

I C T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15回）

令和元年9月12日

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 おはようございます。事務局でございます。

議事に入ります前に、お手元に配付しております資料について確認させていただきたいと思っております。

本日の配付資料につきましては、議事次第に記載されております資料1から7となっております。

不足等ございますようでしたら、事務局までお申しつけ願います。

以上です。

【新美主査】 それでは、皆さん、おはようございます。本日、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。

定刻となりましたので、ただいまから、消費者保護ルールの検証に関するWG、第15回の会合を開催いたします。

なお、本日は、黒坂構成員はWebを通じての会議参加ということになります。ハイテクを使って会議参加ということになります。それから、木村構成員及び森構成員はご都合がつかないということで、ご欠席の連絡をいただいております。

以上、ご報告させていただきます。

それでは、早速議事に入らせていただきます。

お手元の議事次第にありますように、本日は、第1番目にIoTサービスの進展と消費者保護についてという1つのテーマ、それから、第2番目の議題といたしましては、中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握となっております。この2つに分けて、関係者からのヒアリングを行います。その後に、青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォースにおける検討状況について、事務局からご報告をいただきます。

なお、関係者からのご発表に際しましては、終了予定時刻になりましたらベルでお知らせさせていただきますので、発表される皆様におかれましては、所定の時間内に説明を終えられるようお願い申し上げます。

それでは、議事1のIoTサービスの進展と消費者保護について、まず、事務局からのご

報告をよろしくお願ひいたします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。こちらからご説明を申し上げます。

資料1をごらんください。お開きいただきまして、1ページ目からごらんいただければと思います。

「I o Tサービスの進展と消費者保護」という観点につきまして、まず、このような検討を行うことになった背景からご説明を申し上げたいと思います。上の箱に書いてございます。あらゆるものがインターネットにつながるI o T、モノのインターネットの進展に伴いまして、自動車や家電をはじめとしましたさまざまな「モノ」がインターネットに接続されるようになりまして、いわゆる通信の裾野が広がることが想定されております。

その一方で、今の電気通信事業法上の消費者保護ルールは、携帯電話や固定電話などのいわゆる従来型の通信サービスを念頭に置いて、説明義務等の規律が課されているところでございます。今後、現在想定されていない新たな通信サービスの内容や契約形態等が登場しまして、ビジネスモデルが多様化することも想定されております。

このようなことを背景としまして、I o Tサービスに関して、使われております通信技術やサービス内容などを踏まえ、電気通信事業法上の消費者保護ルールのあり方について整理を行うこととしたいと考えております。

この件に関しましては、本WGの中間報告書でも取り扱っておりまして、そこでは、事業者の皆様や構成員の先生からのご意見として、下に記載しておりますようなことを取り上げさせていただいているところでございます。

まず、電気通信事業者の方からの意見としまして記載しております。I o Tの商品というのは、必ずしもスマートフォンと同じような高いリテラシーが求められるものではない。また、消費者保護、利用者利便、あるいはサービス革新とのバランスがとれたルール設定を検討いただきたい。このようなご意見をいただいているところでございます。

また、構成員の意見として書かせていただいております。1つ目の意見でございます。市場やユーザーのニーズが見えない段階では、余り拙速に規制を考えないほうがよい側面もあり、バランス感を持った議論が必要というご意見をいただいております。

また、一番下のように、イノベーションは阻害せず、一方で安全に使用できるようなルールの整備に向けた議論をしておくべきだとのご意見をいただいているところでございます。

2ページをごらんいただければと思います。このような背景のもとに、具体的な議論に入

る前に、そもそも I o T といふか、現在の消費者保護ルールがどのようなものを対象に適用されるかというところを、一度振り返りたいと考えております。

I o Tに限らずですが、電気通信事業法におきましては、下に書いております 1 から 3 に該当する場合に、おおむね消費者保護ルールの適用対象となっております。詳細につきましては、「電気通信事業参入マニュアル（追補版）」というものがございますので、こちらをご参照いただければと思います。

まず、1 つ目の要件でございます。「電気通信事業に該当するか」ということでございます。ガスや電気など、全く関係ない事業に関しては対象でないということは言うまでもありませんが、自分自身の通信、ホームページの開設やホテルのインターネットサービスのような他のサービスに付随して提供していて、独立した事業として把握できないようなものにつきましては、電気通信事業には該当いたしません。

また、2 番目、「電気通信事業者としての登録・届出を要するか」という要件がございます。これは、電気通信事業を営んでいる場合であって、下に書かせていただいている例外該当しない場合には、電気通信事業者としての登録または届出を要しまして、電気通信事業法の規律が適用されるという要件でございます。この「営む」ということなんですけれども、これは通信サービスを反復継続して提供しまして、その対価として料金を徴収することによって、電気通信事業自体で収益を得ようとしている場合を指すものでございます。

また、括弧書きの中にあるように、名目上、通信サービスの提供で料金を徴収していない場合であっても、実質的に通信サービスの提供で収益を上げているとみなされれば、これは「営む」に該当するものでございます。

下に灰色で「例外」を書かせていただいております。やや詳細な議論なのですが、後ほどの説明にかかわってきますので、ご説明を申し上げます。他人の通信を媒介しない電気通信役務を回線設備を設置せずに提供する場合には、電気通信事業法の規律がおおむね適用の除外にされております。これは、何かと言いますと、電気通信事業者と利用者との間の閉じられた通信、例えばオンラインストレージのようなもの、あるいは天気予報やニュースなどのようにデータを加工、編集して利用者に提供するような場合。この場合には、他人の通信の媒介には該当しないと考えております。

それから、3 番目でございます。電気通信事業法上の消費者保護ルールを適用する対象としては、電気通信役務を指定しておりまして、これに該当するかという要件がございます。下に書いておりますように、携帯電話サービス、あるいは光ファイバーインターネット、

CATV、ISPサービスなど、一部の指定された電気通信役務が消費者保護ルールの適用対象とされております。

また、「例外」とありますように、多くの消費者保護ルールに関しましては、法人契約や都度契約は適用除外としているところがございます。

以上、この3点を満たす場合には、おおむね電気通信事業法上の消費者保護ルールの適用対象となるものでございます。

次の3ページ目は、今のご説明を模式化したものですので、適宜ご参照いただければ幸いです。

また、4ページ、5ページにつきましても、既存の消費者保護ルールを改めて列挙しているものですので、こちらも適宜ご参照いただけますと幸いです。

6ページをごらんください。こちらでは、先ほどの消費者保護ルールの対象を踏まえまして、今のIoTサービスのうちで消費者保護ルールが適用され得るものの例を示しているものでございます。

まず、1番目に書いてございますIoTサービスと云って皆様が思い浮かべるものとしては、例えば家電、エアコンなどを通信端末から制御いたします「スマートホーム」などがございます。こうしたサービスの多くは、Bluetoothや無線LANなどを通じて、家の固定回線に接続されるものが多いと考えております。こうしたものは、単体で独立して通信サービスの提供を受けるものではありませんので、消費者保護ルールの対象とはならない場合が多いのではないかと考えております。

また、下のところに書かせていただいております、IoTサービスの中で、消費者保護ルールの対象となり得るものとしてはどういうものが想定されるかという点、MNOやMVNOの携帯電話、あるいはBWAのSIMカード、通信端末が組み込まれたような機器サービスだと考えております。もちろん、その場合であっても、電気通信事業法の適用が除外されるような自己と他人の通信、あるいは消費者保護ルールの適用除外となる法人契約等に該当する場合も多数存在することには留意が必要だと考えております。

下に具体的な例を3つほど示させていただいております。一番左、コネクテッドカーの例でございます。通信端末を搭載し、インターネットを経由して地図情報や災害情報などをダウンロードする場合。この場合で、SIMカードが刺さっているとか、通信端末が入っているものであれば、消費者保護ルールの対象となり得るものであると考えておりますが、例えば自動車メーカーが用意しましたサーバーから地図情報を取得するのみの場合であれば、

場合によっては自己と他人の通信となる場合もあり、適用除外となる可能性もあると考えております。

また、真ん中に書いておりますようなスマート車椅子の例も示させていただいております。これは、通信端末を搭載したような車椅子で、遠隔から走行した距離やバッテリーの残量などを確認できるものがあると考えております。これも、SIMカードが刺さっているようなものであれば、消費者保護ルールの対象となり得るものですが、例えば走行距離がグラフ化されていたり、バッテリー残量が絵で見られる場合など、情報の加工が行われているような場合には、自己と他人の通信、すなわちメーカー側と利用者さんの通信になりますので、消費者保護ルールの適用にまで至らないと考えております。

一番右、ロボットペットの例を示させていただいております。最近のロボットペットには通信端末を搭載しているものなどもあると考えておまして、例えば搭載されているカメラから写真や動画を撮影しまして、クラウド上にそのデータをアップロードして、飼い主の携帯電話などから見られるような場合があります。このような場合には、飼い主とロボットペットの他人と他人の通信に該当し、場合によっては消費者保護ルールの適用対象となるのではないかと考えているところでございます。

このように、今の消費者保護ルールの適用対象になるようなIoTサービスは、今のところは限定的ではあるのですが、今後増えていくことを想定しているところでございます。

次のページをおめくりください。7ページでございます。このような整理を踏まえまして、これからどのようにこの課題について検討していくかということを示させていただいているページでございます。

上の箱に書いております。今の消費者保護ルールは、あくまで通信サービスの提供に関する契約の締結に着目しております。その一方で、通信サービスがあくまで商品の販売に従属し、契約の内容としても商品の販売契約が主となる場合には、現在の消費者保護ルールをそのまま適用することがそぐわないという場合も想定されるのではないかと考えております。

その一方で、商品の販売契約が主になってしまった場合には、利用者が通信契約を締結しているという事実自体が十分に認識できない場合も想定されまして、こうした場合には、むしろ丁寧に提供条件の説明などを行うべきという考え方もあり得るのではないかと考えております。

このように考える上で、では、これからどのように検討を進めていくのかという例を下に掲げさせていただいております。

まず、商品に従属する通信サービスの提供条件が単純な場合には、利用者が通信サービスの契約内容について詳細にまで認識していなくても、利用者の利益の阻害がされにくい可能性があるのではないかと考えております。

具体的に申しますと、毎月の通信料金を全く支払う必要がないI o Tサービス、あるいは通信品質がサービスの内容に大きな影響を与えないようなサービスにおきましては、利用者が通信料金や通信品質につきまして、詳細にまで理解していない場合であっても、当該利用者の影響は限定的になるものと考えられます。例えば提供条件のうちの料金の複雑さや通信品質の程度というものに着目して消費者保護ルールの適用の可否を検討することもできるのではないかと考えております。

その一方で、上の2番目に関連する話ですが、I o Tサービスにおいては、利用者のデータが収集・利用される可能性もございます。このような場合に、利用者がそもそもこういうサービスが通信であることも認識していない場合には、こうしたデータの収集・利用について十分に認識できない場合があると考えております。これは、もちろん個人情報保護法など、他方で保護されたり、あるいは利用規約などで確認される場合もあるかと思いますが、そうだとすると、利用者が認識する取っかかりがなくなってしまうという可能性があるため、この部分は十分に留意する必要があるのではないかと考えております。

