

ゼロレーティングサービスに関するルール検討ワーキンググループ 事務局資料

2019年7月
総務省
データ通信課

目次

- 1 ネットワークを巡る近年の環境変化**
- 2 ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート**
- 3 国内外におけるゼロレーティングサービスに係る政策動向**
- 4 今後の検討の方向性**

1 ネットワークを巡る近年の環境変化

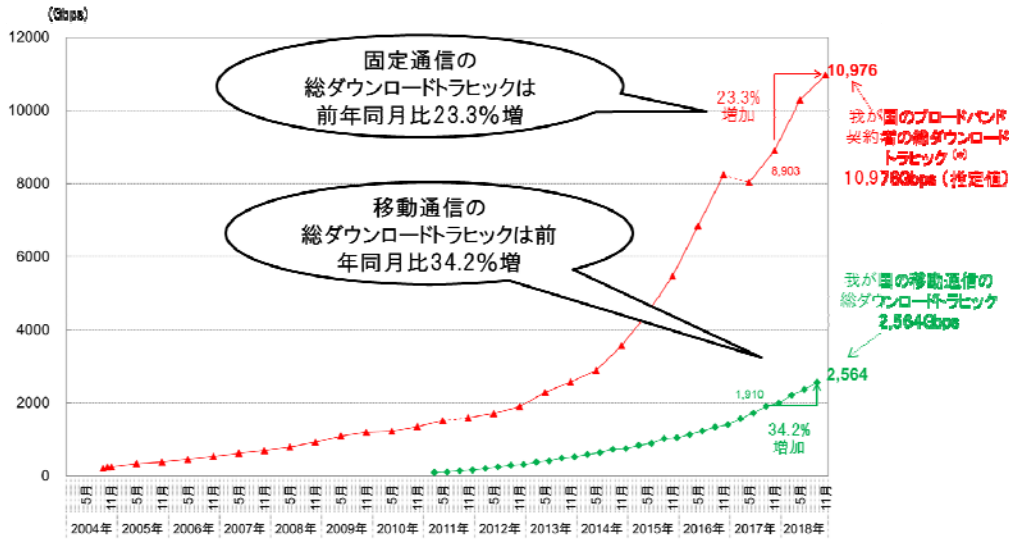
2 ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート

3 国内外におけるゼロレーティングサービスに係る政策動向

4 今後の検討の方向性

インターネットにおけるコンテンツの利用状況と通信トラフィックの増加

通信トラフィックが幾何級数的に増加



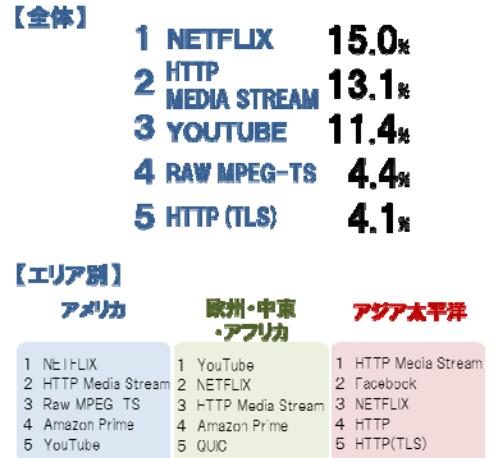
※2017年5月より、推定の精度を向上させる観点から、推定に用いた事業者数を変更しているため、不連続が生じている。

動画視聴がインターネットトラフィックの主流に

トラフィック(ダウンストリーム)のカテゴリ別シェア

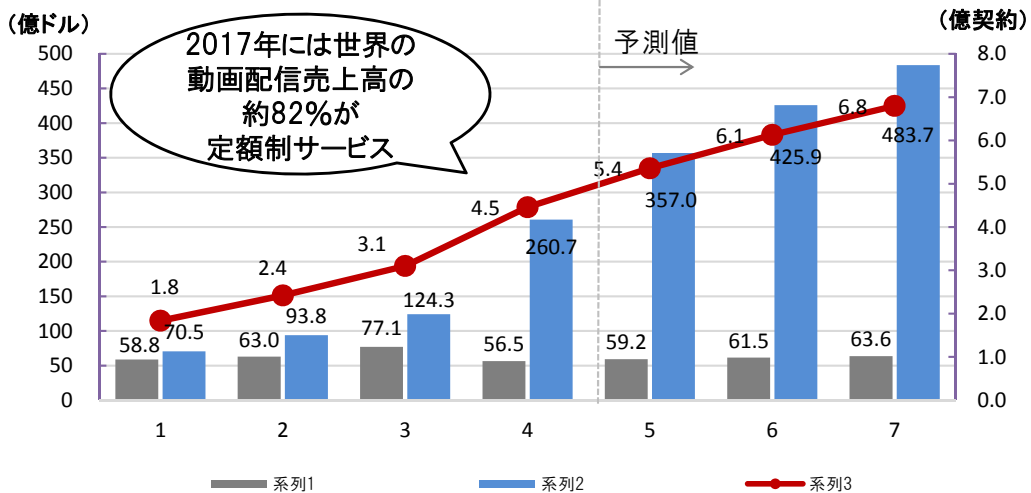


トラフィック(ダウンストリーム)のサービス別シェア



(出典)BANDVINE "The Global Internet Phenomena Report"(2018年10月)

コンテンツが高品質・大容量化し、定額制サービスが普及



(出典)IHS Technology

インターネット利用形態が更に多様化



インターネットの利用形態の多様化・高度化

■ インターネットの利用は、コンテンツ・ネットワーク・端末の各レイヤーで多様化・高度化が進展。
「ネットワーク中立性に関する懇談会」において検討を行った2006～2007年当時より、環境が大きく変化。

2006

2018

スマホアプリ

ニコニコ動画 (2006~)

動画配信

Youtube

gmail (2003~)

SNSの普及・プラットフォーム台頭

mixi

Twitter (2006~)

Facebook (2004~)

クラウド普及

Amazon Web Service (2006~)

動画ライブ配信

Twitch (2011~)

Line (2011~)

電子書籍

Kindleストア (日本向け:2012~)

シェアリングエコノミー

新サービス

仮想通貨

PokemonGo (2016~)

eスポーツ

ビッグデータ

AI胎動

AlphaGo (2015)

4K・8K放送 (2018~)

モバイルの高速化

MVNO市場拡大

ゼロ・レーティング等
新たなビジネスモデル

FTTH普及 高速化

ネットワーク 運用高度化

OpenFlow (2011~)

Line モバイル (2016~)

5G

スマートフォン等の普及

iphone (2007~)

Android (2008~)

ipad (2010)

Amazon echo (2014~)

B2BのIoT利用(モニタリング等)

IoT機器の登場

Google Glass (2013)

Apple Watch (2015~)

