

## 消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第25回）

令和2年12月11日

**【新美主査】** それでは、皆さん、おはようございます。本日もお忙しいところお集まり頂きます、ありがとうございます。ただいまから第25回消費者保護ルールの在り方に関する検討会を開催いたします。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感の感染防止ということから、ウェブ会議による開催ということにさせていただきました。

なお、本日は、平野構成員は、御都合が悪いということで御欠席の御連絡を頂いております。

まず冒頭において、事務局からウェブ方式の会議における注意事項について御案内して頂くとともに、配付資料の確認をお願いしたいと思います。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。おはようございます。では、ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。

まず一般傍聴につきましては、ウェブ会議システムによる音声のみの傍聴とさせていただきます。このため、構成員の皆さんにおかれましては、御発言に当たって、お名前を必ず冒頭に言及頂きますようお願いいたします。

資料につきましては、委員の皆様におかれては、事前にお送りしておりますので、こちらを御覧ください。傍聴の方々につきましては、現在、構成員の方々が参加されているシステム上のチャット欄は閲覧できない設定になっております。資料につきましては、当研究会のウェブサイトの方に公開をしておりますので、大変お手数ですが、そちらから御確認いただけますと幸いです。

また、ハウリングや雑音混入の防止のため、発言の都度マイクをオンにして頂きます、発言時以外はマイクをミュートにして頂きますよう、御参加の皆様にはお願いいたします。また、主査を除きまして、皆様、映像のほうはオフにして頂きますようお願いいたします。

意見交換におきまして御発言を希望される方に関しましては、事前にチャット欄の方で発言をしたい旨を書き込んで頂くようお願いいたします。それを踏まえまして、新美主査のほうから発言者を指名頂く形で進めさせて頂ければと考えております。

なお、接続に不具合がある場合におきましては、速やかに再接続を試して頂くようお願い

いたします。そのほかチャット機能などで随時御連絡を頂ければ、我々の方で対応させて頂きたいと思っております。

さらに、注意事項に続きまして、配付資料の確認でございます。配付資料は、議事次第に記載されております通りですが、資料1-1から3-4までを御用意しておるところでございます。もし不足などありますようでしたら、事務局までお知らせ頂ければと思っております。

以上でございます。

**【新美主査】** 御説明ありがとうございます。それでは早速、議題に入りたいと思っております。本日は3つの議題がございます。第1が電話勧誘における課題について、第2が消費者トラブルの解決に関するさらなる手法について、第3点が5Gエリアの利用者への訴求についてでございます。

まずは議題(1)電話勧誘における課題について、事業者の皆さんから御発表をいただきたいと考えております。まずトップバッターといたしまして、JAIPAの木村様から御説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

**【木村】** 日本インターネットプロバイダー協会の木村と申します。よろしく申し上げます。私のほうからは、資料1-1に基づきまして、ISPサービスの電話勧誘の現状について説明申し上げたいと思っております。

私ども、日本インターネットプロバイダー協会、略称JAIPAと申します。1ページおめくり頂きまして、2ページ目でございます。私どもは、インターネットプロバイダーから成ります日本で唯一の業界団体となっております、1999年に設立、正会員は150社でございます。正会員のうち、ISP事業、電気通信事業を営んでおりますのは99社でございます、そのうちの4分の1が大手ISP、約半数は中小ISPという形になります。

ここで次のページ、3ページ目でございます。ISP事業者の数について初めに説明申し上げたいと思っております。総務省様のホームページによりますと、2019年度末で電気通信事業者の届出あるいは登録をしているところは2万者以上でございます。そのうちの全てがISPというわけではないんですが、かなりの部分はISP事業の届出をしているというふうに我々は考えております。私どもが把握しているISPの数は566でございます、これはリストを作っております。当協会に加盟しているISPは99でございます、組織率等は非常に低いわけなんですけれども、加盟していないISPがかなりあるということをお理解いただければと思っております。

次のページ、4ページでございます。ここでちょっとISPサービスの分類を考えてみま

した。2つの軸でございまして、1つは全国か地域か、あるいは分離型か一体型かということでございます。全国・地域につきましては、その名のとおりでお分かりいただけると思うんですけども、一体型・分離型というところにつきましては、一体型というのは、5年前に始まったNTT東西様の光コラボを使いまして光卸を受けて、FTTH部分とその上のインターネット接続部分を一体で提供しているところでございます、大手のISPはこの形を大体採っております。地域型でも一体型はございます。一方、分離型ISPというのは、やや古いタイプになりまして、2015年以前の主流ではあったんですけども、これも全国型と地域型に分かれます。最近問題がいろいろ起きている、今年もいろいろ総務省様から指導とかございましたけれども、右下の全国系分離型に多いと我々は考えております。

一体と分離についてももう少し説明させていただきますと、FTTHインターネットでは、FTTHアクセス部分とインターネット接続部分と2つに分かれます。これを一体で提供するのが光コラボ事業者、分類としては一体型ISPサービスです。一方でFTTH部分だけをNTT東西様から卸を受けるのは光コラボ事業者の1つのパターンでございます、この場合は、ISP部分は別途分離型ISPサービスを使わないとインターネットに接続できませんので、別途の契約が必要になります。一方、2015年以前のもは、NTT東西様のフレッツ光と分離型ISPサービスを組み合わせてFTTHのインターネット接続を実現するというものでございます。最近問題があるのは、この分離型ISPサービスでございます。

もう少し分離型ISPサービスについて説明をさせていただきますと、FTTHの足回り部分とISPサービス、上位の部分が分かれているということでございまして、2015年以前に主流であったものでございます。NTT東日本様でございますと、大体450のISPが分離型ISPサービスを提供してございます。費用の内訳はこういう感じでございますが、別途またもう一度お話しさせていただきます。

分離型と一体型では、今は主流は一体型になってございます。これは料金的なメリットが一体型のほうがありまして、一体型ISPサービスですと合計で5,000円前後の月額料金、これは2年定期契約でございます。一方、分離型ISPサービスですと、一例でございますけれども、FTTH部分をNTT東西様から光卸を受けても5,450円ぐらい、また、2015年以前の料金モデルでNTT東西様のフレッツ光を用いますと6,300円と、コストが高くなってしまいます。ですから、今どき分離型ISPサービスというのは利用者の皆様にとってはメリットはないということで、事業者側もあまり推奨していないというの

が現状でございます。ですから、拡販のような活動はしておりません。

一方、一体型 I S P サービスは非常に増えてございまして、2015年には152であったのに対して、今年はNTT東日本様だけでも1,002、西日本も恐らく同じぐらいの数がありまして、最近5年間で参入してきたF T T Hの光卸を受ける事業者は非常に多いということが御理解いただけるのではないかなと思っております。色は2つ分かれてございまして、直接NTT東西様と契約を結ぶところと、そこから、代理店ではないんですけれども、二次事業者として提供するところがございます。

地域型 I S P というふうに我々言うておりますけれども、地域型で I S P ……、すみません、そもそも電話勧誘をやると、I S P にとっては数万円のコスト、これは代理店に対して支払うインセンティブがかかります。ですから、大手では数億円とか、年間でいうとかかる、あるいはそれ以上かけるわけなんですけれども、地域 I S P は非常に小規模なところは、年間売上高が5,000万とかという感じでございますので、そういう余力がないため、そういう電話勧誘のようなことはやってございませぬ。従いまして、地域系ではあまりトラブルは起きていないという状況でございます。一方、最近参入した小さい I S P でも、ローミングを使いますと全国的にサービスを展開することができます。これが沢山数が、450とかございまして、最近問題を起こしているのはこういうところではないかなと思っています。

一方、10ページになりますけれども、大手 I S P では、電話勧誘はやるんですけれども、やっているのは最近、ADSLの終了に伴う勧誘です。F T T H への移行とか、あるいは新規顧客でも、昔のように代理店のリストを使ったり、電話帳を使っているというのはいくらもなくて、不動産業者と連携して、引っ越しで新しいアパートに入った人に、希望すれば I S P を紹介しますと、そういうふうな感じでございます。

以上でございます。御清聴ありがとうございました。

**【新美主査】** 御説明ありがとうございました。それでは続きまして、CATV連盟の吉田様から御説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

**【吉田】** ケーブルテレビ連盟、吉田でございます。資料1-2を基に説明させていただきます。ケーブルテレビにおける電話勧誘の現状について御説明をさせていただきます。

まず、ケーブル業界全体の概況をお知らせいたします。こちら、総務省さんがおまとめになっております「ケーブルテレビの現状」（令和2年8月版）から引用させていただいていますが、令和元年度末でブロードバンドサービスを提供している放送事業者は325事業者となっております。そのうち、ケーブルテレビ連盟の会員で電気通信事業を行っている事

業者は290。参考までに、放送を行っている事業者数を下に書いてあります。ケーブルテレビ連盟に非加盟の事業者の多くについては、主に難視聴対策を目的とした行政が設置している設備が中心ですので、特に営業活動というのは行っていないという認識でございます。

続きまして、電話勧誘の状況でございます。日本ケーブルテレビ連盟の加盟事業者の電話勧誘の状況でございます。現在、加盟各社は、新たな顧客獲得を目的とした電話勧誘はほぼ実施しておりません。その理由としましては、ケーブルテレビは事業エリアが限られていることがありますので、当該エリアにおける事業活動の基盤は信用・信頼となっております。こういったものを欠いてしまいますと、その地域での営業活動が非常に難しくなるということがあります。そういったことから、電話勧誘でトラブルがあった場合に地域内の信用低下のリスクが非常に大きいということがあります。そのリスクを冒す割には電話勧誘による効果というのはほとんどないために、実施していないということが現状でございます。さらに、電話をかけてお客様から個人情報の入手先等を問われることもあります。そういった際、先に事業者名を名のっておりますので、そこで不審な回答をしてしまうと、さらにお客様の不信感を買ってしまうということが多いということで、現在は新規の顧客獲得を目的とした電話勧誘を実施していないということでございます。

既存の加入者への電話での御案内はさせていただいています。この場合は、新しくサービスが出来た場合、あとは、設備の切替え等で電話で御案内する際は、電話をかけて事前にお客様に同意を得た上でサービスの御案内を行っております。その場合でも、電話だけの契約成立というのはなくて、契約自体は対面で締結ということになっておりますので、こちらは消費者保護ルールのガイドラインにのっとりた形で契約が締結されているということでございます。

