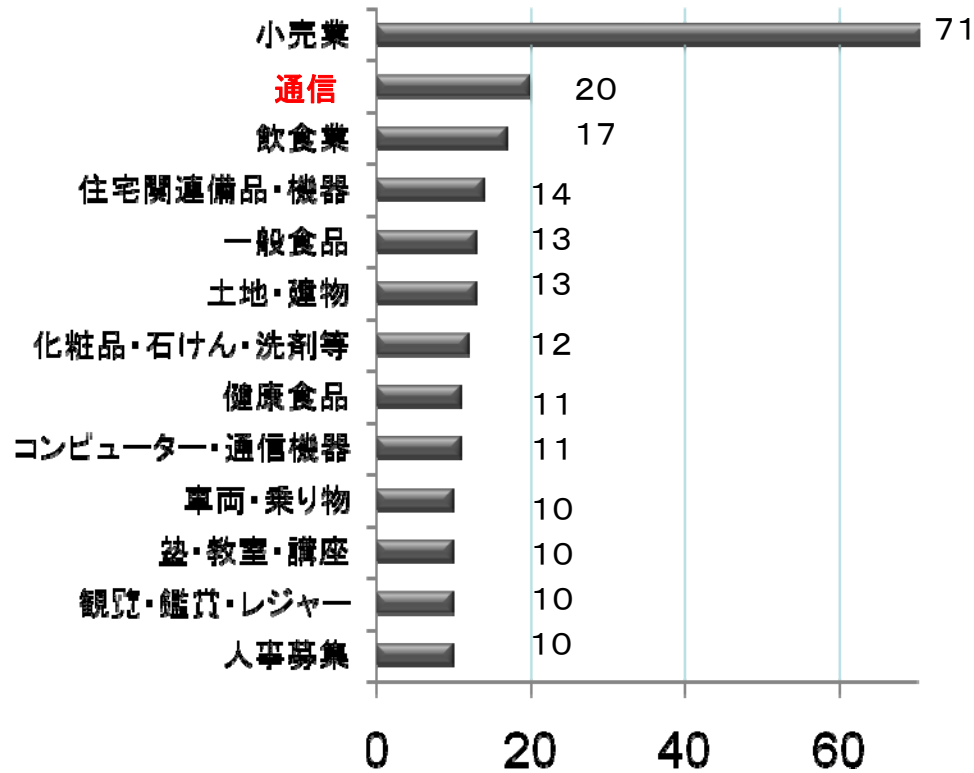
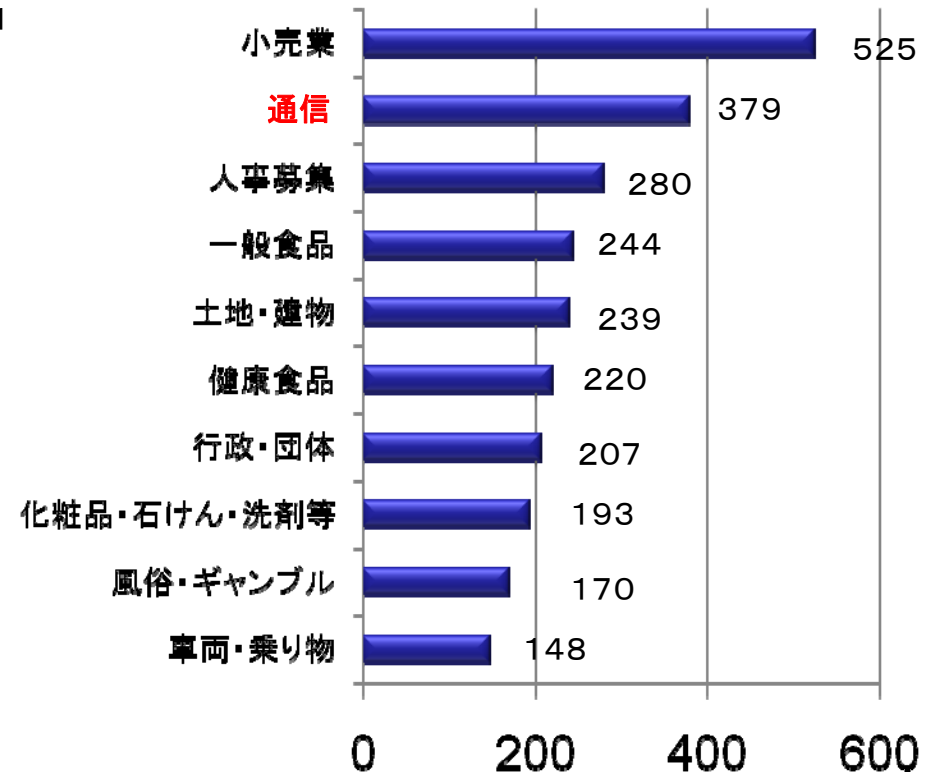


日本広告審査機構の相談受付状況(平成19年度)

業種別苦情件数(全366件)



業種別問い合わせ件数(全5,649件)



最近の相談事例(日本広告審査機構ホームページより抜粋)

【携帯電話販売店】

折り込み広告に「新規契約0円」との表示。店頭では、広告上部に記載された特定の割引を適用した場合にそうなるとの説明。広告には割引価格があるだけで、新規計約0円との関係は認識できず、わかりにくい。

【光インターネットサービス】

DMIに「基本工事費無料」の表示があり申し込み。ところが工事後に届いた2枚の利用料金内訳に「工事料1000円」「工事料2000円」の記載。広告と異なるのではないか。

旅行業法における広告表示規制

旅行業法（昭和二十七年七月十八日法律第二百三十九号）

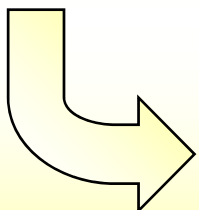
（誇大広告の禁止）

第十二条の八 旅行業者等は、旅行業務について広告をするときは、広告された旅行に関するサービスの内容その他の国土交通省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

旅行業法施行規則（昭和四十六年十一月十日運輸省令第六十一号）

（誇大表示をしてはならない事項）

第三十条 法第十二条の八の国土交通省令で定める事項は、次のとおりとする。

- 
- 一 旅行に関するサービスの品質その他の内容に関する事項
 - 二 旅行地における旅行者の安全の確保に関する事項
 - 三 感染症の発生の状況その他の旅行地における衛生に関する事項
 - 四 旅行地の景観、環境その他の状況に関する事項
 - 五 旅行者が旅行業者等に支払うべき対価に関する事項
 - 六 旅行中の旅行者の負担に関する事項
 - 七 旅行者に対する損害の補償に関する事項
 - 八 旅行業者等の業務の範囲、資力又は信用に関する事項

薬事法における広告表示規制

薬事法（昭和三十五年八月十日法律第百四十五号）

（誇大広告等）

第六十六条 何人も、医薬品、医薬部外品、化粧品又は医療機器の名称、製造方法、効能、効果又は性能に関して、明示的であると暗示的であるとを問わず、虚偽又は誇大な記事を広告し、記述し、又は流布してはならない。

⇒ 厚生労働省において「医薬品等適正化広告基準」を策定

規制のある他法令の例

宅地建物取引業法、不動産特定共同事業法、貸金業法、特定商取引法、割賦販売法、商品投資事業規制法、債権管理回収業特別措置法、ゴルフ場会員契約適正化法、社会福祉法、健康増進法、金融商品取引法、等

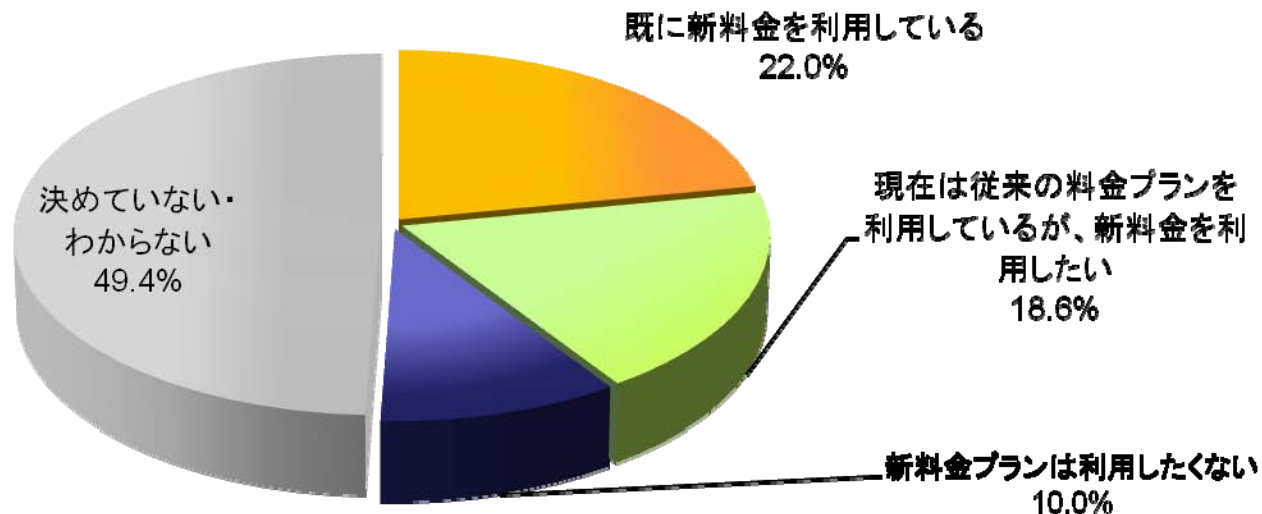
他の業法における消費者保護に関する規定

法令名	誇大広告の禁止	書面交付義務 提供条件説明	禁止事項	苦情の処理	その他
電気通信事業法	—	§ 26(提供条件の説明)	—	§ 27(苦情等の処理)	§ 18③事業の休廃止に係る周知
金融商品取引法	§ 37(広告等の規制)※	§ 37の3(契約締結前の書面交付)※ § 37の4(契約締結時の書面交付)※	§ 38(禁止行為)※ ・虚偽告知 ・断定的判断の提供 ・望まない勧誘 等	※認可協会、認定団体等に苦情処理の義務を規定	§ 40(適合性の原則等)
宅地建物取引業法	§ 32(誇大広告等の禁止)★※	§ 35(重要事項の説明等)★※ § 37(書面の交付)★※	§ 47(業務に関する禁止事項)★※ ・不実告知 ・重要事項不告知 ・不当に高額な報酬の請求 等	※宅地建物取引業保証協会に苦情処理の義務を規定	§ 37の2(事務所等以外の場所においてした買受けの申込みの撤回等) § 38(損害賠償額の予定等の制限)
保険業法	※金商法の規定を準用	§ 294(顧客に対する説明)	§ 300(保険契約の締結又は保険募集に関する禁止行為)※ ・不実告知 ・重要事項不告知 ・割引等特別な利益の提供 等	—	§ 309(保険契約の申込みの撤回等) § 296(保険仲立人の氏名等の明示)
貸金業法	§ 15(貸付条件等の広告)★※ § 16(誇大広告等の禁止)★※	§ 17(書面の交付)★※ § 18(受取証書の交付)★※	—	※貸金業協会に苦情処理の義務を規定	§ 14(貸付条件等の掲示)★※
旅行業法	§ 12の7(企画旅行の広告)※ § 12の8(誇大広告の禁止)※	§ 12の5(書面の交付)※	§ 13(禁止行為)※ ・不実告知 ・重要事項不告知 ・提示料金を超えた料金の收受 ・債務履行の不当な遅延 等	※旅行業協会に苦情処理の義務を規定	
その他の業法	・ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律 ・薬事法 ・社会福祉法	・信託業法		・警備業法	(適合性原則) ・商品取引所法 ※信託業法、資産の流動化に関する法律で金商法の規定を準用

