

「電気通信事業法第 27 条の 3 等の運用に関するガイドライン」案に対する 意見募集結果

- 意見募集期間 : 2019 年 7 月 13 日 (土) から 2019 年 8 月 13 日 (火) まで
- 意見提出件数 : 23 件 (法人・団体 : 4 件、個人 : 19 件)
- 意見提出者 :

	意見提出者
1	株式会社 N T T ドコモ
2	ソフトバンク株式会社
3	K D D I 株式会社
4	楽天モバイル株式会社
—	個人 (19 件)

「電気通信事業法第 27 条の 3 等の運用に関するガイドライン」に対する意見及びそれに対する考え方

意見	考え方	修正の有無
1 目的（趣旨）		
<p>意見 1 本ガイドラインの整備が重要であると認識。</p> <p>今般の改正法により携帯電話市場の競争ルールが大きく変わるに際し、新たなルールに基づく電気通信事業者間の公正な競争を促進するためには、関係する電気通信事業者及び届出媒介等業務受託者がその内容について十分に理解することが必要です。よって運用に当たっての具体的な考え方や事例等を整理した本ガイドラインの整備が重要であると考えます。</p> <p>また幅広い情報を収集・分析することにより、ルールの効果や影響等を評価いただくようお願いいたします。</p> <p style="text-align: right;">【楽天モバイル】</p>	<p>考え方 1</p> <p>○ 賛同の御意見として承ります。</p>	<p>無</p>
<p>意見 2 評価・検証に当たっては、5G 普及への影響を考慮すべき。</p> <p>我が国において、5G 通信サービスが他国に遅れることなく普及していくためには、電気通信事業者による通信ネットワークの整備に対する投資に加え、5G 通信規格に対応した端末をより早く多くの方に利用していただくことが重要です。</p> <p>公正な競争環境が確保されることを念頭に、他国と我が国における 5G 端末の普及状況を比較した上で、改正法により講じた措置の効果やモバイル市場に与えた影響などについて評価・検証を行い、適宜適切な見直しが必要です。</p> <p>なお、規律の見直しにあたっては、5G 通信サービスの普及促進に向けて、電気通信事業者の創意工夫を可能とする制度設計が重要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【KDDI】</p>	<p>考え方 2</p> <p>○ 総務省では、電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第 5 号。以下「改正法」という。）の施行後の状況について毎年度評価・検証を行い、その結果を踏まえて関係省令等の内容などの見直しの必要性について検討することとしています。</p>	<p>無</p>
3 禁止行為の対象となる電気通信役務		
<p>意見 3 特定地点以外での利用を制限して提供される役務を規律の対象外とすることに賛同。</p> <p>本ガイドライン案に規定されている「契約住所等の特定地点以外で利用者が当該電気通信役務を利用することができないよう、電気通信事業者において、当該電気通信役務の利用地点を常時把握し、利用者が特定地点以外で当該電気通信役務を利用した場合は、当該電気通信役務の提供を停止する措置が担保されているもの」の状態は、明らかに固定通信市場のサービスといえるものであり、公正競争への影響も考慮すると、移動系サービスを対象として</p>	<p>考え方 3</p> <p>○ 賛同の御意見として承ります。</p>	<p>無</p>

<p>いる電気通信事業法第 27 条の 3 第 1 項の禁止行為の対象外とすることに賛同します。 【ソフトバンク】</p>		
<p>4 禁止行為の対象となる電気通信事業者</p>		
<p>意見 4 大手携帯電話事業者 4 社以外は規律の対象外とすべき。</p>	<p>考え方 4</p>	
<p>今回の 100 万人規制には、大手 4 社以外は適用外とすべきではないでしょうか。 格安通信が普及しつつある現時点では、適用により歯止めがかかる可能性が大いにある と考えます。 【個人 5】</p>	<p>○ 電気通信事業法施行規則の一部を改正する省令案（以下「施行規則改正省令案」という。）第 22 条の 2 の 15 は、現在のモバイル市場における競争の状況などを踏まえ、電気通信事業者間の競争に及ぼす影響が少ないものとして禁止行為の適用対象から除外する電気通信事業者に係る利用者数の割合として、MNO 及び当該 MNO の特定関係法人であるものを除く MVNO について 0.7% と定めているものです。 ○ なお、電気通信事業者間の競争に及ぼす影響が少ないものとして禁止行為の適用対象から除外する電気通信事業者に係る利用者数の割合についても、必要に応じ、改正法の施行後の状況についての評価・検証及びその結果を踏まえた見直しの必要性についての検討の中で取り扱うこととなります。</p>	<p>無</p>
<p>5 通信料金と端末代金の完全分離</p>		
<p>(2) ③「有利」の判断基準 イ 料金プランの区分内における特定の端末の種別向けの料金プランの小区分</p>		
<p>意見 5 一の電気通信事業者が、異なるブランドにおいて、購入できる端末の種類が異なるものであって、利用できるデータ通信容量が同じであるにもかかわらず異なる料金によりサービスを提供することは「有利とする」に当たると考えるため、禁止行為の具体例として追記すべき。</p>	<p>考え方 5</p>	
<p>一の電気通信事業者が提供する異なるブランドにおいて、購入できる端末の種類が異なる場合であって、一方のブランドでのみ購入できる特定の端末において選択できる料金プランが、例えば、利用できるデータ通信容量が同じであるにもかかわらず、他方のブランドで提供される料金プランと異なる料金により提供されることは、「有利とする」に当たると考えられます。 そのため、こうした料金プランについても、禁止行為の具体例として追記いただくことで、その取扱いを明確にしていきたいと考えます。</p>	<p>○ 一の電気通信事業者が複数のブランドで移動電気通信役務を提供している場合であっても、「有利とする」に該当するかどうかはブランドごとではなく、その電気通信事業者が提供する料金プラン全体として判断することが適当であると考えます。 ○ 複数の端末を販売している場合に、同一の料金プランの区分内で、購入する端末の種類ごとに選択できる料金プランが</p>	<p>有</p>

