

消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合（第16回）／

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第54回）合同会合

令和6年2月22日

1. これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等

【TCA 濱谷オブザーバー】 （資料16-1-1に基づき説明）

【全携協 瀧澤オブザーバー】 （資料16-1-2に基づき説明）

【テレサ協 MVNO 委員会 井原オブザーバー】 （資料16-1-3に基づき説明）

【テレサ協 FVNO 委員会 岡本オブザーバー】 （資料16-1-4に基づき説明）

【JAIPA 石前オブザーバー】 （資料16-1-5に基づき説明）

【ケーブルテレビ連盟 吉田オブザーバー】 （資料16-1-6に基づき説明）

【丸山消費者契約適正化調整官】 （資料16-1-7に基づき説明）

【市川構成員】 慶應大学、市川でございます。いつも御報告をありがとうございます。全般的なコメントでございます。まさに定期的にフォローアップをしていくということ自体が大事な行為でございまして、各御報告者の中でも、皆さん、高齢者への配慮ですとか、あるいは新しい試みで、先ほどケーブルテレビ連盟からの説明にございましたが、石田先生を招いたお話とか、きちっと定期的に見ながら進めていただいているということを書いていただいております。感謝申し上げます。

その上で、今画面にも出ています資料16-1-7のフォローアップのところの対応状況については、それぞれ継続されていることも多くございますが、事務局の指摘どおりと思います。それぞれずっと見ておかないといけない課題というものは、ずっと残ってございますので、このような形を続けていくということはやはり適切でありまして、各事業者さん、息の長いお仕事が多くございますけれども、ぜひとも引き続きよろしくお願ひしたいということで、コメントでございました。

以上でございます。

【森主査代理】 御説明ありがとうございます。市川先生からもお話がありましたとおりですが、各事業者団体において、適切な取組を様々に工夫して行っている

と感じました。

JAIPA にお尋ねしたいのですが、解約忘れの問題について、これは話を伺うにつれて難しい問題だなと感じておりました、今回、タイプ別の分析をしていただきまして、しかるべく対策をしていただくということなのですが、解約するのを忘れていないのですかという内容を通知していただくのだと思うのですが、通知の仕方といたしますか、そういうことについても、やり方やそういうことを周知の際に、こんな感じで通知しましょうとか、そのようなものはあるのでしょうか。また、うまく読んでもらうようにとか、認識してもらうように通知しないといけないと思うのですが、結構難しいと思っていますが、ここに、料金確定のお知らせに契約内容を掲載や、更新や変更時のタイミングで契約情報の御案内とあるのですが、割と見落としがちといたしますか、あまり詳細に見ない危険もあるのではないかなと思ひまして、その辺がどのようなになっているかなと思って、教えていただければと思います。よろしくお願ひします。

【JAIPA 石前オブザーバー】 御質問ありがとうございます。

まず、1点目ですが、解約忘れの御案内方法ですが、JAIPA としてこう言いましょうということは特に決めておりませんが、テレコムサービス協会の文言集で、解約忘れについてこのように言いましょうというのは決まっておりますので、それに準じております。また、更新や契約変更時での情報ですけれども、これはしつこく機会があれば何度でもお客様にお知らせするというのが重要なかなと感じております。

以上でございます。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。私も解約忘れは気になっておりました、これは質問ではなくて意見になると思うのですが、やはり契約が複雑になってきて解約することを忘れてしまうとか、二重契約になってしまうとか、本当に消費者としてはそういう確認をどうしたらいいのかと悩ましいと思ひております。

このような料金については、銀行口座などからの自動引き落としですとか、カードの引き落としなどから分かるのではないかと云われますが、今、カード明細も書面ではなくてWEB で見る事が多く、なかなか消費者が、もちろん見ようと思ひのですけれども、見落としてしまうとか、つい見るのを忘れてしまうという、そんな状態になっているのではないかなと。そこで気がつきにくいというところで、やはり以前アプリで、契約は簡単だが解約は難しいという問題が随分出ましたけれども、同様に、こういった契約に関しては、

契約はどんどんしてくださいということでウェルカムでやっていただいておりますが、解約については、もう少し配慮が必要なのではないかと感じた次第です。このように定期的にモニタリングしていただくことによって新しい課題が出てきて、また解決していくというこのサイクルをぜひ今後も続けていただければと思います。

