

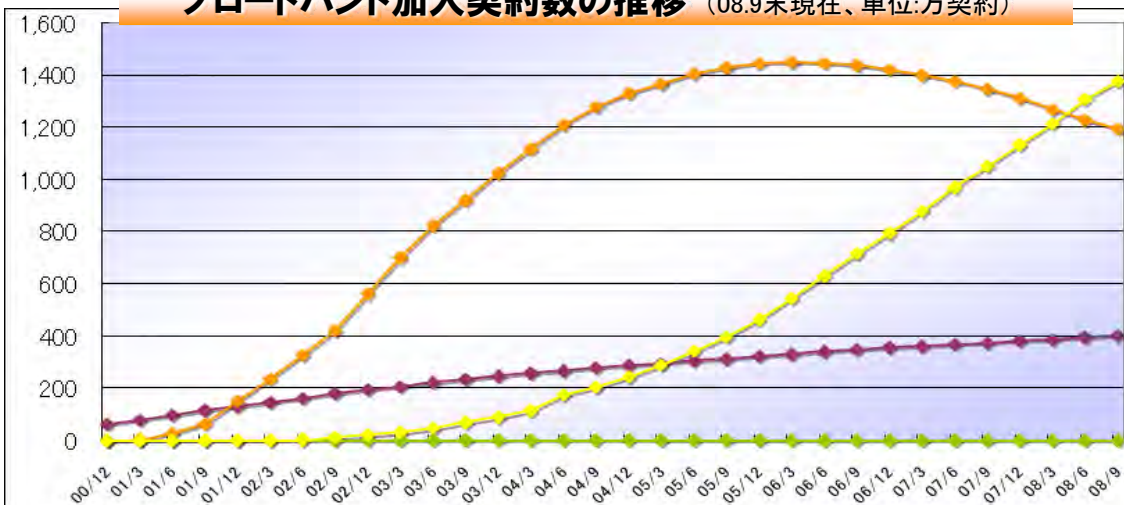
電気通信サービス利用者懇談会 参考資料

2009年2月
総務省総合通信基盤局

- (1) ブロードバンド化の進展状況(加入契約数の推移)
- (2) 携帯電話の加入数の推移
- (3) 市場の統合化の進展
- (4) 新競争促進プログラム2010及びモバイルビジネス活性化プラン(抜粋)
- (5) 電気通信サービス利用環境の整備に向けた基本的視点
- (6) 競争政策の推移
- (7) 料金規制の緩和と現在の仕組み
- (8) 電気通信事業法における利用者保護のための基本的枠組み
- (9) 消費者保護に関する他法令①消費者基本法の概要
- (10) 消費者保護に関する他法令②消費者契約法の概要
- (11) 消費者保護に関する他法令③特定商取引法に関する法律の概要
- (12) 消費者保護に関する他法令④消費者契約法等の一部を改正する法律の概要
- (13) 消費者契約法等の一部を改正する法律の具体的な改正内容
- (14) 不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)の概要
- (15) 電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドラインの概要
- (16) 広告表示自主基準及びガイドラインの策定の経緯等
- (17) 広告表示自主基準及びガイドラインの主な改正点
- (18) 電気通信サービス向上推進協議会の取り組み
- (19) 電気通信事業法に基づく行政指導の最近の状況(例)
- (20) 電気通信サービスの広告に関する苦情
- (21) 広告表示の規制に関する例
- (22) 他の業法における消費者保護に関する規定
- (23) 携帯電話の新料金プランに係る利用動向
- (24) 携帯電話の主な料金プラン(概要)
- (25) 英国における料金比較情報提供サービスに係る認定制度
- (26) 携帯電話サービス等の販売員等に係る検定試験に対する総務省後援
- (27) 電気通信事業法第26条(提供条件の説明)の概要
- (28) 複数契約の例(インターネット契約)
- (29) 複数契約がある場合に契約を解除しなかった例
- (30) 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
- (31) 帯域制御の運用基準に関するガイドラインの概要
- (32)～(33) 帯域制御の運用基準に関するガイドラインのポイント
- (34)～(36) 適合性の原則
- (37) 民法、消費者契約法、個別法の関係
- (38) 他の法令におけるクーリングオフ
- (39) 電気通信事業法第27条(電気通信事業者の苦情等の処理)の概要
- (40) 代理店の営業活動について
- (41) 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
- (42) 総務省における苦情処理・相談体制の現状
- (43) 消費者庁創設後の消費者行政のイメージ
- (44) 電気通信分野の消費者支援策の推進体制
- (45) 「電気通信消費者支援連絡会」の開催
- (46)～(49) 電気通信事業者の苦情・相談体制について
- (50)～(51) 携帯電話事業者等の高額請求防止の取組について
- (52) 総務省とその他の機関との連携強化に向けて
- (53) ネットワークの中立性と多様なビジネスモデルの創出
- (54) IP化時代の通信端末の実現に向けた責任分担の検討
- (55) 端末の責任分担モデル策定の方向性
- (56) 責任分担モデル整理のための関係主体間の契約関係等(IP電話)
- (57) IP電話における不具合事例の代表例
- (58) 責任分担モデル(IP電話サービスにおける端末のファームウェアの不具合)
- (59) IP電話サービスの提供パターン分類
- (60) 端末のファームウェアの不具合発生時の対応例(端末が利用者設備・別契約の場合)
- (61) 想定トラブルの解決に向けた協力体制例(責任分担モデルを利用した対応方法)
- (62) 裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律(概要)
- (63) 民事訴訟手続とADRとの比較
- (64) 認証紛争解決事業者一覧(2009年1月19日現在、25者)
- (65) ADRを巡る提言
- (66) 英国での電気通信事業に関する苦情処理体制
- (67) 仏国での電気通信事業に関する苦情処理体制
- (68) 独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律について
- (69) 独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律検討経緯及び今後の予定
- (70) 電気通信事業紛争処理委員会の設置・機能
- (71) 電気通信事業紛争処理委員会が果たしている役割
- (72) 電気通信事業紛争処理委員会による紛争処理等の状況
- (73) 電気通信事業紛争処理委員会の機能強化に向けた取組
- (74) 事業の休廃止に係る周知
- (75) 市場退出において問題となった事例
- (76) 電気通信事業者に対する業務改善命令の要件の見直し(電気通信事業法第29条第1項)
- (77) 届出電気通信事業者実態調査等
- (78) 事業者間接続に係る債権保全措置(預託金)の水準について
- (79) 「電気通信事業分野における事業者間接続等に係る債権保全措置に関するガイドライン」の概要