非加盟事業者の電話勧誘の状況ですけれども、こちらは先ほどお話をしましたが、非加盟ですので、営業方法等を直接把握できていないものの、自治体設置の行政サービス型の事業形態が多いということ把握しておりますので、積極的に新規営業の勧誘を行っていることは考えづらいということから、電話による新規勧誘の営業はほぼ実施していないというのが現状と思われま。

ケーブルテレビの電話勧誘の現状は以上でございます。ありがとうございました。

**【新美主査】** 御説明ありがとうございました。それでは、ただいま御発表いただきました2者様につきまして、御質問等ございましたら、よろしくお願ひします。チャットでお知

らせください。

北さん、どうぞ。よろしくお願いいたします。ごめんなさい、その後、黒坂さん、お願いします。まず北さん、お願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。JAIPAさん、プレゼンテーションありがとうございました。私もこういう実態があるということを初めて今日知りました。特に分離型のISPが問題であるということでしたが、NTT東西さんのフレッツ光ユーザーはどんどん減っていると思いますので、今後、光コラボのユーザーや一体型ユーザーが増えていくと、こういうトラブルは減っていくと考えていいのかということコメントいただければと思います。よろしくお願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、JAIPAさんのほうから、今の北さんの質問についてお答えいただきたいと思います。

【木村】 今の御質問なんですけれども、ただ、一番活発にいろいろ最近電話勧誘を行って問題を起しているところというのは、分離型サービスをやっておりまして、最近参入した新興事業者のわけなんですけれども、そういうところが活動を続ける限りは、全体のトレンドとしては一体型に移りつつありつつも、消費者の無知に付け込んでというんですね、どういうセールストークを使っているか分かりませんが、分離型のほうを勧誘しているという現状がある限りは問題はそう簡単には減らないのではないかなと考えております。

【新美主査】 北さん、よろしいでしょうか。

【北構成員】 分かりました。本当に商魂たくましいというか。

【新美主査】 そうですね。

【北構成員】 ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございます。それでは、黒坂さん、お願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。私からは質問ではなく、お二方のお話を伺った意見として申し上げます。まずお二方、御発表ありがとうございます。大変貴重な、今、北構成員からも御指摘のあったとおり、こんな実態になっていたのかということをお考えさせられる御発表だったんじゃないかと思います。

両者に共通することとして、ありていに申し上げますと、業界団体の枠組みの中で取組をされている方は、もうかなり規律を理解し、遵守の方向に向かって取り組まれているということだろうと。つまり、その外側に、業界団体の外側にいらっしゃる方々が、言ってしまえ

ば、課題があるというようなことなのだろうということが何となく類推されてくる状況だ  
と思います。

これは実は結構重要な時期を迎えているということじゃないかなと思います。従来や  
りこういった消費者行政は、まず業界団体の方々と向かい合って業界の規律をつくり、高  
めて頂くというようなアプローチを取り、それが一定程度実を結び始めたということと同時  
に、そうじゃないところで、つまり、これまでの消費者行政でアプローチできてこなかった  
部分によいよ課題が顕在化するようになってきたということだと思っています。

総務省を主体として進めていただく電気通信事業法の枠組みの中で進めて頂くのはもち  
ろんこれまでどおり必要だとは思いますが、これはもしかすると消費者行政の取  
組として、総務省をはじめとして消費者庁とか担当局とか、そういった関連団体の方々、関  
連省庁も含めて取組の在り方をさらに検討することが必要なタイミングになってきたのか  
もしれないということを強く予感させるものです。

ですので、少しこの辺り、今後の話にはなっていくと思いますけれども、どのような在り  
方、体制が求められるのか、さらにもう少し実態を、業界団体の外側にある部分について調  
べた上で取組を考えていくということが必要なのではないかということを感じましたので、  
意見させていただきます。

以上です。

**【新美主査】** コメントどうもありがとうございます。それでは続きまして、中央大学の  
西村さん、御発言をお願いします。

**【西村構成員】** 中央大学の西村でございます。御説明ありがとうございました。私のほ  
うからは、JAIPAさんのほうに1点質問をさせていただきます。

質問と申しますのは、御説明いただきましたとおり、地域ISPのほうで問題というのは  
ほとんど起こっていない、全国のローミングなんかをしているような分離型のほうでの問  
題といったわけですが、例えばJAIPAさんのほうで問題を把握する方法、手法、  
ほとんど総務省の報道発表とか、あるいは消費生活センターのほうからの連絡で問題を把  
握されておられるのか、もしくは問題が出たときに、ほかの機関、それこそ消費生活センタ  
ーや総務省との連携等はどのように取っておられるのか、分かる範囲でお教えいただけ  
ればと思います。

以上です。

**【新美主査】** どうも。それでは、ただいまの質問、お答えできる方のほうが……、どな

たに御希望ですか、西村さん。

【西村構成員】 J A I P Aさんでお願いします。

【新美主査】 J A I P Aさんでよろしいですか。じゃ、J A I P Aさん、よろしくお願  
いします。

【木村】 J A I P Aの木村でございます。今年前半に幾つか問題が発覚した件につきま  
しては、私どもも実は東京都の消費生活総合センター様からの御連絡、お問合せによって初  
めて知ったということでございます。その後しばらくしてから、総務省様からも同様な件で  
の情報をいただきました。そういった意味では、やはり消費者生活センター様との連携以外  
には今のところ、特にないというのが状況だと思っております。

【西村構成員】 ありがとうございます。やはり黒坂先生も御指摘いただきましたとお  
り、今後の課題というのがここでも明らかになったのかなと思った次第です。

以上でございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、森さん、御意見お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。私はもうほとんど黒坂さんと重複なんですけれど  
も、黒坂さんの御指摘のように、団体の外側の人たちに問題があるということですので、シ  
ンプルに考えて、自主規制と共同規制の手が届くところでは問題が解消しているというこ  
とですので、対応としてはアウトサイダー対応ということになりますので、法規制の一択と  
いうことになろうかと思えます。その法規制の一択で考えたときに、まずは電気通信事業法  
とその他の消費者保護の法令の守備範囲を考えますと、電気通信事業法に消費者保護のフ  
ィーチャーが相当程度入っているということですので、まずは電気通信事業法の法執行と  
いうことが目下の対応の選択肢になってくるということかと思えます。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。それでは続きまして、木村さん、どうぞ御  
発言お願いいたします。その後、長田さん、お願いします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。問題が顕在化してきたという  
ことで、私もほぼ同じようなところなんですけれども、やはり在宅しておりますと、相変わ  
らず家に電話勧誘がかかってきまして、お安くなるから換えませんかとかそういうことが  
あって、既存の大手事業者さんをちょっと匂わすようなお名前をおっしゃる事業者さんが  
結構いらっちゃって。ただ、利用者から見ると、それが J A I P Aさんの加入の事業者なの  
か、そうじゃないのかとか、あと、一体型なのか、分離なのかってなかなか分かりにくいと



ころがございます。やはり今回問題が顕在化してというところで、利用者から判断ができないということもやはり問題があると思いますので、ぜひここはどうやって対応していくのかというのは今後の課題だと思っております。

それから、JAIPAさんのほうで、電話勧誘は既存の契約の方と新規の方のところとあって、問題はないような御発言があったんですけども、たとえ既存の契約者であっても、新しく契約する場合はやはり分かりにくいところもすごくあると思いますので、これは希望ですけども、分かりやすく契約内容を説明していただいて、きちっとやっていただければなど、今後ともそういうふうにしていただければと思います。

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、長田さん、御発言お願いします。

**【長田構成員】** ありがとうございます。委員の皆さんが御指摘のとおりだと思っておりますけれども、過去のことを考えますと、やはりそれぞれケーブルテレビにしる、JAIPAさんの加盟の会社にしる、すごく昔にはいろいろな課題を持っていたこともあったと思います。それをきちんと事業者団体の中で解決をして今に至っているということなので、新たに問題を起こしている事業者に対しては、総務省がきちんと注視していく姿勢をより強めることと思うんですね。先ほどJAIPAさんからのお話にもありましたけれども、東京都のセンターや国民生活センターなど一番早く被害に気づいているところもっとより連携を取って、そして、素早く対応するという、その姿勢をやっぱり示していただくとが一番かなと思っています。

その上で、まだそういう事業をきちんとした形で続けたいということであれば、そういう事業者の皆さんたちにも事業者団体をつくるというようなことも含めて指導していただければいいんじゃないかなと思っています。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは、石田さん、御発言お願いします。

**【石田構成員】** 全相協の石田です。JAIPAさん、ありがとうございます。団体さんとしてこれだけ問題点を把握されているので、JAIPAさんとして、こういう勧誘があるという広報をぜひして頂きたいと思いました。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。このテーマについて、特にほかに御発言がありま

すでしょうか。

私も御発表を伺っていて、それぞれの業界団体の方々はしっかり対応されていると思いますが、問題は団体外のいわゆるアウトサイダーがどうなるのかというのは、黒坂さんはじめ皆さんが御指摘したとおりでございますので、それに対する行政の仕組み、どうするかというのは少し真剣に考えていくべきだろうと思います。ドイツとかアメリカなんかの事例を見ましても、結構頭を悩ませていて、業界団体と協力しながらアウトサイダーにどういふふうに対応するかという仕組みを考えているようですので、その辺も横目でにらみながら、日本でふさわしい対応というのを考えていくのが必要だろうと感じました。どうもありがとうございます。

それでは、議題（２）の消費者トラブルの解決に関するさらなる手法についてということ御議論いただきたいと思います。まずはＴＣＡの奥田様から御説明をお願いしたいと思います。よろしくをお願いします。

【奥田】 ＴＣＡです。よろしくをお願いします。それでは、ＴＣＡから、ＴＣＡ相談窓口の受付状況と苦情縮減に向けた取組について御説明させていただきます。電気通信事業者協会の奥田です。よろしくをお願いします。今日は発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。

まず「はじめに」ですが、１ページ目です。ＴＣＡでは、お客様に安心して通信を御利用いただけるように、自主的な取組としまして、２０１５年４月にＴＣＡ相談窓口を開設いたしました。この窓口の受付状況と併せて、苦情縮減に向けた取組を報告させていただきます。

