

電気通信サービス利用者WG

検討課題(案)

平成23年6月16日
総務省総合通信基盤局
電気通信事業部
消費者行政課

1 総論

- ①利用者利益の確保のための基本的な考え方、②電気通信サービスを取り巻く現状

2 契約締結前の利用者向け情報提供の在り方

- ① 広告表示、② 勧誘、③ その他

3 契約締結時の説明の在り方

- ① 重要事項説明、② 適合性の原則

4 契約締結後の対応の在り方

- ①契約解約等に係る問題、②契約解除等の手続等

5 苦情処理・相談体制の在り方

- ①円滑な苦情解決に向けた取組、② 責任分担、③裁判外紛争処理の可能性

6 関係者間の連携方策の在り方

- ①消費者支援連絡会等、②事業者による消費生活センターとの連携方策

7 利用者リテラシーの向上方策の在り方

8 安全・安心サービスの提供のあり方

- ①移動体通信での安全・安心サービス、②スマートフォンのセキュリティ、③震災時のサービス提供等の在り方

① 利用者利益の確保のための基本的な考え方

(1) 利用者利益の確保のためのルールの在り方

電気通信分野では、1985年(昭和60年)に競争原理の導入及び電電公社の民営化が行われたのち、参入規制の緩和や料金・契約約款規制の原則廃止等が行われ、事前規制から事後規制への移行が図られている。一方で、技術革新や競争の進展に伴い、サービス内容や契約条件、料金体系等が多様化・複雑化し、電気通信事業者と利用者との間の情報の非対称性が拡大していることに対応し、競争の促進による便益を利用者が最大限に享受できるよう、利用者利益の確保のためのルールが電気通信事業法(昭和59年法律第86号)で設けられている。

消費者保護のためのルールとしては、一般法制である消費者契約法等にすべての契約に共通的に適用される規定が定められており、電気通信サービスについては、それに加えて、電気通信サービスの特性に合わせた利用者利益の確保のためのルールが適用されるもの。

このような電気通信サービスに係る消費者利益の確保のためのルールの在り方は、現時点においても引き続き有効である。一方で、具体的なルールについては、環境の変化に対応し、見直しが必要な部分も出てきており、そのための検討が必要。

(2) 利用者利益確保のための対応体制の在り方

電気通信サービスの利用に際して発生する問題については、一義的には、そのサービスを提供する電気通信事業者自身が解決すべきものであり、各電気通信事業者では、電気通信サービスに適用されるルール等を踏まえ、そもそも問題が発生しないようにするための取組や、発生した問題に対する苦情・相談等の取組を実施。

電気通信事業者による対応を前提としつつ、国等の公的主体による問題解決のための取組も考えられ、現に、国民生活センターでは、苦情・相談を受け付けるほか、2009年(平成21年)4月からは、裁判外紛争解決手続(ADR)の体制を整備。総務省では、1997年(平成8年)から「電気通信消費者相談センター」を設置し、苦情・相談を受付。

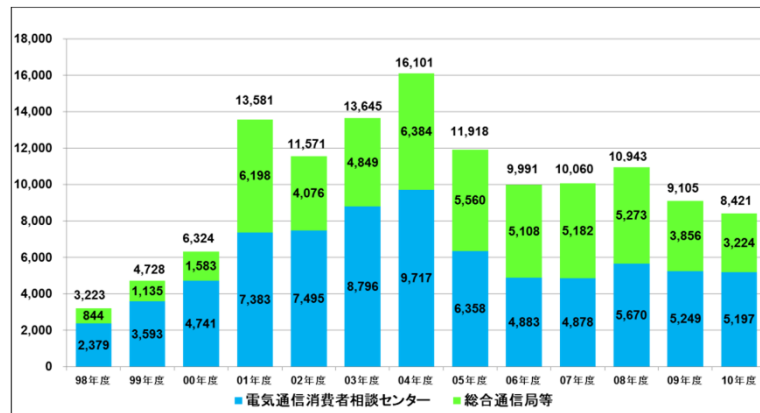
地方公共団体や民間団体による問題解決のための取組も進められ、各地の消費生活センターにおける苦情・相談の受付や、消費者団体等による取組が行われてきている。

関係者による様々な取組が行われてきているものの、高度化・複雑化する電気通信サービスについて、個々の取組では十分とはいえない場合も出てきていることから、関係者による連携の取組が行われてきているところであり、今後も、それぞれの特色を踏まえつつ、利用者の視点に立ち、連携を強化していくことが求められる。

② 電気通信サービスを取り巻く現状

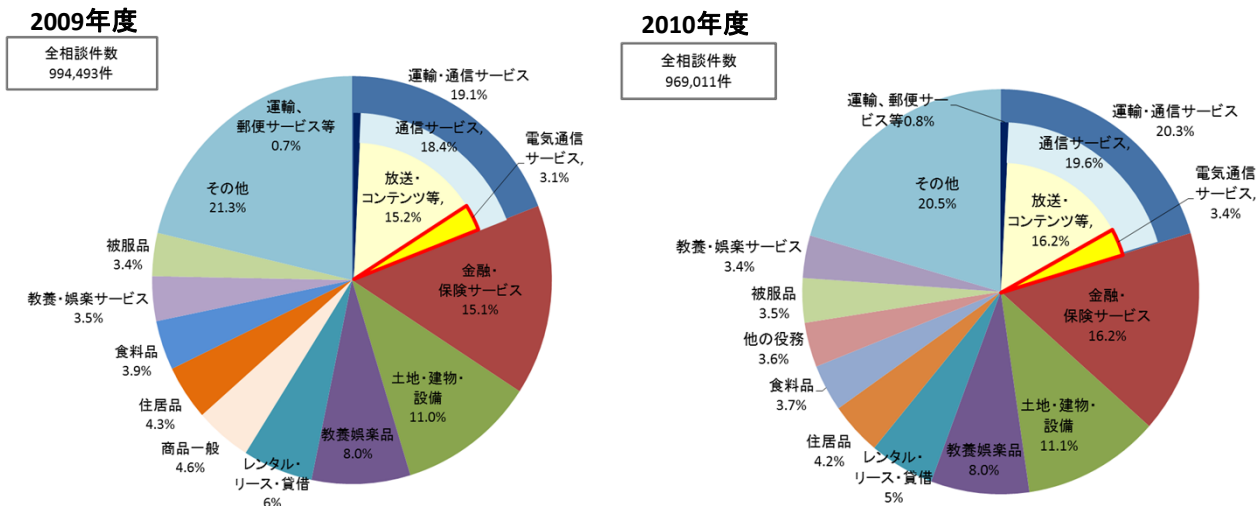
- ✓ 総務省に寄せられた苦情相談は、ここ数年はほぼ横ばいで推移している。
- ✓ PIO-NETに登録された相談では、「通信サービス」の大部分を「放送・コンテンツ等」が占めている。
- ✓ PIO-NETに登録された2010年度の電気通信サービスに関する相談は、全体の3.4%。2009年度と比較すると、0.3ポイント増加している。

