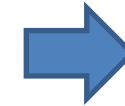


## 前回会合を踏まえた論点整理の追加・修正

---

平成 26 年 6 月 16 日  
事 務 局

□ 1 電気通信役務の特性



前回WGで主に議論

□ 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、**広告表示**)



今回WGで主に議論

□ 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)

□ 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)

□ 5 苦情・相談処理体制の在り方



今回WGで主に議論

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

## □ 電気通信役務の特性について、利用者の視点からどのように考えるか。

### （前提として）

- 広く国民が利用するサービスであり、日常生活に不可欠なサービスとなっている。
- サービス提供の基礎となる技術が高度・複雑であり、かつ技術の進展が早い。
- サービス内容の高度化・多様化・複雑化の進展が早い。

### （販売勧誘形態）

- 光ファイバ、CATV等訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性がある販売方法が多くなされているサービスや、携帯電話や複数サービスの組合せ等店舗販売で複雑な販売がなされているサービスがある。
- 複数、多階層の代理店による販売勧誘が行われている。

### （役務提供）

- 光ファイバ、CATV等においては、役務提供に当たり工事が必要となるが、スマートフォン等携帯電話サービスにおいては、工事は要さずに役務提供が開始されることとなる。
- 料金体系等の契約条件が複雑化している（契約期間拘束、解約料等）。
- サービスエリアやベストエフォートなど必ずしも個別事例における状況が事前に把握できないため、利用者が契約時点で役務の品質等を理解することには限界があり、実際に利用しないと契約対象となる役務の品質等が分からない。
- 一つのサービスの利用に複数の事業者が関わっていることが多く、複数の電気通信事業者との契約が必要となる場合がある。

### （全体として）

- 基本的には、事業者と利用者間の情報の非対称性、交渉力の格差が拡大する傾向にあり、利用者が十分に契約内容や役務の品質を理解して契約することが困難であることを想定した検討が適当ではないか。その上で、契約に当たって説明を受ける内容の増加と説明に要する時間の拡大という利用者負担の増加傾向にも対応した検討が適当ではないか。

1 電気通信役務の特性

2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)

2-1 適合性の原則

2-2 書面の交付

2-3 広告表示

3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)

4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)

5 苦情・相談処理体制の在り方

- 高齢者、未成年、障害者等の特に説明に配慮が必要と考えられる利用者や電気通信サービスの契約に慣れた利用者など多様な利用者の中で、事業者に求められる説明義務について、どのように考えるか。

## 【背景】

- 高齢者、未成年、障害者等に対し、それぞれの適切なサービスの選択に資するような分かりやすい説明がされていない場合がある。他方で、電気通信サービスの契約に慣れ、その特性についても理解していると考えられる利用者に対しても、画一的な説明が行われており、説明時間の長時間化を招く場合がある。
- また、構成員からは、店舗販売を含め、当初購入する意図がなかった電気通信サービスについても勧誘等がなされ、あまり十分に理解できないまま、契約に至る場合があるとの指摘があった。

## 【論点】

- 高齢者、未成年者、障害者等の説明に特に配慮が必要と考えられる利用者に対しては、その利用者の知識、経験等に配慮した説明を行うことが適当ではないか。
- また、当初購入する意図がなかった電気通信サービスについても勧誘等がなされる場合においては、利用者が契約を行う目的を踏まえ、十分に契約の内容を理解し、そのサービスを必要とするかどうかも含め、利用者が適切に判断できるような説明を行うことが適当ではないか。
- その上で、説明に際し特に配慮が必要と認められる利用者以外については、例えば、その利用者からの希望に応じ、電気通信サービスの基礎的な部分に係る説明など、以前契約を行った電気通信サービスと同様の重複した説明については不要とするなど、説明を受ける内容や説明に要する時間の拡大という利用者負担の増加傾向にも対応することが適当ではないか。
- 説明を不要とする場合は、利用者からの希望について、自発的な意思がきちんと確認できるよう、一定の担保が必要ではないか。

## (参考)電気通信事業法上の事業者の説明義務の範囲

### 電気通信事業法第26条に基づき必要とされる提供条件の説明内容

1. 電気通信事業者の名称（契約代理店の場合は、契約代理店の名称も含む。）
2. 電気通信事業者の問合せ連絡先（電話窓口の場合は受付時間も含む。）  
（契約代理店の場合は、契約代理店の問合せ連絡先（電話窓口の場合は受付時間も同様）。ただし、電気通信事業者が責任をもって契約代理店に係る問合せも行うこととする場合は不要。）
3. 電気通信サービスの名称及びその種別（「携帯電話サービス」などのサービスの種類の明示）
4. その利用者に適用される電気通信サービス料金（無料キャンペーン等がある場合の条件も含む。）
5. 電気通信サービス料金に含まれていない他の経費がかかる場合は、その内容
6. 次に掲げる事項その他の消費者からの契約の変更又は解除に関する定めがあるときは、その旨
  - (1) 契約の変更又は解除ができる期間の制限
  - (2) 契約の変更又は解除の際の違約金の支払いに関する定め
  - (3) 契約の変更又は解除の場合の貸与端末設備の返却費等の負担
7. 電気通信サービスの内容及び当該サービスの品質、提供場所、緊急通報、フィルタリングサービス等について特段の制限事項があるときは、その内容

## 適合性の原則

○電気通信事業者の営業活動に関する自主ガイドライン（電気通信サービス向上推進協議会（平成24年4月））

（適合性を考慮した説明）

第5条 事業者又は代理店は、勧誘や契約の締結にあたり、その電気通信サービスの内容・必要性が理解されるよう、利用者の知識や経験等に配慮した説明を行わなければならない。特に、高齢者や未成年の利用者への説明に際しては、利用者の意向や状況を考慮した分かり易い説明に努めなければならない。

○特定商取引法（昭和51年法律第57号）

（指示）

第七条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一・二 （略）

三 正当な理由がないのに訪問販売に係る売買契約であつて日常生活において通常必要とされる分量を著しく超える商品の売買契約の締結について勧誘することその他顧客の財産の状況に照らし不相当と認められる行為として主務省令で定めるもの

四 前三号に掲げるもののほか、訪問販売に関する行為であつて、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして主務省令で定めるもの

（業務の停止等）

第八条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において訪問販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、訪問販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 （略）

○特定商取引法施行規則（昭和51年通商産業省令第89号）

（訪問販売における禁止行為）

第七条 法第七条第四号の主務省令で定める行為は、次の各号に掲げるものとする。

一 （略）

二 老人その他の者の判断力の不足に乗じ、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結させること。

三 顧客の知識、経験及び財産の状況に照らして不相当と認められる勧誘を行うこと（法第七条第三号に定めるものを除く。）。

四～七 （略）



1 電気通信役務の特性

2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)

2-1 適合性の原則

2-2 書面の交付

2-3 広告表示

3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)

4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)

5 苦情・相談処理体制の在り方

- 利用者が契約内容を分かりやすく確認できる環境を実現させるため、どのような書面交付が適当か。

## 【背景】

- 電気通信事業者又は代理店は、提供条件の説明に当たっては原則書面を用いて説明を行うこととされているが、利用者が実際に選択した個別の契約内容に関する書面の交付は必須とはなっていないため、利用者が結果的にどのような契約を行ったかを後で正確に確認することができない場合がある。
- また、契約の相手方が多岐にわたるため、一覧性を持って、契約内容を確認することができない場合がある。
- 構成員からは、書面交付に当たっては、利用者が確実に認識するためには、紙媒体による書面交付によるメリットがあるとの指摘があった。また、他方で、保存や参照の利便性といった、電子媒体による書面の交付にもメリットがあるとの指摘もあった。

## 【論点】

- 契約の内容を適切に利用者が理解し、確認するためには、個々の契約者の契約内容が分かりやすく一覧性を持って記載された書面の交付が適当ではないか。
- **また、電気通信役務の提供に係る契約以外のオプションサービス等についても、書面に記載されるよう取り組むことが適当ではないか。**
- ①契約をオンラインで行うことを可能とし、また、②端末等によりオンラインで契約を確認することを可能とするといった電気通信サービスの特性を踏まえれば、書面による交付を原則としつつ、あらかじめ利用者の明確な同意が得られる場合には、利用者の利便性も勘案し、電子媒体による書面の交付も認めることも適当ではないか。
- **電子媒体による書面の交付を認める場合、利用者の明確な同意については、自発的な意思がきちんと確認できるよう、一定の担保が必要ではないか。**

# (参考)IT書面一括法の際の議論

電子取引は電子データの交換により取引を簡便かつ迅速に行うことに特質があり、広く消費者を含めた利用者一般が利益を受け得るものであるが、「紙」の交付を義務付けられているものが存在。これに対し、契約当事者間の同意のみで成立するにも拘わらず、取引の全体が電子的手段によって完結せず、民間における電子商取引等の普及の阻害要因になっていることを踏まえ、IT書面一括法により、電子メール、インターネット等による交付を認めるもの。(平成13年4月施行。)



【改正前】  
書面での交付



【改正後】

電子メール、インターネット等による交付  
※あらかじめ当該顧客等に対し、電磁的方法の種類及び内容を示し、書面又は電磁的方法による承諾を得た場合。ただし、承諾を得た場合であっても、電磁的方法による提供を受けない申出があった場合には、書面に記載すべき事項等の提供は電磁的方法によってしてはならない。



## 期待される効果

送信者側(事業者)

書面の交付のために要していた費用や時間、手間を削減することが可能。

受信者側(利用者)

電子メールやホームページを利用できた方が、迅速に、かつ自分に便利な場所と時間に、送り手側からの連絡を受けることが可能。

## 対象となる法律

- ①民一民間の取引において、契約締結の際に一定の事項を記載した書面の交付を義務付けているもの
  - 割賦販売法
  - 旅行業法
  - 保険業法
  - ゴルフ場等に係る事業の規制に関する法律
  - 29法律 など

- ②組織関係を規律する法律において、組織を構成する者が議決権を行使するにあたり、書面をもって行うことを義務付けているもの
  - 中小企業等協同組合法 など
  - 21法律

1 電気通信役務の特性

2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)

2-1 適合性の原則

2-2 書面の交付

2-3 広告表示

3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)

4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)

5 苦情・相談処理体制の在り方

- 利用者へ分かりやすく誤認しにくい情報等の提供が適切に行われるためには、どのような広告表示に関する制度・規律が適切か。

## 【背景】

- 広告表示が利用するサービスを選択する際の判断の重要な基礎となる観点から、電気通信サービス向上推進協議会が「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」を定め、広告表示の適正化を図っている。
- 電気通信事業者等の広告表示については、
  - ・ 自主基準に基づいた広告表示が行われているかについて、電気通信サービス向上推進協議会に置かれた「広告表示アドバイザー委員会」※において、第三者によるチェック等の自主的な取組が行われるとともに、
  - ・ 利用者の誤認を招く恐れのある広告表示については、電気通信事業法に基づく行政指導等の対応が行われているところ。
 ※ 消費者団体、有識者等をメンバーとし、平成19年7月設置。委員長：平野晋中央大学総合政策学部教授。
- また、昨今の食品表示等の不正事案の多発や消費者庁を中心とした法執行について、多数の事業者を対象とした監視指導を行うには体制面で限界があることを踏まえ、景品表示法において、①事業者が役務の品質等の表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備等の措置を講ずるとともに、②必要に応じて、各事業を所管する所管大臣に対し、権限の一部（調査権限）を委任するべく法改正が行われたところ（平成26年6月13日公布。公布後6月以内に施行予定）。
- これを受け、今後、景品表示法に基づき、電気通信事業者等はサービス品質等の表示を適正に管理するための体制整備が義務付けられるとともに、景品表示法違反が疑われる事案に対する総務省による調査を行うことが可能となる。

## 【論点】

- ①第三者機関たる「広告表示アドバイザー委員会」による自主基準遵守のチェックや、②景品表示法に基づく調査権限を総務省が行使することが可能となったことも踏まえ、電気通信事業法及び景品表示法に基づく、迅速かつ的確な法執行を通じ、電気通信事業者等の広告表示等の適正化を図ることが適切ではないか。

景品表示法は、消費者の自主的かつ合理的な商品及び役務の選択を確保するため、一般消費者に誤認される表示や過大な景品類の提供を制限及び禁止している(消費者庁移管に伴い、「競争法」から「消費者法」に変更。)

## 景品表示法第4条(不当な表示の禁止)

優良誤認  
(4条1項1号)

商品又は役務の品質、規格その他の内容についての不当表示

### 不実証広告規制(4条2項)

優良誤認に該当する表示か否かを判断するため必要があると認めるときは、事業者に対し、期間を定めて、当該表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。

⇒ 事業者が合理的な根拠を示す資料を提出しない場合には、当該表示は優良誤認表示とみなされる。

有利誤認  
(4条1項2号)

商品又は役務の価格その他の取引条件についての不当表示

誤認されるおそれのある表示  
(4条1項3号)

商品又は役務の取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ内閣総理大臣が指定する表示

- 1 無果汁の清涼飲料水等についての表示
- 2 商品の原産国に関する不当な表示
- 3 消費者信用の融資費用に関する不当な表示
- 4 不動産のおとり広告に関する表示
- 5 おとり広告に関する表示
- 6 有料老人ホームに関する不当な表示