このようなものを踏まえまして、検討方法の方向性のアイデアを下に2つほど示させていただきます。

1点目、上のような検討例の着眼点を持ちまして、I o Tサービスの内容、あるいは契約形態の分類を行い、それぞれの分類に応じて、それぞれの消費者保護ルール、提供条件の説明や書面交付義務などがございますが、こうしたルールに関して適用の可否を検討することが適当ではないでしょうか。

2点目、この際であっても、上のような検討に基づいて消費者保護ルートを緩和する場合でも、利用者が通信サービスを締結しているということにつきましては、最低限、丁寧に説明する必要があるのではないかと考えております。

以上が検討方法の方向性のアイデアとして示させていただいているものでございます。

説明は以上になります。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、これに関連しまして、ヒアリングに移りたいと思います。株式会社ソラコムの高橋様からご説明をよろしく申し上げます。

【ソラコム（高橋）】 おはようございます。株式会社ソラコムの高橋と申します。皆様  
よろしく申し上げます。

本日は、お話しさせていただく機会をいただきありがとうございます。2ページ目に、簡  
単ではございますが、我々の会社概要を記載させていただいております。私ども株式会社ソ  
ラコムは、2015年9月にサービスを開始させていただいたんですけれども、いわゆる  
IoT、M2M向けに特化した通信プラットフォームサービスの提供を主にビジネスとし  
てやらせていただいております。

3ページ目、我々の事業の特徴なんですけれども、従来ですと、いわゆるMVNOといっ  
たものに参入するためには、携帯電話のポケット交換設備やプラットフォーム設備、ハード  
ウェアで買ってきて、自身で運営するということが必要だったと思うんですけれども、我々  
自身がソフトウェアという形で開発し、自分たちでプログラムを書いて、それをAWS、  
Amazon Web Servicesのクラウド上で展開することで、サービスのコ  
ストを下げたり、お客様のご要望に応じてスピーディーに開発ができる。そういったプラッ  
トフォームを提供させていただいております。

セルラー、いわゆる携帯電話以外にも、LoRaWANやSigfoxと呼ばれるような  
省電力で長距離通信が可能な新たな無線通信技術も、あわせて我々はプラットフォームと  
してご提供させていただいているところでございます。

4ページ目に進ませていただいて、近年、我々のサービスをご利用いただいている、特に  
法人のお客様では、IoT、M2Mの事例はふえております。

左上からご紹介させていただくと、いわゆる商用車、バスや営業車両の位置情報、動態管  
理のサービスや、例えばこの事例で申し上げますと、遠隔地から踏切の画像を動画で見  
ることができるような遠隔監視のサービス、あと、最近ふえてきているのはQR決済をはじめ  
とした決済端末。移動するもの、屋外で使うものでも、そういったコード決済やクレジット  
カード決済を行えるような決済端末に使われていたり、左下、新たに何か配線設備といった  
ものを置くことがなかなか難しい工場の機械設備の状況を見たい、工場のデータを取りた  
いといったものに使われていたり、農家のハウスの温度情報をとったり、そういったところ  
で我々のサービスを多くご利用いただいております。

5ページ目に続くところなんですけれども、特に最近、一般消費者様向けに我々のサービ  
スを1回仕入れていただいて、それを自身のハードウェアやサービスとあわせて、従来です  
と法人様向けに提供していたものを、最終利用者様、コンシューマー様向けに対して提供さ

れるという事例もふえてきております。

左上のほうからご紹介させていただくと、左上はポケトークというところで、翻訳機ですね。旅行に行かれた際や昨今ですとインバウンドで日本にいらっしゃる方も多くございますので、例えば地方の商店の方が観光客の方がいらっしゃる際にスムーズに対応できるような形でこういったものを利用して、翻訳機としてご利用いただいたり、ペット向けのモニタリング、位置情報や心拍を見たりというモニタリングサービス、あと、パーソナルモビリティ、いわゆる電動車椅子でバッテリー残量を見たり、メンテナンスの状況を見たりというもの。右上はペットロボットですね。そういったところのステータスを見たり、左下はメルチャリ様の事例になりますけれども、いわゆるシェアリング自転車の位置情報、バッテリーを見たり、これは日本の事例ではないんですけれども、その次で言うと腕時計の中に通信機器が入っていて、例えば転倒や非常事態が起こったときに通報できるようにするものにご利用いただいていたたり、あとは高齢者様の排泄予知も機器に組み込まれていたり、右下は電球ですね。電球に通信モジュールが入っていて、例えばトイレにこういった電球を刺していただくことで、24時間以上電球がつけっ放しになっていた、もしくは24時間に1回も電球が点灯しなかったといったときに、ご家族の方にそういった事象が起こっていますよということが通知されて、緩やかな見守りのために使われるような機器に我々のサービスを組み込んで、エンドユーザー様に提供されているという例がございます。

6 ページ目をめくっていただいて、先ほど事務局様のご報告の中でもありましたように、事業形態としては、我々自身は通常パートナー様、我々から見たご契約者様に対して通信を提供させていただいた上で、パートナー様からエンドユーザー様に対してサービスが提供される形になります。当社自体は、もちろん通信事業者ですけれども、我々から卸しとして提供させていただいた上で、パートナー様がエンドユーザー様に提供されるビジネスモデルによって、先ほどご説明いただいたような電気通信事業の届出・登録の要否が異なるということになっております。

6 ページ目は、いわゆる従来からあるような内線電話や普通にユーザー様同士が通信いただくような形で、これは利用者様にとってみれば、もちろん登録・届出は不要のビジネスモデルでございます。

7 ページ目になるんですけれども、先ほど事例でも見ていただいたような、我々の通信サービスを組み込んでエンドユーザー様に提供されるビジネスモデルにおいては、上のようなモデル、下のようなモデル、どちらもありますけれども、それぞれによって、実は登録・



届出の要否が異なるということになっています。

先ほど事務局の方からもご説明をいただいたところですので、詳細については割愛させていただきますけれども、例えば上のモデルについては、カメラ画像を一定間隔ごとに静止画を蓄積しておいて、それを一覧化して見せる場合には登録・届出不要なビジネスモデルになるでしょう。下のほうで言うと、例えばリアルタイムで監視カメラの動画を見たいですという場合には、恐らく事業法上の解釈としては、登録・届出を要する電気通信事業に当たるのかなと考えております。

8ページ目に進んでいただきまして、IoT事例は非常にふえておりますけれども、現状の状況としては、我々の事例の中で言うと、電気通信事業の登録・届出が不要なビジネスモデルが非常に多いかなというところが、今現在、我々の肌感覚としてはございます。

例えばお子様や高齢者様の見守りサービスとして、GPSデバイスを使って、その会社様がエンドユーザー様にサービス提供します。ただ、やはりエンドユーザー様からすると、端末を買ってきて、通信サービスは別の会社と契約をしてといったところは、非常に負荷が高い形になりますので、一括して買いたいというところはニーズとして多くございますので、A社様から一括してご契約される。そういったビジネスモデルの場合には、登録・届出不要なビジネスモデルに当たるようなものになっております。

9ページ目に進んでいただいて、現状、我々の中でも電気通信事業の届出・登録をした上でエンドユーザー様に対してサービス提供させていただいている方ももちろんいらっしゃいます。ただ、コンシューマー様、一般消費者様に対して最終的に提供される商品、サービスで登録・届出に当たる形態というものは、まだそれほど多くないのかなと思っております。

ただ、今後、通信やサービスが高度化されるにつれて、以下のように登録・届出が必要なビジネスモデルの通信もふえていくのかなと思っております。例えばペット等、自宅の見守りサービスで、動画をリアルタイムにエンドユーザーさんに見せたいです。そこをワンストップで回線、端末、サービスをセットにしてエンドユーザー様に提供したいですといったときには、我々から見たご契約者様、A社様は、登録・届出が必要な電気通信事業に当たると考えております。

10ページ目に進んでいただいて、やはり多くのプレイヤー様が、例えば車についてもシェアリングビジネスがふえてきているように、我々のお客様であるメーカー様も買い切り型から継続型、サブスクリプション型のビジネス志向になりつつありますし、製造業様も、そういったモデルに対応されることを意図されております。したがって、本業が通信で

はないプレイヤー様が通信サービスの提供主体となって市場に参入する希望や事例がふえております。

特に最終利用者様がコンシューマー様向けの商品の場合には、サービスを個別に契約することは非常に負荷が高いため、一括してワンストップでご契約したいというところがエンドユーザー様のご希望としてもございます。そういった場合には、初期の一定期間の利用料金をあらかじめ端末とセットにした上で販売をして、例えば2年分使い切ったら、その先は継続課金を個別にしてください。そういったモデルで提供されるということも多く工夫されているところでございます。

こういった、いわゆる本業が通信ビジネスでないお客様がふえてきているところと、現状、ハンドセットベースで設定された制度がアンマッチになってしまうケースが今後ふえていくかなと思っております。

11ページ目に進んでいただいて、9ページのように登録・届出が必要な電気通信事業の場合には、事業者様、我々のご契約者様、最終コンシューマー様に対してサービス提供される事業者様は、幾つか義務がございます。特に以下のような消費者保護ルールについては、サービス提供者様、また、そのサービスを受けられる消費者様、それぞれに課題があるかなと考えられる事項がございます。

1つは、例えば提供条件の概要説明というところで、実際に販売される方が、そのサービスを提供される方と異なるというケースも多くございます。例えば量販店様や電気店様で一般のコンシューマー様にメーカー様の商品が販売される際に、やはり皆様、売られる方も通信サービスの専門性が低いところで売られるというケースもふえてきますので、そういったところで適切に提供条件を説明するというところが、それなりに負荷になるかなと思っております。

また、一般の消費者様も、そういったところをどれほど期待しているかというところの差が、今後、課題になるかなと思っております。

また、中古の流通や二次流通というものも場合によってはあるかと思うので、そういったところも課題になるかなと思っております。

あとは、初期契約解除制度というところもあるかなと思っております。我々のお客様の事例の中に、ウォーターサーバーに通信を組み込んで、水がなくなってきたら新たな水のボトルが届きます。そういったものをビジネスされている方がいらっしゃいます。そのビジネス自体は、現状、登録・届出が不要なビジネスモデルと認識しておりますが、仮に登録・届出が

必要になった際に、初期契約解除制度を適用したとして、通信サービスだけを解約したとしたら、エンドユーザー様が最終的に何をすることができるのか。通信ができないウォーターサーバーが残ります。本来で言うと、水が減ってきたら補充されるというところが製品の特性なんですけれども、そこが失われるというところが若干アンマッチになるところかなと思っております。

12ページ目にまとめさせていただいております。我々自身は通信事業者ですけれども、制度自体はハンドセット・データカードの観点での消費者保護ルールが多くあるところが、今後、通信事業者様以外が展開されるビジネスとアンマッチになってくるというケースがあるかなと思っております。そこが、今後非常にふえてくるかなと考えておりますので、我々としては、より多くのプレイヤー様が利便性の高いサービスを適切なコストで提供できるように配慮いただければなというところが希望でございます。

