

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（第2回）

1 日時 令和元年7月30日（火） 15:00～17:00

2 場所 総務省第三特別会議室（9階）

3 出席者

○構成員

大橋主査、柿沼構成員、実積構成員、中尾構成員、林構成員、森構成員

○ヒアリング対象者

ソフトバンク株式会社（吉岡渉外本部約款サービス部長）、KDDI株式会社（山本渉外・コミュニケーション統括本部渉外・広報本部渉外部副部長）、楽天モバイル株式会社（吉野営業・マーケティング本部サービス・料金戦略部サービスデザイン課長）、株式会社オプテージ（浜田執行役員 経営本部副本部長）、ビッグロープ株式会社（黒川コンシューマ事業本部サービスデザイン統括部長）、株式会社LogicLinks（春田代表取締役社長）

○総務省

谷脇総合通信基盤局長、竹村電気通信事業部長、今川総合通信基盤局総務課長、大村料金サービス課長、山路データ通信課長、梅村消費者行政第一課長、中溝消費者行政第二課長、福島データ通信課企画官、蒲生電気通信紛争処理委員会調査官、細野データ通信課課長補佐

○オブザーバー

塚田公正取引委員会経済取引局調整課長

4 議事

（1）関係者へのヒアリング

- ・ソフトバンク株式会社
- ・KDDI株式会社
- ・楽天モバイル株式会社
- ・株式会社オプテージ
- ・ビッグロープ株式会社

・株式会社LogicLinks

(2) 意見交換

(3) その他

【大橋主査】 本日は、皆様方、お忙しいところ御参集いただきまして、ありがとうございます。

定刻となりましたので、ただいまから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（第2回）を開催できればと思います。

冒頭、もしカメラ撮りがあれば。

【細野データ通信課課長補佐】 冒頭、カメラ撮りの御希望をいただいておりますが、いらっしゃいますでしょうか。

(カメラ撮り)

以上でございます。

【大橋主査】 それでは、議事に入ります前に、事務局から資料について確認をしていただければと思います。

【細野データ通信課課長補佐】 事務局でございます。

それでは、まずは席上の資料について確認をさせていただきます。皆様のお手元には、座席表、議事次第、資料2-1から資料2-5まで、また、構成員限りといたしまして資料2-6を配付いたしております。御確認いただきまして、不足などがございましたら事務局までお伝えください。よろしいでしょうか。

以上でございます。

【大橋主査】 それでは、本日の議事に入りたいと思います。

本日のワーキンググループは、構成員6名全員の出席となるようですので、よろしく願いいたします。

本日は、前回のワーキンググループにおいて御説明があったとおり、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における議論の参考とするために、以下の社の方々にお越しいただいております。ソフトバンク株式会社、KDD I 株式会社、楽天モバイル株式会社、株式会社オプテージ、ビッグロブ株式会社、株式会社LogicLinksの6社の方々でございます。本日は、お忙しいところ御参集いただき、本当にありがとうございます。今日は、皆様方各社のお取組の内容、あるいは、お考えについてヒアリングを実施した

いということでございます。

また、本日の資料のうち、構成員限り、あるいは非公開とされている部分、比較的多くございますけれども、構成員の皆様方におかれましてはお取扱いのほう、十分御留意いただきますようお願いいたします。

それでは、早速、入りたいですけれども、部屋、暑いのでジャケットのほう、もう皆さん脱がれているので関係ないんですけれども、もし、あれでしたら適当にやっていただければと思います。

それでは、最初のヒアリング対象者でございますソフトバンク株式会社、これはもしかしてアイウエオ順でそうなっているのかもしれませんが、御説明のほうをお願いしたいと思います。本日は時間が限られておりますので、まことに恐縮でございます、各社からの御説明、8分から最大10分ということをお願いしております。どうぞよろしくをお願いいたします。

【ソフトバンク】 それでは、ソフトバンクより、弊社のゼロレーティングサービスに関する取組について御説明申し上げます。資料2-1でございます。

1ページ目は目次でございますので、これは置いておきまして、2ページ目、弊社のゼロレーティングサービスの概要です。サービスを出しましたのが昨年9月です。「ウルトラギガモンスター+（プラス）」というサービス名称で、特定の動画とSNSが非課金になるというサービスを開始いたしました。

実は、これ、右下のほうに書いているんですけれども、まだ特定のサービスに限定してのゼロレーティングというのはまだやっておりませんで、そのプレ段階として、今はまだ全ての国内のデータ利用が非課金になるという状態になっております。いわゆる特定のサービスに対して非課金のサービスというのは、この10月から開始の予定という状況でございます。

3ページ目ですけれども、これは構成員限りとして出させていただいておりますトラフィックの推移です。これは、一貫してずっと上昇してきておりまして、このサービスが始まった前後で見ても、さほど大きく変化しているものではございません。そういうことが見ていただけるかと思えます。

続きまして、4ページ目です。対象のコンテンツの選定をどのようにやっているのかということですが、これはユーザーのニーズや、ビジネスの観点からコンテンツを選定しておりまして、順次、拡大しております。昨年9月にサービスを開始した時点では8コンテ

コンテンツだったんですけれども、今は、そこに書いてございますように10のコンテンツを対象としてサービスを提供する予定でございます。

コンテンツの選定条件ですけれども、ゼロレーティングの対応に必要な技術的条件と運用体制が確保できること、もう一つは違法なコンテンツ等を取り扱わないことを条件とさせていただきますまして、お申込みいただいた、問い合わせいただいたコンテンツプロバイダー様とお話をさせていただいているということでございます。これにつきましては、ウェブサイト上に問い合わせのフォームを設けておりますので、そこよりコンテンツプロバイダー様よりお問い合わせをいただいているというような運用を行っております。

5ページ目も構成員の方限りとさせていただいているんですけれども、対象サービスの判定の仕組みでございます。該当プランに加入のお客様の通信があるときには、対象のCP様から必要な情報をいただいております、それに該当するの否かを弊社のシステムの中で判定いたしまして、該当のコンテンツであれば非課金にする、それ以外であれば課金にするというような処理を行っております。該当プランに非加入の方のデータは見ることはございません。そういう運用でございます。

続きまして、6ページです。ここは、通信の秘密にかかわる取組のところなんです。これは、当然、通信の一部を見ることとなりますので、サービスに御加入いただく際には、必ず個別にお客様に同意をいただいております、お申込みをいただいているという状況でございます。もし、これに同意なされない場合には、このプランにはお申込みいただけないという運用でございます。

続きまして、7ページですけれども、利用のお客様への情報提供ということで、これは対象のコンテンツの中でも一部課金となってしまうようなケースもございます。一例を挙げますと、サービスの中でリンク先に飛ぶような場合には課金となります。そういう情報につきましては、提供条件書ですとか、弊社のウェブサイトなどで、こういった場合が課金、非課金と事細かに提供、提示しておるということでございます。

そういったような運用で、実際のサービスは再来月、10月1日からということで、今、準備を進めておるということでございます。

最後に、8ページ目でまとめですけれども、先ほど申し上げましたとおり、トラフィックは増加をしておるんですけれども、このサービスを契機として大きく変動はしておりません。将来の増加についても、適切にネットワークの対策を行いながら対応してまいります。また、ゼロレーティングサービスについては、公平性、中立性を十分留意しながら、また、

通信の秘密というところにも十分に気を使いながら、サービスの提供を実施してきます。最後に、多様化するユーザーニーズにこたえるべく、イノベーションが阻害されない、自由なサービス競争が実現できるようなルール化や、競争環境を要望したいと考えております。

弊社からは以上でございます。

【大橋主査】 ありがとうございます。

質疑は、最後にまとめてやらせていただければと思いますので、次の御説明に移りたいと思います。

次は、KDDI株式会社様から、8分から最大10分までの御説明ということで、どうぞよろしくお願いいたします。

【KDDI】 KDDIでございます。本日は、貴重な時間をいただきまして、ありがとうございます。それでは、資料2-2で御説明させていただきます。

最初に、スライド2を御覧ください。まず、ゼロレーティングに対する当社の考え方でございます。現状、ゼロレーティングは、欧米ではMNOも含めて多くの提供事例があります。何よりも、競争の活発化によりサービスの選択の幅が広がって、利用者の便益は向上していると考えられます。もちろん、消費者保護には十分に配慮しつつも、規制は最小限とし、新たな価値をつくり出すことができるような市場環境を整えることが重要であると考えます。

続いて、スライド3でございます。こちらは、規律に対する考え方でございます。いわゆるネットワーク中立性、あるいはオープンインターネットというものに対する規律について、海外では様々なアプローチがあるところでございます。ゼロレーティングですとか、スポンサードデータ、アンリミテッドといった様々なサービスがありますが、これらについて一律に禁止することはない、問題があるかどうかについては個別に判断するという運用になっております。

ここで大事なのは、ゼロレーティングにつきまして、海外では、市場シェアなどを基準とした事前の規制、いわゆる特定の事業者に適用する規制は見られないという点でございます。このワーキングで御議論いただく、事業法におけるネットワーク中立性の問題というのは、基本的には消費者保護、あるいは電気通信事業者によるコンテンツ事業者に対する不当な差別的な取扱いの問題であると考えておりますが、次のスライドでもう少し詳しく述べたいと思います。

スライド4でございます。ネット中立性、あるいはゼロレーティングに関するものとして、現在、電気通信事業法では以下のルールが既に存在しております。まず、利用の公平、こち

らは消費者、及びコンテンツ事業者様を含めた不当な差別的取扱いの禁止というものが既にございます。また、通信の秘密、それから提供条件の説明も重要な規律でございますが、これらは全ての電気通信事業者に適用される規律であります。そして、個別事例によって問題が生じた場合は、事後的に業務改善命令で対応するというたてつけになっております。

なお、市場支配力を有する電気通信事業者に対する規律としましては、NTT東西さん、及びドコモさんに対して禁止行為規制を適用するというものがありますが、今回、解釈指針を策定する上では、現行の規律の範囲内において、全ての電気通信事業者が最低限守るべき事項を明確化することが必要であると考えます。具体的には、明らかにこれをやったら違法となるケースの例示にとどめるということが適当でございまして、萎縮効果を生まないように、消費者保護の観点を踏まえた上で、自由に新しいサービスを提供できる市場環境を確保していただきたいと考えております。

スライド5でございます。ここからは、当社のサービスについての御説明になります。当社は、今年6月より「auフラットプラン7プラス」、これは7ギガバイトの7でございませうが、ゼロレーティング型の新しいサービスを提供しております。カウントフリーの対象になるSNSは、当初は4つから始めて、下の絵にあるとおりでございませうが、順次、拡大する予定でございませう。ただし、本プランにおけるゼロレーティング、いわゆるカウントフリーの適用は、今年の秋以降に実施予定でございませう、現時点ではまだカウントフリーは適用していないという状態でございます。

ページをめくっていただきます。スライド6でございませう。通信の秘密に関する取組でございませう。図のほうは構成員限りとさせていただきますはありますが、基本的には対象プランのお客様と、それ以外のお客様で、設備、システムを厳格に区別しています。既存のお客様につきましては通信の中身を見ない。対象のお客様、今回で言いますとフラットプラン7プラスのお客様につきましては、加入者データベースで該当する、しない等を判断した上で、該当する場合には対象のネットワークのほうにルーティングして、通信の宛先などを識別し、いわゆる既存のお客様とは違う扱いをするということでございませう。次のスライドで説明しますが、今回、対象となるお客様につきましては同意をいただくという仕組みにしております。