総務省に寄せられた苦情相談の内訳



【出所】総務省資料

PIO-NETにおける苦情相談の内訳

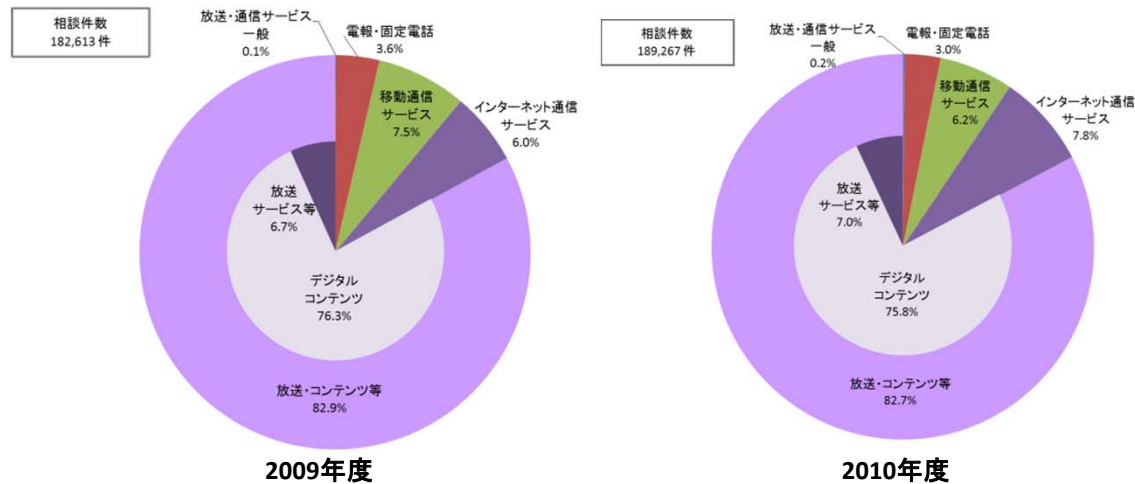


【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成
(2009年度は2010年4月30日までの登録分、2010年度は2011年4月30日までの登録分)

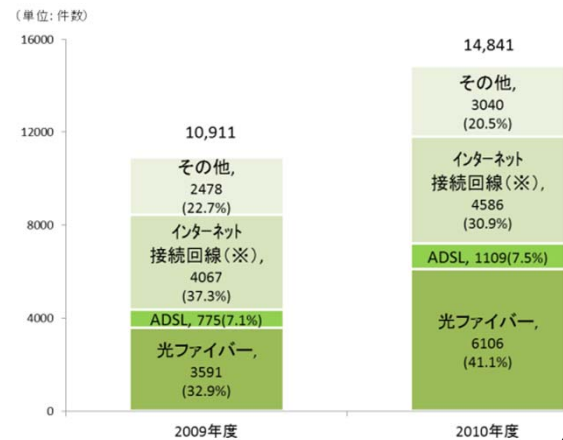
② 電気通信サービスを取り巻く現状

- ✓ 2009年度と比較すると、2010年度の固定電話、移動体通信サービスの相談の割合は減少。一方、インターネット通信サービスの割合は増加。
- ✓ インターネット通信サービスのうち、光ファイバーに関する相談が増加。

PIO-NETにおける「通信サービス」に関する相談



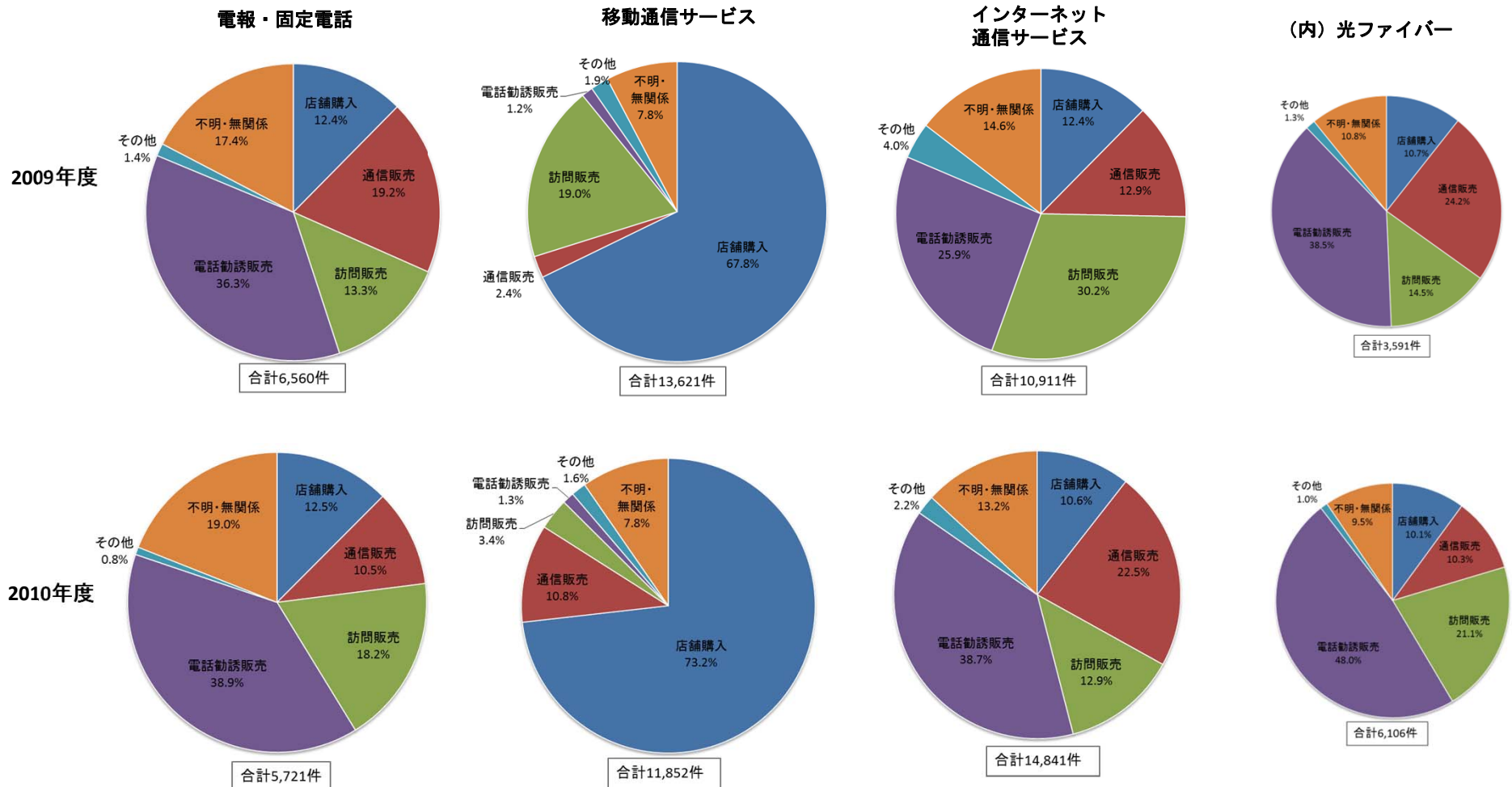
「インターネット通信サービス」に関する相談



【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成
 (2009年度は2010年4月30日までの登録分、2010年度は2011年4月30日までの登録分)