おめくりいただいて、３ページ目です。相談窓口の概要からです。リード文にありますのが、開設時に報道発表したときの文言で、ＴＣＡ会員事業者が提供する電気通信サービスの利用者からの問合せや相談等を受け付け、助言等を行う専用の窓口として２０１５年４月に開設しましたというものになっております。受付時間が平日の９時半～１７時です。電話番号が４５５５－４１２４（よいつうしん）となっています。開設日が２０１５年４月２０日です。

おめくりいただきまして、主な相談内容、４ページ目です。大きく２つありまして、１つ目が、会員事業者のサービス個別の相談に対して相談者様のお話を伺って、適切な案内をするのと、場合によっては取次ぎをさせていただくというもの、２つ目は、通信サービスに関する一般的な相談やルールについての相談受付をさせて頂くという、大きくは２つの機能となっております。

おめくりいただいて、5ページ目です。受付体制としましては、今は消費生活アドバイザーなどの有資格者と通信事業者でのコールセンターでの経験者で構成されておりまして、相談員のスキルアップのため、継続的に研修を実施しながら、お客様視点に立った解決を目指して対応しているところです。受付時間につきましては、相談者様の利便性向上のために、開設時から拡大してまいりまして、開設時は10時から16時半だったものを、今、9時半から17時ということで受付をさせていただいております。

おめくりいただきまして、認知向上に向けた取組です。1つ目が、TCAホームページの中にTCA相談窓口のページを作っておりまして、トップページから行けるようにしております。それと、この相談窓口の運営に参加している事業者のホームページの問合せページなどに相談窓口のリンクを設定してもらっておりまして、そこから相談窓口のページのほうに飛べるように設定しております。

おめくりいただきまして、7ページ目です。まず右側のリスティング広告のほうです。こちら、検索連動型広告といいまして、例えば「光回線 トラブル 相談」などで検索したときにこの広告が出て、先ほどのTCAのホームページに飛ぶような、そういう設定になっております。あと、リーフレットですね。こちら、左にありますようなリーフレットを作成しまして、全国の消センさんなどに配布させていただきまして、来訪者に配布して頂いたりということをしてしております。その他、タウンページへの掲載とか、総務省様のほうで作成いただいている電気通信サービスQ&Aなどにも、あと、個別のチラシなど、そういうところにも掲載させていただいております。消費生活センター様とか総務省様には、この認知向上に向けた取組に御協力いただきまして、ありがとうございます。改めてお礼申し上げます。

続きまして、受付状況です。9ページ目です。5年分のデータになりますので、概況を御理解いただけるようなデータを御用意したつもりでおります。9ページ目、受付状況の推移ですけれども、2015年開設時に3,000件強だったものが、それ以降増加傾向で、今年度で7,000ぐらいのコール数を見込んでおります。応答率は一応90%というところを目標に設定しておりますが、常にそれは維持しているという状況で受け付けさせていただいております。

その中身を、苦情の状況がどうなのかというのを見たものが次の10ページ目です。開設当初はやっぱりどうしても苦情の部分が先行して入ってきたところがありますが、その後、一般的な問合せもいただくようになりまして、全体的には沈静化しているといえますか、落ち着いてきているという状況で、苦情の比率は低減傾向ということになっております。

続きまして、11ページ目、対象の事業者別・役務別です。大体、TCA会員向けのものが7割ぐらいで、TCA会員以外、それと、業界全体、不明というのが10%ぐらいとなっております。役務別でいいますと、移動体通信が6割ぐらい、固定通信が3割ぐらい、通信以外のところが1割ぐらい。これはここ5年ぐらい同じぐらいの比率で推移しております。

続きまして、相談内容内訳、12ページ目です。携帯電話とFTHHで大まかに分類したのになります。やはり携帯電話では料金関連が多くなってしまっていて、FTHHでは販売・勧誘関連が多くなっております。こちら、モニタリング会合などで出させていただいているデータとも似た傾向となっております。

13ページ目、今までが入ってきた、御相談いただいた内容の分類になりますが、それが結果どういうふうに終了したのかというところの分類が13ページ目になっております。

左のグラフにつきましては、まず対象が今年度の上期の3,243件になっております。そのうち、例えば料金プランを変更したいんだけど、窓口が知りたいとか、そういう事業者窓口を誘導するだけで終わっているもの、込み入った苦情相談まで行かないものが18%あったのと、その他対象外というのが9%ありまして、これらを除いた分、一般的ないわゆる苦情相談を分類したのになります。

そのうち70%が、相談窓口で解決といたしますか、一応その場でお客様に御納得いただいたものをこちら緑のところを示しております。そこで解決しなかったものが1%、事業者への取次ぎが1%となっております。この青い部分の事業者への取次件数、これが右に経年で推移を示しておりますが、開設当初は、どうしても相談窓口でのノウハウ不足とか、あと、どういう場合に事業者を引き継ぐのかというところのルールが確立できていなかったところもありまして、それと、あと、環境変化としましては、事業法改正などもありまして、そもそも事業者を引き継ぐ件数が大分減ってきているというところもあります。それらによって、事業者を引き継いで対応するという案件は、御覧のとおり低減傾向という形になっております。そういう意味からも、相談窓口ワンストップで対応できる部分が大きくなってきているのかなと感じているところです。

続きまして、苦情縮減に向けた業界団体としての取組について御紹介いたします。15ページ目です。TCA苦情相談対策検討部会という部会を設置しております。こちら、6年前のこの議論を踏まえたときに、こういう部会を設置するというような報告をしていたかと思いますが、TCAの協議組織の消費者支援委員会の配下にこの部会を設置いたしました。最初9社で活動を開始して、現在12社で活動しているという状況です。

16ページ目が、先ほどの相談窓口とこの部会との連動したプロセスを示したものになっております。ポイントとしましては、上に2つ書いております。各社の受付情報につきましては、相談窓口から、基本、翌営業日に個社情報についてはフィードバックをしております。併せまして、データ分析、緑のところにあります、データを集積したものを月報として各社に報告をしているというところで、それで各社の改善に役立てているというところで、あとは、データ集積したものを、傾向などを分析しながら、事業者同士で集まって対策などを検討する部会を開催しまして、共通の課題抽出とか対策検討を行っております。

直近の具体的な取組事例について、17スライド目に示しております。前回の検討会で報告をさせていただいたものになりますが、前回報告時に西村構成員から、相談窓口の運用とこの書面送付の取組というのはどういうふうに関連しているのかという御質問をいただいたかと思っておりますが、その説明も兼ねて経緯についてお話しします。今年の2月のモニタリング会合のときの指摘内容としまして、F T T H、特に電話勧誘で苦情相談が多くなっている、特に高齢者からの割合が高い、より一層丁寧な対応が必要だという指摘がありました。会議の場で石田構成員、新美主査から、書面送付について検討してほしいというようなコメントをいただいたと認識しています。

それを基に、我々T C A相談窓口の受付状況などを確認しまして、F T T Hの電話勧誘に関する苦情については、前回お示ししたとおり、低減傾向、特にT C A事業の名指しで来るものについては低減傾向にあると認識しています。ただ、F T T Hの電話勧誘に関するものが一定量を占めていたこと、あと、高齢者のお客様からの苦情相談が多いというところは同じ傾向を示しておりました。それらを踏まえまして、T C Aとしての新たな取組として、勧誘したお客様が高齢のお客様であった場合に、書面送付後に後確認をするという運用を一部導入したというところでございます。取組内容詳細につきましては、前回報告しましたので割愛させていただきます。

まとめとしまして、18ページ目です。通信サービスは、お客様の生活にとって必要不可欠なものでありますし、お客様サポートの充実は大事だと思っております。相談窓口は、開設から5年経過して、日々そういう対応をしている中でその役割を担う拠点になると認識しております。また併せて、事業者団体として対策を講じていくような体制も確立できたことで、苦情縮減にもつながっているのではないかと考えております。今後もこの相談窓口に寄せられるお客様の声を起点として、お客様に安心して御利用いただけるような通信サービスの環境をつくっていきたいと思っておりますので、引き続き御支援、御協力のほどよろ

しくお願いいたします。

TCAからの説明は以上です。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。それでは続きまして、CATV連盟の吉田様から御説明よろしく申し上げます。

【吉田】 ケーブルテレビ連盟、吉田でございます。引き続きよろしく申し上げます。私から、ケーブルテレビ業界における電話相談窓口の体制について御説明をさせていただきます。この説明は、2014年に1度、総務省さんの会議体で御説明させていただきまして、その最新版をおさらいということになっております。

まず私どもの窓口の体制でございますが、お客様相談窓口の専用電話番号を用意しております。また、私どものホームページから問合せフォームで受付をするということも同時にしております。受付体制につきましては、平日の9時30分から17時まで、夜間、土日・祝日の対応はしておりません。問合せフォームについては、24時間受け付けまして、対応は、電話対応に準じて平日返信ということで対応しております。

運営体制でございますが、加盟事業者は各事業者ごとにそれぞれ自社で相談窓口を設置していますけれども、業界のお客様相談窓口の位置づけとして、私どもケーブルテレビ連盟の中に窓口を設置しているという位置づけでございます。

人員については、その日の出勤態勢にもよるんですが、2名～4名で電話を受けております。ただし、全員が専業ではなくて、ほかの自分の担当業務を持ちながら対応するというようになっております。この対応する人員については、会員事業者から出向で来ている職員が多いということで、実際に自分たちが業務としてやっていたことについて答えるということですので、特に教育というのとはしておりません。ですので、知識・経験がある者がそれを使ってお客様に御説明、対応するというようになっております。

また、設置費用ですけれども、この窓口を設置することについての費用負担は課していないということで、お客様への丁寧な対応というのは、業界団体が取り組む1つの業務として位置づけておりますので、通常皆さんに御負担いただいている会費の中で運営ということにしております。

また、国民生活センターさん及び各地の消費生活センターさんとの連携ですけれども、各消費センターからの相談・問合せについても、こちらの窓口で一度お受けをして、適切にアドバイスをさせていただいたりとか相談に乗らせていただいて、必要に応じて事業者になく等の一次受付の対応をこちらで行っております。

