

モバイル市場の競争環境に関する研究会（第16回）

ICTサービス安心・安全研究会

消費者保護ルールの検証に関するWG（第14回）

1 日時 令和元年8月29日（木） 10:00～12:00

2 場所 TKP 新橋カンファレンスセンター新館ホール 15D

3 出席者

○構成員

新美座長・主査、相田座長代理、平野主査代理、石田構成員、市川構成員、大谷構成員、北構成員、木村構成員、黒坂構成員、近藤構成員、大橋構成員、長田構成員、西村（暢）構成員、西村（真）構成員、森構成員、横田構成員

○オブザーバ

塚田公正取引委員会事務局経済取引局調整課課長、内藤消費者庁消費者政策課長、西川消費者庁表示対策課長、福井独立行政法人国民生活センター相談情報部相談第2課課長、山本公益社団法人日本広告審査機構専務理事、濱谷一般社団法人電気通信事業者協会企画部長、奥田一般社団法人電気通信事業者協会調査部長、井原一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会消費者問題分科会主査、木村一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会会長補佐、中町一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟部長代理、澁谷一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会会長、西川一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会副会長、花岡電気通信サービス向上推進協議会広告表示自主基準WG主査・広告表示アドバイザー委員会委員長代理

○ヒアリング対象者

株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式会社

○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、山碕事業政策課長、大村料金サービス課長、梅村消費者行政第一課長、山路データ通信課長、廣瀬番号企画室長、中村料金サービス課企画官、仲田料金サービス課課長補佐、雨内消費者行政第一課課長補佐、東消費者行政第一課消費者行政調整官

【新美座長】 それでは、おはようございます。時間もまいりましたので、ただいまから、モバイル市場の競争環境に関する研究会（第16回）及びICTサービス安心・安全研究会消費者保護ルールの検証に関するWG（第14回）の合同会合を開催いたします。皆様におかれましては、お忙しいところお集まりいただきまして、ありがとうございます。

なお、大谷構成員の出席をいただいておりますのに座席表には記載されておられませんので、追記していただければと思います。お手元にある座席表の石田構成員の隣に大谷構成員がお座りになっておりますので、追記していただきたいと思います。

また、森構成員と大橋構成員は遅刻されるというご連絡をいただいておりますので、ご了承いただきたいと思います。

また、本日は、冒頭にカメラ撮りの時間を設けておりますので、あらかじめご了承くださいますようお願いいたします。

それでは、議事に入りたいと存じます。前回までの合同会合におきましては、モバイル市場の競争促進に向けた制度整備及び利用者利益の保護に向けた制度整備に関しまして、制度整備に当たっての方向性やその具体的な内容についてご議論をいただいていたところでございます。また、前回の合同会議におきましては、このような取組はその効果などについてのフォロー、事後的な分析・検証が重要であって、当研究会としても必要に応じて総務省や関係団体あるいは関係事業者の皆様からいろいろなことをお伺いするなどして、施行までの状況や施行後の状況など関連の取組についてのその状況や効果について注視することとしていたところでございます。

本日は、消費者庁をはじめとして、関係事業者・団体の皆様にお集まりいただきまして、改正法の施行に向けた取り組みについてお伺いしたいということで本日の会合を持ったところでございます。

それでは、議事に入りたいと思いますが、その前に、冒頭のカメラ撮りはここまでとさせていただきますので、カメラ撮りの方はご退室をよろしくをお願いいたします。しばらく時間をいただきますが、ご退室の方がなければ、そのまま続行させていただきます。よろしいでしょうか。

それでは、議事に入ります。前回の合同会合以降、総務省におきましては、省令案等の審議会への諮問などを行ったと伺っております。したがって、その後の状況について総務省のほうからご報告をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【大村料金サービス課長】 資料1に基づきまして、現在の改正法の施行に向けた準備状

況などについて簡単にご説明をさせていただきます。

資料1、おめくりいただきまして1ページをご覧くださいと思います。まず一番上ですけれども、改正法が5月17日に公布されました。この改正法について、施行日ですけれども、公布の日から6カ月以内の政令で定める日とされていたところがございますけれども、8月27日に施行日政令の閣議決定が行われまして、記載のとおり、10月1日から施行されることとなっております。

総務省では、この改正法の5月17日の公布の後、関係省令などの準備をしてまいりました。その過程で、5月17日の公布の日の後、合同会合でもヒアリングを含めて4度にわたりご議論いただいたところでございます。この具体的な制度整備につきましては、合同会合でご議論いただいた内容も踏まえつつ、3番目の欄、4番目の欄にありますように、施行規則及び関係告示とガイドラインに分けて整理をさせていただいております。

このうち施行規則などについては、「関係省令等」と書いているところですが、6月21日に審議会に諮問し、その後、意見招請をした上で、8月23日、先週金曜日に答申をいただいております。その後、官報にて公布する手続を行っておりまして、9月上旬に公布の予定となっております。審議会から答申をいただいた段階での施行規則及び関係告示につきましては、メインテーブルの方々については参考として配付させていただいておりますので、ご覧ください。

また、上から4番目の欄ですが、ガイドラインにつきましては、7月13日から意見招請を行っておりまして、8月13日に締め切って、現在、寄せられた意見を踏まえた検討をしているところでございます。こちらにつきましても、関係省令の公布に合わせて公表すべく手続を進めているところでございます。

これらの内容ですけれども、基本的に前回の合同会合でもご議論いただいたところでございまして、改めてご説明は省略させていただきますけれども、簡単に2点だけその後の状況をご説明させていただきます。

まず合同会合でのヒアリングでソフトバンクより、改正法の規律が潜脱されないよう、新規契約を条件とする端末購入補助についても規律の対象とすべきという指摘があったかと思っております。こちらにつきましては、前回の合同会合の際には、規律をする方向で検討する旨ご説明させていただいたところですが、その後の検討の結果として、施行規則及びガイドラインで規律する方向で対応することといたしました。

また、継続利用割引につきましては、前回の合同会合でご説明させていただいたとおり、

上限を1年間で1カ月分としつつ、審議会に寄せられたご意見も踏まえて、規律の対象とした上で、通信サービスの支払いに充てられるなどの流動性の高い利益の提供などこういうものに対象を絞ることにしまして、それ以外の利益の提供——ノベルティの提供などですけれども、こういうものについては、潜脱的なものとなっていないかなどについて私ども総務省で状況を今後注視していくことといたしました。

また、このような省令、ガイドラインという制度整備と並行して、総務省では、上から2番目の欄ですけれども、6月20日に携帯電話サービスに係るMNO各社に対して、改正法への円滑な移行の確保のための要請を行っております。その要請の主な内容ですけれども、2ページのとおりでございます。

1番、現行の規律を遵守すること。2番、施行前に改正法の趣旨に反する販売が行われないう、旧料金プランや販売手法等を整理・縮小すること。3番、新プランへの移行の円滑化のための措置を講ずること。4番、体制の整備・システム面の準備を行うこと。5番、契約期間全体での総額表示の実現に向けた準備を進めること。そして、6番、届出制度の導入に向けた代理店等への周知・指導を実施すること。この6点となっております。

また、それとあわせて、7番として、1番から6番までの要請に応じて講ずる措置、また、関係する契約数などの数値を月次で総務省に報告いただくように要請をしております。1ページにお戻りいただきまして、上から2番目の欄でございますように、毎月末に数値を報告していただくこと等としているわけですけれども、最初の報告が7月31日、先月末に行われております。後ほどヒアリングの中でも各社からその概要、主な点などについてはご説明いただく予定になっているところでございます。

主な内容は各社のヒアリングのご説明資料にあるところでございますが、それとは別に、参考資料として参考資料1ですけれども、7月31日の報告の概要を添付させていただいております。参考資料1を、簡単にどういうものが入っているかをご説明させていただきます。まずページをおめくりいただきまして、1ページからが、報告いただいた内容をもとに、総務省側でさらに、当然個社の報告ですので若干横並びがとれていないところがありましたので、追加的にお話を伺いまして各社横並びをとって、どういう措置を講じてやっていたのか、今後措置を講ずる予定なのかというのを表にまとめたものでございます。項目としては、先ほどの要請の1番から6番までであったかと思いますが、それに対応して、1ページから1番、3ページから2番等という形で、6項目に分けて8ページまでで整理をしております。

また、ページ番号が下についているのですが、9ページから後が、報告いただいた内容のうち数値に係る部分、契約数などについて、こちらは絶対値ではなくて、18年4月を100とした指数で推移を示させていただいているものです。9ページが契約数とスマートフォンの販売台数、10ページ以下、関係のデータを載せさせていただいています。この報告いただいた数値そのものにつきましては、会議の終了後に回収するものとして、構成員の方のところだけに封筒に入れて配らせていただいておりますので、ご参照いただければと思います。ご発言のときに数値に言及することはお避けいただければと思います。

その後、資料12ページ以下で、各社から寄せられた報告そのもの、数値の部分を除く報告そのものをつけさせていただいています。12ページからがNTTドコモ、22ページからがKDDI、24ページからがソフトバンクということになっております。

また、その後、26ページに参考として、昨日現在時点での主要なMNOのスマートフォンの個人用プランの料金の概要をつけさせていただいております。26ページがMNOで、その後、27ページが同様のもののMVNOのものであります。

さらに、最後ですけれども、28ページに、9月からSIMロック解除について中古端末についても義務化されるということにガイドライン上なっておりますので、ちょうど9月直前のタイミングということもありますので、各社にご協力いただきまして、現在のSIMロック解除の実施状況について28ページから29ページでまとめさせていただいています。29ページ、一番最後、ご覧いただければと思います。NTTドコモは、一番下の欄の右側ですけれども、中古のSIMロック解除を2月20日から開始をしており、ソフトバンクも8月21日から開始を既にしていると。KDDIは9月1日から開始予定になっているということがございます。

資料1の1ページにお戻りいただければと思います。合同会合でもご指摘いただいておりますように、本件については、事後の評価・検証が重要と思っております。本日の会合もその側面をある意味持っているものと考えていますが、本格的には10月以降、評価・検証を実施していきたいと考えております。そのため、関係するデータに基づく定量的な評価・検証をできる限り行いたいと思っております。下から2番目の欄ですけれども、関係事業者から必要なデータを報告していただくための省令、報告規則の改正についても、書かせていただいたような日程で進めているところでございます。

この評価・検証のイメージですけれども、3ページをご覧ください。もうこの段階でするので、非常に当たり前のようなことを書いていますが、定量的なデータ、また、店頭における

対応などについての個別の調査、利用者アンケート、さらに、端末メーカーも含めた事業者ヒアリングなどをもとにして、右側ですけれども、駆け込みの状況、新法の遵守状況、また、通信市場・端末市場それぞれの状況、さらに、既往契約の移行の状況、こういうものについて、具体的な方法は今後検討していきたいと思っておりますが、関係者のご意見もいただきながら、適切に評価・検証を進めていきたいと考えているところでございます。

前回の合同会合の後の準備状況は以上のとおりです。

【梅村消費者行政第一課長】　　続きます、梅村のほうから説明させていただきます。ただいま全体のスケジュールと、主にモバイル市場の競争促進関係について状況をご説明いただきました。17ページ以降は、利用者利益の保護関係ということで、こちらについても簡潔にご説明させていただきます。

基本的には、電気通信事業者及び販売代理店に対する禁止行為の関係、そして、販売代理店の届出制度の導入の関係につきましては、6月18日にいただいた方向性に沿った形で制度を整備してございます。資料としましては18ページから20ページまでが、新たな勧誘禁止の追加を含めた禁止行為の関係でございます。

そして、21ページからが販売代理店の届出制度の内容になってございます。21ページのところだけ少しだけ言及させていただきます。上の囲みにございますように、販売代理店の業務の適正性の確保を図るため、改正法によりまして、販売代理店についての事前届出制度が導入されるところでございます。電気通信サービスの販売代理店たる法人または個人は、その業務を行う前に総務大臣に対して届け出を行う必要があるということとなっております。また、改正法の施行時におきましては、既に業務を行っている販売代理店は、施行日から起算して3カ月以内に届け出を行う必要があるということでございます。先ほどの説明のとおり、施行日が10月1日となりましたことから、この10月、11月、12月中に既に業務を行っている販売代理店につきましては所要の届け出を行っていただく必要があることとなったことをご報告させていただきます。

23ページまでがこの届出制度の把握する事項とか活用方策等についての資料でございますが、これに関連して参考資料2でございます。こちらを今回お配りしておりますが、施行日が決まりましたことも踏まえまして、このたび、昨日ですけれども、「媒介等業務受託者届出マニュアル」、販売代理店の届け出のマニュアルを昨日報道発表して公開しております。ご参照いただければと思います。総務省としましては、事業者の要請とか説明会の開催等を進めて、施行に向けましてしっかり制度の周知をしてまいりたいと考えております。

説明は以上でございます。

【新美座長】 どうもありがとうございました。それでは、ただいまの総務省からの状況報告について、ご質問などございましたら、どうぞよろしくお願ひします。

よろしいでしょうか。特にございませんか。肅々と進めていっていただいているということのようですが、何かこの辺どうなっているかという確認の事柄もございましたら、どうぞ遠慮なく質問してください。

では、近藤構成員、よろしくお願ひします。

【近藤構成員】 老テク研究会の近藤でございます。立派なマニュアルに、さすがだなと思ひながら見ていました。そうすると、利用者から見ますと、この届出情報をホームページ上で拝見できるのは、済みません、私が見落としていたのかもしれないんですけども、公開の日というのはいつごろになるのでしょうか。

【梅村消費者行政第一課長】 ご質問ありがとうございます。先ほどの資料1の23ページに届出情報の公表について書いてございます。名称、届出番号、年月日、通信サービスの区分、法人番号を公表していきたいと考えておりますが、12月末までにこの届け出の手続が行われることを踏まえまして、その後、整理をしまして公表してまいりたいと思ひます。時期については詳しくはまだ定まっておりますが、早目に公表させていただきたいと考えております。