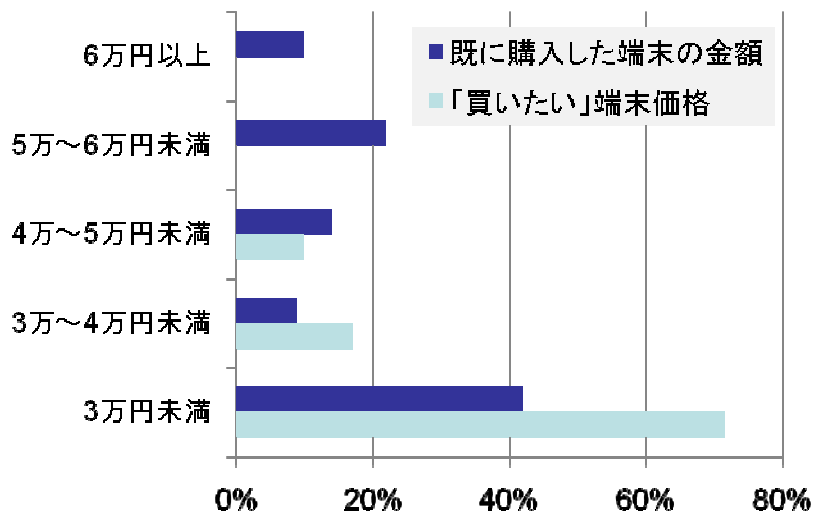
★印付きは業務停止命令の対象

※印付きは罰則規定あり

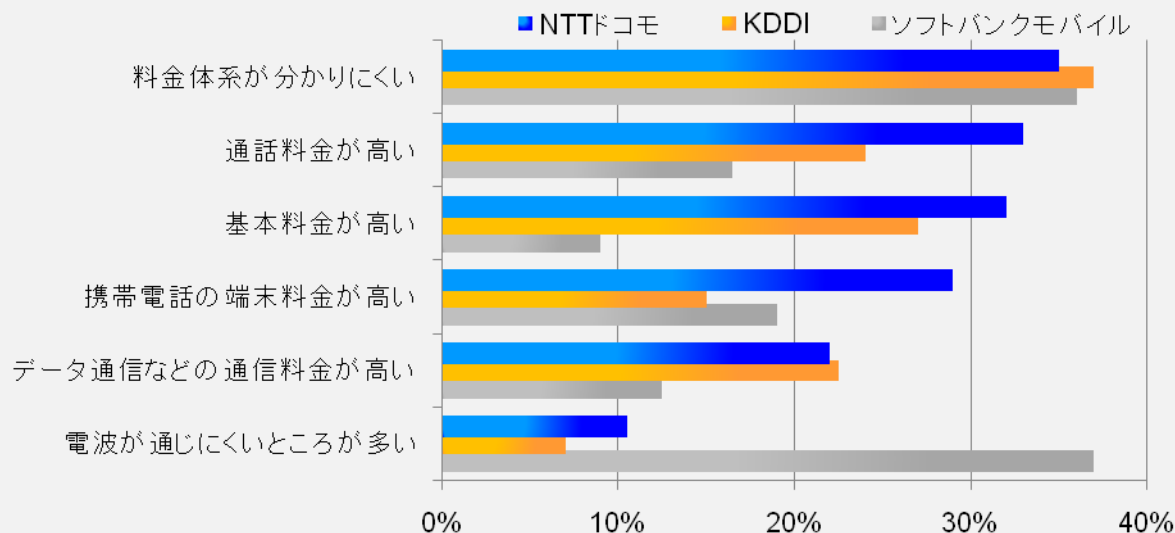
新料金プランの利用意向



新料金プランを選ぶ場合に「買いたい」端末価格とすでに購入した端末の金額



現在利用中の携帯電話会社への不満 (上位のみ、複数回答)



(注)本調査はヤフーパブリックインサイトが08年2月下旬にインターネット上で実施。20~60代の男女1000人が回答。

携帯電話の主な料金プラン (概要)

	コース	基本料	通話料	コース	基本料	通話料	サービス開始日/各種割引サービス等
NTTドコモ	バリューコース(最低利用期間:なし)			ベーシックコース(最低利用期間:2年)			新プラン開始:19年11月26日(905iシリーズ以降)
	タイプSSバリュー	1957円 (無1,050円)	42円/分 (21円/30秒)	タイプSS	3,780円 (無1,050円)	42円/分 (21円/30秒)	【端末購入】 バリューコース:一括又は分割(12回or24回) ベーシックコース:一括(購入時15,750円割引)
	タイプSバリュー	3,150円 (無2,100円)	37.8円/分 (18.9円/30秒)	タイプS	4,830円 (無2,100円)	37.8円/分 (18.9円/30秒)	【基本料割引等】 「ファミ割MAX50」、「ひとりでも割50」:基本使用料50%OFF、2年契約 「ファミリー割引」:基本使用料25%OFF 「(新)いちねん割引」:基本使用料最大25%OFF 「ハーティ割引」:基本使用料60%OFF 「ファミ割ワイド」:小・中学生&シニア向け、基本料(バリュー-735円/月、ベーシック1,575円/月)
	タイプMバリュー	5,250円 (無4,200円)	29.4円/分 (14.7円/30秒)	タイプM	6,930円 (無4,200円)	29.4円/分 (14.7円/30秒)	【通話料割引等】 「ファミリー割引」:①基本使用料25%OFF、②家族間通話料無料(※「ファミ割MAX50」加入)、 ③割引対象10回線、④無料通話分共有化、⑤家族間iモードメール無料、 ⑥固定指定1回線への通話料10%OFF 「ゆうゆうコール」:指定相手先5回線、ドコモあて30%OFF、他社あて10%OFF(189円/月)
	タイプLバリュー	8,400円 (無6,300円)	21円/分 (10.5円/30秒)	タイプL	10,080円 (無6,300円)	21円/分 (10.5円/30秒)	
タイプLLバリュー	13,650円 (無11,550円)	15.57円/分 (7.775円/30秒)	タイプLL	15,330円 (無11,550円)	15.57円/分 (7.775円/30秒)		
au(KDDI)	シンプルコース(最低利用期間:なし)			フルサポートコース(最低利用期間:2年)			新プラン開始:20年6月10日
	プランSSシンプル	1961円 (無1,050円)	42円/分 (21円/30秒)	プランSS	3,780円 (無1,050円)	42円/分 (21円/30秒)	【端末購入】 シンプルコース:一括又は分割(12回or24回) フルサポートコース:一括(購入時21,000円補助)
	プランSシンプル	3,255円 (無2,100円)	33.6円/分 (16.8円/30秒)	プランS	4,935円 (無2,100円)	33.6円/分 (16.8円/30秒)	【基本料割引等】 「誰でも割」:基本使用料50%OFF、2年契約 「家族割」:基本使用料25%OFF 「年割」:基本使用料最大25%OFF 「ガク割」、「スマイルハート割引」:基本使用料50%OFF 「ワイドサポート」:小・中学生&シニア向け、基本料1575円/月
	プランMシンプル	5,250円 (無4,252円)	29.4円/分 (14.7円/30秒)	プランM	6,930円 (無4,252円)	29.4円/分 (14.7円/30秒)	【通話料割引等】 「家族割」:①基本通話料25%OFF、②家族間通話料無料(※「誰でも割」加入)、 ③割引対象10回線、④無料通話共有可、⑤家族間Cメール無料 「指定割」:指定した3回線(固定、au、IP)通話料50%OFF(315円/月) 「ガク割」:基本通話料、(固定、au)通話料50%OFF
	プランLシンプル	8,295円 (無6,615円)	25.2円/分 (12.6円/30秒)	プランL	9,975円 (無6,615円)	25.2円/分 (12.6円/30秒)	
プランLLシンプル	14,070円 (無12,600円)	31.5円/分 (15.75円/30秒)	プランLL	15,750円 (無12,600円)	31.5円/分 (15.75円/30秒)		
ソフトバンクモバイル	ホワイトプラン	最低利用期間:なし		ゴールドプラン	最低利用期間:なし		ホワイトプラン:19年1月16日、ゴールドプラン:18年10月26日
		980円	無料(※1) 他社携帯あて 42円/分		9,600円	無料(※3) 他社携帯あて 42円/分	【端末購入】 一括又は分割(12回or24回) 【その他割引等】 「ホワイト家族24」:ホワイトプラン加入の家族間通話料24時間無料 「ホワイト学割」:①基本使用料0円、②ソフトバンクあて通話料無料(21~1時及び他社宛ては42円/分)、③S!ベーシックパック315円/月、④パケット放題1,029円~4,410円
	Wホワイト	1960円 (ホワイトプラン+980円)	無料(※2) 他社携帯あて 21円/分	「継続割引」又は「家族割引」(どちらも1年契約) 1年目37%、5年目51%、10年超70%割引		【通話料】 ※1:21~1時は、42円/分 ※2:21~1時は、21円/分 ※3:21~1時は、1請求月内の累計通話時間が200分を超えた場合、42円/分	

(注)各社のパンフレット等を基に総務省まとめ。(2008年10月15日現在)

- Ofcomは、02年、比較可能な料金情報の提供を促進し消費者の十分な情報を持ったサービス選択を可能とすることを目的として、電気通信サービスの料金を比較して情報提供するサービスに対する認定制度 (PASS: Price Assurance Standard)を導入。
- 06年2月、PASS導入以来、サービスの多様化や通信事業者数の増加が著しい状況にあること、またPASSの認知度が低いこと(8%-03年8月時)を背景として、Ofcomは、PASSの廃止・見直し等について意見募集を実施。
- 06年12月、Ofcomは、意見募集の結果を踏まえ、PASSの見直しを発表。この見直しは、消費者権利の拡大の観点から、①比較対象サービスの拡大、②認定申請プロセスの公正化・透明化、③認定基準の正確性等の向上、④消費者の認知度向上を図るもの。
- PASSで認定されていたのは、03~06年のuSwitchのみであったが、08年7月、Ofcomは、Broadband Choices及びSimplify Digitalの認定を発表した。

認定プロセス

【Step1】申請書の提出

■ 申請書の記載事項

- ・料金比較サービスの開始時期
- ・料金比較の対象サービス
- ・料金の計算方法
- ・利用者のアクセス方法
- ・これまでの利用者数
- ・ビジネスモデル(利用者や事業者からの料金徴収の有無等)

【Step2】申請者の招請

- 申請サービスが認定基準に合致する可能性がある場合、Ofcomは申請者を招請。
- 招請された申請者は、サービスのデモを実施したり、Ofcomからの質問に回答。

【Step3】アナリストの監査

- Ofcomは、独立のアナリストに対し、料金の比較計算と料金情報の現行化プロセスに関する技術的な監査を依頼。

事業者や利用者から料金徴収する者、事業者自身	£6,000
上記以外	£1,000

【Step4】認定書の交付

- 認定基準に合致した申請者には、認定書が交付。下記のロゴを表示することが可能。
- Ofcomは、Webサイトにスキームの説明と認定を受けた者のリスト(リンク付)を提供。