ページをめくっていただきまして、スライド7でございませう。こちらは、先ほど申し上げましたように、対象プランに御加入いただく際に、通信識別機能、つまり通信の宛先ですとか、利用しているサービスを識別する機能について、しっかりと御説明させていただき、個

別具体的かつ明確な同意を取得するという事に努めております。ショップでの対面販売だけではなく、オンラインでの御契約、あるいはプラン変更においても確実に御確認いただき、同意を確実に取得するという仕組みにしております。

ページをめくっていただきまして、スライド8でございます。こちらは、カウントフリーのはずなのに、カウントされてしまっているのではないかという問題に関する内容でございます。実際のところ、対象のSNSであっても、いわゆるカウントされてしまうケースはございますので、具体的な事例を挙げてお客様にしっかりと開示し、説明しております。具体的には、この表の中にありますとおりで、私どもの場合は対象がSNSということですので、動画、音楽についてはカウントフリーの対象ではございません。あるいは、先ほどソフトバンクさんから御説明あったような外部リンクとか、外部サーバーへの接続とか、こういった場合についてはカウントフリーになりません、カウントされてしまいますという説明をしっかりとさせていただいております。

続きまして、スライド9でございます。こちらは、ゼロレーティングの適用になっているかどうかを、どのようにお客様に御理解いただくかというものでございます。私ども、既に提供しておりますMy a uというサポートアプリでございますが、いわゆる請求情報などをお客様自身で確認できるツールでございます。こちらを見ていただきますと、具体的なイメージは構成員限りとさせていただいておりますが、要するに現在、どれぐらいの容量を使っているか、残りが何ギガあるのかを分かりやすく説明させていただいて、そのうち、今回、どれぐらいの容量がカウントフリーになっているかということも、ぱっと見て分かるような仕組みを考えてございます。こちらは、先ほど申し上げましたように、まだ提供しておりませんので、現在、こういったものを検討しているという状況でございます。

続きまして、スライド10でございます。最後に、コンテンツ事業者様との協議についてでございます。個別に協議をさせていただく上で、当然、その内容の健全性、公序良俗に反しないことですか、サービスの仕様、現時点ではSNSとか、テキスト、あるいは静止画等でございますが、こういった私どもの考え方。それから、技術運用性など、いわゆる最低限の要素を踏まえて、ビジネスパートナーであるコンテンツ事業者様と、個々のニーズに合わせて個別に協議をさせていただいております。当社ホームページに、お問い合わせフォームというものを設置しておりますので、まだ提携はこれからというコンテンツ事業者様から御要望がありましたら、具体的なお話ができるように対応しているという状況でございます。

本日の御説明は以上でございます。ありがとうございました。

【大橋主査】 ありがとうございました。

それでは、次に、楽天モバイル株式会社から、8分、最大10分までで御説明、お願いできればと思います。どうぞよろしくお願ひします。

【楽天モバイル】 よろしくお願ひします。楽天モバイルでございます。

当社は、現在、ゼロレーティングサービスといったものは提供しておりません。ただ、将来的に提供する可能性がございますので、その観点で検討の要望を書かせていただいております。

書かせていただいているのは2点です。1つは、現状、中立性の研究会で議論されております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、こちらについては留意する必要があるということですが、どこを基準に支配力を有すると判断するのか基準を示していただきたい。基準がなければ、先ほどKDDIさんがおっしゃったような市場の萎縮とかも懸念されると思っております。

また、市場も、例えばゲームのアプリケーション一つとっても、ゲームのアプリケーションがコミュニケーションの機能を持っていたり、ビデオのアプリケーションがSNSの機能を持っていたり、一概に市場を一律に画することはできないと思っておりますので、その辺、何を基準に市場を定めるのか、何を基準に支配力を有するとするのかをあらかじめ示していただきたいということが1点目になります。

2点目は、最初に市場支配力を有しない段階でゼロレーティングを始めた後に、その基準を超えて市場支配力を持った場合の対応、考え方を示していただきたい。この観点は、当初、ゼロレーティングで提供していたコンテンツを、市場支配力を有するという事で対象から外すことになれば、既存ユーザーの不利益変更となりますので、その辺の対応に苦慮することが考えられます。

以上、2点が楽天モバイルからの検討の要望になります。短いですが、以上になります。

【大橋主査】 ありがとうございました。

それでは、次に、株式会社オプテージ様より、8分から最大10分まででの御説明、よろしくお願ひします。

【オプテージ】 オプテージの浜田でございます。本日は、よろしくお願ひいたします。弊社の資料、資料2-4で御説明でございます。

まず、右肩1ページのところです。こちらは目次でございます、本日は御指し示いただい

たヒアリング事項、この4点について順に説明してまいります。

めくっていただきまして、2ページです。こちらは、弊社が提供しているゼロレーティングサービスの概要についてでございます。弊社では2種類ございまして、1つ目は左側、これは利用者、お客様の御選択で、制約モードというものをオンにさせていただくと、速度が低速となる代わりに、全てのコンテンツの通信量をカウントしないというサービスでございます。2つ目は、右側のMVNOサービスに不可欠、又は重要なコンテンツということで、具体的には、ちょっと張り付けていますが、契約者向けマイページ、ユーザーサポートページ、弊社050IP電話サービス、この3コンテンツのみカウントしないというサービスです。この右のサービスは、本日のワーキングの議論対象かと思いますので、以降、こちらに関して説明をいたします。

3ページです。こちらは、ゼロレーティングの提供に当たって弊社が実施している措置です。まず、データ通信量のキャップ超過時の取扱いですが、こちらは先ほど申し上げたように、MVNOサービスに不可欠、又は重要なコンテンツという趣旨から、低速化はしておりません。2つ目、通信量の把握は行っておりません。3つ目、サービス開始後のトラフィック変化ですが、対象コンテンツは非常に限られた小規模でございまして、特に変化はありません。最後、通信の最適化ですが、ゼロレーティングサービスの提供を目的としては実施しておりません。ただ、全般的な混雑時の品質確保の対策としてはしております。

次、4ページです。こちらは参考ですが、弊社の通信の最適化の取組、親会のネットワークの中立性に関する研究会でお示したものを載せておりますが、本日は説明を割愛いたします。

次、5ページです。こちらは、通信の秘密に係る取組です。1つ目ですが、弊社では、先ほども申したように趣旨としては全お客様が対象ですので、お客様単位でのゼロレーティング対象、非対象の判定というのは行っておりません。2つ目です。途中の設備、全パケットの送信先、送信元IPアドレスを確認しまして、ゼロレーティングの対象となるようなコンテンツ用のサーバー、これとの通信かどうかを判定しております。3つ目に書いていますが、これらの仕組みに関する利用者への周知は現時点では行っておりませんが、今後、求められる予定の解釈指針、前回のワーキングでは年内に整理されると書かれておりましたが、これができましたらそれに従って適切に対応していきたいと考えております。

次、6ページ、お願いします。こちらは、対象コンテンツ選定、事業者との関係性についてです。選定方法、条件につきましては、これも繰り返しになりますが、弊社MVNOサー

ビスに不可欠、又は重要なコンテンツに限定しております。よって、公募等の手続有無は、現在、ございません。

次に、利用者向けの情報開示でございますが、050IP電話につきましては、下に2つほど張り付けておりますが、弊社サイト上で情報を開示しております。ただ、マイページ、サポートページについては、現時点では特に情報開示をしておりません。また、ゼロレーティングでカウントされない通信量は、そもそも把握していないというのをごさいますて、現時点で情報開示をしておりません。これらにつきましては、先ほどもあったように、年内に整理される予定の解釈指針が決まりましたら、それに従って対応していきたいと考えております。

7ページからは公正競争の確保に関する事項です。このページは、親会のネットワークの中立性に関する研究会でも御説明したルールの在り方として、もう一度、御説明いたします。通信市場全体でMNOの支配力が強くなっている中で、仮に中立性が緩和されると、MNOと大手OTT双方の強大な支配力が結びつくおそれがあります。下のイメージ図の上段に書いておりますが、例えば大手通信事業者がゼロレーティングで優遇する代わりに、大手OTTが対価として金銭を支払ったり、ピアリングとか、キャッシュサーバー設置、こういったところで優遇するというケースが考えられまして、その結び付きが排他的で、その他の業者に対して後回しとか、拒否、あるいは強制するというようなことが可能性としては起こり得ますということです。そうすると、市場支配力のない事業者が不当に弱体化、競争劣後することで、通信市場でも、OTT市場でも競争が停滞し、結果として利用者利便が損なわれかねないと考えております。一番下のリードに書いてありますとおり、弊社としては、ネットワーク中立性の確保、維持においては、市場支配力に配慮した制度設計が重要と考えております。

8ページですが、今、申し上げましたMNOの市場支配力の強さについて、小売市場構造の変化で補足説明をいたします。このページも親会でお示したものです。

ポンチ絵で描いているんですけども、上から順に、これまで、現在、これからと時系列に並べていますが、大きくは固定から移動へ市場がシフトしていて、その動きが加速しているということ。その結果、固定、移動双方でMNOグループの存在感が拡大しておりまして、市場全体が寡占構造へ変化すると考えられます。一番右に矢印を描いているんですが、これまではNTTを中心とした公正競争の確保が中心でしたが、これからはMNOグループと、その他事業者間の公正競争が課題と考えております。

9 ページです。最後に、公正競争の確保に関して、さらに意見を 3 点、申し上げたいと思います。

まず、1 点目、大きな市場支配力を持つ MNO と大手 OTT の間の排他的な取引条件により、公正競争を阻害していないか確認するために、取引条件の届け出制、あるいは、その中身を確認できるスキームが必要ではないかと考えております。

2 点目です。競争活性化や利用者利便の向上には、多種多様な業者が高度で多様なサービスを提供していくことが不可欠です。この点で、MVNO が MNO と同等の条件でゼロレーティングを提供できる環境整備が重要ではないかということで、今、既に別のモバイル研究会で、ネットワーク利用の同等性確保に向けた検証ということが課題としてテーマアップされておりますが、こちらを早期かつ実効力を持って検証されることを期待しております。

3 点目です。これからの 5 G 時代では、MNO から MVNO に対して、従来の設備単位ではなく、スライシングなど機能単位でのネットワークが提供されて、それによって多様なサービスの展開が予想されています。5 G 時代には、大手 OTT も一種の MVNO として、MNO からネットワーク提供を受けることも想定され、その場合、より一層、市場支配力が結び付く可能性が高いこと、これも可能性ですけれども、そういったところにも留意が必要ではないかと考えております。

説明は以上です。

【大橋主査】 ありがとうございます。

それでは、次に、ビッグロブ株式会社より、8 分から最大 10 分ということで、御説明をお願いいたします。

【ビッグロブ】 ビッグロブ株式会社です。弊社は、資料 2-5 になります。こちらをもって説明させていただきます。

ゼロレーティングサービスに係るワーキングのヒアリング仕様ということで、事前にいただいたヒアリングの内容に基づいて、今回、組み立てております。

2 ページ目、アジェンダになりますので、こちらは割愛させていただきます。

4 ページになりますが、弊社の提供サービスについてです。ビッグロブモバイルのゼロレーティングサービスということで、エンタメフリー・オプションという形で、特にエンターテインメントの動画、音楽などの通信データ量がカウント対象外となる有償のオプションサービスを提供しております。2016 年の 11 月より提供しておりまして、現在、14 種類の他社サービスをゼロレーティングのオプションサービスとして提供してございます。

