



JAPAN ASSOCIATION
OF CONSUMER AFFAIRS
SPECIALISTS

ゼロレーティングサービスに関するルール検討WG ヒアリング資料

2019年8月8日

公益社団法人全国消費生活相談員協会

全国消費生活相談員協会

本協会は、消費者の権利の確立及び消費者の自立支援を推進し、消費者の利益の擁護及び増進に努めるとともに、消費生活に関する相談に係る情報や消費生活に関する情報を収集・提供し、さらに消費者被害の発生及び拡大の防止、及び、被害救済のための活動を行い、もって消費生活の安定・向上に寄与することを目的としています。

■設立

- 1977年 「国民生活センターの消費生活相談員養成講座修了者の会」
として発足、消費者問題の専門家集団
- 1987年 社団法人全国消費生活相談員協会(経済企画庁所管、現在消費者庁)
- 2007年 適格消費者団体 (内閣総理大臣認定)
- 2012年 公益社団法人全国消費生活相談員協会

■会員 全国の自治体等の消費生活相談窓口に勤務する消費生活相談員を主な会員としていいます。現在の会員数は、 約1900名

■土日に「週末電話相談」を開設し、昨年度の相談件数は、 2408件

目次

- 1 ゼロレーティングサービスについて
- 2 ゼロレーティングサービスへの期待や懸念について
- 3 ゼロレーティングサービスの比較・選択等のために、事業者側から開示されるべき情報やケースなどについて

1 ゼロレーティングサービスについて

ゼロレーティングサービスに対する認識・考え方

- ユーザーが特定コンテンツを利用した際に、通信量をカウントせず、通信料金を徴収しないこと
- ゼロレーティングの言葉や意味を理解している消費者は少数で、“カウントフリー”という言葉の方が認知度はある
- 契約事業者サイト内で、消費者が契約内容の確認などを行う際の通信量のカウントはされないが、これは、ゼロレーティングサービスの範囲外であるとの認識

1 ゼロレーティングサービスについて

ゼロレーティングサービスに対する認識・考え方

- 現在、ゼロ・レーティングサービスに特化した消費者からの相談は少ない模様
- 利用した認識のある通信量と通信事業者から請求された通信量に大きな隔たりがあったという相談はある
- 今後、利用者の増加やサービス提供事業者の増加によって、相談が増加すると考えられる
- ゼロレーティングサービスについての定義の明確化や、利用者だけでなく、消費者に対しての周知の必要がある

2 ゼロレーティングサービスの期待や懸念

ゼロレーティングサービスの期待

- 消費者はデータ通信量や料金を気にしないで、利用したいアプリやコンテンツを気軽に利用でき、ネット利用の幅が広がる
- データ通信を利用する料金プランの多様化により、消費者の選択肢が広がる
- インターネットをテレビ放送のように「ながら視聴」できる

2 ゼロレーティングサービスの期待や懸念

ゼロレーティングサービスの懸念①

- ゼロレーティングサービスにより、未使用時にも常に繋いだ状態にする利用者も考えられ、過剰な使い方により、トラフィック不足に陥ることになるのではないか
- トラフィック不足による通信制限が頻繁に発生しないか
- ゼロレーティングの事業者が選択したコンテンツのみを、見ることになるので、コンテンツの数が少ないと偏った考えに誘導されないか、ゼロレーティング利用者と非利用者で考え方に違いが出てくるようなことにならないか

2 ゼロレーティングサービスの期待や懸念

ゼロレーティングサービスの懸念②

- コンテンツの選択は通信事業者側の判断で決まるため、利用者が特定のコンテンツに誘導されるのではないか
- 利用がゼロレーティング対象コンテンツに集中する結果、同業他社のサービスが淘汰され、新規参入が阻まれることにより、消費者の選択肢が狭められるのではないか
- ゼロレーティング利用を判別するだけにとどまらず、識別子により消費者情報がデータ化され別の用途で利用されたりしないか、「通信の秘密」が侵害されていないか

2 ゼロレーティングサービスの期待や懸念

ゼロレーティングサービスの懸念③

- ゼロレーティング対象サイトであっても、例外規定や閲覧方法によっては課金されることについて、利用者が充分理解しているとは言い難い
- 利用者にかかる費用を、非利用者が知らない間に負担させられていないか（通信利用料金の公平性）
- 光回線の従量制サービスを実施している事業者がゼロレーティングサービスを開始する場合は検討が必要

3 事業者から開示されるべき 情報やケースなどについて①

(契約・プラン変更時)

- カウントフリーや対象コンテンツが強調され、店頭時に課金される場合についての説明がなかったり、インターネット上での表記が小さかったり、クリックしないと見えないなどのことがないようにしていただきたい
- 規約に記載するだけでなく、ゼロレーティングサービスのしくみや「通信の秘密」に関する同意についても、消費者が理解できるように説明してほしい
- 課金されるケースについてをまとめた資料を配布してほしい

3 事業者から開示されるべき 情報やケースなどについて②

(利用時)

- 有料か無料かの表示や、ゼロレーティングサービスの対象コンテンツから離れる場合には、課金されるとの表示をするなどの工夫があると分かりやすい
- あるコンテンツが、ゼロレーティングサービスの対象外になる場合の周知の徹底や、対象外になることによりプラン変更を希望する消費者についての配慮についてお願いしたい
- ゼロレーティングサービス以外の契約者に対して、金額面や通信制限などにおいて不公平にならないように留意をお願いしたい

3 事業者から開示されるべき 情報やケースなどについて③

(その他)

- 子どものゼロレーティングの利用について、ネットにおける健康被害の未然防止の観点から、利用年齢や容量についての制限を設けるなどの配慮をお願いしたい
- カウントの計測方法を全事業者共通のものとして欲しい
また、計量法のように定期的な検査をするなど設けることを検討してほしい
- 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」にも明記してほしい



**JAPAN ASSOCIATION
OF CONSUMER AFFAIRS
SPECIALISTS**