<p style="text-align: center;">【NTTドコモ】</p>	<p>異なる場合の取扱いについては、5(2)⑤の下に記述している具体例の一つとして明記しています。</p> <p>○ なお、同じ料金体系で同じデータ量であるにもかかわらず、ブランドごとに料金を異なるものとするのは、通信速度の制限があることなど、他に合理的な理由がないのであれば「有利とする」に該当する旨を追記する修正をすることとします。</p>	
<p>意見6 「特定地点以外での利用を制限しているモバイルルータ」については、利用地点に制限のない「モバイルルータ」よりも低額で提供することを可能とするため、区分の種類を見直すべき。</p>	<p>考え方6</p>	
<p>同じデータ通信容量の契約で「モバイルルータ」と「特定地点以外での利用を制限しているモバイルルータ」が同じ料金というのは納得がいかない。「特定地点以外での利用を制限しているモバイルルータ」については、利用地点に制限のない「モバイルルータ」よりも低額で提供することを可能とするため、「イ 料金プランの区分内における特定の端末の種別向けの料金プランの小区分」の種類から削除し、「ア 料金プランの区分」の「d 特殊な形態に対応した料金プラン」の種類に入れるべきである。</p> <p style="text-align: center;">【個人19】</p>	<p>○ 同一の料金プランの区分内にある料金プランであっても、特定の端末の種別向けの料金プランの小区分ごとに料金プランを異なるものとするのが可能です。</p> <p>○ これら小区分について、同じデータ通信容量など同じ条件のものを異なる料金としない限り、通信料金が異なっても「有利とする」には該当しません。</p>	<p>無</p>
<p>意見7 端末種別ごとに料金プランの設定が可能となれば特定の端末種別についてのみ提供する料金プランが存在することとなり、電気通信事業者が他の端末についてネットワーク制限をかけることにもつながることから、区分及び小区分の記載を修正すべき。</p>	<p>考え方7</p>	
<p>スマートフォンとモバイルルータを別の事業者で回線契約して2台持ちで利用している場合など、実際の接続端末がスマートフォンの場合でも、事業者側視点からスマートフォンの利用を想定していない「データ通信小容量のフィーチャーフォン向けプラン」や「音声通信のみを対象とする料金プラン」で構わない人がいる。総務省案は、同じ条件(注:例えば、同じデータ通信容量)については、端末種別にかかわらず同じ料金とすべきというもので、この点は大いに賛成するが、その一方、端末種別毎に料金プランを分けることで、特定の端末種別についてのみ提供する(それ以外の端末種別では契約できない)料金プランの存在を許容している。このことは、○3アa(音声通信とデータ通信の両方を対象とする料金プラン)「スマートフォン」以外の料金プランについて、契約の実効性を担保させるため、接続端末種別の制限(いわゆるIMEIによるネットワーク制限)の正当化を許容することにつながり、先ほどのような場合に事業者側が「スマートフォンはフィーチャーフォンと比べて通信量を多く使うから、フィーチャーフォン向けの小容量プランを提供する必要はない」と考</p>	<p>○ 同一の料金プランの区分内にある料金プランであっても、端末の機能などにより利用者の利用の形態には大きな相違があることが想定されることから、同一のデータ通信容量で異なる料金としたり、大きなデータ通信容量の料金を低廉なものとしたりしない範囲で、小区分にある端末の種別ごとの料金プランを設けることとしているものですが、その範囲を超えて端末の利用を制限することは妥当ではないものと考えます。</p> <p>○ なお、ガイドラインにあるとおり、他者が販売した端末に対応する料金プランで受け入れるための体制の確立コストを踏まえ、当面は、「スマートフォン」以外の小区分の料金プランについては、持込み端末について自社が販売した端末を受け</p>	<p>無</p>

<p>えて当該プランについてフィーチャーフォンの IMEI のみにネットワーク制限をかけると、希望の容量の料金プランが契約できなかつたり、契約できても使いものにならなくなつて、利用者は納得できない。これまで、同じ条件でも端末種別ごとに異なる料金設定の場合があつたため、IMEI 制限を課して契約した端末種別以外の機器で使えなくしている事業者の存在に納得できる面もあつたが、同一条件同一料金としたうえで、合理的な料金設定とするなら、IMEI 制限は事業者が余計な手間をかけて利用者の利便性を損ねるだけの意味のないものと化してしまふ。既存システム上の都合もあるので、当分の間の持込み端末の許容要件は総務省案通りで問題ないが、最終的な方向付けはスマートフォンと同様の IMEI 制限撤廃を前提とした体制とすべき。そのため、③イについては全面削除し、⑤については、『③ア d(特殊な形態に対応した料金プラン)に該当する場合を除き、特定の料金プランが「有利とする」に当たらないと判断されるには、当該料金プランが、自社による端末の販売等に際する場合のみならず、他者が販売した周波数、通信方式等が技術的に適合した端末の持込みに際し、端末種別が異なる場合も含めネットワーク制限を設けることなく公平に受け入れるものであることが必要である。③ア a(音声通信とデータ通信の両方を対象とする料金プラン)「スマートフォン」以外の料金プランについても、ネットワーク制限の撤廃が求められるものの、他者が販売した端末を受け入れるための体制の確立コストを踏まえ、当該料金プランについて当面の間、持込み端末について自社が販売した同種の端末を受け入れるものであれば、「有利とする」に該当するとは判断しない。』等にすべき。</p> <p style="text-align: right;">【個人 19】</p>	<p>入れるものであれば、「有利とする」に該当するとは判断しないこととしています。</p>	
<p>(3) ①概要</p>		
<p>意見 8 通信契約の有無にかかわらず同一価格で端末を販売すべき。</p>	<p>考え方 8</p>	
<p>いくらと規定しない そのかわり、契約を伴わない場合でも、同一の価格で販売することを条件とする</p> <p style="text-align: right;">【個人 13】</p>	<p>○ 御意見は、端末単体で購入する場合に比べて異なる通信サービスと端末のセット販売を条件とした割引等を禁止すべきものということと理解します。</p> <p>○ 継続利用を条件としないセット販売の際の割引については、何らかのルールがないと引き続き過度の値引き等が行われ、通信料金による競争の促進及び端末代金の負担の適正化が進まないおそれがあるため、通信・端末の各市場での競争がより働くよう、端末の大幅な値引き等により事業者が利用者を誘引するモデルを2年を目途に事実上根絶することとし、当面端末の値引き等を規制するものであり、セット販売</p>	<p>無</p>