② 電気通信サービスを取り巻く現状

- ✓ 電報・固定電話、インターネット通信サービスに関する相談は、「電話勧誘」及び「通信販売」の占める割合が高い。
- ✓ 移动通信サービスに関する相談は、「店舗購入」が最も多い。
- ✓ インターネット通信サービスでは、「電話勧誘」の占める割合が2010年度に増加している。
- ✓ 光ファイバーでは、2010年度は「電話勧誘」が約半数を占め、次いで「訪問販売」の割合が高い。



【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成
 (2009年度は2010年4月30日までの登録分、2010年度は2011年4月30日までの登録分)

② 電気通信サービスを取り巻く現状

- ✓ PIO-NETに登録された2010年度の電気通信サービスに関する相談について「内容キーワード」別にみると、電気通信サービス全体としては、「解約」に関する相談が最も多く、次いで「電話勧誘」「説明不足」の販売方法に関する相談が多い。
- ✓ 「移动通信サービス」では、「高価格・料金」「解約料」など料金請求に関する相談内容が上位となっている。
- ✓ 「電報・固定電話」「インターネット通信サービス」では「強引」と判断された販売方法に関する相談が上位となっている。

相談内容別の苦情・相談件数

内容キーワード(2010年度、電気通信サービス全体)

上位	内容キーワード	付与数
1	解約	11400
2	電話勧誘	7952
3	説明不足	7194
4	契約	3900
5	高価格・料金	3847
6	解約料	3708
7	クレーム処理	3545
8	強引	3233
9	契約書・書面	2608
10	虚偽説明	2388

内容キーワード(2010年度、電報・固定電話)

上位	内容キーワード	付与数
1	電話勧誘	2271
2	解約	1584
3	説明不足	1105
4	強引	963
5	契約	728
6	信用性	656
7	家庭訪販	639
8	契約書・書面	475
9	クレーム処理	444
10	虚偽説明	405

内容キーワード(2010年度、移动通信サービス)

上位	内容キーワード	付与数
1	解約	3180
2	説明不足	3055
3	高価格・料金	2822
4	解約料	1769
5	クレーム処理	1648
6	契約	1470
7	不当請求	1035
8	他の接客対応	1028
9	契約書・書面	1025
10	他の価格・料金	729

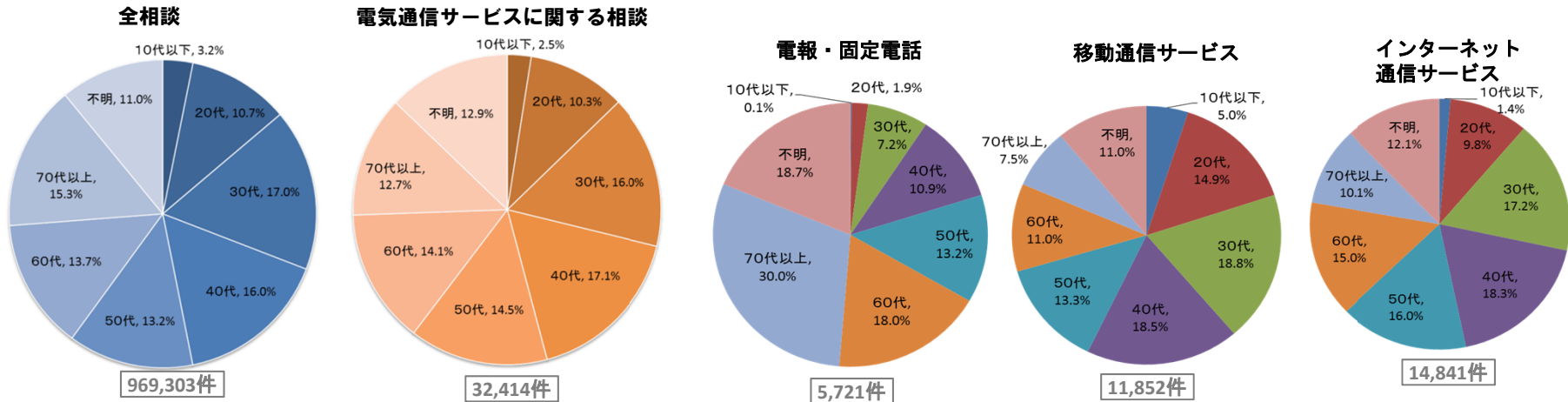
内容キーワード(2010年度、インターネット通信サービス)

上位	内容キーワード	付与数
1	解約	6591
2	電話勧誘	5461
3	説明不足	3004
4	強引	1940
5	解約料	1711
6	契約	1655
7	家庭訪販	1450
8	クレーム処理	1432
9	連絡不能	1369
10	虚偽説明	1336

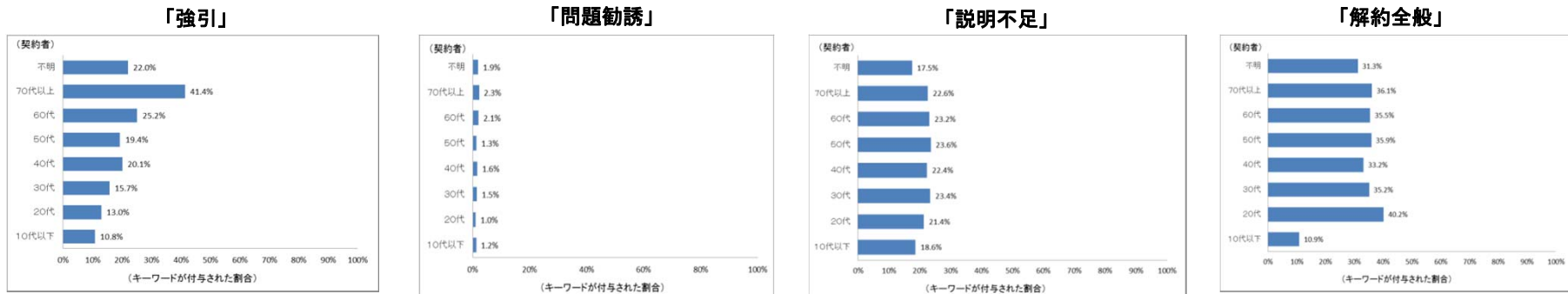
② 電気通信サービスを取り巻く現状

- ✓ 電気通信サービスに関する相談は、他の相談と比較しても年齢構成に大きな差異はみられない。
- ✓ 各サービスの相談を契約者の年齢階層別にみると、「電報・固定電話」では60代以上、「移动通信サービス」では10代以下の割合が高いものの、年代による大きな差異はみられない。
- ✓ 契約者の年齢階層別に各相談に付与された内容キーワードの割合をみると、「強引」が付与された相談は、70代以上の契約者が占める割合が高い。