以上です。

**【石田構成員】** MVNO 委員会に質問ですが、資料 16-1-3 の 14 ページで、高齢者の対策についてということで、高齢者について変わらないというところと、ちょっと増加したとか減少したというところがあり、一定数、高齢者の契約というのも継続していくだろうというところなので、ここに全ての契約者に分かりやすい、見落とされにくいサービスと書いてあるのですが、高齢者の場合で特にこのような苦情が多いとか、それに対してこのように対応するというようなことがありましたら教えてください。

**【テレサ協 MVNO 委員会 井原オブザーバー】** 御質問ありがとうございます。細かい高齢者に特化した契約に伴う苦情等についてはヒアリングができていないところもありますが、御指摘いただきましたので、ちょっとその辺り、確認をさせていただきたいと思えます。この場で回答できず申し訳ございませんが、よろしく願いいたします。

**【石田構成員】** 今後も高齢者も契約していくということなので、ぜひお願いしたいと思えます。

**【黒坂構成員】** 慶応大学、黒坂でございます。まず、全般に皆様に御報告をいただきまして、本当にありがとうございます。定期的にこのような御報告があるということが消費者行政の基礎となっております。これこそファクトベース、エビデンスベースということだと思いますので、引き続き御協力いただければと思っています。

コメントですが、全携協の御発表の中で、以前からずっと変わらず取り組まれていることではあるのですが、改めて安心ショップ制度で毎年 e ラーニングを受講いただいて、適正性といいますか適格性を評価いただいて進めていると。これ、改めて非常に重要だなと感じました。といいますのは、まさしくモニタリングでもそうですし、今般、キャリアショップの位置づけであるとか、機能であるとか、そこで行われることがかなり頻繁に細かく変わっているところが大きく出てきていると思います。これは様々な過渡期といいますか、変化のただ中の中だと思っておりますが、どうしても我々の側としては、あれもやっ

ていただきたい、これもやっていただきたいと言いがちなところなのですが、それを実際に受け止めてくださっているのは現場の方々であって、そこが事故なく確実に進めていただいているということは、恐らく年1回程度の頻度で、大分キャッチアップしていただくことが増えながらやっているところだと思っています。御負担になってしまわないようにできるだけしたいなと思いつつも、やっていただくべきことを、ショップの位置づけということがどんどん変わってきていることも含めて、どうしてもやはり増えてしまうと思いますので、引き続き、このような1年ぐらいの短いサイクルでのキャッチアップということをごひ、大変ではあると思いますけれども、続けていただけるとありがたいなと思っております。

以上、コメントです。ありがとうございます。

## 2. これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等

【佐藤消費者契約適正化推進室課長補佐】      (資料 16-2 に基づき説明)

【石田構成員】      御報告ありがとうございます。ちょっと気になりましたのが2点ございまして、1点は、確認表示画面がなかったとする回答は40%を超えたというところです。オンライン契約で、スマホとかタブレットなどから契約していくということになりますと、画面が小さいので見にくいということがありますので、入力間違いもあると思います。

また13ページでは、オプションの事前選択済みが30%を超えているということがあって、気がつかないで申し込んでしまうというダークパターン、ダークパターンはあってはいけないのですが、そういうようなものがあることから、やはり自分が申し込んだ契約はどのような内容なのかという最終確認画面は必要だろうと思いました。

それともう一点、8ページになります。MVNOで一定期間経過しないと違約金なしに解約できないことと、期間について説明がなかったとするところが55%という高い回答が出ていました。現在、MNOではスマホの解約料なしとなっていますので、消費者が誤解して解約料がないように思っているというようなことであると、後で苦情になってくると考えられますので、やはりこういった点は改善していただかないといけないと思いました。

以上です。

【木村構成員】 主婦連の木村です。私もやはりオンラインの契約というのは、言った言わない、見た見ていないという対面とはまた違った意味で、まだ確認するポイントがきちんと確立されていませんので、今後きちんとしていく必要があると考えております。