【Step5】認定の更新

- 認定は毎年更新。その際、独立のアナリストが監査。

事業者や利用者から料金徴収する者、事業者自身	£3,000
上記以外	£500

申請者の負担分

※ £=221.98円(19.3.5)

認定制度の対象サービス

例えば、以下のようなサービスが対象。

- ・固定電話 (Fixed Telephone)
- ・移動電話 (Mobile Telephone)
- ・国際ローミング (International roaming)
- ・ナローバンドインターネット (Narrowband Internet)
- ・ブロードバンド (Broadband)
- ・IP電話 (Voice over IP)
- ・デジタルテレビ (Digital TV)
- ・バンドルサービス (Bundle services)

認定基準

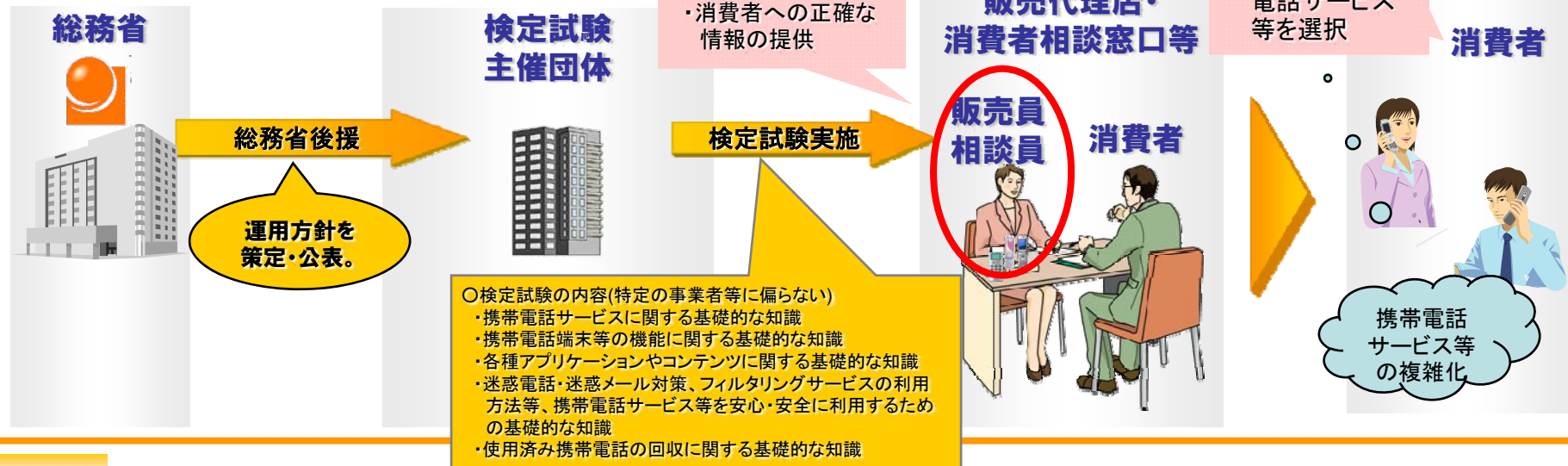
Accessible	1 身体障害者を含む全消費者がアクセス可能なものでなければならない。 2 Web上のサービスは、オフラインで情報入手する選択肢を有するべき。
Accurate	3 最低8週間毎にデータを現行化。Webの場合は最終更新日も明示すべき。 4 料金データは、特別料金の利用可能性や前払費用が反映されるべき。
Transparent	5 比較結果は料金で並び替えることができるものでなければならない。 6 事業運営費の創出方法を消費者に明らかにしなければならない。
Comprehensive	7 データは、主要な事業者を含む広範囲な事業者を含むものであるべき。 8 利用可能なサービス情報を提供する際は消費者の居住地域を考慮すべき。 9 料金以外の要素の考慮の助言や品質情報を提供するサイトの利用の促進をすべき。

携帯電話販売員に係る検定試験に対する総務省後援の運用方針

総務省後援の目的

- 民間団体の実施する携帯電話販売員等に係る検定試験について、公正中立に実施される場合、総務省がこれを後援。
- 販売員等の資質向上を図り、消費者が携帯電話サービス等の契約の際、正確な情報に基づく選択を可能とする事を支援。

検定試験に係る総務省後援のイメージ



経緯

- 08年1月22日～2月8日 運用方針(案)について意見招請(同年2月25日、運用方針を公表)
- 08年3月31日 MCPC(モバイルコンピューティング推進コンソーシアム)主催の「ケータイ実務検定(仮称)」(09年1月、第1回検定を実施予定)への総務省後援を発表。

(参考)モバイルビジネス活性化プラン(07年9月、抜粋)

2. 具体的施策

(3)モバイルビジネスの活性化に向けた市場環境整備の推進

(c)消費者保護の在り方に関する多角的検討

サービスの多様化等に対応した消費者保護策の拡充を図る観点から、(中略) **携帯端末にかかる販売代理店等の販売員の資質向上を図るための資格認定制度の検討**その他の消費者保護策の在り方に関する多角的検討を2007年度中に開始し、2008年中を目途に結論を得る。

（提供条件の説明）

第26条 電気通信事業者及び電気通信事業者の電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理を業として行う者は、電気通信役務の提供を受けようとする者（中略）と国民の日常生活に係るものとして総務省令で定める電気通信役務の提供に関する契約の締結又はその媒介、取次ぎ若しくは代理をしようとするときは、総務省令で定めるところにより、当該電気通信役務に関する料金その他の提供条件の概要について、その者に説明しなければならない。

「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン（04年3月策定、06年11月改定）」（提供条件の説明）概要

■ 対象サービス（一般消費者向けサービス）

- 電話及びISDNサービス
- 携帯電話・PHS及び携帯電話・PHSインターネット接続サービス
- インターネット接続サービス
- DSLサービス、FTTHサービス、CATVインターネット接続サービス
- 公衆無線LANアクセスサービス
- FWAサービス
- IP電話サービス

交付する
書面の
イメージ

「DSLプランA」のサービスについて

- 1 ○○テレコム（◇ショップ）
- 2 DSLプランA（ADSLサービス）
※ベストエフォート型のサービスであり、交換機収容局等からの距離等により速度が低下することがあります。
- 3 料金等

利用料	○○円
初期費用	○○円
モデムレンタル料	○○円
- 4 解約手続
○日以内の解約申出の場合上記料金はいただきません。モデム返却送料はお客様負担です。

【お問い合わせ先】

○○テレコム（株）
03-xxxxx-△△△△
（受付時間：平日9時～21時）

■ 説明の方法

- 店舗、街頭等での書面交付
- 電子メールの送付
- インターネットのウェブページでの閲覧
- CD-ROM等の記録媒体の交付
- カタログ・パンフレット・DM等に記載
- 電話による説明（説明後、遅滞なく書面交付が必要）

■ 説明すべき事項

- 電気通信事業者（及び代理店等）の名称等
- 電気通信事業者（及び代理店等）の問い合わせ連絡先（電話窓口の場合は受付時間も含む。）
- 電気通信サービスの内容
- その利用者に適用される料金、経費
- 無料キャンペーン等の適用期間等の条件
- 消費者からの申出による契約変更及び解除条件等

■ 望ましい対応（法令による義務ではないが、消費者保護の観点から望ましい対応）

- 通常の説明では十分に理解を得られないと認められる消費者に対しては、さらに詳細な説明を行うこと
- 消費者からさらに詳しい説明を求められた場合は、消費者がその内容を十分理解できるよう、詳細について丁寧に説明すること
- 未成年者への説明に際しては、特に高額利用の防止等に十分配慮して説明すること
- 説明の指針となるマニュアル等の作成及び定期研修の実施する 等

帯域制御の運用基準に関するガイドラインに関する経緯

インターネットトラフィックの急増、一部ISPによる帯域制御の実施

- ブロードバンドの普及に伴い、インターネット上のトラフィックが急激なペースで増加。特に、一部のヘビーユーザがP2P交換ソフト等の利用により、ネットワーク帯域を占有。
 - ヘビーユーザのネットワーク帯域占有に対処するため、一部のISPは帯域制御(*)を実施。
- (*)帯域制御:アプリケーションやユーザを区別して、使用できる回線容量や通信速度等に基準を設けることでネットワーク上のトラフィックを制御すること。

ネットワークの中立性に関する懇談会(06年11月～07年9月)

- 「帯域制御の運用基準については、関係者間のコンセンサスを形成するため、広く関係者の参画を得て検討の場を設け、可能な限り速やかに「帯域制御に関するガイドライン(仮称)」として取りまとめ、これを適用することが望ましい。」
- 「具体的には、帯域制御の運用方針を各ISP等が契約約款等に記載する際に求められる情報の範囲、運用に際しての基本的要件、当該要件に係る法制的な整理等について、その位置付けの明確化を図ることが適当であると考えられる。」

帯域制御の運用基準に関するガイドライン検討協議会の設立

- 07年9月、ガイドラインの策定について検討するため、電気通信事業者4団体(*)から構成される「帯域制御の運用基準に関するガイドライン検討協議会」が設立(総務省はオブザーバ参加)。
- (*) (社)日本インターネットプロバイダ協会(JAIPA)、(社)電気通信事業者協会(TCA)、(社)テレコムサービス協会、(社)ケーブルテレビ連盟。
- 帯域制御の実態調査等を踏まえ、ガイドライン案を検討。

新競争促進プログラム(06年9月策定、07年10月改定)

- ネットワークの中立性の確保に向けた環境整備(抜粋)
 - ・ネットワークの効率的な運用に向けた環境整備
 07年9月、電気通信関連4団体が設置した「検討協議会」において、08年春をめどに当該ガイドラインが策定されることとなっており、同協議会の検討を注視・支援する。

ガイドラインの検討・策定

- 08年3月 ガイドライン案について意見募集(約1ヶ月) ⇒ 同年5月 ガイドラインの策定・公表

1. ガイドライン策定の背景

ブロードバンド普及の進展



トラヒックの急増



一部のヘビーユーザによるネットワーク帯域の占有



一部のISPは帯域制御を実施



「ネットワークの中立性に関する懇談会」を踏まえ、07年9月、ISP等が協議会(*)を設立

※「帯域制御の運用基準に関する検討協議会」(総務省はオブザーバ参加)



帯域制御の運用基準に係る必要最小限のルールとしてガイドラインを策定

2. ガイドラインの基本的な考え方

【対象となる行為】

- ① 特定のアプリケーション(例:P2Pファイル交換ソフト)の通信帯域の制御
- ② 一定のトラヒック量を超えたヘビーユーザの通信帯域の制限や契約の解除

【基本的な考え方】

- 原則としてISPはネットワーク設備の増強によってトラヒック増加に対処すべき。
- 帯域制御はあくまでも例外的に実施すべきもの。

制御が必要な客観的状況が必要

3. 具体的検討

- ◆ 通信の秘密(事業法第4条)との関係
- ◆ 利用の公平(事業法第6条)との関係
- ◆ 情報開示のあり方
- ◆ 今後の検討課題

4. ガイドラインの公表

08年3月 ガイドライン案の意見募集(約1ヶ月)

⇒ 同年5月 ガイドラインの公表

帯域制御の運用基準に関するガイドラインのポイント(1)