年齢階層別の苦情・相談件数（2010年度）



契約者の年齢階層別に見た相談内容の傾向（2010年度）



※電気通信サービスに関する相談について、契約者の年齢階層別の相談数を母数とし、各相談に付与された内容キーワード数の割合を示したものを。

【契約者年齢構成】

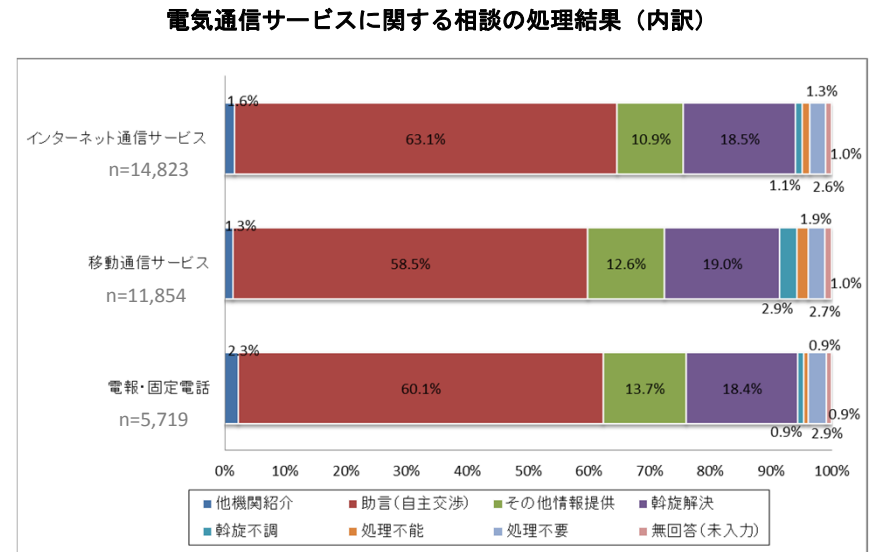
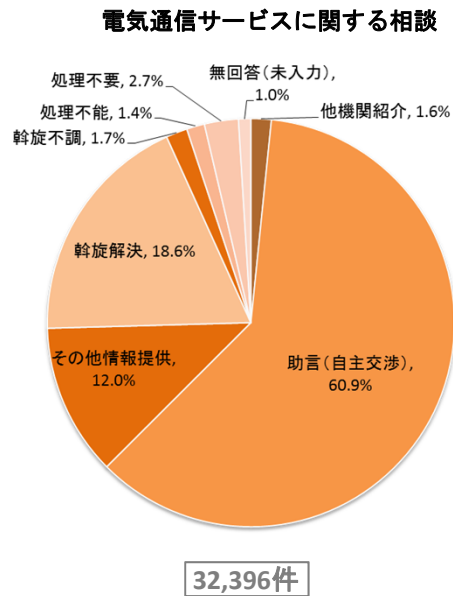
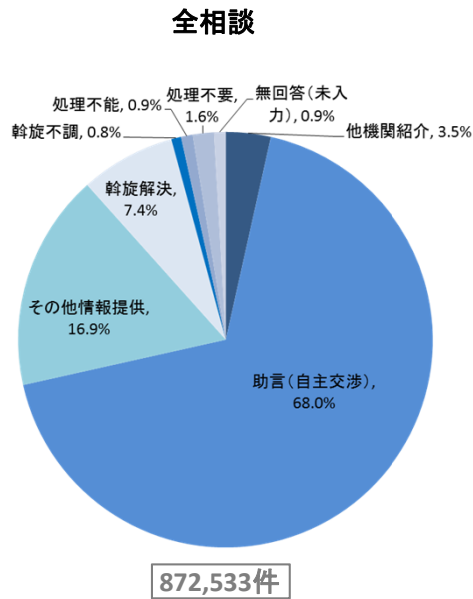
10代以下:204人、20代:1457人、30代:2548人、40代:2721人、50代:2377人、60代:2230人、70代以上:1502人、不明:1794人

【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成(2011年4月30日までの登録分)

② 電気通信サービスを取り巻く現状

- ✓ 2010年度の電気通信サービスに関する苦情・相談の処理結果をみると、「助言(自主交渉)」が約6割で最も多く、次いで「斡旋解決」が多い。
- ✓ 「斡旋不調」となったものは全体の1.7%となっている。
- ✓ PIO-NETに登録された全相談の処理結果と比較すると、電気通信サービスでは「斡旋解決」の割合が高い。
- ✓ サービス別にみると、処理結果の傾向に大きな差異はみられない。

処理結果の概要 (2010年度)



① 広告表示

➤ 今後の方向性

業界団体としての取組については、一定の効果が出てきていると考えられるものの、依然として広告表示に関する問題が存在していることから、さらなる取組の強化が必要ではないか。

具体的には、

- ✓ 業界団体では、現在の電気通信サービスに係る広告表示に関する問題状況に対応し、利用者視点から、分かりやすい広告表示が行われるようにするために、広告表示自主基準等の見直しを行うことが求められるのではないか。その際、「無料」や「0円」を謳った広告の在り方、「お得」、「安い」等メリットを過度に強調した広告の在り方、セット販売での広告の在り方などのほか、家電量販店を含む代理店など電気通信事業者以外の主体による広告の在り方について検討することが必要ではないか。
- ✓ 業界団体で作成している用語集については、電気通信事業者による用語の統一の進捗状況を把握するとともに、その状況に応じ、継続的に見直しを行っていくことが求められるのではないか。見直しに当たっては、用語の統一という本来の目的に加え、利用者向けの解説という意義をどこまで追求するのかについて整理することも必要ではないか。
- ✓ 各電気通信事業者では、広告表示自主基準等を踏まえ、適正な広告に努めることが求められるのではないか。また、用語集に準拠し、広告表示に用いる用語の統一に向けた取組を行うことが求められるのではないか。さらに、家電量販店を含む代理店においても、自らのサービスについて適切な広告が行われることを確保するための取組を実施することが求められるのではないか。
- ✓ 広告表示に関する制度的な対応については、現在、不当景品類及び不当表示防止法による一般的な規律しか存在しないところ、電気通信事業法において広告関係の規律を設けることなどにより、電気通信サービスに係る広告表示の適正化にさらなる効果が見込まれる。この点については、広告表示に関する業界団体による自主的な取組により一定の効果が見受けられることから、総務省では、これらの取組の状況やその効果を踏まえつつ、必要に応じ、電気通信事業法に誇大広告の禁止規定を追加するなどの制度的対応について検討することが適当ではないか。