以上となります。ありがとうございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、第1の議題についての質疑応答に移りたいと思います。ただいまの説明に対しまして、ご質問、あるいはご意見ございましたら、自由にご発言いただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

では、近藤さん、お願いします。

**【近藤構成員】** 老テク研究会の近藤でございます。ソラコムの方の説明、大変興味深く拝見しました。

今、私は遠距離介護をしている嫁だったんですが、今は施設に入りまして、空き家の見守りが私のミッションで、田舎に空き家のある都会に住んでいる人たちが日本中でたくさんいると思います。今、何に困っているか。害虫の駆除です。ネズミ、イタチ、そういったものの被害で、おうちにたまにしか帰らない。

この間、消費者保護と個人情報保護というのは、また別の問題だということは理解するんですが、そういうおうちの見守りみたいなことをやるのは、今は水道事業者さんとか、いろいろな人たちが入ってくるんですけども、ソラコムさんが想定していらっしゃるの、駆除の会社がIoT見守りサービスみたいなものを設置すると、こういうもろもろの指摘されたような問題が発生しますよねというモデルの理解でもいいんでしょうか。

**【ソラコム（高橋）】** ありがとうございます。

そうですね。我々から見ると、恐らく駆除をされる会社様がエンドユーザー様に対してサ

ービス提供される形になり、かつ、例えばそれが動画で様子が見られるということになると、その駆除をされる会社様が届出・登録が必要な通信事業者に当たる形になると思いますので、駆除をされるようなサービスを提供される会社様が適切な提供条件の説明をエンドユーザー様にされた上で、そういったサービスや機器をエンドユーザー様に提供する必要があります。駆除を提供されるような会社様は、恐らく通信事業が本業ではない会社様になると思いますので、そういった方々が電気通信事業のルールに基づいた説明をするということとはなかなか難しいところがあると思いますし、エンドユーザー様が期待されるサービスの内容は、恐らく通信そのものというよりは、今、近藤様がお話しされたように、ここに害虫が来ていないかなとか、様子を知りたいということがメインの期待する効果だと思うんです。そこと法制度上、義務が課されている通信サービスの内容を説明するというのが、本当に一致するのかなというところが、恐らく今後課題になるのかなと思っています。

【近藤構成員】      ありがとうございます。

私が言っているのは、要するに遠隔監視ですよ。ビルは企業がやっつけていっちゃう。これからは、個人も離れた自分のおうちを監視しなければいけないわけなのですが、そういうときに、消費者側はソラコムさんのサービスだとすると、消費者にあなたが理解してほしいと思うことというのは、一番何が心配ですか。

【ソラコム（高橋）】      我々自身は通信事業者ですので、駆除をされる方に対して通信サービスを提供するので、通信の内容を説明します。ただ、法制度上課されている説明が必要な項目と、エンドユーザー様が期待する便益というものが、説明義務を果たすことでエンドユーザー様が正しく提供されるサービスとイコールというか、そこが提供されるサービスの内容と通信サービスの内容が一致しないケースがあるのではないかとこのところを気にしています。

【近藤構成員】      そうですね。つまり、リテラシーがものすごくギャップがあるので、ぜひわかりやすい言葉でご説明いただくようお願いいたします。

【ソラコム（高橋）】      そうですね。はい。

【近藤構成員】      ありがとうございます。済みません。

【ソラコム（高橋）】      おっしゃるとおりで、一般の商習慣としてはそのとおりだと思いますが、そこに通信の法制度としてギャップが出てくるのかなと思います。

【近藤構成員】      ありがとうございます。

【新美主査】      では、北さん、よろしくお願ひします。

【北構成員】 ご説明ありがとうございます。

ソラコムさんにすべき質問ではないかもしれませんが、5ページを見れば、コンシューマー製品に通信が埋め込まれたサービスがどんどん出てきているわけですね。

ポケットークはかなり売れているわけですがポケットークに限らず実際に消費者保護上の問題が起こったとか、あるいは消費者トラブルが既に総務省や消センに入ってきているかどうかということ、わかる範囲で教えていただきたいです。

今、スマホでポケットークの価格料金料金を見てみたところ、すごく複雑で、2年間分の通信料金が2万9,880円に入っていて、2年たったらWi-Fi環境では使えます。そのまま使いたいなら1年ごとに5,000円追加です。さらに、グローバル通信なしタイプはもう少し安いですが、1日何メガバイト以上使ったらどうこうとか、かなりスマートフォンのプランに近いもので、販売の現場でどういう説明がされているのだろうと、既に心配になってきています。おわかりの範囲で教えていただければと思います。

【ソラコム（高橋）】 そうですね。我々が直接サービス提供させていただいているところではないということで、聞いている範囲ですとか、そういった一般的な範囲で、例えばシンプルにわかりやすい例で言うと、使いたい場所で電波が入りませんというところは、恐らく一番出てくるかなと思います。これも、逆に言うと、我々は直接ではないので聞いた話にはなりませんけれども、一般的には法制度というよりは、商習慣の範囲内で、例えば返品を受け付けるといったところを掲げている事業者様というか、メーカー様、サービスプレイヤー様が多くいらっしゃるのかなと思っています。

後半の例で申し上げますと、どちらかというところと一般消費者様がわかりやすいという観点で通信サービスとデバイスとをセットにした上で、一般的な利用の範囲内では、要はこれでおさめますよという観点で通信に条件を設けている。例えば1日24時間、その通信費用がインクルードされているからといって、ずっと1日24時間、環境音も含めて翻訳してしまうという形になると、やはりサービス提供者様からすると、最終的には、実は我々通信事業者であるソラコムに対して通信費をいただく形になるわけですが、その通信費用が高額になってしまっていて、エンドユーザー様に対して適切な価格帯でサービスが提供できなくなるというところで、いわゆる一般的な利用の範囲内でおさまるという観点で料金設定をされているというところかなと理解しています。

先ほど、2年分を端末購入時にバンドルして、その先についてはオプションとされているもの、月々の支払いがハードルになるので、最初のご購入時に通信の契約も含め

て購入された上で、それを継続して使われたい場合には、そこに対するオプションを提供されているところかなと我々としては理解しています。

ちょっとお答えになっているかどうかわかりませんが、ご参考になれば。

【北構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 ほかに。では、石田さん、どうぞ。

【石田構成員】 ソラコム様のお客様である事業者が、これから何か始めるという場合に、ソラコムさんから利用者の方に、こういう点に注意したほうがいいのか、例えば表示とか注意点などを説明するということはあるのでしょうか。

【ソラコム（高橋）】 ありがとうございます。

我々としては、約款上は再販を許容している形になるんですけれども、そこが電気通信事業の登録・届出に当たる場合には、契約者数報告等の関係もありますので、我々に対して申請をさせていただいた上で、サービスを提供してくださいというところをお願いしております。

その上で、実は今日の資料で言うと6ページや7ページにあるような、そもそもそのプレイヤー様がエンドユーザー様に対して提供されるサービスが登録・届出が必要ですか、不要ですかというところを、まず認識していただく。通信をエンドユーザー様に提供する内容によっては、あなた方は通信事業者としての振る舞いが必要になる場合がありますというところを、我々としてはそういったビジネスを志向されるお客様に対してご説明させていただいた上で、必要によっては各地の総合通信局様に対して登録・届出が必要かどうかをご相談くださいとガイドさせていただいているところでございます。

その上で、登録・届出が必要なものについては、事務局様の資料にもあったように、こういった義務があるので、そこを踏まえた上でエンドユーザー様に対してサービス提供してくださいというご案内を我々としてはさせていただいているところでございます。

【石田構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 ほかに。では、黒坂さん、どうぞ。少し時間差があります。どうぞ。

【黒坂構成員】 聞こえますか。

【新美主査】 はい。

【黒坂構成員】 済みません。今、ヨーロッパにおりまして、大変皆様にはお手数をおかけしておりますが、テレワーク推進の一環ということでご容赦いただければと思います。

聞こえるかな。

【新美主査】 大丈夫です。

【黒坂構成員】 大丈夫ですか。ちょっと回線状況が余りよくないかもしれないので、済みません、質問というよりは、意見を述べさせていただきます。

まず、総務省、事務局の皆さんに整理していただいている考え方、すなわち媒介があるのか、ないのかという視点であるとか、あるいは法人契約のように約款に基づかないようなサービスを対象としているのかといったあたりで、電気通信事業法における消費者保護ルールが適用されるかどうかということ判断していくという1つの線引きといいますか、考え方として整理していくということについては、私は妥当だと思っております。比較的今の視点というのはわかりやすいかなと思います。

一方で、考え方としては、理屈を整理すれば、なるほど、そうだねという話だと思うんですが、実際のサービスはどんどん込み入っていくことが想定されているというか、もう既にそういう議論に先ほど来、入っているのではないかなと思っています。ですので、この後、この議論を深めていくに当たって、これができるかどうかということはあるんですけども、いわば事例集のようなもの。具体的なサービスを想定したり、実際のサービスを取り上げた上で、これは電気通信事業法の消費者保護ルールの範囲の中ですよ、あるいは範囲の外側ですよ、あるいはほかの規律の中で消費者保護が考えられている、配慮されているものであるというような整理ができていくようなケーススタディーといいますか、ケースの積み重ねがどんどんできていくと、事業者の皆さんであるとか、あるいは消費者の皆さんであるとか、自分はどこを問題にすればいいんだろうか、誰に相談すればいいんだろうかということがはっきりしていくかなと思います。そういったことが、今後できないだろうかということ少し感じたというのが、まず1点目の意見です。

もう一つは、先ほどポケットークの話がありましたが、今の話にも若干関連するんですけども、ポケットークそのものが提供している便益というのは、必ずしも一般的な約款役務のような通信サービスではないにせよ、例えば、先ほどご紹介いただいたような料金構造、すなわち通信料金を一部消費者に転嫁するような形でビジネスモデルが組まれている。それを消費者が容易に想起できるというものについては、少し議論が必要になってくる場所があるのかなと感じました。

なので、先ほどの整理は、もちろん礎として重要だと思いますし、それをさらに理論的に深めていくということが必要なんですけど、もう一つ、消費者からの見え方。通信サービスを使っていて、なおかつ通信料金の任を受けているというものについて、どう考えていくのか

ということは、少し議論しておいたほうがいいのかと感じた次第です。

ちなみになんですが、別にこれは変な意味でまぜ返すつもりはないんですけれども、たまさか、今、私はヨーロッパに出張しておりますが、ストックモバイルというソラコムさんが技術的に協力されていらっしゃるeSIMでのローミングのサービスを使っておりまして、大変快適に使えております。これも、ソラコムさんの技術が非常に汎用性が高いということの1つの証明かなと思っておりまして、恐らく今後、ソラコムさんご自身も想定し得ないさまざまなユースケースが出てくるのではないかなと思います。