コンテンツ

ネットワーク

通信端末

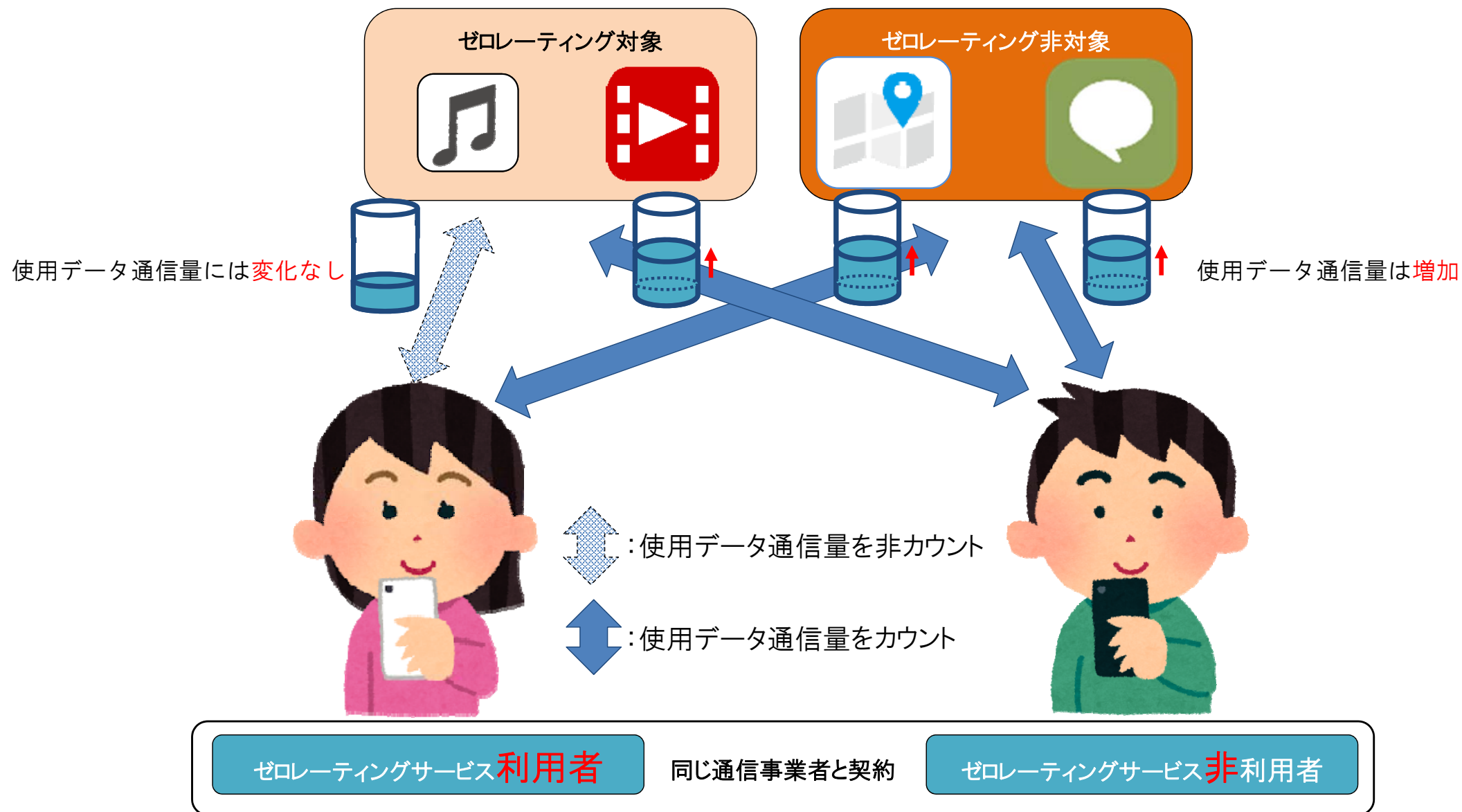
大容量化・
多様化

高速化・
多様化

多様化・
高機能化

ゼロレーティングサービスの登場

- 日本では、従量料金制又は上限データ通信量を定めた定額料金制が採られているモバイル通信において、特定のアプリ・コンテンツの利用について使用データ通信量にカウントしないゼロレーティングサービスが登場。



ゼロレーティングサービスの提供状況

平成31年1月時点の
資料を一部修正

社名	サービス名	月額料金 (円(税抜))		対象アプリ、対象サイト ※1	公式アプリ等 限定の有無 ※2	確認するデータ項目等 (Web上での利用者向け説明等)	通信の最適化 や 帯域制御に 関する周知の 有無 ※3	対象パケット量 の開示の有無
		対象プランの 基本料金	追加料金					
ソフトバンク	データ定額 50GBプラス (ウルトラギガモンスター+)	7480~ (50GB)		YouTube、AbemaTV、TVer、GYAO!、 hulu、LINE、Twitter、Instagram、 Facebook、Tik Tok	○	対象サービスか否か及び 対象サービス毎のパケット量	○	○ (開示予定)
KDDI (au)	auフラットプランAプラス	5480~ (7GB)		Twitter、Instagram、Facebook、+メッセージ	○	通信先やご利用しているサービス	○	○ (開示予定)
NTTコミュニケーションズ (OCNモバイルONE)	カウントフリー (全てのプラン)	900~ (110MB/日~30GB)		<u>050plus</u> 、 <u>マイポケット</u> 、 <u>OCNモバイルONEアプリ</u> 、 <u>申し込みサイト</u>	○	必要最低限のデータ(IPアドレス、ポート番号、 パケット内容のうちのヘッダの一部(テキスト、 動画、画像などのデータを含まない部分))	○	×
	MUSICカウントフリー (オプション)	900~ (110MB/日~30GB)	0	Amazon Music、AWA、 <u>dヒッツ</u> 、 Google Play Music、LINE MUSIC、Spotify、 <u>ひかりTVミュージック</u> 、 <u>レコチョクBest</u>	○			
オプテージ (mineo)	(全てのプラン)	700~ (500MB~30GB)		<mineoスイッチOFF時> <u>LaLa Call</u> 、 <u>マイページ</u> 、 <u>サポートページ</u> 等 <mineoスイッチON時、契約容量枯渇時> 全ての通信	○ (LaLaCallのみ)	IPアドレス	○	<mineoスイッチ OFF時> × <mineoスイッチ ON時、契約容量 枯渇時> ○
ビッグローブ (BIGLOBEモバイル)	エンタメフリー・オプション (オプション)	音声通話SIM: 1600~ (3GB~30GB)	480	YouTube、YouTube Music、 Google Play Music、Apple Music、 AbemaTV、Spotify、AWA、radiko.jp、 Amazon Music、U-NEXT、YouTube Kids	△	必要最低限のデータ(IPアドレス、ポート番号、 パケット内容のうちヘッダの一部 [テキスト、動画、画像等の データ内容を含まない部分])	○	×
		データSIM: 900~ (3GB~30GB)	980					
ジュピターテレコム (J:COM MOBILE)	J:COM MOBILE Aプラン スマホセット/タブレットセット	980~ (0.5GB~10GB)		<u>J:COMオンデマンド</u> 、 <u>J:COMミュージック</u> 、 <u>J:COMブックス</u>	○	(ユーザーのIPアドレスや、動画・静止画等のパ ケット内容を確認しない提供方式であるため、 WEB上で別段の記載はしていない。)	○	×
LINEモバイル (LINEモバイル)	LINEフリープラン	500 (1GB)		<u>LINE</u>	○	必要最低限のデータ(IPアドレス、ポート番号、 パケット内容のうちヘッダの一部 (テキスト、動画、画像等の データ内容を含まない部分))	○	×
	コミュニケーションフリープラン	1110~ (3GB~10GB)		<u>LINE</u> 、Twitter、Facebook、Instagram	○			
	MUSIC+プラン	1810~ (3GB~10GB)		<u>LINE</u> 、Twitter、Facebook、 Instagram、 <u>LINE MUSIC</u>	○			