① 広告表示

➤ これまでの取組の評価及び現状

業界団体における自主的な取組に対しては一定の評価がされており、また、PIO-NETに登録された相談件数を見ても、広告表示自体に関するものは、それほど多くない。

しかし、これらの取組にもかかわらず、広告表示に関する問題は依然として存在。

例えば、

- ✓ 「無料」を謳った広告で無料となるサービスの範囲が不明確であったり、「割安」、「お得」を謳った広告で使い方によっては割高となる場合もあつたりするなど、メリットを強調した広告についてのわかりづらさに関する指摘あり。
- ✓ 回線とプロバイダサービスなど、複数の電気通信サービスを組み合わせた形での広告等が行われており、それについては、利用者がどのサービスについて契約をすることになるのかがわかりづらいとの指摘あり。
- ✓ 最近では、電気通信サービスの利用に際し必要となる機器のみならず、電化製品等をセットにして販売する手法が、代理店を中心に登場。セットとなる商品の取得を目的とした利用者が、契約締結後、電気通信サービスが不要となり、その契約の解除をする際に、違約金を請求されて困惑する事例があることや、電気通信サービスに係る料金とセットとなる商品に係る料金との区分が分かりづらいこと等に関する指摘あり。
- ✓ セット販売については、家電量販店は、電気通信事業者や他の代理店とは異なる広告素材を用いており、電気通信事業者による規律が効かない場合があるとの指摘あり。
- ✓ 総務省では、平成23年5月に、スマートフォンの二段階定額料金に係る広告表示について、不適切なものがあつたとして、携帯電話事業者に対する行政指導が行われている。

広告表示（参考資料）

PIO-NET相談データ

広告表示に関する苦情・相談（2010年度）

	固定電話	移动通信サービス	インターネット 通信サービス
誇大広告	0	24	16
問題広告	1	24	15
問題表示	8	41	14
表示・広告全般	8	10	13
表示全般	17	81	55
広告媒体全般	0	3	3
広告全般	9	13	7

【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成（2011年4月30日までの登録分）

消費生活センター等へのヒアリング、パブリックコメントで寄せられた主な意見

●評価

- ・ 広告表示について、以前よりはデメリット面の表示も大きくなっていたり、金額が明示されたり改善されている。
- ・ 広告に関する苦情相談はあまりない。事業者の努力の成果と理解。
- ・ 専門用語に関する用語集については役立ており、評価している。
- ・ 用語集は承知している。これらの取り組みはトラブルの現象に一定の効果があると思われる。 等

●改善点

- ・ 広告表示については、事業者努力はされているものの、基本的に利用者視点に立った分かりやすい表示とは言い難く消費者は理解しがたい。
- ・ 利用者には有利な情報はフォントが大きい、不利な情報のフォントは小さく解りづらい、同じ大きさを記載されるよう望む。
- ・ 「2カ月無料」とあるが、月の途中で契約した場合、翌月の末までだった等、無料期間が不明確。
- ・ 無料や割安の料金表示のみが目立ち、実際は有料だったり割高であったりする。
- ・ 「無料」の広告に乗せられて契約し、解約時に2年縛りの解約料で有料となり話が違うともめる。最初の「無料」の印象が強すぎて、利用者の一部には、その後の説明を正しく理解されていない場合がある。
- ・ 用語集の作成は評価できるが、消費者にも提供（店頭などに置く）を希望する。
- ・ 用語集には、専門用語の多さ（専門家の方が分かった説明の仕方）を感じる。一般の50代の方や子ども向けの更にやさしい説明で、今後改訂に取り組まれることを望む。 等

② 勧誘

➤ 今後の方向性

各電気通信事業者による取組にもかかわらず、勧誘に関し、依然として多数の相談が寄せられる状況になっていることから、各電気通信事業者ごとの取組に加え、業界を挙げた取組強化が求められるのではないかと。

具体的には、

- ✓ 業界団体において、電気通信事業者及び代理店による勧誘の適正化を図るため、勧誘に関する自主基準を作成することが求められるのではないかと。
(具体例) 訪問者や電話勧誘者の氏名等の明示、迷惑になる勧誘行為の禁止、再勧誘拒否の要請先や苦情申出先の明示、関係法令の遵守等の宣誓など
- ✓ (社)電気通信事業者協会では、代理店における勧誘が大きな問題となっていることを踏まえ、その適正化のため、業界団体が勧誘に関する自主基準を作成する場合には、それも踏まえつつ、代理店倫理要綱の必要な見直しを行うことが求められるのではないかと。
- ✓ 各電気通信事業者では、前述の業界団体による自主基準の内容を踏まえ、勧誘の適正化のために、一層の取組を実施することが必要であり、特に、代理店における勧誘の適正化のための取組の強化が求められるのではないかと。それに当たっては、事業者としての勧誘方針を作成し、公表することが望ましいのではないかと。
- ✓ 各電気通信事業者では、代理店による不適正な勧誘などの行為についても、自らの責任であることを自覚し、十分な対応を行っていくことが求められるのではないかと。
(具体例) 代理店における問題の発生状況の把握、電気通信事業者から提供される個人情報の取扱いの適正化を含めた勧誘の適正化の取組を行うのみならず、必要に応じ、業務委託契約の見直し等を行うなどの取組、不適切な営業を行う代理店に対する業務委託契約に基づく厳格な対応の実施など
- ✓ 総務省では、電気通信事業法に再勧誘の禁止規定等を設ける等の制度的な対応について検討することが求められるのではないかと。
- ✓ この点、業界団体による取組状況及びその効果を踏まえることが必要だが、検討に当たっては、これまでの取組にもかかわらず、勧誘に関する問題の発生を未然に防ぐことができなかつたという現状があることも十分に考慮することが必要ではないかと。

② 勧誘

➤ これまでの取組の評価及び現状

各電気通信事業者における取組にもかかわらず、電気通信サービスの勧誘に関する苦情・相談は多く、PIO-NETに登録された相談件数では、とりわけ、「光ファイバー」の「電話勧誘販売」で顕著。

