

中間取りまとめ（案）
～消費者保護ルールの見直し・充実～
～通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等～

2014年（平成26年）7月14日
I C Tサービス安心・安全研究会

目次

はじめに	1
第1章 消費者保護ルールの見直し・充実	
1. 電気通信サービスの特性	2
2. 説明義務等の在り方	
2.1. 適合性の原則	4
2.2. 書面交付	6
2.3. 広告表示	8
3. 契約関係からの離脱のルールの在り方	
3.1. 取消し	9
3.2. クーリングオフ	11
3.3. 解約	19
4. 販売勧誘活動の在り方	
4.1. 再勧誘禁止	21
4.2. 代理店監督制度	25
5. 苦情・相談処理体制の在り方	27
第2章 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等	
1. 販売奨励金等の在り方	31
2. SIMロック解除等	33
3. モバイルサービスの料金体系	36
参考資料	39

はじめに

2013年（平成25年）9月4日に、「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会（座長：堀部政男 一橋大学名誉教授）」において、「スマートフォン安心安全強化戦略」が取りまとめられ、スマートフォンサービス等の適正な提供に係る課題への対応として、「CS適正化イニシアティブ」が示された。同イニシアティブは、利用者から寄せられる苦情・相談が増加していることから、その内容を分析するとともに、課題解決と苦情・相談減少のための具体的方策を取りまとめたものである。同イニシアティブに基づき、電気通信サービス向上推進協議会¹・構成電気通信関連4団体、個別の関係電気通信事業者等は、自主的な取組をさらに強化し、苦情・相談の削減に努めているものの、依然、その件数は増加している²。

同イニシアティブにおいては、「利用者からの苦情・相談の件数が高止まり傾向にあることからすれば、従来の延長線上にある自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に着手すべきである」との提言がなされている。

このような状況を受け、総務省は、2014年（平成26年）2月24日より「ICTサービス安心・安全研究会（座長：新美育文 明治大学法学部教授）」を開催し、消費者保護ルールの見直し・充実等の直面する課題への対応について、より専門的な観点から、ワーキンググループを設置し、検討を重ねてきた。

ワーキンググループは、2014年（平成26年）2月28日に第1回を開催し、同年6月30日までに、2回の関係団体・事業者のヒアリングを含め、計7回の検討を行ってきた。また、消費者保護ルールと密接に関連性を有する通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等についても、検討すべき課題として指摘する意見が多く寄せられたことを踏まえ、新たに構成員を追加したアドホック会合を2回開催し、検討を行った。

こうした検討結果をもとに、今般、中間とりまとめを行うものであるが、総務省においては、本中間とりまとめに示した考え方を踏まえ、消費者保護ルールの見直し・充実等に向け、電気通信事業法（昭和59年法律第86号）をはじめとする関連法令の改正等、制度規律による実効性の確保を含め、具体的な制度設計を行うことが適当である。

¹ 2003年（平成15年）1月設立。（一社）電気通信事業者協会、（一社）テレコムサービス協会、（一社）日本インターネットプロバイダー協会及び（一社）日本ケーブルテレビ連盟により構成（2004年（平成16年）3月）。電気通信サービス向上推進協議会の検討体制及びCS適正化イニシアティブを受けた取組状況は、[参考資料3及び4](#)参照。

² 2013年度（平成25年度）の電気通信サービスに係る苦情・相談件数は、年度初めに増加した後、8月に前年度をやや下回ったが、その後は増加傾向が続き、合計で46,409件（前年度から10.5%増加）となっている。苦情・相談の現状及びその詳細な分析内容は、[参考資料5から10まで](#)参照。

第1章 消費者保護ルールの見直し・充実

電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化及び利用者からの苦情・相談の件数が増加している現状を踏まえれば、従来の延長線上にある電気通信事業者等及び業界団体による自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直すことが必要³である。

具体的には、苦情・相談の状況を踏まえ、業界団体未加入事業者の存在や業界団体による自主基準の遵守不徹底や自主基準の作成自体が困難である等の理由により、自主的な取組による効果が十分に挙げられていないと認められる事項について、法的な枠組等による必要な制度・規律の在り方を個別に検討することとする。

なお、今後電気通信市場にMVNO等の新たな電気通信事業者が参入した場合⁴であっても、既存の他の電気通信事業者と同様に、消費者保護ルールの見直し・充実による新たな制度・規律を含め、電気通信事業法上の義務を遵守する必要があることに何ら変わりがないことに留意することが適当である。

1. 電気通信サービスの特性

電気通信事業法における消費者保護ルールの検討の前提となる電気通信サービスについては、次のような基本的特性があると考えられる。

電気通信サービスは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が、そのサービス提供の基礎となる技術は高度かつ複雑であり、技術革新の進展も早いため、これに伴い、サービスの契約内容が高度化・多様化・複雑化している。

電気通信サービスの販売勧誘形態としては、モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等について、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場合や、携帯電話と複数オプションサービスの組合せ等の店舗販売において複雑な販売がなされている場合がある。また、販売勧誘において、電気通信サービスの提供主体である電気通信事業者が直接勧誘するという形態は少なく、多くの場合は、いわ

³ 「CS適正化イニシアティブ」において示された電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に関連して、①消費者委員会、②東京都消費生活総合センター、③日本弁護士連合会、④（独）国民生活センター、⑤適格消費者団体 消費者支援機構関西、⑥適格消費者団体 消費者支援ネット北海道、⑦適格消費者団体 京都消費者契約ネットワーク、⑧（一社）全国消費者団体連絡会から電気通信事業法の改正等に関する要望が総務省に対し寄せられている。具体的な要望事項は、[参考資料11](#)参照。

⁴ MVNO (Mobile Virtual Network Operator) や FVNO (Fixed Virtual Network Operator) のように、基本的に自らネットワークは構築せずに、他事業者の構築したネットワークを利用してサービス提供を行うビジネスモデルを採用する事業であっても、電気通信役務を他人の需要に応ずるために提供している場合には、電気通信事業法上の電気通信事業者として、登録（第9条）又は届出（第16条第1項）が必要となる。

ゆる代理店（契約の締結を媒介、取次ぎ又は代理を業として行う者をいう。以下同じ。）が販売勧誘を行うといった形態が多く見られ、その構造は複数、多階層なものとなっている。

電気通信サービスの提供形態としては、光ファイバー、CATV等においては、通常、サービス提供に当たり工事が必要となるが、携帯電話、モバイルデータ通信等においては、工事を要せずに契約後すぐにサービス提供が開始される場合が多い。

電気通信サービスの提供条件としては、携帯電話、モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等多くのサービスにおいて、期間拘束・自動更新付契約やオプション契約も含めた複雑な料金体系のプランが提供されている。また、一つのサービスの利用に複数の電気通信事業者及び代理店が関わっていることが多く、複数の相手方との契約が必要となる場合がある。

電気通信サービスの品質としては、通信速度がベストエフォート型であり、また具体的なサービスエリア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、利用者が契約締結時点でサービスの品質等を理解することには一定の限界があり、実際に利用してみないと契約対象となるサービスの品質等が分からない場合がある。

電気通信サービスの契約締結においては、基本的に、電気通信事業者及び代理店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サービスの品質を理解して契約を締結することが困難となっている。その情報の非対称性等を埋めるべく、利用者が契約を締結するに当たって受ける説明の内容を充実させ、説明に要する時間を拡大する等の対応が行われているが、他方で説明を受ける利用者の負担の増加にもなっているほか、提供条件の説明によっても、なお、サービスの品質等を契約締結時に把握するには一定の限界があるのが実情である。

電気通信事業法における消費者保護ルールの検討に当たっては、上記のような電気通信サービスの基本的特性があることを踏まえ、それぞれの個別のルールの検討に当たることが適当である。

2. 説明義務等の在り方

2.1. 適合性の原則

2.1.1. 背景

電気通信事業法第26条に基づき、電気通信事業者及び代理店は提供条件を説明しなければならないとされているが、その説明が画一的となっており、高齢者、未成年、障がい者等に対し、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、契約の意思確認が不足している等の苦情・相談が寄せられている。他方で、電気通信サービスの契約締結に慣れ、その基本的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、画一的な説明により、説明時間の長時間化を招いている場合もある。

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、十分に理解できないまま、契約締結に至る場合があるとの指摘があった。

事業者からは、説明を効率的にして欲しいというニーズやじっくり聞きたいというニーズなど利用者が求める利便性や安心のニーズは様々であるという指摘があった。

2.1.2. 考え方

利用者の知識、経験、契約目的等に配慮した説明については、これまでも各種研究会での提言、これらを受けた業界の自主ガイドラインによる取組等がなされてきたところであるが、なお、十分な効果が上げられていないところである。

これを踏まえれば、電気通信事業者及び代理店は、高齢者、未成年者、障がい者等のように説明に当たって特に配慮が必要と考えられる利用者に対し、その利用者の知識、経験、契約目的等に配慮した説明を行うことが求められると考えられることから、いわゆる適合性の原則を踏まえた説明を行わなければならないことを制度化することが適当である⁵。

その際、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ある。

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の利用者について

⁵ 制度化に当たっては、一部の電気通信事業者（基礎的電気通信サービスを提供する事業者、指定電気通信サービスを提供する事業者及び認定電気通信事業者）にはサービス提供義務があり、正当な理由がなければサービス提供を拒否してはならないとされているが、契約者が高齢者、未成年者、障がい者等であることや、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が、サービス提供を拒みうる正当な理由に該当するかどうかについて、整理することが適当である。

は、例えば、その利用者からの希望や知識、経験、契約目的等に応じ、電気通信サービスの基礎的な部分に係る説明など、以前契約を行った際に説明した内容と重複するものについては不要とする⁶など、説明を受ける内容や説明に要する時間の拡大といった利用者の負担にも対応することが適当である。なお、利用者からの説明に関するそうした希望及び同意について、利用者の自発的な意思がきちんと確認できるよう、一定の担保を行うことが適当であると考えられる。

⁶ 説明を一部不要とする場合であっても、第1章2.2.2.（書面交付 考え方）で示すとおり、個々の契約者の電気通信サービスの提供に係る契約内容を分かりやすく記載した書面の交付をしなければならないことには変わりがないことに留意することが適当である。

2.2. 書面交付

2.2.1. 背景

電気通信事業者及び代理店は、提供条件の説明の際には、原則書面を用いて説明を行うこととされている⁷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が必須とされていないため、利用者が正確な契約内容を契約後に確認することができないといった苦情・相談が寄せられている。

また、構成員や消費者団体等からは、電気通信サービスの提供に係る契約や同時に契約するオプションサービス等の契約について、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との指摘があった。

事業者からは、契約時には重要説明事項や契約内容に関する書面の交付に取り組んでいるが、交付方法については利用者の属性等に配慮して、紙媒体による交付や電子媒体による交付等の工夫を行っているという指摘があった。

構成員からは、書面交付に当たっては、利用者が契約内容を確実に認識するためには、紙媒体による書面交付にメリットがあるとの指摘があった。他方で、利用者による契約後の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。

2.2.2. 考え方

利用者が契約内容を適切に理解し、契約後にトラブルがあった場合に正確に契約内容を確認するためには、電気通信事業者及び代理店に対し、個々の契約者の電気通信サービスの提供に係る契約内容を分かりやすく記載した書面の交付をしなければならないことを制度化することが適当である。また、電気通信サービス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、同一の書面に一覧性を持って記載する等の取組を行うことが適当であると考えられる。

書面の交付の方法については、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、紙媒体による書面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、紙媒体に代えて、電子媒体による書面の交付を認めることが適当である⁸。なお、電子媒体による書面の交付を認める場合であっても、利用者からの交付方法に関するそうした希望

⁷ 電気通信事業法第26条に基づく電気通信サービスの提供条件の説明については、電気通信事業法施行規則（昭和60年郵政省令第25号）第22条の2の2第2項に基づき、原則書面にて行われることとされている。消費者団体等からは、説明に要した書面の交付の徹底や契約内容等を示す書面の交付について要望が寄せられている。