	自体を禁止するなど販売方法を規制するものではありません。	
(3) ②禁止の対象となる利益の提供を行う「条件」 ア 「条件」の趣旨(直接的条件と間接的条件)		
意見9 通信役務の契約に際して販売等された端末がSIMロックにより他事業者での使用を実質的に制限することは「継続利用を条件とする」に当たるのか。	考え方9	
<p>“利益の提供がされる条件として、例えば、「継続利用」との条件であれば、端末代金の値引き等に当たって、直接的に「継続利用」を求める場合のほか、直接的には「継続利用」を求めないものの、間接的な要件により結果として移動電気通信役務の継続的な利用がされるようにすることを含む趣旨である”とのことですが、これは通信役務の契約に際して販売等された端末がSIMロック等により他事業者での使用を実質的に制限されており、かつ販売等を行った事業者が必ずしも即時にSIMロック解除等に応じないことにより、利用者が当該端末を使用して移動電気通信役務を利用するには、当該事業者の移動電気通信役務を利用するしか選択肢がない場合を含むと考えてよいでしょうか。</p> <p>また仮に含まない場合は、上記のようなケースをどのように考えてのことであるか、ご教示いただけますでしょうか。</p> <p style="text-align: right;">【楽天モバイル】</p>	<p>○ 事業者が最低限必要な期間SIMロックを維持することは「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」では許容されているところです。</p> <p>○ 利用者は一括して端末代金を支払うことによりSIMロックが解除できること、SIMロックされている期間でも契約の解除自体は可能であること等から、販売等を行った事業者がこの指針の範囲内でSIMロックを解除しないことは、「継続利用を条件とする」には当たらないものと考えますので、その旨を明記することとします。</p>	有
(3) ②禁止の対象となる利益の提供を行う「条件」 イ 「新規契約」を条件とする端末の値引き等の利益の提供		
意見10 届出媒介等業務受託者が「端末の販売等に際して」ではない「新規契約」を対象に利益提供する場合においては、「端末の販売等に際するもの」とみなすべき。	考え方10	
<p>「第13回 モバイル市場の競争環境に関する研究会」(令和元年5月30日開催)での弊社プレゼン資料でも説明したように、端末購入を伴わない新規契約への利益の提供に規制がかからない場合、新規契約(SIM単体契約)で利益提供を受けた後に端末を別で契約させる等により、実質的な端末購入補助が行われる懸念があること、また新規契約者と既存契約者との間の不公正も生じてしまう懸念もあることから、「端末の販売等に際して」ではない「新規契約」を条件として行う利益の提供に規制を課すことに賛同します。</p> <p>しかしながら、「端末の販売等に際して」ではない「新規契約」を条件として行う通信料金の割引以外の利益提供に対する規制の対象については本ガイドライン案を一部見直すことが必要と考えます。具体的には、本ガイドライン案では電気通信事業者が利用者に利益の提供を行う額と届出媒介等業務受託者に提供する新規契約に関する奨励金の額を規制の対象としています。当該規制内容とした場合、届出媒介等業務受託者が自身の施策による利</p>	<p>○ 「端末の販売等に際して」ではない「新規契約」を対象にした利益の提供を「端末の販売等に際するもの」とみなすことはできませんが、新規契約を条件とする利益の提供について、端末の販売等に関連した誘因や紹介をしている場合などは、その態様によっては、端末の販売等に際するものに当たると判断することとなります。</p>	無

<p>用者への利益提供を上限なく実施することが可能な状態となるため、念頭においていた懸念が払拭されないものと考えます。</p> <p>従って、届出媒介等業務受託者が「端末の販売等に際して」ではない「新規契約」を対象に利益提供する場合においては、「端末の販売等に際するもの」とみなすこととし、本ガイドライン案に規定されている規制対象については、本来の規制目的に合致するよう、電気通信事業者と届出媒介等業務受託者が利用者に利益提供を行う額に見直すことが必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンク】</p>		
<p>意見 11 コンテンツなどのオプションサービスの割引については、継続利用を条件とする割引である場合も含め、2万円を超える利益の提供等のみが業務改善命令の対象となる可能性があるのか。</p>	<p>考え方 11</p>	
<p>“通信料金の割引を行うものであれば、法第 29 条第 1 項第 5 号に規定する要件に該当する可能性がある”とのことですが、通信料金に該当しない、コンテンツなどのオプションサービスの割引を行うものについては、同様に通信役務の継続利用が割引の条件である場合を含め、2万円（税抜）を超える利益の提供等についてのみ、法第 29 条第 1 項第 12 号に該当する可能性があるという考え方でよいでしょうか。</p> <p style="text-align: right;">【楽天モバイル】</p>	<p>○ 「継続利用」に当たる場合に利益の提供を行うことは、法第 29 条第 1 項第 12 号に規定する要件に該当する可能性があるものです。</p>	<p>無</p>
<p>(3) ③利益の提供の形態等 ア 利益の提供の形態</p>		
<p>意見 12 中古市場における一般的な買取価格の調査方法を明記すべき。</p>	<p>考え方 12</p>	
<p>【施行規則第 22 条の 2 の 16 第 1 項第 1 号ハ】</p> <p>「利用者から端末の買取等を行う際に、中古端末市場における一般的な買取価格を超える額を対価として提供することは利益の提供に当たり、当該対価と一般的な価格の差が利益の提供の額となる。」</p> <p>●意見</p> <p>上記にある「中古端末市場における一般的な買取価格」（以下「買取価格」）は、調査方法、調査対象、調査時期等の諸条件により左右される。ガイドライン（案）には買取価格を根拠とした施策が含まれており、買取価格に疑念が生じる事態は制度の根幹を揺るがす可能性がある。</p> <p>よって、制度を確実にを行うことを担保する観点から、買取価格の信頼性を高めるため、調査主体、調査方法、調査対象、調査時期等について、ガイドライン（案）に記載しておくことが適当である。</p>	<p>○ 御指摘のような形で当該価格の判断基準等を事前に定め、公表した場合には、市場への悪影響も想定されることから、ガイドラインに記載することは適当ではないと考えます。</p>	<p>無</p>