- ✓ 販売手法が「強引」と判断された相談が顕著に多く、とりわけ「インターネット通信サービス」では増加傾向。特に「電話勧誘販売」及び「訪問販売」においてその比率が高い。2010年度においては、このうち「光ファイバー」の「電話勧誘」がその大半を占めている。一方、「電報・固定電話」「移動通信サービス」では、減少傾向にある。
- ✓ 「問題勧誘」と判断された相談は多くはないが、「インターネット通信サービス」では一定程度ある。
- ✓ 具体的に指摘された主な問題点として、(虚偽又は)強引な勧誘や執拗な再勧誘があるという問題、代理店による勧誘で代理店名をはっきりと名乗らない、代理店等に連絡しようとしても連絡できない、複数の代理店から同じ勧誘を受けるなどの問題や、「無料」などのメリットを強調した勧誘による誤認の発生などの問題などが指摘。
- ✓ また、そもそも、複雑化している電気通信サービスについて、電話で十分な説明を行うこと自体が難しいのではないか、との指摘があった。
- ✓ 一方で、勧誘の適正化のための取組の強化を行っている電気通信事業者では、苦情・相談等が横ばいから減少傾向になっているという報告もある。ただし、そのような電気通信事業者であっても、代理店による勧誘に係る問題を十分に把握できているのか、という問題も指摘。

勧誘（参考資料）

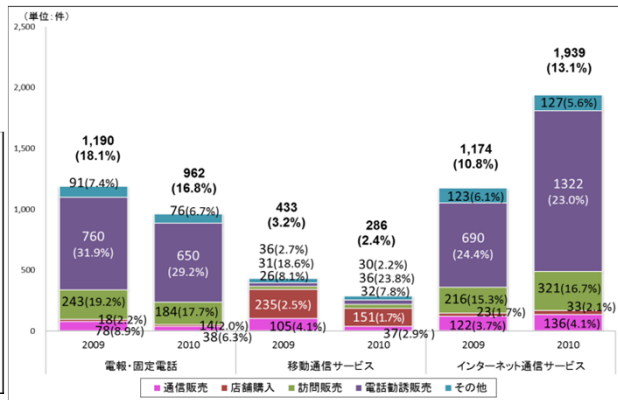
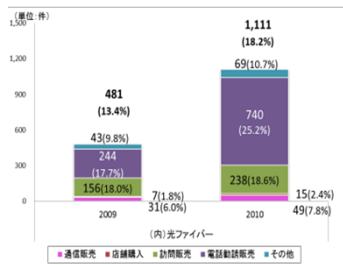
消費生活センター等へのヒアリング、パブリックコメントで寄せられた主な意見

- ・インターネット通信サービス(光回線、映像配信等)に関する訪問販売、電話勧誘販売の相談が増加。
- ・大手事業者を名乗る紛らわしい勧誘、事業者を名乗らない勧誘等に関する相談は多い。
- ・勧誘について氏名明示、再勧誘禁止など規程を作るべき。
- ・最近の電気通信サービスは内容が複雑であり電話で内容を説明するのは無理。
- ・無料キャンペーン、無料という表現に関するトラブル事例は多数寄せられた。 等

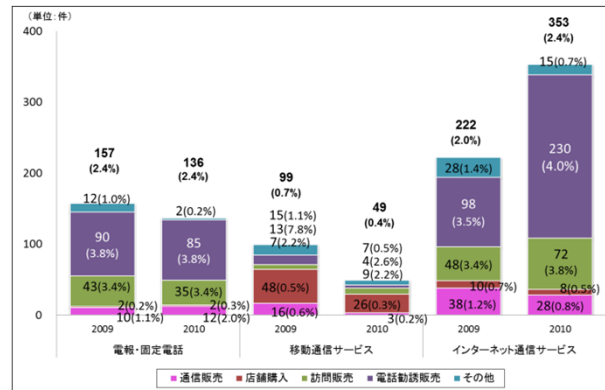
PIO-NET相談データ

「強引」

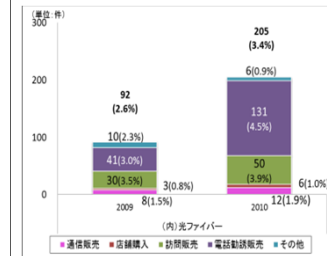
(内)光ファイバー



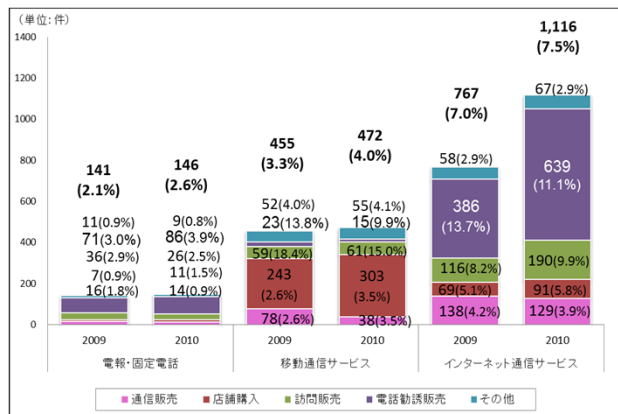
「問題勧誘」



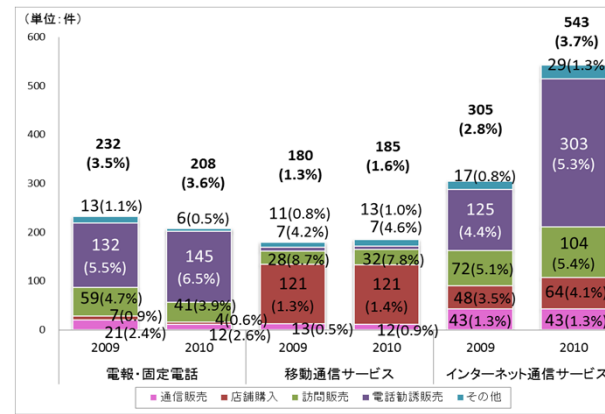
(内)光ファイバー



「無料商法」



「特典強調」



【出所】PIO-NETデータをもとに総務省作成(2009年度は2010年4月30日までの登録分、2010年度は2011年4月30日までの登録分)

※各相談事案に付された「内容キーワード」をもとに集計・分析

① 重要事項説明

➤ 今後の方向性

電気通信サービスがますます多様化・複雑化していく中で、利用者が、契約に当たり、サービスの利用条件や不利益事実などをしっかりと理解してできるような取組を進めていくことが必要ではないか。