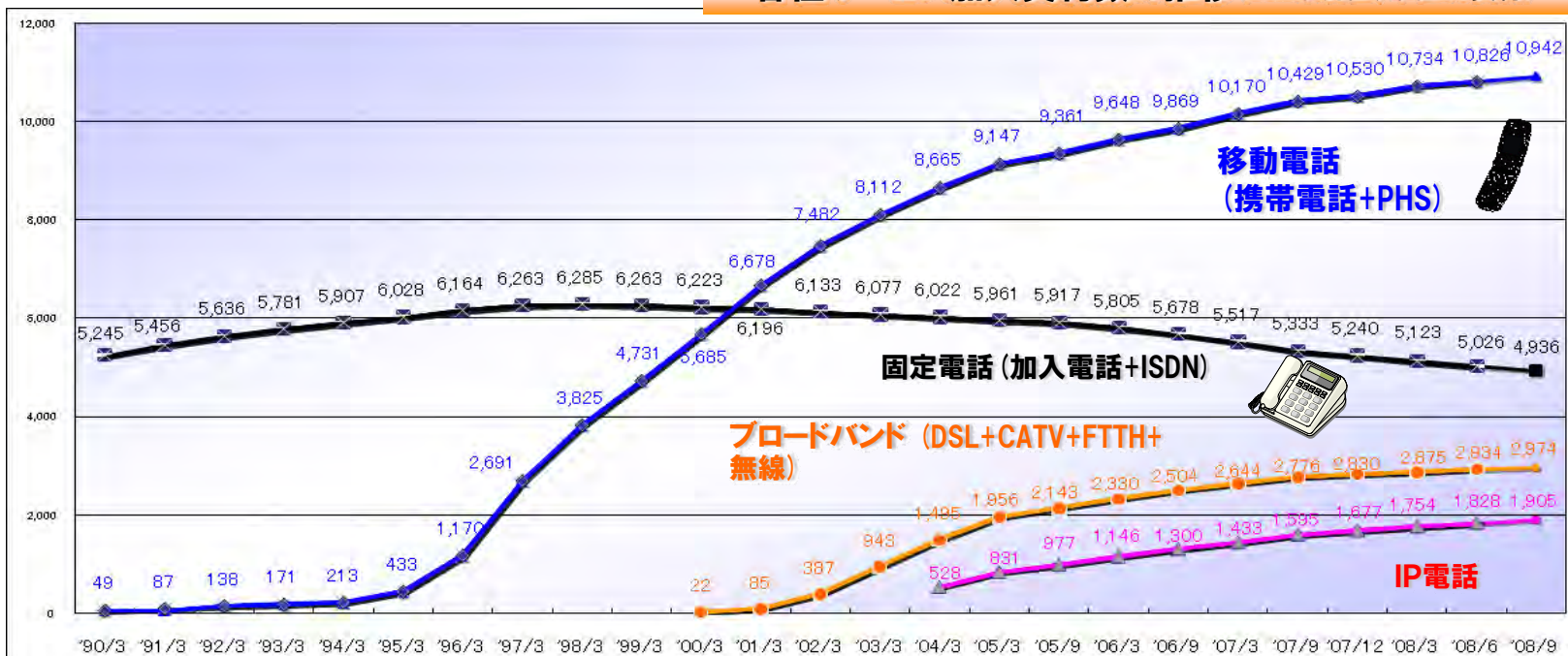
ブロードバンド化の進展状況（加入契約数の推移）

ブロードバンド加入契約数の推移（08.9末現在、単位:万契約）



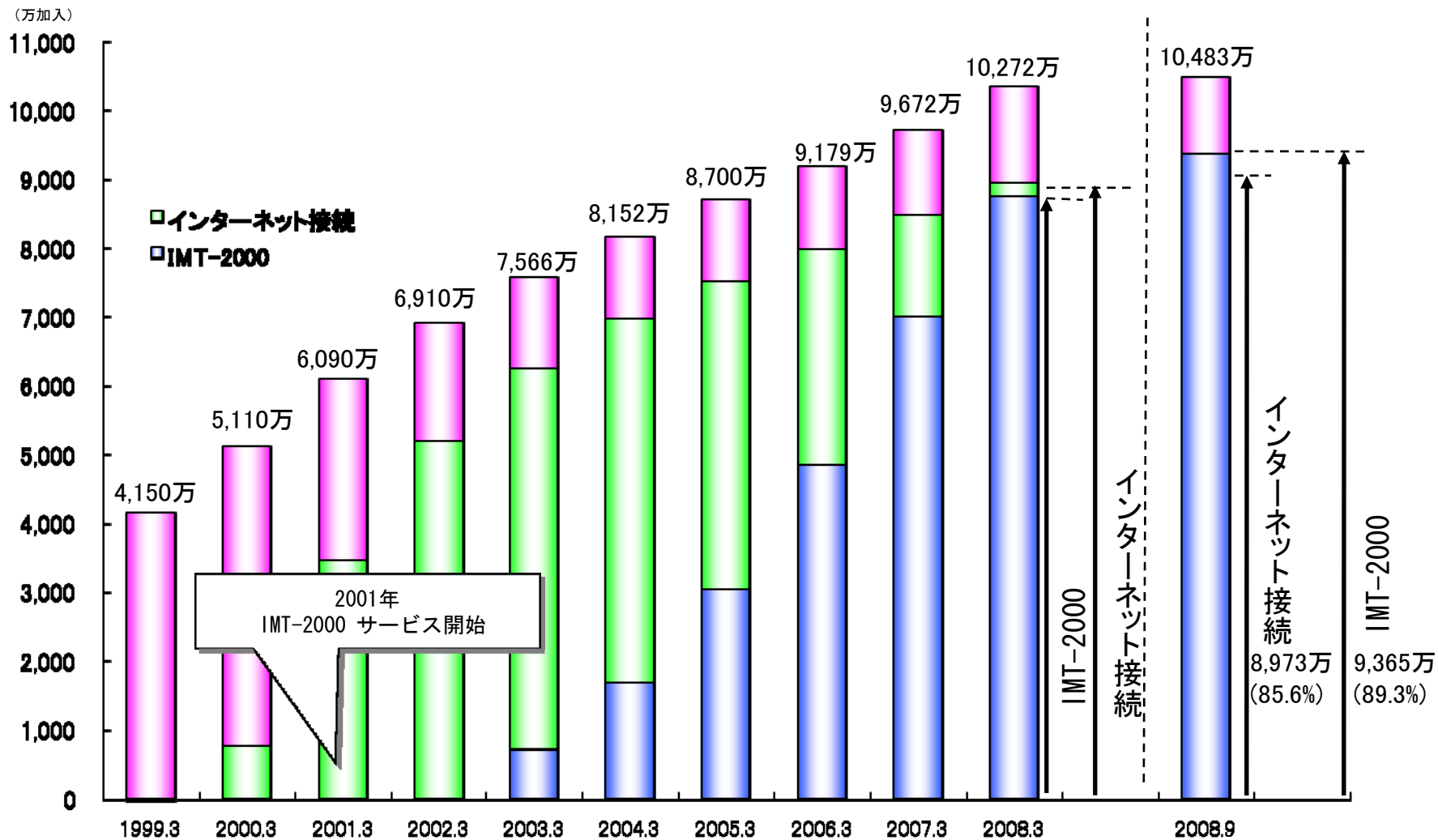
光ファイバ(FTTN) ○加入契約数 : 13,756,489 ○事業者数 : 171社
DSL ○加入契約数 : 11,966,838 ○事業者数 : 47社
ケーブルインターネット ○加入契約数 : 4,019,788 ○事業者数 : 381社
無線(FWA) ○加入契約数 : 12,838 ○事業者数 : 29社