⁸ 利用者の承諾を得て、電子媒体による書面交付とした場合であっても、利用者から電子媒体による提供を受けない申出があった場合には、書面交付を電子媒体で行ってはならない等とされている他の制度を踏まえつつ、制度化を検討することが適当であると考えられる。

及び明確な同意について、利用者の自発的な意思がきちんと確認できるよう、一定の担保を行うことが適当であると考えられる。

2.3. 広告表示

2.3.1. 背景

利用者にとって、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という観点から、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」（2004年（平成16年）3月制定。以下「広告自主基準」という。）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、

- ① 「広告自主基準」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⁹」において第三者によるチェックを受ける等の自主的な取組が行われるとともに、
- ② 利用者の誤認を招くおそ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。

また、昨今の食品表示等の不正事案の多発等を受け、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迅速に行うことには体制面で限界があることなどを踏まえ、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景表法」という。）において、①事業者がサービス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）を委任することなどを内容とする法改正が行われたところである（2014年（平成26年）6月13日公布。同年12月1日に施行予定。）。

これを受け、今後、景表法に基づき、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に必要な体制の整備等の措置が義務付けられるとともに、景表法違反が疑われる事案については、必要に応じ、総務省が調査を行うことが可能となる見込みである。

2.3.2. 考え方

第三者機関たる「広告表示アドバイザー委員会」による「広告自主基準」遵守のチェックの状況や、景表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表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当である。

⁹ 消費者団体、有識者等をメンバーとして構成（委員長：平野晋 中央大学総合政策学部教授）。2007年（平成19年）7月に設置され、四半期ごと（3ヶ月に1回）に電気通信事業者による広告に関する検証を行っている。

3. 契約関係からの離脱のルールの内実

電気通信サービスの提供に係る契約に関するトラブルがあった場合、電気通信事業者が利用者からの苦情・相談への対応を行っているが、それでもなお、利用者が契約関係からの離脱を望む苦情・相談が多く寄せられている。このような状況に対応するルールとして、(3.1) 取消し、(3.2) クーリングオフ、(3.3) 解約の観点から検討することとする¹⁰。

3.1. 取消し

3.1.1. 背景

消費者契約法（平成 12 年法律第 61 号）においては、締結した契約内容のうち、重要事項¹¹について、事業者による一定の行為により、消費者が誤認をした場合には、事後的に取り消すことができるとされている。具体的には、事業者が消費者契約の締結に際し、消費者に対して、重要事項に関する①不実告知¹²又は②不利益事実の不告知¹³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が定められている。

また、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号。以下「特定商取引法」という。）は、重要事項に関する不実告知又は不利益事実の不告知の禁止に加え、消費者契約法上の重要事項である契約対象のサービスの「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情に関する事項」といった契約締結に至る動機に関する事項¹⁴に係る不実告知を禁止し、当該禁止行為違反によって、消費者が誤認をした場合には、取消権が付与されている。

一方、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

¹⁰ それぞれのルールの概要は、[参考資料 12](#)参照。

¹¹ 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。（消費者契約法第 4 条第 4 項）

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

¹² 重要事項について事実と異なることを告げること。（消費者契約法第 4 条第 1 項第 1 号）。

¹³ 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を故意に告げなかったこと。（消費者契約法第 4 条第 2 項）

¹⁴ 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（特定商取引法第 6 条第 1 項第 6 号）。具体的な事例としては、

- ・（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。

ることが特に想定される事項¹⁵を、契約締結前に説明することを義務付けている。

これに対し、消費者団体等からは、電気通信サービスの提供条件の説明に関する義務違反があった場合には、取消権等の民事効を付与することについて要望が寄せられている。

3. 1. 2. 考え方

消費者契約法において、重要事項に係る不実告知又は不利益事実の不告知に関する事項に関しては、取消権が既に付与されているが、重要事項に該当するかについては、個別の事案における判断がなされており、消費者団体等からは、電気通信サービスの提供に係る契約において、消費者契約法上の取消権を用いた解決に時間を要したり、困難となっているとの指摘がある。

このため、提供条件の説明が必要とされる事項のうち、利用者の契約締結の判断に通常影響を及ぼすべき重要事項を可能な限り具体的に列挙し、明確化を図った上で、これらの事項に関する不実告知又は不利益事実の不告知を禁止するとともに、事業者による当該禁止行為違反といった一定の行為により、利用者が誤認した場合には、取消権を付与することが適当である¹⁶。

また、電気通信サービスの提供に係る契約の勧誘において、他の同様のサービス、利用者の環境との関係、セット販売を行うサービス等の周辺状況も含めて、電気通信サービスの提供に係る契約締結の誘因に関する説明が多く行われている状況にある。このような説明において、不実告知が行われた場合に対処するため、必ずしも契約対象であるサービスの「内容」や「取引条件」とはならない契約締結に至る動機に関する事項に関しても、販売形態にかかわらず、提供条件の説明時の不実告知を禁止するとともに、事業者による当該禁止行為違反といった一定の行為により、利用者が誤認した場合には、取消権を付与することが適当である¹⁷。

¹⁵ 電気通信事業法施行規則第22条の2の2第3項において、提供条件の説明が少なくとも必要とされる事項を規定。具体的な内容は、[参考資料13](#)参照。

¹⁶ 消費者契約法及び特定商取引法において付与される不実告知等違反に関する取消権については、追認をすることができる時から6月、契約締結時から5年以内に時効により消滅するとされている（消費者契約法第7条第1項、特定商取引法第9条の3第4項等）。電気通信事業法において不実告知等違反に関する取消権を付与する場合には、電気通信サービスの技術革新の進展が早いことにより、契約締結時点には不実告知等に該当したものが、後に不実等ではなくなる場合もあり得ることも踏まえ、検討することが適当である。

¹⁷ 販売勧誘活動時の話が契約締結に至る動機に関する事項にどのような場合に影響を及ぼすのかといった判断基準等も含め、検討することが適当であると考えられる。

3.2. クーリングオフ¹⁸

3.2.1. 導入の必要性

3.2.1.1. 背景

特定商取引法において、訪問販売及び電話勧誘販売における契約の申込みの撤回等（クーリングオフ）が導入されているが、他の法令の規定（電気通信事業法）によって、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における電気通信サービスの提供は、利用者の利益を保護することができるサービスの提供の一つであるとされており、特定商取引に関する法律施行令（昭和51年政令第295号）において、特定商取引法におけるクーリングオフは電気通信サービスに適用されないとされている¹⁹。

また、特定商取引法のほか、金融商品取引法（昭和23年法律第25号）、保険業法（平成7年法律第105号）等の個別の業法²⁰においてクーリングオフが導入されているが、それらの導入理由としては、

- 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・サービスの複雑性の一方でその誘引力の強さに起因し、消費者が商品・サービスの内容を十分理解しないまま契約締結に至ることが挙げられている。

ここで、電気通信サービスについて寄せられる取引形態別の苦情・相談の内訳を分析²¹すると、

- ① 携帯電話サービスは、店舗購入（81.0%）が大部分、

¹⁸ 法律上定義が置かれているものではなく、クーリングオフを規定するそれぞれの法律で具体的な規律は異なっているが、おおむね、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、それに伴う損害等に関する事業者からの請求の禁止等を規定するもの。

¹⁹ 電気通信事業法においては、業務改善命令（第29条）や登録の取消し（第14条）などにより事業者規律を行うことも含め、特定商取引に関する法律と同等の消費者保護が担保されていることが適用除外の理由として挙げられている。

なお、勧誘・契約解除の適正化のため、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」（2012年（平成24年）4月制定。以下「営業活動に関する自主基準」という。）に基づき光ファイバー及びCATVに係る回線敷設工事前の申込みの撤回等について規定がなされている。また、一部のモバイルデータ通信事業者によっては、クーリングオフ相当の運用が実施されるなど、一定の自主的な取組が行われている。

²⁰ 他の法令におけるクーリングオフ等の規定については、[参考資料14](#)参照。

²¹ P I O-N E T（全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センター等を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情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム）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。

具体的な分析内容は、[参考資料10](#)参照。

② 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%）、

③ 光ファイバーは、電話勧誘（48.1%）、訪問販売（25.8%）、店舗購入（10.5%）となっており、電気通信サービスの種類によって、苦情・相談が寄せられる販売形態が異なっている一方で、それぞれの苦情・相談の一番上位に寄せられている契約解除希望のうち、契約当初での解約を希望するものの内訳は、

- ① 携帯電話サービスは、31.3%、
- ② モバイルデータ通信は、45.7%、
- ③ 光ファイバーは、65.0%、

となっており、販売形態を問わず多く寄せられている。

契約当初での解除を希望する理由については、

- ① モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等について、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、携帯電話等と複数オプションサービスの組合せ等の店舗販売において複雑な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、契約締結時点での利用者の契約内容の理解が必ずしも十分といえない場合があること、
- ③ 通信速度がベストエフォート型であり、具体的なサービスエリア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、利用者が契約締結時点でサービスの品質等を完全に理解することには一定の限界があり、実際に利用してみないと契約対象となるサービスの品質等が分からない場合があること

といった電気通信サービスの基本的特性がその要因として考えられる。

構成員からは、消費者の意思が契約時点で不安定であることを踏まえたクーリングオフはもとより、契約内容が複雑であることや使ってみなければサービスの品質等を十分に把握できないという性質を踏まえ、販売形態に関わらず、クーリングオフが必要であるとの指摘があった²²。

事業者からは、使ってみなければ分からないといった性質については、例えば、サービスエリア等については、いわゆる試用サービスの導入により、自主的な対応が可能ではないかとの指摘があった。また、サービス提供の対価、提供に当たって必要な工事、端末・端末付属品、オプションサービス等の取扱いに伴うコストの増加を懸念する指摘があった。

3.2.1.2. 考え方

販売形態により、契約時点での契約締結の意思が不安定となりやすいこと等に

²² なお、一部の構成員からは、通信販売については、積極的な勧誘を行われておらず、性質が異なるのではないかとの指摘もあった。

配意し、熟慮期間を与えるといった、他の制度においてクーリングオフが導入されている理由を踏まえ、クーリングオフを導入することは適当である。

また、これに加え、技術の急速な進展に伴う電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化の中、契約内容が複雑であり十分に理解できないこと、通信速度がベストエフォート型であることや具体的なサービスエリアなど実際に利用しないと電気通信サービスの品質等を十分に把握できないという側面を有する電気通信サービスの基本的特性を踏まえ、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ある。

その際、サービス利用時の利用料、端末・端末付属品やオプションサービスの取扱い等について、電気通信事業者等及び利用者における公平な費用負担の在り方と併せて詳細に検討することが適当である²³。

加えて、サービス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、工事が開始された後にクーリングオフがされた場合には、工事費の負担や原状復帰が必要となり、利用者や事業者双方の費用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であると考えられる。

なお、サービスの品質を試すためのいわゆる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るかどうかも踏まえ、必要に応じて、今後検討を行うことが適当である。

3.2.2. 対象となるサービス

3.2.2.1. 背景

電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明は、利用者が安心して継続的に電気通信サービスを利用することを可能とすることにより、日常生活に支障が生じないように、国民の日常生活に係る電気通信サービスについて行うこととされている²⁴。

3.2.2.2. 考え方

国民の日常生活に係る電気通信サービスについて、契約締結の意思が不安定であったり、実際に利用しないとサービスの品質等が分からなかったりするにもか

²³ クーリングオフを導入することとした場合には、適用される条件や利用者が負担することになる場合の費用等について、あらかじめ電気通信事業者及び代理店による電気通信サービスの提供条件の説明が必要となる事項とすることが適当である。

²⁴ 具体的には、電気通信事業法施行規則第22条の2の2第1項において、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電話サービスが定められている。

かわらず、契約当初であっても、契約を存続させなければならないとすると、利用者の不利益及び影響が大きいことから、クーリングオフが必要となるサービスは、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サービスを基本とすることが適当である。

3.2.3. クーリングオフ行使可能期間の起算点

3.2.3.1. 背景

現行のクーリングオフ等に係る制度では、契約の解除等が可能な期間の始期は、①契約締結日又は②書面交付日としている例が多く、また、③商品の引渡し日としている例もごく一部であるが存在している²⁵。