(1)「通信の秘密」との関係について

- 帯域制御は、パケットのヘッダー情報やペイロードの情報等を分析※。当該情報は「通信の秘密」(事業法第4条)に該当。
- ガイドラインでは、帯域制御がISPの正当業務行為(刑法第35条)として認められるための要件、具体的事例を整理。

(※)制御装置が自動的に動作する場合も同様。

正当業務行為として認められるための要件

①目的の正当性、②行為の必要性、③手段の相当性といった要件を満たすことが必要。

① 特定のアプリケーションを制御する場合

【Winny等のP2Pファイル交換ソフトのトラヒックを制御する場合】

<条件>

- 目的の正当性、行為の必要性
 - ・P2Pファイル交換ソフトのトラヒックがネットワーク帯域を一定期間にわたって過度に占有している結果、他の一般ユーザの通信品質に支障が発生
 - ・ネットワークの安定的運用を図り、他のユーザの通信品質を確保するために実施
- 手段の相当性
 - ・トラヒックが特に多いアプリケーションに限定して制御

正当業務行為として認められる可能性高い

【Winny等のP2Pファイル交換ソフトのトラヒックを遮断する場合】

- 当該アプリケーションの通信を一定量に制限するといった、より緩やかな方法によることも可能であるため、通常は手段の相当性を欠くと考えられる。

正当業務行為として認めることが困難

(注)利用者の個別の同意を得て実施することは可。

② 特定のユーザの利用を制御する場合

【ヘビーユーザの利用を制限する場合】

<条件>

- 目的の正当性、行為の必要性
 - ・特定のヘビーユーザのトラヒックがネットワーク帯域を一定期間にわたって過度に占有している結果、他の一般ユーザの通信品質に支障が発生
 - ・ネットワークの安定的運用を図り、他のユーザの通信品質を確保するために実施
- 手段の相当性
 - ・特定ユーザの過度な利用を抑制する限度で制御。

正当業務行為として認められる可能性高い

⇒ヘビーユーザに対する通信帯域の制限又は警告を目的として個別ユーザのトラヒックを検知することは可。

(2)「利用の公平」との関係について

■帯域制御の実施に当たって、「利用の公平」(事業法第6条)との関係で守るべきルールについて整理。

【特定のヘビーユーザのP2Pファイルソフトによるトラフィックを制限する場合】

<条件>

- 客観的データによってヘビーユーザと一般ユーザが区別
- 契約約款等に基づき、他の一般ユーザと同等レベルまで制御



不当な差別的取扱いに当たらない可能性高い

【同等レベルのトラフィックを発生させているヘビーユーザのうち、特定の者のトラフィックのみ制御、あるいは、料金の引き上げを実施する場合】

- 同じ条件下のユーザに対して取扱いに差異を設けている

【特定のコンテンツプロバイダのトラフィックのみ制御する場合】

- コンテンツプロバイダも「利用の公平」の対象



合理的な理由がない限り、
不当な差別的取扱いに当たる可能性高い

(3) 情報開示のあり方について

① ユーザ保護の観点から、帯域制御の運用方針について、エンドユーザに対する十分な情報開示が必要。

(1) 周知すべき事項

- ◆ 帯域制御の実施
- ◆ 制御を実施する場合の条件、制御の具体的方法

(2) 周知方法

- ◆ 契約約款への記載(約款モデル条項への追記)
- ◆ ホームページでの周知 等

② 帯域制御の運用方針は他のISPのエンドユーザ、コンテンツプロバイダ等にとっても有用な情報(☞影響が出る可能性)。自らのエンドユーザに開示する情報と同様の情報等を開示。

③ トランジットやローミング関係にあるISP間では帯域制御の情報を契約で担保。ピアリング等の関係にあるISP(☞契約関係無し)に対してはエンドユーザに開示する情報と同等の情報等を開示。

適合性の原則の考え方

消費者基本計画(平成17年4月閣議決定)

高齢者や若者など消費者の特性(知識、経験及び財産の状況等)に応じた勧誘を行わなければならないという原則

狭義の適合性原則

ある特定の利用者に対してはいかに説明を尽くしても一定の商品の販売・勧誘を行ってはならないとのルール

広義の適合性原則

業者が利用者の知識・経験・財産等に適合した形で販売・勧誘を行わなければならないとのルール

最高裁判決(平成17年7月14日)

証券会社の担当者が、顧客の意向と実情に反して、明らかに過大な危険を伴う取引を積極的に勧誘するなど、適合性の原則から著しく逸脱した証券取引の勧誘をしてこれを行わせたときは、当該行為は不法行為法上も違法となると解するのが相当

適合性の原則②

金融商品販売法における適合性の原則

- 金融商品販売業者等は、金融商品の販売等を業として行おうとするときは、当該金融商品の販売等に係る金融商品の販売が行われるまでの間に、顧客に対し、重要事項について説明をしなければならない。(第3条)

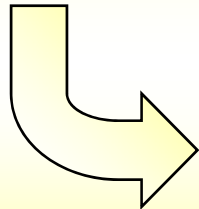
ただし、顧客が次のいずれかに該当する場合を除く。

- 金融商品の販売等に関する専門的知識及び経験を有する者である場合
- 重要事項について説明を要しない旨の顧客の意思の表明があった場合

重要事項の説明は、顧客の知識、経験、財産の状況及び当該金融商品の販売に係る契約を締結する目的に照らして、当該顧客に理解されるために必要な方法及び程度によるものでなければならない。



- 金融商品販売業者等は、業として行う金融商品の販売等に係る勧誘をするに際し、その適正の確保に努めなければならない。(第8条)
- 金融商品販売業者等は、業として行う金融商品の販売等に係る勧誘をしようとするときは、あらかじめ、当該勧誘に関する方針を定めなければならない。(第9条)



(参考) 某大手都市銀行の定める勧誘方針

当行は金融商品の販売等にあたり、以下の方針にそって適切な勧誘を行います。

1. お客様の投資目的や運用のご経験などに応じ、適当と考えられる商品をおすすめいたします。
2. お客様に重要な事項を十分にご理解いただけるよう、わかりやすい説明に努めます。
3. お客様に適切な情報を提供いたします。断定的な判断による勧誘はいたしません。
4. 電話や訪問による勧誘は、お客様のご都合に合わせて行うよう努めます。
5. 適切な勧誘が行われるよう、役職員の教育に努めてまいります。
6. 販売・勧誘に関するお客様からのご照会等については、適正な対応に努めます。 以上

適合性の原則に関連する他法令の例

金融商品取引法、特定商取引法、消費者基本法、貸金業法、不動産特定共同事業法(施行規則)、信託業法 など

電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン

第2章 提供条件の説明(法第26条)関係

10 契約締結の際の望ましい対応の在り方について

(中略)同法に規定する義務となるわけではないが、同法の趣旨を踏まえた契約締結の際の望ましい対応の在り方として、電気通信事業者等には以下の事項が期待される。

- (1) 通常の説明では十分に理解が得られないと認められる消費者に対しては、さらに詳細な説明を行うこと。
- (2) 説明した事項について、消費者からさらに詳しい説明を求められた場合は、消費者がその内容を十分に理解できるよう、詳細について丁寧に説明すること。
- (3) 未成年者への説明に際しては、特に高額利用の防止等に十分配慮して説明すること。

民事ルールの存在する個別法(③)

民事ルールが存在する個別法(特商法(昭和51年成立)等)は消費者契約法の特別法

➤消費者契約法は消費者契約が対象であるが、個別法は、業態・業種を限定。

行政規制のみの個別法

行政規制は、消費者契約法の適用を妨げない。(電気通信事業法との関係)

➤例えば、認可済み契約約款の契約内容の不当性の判断は、行政規制による判断とは別個に、消費者契約法に基づいて行われるものであり、約款が行政規制の基準を満たしていることを理由に、当該契約を消費者契約法の適用除外することにはならない。



③は②の特別法

消費者契約法(②平成12年成立)

対象:消費者契約法は「消費者契約」を対象



②は①の特別法

民法(①)

対象:民法は当事者が「誰であるか」を問わない。

他の法令におけるクーリングオフ

法律名	条文	期間	取引
特定商取引に関する法律	9条	8日間	訪問販売
	15条の2(※)		通信販売
	24条		電話勧誘販売
	48条		特定継続的役務提供
	40条	20日間	連鎖販売取引
	58条		業務提供誘引販売
	9条の2(※)	1年間	訪問販売における過量販売
割賦販売法	35条の3の10(※)	8日間	個別信用購入あっせん関係受領契約
	35条の3の11(※)	8日間 20日間	特定連鎖販売個人契約等における個別信用購入あっせん関係受領契約
	35条の3の12(※)	1年間	過量販売における個別信用購入あっせん関係受領契約
宅地建物取引業法	37条の2	8日間	店舗外での宅地・建物の売買契約
保険業法	309条	8日間	店舗外での保険契約
ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律	12条	8日間	ゴルフ会員権
特定商品等の預託等取引契約に関する法律	8条	14日間	現物まがい(預託)取引
不動産特定共同事業法	26条	8日間	不動産特定共同事業契約
海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律	8条	14日間	海外先物取引(但、売買指示受付の禁止)
金融商品取引法	37条の6	10日間	金融商品取引契約

（苦情等の処理）

第27条 電気通信事業者は、前条の総務省令で定める電気通信役務に係る当該電気通信事業者の業務の方法又は当該電気通信事業者が提供する同条の総務省令で定める電気通信役務についての利用者（電気通信役務の提供を受けようとする者を含み、電気通信事業者である者を除く。第二十九条第二項において同じ。）からの苦情及び問合せについては、適切かつ迅速にこれを処理しなければならない。

「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン(04年3月策定、06年11月改定)」（苦情等の処理）概要

- 電気通信事業者と消費者との間の情報の非対称性に起因するトラブルが生じている状況等にかんがみ、消費者が継続的に安心して電気通信サービスを利用することができるよう、電気通信事業者は利用者からの苦情及び問合せについて、適切かつ迅速に処理しなければならない旨の義務を定めたもの。
- 「適切かつ迅速な処理」かどうかは個別具体的に判断する必要があるが、少なくとも以下の場合には、適切かつ迅速に処理を行っているとは言えない。

- (1) 苦情及び問合せに対する対応窓口を設けていない場合
- (2) 苦情及び問合せに対する対応窓口が設けられていても、その連絡先や受付時間等を消費者に対して明らかにしていない場合
- (3) 苦情及び問合せに対する対応窓口が明らかにされていても、実際にはその対応窓口がほとんど利用できないような場合
- (4) 消費者が真摯に問い合わせしているにもかかわらず、長期間放置している場合
- (5) 消費者からの解約の申出があったにもかかわらず、正当な理由なく当該申出を相当期間放置して、その手続きを行わない場合

- 法令による義務ではないが、苦情等処理の望ましい在り方は以下のとおり

- (1) 電話窓口を開設すること
- (2) 電話窓口は、録音された自動音声のみならず、オペレーターによる対応を行うこと
- (3) 電話窓口は、平日はなるべく長時間受け付けること
- (4) 苦情または問い合わせを受けた内容について、調査を要するため等の理由により回答に時間がかかる場合であっても、できるだけ短期間に何らかの回答をすること

代理店の営業活動に対する倫理要綱((社)電気通信事業者協会、1991年10月1日制定、1997年3月19日改正、2004年5月21日改正)