## 景品表示法第3条(景品類の制限及び禁止)

### 総付制限告示(昭和52年告示第5号)

総付景品

= 商品の購入者等にもれなく提供する景品類

| 取引価額     | 景品類の最高額  |
|----------|----------|
| 1,000円未満 | 200円     |
| 1,000円以上 | 取引価額の20% |

### 懸賞制限告示(昭和52年告示第3号)

懸賞景品

= 商品の購入者等に対し、くじなどの偶然性、特定行為の優劣等によって提供する景品類

一般懸賞

| 取引価額     | 景品類限度額(①、②両方の限度内) |                |
|----------|-------------------|----------------|
|          | ①最高額              | ②総額            |
| 5,000円未満 | 取引価額の20倍          | 懸賞に係る売上予定総額の2% |
| 5,000円以上 | 10万円              |                |

共同懸賞

= 一定地域の同業者や商店街が共同実施

| 景品類限度額(①、②両方の限度内) |                |
|-------------------|----------------|
| ①最高額              | ②総額            |
| 取引価額にかかわらず30万円    | 懸賞に係る売上予定総額の3% |

カード合わせ

= 異なる種類の符票の特定の組合せを提示させる方法を用いた懸賞

⇒ 全面禁止

業種別景品告示

①新聞業、②雑誌業、③不動産業、④医療用医薬品業・医療機器業及び衛生検査所業

# (参考)景品表示法の改正概要

## I 事業者のコンプライアンス体制の確立

### ○事業者が講ずべき表示等の管理上の措置(第7条関係)

- ・表示等の適正な管理のため必要な体制の整備その他の必要な措置等を講じなければならない
- ・事業者が講ずべき措置に関して必要な指針を定めるものとする  
(事前に事業所管大臣と協議し、消費者委員会の意見を聴取)
  - ⇒ 予見可能性を確保し、事業者内部による管理体制整備を推進
  - ⇒ 事業者の創意工夫は確保し、管理体制の内容や水準は、事業者の規模・業種に配慮

### ○指導及び助言(第8条関係)・勧告及び公表(第8条の2関係)

- ・内閣総理大臣が指導・助言、勧告(勧告に従わないときは公表)
  - ⇒ 事業者が必要な措置を講じていない場合の措置

## II 情報提供・連携の確保

### ○適格消費者団体※1への情報提供等(第10条関係)

- ・消費生活協力団体・消費生活協力員※2から不当表示等の情報を提供
  - ⇒ 民間による問題事案への対処を支援

### ○関係者(国、地方公共団体、国民生活センター等)相互の密接な連携の確保(第15条関係)

## III 監視指導態勢の強化

### ○権限の委任等一国の執行体制の強化(第12条関係)

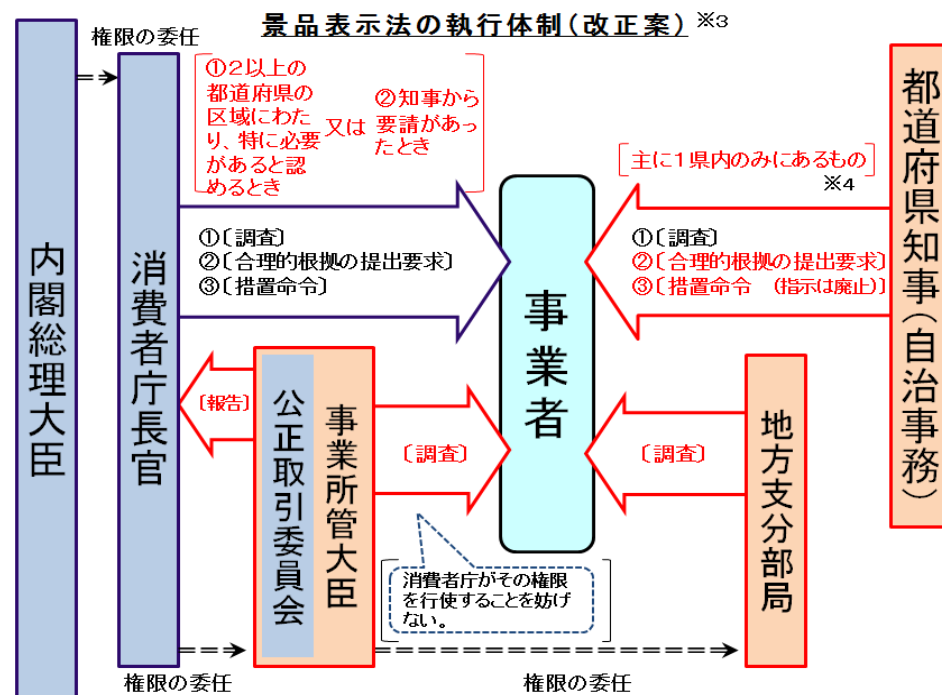
- ・消費者庁長官の権限の一部を事業所管大臣等に委任
  - ⇒ [調査権限]
  - 当該事業の実情を踏まえたより迅速かつ的確な法執行を推進

### ○権限の委任等一都道府県の執行体制の強化(第12条関係)

- ・消費者庁長官の権限の一部を都道府県知事に付与
  - ⇒ [措置命令権限]
  - [合理的根拠提出要求権]
  - ⇒ 国と地方との密接な連携を確保し、問題事案に的確に対処

※1 適格消費者団体には、景表法の違反行為の差止請求権が認められている。

※2 今回改正(消費者安全法の改正)により新設



## IV 課徴金制度の検討等

### ○課徴金制度導入に関する政府の措置(改正法第4条関係)

- ・課徴金に係る制度の整備について検討  
(改正法施行後1年以内に検討し、必要な措置を講じる)

### ○施行期日は公布日から6月以内を予定

※3 [ ]部分は政令で定める事項の例

※4 県域を超える場合には消費者庁が調整を行う。

**【事業所管省庁】**

【公正取引委員会】

外部からの情報提供  
職権探知 等

連携

調査

**【消費者庁】**

外部からの情報提供  
職権探知 等

連携

調査

(指導)

措置命令

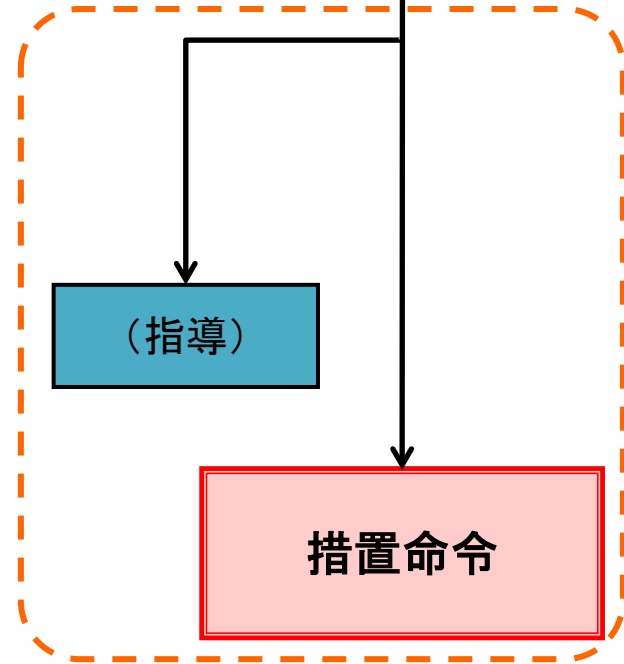
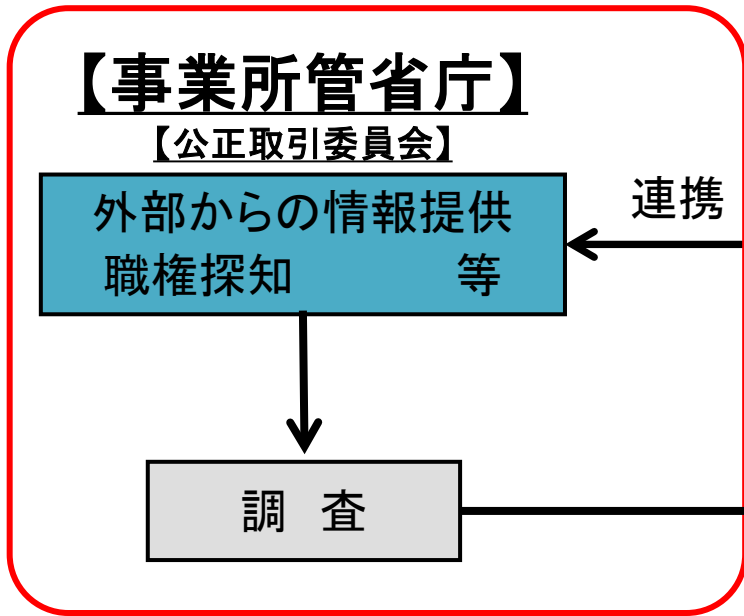
**【都道府県】**

外部からの情報提供  
職権探知 等

調査

(指導)

措置命令





- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
  - 3-1 契約関係からの離脱に関するルール
  - 3-2 契約の取消し
  - 3-3 クーリングオフ
  - 3-4 解約
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

## 契約関係からの離脱に関するルール

### 取消し



取消し事由がある場合に、契約の取消しを認めるもの。(効果は遡及効)  
(代表的には消費者契約法において規定。(役務の内容・取引条件に関する重要事項の不実告知等))

電気通信役務 「お使いの〇〇サービスは今後廃止されます」等のこれから契約しようとする役務の内容・取引条件等ではなく、契約を必要とする背景事情等に関する不実告知がなされる場合もある。

### クーリングオフ



一定期間、無条件での一方的な契約の申込みの撤回又は契約の解除を認めるもの。(効果は遡及効)  
(代表的には特定商取引法において規定。)

不意打ち性のある販売方法等に起因する消費者の意思の不安定性

特定商取引法 訪問販売・電話勧誘販売  
電気通信役務 光ファイバ、CATV等における訪問販売、電話勧誘販売

商品・役務の複雑性に起因する消費者の不十分な理解

実際に利用しないと役務の品質等が分からない場合があること

特定継続的役務、連鎖販売取引

料金体系等の契約条件の複雑化(契約期間拘束・解約料等)

サービスエリアやベストエフォートなど契約時点で役務の品質が分からない

### 解約



事業者や利用者の責任を問わず、契約からの離脱を認めるもの。(効果は将来効)  
(代表的には民法(賃貸借、委任等)、特定商取引法(特定継続的役務の中途解約権)において規定。)

電気通信役務 事業者・利用者の合意により契約の解約が行われているが、料金割引等のために契約期間の拘束がある場合には、契約解除料が発生し、契約の解約が実質的に制限されてしまう場合もある。

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
  - 3-1 契約関係からの離脱に関するルール
  - 3-2 契約の取消し
  - 3-3 クーリングオフ
  - 3-4 解約
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

- 電気通信事業者等が行う提供条件説明の一定の事項について、不実告知、事実不告知といった行為が行われた場合には、利用者に取消権を付与することをどのように考えるか。

## 【背景】

- 消費者契約法は、締結した契約の内容のうち、重要事項<sup>※1</sup>について、事業者側の責に帰すべき一定の行為により、消費者が誤認をした場合に事後的に取消しを可能とするものである。具体的には、事業者が消費者契約の締結に際して、消費者に対して、①不実告知<sup>※2</sup>、②事実不告知<sup>※3</sup>を行った場合に、当該行為によって当該消費者が誤認をし、契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、取り消すことができる旨等が定められている。
  - ※1 役務等の①質、用途その他の内容、②対価その他の取引条件で、契約締結判断に通常影響を及ぼすもの。
  - ※2 重要事項について事実と異なることを告げること。
  - ※3 重要事項について利益となる旨を告げ、かつ、不利益となる事実を故意に告げなかったこと。
- また、特定商取引法は、消費者契約法上の重要事項である契約対象の役務の「内容」や「取引条件」とは必ずしもならない「契約の締結を必要とする事項」といった契約の締結の動機に関する事項について、不実告知禁止及び取消権が付与されている。
- 電気通信事業法は、事前に十分な説明がなかったために後でトラブルになることが特に想定される事項を、契約締結前に説明することを義務付けている。（消費者契約法に定める「重要事項」と電気通信事業法に基づく提供条件の説明事項は、重なる部分もあるが、必ずしも一致するものではない。）

## 【論点】

- 提供条件説明の一定の事項について、不実告知、事実不告知といった事業者の責に帰すべき行為が行われた場合に、取消権を付与することは適当ではないか。また、必ずしも契約対象の役務の「内容」や「取引条件」とはならない契約の締結の動機に関する事項に関して、**販売形態に関わらず**、提供条件の説明時に不実告知が行われた場合において、取消権を付与することが適当ではないか。
- **販売活動の勧誘の話法と動機に関する事項の説明について、実務上どのように区別するか留意が必要ではないか。**
- 提供条件説明の一定の事項に係る不実告知・事実不告知について、取消権を付与することは利用者保護に資するとも考えられるが、以下のような点について、提供条件の説明を行う際にどのように配慮すべきか。
  - ① サービスエリアやベストエフォートなど必ずしも事業者が個別事例での水準を保証していない場合が多く、事業者側でも個別事例における状況が事前に把握できない事由があること、
  - ② 提供条件説明時に不実な事項がないように、より説明の長時間化・複雑化も考えられること。