※1 下線の対象アプリ・サイトは自社・グループ会社提供
(出典) 各社ホームページを基に総務省作成

※2 ○:公式アプリ等限定 △:公式アプリ等推奨

※3 ゼロレーティングサービスに限らず、全ての通信サービスに周知を行っている場合も含む。

ゼロレーティングサービスの提供状況(続き)

平成31年1月時点の
資料を一部修正

社名	サービス名	月額料金 (円(税抜))		対象アプリ、対象サイト ※1	公式アプリ等 限定の有無 ※2	確認するデータ項目等 (Web上での利用者向け説明)	通信の最適化や 帯域制御に 関する周知の 有無 ※3	対象パケット量の 開示の有無
		対象プランの 基本料金	追加料金					
DMM.com (DMM mobile)	SNSフリー (オプション)	850~ (3GB~20GB)	250	LINE、Twitter、Facebook、 Facebook Messenger、Instagram	△	必要最低限のデータ (IPアドレス、ポート番号、 パケット内容一部)	○	○
ドリーム・トレイン ・インターネット (DTI SIM)	DTI見放題SIM	2430 (7GB)		YouTube、Twitter、マイナビサイト	○	通信先 (IPアドレス、ポート、 HTTPヘッダ、TLSヘッダ)	○	×
	20's SIM	2880 (7GB)			○			
LogicLinks(LinksMate)	カウントフリーオプション (オプション)	500~ (1GB~30GB)	500	Twitter、Facebook、Instagram、 <u>AbemaTV</u> 、 <u>AWA</u> 、enza、 <u>OPENREC.tv</u> 、 <u>グランブルーファンタジースカイコンパス</u> 、GameWith、サイコミ、 <u>読書のお時間です</u> 、ファミ通app、ファミ通.com、 <u>FRESHLIVE</u> 、Mirrativ、 <u>アークザラッドR</u> 、 <u>アイドルマスターSideM</u> 、 <u>アイドルマスターSideM LIVE ON ST@GE!</u> 、 <u>アイドルマスター シャイニーカラーズ</u> 、 <u>アイドルマスター シンデレラガールズ</u> 、 <u>アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ</u> 、 <u>アイドルマスター ミリオンライブ! シアターデイズ</u> 、 <u>茜さすセカイでキミと詠う</u> 、 <u>あんさんぶるスターズ!</u> 、 <u>一血卍傑-ONLINE-</u> 、 <u>ウチの姫さまがいちばんカワイイ</u> 、 <u>エレメンタルストーリー</u> 、 <u>オルタナティブガールズ2</u> 、 <u>オルタンシアサーガ</u> 、 <u>ガールフレンド(仮)</u> 、 <u>怪盗ロワイヤル</u> 、 <u>神式一閃カムライトライブ</u> 、 <u>グランブルーファンタジー</u> 、 <u>グリモア~私立グリモワール魔法学園~</u> 、 <u>剣と魔法のログレス いにしえの女神</u> 、 <u>三国ブレイズ</u> 、 <u>実況パワフルサッカー</u> 、 <u>Shadowverse</u> 、 <u>ジョーカー ~ギャングロード~</u> 、 <u>スペースデブリーズ</u> 、 <u>セブンスストーリー</u> 、 <u>戦国炎舞-KIZNA-</u> 、 <u>戦国ロワイヤル</u> 、 <u>戦闘摂理解析システム #コンパス</u> 、 <u>千年戦争アイギス A</u> 、 <u>テイルズ オブ ザレイズ ミラージュ ブリズン</u> 、 <u>刀剣乱舞-ONLINE- Pocket</u> 、 <u>ドラガリアロスト</u> 、 <u>農園ホッコリーナ</u> 、 <u>バンドリ! ガールズバンドパーティ!</u> 、 <u>FINAL FANTASY BRAVE EXVIUS</u> 、 <u>ファンタジーライフ オンライン</u> 、 <u>プリンセスコネクト! Re:Dive</u> 、 <u>ほくとドラゴン</u> 、 <u>ポコロンドンジョンズ</u> 、 <u>マジアレコード 魔法少女まどか☆マギカ外伝</u> 、 <u>みんなゴル</u> 、 <u>夢王国と眠れる100人の王子様</u> 、 <u>妖怪ウォッチ ぷにぷに</u> 、 <u>妖怪ウォッチワールド</u> 、 <u>リネージュ2 レボリューション</u> 、 AppStore、GooglePlay	△	通信内容の一部 (IPアドレス、ポート番号、 パケット内容のうちヘッダの一部 (テキスト、動画、画像などの データ内容を含まない部分))	○	○

※1 下線の対象アプリ・サイトは自社・グループ会社提供
(出典) 各社ホームページを基に総務省作成

※2 ○:公式アプリ等限定 △:公式アプリ等推奨

※3 ゼロレーティングサービスに限らず、全ての通信サービスに周知を行っている場合も含む。

- 1 ネットワークを巡る近年の環境変化
- 2 ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート**
- 3 国内外におけるゼロレーティングサービスに係る政策動向
- 4 今後の検討の方向性

ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート調査 概要

アンケート（1）（人口動態に合わせて割付け、n=1,037）

- 調査実施期間： 2019年3月
- 調査手法： アンケート調査会社モニターへのウェブアンケート
- 調査対象： 日本に居住する、16歳以上の男女
- 回答者数： モニターのうち、16歳以上の男女を人口動態に合わせて割付け

	16-19 歳	20-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	60歳 以上	計
男性	24	60	76	88	74	178	500
女性	23	58	74	87	74	221	537

} n=1,037

アンケート（2）（ゼロレーティングサービス利用者のみを別途割付け、n=206）

- 調査実施期間： 2019年3月
- 調査手法： アンケート調査会社モニターへのウェブアンケート
- 調査対象： 日本に居住する、16歳以上の男女
- 回答者数： ゼロレーティングサービス利用者のみを別途割付け

※ アンケート（1）の対象者とは別の母集団

ゼロレーティング サービス利用者	206
---------------------	-----

} n=206

アンケート（1）（人口動態に合わせて割付け、n=1,037）

＜ゼロレーティングプランの認知度と利用意向＞

ゼロレーティングプランについて、21.3%がその存在を知っており、23.8%が今後利用したいとの意向を示している。一方で、今後利用したいと思わない割合は43.8%にのぼる。