続きまして、5 ページ目、ゼロレーティングサービスの概略構成がこちらになります。赤枠の中は、構成員限りにさせていただいております。上の説明になりますが、ゼロレーティングサービス利用者と非利用者のネットワークは、経路を分離して分けておりまして、帯域も分離してございます。ゼロレーティング対象のトラフィックに関しては、識別して、データ量をカウントしない処理を実施しています。逆に言いますと、サービスを利用していない方は、この処理を行っていないという形になります。

続きまして、6 ページ目、サービス提供に当たり実施している処置ですが、画像・動画圧縮等の通信の最適化は実施しております。実施内容につきましては、動画のトラフィックのペーシング、フローコントロールです。それから、静止画の非可逆圧縮、テキストの可逆圧縮を実施しています。実施の目的ですが、最繁時等の混み合う時間帯に、お客様の利便性を損なわないように、ネットワークの帯域の中で体感品質の低下を防止するために実施しております。

サービス開始後のトラフィックの変化ですが、こちらのほうは増加しております。トラフィックの傾向としては、データ総量の比較で行いますと、ゼロレーティングサービスを実施しているほうが、非ゼロレーティングと比較してトラフィックが多い傾向にあります。ただし、帯域については分けてコントロールをしております。弊社での対応は、ネットワーク帯域はゼロレーティング用と非ゼロレーティング用と分けて管理しておりまして、ゼロレーティングサービスが非ゼロレーティングサービスに影響を及ぼさないような運用の仕方をしております。同じように、ゼロレーティングのネットワークの帯域の中でも、ユーザー間、サービス間の公平制御を実施して、特に品質低下の防止、サービスの公平性という観点で確保しております。

続きまして、7 ページ目、サービス提供に当たって実施している処置の中で、今回、ヒアリングの内容にもありましたデータの正確性の取組について記載しております。3点記載しておりまして、弊社としては、特に2点目と3点目を、正確にデータを読み取るために実施しているという内容になってございます。

続きまして、通信の秘密です。9 ページ目になります。通信の秘密に対する対応ですが、御利用に当たっては、お客様に御説明をさせていただいて、明確な同意をいただいて、オプションサービスに加入いただいているという形になります。具体的には、ゼロレーティングのオプションサービスを利用いただく際に、規約、重要事項説明、このオプションサービスにかかわる説明をお読みいただいて同意するという形で、明確なオプトインをさせていただ

いております。このオプトインしたお客様だけ、ここに記載しております必要最小限のデータを機械的に読み取って、カウントフリー対象という形で処理をしております。

続きまして、コンテンツ事業者の選定について、11ページ目です。ネットワークの中立性の観点より、お客様、又はコンテンツプロバイダー様から、広く対象サービスの追加について御要望いただく窓口を、弊社ホームページに設置させていただいております。このホームページから御要望を伺って、弊社のほうでコンテンツの追加の可否について検討させていただいているという状態になります。

その選定ですが、12ページ目に選定条件を記載させていただいております。ゼロレーティングサービスのコンテンツの追加は、以下のステップで実施しております。コンテンツ配信事業者様と契約を締結する場合は、技術情報の開示に基づく機密保持契約を締結させていただいて、識別に必要な技術情報を開示させていただいて、実現性の可否をもって判断しているという形になります。

続きまして、消費者への情報開示についてになります。14ページ目です。ゼロレーティング対象のコンテンツの追加、エンタメフリー機能に係る説明のところですが、対象サービス、推奨品質、推奨環境（利用方法）、注意事項をホームページ、特約、重要事項説明書にて御説明をしております。詳細な内容は、以下に書いてあるとおりになります。

最後に、通信データ量の情報開示について御説明します。現時点で実施している内容ですが、まず1つ目、通信データ量の開示方法は、弊社ビッグローブモバイルの会員ページ、及び会員アプリケーションにて情報を開示しております。データ量に関しましては、前月と当月の通信データ量を日別に表示しております。ただし、ゼロレーティングの対象と非ゼロレーティングを分けての通信データ量は、現時点では非表示とさせていただいております。お問い合わせ対応は、ゼロレーティングオプションの利用者から通信量にかかわるお問い合わせがあった場合には、お客様に通信履歴の確認を実施する旨の確認をとり、同意をいただいってから、調査後、回答するというオペレーションを実施しております。

弊社からの説明は以上になります。

【大橋主査】 ありがとうございます。

それでは、最後になります。お待たせしました。株式会社LogicLinks様より御説明をお願いいたします。

【LogicLinks】 株式会社LogicLinks、代表を務めております春田と申します。どうぞよろしくお願ひいたします。

大変恐縮ながら、本日の資料に関しましては全て構成員限りという形で配付させていただいておりますので、皆様には口頭にて、いただいておりますヒアリング内容の回答を御説明させていただきます。

弊社、LinksMateという名前で、MVNO事業を2017年7月より展開させていただいております。まだまだ若輩者で勉強不足な点あるかと思いますが、是非、何か御意見等ありましたら伺えればと思っております。

まず、サービス概要についてですが、全てのお客様のプランにおいて、カウントフリーオプションを月額500円で提供させていただいております。LinksMateの対象としているゲーム、コンテンツ、SNSの通信カウントを90%以上カウントしないといった仕組みでサービスを提供しております。

サービス水準に当たって実施している措置、通信の最適化等に関しましては、一部のゲームは通信の最適化を行うと動かないという問題がありますので、弊社、一切行っておりません。

カウントフリーオプション加入のお客様で、通常の通信量を使い切った際の低速モード化等に関しましても行っておらず、カウントフリー対象コンテンツに関しましては高速のまま御利用いただくことができます。ただし、カウントフリーオプション対象コンテンツ以外のものに関しましては、通常どおり低速の最大200Kbpsの通信速度になりますことを御留意ください。

正確な通信量把握のための取組に関しましては、弊社、カウントフリーオプションに御加入いただいておりますお客様の通信データを、ほぼリアルタイムで観測しております。このリアルタイムの観測結果を1時間に1回、お客様のマイページ上で、お客様自身が御確認いただけるように取組を、サービスのほうを行わせていただいております。

サービス開始後のトラフィックの変化に関してですが、もとより我々、2017年7月1日よりサービスを開始しておりますが、このタイミングと同時にカウントフリーオプションを提供させていただいております。導入の影響はございませんが、カウントフリーオプション対象コンテンツが増加するに当たって、それに伴い、御利用するお客様が増えていき、コンテンツのトラフィックが変化、増加しているというのが傾向として見受けられます。

実際の通信サービス提供時において、サービス利用者、非利用者を区別する仕組みにつきましては非公開とさせていただいておりますが、通信の秘密性などにのっとして、我々も利用者様、御加入者か、そうでないかというところを見分けて、システム、機械、もろもろで

お客様のほうを分離させていただいております。

サービス提供のために検知する利用者の情報に関しましては、お客様に契約にのっとったカウントフリーオプション取得情報という形で、例えばヘッダ情報であったり、必要な通信先、受信先等の情報を取得しておりますということを説明させていただいております。

こちらのお客様への説明方法についてですが、御契約者様に関しましては、御契約時にカウントフリーオプション御加入に関する注意事項という形で、お客様に御同意をいただいて、サービスのほうを提供しております。この場合、利用者の方においては、その場で同意をいただいている形になりますので、このままカウントフリーオプションが適用されてしまうと、利用者の方には同意をとっていないままサービス提供してしまいますので、我々、利用者の方に関しましては、対象のSIMを利用するタイミングで、通信を行ったときに必要な確認画面を出させていただきまして、この確認画面で同意をとらせていただいていると。よって、カウントフリーオプション加入のお客様全てに同意をとって、サービスを提供しております。

続きまして、コンテンツの選定条件、公募等に関してです。我々、ゲームユーザー、スマホのゲームだったり、コンシューマ、家庭用ゲーム機等のゲームユーザーを中心としたMVNO事業者として活動させていただいております。基本的にはゲームコンテンツであれば問題ないという形で受け入れさせていただいております。また、それに付随するSNSだったり、動画サイトという形で、中心となって募集させていただいております。とはいえ、ほかのサービス、全く関係ないような、直近でいいますと証券会社さんがありましたが、そういった会社さんとも御検討をさせていただいて、基本的には広く扉を開けさせていただいております。事業者さんとは、秘密保持契約等を結ばさせていただいた上で、通信の内容等を見させていただいて、我々のほうで調査の上、適用するという形をとらせていただいております。

最後になりますが、ゼロレーティングとなった通信量の情報提供に関しましては、先ほど申し上げましたとおり、お客様のマイページにおいて、全ての通信におけるデータ通信量、カウントフリーオプションが適用された通信量、それが適用されなかった通信量を分けて、1時間ごとに通信量を更新して表示させていただいております。お客様からも通信量が非常に分かりやすいという御意見もいただきつつ、引き続き改善等にも努めてまいりたいと思っております。

駆け足でしたが、以上となります。ありがとうございます。

【大橋主査】 ありがとうございました。

以上で、6社の方々から御説明を伺ったということになりますので、ただいまいただきました御説明を踏まえて、質疑のほうをさせていただければと思います。

構成員の皆様方におかれましては、御質問に当たって、どの団体なり、会社様への御質問なのかをおっしゃっていただいて御質問いただければと思いますけれども、その際は、本日、構成員限りとか、非公開という部分がありますので、その部分は御留意いただいて、御発言いただければと思います。

あと、本日、時間も限られておりますので、各社におかれましては事後的に御質問させていただくかもしれないということですが、その際、御対応いただければと思います。ちょっと事前の確認で申しわけないですが、よろしいですか。

そういうことで、御質問のほうをいただければと思いますが、いかがでしょうか。では、森構成員から。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。それでは、私から、ソフトバンクさん、KDD Iさん、ビッグロブさん、LogicLinksさんにお尋ねいたします。既に実施済みの事業者さんということです。

通信の秘密の同意、加入者に同意をとっているというところですが、例えば識別子で対象サービス、サービスの対象者かどうかを見分ける、判別するとき、その判別の際には識別、対象サービスということも分かるわけですが、対象サービスでないということも分かるわけですので、サービス対象者ではない、サービスの非対象者、非加入者についてもチェックをすることになるのではないかと思います。

例えば、引き合いに出して申しわけないんですが、ビッグロブさんの資料が分かりやすかったので申し上げますと、9ページの四角囲みの「エンタメフリー・オプションをお申込みのお客様は御確認ください。」というところで、2行目から「必要最小限のデータ（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を機械的及び自動的に識別することで、対象サービスを識別します）」ということですが、その際に、やはり同じように非対象者のものもチェックをすることになるのかなと思います。もしかすると、経路が違うので、これは単にサービス対象者だけですかということかもしれないんですが、何となく私の理解としては、両方確認することになっているのではないかという気がしております。そうだとすると、加入者に対して同意をとるということでカバーされているのかと思いましたので、この点について、それぞれのお考えをお聞かせいただければと思いま

す。よろしくお願いします。

【大橋主査】 それでは、よろしければ……。全社でよろしいのでしたっけ。

【森構成員】 出し済みの各社さんということで、楽天モバイルさんを除く4社の皆様
にお願いしたいと思います。

【大橋主査】 では、お手数ですが、順にお願いできますか。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。