3.2.3.2. 考え方

クーリングオフ行使可能期間の起算点を契約締結日や書面交付日とすると、

- ① 開始時期が明確になるという利益がある一方で、
- ② 事業者がリスクを回避するためにクーリングオフ行使可能期間中におけるサービス提供自体が行われなくなり得るという不利益が考えられる。

仮に、クーリングオフ行使可能期間の起算点をサービス提供開始日とすると、

- ① サービスの提供が実際に行われ、利用者がサービスの品質等を確認することができるという利益がある一方で、
- ② 実際にサービス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という不利益が考えられる。

この点、クーリングオフ行使可能時期を明確にし、始期に関するトラブルを防止するという観点から、クーリングオフ行使可能期間の起算点について、基本的には、書面交付日とすることが適当であると考えられる²⁶。

その上で、サービスの品質を契約時に把握できないこと等に対処するためにクーリングオフを導入することとした場合には、クーリングオフ行使可能期間中のサービスの提供がその趣旨から必要とされることから、その実効性を確保するため、例えば、クーリングオフ行使可能期間内において、電気通信事業者が、サービスの提供を開始するよう制度的手当を行うことも含め検討することが適当であ

²⁵ 他の法令におけるクーリングオフ等の規定については、[参考資料14](#)参照。

²⁶ この点、例えば、携帯電話等ではサービス提供開始の予約が行われている場合があり、利用者がクーリングオフ行使可能期間もサービス提供を受けられるようにするためには、①起算点を書面交付日としつつ、その交付をサービスの提供開始予定日に併せて行うこととするか、又は②交付書面に記載されたサービス提供開始予定日を起算点とする等が考えられるところ、状況に応じた適切な起算点については更なる詳細な検討が適当である。

ると考えられる。

3.2.4. クーリングオフ行使可能期間中のサービス利用に係る費用負担

3.2.4.1. 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、事業者による損害賠償請求等やサービスの対価請求を認めないこととするものが多いが、一部では、事業者からの対価請求のみ限定的に認めているものもある²⁷。

3.2.4.2. 考え方

電気通信サービスは、①利用者利便の観点からは速やかにサービス提供が開始されることが望ましいのにもかかわらず、電気通信事業者がサービスの対価を得られない懸念から、結果的にクーリングオフ行使可能期間中におけるサービス提供を自粛するという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サービスの大量利用の懸念（例：海外への通話等）もあること等を踏まえれば、事業者と利用者との間の公平の観点から、不意打ち性等を理由とするクーリングオフの場合であっても、対価請求を認めることが適当であると考えられる²⁸。

ただし、その際、サービス利用の対価請求がクーリングオフ行使可能期間中のサービスの利用を事実上禁止するようなものとなるおそれもあることから、事業者による対価請求を認める場合には、その許容される対価請求の範囲・条件等に関し、制度的手当により、基準を明確化して定めることが適当であると考えられる。

これらの点について、特別の制度的手当を行うのではなく、不当利得等の民法上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、事業者及び利用者の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を踏まえれば、制度的手当により、基準を明確化して定めることが適当であると考えられる。

3.2.5. クーリングオフに伴う端末等の物品の取扱い

3.2.5.1. 背景

電気通信サービスの提供に係る契約については、当該契約と同時に、電気通信サービスの提供に必要な端末や付属品等の物品の販売が行われている²⁹。

²⁷ 保険契約の解除までの期間に相当する保険料（保険業法第309条第5項）等。

²⁸ 販売形態のいかんにかかわらず、クーリングオフを導入することとした場合には、事業者が期間中にサービスを提供するといった制度的手当も想定され、一定の対価請求を認めることの要因の一つとなると考えられる。

²⁹ 電気通信サービスの提供に係る契約は電気通信事業者と、端末や付属品等の販売に係る契約は代理店との間で締結されており、契約の相手方が異なる場合が多い。

また、例えば、携帯電話サービスにおいては、電気通信サービスの提供に当たり必要となる端末について、

- ① 固有の電気通信サービスの契約においてのみ用いることができる端末（SIMロック端末等）
- ② 固有の電気通信サービスの契約以外にも用いることができる端末（SIMフリー端末等）

といった制限が異なる端末の販売が行われている状況にある。

3.2.5.2. 考え方

電気通信サービスの提供に係る契約は、端末や付属品等の物品の販売契約とは別の契約として結ばれており、電気通信サービスと端末や付属品等の物品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サービスの提供に係る契約にクーリングオフを適用する場合でも、端末や付属品等の販売契約については、これと異なる取扱いとすることが適当であると考えられる。

その上で、例えば、携帯電話サービスに関して、固有の電気通信サービスの契約においてのみ用いることができる端末（例：SIMロック端末³⁰等）のように、クーリングオフの対象となる電気通信サービスの提供に密接不可分に関連していると考えられる物品については、当該サービス契約のクーリングオフに準じた取扱いを検討することが適当であると考えられる。

3.2.6. クーリングオフに伴うオプションサービス契約の取扱い

3.2.6.1. 背景

電気通信サービス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 電気通信サービスの付加的な機能の提供に係るサービス（留守番電話サービス等）
- ② 電気通信サービスを利用して提供されるサービス（動画配信サービス等）
- ③ 電気通信サービス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 電気通信サービス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）

³⁰ SIM (Subscriber Identity Module) ロックの概要については、[参考資料 27](#) 参照。

SIMロック端末については、第2章2.2. (SIMロック解除等 考え方) において、「事業者は、端末に最初からSIMロックをかけないか、仮にSIMロックをかけるとしても、少なくとも一定期間経過後は、利用者の求めに応じ迅速、容易かつ利用者の負担なく解除に応じることが適当である。このような考え方に基づくSIMロック解除のルール化に向けた「SIMロック解除に関するガイドライン」の改正に当たっては、2010年（平成22年）の同ガイドライン策定後の取組状況に鑑みれば、総務省において改正ガイドラインの実効を確保することを前提とした検討がなされるべき」と示しており、今後は、その動向も踏まえつつ、その取扱いを検討することが適当である。

などが提供されている³¹。

3.2.6.2. 考え方

電気通信サービスの提供に係る契約の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、例えば、オプションサービスが電気通信サービスである場合、オプションサービスの契約の提供主体と電気通信サービスの提供に係る契約の提供主体が同一といった場合、電気通信サービスの提供に係る契約が必須であるといった場合等の一定の基準により、関連性が高いと判断しうるオプションサービスについては、電気通信サービス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あると考えられる。

他方で、オプションサービスが電気通信サービスでない場合、オプションサービスの契約の提供主体と電気通信サービスの提供に係る契約の提供主体が別の場合、電気通信サービスの提供に係る契約がなくとも利用が可能となる場合等の一定の基準により、関連性が低いと判断しうるオプションサービスにクーリングオフの効果を及ぼすことについては、更なる詳細な検討が必要であると考えられる。

なお、関連するオプションサービスの契約について、一定の基準を設けた上で、電気通信サービスの提供に係る契約のクーリングオフの効果が及ばないオプションサービスが生じる場合であっても、例えば、クーリングオフの効果が及ばない旨を契約時に説明するとともに、契約内容を記載した書面に特記事項として記載する等の取組を行うことが適当であると考えられる。

3.2.7. クーリングオフの制限

3.2.7.1. 背景

事業者からは、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クーリングオフを利用しない他の利用者の負担となる可能性があるため、悪意のある消費者を助長させない仕組み等のクーリングオフの利用に関する制限を設けることが必要との指摘があった。

3.2.7.2. 考え方

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とし、その上で、権利の濫用の防止に係る措置について、必要に応じ、検討することが適当である。

³¹ 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等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。また、オプションサービス自体、電気通信事業法上の電気通信サービスに該当する場合やそうでない場合がある。

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制度の活用と考えられ、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あると考えられる。

3.2.8. 法人等との取引

3.2.8.1. 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利用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サービスは、主に利用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二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サービスについては、提供条件の説明義務の対象外とされている。

3.2.8.2. 考え方

法人等³²は、技術的知識や習熟性が高いと考えられること、契約に当たっては一般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とし、クーリングオフについては、基本的には、消費者を対象とすることが適当である。

³² 他の業法における法人の概念（消費者契約法における「事業者」及び「個人」（第2条第1項及び第2項）、特定商取引法における「営業性」（第26条第1項第1号）等の概念）と電気通信事業法における「利用者」の概念（消費者を含むもの。）との関連性に留意しつつ、広く国民が利用するといった電気通信サービスの特性を踏まえ、検討することが適当であると考えられる。

3.3. 解約

3.3.1. 期間拘束・自動更新付契約

3.3.1.1. 背景

電気通信サービスの利用者料金については、原則として事前規制が廃止されており、電気通信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が可能である。

また、電気通信サービスの提供に係る契約については、一般の契約と同様に契約当事者の合意によりいつでも解約可能であるが、一定期間（例：2年間）の継続利用を条件に基本料等の料金が割引される期間拘束のあるプランが広く普及しており、このプランにおいては契約期間内の中途解約については一律の契約解除料が発生する。さらに、契約期間が経過した場合、事業者が定める一定の更新期間に解約を申し出ない限り、自動更新される仕組みになっている³³。

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ため、利用者の視点³⁴から問題ではないかとの強い指摘があった。

3.3.1.2. 考え方

まずは、契約期間拘束終了後の自動更新そのもの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を踏まえ、事業者において、期間拘束あり・なしプランの選択について、電気通信事業者及び代理店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必要不可欠である。

具体的には、少なくとも、契約締結時における期間拘束あり・なしプランの選択に関する利用者の認識が十分でないことや更新月の周知について、一部の携帯電話事業者によるプッシュ型通知がデフォルトで送付されていないこと³⁵等を踏まえ、利用者の期間拘束・自動更新付契約に関する契約意思を確実に確認できる

³³ 2014年（平成26年）6月時点の携帯電話事業者3社による期間拘束・自動更新付契約については、[参考資料15](#)参照。

³⁴ 構成員からは、競争上の観点からも、期間拘束・自動更新付契約がSIMロックと並んで利用者を囲い込む効果を生んでおり、競争環境に影響を与えているとの指摘があった。（第2章2.1.（SIMロック解除等 背景）参照。）

³⁵ 構成員からは、「CS適正化イニシアティブ」において導入が提言されたプッシュ型通知について、少なくとも、携帯電話事業者3社による通知の現状が、利用者による無料申込み制になっており、デフォルトで利用者に対し通知されていないことについて、提言の趣旨を踏まえて改良すべきであるとの強い指摘があった。

よう、提供条件の説明方法や更新月のプッシュ型通知の方法について、改良の方法がとられることが必要である。

その上で、利用者による契約拘束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一定の限界があることを踏まえた期間拘束・自動更新付契約に関する解約の在り方の検討³⁶については、

- ① 期間拘束付契約に自動更新がセットとなっていること、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、
- ② 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³⁷が行われていることに留意。）、
- ③ 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

に留意しつつ、本研究会の枠組みの下で、期間拘束・自動更新付契約について、多角的に情報収集を行いつつ、電気通信事業者の対応状況も踏まえ、引き続き検討を行うことが適当であると考えられる。

3.3.2. オプションサービス契約

3.3.2.1. 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。

一部の事業者³⁸からは、無料期間が終わったら、自動的に一度サービス提供を終了し、続けて使いたいという利用者の意思を確認した後に、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示された。

3.3.2.2. 考え方

オプションサービス等の契約の無料期間終了後には、例えば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場合には契約の申込みを行うことを必要とする等の利用者の利用意思を確実に確認する取組を推進していくことが適当であると考えられる。

³⁶ 構成員からは、長期間利用者を拘束する契約や自動更新があったその後の契約においても同様の違約金が課されることには、妥当性がないのではないかといった強い指摘がされている。

³⁷ 携帯電話事業者3社に対する訴訟の状況については、[参考資料16](#)参照。

³⁸ 第3回会合の関係団体・事業者ヒアリングにおけるKDD I株式会社の補足説明。

4. 販売勧誘活動の在り方

4. 1. 再勧誘禁止

4. 1. 1. 導入の必要性

背景

「営業活動に関する自主基準」においては、電気通信事業者及び代理店に対する電話勧誘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、代理店等による執ような勧誘が行われたとの苦情・相談が寄せられている。