受付の件数ですけれども、近年大分減ってきてまして、大体年間で300件程度。多い日は1日数件ということもありますけれども、全くない日もあるのが現状で、大体ならしめすと年間300件程度ということになっております。

次、3ページ目です。苦情相談の流れと取り扱う事例の範囲でございます。矢印のピンク色になっている部分が私どもが関わる部分です。消費者の皆様からは、全国の消費生活センター等への電話も入りますし、各ケーブルテレビ事業者にも電話が入る。その中の1つの選択肢としてケーブルテレビ連盟が位置しているというような状態になっております。

取り扱う事例の範囲としては、その場で解決できるようなものとしては、ケーブルテレビ事業者のエリア紹介とか、事業者についての連絡先等の問合せ、ケーブルテレビに関する一般的な質問、あとは、事業者に質問する前の確認、あとは、営業の自主基準、そういったものの解釈等についてのお問合せについては、その場でお答えをして解決をしております。取次ぎについては、当該事業者への取次ぎということですが、消費者のお客様は、ケーブルテレビ連盟をケーブルテレビ事業者と思い込んで電話してくることが多いケースがありますので、その場合は一度こちらの窓口で状況等をお伺いした上で、当該事業者には状況を伝え、対応するように引継ぎをするという機能をなしております。一部、苦情等が入りますので、その場合には事実関係を確認しまして、当該事業者に対応の依頼をするとともに、その後の対応結果の報告を依頼するというような役割を担っております。

次のページ、スライド4ページです。相談窓口の設置と運営上の効果についてです。設置時の状況。今回、電気通信事業についての検討をしている場ですけれども、この設置のきっかけになったのは、地上デジタル放送に移行する際の苦情の増加によってです。地デジ化に関連した営業に対しての苦情がかなり多く入ったということがあり、その対策として業界独自の自主基準をつくるとともに、このお客様相談窓口を設置したという経緯でございます。

相談窓口を設置した利点ですけれども、これは窓口を設置したからどうかということとは直接関係はないかもしれませんが、2008年の窓口設置時から苦情は減少し続けているというのが現状です。窓口を設置するとともに、②では、業界団体としても苦情削減の取組は強化しておりまして、各地の事業者に向けては、業界全体の苦情発生件数などを周知し、私どもが実施する消費者保護ガイドラインの説明会等を通じて、消費者には丁寧に対応するようにという意識向上を求めるなどの啓蒙活動をしているということも含めて苦情件数が減少しているのではないかとということで、今後もこういった取組を続けてまいりたいと

いうことであります。

ケーブルテレビの相談窓口の現状については以上でございます。ありがとうございました。

**【新美主査】** どうも御説明ありがとうございました。それでは、ただいまの2名様からの御発表に関しまして質問等ございましたら、御発言よろしくお願ひいたします。またチャットにて合図をしてください。いかがでしょうか。特にございませんか。

それでは、森さん、どうぞ、質問お願ひいたします。その後、長田さん、よろしくお願ひします。

**【森構成員】** ありがとうございます。細かいことでありますが、まずその前提として、御説明ありがとうございました。苦情というのは非常に大きな指標、重要な指標だと思ひますので、減少に取り組んでいただひいて、TCAさんでもケーブルテレビ連盟さんでも減少しつつあるというのは大変いいことだと思ひます。

お聞きしたいのは、TCAさんの資料の17ページ目なんですけれども、FTTHの電話勧誘についてですが、17ページの右肩のところを見ますと、TCA相談窓口における入電状況ということで、FTTHの電話勧誘に関する苦情は低減傾向にある、全体として低減している、TCA事業者に対するものは顕著に低減傾向ということになりますので、そうしますと、FTTHの電話勧誘に関する苦情全体はやや低減なんですけど、TCA事業者に対するものは顕著に低減しているということは、逆にTCA外の事業者、FTTHの電話勧誘に関する苦情が増えているということになるかと思ひますけれども、そういう理解でよろしいですかということをお聞きしたい。

もしそれでよければ、何か増えていることについての仮説のようなものがありましたら、お教えいただければと思ひます。増えているというのは、もちろんTCA事業者のものが減っている、これはいいことですし、期待のとおりということなんですけれども、TCA外の数が増えているとなるとちょっと看過できないので、何かもし仮説をお持ちでしたらいただければと思ひます。よろしくお願ひします。

**【新美主査】** それでは、TCAさん、どうぞお答えいただけたらと思ひます。お願ひします。

**【奥田】** TCAです。森先生、御質問ありがとうございます。前回の消費者保護検討会の資料で示させていただきました、TCA相談窓口の苦情件数を、役務でFTTH、チャンネルで電話勧誘、苦情に絞ったもの、そのデータの推移を3年間の推移で見たところ、全体は



9割ぐらい、10%減ぐらいになっていたところ、TCAの事業者名指しで来た分については、指数でいうと55から35に減ったという形で示させていただきました。なので、全体件数の減りぶりよりもTCA事業者名指しというところが減ったということになります。

ただ、それ以外のところが、TCA会員以外が多いのか、TCA名指しの分を見ているので、業界全体に対する指摘とか、あと、不明というところもありますので、そこは申し訳ございません、一概には言えないところです。それ以外のところが多い要因につきましても、そこまでの分析ができていない状況でして、コメントできるところがないという状況でございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。森さん、それでよろしいでしょうか。

【森構成員】 はい、ありがとうございました。

【新美主査】 それでは続きまして、長田さん、それに続いて、石田さんをお願いします。まずは長田さん、よろしくをお願いします。

【長田構成員】 長田です。ありがとうございます。今の森先生の御質問のところに関連するような話なんですけれども、TCAの会員外さんの御相談の内容をどこかに、例えば総務省に報告するとか、何か情報提供するとかというような、そういうことはやってらっしゃらないのかというのが1つと、それからもう一つは、ケーブルテレビ連盟さんの御説明のほうにあった、各会員社に取り次いだ後に報告をもらうというのがありましたけれども、それはTCAさんとしてやってらっしゃるのかという、2つを教えていただきたいです。

【奥田】 TCA、奥田です。長田先生、御質問ありがとうございます。TCA会員外の御申告があった場合、それをどこかに報告するというような取組は今のところ実施はしておりません。

以上です。

【長田構成員】 会員社に対して苦情を取り次いだときに、それが解決したとか、こうなつたという報告を受けているかどうかというほうはどうでしょう。

【奥田】 事業者に取り次いだ案件の報告については受けております。

【長田構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 ごめんなさい、TCAさん。会員外の場合はどうなりますか。ちょっと関連の質問ですが、どういう処理を最終的にされておりますか。

【奥田】 TCA、奥田です。会員外については、事業者に提供するということは今はや

ってないです。

【新美主査】 そうすると、そこで対応できませんということで打切りという処理になっておるのでしょうか。

【奥田】 T C A、奥田です。電話勧誘に関する一般的なところについては、例えば信用できるのかとかという問合せであれば、例えば提供事業者がどこなのか、代理店の名前などを聞いた上で、こういう観点で確認しながら御判断されることをお勧めしますというような御案内をさせていただきまして、個別の案件につきましては、T C A会員事業者でしたら取次ぎはしますが、会員外の個別の事業者との契約内容とかに関わるものについて取り次ぐとかというところはやっていないという状況です。

【新美主査】 分かりました。一般的な相談としては応ずるということによろしいんですね。

【奥田】 そうです。御認識のとおりです。

【新美主査】 分かりました。ありがとうございます。

それでは続いて、石田さん、お願いします。その後、市川さん。

【石田構成員】 石田です。よろしくお願いします。長田さんから質問が出ていたのですが、取次事業については、16ページのところでは、原則当日対応となっているんですけども、取り次いで、斡旋解決までをT C Aさんがするというのではなく、事業者さんに取り次ぐという内容だと今の御説明で理解したんですけども、それでよろしいでしょうか。その場合なんですけれども、相談された方にはどのような御説明を行っているのかを教えてください。

それと、こちらは要望になるんですけども、リーフレットの中でも、困ったことがあった場合に御相談くださいとなっているんですが、消費者の方は本当に通信がよく分からないという方が沢山いらっしゃいまして、自分が例えばスマホを契約しようとした場合、何ギガぐらいのものを契約すればいいのかとか、契約するときにどういうことを注意したらいいのかとか、そういうこともよく御存じないという方はたくさんいらっしゃいますので、困ったことばかりではなくて、いろいろな通信のお問合せ窓口の役割をぜひ果たしていただきたいかなと思いました。

それと、通信は、次々新しいサービスや仕組みとかが出てきますので、消費生活相談員でも通信の相談は苦手という方も結構いらっしゃるんですね。それなので、相談員向けに、分からないことについて、個社のことについては難しいとは思うんですけども、相談窓口を

つくっていただけたらと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

【新美主査】 それでは、質問の部分について、どうぞお答えください。

【奥田】 TCA、奥田です。御質問ありがとうございます。まず最初のあっせんにつきましては、あっせんしての解決までというところの対応まではやっていないという状況でございます。

申し訳ございません、2つ目の質問を聞き漏らしたので、もう一度、後ほど願いたします。

【石田構成員】 取り次いで、回答を得る、御報告を得るというような御説明さったと思うんですけども、取り次ぐ場合に、事業者の方に取り次ぐ内容を相談者の方にはどのように説明しているのかと。この事案については、取り次ぐので、事業者さんのほうから連絡が行くと思いますとかそういう内容なのか、ただ苦情として承りましたという内容なのかをお伺いしたいと思ったんです。

【新美主査】 いかがですか、TCAさんのほうは。通じてないのかな。TCAさん、届いていますでしょうか。ちょっとコミュニケーションがうまくいっていないようですね。発言が皆さんのところにも届いていないと思いますが。

【石田構成員】 すみません、聞こえてないでしょうか。

【新美主査】 私のほうは聞こえている。多分TCAさんのほうが聞こえてないんじゃないかな。TCAさん、音声通じておりますでしょうか。石田さんの声はよく聞こえているんですが、TCAさんのほうとちょっと声が通じていない。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。我々のほうも今、新美先生と石田先生の声だけが聞こえている状態です。TCAさん、今、マイクがミュートになっている状態のようで、我々のほうから連絡を取ってみようかと思いますが、今しばらくお待ち頂いて、別の話を続けて頂ければと存じます。