【個人4】		
(3) ③利益の提供の形態等 イ 将来時点では金額が確定しない利益を提供する場合の扱い		
意見13 将来において予見される買取等予定に関する合理性の基準を明示すべき。	考え方13	
<p>電気通信事業者等が、利益の提供を行う将来時点において予見される合理的な買取等予定価格を提出するにあたり、その運用の透明性及び公平性が確保されるよう、総務省において、何が合理的であるかについて、一定の判断基準を示していただくことが必要であると考えます。</p> <p style="text-align: right;">【NTTドコモ】</p>	<p>○ 電気通信事業者等が設定する買取等予定価格について、一義的に合理性の判断基準を定めることは困難ですが、一例として、先行同型機種の実績を元に買取等予定価格を設定する場合も考えられることから、その場合において提出されることが想定される資料について追記する修正をすることとします。</p>	有
意見14 買取等予定価格よりも実際の買取等価格が下回る可能性があるのであれば、利用者の同意を得る必要がある旨を明記すべき。	考え方14	
<p>電気通信事業者が公表した買取等予定価格より、実際の買取等価格が下回り、利用者が不利益になる可能性の有無を、ガイドライン（案）に記載するのが適当である。仮に、利用者が不利益になる可能性があるのであれば、利用者保護の観点から、電気通信事業者が利用者に対し契約時に十分な説明をし、利用者の同意が必要であることを、ガイドライン（案）に記載するのが適当である。</p> <p>上記において「電気通信事業者において、当該利益の提供を行う利用者に対し、利益の提供額及び買取等予定価格を説明する。」とあるが、口頭説明だけではなく、口頭説明及び契約書等に記載し、契約書等に買取等予定価格を記載することが適当である。契約書等に買取等予定価格を明記することで、電気通信事業者に対し、甘い見通しで買取等予定価格を設定させない抑止力としての機能を期待するものである。</p> <p style="text-align: right;">【個人6】</p>	<p>○ 買取等予定価格と実際の買取価格に差異が生じる可能性も想定されることから、電気通信事業者は当該利益の提供を行う利用者に対し、利益提供額及び買取等予定価格を十分に説明することが求められるものであり、その旨ガイドラインでも明記しています。</p> <p>○ なお、5（3）③イの手続は、利用者保護の観点も踏まえ、定めているものですが、この手続によらず利益を提供しようとする場合に利益の提供額を確定する段階で上限となる額を超えることとならないように調整するのであれば、利益の提供を約し、又は約させる際に、そのようなことをする旨定めておくことが必要であると考えますので、この点について、ガイドラインに追記する修正をすることとします。</p>	有
意見15 買取等予定価格設定の責任の所在を明確にすべき。	考え方15	
<p>利用者にとって端末購入判断の重要情報となる「買取等予定価格」について、価格設定の責任の所在が不明確である。</p> <p>よって、上記の「総務省への提出」は、「許認可制」又は「届出制」なのか記載しておくことが適当である。</p> <p style="text-align: right;">【個人8】 【個人9】</p>	<p>○ 買取等予定価格は電気通信事業者が設定し、これを公表することとしています。</p>	無

(3) ⑤電気通信事業者と届出媒介等業務受託者の双方による利益の提供		
意見 16 電気通信事業者が自らが行った利益の提供額を販売代理店に通知するだけでなく、合計利益提供額の上限との差額を参考として示すことが独占禁止法の規定に抵触するか否かを明らかにすべき。	考え方 16	
<p>本ガイドライン案において、「電気通信事業者は、委託先の届出媒介等業務受託者が上限を上回る利益の提供を行わないよう、指導することが必要」とされています。</p> <p>通信サービスの利用（継続利用を条件としないもの）及び端末の購入等を条件として行う利益の提供については、電気通信事業者と届出媒介等業務受託者（販売代理店）の合計利益提供額として2万円が上限とされる中、電気通信事業者と販売代理店双方が改正法を確実に遵守するためには、電気通信事業者は、自らが行った利益の提供額を販売代理店に通知するだけでなく、合計利益提供額の上限との差額を参考として示すことが有効であると考えます。</p> <p>本ガイドライン案においても、独占禁止法の規定に抵触するおそれがある行為として3つの事例をお示しいただいておりますが、電気通信事業者による上述のような取組については、独占禁止法の規定に抵触するか明らかではありません。</p> <p>こうした、改正法の遵守に資する取組と考えられる電気通信事業者の行為について、当該事業者がその責を問われることがない旨を、本ガイドラインにおいて明確にさせていただきたいと考えます。</p> <p style="text-align: right;">【NTTドコモ】</p>	<p>○ 電気通信事業者が自らが行う利益の提供の額の通知に加え、届出媒介等業務受託者における合計利益提供額の条件との差額を届出媒介等業務受託者が任意で設定できる利益の提供額の上限として示すことは、私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律（昭和22年法律第54号）上問題とならないことから、ガイドラインにその旨を追記する修正をすることとします。</p>	有
⑥「通信役務の利用」及び「端末の購入等をする事」を条件とし、又は「新規契約（継続利用を除く。）」を条件とする利益の提供の上限の例外		
意見 17 いわゆる型落ちとなる端末について、端末のみを購入する者にも通信契約とセットで購入する者と同様の割引があつてしかるべき。	考え方 17	
<p>所謂型落ちとなる端末機種についての割引について意見を述べる。法の趣旨である通信契約料金と端末購入料金が完全に分離しているのであれば、型落ち機種については端末の購入のみを希望する者に対しても、端末購入と通信契約を同時に希望する者と同じ端末購入金額の割引があつてしかるべきと考える。「通信とセットなら半額で購入できますが端末のみの購入の場合は割引なし」は完全分離してるとは認められない。</p> <p style="text-align: right;">【個人11】</p>	<p>○ 通信契約とセットではなく、端末単体で販売する際の価格や端末代金の値引きについては、今回の規律の対象外です。</p>	無
(3) ⑦対照価格 ア 対照価格の内容		