## 契約の締結を必要とする事情に関する事項（特定商取引法第6条第1項第6号）

- ・（住宅リフォームの勧誘において）「床下が腐っていてこのままでは家が倒れてしまう。床下換気扇の設置が必要」
- ・（消化器の販売において）「法律上1年おきに詰め替えの義務がある」
- ・（ステンレス鍋の販売において）「アルミ鍋は有害である」
- ・（ガス漏れ警報器の販売において）「経済産業省が設置するよう決めた」 等を通達において例示  
（参考：第5版特定商取引法ハンドブック（齋藤雅弘・池本誠司・石戸谷豊））

### ○特定商取引法（昭和51年法律第57号）

（禁止行為）

**第六条 販売業者又は役務提供事業者は、**訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、次の事項につき、**不実のことを告げる行為をしてはならない。**

- 一 商品の種類及びその性能若しくは品質又は権利若しくは役務の種類及びこれらの内容その他これらに類するものとして主務省令で定める事項
  - 二 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
  - 三 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
  - 四 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
  - 五 当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みの撤回又は当該売買契約若しくは当該役務提供契約の解除に関する事項（第九条第一項から第七項までの規定に関する事項（第二十六条第三項又は第四項の規定の適用がある場合にあつては、同条第三項又は第四項の規定に関する事項を含む。）を含む。）
  - 六 **顧客が当該売買契約又は当該役務提供契約の締結を必要とする事情に関する事項**
  - 七 前各号に掲げるもののほか、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの
- 2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、前項第一号から第五号までに掲げる事項につき、故意に事実を告げない行為をしてはならない。
- 3・4 （略）

（訪問販売における契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

**第九条の三 申込者等は、**販売業者又は役務提供事業者が訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするに際し**次の各号に掲げる行為をしたことにより、当該各号に定める誤認をし、それによつて当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。**

- 一 **第六条第一項の規定に違反して不実のことを告げる行為** 当該告げられた内容が事実であるとの誤認
- 二 **第六条第二項の規定に違反して故意に事実を告げない行為** 当該事実が存在しないとの誤認

2～4 （略）

## ○消費者契約法（平成12年法律第61号）

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し）

**第四条** 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

- 一 重要事項について事実と異なることを告げること。 当該告げられた内容が事実であるとの誤認
  - 二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認
- 2 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実（当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。）を故意に告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。
- 3 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。
- 一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。
  - 二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。
- 4 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項であって消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきものをいう。
- 一 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容
  - 二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件
- 5 （略）

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
  - 3-1 契約関係からの離脱に関するルール
  - 3-2 契約の取消し
  - 3-3 クーリングオフ
  - 3-4 解約
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

- 電気通信役務の提供に係る契約について、その特性を踏まえたクーリングオフの検討を行う必要があるのではないか。

## 【背景】

- クーリングオフとは、消費者による無条件での一方的な契約の申込みの撤回又は契約の解除、それに伴う損害等の事業者から消費者への請求の禁止等を規定するもの。
- クーリングオフを導入する理由については、
  - ① 訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性のある販売方法により契約時点の消費者の契約締結意思が不安定なこと、
  - ② 商品・役務の複雑さの一方でその誘因力の強さに起因し、消費者が商品・役務の内容を十分理解しないまま契約締結に至ることから、説明されている。

## 【論点】

- 電気通信役務は、
  - ① 光ファイバ、CATV等訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性のある販売方法が多くなされている場合や、携帯電話や複数サービスの組合せ等店舗販売による販売がなされている場合も多いこと、
  - ② 携帯電話をはじめとする料金体系等の契約条件の複雑化により契約時点での利用者の契約内容の理解が必ずしも十分とはいえない場合があるということ、
  - ③ サービスエリアやベストエフォートなど必ずしも個別事例における状況が事前に把握できないため、利用者が契約時点で役務の品質等を完全に理解することには限界があり、実際に利用しないと契約対象となる役務の品質等が分からない場合があること、といった特性を踏まえたクーリングオフの検討が適当ではないか。



- 訪問販売や電話勧誘等の不意打ち性のある一定の勧誘方法による場合などについて、契約時点での契約締結の意思が不安定であること等から、熟慮期間を与えるため、クーリングオフを導入することが適当ではないか。

## 【背景】

- 苦情・相談の内訳については、
  - ・携帯電話サービスは、店舗購入（81.0%）がほとんど
  - ・モバイルデータ通信は、店舗購入（47.2%）、通信販売（21.1%）、電話勧誘販売（11.9%）
  - ・光ファイバーは、電話勧誘（48.1%）、訪問販売（25.8%）となっており、電気通信役務の種類によって、苦情・相談が寄せられる販売形態が異なっている。  
(PIO-NETに登録された苦情相談のうち、2013年4月1日-2014年1月31日に受け付けられたもので、2014年1月31日までに登録されたものの分析結果。P. 54~57参照。)

## 【論点】

- 販売形態により、契約時点での契約締結の意思が不安定であることが惹起されやすいこと等に配慮し、熟慮期間を与えるというクーリングオフが導入されている他の制度と同様の理由により、クーリングオフを導入することは適当ではないか。

- 電気通信役務の提供に係る契約については、実際に利用しないと当該役務の品質等を十分に理解できないという性質があることを踏まえ、店舗販売も含め、販売形態によらないクーリングオフを導入することが適当か。

## 【背景】

- 実際に利用しないと分からない役務の品質等としては、サービスエリアやベストエフォートなどが想定される。
- なお、クーリングオフが規定されている現行制度の中において、商品や役務の複雑性から、販売形態を問わずに、店舗を含めた契約に関するクーリングオフを定めているものは存在するが、クーリングオフの権利行使の判断の前提として商品や役務の消費が必要であることをその導入趣旨としているものはない。
  - ※ 商品の引渡し日を期間の始期としているものもあるが、その趣旨は、クーリングオフの権利行使の判断の前提として、当該商品を現実に見ることで冷静な判断をさせること（連鎖販売取引のうち再販売をする商品の購入に係るもの）等とされている。

## 【論点】

- 実際に利用しないと電気通信役務の品質等を十分に理解できないという性質があることを踏まえ、販売形態によらず、クーリングオフを導入することは適当ではないか。
- なお、役務の品質を試すための試用サービスによる対応の可能性については、まずは、実効性のある試用サービスが導入されうるかどうかを踏まえ、検討を行うことが適当ではないか。

## (参考)他の法令におけるクーリングオフ等の規定の例(1)

| 法律名                          | 条文        | 取引                       | 期間   |     | 金銭請求              |                        |
|------------------------------|-----------|--------------------------|--|-----|-------------------|------------------------|
|                              |           |                          | 始期   | 期間  | 損害賠償等             | 役務等の対価                 |
| 特定商取引に関する法律<br>(昭和51年法律第57号) | § 9       | 訪問販売                     | 申込書面又は契約書面受領のいずれか早い日 <sup>※2</sup>   | 8日  | ×<br>(§ 9Ⅲ)       | ×<br>(§ 9Ⅴ)            |
|                              | § 15の2    | 通信販売 <sup>※1</sup>       | 商品の引渡し又は指定権利の移転の日  | 8日  | ○<br>(-)          | ○ <sup>※6</sup><br>(-) |
|                              | § 24      | 電話勧誘販売                   | 申込書面又は契約書面受領のいずれか早い日 <sup>※2</sup>   | 8日  | ×<br>(§ 24Ⅲ)      | ×<br>(§ 24Ⅴ)           |
|                              | § 48      | 特定継続的役務提供                | 契約書面受領の日 <sup>※2・3</sup>   | 8日  | ×<br>(§ 48Ⅳ)      | ×<br>(§ 48Ⅵ)           |
|                              | § 40      | 連鎖販売取引                   | 契約書面受領の日 <sup>※2・3</sup><br>(商品(再販売をするものに限る。)の引渡し)が当該日より遅い場合は、当該引渡し日)                                | 20日 | ×<br>(§ 40Ⅰ)      | ○ <sup>※7</sup><br>(-) |
|                              | § 58      | 業務提供誘因販売                 | 契約書面受領の日 <sup>※2・3</sup>   | 20日 | ×<br>(§ 58Ⅰ)      | ○ <sup>※7</sup><br>(-) |
|                              | § 9の2     | 訪問販売における過量販売             | 契約締結日 <sup>※4</sup>  | 1年  | ×<br>(§ 9の2Ⅲ)     | ×<br>(§ 9の2Ⅲ)          |
| 割賦販売法<br>(昭和36年法律第159号)      | § 35の3の10 | 個別信用購入あっせん関係受領契約         | 申込書面又は契約書面受領のいずれか早い日 <sup>※2</sup>   | 8日  | ×<br>(§ 35の3の10Ⅲ) | ×<br>(§ 35の3の10Ⅶ)      |
|                              | § 35の3の11 | 特定継続的販売個人個別信用購入あっせん関係契約  | 申込書面又は契約書面受領のいずれか早い日 <sup>※2</sup><br>(特定連鎖販売個人契約に係る場合については、商品(再販売をするものに限る。)の引渡し)が当該日より遅い場合は、当該引渡し日) | 8日  | ×<br>(§ 35の3の11Ⅴ) | ×<br>(§ 35の3の11Ⅸ)      |
|                              |           | 特定連鎖販売個人個別信用購入あっせん関係契約   |  | 20日 |                   |                        |
|                              | § 35の3の12 | 過量販売における個別信用購入あっせん関係受領契約 | 契約締結日 <sup>※4</sup>  | 1年  | ×<br>(§ 35の3の12Ⅲ) | ×<br>(§ 35の3の12Ⅶ)      |

## (参考)他の法令におけるクーリングオフ等の規定の例(2)

| 法律名                                | 条文     | 取引              | 期間  |     | 金銭請求           |  |
|------------------------------------|--------|-----------------|---|-----|----------------|--|
|                                    |        |                 | 始期  | 期間  | 損害賠償等          | 役務等の対価   |
| 金融商品取引法<br>(昭和23年法律第25号)           | § 37の6 | 金融商品取引契約        | 契約書面受領の日 <sup>※3</sup>                      | 10日 | ×<br>(§ 37の6Ⅲ) | ○<br>(§ 37の6Ⅲ)<br>契約解除までの期間<br>に相当する報酬等の<br>請求可能 |
| 宅地建物取引業法<br>(昭和27年法律第176号)         | § 37の2 | 店舗外での宅地・建物の売買契約 | 申込み撤回等告知書面 <sup>※5</sup> 受領の日               | 8日  | ×<br>(§ 37の2Ⅰ) | △<br>(-)   |
| 特定商品等の預託等取引契約に関する法律(昭和61年法律第62号)   | § 8    | 預託等取引契約         | 契約書面受領の日 <sup>※3</sup>                      | 14日 | ×<br>(§ 8Ⅰ)    | △<br>(-)   |
| ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律(平成4年法律第53号) | § 12   | ゴルフ会員権          | 契約書面受領の日 <sup>※3</sup>                      | 8日  | ×<br>(§ 12Ⅰ)   | ×<br>(§ 12Ⅲ)                                     |
| 不動産特定共同事業法(平成6年法律第77号)             | § 26   | 不動産特定共同事業契約     | 契約書面受領の日 <sup>※3</sup>                      | 8日  | ×<br>(§ 26Ⅲ)   | △<br>(-)   |
| 保険業法(平成7年法律第105号)                  | § 309  | 保険契約            | 申込み撤回等告知書面 <sup>※5</sup> 受領又は契約の申込みのいずれか遅い日 | 8日  | ×<br>(§ 309Ⅴ)  | ○<br>(§ 309Ⅴ)<br>契約解除までの期間<br>に相当する報酬等の<br>請求可能  |

○は請求可、×は請求不可、△はいずれか不明

- ※1 申込みの撤回等に関する特約を広告等で適切に表示していた場合には、当該特約に従う
- ※2 不実告知による申込み撤回等に関する誤認があり、権利行使することなく期間を経過してしまった場合は、申込み撤回等告知書面受領の日
- ※3 申込書面交付義務なし
- ※4 契約締結日は、契約書面に記載するよう省令で規定
- ※5 申込みの撤回等に関する事項のみを記載した書面を省令で規定
- ※6 既に商品の引渡し又は権利の移転がされている場合には、その引取り又は返還に関する費用は、購入者の負担(§ 15の2Ⅱ)
- ※7 逐条解説で可能と説明

## クーリングオフの規定の例

○電気通信事業者の営業活動に関する自主ガイドライン（電気通信サービス向上推進協議会（平成24年4月））  
（申込みの撤回）

第8条 事業者は、利用者からの申込みの撤回等（契約の解除を含む。）の申出を受け付けるものとする。

2 訪問又は電話による勧誘の誤認防止を目的として、事業者は、当該申出に係る電気通信サービスが回線敷設工事前の場合、原則その利用者に係る料金及び経費の支払いを求めないものとする。