先ほど石田構成員からも御指摘がありましたように、私も最終確認画面というのは大変重要でございまして、契約者が何を契約したかということがきちんと最終的に確認できるということは本当に必要ですし、これができた経緯は、特商法で契約をきちんと自分が確認するということでしたので、通信でもきちんとしていただきたいと思います。やはり書いてあっても見落としてしまいますし、あと自分なりに都合のいいように解釈してしまうこともあると思いますので、分かりやすく契約内容を書いていただくということは本当に重要だと思います。契約した後に自分がどういう契約をしたかということメールでいただくということもあると思いますし、再三言っておりますけれども、マイページを活用していくという方法で、きちんと自分でマイページでこういう契約をしているんだということを確認できるということが重要だと考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。貴重なコメントだと思います。特に石田構成員と木村構成員のお話をまとめると、オンライン契約については、特商法以上、もっと厳格にルールをつくらなければいけないのではないかと御提案も含まれていたと思いますので、今後の検討の一つの視点として扱ってまいりたいと思います。

【森主査代理】 2点申し上げたいと思います。各論です。

1点目は、21 ページ記載の申込みにかかる時間が10分ぐらいでということですが、実際には30分かかるというパターンについて、これはあまり大したことない感じがするかもしれませんが、割とこの類型の中でもよくない類型で、一定の時間を想定して手続をしますので、想定より時間がかかると、結局は読まない、確認をしないで手続をするということになりますので、全体的に非常に契約内容の把握、認識が下がる方向に強く作用すると思います。ですので、これはよくない御説明であるということをお知らせしたいと思います。

もう一つは、買物かごにあらかじめ入っているという事例です。これは一転して、印象が非常に悪いわけですが、ただ、御事情を伺ってみれば、ある程度、必要性があるような

ものもあって、できれば事前選択していただきたいということなのだろうと思いますが、そもそも、例えば故障保険であったとしますと、故障保険にぜひお入りください、そのほかがいいですよ、みんなで故障のリスクを分散しましょうという御趣旨であれば、それはもう契約の中に入れてしまっていていいのだと思います。それによって料金が高くなるわけですが、それでくっつけてセットで、パッケージで販売していただいて特に問題はないのではないかなと思いますので、問題があれば私の認識違いなのですが、もしそういう強い必然性のあるものであれば、それはパッケージで販売する。消費者にとっても利益があって、いいものであればパッケージでやって、選択を求めるという点では、それはあらかじめ買物かごに入れておくというのは、それは果たして選択したことになるのだろうか。無効だと言われたときにそれは無効になってしまうのではないかと思いますので、そこはパッケージにするか、それともきちんとオプトインにするか、どちらかでやっていただきたいと思います。

以上です。

【平野構成員】 平野でございます。今の森先生の御発言に関連して、ダークパターンについて一言お話ししたいと思います。

前回、黒坂先生から発表があったようですけれども、ダークパターンというのは、ナッジとちょっと似ていまして行動科学的な、例えば初期値にチェックが入って、デフォルトチェック、あれはいわゆる、デフォルト値で人々の行動が変わりますよ、というもの。例えば、臓器移植者の為のドナーが日本で少ないのはオプトイン形式だからで、これをオプトアウト式の法律にすればすごく増えるというところがあると思います。そうすると、先ほどの森先生、初期値の設定が悪い場合というのがありますが、いい場合はむしろ入れてあげたほうがよいのではないかと。これはまさにナッジ的となる。初めに選択肢として初期値が人々にとってよい方向になっていればそれはいいと思います。

ただ、ダークパターンで問題になるのは、ナッジの悪用です。初期値が人々の不利益になるようなものになっていて、人々はそれにあまり気づかずにそちらに、結果的にそこが選択された形になると。こういうところをウォッチしなければいけないということが大事だと思います。

あと、もう一言。私、総務省のAI ネットワーク社会推進会議というところをやっていますが、AI は結構、見えない形でアルゴリズムなどが使われるということが叫ばれていて、

FAT の原則というのですが、Fとはフェアな使い方をしなければならないとされ、Aとはアカウントビリティの説明責任を果たさなければならないとされ、Tとは透明性[Transparency]となります。こういうところがやはり欠けていると。そうすると、消費者保護的な問題でも悪用されるのではないかということで、ヨーロッパの AI 規則案というのが去年の暮れに採用されることになったのですが、そこで禁止される AI システムというのは、人々をマニピュレート、操って行動を左右させるようなもの、サブリミナルな形でというのですが、そういうところも参考にしながら、引き続きこのダークパターンについてはウォッチしていく必要があると、こういうふうに思います。