構成員からは、家に1人である高齢者等に何度も代理店から勧誘が行われたり、電気通信事業者の設置する自主的な勧誘停止窓口³⁹については、その取組を評価する一方で、利用者による認知度からあまり活用されていないのではないかとの指摘があった。

4. 1. 1. 2. 考え方

事業者による自主的な取組によっても、執よう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利用者に対する再勧誘を禁止することを制度化することが適当である。

4. 1. 2. 再勧誘が禁止される事業者の範囲

4. 1. 2. 1. 背景

電気通信サービスの提供に関する契約の締結事務については、電気通信事業者が自ら行うのではなく、代理店を通して行われることが多くなっており、利用者の立場からすれば、相手方が電気通信事業者である場合と代理店である場合とで説明を受けられるあるいは受けられないという差が生じることは適当ではないため、電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明義務は、電気通信事業者のほか、代理店も対象としている。

販売勧誘についても実際に勧誘を行っているのは代理店であることが多く、「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、代理店を含めている。

4. 1. 2. 2. 考え方

再勧誘禁止の検討に当たっては、①執ような勧誘行為により不本意な契約が締結させられてしまう可能性があることは勧誘主体が電気通信事業者である場合と代理店である場合とで異なること、②販売勧誘の実態としても代理店が行う

³⁹ 電気通信事業者による勧誘停止窓口の概要については、[参考資料17](#)参照。

ことが多いこと等を踏まえると、再勧誘が禁止される対象事業者の範囲には電気通信事業者のほか、代理店も含めるのが適当である（より詳細な範囲について、4.1.4.参照。）。

4.1.3. 再勧誘が禁止されるサービス及び取引類型

4.1.3.1. 背景

電気通信事業法第26条に基づく提供条件の説明義務は、利用者が安心して継続的に電気通信サービスを利用することを可能とすることにより、日常生活に支障が生じないように、国民の日常生活に係る電気通信サービスについて行うこととされている。

電気通信事業者及び代理店による執ような勧誘が行われたとの苦情・相談は、主に利用者が受動的な立場に置かれる販売勧誘形態（訪問販売・電話勧誘販売）に関するものであり、利用者が能動的な立場に置かれる販売勧誘形態（店舗販売・通信販売）については、執ような勧誘により、不本意な契約が締結させられてしまう可能性は比較的少ない。

4.1.3.2. 考え方

国民の日常生活に係る電気通信サービスについて執ような勧誘により不本意な契約が締結させられてしまうと、利用者の不利益及び影響が大きいことから、再勧誘が禁止されるサービスは、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サービスを基本とすることが適当である。

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し、利用者が受動的な立場に置かれ、執ような勧誘により、不本意な契約を締結させられてしまう可能性が高い販売勧誘形態（訪問販売・電話勧誘販売）を念頭に検討することが適当であると考えられる。

4.1.4. 再勧誘禁止の効果が及ぶ主体の範囲

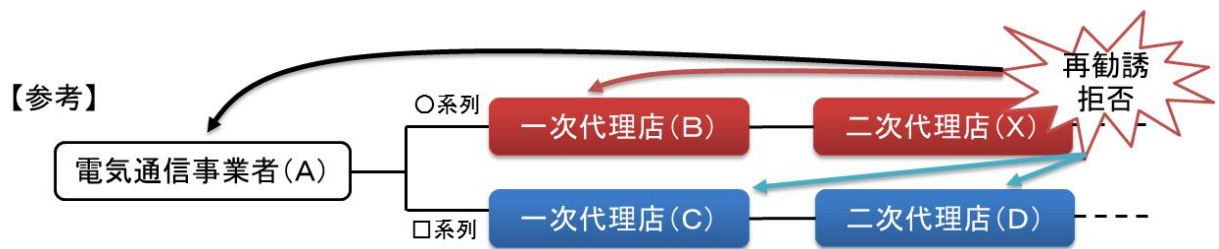
4.1.4.1. 背景

「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、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、電気通信事業者及び代理店による執よう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代理店にしか及ばず、別の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可能性がある。

4. 1. 4. 2. 考え方

代理店が勧誘し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勧誘を行った当該代理店（X）と代理店契約を締結した一次代理店（B）のほか、一次代理店と代理店契約を締結した電気通信事業者（A）や当該電気通信事業者から代理権を授与された他の代理店の系列代理店等（C、D）にも及ぼすことが適当であると考えられる⁴⁰。



また、代理店の勧誘行為に起因して、当該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には、顧客の管理体制の確立等の適正な勧誘の履行確保の方策について検討することが適当であると考えられる。

4. 1. 5. 再勧誘禁止の効果が及ぶ範囲

4. 1. 5. 1. 背景

電気通信事業者や代理店においては、様々な電気通信サービスの提供に係る契約について販売勧誘を行っており、「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においても、利用者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⁴¹。

4. 1. 5. 2. 考え方

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については、電気通信事業者及び代理

⁴⁰ 異なる電気通信事業者間においても、再勧誘禁止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あると考えられる。

⁴¹ 経済産業省「特定商取引に関する法律第3条の2等の運用指針—再勧誘禁止規定に関する指針—」参照。

店の営業の自由等を踏まえ、勧誘拒否の意思表示外のサービス提供契約や拒否の意思表示から合理的期間が経過するなど一定の場合については、電気通信事業者及び代理店からの勧誘を認めることが適当であると考えられる。

4. 2. 代理店監督制度

4. 2. 1. 導入の必要性

4. 2. 1. 1. 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、代理店も対象としている。

また、「営業活動に関する自主基準」においては、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ところであるが、現実には、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。

構成員や消費者団体等からは、電気通信事業者及び代理店の構造が複数、多階層なものとなっており、電気通信事業者が把握していない代理店が存在しているとの指摘があった。

また、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や今回新たに導入されることになる利用者保護規定の実効性が担保されないおそれがある。

4. 2. 1. 2. 考え方

利用者利益の保護や電気通信分野における消費者保護規定の実効性を担保するためには、代理店に対する監督制度を設けることが適当である。

4. 2. 2. 代理店に対する監督制度の主体及び範囲

4. 2. 2. 1. 背景

構成員や消費者団体等からは、電気通信サービスの販売勧誘は、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。

4. 2. 2. 2. 考え方

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ような勧誘等の苦情・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、利用者保護規定の実効性を担保する必要があると考えられる。そのためには、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ある。

具体的には、

- ① 電気通信事業者の監督責任の範囲に、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こと、

- ② その上で、苦情・相談の実情等を踏まえ、必要な場合には、代理店に対しても当該代理店と委託契約等を締結したそれ以降の代理店に対する監督責任を課すこと

等を制度化することが適当であると考えられる。

5. 苦情・相談処理体制の在り方

5.1. 裁判外紛争解決手続の必要性

電気通信サービス又はサービスに関連する電気通信事業者の業務方法に関して、各電気通信事業者は電気通信事業法第27条の苦情等の処理義務に基づき、利用者からの苦情・相談に対し自ら対処しているが、国民生活センター、消費生活センター等に寄せられる苦情・相談件数は増加している。

また、電気通信サービスに係る紛争対象は一般的には少額であることが多いため、手続費用や解決までの時間を考慮すると、必ずしも簡易・迅速な解決が訴訟によって図れない場合⁴²もあり、今後、電気通信分野における消費者保護ルールの見直し・充実が行われた場合には、新たなルールにのっとりた紛争解決のための専門的な体制が必要になるものと想定される。裁判外紛争解決手続（以下「ADR」という。）に関する内外の事例を見ると、利用者保護のための第三者機関を設置してこれを推進する方法が広く見られる。しかしながら、現時点では、我が国の電気通信分野においては、利用者保護のために苦情・相談処理等を行う第三者機関は存在しない。その一方で、海外のいくつかの国においては、消費者保護のため、電気通信分野における苦情・相談処理、紛争解決を行う第三者機関を設置している例も見受けられるところである⁴³。

なお、この点について、事業者団体等からは、個社による苦情・相談処理が適当であり、また、第三者機関が担うコールセンターやADRの機能の有効性自体は否定しないが、消費者からのニーズ、第三者機関の運営者、費用負担等に留意して、慎重に検討を行うことが必要との意見が示されたところである。

しかしながら、現在、①電気通信サービスは国民の日常生活に不可欠な存在であること、②苦情・相談は引き続き増加傾向にあること、③電気通信分野における消費者保護について新たなルールが設けられた場合には当該ルールにのっとりた紛争解決機関の必要性が高まると想定されること、④紛争解決に当たっては手続費用や解決期間にも配慮する必要があること、⑤海外では電気通信分野において第三者機関を設置している例が複数見受けられること等を踏まえると、我が国の電気通信分野においても第三者機関を設置した上、苦情・相談処理、紛争解決等に取り組む方向で検討することが適当であると考えられる⁴⁴。

ワーキンググループにおける検討においては、以上のとおり、ADR導入のために第三者機関を設置することが適当であるとの方向性を確認した上、(2)～(6)の

⁴² 構成員からは、法全体の執行性を高めるため、新たに消費者保護ルールとして導入される規定について、適格消費者団体の差止対象とし、訴訟を活用していくことの有効性を指摘する意見もあった。

⁴³ 海外における第三者機関の例については、[参考資料18から20まで](#)参照。

⁴⁴ 構成員からは、第三者機関の検討に当たっては、(一社)日本ケーブルテレビ連盟の設置する「お客様相談窓口」のように、ケーブルテレビ事業者への苦情・相談を受け付け、業界団体が事実関係の調査から改善指導等を行っていることも参考としつつ、他の業界団体においても、窓口を設置し、業界団体として苦情・相談に対応することが必要であるとの指摘があった。

とおり、検討が必要な論点について一定の整理を行ったところである。今後、ADRに関する専門的知見を有する者や事業者団体等を含め、より詳細な検討を行うことが適当であると考えられる。

5.2. 第三者機関の運営者

第三者機関による紛争解決手続を運営者により大別すると、①裁判所の手続として行われる司法型、②独立の行政委員会や行政機関等が行う行政型、③民間組織、弁護士会、業界団体等が行う民間型の3類型が想定される。また、民間型においては、手続実施主体が業界の関係者のみでは手続の中立性・公平性を保ち難いことから、外部有識者を含める場合もあり、実際に、我が国の各分野において、専門知識を有する学識者・弁護士・技術者等を手続実施主体に含める例も見受けられる。

以上を踏まえて、電気通信分野における第三者機関の運営主体を検討すると、電気通信サービスを構成する技術が高度かつ複雑であり、それらの知見を有する者が苦情・相談対応に当たることが、利用者への的確な対応を実現することになることからすれば、一般的には業界団体等が行う民間型について、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

また、民間型によることとした場合には、紛争解決手続の中立性・公平性を保つ必要があることも踏まえ、必要に応じて、法的専門知識を有する学識者・弁護士等の外部有識者を手続実施主体に加えることを含め、適切な手続実施主体の在り方について、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

5.3. 第三者機関において取り扱う紛争の範囲

電気通信サービスにおいては、携帯電話サービス、モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等の多様なサービスが存在し、サービス提供形態ごとに様々な苦情・相談が寄せられるとともに、隣接領域であるアプリ等のコンテンツサービスや携帯電話端末に関する苦情・相談も寄せられているところであり、各電気通信事業者は、それぞれのサービス提供形態における知見を有する者が苦情・相談対応に当たっているところである。

以上のとおり、サービス提供形態ごとに専門的知見が活用されている一方で、利用者は一度の機会において、各形態をまたいだ複数の契約をする場合もあることや責任分担の関係から複数の機関をたらい回しにされるおそれがあること等を踏まえると業界統一的な第三者機関を設置することが利用者利益に適うとの強い指摘もなされているところである。

この点については、実際の取引実態、紛争解決手続の内容、利用者の利便性、第三者機関の迅速な設立を行うことが可能な紛争範囲等も踏まえ、第三者機関が取り扱うべき紛争範囲について、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