正確に言いますと、我々も対象コンテンツを絞ったゼロレーティングはまだやっていない状況なわけですが、これをやるに当たっては、今、御指摘のあった、サービスの加入者に限定して、その識別子を、ユーザーのデータの通信先を見るというような運用で行いますので、未加入者、非加入者の方に対してはそういう処理はしないということでございます。

【森構成員】 ありがとうございます。見ないようにできているというのは、何か物理的に経路が分かれているからとか、そういうことなんですか。何となく、変な話、リストに該当するかどうかを判別するためには、非該当のものも含めて、併せて確認、つまり確認のプロセスが、振り分けのところでどうしてもそういうことが自然に発生してしまうのではないかと思ったんですが。

【ソフトバンク】 まず、データを見るときに、最初にそのお客様が加入かどうかというところを見に行って、その加入というところ、該当した人だけ見に行くというプロセスをつくっているということなんですが。

【森構成員】 なるほど。ありがとうございます。その加入がどうかというのは、どこを見れば分かるのでしょうか。

【ソフトバンク】 それは、弊社のデータ、加入者の管理サーバーのところで見ているということです。

【森構成員】 何ていうんでしょう、入り口のところではユーザーの皆さん、ばらばらに偏在しているので、どうしても一気に来ってしまうと思うんですが、どこか振り分けるところがあるのかなと思ったんです。例えば、パケットで見るのではないかもしれませんが、どのような振り分けをされているのか、もう少し細かく教えていただければと思います。そもそも最初のサーバーが違うというわけではなさそうな気もしますが。

【ソフトバンク】 通信のチェックをするときに加入者の情報を見てやりますので、最初のところで対象者か、非対象者かを見て分けますので、そこでもう分かれているということ

ですが、ちょっと不十分ですか。

【森構成員】 いや、多分、私がよく分かっていないからだと思うんですけども、それは上りの通信を見るということなんですかね、リクエストのところの。そうすると、ゲートウェイか何か、どのあたりでどう見るかみたいなことが、もう少し具体的に分かればと思ったんです。うまいぐあいに加入者の人たちのデータだけが、1箇所、自然にということではなく、どこかでやはり振り分けの操作は発生するだろうと思いますし、その振り分けのときに、何かを見て振り分けているものがあるんだと思うんですが。

【ソフトバンク】 ちょっと、また繰り越しになってしまうかもしれないので。

【森構成員】 分かりました。改めて教えていただきたいと思います。

【ソフトバンク】 はい、分かりました。

【森構成員】 すみません。

【KDDI】 KDDIでございます。

弊社の説明資料、資料2-2、ページの6を御覧いただければと思います。こちらを少し丁寧に御説明させていただきます。

左側のほうに、既存のお客様、それから新しい対象の、いわゆるゼロレーティングの対象のお客様、A、Bといるわけでございます。通信が発生するとき、右側のほうがインターネットの宛先でございますが、まず最初にゲートウェイ選択装置というところで加入者のステータスを確認します。これ自体は通常のサービスで、普通に行われていることで、このお客様はふだん何々に加入されている、あるいは、こういった割引サービスに入っている、こういった程度の通常の加入者の確認でございます。

この加入者のステータスの確認をして、今回、ゼロレーティングというプランに加入されている場合と、そうでない、それ以外のお客様の場合でルーチングをしっかりと分けています。既存の一般のお客様のゲートウェイと、今回、新たに用意する対象プランのゲートウェイをきっちり分けて、ルーチングも分けております。今までのお客様、今回の対象プランでないお客様につきましては、今までどおり、当然、通信の中身は見ないということで、上の青字のルーチングになります。対象のカウントフリーのお客様につきましては、ゲートウェイを分けて、このゲートウェイを通るものについては宛先の内容を見るという形で分けています。

当然、上のほうのといえますか、通常のお客様については通信の秘密は侵害しておりません。一方、今回の対象のお客様につきましては、中身を見ることとなりますので、加入いた

だく段階で個別具体的かつ明確な同意をいただくという形で、通信の秘密に抵触しないようなスキームとなっております。ただ、先ほど御説明したように、まだカウントフリー自体は回っていないんですけれども、加入いただくときにはこういった御説明をしっかりとさせていただいているという運用はもう始めております。

以上でございます。

【オプテージ】 オプテージは、御質問の対象外でよろしいですか。

【森構成員】 すみません、どのようなステータスか。

【オプテージ】 弊社では、ユーザー単位では判定しておりません。

【森構成員】 はい、結構です。ありがとうございます。

【ビッグロブ】 ビッグロブ株式会社です。

弊社のほうも、今回、提示させていただいています弊社資料の5ページ、ちょっと構成員限りで申しわけないんですが、こちらを使って説明させていただきます。

弊社の場合も、ゼロレーティングサービスのオプションの加入者と、非加入者でネットワークを分けておまして、こちらのほうは、オプション加入しているユーザーさんの一番最初の認証のところサービスネットワークを分けるという形で、通信の内容を読み取るのではなくて、その段階でネットワークを分けるという形で、ゼロレーティングサービス提供者と非提供者に分けて運用しています。その中で、ゼロレーティングサービス利用者のネットワークのほうで識別をする形と、装置を備えてゼロレーティングの対象外になるかというように見ております。ですので、サービス非利用者のほうは、何も装置が入っていないという形になります。

【森構成員】 ありがとうございます。

【LogicLinks】 LogicLinksです。

LogicLinksでは、MVNO事業をやるに当たって必要なインフラ機器というのが幾つかあるかと思いますが、少し説明をさせていただきますと、お客様のSIMカードに登録されている番号の契約しているプランを判別する機器、そのプランからデータ通信容量等、それぞれの値を持ってくる機器、その値をもってどういった通信を行うかを決定する機器、向こう側のインターネット等につなげる機器と、少し簡略化した説明になりますが、こういうような機械があります。

その中で、我々の場合ですと、そもそもプランを判別する機器の中で、同じプランを契約していても、カウントフリーのお客様と、そうではないお客様でプランの識別子が違います。

例えば、10ギガプランでカウントフリーを付けているお客様は10ギガCというプランになりますし、10ギガプランでカウントフリーを付けていないお客様は10ギガNというプランになりまして、識別子が異なって、通信の矛先が変わっていくという形で識別して、カウントフリーオプションの非加入者の方に関しましては通信を見ませんという処理をかけております。

説明としては以上になりますが、よろしいでしょうか。

【森構成員】 ありがとうございました。

【LogicLinks】 以上となります。

【大橋主査】 森構成員、以上でよろしいですか。

【森構成員】 はい、結構です。

【大橋主査】 では、ほかに。

【実積構成員】 実積です。詳細な説明、ありがとうございます。

ソフトバンクさんと、KDDIさんと、ビッグロブさんに質問があります。1つ目は確認なんですけれども、キャップがあつて、キャップがあるのでゼロレーティングの意味があると思うんですけれども、キャップの超過後、ゼロレーティング対象のコンテンツに関してどういう取扱いをされているのか、あるいは、今後する予定なのかということを確認させていただきたいというのが1点目。

それから、同じ事業者さんに対してですけれども、ゼロレーティング対象となるコンテンツ事業者に要求する技術条件とか、運用体制というのはどの程度の水準のものを求めているのか。具体的には、要求水準は相手方の大きさとかに依存したもの、例えば、大きい会社だったらこのくらいだけれども、小さい会社はこのくらい、といったものなのか、あるいは規模に関係なく同じ水準のものを求めているのかとか、そのあたりを少しお伺いしたいと思っています。

最後に、ビッグロブさんに質問ですけれども、画像と動画の圧縮をされているという話だったんですけれども、コンテンツ事業者と個々に話し合ったうえで同意がとれたやり方で圧縮されているのか、それともすべての対象コンテンツに対して一律に圧縮されているのか。そこについて、どのようなお考えなのか、少しお伺いしたいと思います。

【ソフトバンク】 ソフトバンクでございます。

まず、データ量の超過後の扱いということですが、超えた後も、対象のコンテンツであれば通常速度で使えるような形で提供いたします。

あとは、CP様へどういったことを求めているかというところにつきましては、我々、資料の中に書いてあるのは、技術的な要素と運用のところをざくっと書いているんですけども、例えば、非課金になるような条件の、技術的にリクエストするところがありますので、そこに対してきちんと出していただけるところということと、ずっと非課金を継続していくためには、例えばサーバーとか増やされたときには、追加で情報とかもいただかなければいけない。そういう情報をいただかなければ、そこは課金になってしまいますので、そういうところの運用体制を、継続的にちゃんとその情報をいただけるということを契約でやっておるということでございます。大きさというところに関しては考慮しておりません。

【実積構成員】 ありがとうございます。いまお伺いした情報は公開されているのでしょうか？先ほどのソフトバンクさんからのお話では、コンテンツ事業者とはNDAを結んでから交渉するという話だったんですけども、今のお聞きしたお話、つまり、そういう条件が必要だというのは、公開されているのでしょうか？

【ソフトバンク】 していません。公開はしておらず、お話があったら個別にお話をさせていただくということでやっています。

【実積構成員】 それを隠しておくというのは、何か理由があって隠しておられるんですか。

【ソフトバンク】 別に特段、隠しているというわけではないんですけども、お問い合わせいただいたところに対しては、そういうように対応していますということです。

【実積構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【KDDI】 KDDIでございます。

先ほどの、対象のコンテンツをキャップを超えてから速度制限するのかどうか、実は非常に悩ましいところございまして、2つの考え方があるわけです。カウントフリーのものが超えたときに、これを他のコンテンツと同様に絞るのがいいのか、あるいは、カウントフリーだからこそ絞らずに、安心して使っていただくのがいいのか。これ、どちらが公平なのか、あるいは、お客様にとってメリットがあるのか、なかなか判定することは難しいというのが正直な悩みでございます。

特に、弊社の場合、個別の話で恐縮ですが、動画は対象ではないんです。例えば、動画をお客様がお使いになったときに上限を超えてしまったと。いざ、SNSを見ようとしたときに制限がかかってしまうとなったときに、これでお客様の御理解が果たして得られるのかというところが非常に悩ましいところです。要するに、コンテンツの公平性を選ぶのか、お

お客様の利便とか、分かりやすさで選ぶのか、ここは非常に悩ましいところで、正直、困っているところでございます。まだサービス提供を開始しておりませんので、この辺、どういうように、公平性をどこまで厳格に見るのかということを見きわめる必要があると考えております。

もう一つ、技術情報の扱いでございます。こちらは、先ほどもお話、出ておりますように、IPアドレスの情報の交換ですとか、あるいは課金、非課金の仕組みですとか、こういったものについて、基本的に先方の事業者様の大小によって分けているということとはございません。ただ、それを公開しているかという点、公開はしておらず、個別のお話し合いの中で条件を確認させていただいているという運用をしております。

以上でございます。

【ビッグロープ】 ビッグロープ株式会社です。

ビッグロープへの質問の1つ目ですが、弊社の場合は、契約されている通信のデータ量が超過したときのキャップの状態においては、ゼロレーティング対象のトラフィックはキャップはかからずに、そのまま御利用いただけるという状態になってございます。

【実積構成員】 高速は維持されると。

【ビッグロープ】 はい。

2つ目の御質問ですが、動画、それからテキストの圧縮ですね。通信の最適化ですけれども、これはコンテンツプロバイダーさんと技術情報のやりとりをする際に、ネットワークの帯域の情報等をいただいて、お客様の利便性を損なわないように、先ほど御説明しましたQoEの観点でCPさんと協議をさせていただいて、最適化をかけるというようなケースはございます。ただし、CPさんと同意して、こういう形でやりましょうと決めているかという点、それはケース・バイ・ケースになってございます。