【新美座長】 よろしいでしょうか。

【近藤構成員】 要するに、決まっていないうことですね。わかりました。ありがとうございます。

【新美座長】 ほかにご質問等ございましたら、はい、どうぞ、黒坂構成員。

【黒坂構成員】 黒坂でございます。質問ではなく、意見でございます。資料1の3ページ目、評価・検証のところでございます。まず評価・検証していただくというご趣旨には大変賛同するものでございまして、ぜひこの営みをこれからできるだけ永続的に、恒久的に続けていただけないものだろうかと思っております。今回の一連の議論においても、やはりファクト——事業者の皆様から提供いただくデータとか、あるいはほかの形で調べるデータとかが必ずしも従前にそろい切っていなかったということがございますし、また願わくば専門家による検証に基づき、それがエビデンスという形になっているというようなことは、おそらく今後の政策形成で、合理性とか、国民の納得性を考える上で非常に重要な基礎になるだろうと思っております。

ですので、定量的なデータとか個別調査とかこういったもの、もちろん時々によって制約が生じたり、濃淡があったり、あるいは事業者の皆さんが、これはやはり開示できないということはあろうかと思いますが、ぜひ継続して取り組みを続けていただくような枠組みとか方法を今回を機に積極的に検討いただきたいと思います。

以上です。

【新美座長】 これは意見ということですが、大村課長、お願いします。

【大村料金サービス課長】 ありがとうございます。ご指摘のように評価・検証をきちんと定性的・定量的に行っていくことが必要と考えておりますので、関係者の皆様にご協力いただきながら進めていきたいと思っております。

これ、継続的に行っていくことが必要と考えておりますけれども、理想的には通信市場・端末市場の改革を促すものですので、その改革が成就をしてこのような評価・検証をしなくてもいいような状況を目指していきたいと思っておりますので、永続的に行っていかるところについては、しなくてもいい、そういう市場になっていただくことを期待しながら、引き続き評価・検証を行っていききたいと思っております。済みません。

【新美座長】 ありがとうございます。それでは、石田構成員、どうぞ。

【石田構成員】 今回の改正は料金体系とかがかなり大きく変わってくるということですが、契約をそのまま継続することも可能ということになりますと、実際はどれが正しくて、この契約は、継続した場合、今度キャンセル料はどうかとか、そのあたりが個別に非常にわかりにくいかなと思います。ぜひQ&Aか何かの形で、継続した場合のキャンセルの扱いとか、それとか、手続費用の扱いとか、単に新しいものについての1,000円のキャンセル料というようなことだけではなくて、かなり細かい、場合分けしたQ&Aをぜひ同時につくって載せていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

【新美座長】 ありがとうございます。制度の移行時期にかかわる消費者向けの対応をどうするかということで、大村課長、どうぞ。

【大村料金サービス課長】 ありがとうございます。資料の2ページをご覧くださいと思います。今ご指摘いただいた点は非常に重要だと思っております、私どもも6月20日の各事業者に対する要請の中で、3番ですけれども、新プランへの移行の円滑化のための措置として、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徹底を要請させていただいているところです。これは各社によって料金プランの状況などもつくり方も違うと思っておりますので、一義的には各事業者においてきちんとその利用者に対して周知をしていた

だくことが重要なのではないかと考えてのものでございます。後ほど各事業者からのご発表もあると思いますので、そのような中でもご議論いただければと思います。

【新美座長】 ありがとうございます。またご議論いただくことになるかと思えます。

ほかにご質問等ございましたら。どうぞ、横田構成員、お願いします。

【横田構成員】 すみません、確認の質問です。先ほど少し言及のありました参考資料1の10ページにあります、こちらの数値は構成員限りということなんですが、最初これ、資料を拝見したときによくわからなかったので、ぜひ数値を見せてくださいと要請したのが私ですので念のため申し添えますと、10ページの下の方のソフトバンクだけがすごく飛び抜けているように見えるけれども、これどういうことかというふうな趣旨の質問をして、今、数値を見て納得しました。

最初、提供等していなかったんですけれども、このとき競争上少し頑張ったらこのような数値ではものすごい数になってしまったと、そういうふうに理解ができました。もしこれ、報道各位等で何か言及されるときには、そういう趣旨の数字であるということは少なくとも構成員限りで確認ができましたので、あまりここをとりたてて取り上げていただかないほうがいいのかなどはちょっと思ったところであります。確認のための質問でした。

【新美座長】 ありがとうございます。グラフの読み方を留意する必要があるということです。

ほかにごございますでしょうか。よろしいでしょうか。

それでは、総務省からのご報告については以上にしまして、次の議題に移りたいと思います。本日のヒアリング等の進め方について、まずは事務局からご説明よろしくをお願いします。

【仲田料金サービス課課長補佐】 本日のヒアリングの順序等につきましては、お配りしております資料2のとおりでございますので、ご覧ください。それから、既に総務省のほうからご紹介させていただきましたが、参考資料として、総務省が本年6月に携帯電話事業者に対して行った要請に対する回答をまとめた資料、また、新規契約数等を指数化した資料等を配付させていただいております。また、構成員限りとして、新規契約数等の実数に関する資料を封筒に入れて配付させていただいております。こちらにつきましては、会議終了後、机上に残していただきますよう、お願いいたします。

以上でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。それでは、広告関係の取組に関するヒアリングに移りたいと思います。まずは、消費者庁の表示対策課長、西川様からご説明よろしくお願

します。

【消費者庁（西川）】 消費者庁で表示対策課長をしております西川と申します。消費者庁では、携帯電話が現在の消費者の生活に本当に切っても切り離せないほど重要になっているということを踏まえまして、消費者保護の観点から、景品表示法の所管官庁として、携帯電話端末の広告表示等の適正化について取り組んできているところです。今日は、消費者庁が行ってきている取り組みについて、簡単ですが、資料3に基づいてご説明したいと思います。

資料3ですけれども、消費者庁では、今年の6月25日に「携帯電話端末の広告表示等の適正化について～携帯電話端末の店頭広告表示とMNPにおける違約金の問題への対応～」というプレスリリースをいたしました。

この6月のプレスリリースの内容の前に、資料をめくっていただいて、15ページの後ろにまた別の資料がついております。これは昨年11月13日に公表したもので、携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示について景品表示法上の考え方等を公表したものでございます。この昨年11月のプレスリリースで消費者庁は、携帯電話端末の広告表示において、景品表示法上どういった広告が問題となる可能性があるのか考え方を公表させていただいたところです。こちらについては、昨年11月、公表した直後に、こちらの消費者保護のワーキングで私の前任の課長が説明させていただいたところです。

この11月の公表文を簡単におさらいしますと、スマホが非常に安く買えるように表示しているにもかかわらず、実際にその価格で買うためには満たさなければいけない条件があって、そのことが明瞭に表示されていないといったような場合は景品表示法上問題となるおそれがあることを、そういった広告を見た消費者の認識や、あるいは店員の説明についての理解度などについて消費者の認識の調査もいたしましたので、それも踏まえて考え方を示させていただいたというものでございます。

資料3の1ページに戻っていただきまして、今回の今年6月の公表文の中では、消費者庁が先ほどの昨年11月の公表後の表示の状況についてフォローアップを行った結果などが記載されております。1ページの真ん中の上のアというところにあります。結論から言いますと、一定の改善は見られるものの、依然として、端末が安く買えるための条件を明瞭に表示していない。「詳しくは店員に」と言ったような書き方しかしていない、そういった表示が見られるということでございます。

このことは、4ページに移っていただいて、上のイの消費者意識調査の結果からも伺える

ことです。この意識調査の結果によりますと、店頭広告がわかりやすくなったと考える方が2割3割いらっしゃるものの、一番多いのは変わらないという方で1割2割の方はむしろわかりにくくなったといったふうに回答しているということです。こういった広告表示については、10月1日に制度改正がされるということで今後改善されることを望んでいるわけですが、今年の6月時点では店頭広告表示が消費者にとって十分わかりやすいものにはまだなっていないのではないかと考えられたところです。

こういった形で、携帯電話端末の広告表示には問題が引き続きあるのではないかとと思われる場所ですので、それに対する対応として、5ページですけれども、消費者庁のWebサイトの中に、景品表示法の違反被疑情報を受け付ける専用フォームを6月の公表と同時に設置したわけでございます。設置以来大体2カ月が過ぎたところですが、いろいろな方からいろいろな情報が寄せられています。寄せられた情報については、関係行政機関とも共有して迅速・適切に対処していくようにしています。

それから、今回の6月に公表文においては、6ページですが、いわゆるナンバーポータビリティによる乗りかえをしようとする場合に、手続に時間がかかってしまうために違約金が発生しない期間を過ぎてしまう場合があることについての問題指摘をしたところです。これについては8ページの真ん中の(3)にも記載がありますが、こういった問題が発生する可能性があるということについて、各社の店頭広告上で明瞭な説明をしているというものが見受けられなかったことを踏まえまして、関係団体に消費者保護の観点から改善策を講じていただくことを要請させていただいたところです。

簡単ですが、説明は以上です。

【新美座長】 どうもありがとうございます。

それでは続きまして、業界の取組といたしまして、電気通信サービス向上推進協議会広告表示自主基準WG主査であります花岡様から、それから、一般社団法人電気通信事業者協会調査部長の奥田様からそれぞれご報告をいただきたいと思えます。よろしくお願ひします。

【電気通信サービス向上推進協議会（花岡）】 電気通信サービス向上推進協議会の広告表示のワーキンググループ主査の花岡でございます。従前より取り組んでおります広告表示の適正化について、きょうは進捗のご報告をさせていただきます。お手元の資料は4番です。

資料4番のページは2ページ目、1つめくっていただいたところになります。ページ数は右下に小さく記載がございます。まず3月14日の消費者保護WGで報告させていただい

た内容のおさらいですけれども、3点ございました。1点目が広告チェック体制における消費者モニターを新たに導入することを検討いたします。2点目は、我々の業界でつくっております電気通信サービスの広告表示自主基準及びガイドライン、こちらの改定を進めてまいります。3点目、店頭広告のオーディットを実施いたします。3点目は、ただいま西川課長からもご説明がありましたけれども、店頭広告の適正化の取り組みを各事業者として推進しておりますので、業界団体としてはその進捗状況を外部からオーディットすることです。以上3点を3月にご説明させていただきまして、本日進捗のご報告。

それでは、1点目の消費者モニターの導入検討の結果についてですけれども、4ページです。まず結論は、導入いたします。手法として、1個目のチェックですが、インターネットの調査とグループインタビューの調査、両方を検討してまいりました。

2個目のチェック、調査の客観性や即時性、それから、多くの調査結果を収集できるなどの優位性を考慮しまして、まずはインターネットの調査（定量調査）から着手しまして、今年度内に実施する予定にしております。本件は、8月2日にサービス向上推進協議会の広告表示検討部会にて導入を正式決定しております。

3個目のチェックですが、インターネット調査においてどうするかです。条件つき最安値表示（テレビ広告）に対する消費者のCMの理解度や行動意識を分析しまして、当該広告の誤認リスク度合い等を数値化する、そういうことを検討しております。それから、現在やっていることですが、設問の精査、フリーアンサーに対する追跡質問の方法あるいは分析・結果レポートの形式、調査全体設計について準備を進めております。これは6月のモニタリング定期会合のときに黒坂先生からご指摘もありましたけれども、インターネットのバイアス、それから、事業者のバイアス、そういったものは調査設計に考慮が必要だというご指摘もいただいております。今、調査会社とその点も含めて精査をしておるところでございます。

それから、4個目のチェックです。グループインタビューについては、インターネット調査の状況なども見つつ、手法や内容等を引き続き検討してまいります。

それと、次のページで5ページです。条件つき最安値表示というのは一体何が対象になるかということは、四半期ごとに実施しております広告表示検討部会というCMのチェックの有識者の機関がございまして、そちらでスクリーニングをし、消費者モニター調査のほうへ送るという手順にしております。また、③ですが、調査結果の活用について、個別の事業者に通知するかどうかということも引き続き検討しております。調査結果が欲しいと

おっしゃっている事業者もいるんですけども、調査が全事業者のものが対象になるとは限りませんので、そのあたりのバランスを考えていくということです。

次の6ページは、今申し上げました体制の図でございますので、参考としてご覧いただければと思います。以上が消費者モニターに関する進捗のご報告となります。

次に、電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドラインの改定の進捗についてご報告いたします。スライドでいいますと8です。まず1つ目、店頭における広告表示の課題が昨年から顕在化しておりまして、消費者庁も11月13日及び本年6月25日に文書を公表されています。

改定をするということでこれは進めておりまして、8ページでいいますと、赤いフォントで書いてあるところです。自主基準ガイドライン改定の方向性に関しては、1つ目のチェック、主として店頭での料金表示における留意点を追記してまいる予定です。どんなことかという、購入条件があるにもかかわらず条件の表示が不十分であったり、条件が正しく認識できない場合、あるいは単に「詳細は店員へ」と記載しているような場合、こういうものは購入条件の記載を省略しているような広告として不適切な表示となり得るので注意が必要ですということを追記していく予定です。また同時に、消費者庁が公表している2つの文書、こちらもリファーするように、自主基準ガイドラインの中に盛り込んでいくということを検討しています。

続きまして、スライドの9番、条件つき最安値表示、主としてテレビ広告がありますけれども、そのほかも含めてでございますが、こちらも課題となっております。フォントの赤い部分でご説明しますが、改定の方向性としては、条件つき最安値表示の留意点について追記しますが、具体的に留意点というのは、テレビ広告で使用されるWeb誘導等において、Webサイトやカタログなどで自己に対して適用される料金が正確にわかりやすく記載されているような配慮が必要だと。つまり、今のテレビ広告ですと、割引後の金額が記載されていて、全ての方がその割引が適用されるわけではない。じゃ、自分は一体幾らになるんだということが十分にわからないんじゃないのかなというようなことから、補足が必要だと考えております。

それから、2つ目のチェックです。そのほか、固定通信とセットあるいは複数回線契約の場合2回線目からなどという条件つき最安値表示もございますので、そういった場合は、明確に別途かかる費用、複数回線契約であるよということがわかるように表示しなさいよということを追記していくことを検討しています。また、「〇〇放題」というようなことも今