具体的には、

- ✓ 業界団体において、消費者保護ガイドラインを踏まえ、利用者の声や販売現場の意見も反映しながら、重要事項説明書の表示方法などについて、1枚から数枚にまとめたモデル例の作成・公表をすることが期待されるのではないか。特に携帯電話サービスと光回線サービスについて、早急に取り組むことが求められるのではないか。
- ✓ 複数の電気通信サービス等をセットにして契約するいわゆる「セット販売」について、業界団体で、契約対象となる電気通信サービスの図解など、利用者が理解しやすい一般的な資料を作成し、ウェブページ等で提供していくことが求められるのではないか。
- ✓ 電気通信事業者では、利用者に対してわかりやすい説明を行うことが必要であり、例えば、業界団体で作成したモデル例を踏まえつつ、重要事項説明書類を利用者にとって分かりやすいものにしていくことが求められるのではないか。また、セット販売を行う場合には、業界団体で作成した資料等も用いて、契約を締結しようとしているサービスを特定しつつ具体的に説明することが求められるのではないか。
- ✓ 重要事項説明の方法について、施行規則で定められた書面交付によらないことが認められる例外的な方法については、現在のところ大きな問題となっている事案は認められないが、各電気通信事業者では、利用者が契約しようとしているサービスに係る重要事項を十分に理解できるよう、例えば、電話での説明をした場合の書面送付については、先ず重要事項説明書を郵送等し、その後、利用者の契約に関する認識に誤認がないかを確実に確認したり、訪問販売の場合に契約内容を手交し事後に利用者が確認できるようにしたりするなど、必要に応じた改善を図っていくことが求められるのではないか。
- ✓ 総務省では、サービスの多様化・複雑化に伴って説明すべき事項が増加し、利用者側で十分に理解できない場合があることも懸念されることから、説明すべき事項について、強調して説明すべき事項、場合によって説明すべき事項、説明資料に記載すべき事項に分けることなど、今後の重要事項説明に係る問題の状況を踏まえつつ、必要に応じ、その在り方の改善について検討を開始することが求められるのではないか。
- ✓ 電気通信サービスとその他の商品等とのセット販売に係る問題が引き続き生じる場合には、代理店における説明等の適切化の観点も含め、望ましい説明の在り方について検討を行うことが必要ではないか。
- ✓ 消費者保護ガイドラインでは、提供条件の説明における問題点やこれを受けて電気通信事業者に最低限求められることを具体的なサービス下の事例も挙げつつ具体的に示しているところ、現在、ADSLからFTTHへのマイグレーションが進んだり、スマートフォンやWiFiサービス等の新たなサービスが登場したりするなどの状況変化もみられることから、総務省では、最新の状況に対応するため、最新の具体的サービス事例を追加する等、当該ガイドラインを現行化することが必要ではないか。

① 重要事項説明

➤ これまでの取組の評価及び現状

PIO-NETに登録された相談件数をみると、契約書の説明に関し、書面不交付自体が問題となった件数は多くない。しかし、「説明不足」と判断される相談の比率は高く、特に、「移动通信サービス」での「店舗購入」や、「インターネット通信サービス」では「電話勧誘」で、その比率が高い。

また、2009年度と比較すると、「電報・固定電話」「移动通信サービス」ではこれらの相談内容は減少しているのに対し、「インターネット通信サービス」では「電話勧誘」を筆頭に増加している。

- ✓ 店舗購入のように対面で行われる契約形態では通常説明不足は問題となりづらいにもかかわらず、電気通信関連サービスでは店舗販売でも問題が生じているのは、その内容が複雑であるという特異性があるためであり、そもそも、利用者に如何に分かりやすくするかが課題であるとの指摘あり。
- ✓ また、複雑な電気通信サービスを電話で説明することは困難であるとの指摘や、サービス(とりわけ移動体通信サービス、インターネット接続サービス)が複雑化・高度化したことで、説明内容が増加し、販売現場での対応が限界に近づいているとの指摘あり。
- ✓ 重要事項説明書については、一部の電気通信事業者のものは、利用者の意見も聞いてわかりやすいものとなってきている一方で、多くの電気通信事業者のものは依然として分かりづらいという指摘や、重要事項説明書は交付されているが、利用者がどこまで理解しているかは疑問であるという指摘あり。
- ✓ 利用者側でも、煩わしさから真摯に説明を聞かなかつたり、説明書を読まなかつたりするという側面もあるのではないかと、との指摘あり。

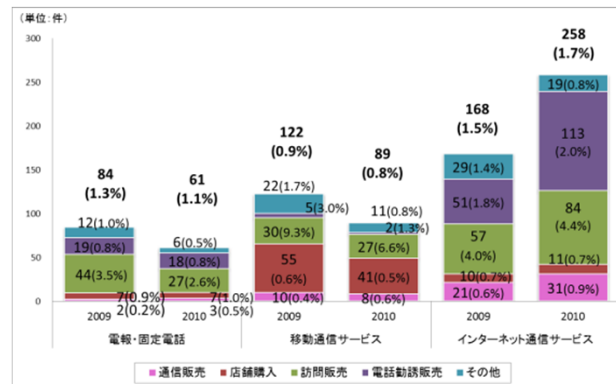
重要事項説明（参考資料）

消費生活センター等へのヒアリング、パブリックコメントで寄せられた主な意見

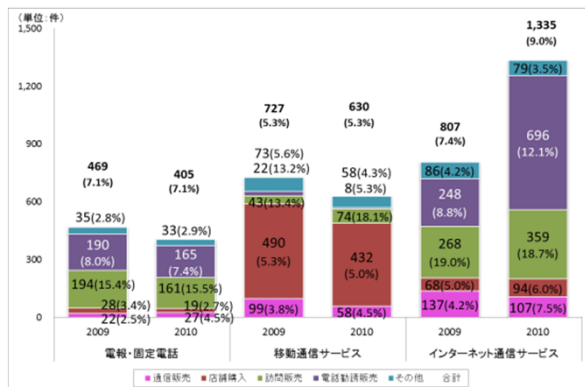
- ・契約書、重要事項説明書共に相変わらず字が細かく分かりにくい。
- ・重要事項説明書は、利用者の年齢、知識を考慮したものが理想的。重要事項は契約者により千差万別であり、工夫が必要。
- ・書面の交付はしているようであるが、契約者が理解しているかは別。
- ・窓口で実際に読み上げて確認することは効果がある
- ・販売店では、説明事項が多すぎるので、対応できないのが現状ではないか。
- ・代理店による行為は、事業者の責任であるという姿勢を忘れないでほしい。 等

PIO-NET相談分析データ

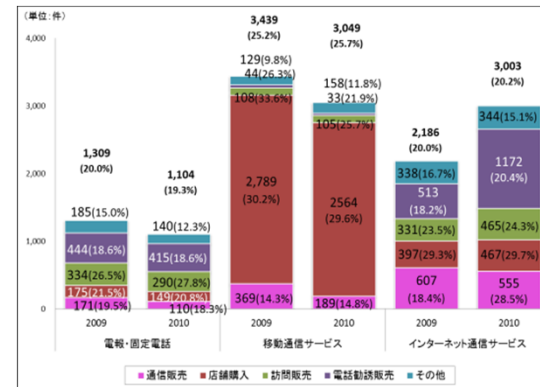
「書面不交付」



「虚偽説明」



「説明不足」



重要事項説明(参考資料)