【新美主査】 それでは、市川さんのほうに発言お願いしたいと思います。それでは、市川さん、よろしくお願いいたします。

【市川構成員】 慶應義塾大学の市川でございます。と言いましても、基本はTCAさんに関わるコメント1つと質問1つでして、森先生、長田先生がおっしゃったようなことに重なっていたんですが、TCAさんの資料にありますように、元々でいいますと2015年4月にこれを開始されて、ICTサービス安心安全研究会のところで苦情相談体制というの

を業界団体で取ってくれるのであれば、それより強い話というのは入れなくてもいいのではないかと、ひとまず見てみようということで開始されたものと承知しています。ただ、先ほどのISPの話と同じですけれども、TCAさんの分析次第というようなことはありましたけれども、全体としてはモニタリング等を見ても、今でいうと、FTTHについて販売・勧誘についての苦情というのは別に減っていないし、ちょっと悪質性の高いものもよく聞かれるということに対して、今の体制でどう対処できているのかということが問題なんだろうと思います。

TCAさん自体の取組が進んでいて、そこ経由の苦情等が減っていることは非常に望ましいことなんですけれども、我々の預かっている任務からしますと、これできちんと世の中全体に起きていることが対処できているのか、あるいは会員外のところはどうか、あるいはTCAさんの伝え方、究極的に全体の苦情削減になっているかどうかというところを考えなければいけないということが論点なのかなと思いました。こちらがコメントになります。(TCAさんはまだつながっていないですかね。)

**【新美主査】** 音声は届いているようです。後で向こうの音が聞こえるようになったら、石田さんの部分とまとめて答えていただきますので、どうぞ。

**【市川構成員】** 短く確認の質問なんですけれども、先ほど、各社には、ここの17ページに書かれている後確認以外にも、入ってきた相談窓口の内容についてはきちんと伝えて、対処について伺っているというお話でしたが、今でいいますと代理店等のことに関する苦情が多いわけなんですけれども、これについても当然、あなたのところのこういう代理店がこんなことで問題起こしていますよ、きちんとしてくださいねということは伝えて対応されて、その返事を戻されているということでよろしいんですねという確認でございます。

以上でございます。

**【新美主査】** 分かりました。TCAさん、声が聞こえてはいらっしゃるということですが、こちらに発言よろしくお願ひします。

**【奥田】** TCAです。大変失礼いたしました。こちらの不具合ということで、申し訳ございません。

先ほど石田構成員から御質問いただいた件ですが、まずあっせんにつきましては、あっせんしての対応というところはやっておりません。取次ぎにつきましては、例えば個社との契約関係に関わるものなので、お客様が取次ぎを希望された場合に、相談窓口と事業者とで、事業者のお客様対応部門と連携しながらお客様対応するという形で対応しております。

リーフレットにつきましては、御指摘いただいた点を踏まえて、次回、ちょうど次の次年度に向けて作り直すところがございますので、そこで反映させていただこうと思います。

相談員様向けの窓口につきましては、今、相談窓口のほうに、消セン様からも御相談いただいたりというところ、受付をさせていただいておりますので、T C A相談窓口のほうに御連絡いただければと思います。

以上です。

【石田構成員】      ありがとうございます。

【新美主査】      石田さんの質問はそれでよろしかったと思いますけれども、市川さんの御質問についてお答えがありましたら、どうぞよろしくをお願いします。

市川さん、もう一遍、質問の部分を簡単に御説明いただけますか。

【奥田】      申し訳ございません。もう一度お願いします。

【市川構成員】      先ほど、苦情が入った場合、会員社さんにはその内容について伝えられて、それで、どういう対応を取られたかお戻しになっているというような応答があったんですけども、昨今でいうと代理店話の苦情が多いということで、それについても、あなたのところに関わる苦情なのでというふうに伝わって、それで、こういうふうに対応しましたということが戻られていると、そういう認識でよろしいでしょうかというものでございました。

【新美主査】      どうぞ、お答えいただけたらと思います。

【奥田】      T C A、奥田です。御質問ありがとうございます。代理店に関わるものも、事業者に対して併せて通知しております。

以上です。

【新美主査】      市川さん、それでよろしいでしょうか。

【市川構成員】      はい、ありがとうございます。

【新美主査】      それでは、木村さん、どうぞ御発言お願いいたします。

【木村構成員】      木村です。T C Aさんに質問なんですけれども、聞き漏らしていたかもしれないのであれなんですけれども、17ページのところで後確認のところなんですけれども、きちんとされているかどうかというのはどうやって逆に確認できるのかなというのが1点目と、あと、高齢者というのは大体何歳ぐらいのことを想定されているのか。それは各事業者さんで違うのかということ、もしくはT C Aさんで大体このぐらいの年齢の方という何かそういうのが決まっているのかということと、もう一つ、一部例外というのはど

ういうところを想定されているのかなというのをお願いいたします。

以上です。

【新美主査】 それでは、どうぞ、TCAさん、お願いします。

【奥田】 TCA、奥田です。御質問ありがとうございます。まず年齢の部分につきましては、おおむね70歳というところで団体内では意識合わせをしているのですが、例えばMNOなどは携帯関連で65歳で運用したりしておりますので、画一的にしているものではないですが、おおむね70歳としております。一部例外と書いておりますのが、例えば御家族の確認が取れた場合とか、あと、お客様から特にそういうのが必要ないといえますか、関心を持たれている状態が確認された場合、例えば代理店のホームページのほうに問合せがあった場合とかそういう場合を例外として設定しております。

【新美主査】 木村さん、よろしいでしょうか。

【木村構成員】 はい、分かりました。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、時間も大分押しておりますので、第2番目の議題については以上にさせていただきたいと思えます。

それでは、議題(3)の5Gエリアの利用者への訴求について、現状について御説明をいただきたいと思えます。まずはNTTドコモの田畑様から御説明をお願いしたいと思います。よろしくをお願いします。

【田畑】 NTTドコモ、田畑でございます。それでは、資料3-1に基づきまして、御説明をさせていただきます。

まず1ページ目でございますが、ドコモの5Gのネットワーク展開でございます。ドコモは、高速・大容量が実現できる5G用の新周波数によりましてエリア展開を積極的に行っているところでございまして、下のグラフにありますように、22年3月末で2万局、高速・大容量の都市部の人口カバー率で55%、23年3月末で3万2,000局で70%を実現していきたいと考えております。

続きまして、2ページ目です。ネットワーク展開の2点目でございますが、この12月7日より5G用の新周波数帯(Sub6)を用いたキャリアアグリケーションに対応しまして、右下にありますように、最大4.2Gbps、国内最速ということで提供を開始したところでございます。

続いて、3点目でございます。同じく5Gネットワークの展開の3点目です。4Gの周波数による5Gについては、低遅延とかのサービスの普及は可能ではあるものの、速度が4G

と同等でありますことと、加えて、4G用にその周波数を用いているところで、それを5Gで使うということになりますと、4Gユーザー側の速度低下の懸念もございますので、そこを考慮して提供を検討してまいりたいと考えてございます。

続きまして、4ページでございます。エリアマップの表示の方向性でございます。このエリアマップはイメージでございます。一番濃い5Gエリア、それから次に、4G周波数による5Gエリア、それから、LTEエリアと海上というふうに4区分で示しておりますが、速度が異なる5G用の新周波数を用いているエリアと、4G周波数による5Gエリアは、このようにしっかりと色分けをしていきたいというところでございますが、先ほど申し上げたとおり、4G周波数による5Gエリアの展開をまだ検討中でございますので、これはあくまでもイメージということでございます。

それから、5ページに参ります。テレビCMとか店頭、ウェブサイト上の表示についてでございます。現時点では、店頭やテレビCMによる積極的なエリア訴求は実施していない状況でございます。エリアマップについては、これはドコモのホームページでございますが、このような形で表示しておりまして、これを用いて5Gエリアの御説明等を行っているところでございます。下にございますように、エリアマップの選択として、5GとかLTEを選び、かつ時期を選んでいただくと、そのときのエリア表示が出てくるというところで、一番濃いのが5G、オレンジ色がLTEエリアというところの区分でございます。それ以外に利用可能スポットも表示をしているところでございます。

加えて、テレビCM、店頭、ウェブサイト上の表示でございますが、ウェブサイトにおきまして5Gの特設サイトを設けておりまして、5G用新周波数を「瞬速5G」として訴求しております。また併せて、特設サイトにおきまして、ドコモの5Gネットワーク展開戦略とか通信速度などについて説明をしているところでございます。

7ページですが、最後に、端末における5Gのピクト表示でございます。待受中は、e-LTEエリアに在圏中に「5G」というふうに表示をされます。それから、通信中はNRエリアのみ「5G」という表示にしますということにつきまして、国内事業者間で合意をしているという状況でございます。

資料の御説明は以上でございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。それでは続きまして、KDDI、山本様から御説明よろしく申し上げます。

**【山本】** KDDI、山本です。本日はお時間いただきまして、ありがとうございます。

5Gサービスのエリアの訴求等について、資料に基づいて御説明させていただきます。

まず目次を開けていただきまして、弊社のプレゼンは4つのパートに分かれています。まず「はじめに」のところで、お客様にとっての5Gの価値とは何かということについて最初に冒頭に御説明したいと思います。その後、2、3、4でいただいているお題について御説明いたします。

それでは、スライド2をお願いいたします。まずこれはもう言わずもがなではあるんですが、5Gとは何かということで、おさらいですけれども、これは高速・大容量、それから、多接続、低遅延のこの3つの特性があると。お客様の利用シーンに応じて必要な機能、品質を提供していくというのが5Gの基本的な考え方でございます。

続きまして、スライド3をお願いいたします。当社がお客様に5Gを展開して5Gを御案内していく上では、以下の3つの点によって生み出されるいわゆる体験価値に重点を置いて訴求することとしております。技術的なスペックというよりは、お客様がどう感じるかというところに重点を置いておるといってございまして。それは3つございまして、まずやはり使い放題の料金、それから、高精細なコンテンツサービス、それから、高性能なデバイス、これによってどんな価値が生まれるかというところでございます。