なお、本条に規定する電気通信サービスは、FTTH サービス及びCATVインターネット接続サービスをいう。

○特定商取引法（昭和51年法律第57号）

（訪問販売における契約の申込みの撤回等）

第九条 販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において商品若しくは指定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客から商品若しくは指定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において商品若しくは指定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合（営業所等において申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約又は役務提供契約を締結した場合を除く。）若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客と商品若しくは指定権利若しくは役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合におけるその購入者若しくは役務の提供を受ける者（以下この条から第九条の三までにおいて「申込者等」という。）は、書面によりその売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。ただし、申込者等が第五条の書面を受領した日（その日前に第四条の書面を受領した場合にあつては、その書面を受領した日）から起算して八日を経過した場合（申込者等が、販売業者若しくは役務提供事業者が第六条第一項の規定に違反して申込みの撤回等に関する事項につき不実のことを告げる行為をしたことにより当該告げられた内容が事実であるとの誤認をし、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条第三項の規定に違反して威迫したことにより困惑し、これらによつて当該期間を経過するまでに申込みの撤回等を行わなかつた場合には、当該申込者等が、当該販売業者又は当該役務提供事業者が主務省令で定めるところにより当該売買契約又は当該役務提供契約の申込みの撤回等を行うことができる旨を記載して交付した書面を受領した日から起算して八日を経過した場合）においては、この限りでない。

2 申込みの撤回等は、当該申込みの撤回等に係る書面を発した時に、その効力を生ずる。

3 申込みの撤回等があつた場合においては、販売業者又は役務提供事業者は、その申込みの撤回等に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。

4 申込みの撤回等があつた場合において、その売買契約に係る商品の引渡し又は権利の移転が既にされているときは、その引取り又は返還に要する費用は、販売業者の負担とする。

5 販売業者又は役務提供事業者は、商品若しくは指定権利の売買契約又は役務提供契約につき申込みの撤回等があつた場合には、既に当該売買契約に基づき引き渡された商品が使用され若しくは当該権利の行使により施設が利用され若しくは役務が提供され又は当該役務提供契約に基づき役務が提供されたときにおいても、申込者等に対し、当該商品の使用により得られた利益若しくは当該権利の行使により得られた利益に相当する金銭又は当該役務提供契約に係る役務の対価その他の金銭の支払を請求することができない。

6 役務提供事業者は、役務提供契約につき申込みの撤回等があつた場合において、当該役務提供契約に関連して金銭を受領しているときは、申込者等に対し、速やかに、これを返還しなければならない。

7 役務提供契約又は指定権利の売買契約の申込者等は、その役務提供契約又は売買契約につき申込みの撤回等を行つた場合において、当該役務提供契約又は当該指定権利に係る役務の提供に伴い申込者等の土地又は建物その他の工作物の現状が変更されたときは、当該役務提供事業者又は当該指定権利の販売業者に対し、その原状回復に必要な措置を無償で講ずることを請求することができる。

8 前各項の規定に反する特約で申込者等に不利なものは、無効とする。

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
  - 3-1 契約関係からの離脱に関するルール
  - 3-2 契約の取消し
  - 3-3 クーリングオフ
    - 3-3-1 個別の論点
  - 3-4 解約
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

- 電気通信役務の提供に係る契約にクーリングオフを導入することとした場合、対象となる役務についてどのように考えるか。

## 【背景】

- 電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明は、国民の日常生活に係る電気通信役務について行うこととされており、具体的には、
  - ①電話及びISDNサービス
  - ②携帯電話及び携帯インターネット接続サービス
  - ③PHS及びPHSインターネット接続サービス
  - ④インターネット接続サービス
  - ⑤DSLサービス
  - ⑥FTTHサービス
  - ⑦CATVインターネットサービス
  - ⑧BWAサービス
  - ⑨公衆無線LANアクセスサービス
  - ⑩FWAサービス
  - ⑪IP電話サービスが提供条件の説明が必要な電気通信役務として、総務省令において定められている。

## 【論点】

- クーリングオフが必要となる役務は、現行の提供条件の説明が必要となる国民の日常生活に係る電気通信役務を基本として検討することが適当か。

- 電気通信役務の提供に係る契約にクーリングオフを導入することとした場合、クーリングオフが可能な期間について、どのように考えるか。

## 【背景】

- 現行のクーリングオフに係る制度では、契約の解除等が可能な期間の始期は、①契約締結時又は②書面交付時としている例が多く、また、③商品の引渡し時としている例もごく一部であるが存在している。

## 【論点】

- クーリングオフ可能な期間の起算日を契約締結時や書面交付時とすると、
  - ・ 開始時期が明確になる
  - ・ 事業者がリスクを回避することにより期間中における役務提供自体が行われなくなる可能性が考えられる。
- クーリングオフ可能な期間の起算日を役務提供開始時とすると、
  - ・ 役務の提供が実際に行われ、利用者が役務の品質等を確認することができる
  - ・ 実際に役務の提供が開始された日を明確に特定することが困難な場合があり得ること
  - ・ 役務の提供が開始した場合には、役務が実際に提供された期間の費用負担が生じる可能性が考えられる。
- 開始時期等を明確にするため、クーリングオフ可能な期間の起算日を書面交付日とすることが適当か。その上で、試用としてのクーリングオフを導入することとした場合には、クーリングオフ期間中の役務の提供がその趣旨から必要とされるため、例えば、クーリングオフ期間中の役務の提供を義務付けることは適当か。
- 役務の利用を可能とするために工事が必要となるサービスについては、工事が開始された場合には、工事費の負担や原状復帰が必要となり、利用者の負担が大きくなりうるため、異なる取扱いを検討することが適当か。



- クーリングオフ可能期間中における役務利用に係る事業者からの対価請求についてどのように考えるか。

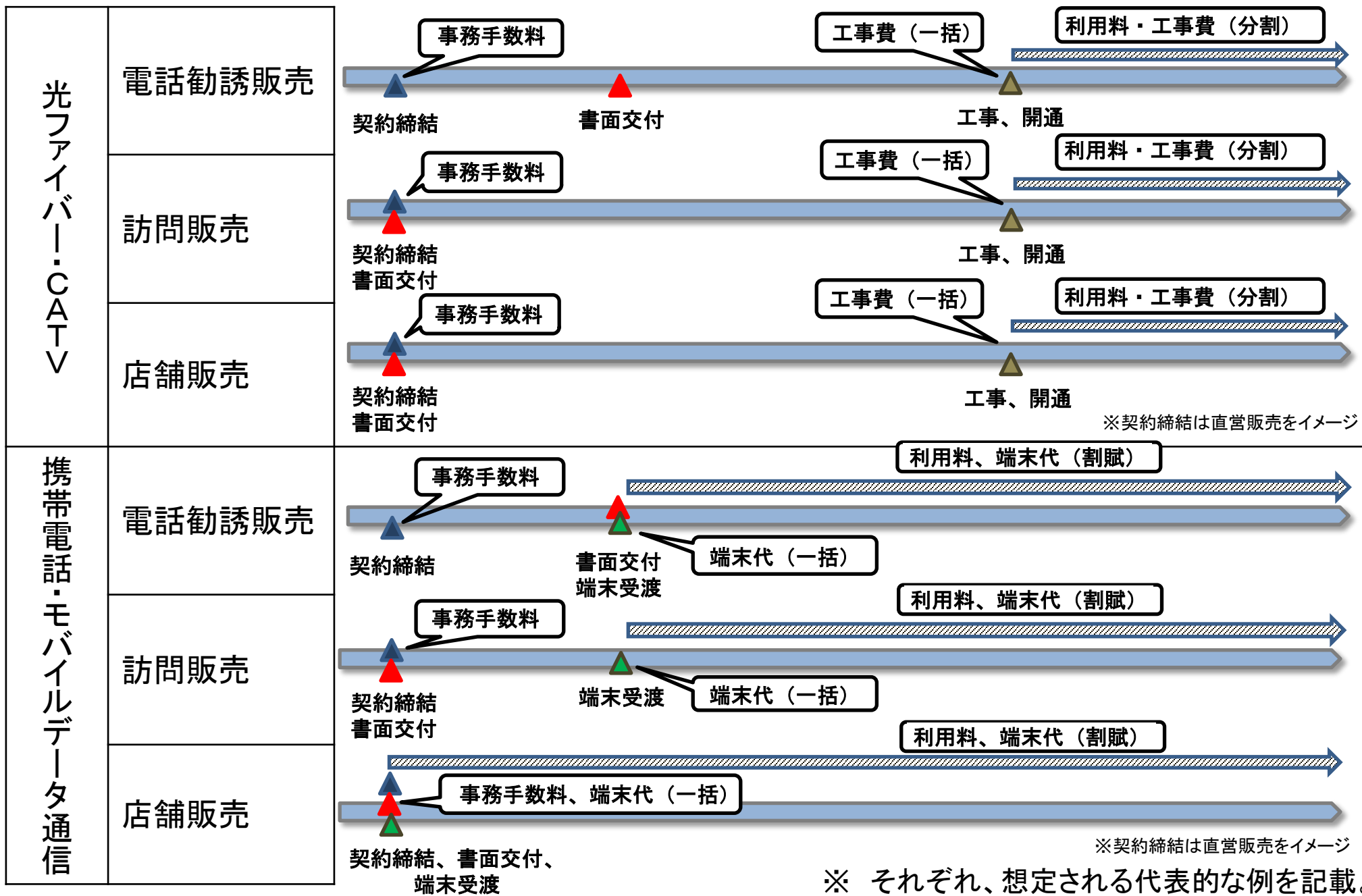
## 【背景】

- クーリングオフが導入されている現行制度においては、役務の対価請求をできないこととするものが多いが、他方で、事業者からの対価請求を認めているものもある。（保険契約の解除までの期間に相当する保険料等）

## 【論点】

- 事業者と利用者との間の公平の観点から認められるのであれば、対価請求を認めることは可能か。この点、電気通信役務は、①利用者利便の観点から結果として期間中における役務提供が行われなくなることは望ましくないこと、②クーリングオフを前提とした役務の大量利用の懸念もあること等を踏まえれば、対価請求を認めることも許容されることは適当か。
- 特に、試用としてのクーリングオフを導入することとした場合には、事業者に対し期間中に役務を提供しないことはできないという制約が課されることも想定され、一定の対価請求を認めることは適当か。
- ただし、その際、役務の利用の対価が期間中の役務の利用を事実上禁止するようなものとなる恐れもあることから、事業者による対価請求を認める場合には、その条件に関し一定の規律をすべきか。

※ これらの点について、特別の規律を行うのではなく、不当利得等の一般的な法理により解決することも考えられるが、対価請求に関する規定がない場合について事業者側からの対価請求を否定する見解も多いこと、両者にとって適正な対価に関する予見可能性が損なわれること、不当利得に関する証明が困難であること等に留意が必要。



- 電気通信役務の提供に係る契約にクーリングオフを導入することとした場合、電気通信役務の提供に必要な端末の取扱いについて、どのように考えるか。

## 【背景】

- 携帯電話などの電気通信役務の提供に係る契約については、当該契約と同時に、電気通信役務の提供に必要な携帯電話端末の販売が行われている。
  - ※ 電気通信役務の提供に係る契約は電気通信事業者と、携帯電話端末の販売に係る契約は販売店との間で締結されており、契約の相手方が異なる。
- 電気通信役務の提供に当たり必要となる端末は、
  - ① 固有の電気通信役務の契約においてのみ用いることができる端末（SIMロック端末）
  - ② 固有の電気通信役務の契約以外にも用いることができる端末（SIMフリー端末）に分けることができる。

## 【論点】

- 電気通信役務の提供に係る契約は、携帯電話端末の販売契約とは別の契約として結ばれており、電気通信役務と携帯電話端末の販売は性質も異なるものであることから、基本的には電気通信役務の提供に係る契約のクーリングオフと携帯電話端末の販売を異なる取扱いとすることが適当ではないか。
- その上で、固有の電気通信役務の契約においてのみ用いることができる端末（SIMロック端末）については、電気通信役務の提供に密接に関連していることから、当該役務契約のクーリングオフに準じた携帯電話端末の取扱いを検討することが適当か。

- 電気通信役務の提供に係る契約にクーリングオフを導入することとした場合、当該契約に伴うオプションサービス契約の取扱いについて、どのように考えるか。

## 【背景】

- 電気通信役務の提供に係る契約と併せて販売されるオプションサービスとして
  - ① 電気通信役務の付加的な機能の提供に係る電気通信役務（留守番電話サービス等）
  - ② 電気通信役務を利用して提供されるサービス（動画配信サービス等）
  - ③ 電気通信役務に関するサポートサービス（ウィルス対策、リモートサポートサービス等）
  - ④ 電気通信役務の提供とは必ずしも関係のないサービス（電気通信事業者のサイト等を通じた物販等）などが提供されている。
  - ※ ①は電気通信事業者との間で、②～④のオプションサービスは、電気通信事業者又は他のコンテンツプロバイダーとの間で契約が締結されており、契約の相手方が異なる場合がある。
- 構成員からは、CATVについて、電気通信役務と放送の契約の締結が一体となっていて行われているのではないかの指摘があった。