アンケートの設問と回答内容

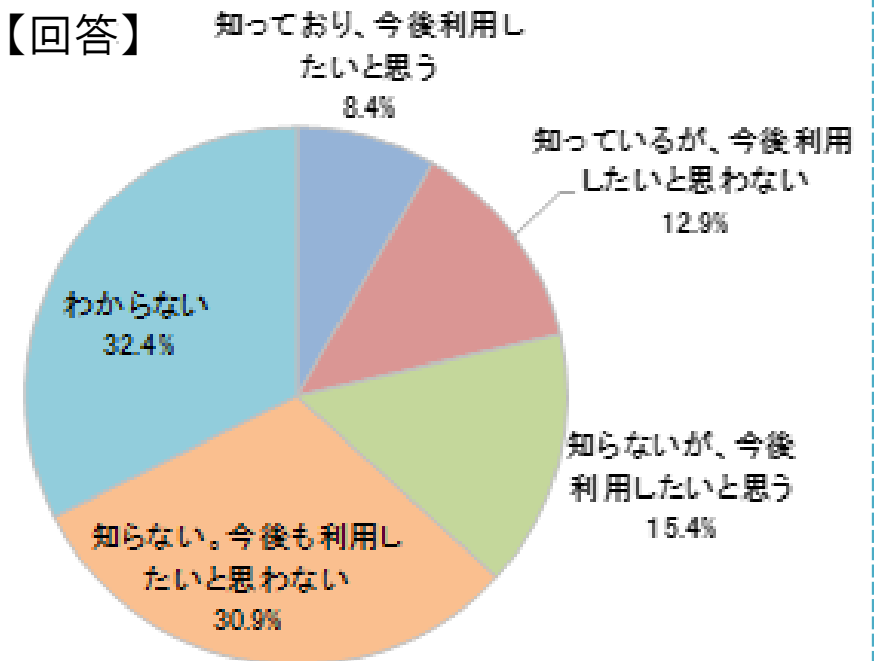
【設問】

あなたは、一部の動画や音楽のコンテンツの視聴等に関するゼロレーティング（カウントフリー）プラン（データ使用量が計上されない）を知っていますか。

（ソフトバンク「ウルトラギガモンスター+」、LINEモバイル「LINEフリープラン」等）

※ゼロレーティングサービス（カウントフリー）プランについては、データ通信プラン自体に含まれているもの、またはデータ通信プランにオプションとして追加するものの両方が対象となります。
※アンケート回答前のことについてお知らせください。

【回答】



アンケート（1）（人口動態に合わせて割付け、n=1,037）

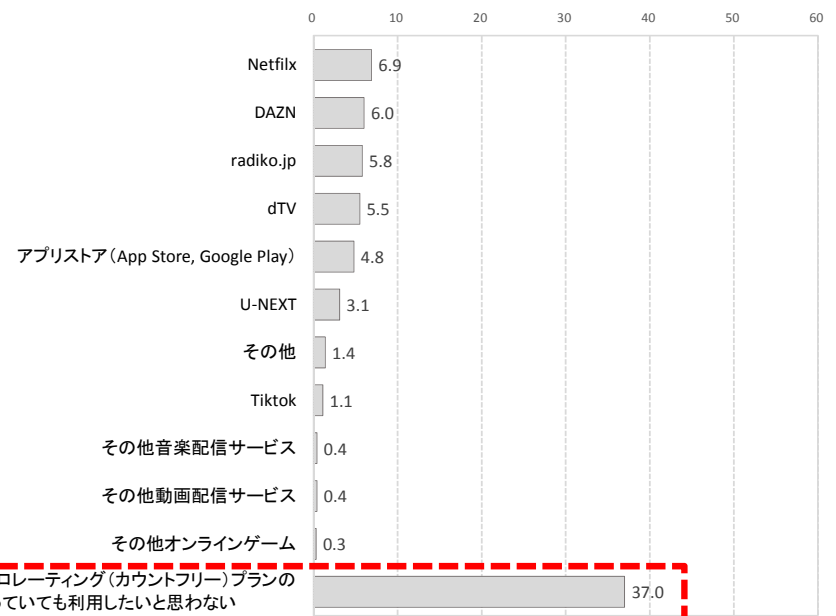
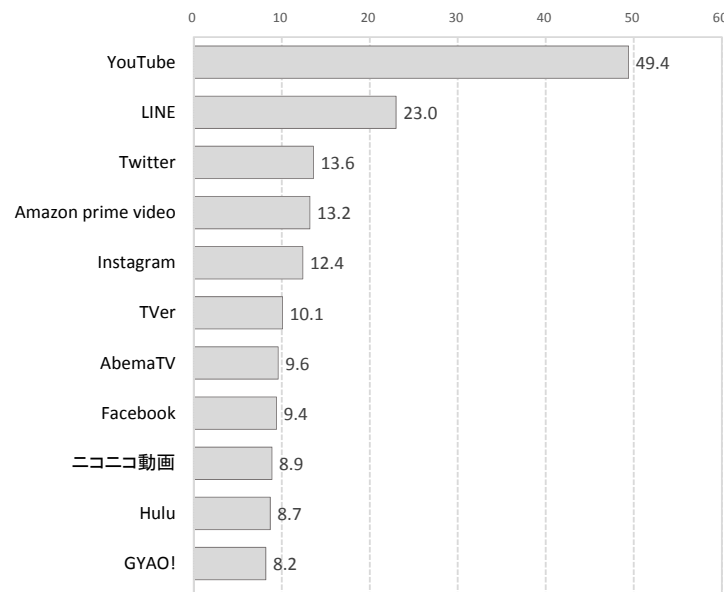
＜ゼロレーティングプランを利用する理由となる具体的なサービス＞

特定のサービスが対象となっていることが、ゼロレーティングプランの利用の選択に関する判断に影響を与えうると判断するユーザは63.0%にのぼる。（一方で、どのサービスが対象になっても利用したいと思わないユーザは37.0%にのぼる。）

アンケートの設問と回答内容

【設問】 具体的にどのようなサービスが「ゼロレーティング（カウントフリー）」プランの対象になっていれば利用したいと思いますか。（複数選択可）

【回答】



アンケート（1）（人口動態に合わせて割付け、n=1,037）

＜ゼロレーティングプランに対する考え方＞

利用するサービスやコンテンツによって通信の扱いが異なる（通信量がカウントされない）ことへの考え方について、最も回答率が高かったのは「分からない」の37.0%であった。続いて、「自分にとって便利になるのであれば問題無い」が32.7%、「通信の扱いがどのように異なるのかを説明されるのであれば問題無い」が18.7%であった。

アンケートの設問と回答内容

【設問】

ゼロレーティングプランは、利用するサービスやコンテンツによっては通信量がカウントされません。このように、利用するサービスやコンテンツによって通信の扱いが異なることについて、どのように思いますか。

※ なお、以下のメリット、デメリットを示した上で見解を聞いている。

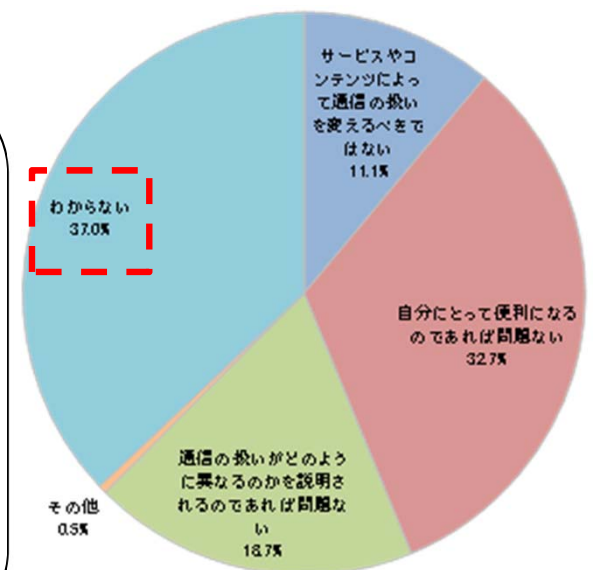
●消費者のメリット

- ・通信事業者の提供するプランや通信サービスが多様化し、自分の利用形態にあったプランや通信サービスを選べるようになる。
- ・通信事業者の競争が加速し、消費者の金銭的負担が小さいプランや通信サービスが登場する可能性が高まる。（単純な値下げだけでなく、同一の値段で利用可能なデータ容量が増加する（データ容量当たりの価格が下がる）ことも含む）