5.4. 紛争解決手続

第三者機関が担う紛争解決手続としては、①相談・助言、②あっせん・調停、③仲裁等が考えられるところであり、また、国民生活センターのように消費者への注意喚起や他の第三者機関の相談業務の支援等を目的として、消費者からの相談情報を収集し、その内容を分析・提供している例も見受けられるところである。

電気通信サービスに係る紛争対象は一般的には少額であることが多いため、手続費用や解決までの時間を考慮すると、必ずしも簡易・迅速な解決が訴訟によっては図れない場合や、第三者機関が相談・助言を行うだけでは、紛争解決に至らない場合も想定されることからすると、あっせん・調停や仲裁等の手続も視野に入れて、利用者利益の保護のために適当な紛争解決手続の在り方について、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

また、第三者機関における紛争解決の実効性を図るためには、金融商品取引法等のように、電気通信事業者に第三者機関との契約締結義務を課した上で、当該契約に片面的受諾義務等を導入するといった仕組み等が必要との指摘もあることから、電気通信事業者の裁判を受ける権利等を踏まえた上で、紛争解決に向けた実効的の仕組みを導入することについて、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

5.5. 運営費用

第三者機関による相談・助言等の紛争解決手続には一定の運営費用を要するところであるが、電気通信サービスに係る紛争対象は一般的には少額であることが多いにもかかわらず、多額の申立手数料を利用者に負担させた場合、第三者機関の手続を利用することは期待し難いと考えられる。一方で、運営費用を事業者負担とした場合には、苦情・相談件数や事業規模が異なる各電気通信事業者間で公平に費用分担することが望ましいとの指摘もなされている。

この点については、利用者利益や各事業者の事業規模、負担の公平等を踏まえて、運営費用の分担の在り方について、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

5.6. 他機関との連携

利用者保護の充実の観点からは、利用者がたらい回しにされることのないよう、第三者機関相互間で情報交換や案件の移送など、トラブルの解決に向けた連携を図ることが重要であると考えられる。

この点については、国民生活センター、消費生活センター、総務省電気通信消費者相談センター等の既存組織との連携の在り方も含め、より詳細に検討することが適当であると考えられる。

<参考>放送サービスの取扱いについて

電気通信サービスと契約の締結が一体となっていて行われているCATVの「トリプルプレイ」に代表されるように、放送サービスは、サービス特性（販売形態等）が電気通信サービスと類似する点が多いことに加え、制度面も電気通信サービスと共通する点が多い。ワーキンググループにおける議論は、放送分野の消費者保護ルールの在り方の検討にもおおむね当てはまるものと考えられることから、本中間取りまとめに示された考え方を参考としつつ放送サービスの特性を踏まえ、その取扱いについて検討が行われることが適当である。

第2章 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等については、携帯電話の販売奨励金が長期利用者にとって不公平なものとなっていないか、現行の料金体系が利用者の多様な利用実態に合致していないのではないかと、といった指摘がされているところである。そこで、これらのICTサービスの進展に応じた新たな課題について個別に検討することとする。

1. 販売奨励金等の在り方

1.1. 背景

構成員からは、現在のモバイル通信市場について、主要事業者が3グループに集約⁴⁵され、既存利用者の取り合いや困り込みのための競争ばかりが激しく、また協調的寡占⁴⁶の色彩が強いとの指摘があった⁴⁷。

また、携帯電話サービス等の契約時に、利用者に対して、端末の割賦代金支払額相当分の毎月の通信料金の割引に加えて、多額のキャッシュバックが提供されてきた点⁴⁸について、携帯電話事業者間の競争を歪めるとともに、キャッシュバックによる顧客獲得が困難なMVNOの新規参入・成長を阻害する点で問題であるとの指摘があった。

さらに、携帯電話番号ポータビリティ等により頻繁に事業者・端末の乗り換えを行う利用者と、キャッシュバックの恩恵を受けずに毎月の通信料金を支払っている長期利用者との間の不公平性が拡大する点においても問題であるとの指摘があった。

加えて、携帯電話サービス等の成約時の利用者へのキャッシュバックは、様々なオプションサービスの契約等を条件としている例がみられるとの指摘があった。

⁴⁵ 電気通信事業者の変遷については、[参考資料21](#)参照。

⁴⁶ 携帯電話のシェアの推移については、[参考資料22](#)参照。

⁴⁷ なお、構成員からは、F T T H等の固定通信の分野においても、通信事業者から代理店に対する販売奨励金を原資としたキャッシュバックの問題があり、移動・固定連携サービスが広がる中で、動向を注視する必要があるとの指摘があった。

⁴⁸ 販売奨励金は、携帯電話事業者から販売代理店に対して支払われる。販売機種に関わらず新規契約等の成約後に支払われるもの、一定の数量を超えた契約を獲得すると上乗せされるもの、販売機種毎に上乗せされるもの、契約した利用者の継続年数に応じたもの、MNPにより獲得した契約に対するものなど、携帯各社の経営判断により細かく設定されており、時期によって異なる。

携帯電話端末を購入した利用者に対するキャッシュバックは、代理店が携帯電話事業者からの販売奨励金等を原資として行うものである。

また、販売奨励金によるキャッシュバックとは別に、携帯電話事業者は、新規契約・機種変更等により特定の端末を購入することを条件として、毎月の通信料金の割引を行うことがある（月々サポート、毎月割、月々割等）。こうした割引により、最大で端末の割賦販売代金相当額の通信料金の割引を受けることが可能となっている。

こうした販売奨励金や通信料金の割引は、ユーザが負担している通信料の一部が原資となっており、キャッシュバックや通信料金の割引を受けずに毎月の通信料金を支払う利用者との関係で不公平が生じていることが指摘されている。携帯端末販売の流れのイメージ及びキャッシュバックに係る料金負担のイメージについては、[参考資料23](#)及び[24](#)参照。

事業者からは、多額のキャッシュバックについては適正化を図る方向という発言があった一方で、構成員からは、引き続き行われている事例が見られるという指摘があった。

1.2. 考え方

携帯電話事業者から代理店に対して支払われる各種販売奨励金を原資として、携帯電話番号ポータビリティ等の際に利用者への多額のキャッシュバックが行われている。販売奨励金及びキャッシュバックについては、モバイル市場における適正な競争を阻害する点や、長期利用者との間の不公平性を拡大させる点において問題があると考えられる。

一方、①販売奨励金そのものは商慣行として否定されるものではないこと、②販売奨励金の適正な水準を法令により定めることは難しいこと、③これまで利用者料金の分野で規制緩和を進めてきた経緯や規制に係るコストも勘案する必要があること、④ワーキンググループのヒアリングにおいて事業者から自主的に適切化を図る旨の表明があったこと等から、現時点において、販売奨励金やこれを原資としたキャッシュバックについて直接規制することは必ずしも適当ではないと考えられる。

他方、多額のキャッシュバックが行われる背景として、携帯電話事業者が、端末へのSIMロックと期間拘束・自動更新付契約によって利用者を過度に囲い込んでいることがあり、利用者に事業者を乗り換えさせるためにキャッシュバックが支払われていると考えられる。

したがって、販売奨励金等については、まずは端末と通信サービスの分離等の競争環境の整備を通じて、事業者による自主的な適正化を促すことが適当であると考えられる。

また、販売奨励金等の総額等については、一部事業者を除き公表されておらず、行政も実態を把握できていない側面があることから、販売奨励金等の状況について、携帯電話事業者に定期的な報告を求める等⁴⁹、何らかの対応を取ることが適当であると考えられる。

さらに、利用者へのキャッシュバックを含め料金その他の条件はオプションサービスの契約も含めて様々であり、利用者がその条件を正確に理解できるよう、必要となる条件について、適切な説明を行うことが適当であると考えられる。

⁴⁹ 販売奨励金の運用ガイドラインについては、[参考資料25](#)参照。

2. SIMロック解除等

2.1. 背景

総務省では、2010年（平成22年）に「SIMロック解除に関するガイドライン」⁵⁰を策定し、事業者の主体的取組によるSIMロック⁵¹解除の実施を求めたところであるが、その取組状況は限定的である⁵²。

他方、近年のLTEやスマートフォンの普及といったモバイル通信市場の環境変化によって、事業者間の通信方式や端末の共通化、端末と上位レイヤーサービス、通信サービス等との分離が起きている⁵³。

現在、日本を除く主要国の通信事業者は、少なくとも契約締結から一定期間経過後にはSIMロック解除に応じている⁵⁴。

事業者からは、ヒアリングにおいて、SIMロック解除の利用件数は少なく、大きなニーズがないという指摘があった。

これに対して、構成員からは、次のような指摘があった。

- ・ 端末へのSIMロックと期間拘束・自動更新付契約によって利用者の過度の囲い込みが行われ、多額のキャッシュバック等の様々な問題が生じている。
- ・ 事業者がSIMロックによって利用者を強度に拘束し囲い込むことによって自由な選択をできなくしていることが問題である。
- ・ SIMロックの解除はマーケットに任せて解決するものではなく規制により対応すべきものである。
- ・ 海外の事業者のSIMにより端末が動作しないように設定する「海外ロック」については、海外との交流を活性化する観点からも、解除について検討すべきある。
- ・ 海外の事業者が無償でSIMロックを解除していることについては、端末は利用者の所有物であり、SIMロックは通信事業者の都合でかけているものであるから、解除は無料で行うべきという考え方がベースにあるのではないか。
- ・ 事業者はiPhoneのSIMロックを解除していないが、Apple, Inc. 自体がSIMフリーの端末を発売していること、海外ではiPhoneのSIMロックを解除できていることも踏まえ、料金面での競争を促すためには、

⁵⁰ SIMロック解除に関するガイドラインについては、[参考資料26](#)参照。

⁵¹ SIMロックの概要については、[参考資料27](#)参照。

⁵² SIMロック解除及びSIMフリー端末の状況については、[参考資料28](#)参照。

⁵³ モバイルビジネス研究会後の携帯電話市場の環境変化については、[参考資料29](#)参照。

⁵⁴ 諸外国のSIMロック解除に関する規制及び米国のSIMロックの状況については、[参考資料30](#)及び[31](#)参照。

iPhoneこそSIMロックを解除すべきである。

- ・ SIMロックと並んで利用者を困り込む効果を生んでいる期間拘束・自動更新付契約について、契約期間が自動更新されてロールオーバーする点や契約解除料が発生せずに確認できる期間が1ヶ月しかない点は問題である。

2.2. 考え方

事業者によりSIMロックされた端末は、他の事業者のSIMを挿して利用することはできないため、通信サービス契約の終了後の用途は著しく限られる。また、海外渡航時に現地国のSIMに差し替えて利用することもできない。このような点において、SIMロックは、利用者の自由な選択を妨げ、利便を損なっているものと考えられる。

さらに、SIMロックがかけられていると、他の事業者のサービスへ乗り換える際に新たに端末を購入する必要が生じることから、スイッチングコストが押し上げられ、競争を阻害する要因となるほか、新規顧客獲得の際の多額のキャッシュバックの一因にもなっていると考えられる。

事業者からは、SIMロックをかけない場合の懸念点として、①端末が必ずしも他の事業者のサービスに十分対応していない点について利用者に混乱が生じるおそれがあること、②SIMロックをかけた場合と比較して販売促進費を抑制せざるを得ないことにより、端末の価格が現状よりも高くなるおそれがあること、③端末・サービスについて事業者独自のブランド戦略を進めるインセンティブが失われるおそれがあることが挙げられた。

しかしながら、上記①については、利用者に対し適切な説明をした上でその選択に委ねることが適当であると考えられる。②については、まさに行き過ぎた多額のキャッシュバックについては利用者間の公平性や公正競争の観点から問題であるとの指摘があったものであり、SIMロック解除によりこれに対し一定の抑制効果があることはむしろ望ましいと考えられる。③については、事業者独自のブランド戦略はSIMロックによって利用者を強制的に困り込むのではなく、端末の魅力を最大限引き出すサービスの開発・提供によって進めるべきものと考えられる。このように、いずれの懸念点についてもSIMロック解除に応じないことの適正性・合理性の根拠とは認められない。