回少し見直していこうかなと。

あるいは、別表8と呼ばれているところに、文字のサイズ、テレビ広告でいうところの露出の秒数などの規定がございます。あるいは、別表9には、端末の性能などの単位などが示されておりますが、これは少々古いものになっておりまして、テレビの画角が4対3のころできているものでございますので、16対9に合わせる。あるいはWebも、動画広告が全く視野に入っていない状態のときにつくられている別表8なので、そこら辺も時流に合わせて直していく。あるいは速度やデータも、今はもうギガに行っちゃっていますが、メガとかキロビットになっているので、このあたりも直していこうと考えています。

続きまして、自主基準ガイドラインの方向性は、3点目、Web広告です。Webも多数、今、措置命令が出ておりまして、例えば不適切表示としては、本体表示と注釈が離れていたりと、クリックするなどアコーディオンの中に重要な注釈が隠れてしまっているような場合、これは不適切になり得るので気をつけてくださいというようなことを書いていこうと考えています。

スライドの11番は、アドバイザリー委員会が出ている、条件つき最安値表示に関する提言なので、ご参考としてください。

次です。3点目、店頭のオーディットに関してですけれども、スライドでいうと13スライドになります。3月の時点で既に1回ご報告を入れさせていただいておりますけれども、下線部をご覧くださいと、②の下線部です。今、事業者のほうでチェック方法——頻度、時期、確認方法、確認店舗数その他取り決めをしているところでございまして、こちらに関してTCAからこの後報告してもらいます。なお、この報告内容が決まりましたところで、我々協議会のほうでは、定期的にオーディットをしていくということになっております。

それでは、TCA、お願いします。

【電気通信事業者協会（奥田）】 引き続きまして、MNOの広告モニタリングについてご説明させていただきます。電気通信事業者協会の奥田と申します。よろしくお願いいたします。

まず初めに、3月の前回の会議の際に、MNOの店頭チェックにつきましては、事前の審査のところに重きを置いて実施をしているということをご報告させていただきました。今回、事後のチェックのところもきっちり導入することによって、事前と事後できちんと広告の審査ができるような体制を築いていきたいという趣旨になります。

14ページ目をご覧ください。MNOの広告モニタリング（事後チェック）の詳細な内容となっております。まず体制につきまして、MNOの3社それぞれが各社のチェック体制に

よってチェックしたものを、T C Aのほうで取りまとめてサ向協のほうに報告いたします。事後チェックのまず基準につきましては、次のページでご説明します。対象チャンネルにつきましては、キャリアショップも含めて全店舗となっております。対象物につきましては、店頭の商品物とチラシです。サイクルにつきましては、半年ごとで、まず第1回目、9月までの分を11月に報告予定です。事後チェックの内容につきましては、違反店舗数とその内容となっております。

基準について、次のページをおめくりいただきまして15ページ目です。左側に書いてありますのが、お客様の視点から見たときの判断基準となりますが、それらをより詳細にガイドラインに照らし合わせたときの対応したものが右側に書いているものになります。例えばでいいますと、2番目にありますお客様に誤認を与えるものにつきまして、第6条にあるような虚偽、誇大表現、こちら、不利益になるような事実をきちんと説明する旨などが記載されておりますので、こういった形で進めていくことで、より具体的な内容でチェックができることと、あと、3社で統一感を持った形でのチェックができること、それと、ガイドラインに適合した形でのチェックを実現していきたいと考えております。

おめくりいただきまして、16ページ目、こちらが事前と事後で各キャリアで実施している審査の全体像となっております。今までは事前のところのルール整備が主だったんですけども、事前のところにつきましても、改めて代理店様に向けて要請文を出したのと、あとは、事業者様式に基本的には指定しているという形をとっております。右側のほうに事後チェックの体制をとっております。こちら、各社の実施方法について詳細に記載しておりますので、説明のほうは割愛させていただきます。赤い枠のところは新たな取り組みとなっておりますので、既存の取り組みに加えて、この形でしっかりと取り組んでいくことで、より販売現場で健全な広告活動ができるような形で取り組んでいきたいと思っております。

T C Aからの説明は以上です。

【新美座長】 どうもありがとうございました。それでは……。

【電気通信サービス向上推進協議会（花岡）】 新美座長、すみません、もう一個報告がございまして、4番がございまして、

【新美座長】 じゃ、どうぞよろしくお願ひします。

【電気通信サービス向上推進協議会（花岡）】 続けて、4番に行きます。ページでいうと17番、M N Pに関してです。先ほど消費者庁からご指摘がございましたけれども、スライド18ですが、M N Pにおける違約金が発生してしまう場合があるよと。こちらに関して

は、内容をご説明いただいたとおりでございますが、業界全体の問題であって、速やかな対応が必要だということをご指摘いただいております、MVNO、MNOいずれも対応に着手をしております。

資料でいいますと19ですが、MNOに関しての内容が書いてございます。それから、資料の20、21、こちらはMVNO。MVNOの場合はたくさんの事業者さんがおいでになるので、テレコムサービス協会のホームページを1つ共通として注意喚起を促し、各事業者さんはリンクを張ってこちらのほうへ誘導するというようなこと、それから、21スライドでは、既に対応をしていただいているMVNO事業者様のサンプルを載せさせていただいております。

以上でMNPに関しては終了しまして、全体のスケジュールが22ページに書いてございます。1番、2番、3番、そして、きょう追加になりましたMNPに関してスケジュールが書いてございます。3月の時点と少々変更になっているのは、1番の消費者モニターのところ、10月から運用開始ということをご予定しておりましたけれども、今、準備・精査にもう少しお時間をいただけないかなというところで、青くしております実施準備期間というふうに記載してございます。ほかは変更はございません。4番は追加になっております。

以上で説明を終わります。

【新美座長】 どうもありがとうございます。それでは、広告関係についての取組状況をご報告いただきましたが、この点につきまして、どうぞご質問等ございましたら、よろしくお願いたします。どうぞ、よろしくお願いたします。

【西村（真）構成員】 ご説明ありがとうございます。資料4の14ページでMNO広告モニタリングというページなんです、TCAとサ向協のチェックの内容の違いがわかりづらいので、TCAではあまり評価せずに、サ向協のほうで評価をもらうみたいに見えるので、その辺の役割分担を教えてくださいたいのと、これを見ると、一応、チェックしますと書いてあるので、チェックの結果よくなかったものについては、どのような対応をされていくのかというのもご説明いただけるとありがたいと思います。

あわせて、広告表示適正化の仕組みということで16ページにいろいろ書いていただいて、事後のチェックは各社いろいろやっていただけるということですが、広告を見るのはやっぱり消費者が一番多いと思いますので、どのぐらい情報が集まるかはわかりませんが、TCAのほうで、消費者からの、こんなよろしくない広告があったよみたいな情報提供を受け付けるような仕組みがあればいいのかなと思っております。

以上です。

【新美座長】 今の点に関連してございましたらどうぞ。はい、TCAから。

【電気通信事業者協会（瀨谷）】 TCAでございます。まず14ページのところでございますけれども、ご指摘ありましたように、TCAとサ向協でどういうふうに役割分担するかというところについていいますと、まだ今から始めるというのが正直なところですが。ただ、TCAでは取りまとめをし、中身についてしっかり集まっているかどうかをチェックします。サ向協では、その内容についてオーディットしますという、ぼんやりとした言い方ではありますが、そのような分担になるのかなと思っております。

また、16ページのところで、事後チェックについてユーザーの声ということでございますが、ここについては、現状、TCAコールセンターがございまして、主に販売に関する苦情問い合わせ等でございますので、この点については持ち帰り検討させていただきたいと思っております。

それと、あとは、13ページ目のところにありますように、事業者の事後チェックの内容の報告については、ごめんなさい、③の下線部のところ、報告内容の形式や時期等詳細は事業者と検討を進める。報告内容の概要は、事業者名を伏せてWebサイト、サ向協のホームページで公開する予定にはなっておりますということは申し伝えておきたいと思っております。

以上でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

ほかにご質問、ご意見ございますか。では、北構成員、お願いします。

【北構成員】 北でございます。消費者庁さんに質問です。景表法違反被疑情報提供フォームに日々情報が寄せられているということですが、先ほど関係各社と情報を連携しながら対処していくというお話でしたが、もう少し具体的にこの情報をもとにどのようなアクションをとられているのか、そして、消費者庁さんとして、それを受けて何か具体的なアクションをとられる予定があるのかについてお聞かせください。

【消費者庁（西川）】 ご質問ありがとうございます。違反事件の処理に関する事柄なので詳細はなかなか言いがたいものがございますけれども、こういったフォームに寄せられるものも含め、消費者庁にはいろいろな情報提供、景品表示法に違反しているのではないかとこの情報提供が、消費者の方からも、事業者の方からも寄せられるところでございます。

そういった情報は、どういう事業者が、どの地域の事業者が行っているのかといったことも踏まえて、都道府県や、あるいは公正取引委員会の地方事務所に調査をしてもらうという

ことがあります。それからあと、もちろん消費者庁自身でも景品表示法に基づく調査を行うということですね。

調査を行った結果、景品表示法に基づく措置命令が必要なものであれば、所要の手続に沿って処分をするということでございます。それに至らないものであれば、指導ということもあり得ます。総務省様とも、今後この点についての協力は深めていきたいと思っております。

一般的なお答えですけれども、そういうところですね。

【新美座長】 よろしいですか。

【北構成員】 ということは、今のところ、措置命令に当たるようなひどい事案がないということなんですね。

【消費者庁（西川）】 ですから、それは本当に違反事件に係るものなので、事案があるとかないとかここで申し上げることはできません。

【北構成員】 了解です。

【新美座長】 ほかにございますでしょうか。では、西村構成員、お願いします。

【西村（暢）構成員】 ご説明ありがとうございました。私のほうからも消費者庁のほうに質問という形をとらせていただければと思います。基本的にこういった総務省の制度枠組みができて、実際に事業者のほうから価格が設定されて、そこへ対応していくのは消費者庁ということに法執行の面からはなってくるかと思っています。先ほどご説明ありましたとおり、TCAやサ向協、消費者団体からの情報、あるいはそういった情報の整理、それから、連携というのは当然そのとおりで、非常に心強いと思っておりますので、推進していただければと思います。

質問というのが、例えば今、消費者庁が持っている権限の中のルールの中で、何か携帯業界だけに対応するような、告示レベルか何かよくわかりませんが、特定業界に対する対応というようなものは考えておられるのかどうか。ニュースリリースは結構こういうふうなことで頻繁にはされておられるんですが、より具体的な形で何か示されるような可能性はお考えなのか、お聞かせいただければと思います。

以上です。

【消費者庁（西川）】 ご質問ありがとうございます。特定の業界に関して例えば景品表示法上のルールを定めるということで、おそらく先生がイメージされているのは、景品表示法の不当表示に関する告示の指定ということをおそらくイメージされているのかなと思いますけれども、確かに現時点においては携帯電話分野に関する告示はございません。ただ、

これは本当に一般論ですけれども、今後10月1日を経てどういった形で表示が変わっていくかということも踏まえて、継続的に考えていかなければいけないことです。現時点においてのスタンスは、その点について消費者庁はやるともやらないとも決まっているということではないということです。

【新美座長】 よろしいでしょうか。

ほかにございますでしょうか。では、どうぞ、木村構成員。

【木村構成員】 私も広告サービスの資料4の13ページのところです。事業者の事後チェックとかあるんですけれども、チェックした内容がきちんと是正されているかどうかというところは確認する方法とか、そういう検討はあるのでしょうか。

【電気通信事業者協会（濱谷）】 具体的な計画をしているところは特に今のところはございません。

【木村構成員】 これはちょっといかななものかとチェックして、それがそのままだとやはり困りますので、そこがきちんと直されないと消費者としては困ると思うので、そこまできちんとフォローしていただきたいなと思っています。

【電気通信事業者協会（濱谷）】 わかりました。

【新美座長】 今の木村構成員の質問に関連するんですけれども、今年の私法学会でも、ハードローかソフトローか大議論がありますが、ハードローは権力を使うからできるだけソフトローで処理したいということなんです。何がソフトローかというのは非常に大きな問題であります。要するに、ルールなのか、単なるお題目なのかという違いがソフトローと言えるか言えないかという問題ですね。ですから、木村構成員がおっしゃったように、違反があったらどんなサンクションであるのか。同じ同業者組合の中で、同業者の中でサンクションが何らかあればそれはソフトローだ、あるいはコード・オブ・プラクティスだということ承認されるけれども、何にもなければ、それは単なるお題目じゃないかという扱いをするのが通例なんですね。

ですから、ここで自主基準とか言うんだったら、基準に違反したらどういう処置がなされるのかというのをはっきりさせておかれると信頼が高まりますし、それがありますと、消費者庁もそちらにかなりの部分をよろしくということをお願いできるだろうと思うんです。その辺がちょっと曖昧なものですから木村構成員のおっしゃったようなご質問が出るんだろうと思いますので、ぜひそのあたりをお考えならばよろしくをお願いします。

【電気通信サービス向上推進協議会（花岡）】 サービス向上推進協議会のほうからでござ

ざいます。ただいま新美主査からのご指摘がございまして、我々がつくっています自主基準ガイドラインにおいては、表示のあり方あるいは消費者に誤認を与えないような表示をどういうふうにしていくのかというところでございます。今ご指摘いただいた内容はもちろん含めていかなければならないんですが、運用としましては、店頭広告表示で違反あるいは不当と思われるようなものがあつた場合にどのような対応をしていくのかというのは、TCAもそうなんですけれども、やはり各事業者と販売店様の間のご協力関係も必要なのかもしれませんので、サ向協のほうでは、そのあたりの体制もどうするのかというのを、②に記載させていただいているようなところで内容を我々のほうでもウオッチしていきながら、事業者のほうも適切な運用を行っていただけるように努力を重ねてまいります。