電気通信事業者が代理店等(特約店その他名称の如何を問わない。以下、単に代理店という。)を使って電気通信事業の営業活動を行う場合は、代理店が下記の規定を遵守するよう適切に指導し、利用者の利益の保護に努めなければならない。また、代理店がこれらの規定に違反した場合は、代理店契約の解除を含む必要な措置を講ずるものとする。

記

1 代理店のあり方

- (1) 代理店は、関係法令及び電気通信事業者と締結した契約を、誠実に遵守しなければならない。特に、通信料見込みの多寡によって利用契約の申込を拒んではならない。
- (2) 代理店は、自己代理を主たる目的としてはならない。
- (3) 代理店は、自己の代理店の営業活動を監督し、社会的に批判をあびる行為を行わないように指導しなければならない。

2 代理店の営業の方法

- (1) 代理店は、電気通信事業関係法令に違反し、顧客に対し、名目の如何にかかわらず、電気通信料金の減免または金銭の供与をしてはならない。
- (2) 代理店は、名刺、新聞広告等に、許可なしに電気通信事業者の商標、ロゴマーク等を使用してはならない。
- (3) 代理店は、勧誘活動を行う場合は、必ず代理店が代理する事業者名、代理店名、氏名及び訪問の目的を示さなければならない。
- (4) 代理店が広告及びセールストークを行う場合は、真実のみを伝え、虚偽や誇大であったりあいまいな表現で誤解を招くものであってはならない。
- (5) 代理店が利用契約の申込の取次ぎをする場合は、申し込みはできる限り書面により、申込み者による記名捺印の方法によるものとする。
- (6) 代理店は、顧客に対し、一定期間内の解約等を制限したり、その期間中に解約等した場合に違約金を徴収するなどの不当な契約をしてはならない。
- (7) 代理店は、契約に際し、顧客に対し、電気通信役務に関する料金その他の概要につき、電気通信事業関係法令に基づき、説明をしなければならない。
- (8) 代理店は、苦情及び問い合わせに対して適切かつ迅速に対応しなければならない。

3 その他

代理店は、販売代理人を募集する場合は、名目の如何にかかわらず登録料等を取ってはならない。

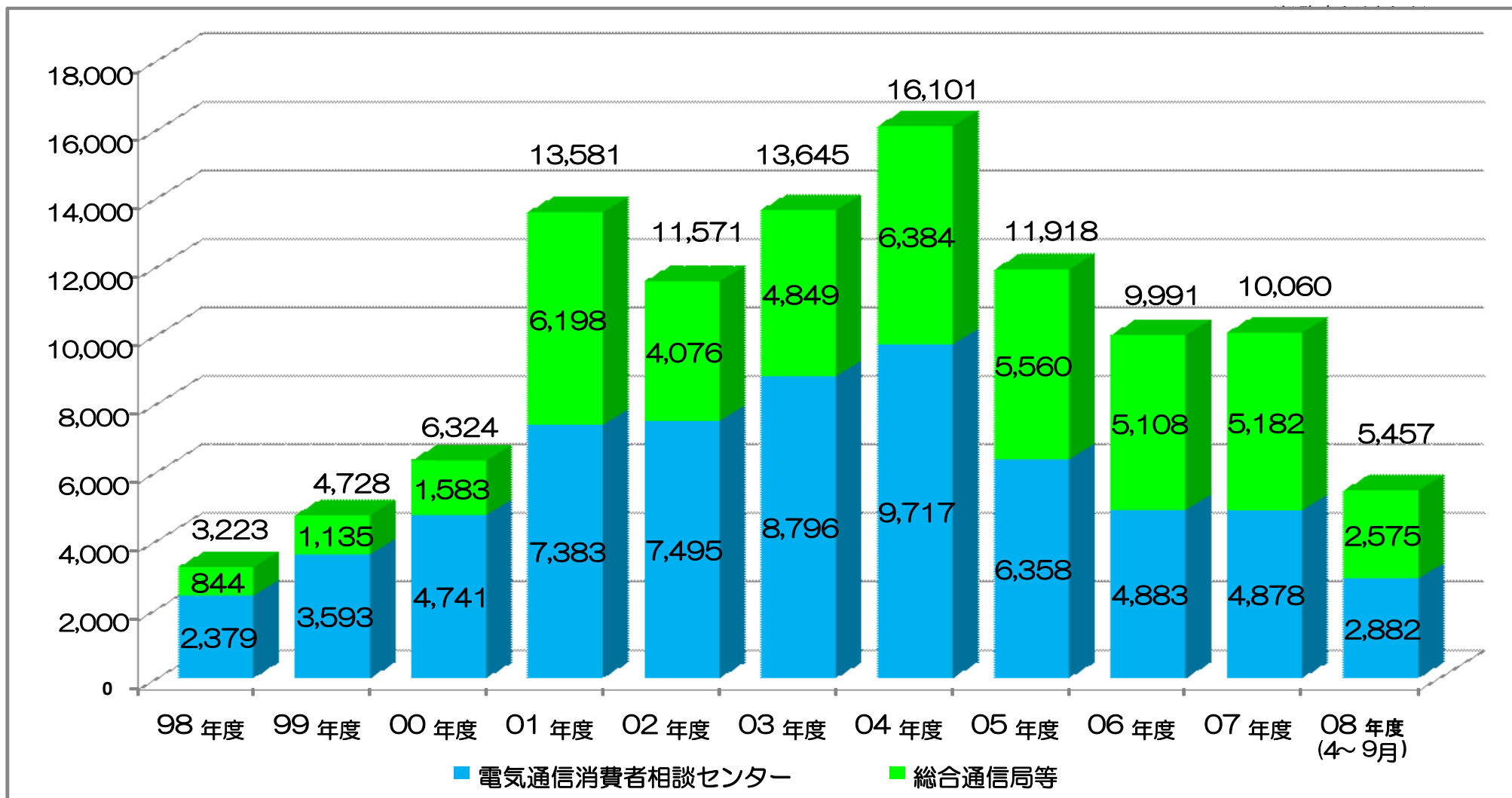
出所: 社団法人電気通信事業者協会ウェブサイト

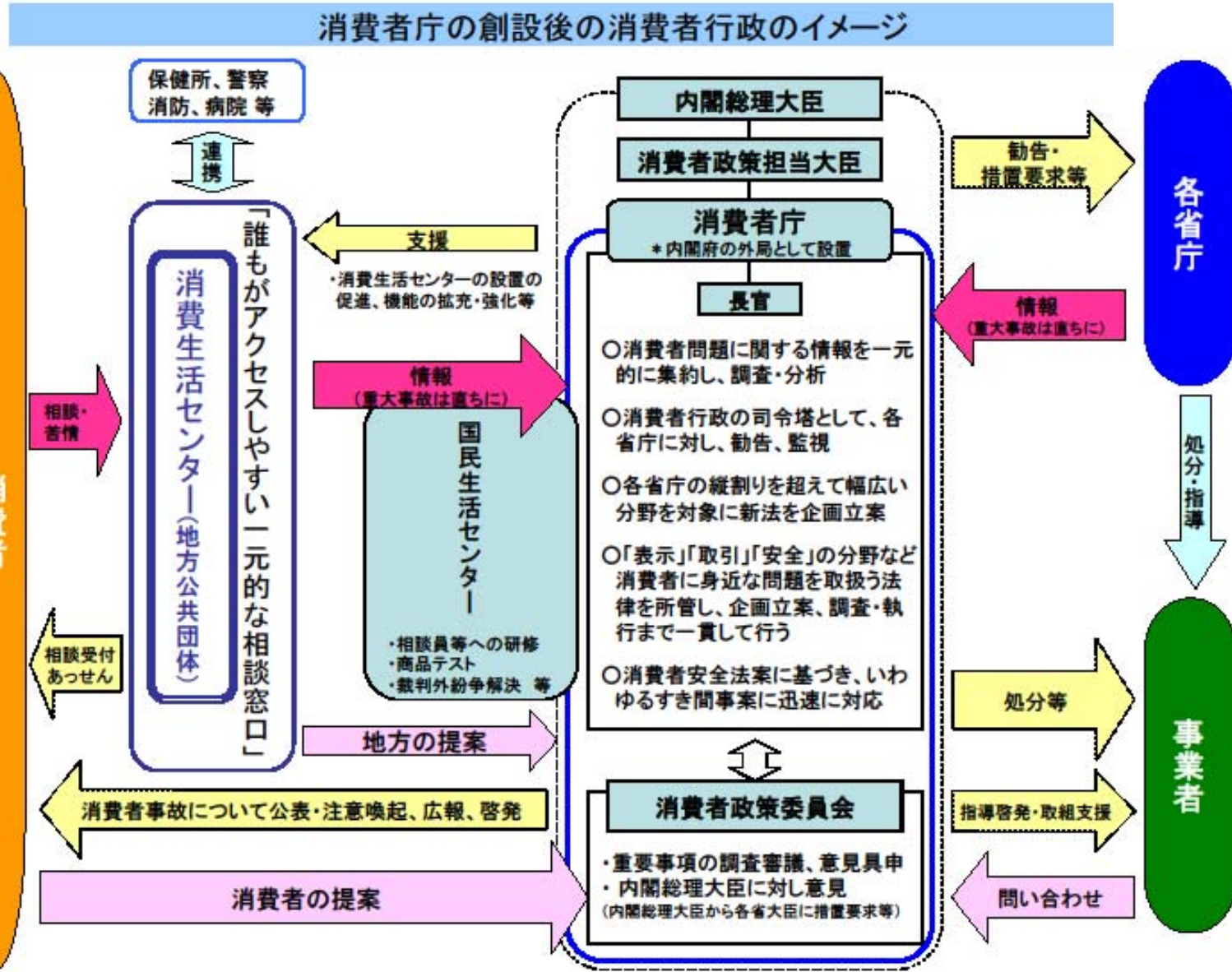
代理店の営業活動の適正化等に関する行政指導の例

- 代理店の営業活動の適正化等について(平成17年(2005年)6月8日)
直収型固定電話サービスの二次代理店の営業担当者が、本人の承諾なく申込書を作成していたことに対する指導。
- 代理店の営業活動の適正化について(平成8年(1996年)11月12日)
移動体通信事業者の一部の代理店や再委託先代理店において一定期間内の解約を制限するなどの営業活動に対する指導。
- 代理店の営業活動の適正化について(平成5年(1993年)10月29日)
代理店による本人確認の徹底、再委託先代理店の適正化、代理店手数料の適正化、名目的代理店契約の一層の是正の指導。
- 営業活動の適正化について(平成3年(1991年)9月6日)
法令・契約遵守、名目的代理店契約是正、再委託先指導・監督、割引・金銭供与による勧誘禁止、広告適正化、書面への記名捺印の指導。