ですので、ソラコムさんだけに責を負っていただくということではなく、その上でさまざまな事業を展開されようとする方々のサービスの具体を見ていった上で、少し手間がかかったり、議論が生じたりするかもしれませんが、当面、この後市場が発展していくという意味で言うと、ケースを1つ1つ追いかけていくということが必要なのではないかなと思った次第です。

**【新美主査】** よろしいでしょうか。よろしいですか。はい。ありがとうございます。

コメントをいただきましたが、それについてソラコムさん、何かつけ加えることはありますか。

**【ソラコム（高橋）】** ありがとうございます。特にございません。

**【新美主査】** わかりました。

それでは、横田さん、お願いします。

**【横田構成員】** 黒坂先生が既にご指摘のところと少し重なるのですけれども、今回考えなければいけないのは、総務省に整理していただいた2ページ、3ページにある3つの要件ですね。電気通信事業に該当するか否か、登録・届出を要するか、届出を要するよう見えても自社間通信で該当しない場合に当たるのかどうか。最後に、我々が今まで議論してきた消費者方向ルールに該当するかどうかなんです。

念のために確認なんですが、(3)は指定役務ですので、まさしくハンドセットや、ハンドセットではないにしても、固定通信についてのものを今まで検討してきた。その中には、先ほどから話題になっておりますポケットクさんのように、通信料金が消費者に一部転嫁されているとか、あるいは通信が使用したいときに常時使えることが前提になっているものであるとか、幾つかハンドセットと類似している性質を持っているものがあり得るので、どうするかという議論がありえます。

ただ、他方で、全然類似していない製品・サービスであるにもかかわらず、フルセットで



これらが全て適用されてしまうおそれもあります。ご指摘のとおり、ハンドセットとは全然違うのに、なんでこんな説明をしなければいけないのかという話になりかねない。ということで、まずは、今までのルールがどのような危害で、何に対して防御するために組まれているものなのかということをもう少し詰めて考える必要があると思います。

そのときに、まさしく、先ほどご指摘になったようなユースケースに即したリスクのあり方とか、それに対する統御が、今現在、これはあくまで電気通信事業法での制御のあり方ですけれども、恐らくは特商法であるとか、あるいは個人情報保護法であるとか、ほかの法律で対応されているものと、それらに落ちてしまうものがあるということを一度整理しないと、やり過ぎとやらの過ぎ、両方が発生するのかなということをおもいました。

【新美主査】      ありがとうございます。

時間も余りありませんので、今日は1つのスタートアップとしてのブレインストーミングをしていただいたということで、今後、こういった議論は深めていきたいと思っています。

なお、今、横田さんがおっしゃったように、消費者保護ルールもいろいろな局面を想定して、幾つかの義務を課している。これを、オール・オア・ナッシングでやるというのはちょっと考えられないので、個別のIoTの種類に応じて、この義務は外してもいいですよとか、そういう議論にもなっていくのではないかと思います。その辺は、今後、慎重に議論していきたいと思っています。

と同時に、横田さんがおっしゃるように、特商法でクーリングオフや何かがかかるのはごく限られた商品ですので、通信が絡む場合の初期契約解除制度というのは、そういった意味では商品の種類にはならない。その点も考えていかなければいけないだろうと思います。

それから、これは最高裁の判例なんですけれども、パッケージになっているんですね。商品と通信サービスがパッケージになっていて、通信そのものについては明白な対価性がないというけれども、これは通信がなかったらどうなるの。商品としては不可欠なサービスになります。そうすると、対価の算定において、そんなに大きなウエートを占めていないけれども、商品の特性としては必要不可欠なもの。そういう場合に、どこまで消費者保護ルールの中でどれをどう見ていくのかというのは、慎重に議論していかなければいけないと思います。

今日は、我々の議論を進める上では、非常に有益な情報をいただいたかと思っています。どうもありがとうございます。

それでは、この問題については、今後の議論の中でさらに生かしていくということで進め

たいと思います。

次に、議事の2でございます。中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について、本日は、MNO 3社さんからヒアリングを行いたいと思いますが、その中間報告書の概要について、まず、事務局から簡単にご説明をいただきたいと思いますが、よろしくお願ひします。

**【梅村消費者行政第一課長】** 事務局でございます。資料3をお願いいたします。こちらは、今年の4月17日に取りまとめいただきました中間報告書の資料でございます。

1枚おめくりいただきまして、1ページ。こちらに概要を記しております。この消費者保護WGにおきましては、2015年の消費者保護ルールの実施状況と評価を行い、中間報告において、まずは、その制度導入移行の苦情相談の減少、初期契約解除の実施等、制度導入の一定の効果が認められるとした上で、一方で、F T T Hの電話勧誘、携帯電話の店舗に起因する苦情などが依然として高い水準にあるなど、さらなる取り組みが必要という整理をいただきました。

そのさらなる取り組みの1つが、1月に取りまとめいただいた緊急提言でございまして、こちらにつきましては、シンプルでわかりやすい携帯電話に係る料金プランの実現、販売代理店の業務の適正性の確保ということで、電気通信事業法の改正につなげ、10月に施行を予定されているところでございます。

もう一つの取り組みが、この中間報告でまとめていただきました個別の論点でございます。こちらは、具体的には携帯電話契約の理解促進と負担軽減ということで、①携帯電話の料金プランの理解促進。こちらは、拘束期間の支払総額の目安の提示などが含まれているものでございます。②が手続時間等の長さへの対応。③が広告表示の適正化。そして、④が不適切な営業を行う販売代理店等への対策。そして、保護の強化が必要な利用者への対応としまして、⑤の高齢者のトラブルへの対応。⑥の法人契約者のトラブルへの対応。そして、⑦その他を挙げていただいたところでございます。

今回、MNO 3社からの進捗のご報告ということで、この①、②、⑤、そして、その他の中の青少年フィルタリングや在留外国人に対する取り組みの進捗についてヒアリングさせていただくこととしております。よろしくお願ひいたします。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、ヒアリングに移りたいと思います。

まず最初に、株式会社NTTドコモの田畑様からご説明をお願いします。

**【NTTドコモ（田畑）】** ドコモでございます。中間報告書に盛り込まれた事項に関し

て、弊社の取り組み状況について、資料4でご説明いたします。

おめくりいただきまして、目次ですが、本日はこの5点についてご説明をいたします。

次、2ページでございますが、これは、昨年11月の消費者WGで説明させていただいたスライドでございます。手続時間が長くなっていること。これに対して、取り組みを講じていきますというご説明でございました。次のページで、この状況についてご説明いたします。

3ページですが、対策を1から4つやっております、まず、対策の1でございますが、来店予約の拡大。これは、手続のうち8割を予約によって承るということを実施していくものでございます。今年度末目標は1,000店舗で実施するところで、現状において800店舗ほど、これが実施できているところでございます。

対策の2は、説明分散ということで、事前にご説明すべき事項をお客様にご確認いただいて、チェックシートで説明の要否を記入していただいて、実際のところ、「要」としたもののだけを手続の中でご説明するというものでございます。これについては、500店舗から始めまして、優良な店舗については、これを実施するというところで、今取り組んでいる状況です。来店予約との連携を今後考えております、これについては、次のページでご説明いたします。

対策の3番ですが、初期設定の専門スタッフの配置です。お手続とは別に、スマホの設定であるとか、データの移しかえとか、少し時間がかかることで、別のスタッフでそれを切り分けてやっていこうという取り組みでございまして、これは50店舗からスタートしまして、目標1,000店舗のうち、現状では700店舗ほど、そういったスタッフを配置しているところでございます。

対策の4つ目、スマホ教室。これについては、既に延べ300万人ほど受講していただいております、引き続きやっていきたいと考えております。これらの取り組みを通しまして、一番右下でございますけれども、待ち時間と対応時間、トータルで2018年実績の約半分に今年度中に持っていきたいと考えているところでございます。

おめくりいただきまして、4ページです。先ほど申し上げました説明分散の件でございますが、追加の取り組みとしまして、来店予約との連携を実施したいと考えております。具体的には、左の絵にありますが、Webで重要事項の確認を動画などでしていただく仕組みは既にごございますが、その上で、チェックシートをご用意しまして、お客様でそこを記入していただくということと、来店予約をしていただくということのセットで、来店後、チェックしていただいた項目に応じて説明を実施するというところで、従来は来店していただいた待

ち時間の中でこの動画等を確認していただいて、チェックシートに記入いただいてということでしたが、これは来店予約を推進している観点から、そこにも連動させて実施していこうと考えているものでございます。これを来月10月からドコモショップ全店舗にて開始する予定でございます。

おめくりいただきまして、次、5ページです。2つ目の料金プランの理解促進のための取り組みについてご説明いたします。

6ページでございます。既にこれは先日の合同会合でもご説明した内容でございますけれども、弊社の分類別の新料金プラン、ギガホ、ギガライトについては、6月から提供しております、これについて周知を図っております。加えまして、店頭でも料金相談フェアを実施しておりますし、料金シミュレーションも実施しているところでございます。

今回の改正法につきましても、適合プランについては現在検討中でありまして、提供に当たっては適切に対応していく考えでございます。

おめくりいただきまして、7ページです。総額表示の件でありまして、左側にありますのが、新規のご契約時の総額表示の件でございます。来月の10月の受付をする分から総額表示できるようにしております。

それから、自動更新の際にも、契約期間満了のご案内メールに追加しまして、総額表示のリンクを張る形になりますが、そのリンクを張ったURLを押していただきますと、総額表示が出る仕組みです。これについては、少し遅れますが、来年の2月更新のお客様、つまり、事前に1月に送付する分からこういった対応が実現できるという予定でございます。

続きまして、8ページで、高齢者への丁寧な対応の状況でございます。

9ページをごらんください。これらは、昨年の秋から店頭のポスターをはじめ、重要事項説明書の中でも、ご高齢の方についてはご家族ご同伴でいらしてくださいということなどのご説明に努めてまいりました。その結果の状況を、途中ですが、次のページでご説明いたします。

10ページの左側でございますが、まず、お客様の対応状況。これは、ドコモショップでございますが、80歳以上のご高齢の方に対してどのような状況になっているかということです。前ページでご説明した取り組みの結果としまして、ご家族同伴でいらした方が半分以上、56%いらっしゃったということと、ご家族同伴ではございませんでしたが、ショップ店等からご家族の方へ電話で連絡をとりまして、ご契約内容をご確認していただき、ご同伴と同じような効果が得られる対応の中でご契約いただいたことについても9%ありまし

て、ここで足して3分の2程度ということでございます。

不同意で、ご理解いただけずにご同伴いただけなかったような、結果としてお一人でご契約いただいた方が4分の1程度いらっしゃったということです。

「再来店」とありますのは、一旦そういう取り組みをご説明して、家族同伴でいらしていただきたいということをお願いしたところ、一緒に来ていただけませんでしたけれども、ご家族から理解を得ているということで手続に至った件も1割弱でございます。そういった状況の中で、苦情の発生状況。右側になりますけれども、80歳以上の方の苦情に占める割合については、クォーターごとに示しておりますが、右肩下がりの低減傾向ということでございます。