体験価値といとなかなかふわっとしたイメージになりますのでもう少し丁寧に御説明しますと、いわゆる料金プランによる体験価値の向上とは何かというところが左側のグラフでございます。弊社の場合、料金プランは、これは5Gで、いわゆる使った分だけの階段型のピタットプランというものと、それから、たくさん使いたい、気にせず使いたいという、いわゆるMAXというものと大きく2つに分かれております。やはり、これ、弊社調べではございますが、いわゆるデータMAX、使い放題のお客様のほうが満足度はより高いということが示されております。

右側のほうのグラフでございますが、こちらは端末の高性能化に伴ってお客様の体験価値、満足度が向上していくということをお示ししているものでございます。右側のほうの左半分、動画視聴利用の割合のところでございますが、いわゆる5G対応の端末に機種変更したお客様、こちらのほうが動画視聴利用の割合が高いということが示されておまして、データを使うほうが多くなるお客様のおうがより満足度が高いということが数字で示されております。何が言いたいかと申しますと、5Gの体験価値というのは、単に高速・大容量というそのスペックによってだけ決まるものではないということをお示したものでございます。



続けまして、スライド4でございます。弊社としましては、5Gを広いエリアで、つまり、できるだけ多くのお客様に体験いただけるように対策を推進してまいっております。具体的には、左側の青いところでございますが、5G向けの新規周波数による基地局展開、これと既存の周波数を用いた5G化、NR化とも言われておりますが、この双方を推進し、エリア展開を加速しているという状況でございます。つまり、お客様の体験価値に重点を置いて5Gを訴求していくというとともに、5Gをしっかりと正しく理解していただけるように、エリアの広さあるいは広告の分かりやすい表示に努めてまいるところに気を付けております。以上が前段のお客様にとっての5Gの価値とは何かということでございます。

続きまして、スライド5、こちらがエリアマップの表示の方向性につきましてです。こちらに書かれていることは、これはいわゆる総務省様のほうの報告書、新世代モバイル通信システム委員会の報告の中で書かれていることでございます。つまり、性能をお客様、ユーザーが誤認しないような方策として、適切な周知手段をもってユーザー保護に努めていくことが望ましいと、こういうふうに提言されているわけでございます。

当然これを踏まえて、MNO各社、4社が話し合まして、事業者間の共通認識として、この四角の囲みのところ、これが本年10月に総務省様に御説明をした内容でございます。これは弊社というよりも4社共通の内容でございます。特にこの赤字の部分、いわゆる新周波数と提供サービスに明らかな性能差分、速度等の差分があるような既存周波数のNR化、これについてはマップ表示を分けることとするというふうに整理されているわけでございます。また、それから、今後の5G展開の状況に応じて、お客様、ユーザーにとっての分かりやすさというのは常に変化するものであるという理解をしております。ですから、ユーザーの周知方法については適宜見直しが必要である、こういった方針が示されておるわけでございます。

これを踏まえて、スライド6でございます。こちらは先ほどのドコモ様の御説明に近いところでありますが、当然これは5Gが利用可能なエリアはしっかりと表示をさせていただく。その上で、まずは新周波数、それから、既存周波数、いわゆるNR化でございますが、これによる色分けをしっかりと、お客様の分かりやすさ向上のために周知方法は適宜見直しをしていくというところでございます。この提供エリアにつきましては、契約時にしっかりと御確認いただくという手順を取っております。

続きまして、スライド7でございます。こちらはテレビCMあるいは店頭広告、ウェブサイト上の表示の方向性でございます。これはもう繰り返しになりますが、当社の場合は速度

というよりは体験価値に重点を置いた訴求を実施しているところでございます。当然、訴求物においては、5Gは一部エリアでの提供であるということをしかりと明記して御案内をしています。

最後のスライド8でございます。ピクト表示につきましては、先ほどのドコモ様の御説明と内容的には全く同じでございます。いわゆる5Gエリアについては、この濃い「5G」と楕円で色をつけているところでございますが、こちらは通信時、待受時共に「5G」を表示している。アンカーと言われるエリアにおいては、待受時は「5G」と表示しますが、通信時には「4G」と表示する。これは弊社というよりも各社共通の定義としているという状況でございます。こちらにつきましても、お客様の契約時にしかりと御説明しているというものでございます。

弊社からは以上でございます。

**【新美主査】** 御説明どうもありがとうございました。それでは続きまして、ソフトバンクの大平様から御説明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。

**【大平】** ソフトバンクの大平でございます。それでは、よろしくお願ひいたします。5Gの訴求とお客様説明に関して御説明させていただきたいと思っております。

まず、1ページになります。本日は、エリアマップ、サービス訴求、重要説明事項、この3点について説明させていただきます。

2ページを御覧ください。まず現状ですが、エリアマップのイメージになっております。5Gは単一のものとして表示をしておりますが、今後は、5Gの中でも新規に割り当てられた周波数と既存の周波数を5Gに転用した周波数、この2区分に分けて表示することを予定しております。こちらによって、5Gには2種類のエリアがあるということを明示しまして、お客様に誤認されないようにしようと考えております。

続きまして、サービス訴求の点になります。4ページ目を御覧ください。こちらはテレビCMの訴求となります。現在は、高度な多様なサービスが実現できるといった5Gの世界観についてイメージ訴求を行っております。このため、エリアや具体的な速度については現在のところ、訴求しておりません。

続きまして、5ページ目となります。こちらはウェブサイトになります。ウェブサイトでは、5Gの特設ページを開設しておりまして、プロダクト、料金プラン、エリア、テクノロジー、このようなパートに分けて詳細について紹介しております。今回はテクノロジーのパートについて次のページで説明させていただきます。

6 ページ目を御覧ください。こちらはテクノロジーページをクリックしていただくと開く概要になっております。高画質画像や臨場感ある映像を実現する高速大容量、そして、危険作業などの遠隔操作や遠隔医療などを実現する低遅延、そして、数多くの地点で計測する川の水位管理といった防災管理などを実現する多接続、このような5Gの特徴を紹介しております。また、併せてですが、これらの利用シーンについてもイメージとして掲載をしているところがございます。

続きまして、お客様への説明ということで重要事項の説明に移らせていただきます。8 ページ目を御覧ください。まずお客様向けの説明となります。5Gエリアは当初限定的となっている点、そして、技術的な制約となっておりますが、ピクト表示が「5G」となっている点、そして、5Gの実際の速度は低下をしてしまう場合がある点、これら3点の重要事項を契約プロセスの中で動画を用いて視覚的に説明を行っております。

9 ページ目を御覧ください。こちらは重要事項説明書となります。前のページで御説明したエリア、速度、ピクト表示、これらの注意点について、書面に記載した上でお客様にお渡ししております。

最後となりますが、10 ページ目につきましては、お客様対応をしていただく店頭スタッフ向けの内容となっております。お客様対応のマニュアルを弊社で準備しておりますが、その中に、このスライドに掲載しておりますような図を用いまして、エリア、ピクト表示、速度という内容を解説しており、お客様への説明を徹底していただくようスタッフ様をお願いしております。

本日の説明は以上となります。ありがとうございました。

**【新美主査】** 御説明どうもありがとうございました。それでは続きまして、楽天モバイルの鴻池様から御説明をお願いいたします。よろしくお願いいたします。

**【鴻池】** 楽天モバイルの鴻池です。それでは、始めさせていただきます。本日は発表の機会をいただきまして、ありがとうございます。資料3-4に基づきまして御説明させていただきます。

2 ページをお願いします。本日、こちら、①、②、2点について御説明を申し上げたいと思います。

3 ページ目、よろしくお願いいたします。当社におきましては、今年9月よりまずはNon-Stand Alone方式のほうで5Gのサービス提供をスタートさせていただいております。現在

は一部の地域に限定した提供となっておりますが、順次エリア拡大をしていきたいと考えておる次第でございます。

4 ページ目をお願いします。楽天の5Gにおきましては、エリア拡大だけではなく、皆様にとって使いやすさも訴求しております。その一例といたしまして、9月30日に発表させていただきました料金プラン、Rakuten UN-LIMIT Vについてです。こちら、5G通信サービスを利用する際も、4G通信サービスのプランに追加料金なくお使いいただく、非常にシンプルなワンプランの形式を取っている形になっております。

続きまして、5 ページ目お願いいたします。今後の5G展開のスケジュールについてまとめているものになります。2021年3月には全都道府県で最低1か所での5Gサービスをスタートさせる予定となっております。そして、真の5Gと言われているStand Alone方式につきましては、2021年の第2四半期中にスタートする予定で進めている形になっております。

続きまして、6 ページ目、7 ページ目になりますが、こちらは5Gを活用した新たな試合観戦体験ということで、ちょうど12月3日に弊社のほうで報道発表させていただいたものになります。神戸市のノエビアスタジアムにおきまして、J1のプロサッカーチーム、楽天ヴィッセル神戸と共同で新たな試合観戦体験の実証実験を実施した模様になっております。後ほど御参照いただければと思っております。

8 ページ目をお願いいたします。次の②のほうを御説明します。

9 ページ目、をお願いします。4G周波数を用いた5Gサービスに関する当社の考えにつきましてまとめておるものでございます。5Gの超高速の特性については、使用する周波数の帯域幅によるところが非常に大きいと考えております。帯域幅の狭い4G用の周波数を用いた5Gサービスにおいては、超高速という点においては特性が十分に実現されにくいという課題認識を弊社としては持っております。よって、4G周波数を転用した5Gにつきましては、Sub 6やミリ波を使う5Gとは異なることを各事業者が一般消費者のほうへしっかり周知するような、この情報提供に関するルール整備等についてはしっかり行うべきと弊社は考えております。

次のページをお願いします。一方で、当社におきましては、そもそも4Gの周波数割当てについては、下の表に参考で書かせていただいているんですが、他社様の6分の1以下しかないことから、近い将来についてはある程度契約数が順調に皆さんにお使いいただけるようになっていくと、周波数が逼迫する可能性も懸念しております。よって、現時点におきまし

では、4 G周波数を用いた5 Gサービスの提供については弊社は予定してございませんという状況だけはお伝えしておきます。

続きまして、1 1 ページ目になります。こちらは現状におけるサービスエリアに関する情報提供のところを取りまとめているものでございます。弊社は5 Gのサービスにつきましては一部での提供という段階でございますので、都道府県ごとにリスト形式で表示する形式を取っている形になっております。参考で4 Gサービスのほうはエリアを地図マップのほうでしている形になります。また、ピクト表示に関する注記についても、ちょっと見えにくいかもしれませんが、エリアマップの末尾のほうに記載しているのとともに、他社様同様、お客様のほうには重要事項説明をもって交付、説明をしている形になっております。