【実積構成員】 すみません、対象コンテンツの場合、有料というか、課金対象になっているコンテンツもあるかと思うんですけれども、そういった場合、利用者からとってみたら、普通にお金を払っているのに、本来の品質を得られていないことになります。一定程度の圧縮であれば利用者からは判断できない、もしくは、品質が下がっていてもQoE的には問題ないという御判断なのかもしれませんけれども、知らないうちに、低品質とは言わないけれども、最高品質が視聴できていないということに関しては、情報開示なり、消費者の同意というのとはとられているんですか。

【ビッグロープ】 現時点では、情報開示は行っていません。ただし、弊社も、ゼロレ

ーティングの対象の識別される場合、対象となる場合、対象外となる場合は、お客様に御説明した上で、キャップも含めてコントロールしていますので、特段、そこは現時点で問題になるという認識はございません。

【実積構成員】 はい、分かりました。

【大橋主査】 いいですか。

【実積構成員】 はい、ありがとうございます。

【大橋主査】 ありがとうございます。

では、林構成員、お願いします。

【林構成員】 ご説明、ありがとうございました。

ソフトバンク様、KDD I様、オプテージ様、ビッグロブ様にご質問がございます。

まず、ソフトバンク様のスライド7頁のところで、「対象コンテンツのうち非課金となる条件を情報開示」とありますが、注記で「ソフトバンクWEB」とありますが、単にHPを見させるなり提供条件書をお客様に渡すなりするだけではなくて、ショップ等において対面でわかりやすく口頭で説明・確認するというのも当然想定されているということでしょうか。同様にビッグロブさんもスライド14頁でエンタメフリー機能に係る説明をホームページ等で説明とありますが、口頭でのお客様へのじかの説明は予定されているのでしょうか。

KDD I様には10頁のコンテンツ様との協議のところ、オプテージ様の7頁のスライドによると大手通信事業者からOTT事業者に対して、取引拒絶・遅延等の優越的地位の濫用のおそれがあるとの懸念が示されておりますが、KDD I様のスライドの10頁によれば、CPさんからの個々の要望については「協議」をするということになってはいますが、これは、実際にビジネスに結びつくかどうかはともかくとして、協議自体はどの事業者さんでも公平に対応するという事によろしいでしょうか。

オプテージ様には、同じく7頁のスライドで、可能性としては、大手OTT事業者から大手通信事業者に対する優越的地位の濫用も当然ありうると思うのですが、というのも、強力コンテンツを持っている者の強みがありますので、しかし、スライドではこの部分の赤字での指摘がないようなのですが、これについてはどのようにお考えでしょうか。

以上です。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。

課金対象となってしまうものの説明が、ちゃんと店頭でなされているかということにつ

きましては、当然、プランの説明の中の一つということで、もちろんそのように説明をして
ございます。

【ビッグロブ】 ビッグロブです。

お客様へのゼロレーティングへの説明ですけれども、確かに少し技術用語だったり、分か
りづらいところはあるものの、精いっぱいお客様に理解いただいて、同意をいただいて、オ
プションサービスを利用いただいていますので、お客様に店舗で説明する資料にも同じ内
容を書かせていただいて、一点一点、全てを説明しているかということ、当然、販売している
代理店だったり、ショップだったりというところで粒度はあるものの、きちんとお客様のメ
リットを御説明した上で、同意をいただいてオプションに加入いただくという形をとって
いますので、誤解を生むようなところがないように精いっぱい努めております。

以上になります。

【KDDI】 KDDIでございます。

御質問は、コンテンツ事業者様との協議というところだと思います。基本的にはといいま
すか、間違いなくなんですけれども、全てのコンテンツ事業者様とはオープンに、もう本当
にオープンに協議をさせていただいております。個別のニーズといたしますのは、例えばコン
텐츠事業者様が、私ども動画なんですけれどもといったときに、今回、私どものスペック
は動画をカウントフリーの対象外とさせていただいております。これは、どのコンテンツ
事業者様にも同じ説明はさせていただいておりますので、相手の事業者に応じて何か説明
を変えるということはありません。

以上でございます。

【オプテージ】 オプテージでございます。

弊社資料の7ページについてです。大手OTTからMVNOへの濫用ということで、あく
までこの例は可能性というか、おそれを提示しているものでございますので、そういったケ
ースもあり得ると思います。大手OTTさんは、本当にグローバルに競争力をすごくお持ち
ですけれども、現実的に言うと、今、日本のMNOさんは大体4・3・3のシェアをお持ち
で、スマホもほぼ押さえておられるので、そこに対して濫用、今、直ちにそういうことを気
にする必要があるのかなと、あまり感じなかったのが資料には入れていないということ
です。

以上です。

【林構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【大橋主査】 大丈夫ですか。

【林構成員】 はい。

【大橋主査】 ありがとうございます。

では、中尾構成員、お願いします。

【中尾構成員】 東京大学の中尾です。

ちょっとたくさんあり過ぎて、3つに絞って御質問させていただきます。ゼロレーティングは市場活性化にすばらしいサービスではないか、マーケティング戦略ではないかと思っているのですが、同時に、まだ実施されていない方も含めて質問します。先ほどから料金に差が出るというか、ゼロレーティングだと広告を打っておいて、実際に技術的な制限等でゼロレーティングが実施されていなかった場合、ユーザーとしては、無料だと思って使ったら有料だったということになるわけですが、これに関しては、約款にそういうように書いておけばいいという方針でお考えになっているのかということ、まずお聞きしたいのが1点目です。

私としては、やはりゼロレーティングを実施するからには、ユーザーが使ったトラフィック量のうち、どれがゼロレーティングで、そうでないかというのは、きちんと表示していただきたい要望を持っています。そこで、料金に差が出た場合、ゼロレーティングだと言っておいて、ゼロレーティングではなかった場合の対応についてのお考えをお聞きしたいというのが1点目です。

2点目ですが、これは林構成員からの御質問とちょっとかぶる観点です。オプテージの浜田さんからは、まだ心配する必要はないと言われましたが、私は非常に危惧しております。質問は、今のゼロレーティングの形態が、コンテンツ事業者にオープンであるかということです。つまり、自分のコンテンツに対しては、ゼロレーティングをするための情報提供をするからゼロレーティングにしてほしいと、そういった要望があってゼロレーティングが成り立っているとすれば、1つは、コンテンツ事業者からユーザー通信料のコスト補填の申し出というものはこれまでにあったのかということ。それから、今後、例えば他社さんゼロレーティングをやった場合、同じように、これは先ほど林構成員がおっしゃっていた濫用というケースに当たるかもしれないのですが、コスト補填ではなくて、逆に、情報がないとゼロレーティングができないという、いわば、優位な立場に立って、通信事業者から金銭をとるようなことが起こりそうなのか、あるいは、実際に起こっているのかというところを教えてください。現状で構いませんので、教えてください。

つまり、何を気にしているかということ、まさにOTTが通信の在り方に対して影響力を与えるような事態が起ころうとしているのかどうかということに危惧しています。

3番目ですが、これはちょっと個別の質問も含みますが、皆さん、IPアドレスのペアと、場合によってはSNI (Server Name Indication) をコンテンツ事業者から提供していただいて、それをチェックしてゼロレーティングを判定しているというお話をされていましたが、それであれば特別な装置を入れる必要はなくて、IPアドレスをチェックしたり、SNIをチェックしたりしていれば良いと思います。特別な装置は使っていらっしやらないという理解でよろしいかということ、ちょっとお聞きしたいと思っています。

特に、個別で言いますと、ちょっと構成員限りのところの内容にかかわるので、LogicLinksさんは後ほど書面で質問させていただきたいと思っていますのですが、ビッグローブさんは同様に冗長的にチェックをされているという御説明を口頭でされていて、構成員限りの資料ではもっと具体的に書いてあるのですけれども、もしIPとSNIのチェックだけであれば、冗長的なチェックは実は必要ないのではないかと考えておまして、そこで補足の御説明があればお願いいたします。

以上、3点となります。

【大橋主査】 それでは、3点、順にお願いしてもよろしいですか。

【ソフトバンク】 ソフトバンクですけれども、一番最初の、もし正確にゼロレーティングが実施されていなかったとしたら。

【中尾構成員】 と仮定したらですね。

【ソフトバンク】 もちろん、そういうことが起こらない前提ではあるんですけれども、万が一、こういうことが起こったときには、やはりそれはお客様との契約に対して反することになりますので、例えば返金が必要な場合は平均の処理などを行っていくことになるのではないかと考えます。

2点目のOTTさんとのことですけれども、現状、そこでの金銭のやりとりはないような状態ではやっているんですけれども、今後につきましては、どういうビジネスモデルの変化があるか分からないので、あらゆる可能性があるかとは考えておりますが、現時点ではないかと思っております。

3つ目のご質問で、特別な機器、装置を入れているかということに関していきますと、すみません、私もちょっと詳しくないところがあるんですけれども、入れていないはずでございます。

【中尾構成員】 ですから、それはIPアドレスとSN Iのチェック程度の装置を使って
いらっしゃるということでしょうか。

【ソフトバンク】 はい、そうです。

【中尾構成員】 ありがとうございます。

【KDD I】 KDD Iでございます。

課金については非常に大事なお話ですので、まず前提としましては、先ほども御説明しま
したとおり、こういう場合には課金が起こりますということはきつちりと御説明するとい
う前提で、その上で、御質問は想定したことと違うことが起きたとしたらという趣旨でござ
いますか。

【中尾構成員】 そういう趣旨です。

【KDD I】 その場合は、多分、ゼロレーティングに限らず、一般的な通信サービスの
誤課金という扱いになるんだらうと。つまり、一般的にそういうことはあってはならないん
ですけれども、そういった御対応をさせていただくことになるかと思えます。これは、別に
ゼロレーティングに限ったことではございません。

2点目につきましては、コストの補填方法、これはなかなかビジネスベースですので、細
かく、先ほどソフトバンクさんからもお話がありましたように、いろいろなアイデアをお持ち
の事業者さんがいらっしゃるであろうと。今の時点でという話は別なので、多分、これは
それぞれビジネスの中で決めていくものだらう。ただし、当然、不当に何か差別するとか、
そういうことがないようにということは、先ほど申し上げました、これは事業法の前提とし
て第6条でございますので、こういった範囲に抵触しない中で、お互いのビジネスベースも
あり、アレンジメントというものはある。ただ、今の時点でコスト負担していますとか、そ
ういうことを申し上げているわけではございません。

3点目、技術的な内容でございますが、これもちょっと技術的などを詳しくお伝えす
るわけにはいかないんですが、およそ想像いただける範囲の中で通信の中身を判断してい
る。ただ、新しい装置を用意したというのは、どちらかというところと一般の、ほかのお客様との、
中身を見ないために、新たにゲートウェイを分けているというところが大きなポイントで
ございます。

以上でございます。

【中尾構成員】 ありがとうございます。

最初の質問の意図をちょっと明確にしておきたいのですが、私の質問の意図は、約款に書

いておけば不正確であってもいいということではないですよねと。

【KDDI】 失礼いたしました。もちろん、どこかに書いておけばいいということではなくて、まさに私どもはショップで、対面でお客様に、重要事項説明の中にしっかりと入れています。それから、オンラインのネットでやる場合についても、ちゃんとお客様がクリックして御判断いただけるということに気を付けてまいります。