●消費者のデメリット

- ・サービスやコンテンツ間の通信の扱いを変えるために、利用者の通信の内容が通信事業者に把握される可能性がある。
- ・意識しないうちに、通信が有利に取り扱われるサービスやコンテンツを多く利用するようになってしまう。
- ・自分に合ったプランを正しく選べる人と、そうではない人で不公平性が増す。

【回答】



アンケート（2）（ゼロレーティングサービス利用者のみを別途割付け、n=206）

<ゼロレーティングプランによるデータ通信量の変化>

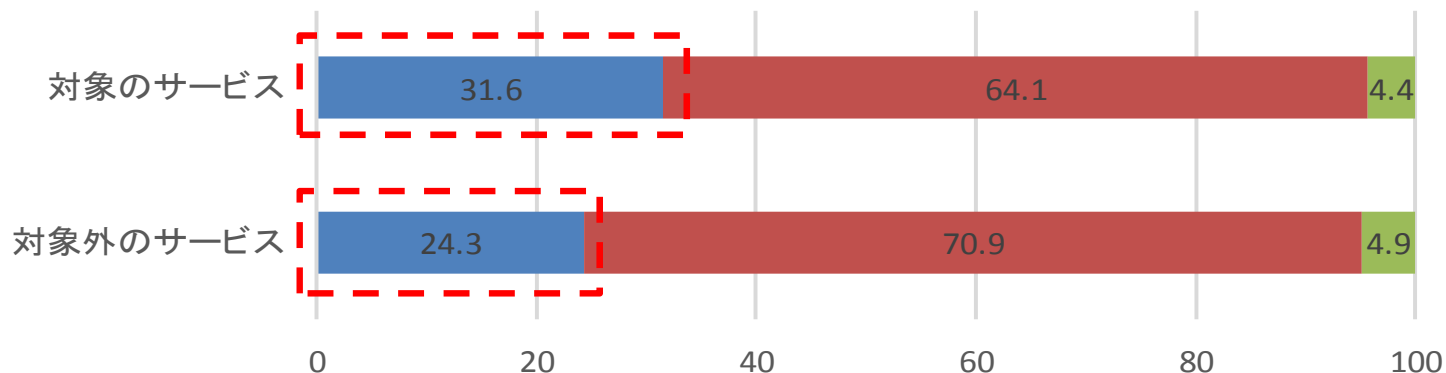
ゼロレーティングプランの利用を開始した後に、対象サービスのデータ通信量が増加した割合は31.6%だった。対象外サービスのデータ通信量が増加した割合は24.3%だった。

アンケートの設問と回答内容

【設問】あなたが、ゼロレーティング（カウントフリー）プランの利用を開始した後に、ゼロレーティング（カウントフリー）プランの「対象」「対象外」のコンテンツのデータ通信量（サイトの利用時間）に変化はありましたか。

【回答】

- データ通信量(サイトの利用時間)が増えた
- データ通信量(サイトの利用時間)は変化がない
- データ通信量(サイトの利用時間)が減った



アンケート（2）（ゼロレーティングサービス利用者のみを別途割付け、n=206）

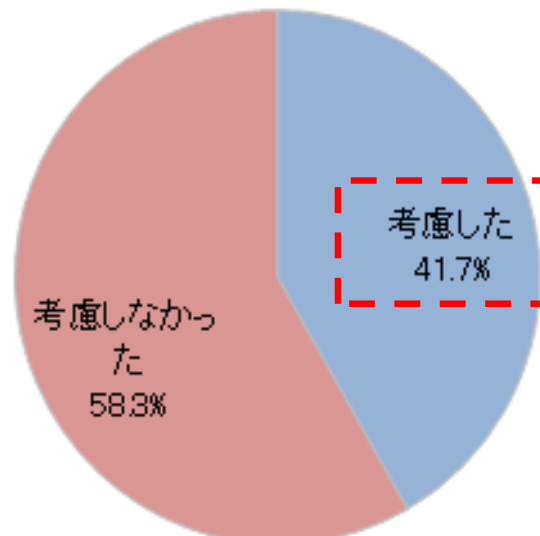
＜ゼロレーティングプランの契約への影響＞

ゼロレーティングプラン利用者において、データ通信プランの契約を検討する際に、ゼロレーティングプランの有無を考慮したと回答した割合は41.7%だった。

アンケートの設問と回答内容

【設問】あなたが現在利用中のデータ通信プランの契約を検討する際に、ゼロレーティング（カウントフリー）プランの有無は考慮しましたか。

【回答】



アンケート（2）（ゼロレーティングサービス利用者のみを別途割付け、n=206）

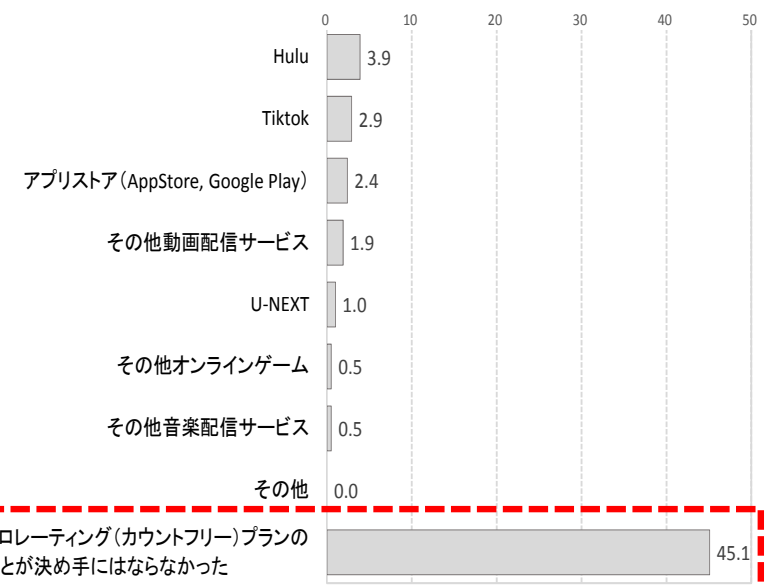
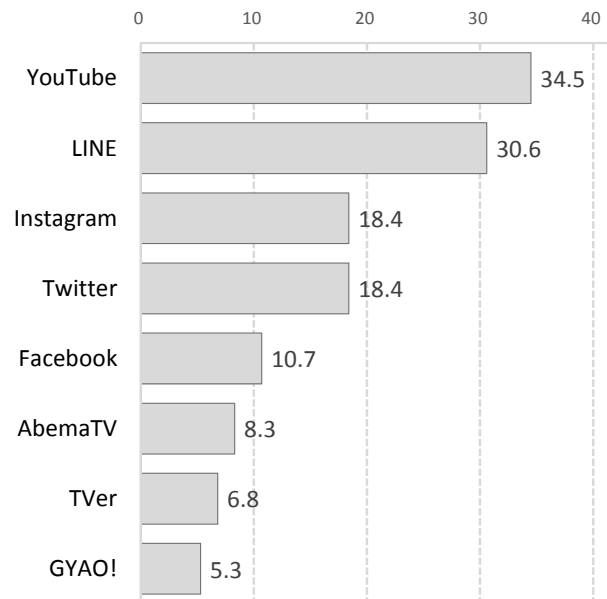
<ゼロレーティングプラン及び具体的なサービスの契約への影響>