以上でございます。

【新美座長】 どうもありがとうございます。

じゃ、平野主査代理。

【平野主査代理】 今回の資料の6ページ目を皆様ご覧いただきたいんですが、今の体制というのは、6ページ左側の一番上の機関としては、オレンジ色の下の広告表示アドバイザー委員会がございまして。これは四半期ごとに開催させていただいていて、この今のメンバーの中では、長田さんも構成員に入っていて、ここでは、テレビとかパンフレット等を中心にやっていますが、アドバイザーという形で北さんにも入っていて、実は店頭で問題がありますよと。そうすると、我々もそういうことを議論し始めるということです。言いたいのは、今のようなご批判もあつたので、このアドバイザー委員会のほうにもご報告とかご連絡をいただいて、それで、しっかりチェックしていこうと、実が上がるようにしようと思っておりますので、ご協力をお願いしたいということです。

【新美座長】 ありがとうございます。この問題について非常に経験と学識のある平野さんからおっしゃっていただいたので、ぜひよろしく申し上げます。

広告をめぐるはまだまだ質問は尽きないかと思いますが、時間の都合上、一応広告の取り組みに関しては以上とさせていただきます。

続きまして、改正電気通信事業法の施行に向けた取り組み状況に関するヒアリングを行いたいと思います。まずは、株式会社NTTドコモ取締役常務執行役員 経営企画部長の藤原様からご説明よろしくお願ひいたします。

【NTTドコモ（藤原）】 NTTドコモの藤原でございます。本日はご説明の機会をいただきまして、まことにありがとうございます。お手元の資料5番に沿って説明させていた

できますので、よろしくお願いいたします。

1枚めくっていただきまして、目次が書いてあります。本日は、まず事業法改正にかかわる当社の考えと、改正法施行に向けた取り組み状況、こちらのほうをご説明させていただきまして、またその後、課題認識として申し上げたいと思っております。

2ページ目をご覧ください。まず今回の事業法改正にかかわる当社の基本的な考え方で、今回法改正により、通信と端末の完全分離、行き過ぎた囲い込みの是正が図られ、お客様が通信と端末をそれぞれ自由に比較し、選択する事が可能になると考えております。したがって、これによって公正な競争が進展し、モバイル市場全体の活性化が期待されるということで、当社としては今回の法改正に対して賛同しているというところでございます。

おめくりいただきまして、次に、当社の具体的な取り組みについてご説明させていただきます。4ページ目をご覧ください。まず料金プランについてです。当社は、改正法施行に先駆けて、端末販売時の通信料金割引を5月で終了しております。6月1日から通信と端末を分離した新しい料金プラン、こちらのほうを提供しております。シンプルでわかりやすく、ほとんどのお客様にお得になるプランとしております。既に540万を超える申し込みを今いただいているところでございます。なお、2年契約の見直しにつきましては、省令やガイドライン(案)を踏まえまして、改正法に適合したプランを現在検討しているところでございます。

次、5ページ目をご覧ください。端末についてです。通信と端末の完全分離によって、端末については原則定価でお求めいただくこととなります。そこで、購入のご負担を少しでも減らすため、当社ではみずから粗利の削減により端末価格を引き下げ、また、4万円以下のスタンダードモデルの端末の拡充等に取り組んでおります。さらに、端末の返却を条件に端末代金の一部支払いを不要とする、右のほうに書いてありますが、「スマホおかせしプログラム」、こちらを6月より提供開始しております。このプログラムにつきましては、分離モデルとして、通信契約の継続を条件としていないものとなっております。

6ページ目をご覧ください。お客様の移行に関する円滑な取り組みについてです。まずは新料金プランについて、テレビCM、マス媒体、ダイレクトメールでの個別のご案内、また、ドコモショップ等での対面でののご案内、さまざまな手段によって周知に努めているところでございます。そうしたご案内をご覧いただきましたお客様から、ご自身の契約状況や利用実態に応じて適切に料金プランをご選択いただけるように、Webでの料金シミュレーション、こちらのほうをご提供しております。これまでおよそ650万のお客様にご利用いた

だいております。ドコモショップの店頭では、料金相談フェアとして個別の対応ということで、これまでも約100万人のお客様からご相談を承っております。現在、改正法適合プランについても、適切に対応していくように検討しているところでございます。

めくっていただきまして、次、7ページ目になります。改正法施行に向けた準備の状況について示しております。まずは社内での対応状況です。改正法の趣旨、内容について周知に努めてまいります。また、社内体制の構築の上で、販売施策の総点検を行ってまいりました。システムに関しましても、10月に間に合うように現在、最優先で進めているところでございます。一方、販売代理店向けでは、改正法の趣旨等の周知・指導を行っております。期限までに届け出が行われるように、当社への状況報告を要請する等対応も図っているところでございます。

続きまして、8ページ目をご覧ください。販売代理店に向けた対応ということで、手数料の体系の見直しの取り組みについてご紹介しております。具体的には、昨年当初から、サービスの継続状況やスマートフォンの使い方セミナーというようなドコモスマホ教室を実施していただき、それに応じた手数料を設定し、見直しを行っております。これまでの販売を中心とした手数料体系から、利用の促進につながるショップでの活動、こちらについてもバランスがとれるような体系として取り組んでいるところでございます。こうした点から、当社では改正法の趣旨を踏まえて、駆け込みの乱売等を目的とした販売奨励金の増額、このようなものを実施していないということを皆様にご理解いただきたいと思います。とっております。

次に9ページ目をご覧ください。広告表示の適正化に向けた取り組みを示しております。昨年よりドコモショップに対して、店頭広告、チラシについて当社指定の様式を定めて取り組んでおります。また、メールやSNSでの価格訴求、こちらのほうは禁止しております。今年7月には、量販店を含む全ての販売代理店に対して広告表示適正化を徹底するように改めて要請しているところでございます。事前のみならず、先ほどもありましたが、実地確認、監査等、事後的な確認の仕組みも導入しているところでございます。

なお、ドコモショップで昨今、インターネットによる来店予約を提供しているところでございます。先日、一部の店舗について、新聞記事によりますと、解約手続は受けられないような、このような運用をされているという指摘があった記事が掲載されておりました。こちらについては、確認させていただきましたけれども、一部不適切な設定、所要時間の設定に誤りがあったということが起因と判明しております。当社としましてはこのような運用は許容しておりませんので、早急に指導し是正したところでございます。こういった実運用

のほうも現在から取り組んでいるところでございます。

10ページ目をご覧ください。こちらは参考になっております。先ほどご紹介した店頭の広告に関する当社の指定様式を参考で提示しております。消費者庁が公表された考え方を踏まえまして、お客様のご負担額、また適用条件、こちらのほうをわかりやすくご覧いただけるように努めているところでございます。

これまで当社が取り組んだ状況、取り組みについてご説明させていただきましたが、一方で改正の趣旨に反する今後の課題についてご説明させていただきます。12ページ目をご覧ください。課題は大きく3つあると考えております。1つ目は、駆け込みの乱売に関してです。資料は、日本経済新聞社の8月9日の記事を転載させていただいておりますが、これまで研究会等で懸念されておりました駆け込み乱売、こちらが生じているという記事が新聞紙上でも指摘されているということです。

次のページをめくっていただきまして、こちらのほうに示しますとおり、市場において不適切な広告表示とか、改正法の趣旨に反した過大な値引き等が行われていると、このような実態があるということです。加えて、機種変更の残債免除条件とか、拘束力の強い端末の買いかえサポートプログラム、このようなものも継続されているということで、今後に向けては速やかに業界を挙げて適正化に取り組んでいく必要があるというような認識に立っております。

14ページ目、次のページをご覧ください。不適切な広告の表示という点では、弊社ドコモにおきましても、「ネット使い放題」という表示、こちらにつきましては今年5月に消費者庁より優良誤認表示に該当し得るということで行政指導を受けているところでございます。これを受けましてこのような表示を速やかに削除したところでございますけれども、一方で他事業者におきましては現在も引き続き同様な表現が散見されているということで、この点につきましては非常に違和感を覚えているところでございます。いわゆる「放題」表示につきましても、公正化・適正化に取り組む必要があると認識しているところです。

15ページ目をご覧ください。2つ目としましては、既往契約に関する扱いについてです。今回の法改正では、現在の競争慣行を2年をめどに根絶するとされております。こうした中で、4年縛りと呼ばれるような端末の買いかえプログラム、このような拘束力が非常に強い残債免除については機種変更が条件とされています。これでは政策目標である2年を大きく超え、最長で4年後までも囲い込み効果が続くものとなると考えております。今回の改正法の趣旨を踏まえまして、機種変更条件、こちらのほうも直ちに撤廃されるべきかと考えま

す。これまで過去には、総務省の有識者会合においての議論を通じてこういったプログラムの再加入条件が撤廃された際には、既往契約を含めた見直しもされたことがあるように思っております。同様な対応をすべきと今回考えているところでございます。

最後のスライドになります。16ページ。3つ目ですけれども、継続利用割引に関してです。当社では、長期のご利用のお客様に、感謝のしるしということで「ずっとドコモ特典」を提供しております。ご契約期間に応じて、お客様には年に1度最大3,000ポイントを進呈するようなプログラムになっております。今回改正省令では、1年間で利用料金の1カ月分の割引を上限というふうになっておりますが、今回フィーチャーフォン向けのプランでは、進呈ポイントの切り下げを余儀なくされるということで、スマホではなくフィーチャーフォン利用のお客様だけが不利益をこうむることになります。このような不利益変更につきましては、たとえ法規制の強化とご説明してもなかなかお客様にはご納得いただくことが難しいのではないかと感じております。既往契約から改正法適合プランにしっかり移行するという点についても妨げるのではないかとということで困惑しているところでございます。

以上になりますけれども、ただいまご説明申し上げた3つの課題につきましては引き続きご議論いただきまして、必要な措置によって業界全体の適正化を後押ししていただきたいと考えております。

ドコモからは以上になります。ご清聴ありがとうございました。

【新美座長】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、KDD I 株式会社執行役員 渉外・広報本部長の古賀様からご説明よろしく申し上げます。

【KDD I (古賀)】 KDD I、古賀でございます。本日お時間頂戴いたしまして、ありがとうございます。改正電気通信事業法の施行に向けましたKDD Iの取り組み状況ということで、資料6に基づきましてご説明をさせていただきます。

資料めくっていただきまして1ページ目が、本日お話しする内容3つでございます。

2ページ目、施行に向けた準備状況ということで、まず現行規律の遵守についてということでございます。1つ目は当然、現行の法令・ガイドラインの遵守というのは、これはもちろんのことでございますけれども、先ほども議論になっていました広告表示、こちらの徹底ということは、景品表示法の問題もございますので、販売代理店様に対して対面及び文書で

通知、そういうことで現行規律の遵守を進めているところでございます。下に、7月22日に代理店様向けにした通知内容の概要ということで書かせていただいております。

めくっていただきまして、3ページ目でございます。準備状況の2つ目でございますけれども、体制の整備ということでございます。KDDIの組織の中で、今まで各支社（地域）に分散していた組織につきまして、コンプライアンスとか広告の表示の遵守、こういった統括の部門については本社組織化してガバナンスをしっかりとさせようということで組織改正を実施しております。改正法施行に向けた準備ということで、代理店対応についてはこの組織の中で一元化ということで運用を徹底してまいり所存でございます。

4ページ目でございます。システム面の準備ということでございます。今回、改正法の施行までの期間がかなり限られているということで、施行の期日に間に合うようにということで対応の準備を進めておるところでございます。特に情報システム、こちらの改修については、施行期日に向けて可能な限り対応を進めているところ、もし間に合わないものがありましたら、暫定対応も含めて間に合わせるといって取り組んでおるところでございます。

5ページ目でございます。2つ目のテーマ、施行までの業務の適正化ということで、1つ目、対応の状況でございます。まず改正法の趣旨、これを踏まえた準備の徹底ということで、社内の関係部門への周知を7月12日に行っております。特に法律改正を直接の動機としてお客様へ早期購入をおおるような駆け込み、あおり、こういったものの表現の禁止を徹底するようにということで、社内関係部門にしっかりとやるようにということで周知しております。こういった周知に基づきまして、各営業部門から代理店様に対しましては個別に指導・監督ということで実施しているところでございます。

6ページ目でございます。業務の適正化の2つ目でございます。改正法の趣旨に反するような料金プラン、こういったものの整理・縮小の取り組みでございます。改正法の趣旨に反する料金プランの新規受け付け停止、整理・縮小ということで順次公表しているところでございます。1つ目が、5月に主力のスマホ向けのプランの受け付け終了の公表ということで、いわゆる毎月割の対象となるスマホのプランにつきましては8月31日で新規受け付け終了というようなこと。2つ目が、端末購入プログラム、我々アップグレードプログラムと呼んでおりますけれども、これについては9月30日で新規受け付けを終了しますということで8月1日に公表をさせていただいております。

7ページ目でございます。これまでの取り組みということで、改正法適合プランへの移行

の円滑化というようなテーマでございます。1つ目が、分離プランの推進でございます。KDDIは、他社に先駆けまして分離プランをもう2年前の7月に導入しております。いわゆる「auピタットプラン」、「フラットプラン」ということで、おかげさまで1,500万の契約を突破しているということでございます。特にauピタットプランにつきましては、当時の消費者のいろいろな保護ルールの研究会の中でも、利用実態に応じた料金プランへの見直しということで言われたこととございますので、これにマッチしている、特にスマホを初めて利用するような方にマッチしたようなプランではないかなと考えております。

一方で、昨日ですけれども、データ容量、これの上限のないプランの拡充を発表させていただきました。「auデータMAXプランNetfixパック」というものでございます。これにつきましては、いわゆる2年契約、これの解除料の1,000円、あと、2年契約と2年契約なしプランとの値差、これを170円ということで、今回の法令で決まりましたルール、これに適合するというようなものをまたこれも他社に先駆けまして発表させていただいておるといふようなところでございます。

8ページ目でございます。左側、分離プランの契約者数ということで、いわゆる毎月割を適用するものはもうほとんどなくなってきておまして、基本的には分離プラン、この1,500万のところに移ってきているというところでございます。auピタットプランにつきましては新しいものに移っておりまして、段階的に右にあるようなもので、使った分だけお支払いいただくというようになっております。