各種サービス加入契約数の推移（08.9末現在、単位:万契約）



注:平成16年6月末分より電気通信事業報告規則の規定により報告を受けた加入者数を、それ以前は任意の事業者から報告を受けた加入者数を集計。

携帯電話の加入数の推移



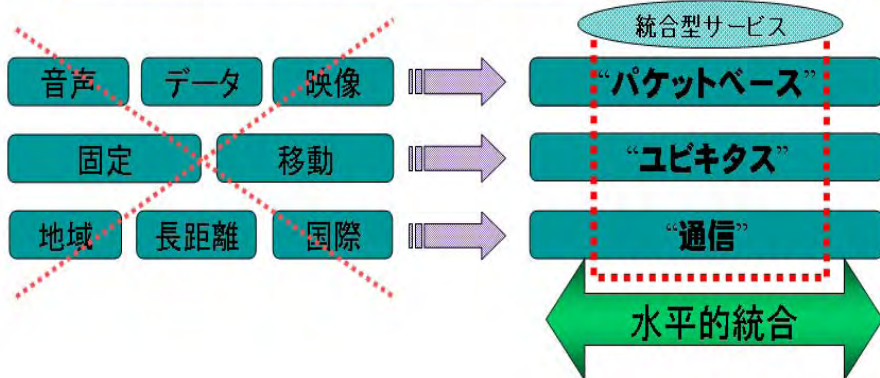
水平的な市場統合の進展

イントラモダル(市場内)競争からインターモダル(市場間)競争へ

(例) FMC(Fixed and Mobile Convergence), 通信と放送の融合

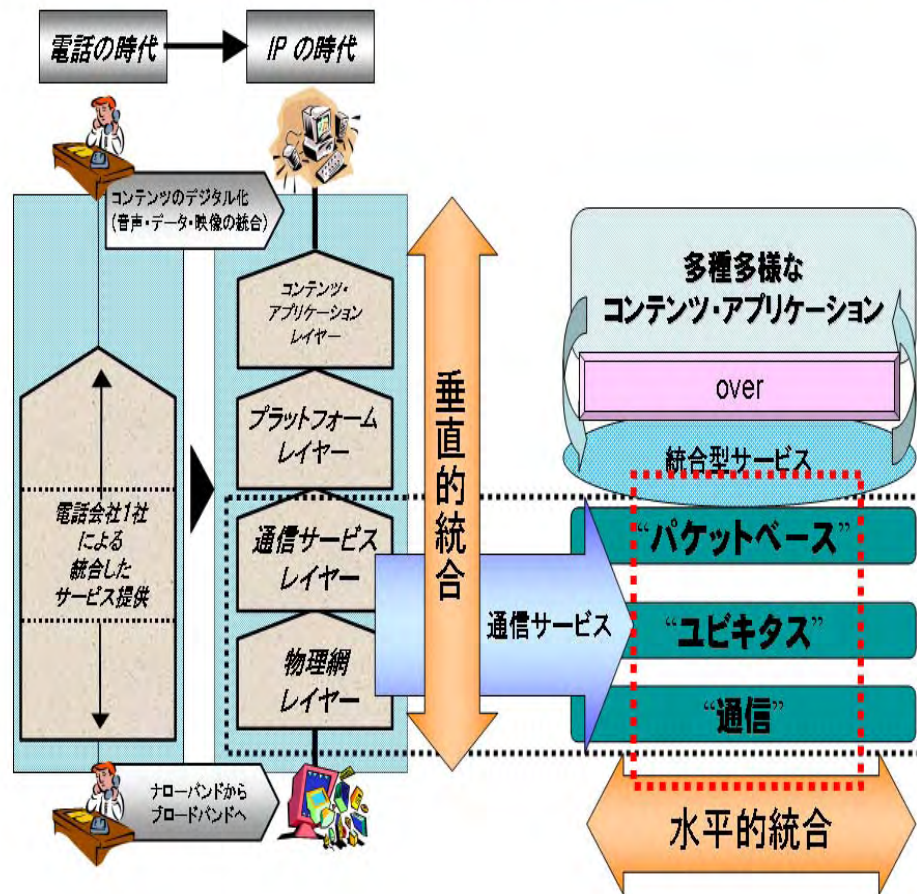
PSTNからIPの時代へ
("Everything over IP"の時代)