総務省への電気通信サービスに関する苦情・相談件数推移

- ・ 07年度に受け付けた苦情・相談件数は、10,060件。
- ・ 08年度上半期では、5,457件。前年同期比11.4%増（07年度 4,899件）。

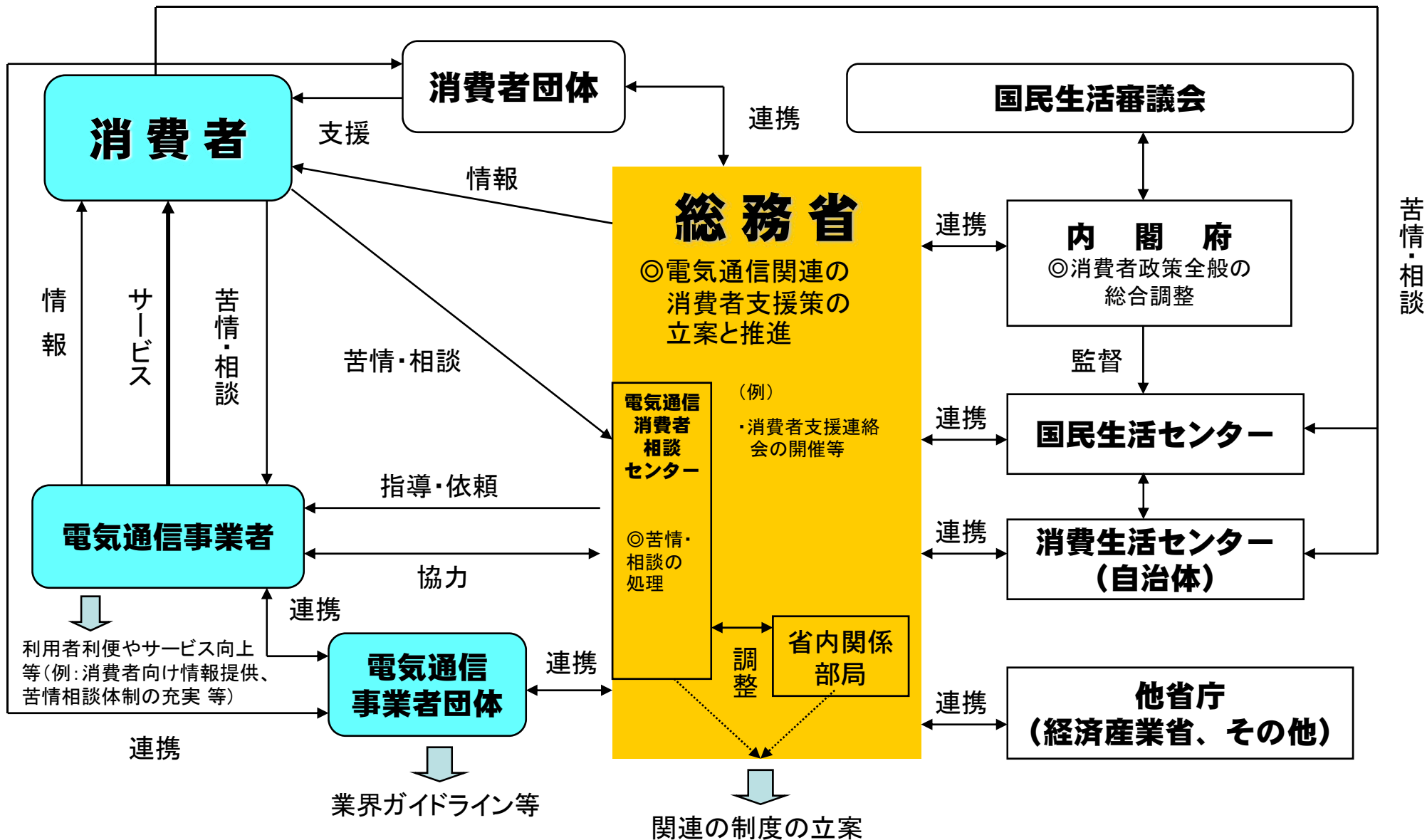




- **苦情・相談等の受付体制**
 - 本省に「電気通信消費者相談センター」を設置(1997年7月)
 - 全国11か所の総合通信局等でも苦情・相談等を受付
- **電気通信消費者相談センター等の受付対象**
 - 利用者が電気通信サービス(電話、電子メール等)を利用している際のトラブル等に関する苦情・相談等(調停・斡旋機能は持たない)
- **電気通信消費者相談センター等の主な機能**
 - 電気通信事業者に対して、苦情等があった旨を伝え、更なる対応や解決を促進
 - 新たな行政施策遂行への反映等(事業者から実態の報告を求める)
- **事業者への働きかけの具体例**
 - 電気通信事業者と利用者との間の料金トラブルなどに係る苦情・相談等について対応を要請(料金トラブルなどに係る苦情・相談のうち、半数弱は伝達)

07年11月の受付状況(07年度中で最も受付件数の多かった月)

受付総件数	電気通信事業者に関するもの(事業者との料金トラブル、説明不足など)	電気通信の不適正利用に関するもの(サイト上の有害情報、迷惑メール等)	その他(相談センター所管外の問合せ等)
527件	258件 (うち事業者に伝達110件(43%))	138件	131件



※ 本図は主な連携・協力関係を示したものの




「電気通信消費者支援連絡会」の開催




「電気通信事業者、行政、国民生活センター、消費者団体等の連携を強化する必要がある、総務省の主催により関係機関間の定期的・継続的な連絡会を設置することが必要である。」(02年8月7日 情報通信審議会答申抜粋)

03年1月から「電気通信消費者支援連絡会」を開催

(開催日及び主な議題)

- | | |
|---|--|
| 第1回 03年1月14日
電気通信トラブルに対する取り組みの現状 | 第11回 06年4月12日
フィルタリングの普及啓発アクションプラン
携帯電話の番号ポータビリティ、振り込め詐欺対策
インターネット上の違法・有害情報に関するホットライン |
| 第2回 03年5月30日
人材育成・情報提供の在り方について | 第12回 06年9月12日
ユニバーサルサービス制度
携帯電話の番号ポータビリティ
インターネット上の違法・有害情報への対応に関する研究会
～最終報告書について～ |
| 第3回 03年9月25日
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準
改正電気通信事業法の消費者保護ルールに関する基本的考え方 | 第13回 06年12月21日
携帯電話事業者が行う広告表示に係る措置
「インターネット上の違法情報への対応に関するガイドライン」及び
「違法・有害情報への対応等に関する契約約款モデル条項」の策定 |
| 第4回 03年10月31日
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準
改正電気通信事業法の消費者保護ルールに関する基本的考え方 | 第14回 07年4月10日
携帯電話等に関する広告表示自主基準の検討状況について
最近の電気通信事業者の動向と政策対応
～(株)近未来通信の事例を例に～ |
| 第5回 04年3月9日
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準等の取り組み
VoIP推進協議会における取り組み
高校生の携帯電話利用アンケート結果 | 第15回 07年9月11日
広告表示に関する自主基準及びガイドラインの改訂等
「フィルタリングの普及啓発アクションプラン」の改定について |
| 第6回 04年11月25日
電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン
迷惑メールへの対応の在り方に関する研究会 | 第16回 07年11月2日
違法・有害情報等に関する業界団体の取組について
モバイルビジネス活性化プラン
ユニバーサルサービス制度について |
| 第7回 05年2月9日
フィッシング対策、迷惑メール追放支援プロジェクト
振り込め詐欺対策、消費生活相談員向け電気通信サービス講習会 | 第17回 08年4月15日
違法・有害情報事業者相談センタの設置について
電気通信サービス利用者懇談会について
電気通信分野の最近の相談の動向、特定電子メール法改正案について |
| 第8回 05年6月17日
迷惑メール対策、架空請求対策
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準実施状況 | |
| 第9回 05年10月7日
インターネット上の違法・有害情報対策
プロバイダ責任制限法商標権関係ガイドライン
アダルトコンテンツ専用の新g T L D「.xxx」 | |
| 第10回 06年2月9日
電気通信サービスの広告表示に関する自主基準一部改定
携帯電話の国際ローミングサービスのトラブル及びその対応 | |

			
受付方法	<ul style="list-style-type: none"> ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB 	<ul style="list-style-type: none"> ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB 	<ul style="list-style-type: none"> ○窓口(ウィルコムプラザ、ウィルコムカウンター) ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB
受付体制	<ul style="list-style-type: none"> ○「総合窓口」(お客さま相談センター) <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーター対応 (9～17時、土日・祭日及び年末年始を除く) ・自動音声対応なし ○「個別窓口」(電話、ブロードバンド、故障、料金) <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーター対応 (116の場合:9～21時、年末年始を除く) ・自動音声対応あり 	<ul style="list-style-type: none"> ○「カスタマーセンター」 <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーター対応 (9～21時 年中無休) ・WEB対応(24時間受付) 	<ul style="list-style-type: none"> ○「ウィルコムサービスセンター」 <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーター対応 (9～19時、日・祭日を除く) ・トーカー対応 (24時間対応) ○「ウィルコムプラザ」(全国34箇所) ○「ウィルコムカウンター」(全国300箇所) ○「個人情報用窓口」(専門窓口)
内部での改善体制	<ul style="list-style-type: none"> ○「スマイル委員会」 <ul style="list-style-type: none"> → 経営幹部が参画。利用者の声を事業活動の改善等に反映する活動(スマイル活動)を推進(自社ホームページにも情報掲載) 	<ul style="list-style-type: none"> ○「定例会議」 <ul style="list-style-type: none"> → 役員幹部が参加。寄せられた利用者の声を意見集約して検討 	<ul style="list-style-type: none"> ○「HOT VOCIE」 <ul style="list-style-type: none"> → コールセンターに入った顧客の声を集計。社内イントラで関係各部署へ提供。改善必要案件に関して企画立案 ○「お客様対応部門月次報告会」 <ul style="list-style-type: none"> → お客様対応部門責任者会議を毎月開催。社長以下の幹部が出席して情報共有
相談センターとの連携等	<ul style="list-style-type: none"> ○NTT東日本エリア内にある消費生活センター等にお客様相談センターの受付番号を周知して情報交換 ○東京都消費生活総合センター・都内市区町村の消費生活センターとの勉強会を毎年実施 	<ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター等に専用電話番号を開設して情報交換 ○東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県の消費者生活センターを2～3か月ごと訪問。意見交換を実施 ○国民生活センターを定期訪問。意見交換の他、上記1都3県以外の情報収集、情報交換を実施(※全国の消費生活センターの訪問は顧客数増加及び販売拠点の増強も踏まえて検討) 	<ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センターからお問い合わせがある都度、お客様対応部門で対応 ○消費生活センター等が主催する会合(主に情報交換を目的とするもの等)に参加(※個別、定期的訪問は行っておらず、ご要望やご依頼があれば対応中)
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○顧客満足度調査の実施 <ul style="list-style-type: none"> → 申込時の受付担当者の対応、工事担当者の対応、回線サービスの品質等の満足度を調査(※電話によるサンプル調査、WEBによるアンケート調査を常時実施) 	<ul style="list-style-type: none"> ○カスタマーセンターに品質管理担当者を設置 <ul style="list-style-type: none"> → オペレータの管理、ユーザ対応の随時チェック ○「端末センターとの定期的なミーティング」を実施(月1回、定期) <ul style="list-style-type: none"> → 商品企画部門、端末品質管理部門、カスタマーセンター、端末修理部門、営業企画部門の社員が参加。端末に関する苦情・要望を伝え、改善策を検討、関係部門にフィードバック 	<ul style="list-style-type: none"> ○顧客満足度調査の実施 <ul style="list-style-type: none"> → サービス満足度のアンケート調査(不定期) → 解約時の原因等をアンケート調査(解約申告時) ○電波が弱い環境にある顧客にホームアンテナのレンタルサービス