ちなみに、4 Gエリアマップについては、こういった地図上のものも併せて、弊社独自の基地局エリアと、それから、ローミングパートナー様の基地局をお借りして、パートナー回線とお呼びしていますが、そちらの両方をマップ形式で表示しているというのを補足させていただきます。

1 2 ページ目になります。こちらは広告に関する表示例を記載させていただいています。弊社は4 Gと5 G両方使えるという形で料金プランもしていますので、こちら、紙媒体の事例になりますが、訴求に近接して、5 Gエリアと対応製品の利用により5 G通信も使える旨記載している形になります。さらに注釈として、ベースは4 Gが大半で、5 G提供エリアは一部でございますので、一部であるということについてはしっかりウェブサービスも含めて詳細が確認できることをお伝えしておきます。

続きまして、1 3 ページ目になります。テレビCMの部分での表示事例になります。こちらの部分も大きく、4 G、5 G両方使えるということで、料金かからないという、料金が一緒に含まれているということでT a d a 5 Gという言い方をお伝えしていますが、こちらも5 G提供が一部のエリアであること、これをウェブページでも詳細確認できることをお伝えしている形になります。

最後、1 4 ページ目になります。こちらは、今まで御説明させていただいた内容のポイントを最終ページとしてまとめて記載させていただいている形になります。御説明は割愛させていただきますが、本日、以上をもつての御説明とさせていただきます。ありがとうございました。

【新美主査】 御説明どうもありがとうございました。それでは、5 Gの訴求に関連しまして4社から御発表いただきました。これらにつきまして御質問等ございましたら、御発言

のほどよろしく願いいたします。チャットについて御合図いただけたら、御指名させていただきます。どうぞよろしく願いいたします。それでは、長田さん、まずお願いします。

**【長田構成員】** ありがとうございます。長田です。現在、4G周波数を5Gに転用してというところを使う予定がない、それから、検討すると、各社いろいろですけれども、この周波数をどう呼ぶのかというところがすごく私は課題だと思っています。今のお話、資料を拝見していても、ドコモさんは4G周波数による5Gエリアと呼ばれ、auさんは、5G周波数既存何とか、何かそういう呼び方で5Gとなっているんですね。5G（既存周波数）か。そして、ソフトバンクさんが既存4G周波数を5Gに転用した周波数という、全然呼び方が、エリアマップでも説明が違うので、この表現をぜひ統一していただきたいと思いますが、どうお考えでしょうか。

**【新美主査】** 今の、4Gを使った5Gということについて表現がばらばらだけでも、統一する気があるか、ないかということですが、何かこの点について各社さんお考えがありましたら、どうぞよろしくお願いします。まずはドコモさんからお願いします。

**【田畑】** ドコモでございます。先ほどの御説明した4ページに、今、長田さんがおっしゃったように、4G周波数による5Gエリアという記載がございますが、これにしたいという意味ではございませんで、より分かりやすくお客様に御理解いただけるように5Gエリアと4G周波数による5Gエリア、ここの速度の違いとかそこが分かりやすいように表現していきたいと思っておりますし、そこをできるだけ合わせていきたいということで引き続き検討を進めてまいります。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。KDDIさん、いかがでしょうか。

**【山本】** KDDI、山本です。弊社も既存周波数を用いた5G、NR化という表現をしておりますが、これも本日御説明するときに、どうやって分かりやすくお伝えするかという形で使った表現でございます。今後いわゆる既存周波数を用いた5Gというものについては、各社、提供の計画のタイミングも少しずつずれているということも念頭に置きながら、どういうふうな統一表現ができるのかどうか、これは各社調整をしていく課題かなと認識しております。

**【新美主査】** ありがとうございます。それでは、ソフトバンクさんいかがでしょうか。

**【大平】** ソフトバンクでございます。本日の2ページ目で表現させていただいた内容につきましては、本日の御説明用ということで表わさせていただきましたので、実際にどうい

うふうに呼んでいくかというところにつきましては、皆様と検討させていただきたいと思っております。

【新美主査】 ありがとうございます。楽天モバイルさんは提供する予定がないということですが、何かそういう意味で第三者的にコメントがありましたら、どうぞよろしくお願ひします。

【鴻池】 楽天モバイルでございます。現時点は、こちら、サービスのほう予定しておりませんが、今後、周波数の割当て等を受けた暁には、ほかの事業者様のお考えの方向に合わせさせていただくことをベースに、また、各一般の消費者の方々にも分かりやすい表現の部分を心がけて進めてまいりたいと思っております。

以上です。

【新美主査】 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】 いろいろなところで事業者間協議やっぺいらっしゃると思うので、ぜひ統一した分かりやすい表現を決めていただきたいと思います。

以上です。

【新美主査】 その際には消費者のほうからもお知恵も借りるということも十分考えられますので、長田さん、お仲間に声をかけるようにしていただけたらと思います。

【長田構成員】 はい、承知しました。

【新美主査】 それでは続きまして、森さん、御発言お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。御説明どうもありがとうございました。

1点目は、今長田さんからも御指摘のありました4G周波数帯で5Gにというところなんですけれども、表示の問題がもちろん大きいと思うんですが、既存の4Gのユーザーに影響があるのではないかとこのところがちょっと気になっております。それはやってみないと分からないということだと思っぺいなんですけれども、もしそこで既存ユーザーに悪影響があるようであれば、これは単なる表示の問題ではなくて、どの程度積極的に転用を認めるのかという客観的な問題にもなるかと思っぺいしますので、そこは、私がちょっと気にし過ぎなのかもしれませんけれども、経過観察が必要なのかなと思っぺいました。それが1点目です。

2点目ですが、こちらのほうが強く感じたことなんですけれども、そもそも論として、5Gで訴求はするけれども、5Gを使える人はごく一部であるという状態が果たしていいのかというそもそも論があると思っぺいします。その点から、KDDIさんと楽天モバイルさんに質問をさせていただきたいんですけれども、まずKDDIさんの資料の3ページ目ですが、5Gの

体験価値は、単に高速・大容量によるものではないということで、ユーザーの感覚で、ユーザーの満足度が重要だということは、それは御指摘のとおりだと思うんです。ただ、この右側の表ですと、端末高性能化による、5G対応化端末による体験価値向上ということですが、これも、これは端末が高機能化したことによる体験価値の向上であって、5Gの利用による体験価値の向上ではないと思います。またさらに、上のところに使い放題、高精細、高性能とお書きいただいていますけれども、使い放題と高性能は直接5Gには関係しないかもしれませんが、高精細は5Gがある程度前提になるものではないかと思います。言い方は悪いんですけども、高速・大容量によるものではないと言い切ってしまうと、エリアを拡大する理由もなくなるというようなことになりかねないので、ちょっと微妙な考え方ははないのかなと思います。最終的には4ページを拝見して、どんどん拡大するよと言っているだけで問題ないわけですが、5Gの高速、多接続、低遅延だけが5Gの価値じゃないというのは、私はちょっとそうなのかなと思うところがあります。

もう一つ、楽天モバイルさんなんですけれども、資料の11ページですが、これを拝見しますと、サービスエリアがやや狭いように、ウェブサイトを拝見しますと狭いように思います。もちろん狭いと、そして、ここだというふうにはっきり表示はしていただいているんですけども、ただ、訴求としては5G部分は無料であるというところを非常に強く出しているわけですから、消費者の選択の際に、なるほど、これは5Gが入ってもただなんだな、そうすると、これから5G化が進むから有利だなと思って選択するわけですから、5Gの提供エリアが狭いままでいいということはどう考えてもなくて、これはもうこういうふうに訴求された以上は、非常に速い速度で5Gエリアが拡大するべきであると考えますけれども、いかがでしょうか。

今申し上げたことについて、KDDIさんと楽天モバイルさんから御意見を伺いたいと思います。よろしくをお願いします。

**【新美主査】** ありがとうございます。森さんからの質問、それぞれKDDIさん、それから、ソフトバンクさん、順次お答えいただけたらと思います。

**【山本】** KDDI、山本でございます。先生からの御指摘は謙虚に受け止めたいと思います。弊社が申し上げたいのは、やはり5Gというものは何かということが、ややスピード、スペックみたいなものにどうしても偏りがちであります。どちらかという、お客様は、例えばファイルダウンロードに今まで何分かかっていたものが何秒で済みますとかというよりは、もう少し5Gというものをとお楽しみいただくときに、速度以外の面もありますよと



いうことをまず全面にお伝えしたいというのがこのプレゼンの趣旨でございます。

先生御指摘のように、料金プランとかあるいはデバイスというのは必ずしも5Gと一義的に1対1対応ではないわけございまして、それは御指摘のとおりでございます。ただし、5Gの周波数を頂くことによって、ここで周波数を効率的に使う。それによってお客様にたくさん使っていただけるような料金プランを出せるというような環境が整っておりますので、そういう意味では、5Gというものと、それから、料金の選択肢を充実していくということは関係があると考えております。

あともう一つ、確かに端末については、これはサービスではないという御指摘もごもっともでございます。ただ、やはり高精細であるとか高性能というところも、端末によってネットワークのサービスがより体験しやすくなるということが、私どもとしてはこれは確かにお客様に御理解いただく上で非常に大事な要素だと思っておりますので、そういった意味も含めて、5Gをよりお客様がリアルに体験していただく、実感していただくためには、やはり対応端末に移っていただくことも必要ではないかと考えている次第でございます。

お答えになっているかどうか分かりませんが、一旦ここでコメントを終わらせていただきます。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、ソフトバンクさん、よろしくお願ひします。楽天さんか。楽天モバイルさんですね。ごめんなさい。

**【鴻池】** 楽天モバイルの鴻池でございます。御質問につきましてお答えさせていただきます。弊社の資料の5ページになりますが、まず一部のエリアというものについては、9月のサービス開始から今現時点の部分での御説明をさせていただいたところでございます。3月に向けては全都道府県で5Gサービスをスタートさせていただくという点についてはしっかり守って、充実化も含めて図っていきたいと思います。