【楽天モバイル】 楽天モバイルでございます。

現在、ゼロレーティングサービスは行っておりませんが、実施した場合を想定しまして、補填については、各キャリア様は月締めでサービスを提供されていますので、月中内で外した場合は、通信料による補填なのか、現金による補填なのかを考えなければいけない。月をまたいだ場合は、もう通信料は戻せないということになりますので、当然、金銭による補償をやっていかなければいけないだろうとっております。また、その補償についても、事前の同意を得ると、御説明することが必要になるのではないだろうかと思います。

2点目、コストについては、各キャリアさんはビジネスの関係があってやっていることと思いますが、ビジネスと関係ない場合でも、MVNOの帯域卸と同じように、これぐらいのコスト、運用コストを負担いただけるのであれば参加いただけますというような、一定の情報の公開が必要だろうとっております。

以上になります。

【オプテージ】 オプテージでございます。

まず、1点目、ゼロレーティングをやったときの誤課金みたいな話ですね。私ども、今、ゼロレーティングで対価をいただくというサービスは、実質、やっていないんですが、魅力的なサービスとして考えていきたいと思うんですけれども、おっしゃる点は非常に怖いなと、もともと思っています。

特に、今、人気のあるようなコンテンツというのは、CDNを使ったり、キャッシュをいろいろなところに置いたりということで、単純にIPアドレスだけで捕捉は本当にできるのか。誤課金が出たことで、お客様がトレーサビリティでチェックできるのかと考えると、結構、簡単ではないと思っています。前回のワーキングで中尾構成員が御報告されていたデータというのは、カーキ色と赤色は全然違いますということで、あれが本当なのかどうかはちょっと分からないですけれども、あれがもし事実だとしたら、そんなサービスをやっていたら、コンプライアンス上、重大な問題ではないかと思えます。自社でやるときは、そういうところはちゃんと慎重に、約款に書いているから、こういう場合がありますとか言って

も、お客様が納得するかといったら、そんなことは決してないと思うので、我々がやるとしたら慎重にやりたいと思っています。

2点目の御質問ですけれども、OTTさんがいろいろな影響力でということ、私、先ほどお答えしたのは、MNOさんに対してという意味で申し上げたので、資料に書いてあり、恣意的にというより、MNOさんのほうを向いているいろいろやられて、小さな事業者のほうで後回しになったりとかいうのは、今、直ちにというわけではないですが、可能性というか、おそれとしてはあると思っています。それは、対価だけではなくて、資料に書いてあるピアリングとか、キャッシュサーバーの設置というのは、どこのISPさんでもそうなんですけれども、今、トラフィックの半分以上がある特定のOTTさんという状態の中で、結構、コストに占める割合が大きくなってしまっていて、ああいうところが、今、不公平にされているということを申し上げるわけではないんですけれども、いろいろなことができるお力を持っているということは間違いないと思います。

3点目ですけれども、IPアドレスとか、その辺のチェックですが、私の認識では、今、通常の4Gといいますか、LTEのコアで、IPアドレスとかのチェックでカウントフリー、こちらはカウントしない、カウントするということは、一般的なコアであればそういう機能は持っているのではないかと。当社も、その機能でやっているというのが実態でございます。

以上です。

【中尾構成員】 ちょっと補足ですが、前回、報告した内容に関しては、社名は伏せていますが、あれは論文として出しているデータとなります。我々は、不正確な課金は本当に起こっていると思っています。ただし、意図的にそれをやっているとは思ってなくて、故意ではなく、そういった事態が起こっているということ、それと、それに対する認識があまり社会的には問題にされていないということが問題だと考えています。

【ビッグロープ】 ビッグロープ株式会社です。

まず、1つ目の質問です。弊社も、約款に書いているから、それで外れるケースがあってという形でのサービス提供は考えておりませんで、しっかりと通信の正確なカウント、それからゼロレーティングの対象のトラフィックを識別できるように、最善を尽くしてサービスを提供しております。ただ、やはり誤差が生じるという状況もありますので、そういった面で、お客様に誤解が生じないように約款で御説明をさせていただいているという形になります。

2つ目ですが、現状、CPさんから対価をいただくようなサービス提供のやり方は、一切、

しておりません。過去の事例でもありません。ただ、今後については、いろいろなゼロレーティングのサービス提供の在り方がありますので、その辺は市場の状況を踏まえて、また、お客様のニーズ、CPさんのニーズを踏まえて考えるべきかと考えております。

3つ目、今回は構成員限りの資料にさせていただいておりますので、本日は内容の御説明をしますが、最大限、通信を正確に読み取るために、例えば装置も100%ではございませんので、システム障害等もありますので、そういった観点で確認を相互にとるといような形でやっております。装置に関しましても、特別な装置ではありませんで、一般的にIPアドレス等を識別して、ゼロレーティングの対象が判定できるような装置を導入させていただいております。

以上です。

【LogicLinks】 LogicLinksです。

まず、1つ目の御質問についてですが、そもそも我々、ゼロレーティングといいますが、カウントフリーオプションサービスのお客様への提供の仕方が、お客様に対して90%以上の通信量をカウントしません、通信量として減らしませんという提供の仕方をさせていただいているんですけれども、この理由としまして、まず、各コンテンツや、ゲーム、SNSといったサービスにおいて、例えばFQDNだったり、ある程度のIPアドレス帯において、その通信が100%それで賄われているというのは、我々の操作上あり得ないと思っております、お客様には90%のサービスなんですということでは言わせていただいております。

その上で、例えばゲームタイトル等が、1つのゲームであれば99.75%のカウントフリーが実現できていて、片や別のゲームは92.5%のカウントフリーが実現されていても、我々としては90%以上が担保できているので、カウントフリーオプションの対象とさせていただいているということがあります。

そして、今回の御質問の中にありました、ゼロレーティングとして外れてしまった場合、料金に差が出るのではないかとこのところですが、今、お話しされていた各社様は、できる限り起きないようにとおっしゃっていましたが、それは我々ももちろん同様で、少なくとも今、80個以上のコンテンツや、ゲームアプリ等をカウントフリーオプションの対象とさせていただいております、この80個以上の対象ゲームを全て、3箇月に1回ほど、自社で棚卸しの通信の打検というものをやらせていただいております。全てのコンテンツ、ゲームにおいてはかなりレベルアップをしないとできないコンテンツもありますが、そう

いったものもやらせていただいている次第です。

ただ、残念ながら、やはりゲームのアップデート、SNSのアップデート等で、このゼロレーティングの対象から外れてしまうということは、僕の感覚で申し上げますが、4箇月に1回から3箇月に1回ぐらいのペースで、何かしら、どこかで起きています。それによって90%を担保できなかった事例も、僕が記憶している限り、この2年間で3回ございます。発見のフローに関しましては、弊社側の打検によつての判定と、残念ながら対象会社さんからの発見ではなかったんですが、お客様からの申告がそれぞれございました。

お客様の申告につきましては、やはり我々、マイページ上でカウントフリーオプションの対象コンテンツの通信量と、そうではない通信量を細かく掲載させていただいておりますので、それによつてお客様からの御指摘をいただくことがございます。それに対してのお客様への対応につきましては、対象のデータ通信量というのは分かっておりますので、そちらをできる限り速やかに補填させていただき、万が一、月がまたいでしまった場合等に関しましては、料金等の減額、それに代わる同等の対価等を我々のほうから提供させていただいております。原則、約款等に記載させていただいているのが事実ではございますが、お客様の心象、心境であったり、対象ゲーム、コンテンツに対する心象、心境もございまして、そうといった面を考慮して、基本的には同等の補填という形の対応をとらせていただいております。

2番目に関してですが、原則、我々も両社、金銭のやりとり等は一切、発生しないような許諾契約書であったり、業務提携契約書を結ばせていただいて、実施しております。ただ、今後においては、例えばバーター的な取組、我々が利用者様に広告等を出させていただきますので、その代わり金銭をいただいたり、我々のコンテンツを逆に紹介していただいたりというようなビジネス的な取組は、今後、発生するのではないかとこのころは考えております。

最後に関しましては、後日、御質問いただきまして、御回答させていただきます。

以上です。

【中尾構成員】 ありがとうございます。第1の質問に関しては、すみません、ちょっと誤解を生む聞き方だったかもしれませんが、約款に書けばいいと思っているという回答をこの場でする事業者さんはいないと思いますので、私としては、そういうことが起こっていませんよねという確認のつもりでお聞きしておりました。

以上です。

【大橋主査】 ありがとうございます。

もし、よろしければ。

【柿沼構成員】 全相協、柿沼です。個別の事業者様で質問させていただきます。

まず、ソフトバンクさんにお伺いしたいんですけども、資料2-1の4ページ、一番下、違法コンテンツ等を取り扱うサイトでないことということですけども、こちらはどのような形で違法コンテンツかどうかを確認しているのかということところが1点。

それから、7ページ、課金対象となるものということですけども、名称を出してしまっ
て申しわけないんですが、例えばLINEさんの中でブラウザを使ってユーチューブを見た
というようなときに、本人としてはユーチューブを見ているということで非課金なのか
なと思っていると、課金になっていたというような場合もあるかと思うんですが、そうい
うことについてはどうなのかということ。それから、今年の10月から、実際には対象コンテ
ンツだけになるということですが、事前に、今、このプランを契約している方に対して何か
周知をされるのかどうか。

まず、そちらについてお伺いしたいと思います。

【ソフトバンク】 まず、1点目の違法コンテンツについてですけども、これは一般的
な感覚でいいのかなと思っているんですけども、幸いそういう判断に困るようなケース
にまだ遭遇していないんですけども、もし本当にそういうようなことがあったときには、
対応のやり方というのは、そのときの判断を、どうするかというのはまだ決めてはいない
んですけども、そういう中で判断して、お断りするケースというのももちろんあるとは思
います。ちょっとお答えがファジーですが。

2点目、LINEのブラウザで見たときに関しては、現状、これはまだ技術的に不可能な
ところがありますので、おっしゃるとおり、そうしたくもあるんですけども、技術的な制
約の面でできないというのが現状でございますので、そこにつきましてはお客様にも丁寧
に説明するという事しかないと考えております。

3点目の本サービスに入る際に当たって、お客様にそういう告知をするのかということ
でいきますと、どこまでやるかというのはまだこれからですけども、何らかのお知らせと
いうのは必要だと思っておりますので、そういう対応をとっていきたいと考えております。

【柿沼構成員】 すみません、2番目の質問のLINEがブラウザになってということな
んですが、それは実際に課金があった後に、消費者側からこういうことがあって課金されて
いることを聞いてからの案内になるということですか。それとも、契約時に必ずこういうこ

とについては御説明をしていただけるということでしょうか。

【ソフトバンク】 もちろん、契約のときに、どういうときに実際にはカウントになってしまうケースがあるということについては、提供条件書ですとか、店頭の説明などでお客様に説明をさせていただくということでございます。

【柿沼構成員】 今回のカウントフリーの御案内については、契約時、どれくらいのお時間をかけて御説明されているんですか。

【ソフトバンク】 時間が何分かというようなことは、なかなか申し上げにくいんですけども、このサービスについては我々の売りでもありますので、そこら辺については店舗やウェブなどでも相当丁寧に行っているという認識ではあります。