市場構造の劇的な変化 (パラダイムシフト)



垂直的な市場統合の進展

ブロードバンド時代のビジネスモデルは垂直統合型へ進化



新競争促進プログラム2010（06年9月策定、07年10月改定）

2. 具体的施策

(10) 消費者保護策の強化

ブロードバンド化やIP化の進展による料金やサービスの多様化、マルチステークホルダが関与するビジネスモデルの普及等が進展する中、急激な市場環境変化に対応した消費者保護策の強化に向けた具体的施策を検討するため、07年度中に新たな検討の場を設置し、08年中を目途に検討結果を取りまとめる。

具体的には、通信サービスに関する利用者保護のための基本的ルールの在り方、消費者保護を業務とする関係機関との連携も含めた苦情処理体制の拡充、料金比較手法に関する認定の仕組みの在り方、ADR (Alternative Dispute Resolution：裁判外紛争処理制度)を含む紛争処理機能の強化等を含め、多角的な観点から検討を行う。また、当該検討に際しては、広く提案募集を行うなど、関係各方面の意見等を十分に踏まえて行う。

また、電気通信事業者の市場退出ルールについては、市場退出に関するセーフガード制度として「電気通信事業分野における事業者間接続等に係る債権保全措置に関するガイドライン」(06年12月)の適正な運用に努めるとともに、電気通信事業者の市場退出に係る利用者保護策の在り方についても、上記の検討の場において併せて具体化を図る。

モバイルビジネス活性化プラン(07年9月策定)

2. 具体的施策

(1) モバイルビジネスにおける販売モデルの見直し

(c) 消費者に対する説明事項の見直し

新料金プランの導入に伴う消費者の理解を促す観点から、電気通信事業法(昭和59年法律第86号)第26条(提供条件の説明)の趣旨を踏まえ、「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」(2004年3月、最近改正2006年11月)について、上記(a)に併せて所要の見直しを行う。

(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) 消費者保護策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、料金比較手法にかかる認定制度の導入、消費者の苦情等に係る体系的な整理・情報提供の仕組みやADR (Alternative Dispute Resolution) の構築、携帯端末に係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。

インターネット等の社会基盤化

- ブロードバンドサービス等の普及
- IP化に伴う市場統合と新サービスの登場
- 携帯電話等の移動通信サービスの普及

市場構造の動的な変化

- 端末ベンダー、電気通信事業者、アプリケーション・コンテンツプロバイダー等の多数の主体が関係する環境への移行
- 動的に変化する市場におけるルール見直しの必要性

競争メカニズムの活用

- 公正競争環境の整備(市場原理の活用を図りつつ、事前規制から事後規制へと力点が移行)

ブロードバンド市場における多層的な競争の促進(公正競争の確保)