9ページ目でございます。改正法適合プランへの移行の円滑化ということで、1つ目がこれまでの取り組みでWebの料金シミュレーションということでございます。Webにおきましては、お客様がグラフでまずご利用状況を直感的にチェックしていただけるということで、絵でいいますと左側、毎月どれぐらい使うのか、1日当たりでどれぐらい使うのかという詳細をご自分で確認できるようになっております。真ん中にイメージ図が、月別のものが書いてあります。あと、これに基づきまして、「かんたん1分」シミュレーションということで、どんなふうに使いますかということを確認していただきますと、最適な料金プランができる。さらにそれを変更することができると、こういった動線を設けているというふうなことでございます。

10ページ目でございます。店頭料金のシミュレーションということですが、やはり自分でやるのはなかなかというふうなお客様もいらっしゃいますので、auショップにおきましても、やはりお客様のご利用実績に基づきまして、お客様からお聞きした利用スタイル等

をもとに最適な料金プランをご案内するというようなことをございます。こういった取り組みによりまして、改正法の適合プランへの移行の円滑化を進めているというようなことをございます。

弊社の取り組み状況の説明につきましては以上でございます。

【新美座長】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、ソフトバンク株式会社渉外本部長の松井様から説明をお願いします。

【ソフトバンク（松井）】 ソフトバンクの松井です。本日発表のお時間をいただきまして、ありがとうございます。それでは早速、資料7に基づきましてご説明をさせていただきます。

ページをおめくりいただきまして1ページ目、本日はこちらにある4点についてご説明をさせていただきますと思います。

3ページ目をおめくりください。まず改正法施行に向けた準備状況ですけれども、こちらに関しては、2019年5月から全社的なプロジェクト体制を構築いたしまして、仕様検討とかシステム構築等の法施行のために必要な準備を優先的に、社内で最優先で実施しております。具体的には、このページの下の図にありますような、関連部門間での週次ミーティング等を行って適宜密な連携を図って、行き違いのないようということ細心の注意を払っております。

ページをおめくりいただきまして、4ページ目です。総務省殿の要請の発出以降、新たな制度とか、主に代理店様の届出義務などにつきましては、各代理店様を含む関係各所への十分な周知・説明を実施中です。特に代理店様に関しましては、制度概要とか、届出マニュアルを含む解説文書みたいなものを、かなり大部なんですけれども、作成させていただいて、全国複数箇所での制度概要の説明を兼ねた会合みたいな形で開催してご理解をいただくという試みを引き続き対応しているところでございます。

ページをおめくりいただきまして、5ページ目。こちら、参考ですけれども、代理店様等への周知・指導等に関して、代理店届出の記載方の解説とか、今回新しくルールになりました分離あるいは期間拘束のルールの解説を行った資料を一部抜粋しておりますので、後ほどご覧いただければと思います。

次に6ページです。これは一例としまして、端末分離等の新ルール遵守のための代理店様との連携フローを随時整備中でございます。例として図で描かせていただいているのが、利

益提供上限に係る代理店様との連携イメージです。今回の新ルールでは、ご承知のとおり、事業者と代理店様双方で条件2万円という規律がございますので、両者でそれを超えないようにということでお互い通知をし合ったりということ連携スキームをたてつけるということで、今、営業の部門、代理店様との対応を行っている最中でございます。

ページをおめくりいただきまして、8ページ目です。改正法施行までの業務適正化についてです。こちらは、消費者庁様とかサービス向上推進協議会様の資料とも一部重複するんですけども、広告手法の適正化のためのルールを随時整備中でございます。1点目としましては、店頭のパスターとかPOPの指定フォーマットへの統一ということ、2点目としましては、SNSによる価格訴求の全面禁止をやっております。なお、1点目の指定フォーマットに関しましては、今後改めてまた様式の改善についてもやっていくということで社内で検討を進めているところでございます。

ページをおめくりいただきまして、9ページ目。こちらは8ページ目の続きにはなるんですけども、広告関連で販売店様の広告適正化の遵守状況について事後のチェック体制を整備中です。こちらにつきましては各社ごとに若干差異がございますので、補足させていただきます。弊社としては、具体的にはこの資料に書かせていただいているような、店頭の写真を提出していただいたり、あとは、営業担当が覆面的に適宜店舗を視察する、あるいは違反があったときに店舗から店舗にそういう申告ができるようなフォームをつくるというようなことで、事後で不適切な広告がないかということをチェックするという仕組みを徐々に入れ始めている。直近で入れているものもあるんですけども、徐々に入れ始めているということです。先ほどの構成員の方のご質問にも関係があるんですけども、当然ながら、ここで不適切なものが出てきたものに関しては、適宜改善を図って適正化を図っているところでございます。

ページをおめくりいただきまして、10ページ目ですけれども、こちらはサービス自体の見直しについてです。弊社におきましても、施行日に先立ちまして、改正法の趣旨にのっとった料金プラン対応等を随時実施中です。これまでの取り組みとしましては、2018年9月、端末分離プランの導入を行ったのに続きまして、今年の1月には、端末購入条件の通信料割引である、月月割と弊社ではいうんですけども、そちらの受け付けを停止しております。

今後の取り組みなんですけれども、こちらに関しましては、施行は10月1日ではございますが、施行日を必ずしも待たずに、2019年9月前半以降、改正法に適合した料金プラ

ンを先行導入するという点についても検討中です。こちらは詳細を改めて近日中に対外発表させていただきたいと考えております。

11ページ目をおめぐりください。こちらは先ほどのに関連してですけれども、端末分離プランを早期に導入していたということもあって、端末購入条件の通信料割引適用の新規契約数は減少傾向です。グラフを見ていただくとわかると思うんですけれども、前期と今期のファーストクォーターで比べますと、約7割減ぐらいにはなっているというところですよ。Y!mobileのほうがまだ分離に対応しておりませんので、7割ぐらいになっていますけれども、ソフトバンクブランドだけでいうと、もっと、9割とかという数字になるかと思えます。

ページをまためくっていただいて、13ページ目、改正法適合プランへの移行の円滑化です。こちらにつきましては、改正法適合プランの訴求のために、各種の取り組みによるご案内を実施する予定で検討を進めております。具体的には、本年開始しました最適料金案内サービスとか、マス向けのカatalog・テレビCM・Webなどでの新プランの訴求、あるいは店頭にお客様が来られたときの料金プランの案内、こういったことを通じて、改正法に適合した新しいプランへの移行を促していきたいと考えております。また、適宜、移行状況も見させていただきながら、その他の追加施策に関しても実施することを検討しております。

最後に15ページ目です。本件について弊社で考慮していただきたい点を簡単にまとめさせていただいておりますので、読み上げさせていただきます。まず1点目に関しましてですけれども、改正法施行に向け、これは当然なんですけれども、事業者として最優先で準備を進めて、代理店様とも連携を密に行うことで、お客様に迷惑をおかけしないということが第1だと思いますので、最善を尽くしていきます。

一方で、やはりガイドラインレベルではまだ確定ができていないようなディテールの部分等がありますという点とか、法施行が今回10月1日ということで決まりましたけれども、そこまで極めて限られた時間しか残されていないという点がございまして、施行までの各種対応とか、施行に先立つ業務の適正化等で、もちろん最大限の努力はするんですが、十分に行き届かないような部分が、今々これが間に合わないとかいうものがあるわけでは必ずしもないですけれども、生じる可能性がある点についてはご配慮いただきたいなと考えております。

資料は以上となります。弊社からのご説明については終了させていただきます。ありがとうございました。

【新美座長】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、楽天モバイル株式会社渉外部長の鴻池様、よろしくご説明お願いします。

【楽天モバイル（鴻池）】 楽天モバイルの鴻池でございます。本日はご説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。

まず、資料8の1ページ目をよろしくお願ひいたします。まず当社における改正法施行に向けての準備状況になります。当社では、2014年より提供しているMVNOのサービスに加え、10月開始予定のMNOサービスについても改正法の適用対象となります。双方につきまして、適合する料金プランの準備や総額表示の実現、改正以前の旧条件での契約者に対する新法条件契約への移行のためのルール整備や受け入れ態勢及びシステム開発・修正等につきまして、10月1日の施行日より対応できるよう急ピッチで準備を進めております。また、届出制度の導入に向けた販売代理店様への周知・指導につきましても、既に対応を進めております。

2ページ目をよろしくお願ひいたします。当社の意見という形で述べさせていただきます。改正法対応の準備に関連いたしまして総務省様より出されました6月の要請関連で、当社より意見を述べさせていただきたいと思っております。

この要請の中で、改正法に適合する料金プランへの移行の円滑化のための措置としての一環として、既存の利用者に対してさまざま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、こちらが要請されているところだと思います。特に施行から間がないタイミングでの契約が自動更新される利用者における周知の浸透については、弊社といたしまして懸念がございます。

具体的には、更新日を挟んで前後3カ月は違約金なく移行ができるルールとなっておりますが、特に施行日から間もなくこの期日を迎える利用者に対して周知が行き届かない可能性があるのではないかと懸念しております。結果、その利用者につきまして2年間の契約が更新されてしまい、途中で解約するとすれば、例えば9500円なりの違約金が満額かかってしまう。早期に改正法に基づく契約への移行については、十分促進する観点では課題であらうと考えております。

つきましては、消費者保護の観点から、例えば事業者における周知施策の評価を行う、あるいはアンケート等で効果検証を行うなど評価した結果、周知が十分に行き渡ったと判断されるまでの期間においては、何らかの違約金を減額、あるいは少なくとも同事業者の新法

プランへの移行であれば免除するといった追加の移行施策、移行促進策という、消費者の救済策があるべきではないかと考えております。

3ページをよろしく申し上げます。次に、改正法に関連しまして、MNPやSIMロック解除の手続についても意見を述べさせていただきたいと思っております。改正法の基本的な考え方の文書の6ページにおきまして、MNPやSIMロック解除の手続のあり方につきまして、電気通信事業者による対応の状況を継続的に確認し、さらなる措置の必要性を検討していくということが言及されております。

これにつきまして、MNPの予約番号の発行については、5月に3社様の対応が完了されたかと存じておりますが、事業者によりましては、24時間受け付けをしていただいているところ、夜21時半で終了する事業者の対応と分かれていると思います。ただ、一般的にインターネットの利用のピーク時間と言われているのは22時から24時の間と言われております。また、インターネットそのものがいつでも利用者の都合で手続ができることが大きなメリットであると考えますと、受け付け時間に制限があることはあるべき姿からまだギャップがあるのではないかと考えています。

また、SIMロックについて、そもそも今回の改正法の部分では、通話料金と端末料金の分離の趣旨で、通信役務の継続的利用を前提とした利益の提供については規律の対象となったところです。ですので、SIMロックの実施するところについては、少なからず継続的な利用が強制的にならないよう、分離の趣旨にも反することのないよう早急に追加の手当てを行っていただくということが課題であるとも考えています。

5ページ以降の部分については、以前お話しさせていただいている部分ですので、参照にご参照いただければと思います。

説明は以上となります。ありがとうございました。

【新美座長】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会の会長であります澁谷様、ご説明よろしくお願いたします。

【全国携帯電話販売代理店協会（澁谷）】 全携協会長の澁谷でございます。本日は当ヒアリングにお招きいただきまして、ありがとうございます。それでは、資料9に沿ってご説明させていただきます。

めくって、第1ページをご覧ください。全携協では、お客様からの苦情の縮減、それと、ショップスタッフのES、これを活動の両輪としてまいりました。特にその一環として、業

界の健全な競争促進、それと、消費者の保護の強化に向けて真摯な取り組みを進めております。特に2017年、総務省様のご指導のもと、あんしんショップ認定制度を運用しており、消費者保護にコミットしたショップをあんしんショップとして認定し、消費者の皆様が安心してご来店できるショップを育成しております。

このページの下イラストにあんしんショップののぼりが掲げられているのがご覧いただけるかと思えます。全携協としましては、あんしんショップを消費者保護の中核をなすものと位置づけております。また、各キャリア様の代理店であるという性格上、法律の遵守を含む消費者保護につきましてもキャリア様の指導のもとに取り組んでおり、きょうも各キャリアさんから代理店との関係、代理店への指導等についてお話があったと思えますけれども、我々はそれに対して現場からのご意見等を申し上げさせていただきながら進めてまいります。

さて、改正法の施行が近づいてまいりましたが、これは第2ページをご覧ください。今後、代理店も法規制のより直接的な対象となるということも踏まえまして、これまで以上に健全な競争促進と消費者の保護の強化に向けて、引き続き各キャリア様のご指導のもと取り組んでまいります。

特にあんしんショップ認定制度の運用に当たっては、これまで以上に消費者の皆様からあんしんショップへのご信頼をいただけるよう、制度のブラッシュアップを図ってまいります。下の絵は、あんしんショップがキラキラとしているのがおわかりかと思えますけれども、具体的には、高齢者対応を含めた各種研修の充実、現場スタッフのモチベーションアップのための好事例の表彰、また、あんしんショップ認知度向上のための各種活動を取り進めてまいります。

最後に第3ページ、全携協の要望とコミットメントを申し上げたいと思えます。今回の事業法改正により目指す姿を実現していく過程において、市場の大きな変化が見込まれます。これは総務省様からの評価・検証というところでもお話がありましたけれども、今回の改正は非常に意欲的であるがゆえに、この市場の変化がどのようなものになるか現時点でわかりに想定することは容易ではありません。

総務省様はじめ関係各位におかれましては、今後の市場状況の変化を絶えず注視していただくとともに、現場を担う代理店の声にも耳を傾けていただきたいと存じます。そして、年度ごとの振り返りに限らず、必要に応じて臨機応変な規律の見直し等を柔軟かつ迅速に行っていただきたいと考えております。

特に来たるべき5Gについて一言申し上げたいと思います。全携協では、現地視察も含めまして独自に海外事情についても調査しております。皆様ご存じのとおり、韓国、アメリカでは既に一部で5Gの商用化が開始されております。また、中国においては、まだ商用化は開始されておられないものの、数多くの端末が既に発表されておって、ショップ等に5G環境と端末を実装して消費者が5Gを体験することができるようになっております。こうした動きに日本がおくれをとることがないようにご配慮願いたいと考えております。我々特にコンシューマーモバイルの世界では、端末の普及が各種ユースケースの発展に必須であると考えております。