移動体通信サービスの販売現場の実態

- 移動体通信サービスでは、端末やサービスの高度化が急速に進展し、販売現場の対応は限界に近づいている。

- ・生活必需品となり、ユーザー層が拡大。
- ・スマートフォンやタブレット端末の登場。
- ・(今後)SIMロック解除により利用形態も多様化。
- ・端末、通信レイヤー、コンテンツレイヤーが複合化したサービス構造に対する利用者の理解不足。

⇒ 説明すべき事項の増加、丁寧な説明の必要性により、販売員の負担は増加し続ける。

今、現場で起こっていること。
このままでは、サービスレベルが低下していく可能性が高い。

■ (スタッフ、オペレータが)覚えることの爆発

- デバイスの多様化、機能も多様化
- しかも、進化が加速(OSのバージョンアップなど)

※現時点では、しっかりと対応できている代理店は存在します。
出来ない代理店が今後増えていく、ということです。

■ 故障件数の増加

- 分離プランの浸透 → (一応)端末価格の値上がり → 買換サイクル長期化 → 故障対応増加
- 液晶の大きな端末の増加 → 落として割れる、ポケットに入れていて割れるという事案の増加

■ 利用者層の一層の広がり

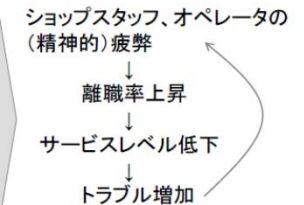
- 「タッチパネル」というUIの登場により、指一本で使えるというイメージから、低リテラシー層が、スマホやタブレット端末を購入

■ 相談件数の増加

- スマートフォンやタブレット端末の使い方を教えるだけ、という相談の増加(代理店にとっては1円にもならない)

■ 説明・接客時間の伸び → 待ち時間の伸び

- 重要事項説明書
- 青少年のフィルタリング対応(スマホではどうする?) 等



ここに、SIMロック解除が加わることを考えると、めまいがします。

【出所】電気通信サービス利用者WG(第3回)構成員資料

電気通信事業法施行規則第22条の2の2 「提供条件の説明」

■ 説明の方法(第2項)

原則

- 店舗、街頭等での書面交付

例外(利用者の了解が得られた場合)

- 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(第3項1号~10号)

- 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
- 解約・変更の連絡先等

② 適合性の原則

➤ 今後の方向性

- ✓ 電気通信事業者では、未成年者、高齢者における契約トラブルが生じているとの指摘も踏まえ、未成年者契約の場合は親権者等の同伴を求めることや、高齢者の場合は家族等へ再確認することの徹底など、対応の一層の強化が求められるのではないかと。それに当たっては、自ら行う説明のみならず、代理店における説明の適正確保のための取組も必要ではないか。
- ✓ 携帯電話事業者では、未成年者が親名義の携帯電話を利用し、コンテンツサイトに接続し意図せずに高額の利用料金を請求される事例もあることなどに対応し、自らが関与する有料コンテンツサービスについては、その利用に際してパスワード等の設定画面を設けるなどの措置を講ずることが望ましいのではないかと。
- ✓ 利用者の知識、経験及び電気通信役務の利用目的に照らした説明について、現在の消費者保護ガイドラインにおける推奨ではなく、制度上義務づけられた説明の方法として規定することも考えられるのではないかと。この点、電気通信事業者には、役務提供義務があるところ、高齢者や、未成年であることや、契約しようとする電気通信サービスに関する理解が不十分であることなどを理由として、契約を拒否することは困難であり、役務提供義務を前提とした上での制度整備となるのではないかと。
- ✓ 総務省では、消費者保護ガイドラインを踏まえた各電気通信事業者の運用状況や今後の問題の発生状況を見ながら、必要に応じて検討することが望ましいのではないかと。

② 適合性の原則

➤ これまでの取組の評価及び現状

- ✓ 高齢者への説明に際し、十分な配慮を行うことを推奨する旨、消費者保護ガイドラインを改正したことについては、一定の効果が現れているとの評価あり。
- ✓ 一方で、必ずしも利用者の知識や経験等の特性に応じた対応がなされているとはいえない場合もあるとの指摘あり。
- ✓ PIO-NETに登録された相談においては、年齢による大きな差異はみられないものの、未成年者などへの不適切な勧誘などの問題や、高齢者が使いこなせなかったり、良く分からなかったりするまま契約に至ったとされる問題も見受けられる。

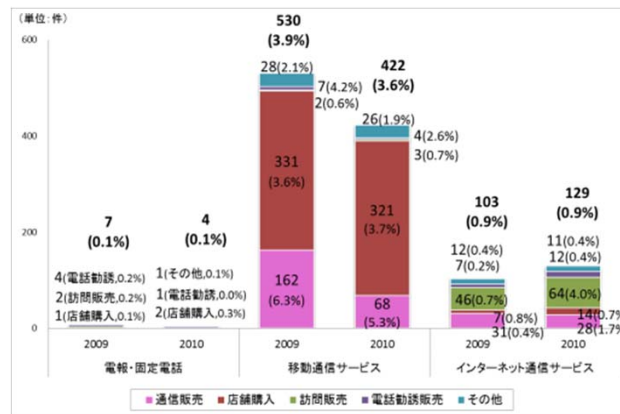
適合性の原則（参考資料）

消費生活センター等へのヒアリング、パブリックコメントで寄せられた主な意見

- ・事業者の説明が懇切丁寧でも、それを理解できるだけの知識や能力に問題がある高齢者や障害者の方々からの苦情はある。消費者のレベルを無視した説明義務では、トラブルの発生を防ぐことはできない。
- ・高齢者が増えるにあたり、経験と知識に合わせた説明が必要、ただし高齢者の契約を拒否することなどないよう配慮すべき。
- ・契約者が知的障害者であるのかどうかの確認を徹底願いたい。
- ・中高生が販売店の説明もよくわからないまま契約してしまう事もある。親が同席しないと購入できないくらいの規制が必要ではないか。
- ・親が同意していないのに、子どもが勝手に携帯電話を契約した。同意書の提出は出されているかもしれないが、実際には必ずしも親権者の同意が取れていない場合もあり、未成年者契約にかかる親権者の同意書の確認が不十分。
- ・利用者の希望を理解しないまま手続きしたためや間違っただ説明をしたことによりトラブルになったケースがある。
- ・電話勧誘の場合、利用者の知識・経験等を確認して勧誘することは難しいのではないかな。 等

PIO-NET相談分析データ

「未成年者契約」



「強引」(再掲)