したがって、最近のモバイル通信の技術、サービス、市場環境、海外との交流の増加等の変化を踏まえれば、事業者は、端末に最初からSIMロックをかけないか、仮にSIMロックをかけるとしても、少なくとも一定期間経過後は、利用者の求めに応じ迅速、容易かつ利用者の負担なく解除に応じることが適当である。

このような考え方に基づくSIMロック解除のルール化に向けた「SIMロック解除に関するガイドライン」の改正に当たっては、2010年（平成22年）の同ガイドラ

イン策定後の取組状況に鑑みれば、総務省において改正ガイドラインの実効を確保することを前提とした検討がなされるべきであり、併せて、既存の仕組みの大きな変更となるため、事業者側の体制整備等のために一定の準備期間を設けるとともに、事業者の予見性を確保する観点から、総務省において対象端末及び解除方法並びに実効の確保を含む具体的な運用方針やスケジュール等を明らかにすることが適当である。

なお、SIMロック解除が推進された場合には、これまで、端末と通信サービスが一体的に提供されてきたことを前提として事業者が担ってきた端末のアフターサービスについて、関係する事業者間で利用者への対応に当たる体制を明確にするとともに、インターネット利用における青少年保護が適切に図られるよう、課題の整理を行うことが適当であると考えられる。

3. モバイルサービスの料金体系

3.1. 背景

主要な携帯電話事業者のデータ通信の料金プランは7GBを上限とするものを中心に画一化しており、データ通信量に応じた多段階のプランが設定されていない⁵⁵。また、スマートフォンは、フィーチャーフォンと比較して、無料通話分がなくなり、プランによっては通話料単価が上がっている⁵⁶。

構成員からは、我が国と比較して、諸外国はデータの利用量が少ないユーザ向けにはきめ細かいプランが用意されている印象があるとの指摘があった⁵⁷。また、利用者のニーズに合わせた多様な料金プランの設定が必要との指摘があった。

また、事業者からデータ使用量の分布は経営上の秘密であり回答できないとの発言があったことに対し、構成員から、行政当局が事後規制を適切に行うためには、データ把握を行うことは必要との指摘があった。

3.2. 考え方

各事業者は、データ通信料金について、利用者のデータ通信量分布に応じた多様な料金プランを提供することが適当である。

以上のような観点からは、具体的な料金プランの設定に当たっては、次の2点を満たしていることが必要である。

- ① データ通信量に応じた多段階のプランが設定されていること
- ② データ通信量の平均値や分布を勘案すること

通信量分布に応じた多様な料金プランが実現すれば、利用者は毎月の通信量動向により敏感になり、Wi-Fiや固定回線へのオフロードが進むことが想定されることとあり、電波の効率的な利用の促進（電波の逼迫対策）にも資すると考えられる。

総務省としては、事業者に対して、このような料金プランの導入を促すとともに、料金プランが利用者の利用動向に合致しているかを検証するため、各事業者における利用者1人当たりのデータ通信量の分布及び対応した料金プランの設定状況について定期的に報告を求め、把握することが適当である。

さらに、利用者が自分の利用動向に合ったプランを選択することを可能とするため、事業者は、利用者に対して毎月の通信量の通知を行うなど、利用者にとって分かりやすい説明をすることが適当であると考えられる。

また、音声通話についても、今後、VoLTEの導入が予定される中、益々多様化

⁵⁵ 携帯電話各社のLTE料金の比較及び定額データ通信の料金プランの現状については、[参考資料32](#)及び[33](#)参照。

⁵⁶ 携帯電話各社の音声通話料金の比較については、[参考資料34](#)参照。

⁵⁷ 諸外国におけるスマートフォン（LTE）プラン（月額）については、[参考資料35](#)参照。

することが想定される利用者の利用実態やニーズに合わせた、利用しやすいサービス及び料金プランについて、各事業者において引き続き検討が行われることが適当であると考えられる⁵⁸。

⁵⁸ 構成員からは、各携帯電話事業者が発表した通話定額制を含む新料金プランについて、各社横並び（スマートフォンの場合、月額2,700円）となっており、問題であるとの指摘があった。

参考資料（目次）

- 1 : 「ICTサービス安心・安全研究会」 構成員名簿
「消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG」 構成員・オブザーバー名簿
- 2 : 消費者保護ルールの見直し・充実に関する検討経過
- 3 : 電気通信サービス向上推進協議会の検討体制
- 4 : 「CS適正化イニシアティブの提言」に関する業界の具体的な取組内容
- 5 : 全苦情・相談件数及び電気通信サービスに係る苦情・相談件数（平成25年度）
- 6 : 電気通信サービスに係る苦情・相談件数の状況（平成25年度）
- 7 : 「携帯電話サービス」の苦情・相談の状況（平成25年度）
- 8 : 「モバイルデータ通信」の苦情・相談の状況（平成25年度）
- 9 : 「光ファイバー」の苦情・相談の状況（平成25年度）
- 10 : 販売形態別・契約解除希望の苦情・相談件数の状況（平成25年度）
- 11 : 電気通信事業法の消費者保護ルール見直し・充実に関する要望（概要）
- 12 : 契約関係からの離脱に関するルール
- 13 : 提供条件の説明義務の範囲
- 14 : 他の法令におけるクーリングオフ等の規定の例
- 15 : 期間拘束・自動更新付契約（LTEプランの例）
- 16 : 契約解除料に関する訴訟の状況
- 17 : 勧誘停止窓口の概要
- 18 : 海外の第三者機関（イギリス）
- 19 : 海外の第三者機関（オーストラリア）
- 20 : 海外の第三者機関（フランス）
- 21 : 電気通信事業者の変遷
- 22 : 携帯電話のシェアの推移
- 23 : 携帯端末販売の流れのイメージ
- 24 : キャッシュバックに係る料金負担のイメージ
- 25 : 販売奨励金の運用ガイドライン
- 26 : SIMロック解除に関するガイドライン（2010年（平成22年）6月）
- 27 : SIMロックの概要
- 28 : SIMロック解除及びSIMフリー端末の状況
- 29 : モバイルビジネス研究会後の携帯電話市場の環境変化
- 30 : 諸外国のSIMロック解除に関する規制等
- 31 : 米国のSIMロックの状況
- 32 : 携帯電話各社のLTE料金の比較
- 33 : 定額データ通信の料金プランの現状（主要3社）
- 34 : 携帯電話各社の音声通話料金の比較
- 35 : 諸外国におけるスマートフォン（LTE）プラン（月額）

「ICTサービス安心・安全研究会」
構成員名簿

(敬称略・五十音順)

【構成員】

(座長)	にいみ 新美	いくふみ 育文	明治大学法学部教授
(座長代理)	あいだ 相田	ひとし 仁	東京大学大学院工学系研究科教授
	おおたに 大谷	かずこ 和子	株式会社日本総合研究所法務部長
	おかむら 岡村	ひさみち 久道	弁護士・国立情報学研究所客員教授
	きよはら 清原	けいこ 慶子	三鷹市長
	くわこ 桑子	ひろゆき 博行	違法・有害情報相談センター長
	これえだ 是枝	のぶひこ 伸彦	電気通信サービス向上推進協議会長
	こんどう 近藤	のりこ 則子	老テク研究会事務局長
	ししど 宍戸	じょうじ 常寿	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	しんぼ 新保	ふみお 史生	慶應義塾大学総合政策学部教授
	ながた 長田	みき 三紀	全国地域婦人団体連絡協議会事務局次長
	はしもと 橋元	よしあき 良明	東京大学大学院情報学環教授
	ひらの 平野	すすむ 晋	中央大学総合政策学部教授

「消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG」
 構成員・オブザーバー名簿

(敬称略・五十音順)

【構成員】

(主査)	にいみ 新美	いくふみ 育文	明治大学法学部教授
(主査代理)	ひらの 平野	すすむ 晋	中央大学総合政策学部教授
	あいだ 相田	ひとし 仁	東京大学大学院工学系研究科教授
	きた 北	しゅんいち 俊一	株式会社野村総合研究所上席コンサルタント
	きむら 木村	よ たま代	主婦連合会
	こんどう 近藤	のりこ 則子	老テク研究会事務局長
	さいとう 齋藤	まさひろ 雅弘	弁護士
	ししど 宍戸	じょうじ 常寿	東京大学大学院法学政治学研究科教授
	せきぐち 関口	ひろまさ※ 博正	神奈川大学経営学部教授
	ながた 長田	みき 三紀	全国地域婦人団体連絡協議会事務局次長
	はらだ 原田	まさかず 昌和	立教大学法学部教授
	ふなだ 舟田	まさゆき※ 正之	立教大学名誉教授
	みょうじん 明神	ひろし 浩	電気通信サービス向上推進協議会事務局長
	もり 森	りょうじ 亮二	弁護士
	わかばやし 若林	ありさ 亜理砂	駒澤大学法科大学院法曹養成研究科教授

※ アドホック会合のみに参加。

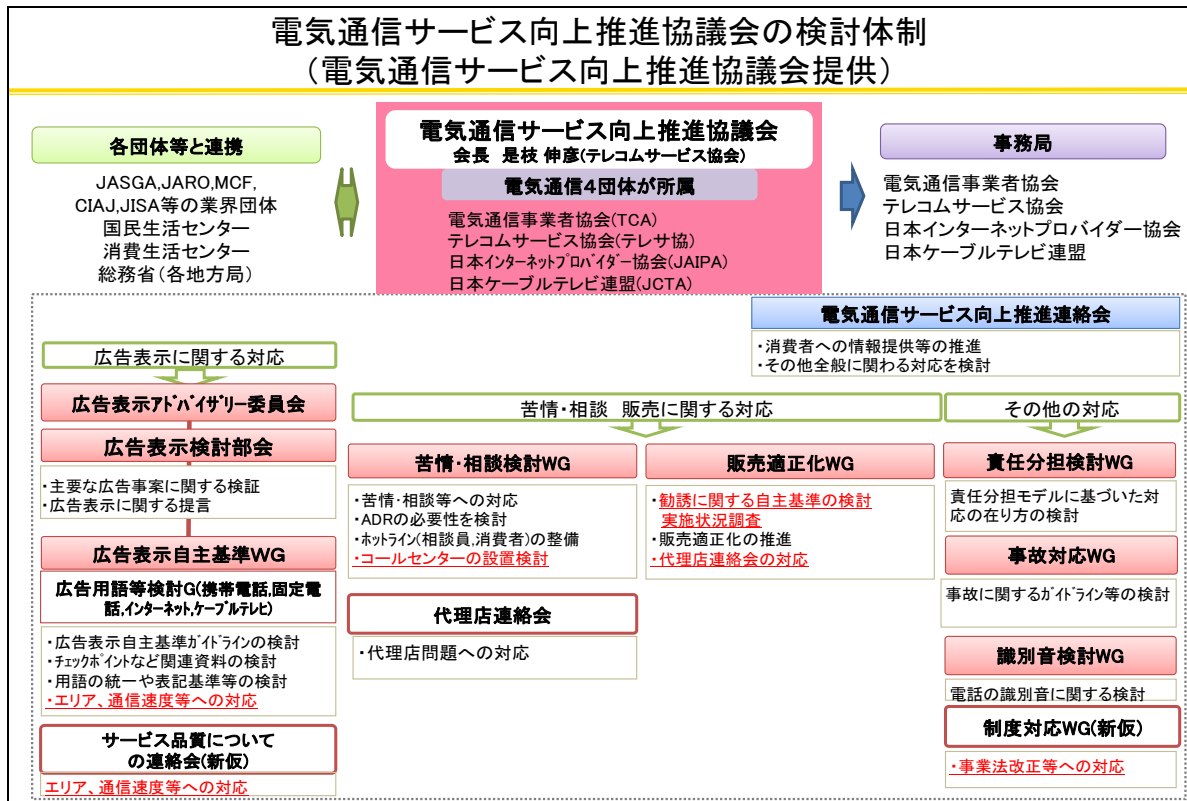
【オブザーバー】

	ごうだ 郷田	ひであき 英明	(一社) 日本インターネットプロバイダー協会 インターネットユーザー部会部会長
	ながたに 永谷	まさし 将	(一社) 電気通信事業者協会 消費者支援委員会委員長
	まるはし 丸橋	とある 透	(一社) テレコムサービス協会 サービス倫理委員会委員長
	やまもと 山本	がく 学	(一社) 日本ケーブルテレビ連盟 管理部担当部長