意見 18 同一法人が複数ブランドを提供しており調達する端末の選定等もブランド単位で行っている場合、対照価格の判断もブランド単位で行われるべき。	考え方 18	
<p>本ガイドライン案では対照価格を法人ごとに判断することとなっていますが、弊社は同一法人内において複数ブランドを展開しており、調達する端末の選定、端末の調達、販売価格の決定等をブランド単位で実施しています。</p> <p>対照価格をブランド単位ではなく、法人単位で判断することになると、一方のブランドが先に調達、販売を開始し、その後にもう一方のブランドで同じ端末を調達して販売する場合に他ブランドの価格設定等の影響を受けることとなります。この場合、後から端末を販売したブランドと競合する他の事業者が同時期に端末を調達して販売を開始した場合、同一法人内の別ブランドの価格設定等の影響を受けるブランドは、当該影響を受けない他の事業者との間において、価格設定面で、競争上、不利益な状態が生じることとなり、延いては、これまでブランド単位で行っていた端末販売戦略も実施困難になることが想定されます。</p> <p>このため、同一法人内であっても端末の選定、端末の調達、販売価格の決定等の行為がブランド毎に分離されている前提においては、ブランド単位で対照価格の判断が可能となるよう、規定内容を改めて頂くこと要望します。</p> <p>また、利用者から端末の買取を行う際の価格もブランド単位の端末販売戦略に基づき設定しているため、利益提供の上限の適用時に参照する先行同型機種 of 買取価格も、対照価格と同じく、ブランド単位で判断可能となるよう、規定内容を改めて頂くことを要望します。</p> <p style="text-align: right;">【ソフトバンク】</p>	<p>○ 一の電気通信事業者が複数のブランドで移動電気通信役務を提供している場合において、同一の機種 of 電気通信設備についてブランドごとに複数の価格を提供しているときであっても、対照価格は法人ごとに判断することが適当であると考えることから、その旨を追記する修正をすることとします。</p>	有
6 不当な期間拘束		
(2) 違約金等の定め等 ① 違約金等		
意見 19 いわゆる「MNP手数料」が違約金等とみなされるか否かを判断する合理的な理由とは何か。	考え方 19	
<p>“電気通信事業者が番号ポータビリティの利用者に負担を求めている手数料（いわゆる「MNP手数料」）に関し、合理的な理由なく契約の締結からの期間に応じて額を変えて設定している場合には最も低い額との差額が、合理的な理由なく高額に設定している場合は妥当な額との差額が、それぞれ違約金等となる。”とのことですが、ここでいう“合理的な理由”は具体的にどのようなものが該当するか例示いただけますでしょうか。特に、短期的な解約の抑止を目的に MNP 手数料の額を期間に応じて変える、或いは高額に設定することについては、合理的な理由に該当しないという理解でよいでしょうか。</p> <p style="text-align: right;">【楽天モバイル】</p>	<p>○ 電気通信事業者が短期的な解約の抑止のみを目的に、いわゆる「MNP手数料」の額を著しく高額に設定することや、契約期間に応じてその額を変動させることは、本ガイドラインでいう「合理的な理由」には当たらないものと考えます。</p>	無
(2) 違約金等の定め等 ③ 特定経済的利益		

意見 20 特定経済的利益を定義する必要がない。	考え方 20	
<p>「電気通信事業法の一部を改正する法律（令和元年法律第5号）の施行に伴う関係省令等の整備等」に対する弊社意見書（令和元年7月22日付）でも述べさせていただきました通り、違約金と同等の扱いを受けるとされる「特定経済的利益」については、「契約の締結から一定期間内に当該契約の変更又は解除を行ったことを理由として受けることができないこととする経済的利益」と定義されていますが、普く移動電気通信役務の料金割引は当該役務契約の解約がなされれば当然に終了するものであることから、全ての料金割引が「契約の締結から一定期間内に当該契約の変更又は解除」に該当し、規制の対象となる懸念があると考えます。そもそも違約金と同等の効果を持つ割引や利益の提供に関しては、電気通信事業法施行規則第22条の2の17第3号（期間契約の有無による料金差）及び同条6号（長期割引）で規制されることから、「特定経済的利益」を定義する必要性はないものと考えます。</p> <p>仮に「特定経済的利益」を定義する場合であっても、最低限、違約金等の定めがなく提供される割引や利益に関しては、「特定経済的利益」に含まれないよう規定内容を改めて頂くことを要望します。</p> <p style="text-align: center;">【ソフトバンク】</p>	<p>○ 施行規則改正省令案第22条の2の17における「特定経済的利益」及び「契約を一定期間継続して締結していたことに応じて利用者に対して行われる経済的利益」については、その双方に該当するものがあり得るところ、定義上いずれか一方にのみ該当するよう明確化するため、規定を修正することが適当である旨、情報通信行政・郵政行政審議会からの答申を受けたところです。</p> <p>○ 上記答申を踏まえ、本ガイドラインの記載についても、必要な修正を行うこととします。</p>	有
(8) 契約を一定期間継続して締結することに応じた利益の提供 ③一定期間利用割引等による1年当たりの利益の額の上限である1月当たりの料金		
意見 21 継続利用割引の上限となる「1月当たりの料金」について、提供方法に合わせて基準を明確化してもらいたい。	考え方 21	
<p>利用者は、契約する料金プランを変更することが想定されます。他方、一定期間利用割引等の利用者に対する提供方法は、一括付与や毎月付与など様々考えられます。</p> <p>ついては、一定期間利用割引等の利用者に対する提供方法毎に、適用する前の料金を明確化していただきたい。</p> <p>当社は、1年分を一括で付与する場合は付与時の料金プランの1月分を基準とし、毎月付与する場合は付与月の料金プランに対して1/12を超えない範囲を基準とするのが良いと考えます。</p> <p style="text-align: center;">【KDDI】</p>	<p>○ 御意見を踏まえ、利用者が料金プランを変更した場合には、利益を提供した時点における料金プランにより判断すること、また、毎月利益を提供するような場合には1年分に換算して1月分に相当するか否かで判断する旨を追記する修正をすることとします。</p>	有
7 改正法の施行日の前日に現に締結されている移動電気通信役務の契約等に係る特例		
意見 22 無料解約期間経過後に利用者が改正法に適合する料金プランへの移行を申し出た場合は、違約金等を減免すべき。	考え方 22	
自動的に更新をする契約は全て特例の対象となっていますが、自動的に更新をする契約を締結しているすべての利用者が、特例による旧契約の継続を希望しているとは限りません。	<p>○ 施行規則改正省令案附則第3条の規定は、改正法の施行前に適用される料金プランが必ずしも改正法の施行後に適用さ</p>	無