## 【論点】

- 電気通信役務の提供に係る契約がクーリングオフされた場合に、クーリングオフの効果が及ぶオプションサービスの範囲について、どのように考えるか。
- オプションサービスの契約の相手方と電気通信役務の契約の相手方が同一の場合や電気通信役務の提供に係る契約が必須となる関連性が高いものについては、電気通信役務の提供に係る契約のクーリングオフと連動してその効果を及ぼすことが適当ではないか。一方で、オプションサービスの契約の相手方と電気通信役務の契約の相手方が別の場合や電気通信役務の提供に係る契約がなくとも利用が可能となる関連性が低いオプションサービスについては、クーリングオフの効果を及ぼすことが可能か。
- クーリングオフの効果が及ばないサービスについては、契約時において、書面に特記事項として、その旨が説明されることが適当ではないか。

## <参考>

- CATVについては、電気通信役務のみならず、放送の役務も一体となった契約締結が行われている実態等に鑑み、その取扱いについても別途検討が行われることが適当ではないか。

- クーリングオフについて、何度も利用しようとする利用者について、どのように考えるか

## 【背景】

- 試用としてのクーリングオフについては、役務の品質を実際に確かめるという趣旨を踏まえれば、一度試してみた場合に、その品質を確認することができると考えられる。
- また、クーリングオフを何度も利用しようとする利用者がいた場合、クーリングオフに係るコストが他のクーリングオフを利用しない利用者の負担となる可能性がある。

## 【論点】

- ~~○ 利用者が同一事業者の同一の電気通信役務について、何度もクーリングオフを利用することは、一定の制限を設けることが適当か。~~
- まずは、クーリングオフの制限について、特化したルールで対応するのではなく、クーリングオフに係る適正な費用負担も含めたクーリングオフの適切な制度設計により対応することが適当ではないか。
- その上で、権利の濫用の防止に係る措置を必要に応じ、検討することが適当ではないか。
- なお、クーリングオフの適切な制度設計がなされた場合、基本的には、クーリングオフは正当な権利の行使と考えられ、異なる電気通信事業者間において、クーリングオフの複数回利用等に係る顧客情報の共有を行うことについては、慎重な検討が必要ではないか。

- 電気通信役務の提供に係る契約にクーリングオフを導入することとした場合、個人及び法人において異なる取扱いを設けることが適当か。

## 【背景】

- 電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明は、提供条件の説明義務が電気通信事業者等と消費者との間のトラブルの防止を目的とするものであることから、その対象となる電気通信役務は、主に消費者を対象としたものであり、かつ、日常生活で多用されるものという2つの観点から規定されている。したがって、主として法人等が利用者として見込まれる役務については、提供条件の説明義務の対象外とされている。

## 【論点】

- クーリングオフの検討に当たっても、法人は、技術的知識や習熟性が高いことと考えられること、契約に当たっては個人に比してより慎重な対応が求められること等を踏まえ、クーリングオフにおいて異なる取扱いを設けることが適当ではないか。

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
  - 3-1 契約関係からの離脱に関するルール
  - 3-2 契約の取消し
  - 3-3 クーリングオフ
  - 3-4 解約
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

- 電気通信サービスの特性上、契約中に環境や事情の変更が有り得るということを踏まえ、契約から離脱するための解約ルールについて、どのように考えるか。特に、料金割引を受けるために契約期間の拘束があるプランを選択している場合などについては、どのような対応が考えられるか。

## 【背景】

- 利用者料金については、原則として事前規制は廃止されており、事業者が競争環境にある市場において自由に設定することとされている。
- また、電気通信役務の提供に係る契約については、契約当事者の合意により解約が行われている。
- 構成員からは、利用者が契約期間に拘束がないプランを選択している場合には、費用負担なく契約を解約することができるが、他方で、利用者が料金割引のために契約期間に拘束があるプランを選択している場合には、一律に契約解除料が発生するため、契約を解約することが実質的に制限されてしまうのではないかと指摘がある。

## 【論点】

- 一律の契約解除料による実質的な契約の解約制限が生じることによりどのように対応すべきか。
  - ① 期間拘束あり・なしプランの選択について、事業者が利用者の経済的合理性ある判断に資するような情報提供を行い、利用者が契約内容を十分に理解できるような環境を整備することによる対応が適切か。
  - ② あるいは、利用者による契約期間における環境や事情の変更に係る予見可能性や認知能力には一定の限界が有ることを踏まえ、解約に関する何らかの費用分担に関する取組による対応が適切か。
- 対応の検討に当たっては、
  - 契約期間終了後の自動更新や自動更新時期に対する利用者の認識が不足していること（**プッシュ型通知がデフォルトで送られていないこと**）、契約解除料が発生せずに解約できる期間が1ヶ月に限られていること、長期期間利用した場合でも更新月以外には一律の契約解除料が発生すること、
  - 契約解除料に係る利用者と事業者の間の費用分担の在り方（現在、契約解除料について、消費者契約法に基づく訴訟が行われていることに留意。）、
  - 一律に費用分担を定めることが困難な場合には、利用者の苦情・相談を効果的に解決する紛争解決の仕組みに留意して検討することが必要ではないか。



# (参考) 契約期間拘束による割引と違約金の例(LTEプランの基本料金)

基本料金等の役務の料金について、一定期間の通信契約継続を条件に半額とするとともに、契約期間途中の解約については契約解除料が発生する割引プランが提供されている。

|               |                  | NTTドコモ   | au   | ソフトバンク   |
|---------------|------------------|--|--|--|
| 期間拘束<br>無しプラン | 名称               | タイプXi  | LTEプラン   | 標準プラン  |
|               | 基本料金             | 1,486円   | 1,868円   | 1,867円   |
| 期間拘束<br>有リプラン | 名称               | タイプXiにねん   | 誰でも割   | ホワイトプラン  |
|               | 基本料金             | 743円<br>(拘束無しプランの半額)   | 934円<br>(拘束無しプランの半額)   | 934円<br>(拘束無しプランの半額)   |
|               | 契約期間             | 2年間<br>(契約満了月の翌月以外<br>に解約した場合、解約金<br>(9,500円)が発生)  | 2年間<br>(契約更新月以外に解約<br>した場合、契約解除料<br>(9,500円)が発生)   | 2年間<br>(契約更新月以外に解約<br>した場合、契約解除料<br>(9,500円)が発生)   |
|               | 自動更新             | あり   | あり   | あり   |
|               | 更新時期の<br>プッシュ型通知 | 「ドコモご利用額お知らせメール」(無料申込制)において、更新月前月・更新月に更新時期のお知らせを開始(平成25年3月)<br>※ドコモご利用額お知らせメールの受信登録の推奨を重要事項説明書に記載(平成25年4月) | 「WEB de 請求書お知らせメール」(無料申込制)において、更新月前月・更新月に更新時期のお知らせを開始(平成21年8月)<br>※WEB de 請求書お知らせメールの受信登録の推奨を重要事項説明書・HPに記載(平成25年2月・3月) | 「請求確定通知お知らせ情報」(無料申込制)において、更新月前月・更新月に更新時期のお知らせを開始(平成25年8月)<br>※請求確定通知お知らせ情報の周知開始(平成25年6月) |
|               | 端末買換に関する制約       | なし   | なし   | なし   |

# (参考) 契約解除料に関する第2審判決の比較

| ソフトバンクモバイル(平成25年7月大阪高裁)   | au(平成25年3月 大阪高裁判決)   | NTTドコモ(平成24年12月大阪高裁判決)   |
|---|--|--|
| 「平均的損害」(消費者契約法9条1号)の範囲  |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 民法416条を前提としつつ、そこで生ずる損害を、当該事業者が締結する多数の同種契約について定型化した基準と解するのが相当であり、民法416条の「通常生ずべき損害」と同義であって、事業者の営業上の利益(逸失利益)が含まれると解すべき。</li> <li>● 「平均的な損害」とは同一事業者が締結する多数の同種契約事案について典型的に考察した場合に算定される平均的な損害の額</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 債務不履行の際の損害賠償請求権の範囲を定める民法416条が前提(※1)</li> <li>● 損害賠償の範囲は、契約が履行された場合に事業者が得られる利益(逸失利益)の賠償とすべきであり、「平均的損害」は、解約に伴う逸失利益から解約に伴い事業者が支出を免れた費用を控除した額</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 民法第416条を制限するものと解すべき(※2)</li> <li>● 基本使用料金の中途解約時から契約期間満了時までの累積額(≒逸失利益)は、「平均的な損害」の算定の基礎とはせず、基本使用料金の割引開始から中途解約時までの累積額を「平均的損害」算定の基礎とすべき</li> </ul>  |
| 「平均的損害」の算出方法  |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 1か月当たりの平均1契約当たりの営業上の損失(平均的収入(ARPU)から変動コストを控除した額)に、解除後の平均残存期間を乗じて得られる金額である4万7689円が平均的な損害に当たるといふべき。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 平成21年度以降のARPUの平均値(5014円)、解約に伴い事業者が支出を免れる費用(ARPUの20%相当額)を勘案し、1か月あたりの逸失利益を4000円と算定</li> <li>● 「平均的損害」の額は、(第1審判決のように)当事者が設定した区分を裁判所がさらに月単位に細分化することを認める趣旨であるとは解されず、時期等により同一区分に分類される同種の契約における違約による損害の平均値を求めることによつて算出すべき(※3)</li> </ul> <p>※3 解約までの平均的期間(11.59か月間)等から、ARPU 5000円として支出を免れる経費(ARPUの15-20%)を控除し、12.41か月(残余時間)を乗じた金額が4万9640円。</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 契約条件を受け入れる顧客に限って安い割引後基本使用料を提示しているため、標準基本使用料金と割引後基本使用料金との差額を損害とすべき(=1837円)</li> <li>● 消費者契約法9条1号の趣旨によれば、消費者を総体的に捉え、解除の時期を問うことなく算出することが可能(中途解約までの平均経過月数は13.5か月)</li> <li>● 「平均的損害」の額は、1837円×13.5か月(中途解約までの平均経過月数)=2万4799円であり、違約金の額9975円はこれを下回るものであるから、解約金条項に定める金額は妥当</li> </ul> |
| 契約の更新後についての「平均的損害」の考え方  |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 「平均的損害」の算出方法も、更新前と同様の考え方とすべき</li> </ul>  |  |  |
| 事業者からの提供条件の説明について(法10条関係)   |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費者は基本使用料金の割引を受けており、解約権に制限を受けることに見合った対価であり、一方的に不利益なものではなく、事業者側は解約金条項について自動更新となる旨も含め明確に説明していることから、法10条に該当せず。</li> </ul>   |  |  |

※1 民法416条は、債務の不履行による損害賠償の範囲について「通常生ずべき損害」とし、通常、逸失利益を含むものと解される。

※2 特定商取引法、割賦販売法等が、役務提供等の履行前の解除について、契約締結及び履行に通常要する費用を超える額の金銭の支払いを請求できないとすることを勘案し、解釈。

## ○消費者契約法（平成12年法律第61号）

（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効）

**第九条** 次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であつて、これらを合算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者が生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分

二 （略）

（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）

**第十条** 民法、商法（明治三十二年法律第四十八号）その他の法律の公の秩序に関しなない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であつて、民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一的に害するものは、無効とする。

- オプションサービス等の契約について、無料期間において利用実績がなかった場合の契約について、無料期間終了後の契約の取扱いをどのように考えるか。

## 【背景】

- オプションサービス等の契約の無料期間は、利用者に対し様々なサービスに触れる機会の提供に資するが、他方で、全く利用がないオプションサービス等の契約についても、無料期間終了後にも自動継続され、課金がされる場合がある。
- ヒアリングにおいて、一部の事業者より、無料期間が終わったら、自動的に一度サービスを終了し、続けて使いたいという利用者の意思を確認して、サービス提供の継続を可能とするシステムを検討中との意見があった。

## 【論点】

- オプションサービス等の契約の無料期間終了後には、自動で契約が継続するのではなく、一度契約が終了し、継続利用を希望するもののみが契約の申込みを行うことを必要とするような利用者の利用意思を確実に確認する取組の推進について、検討することが適当ではないか。

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
  - 4-1 再勧誘
  - 4-2 代理店監督体制
- 5 苦情・相談処理体制の在り方

- 電気通信役務の販売勧誘について、勧誘拒否の意思を表示した消費者等に対する再勧誘を禁止する制度を導入することが適当ではないか。

## 【背景】

- 電気通信サービス向上推進協議会による「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」においては、電話販売に関する再勧誘禁止及び訪問販売に関する再勧誘禁止の努力義務が規定されており、対応が行われているが、現実には、契約代理店等による執拗な勧誘が行われたとの苦情・相談が寄せられている。

## 【論点】

- 事業者による自主的な取組によっても、執拗な勧誘が行われたとの苦情・相談が未だに寄せられている現状を鑑みると、勧誘拒否の意思を表示した消費者等に対する再勧誘を禁止する制度を導入することが適当ではないか。

- 電気通信役務の販売勧誘に関して再勧誘を禁止した場合、対象となる事業者の範囲についてどのように考えるか。

## 【背景】

- 電気通信事業法に基づく提供条件の説明義務は、電気通信事業者のほか、電気通信役務に関する契約の締結を媒介、取次ぎ又は代理する者（契約代理店）も対象としている。
- また、電気通信役務に関する販売勧誘を行っているのは契約代理店であることが多く、電気通信サービス向上推進協議会による「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」においても、再勧誘が禁止される対象事業者として、電気通信事業者のほか、契約代理店を含めている。