ゼロレーティングプラン選択の際に、具体的なサービスが対象になっているかどうかが決め手になったという回答が54.9%にのぼる。（一方で、決め手にならなかったという回答は45.1%にのぼる。）

アンケートの設問と回答内容

【設問】 現在利用中のデータ通信プランの契約を検討する際に、具体的なサービスがゼロレーティング（カウントフリー）プランの対象になっていることが決め手になりましたか。決め手になった方は、当てはまるサービス名を全てお選びください。

【回答】

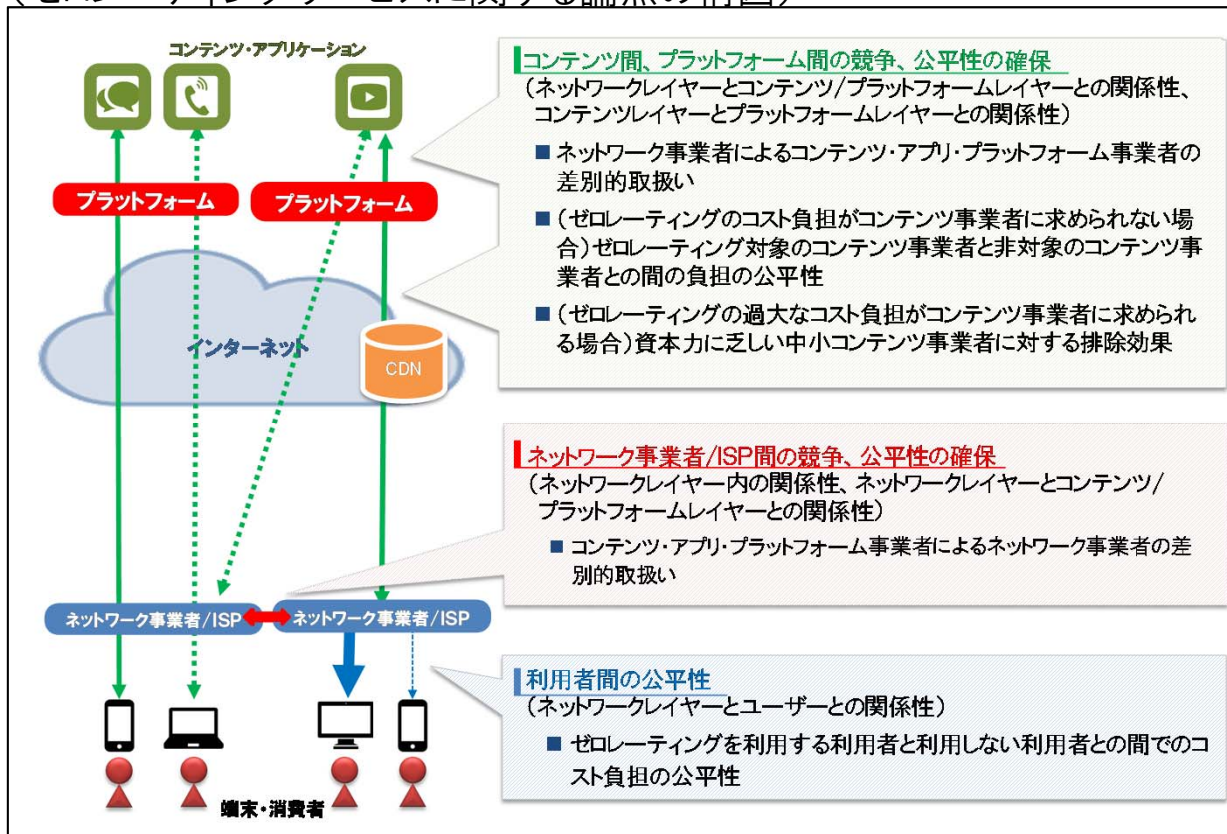


- 1 ネットワークを巡る近年の環境変化
- 2 ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート
- 3 国内外におけるゼロレーティングサービスに係る政策動向**
- 4 今後の検討の方向性

ネットワーク中立性とゼロレーティングサービス

- ゼロレーティングサービスについては、サービス内容の差別化に加え、トラフィック増に対する設備増強費用を捻出するための財源の一つとして一部の電気通信事業者から期待されている。
 - また、利用者にとっても、選択可能なサービス幅の拡大に繋がることが期待されている。
- ↑↓
- 当該サービスの利用者と非利用者との間の費用負担の公平性や、対象コンテンツと非対象コンテンツとの間のネットワークの利用に関する公平性、通信レイヤー、コンテンツ・アプリケーションレイヤーにおける競争への影響といった論点がある。

(ゼロレーティングサービスに関する論点の構図)



(出典)ネットワーク中立性に関する研究会
中間報告書より抜粋

現状

- モバイル通信分野において、特定のコンテンツ・アプリの利用について、使用データ通信量にカウントしないゼロレーティングサービスを一部事業者が提供。

課題

- データ通信量を気にせず動画などを利用しやすくなるとして歓迎する向きもあるが、以下が課題。
 - ① 費用負担の公平性
 - ② コンテンツ事業者間の競争に与える影響

取組の方向性

- 萌芽的なサービスであることから、一定の判断基準を示した上で事例を検証・分析し、問題事例について事後的に対応することが有効。
- 総務省は、関係者の参画を得て、公正な競争環境の維持や、利用者への適切な情報提供(透明性・公平性の確保)等について整理し、電気通信事業法の解釈指針として年内を目途に取りまとめ、運用することが適当。

ゼロレーティングサービスに係る各国の政策動向

米国

- 2015年に連邦通信委員会（FCC）が採択した「新オープンインターネット規則」では、ゼロレーティングサービス等について一般行為基準に基づきケース・バイ・ケースでFCCが判断するとされていたが、トランプ政権発足後の2017年12月に、ルールの大部分の廃止が決定された。

<一般行為基準 (General Conduct Standard)>

BIAS事業に従事する者は、①BIAS、適法なコンテンツやアプリケーション、さらには端末を選択、アクセス及び利用するエンドユーザの能力、②適法なコンテンツやアプリケーション、端末をエンドユーザに提供するエッジプロバイダーの能力、に不当に干渉又は差別的に取り扱ってはならない。

<事例>

携帯電話事業者が、以下のようなプランを提供

- T-Mobile：動画ストリーミングサービスを1.5Mbps又は480p等の品質でゼロレーティングで提供するゼロレーティングプラン
- AT&T：広告を視聴、販促ゲームを利用、調査に回答などしたユーザーに対し、データ上限を追加するゼロレーティングプラン。子会社となったDirecTVを含むコンテンツについて利用者に課金しないスポンサーデータプラン。
- Verizon：コンテンツプロバイダーがデータ通信量に応じた料金を支払うことで、利用者は課金されることなくコンテンツを利用できるスポンサーデータプラン。



- FCCは2017年1月に、FCC無線通信局は一般行為基準に基づき検証した結果を報告書として公表。
- AT&Tのスポンサーデータプランについて、関係を有しないコンテンツ事業者を不当に差別的に取り扱うものであり、競争上の障害となり、消費者利益を阻害するとして懸念を表明し、一般行為基準に違反する可能性があるとした。
- しかしながら、同年1月に就任したアジト・パイ新FCC委員長により、翌2月には調査終了の方針が発表された。