続きまして、11ページ、今度は青少年フィルタリングの取り組みについてご説明します。

12ページになりますが、青少年のフィルタリングの利用の推進については、環境整備法の義務の確実な履行としてやっております。具体的には、利用者確認、フィルタリング説明、フィルタリング設定について、ツール類も充実させながらしっかりやっているところでございます。あわせて、ケータイ安全教室も、従来からやっておりますが、その中でも力を入れて引き続きやっているところでございます。

13ページをごらんください。そうした中で、さらにフィルタリングの利用率を上げるために、お客様に対して新たな選択肢として、iOSのスクリーンタイムを高校生プラス相当として新たに提供するというを10月から予定しております。これは、右側にありますように、昨年の安心協の取りまとめにおきましても、従来の安心フィルタだけでなく、OSのフィルタリングなども、さらに利用率向上に向けては有効ということもありまして、ここをお客様に選択肢として提供するものでございます。

続きまして、14ページですが、青少年フィルタリング利用のさらなる促進に向けては、課題が幾つかございます。

まず、フィルタリングに関心のない保護者が、このフィルタリングのサービスを利用しないということでございます。

取り組みの方向性としましては、フィルタリングだけではなくて、保護者の方々としては、スマホの利用によって学業の成績に影響があるとか、健康被害があるということにご関心が高いところが安心協の調査でもわかってきているところでございます。そういったことで、フィルタリングのみならず、全般的に保護者の関心事項について啓発活動が必要だと思っております。

それから、2つ目が、フィルタリングに一旦加入していただきましたけれども、外してしまうということがございます。これについては、カスタマイズできる仕組みがございますので、SNSなどの利用の問題点や注意点といった事項をまとめてご説明するという事で、より便利に使っていただければ、外してしまうということが減るのではないかと考えております。

それから、先ほど申し上げたOSフィルタリングということを使っていますが、まだフィルタリングの基準制度については、少し甘いというところもあるかと思っておりますので、それは今後、さらに実施しながら向上を図っていければと考えているところでございます。

最後、5点目ですが、16ページでございます。在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化でございます。下の絵でございますとおり、お客様がドコモショップへ来店、もしくはコールセンターへの電話をしてこられた場合に、国際センターというところで、この資料に記載のとおり言語でご対応差し上げているというところでございます。

17ページでございます。また、契約のツールについても充実を図ってきておまして、パンフレット、カタログについては、英語でのご用意をしておまして、また、契約の同意書、委任状等については、ここに記載の言語でもご用意しているところでございます。

ご説明は以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは続きまして、KDDI株式会社の渉外部長、関田様からご説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

**【KDDI（関田）】** KDDIでございます。多少ボリュームが大きくなってしまっているものですから、ちょっと駆け足でご説明させていただきますことをご容赦ください。

では、ご説明させていただきます。1ページ目でございますが、今回、この5項目をご説明させていただきます。

2ページ目です。まず、総額表示への対応ということで、前回の会合の中では、店頭、Web、それぞれの対応について、店頭については20年度、Webについては19年度というご説明をさせていただきましたが、店頭につきましては、暫定対応のめどが立ちましたので、19年10月、来月からやらせていただくということで、前倒しさせていただきますというご説明になります。

続きまして、3ページ目でございますが、その総額表示の内容でございますけれども、まず、店頭のイメージでございます。ここに図が書いてありますが、一番右の列が総額表示に

なっております、ガイドラインに定められた通信料金や端末代金、最後に2年間の合計のお支払い額といったものを示させていただき予定でありますし、そのほかにも細かい料金についても総額表示の目安を表示させていただきということで、準備を進めておりますというご説明になります。

続いて、4ページ目でございます。こちらはWebでございます。こちらについても、必要な項目についてはご説明させていただきことで準備をしております。

一番下、赤枠で囲っておりますのが、割賦の残債の表示なんですけれども、こちらは非対面ならではの課題としまして、本人確認、同意というものが必要になってまいりますので、こちらについては十分な配慮をということで進めております。これが、若干提供が遅れる理由の1つにもなっているという状況でございます。

続きまして、ショップでの滞在時間の長さへの対応ということで、今回は左側に書いてあるご説明をいろいろとさせていただいております。これに加えて、新たな取り組みということで、来店システムの活用や刷新、または料金収納システムの導入、あとはフィルタリングの設定義務の工夫、それから、在留外国人対応の工夫というところを書いております。下の2つについては、別項目のところでご説明させていただきたいと思いますが、上の3つということで、6ページでございます。

まず、予約システムの積極活用ということで、こちらはお客様にお送りしているDMの中身であります、「お手続きがスムーズです」ということで、ご来店の事前のご予約というものを推奨しているという内容でございます。こちらを始めたのが先月8月なんですけれども、8月の実績としては、今年の2倍の予約があったというご紹介です。

続いて、7ページでございます。予約システムの刷新のところ、3つのご紹介でございます。まずは、画面の遷移の簡略化ということで、これまでは上のほうに書かれているとおりなんですけれども、待ち時間の画面から、実際に予約画面に行くところまで幾つかステップが入っていたんですけれども、こちらを改善させていただきましたというご紹介になります。

続いて、8ページ目になります。刷新の2つ目というところで、待ち人数の表示をこれまでもしていたんですけれども、この待ち人数の表示のところ、予約の方があと何人いらっしゃるかを表示するように工夫いたしております。これによって、待ち人数だけを見ていらっしゃる方が、後で来た予約の方に順番を抜かされてしまうということになるべく起こらないようにと工夫したところがございます。

続きまして、9 ページ目が刷新の3 つ目で、予約の画面なんですけれども、これまでは予約できる、できないの○、×の表示になっておりましたけれども、そこを空き枠があと幾つあるかといったところも表示することによって、利便性の向上を図っているというところでございます。

続きまして、10 ページ目でございます。料金収納システム、a u S a K u T T O の導入のご紹介でございます。これは、店頭での料金の収納を機械で受け付けるという取り組みでございます。この機械で受付ますと、カウンターが埋まっても対応が可能であるというところ、あと、来店のご予約も不要であるというところで、大変利便性が高いものである上に、ショップ側での業務の2割を占めている収納の作業が自動化されるというところで、かなり効果がある。さらには、外国語の対応も進めているというところで、この装置の設置を順次進めておりますというご紹介でございます。

11 ページということで、こういったものを1 つ1 つ積み重ねてまいりまして、また、お客様の理解向上にも配慮しつつ、ショップでの手続の短縮を図れるよう、引き続き努力してまいります。

続きまして、高齢者のトラブル対応ということで、12 ページでございます。前回もご紹介したものがございましたが、新たな取り組みということで、家族確認の強化であるとか、高齢者への注意喚起、それから、サポートの充実ということでご紹介させていただきます。

13 ページです。まず、家族確認の強化ということで、80 歳以上のお客様が単独でいらっしゃるってご契約された場合については、ご家族様へのご契約の同意の確認をこれまで行っておりますが、当初は携帯電話の契約に関するものだけだったんですけれども、現在はそれ以外にも拡大しておりますというご紹介になります。

それから、14 ページでございますが、注意喚起ということで、我々は2022年3月末で3Gケータイ終了ということで、特にこの3Gケータイはご高齢のお客様の利用が多いというところがございます、その終了、または新しいサービスのご紹介において、例えばDMで出す場合については、ご家族の同伴を推奨しているということで、小さくて見えないんですけれども、DMの中に「ご高齢のお客さまは、できる限りご家族と一緒にご来店をおすすめします。」といった文言を入れて周知しているというところがございます。

続いて、15 ページでございます。初スマホ安心サポートの提供ということで、これまで左側に書いてある有料サービスの au スマートサポートはあったんですけれども、そこから幾つかサービスを抜粋しまして、こちらを3カ月間無料で初めてスマホを使われるお客



様に提供するという取り組みをしております。これらによって、ご高齢の方が多いため、こういったトラブルの解消に寄与できればということでやっているものでございます。

続きまして、4項目目で、青少年フィルタリングになります。まず、Android向けに当社が提供しています安心フィルタリングの取り組みでございます。よく使うアプリというものを、保護者が「これはオーケー」、「これはだめ」というものを一覧で示しまして、それを簡単に選べるという画面を追加いたしました。これまでも、このフィルタリングに入れてしまうとアプリが使えないとか、サイトが使えない、SNSが使えない、そもそも設定をどうしたらいいかわからないということが理由でフィルタリングを使わないというお客様がいらっしゃったんですが、こういった機能を追加することによって、そういう理由で使わないお客様をなるべく減らそうという取り組みでございます。

続きまして、17ページでございます。これは、スクリーンタイム、先ほどドコモさんのご紹介もございましたけれども、iOSの機能でこういったものが入りまして、内容としてもお客様のご要望されているような有害情報へのアクセスや保護者の管理、またはフィルタリングの機能も、我々が提供する高校生プラスと同等のものが入ったということがございますので、我々の安心フィルタリングサービスとあわせて、今店頭で紹介しているところでございます。

これのいいところは、OSでの提供になりますので、これまで我々が提供しているアプリケーションでありますと、iPhoneの場合にはApple IDを取得して、ダウンロードして、設定するという手間があったんですけども、こちらで大丈夫だというお客様に対しては、そういった設定が不要になりますので、店頭での設定時間の大幅短縮にも寄与するという取り組みでございます。

続いて、18ページが店頭での説明拡大というところで、ちょっと題名が大げさですけども、要は空き時間にフィルタリングの説明の動画を流して、こういったものでフィルタリングの認識を高めていこうという取り組みのご紹介です。

最後、5項目目です。在留外国人への対応ということで、在留外国人の方が急増しており、これらの対応が喫緊の課題ということで我々は取り組んでまいりましたというご紹介でございます。

ちょっと飛ばしまして、21ページです。まず、外国語スタッフの対応ということで、当社のショップの約4分の1に外国語ができるスタッフを在籍させておりまして、約10カ国語をカバーしているという取り組みを行っております。

22ページでございます。テレビ電話を利用した通訳システムも配備しておりますので、外国人スタッフがいない店舗であっても、そういったものを使ってコミュニケーションをとろうという試みでございます。

こういったものを行っておりますので、Webのアンケートをとりましたところ、在留外国人の方には大変高い評価、ショップでの対応としては非常によいというご評価をいただいているというところです。

続いて、24ページ目、こちらは各種帳票類の対応でございます。多言語の対応を行っておりますというご紹介でございます。詳細は割愛いたします。

それから、25ページ目です。Store Locatorといいまして、我々のWebサイトの中で、先ほど言った外国人の対応やテレビ通訳システムがあるところ、ないところを探せるような仕組みのWebサイトを入れているというところでございます。

こういった取り組みが評価されておりまして、在日の各大使館で配布されている『日本の生活ガイドブック』にも、auの取り組みが幾つか紹介されているというところがございます。

説明は以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは続きまして、ソフトバンク株式会社の吉岡様からご説明お願いいたします。