以上、意見でございました。

**【新美主査】** ありがとうございます。今の平野構成員の御発言、非常に深い意味を持っておりまして、いいものか悪いものかという規範的な判断を、従来ほとんどこの分野でできておりませんので、今後、その分野もきちんと議論していく必要があろうかと思えます。現在の民法法ができた 18 世紀から 19 世紀には、非常にそういう議論が盛んで民法法が体系化されてきて、現在、それが通用するかどうかということが非常に世界各国で論争的になっておりますけれども、平野構成員の御示唆は非常に重要なポイントを突いていると思いますので、今後どこまでできるか分かりませんが、少なくとも電気通信サービスの中でどうしたらいいのかは議論を進めてまいりたいと思います。どうもありがとうございました。

### 3. 利用者アンケートの結果

**【丸山消費者契約適正化調整官】** (資料 16-3 に基づき説明)

**【北構成員】** 野村総研の北でございます。御説明ありがとうございます。

22 ページについて、「説明を受けた(確認した)内容」というこの設問は、キークエスチョンだと思っています。昨年の選択肢は、下から 3 番目と 2 番目、「どの項目も説明を聞いていなかった(読み飛ばした)」と「どの項目も説明を受けていない(記載されていない)」、この 2 つを 1 つにしている、「どの項目も確認していない」という聞き方だけをしていました。例えば、MNO の WEB での契約では、32.4%の人が「どの事項も確認していない」と答えていました。今回は恐らく前回の構成員からの指摘を受けてこの選択肢を 2 つ

に分離されたのだと思いますが、その結果をどう読んでいいのかが分からなくて。MNO に関してだけ見ると、「料金プラン」という一番上の項目は 9.8%上がっていますし、ほかの項目も結構上がっていますので、今年の「どの項目も確認していない」という項目は下がっているのだろうなど。20%ぐらいなのかなと。そう考えると、「どの項目も説明を読み飛ばした」という人 6.2%と、「記載されていなかった」という人 10.4%に、「覚えていない」というのが 7%上がっているので、この増加分などを足すと、ちょうど去年と同じぐらいというふうに読めるのかどうか。ここをどう解釈していいのかが質問でございます。

あと、そもそもこの設問なんですけど、WEB 以外での契約に関しては、「あなたは販売員からどの項目の説明を受けましたか」という質問はしっかりくるんですけど、WEB での契約に対して「あなたは販売員からどの項目の説明を受けましたか」という設問は、しっかりこないもので、もしかしたら、この上の質問文は、WEB の場合は違う聞き方をしているのかどうかを確認させてください。

以上です。

**【丸山消費者契約適正化調整官】** 御質問ありがとうございます。御指摘いただいたように、WEB の場合の「どの項目も説明を聞いていなかった」について、「読み飛ばした」、「記載されていなかった」というのは、昨年に比べて、「記載されていなかった」という部分を分解して、実際に理解できているか、そうではなく実質見ていなかったのかということを確認するためにこのように分解したところです。御指摘いただいたような、昨年からの項目等の増減というのは、なかなか分析が難しいのかなと考えているところです。

それから、2点目については、設問の形式というのはそれぞれ、基本的には同じになっていまして、WEB の場合は読み替えていただくような感じになっています。ですので、「販売員から」というようなままになっていると若干、WEB の場合は不正確な部分がもしかしたらあったかもしれないのですが、そういうような状態になっております。

以上です。

**【長田構成員】** 長田です。ありがとうございます。感想みたいになってしまうのですが、先ほどあったダークパターンのようなものが実際にオンライン契約の WEB サイト上にあったという御指摘のお話を伺った後に、今回のこのアンケートの結果を見てみると、それほどそれに引っかかった人がいたわけでもなかったのかなというような気も少ししたりして、その辺やっぱ、WEB サイトのチェックをきちんと専門家がして見てみるというこ