なお、補足になりますが、弊社は、4Gのサービスで最初スタートし、5Gは9月ということで展開しておりますが、もともと仮想化ネットワークを弊社のコアネットワークの部分では強みにしております。また、基地局側のほうでいいますと、4Gから5Gについても、ソフトウェアを変更することと、あと、簡易に基地局も増設できるといったことを、私たちの参入する際についてはネットワークの部分でのメリットとして弊社としては進めてまいっております。ですので、5Gのサービスで満足ということではなく、当然5Gを視野に入れた中で楽天モバイルとしては電気通信事業に参入させていただき進めておりますので、先生のほうからお話あったとおり、しっかり5Gについても十分使えるといったところを

利用者の方々にも体感いただけるよう、基地局についても充実強化を図っていきたく思っております。

以上となります。

【新美主査】 森さん、よろしいでしょうか。

【森構成員】 KDDIさんについては納得いたしました。ありがとうございました。

楽天モバイルさんも御説明ありがとうございました。ただ、やっぱりここで重要なのは、例えば全都道府県ということなんですけれども、訴求は既にされているわけですから、一番重要なのはユーザーカバー率であって、どのぐらいのユーザーの方が5Gを実際に使えるのかと。それで、使えないのであれば、それはやっぱり訴求だけが先に出てしまっているわけだから、適切ではないのではないかとということでございます。どうぞよろしく願います。

【鴻池】 引き続き進めてまいります。ありがとうございます。

【新美主査】 よろしく願います。それでは、市川さん、どうぞ御発言願います。大分時間が迫っていますので、できるだけ簡潔にお願いいたします。

【市川構成員】 承知いたしました。市川でございます。私からはコメントのみでございます。

各社さん、5Gに関わるサービスでいいますと、恐らく訴求されたいときは、体験価値というお話もありましたが、コンテンツも含めた様々なことを訴求されたいとお考えと思います。そのことはすごくよく分かりますし、その表現はサービスそのものでもありますから、自由が保障されるべきだと思う一方、先ほどの森先生のお話と逆説的というか、同じ方向を向いているんですが、ということなんですけれども、我々、電気通信事業法の下のお話をしておりますので、いわゆる消費者がインフォームドチョイスではないですけれども、事業者が提供したい価値とは関係なく、この点に関してきちんと比較したい、この点に関してはきちんと見たいというときは、各社きちんと見られるという状態になっていないといけないと思います。

先ほど御提起もありましたけれども、各社さんのカバーとかその手の、並べてみるとどういうふうになるかが分かるというようなことを各社さんで工夫していただく。あるいは行政、関連機関においてそれを一緒に見ることがぱっとできる。そちらのほうから見ても選ぶことができるということが大切だと思います。別に各社さんがこういうふうに打ち出したというのとは別にそれで結構だと思うんですけれども、消費者から見てこの観点で見たい

というときに、それが消えてしまっていて分からないとかというようなことにならないように配慮いただければよろしいのではないかと思います。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。大事な点についてのコメントをいただきました。

では、続きまして、黒坂さん、よろしくお願いします。

**【黒坂構成員】** 黒坂でございます。私もコメントでございます。皆様の御発表ありがとうございました。私も5G普及等に多少関わっている立場もでございますので、5G、特にジェネレーションが変わるタイミングではいろいろ凸凹な状態というのが、つまり、このエリアではサービスが提供できる、ここではできない、品質がそろわないというようなことが過渡期的に生じるということは一定程度理解しているつもりでございます。

そうした中で、ピクトをそろえるとか、業界の皆様ができる限りそろえられるところをそろえていこという取組をされていることについては、大変ありがたいと思っておりますので、ぜひ進めていただきたいということと、過渡期であるがゆえに、ある程度、意図的でないものについて、広告の表示の仕方とか説明の仕方とかについては、事後的な確認をしていく。すなわち、事前にあらかじめこれは駄目、あれは駄目ということを言い過ぎないということとは一定程度必要かと思っております。

ただ、その一定程度を許容する条件として、可能な限り詳細な情報公開及びその情報の開示の仕方が、先ほど長田構成員からもありましたとおり、各事業者間でそろっていること、つまり、消費者が自分で情報を得て、それを比較しやすい状態になっているということが必要になるのではないかと思いますので、ぜひこういう取組を引き続き強化していただければと思います。

以上です。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。それでは続いて、木村さん、御発言お願いします。

**【木村構成員】** 木村です。御説明ありがとうございます。私のほうからもコメントになるんですけども、5Gのいろいろな宣伝が出るようになって、私の周りというか、若い人たちが特にそうなんですけれども、5Gだから機器を買い替えたいとかそういうふうな声を聞くようになりました。ただ、5Gで何が違うのかとか、どう違うのか、5Gに対する期待感が大きいだけに、そこら辺の消費者に対する情報提供が本当に重要だと感じているところです。

それで、今、4Gを私も使っているんですけども、以前はそんなに使うつもりはなかったんですが、最近いろいろと広告が勝手に入ってきたり、メールが入って、いろいろなことがあっていつの間にか使用容量が増えているというところで、自分がどのぐらい使うかってなかなか見極めにくいような状態にだんだんなってきてまして、これが5Gになると、さらにそういうことが増えてくるんじゃないかというところで、ぜひ消費者のニーズに合ったプラン提供をお願いしたいということです。

もう一点は、どこの広告もそうなんですけれども、確かに、これはできませんとかいろいろ書いてはあるんですね。ただ、やっぱり見過ごしてしまったり、分かりにくいというのが実態でございます。すみません、例に挙げて申し訳ないんですけども、昨日テレビで楽天さんのCMを見たときに、下のほうに確かに書いてあるんです。ただ、私の家のテレビのサイズが小さいのかもしれないんですけども、なかなか下の注意書が読めない。目を凝らして見ているうちに、何か次の場面に行ってしまったということがありますので、確かに書いてあるんですけども、分からないよという、消費者の気持ちに寄り添ってもう少し丁寧な情報提供を各社の方がしていただけるとありがたいなと思います。

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、石田さん、御質問があるということですが、よろしくお願いします。

**【石田構成員】** 質問と書いたんですけども、意見でも大丈夫です。ソフトバンクさんの10ページのところに、重要事項の説明、店頭スタッフ向けということで、デメリットについて説明をするという内容になっていて、必ず以下の内容の御案内をお願いしますと、エリア、ピクト、そして、通信速度、お客様によっては、4G利用が中心になるとか、こういうものをエリアで確認してくださいというような内容で、非常に分かりやすいと思いますので、これは重要事項説明でスタッフ向けマニュアルではなくて、やはりこういうものもきちんと表示していただきたいと思います。それとあと、各社さんもこういう対応をされているのかなと思ったので、質問ということで入れさせていただきました。

あと、インターネットで購入する方も今とても多いと思いますので、やはりこういう問題がありますよと、まとめて書いていただけると分かるかなと思います。期待度が大きいので、必要かと思います。よろしくお願いいたします。

**【新美主査】** ありがとうございます。質問は取りあえずは楽天モバイルさんに対してでよろしいでしょうか。

【石田構成員】 質問は、他社さんでもこういうフタッフ向けのマニュアルみたいなものを用意しているのかということをお聞きしたかったんですけども、時間があれば、ということで大丈夫です。

【新美主査】 各社さん、今の質問、答えられるのであれば、簡単で結構ですので、どうぞよろしくお願いいたします。まずドコモさんから。一言二言で結構でございます。

【田畑】 ドコモでございます。今御指摘の点については、ソフトバンクさんと同様な内容でスタッフ向けのみならず、お客様向けの重要事項説明の御案内のところでしっかり書き込んで、店頭でも御説明をしているというところがございますし、今後、その点についてもより御理解いただきやすい表示の仕方を検討してまいりたいと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。KDDIさん、いかがでしょうか。

【山本】 KDDIです。弊社もいわゆるスタッフ向けのマニュアルもございますし、お客様に対しても重要事項説明の場でしっかりと分かりやすく御説明をしているところであります。御指摘のとおり、すごく分かりやすく説明するようには常に意識しております。今後、改善していきたいと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。ソフトバンクさんはいいんだな。楽天モバイルさんはいかがですか。

【鴻池】 楽天モバイルにつきましても、今皆さん御説明された内容と同様でございますので、引き続き進めてまいりたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。石田さん、よろしいでしょうか。

【石田構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、北さん、御発言よろしくお願いいたします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。私からはコメントです。

いわゆる「なんちゃって5G」問題については、各社さん足並みそろえていただきまして、大きな問題になるのは回避されたのではないかと思います。ありがとうございます。ただ、ちょっと先を見ますと、ドコモさんのプレゼンにありましたように、5G用の3.7G、4.5Gのキャリアアグリケーションが行われて、より高速な通信が可能になっていくわけですが、今後例えば4G用の周波数と5G用のSub 6のCA、キャリアアグリケーションが

行われたり、来年から順次、Stand Aloneが始まって、データ通信、UプレーンはSub 6で、CプレーンはプラチナバンドでといったC/U分離が行われたり、多分いろいろな組合せの使い方が出てくると思います。そんなに遠くない時期にですね。そういった場合にどんなピクト表示をさせるのか、あるいはエリア表示ってどうなっていくのか気になっております。この領域は技術の進化が速いので、そのたびに表示やルールが変わってユーザーが混乱しないように、ぜひ時間軸を意識して引き続きキャリア間で御協議いただきたいと思えます。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。最後の北さんのコメントは非常に私も気にしていたところでございます。時間軸を踏まえた上での訴求というのをぜひやっていただきたいと思えます。多分各社さんいろいろなメニューを出してこられるだろうと思えますので、それが消費者にきちんと訴求できるのかとか、理解してもらえるかどうかというのはかなり難しい問題だと思えますので、北さんのコメントを参考にしながら御検討していただけたらと思えます。

時間も参りましたので、本日の議論はここまでということにしたいと思えます。構成員の皆様におかれましては、非常に熱心な御議論をいただきまして、大変ありがとうございます。

それでは最後に、次回検討会のスケジュール等につきまして、事務局から御連絡をお願いいたします。

**【雨内消費者行政第一課課長補佐】** 事務局でございます。次回の会合につきましては、別途事務局から御連絡申し上げます。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、これで第25回の会合を終了したいと思います。本当にお忙しい中、熱心に御議論いただきまして、ありがとうございました。失礼いたします。