一体的推進

電気通信サービスの利用者の視点に立った施策展開

契約締結前の利用者向けの情報提供の在り方

電気通信事業者の市場退出に係る利用者利益の確保・向上の在り方

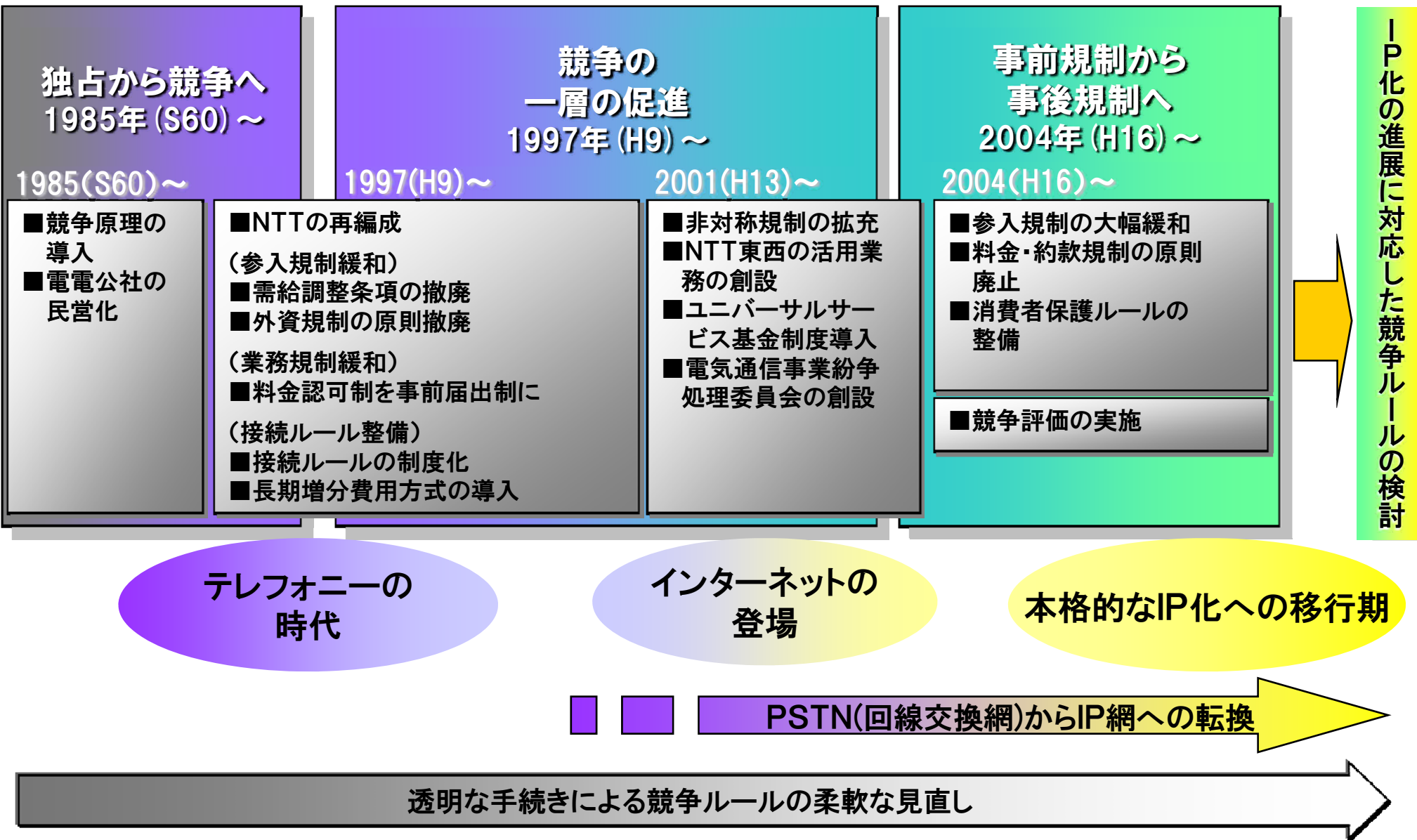
契約締結時の説明義務等の在り方

相互連携の在り方を含め、総合的に検討。

紛争処理機能の在り方

契約締結後の対応の在り方

苦情処理・相談体制の在り方



料金規制の緩和と現在の仕組み

料金規制

認可制

1985年4月 電気通信事業法施行

- ◆電気通信サービスの契約約款は認可制

1995年10月 電気通信事業法改正

- ◆電気通信サービスの料金と契約約款(提供条件)の認可の分離
- ◆利用者に影響の少ない料金・提供条件は届出

1996年12月 電気通信事業法施行規則改正

- ◆携帯電話、PHS、ページング等の移動体サービスの料金を届出制に

1998年11月 電気通信事業法改正

- ◆電気通信サービスの料金を原則届出制に
- ◆NTT東西の加入電話、ISDN、専用線の料金をプライスカップ規制へ(2000年10月から適用)