全携協は、市場環境が変化していく中でも、先ほど申し上げたように、さらにバージョンアップされたあんしんショップ認定制度のもと、これまで以上にサービス力を磨き、豊かなICT社会の実現に貢献してまいります。

私からは以上でございます。ご清聴ありがとうございました。

【新美座長】 どうもありがとうございました。事業者各社さんからご説明をいただきました。ただいまのご説明について質疑応答に移りたいと思います。どうぞご発言の方はよろしく願いいたします。では、長田さん。

【長田構成員】 幾つかご質問をしたいと思います。

まずドコモさんのプレゼンの中にあつた、代理店の手数料の考え方、仕組みを変えたというお話をいただいています、これはとてもよい取組だなと思えました。ほかのKDDIさんやソフトバンクさん、そして、楽天さんもいずれなると思うんですけども、どういう取り組みをしていらっしゃるのか教えていただければということです。

それから、同じくドコモさんの中に、「放題」という言葉について消費者庁から行政指導を受けたということが書かれています。それで、14ページでいくと、ソフトバンクさんもKDDIさんもまだそのままそういう表現を使っているんじゃないかということだったと思うんです。これは消費者庁さんのほうにお伺いすればいいのかもしれないんですけども、ドコモさんにだけ行政指導なされたのか、それとも、全部にしたんだけど、是正したのがドコモさんだけだったのかというところを教えていただきながら、もしそうだとしたら直さなければいけないでしょうしというところで事実の確認をさせていただきたいと思えます。

それから、何かいっぱい申しわけないんですが、KDDIさんの昨日発表されたプランについて、もうちょっと詳細にどういうプランなのか教えてもらえればと思えました。

それと、全携協さんの今回のプレゼンの中身があまり具体的でなかったような気もするんですが、代理店という事業者として各ショップでの広告についてどういう取り組みをしようとしていらっしゃるのかというところを教えてくださいたいです。

以上です。

【新美座長】 ありがとうございます。主に4点ですが、まず最初に、代理店へのある意味での販売中心から利用促進と販売とのバランスをとってというのがドコモさんから出ていますけれども、他社さんはその点についてはどういうふうと考えていらっしゃるかということをもっと伺いたいと思います。質問としてはそういうことですので、KDDIさんから順次ご説明いただけますでしょうか。

【KDDI（古賀）】 KDDIでございます。代理店様への手数料の見直しということでございますけれども、これは当然、市場の状況とか他社さんとかもありますので、そういったことは随時考えているところでございます。特にドコモさんのように具体的に今までにこうしましたというところまではまだございませんけれども、そういったことも踏まえて検討しているところということでございます。

【新美座長】 ありがとうございます。よろしいですか、長田構成員。

【長田構成員】 はい。

【新美座長】 じゃ、2点目が、消費者さんへの……、あ、ごめんなさい。ソフトバンクさんから順番に。忘れまして。申しわけありません。

【ソフトバンク（松井）】 ソフトバンクです。KDDIさんと一緒に、具体的に手数料どうするといったところまでは社内ではまだきちんと決まっていはいないんですけれども、当然、代理店さんとキャリアに関しては、両輪できちんと市場を適正化していく、活性化していく必要があると思っていますので、代理店さんがきちんと健全な経営ができるような形を模索していきたいと思っています。

大きな方向性としては、やはり端末を販売することによること、あるいは通信契約をとることみたいな形で今、一般的にはインセンティブみたいなものが払われているというのがベースではあるんですけれども、それ以外に、我々がもともとから言っているのは、今後、お客様に対するサポートみたいなところを少し充実化して行って、そういったところでも販売店さんのほうが財源にするような形でキャリア側からもそういったところをフォローできないかということを検討していますので、少し多面的な形で、今具体的にどうしますというご回答はできないんですけれども、販売店様ともご相談しながら考えていきたいと考

えている次第です。

以上です。

【新美座長】 ありがとうございます。

それでは、楽天さんのほう、よろしく申し上げます。

【楽天モバイル（中村）】 楽天モバイルでございます。弊社も現時点で何かを変更するというのを決定してはおりません。しかしながら、ご存じのとおり、10月以降、MNO化とか大きな変化を予定していますので、その中の一環として検討はしていきたいと考えております。

【新美座長】 わかりました。ありがとうございます。

長田さん、よろしいでしょうか。

【長田構成員】 はい。

【新美座長】 今のご指摘は、実は例のかんぼ、保険の形でどういうふうにもメリットをつけていくかというのは現場での行動に影響を及ぼすというのは注目されていますから、この辺はぜひとも事業者各社さんは注意をさせていただきたいと思います。何かあったときに、こういう構造があるからだということになりかねませんので、重々ご配慮いただきたいと思います。

それでは、続きましてありましたのは、KDDIさんに対する質問で、新プランはどうなっているかを教えてほしいということです。よろしく申し上げます。

【KDDI（古賀）】 KDDIでございます。ご質問ありがとうございます。auデータMAX Netflixパックということで昨日発表させていただきました。昨日の発表会では、実はアンリミテッドワールドということで、5Gの時代になるといろいろな制約から開放される、そういう世界が来るだろうということで発表させていただいた中に1つ、この料金プランの話がございます。

このプランにつきましては、まずNetflixさんの番組等のいわゆるコンテンツの料金とセットになった料金が1つの特徴でございます。もう一つの特徴が、いわゆる月間のデータの容量、最近、大容量のプランですと30ギガとか50ギガとかありますけれども、そういった制約がなく、やはりデータの容量については上限が一切ないというような、まさにアンリミテッドな世界というようなことでございます。一方で、制約条件も確かにございます。例えばテザリングとか国際ローミングとか、そういったものについては月に2ギガだとかそういったものはありますけれども、普通に国内でお使いいただくデータ容量につい

ては上限がなしというような、そういうプランでございます。

対象機種については、4GのLTEというようなことで、まだ5Gまでは行きませんが、4Gの時代からそういうような料金プランをお客様にご体験いただくというような趣旨でございます。提供開始日は9月13日からということで、これは法令の10月1日の施行前に、まさに2年契約の違約金についても1,000円に下げる、2年契約なしとの料金差分が170円ということで、そういったものを先取りしたものとなっているというようなことでございます。

以上です。

【新美座長】 長田構成員、よろしいですか。

【長田構成員】 後で伺います。

【新美座長】 後でまた詳しく。

それでは続きまして、全携協に対しては、もう少し具体的にどうなっているか話してくれということです。

【全国携帯電話販売代理店協会（澁谷）】 私のプレゼンテーションでも申し上げたんですけども、代理店という立場上、それぞれの広告宣伝等について独自にやるところは非常に少ないというところがございますので、プレゼンテーションが非常に一般的になってしまったというのは申しわけないと思います。

まず1つの原則として、やっぱり消費者を保護していく、それから、法令を遵守するということは時に触れ会員にいろいろと話をしておりますし、そもそもあんしんショップとしての認定のための大きな条件がそういうことになっているということでございます。

全携協独自の活動としましては、例えばルールが変わりましたとか、こういう事案がありましたとかいったことがあるたびに、我々の会員様へのご報告、ご紹介といった形で適宜法令遵守に向けた活動しております。

ということでよろしゅうございましょうか。

【新美座長】 長田構成員、よろしいでしょうか。

【長田構成員】 はい。

【新美座長】 ありがとうございます。

それでは、ほかにご質問……、あ、消費者庁さん、どうぞ。

【消費者庁（西川）】 先ほどのご質問の、「放題」という表示については、「放題」という表示に限りませんが、既に行われている事業者の表示に対して消費者庁が調査を

したのか、あるいは指導・措置をしたのかということについて公表されるのは、基本的に措置命令を行った場合だけです。措置命令を行っていないものについて、この表示について調査をしましたか、指導しましたかというご質問については、済みません、お答えをしかねるところです。

ただ、これは既に行われている表示についてはということをございまして、これから10月以降行われる表示については、ちょっと話は変わるかもしれませんが、事業者の方からもし相談を消費者庁のほうにいただけるのであれば、当方からアドバイスさせていただく仕組みは、これは一般的にございます。そういった対応を消費者庁はしているというところでございます。

【長田構成員】 何か、何となく中途半端なことになってしまうので、結局、広告表示についても考え方の基準を考えるにしても、例えば「放題」というのをどう考えるのかと。先ほども「放題」については少し考えを変えますというようなソフトバンクさんからの話もありましたけれども、やっぱりそこはみんなが共通の認識を持って共通に対応していかなければいけない部分があると思うので、消費者庁さんが公表できないとおっしゃったのはわかりましたので、別の対応を業界として考えていただければいいかなと思います。

以上です。

【新美座長】 今の長田構成員のご心配はそうだと思うんですが、私が個人的に思うのは、1社こうなって指導したということは、他社さんもよく見ておいてくださいねということだと思いますし、それでなおかつやったら、もっと悪質だという心象が形成されますよということは法律家の一般としてはそう思いますので、他社さんも、もって他山の石ということで今後考えていただきたいというのは、私は法律家として言います。これは消費者庁さんは言えないでしょうけれども、私は一法律家としてそういうふうに思いますので、ぜひとも他の事業者さんは十分に慎重なご対応をお願いしたいということになります。

あと、ほかに。では、北構成員、どうぞ。

【北構成員】 広告表示についてと、SIMロックについての質問でございます。

まず広告表示ですが、ドコモさんの資料の13ページにソフトバンクとKDDIさんの8月上旬のポスターとPOPがあり本来私役目をとられてしまったんですが、ソフトバンクさんとKDDIさんに質問です。これは御社の指定フォーマットでしょうか。

それから、私のところにもいろいろな垂れ込みが日々来ておりますが、ここに私が持っているチラシはとても見過ごすことができないチラシでございます。たまたま私の目に

触れてしまったので、黙っているわけにはいきません。「法改正前最終特価 8 月 31 日まで限定、2 万円しか割引できなくなる前に急ごう！」これ、ソフトバンクショップなんです、たまたま見つかったということではなく、おそらく全国でこういうことが行われているんじゃないかと。ソフトバンクさんは、チラシについてはどのようなチェック体制をとられているのかということについて質問したいと思います。

ただ、一言意見を申し上げますが、ポスターもチラシも、POP は特にそうなんです、本当は各ショップさん、代理店さんに自由につくっていただきたいと思うんです。価格訴求に関する部分についてはしっかりチェックしてくださいというお願いをしているだけであって、価格に関係ない新しいサービスを訴求したり、お得なサービスを訴求したりするような広告は、自由にやっていただきたいと思うんですが、何故か全てキャリアがチェックするみたいなことになってしまっているのは少し残念だということを申し添えておきたいと思えます。

それからもう一つ、SIM ロックについてです。参考資料 1 の終わりから 2 ページ目の 28 ページのところに 3 キャリアさんのオンラインでの解除が表になっております。ドコモさんはオンラインでも受け付けると。KDD I さんとソフトバンクさんは、いわゆる中古端末についてはオンラインでは解除不可となっております。まず KDD I さんとソフトバンクさんに、なぜ解除不可なのかということと、その後にドコモさんに、なぜオンラインで受け付けているのかということを確認したいと思います。

以上でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。まず第 1 点は、ドコモさんから出していただいた資料の 13 ページで、ソフトバンクさんと KDD I さん、これは指定のフォーマットのチラシとか広告表示かということですが、それぞれお答えをいただきたいと思えます。

【KDD I (古賀)】 KDD I でございます。ドコモさんの資料の 13 ページの右側のこの絵ですけれども、私の存じ上げている、KDD I で指定する、ショップでこういうものを使いなさいと言っているフォーマットとは異なっております。どこでどうやったのかというのがわからないと、どういう店舗でどういう経緯でなったのかというのはわかりませんが、これを放置してあるのか、きちんと対処してあるのかとか、そういったことはわかりませんが、いずれにしても我々の指定しているもの、許容しているものではないと感じております。

【新美座長】 それでは、ソフトバンクさん、いかがですか。

【ソフトバンク（松井）】 ソフトバンクです。広告の件で幾つか弊社にボールが飛んできているので、複数お答えします。まず1点目、北さんが今お持ちいただいた、ちょっと詳細はあれなんですけれども、チラシに関しては、弊社としては既に認知しております。これに関しては、代理店さん側の手違いとかミスで配ってしまったということで聞いております。弊社が指定したフォーマットでもないですし、先ほどおっしゃられたような、事業法改正まであと何日みたいなあおるようなメッセージをフォーマットとして使うということをお我々として認めているということでもないのです、そこは販売店さんの勇み足ではあるんですけれども、基本的に、なので、販売店さんがいけないというふうに言うつもりもなく、当然キャリアもそこをチェックしていくということがキャリアの責務だと思いますので、対象の代理店さんとはもうお話し済みではありますが、ここに関しては再発防止をきちんとやるということで対応を図っていくと整理をしているところでございます。

もう一点目の、ドコモさんの13ページ目の店頭のポスターですかね、こちらに関しては、社に戻らないと確かなことは言えないんですけれども、私が認識している範囲では、弊社が指定したフォーマットではないのではないかと思います。ただ、いずれにしても、これも先ほどの話と同じで、きょう弊社がプレゼンさせていただいたように、キャリアが指定したフォーマットしか使えませんということを話をさせていただいて、もしそれが使われていないんだったらそれが問題なので、そこを正す必要があるでしょうと。

万が一これが弊社のフォーマットであるということであれば、そこに関しては、多分これ、幾つか問題があつて、画像の関係でよくわからないんですけれども、強調表示と、打ち消しとか注釈のところに字のポイントのバランスとかがちょっとわかりにくいと。ここに関しては私の認識では、強調表示の7分の1のルールだったり、8ポイント以上とかというようなルールが一定の業界のガイドラインの中でありまして、それを考慮した感覚でざっと見るところ、下に何が書いてあるかよくわからないので正確なことは言えないんですけれども、それを見ると、そういう一般のルールからは逸脱しているように見受けられるというところがございます。そこに関しては我々としても、これが販売店さん独自のポスターであろうが、弊社が指定したフォーマットであろうが、何らかの改善を図りたいと思っています。