ゼロレーティングサービスに係る各国の政策動向(続き)

欧州

- EU理事会及び欧州議会により2015年11月に「オープンインターネット規則」が採択された（2016年4月施行）。
- 2016年8月に欧州電子通信規制者団体（BEREC: The Body of European Regulators for Electronic Communications）が「ネットワーク中立性ガイドライン」を策定。ゼロレーティングサービスは利用者の権利行使に影響を与える可能性があるとしつつも、一律に禁止はせず、各国規制当局（NRA）がケース・バイ・ケースで判断するための基準を示している。

<BEREC「ネット中立性ガイドライン」におけるゼロレーティング関係の主な記述>

- ・ゼロレーティングに関する合意又は商業慣行を規制当局やBERECが検証する場合、トラヒックの公平及び無差別取扱いの保証、イノベーションの原動力としてのインターネット・エコシステムの継続的機能等の「オープンインターネット規則」の目的、関連市場におけるIASプロバイダやCAPの地位、最終利用者の選択への制約度合い等を考慮する。
- ・データ使用量上限に達した際に、ゼロレーティング対象アプリ以外のアプリケーションについて、ブロック又は速度低下させるものは、トラヒックの公平取扱規定に違反する可能性がある。
- ・自社又は特定のアプリのみをゼロレーティング対象とするものは、特定のカテゴリーに属す全てのアプリケーションを対象とするものに比べ、最終利用者の選択を実質的に狭め、最終利用者の権利を損ないがちである。
- ・使用データ上限が低いほど、最終利用者はゼロレーティング対象アプリを利用するインセンティブが強まる。
- ・同一カテゴリー内のアプリ間での料金差別は、事業者間競争に影響を及ぼし、カテゴリーによる料金差別に比べ、「オープンインターネット規則」の目的を損ないがちである。

ゼロレーティングサービスに係る各国の政策動向(続き)

欧州

- 2019年4月に欧州委員会が公表したオープンインターネット規則の実施に関する報告書では、ゼロレーティングに関して加盟国間で首尾一貫した適用がなされていると評価するとともに、現段階では規則改正を提案することは適当ではないと結論付けている。

<主な事例>

(英国)

- Virgin MobileがWhatsApp及びFacebook Messenger等を対象にしたゼロレーティングプランを提供
- Threeが音楽や映像ストリーミングを対象にしたゼロレーティングプランを提供
- Vodafoneが特定のチャット、SNS、音楽及び映像アプリを対象にしたゼロレーティングプランを提供(HD品質のコンテンツへのアクセスは禁止され、帯域は900kbps以下に制限)



英国通信庁 (Ofcom) は2019年5月にネットワーク中立性ルールへの適合性評価に関する報告書を公表。2016年以降6つのゼロレーティングプランについて評価したが、正式調査が必要な事例はなかったと報告。

- 例えば、Virgin MobileやThreeのプランについては、ISP市場における市場シェアが小さいこと、オープンなプラットフォームであること等を理由に最終利用者の権利に実質的な影響を与えにくいとした。
- Vodafoneについて、帯域が900kbps以下に制限されることは合理的トラフィック管理とは考えられない、対象アプリ内の第三者広告がゼロレーティングとされないことが十分周知されていないとして透明性の観点から懸念を表明。(Vodafoneが対応)

ゼロレーティングサービスに係る各国の政策動向(続き)

欧州

(ドイツ)

- ドイツテレコムが、音楽・映像ストリーミングを対象とした3つのゼロレーティングプランを提供。(一部プランではゼロレーティング対象コンテンツに限らず、全てのコンテンツの通信速度を1.7Mbpsに制限。)
- Vodafoneが音楽、映像、チャット及びSNSを対象にしたゼロレーティングプランを提供。
(実施はされていないものの、利用規約上映像品質をSD(480p)に制限(スロットリング)する権限を留保。ゼロレーティング対象事業者向け提供条件がインターネット上で公開されていなかった。アプリ経由でないとコンテンツを提供できない。)



- ドイツ連邦ネットワーク庁(BNetzA)が公表したネットワーク中立性に関する年次報告書を公表。
- BNetzAは2017年12月の決定において、ドイツテレコムに対し、映像に対するスロットリングの禁止、ゼロレーティング対象事業者に関する一般提供条件(民間コンテンツ事業者の参加を禁止)の改定を求めた。
(2018年3月、ドイツテレコムが提供条件を改定)
 - BitTorrentプロトコルを利用するコンテンツ事業者から、ドイツテレコムのゼロレーティングプランに参加できないとしてBNetzAに苦情申立てがあり、現在調査中。
 - BNetzAは、Vodafoneに関し、スロットリング権限の留保、提供条件の非公開、アプリケーション経由でしか提供できないことについて異議を提示。(Vodafoneが対応)

- 1 ネットワークを巡る近年の環境変化
- 2 ゼロレーティングサービスに関する消費者アンケート
- 3 国内外におけるゼロレーティングサービスに係る政策動向
- 4 今後の検討の方向性**

検討の方向性

【基本的な考え方】

- ゼロレーティングサービスはまだ萌芽的なサービスであり、一律に「禁止する」とはしない
- 一方で、ゼロレーティングサービスに関して市場における予見性を高める観点から、電気通信事業法等に基づく一定の判断基準を示すことは重要
- 今後ケースバイケースで事例を検証・分析し、問題事例については電気通信事業法等に基づき事後的に対応することとする



【指針の主な内容】

- 電気通信事業法等に関する基本的な解釈の提示
- 事業者の判断に資する具体的なケースを例示

【具体的な検討事項(案)】

① 法解釈の明確化等による予見性の確保・向上

- 利用の公平の確保
- 通信の秘密の保護
- 消費者保護
- 公正競争の確保

② 指針の運用担保

- 紛争解決手段の整理
- 事後的な検証・分析に必要な情報の収集

ゼロレーティングサービスに関するルール検討WGの進め方(案)

【今後の進め方(案)】

- ゼロレーティングサービス等の提供に関わる電気通信事業者、コンテンツ・プラットフォーム事業者、消費者(団体)等から、ゼロレーティングサービスの実施方法や考え方、電気通信事業法等の解釈を要する事項・ケースなど、サービス提供の実態に関するヒアリングを実施
- ヒアリングを踏まえ、サービス提供に関する予見性を高め、事業者間の適正かつ柔軟な連携を可能とする環境の整備に向けて、電気通信事業法等の「解釈指針」において記載すべき事項、事業者等の判断に資するケース等について検討

(ヒアリング項目(案))

- ・ ゼロレーティングサービス対象コンテンツの選択の在り方
- ・ 通信の秘密の確保のための取組み
- ・ 利用者に対する情報提供の在り方
- ・ ゼロレーティングサービスの利用条件



上記検討を踏まえ、本年内にゼロレーティングサービスの指針として整理する。

(目的)

第一条 この法律は、電気通信事業の公共性にかんがみ、その運営を適正かつ合理的なものとするとともに、その公正な競争を促進することにより、電気通信役務の円滑な提供を確保するとともにその利用者の利益を保護し、もつて電気通信の健全な発達及び国民の利便の確保を図り、公共の福祉を増進することを目的とする。

(秘密の保護)