届出制

2001年11月 電気通信事業法改正

- ◆電気通信サービスの契約約款(提供条件)を原則届出制に

2004年4月 電気通信事業法改正

- ◆電気通信サービスの料金・契約約款(提供条件)の届出制を原則廃止
- ◆特定の役務(基礎的電気通信役務、指定電気通信役務)については、契約約款の届出制
- ◆電気通信サービスに係る提供条件の説明義務(法第26条)を追加

デタリフ化

法の目的

電気通信役務の円滑な提供を確保するとともにその利用者の利益を保護し、もつて電気通信の健全な発達及び国民の利便の確保を図り、公共の福祉を増進する（第1条）

利用者保護のための基本的ルール

- **利用の公平**
電気通信役務の提供について不当な差別的取扱いをしてはならない（第6条）
- **提供義務**
正当な理由なく役務の提供を拒んではならない（※）（第25条）
- **契約約款の公表・掲示**
契約約款を公表するとともに、公衆の見やすいように掲示しておかなければならない（※）（第23条）

※ 基礎的電気通信役務又は指定電気通信役務を提供する電気通信事業者が対象

個別の利用者への対応に関するルール

- | | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">○ 提供条件の説明（事前の措置）
契約締結に際して<u>料金その他提供条件の概要について説明しな</u>ければならない（※）（第26条）
※ 契約代理店も対象 | <ul style="list-style-type: none">○ 苦情等処理（事後の措置）
業務の方法、役務についての利用者からの<u>苦情等について適切かつ迅速に処理しな</u>ければならない（第27条） | <ul style="list-style-type: none">○ 休廃止の事前周知（休廃止時）
事業を休止又は廃止しようとするときは、<u>利用者に対し、その旨を周知させな</u>ければならない（第18条第3項） |
|--|---|--|

違反があった場合の担保措置

- **業務の改善命令**
総務大臣は電気通信事業者に対し、利用者の利益又は公共の利益を確保するために必要な限度において、業務の方法の改善その他の措置をとるべきことを命ずることができる（第29条）
※ 業務改善命令に対する違反については200万円以下の罰金

1. 消費者保護基本法改正の背景 (04年6月施行)

- (1) 消費者保護基本法は、1968年に議員立法により制定され、我が国消費者政策の基本的な枠組みとして機能
- (2) しかし同法制定後36年が経過し、消費者を取り巻く経済社会情勢は大きく変化
- (3) 消費者が安全で安心できる消費生活の実現のため、消費者保護基本法を現代の経済社会にふさわしいものとして抜本的に見直し、消費者政策を充実・強化していくことが必要



「消費者保護基本法」から「消費者基本法」へ改正

2. 主な改正事項

① 基本理念の新設 ＜第2条＞

- ・安全の確保等を「消費者の権利」として尊重
- ・消費者の自立を支援

② 事業者の責務等の拡充 ＜第5条＞

- ・事業者は情報提供や自主行動基準の作成等に努める
- ・消費者は知識の修得等に努める

③ 基本的施策の充実 ・強化

- ・消費者契約の適正化
- ・消費者教育の充実 等

④ 消費者政策の推進 体制の強化

- ・消費者基本計画を策定
- ・消費者保護会議を消費者政策会議に改組し機能を強化

基本的性質

- (1) 消費者の利益を擁護するために、民商法の特別法として制定
- (2) あらゆる取引分野の消費者契約に幅広く適用される民事ルール

不当な勧誘行為 → 取消

○消費者を誤認させるような勧誘 (第4条第1項・第2項)

- ・重要事項についての不実告知
- ・断定的判断の提供
- ・重要事項に関する不利益事実の不告知

○消費者を困惑させるような勧誘(第4条第3項)

- ・不退去
- ・監禁

不当な契約条項 → 無効

○事業者の損害賠償の責任を免除 する条項(第8条)

○消費者が支払うべき違約金等の額を 過大に設定する条項(第9条)

○信義則に反して消費者の利益を 一方的に害する条項(第10条)

※ 事業者等が、不特定多数の消費者に対し、これらの不当な勧誘行為・不当な契約条項を使用した場合には、内閣総理大臣から認定された適格消費者団体（例：社団法人全国消費生活相談員協会）が、差止請求をすることができる。