消費者保護ルールの見直し・充実に関する検討経過

会合	開催日	主な議題
研究会第1回	平成26年 2月24日	○ICTサービス安心・安全に関する現状と課題 【プレゼンテーション】 ・電気通信サービス向上推進協議会 「CS適正化イニシアティブの提言」等に関する業界の取組みについて」等
WG第1回	平成26年 2月28日	○消費者保護ルールの現状と課題 ・ICTサービス安心・安全（消費者保護ルール）に関する現状 ・電気通信事業法における消費者保護ルールの見直し・充実に関する要望 【プレゼンテーション】 ・電気通信サービス向上推進協議会 「CS適正化イニシアティブの提言」等に関する業界の取組みについて」
WG第2回	平成26年 3月20日	○消費者保護ルールの見直し・充実 【プレゼンテーション】 ・独立行政法人国民生活センター 「よく分からないまま契約していませんか？ インターネット、携帯電話等の電気通信サービスに関する勧誘トラブルにご注意！」 ・株式会社野村総合研究所 「PIONEERに登録された消費生活相談情報の傾向分析」 ・北構成員 「主要検討項目について」 ・宍戸構成員 「消費者保護ルールの見直し・充実に関するWGにおける検討に関する意見」 ・海外事例（クーリングオフ） ・原田構成員 「試用期間としてのクーリング・オフ」についてのメモ」
WG第3回	平成26年 4月17日	○消費者保護ルールの見直し・充実 ○通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等 【ヒアリング】 ・公益社団法人全国消費生活相談員協会 「相談事例からみた問題点と望まれる消費者保護ルール」 ・東日本電信電話株式会社 「東日本電信電話株式会社における営業品質向上に向けた取り組みについて」 ・西日本電信電話株式会社 「お客様クレームの削減に向けた取り組み」 ・株式会社NTTドコモ 「消費者保護に関する取組について」 ・KDDI株式会社 「ICTサービス安心・安全研究会消費者保護ルールの見直し・

		<p>充実に関するWGヒアリングについて」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ソフトバンクモバイル株式会社 「消費者保護のための取組みについて」 ・イー・アクセス株式会社 「事業者ヒアリングについて」 ・株式会社ティーガイア 「(株) ティーガイア説明について」 ・一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会 「消費者保護ルール見直し・充実に関するMVNO委員会の取組状況について」
WG第4回	平成26年 4月24日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実 【ヒアリング】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・株式会社ジュピターテレコム 「消費者保護ルールの見直し・充実への対応」 ・一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 「消費者保護ルール見直し・充実に関するJAIPAの取組状況について」 ・UQコミュニケーションズ株式会社 「ICTサービス安心・安全研究会消費者保護ルールの見直し・充実に関するWGヒアリング資料」 <p>【個別論点議論】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・電気通信役務の提供に係る契約のクーリングオフについて（論点整理）
研究会第2回	平成26年 5月13日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG等の検討状況</p> <p>○スマートフォン アプリケーション プライバシーポリシー普及・検証推進タスクフォースにおける検討の結果</p> <p>○ICTによる2020年代創造のための青少年保護・育成の在り方</p>
WGアドホック 第1回	平成26年 5月20日	<p>○通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通信サービスの料金その他の提供条件の現状
WGアドホック 第2回	平成26年 5月26日	<p>○通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・通信サービスの料金その他の提供条件について（論点整理）
WG第5回	平成26年 6月4日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者保護ルールの見直し・充実について（論点整理）
WG第6回	平成26年 6月16日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・苦情・相談処理体制の在り方について（論点整理） ・前回会合を踏まえた論点整理の追加・修正 ・電気通信事業法における消費者保護ルールの見直し・充実に関する要望
WG第7回	平成26年 6月30日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実</p> <p>○通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中間とりまとめ（案）
研究会第3回	平成26年 7月14日	<p>○消費者保護ルールの見直し・充実</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG 中間取りまとめ（案） <p>○ICTによる2020年代創造のための青少年保護・育成の在り方</p>



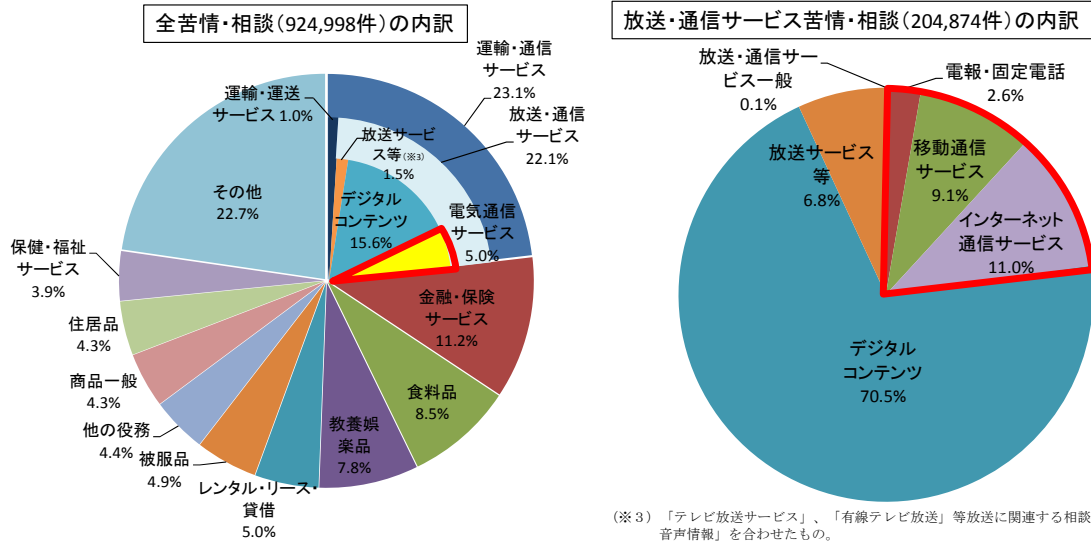
「CS適正化イニシアティブの提言」に関する業界の具体的な取組内容 (電気通信サービス向上推進協議会提供)

実施項目		実施予定概要	実施時期	
1 自主基準等の拡充	広告表示	①エリア表示統一	人口カバー率の算定について、500mメッシュ方式への表示統一化に向けたルールを策定し、広告表示自主基準へ反映。	H26.1Q (4月-6月)
		②実効速度表示の検討	総務省研究会のとりまとめを踏まえ、実効速度の広告表示について検討。	H26.1Q~ (4月-6月~)
	営業活動	③営業自主基準の見直し	訪問販売、電話勧誘によるモバイルデータ通信サービス契約について利用前キャンセル等を基準化、禁止行為等について強化を図る。	H26.1Q (4月-6月)
		④ガイドライン作成	全ての事業者や販売員が理解しやすいよう、例示を含めたガイドライン(自主基準解説集)を作成。	H26.1Q (4月-6月)
		⑤重要事項抜粋モデルの見直し	最近の苦情相談の傾向を踏まえ、重要事項説明書面抜粋モデルを見直し、全ての事業者や利用者が理解しやすいよう改定。	H26.1Q (4月-6月)
2 自主基準の遵守担保	⑥代理店連絡会の開催	主に光ファイバ1次代理店との情報共有、引き続き議論を実施、今後、参加代理店の拡大を検討。	H25.8月~	
	⑦営業活動自主基準の代理店周知	営業活動自主基準について代理店連絡会を通じて直接周知、遵守状況について調査を実施。	H26.3月	
	⑧販売員資格制度構築	消費者トラブルを踏まえた適切な営業が行える販売員育成を目的とした資格制度を検討。	H26.2Q (7月-9月) 実施判断	
	⑨販売員向けマナー集作成	最近の苦情相談事例を踏まえ、適切な営業マナーをわかりやすく説明した媒体を作成・配布、販売員のモラル啓発を図る。	H26.1Q (4月-6月)	
3 その他	⑩利用者リテラシーの向上	協議会HP等における、よくある相談事例を踏まえたコンテンツの更新や、FAQ等を追加し、リテラシー向上を図る。	H26.1Q (4月-6月)	
	⑪個社相談窓口への誘導強化	・協議会HP等にて各社窓口、再勧誘停止窓口を一覧化 ・会員各社へ個社窓口への誘導施策(各種窓口の露出強化、トラブル対応窓口の強化、窓口応答率向上等)の検討・実施を要請。	H26.1Q (4月-6月)	
	⑫PIO-NET等データの分析・対応	PIO-NET登録データ及び各社相談事例の傾向分析、対応策検討を継続的に実施。	H25.8月~	
	⑬業界コールセンターの設置検討	効果とデメリットを比較考量し、現地点においては効果の高い自主的取組みを優先し設置は見送り。	H25.8月~	
	⑭消費者センター等との連携強化	ホットラインリストの整備、国センや消センとの意見交換等を実施。	継続	
⑮他団体との連携	他団体との情報交換等を実施。	継続		

全苦情・相談件数及び電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)

- PIO-NET^(※1)に登録された2013年度(平成25年度)の全苦情・相談件数は924,998件。
- うち、電気通信サービス^(※2)に係る苦情・相談件数は46,409件で全体の5.0%

(※1) 全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センター等を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情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステム。
 (※2) 「電報・固定電話」と「移動通信サービス」と「インターネット通信サービス」を合わせたもの。



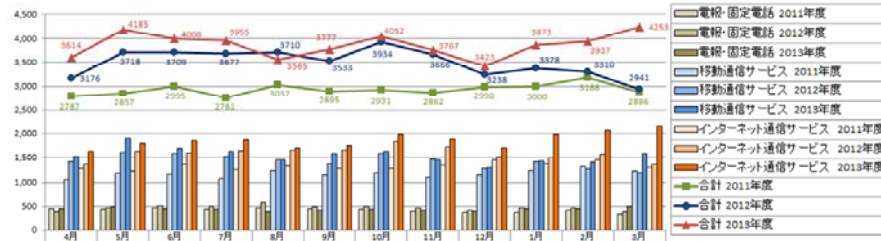
(※3) 「テレビ放送サービス」、「有線テレビ放送」等放送に関する相談及び「電話音声情報」を合わせたもの。

(出典) PIO-NET 登録データより作成 ※2014年4月30日までの登録分

電気通信サービスに係る苦情・相談件数の状況(平成25年度)

- 2013年度(平成25年度)の電気通信サービスに係る苦情・相談件数は、年度当初から増加し、8月に前年度をやや下回ったが、その後は増加傾向が続き、合計で46,409件(10.5%増加)となっている。
 - 「携帯電話サービス」は、年度当初から急増し、11月・12月が前年度をやや下回ったが、その後は増加しており、合計13,309件(8.0%増加)となっている。
 - 「モバイルデータ通信」は、年度当初から増加し、8・9月が前年度をやや下回ったが、その後は増加しており、合計5,058件(7.7%増加)となっている。
 - 「光ファイバー」は、年度当初から増加し、7月以降、前年度と同水準で推移していたが、12月以降は急増しており、合計11,349件(9.7%増加)となっている
- (注) 各年度翌年4月30日までのPIO-NET登録分(苦情・相談の件数は、今後未入力分が登録され、変動する可能性がある。)