第四条 電気通信事業者の取扱中に係る通信の秘密は、侵してはならない。

2 電気通信事業に従事する者は、在職中電気通信事業者の取扱中に係る通信に関して知り得た他人の秘密を守らなければならない。その職を退いた後においても、同様とする。

(利用の公平)

第六条 電気通信事業者は、電気通信役務の提供について、不当な差別的取扱いをしてはならない。

(提供条件の説明)

第二十六条 電気通信事業者及び電気通信事業者から電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理(以下「媒介等」という。)の業務及びこれに付随する業務の委託を受けた者(その者から委託(二以上の段階にわたる委託を含む。))を受けた者を含む。以下「媒介等業務受託者」という。)は、利用者(電気通信役務の提供を受けようとする者を含み、電気通信事業者である者を除く。以下この項、第二十七条、第二十七条の二及び第二十九条第二項において同じ。)と次に掲げる電気通信役務の提供に関する契約の締結又はその媒介等をしようとするときは、総務省令で定めるところにより、当該電気通信役務に関する料金その他の提供条件の概要について、その者に説明しなければならない。(略)

(業務の改善命令)

第二十九条 総務大臣は、次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、電気通信事業者に対し、利用者の利益又は公共の利益を確保するために必要な限度において、業務の方法の改善その他の措置をとるべきことを命ずることができる。

一 電気通信事業者の業務の方法に関し通信の秘密の確保に支障があるとき。

二 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つておりとき。

三～六 (略)

七 電気通信事業者が提供する電気通信役務に関する提供条件が電気通信回線設備の使用の態様を不当に制限するものであるとき。

八～十一 (略)

十二 前各号に掲げるもののほか、電気通信事業者の事業の運営が適正かつ合理的でないため、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ずるおそれがあるとき。

2 (略)

(第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者等の禁止行為等)

第三十条 総務大臣は、総務省令で定めるところにより、第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者について、当該第二種指定電気通信設備を用いる電気通信役務の提供の業務に係る最近一年間における収益の額の、当該電気通信役務に係る業務区域と同一の区域内における全ての同種の電気通信役務の提供の業務に係る当該一年間における収益の額を合算した額に占める割合が総務省令で定める割合を超える場合において、当該割合の推移その他の事情を勘案して他の電気通信事業者との間の適正な競争関係を確保するため必要があると認めるときは、当該第二種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者を第三項、第五項及び第六項の規定の適用を受ける電気通信事業者として指定することができる。

2 (略)

3 第一項の規定により指定された電気通信事業者は、次に掲げる行為をしてはならない。

一 他の電気通信事業者の電気通信設備との接続の業務に関して知り得た当該他の電気通信事業者及びその利用者に関する情報を当該業務の用に供する目的以外の目的のために利用し、又は提供すること。

二 当該電気通信事業者が法人である場合において、その電気通信業務について、当該電気通信事業者の特定関係法人(第十二条の二第四項第一号に規定する特定関係法人をいう。次条第一項において同じ。)である電気通信事業者であつて総務大臣が指定するものに対し、不当に優先的な取扱いをし、又は利益を与えること。

4 第一種指定電気通信設備を設置する電気通信事業者は、次に掲げる行為をしてはならない。

一 他の電気通信事業者の電気通信設備との接続の業務に関して知り得た当該他の電気通信事業者及びその利用者に関する情報を当該業務の用に供する目的以外の目的のために利用し、又は提供すること。

二 その電気通信業務について、特定の電気通信事業者に対し、不当に優先的な取扱いをし、若しくは利益を与え、又は不当に不利な取扱いをし、若しくは不利益を与えること。

三 他の電気通信事業者(第百六十四条第一項各号に掲げる電気通信事業を営む者を含む。)又は電気通信設備の製造業者若しくは販売業者に対し、その業務について、不当に規律をし、又は干渉をすること。

(その他の協定等に関するあつせん等)

第一百五十七条 電気通信事業者間において、電気通信役務の円滑な提供の確保のためにその締結が必要なものとして政令で定める協定又は契約(第三項において「協定等」という。)の締結に関し、当事者が取得し、若しくは負担すべき金額又は条件その他その細目について当事者間の協議が調わないときは、当事者は、委員会に対し、あつせんを申請することができる。ただし、当事者が同項の規定による仲裁の申請をした後は、この限りでない。

2～6 (略)

第一百五十七条の二 電気通信事業者と第六十四条第一項第三号に掲げる電気通信事業(以下「第三号事業」という。)を営む者との間において、当該第三号事業を営む者が申し入れた当該第三号事業を営むに当たつて利用すべき電気通信役務の提供に関する契約(第三項において単に「契約」という。)の締結に関し、当事者が取得し、若しくは負担すべき金額又は条件その他その細目について当事者間の協議が調わないときは、当事者は、委員会に対し、あつせんを申請することができる。ただし、当事者が第三項の規定による仲裁の申請をした後は、この限りでない。

2 (略)

3 電気通信事業者と第三号事業を営む者との間において、当該第三号事業を営む者が申し入れた契約の締結に関し、当事者が取得し、若しくは負担すべき金額又は条件その他その細目について当事者間の協議が調わないときは、当事者の双方は、委員会に対し、仲裁を申請することができる。

4 (略)

(意見の申出)

第七十二条 電気通信事業者の電気通信役務に関する料金その他の提供条件又は電気通信事業者若しくは媒介等業務受託者の業務の方法に関し苦情その他の意見のある者は、総務大臣に対し、理由を記載した文書を提出して意見の申出をすることができる。

2 総務大臣は、前項の申出があつたときは、これを誠実に処理し、処理の結果を申出者に通知しなければならない。

- ・ 電気通信事業者がゼロレーティングの対象となるコンテンツ事業者に対し、他の電気通信事業者による同等のサービス提供を困難にするような契約の締結を求めることは、ネットワークレイヤーにおける競争確保の観点から、不適切ではないか。
- ・ MNOによるゼロレーティングの提供に関しては、自社ネットワークを活用するMVNOによる同等のサービス提供が不可能な条件で、ゼロレーティングサービスを提供していないか監視が必要ではないか。
- ・ 市場支配力を有する電気通信事業者が自己の特定関係事業者のコンテンツのみをゼロレーティングの対象とすることは、コンテンツ・プラットフォームレイヤーにおける競争確保の観点から不適切ではないか。
- ・ 電気通信事業者がコンテンツ事業者を不当に差別的に取り扱わないよう、ゼロレーティング対象コンテンツの選定に関する条件等の公開を市場支配力を有する電気通信事業者に対し求める必要があるのではないか。
- ・ 市場支配力を有する電気通信事業者については、ゼロレーティングの普及に伴うトラフィック増加に対応可能となるようなネットワーク整備(設備投資等)が確保されていることが必要ではないか。
- ・ 市場支配力を有するコンテンツ事業者(プラットフォーム事業者である場合もある)が電気通信事業者に対し、競合コンテンツをゼロレーティング対象とすることを困難にするような契約の締結を求めることは、他のコンテンツ事業者(プラットフォーム事業者を含む)にとって、コンテンツ・プラットフォームレイヤーにおける競争確保の観点や、当該電気通信事業者の電気通信サービスの利用の公平性の観点から不適切ではないか。
- ・ 十分な情報に基づく消費者による選択を確保するため、電気通信事業者はゼロレーティング対象コンテンツに関する条件(料金等)やパケットのカウントの実態を利用者に対し適切に、かつ、分かりやすく情報提供する必要があるのではないか。