## 【論点】

- 再勧誘の禁止の検討に当たっては、利用者利益の保護及び販売勧誘の実態を踏まえ、再勧誘が禁止される対象には提供条件の説明義務と同様に電気通信事業者のほか、契約代理店も含めるのが適当ではないか。

- 電気通信役務の販売勧誘に関して再勧誘を禁止した場合、対象となる電気通信役務及び取引類型についてどのように考えるか。

## 【背景】

- 電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明は、国民の日常生活に係る電気通信役務について行うこととされており、具体的には、
  - ①電話及びISDNサービス
  - ②携帯電話及び携帯インターネット接続サービス
  - ③PHS及びPHSインターネット接続サービス
  - ④インターネット接続サービス
  - ⑤DSLサービス
  - ⑥FTTHサービス
  - ⑦CATVインターネットサービス
  - ⑧BWAサービス
  - ⑨公衆無線LANアクセスサービス
  - ⑩FWAサービス
  - ⑪IP電話サービスが提供条件の説明が必要な電気通信役務として、総務省令において定められている。
- 契約代理店による執拗な勧誘が行われたとの苦情・相談は、主に訪問販売・電話勧誘販売に関するものであり、店舗販売・通信販売については、執拗な勧誘により、不本意な契約が締結させられてしまう危険性は低い。

## 【論点】

- 再勧誘が禁止される役務は、現行の提供条件の説明が必要となる国民の日常生活に係る電気通信役務を基本とすることが適当ではないか。
- また、再勧誘禁止の適用対象については、取引類型ごとに検討することが適当か。具体的には、再勧誘禁止の対象を訪問販売・電話勧誘販売とすることが適当ではないか。



- 契約代理店が勧誘を行い相手方が勧誘拒否の意思を表示した場合、再勧誘禁止の効果が及ぶ主体の範囲をどのように考えるか。

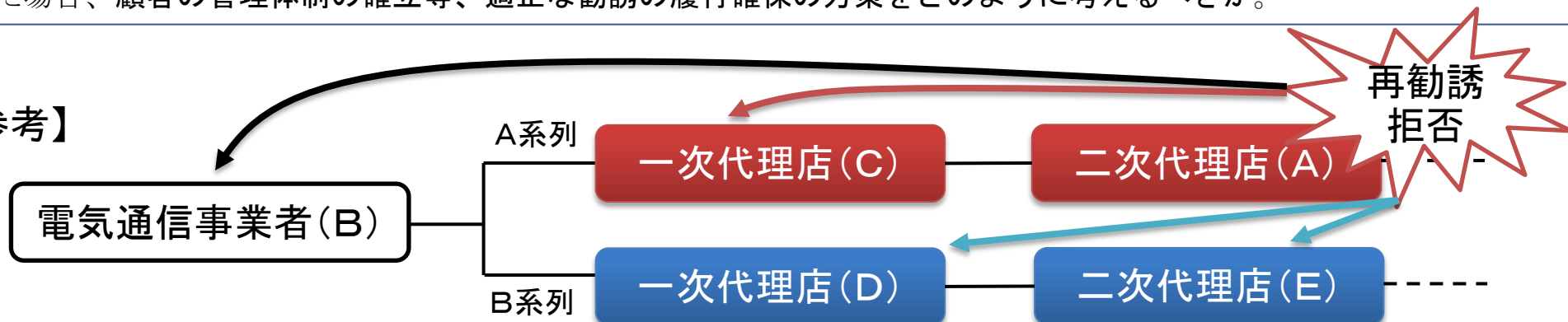
## 【背景】

- 電気通信サービス向上推進協議会による「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」においては、再勧誘禁止規定の対象として、電気通信事業者のほか、契約代理店も含まれており、事業者による自主的な対応が行われているが、現実には、契約代理店等による執拗な勧誘が行われたとの苦情・相談が寄せられている。
- 再勧誘禁止の効果が勧誘拒否の意思を表示された契約代理店にしか及ばず、別の契約代理店からの勧誘が可能であれば、再勧誘禁止の実効性を担保できないのではないか。

## 【論点】

- 契約代理店が勧誘して相手方が勧誘拒否の意思を表示した場合、再勧誘禁止の効果について当該契約代理店（A）と代理店契約を締結した電気通信事業者（B）のほか、当該契約代理店の系列代理店（C）や当該電気通信事業者から代理権を授与された他の契約代理店の系列代理店等（D，E）にも及ぼすのが適当か。
- 異なる電気通信事業者間においても、再勧誘の拒否の効果を及ぼすことも考えられるが、勧誘対象者情報の共有等の観点からは困難ではないか。
- 契約代理店の勧誘行為に起因して、当該契約代理店に代理権等を授与した電気通信事業者に再勧誘禁止の効果が及ぶとした場合、顧客の管理体制の確立等、適正な勧誘の履行確保の方策をどのように考えるべきか。

## 【参考】



- 利用者が勧誘拒否の意思を表示した場合、再勧誘が禁止される役務の範囲や再勧誘が禁止される時間的範囲をどのように考えるか。

## 【背景】

- 電気通信事業者や契約代理店においては、様々な電気通信の役務提供契約について販売勧誘を行っており、「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」においては、再勧誘を拒否されたときは、「当面の間」勧誘をしてはならない旨規定されており、一定期間経過後は勧誘し得る記載内容となっている。
- 再勧誘の禁止を規定する他の法律（特定商取引法）においても、消費者等による勧誘拒否の意思表示により、同一事業者の全ての勧誘行為が常に禁止されるわけではなく、再勧誘が禁止される範囲については、個別事案ごとに判断する必要があるものとされている。

## 【論点】

- 利用者から特定の契約について勧誘を拒否する意思表示された場合、再勧誘が禁止される契約の範囲や禁止される期間をどのように考えるべきか。勧誘拒否の意思表示外の役務提供契約や拒否の意思表示から一定の期間が経過した場合については、事業者からの勧誘を認めることが適当ではないか。

| 内容 | 件数 | 相談内容例 |
|----|----|-------|
|----|----|-------|

構成員限り

※ 「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定している

内容

件数

相談内容例

構成員限り

※ 「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定している

## 再勧誘の禁止

○電気通信事業者の営業活動に関する自主基準（電気通信サービス向上推進協議会（平成24年4月））

（再勧誘の禁止）

第6条 事業者又は代理店は、電話による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときは、当面の間、当該利用者に対し電話による勧誘をしてはならない。  
又、訪問による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときも、当面の間、勧誘を行わないよう努めなければならない。

○特定商取引法（昭和51年法律第57号）

（契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止等）

第三条の二 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、勧誘を受ける意思があることを確認するよう努めなければならない。

2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。

（指示）

第七条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一～四 （略）

（業務の停止等）

第八条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第三条、第三条の二第二項若しくは第四条から第六条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において訪問販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、訪問販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 （略）

（契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止）

第十七条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。

（指示）

第二十二条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第十六条から第二十一条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一～三 （略）

（業務の停止等）

第二十三条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第十六条から第二十一条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、電話勧誘販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 （略）

（罰則）

第七十条の二 第八条第一項、第十五条第一項若しくは第二項、第二十三条第一項、第三十九条第一項から第四項まで、第四十七条第一項、第五十七条第一項若しくは第二項又は第五十八条の十三第一項の規定による命令に違反した者は、二年以下の懲役又は三百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

第七十二条 次の各号のいずれかに該当する者は、百万円以下の罰金に処する。

一 （略）

二 第七条、第十四条、第二十二條、第三十八條、第四十六條、第五十六條又は第五十八條の十二の規定による指示に違反した者

三～十一 （略）

2 （略）

## 再勧誘の禁止

○金融商品取引法（昭和23年法律第25号）

（禁止行為）

**第三十八条 金融商品取引業者等又はその役員若しくは使用人は、次に掲げる行為をしてはならない。**ただし、第四号から第六号までに掲げる行為にあつては、投資者の保護に欠け、取引の公正を害し、又は金融商品取引業の信用を失墜させるおそれのないものとして内閣府令で定めるものを除く。

一～五 （略）

**六 金融商品取引契約**（当該金融商品取引契約の内容その他の事情を勘案し、投資者の保護を図ることが必要なものとして政令で定めるものに限る。）**の締結の勧誘を受けた顧客が当該金融商品取引契約を締結しない旨の意思（当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続する行為**

七 （略）

（金融商品取引業者に対する業務改善命令）

**第五十一条 内閣総理大臣は、金融商品取引業者の業務の運営又は財産の状況に関し、公益又は投資者保護のため必要かつ適当であると認めるときは、その必要の限度において、当該金融商品取引業者に対し、業務の方法の変更その他業務の運営又は財産の状況の改善に必要な措置をとるべきことを命ずることができる。**

（金融商品取引業者に対する監督上の処分）

**第五十二条 内閣総理大臣は、金融商品取引業者が次の各号のいずれかに該当する場合においては、当該金融商品取引業者の第二十九条の登録を取り消し、第三十条第一項の認可を取り消し、又は六月以内の期間を定めて業務の全部若しくは一部の停止を命ずることができる。**

一～五

**六 金融商品取引業又はこれに付随する業務に関し法令（第四十六条の六第二項を除く。）又は法令に基づいてする行政官庁の処分に違反したとき。**

七～十一 （略）

2～5 （略）

（禁止行為）

**第六十六条の十四 金融商品仲介業者又はその役員若しくは使用人は、次に掲げる行為をしてはならない。**

一 金融商品仲介業に関連し、次に掲げるいずれかの行為を行うこと。

イ （略）

ロ **第三十八条第二号から第六号までに該当する行為**

ハ～ホ （略）

二～三 （略）

（監督上の処分）

**第六十六条の二十 内閣総理大臣は、金融商品仲介業者が次の各号のいずれかに該当する場合においては、当該金融商品仲介業者の第六十六条の登録を取り消し、六月以内の期間を定めて業務の全部又は一部の停止を命じ、業務の方法の変更を命じ、その他監督上必要な事項を命ずることができる。**

一～二 （略）

**三 金融商品仲介業に関し法令又は法令に基づいてする行政官庁の処分に違反したとき。**

2 （略）

（罰則）

**第九十八条の五 次の各号に掲げる違反があつた場合においては、その行為をした金融商品取引業者等、指定親会社、取引所取引許可業者、金融商品仲介業者、信用格付業者、認可金融商品取引業協会若しくは第七十八条第二項に規定する認定金融商品取引業協会、金融商品取引所、第八十五条第一項に規定する自主規制法人、金融商品取引所持株会社、外国金融商品取引所、金融商品取引清算機関、外国金融商品取引清算機関、証券金融会社若しくは取引情報蓄積機関の代表者、代理人、使用人その他の従業者又は金融商品取引業者若しくは金融商品仲介業者は、二年以下の懲役若しくは三百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。**

一 （略）

**二 第五十二条第一項、第五十三条第二項、第五十七条の六第一項、第五十七条の二十第二項、第六十条の八第一項、第六十六条の二十第一項又は第六十六条の四十二第一項の規定による業務の停止の処分（第三十条第一項の認可に係る業務の停止の処分を除く。）に違反したとき。**

二の二～四 （略）

## 再勧誘の禁止

### ○宅地建物取引業法（昭和27年法律第176号）

（業務に関する禁止事項）

**第四十七条の二** 宅地建物取引業者又はその代理人、使用人その他の従業者（以下この条において「宅地建物取引業者等」という。）は、宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供する行為をしてはならない。

2 （略）

3 **宅地建物取引業者等は、前二項に定めるもののほか、宅地建物取引業に係る契約の締結に関する行為又は申込みの撤回若しくは解除の妨げに関する行為であつて、第三十五条第一項第十四号イに規定する宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護に欠けるものとして国土交通省令・内閣府令で定めるもの及びその他の宅地建物取引業者の相手方等の利益の保護に欠けるものとして国土交通省令で定めるものをしてはならない。**

（指示及び業務の停止）

**第六十五条** 国土交通大臣又は都道府県知事は、その免許（第五十条の二第一項の認可を含む。次項及び第七十条第二項において同じ。）を受けた宅地建物取引業者が次の各号のいずれかに該当する場合又はこの法律の規定若しくは特定住宅瑕疵担保責任の履行の確保等に関する法律（平成十九年法律第六十六号。以下この条において「履行確保法」という。）第十一条第一項若しくは第六項、第十二条第一項、第十三条、第十五条若しくは履行確保法第十六条において読み替えて準用する履行確保法第七条第一項若しくは第二項若しくは第八条第一項若しくは第二項の規定に違反した場合においては、当該宅地建物取引業者に対して、必要な指示をすることができる。

一～四 （略）

2 **国土交通大臣又は都道府県知事は、その免許を受けた宅地建物取引業者が次の各号のいずれかに該当する場合には、当該宅地建物取引業者に対し、一年以内の期間を定めて、その業務の全部又は一部の停止を命ずることができる。**