【柿沼構成員】 ありがとうございます。

次に、KDD I 様ですけれども、5 ページ、今年の6月より a u フラットプラン7プラスを提供ということなんですけど、これと同等のカウントフリーのついていないプランとの価格差はどれくらいなんですか。

【KDD I】 御質問の趣旨は、カウントフリーのものではなくて、一般の、例えば7ギガのプランという御質問でございましょうか。

【柿沼構成員】 はい。

【KDD I】 すみません、ちょっと今、手元にないんですけども、私どもピタットプランというものがございまして、使っていただくごとに階段になっていくというプランもありますのと、もう一つは20ギガとか、30ギガとか、幾つかプランがございます。そうしましたら、宿題という形で、後ほど御回答でよろしいでしょうか。

【柿沼構成員】 はい。

【KDD I】 通常のプランと、今回の7プラスとの差分の料金がどうなっているかという御質問は、改めて後日、御回答させていただきます。

【柿沼構成員】 ソフトバンク様と同じなんですけれども、ゼロレーティングについては、どれくらいの時間をかけて、どのような説明をされているのかというところを教えてください。

【KDD I】 こちらも、多分、ソフトバンクさんと同じ回答になるんですが、具体的に何分かしているということは、今、この場では定量的にお答えはできないんですけども、当然、このサービスについて御関心をお持ちで、利用の意向があるというお客様については、先ほど申し上げた重要事項説明という形の中でしっかりと提供条件は、お客様に本当に納

得いただくように御説明させていただくということを心がけております。すみません、定量的に何分と御説明できなくて申しわけございません。

【柿沼構成員】 すみません。

もう一点、お伺いしたいんですけれども、未成年の子供がこのプランを利用したいというときのKDD I様のお考えを教えてくださいたいと思います。

【KDD I】 多分、フラットプラン7プラスに限らず、弊社のサービスについて未成年の方が御加入いただくときの一般的な考え方にのっとなって、サービスの受付を運用しているということですので、カウントフリーに特化して何か未成年の特別な運用をしているわけではなくて、私どもが提供している様々なプラン全般について未成年の扱いというものを定めておりますので、その運用の中で、同じように御説明なり、契約の条件をさせていただいているという整理でございます。

【柿沼構成員】 ありがとうございます。

【大橋主査】 中尾構成員、先ほど3つに絞ってもらったと言っているのですが、もう少しあるようなので、とりあえず御質問ください。

【中尾構成員】 あと1問だけ。

1つ、要望もコメントとしてありまして、今回、OTTの提供情報でゼロレーティングをやられているという御説明がほとんどだったのですけれども、OTTの情報提供に頼らないゼロレーティングの方法が何かあれば、先ほどのOTTが不当に権利を濫用することはないのかなと思います。それは技術的なところになりますので、そこを少し考えていただくのはどうかと思っています。これはコメントです。

質問ですが、やはり今日、お聞きしていて、ゼロレーティングというのは各社さんにとって戦略的に非常によいマーケティングツールだとお考えのように聞こえるのですが、そこはどのようなモチベーションというか、例えば他社がこういうことをやり始めていて、おくれをとってはならないというものなのか、ゼロレーティングがユーザーに対して非常にアピールングであるとか、そもそもどういう根拠があってゼロレーティングをやられようとしているのかという背景をちょっと知りたいと思っています。

それに絡めて、ソフトバンクさんには1つだけ個別の質問がありまして、ウルトラギガモニターに関しては50ギガバイトと、一般の人が使い切れないようなキャップを設定されているわけですが、ここには設定された意図というか、何か特別な意味があって50ギガになっているのでしょうか。これは間違っているかもしれないのですが、50ギガに

設定すると料金を高くも設定できるわけです。そうすると、ゼロレーティングにつられて、大して使わないユーザーが50ギガのウルトラギガモンスターに流れるかもしれないわけですね。そういった危惧を持っています。一方は、ゼロレーティングで50ギガのキャップがついている、他方は通常料金という2つを比べたときに、ゼロレーティングがついているからといって、ふだん使わない50ギガのプランを選択して、高い料金を支払うようなことにはなっていないですよという確認です。

【ソフトバンク】 まず、2点目のほうからいきますと、ゼロレーティングを付けて、変に料金が高くなっていないかということでございますね。

【中尾構成員】 はい。

【ソフトバンク】 このゼロレーティングを出す前から、50ギガのプランというものは設けておりました。実際には、そのときよりも料金的には若干下げております。もちろん、今、話題の端末分離か否かというところで、単純比較はなかなか難しいところではあるんですけども、実質的には多少下げておりますので、これは別にそこを餌に、すごく高くしているとかという意図は全くございません。

あと、50ギガという大容量をなぜ設けているのかというところは、もうマーケティング戦略の一環ということではあるんですけども、これを出した当初は、やはりどうしても速度制限ということに、お客様がそこをストレスに感じているということが非常に多く見られていたというところを打破する意味で、実質的には無制限なんていうコミュニケーションもやらせていただきましたけれども、そういうストレスフリーな状況を味わっていただくという、まさにマーケティング戦略の部分で、こういう大容量を設定し、さらにはお客様のニーズが非常に高いというところで、ゼロレーティングをそこに加えたということでございます。

【中尾構成員】 では、50ギガのプランとゼロレーティングというのは、独立に考えられているということになるわけですか。

【ソフトバンク】 もともとは、そういうことです。

【中尾構成員】 もともとはそういうことで、たまたま今回、プランとしては両者が同居しているというか、そういうことですね。

【KDDI】 弊社に対する御質問は、戦略的な考え方という御質問でよろしいでしょうか。

【中尾構成員】 はい。

【KDDI】 基本的には、これは競争ですので、当然、他社さんの動向も気になります。これは正直なところでございます。あとは、お客様のニーズ、ニーズといたしますのは、まずは安心してインターネットを楽しんでいただくということ。当然、これは実際にお使いのお客様によって、何を視聴されるかによって、何ギガ、何ギガというのは本当にケース・バイ・ケースでございます。

ですから、私どもとしては、様々なラインナップを御用意しております。今回は7ギガに設定しておりますが、しかもカウントフリーというのは、私どもの場合はちょっと特徴的でSNSだけですので、動画は対象ではない。逆に、そういったサービスにちょっともの足りないと感じていらっしゃるお客様については、もう少し大容量のプランのほうに入らせていただく。あるいは、私どもは同じタイミングで、いわゆるアンリミテッドと言われている上限がないプランも、別のプランとしては御用意しております。これはカウントフリーではなくて、いわゆる大容量プランと。

こういった様々な組み合わせと申しますか、そういったものでお客様のニーズ、あるいは競争の中でお選びいただけるように努力していくという考えでございます。

【中尾構成員】 今、お聞きして、やはり通信事業者の間で、ゼロレーティングをやる競争環境がもう形成されているという回答と理解してよろしいでしょうか。

【KDDI】 はい、そう認識しております。最初に、MVNO様のほうから提供を開始されていると、現に提供されています。他社さんも提供されています。では、私どもはどうするのか。当然、社内では、この競争を勝ち抜けていけるのかということも考えます。そのときに、先ほど申し上げました何を対象にするのか、いろいろなアイデアがございますので、その中で弊社ならではの考え方で、まずはサービスを一步踏み出してみようというのが今回のプランでございます。

【中尾構成員】 ありがとうございます。

【楽天モバイル】 当社のゼロレーティングに対する考え方ですけれども、当然、戦略名とか、お客様に豊富な、バリエーションの豊かなサービスを提供するという面で必要だろうとは思っています。今までは、2ギガ、5ギガ、7ギガとはかり売りをしてきたものを、アンリミテッドと言って提供できれば一番いいんですけれども、やはりコストの観点がありますので、今度は、はかり売りではなくて使い方売り、こういう使い方をしたいんだっただこの事業者さんと使い方を選択いただける、選択肢を御提供するという意味でも、消費者にとっては非常にメリットがあるかなと思っておりますので、ゼロレーティングというの

は、今後、もっと競争が激しくなってもいいのかなとは思っております。

【オペテージ】 オペテージです。

事業者のモチベーションということで言いましたら、今、KDDI様、楽天様がおっしゃったとおりで、やはり競争の中で、マーケティングだったり、お客様のニーズがどうだという中で、やはり有力なサービスなんだろうと思っています。ただ、実際、やっているMVNOもいれば、やっていないところもありまして、そういうことは総合的な中で、我々もこれから判断していきたいと思っています。

ただ、今、トラフィックの大半が実は動画だと。大半というか、7割とか前回の御報告でもあったと思うんですけども、そういった中で、ほとんどの動画がゼロレーティングだったりすると、限りなくアンリミテッドに近いような感じになってくるので、今、楽天さんもおっしゃったように、本当はそういうサービスができたらいいんですけども、我々も接続量の制約のある中で知恵と工夫で考えていくということで、選択肢としては考えていきたいと思っています。

以上です。

【ビッグロブ】 ビッグロブです。

弊社の場合も、比較的早い時期からゼロレーティングのオプションサービスを提供させていただいていますけれども、まずはユーザーさんのニーズというところからスタートさせていただいております。やはり大手通信事業者さんと違う、やはり我々、格安SIMの通信事業者の場合は、お客様はデータ量を少ない形で御契約されるケースが大半です。その中で、ギガを使い切ったときにどうしても使いたいサービスという、求められているユーザーニーズからゼロレーティングのサービスをスタートして、弊社でもお客様から大好評のオプションサービスとして受け入れられていますので、各社さん、今、非常に取組をされていますけれども、やはり一定数のニーズがあるというところから、このサービスをどんどん進めていくべきだと考えています。

以上です。

【LogicLinks】 LogicLinksです。

御質問の、こういったモチベーションでゼロレーティングをやっているかについてですけれども、うちの会社、今はまだ社員が18人ほどで全てで、MVNO事業を運営させていただいているんですけども、そのうちの僕も含めた2名が、皆さん御存じか分からないですけれども、僕自身が「グランブルーファンタジー」というゲームの総責任者をやらせてい

ただいております、一時期、「グラブってる」というCMが流れていたと思います。あれで、ゲーム業界、市場全体の25%から、高いときには40%のトラフィックを使わせていただいております、いろいろなISP事業者さんから毎月のようにお叱りを受けるという涉外、プロデューサーを送っていました。

それを踏まえた上で、海外とかに目を向けると、MVNOの中でゲームにおいてカウントフリーを実現しているサービスがあるとお聞きしまして、僕は2016年11月、「グラブル」を卒業させていただいて、次、何をやろうかと思ったときに、どうしても日本の契約タイプ・プランというのは、月初から始まって月末で一定量を決められているという形になります。ゲーム事業は、比較的、月末にかけてどんどん繁忙期といいますか、お客様の遊ぶ頻度が高くなったり、ダウンロードする容量が大きくなっていったりするような傾向がございまして、これを何とか覆せないかというところでゼロレーティングを実施、カウントフリーオプションという形で実施させていただいて、我々はゲームのコンテンツをより多く取り入れさせていただいているというところでございます。

御要望とおっしゃられていた、OTTの情報提供に頼らないというところですけども、我々、まだ実験段階ではありますけれども、ゲームユーザーさんの通信データを独自に全て解析させていただいております、それが何のゲームなのかを特定した上で、ゼロレーティングに引き寄せるということ、今、一部、実装、実施させていただいておりますので、もしかしら、その方法がそういったことになるのかなと思います、回答させていただきました。