			
受付数	<p>○お客様相談センター受付分(平成19年度) 12万7千3百件(総受付)、 うち相談・問い合わせ:約10万6千件 意見・要望・苦情:約1万5千件 その他:約5千9百件</p>	<p>○1日当たりの問い合わせは約2,700件(平成20年7月) (電話 約2,500件、WEB 約200件)</p>	<p>○年間の問い合わせ件数…約560万件 ○うち苦情・相談件数…約3万5千件(要望含む) ・月間では約44万件的問い合わせ</p>
相談等の概要	<p>○相談・問い合わせの内容 → 電話の申込み、各種サービス、 工事内容等 ○ご意見・ご要望・苦情の内容 → 相談件数の多い順に、 ①販売受付部門について (担当者の対応、相談の受付先電話が 混雑、セールス勧誘拒否希望等) ②故障・通信異常について ③商品について ④工事について ⑤料金について</p>	<p>○相談・問い合わせの内容(平成20年7月) → 相談割合・件数の多い順に、 ①エリア等 ②請求関連 ③携帯端末関連</p>	<p>○サービス・端末関連 ・サービス内容、端末仕様に関するもの (割引適用、値下げ要望。電池バッテリー、OS対応、 防水仕様等の要望) ・店舗に関するもの (対応、端末・サービスに関する知識) ○請求関連 ・請求書表記内容に関するもの (わかりづらい) ・請求書到着時期に関するもの (わかりづらい) ○通話エリア関係 ・利用拠点でのエリア拡充に関するもの</p>

(注)電気通信利用者懇談会の資料等をもとに総務省まとめ。

電気通信事業者事業者の苦情・相談体制について③

				
受付方法	<ul style="list-style-type: none"> ○窓口(ドコモショップ等の代理店) ○電話(原則フリーダイヤル) ○メール ○WEB 	<ul style="list-style-type: none"> ○窓口(auショップ等) ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB 	<ul style="list-style-type: none"> <携帯電話サービス> ○窓口(ソフトバンクショップ等) ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB 	<ul style="list-style-type: none"> <インターネットサービス(ODN)> ○電話(フリーダイヤル) ○メール ○WEB
受付体制	<ul style="list-style-type: none"> ○「ドコモショップ」(全国2,256箇所) ○「お客様相談室」(全国9箇所) ○「専門センター」 <ul style="list-style-type: none"> ・海外、国内での盗難・紛失対応等(24時間) ○「インフォメーションセンター」(全国14箇所) (外国語センターもあり) 	<ul style="list-style-type: none"> ○「auショップ」(全国約3,500箇所) ○「カスタマーサービスセンター」(全国4箇所) ○電話相談窓口 <ul style="list-style-type: none"> ・オペレーター対応(24時間) (※故障・盗難・紛失等の緊急連絡の場合) ・オペレーター対応(9~20時) ・自動音声24時間 	<ul style="list-style-type: none"> <携帯電話サービス> ○「ソフトバンクショップ」 ○「お客さまセンター」 <ul style="list-style-type: none"> ・電話オペレーター(9~20時) ・自動音声総合案内サービス(24時間) ○「お客様相談室」 	<ul style="list-style-type: none"> <インターネットサービス(ODN)> ○「お客さまセンター」 <ul style="list-style-type: none"> ・電話オペレーター(10~18時) ・自動音声総合案内サービス(24時間) ○「お客様相談室」
内部での改善体制	<ul style="list-style-type: none"> ○「CS推進委員会」 <ul style="list-style-type: none"> → 経営幹部が参画。顧客の声を事業活動の改善等に反映する活動を推進 ○「CS推進部」 <ul style="list-style-type: none"> → 顧客からの意見・要望を分析・集計サービス改善に反映する活動を推進 ○「フロント支援センター」 <ul style="list-style-type: none"> → CS推進部と連携しつつ、フロントスタッフの応対品質向上のための施策・活動を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○「TCS委員会」 <ul style="list-style-type: none"> ⇒ 顧客の声に基づいて課題を討議・解決する部門横断的組織として、代表取締役社長を委員長に、計画・実行・検証・改善を行うマネジメントサイクルのもとで、顧客満足度向上に資する活動を推進 	<ul style="list-style-type: none"> ○「CS対策会議」 <ul style="list-style-type: none"> → 経営幹部、社内関係部署で構成。隔週で実施。クレーム状況の共有、対策の検討・実施、関係部門への注意喚起を推進 ○「カスタマーケアセンター」 <ul style="list-style-type: none"> → ソフトバンクショップ及びお客さまセンターと対応協議・相談等に乗る内部組織として設置 	
相談センターとの連携等	<ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター等に対して専用窓口を開設して情報交換 ○本社・各支社(8箇所)・各事業所が国民生活センターをはじめ各地域の主要な消費生活センターを訪問[原則年度2回(上期・下期)] (昨年は全国で約60回の意見交換を実施) ○複数の支社が 総合通信局及び消費者協会等の団体と定例の意見交換を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター等に対して専用窓口を開設して情報交換 ○現在のところ全国規模の定期的な訪問は行っていない(ただし定期会合の拡大等を現在検討中)。 	<ul style="list-style-type: none"> ○消費生活センター等に対して専用窓口を開設して情報交換。 ○苦情相談の件数が多い消費生活センター訪問(不定期) 	
その他	<ul style="list-style-type: none"> ○相談員の補助資料として 「ケータイQ&A集」 「あんしんあんぜんBOOK」 「総合カタログ」 「ご利用ガイドブック」等 支援ツール(資料)を無償提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・水濡れを含むあらゆる修理の顧客負担を最大で10,500円。有料会員サービス(2007年11月提供開始。月額315円)加入顧客では最大5,250円として提供 ・顧客ポータルサイト/顧客相互間コミュニケーションサイトを無償提供 	<ul style="list-style-type: none"> ○割賦払いに対する苦情等、苦情が多い事項は説明実施のサインを受けるようフロー整備 ○お客様センターでの顧客満足度アンケートの実施 	

(注)電気通信利用者懇談会の資料等をもとに総務省まとめ。

																		
受付数	<p>○インフォメーションセンター電話受付件数 (全国) 19年度 2,700万件(自動音声対応の 1,000万件含む) <内訳: サンプルデータ1,200万件 /関東甲信越></p> <table border="0"> <tr><td>お問合せ</td><td>49.6%</td></tr> <tr><td>注文受付</td><td>37.9%</td></tr> <tr><td>ご案内</td><td>11.5%</td></tr> <tr><td>故障</td><td>0.3%</td></tr> <tr><td>ご指摘・ご要望</td><td>0.7%</td></tr> </table>	お問合せ	49.6%	注文受付	37.9%	ご案内	11.5%	故障	0.3%	ご指摘・ご要望	0.7%	<p>○寄せられる問い合わせ等の受付件数 ・月間では約300万件</p>	<p>○携帯電話サービスに関する問合せ 等の受付件数 ・月間では約80万件</p>	<p>○インターネットサービス(ODN)に 関する問合せ等の受付件数 ・月間では約4万件</p>				
お問合せ	49.6%																	
注文受付	37.9%																	
ご案内	11.5%																	
故障	0.3%																	
ご指摘・ご要望	0.7%																	
相談等 の概要	<p>○ご指摘・ご要望内訳(19年度) <内訳: サンプルデータ/関東甲信越></p> <table border="0"> <tr><td>請求・料金プラン関連</td><td>30.0%</td></tr> <tr><td>サービス関連</td><td>16.6%</td></tr> <tr><td>接客関連</td><td>16.0%</td></tr> <tr><td>制度関連</td><td>13.7%</td></tr> <tr><td>故障・エリア関連</td><td>4.1%</td></tr> <tr><td>報道・広告</td><td>2.9%</td></tr> <tr><td>その他</td><td>16.7%</td></tr> </table>	請求・料金プラン関連	30.0%	サービス関連	16.6%	接客関連	16.0%	制度関連	13.7%	故障・エリア関連	4.1%	報道・広告	2.9%	その他	16.7%	<p>○問合せの主な内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・接客関連 例) 誤った案内をされた、ショップで長時間 待たされた、応対時の言葉遣いが よくない、セールス勧誘電話は迷惑 ・サービス関連 例) サービスが分かりにくい/使いにくい 思っていたサービスと異なる。 思っていたほどの速度が出ない。 ・故障・ハードウェア関連 例) 電源が入らない、店舗で水濡れ判断、 電池残量がすぐなくなる ・エリア関連 例) 自宅や最寄駅でつながらない。 ・請求関係 ・契約関係 ・その他 	<p><携帯電話サービス></p> <p>○問合せの主な内容 例) サービス案内や情報変更手続き等</p> <p>○苦情・相談件数が多いもの</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売店(ソフトバンクショップ)、 お客さまセンター等の対応 ・対応エリア(例: 地下等で繋がらない) <p>○上記以外の苦情・相談として</p> <ul style="list-style-type: none"> ・請求異議 ・水濡れ等の携帯電話機の故障に 関するものも多い。 <p>※割賦払い額に関する認識相違による 苦情・相談は、導入時点(昨年)と比較 して減少傾向</p>	<p><インターネットサービス(ODN)></p> <p>○問合せの主な内容 例) 手続方法の案内、契約者情報 の照会、技術サポート等</p> <p>○苦情・相談内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ネット問題に関するものが9割 (P2Pによる著作権侵害、 次いで迷惑メールに関する ものが多い。)
請求・料金プラン関連	30.0%																	
サービス関連	16.6%																	
接客関連	16.0%																	
制度関連	13.7%																	
故障・エリア関連	4.1%																	
報道・広告	2.9%																	
その他	16.7%																	