(目的) 訪問販売等の消費者トラブルが生じやすい特定の取引類型を対象に、トラブル防止のルールを定め、事業者による不公正な勧誘行為等を取り締まることにより、消費者取引の公正を確保(旧称:訪問販売等に関する法律)。

1. 当該法律の対象となっている取引類型

1. 訪問販売

自宅への訪問販売、キャッチセールス(路上等で呼び止めた後営業所等へ同行させて販売)、アポイントメントセールス(電話等で販売目的を告げずに事務所等に呼び出して販売)等

2. 電話勧誘販売

電話で勧誘し、申込を受ける販売

3. 通信販売

新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申込を受ける販売

4. 特定継続的役務提供

長期・継続的な役務の提供とこれに対する高額の対価を約する取引(現在、エステ、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室の6役務が対象)

5. 連鎖販売取引

個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させる形で、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品等の販売

6. 業務提供誘引販売取引

「仕事を提供するので収入が得られる」と誘引し、仕事に必要であるとして、商品等売って金銭負担を負わせる取引

なお、指定商品・指定役務制の見直し(原則すべての商品・役務を規制対象化)、消費者団体訴訟制度の導入、訪問販売時の勧誘規制等を含む「特定商取引法改正法」が2008年の通常国会で成立、6月18日公布、1年6ヶ月以内に全面施行。

2. 法律内容

(1) 行政規制

事業者に対して、消費者への適正な情報提供等の観点から、各取引類型の特性に応じて、以下の規制。違反に対しては、業務改善の指示、業務停止の行政処分又は罰則。

1) 氏名等の明示の義務づけ

勧誘開始前に、事業者名、勧誘目的である旨などを消費者に告げることを義務づけ

2) 不当な勧誘行為の禁止

不実告知(虚偽説明)、重要事項(価格・支払条件等)の故意の不告知や威迫困惑を伴う勧誘行為等を禁止

3) 広告規制

① 広告をする際には、重要事項を表示することを義務づけ
② 虚偽・誇大な広告を禁止

4) 書面交付義務

契約締結時などに、重要事項を記載した書面を交付することを義務づけ

(2) 民事ルール

消費者が意に反する契約により不当な損害を受けまいよう、消費者による契約の解除、意思表示の取消し等を認め、また、事業者による法外な損害賠償請求を制限する等のルールを定める。

1) クーリングオフ

契約後一定の期間(8日間又は20日間)、冷静に再考して、無条件で解約できる機会を消費者に与える制度

2) 意思表示の取り消し

事業者が不実告知や重要事項の故意の不告知等の違法行為を行った結果、消費者が誤認して契約の意思表示をした場合、その取消しを可能とする制度

3) 解約時の損害賠償制限等

消費者が契約を中途解約する際に、事業者が請求できる損害賠償額の上限を設定等

(注) 内閣府 第21次国民生活審議会 総合企画部会「生活安心プロジェクト」(行政のあり方の総点検)「守る」WG第1回(07年12月21日)における、経済産業省提出資料を参考に作成。

消費者契約法等の一部を改正する法律(2008年4月25日成立、同年5月2日公布)の概要

※ 改正特定商取引法施行の日から施行

1.消費者団体訴訟制度について

- ・ 2006年消費者契約法改正により、同法に消費者団体訴訟制度を導入

内閣総理大臣により認定された適格消費者団体が、消費者契約法上の事業者の不当行為に対して差止請求をすることができることとする。

→ 消費者被害の未然防止・拡大防止に寄与する

2.景品表示法および特定商取引法への消費者団体訴訟制度の導入について

現 状

- 商品・役務の内容の多様化を背景として、景品表示法及び特定商取引法違反行為による消費者被害の急増。消費者被害は、同種の被害が不特定多数の者に急速に拡大する。



- 公正取引委員会及び経済産業省の法執行のみでは、消費者被害の未然防止・拡大防止という観点からは、手が十分に行き届かない部分がある。

制度導入後

消費者団体訴訟制度を導入することにより、

- 同種被害が多数の消費者に拡大することを防止。
- より消費生活に密接な情報に基づいた景品表示法及び特定商取引法違反行為を排除する活動が期待される。
- 行政処分とは別に民事ルールとしての差止請求権を付与することにより、事案に応じて柔軟かつ迅速な解決を図ることができる。
- 公正取引委員会及び経済産業省のリソースをより迅速な対応が求められる重要な案件に集中させることができる。