それに関しては、弊社のプレゼンの8ページ目の中で広告の話をちょっと記載させていただいている部分があるんですけれども、その中の注釈で、指定フォーマットについても見直しますというようなことを書かせていただいています。この注釈の意味は、広告の注釈の

改善について整理しますという注釈、注釈の注釈みたいな感じになっているんですけども、そこに関しては弊社としても問題認識をしておりますので、よりわかりやすいような形に販売店さんと我々の広告部門、渉外部門も必要に応じて入った上で、不適切なものがあれば速やかに対応していきたいと考えている次第です。

以上です。

【新美座長】 よろしいでしょうか。後半のSIMロックの解除の点は後ですが。

あと、広告について、私、今伺っていて思ったのは、広告表示についてはそれぞれあったんですが、現実はこの表示を見て契約をした人に対して具体的にその店舗はどういう説明をしているのかというのは把握しているのでしょうか。要するに、広告でこういう表示をしております。でも、実際はこういう契約ですよというときには、そのギャップについて相当詳細に説明しないと適正な契約は結べないわけですね。ですから、広告表示の規制の問題と個別の契約における説明の問題というのは表裏一体で絡んでくる。その辺がどれぐらい時間をかけてどれぐらい丁寧に説明しているのかというのは非常に気になるんですが、その辺は把握されているのでしょうか。KDDIさんからソフトバンクさん。

【KDDI（古賀）】 すみません、広告表示と契約の関係までしっかり追って把握までできているかどうかというのはわかりません。

【ソフトバンク（松井）】 弊社もこのポスターは本日初めて見たので、これがどうなったかというのはわからないんですけども、ポスターは基本的にお客様の呼び込み的な効果があって、入っていただいた方には、当然契約をされる上では説明義務含めてきちんとしたルールがありますので、そこは遵守しているというふうに認識はしておりますけれども、個別の事情として、この店舗がどうだったかといったところまでは把握できておりませんので、そこは社内でもきちんと徹底するようにしたいと思います。

【新美座長】 ぜひその辺はお考えいただいて。広告だからそこで与えた情報は関係ないということはありませんで、すり込み効果があったときにそれをどう消すのか、それをどう適正化するのかというのは説明義務でしかできませんので、その辺の把握というのは重々しっかりとやっていただきたいと思います。これは質問にあわせて希望も出しておきたいと思います。

では続きまして、SIMロック解除について北構成員から質問がありましたが、まずインターネットでできないとされているKDDIさんとソフトバンクさんの事情を聞いた上で、できるとして行っているドコモさんにお話を伺いたいということですので、今の順序で

ひご説明ください。

【KDDI（古賀）】 KDDIでございます。KDDIの場合、契約者の場合は契約者本人でございますので、店舗でもオンラインでも受け付けが可能ですが、今後9月1日から予定している、契約者以外が中古端末についてSIMロック解除する場合につきましては、まず店舗でどんな方が来られたのかということを見ながら解除するというような運用をしています。オンラインですと、今のところ、どの方がやるのかというのが把握できないということがあって、9月1日の時点では解除不可というようなことで運用することになっております。ここにつきましては、何かいい方法があるのか等考えて、今後運用状況を見直すということも考えていきたいと考えております。

【新美座長】 それでは、ソフトバンクさん、お願いします。

【ソフトバンク（松井）】 弊社も8月に始めていますけれども、基本的には同じような考えで、本人確認上の問題ということで、今々は中古のSIMロック解除に関してはそういった形をとらせていただいていますけれども、やり方があるのであれば、引き続き検討していきたいと考えています。

【新美座長】 ありがとうございます。

それでは、ドコモさん、よろしくをお願いします。

【NTTドコモ（田畑）】 ドコモでございます。SIMロック解除については、まずなぜやっているかということなんですけれども、割賦の契約をして一度も支払っていただけて持ち逃げされることがあります。そういったことを防ぐ観点から実施しているものであって、競争制限的な考え、目的ではないということでございます。したがって、これまでの議論を踏まえまして、中古端末についてもSIMロック解除には応じたいということで取り組んでまいりました。

なぜオンラインのところでやっているかということについては、中古端末も含めてですけれども、店舗のほうとの対比でそうしています。なぜかという、店舗のほうに中古端末をたくさん一度に持ってこられたような方がいらっしゃると、通常の業務が回らなくなつて、通常の手続にいらっしゃったお客さんがまた待ち時間が長くなるとか、そういった問題が発生し得るんじゃないかということを考えまして、また、どうしても手数料をいただくということにもなりますので、そういった意味からオンラインで中古端末を受けましょうということにいたしました経緯でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。

北構成員、よろしいでしょうか。

それでは、ほかに質問が……、それでは、どうぞ、森構成員。

【森構成員】 ありがとうございます。初めにご意見を申し上げます。サ向協さんの資料4、特に広告が今回問題になっていると思うんですけれども、広告表示適正化の取り組みということで16ページにご説明を書き添えて、どういうふうに自主的な取り組みをされていたかということを書き添えています。

この中身というよりは、やはり脚注とか見えていますと、脚注もそうですし、あと、右側の事後チェックなんかもそうなんですけれども、結局、事業者によって非常に違う、足並みがそろっていないということは1つの問題だと思います。足並みがそろわないと、結局、方向性としては、皆さんきちんとやりましょうということになるわけなんですけれども、なかなかそろってなければ、やはりどうしてもキャッチーな方向、センセーショナルな方向に流れるわけです。足並みがそろわない、統一的に進められないこと自体、それが1つの問題であるというふうにお考えいただきたいと思います。

ここでもう一つ念のために申し上げたいのは、先ほどのドコモさんの資料5の問題事例として13ページ、14ページに出ていますけれども、ここで問題になっているのは、これは訴求方法のよしあしみたいなことではなくて、適法性の問題だということですね。景表法上の問題が発生するということを消費者庁のガイドラインでしっかり書かれているわけですから、それに合ったようなものを店頭でもチラシでも出さないといけないということです。ですので、その限りではそんな自由裁量はないということです。ですので、適法な書き方をするというふうにキャリアのほうで指定する、MNOで指定するというのは、それは当然ですし、代理店、店舗もそれを受けてしっかりやっていたらかなければいけないということだろうと思います。

どうしてもそろわない、ばらばらにしかいかないということであれば、今回ドコモさんの資料で、先ほど北さんから役割をとられたという話がありましたけれども、それで、こういうことをやるとぎすぎすするわけなんですけれども、仕方ないのかなと思いますので、ぜひともほかのMNOさんも、ご自分のことじゃなくて、他社のことで結構ですので、次回以降、こういう告発をやっていたらきたいと思います。これは消費者ワーキングの構成員からの要請で渋々やるというたてつけでぜひともやっていたらきたい。ご自分のことじゃなくて、他社のことを言っていたらきたいと思います。そうすることによって、多少なりとも収束する方向性が出せるのではないかと少し思いました。

2点目は、これはご質問なんですけれども、先ほどMNOだけ、キャリアだけの責任じゃないという話がありましたので、全携協さんにお聞きします。資料の中で、資料9ですが、あんしんショップというものを広くご紹介されていて、これは非常に普及した取り組みになっていると思います。私、Webサイトを見てもわからなかったんですが、あんしんショップの認定の基準がどういうものなのかということと、この認定をどのようにしているのか、どういう根拠で基準を満たしたことにするのかということ、この2点について教えていただければと思います。よろしくお願いします。

【全国携帯電話販売代理店協会（澁谷）】 あんしんショップについては、いろいろな考え方が当初ございまして、個別に全て調査してやるべきかということもありましたけれども、現行の取り扱いは、各代理店さんが取りまとめて、各ショップについてこれだけの研修をやりました、これだけの誓いをちゃんと守っていきますという宣言をいただいたということ为前提にして認定協議会で認定をしている。認定協議会は、ほとんどここにおられる先生方が多いんですけれども、全携協の代表としては私1人で、あとは、有識者の方、それから、消費者代表の方、オブザーバとして総務省様にも入っていただいて、その場で認定をしていく。

その上で、毎年4月に更新するわけなんですけれども、それまでにそれぞれ一定の研修をしましたということをしかりとさせていただいた上で更新をしている。まだ実例はないんですけれども、そもそもあんしんショップというのはこういうものだというたてつけに合わないショップが出てきたときには、これは個別的に認定を取り消すということはあるということでございます。さらに、先ほどあんしんショップをブラッシュアップしていくという中で申し上げたのは、やはりあんしんショップの中でも、こういう取り組みをやっている、こういうことをやっているということで、一段進んだ取り組みをやっているということについて表彰をするとともに、その他のショップにもそれを横展開していくということを今検討中というか、着手したところでございます。

【森構成員】 ありがとうございます。よくわかりました。私の意見ですけれども、基本的には自己申告を受け付けてということですので、認定という表現をするのは個人的には抵抗があります。もう一つですけれども、マークを外された実績がないということですが、これは法令を遵守しているということのマークだと思いますので、これだけ広告に関する法令違反が問題になる事例が出てくる中でマークを外したことがないというのも私としては抵抗があります。

以上です。

【全国携帯電話販売代理店協会（澁谷）】 ご意見ありがとうございました。

【新美座長】 ほかにご質問……、それでは、黒坂構成員、その後、こちらに移ります。
では、まず黒坂構成員、お願いします。

【黒坂構成員】 黒坂でございます。2点意見と1点質問がございます。

まず意見のほうから先に申し上げます。これは森構成員の意見に追随する形になりますが、T C Aさん及びサ向協さんに意見がございます。先ほどのT C Aさん・サ向協さんの資料の16ページ目のところ、まさしく森構成員がご指摘されたところなんです、本来であれば、事業者のそれぞれの取り組みの違いが、事業者ではない業界団体からむしろ明らかにされることによって業界全体の質が向上していくということが期待される場所だと思います。※印とか、あるいは事後のほうで枠内に書かれているところ、こここそが実は重要な情報ではないかなと私は思っております。逆にそれを整理いただいているのが、総務省の皆さん、事務局がご用意いただいた資料になっているのかなと思っております。

森構成員のご指摘で、事業者の皆さんがお互い他社についてどんどん意見を述べ合おうということ、私は基本的な考え方としてはもちろん賛成ではあるんですが、やはり業界団体があるということは、事業者同士がお互いけんかするだけではなくて、やはり業界団体として一体お互いがお互いどうなっているのかということをちゃんと整理していただいて、問題提起いただいたり、どういうふうに業界全体を向上させていくのかというような取り組みの姿勢を示していただくということが必要ではないかと思っております。ぜひ例えばこういった資料のつくり方一つについても、今誰が何をやっているのか、やっていないのかということがわかるように今後取り組まれていただきたいというのが私のまず1つ目の希望でございます。

2つ目は、消費者庁の皆様へのご意見なんです、これも既に出た意見でございます。「放題」についてです。現状、ここまでの「放題」の取り扱いで、ドコモさんだけなのか、ほかの2社の皆さんなのかということも、もちろんイコールフットイングとか、執行の平等性とかということでもいろいろ議論があるかと思えます。そこも十分検証いただければとは思っておりますが、私ちょっと懸念しておりますのは、おそらく今後5G時代になっていくときに、この「放題」という言葉が非常に使われやすい言葉になっていくのではないかと。

だからというひもづけという話ではないんですけれども、先ほどKDDIさんから昨日発表されたプランの中でも、まさしくアンリミテッドというような言葉がありました。海外

事例等を見ましても、アンリミテッドって一体何なのだと。つまり、「放題」ということのように見えますが、本当に無制限、何も条件のない状態でのアンリミテッドなのか、いやいや、やっぱりこういう附帯条件があるんですよということなのかということは、おそらく今後さまざまな議論を呼ぶであろうということが予見されるところでございます。あまり先回って規制を先んじるということは好ましいことではないと思いますが、ただ、先行事例等含めていろいろな混乱があらかじめ予見されることであれば、ぜひ研究を深めていただき、総務省とも連携をとっていただいて、事前に示し得るガイドラインとか考え方とかをご提示いただくということが1つは期待される場所ではないかなと思っております。これが2つ目の意見です。

3つ目、ここが質問でございます。ドコモさんの資料の15ページ目を使いながらなんですけれども、既往契約のあたりの話です。これはドコモさん以外の事業者のお二方に特に聞くことになるのかと思います。私自身もこのドコモさんの問題意識だけじゃなく、一般論としてやはりこの既往契約と、あと、駆け込み、これについては9月30日まで一体何が起こるのかということの懸念を以前からしているところでございます。9月30日というのは非常に協会的に悩ましいところございまして、9月後半になると、新しいiPhoneが世の中に出てくるわけですね。まさしく国内で最も重要な商材というか、一番売れる商材であるわけですから、新型iPhoneについてどのような対策をとられようとしているのかということをご可能な限り教えていただければと思います。

また同時に、その話を踏まえまして、総務省の皆様にも、ぜひこのあたりについて引き続きモニターしていくというようなことを、お考えをお聞かせいただけないかと思っております。

【新美座長】 ご意見ありがとうございます。それから、ご質問、最後の点について、これ、各社さんにですかね。既往契約どうするのかという問題で、主に既往契約についての対策のそれぞれのご意見いただきたいということと、それから、総務省はどういうふうに考えるのかということで、まずドコモさんから順番に事業者さんに楽天さんまでお話しいただいて、最後に総務省から話をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

ドコモさんは大丈夫ということですので、KDDIさんからよろしく申し上げます。

【KDDI (古賀)】 KDDIでございます。まず1つ目の既往契約についてということでございますけれども、今回法令、法律、省令ができて、既往契約についてはやっぱり悩ましい問題だというようなことでいろいろ議論があったのかと存じます。一方で、我々

の端末買い換えサポートプログラム、アップグレードプログラムでございますけれども、お客様にはいろいろご説明をした、この条件で機種変更したときに前の割賦48カ月のうちの24カ月が免除されますということでご理解いただいておりますというところで、今の議論の結果としては、これについては当面の間はこのまま適用していくというようなことになったのだと我々としては理解しておりますので、ここについてはきちんとお客様にもご理解をいただいた上で対応はしていきたいと思っております。

i P h o n eについては、我々も今後どうなるのか、新しい端末についてどうこうというのはなかなか今申し上げられることでもございませんので、こういったものについては9月にいろいろなことが出てくるかと思いますが、そういったときに決めていきたいというようなことしか今の時点では申し上げられません。