主な高額請求防止サービス

					
(a) 契約・加入前	<ul style="list-style-type: none"> 総合カタログ等における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記) 動画等の大容量コンテンツ利用時にパケット定額制の利用推奨(赤字明記)の記載 	<ul style="list-style-type: none"> 総合カタログにおける定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記) 動画等の大容量コンテンツ利用時にパケット定額制の利用推奨(赤字明記)の記載 	<ul style="list-style-type: none"> 総合カタログにおける定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記) 	<ul style="list-style-type: none"> 総合カタログや契約書等における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記なし) 総合カタログや契約書等を用いて、顧客の利用方法に合う料金コースの説明を実施 	<ul style="list-style-type: none"> 総合カタログにおける定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記なし)
(b) 契約・加入時	<ul style="list-style-type: none"> 重要事項説明における定額制対象外通信の注意喚起(赤字で明記) 動画などの大容量コンテンツ利用時の定額制推奨(赤字で明記)の記載 申込書における定額制対象外通信の注意喚起の記載 	<ul style="list-style-type: none"> 重要事項説明における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記) 申込書に定額制対象外の注意喚起を説明した旨のチェック欄 	<ul style="list-style-type: none"> 重要事項説明における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記) 申込書に「高額パケット通信に関する注意説明確認欄」の設置 	<ul style="list-style-type: none"> 重要事項説明における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記なし) 	<ul style="list-style-type: none"> 重要事項説明における定額制対象外通信の注意喚起(赤字明記なし)
(c) 契約・加入後	<ul style="list-style-type: none"> PC接続用ドライバインストール時の注意喚起及びFOMAバイトカウンタの利用推奨を画面表示 コンテンツDL時の注意喚起 	<ul style="list-style-type: none"> PC接続用ドライバインストール時に、定額制対象外通信である旨の注意喚起を画面表示【無料】 【開始時期】2006年9月～ 	<ul style="list-style-type: none"> PC接続用ドライバインストール時の定額制対象外通信の注意喚起文書を同梱(カード型はインストール時に表示) ※パケットメーターのインストール時に、画面に注意喚起が表示される【無料】 【開始時期】2008年3月～ 	<ul style="list-style-type: none"> 未成年の親権者へ契約確認通知書にセーフティープランの案内を印刷 【開始時期】1998年1月～ 定額オプション未加入者には加入案内DM発送、テレマーケティング実施。 【開始時期】2008年5月～ 	<ul style="list-style-type: none"> 料金確認可能なサービス(My EMOBILE)を提供 利用料金が一定額を超えた場合利用者に対して電話等で連絡
(d) その他	<ul style="list-style-type: none"> HPにおける注意喚起 請求書同封物における注意喚起 サンキューレターによる注意喚起 低利用者層向け料金(パケ・ホーダイダブル)の提供 【開始時期】2008年10月～ 	<ul style="list-style-type: none"> HPにおける注意喚起 【開始時期】2005年12月～ 請求書同封物等による注意喚起を不定期で実施中 	<ul style="list-style-type: none"> HPにおける注意喚起 【開始時期】2007年4月～ 請求書同封物に毎号注意喚起文を記載【開始時期】2007年11月～ ショップ等に「青少年保護下敷(パケットの使いすぎによる高額請求)」を配備【開始時期】2007年2月～ 2008年夏モデルからUSBケーブルを非同梱として別売り 2008年度中に、MYソフトバンクにてパケットのアクセスログ(接続先URL)が閲覧できるよう対応準備中 	<ul style="list-style-type: none"> HPにおける注意喚起 申込不要の「パケット安心サービス」を適用。パケット代の請求上限を21,000円 【開始時期】2004年4月～ 請求書同封物等による注意喚起を不定期で実施中 	<ul style="list-style-type: none"> データ通信サービスでは、定額料を設定したプランのみ提供。パソコン通信も定額料の対象 定額料: -完全定額4,980円(データプラン) -2段階定額 4,980円(スーパーライトデータプラン 5,980円(ライトデータプラン) 9,980円(ギガデータプラン) 【開始時期】2007年3月31日～(データ通信サービス開始当初から)

(注) 各社HP掲載資料等をもとに総務省まとめ。

携帯電話事業者等の高額請求防止の取組について②

主な高額請求防止サービス

						
(a) 料金確認	利用料金 確認サービス	・「ドコモ料金案内」 iモード、自社HP「Mydocomo」で 提供 【無料】【申込不要】 【開始時期】2000年2月～	・「料金安心サービスお知らせ コース」 Ezweb、自社HPで提供 【無料】【要申込】 ・「Ezweb利用制限」 【開始時期】2003年11月～	・MYソフトバンク Sベーシック、自社HPで提供 【無料】【要申込】 【開始時期】2007年～	・My WILLCOM （「ご利用状況照会」コーナー） 自社HPで提供【無料】【要登録】 【開始時期】2002年3月～ ・電話自動音声案内 ・電話オペレーター問い合わせ	・My EMOBILE 自社HPで提供【無料】 【要申込】 【開始時期】2007年3月31日～ （データ通信サービスの開始 当初から実施中）
	PC接続用の 料金概算 ツール提供	・「FOMAバイトカウンタ」 PC接続時のパケット通信による 送受信バイト数を表示。通信料金が 設定額に到達するとアラームで 知らせる機能付 （自社HPからのDL、又はCD-ROMで 自動インストール） 【無料】【開始時期】2000年～	・「パケットカウンター」 PC接続時の月間累積パケット 数と概算料金（データ通信量や通 信料等）をPC画面で確認できる ソフトウェア（自社HPからのDL） 【無料】 【開始時期】2008年2月～	・「パケットメーター」 データ通信量や通信料金を、 PC画面で確認できるソフトウェ ア（HPからのDL） 【無料】 【開始時期】数年前からすでに 実施中	・オンラインサポートサービスの My WILLCOMにアクセスして 確認（「ご利用状況照会」コー ナー） 【無料】【要登録】 【開始時期】2002年3月～ ・電話自動音声案内 ・電話オペレーター問い合わせ	・携帯電話端末では接続開始後 の「接続時間」と「データ通信量」 を表示できる機能を標準で搭載 ・データカードでは、接続用ソフト ウェアに、「接続時間」と「デー タ量」の表示機能を標準搭載
(b) 一定額 到達時 の通知 等	通知サービス	・「一定額到達通知サービス」 通信料等の合計金額が設定金額 （※）を超えた場合にメールで通知 【無料】【要申込】 【開始時期】2001年4月～ ※（サービス開始当初の設定額は 10000円以上、5000円毎に設定可 能としていた。2007年8月からは、 設定額は5000円以上、1000円毎に 設定可能。上限はない）	・「料金安心サービスお知らせ コース」；通信料等の合計金額が 設定金額を超えた場合にメール 通知 【無料】【要申込】 【開始時期】2004年3月～ 【設定額】4種類（5,000円・7,000 円・10,000円・15,000円から利用 者が選択して設定）	・一定額Eメール通知 通信料等が設定金額を超えた 場合にメール通知 【無料】【要申込】 【開始時期】2004年12月～ 【設定額】設定額下限は5000円。 1000円毎に設定可能で、上限 は30000円まで設定可能	・「料金定額経過通知サービス」 音声通話対象の通知サービス として通話料、付加機能利用料 等の合計金額が1万円を超えた 場合にメール通知（オンラインサイ ンアップで設定。10.5円/1回） 【要申込】 【開始時期】2000年3月～	・従量制料金について、1ヶ月あ たりの合計料金が25,000円を超 えた顧客に電話等で注意喚起を 実施 （対象サービス；通話料、国際 ローミングサービス利用料及び NTTドコモ様ローミングサービス 利用料）
	利用制限 サービス	・「タイプリミット」 通信料等が、顧客が設定した上 限額を超えると一部機能 （着信・緊急通報発信等）を 除き利用停止 【無料】【要申込】 【開始時期】2005年11月～ （リミットプラスは2002年12月）	・「料金安心サービスご利用停止 コース」；通信料等が、顧客が設 定した一定金額を超えると通話・ パケット通信の発信規制してサー ビス停止 【有料 月105円】【要申込】 【開始時期】2005年8月～	・該当サービスなし 引き続き社内検討中。	・「セーフティプラン」 音声通話利用制限サービスとし て、通話料、付加機能サービス料 が、顧客が設定した一定金額（3 種類：1万円、2万円、3万円）を超 えると発信停止 【無料】【要申込】 【開始時期】1998年1月～	・該当サービスなし
(c) 高額時 の対応 （自社 運用）	料金が高額に なった場合の 連絡	・利用額が3万円以上かつ前月利 用額の2倍以上となった時点でお 知らせ文又は請求書を発送。 【無料】 【開始時期】お知らせ文及び 早期請求：2003年12月～ メール通知：2008年9月～	・料金が3万円以上となった場合 は、電話、メール、郵便等による 個別連絡で、注意喚起を実施。そ れでも連絡がつかない場合は、 利用の一時停止する場合もある 【無料】 【開始時期】2005年7月～ 利用停止まで含めて対応	・パケット通信料が5万円超過 時点で、注意喚起のメールを 通知 【無料】 【開始時期】2008年2月～ ※なお通知金額の変更（10万 円→5万円）は、2008年5月から 実施中	・一定金額以上の請求料金発生 の顧客に対して、個別に電話、郵 便による利用状況案内 ・顧客に対して最適な料金コース、 オプション案内を事業開始当初 より実施中（音声通話）	・従量制料金について、1ヶ月あ たりの合計料金が25,000円を超 えた顧客に電話等で注意喚起を 実施 （対象サービス；通話料、国際 ローミングサービス利用料及び NTTドコモ様ローミングサービス 利用料）

（注）各社HP掲載資料等をもとに総務省まとめ。

事例1;九州電気通信サービス向上推進連絡会 (九州総合通信局で主催)

電気通信サービスの高度化・サービス内容や料金メニューが多様化するなか、電気通信サービスに関する消費者からの苦情・相談の増加状況に鑑み、消費者が電気通信サービスを安心かつ継続して利用できるようにするための意見交換の場として設置。

平成16年7月に設置。平成20年9月末までに合計9回開催（年度内に2回ペースで開催）

＜構成員＞（敬称略）

- 1 消費者支援団体等：福岡県消費生活センター、佐賀県くらしの安全安心課、長崎県消費生活センター、宮崎県消費生活センター、鹿児島県消費生活センター、大分県消費生活・男女共同参画プラザ、福岡市消費生活センター、北九州市立消費生活センター、（社）全国消費生活相談員協会 九州支部
- 2 電気通信事業者等：西日本電信電話株式会社九州事業本部、KDDI株式会社九州総支社、ソフトバンクテレコム株式会社お客様相談室、九州通信ネットワークお客様センター、株式会社NTTドコモ九州支社営業本部CS推進部お客様相談室、ソフトバンクモバイル株式会社カスタマーサービス本部お客様相談室、株式会社ウィルコム九州サービスセンター、ソフトバンクBB株式会社カスタマーサービス本部お客様相談室
- 3 電気通信事業者関連団体：（社）テレコムサービス協会 九州支部、（社）日本ケーブルテレビ連盟 九州支部、（社）電気通信事業者協会
- 4 弁護士会：熊本県弁護士会
- 5 行政機関：九州総合通信局、熊本県警察本部

事例2;都県・政令指定都市消費生活センターとの情報交換会 (関東総合通信局で主催)

消費生活センター（都県及び政令指定都市）と関東総合通信消費者相談窓口間で情報交換を行い、電気通信サービスに関する諸問題等の情報を共有することにより、消費者行政相談業務を円滑かつ効率的に行うために開催。

平成17年3月から開催。平成20年9月末までに合計7回開催（年度内に2回ペースで開催）

＜参加者＞（敬称略）

- 1 消費者支援団体等：茨城県消費生活センター、栃木県消費生活センター、群馬県県民センター、千葉県消費者センター、千葉市市民局生活文化部消費生活センター、東京都消費生活総合センター、埼玉県消費生活支援センター、さいたま市消費生活総合センター、神奈川県県民部消費生活課横浜駐在事務所（かながわ中央消費生活センター）、横浜市消費生活総合センター、川崎市消費者行政センター、山梨県県民生活センター
- 2 行政機関：関東総合通信局（情報通信部電気通信事業課、放送部放送課有線放送課、電波監理部電波利用環境課）

事例3;平成19年度 携帯電話業界と消費者行政との相談事例研究会 (埼玉県、関東総合通信局等で主催)

埼玉県が行っている「相談事例研究会」の一環として、平成20年3月、携帯電話業界と消費者行政が消費生活相談事例をもとに意見交換を行うことにより、消費生活相談の適切な処理と消費者被害の未然防止策を探るために、初めて開催されたもの。

総務省関東総合通信局、経済産業省関東経済産業局が埼玉県と共に主催・参加。

＜参加者＞（敬称略）

- 1 消費者支援団体等：埼玉県消費生活支援センター、埼玉県内各市町村消費者行政主管課、関東近県及び政令市（茨城県、栃木県、群馬県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千乗市）
- 2 携帯電話事業者：（社）電気通信事業者協会、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、ソフトバンクモバイル株式会社、KDDI株式会社、株式会社ウィルコム
- 3 行政機関：総務省関東総合通信局、経済産業省関東経済産業局