**【ソフトバンク（吉岡）】** ソフトバンクでございます。資料6に基づきまして、弊社の取り組みを説明させていただきます。

おめくりいただいて、1ページ。この4点についてご説明申し上げます。

まず、料金プランの理解促進にかかわる取り組みなんですけれども、3ページ目からでございます。これまでも請求額のお知らせや更新月やオプションの無料期間の終了など、このあたりはSNS等でお知らせしておりまして、それに加えまして、Web、アプリ、LINE等で随時お客様に利用状況をご確認いただけるような状況を提供してきております。

続きまして、4ページ目です。今回、対応が必要となる拘束期間全体での総額表示なんですけれども、これにつきましては、あすから弊社で受け付けする新プランは、全て2年契約がないものになりますので、新規に対しては対応が不要ということになります。

一方で、既存のお客様に関しましては、まだ2年契約にご加入いただいている方が多くいらっしゃると思いますが、この方に対しては、更新のタイミングで総額の表示を行うような対応を

実施いたします。これは、今現在、まだシステムの対応中として、どのタイミングでできるということの詳細に申し上げられないんですけれども、この対応は必ずいたします。

続きまして、5ページ目です。利用実態に応じた料金プランの見直しの推進ということで、いろいろな手法でお客様に料金プランの紹介や個別に最適なプランの紹介などもさせていただいております。

一番左にありますのが、今年3月に始めました、お申し込みをいただいたお客様に直近のご利用状況に応じて最適な料金プランを案内するようなサービスを開始しております。その他は、各種マス媒体やWeb等を使って料金プランを案内する、あるいはそれを店頭で個別に行っているという取り組みのご紹介でございます。

続きまして、6ページ目以降で、広告表示の適正化のことをお話しさせていただきます。これは、前回のワーキングの中でもお話しさせていただいたんですけれども、店頭のポスターやポップにつきましては、指定のフォーマット化を行っておりまして、これに準じていないものは、基本的には禁止しているということでございます。それと、SNSによる価格訴求の禁止ということもやってきております。

こういったルールがきちんと守られているかどうかということについてのチェック体制をやっているのが8ページ目でございます。各販売店様から、定期的にどういう店頭掲示を行っているか、何を出しているのかということ写真を報告していただく。そして、弊社の営業担当社員が訪問でチェックする。そして、違反があったら、いろいろなお店からも、他店ではこういうことをやっていますよという報告をいただけるようなフォームも設置を始めているところでございます。

続いて、9ページ目なんですけれども、前回8月29日のワーキングの中で、弊社の販売店様が一部あおりの広告をしているというご指摘をいただきました。早速、社内で報告をしまして、こういったものは禁止するよということで、翌日に全代理店様に対してこういう通知を行っているというもののご紹介でございます。

続きまして、10ページ目以降で、店頭の滞在時間の短縮についての取り組みをご紹介させていただきます。これは、待ち時間と説明、手続、設定、それぞれに対してどういう取り組みをやっているかということのご紹介でございます。

12ページ目なんですけれども、Webでの来店予約が大分ふえてきました。開始当初に比べて、おおよそ利用率が3倍までにふえてきております。これは、まだまだ拡大の余地があると思っておりますので、これを引き続き利用促進を図っていく所存でございます。

続きまして、13ページ目です。説明の動画を導入しまして、接客の中でのすき間時間を利用して説明を行って時間の短縮を図っているということでございます。これは、お客様の情報を登録しているときなど、どうしても接客の中でもすき間の時間が生まれますので、そういうときにタブレットをお渡しして、そこで必要な説明事項をごらんいただくという取り組みをしております。もちろんお客様にお見せしつ放しということではなくて、その後、もしご不明な点があったら、そこはフォローするという事はしております。これは、実際に接客時間の短縮につながったというスタッフの答えも出てきております。

14ページ目です。これは、料金プランのことでございます。先ほども申し上げましたが、あすから弊社で受け付ける料金プランは、2年契約がないものに一本化いたします。これまでは、拘束期間や更新月、違約金といった説明が必要だったんですけれども、このあたりの説明がなくなりますので、これも短縮化に寄与できるのではないかと考えております。

続きまして、15ページ目です。これは、一部店舗でトライアルをしたもののご紹介になります。これは、店頭で特定の業務についてセルフでお客様がオペレーションしていただけるようなトライアルをやりました。これは、一部の店舗だけで、ご承諾いただいたお客様に対して、専用の機械のタッチパネルで操作しながら、お客様自身で手続が終了できるというものでございます。これは、実際に対人で接客するよりも時間が短かったりという結果も出ていますので、費用対効果も見ながら、こういうものの拡大を検討しているところでございます。

16ページ目です。弊社では、以前よりサポート専任スタッフのスマホアドバイザーと呼んでおりますけれども、こういうスタッフを入れてきております。これは非常に好評ですので、大幅に増員してサポートスタッフの充実を図っていかうということを考えております。

続きまして、17ページ目以降で、高齢者、青少年、外国人への対応についてご説明申し上げます。

18ページ目、高齢者への対応なんですけれども、これは65歳以上の方の契約時には、非常に丁寧な説明をしなければいけないということで、スタッフが専用のチェックシートを見ながらきちんと対応しております。そして、80歳以上の方のご来店のときには、ご家族への電話の確認、家族の同伴を推奨しながら、単独で来られたときには、ご家族に電話で確認をしているという取り組みを行っております。

そして、契約後なんですけれども、身に覚えのない契約というトラブルを排除するために、ご契約いただいた後にお客様に電話をいたしまして、本当にこの内容でいいですよとい

う確認を行っているという取り組みでございます。

続きまして、19ページ目、青少年の対策です。こちらにつきましては、従前からやっている取り組みなんです、学年に合わせたフィルタリングサービスというものを提供しております。そして、保護者によるカスタマイズの機能も提供しております。それに加えて、ドコモさん、KDDIさんからもありましたけれども、スクリーンタイム、OSでのフィルタリング機能も非常に有効であり、また接客時間の短縮にもつながるということで、これも導入に向けて準備中ということでございます。

20ページ目です。モラル啓発活動ということで、いろいろ各種やっておりまして、無償で教材を提供したり、保護者向けのガイドブックを店頭で配布したりといった取り組みも行っております。

最後に21ページ目です。外国人に対しての取り組みでございます。これは、店頭で実際に外国語、英語対応が可能なスタッフを一部店舗で配置しております。これにつきましては、弊社のWebサイトの中で、この店が英語対応可能ですよというご案内をしております。

一方で、それ以外の店舗にお客様が来られたときには、専用の窓口がございますので、こちらで外国語対応が可能なスタッフと3者通話で対応するという行っております。

その他、Webでも、外国のお客様の興味がある、訪問頻度が非常に高いようなサイトの各種外国語対応を行っております。

22ページはその紹介でございますので、割愛いたします。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。3社の方々からご説明をいただきました。

それでは、質疑応答の時間に移りたいと思いますが、ご質問、あるいはコメントございましたら、ご自由にご発言いただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

**【長田構成員】** では、済みません。

**【新美主査】** では、長田さん、どうぞ。

**【長田構成員】** 今のソフトバンクさんにご質問なんですけれども、スクリーンタイムのことなんです。資料の19ページの左側の高校生プラスモードのところになんか色がついていて、右側にスクリーンタイムのご紹介をいただいているので、高校生プラスモードのところをスクリーンタイムでという意味なんですか。それとも、スクリーンタイムは、多分高校生プラス程度でないとフィルタリングとしては非常に不向きだと思うんですけれども、その言及がなかったので、それを1つ確認させていただきたいんです。

【新美主査】 では、ソフトバンクさん、お願いします。

【ソフトバンク（佐治）】 お答えいたします。使用上は高校生プラスに対抗する形でのスクリーンタイムという資料のつくりにはしているわけではないんですけれども、そもそもスクリーンタイムは長田さんがおっしゃったとおり、高校生プラスに相当するフィルタリングと認識しております。まだ弊社のほうでは準備が整っていないので、提供はできておりませんけれども、そういった考え方のもとに準備をしたいなと考えております。

【新美主査】 よろしいですか。どうぞ。

【長田構成員】 済みません。そして、今度は全然別の件になってごめんなさい。もう一回、ソフトバンクさんなんです。広告表示の適正化のところにいるいろいろな取り組みをいただいているのはわかったんですが、きのう、別の会議でも疑問を呈させていただいた、端末の半額サポートプラスの件で、ホームページ等の情報を拝見いたしますところ、最大で半額オフということで提示されています。プログラム利用料というものが月390円、24カ月必要となっています。このプログラム利用料が何を意味するか、どういうコストなのかということがよくわからないのと、それが24カ月で1万円弱になりますね。そうすると、端末代は確かに半額になるのかもしれませんが、別に1万円弱かかるということで、半額サポートプラスと「半額オフ」と大きく書いてあるのは、非常に誤認させるのではないかと私は思うんです。そこをどうお考えか教えてください。

【新美主査】 それでは、よろしくをお願いします。

【ソフトバンク（吉岡）】 390円のプログラム利用料が何かということについては、きのうもお話がありましたけれども、これは端末販売というところの分離の世界で、単独のビジネスとしてやっていこうということで、その中で成り立たせるための収益源としてやっているものでございます。

その半額の表記のところにつきましては、その辺の誤解がないようにやっていかなければいけないということは十分承知しております。もしわかりにくいような表記がございましたら、それはもちろん修正してまいります。

【長田構成員】 あすから受け付けを始められると思いますが、確かに「プログラム利用料」とは書いてありますけれども、大きなタイトルそのものが「最新スマホが最大半額オフ」というものが非常に大きい。その下の説明のところには確かに書いてありますけれども、それは非常にわかりにくい。

それから、もう一つ、ごめんなさい。これは、分割でないため。現金一括というか、支

払は認めないということなんでしょうか。

【ソフトバンク（吉岡）】 はい。半額サポートプラスの適用条件としては、分割のみということになります。

【新美主査】 よろしいでしょうか。

【長田構成員】 はい。

【新美主査】 では、今度は近藤さん。

【近藤構成員】 高齢者のために80歳以上の方の家族をとということを各社やっけていらして素晴らしいと思いますし、ソフトバンクさんはアドバイザー制度もどんどんふやしていらして、本当にありがたいと思います。やはり電話のサポートだけでは、耳の遠い方が大変多いので、人によるサポートというのは本当に大事だと思うんですが、各社にお伺いしたのは、1つ。家族でないとだめなのか。ひとり暮らしの方がたくさんいます。ですので、家族でなくてもお友達とか、民生委員とか、私も民生委員ですが、それでもいいのか。

それから、ソフトバンクさんにお尋ねしたいんですけども、実際に私もいつもお店で思うんですけども、「わからないことを聞いてください」と言うときに、何がわからないのかわからないという方が大変多いと思うんですね。このソフトバンクの認定というところで、そのあたりのサポーター、アドバイザーの方の教育というのはどんなふうにご配慮なさっているのか。もし差し支えなければ教えてください。