一～一の二 （略）

二 第十三条、第十五条第三項、第二十五条第五項（第二十六条第二項において準用する場合を含む。）、第二十八条第一項、第三十二条、第三十三条の二、第三十四条、第三十四条の二第一項若しくは第二項（第三十四条の三において準用する場合を含む。）、第三十五条第一項から第三項まで、第三十六条、第三十七条第一項若しくは第二項、第四十一条第一項、第四十一条の二第一項、第四十三条から第四十五条まで、第四十六条第二項、第四十七条、**第四十七条の二**、第四十八条第一項若しくは第三項、第六十四条の九第二項、第六十四条の十第二項、第六十四条の十二第四項、第六十四条の十五前段若しくは第六十四条の二十三前段の規定又は履行確保法第十一条第一項、第十三条若しくは履行確保法第十六条において読み替えて準用する履行確保法第七条第一項 の規定に違反したとき。

三～八 （略）

3 （略）

4 **都道府県知事は、国土交通大臣又は他の都道府県知事の免許を受けた宅地建物取引業者で当該都道府県の区域内において業務を行うものが、当該都道府県の区域内における業務に関し、次の各号のいずれかに該当する場合には、当該宅地建物取引業者に対し、一年以内の期間を定めて、その業務の全部又は一部の停止を命ずることができる。**

一 （略）

二 第十三条、第十五条第三項（事務所に係る部分を除く。）、第三十二条、第三十三条の二、第三十四条、第三十四条の二第一項若しくは第二項（第三十四条の三において準用する場合を含む。）、第三十五条第一項から第三項まで、第三十六条、第三十七条第一項若しくは第二項、第四十一条第一項、第四十一条の二第一項、第四十三条から第四十五条まで、第四十六条第二項、第四十七条、**第四十七条の二**又は第四十八条第一項若しくは第三項の規定に違反したとき。

三～五 （略）

（罰則）

**第七十九条** 次の各号のいずれかに該当する者は、三年以下の懲役若しくは三百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

一～三 （略）

四 **第六十五条第二項又は第四項の規定による業務の停止の命令に違反して業務を営んだ者**

### ○宅地建物取引業法施行規則（昭和32年建設省令第12号）

（法第四十七条の二第三項の国土交通省令・内閣府令及び同項の国土交通省令で定める行為）

**第十六条の十二** 法第四十七条の二第三項の国土交通省令・内閣府令及び同項の国土交通省令で定める行為は、次に掲げるものとする。

一 宅地建物取引業に係る契約の締結の勧誘をするに際し、宅地建物取引業者の相手方等に対し、次に掲げる行為をすること。

イ～ハ （略）

ニ **宅地建物取引業者の相手方等が当該契約を締結しない旨の意思（当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。）を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続すること。**

ホ～ヘ （略）

二～三 （略）

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
  - 4-1 再勧誘
  - 4-2 代理店監督体制
- 5 苦情・相談処理体制の在り方



- 契約代理店に関する苦情・相談が多く、また、代理店に対する構造が把握されていないと指摘を踏まえ、代理店に対する監督体制・規律をどのように考えるべきか。

## 【背景】

- 電気通信事業法に基づく提供条件の説明義務は、電気通信事業者のほか、電気通信役務に関する契約の締結を媒介、取次ぎ又は代理する者（契約代理店）も対象としている。
- また、「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」においても、事業者による代理店の監督義務が規定されており、自主的な取組が行われているが、現実には、契約代理店による説明不足等に関する苦情・相談が寄せられている。
- 電気通信サービスの内容や提供条件は、専門的・技術的内容を含むものであり、数次にわたり代理店が存在する場合、電気通信事業者から、代理店に対し、適切な監督がなされなければ、提供条件の説明義務等の消費者等を保護する規定の実効性が担保されないのではないか。

## 【論点】

- 利用者利益の保護や消費者等の保護規定の実効性を担保するためには、契約代理店への監督義務を設けることが適当ではないか。

- 契約代理店への監督義務を設けた場合、監督義務を負う主体及び範囲をどのように考えるべきか。

## 【背景】

- 構成員からは、電気通信役務の販売勧誘は、電気通信事業者や当該事業者と代理店契約を締結した一次代理店以外に二次以降の代理店においても行われているが、電気通信事業者が三次以降の契約代理店について把握していない場合があるとの指摘がある。
- 実際に販売勧誘を行うのは、二次以降の代理店である場合も多く、そのような代理店による説明不足や執拗な勧誘等の苦情・相談が寄せられており、二次以降の代理店に対する監督体制を整備して、消費者等を保護する規定の実効性を担保する必要があるのではないか。

## 【論点】

- 電気通信事業者等は、数次にわたる代理店を把握した上で、適切な販売勧誘が行われるよう、監督体制を整備することが適当ではないか。
  - － 電気通信事業者の監督義務の範囲については、当該事業者と代理店契約を締結した一次代理店が適切な委託管理体制等を構築しているか等について把握・指導等することも含めるのが適当ではないか。
  - － その上で、苦情・相談の実情等を踏まえ、必要な場合には、契約代理店に対しても当該代理店と委託契約等を締結した二次以降の代理店に対する監督義務を課すことが適当か。

## 代理店監督義務

○電気通信事業者の営業活動に関する自主ガイドライン（電気通信サービス向上推進協議会（平成24年4月））  
（代理店指導）

第10条 事業者は、代理店が本自主基準の第3条（氏名等の明示）から第7条（禁止行為）及び第9条（問合せ及び苦情の処理）を遵守し適正な勧誘を行うよう、状況を把握・管理しなければならない。

○携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律（平成17年法律第31号）  
（媒介業者等の監督）

第十二条 携帯音声通信事業者は、第六条第一項の規定により本人確認又は譲渡時本人確認を媒介業者等に行わせることとした場合には、当該本人確認又は当該譲渡時本人確認が確実に行われるよう、総務省令で定めるところにより、当該媒介業者等に対し必要かつ適切な監督を行わなければならない。

○携帯音声通信事業者による契約者等の本人確認等及び携帯音声通信役務の不正な利用の防止に関する法律施行規則（平成17年総務省令第167号）  
（媒介業者等の監督）

第二十五条 法第十二条の規定により携帯音声通信事業者が行わなければならない媒介業者等に対する監督は、本人確認又は譲渡時本人確認（以下「本人確認等」という。）の手順等に関する文書を作成し、当該媒介業者等に配布するとともに、本人確認等が適正かつ円滑に行われるよう、次に掲げる措置を講ずることにより行うこととする。

- 一 媒介業者等が行う本人確認等の業務を監督する責任者の選任
- 二 媒介業者等が行う本人確認等の業務に関する監査
- 三 本人確認等の業務を行う者に対する当該業務に関する研修の実施
- 四 前各号に掲げるもののほか、本人確認等の適正かつ円滑な実施に関し必要な措置

- 1 電気通信役務の特性
- 2 説明義務等の在り方(適合性の原則、書面の交付、広告表示)
- 3 契約関係からの離脱のルール(取消し、クーリングオフ、解約)
- 4 販売勧誘活動の在り方 (再勧誘、代理店監督体制)
- 5 苦情・相談処理体制の在り方
  - 5-1 事例
  - 5-2 論点



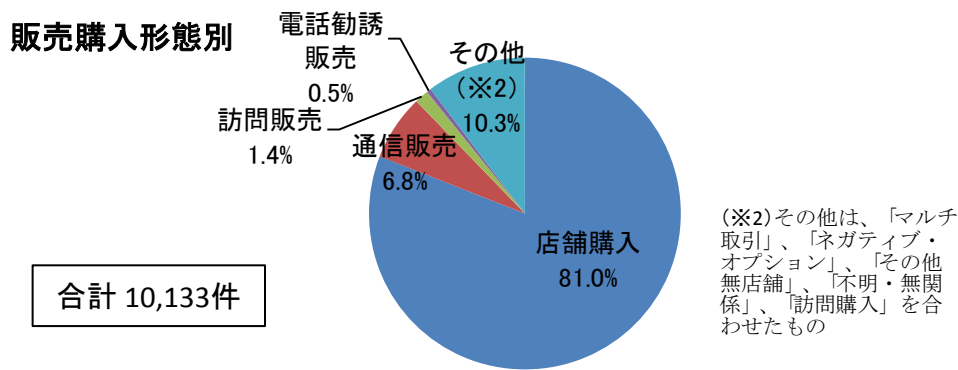
今回WGで主に議論  
(資料1に記載)

# 參考資料

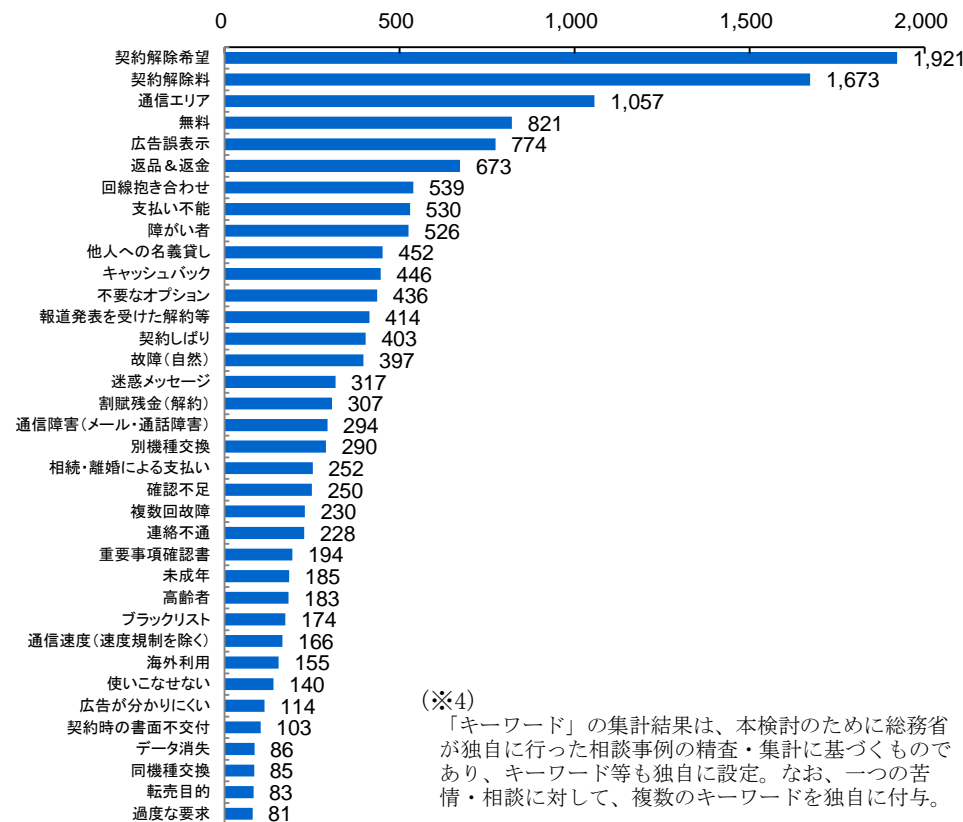
# 「携帯電話サービス」等の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様の傾向であり、店舗購入が最多(81.0%)。
- 苦情・相談内容は、前年度に比べ解約関連が増加し、契約時等の説明不足、高価格・料金等に関するものなども依然として多い。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 通信エリア、通信速度、電波状態や広告等、サービス品質の分かりにくさに関するもの
  - 「実質0円」等の無料強調、セット販売、不要なオプション等、販売勧誘活動や契約時の説明に関するもの
  - 高齢者、未成年、障がい者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - キャッシュバック、料金の支払い等、販売奨励金や料金に関するもの

## 苦情・相談の概要



## 詳細キーワード別苦情・相談分析(※4)



## 内容別

(※3)内容等キーワードは、複数回答項目

| 上位 | 内容等キーワード(※3) | 付与数   | 前年度との比較 |
|----|--------------|-------|---------|
| 1  | 解約全般         | 3,226 | 2位から△   |
| 2  | 説明不足         | 2,704 | 1位から▼   |
| 3  | 高価格・料金       | 1,754 | -       |
| 4  | 解約料          | 1,697 | -       |
| 5  | クレーム処理       | 1,382 | -       |
| 6  | 他の接客対応       | 1,222 | 7位から△   |
| 7  | 契約           | 1,220 | 6位から▼   |
| 8  | 契約書・書面全般     | 1,084 | -       |
| 9  | 虚偽説明         | 857   | 14位から△  |
| 10 | 返金           | 787   | 12位から△  |

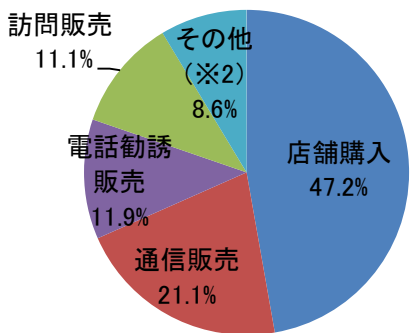
(※1) 出典：PIO-NET (※) 登録データより作成。2013年(平成25年)4月1日～翌年1月31日受付、2014年(平成26年)1月31日までの登録分。

(※) 国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談(消費生活相談情報)の収集を行っているシステムのこと。

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様に店舗購入(47.2%)が最も多いが、次いで通信販売(21.1%)が多くなっており、前年度に比べ電話勧誘販売(11.9%)の割合が減少した。
- 苦情・相談内容は、前年度と同様に解約関連、契約時等の説明不足に関するものなどが多いが、電話勧誘に関するものが減少。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - 料金の安さ・「実質0円」等無料の強調、電話勧誘、訪問販売、不要なオプション等、販売勧誘活動や契約時の説明に関するもの
  - 通信エリア、通信速度等、サービス品質の分かりにくさに関するもの
  - 高齢者、未成年、障がい者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの

