が高いと考えます。 なお、アメリカにおいても、2013 年 12 月、FCC（FederalCommunicationsCommission）とCTIA（CellularTelecommunicationsandInternetAssociation）が合意した「SIMロック解除に関する原則」にて、SIMロック解除端末は他事業者が提供するネットワーク、各種サービス等と完全に互換性があるわけではないことが懸念点として挙げられています。 APNロックに関しては、前述の質問5と同様、現在、弊社においてはそのような事象はありません。 そもそもAPNは、課金・トラヒック制御等の観点より適切にサービス提供を行うために電気通信事業者が個々に設定するものであることを考えると、お客様のサービス提供状況に応じて特定のAPNを設定することは一定の合理性があると考えます。 なお、端末販売奨励金相当額については、2年の通信契約期間内に途中解約された場合、仮に割賦契約の残金をお支払い頂いたとしても、端末原価及び端末販売奨励金が回収できていない場合は多く存在します。従い、モバイルビジネス研究会報告書に記載の「端末販売奨励金相当額が回収されるまでの間は当該契約者の端末利用を確保する必要がある」という状況は、現在においても変わっていない認識です。【ソフトバンク】 ・ 当社は上記のとおり、ほとんどの端末が SIM フリーのため、特に回答は持ち合わせておりません。【イー・アクセス】
(2)4	・ 電話サービスについて、イー・アクセスから、ユーザー料金については、発信側事業者が料金を設定し、着信接続料については、ビル＆キ	・ ビル＆キープ方式は、接続料と通信量が均衡する事業者同士では、接続料支払額がほぼ同等であることから、コストに適正利潤を加えた接続料を設定しなくてもよいとの前提に立った考え方であると認識しております。 一方、各事業者がすべての事業者に相互接続しているわけではないため、複数事業者の網を経由して接続・通信する場合にビル＆キープ方式を導入すると、中継する事業者は網利用に対する適正な対価が得られず、コスト回収が困難となる可能性があると認識しております。

	ープ等を導入することにより、通話料金の定額制などの多様なサービスを利用者により提供しやすい環境をもたらすものとの意見があったが、本提案に関するご意見をいただきたい。	そのため、適正なコスト負担と公正競争を確保する観点から、同方式導入のあり方について慎重に検討することが必要と考えます。【ケイ・オプティコム】 ・ ビル＆キープ方式については、「電気通信市場の環境変化に対応した接続ルールの在り方について」（2009 年 10 月 16 日情報通信審議会答申）に整理されているように、通信量や接続料支払額が均衡しない場合の扱い等についての課題があるとされています。 さらには、音声通信自体が減少を続け、LINE等のアプリケーションサービスへの需要のシフトも進み、音声通信に係る接続料取引額がますます低下していくことが見込まれるため、ビル＆キープ方式の導入の目的や適否のみならず音声通信の接続料の在り方も含め、市場環境の変化を踏まえながら、慎重に議論するべきであると考えます。【日本電信電話】 ・ ビル＆キープ方式の導入については、事業者間の合意形成が図られるのであれば、その導入は否定されるものではない。 他方、ビル＆キープ方式の導入は2009年の情通審において議論され、①互いの接続料支払い額が同水準である場合、②通信量が均衡している場合の2つの考え方が示されたが、いずれも以下のとおり整理されており、その状況は大きく変化したものはないと認識している。 ①は、支払額が同水準となること自体が想定され難いこと、適用が音声通話の接続料に限られることから、精算コスト削減の観点からも導入の必要性は乏しい。 ②は、事業者毎にネットワークコストが異なることを考慮できないこと、新規・中小事業者にとって不利となり、適用・非適用が混在することへの公平性の観点等から課題がある。 以上のことから、ビル＆キープ方式については、双方の接続料水準や通信量を考慮し、精算の一方法として事業者間個々の合意がなされる場合に行うものであり、事業者全てに対して導入することについては慎重に議論すべきと考える。【NTT ドコモ】 ・ 接続料へのビル＆キープの導入については、大きな制度変更を伴うため、慎重な検討が必要と考えます。【KDDI】 ・ ビル＆キープ等の導入にあたっては、事業者間の取り決めに関する事項だけではなく、利用者の料金負担の在り方も含めた日本の通信制度が大きな変更となる可能性があるため、慎重に検討する必要があると考えます。以下に、検討すべき課題の一例を記載します。 － 接続通話における発信と着信のトラヒックアンバランスが生じる場合の公平なコスト負担の在り方 － 中継事業者を経由する接続形態において発生する、中継事業者のネットワークコストの回収 － 固定ネットワーク・携帯ネットワークなどの異なるネットワーク間での整備コストの差異 なお諸外国でも、固定事業者・携帯事業者は接続料を設定しており、基本的には事業者間で精算しあう方法を選択しています。 なお、米国の携帯電話市場においてはRPP（ReceivingPartyPays）方式を選択していますが、制度変更によるものではなく、番号体系やユーザー料金体系等も含めた歴史的経緯により選択しているものと認識しており、日本とは異なる環境であることも考慮すべきと考えます。【ソフトバンク】 ・ ビル＆キープについては、指定電気通信設備を有さない非ドミナント事業者である固定電話提供事業者間において、同等の機能による、同等の網使用料水準を設定している事業者間で導入されており、これは相互主義的相殺という観点から、事業者間精算に係る稼働などを削減することを理由として実現されています。

		一方、移動体事業者間のビル＆キープについては、一方が指定電気通信事業者の場合、相手方の事業者と同等の網使用料水準を設定することとなり、その相手方事業者の網使用料水準が当指定電気通信事業者の接続約款単価と乖離がある場合、ビル＆キープを行う事業者と、網使用料を通常精算する事業者の間で、水準について差異が生じるため、広義で見れば差別的取扱いとなりうると考えます。 また、移動体事業者と固定電話提供事業者間のビル＆キープについては、前提条件となる網機能の同等性についての条件から外れるものであるほか、精算する水準も、移動体事業者間のビル＆キープと同様、ビル＆キープによる精算事業者と通常精算を行う事業者間で差異を生じ、広義的には差別的取扱いとなりうるもので、問題があると考えます。【ジュピターテレコム】 ・ 将来的には、イー・アクセス殿が主張されるようなビル＆キープ制の導入も有力な方策と思います。ただし、現状からいきなりビル＆キープに移行するには様々な課題があります。MVNO が安価なサービスだけではなく、様々な付加価値を提供するサービス競争を実現するために、独自の SIM カードの発行や携帯電話番号の直接割り当てなどの施策も合わせて、着信接続料のビル&キープ制についても検討すべきと考えます。【テレコムサービス協会】