以上、2点です。

【新美主査】 各社さんにとということによろしいですか。

【近藤構成員】 はい。

【新美主査】 それでは、NTTドコモさんからどうぞ。

【NTTドコモ（田畑）】 家族でなければだめなのかということです。現在のところ、原則家族とさせていただいておりますが、今いただいたご意見や店頭の状態を見て考えていきたいと考えております。

【新美主査】 では、KDDIさん、よろしくお願いします。

【KDDI（関田）】 KDDIでございます。全く同じでございまして、現在は原則としては家族の方のみということやらせていただいております。

【新美主査】 ソフトバンクさん、いかがでしょうか。

【ソフトバンク（吉岡）】 ソフトバンクも同じでございまして、原則家族ということやらせていただいております。

もう一点ございました、スマホアドバイザーというところで行きますと、何がわからないのかわからないへの対応。このスタッフは我々の直雇用で、例えば営業的な目標なんかも全くしょってなくて、本当にサポートに特化して、そこを充実してやってくれというふうにやっております。そこは、本当に寄り添った丁寧な対応ができているものと考えております。

【新美主査】 よろしいですか。

【近藤構成員】 大変俗塵的に、人のやることですから、さまざまあると思うんですけども、もし御社のほうでそういったものを公開する予定があるんでしたら、また共有していただけたらありがたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ほかにございますでしょうか。

はい。では、北さん、どうぞ。

【北構成員】 プレゼンありがとうございます。

各社さん、店頭の負荷を減らすさまざまな工夫をトライアルされておりますが、1社ずつに質問です。まずドコモさんは、来店予約するときに事前確認をしていただくと、来店後スムーズになるということですが、その効果として、どのくらいの店頭での対応時間が削減されているのか。全部にチェックを入れていないお客様には、チェックされていない事項について店頭で説明することがあるとか、事前確認する人の多くは全部チェックを入れてきているのではないかと思うのですが、もう一回説明を聞きたいという人がいるのかどうか。そのあたりの実態を教えてくださいたいというのがドコモさんです。

KDDIさんは、「a u S a K u T T O」を導入されていて、これは料金だけを通停日の前などに払いに来る人にとっては非常にありがたいサービスだと思います。一方で、ショップスタッフと話していると、料金収納であっても、お客様との大切な接点になる。要するに、それが販売機会になるという話があって、お客様に多少待ついただいても、直接スタッフがお金を収納したいという声も聞かれます。そのあたり、実際に導入してみて、スタッフたちの声やお客様の声などがあればお聞かせいただきたいと思います。

ソフトバンクさんは、セルフオペレーションについてです。いよいよこういう時代になってきたな、将来無人店舗やペッパー君しかいないようなお店も出てくるのではないかと感じる取り組みですが、重要事項説明が画面に表示されると思います。オンラインショップと同じように、ぱーっと見て、チェック、チェック、チェックとやって、承認、ポチっと終わるんだろうなと思います。店頭に来てしっかりとスタッフから説明を受けるのと同様に、



オンラインショップと同じだろうと言われたらそのとおりなんです、店頭で自己責任というんですかね。お客様が自分で読んで、読みました、読みました、わかりましたというふうにやるのでも、その後、「いや、聞いてなかった」というトラブルにつながるのかどうかそういったことも含めて検証されているのではないのかと思うんですが、今どんな感触なのか。これは結構いける、どんどん広げていこうと思われているのか。そのあたりをお聞かせいただければと思います。

【新美主査】 それでは、3社さんにそれぞれ別々のご質問ですが、まず、ドコモさんに対して、よろしくお願いします。

【NTTドコモ（田畑）】 資料4の弊社の説明資料の4ページでございます、来店予約との連携による説明分散については、来月から実施でございますので、今後の話でございます。既に店頭の待ち時間を活用して動画などを見ていただいて、このチェックシートにというのはやっておりますが、今どれほどそういう時間が短くなっているかについては、やっている途中で、まだ集計の分析が出ておりませんので、具体的な数字はここで申し上げられないところですが、傾向としまして、料金を新しくしているということもありますので、料金のところは省略しない方が多い傾向があります。しっかりそこはご説明し、フェアをやっているということもありますけれども、当然しっかりご説明するという対応になっております。

全体として、前の3ページでご説明した取り組みの中で時間がどう短くなるかは今やっておりますので、まだどこまでどう短くなるかというのは、また今後の分析でしっかり出していきたいなと思っております。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、KDDIさん、よろしくお願いします。

【KDDI（関田）】 KDDIでございます。

a u S a K u T T Oに関するご質問ということで、私どものほうには、スタッフ様からのそういうタッチポイントのというところまでのご意見はまだ届いておりませんが、ご賢察のとおりで、お客様をお待たせする時間とのバランスになってまいります。そのあたりは、確かに大事なタッチポイントではありますので、どうするかといったところを今後考えていかなければいけないのかなと思いました。

以上です。

【新美主査】 それでは、ソフトバンクさん、よろしくお願いします。

【ソフトバンク（佐治）】 セルフのオペレーションに関しましては、北さんおっしゃられたとおり、そもそもきちんと手続きができるのかというお話と、きちんとご理解をいただいた上で手続完了いただけるのか、このあたりは非常に我々としてもきちんと考えていかなければいけないポイントだなと考えております。

そういう意味合いで、今回はトライアルという形で実施しているんですけれども、特定機種への機種変更という形でかなり限定して、かつある程度リテラシーのある方といいますか、わかる方というところを想定した上で、まずはトライアルを実施させていただいたところなんです。今後、このセルフオペレーション自体、本格導入するかどうかというのは、まさに検討中ではあるんですけれども、このあたりを新規のほうに広げていくかどうかという話は、いろいろと検証していかなければいけないなと考えております。

実際、今回トライアルをした上で、お客様からのアンケートもいただいているんですけれども、手続に対する全体的な評価や、操作に迷うことがなかった、自身で進めることができたみたいなことに関しましては、ある程度できたといった高評価もいただいているところもありますので、そういったことに基づきながら検討していきたい。

あと、セルフと申しまして、最終的には、先ほど北さんがおっしゃられたような無人店舗みたいなものもあり得るかもしれないんですが、当面は、当然スタッフがその場にいますし、わからないときには、例えば手を挙げていただければすぐに駆けつけるといった体制もっておりますので、そういったものを並行して進めながら、本格導入できるかどうかというところは考えていきたいなと思っております。

【新美主査】 よろしいでしょうか。ほかに。

それでは、平野さん、よろしく申し上げます。

【平野主査代理】 今回の支払自動化の話にもつながるんですが、まず、ベストプラクティシーズを事業者の皆様に出していただいて、非常にありがとうございますという感謝の意を示したいと思います。例えばフィルタリングのところ、単にフィルタリングを奨励するだけではなくて、時間の制限や依存症にならないような配慮と結びつけるというのは、非常にいいアイデアだと思います。

私は4月1日から新しい学部で、今18歳の学生、1期生にゼミをやらせて、「社会問題を自分で発見してソリューションを出しなさい」と言うと、この依存症の問題やひきこもり。これは、学生が自主的にアイデアを出してくれています。

もう一つが、この支払自動化でございまして、これは携帯の世界では新しいんですが、最

近はスーパーやコンビニに入ってきています。パリやボストンへ総務省のお仕事で行くと、某ファーストフードなんかは、全部自動化されているのがメインで、ただでさえ語学でハンデがあるところで、ITのハンデもあると難しいなど。

言いたかったのは、ぜひともこの仕組みの試みはすごくいいと思うんですが、他の業界でいろいろな問題点もあって、改善策も検討していると思うので、そこも勉強していただければなという意見でございます。

それから、モラル啓発活動。例えばソフトバンクさんがやられている、ほかの事業者さんもやられているんですが、1つアイデアとして、AIの世界で、今1つの論点で「ナッジ」というものがあります。肩をたたくという意味ですが、これはサンスティーンという、もともとシカゴ大で今はハーバードに行きましたけれども、提唱している考え方で、強制してはいけない。例えば表現の自由や思想の自由がある。だけど、望ましい方向に国民を仕向けるというか、動機づけをする。これを「ナッジ」と言ひまして、例えば皆さん発表された、ショップに行く動画が流れている中で、このスクリーニング的なものがとても重要です。よみたくないことが待ち時間で流れていると、お客様はこれは重要だという認識が深まって、選択が自主的になされる。こういうものを「ナッジ」と言ひます。そういうもののご利用も、ぜひとも考えていただきたいというのが1つです。

最後、質問ですが、選択をするときに、例えばソフトバンクさんで画面が出てきて、どれかを選ぶみたいな形になっています。デフォルトとして、初期値として選ぶというふうになっていて、チェックをすると外せるというやり方もあるんですね。これは、そうしたほうが、スクリーニングのフィルタリングを選択する人の数がふえるという人間の行動からわかっているわけです。ただ、それは思想信条や教育の自由などの問題もあるので、デフォルトにすることが検討されたのかどうか。その辺のお考えを3事業者様にお聞きしたいと思います。

**【新美主査】** はい。よろしく申し上げます。それでは、まず、ドコモさんから申し上げます。

**【NTTドコモ（田畑）】** フィルタリングについては、きちんとご説明をして、専用のパンフレットを用いてやっています。むしろ「要らない」と言うときには、書面でサインをいただくような取り組みをやっています。

先生がおっしゃるのは、最初からチェックにデフォルトをつける、つけないというところで、以前は法律もあってしっかりやらなければいけないところで、今取り組んでいるところ

でございます。

【新美主査】 それでは、KDD I さん、よろしくお願いします。

【KDD I (関田)】 フィルタリングの選択においては、当然お客様の学齢等を見ながら、サービスのほうも4モード、これからスクリーンタイムも入れますと5つあるわけなんです、その中からお客様にご選択いただき、それに応じた登録を行ってまいります。

【新美主査】 では、ソフトバンクさん、お願いします。

【ソフトバンク (佐治)】 フィルタリングに関しましては、ドコモさん、KDD I さんと同じように、基本的には保護者の方にしっかりとご理解をいただいた上で、ご判断いただきたいというのが基本的なところになりますので、きっちりご説明させていただいて、ご理解いただくといったことを徹底するという形で進めているところでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

まだご質問、コメントおありだろうと思えますけれども、ちょっと時間が残されておられませんので、これくらいにしておきたいと思えます。

3社の方々、大変有意義なご説明をいただきましてありがとうございます。

またメンバーからもいろいろなコメントが出ましたけれども、さらに今行っている施策を推し進めていただきたいと思います。特に、最後の北さんや平野さんから出ましたように、いろいろ便利な機器を使うということは大事だし、効率化のために必要ですけれども、ヒューマンインターフェースをどうきちんと確保するのかというのも、ぜひ考えていただきたいと思います。

これは、説明義務のところでも常に出てくるんですけども、説明義務というのは、情報公開ではありません。情報さえ渡せばいいというのではなくて、まさにコミュニケーションをするんだというのが大きな目玉になりますので、補助資料としてこういった機器を使うのはいいけれども、やはり最後はヒューマンインターフェースできちんとコミュニケーションしなければいけないというのは、消費者問題などを議論するときには常に言われておりますので、いい試みですけども、ぜひその辺を忘れないよう押さえておいていただきたいと思います。