<p>令和元年6月20日には総務省殿から携帯電話事業者に対し、改正法に適合する料金プランに移行することで恩恵が得られるにも関わらず、そのことを十分に認識せずに従来の料金プランを使い続ける既存の利用者が出ることをないよう、既存の利用者に対する料金プランの移行についての周知が要請されています。</p> <p>ゆえに、周知が十分になされたと判断されるまでの期間においては、自動更新後かつ違約金等の支払をせずに契約の変更又は解除を行うことができる期間が経過した後に、利用者が改正法に適合する料金プランへの移行を申し出た場合は、違約金等を減免するべきではないでしょうか。</p> <p style="text-align: right;">【楽天モバイル】</p>	<p>れる料金プランよりも利用者にとって有利となるとは限らないことから、同一の提供条件である場合に限り、改正法の施行前に適用される料金プランに係る契約の更新を可能とするものです。</p> <p>○ また、総務省は、本年6月、改正法の円滑な施行に向けて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 既存の利用者が改正法の施行後に改正法に適合する料金プランへ円滑に移行できるよう必要な措置を講ずること ・ 改正法に適合する料金プランに移行することで恩恵が得られるにもかかわらず、そのことを十分に認識せずに従来の料金プランを使い続ける既存の利用者が多数出ることのないよう、既存の利用者に対して様々な周知手段を用いて、料金プランの移行についての周知を徹底することを携帯電話事業者4社に対して要請しています。 <p>○ 総務省では、6月要請を受けた改正法の施行に向けた電気通信事業者の取組や準備状況、改正法の趣旨に反する料金プランや販売手法等に関する状況などについて注視するとともに、必要に応じ、再度の要請の実施や追加的な対応の検討を行うこととします。</p>	
その他		
意見 23	考え方 23	
<p>1. MNP時の転出時の手数料が上がる懸念がある。</p> <p>2. 違約金として1,000円というアンケートをそのままガイドラインに反映するなら、違約金そのものを禁止してはどうか？</p> <p>3. MNOが実行支配しているYモバイルやUQモバイル、MVNOもすべてガイドラインの適用とすべきである。</p> <p>4. 割賦斡旋販売も禁止にすべきである、実質拘束状態となるため、自社割賦で12回を超えるものはあってはならない。</p> <p>5. また、キャリアショップもよくないと思う。</p> <p>6. 端末とSIMは別に扱うべきであり、端末メーカーからインセンティブ、SIMを提供する側からインセンティブなら分かるが、現行は一体となっていることが誤っている。他国ではこの方式が多いのではないか？</p>	<p>○ 電気通信事業者の乗換えに当たっては違約金以外の事務手数料も必要となりますが、これら事務手数料が合理的な理由なく高額に設定される場合などには、違約金と同等の効果を有する可能性もあることから、総務省において状況を注視していくこととします。</p> <p>○ 電気通信事業者の乗換えに係るスイッチングコストを低下させ、事業者間の競争を促進させるには、期間拘束のある契約の解除に要する違約金の額を抜本的に引き下げる必要があると考えられますが、他方で、一定の期間の契約を約することでメリットが得られる契約形態は他の分野でも見られるところであり、これを完全に禁止するまでの措置を講ずることは適当ではないと考えます。</p>	無

- 7. T C Aが実質管理している不払い情報の共有もやめるべきである。この交換情報があるが故に、活性化が阻害されている。
- 8. 一定期間キャリアロックをかけた状態で販売をしているが、辞めるべきであり、すべてS I Mフリーとなれば、安く機能を絞った端末から高く高機能な端末までラインナップが増えるのではないか？
- 9. 現行キャリアが高いというのであれば、N T Tドコモ等、あんなに高い首相官邸の山王パークタワー等を借りるように強いてることもおかしいのではないか？明らかに国からお願いであったのではないかと疑念を抱かれる。これは、総務省や警察O Bが天下っていることも同様。

【個人3】

【結論】

かつて自由を謳歌し、日本ならではの携帯文化を作り上げてきた日本であったが、なぜこんな規制が広範囲によって行われるのか理解できない。

結果として日本の携帯電話事業が魅力ないものになるだけではないか？

データ通信を安く上げたいならば、Wimax を使えばいいわけであって、全国の配信者はほぼすべてWimax を使っている。何ら困っていない。

逆に大手LTE キャリアが高いというなら、上限値を定めればいいだけだ。

最新端末の値下げでそれがよくないというならキャリアによる端末の販売を一律禁止すればいい。

それがまともな政策というものである。なぜ通信料金の上限値を定めないで有形無形の圧力をキャリア側にかけるのか全く理解できない。

このような介入の仕方は、結局企業側の活力を大きく低下させる。

もちろん利用者も中途半端な値付けをされて、スマホの買い替えをやめようとする考えが増えるだろう。

今まで何となくキャリアとの関係を続けてきた利用者が、いよいよ表に出される。価格が高くて買い換えられないからだ。

端末と契約が一体でなく、いわゆるフリーSIM 端末の操作法を教える責任があるのは製造メーカーである。

このままではキャリア側はスマホ端末を一切扱わなくなると思う。

すぐにではなくじわじわやめていくわけだ。どんどんリストラも出てくるだろう。

売れない商品の処分方法まで指示されては、とても商売にならない。

- 規律の対象となる電気通信事業者の基準は、現在のモバイル市場における競争の状況などを踏まえて定めるものであり、それらの状況などに変化がある場合には、必要に応じ、見直しを検討していくこととします。
- その他の御意見については、参考として承ります。

しかし利用者は教えてくれと責任のないことまでショップに求める
 新たな大混乱を行政が作り出したということになるだけだ。
 もちろん雇用も失う。
 今、wimax は 1000 万契約以上なのに、誰もその操作方法について難儀しない。
 単なる wifi ルーターだからだ。電源を入れる・切る、SSID を設定するそれだけの操作し
 かない。
 図らずも日本が目指しているのは wifi ルーターへの統一ではないか？
 だったらはっきりというべきだろう。これでは気色が悪い。
 気が付いていないならそれは愚かである。
 思い切っているなら、5G で速度は十分なことから、wifi ルーター以外販売禁止にしてス
 マホ端末は適当に量販店あたりで買ってくださいでよいではないか？
 それぐらい明快な行政をやってくれないと困る。
 今の中途半端な案では利用者も販売店もキャリアもかなり傷つく。
 そして最後はルーターだけ販売ということになると思う。
 ユビキタスを本当に実現するなら通信端末と情報端末を完全に分けたほうが良いという
 のが私の持論である。
 「新しい電波に対応しなきゃ」なんて言うことを考えないで中小零細のスタートアップ企
 業が商品を作れたほうが良いと思うからだ。
 新しい発想の商品やサービスが出てくる期待が出てくる。キャリアも売れない端末の処
 分を悩まなくていい。
 もちろん、自分でフリーSIM の設定ができる人は 5G のフリーSIM スマホを自由にお買え
 ばいい。量販店で自由に売られてればいつ買うかも自由だ。
 当然端末同士での価格競争もあるだろう。契約に縛られない自由な売買の実現になる。
 wifi という共通通信システムがあるのだからそれをベースに考えたほうがよほどいいと
 思う。