## 苦情・相談の概要

### 販売購入形態別



合計 3,745件

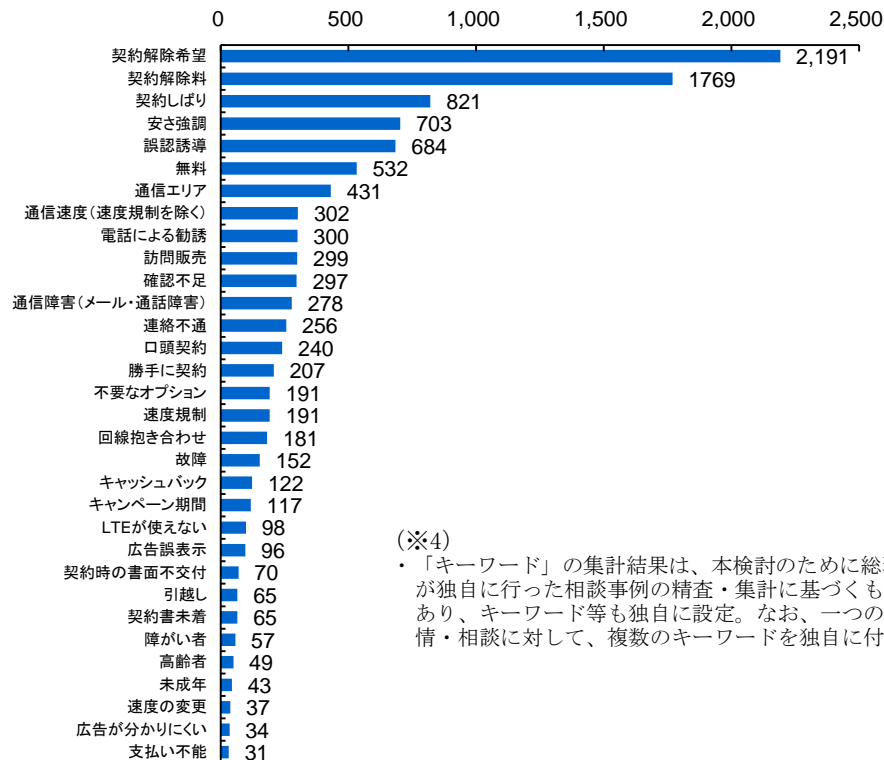
(※2)その他は、「マルチ取引」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」、「不明・無関係」、「訪問購入」を合わせたもの

### 内容別

(※3)内容等キーワードは、複数回答項目

| 上位 | 内容等キーワード <sup>(※3)</sup> | 付与数   | 前年度との比較 |
|----|--------------------------|-------|---------|
| 1  | 解約全般                     | 2,072 | -       |
| 2  | 解約料                      | 1,418 | -       |
| 3  | 説明不足                     | 1,316 | -       |
| 4  | 虚偽説明                     | 521   | 5位から△   |
| 5  | 契約書・書面全般                 | 458   | 8位から△   |
| 6  | 電話勧誘                     | 427   | 4位から▼   |
| 7  | 高価格・料金                   | 412   | -       |
| 8  | インターネット通販                | 391   | 13位から△  |
| 9  | クレーム処理                   | 358   | 6位から▼   |
| 10 | 無料商法                     | 325   | 9位から▼   |

## 詳細キーワード別苦情・相談分析<sup>(※4)</sup>



(※4) 「キーワード」の集計結果は、本検討のために総務省が独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。なお、一つの苦情・相談に対して、複数のキーワードを独自に付与。

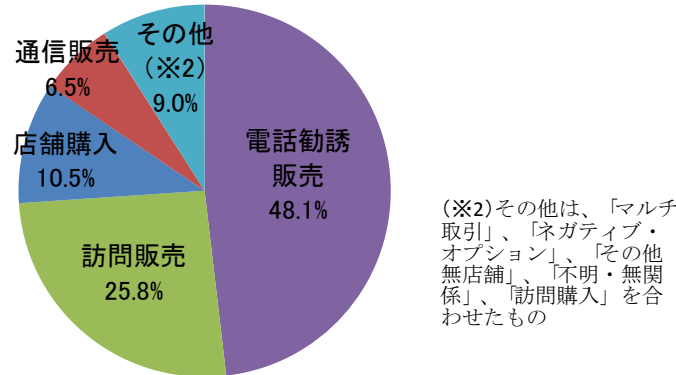
(※1) 出典：PIO-NET登録データより作成。2013年（平成25年）4月1日～翌年1月31日受付、2014年（平成26年）1月31日までの登録分。

# 「光ファイバー」の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様の傾向であり、電話勧誘販売(48.1%)、訪問販売(25.8%)が多い。
- 苦情・相談内容は、前年度に比べ解約関連のものが増加し、電話勧誘、契約時等の説明不足に関するものも依然として多い。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 電話勧誘、訪問販売、書面交付、セット販売等、販売勧誘活動に関するもの
  - 料金の安さ・無料の強調等、契約時の説明に関するもの
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - 連絡不通、ISP乗換え等、代理店等に関するもの
  - 高齢者、未成年、障がい者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの

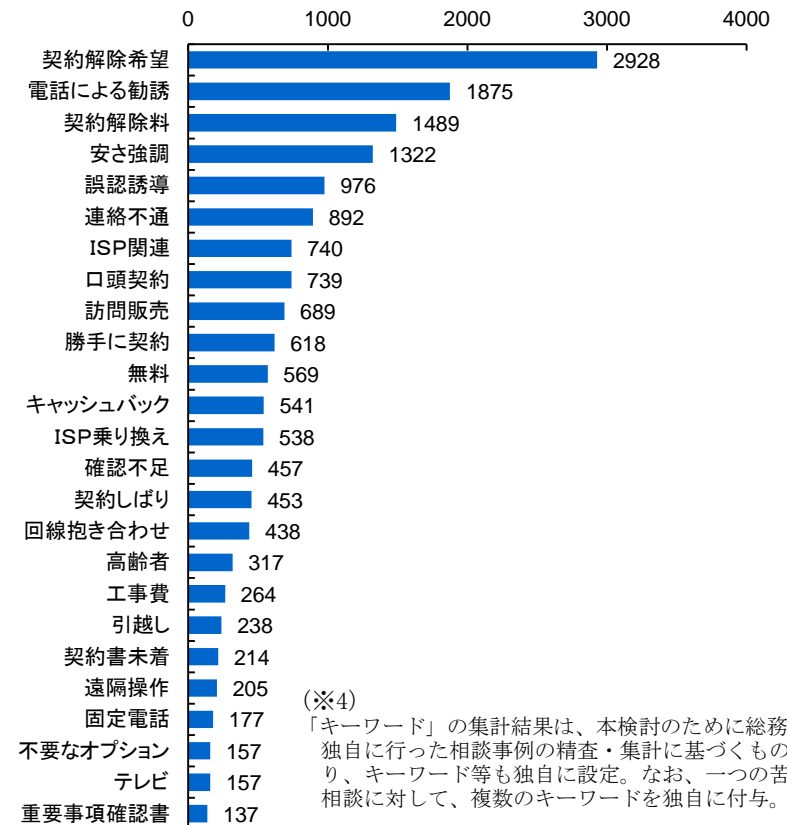
## 苦情・相談の概要

### 販売購入形態別



合計8,106件

## 詳細キーワード別苦情・相談分析(※4)



(※4) 「キーワード」の集計結果は、本検討のために総務省が独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。なお、一つの苦情・相談に対して、複数のキーワードを独自に付与。

### 内容別

(※3) 内容等キーワードは、複数回答項目

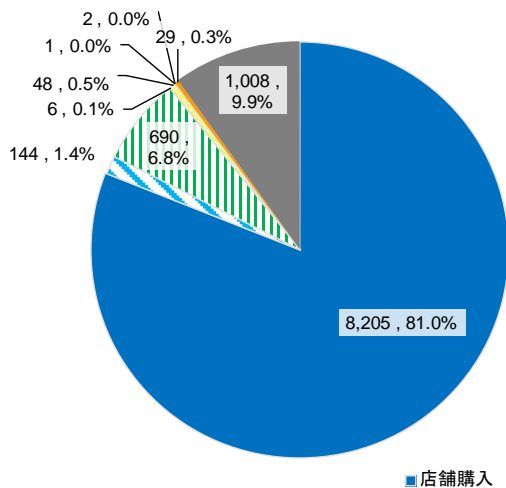
| 上位 | 内容等キーワード(※3) | 付与数   | 前年度との比較 |
|----|--------------|-------|---------|
| 1  | 解約全般         | 3,991 | 2位から△   |
| 2  | 電話勧誘         | 3,923 | 1位から▼   |
| 3  | 説明不足         | 2,172 | -       |
| 4  | 家庭訪販         | 1,942 | -       |
| 5  | 解約料          | 1,853 | -       |
| 6  | 強引           | 1,316 | -       |
| 7  | 虚偽説明         | 1,222 | -       |
| 8  | 契約書・書面全般     | 1,000 | -       |
| 9  | 信用性          | 967   | -       |
| 10 | 契約           | 850   | -       |

(※1) 出典：PIO-NET登録データより作成。2013年（平成25年）4月1日～翌年1月31日受付、2014年（平成26年）1月31日までの登録分。

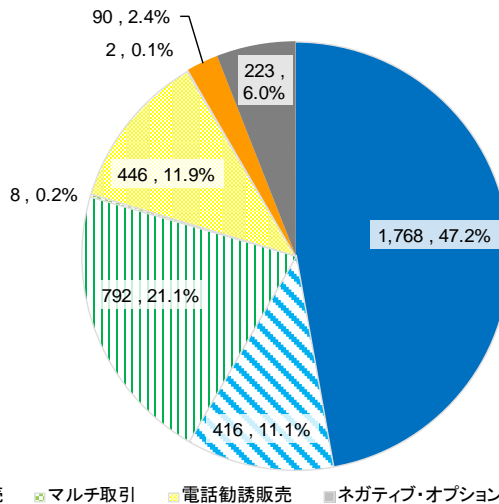


## 販売購入形態別

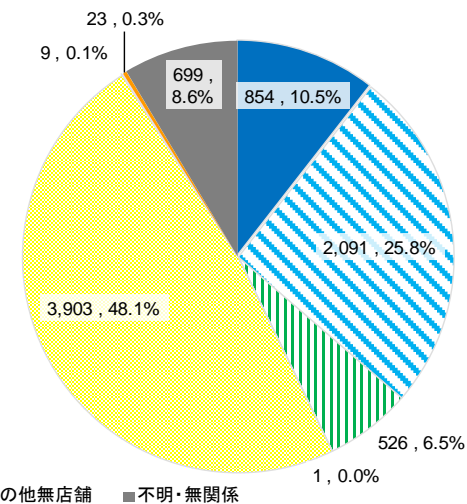
### 携帯電話サービス (n=10,133)



### モバイルデータ通信 (n=3,745)

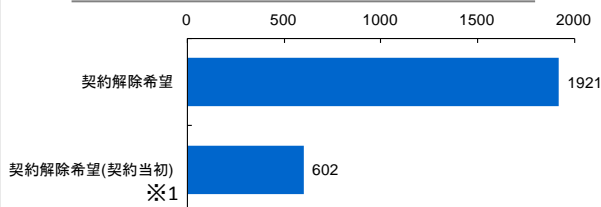


### 光ファイバー (n=8,106)

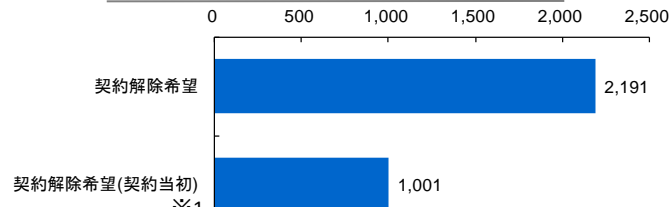


## 契約解除希望の内訳

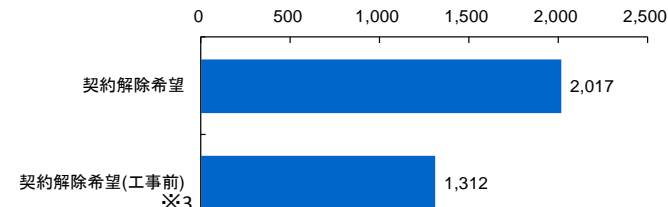
### 携帯電話サービス(n=10,133)



### モバイルデータ通信(n=3,745)



### 光ファイバー(n=2,017)※2



※1 契約してから間もないと推測できる苦情・相談  
 ※2 2013年(平成25年)7月1日～2014年(平成26年)1月31日受付、1月31日登録分  
 ※3 光ファイバーの工事前と推測できる苦情・相談

(注) 総務省からの委託により(株)野村総合研究所が作成。  
 PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年(平成25年)4月1日から2014年(平成26年)1月31日までに受け付けられたもので、2014年(平成26年)1月31日までに登録された「携帯電話サービス」(10,133件)、「モバイルデータ通信」(3,745件)、「光ファイバー」(8,106件)を分析したものの。