それでは、3社さん、どうもありがとうございました。

次に、議事の3でございます。「青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォース」が現在進行形で行われておりますが、この検討状況について事務局からご報告をよろしくお願いします。

【梅村消費者行政第一課長】 事務局でございます。資料7でご説明させていただきます。

こちらにつきましては、この消費者保護WGの中間報告におきまして、青少年によるフィルタリング利用の促進というのが重要な課題の1つとして挙げられまして、別に行われています、この青少年のタスクフォースにおける検討を行って、必要に応じて検討結果の報告を受けることが適当とされていたところございましたので、事務局から報告をさせていただきますのもでございます。

1枚おめくりいただきまして、1ページでございます。青少年のタスクフォースの概要でございます。青少年の適切なインターネット利用のための啓発活動や青少年のフィルタリングサービスの促進につきまして、携帯電話事業者、OS事業者、保護者など、関係者の役割を踏まえた検討を行うために設置されているものでございます。

今般、改正青少年インターネット環境整備法が昨年2月に施行されましたもので、その後における関係者の取り組み状況につきまして、2回の会合を行いまして、8月9日に「青少年フィルタリング利用促進のための課題及び対策」として取りまとめの上、公表したところでございます。

2ページ以降がその内容になってございます。

3ページに、まず基本的な考え方を示してございます。1段落目でございますように、青少年へのスマートフォンの普及は大きく進展してございまして、SNSの利用によって被害に遭う児童なども高止まりするなど、スマートフォンの普及に伴うトラブルも増加しているところでございます。

一方で、青少年のフィルタリングの利用率は4割程度となっております、フィーチャーフォンの時代よりも低下しているということを書いてございます。

2段落目につきましては、この青少年によるフィルタリングの利用促進は、改正青少年インターネット環境整備法の着実な履行、そして、インターネット上の海賊版サイト対策などの観点からも、これまで以上に強く求められているという背景を書いてございます。

3段落目に、新たな2つの視点が大事だということで書いてございます。1つ目は、この青少年フィルタリングにつきましては、SNSを利用できなくなる不便なものの一部で捉えられておりますが、実際には違法有害サイトなどの閲覧を制限しつつ、必要なSNSについては利用可能とできるほか、利用時間管理などの機能を有するものでありまして、このフィルタリングというのは、青少年のICTリテラシーの状況や青少年・保護者のニーズに応じて、個々別々に安心・安全な利用環境を実現する有効なツールと捉え直す必要があるとい

うことが書かれています。

また、以下でございますけれども、青少年のフィルタリング利用促進に係るプレイヤーは、携帯電話事業者、販売代理店、フィルタリング事業者のみならず、OS事業者、SNSなどを含むコンテンツ・プロバイダにも広がっているといったことに配慮する必要があると指摘しております。

こういった点を踏まえまして、このような認識のもと、課題及び考えられる対策の整理を以下の3つの観点から行ったということでございます。

具体的な内容は4ページ以降でございます。1つ目の「契約時のフィルタリングの申込み・有効化措置等の促進」でございますが、4ページ、5ページで4つの施策が書いてございます。

①として、「携帯電話事業者におけるフィルタリング利用に係る実データの把握・公表」でございます。こちらは、契約時におけるフィルタリングの申込率、有効化措置率につきまして、携帯電話事業者が正確に把握し、情報を開示することが求められる。特にMNOにつきましては、事業者ごとの実データを自主的に開示することが適切と考えられるとしてございます。

②でございますが、携帯電話事業者における販売代理店に対する指導等の徹底ということでございます。フィルタリングの説明が契約プロセスの最後に行われること、また営業成績に直結しないことなどの実情も踏まえ、携帯電話事業者におきましては、販売代理店の店頭スタッフが利用者にフィルタリングの重要性などを丁寧かつ簡潔にわかりやすく説明できるよう、販売代理店への動機づけの設計も含め、より責任を持って指導することが必要としておりまして、考えられる対策として、研修の充実や説明ツールの配備、また、説明話法の作成などが記載されております。

5ページにまいりまして、③でございます。事業者間の連携でございます。こちらは、フィルタリングにおけるOS事業者が果たす役割の重要性が増していること、また、通信サービスと端末販売が別の主体で行われるケースが増えていくと考えられることなどを踏まえますと、このフィルタリングの説明・設定の促進のためには、携帯電話事業者のほか、OS事業者などにおきましても、自社が提供するフィルタリングに係るサービスや機能などにつきまして、店頭スタッフの負荷軽減、また、ユーザー自身による設定の容易化の観点から、説明・設定をしやすくするための協力を行うことを検討すべきとしております。

④でございます。MVNOの取り組みの推進でございます。こちらにつきましても、業界

において利用促進の検討をすることが必要とされてございます。

6 ページにまいりまして、2 つ目の柱、「フィルタリングを始めとするペアレンタルコントロールの必要性に係る認識の醸成」でございます。

1 つ目が、「利用者に対するインパクトのある周知啓発方法の検討の実施」ということでございます。こちらは、テレビCM、動画投稿サイト、また、販売代理店でのフィルタリングに係る動画等の提示といったものが挙げられてございます。

②としまして、「周知啓発の講座等の一層の推進」でございます。こちらにつきましては、考えられる対策のところがございますように、フィルタリングの解説を含むe ネットキャラバンPlus 講座の推進や各事業者などにおきまして行われています教室の推進・拡充を挙げてございます。

また、3 点目としまして、「ペアレンタルコントロールに係るサービス等の周知強化」でございます。こちらは青少年のスマホの利用時間が長時間化しているという状況のもと、青少年及びその保護者のニーズに沿ったスマホの活用を可能としていくために、一部のフィルタリングサービスにおいて、利用時間制限、利用状況確認などの機能が含まれていることを訴求するなど、ペアレンタルコントロールに係るサービスについて、広く周知を行うことが重要としているものでございます。

最後、7 ページでございます。3 つ目の柱、「フィルタリングサービスの使いやすさの向上」でございます。

1 つ目といたしまして、「利用者が使いやすいサービスの周知・普及」ということで、先ほどもご指摘がございました、SNS を子供に使わせるに当たって、フィルタリングがあると制限されてしまうという認識をしているユーザーが一定数いるところ、フィルタリングのカスタマイズ機能、これは、「高校生プラス」モードなどの選択も含めまして、周知の強化を図ることが必要としているものでございます。

また、2 点目としまして、フィルタリングのカスタマイズに関しまして、保護者の判断に役立つ情報の発信体制の構築を挙げてございます。こちらは、スマホでSNS を使う際にはフィルタリングのカスタマイズをする。これを周知、浸透していく上では、SNS などにつきまして、保護者の判断に資するわかりやすい情報が必要であるところ、コンテンツ・プロバイダ、通信事業者が連携しまして、学識者やPTA等の関与のもと、情報発信体制を構築することが必要ということです。対策のところでは、安心協、また青少年のネット協議会、携帯電話事業者等の協力体制の構築が挙げられてございます。

3点目は、「SNSなどを含むコンテンツ・プロバイダにおける青少年の保護対策の充実」でございます。こちらは、このフィルタリングのカスタマイズ機能を普及させていく前提としまして、SNSなどを含むコンテンツ・プロバイダには、青少年の保護対策の充実に向けた不断の自助努力が求められるということとしてございます。

こちらは、今回こういった対策をまとめまして、今後の青少年のタスクフォースにおきましてフォローアップを行いまして、取り組みの改善につなげていく所存でございます。

報告は、以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

これは、タスクフォースがどうなっているかということのご報告ではございますが、確認のためのご質問やコメントとしてこんなことも検討してほしいということがあれば、ご発言いただきたいと思います。中身について、これはそうではないとか、そういうことは我々の作業とは違いますので、質問など、そういうことであれば。

では、近藤さん。

**【近藤構成員】** 8月8日に国民生活センターから公開された情報で、「小学生 アダルトサイト トラブル」と検索すると出てくるんですけども、小学生がアダルトサイトというのは変ではないかと思われると思うんですけども、広告を間違えてクリックしてしまって、登録完了になって、退会するには40万円かかると。これはおじいさんがよくひっかかる手口なのでございますが、それが小学生にも広がっているというので、とても怖いなと思っています。

こういうものは、フィルタリングなど、もろもろあると思うんですが、ゲーム業界の方たちとはどこなんでしょうか。警察なんでしょうか。もう少し、そのあたりを自重というか、自粛というか、考えていただくような機運を持っていただかないと、本当に悲惨なことになりますので、何とかこれをどこかで考えてほしいなど。先生、ぜひともお願いします。

**【新美主査】** 今のは要望で、このタスクフォースで検討の余地があるか、ないか、一度、投げてはみますけれども、どういうふうになるのか。それは少し議論というか、情報として投げておくようにいたします。

ほかに。

どうぞ、石田さん。

**【石田構成員】** この会議でもいつも問題になるんですけども、やはり保護者の意識が薄いというところが問題になっているかなと思うんです。この中で、ペアレンタルコントロ



ールのことが取り上げられていて、今回ドコモさんで関心の薄い保護者に対して、ペアレンタルコントロールについて説明して、保護者に関心がある成績や健康などについても説明しているということでしたので、ぜひこのあたりを進めていただいて、4割というのは余りにも少ないですので、その率を上げていただきたいなと思いました。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにかがでしょうか。

では、黒坂さん。

【黒坂構成員】 いかがでしょうか。

【新美主査】 はい、お願いします。

【黒坂構成員】 済みません。手短にまいります。

ペアレンタルコントロールは、私も非常に重要だと思っております。親の責任がいたずらに強まっていくというのは、恐らく逆効果。面倒くさいから、やはりやりたくないということをもたらしてしまうのではないかということ懸念しております。

今、近藤さんのお話にも割と近いんですが、実はフィルタリングというか、ネット利用を自分で適切に管理しようというのは、子供に限った問題だけではなくて、大人も、高齢者もみんな同じなのではないかと思えます。ですので、このペアレンタルコントロールを含めた啓蒙啓発活動については、一義的には、もちろん子供を守ることが重要なんですけども、それ以外の大人、あるいは高齢者というのもネット利用、スマホ利用を適正化していくんだというようなニュアンスであるとか、伝え方、つまり人間みんなの問題なんだと位置づけた取り組みもご検討いただけるとありがたいなということタスクフォースの皆さんにもお伝えいただけるとありがたいと思っています。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

今出てきた皆さんのご意見は、タスクフォースのほうにも一度、ボールとしては投げてくださいと思います。どうもありがとうございました。

時間もまいりましたので、以上で本日の議事は終了させていただきたいと存じます。

ヒアリングの対象の方々におかれましては、貴重な情報をご発表いただきまして、大変ありがとうございました。

それでは、最後に事務局から連絡事項がございましたら、よろしく申し上げます。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。

次回の会合の日程につきましては、別途お知らせいたします。

以上でございます。

**【新美主査】** それでは、どうもありがとうございました。

第15回の会合は、これで終わります。

以上