とが大切なのかなと少し思いました。何か課題があれば、今度はWEBやめましょうということにもなると思うのですが、そうでもない感じがしましたので、その辺きちんと確認をしながら、何を改善すればいいのかについて具体的に考えることができるような調査により進んでいったほうがいいのかと思いました。

以上です。

【市川構成員】 市川です。御説明ありがとうございました。

資料 16-3 の 30 ページから先のトラブル・不明点、それが実際にどう問い合わせられて、その結果がどうなっているか、というところでは、毎回指摘させていただいているところで、今回、31 ページにテークノートされているように、問合せ先、WEB 以外ですと、消費生活センターであったり、事業者の窓口というところのポイントが挙がっておりまして、次の項目の御説明である苦情相談処理体制の強化の話とも関わってくることでございますけれど、問題のトラブル・不明点の内容の「WEB 以外」を見ますと、様々、設定方法であったり、料金の支払いに関するトラブル等であったりというふうにありますので、きちっと注視してやっていくことが必要だと思います。今、WEB の話も、ダークパターンの話も含めてとても大事でございますが、その他のところについてもこのように継続で見ると、数字の動きが出ておりますので、触れておきます。ここについてもきちっと注視してやっていくことが必要だと思います。次の項目の苦情処理体制についても、きちんと取り組まないとまずいということがここに数字が出ているということについて、ちょっとコメントとさせていただきます。

#### 4. 苦情相談処理体制の強化

【TCA 濱谷オブザーバー】 (資料 16-4-1 に基づき説明)

【ケーブルテレビ連盟 吉田オブザーバー】 (資料 16-4-2 に基づき説明)

【西村構成員】 中央大学の西村です。御説明ありがとうございました。私からは TCA に 1 点、些少ですけれども確認をさせていただければと思います。

今回の苦情相談処理体制の強化について、申告、それから申請といった二段階で利用者とのやり取りというのが予定されているかと思います。申告のときは電話等で対応は可能

だと思いますが、申請の場合は、必ず申請フォームというこの入口一本ということになりますでしょうか。何か手紙等のやり取り、あるいは電話でのやり取り、そういうようなことは入口といたしますか、ルートとしては確保されておられないのか、1点確認をさせていただければと思います。お願いいたします。

【TCA 濱谷オブザーバー】 御質問ありがとうございました。申請フォーム以外では受け付けしないのかということですが、基本はフォームでいただくことにしておりますけれども、インターネット環境をお持ちではないといった場合も考えられますので、そういった場合には相談窓口とのやり取りにおいて、紙の郵送での受付ということも可能でございます。そのように運用したいと考えておりますし、そのように運用いたします。以上です。

【長田構成員】 TCA に重ねて質問なのですが、最後のページに、事例もあまり発生していませんがと書いてあるのですが、それでも幾つかのことはそういう事例も起こっていて、何か解決しましたとか、今の手続上の御質問もありましたけれども、そういうことでまだ課題が見つかりましたとか、何かもう少し加えて今の実情を教えてくださいといいなと思います。よろしくお願いします。

【TCA 濱谷オブザーバー】 御質問ありがとうございます。申請、あるいは前段の問合せというのは、今回は回答を控えさせていただきたいと思いますが、御質問というのはもちろんありますし、今後、統計データで公表予定です。何を言っているかといいますと、私ども TCA 相談窓口、苦情のコールセンターは、年に一度、大体第1四半期の終わり頃、6月頃、場合によっては7月にずれ込むこともあります。そちらのコールセンターの状況ということで入電総数がこうだというのを、データをつけてサイトで公表しております。そこにこの調整手続につきましても、何件問合せがあつてといったところの内容をある程度一般化して、御参考にできるような形にできればと思っておりますが、その形で公表するように考えております。

あまり答えになっておりませんが以上でございます。

【長田構成員】 分かりました。では、公表をお待ちしています。

【新美主査】 問題などが出てきたときには、その公表の折に改善点等の提案があるだろうということを期待していきたいと思っておりますので、ちょっと待つということにしましょうか。

それでは、非常に熱心な御議論、また発表者の皆さんにおいては、丁寧に御対応していただきまして大変ありがとうございました。本日の議事は以上までとさせていただきたいと思えます。

以上