【個人 12】

総務省が大手キャリア（以下メガキャリア）の料金値下について指導下さっていること
 については利用者として感謝申し上げます。
 しかし、利用料金の値下のみを指導する分にはユーザーのメリットとなりますが、端
 末代金の割引額の規制については、キャリア間の規制を阻害するばかりか実質的にユーザー
 の負担が増すだけの結果となっており、撤回を強く求めます。

メガキャリアの端末代金割引を廃止してはならない最大の理由は、メガキャリアは国内メーカーのハイエンド端末をSIMフリーで販売させず各キャリア専用の設定として独占販売し、他の流通経路を絶つことによって定価販売でしかユーザーが購入できないという点にあります。

現在、日本のスマートフォン市場は約50%がiPhoneとなっていますが、その最大の理由は、メガキャリアがiPhoneの販売権維持の為にiPhoneの販売に注力しているという点にあります。

また、サムスンのGALAXY等もメーカーからのインセンティブが大きいと見られ拵販の為、キャンペーンをすることが多々あります。

一方で国内メーカーのハイエンド端末は機能や性能が優れていても販売店ではそのぞんざいが無きもののように扱われたり、ドコモやauに至ってはキャリア独自のインターフェイスや削除不可能なアプリをプリインストールされユーザーの不評を招くといった状況にあります。

国内メーカー端末が、防水防塵、高性能カメラ、おサイフケータイ、大画面液晶等で海外メーカーに対して優位だった時代は、Apple社からの販売規定でiPhoneと並べて展示することすら許可されておりました。

更に2年縛りによってユーザーが事実上1契約で2年1端末しか端末を購入できなくなったことで、スマートフォン市場が縮小し国内メーカーは撤退が相継ぎ、残留したメーカーも日本国内で十分な販売が期待できなかつたり、メガキャリアにハイエンド端末を独占販売されていることから世界市場でも販売ができず、価格競争力やスペック面でも妥協を強いられることとなりました。

これによってユーザーは選択肢が狭まっただけでなく、例えば目的によって複数の端末を使い分けたり、水塗れや全損の際は修理せずに機種変更したり、欲しい端末が発売されたら2年を待たず購入したりといったことが不可能になりました。

メガキャリアへの規制はユーザーへの負担を増したかりでなく、日本のスマートフォン産業にも致命的な打撃を与えました。

この状況を打開する為に下記ご提案を申し上げます。

1. メガキャリアの全契約をSIMフリー端末対応とする
2. メガキャリアのハイエンド機種独占販売を禁止し販売経路を自由化する
※iPhoneの様にメーカー側が販売権を指定する場合は除く
3. キャリアによる端末販売時の値引は自由化する

※通信料からの値引廃止は継続

4. 端末価格の値下は自由化する

メガキャリアは元来競争力が極めて高い国内メーカーの端末に様々な販売規制をかけることで相対的に iPhone や GALAXY の商品力を向上させ販売をコントロールしてきた側面があります。

極々当たり前の上記の施策、指導をして頂くだけで状況が一変します。

単純に利用料金からの値引はせずに端末の割引は自由化させ、同時に販路も解放するという単純な内容にすべきと考えます。

現在、アメリカによる対中制裁が本格化し中国側に加担する韓国も制裁対象となります。

その様な中で日本の大手通信キャリアが HUAWEI やサムスン、LG の端末を積極販売している現状については安全保障上の問題としても非常に大きな問題であり、この点についても指導、対策が必要です。

メガキャリアによる端末販売の値引だけを規制するのではなく、ユーザーの負担が少なくなるよう本質に着目し、端末販売の仕組みそのものを改革していただきますようお願い申し上げます。

【個人 17】

総務省の指導でメガキャリアが本格的な値下をすることを期待しておりましたが、実際は申し訳程度に格安プランを設定するだけで主体となるプランの支払総額は殆ど差がなく、余計な規制によって端末の値引が無くなりユーザーの負担が増えただけでした。

現状でメガキャリアでは、事実上端末をそれぞれのキャリアで購入するしかなく、価格も固定されユーザーは割高な価格で購入するしかなく不利益を被っております。

しかもハイエンド機種はメガキャリアが独占販売しております。

驚くことに大手チェーンで完済 SIM ロック解除済の中古端末を購入し使用しても、キャリアが利用制限をかける程です。

しかもその理由は「オレオレ詐欺等の犯罪に利用されるのを防ぐ」というあからさまな嘘であります。

SIM フリー端末を MVNO で契約できる時代に剩りにもお粗末な嘘と言えます。

メガキャリアに対する端末値引の制限は公平な競争を阻害しておりますので直ちに撤回して頂くべきですが、それが不可能であればメガキャリアの端末を MVNO と同様に SIM フリーとさせるべきです。

<p>ハイエンド機種もSIMフリー端末として様々な販路で流通すれば、競争が生まれ価格が下がり、販売台数が増えるという好循環が生まれます。</p> <p>キャリアも販売台数を稼ぎたいければ、公平にその競争に参加させるようにすべきです。そもそも政府が主導し機種代金の値引を規制すれば、ユーザーに不利益しか与えないことは目に見えております。</p> <p>通信料金の競争が滞るなかで、機種代金だけでも競争が生まれユーザーがキャリアの「縛り」に左右されずお得に購入できるよう改革をお願い致します。</p> <p style="text-align: right;">【個人 18】</p>		
意見 24	考え方 24	
<p>「不当景品類及び不当表示防止法 第二条 4 項」における「表示」について、一般利用者へ「打消し表示」から保護する必要性に鑑み、電気通信事業者及び届出媒介等業務受託者等に対し、「打消し表示に関する実態調査報告書（平成 29 年 7 月 消費者庁 一部訂正）」を参考にしたうえで表示すること。及び「打消し表示」を分かりやすく適切に行わなければ、強調表示（※1）は、一般消費者に誤認され、不当表示として不当景品類及び不当表示防止法上問題となるおそれがあることをガイドライン等に明記することが適当と考える。</p> <p>●「打消し表示に関する実態調査報告書（平成 29 年 7 月 消費者庁 一部訂正）」 <報告書冒頭></p> <p>一般消費者に対して、商品・サービスの内容や取引条件について訴求するいわゆる強調表示（※1）は、それが事実と反するものでない限り何ら問題となるものではない。ただし、強調表示は、対象商品・サービスの全てについて、無条件、無制約に当てはまるものと一般消費者に受け止められるため、仮に例外などがあるときは、その旨の表示（いわゆる打消し表示（※2））を分かりやすく適切に行わなければ、その強調表示は、一般消費者に誤認され、不当表示として不当景品類及び不当表示防止法上問題となるおそれがある。</p> <p>（※1）事業者が、自己の販売する商品・サービスを一般消費者に訴求する方法として、断定的表現や目立つ表現などを使って、品質等の内容や価格等の取引条件を強調した表示</p> <p>（※2）強調表示からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となるものに関する表示</p> <p>●不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号） 第二条 4 項 この法律で「表示」とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う</p>	<p>○ いただいた御意見は参考として承ります。</p>	<p>無</p>