以上でございます。

【新美座長】 それでは次、ソフトバンクさん、お願いします。

【ソフトバンク（松井）】 既往契約に関しては基本的には移行を促していくということに尽きると思いますけれども、誤解のないようにと言うとあれなんですけれども、別に駆け込みをすることによって既往契約をたくさんふやしたいと思ってやっているわけではないというのが1点です。

新しい機種が出てくるという話に関しては、我々も正しい情報を持っていませんのでここで明確なことをコメントするのは難しいんですけれども、一般論としては、要請もいただいておりますので、当然ですけれども、季節変動とかもありますけれども、昨年度の4Qから1Qにかけてインセンティブとか奨励金みたいなものは減ってきているのと、あと、直近で6月、7月を比べると、インセンティブ合計でいうと7月のほうが少し減ってきているという状況もございます。基本的にはやはり我々として、要請もいただいているところを念頭に入れながら、追加的なことはみずからするというところは今のところは計画がございませんので、そういったところで適宜適正を図っていくということにはなろうかと思っております。

ただ一方でやっぱりちょっと悩ましいのが、これはちょっと本音ベースではありますけれども、10月1日からルールが変わる中で、やはり今ある端末を売っておきたいとか、やっぱりそういう意向も販売店含めあって、これに関して、我々はもともと駆け込みは結構懸念をしてこういう場でも意見をさせていただいていたと思っておりますけれども、いろいろな方にいろいろ相談した中で、総務省様とかにも相談をして、要請を出していただいているんですけれども、これを完全に抑制できるかということに関しては、やはりいろいろな

方に相談をしても、最終的にはマーケット原理もあるので、完全にするのは難しい、なかなか難しい課題だというような話もあります。我々としてどこまで市場の原理の中で、当然10月になったらルールは変わりますけれども、それまでの期間の中でどういうことができるのかといったところは引き続き考えていきますけれども、簡単な問題ではないのかなというような認識をしております。引き続き、要請を踏まえて、要請を念頭にやっていくということしか現時点ではお答えするのはちょっと困難かなと思っております。

以上です。

【新美座長】 ありがとうございます。

ちょっと事情が違いますけれども、楽天さんご意見ありましたら、お願いします。

【楽天モバイル（中村）】 弊社も新法対応プランへの移行というのは準備を進めております。弊社特有の事情としまして、MVNOからMNOへの移行もありますので、結果的にそれを促進することで新法対応プランへの移行も進んでいくと考えております。

【新美座長】 ありがとうございます。

それでは、総務省のほうから、今度、どういうふうにお考えなのかということですので。

【大村料金サービス課長】 まず既往契約の件ですけれども、既往契約についてルールの特例を設けた趣旨というのは、新法に適合したプラン、このプランが全てのユーザにとって必ずしも有利になるわけではないということで、それを強要する、全て新法適合のプランに移行しなければいけないとすることはいかがなものかという、そういう制度的なといいますか、法制的なといいますか、そういう観点から、ルールとしてはそういうことにすべきというご議論をいただいて、そうさせていただいたものと考えています。

そういう中で、しかしながら、実際の料金プランについてどうするのか、また、比較をしたときに、新法に適合したプランに移行したほうが有利なユーザはかなりいるのではないかと。そういうユーザについて、きちんと情報をもとに移行していただく、移行を促進していくということは重要ではないかと考えています。具体的にどういうふうに移行を促進していくのか、これはユーザに対してきちんと必要な情報を周知していくということもあれば、一部条件を見直していくというような対応も考えられなくはないということだと思いますけれども、いずれにしてもこのあたりというのは、各事業者において具体的にご検討いただくことなのかなと思っております。6月の要請でも、移行促進のための措置はご検討をお願いしたところですが、今後さらに改正法の施行に向けて各事業者をお願いをしていくことによって、ユーザに混乱がないようにしていきたいと思っております。

また、駆け込み系の話については、広告指定フォーマットのドコモさんからいただいたものであったり、北さんからご指摘いただいたようなもの、さまざまなものが出てきているようですので、個別に個々のものについてどうなのかというのは置いておきますけれども、全体としてそのような事象が出てきているのではないかとされていますので、意図的にやっているものとは思わないですけれども、そういうものが出てくるということ自体が望ましいことではないと思っています。こちらについても、各事業者に個別に、あるいは全体としてきちんとした対応をお願いしていくようにしていきたいと考えています。

以上でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。

では、大橋構成員、よろしく申し上げます。

【大橋構成員】 1つ、まずコメントというか、意見させていただきますが、この事業法の改正に関して、しっかり対応した者が損を見るようなことは極めて理不尽だと思います。そもそも公正な競争を促すための法改正であるから、その法改正が新たな競争のゆがみを生むというようなことがあってはいけないと。そういうものを放置するのはこれまた行政としても極めて罪深いのかなと思うので、ぜひこのあたりはしっかり対応していただきたいというのがまず最初に意見をしたい点であります。

それを踏まえた上で、6月20日の要請に基づく報告の中で気づいたところをソフトバンクさんにご質問させていただきたいんですが、これ、2018年4月を100とした数字が幾つか出ていて、そのうち、端末購入を条件とした通信料金の割引件数と、あと、継続利用を条件とした端末購入者への利益の提供件数、この双方について、ソフトバンクさんはかなり突出した数字なのかなというふうな認識をしています。この数字というのは、10月1日に向けてどの程度落ちていくのかという数字の見込みを教えてくださいなと思っています。

以上です。

【新美座長】 それでは、この点よろしく申し上げます。

冒頭に大橋構成員はいらっしゃらなかったのですが、横田構成員がコメントしたことについてのご質問だと思いますので、まずそれを踏まえた上でソフトバンクさんのほうからご説明いただけますか。

【ソフトバンク（吉岡）】 継続利用を条件とした端末購入者への利益の提供の件数のことについていいますと、もともと弊社ではこれ自体を従来ほとんどやっておりませんでし

た。これ、2018年4月の数字を基準としてどれだけふえたかというふうなことでありますので、もとの件数がとても少なかったのが、最近一部施策をやったのがこういうふうにはね上がって見えているということになります。

【新美座長】 よろしいでしょうか。戻る可能性ですか。

【大橋構成員】 2点あって、その上の数字もあわせて教えていただきたいのと、この数字というのは10月1日に向けてどの程度落としていくのかということです。

【ソフトバンク（吉岡）】 通信料金の割引の件数については、これは10月以降はゼロになります。下のものについても同様です。

【新美座長】 よろしいでしょうか。

【大橋構成員】 はい。

【新美座長】 それでは続いて、大谷構成員のほうが先だったので、大谷構成員、よろしくをお願いします。

【大谷構成員】 どうもありがとうございます。主に事務局で整理していただいた参考資料を見ながら気づいたことを申し上げたいと思います。基本的に意見です。

参考資料を見ていますと、特に広告表示としての顧客誘引の手段、冒頭では店頭広告が基本的に話題となっておりますけれども、先ほど話題となったチラシなどについては、ドコモさんは自主的に事後モニタリングをされているという、よい取り組みをされているかと思えます。やはり顧客誘引の手段は多様でございますので、そのいずれについても漏らさぬ体制を各社とっていただけるようお願いしたいと思います。

それとあわせてですが、これはやはり駆け込みの需要の話を伺っていきますと、特に不当広告の例、ドコモさんなどが出してくださったものを見ていきますと、代理店そのものには、新しい制度についての納得感が十分に行き渡ってないのではないかなという感想を抱かざるを得なかったということでございます。法改正の内容については周知の機会をそれぞれ持っていただき、また、法令遵守の必要性などについては研修の機会をご用意いただいているということですが、法律、なぜこういう制度になっているのかといった基本的な思想という趣旨が十分に伝わるようなご説明を今後とも、これは代理店もですし、広告表示のモニタリングをされている皆様も含めてお願いできればと思っております。

そのために参考になるのは、事務局で用意していただいた資料の中で、駆け込み乱売についての対策を求めている部分で衆参両院の附帯決議が紹介されているところです。改正法の趣旨に反した競争、これは事業者間の競争が行われないようにするとともに、ユーザーに

とってやはり適切なサービス選択が阻害されている現状があるということを踏まえて、それを改めるための法改正であるという原点に立ち返って、その趣旨を理解した対応をとっていただく必要があるものと考えております。

それを見ていきますと、いろいろ駆け込み乱売などに消費者心理も相当揺れ動いてしまうと思いますので、うっかり駆け込んでしまった利用者、判断を迷わされてしまった利用者に対しての一定の救済策が必要ではないかと思っております。これが総務省の側で対策を要請している事項の中では、改正法に適合する料金プランへの移行円滑化という中で一括して語られているところなんですけれども、移行円滑化といっても具体的に何をすればいいのか事業者の皆様にはまだ迷いがあると思われまます。各社から提出された資料を、これ、参考資料1のほうにとじ込んでいただいておりますけれども、ほとんど厚みがないというか、中身がない状態になっているかと思えます。やはり駆け込みを防ぐというだけではなく、うっかり駆け込んでしまったという人をどのようによいプランに導いていくのかといった移行円滑化についての具体的な内容を充実させていただくべく、これからも要請をおそらく総務省でされていくと思えますけれども、具体的な内容を求めていくようお願いしたいと思えます。

それから、3点目となります。今回構成員限りでご用意いただいた実際の数字が非常に示唆に富んだものになっております。先ほど長田構成員からもご指摘のあったドコモさんの資料の8ページで手数料・奨励金のあり方を今後見直すというご表明をいただいたところなんです、今後手数料・奨励金がどのように変化してくのか、それが市場構造にどういう影響を与えるのか見きわめさせていただくためにも、今後もぜひこの実数の提示をお願いしていきたいと思えます。

以上でございます。

【新美座長】 ありがとうございます。

予定の時間を過ぎていますが、市川構成員を最後にしたいと思います。

【市川構成員】 すいません。それでは短く。基本的には長田構成員や北構成員が適切に突っ込んでくださったことで明らかになったと思うのですが、皆さんが「改正法の趣旨を守る」とおっしゃっているときに、例えば今回ですとドコモさんがすごく踏み込んで、経営として、会社としてこの法改正の趣旨にはこのように踏み込んで臨む、だから、先ほどの販売奨励金の話はこうなる、とされました。これはまさにこの場で議論していた、このような競争環境に移していこうというのがこの法の決定だからだ、ということだと思ってお

ります。

ただ、それは他の各社さんも同じだと思っています。ちょっと集中砲火になっていましたけれども、松井本部長がもともとおっしゃっていたように、今後こういう形の競争に移っていくんだということは多分各社さん了解されていると思います。ただ、ここにいらっしゃる方は了解されていると思うのですが、とても大きい産業ですので、きちんと全体に伝わっていかず、どうしても最後になると、これを守っていればいいとか、これはやっては駄目だ、というだけになるというところが問題だと思います、やはりそこが浸透しないと、改正法の趣旨が伝わったことにならないんだらうなと思います。

その意味においては、先ほども総務省のほうからお話がありましたけれども、全会一致で通っていたかと思いますが、この改正法の附帯決議で、移行に関する措置をきちんととれというのは、これは政府に対しての命令になっているはずですので、この必要な措置を講ずるといのはそれほど軽い話ではないと思います。まさに整理されている要請の1とか2などは、そういう競争に向かっていく、先ほど大橋先生からお話がありましたけれども、そこにきちんと合わせていく人が正しいということでこの法律をつくったのだということ、もう一度認識していただければ、ここで議論してきたことが生きるのではないかなというのが1点です。

あと、ドコモさん、ソフトバンクさん、全携協さんの要望にもありましたけれども、移行は、そうはいっても、ものすごく短い時間に物事をドラスティックに変えているのは間違いないので、それに伴う、間に合わないとか、ミスとか、やはりおかしいということは救われるべきだと思います。それに加えて、これも指摘が出ていますけれども、丁寧にウオッチして、これはまずいということに対しては、私は繰り返し申し上げていますが、臨機に総務省のほうで適切に介入できるような体制をとっていただければと思います。

以上です。

【新美座長】 ありがとうございます。まだご質問おありかと思えますけれども、既に時間も過ぎておりますので、本日、改正電気通信事業法の施行に向けた取り組む状況に関する質疑応答は終了したいと思います。

以上で本日のヒアリングは終了ということにさせていただきますが、発表いただいた方々、貴重なご意見ありがとうございました。

本日は、広告関係についての執行状況と、改正法の施行に向けた関係事業者等の準備状況などをご議論いただけたと思います。きょう全てが明快になったというわけではありません。

とりわけ、移行段階の既存契約をどうするのかというのが大きな課題として浮かび上がってきているということでもあります。

これは前々から申し上げておりましたけれども、自動更新というのは本当にそのままそっくり行くのか。やっぱり契約の結び直しなんですね。そうすると、どういう状況で移行させるのかというのは、やはりそれなりの判断をしなければいけない。全く手をつけなくてもいいのかどうかというのは、ここで改めて浮かび上がってきたかと思います。これは大橋構成員がおっしゃったように、極めてアンバランスな状況をつくってはよくないということともつながりますので、今後この問題については、皆様のお知恵をいただきながら、よりスムーズな移行を目指したいと思います。

また、総務省におかれましては、きょう出たご議論あるいは懸念点等を踏まえて、さらに事業者等に対して適切な対応をしていただきたいと思います。

また、この研究会におきましても、今後も必要に応じて総務省や関係の皆様方から状況をお伺いしたり、ご意見を伺ってまいりたいと思いますので、どうぞよろしくお願ひしたいと思ひます。

最後に、事務局から連絡事項等がございましたら、よろしくお願ひします。

【仲田料金サービス課課長補佐】 次回以降の会合につきましては、調整の上、事務局からご連絡いたします。

また、繰り返しになりますが、構成員の皆様におかれましては、構成員限りとして封筒に入れて配付させていただいております資料は、そのまま机上に残していただくようお願いいたします。

以上でございます。

【新美座長】 これにて本日の議事は全て終了いたしました。合同会議、ご熱心なご議論に感謝申し上げます。どうもありがとうございました。

以上