以上になります。

【中尾構成員】 ありがとうございます。

【大橋主査】 ありがとうございます。

実積構成員。

【実積構成員】 すみません、ビッグロブさんに少し追加でお伺いしたいんですけども、資料の6ページ目、最繁忙時の混み合うネットワーク帯域の中でQoEの低下を防止するというお話でした。最繁忙だと、全体的にベストエフォートなので、みんなの帯域が落ちていく中で、対象コンテンツだけは速度を維持するという御趣旨なのか、それ以外のときも帯域というか、必要なネットワークキャパシティをコントロールするためにあらかじめ落としておくという意味なのかということが1点目。

それから、対象は14種類というお話だったんですけども、動画のペーシングの非可逆圧縮というのは14種類だけで、それ以外のものに関しては普通のものになっている。つま

り、例えば最繁時になると全体が落ちていく中で、14種類だけは普通に、まあまあ見られて、ほかは見えないという状況が生まれているのか、要するに、コンテンツ毎に品質の差が出るのかどうか、そのあたりを少し教えていただきたいんですが。

【ビッグロブ】 基本的に、通信の最適化に関しましては、先ほど申し上げましたとおり、ゼロレーティングの帯域と、非ゼロレーティングの帯域は分けて、コントロールした上で、ゼロレーティングの帯域の中で混み合ったときに、例えばお客様が動画が全く見られないというクレームが生じる可能性がありますので、あらかじめ最繁の時間帯だけはスムーズに動画が流れるような制御を行っています。これは、やはりゼロレーティングを好むお客様が、明確なオプトインをして我々のオプションを使っている中で、やはりトラフィックが流れないということは、お客様にとって非常に不利益になるであろうところから、最適化を設定させていただいているということです。

【実積構成員】 ノンピークのときには通常の品質を流しておいて、混んでくると全体を下げていると。

【ビッグロブ】 はい、そうです。

【実積構成員】 そうすると、通常のピーク時、昼休みとか、その時間帯になると、ゼロレーティング対象のものは流れているんだけど、ほかの動画は事実上、流れなくなっている。ギガを超えなくても。そういう状況が生じているということですか。

【ビッグロブ】 そういうケースもあり得ると思います。

【実積構成員】 ゼロレーティング対象だと、QoEが最低限維持される。対象でないと、ユーザーがゼロレーティングを契約していないと、通常は普通なんだけど、混雑時には見られなくなるというか……。

【ビッグロブ】 いえ、そうではありません。まず、ゼロレーティング対象のサービスを提供している帯域と、ゼロレーティングをオプション加入していない帯域は分けていますので、ゼロレーティング対象以外のお客様には一切、影響は与えない状態です。ゼロレーティング対象の帯域の中で、最繁時、混み合ったときに動画が見られなくなるようなことが生じないように、帯域をコントロールしているという形です。

【実積構成員】 なるほど。そうすると、ここにAbemaさんとか14種類並んでいますが、時間帯によっては、ゼロレーティング対象の人たちだけは見られるんだけど、それ以外の人は見られないという状況が生じている。

【ビッグロブ】 現状、生じているかということ、まれなケースだと思うんですけども、

やはりゼロレーティングを使いたいお客様のトラフィックは、ゼロレーティング対象のトラフィックが圧倒的に多いので、そこは当然、帯域制御することによってスムーズに流れるようになっていきます。そうすることによって、ゼロレーティング対象ではないトラフィックが、ゼロレーティングの帯域の中を通りにくくなるケースはあり得ると思います。ただ、現状、そういう形でのクレーム等は実際はございません。

【実積構成員】 すみません、質問の趣旨が。非利用者のネットワークと利用者のネットワークが、2本の線であらわされていますが、繁忙期というか、ピーク時だと非利用者用ネットワークが混んでいるということは、当然、あるわけですよね。

【ビッグロブ】 はい、そうです。

【実積構成員】 そこで流れている分に関しては、コンテンツに限らず、全部同じように帯域制御されていていっているということですね。

【ビッグロブ】 そうですね。はい、そうです。

【実積構成員】 それに対して、ゼロレーティングのほうだと、帯域制御が、ある程度のところが絞られるというか、それ以上、QoEが悪くなるほどは落とさないように設定されていると。

【ビッグロブ】 はい、そうです。

【実積構成員】 わかりました。なるほど。

すみません、もう1点だけ。LogicLinksさんのほうですけれども、今、見ると、カウントフリーオプションの参加に対して公募を行っていないと書いてあるんですけども、これは何か理由があるんですか。

【LogicLinks】 特段ないんですが、我々、先ほど申し上げたように18人で、かつ、ゲーム開発会社さんだったり、コンテンツサービス業者さんからではなく、我々のほうで独自にちゃんと調べて、90%以上を担保するように作業としてやらせていただいております。これが一時期、今年の3月、4月だったと思うんですけども、一気にお問い合わせも含めて来てしましまして、スケジュール的にちょっとパンクしてしまったんですね。ですので、ちょっと今のところ公募はしておらず、お問い合わせいただいた中から、順次、やったり、我々のほうからお問い合わせしたところから、順次、対応しているという状況です。

【実積構成員】 公募していないけれども、受付はしているというような状況。

【LogicLinks】 そうですね。はい。

【実積構成員】 分かりました。ありがとうございます。

【山路データ通信課長】 すみません、事務局からで恐縮ですが、1問だけ質問させていただきます。

今日の議論の中で、ゼロレーティングに関する中立性の問題というのは、消費者保護と、通信事業者によるコンテンツ事業者の不当な差別的取扱いだというような御意見があったんですが、一方で、オプテージ様のほうから、MNOの市場支配力というような御意見もあったかと思います。同社資料9ページで、MNO-O T T間、大手O T T間の取引条件の届け出性を確認するスキームであったり、MVNOがMNOと同等の条件でゼロレーティングを実現する環境が整備されることが重要と考えるというような御意見に対して、もしMNOの3社の方々から何か御意見があれば、ちょっと教えてください。

【大橋主査】 よろしいですか。オプテージ様の資料の9ページ目に関するところということになります。

【KDDI】 よろしいですか。弊社が、最初、プレゼン資料の中で、こういった支配力の考え方ですとか、差別的な取扱いの考え方について御説明させていただいたんですけれども、多分、御質問は、MNOについて規律をするというお話かなと思っております。

プレゼンの中でも申し上げましたが、ネット中立性の問題は、ISPとコンテンツ事業者との間の問題については、基本的にどの通信事業者からということではなくて、全ての通信事業者が同等に適用される、差別をしてはいけないという共通の問題、これは通信の秘密もそうですし、ユーザー、消費者保護でもそうですし、同等に特定のコンテンツ事業者を差別してはいけないという基本的なルールについては、全ての事業者に同等に適用すべきであって、MNOだけとか、MVNOさんと差分を設けるという話ではないと考えております。

現在、MNOに対しては、マーケットシェアということで規律を受けておりますのが第二種指定電気通信設備の接続ルールでございます。こちらは、当然、通信事業者間の協議、この交渉上の優位性というものにかんがみて、私どもMNOはルールが適用されている。つまり、その接続条件は約款を届けている。このルールの目的と、今回、コンテンツ事業者さんに対する関係というのは、ちょっと目的は別であろうと考えております。要は、MNOに対する接続のルール、規律が事業法で定められているわけですけれども、接続以外のものについて何か支配力を行使する可能性があるという問題については、別の条文として禁止行為規制というものが、その上にのっているルールとして既にあります。これは、先ほど申し上げましたように、ドコモさん、あるいは東西さんという別のルールが既にあるわけでございます。

私が冒頭に申し上げましたのは、この禁止行為規制が今回のコンテンツ事業者さんの差別的取扱いの答えなのかということではなくて、それは別でしょうと。海外のゼロレーティング、あるいはネット中立性についての規律、これはアメリカであっても、かなり厳しいEUであっても、先ほど申し上げたSMP (Significant Market Power)、つまりマーケットの支配力に応じて、ドミナンスの事業者をあらかじめ特定して適用するルールという文脈では、そういう規律の在り方は議論されていなくて、ひとしくISPの事業者がコンテンツ事業者を差別してはいけないと。こういう基本的な考え方で議論されてきているのがネット中立性であり、あるいはガイドラインなどのゼロレーティングに対する考え方というのが、冒頭の私どもの説明の趣旨でございます。

要するに、何を言いたいかと申しますと、長々申し上げましたが、差別的な取扱い、不当に差別をしてはいけないというのは全ての電気通信事業者が守るべきであって、現状の事業法の中で上乗せして何か規律するということではないのではないかと。当然に、当たり前であります、こういうことをしては明らかに事業法違反ですという事例をしっかりと何か明記していただく。これが今回の目的なのではないかというお話をさせていただいたというのが、私どものプレゼンの趣旨でございます。

以上でございます。

【ソフトバンク】 もともと今のKDDIさんの意見と近いんですけども、もちろん我々、今、大手のOTTさんとも排他的な契約みたいなものは一切やっておりませんし、そういうことをやるつもりも全くございませんし、そこら辺は公正に、中立ということをやっていくつもりでございます。今もありましたけれども、決してそれは大手のMNOだからということではなくて、もし全てにわたってそういうことが考えられるのであれば、全ての事業者に対して公平に重ねるべきことであれば、それはそれでいいのかなと考えます。

【楽天モバイル】 楽天モバイルです。

MNOのサービスをまだ開始しておりませんので、何ともコメントしがたいんですが、先ほど私が申し上げさせていただいたように、もしビジネスの関係、相対とかがない場合は、オープンで、このような条件であれば参加できるとか一定の情報を開示すれば、そういった排他的な、独占的な問題は取り除けるのかなと思いますが、排他契約等々、それも含めてビジネスの戦略になりますので、お客様のためのビジネス戦略になりますので、お客様の選択肢を狭めないようなルールづくりをお願いしたいと思っております。

以上です。

【大橋主査】 どうもありがとうございます。

まことに申しわけございません、時間が過ぎてしまいました。おそらく、ほかにも御質問あると思うんですけれども、とりあえず時間の都合で、本日の御質問、及び議論はここまでとさせていただきますと思います。冒頭で確認させていただいたんですけれども、もし、さらにありましたら、構成員から書面でいただいて、お問い合わせさせていただくことがあるかもしれませんけれども、そのときに御対応のほうをどうぞよろしく願いいたします。

本日は、お忙しい中、質疑にお越しいただいたソフトバンク株式会社、KDD I 株式会社、楽天モバイル株式会社、株式会社オプテージ、ビッグロブ株式会社、株式会社LogicLinksの皆様方におかれましては、本当に御出席いただきましてありがとうございます。また、丁寧にお答えいただきましたこと、感謝申し上げます。

それでは、本日、これまでとして、事務局より今後の予定について御説明をお願いします。

【細野データ通信課課長補佐】 事務局でございます。

次回のワーキンググループにつきましては、8月4日の開催を予定しております。詳細な日程、会場等につきましては、別途、御案内いたします。

先ほど、主査からお話いただきまして、各社様、御了承いただきましたとおり、構成員の皆様から御質問等ございましたら、おおむね一両日くらいをめどに事務局までお寄せいただければ幸いです。

また、本日、資料のほう、構成員限りの資料、多くございます。お取扱いのほう御留意いただきますよう、よろしくお願いいたします。

以上でございます。

【大橋主査】 それでは、本日、これにて閉会といたします。時間が過ぎてしまって申しわけございませんでした。ありがとうございました。

(以上)