広告その他の表示であつて、内閣総理大臣が指定するものをいう。

●不当景品類及び不当表示防止法第二条の規定により景品類及び表示を指定する件（昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号）改正 平成10年12月25日公正取引委員会告示第20号、平成21年8月28日公正取引委員会告示第13号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（以下「法」）第二条の規定により、景品類及び表示を次のように指定する。

2 法第二条第四項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

【個人 14】

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」）によると、PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）における携帯電話の相談件数は、2018年度は8,215件であった。

センターでは下記「報道発表資料」のとおり「携帯電話の契約は、光回線や有料オプション等、複数の商品・サービスと一緒に契約することも多く、複雑な契約内容になっていることがあります。不安に思うことやトラブルが生じた場合には、最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。」と呼びかけている。

相談件数やセンター報道発表資料を鑑みると、一般消費者への公的相談窓口等の周知徹底が重要であると考えられる。

よって、電気通信事業者及び届出媒介等業務受託者等の「不当景品類及び不当表示防止法第二条4項」における「表示」について、下記「義務付け表示（案）」の表示を義務付けることをガイドライン等に明記することが適当と考える。

●義務付け表示（案）

【携帯電話について景品表示法違反の疑いのある事実に関する情報を受け付けています。】

1. インターネット（24時間受付）

消費者庁ホームページ「携帯電話に関する景品表示法違反被疑情報提供フォーム」

2. 電話（年末年始を除く。10時～16時受付）

消費者ホットライン「全国共通 188番」（※通話料金がかかります。相談は無料です。）

●報道発表資料（平成30年9月13日 独立行政法人国民生活センター）

セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブルー高齢者の相談が増加していますー

3. 消費者へのアドバイス

（5）不安に思った場合やトラブルになった場合は、最寄りの消費生活センター等に相談しましょう

携帯電話の契約は、光回線や有料オプション等、複数の商品・サービスと一緒に契約することも多く、複雑な契約内容になっていることがあります。不安に思うことやトラブルが生じた場合には、最寄りの消費生活センター等に相談しましょう。

* 消費者ホットライン：「188(いやや!)」番

最寄りの市町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

●不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）

第二条4項 この法律で「表示」とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、内閣総理大臣が指定するものをいう。

●不当景品類及び不当表示防止法第二条の規定により景品類及び表示を指定する件（昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号）改正 平成10年12月25日公正取引委員会告示第20号、平成21年8月28日公正取引委員会告示第13号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（以下「法」）第二条の

規定により、景品類及び表示を次のように指定する。

2 法第二条第四項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

- 一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示
- 二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）
- 三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告
- 四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告
- 五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）

【個人 15】

「不当景品類及び不当表示防止法 第二条 4 項」における「表示」について、不当表示とならば防止する必要性に鑑み、電気通信事業者及び届出媒介等業務受託者等に対し、「不当景品類及び不当表示防止法」を遵守することをガイドライン等に明記することが適当と考える。

なお、「電気通信事業法の一部を改正する法律の施行に向けた準備について（要請）」（令和元年 6 月 20 日付 総基料第 33 号 総務省総合通信基盤局長）において、電気通信事業者に対し上記の要請がされているところである。

●不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）

第一条 この法律は、商品及び役務の取引に関連する不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護することを目的とする。

第二条 4 項 この法律で「表示」とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の

供給する商品又は役務の内容又は取引条件その他これらの取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、内閣総理大臣が指定するものをいう。

第五条 事業者は、自己の供給する商品又は役務の取引について、次の各号のいずれかに該当する表示をしてはならない。

一 商品又は役務の品質、規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示し、又は事実と相違して当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも著しく優良であると示す表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

二 商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と同種若しくは類似の商品若しくは役務を供給している他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示であつて、不当に顧客を誘引し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがあると認められるもの

●不当景品類及び不当表示防止法第二条の規定により景品類及び表示を指定する件（昭和37年6月30日公正取引委員会告示第3号）改正 平成10年12月25日公正取引委員会告示第20号、平成21年8月28日公正取引委員会告示第13号

不当景品類及び不当表示防止法（昭和三十七年法律第百三十四号）（以下「法」）第二条の規定により、景品類及び表示を次のように指定する。

2 法第二条第四項に規定する表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であつて、次に掲げるものをいう。

一 商品、容器又は包装による広告その他の表示及びこれらに添付した物による広告その他の表示

二 見本、チラシ、パンフレット、説明書面その他これらに類似する物による広告その他の表示（ダイレクトメール、ファクシミリ等によるものを含む。）及び口頭による広告その他の表示（電話によるものを含む。）

三 ポスター、看板（プラカード及び建物又は電車、自動車等に記載されたものを含む。）、ネオン・サイン、アドバルーン、その他これらに類似する物による広告及び陳列物又は実演による広告

四 新聞紙、雑誌その他の出版物、放送（有線電気通信設備又は拡声機による放送を含む。）、映写、演劇又は電光による広告

<p>五 情報処理の用に供する機器による広告その他の表示（インターネット、パソコン通信等によるものを含む。）</p> <p style="text-align: right;">【個人 16】</p>		
意見 25	考え方 25	
<p>○ 日本放送協会に関する意見（本案に対する意見ではないと思われるため省略します。）</p> <p style="text-align: right;">（個人計 4 件）</p>	<p>○ 本案に対する意見ではないと思われるため、担当部署に適切に情報提供がなされることが適当と考えます。</p>	無