2013年度(平成25年度)ー2011年度(平成23年度)における電気通信サービスに係る苦情・相談件数の推移

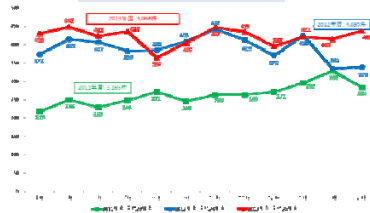


2013年度(平成25年度)ー2011年度(平成23年度)におけるサービスごとの苦情・相談件数の推移

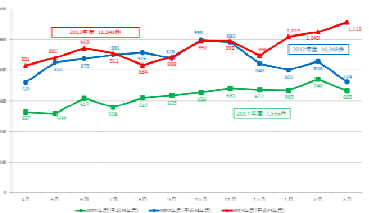
「携帯電話サービス」



「モバイルデータ通信」



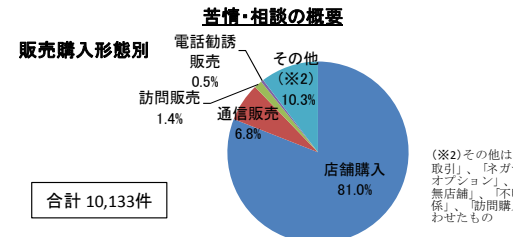
「光ファイバー」



※各年度とも翌年4月30日までのPIO-NET登録分

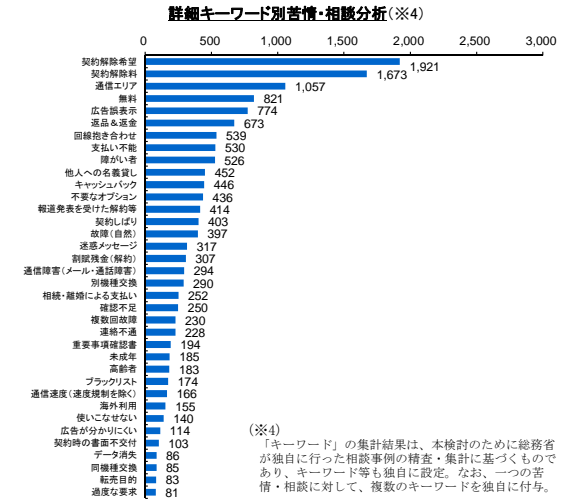
「携帯電話サービス」等の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 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、回線抱き合わせ、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



内容別 (※3)内容等キーワードは、複数回答項目

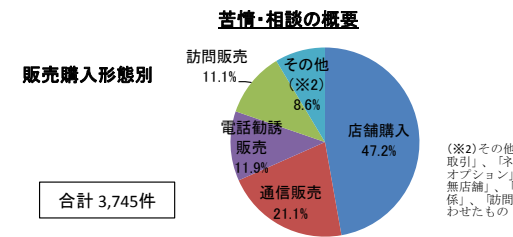
上位	内容等キーワード(※3)	付与数	前年度との比較
1	解約全般	3,226	2位から△
2	説明不足	2,704	1位から▼
3	高価格・料金	1,754	-
4	解約料	1,697	-
5	クレーム処理	1,382	-
6	他の接客対応	1,222	7位から△
7	契約	1,220	6位から▼
8	契約書・書面全般	1,084	-
9	虚偽説明	857	14位から△
10	返金	787	12位から△



(※1) 出典：PI0-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。

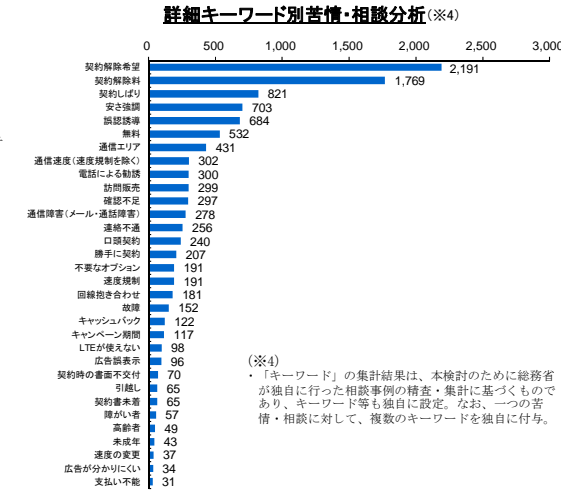
「モバイルデータ通信」の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 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、回線抱き合わせ等、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



内容別 (※3)内容等キーワードは、複数回答項目

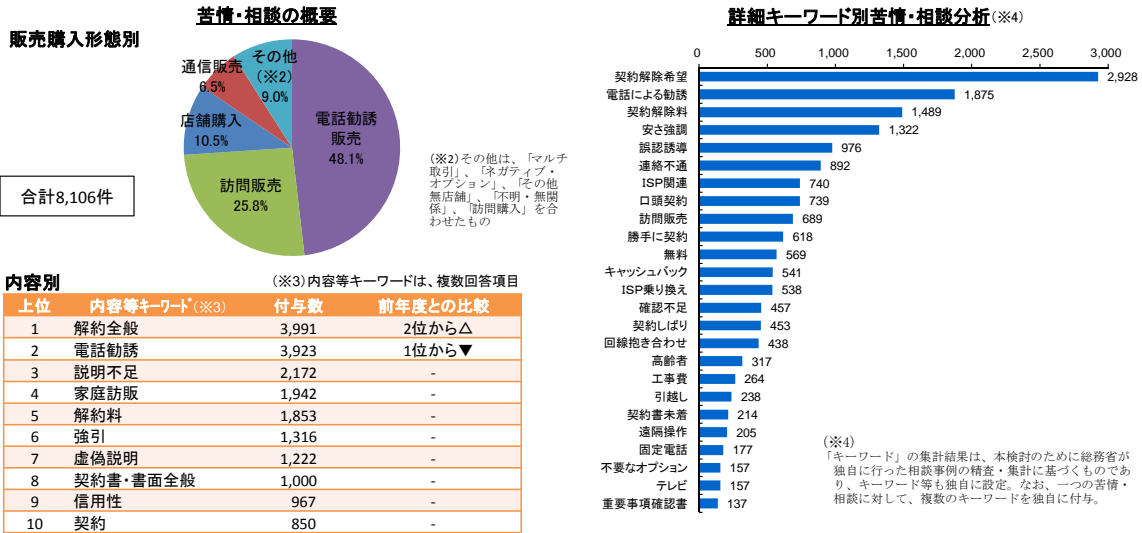
上位	内容等キーワード(※3)	付与数	前年度との比較
1	解約全般	2,072	-
2	解約料	1,418	-
3	説明不足	1,316	-
4	虚偽説明	521	5位から△
5	契約書・書面全般	458	8位から△
6	電話勧誘	427	4位から▼
7	高価格・料金	412	-
8	インターネット通話	391	13位から△
9	クレーム処理	358	6位から▼
10	無料商法	325	9位から▼



(※1) 出典：PI0-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。

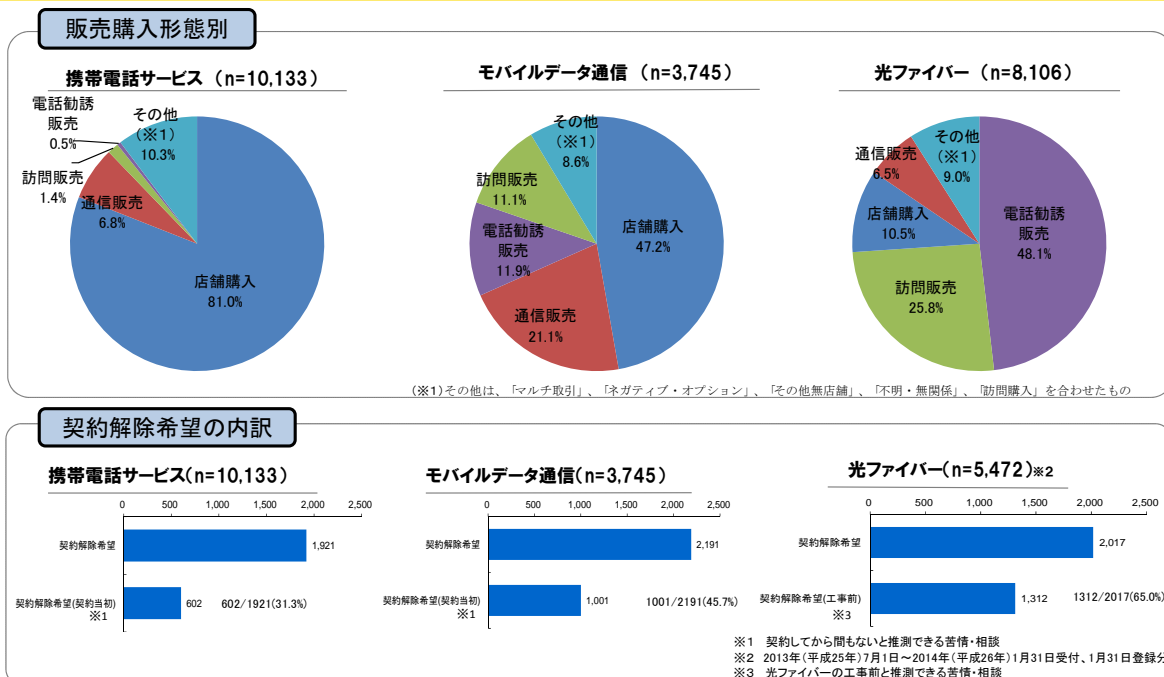
「光ファイバー」の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 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、回線抱き合わせ等、販売勧誘活動に関するもの
 - 口頭契約、料金の安さ・無料の強調、書面交付等、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



(※1) 出典：PI0-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。

苦情・相談の状況(販売形態別・契約解除希望の内訳)



(注) 総務省からの委託により(株)野村総合研究所が作成。PI0-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。

電気通信事業法の消費者保護ルール見直し・充実に関する要望(概要)①

「CS適正化イニシアティブ」において示された電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に関連して、①消費者委員会、②東京都消費生活総合センター、③日本弁護士連合会、④(独)国民生活センター、⑤消費者支援機構関西、⑥消費者支援ネット北海道、⑦京都消費者契約ネットワーク、⑧全国消費者団体連絡会から電気通信事業法の改正等に関する要望が、次のとおり、総務省に対し寄せられている。

要望団体	要望の概要
消費者委員会 (H24.12.11)	相談件数が明確な減少傾向になる等の一定の改善が見られない場合には、総務省及び消費者庁は協議を行ったうえで、以下の①又は②いずれかにより、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図るための法的措置を講じることを含め、必要な措置を検討し確実に実施すること。 ① 電気通信事業法及び電気通信事業法施行令(昭和60年政令第75号)等を改正し、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売において特定商取引法と同レベルの消費者保護規定を導入するとともに、店舗販売の場面においても契約者の年齢や知識を踏まえた説明を行うべきこと等の消費者保護に配慮した規定を設けることを含め、必要な措置を検討し確実に実施する。 ② 電気通信事業者の役務提供契約について、特定商取引法の適用除外を廃止するとともに、店舗販売においても①同様の消費者保護に配慮した規定を設けるべく電気通信事業法等を改正することを含め、必要な措置を検討し確実に実施する。
河上委員長発言 (H25.7.23)	今般、同研究会の提言案である「スマートフォン安心安全強化戦略(案)」において、同WGによる検討内容が「CS適正化イニシアティブ」として盛り込まれ、「従来の延長線上にある自主的な取組だけでは不十分で、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に着手すべき」などの方向性が掲げられております。 同研究会の提言案において、こうした方策が示されたことは、当委員会としても、消費者トラブルの実態及び当委員会の提言に照らして、適切なものであると考えております。これらの方策が同研究会の提言として最終的に取りまとめられた場合には、総務省において、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図り、消費者トラブルの防止に十分な実効性が確保されるよう、特定商取引法と同レベルの消費者保護規定導入の検討等に早急に着手されることを求めます。また、制度的な対応が実現されるまでの間の消費者保護対策についても、取り組んでいただきたいと思います。当委員会においても、消費者トラブルの実態を踏まえ、引き続き、本問題に関するフォローアップを行ってまいります。
東京都消費生活総合センター (H25.9.18)	①電気通信事業法第26条では、電気通信事業者に加え、媒介、取次ぎ及び代理を業として行う者に対しても、消費者への書面による説明義務を課している。これら勧誘業者等が書面を交付し、法律を遵守した勧誘をするよう総務省は適切な監督をすべきである。 ②訪問販売や電話勧誘販売であっても、通信契約はクーリング・オフが適用されない。電気通信事業法を改正して消費者保護に必要な条項を加える、又は特定商取引法適用除外を外して通信契約にも適用するなどの法的対策を講じるべきである。 ③通信技術は進歩が速く、消費者が正確に商品やサービスを判断すべき十分な情報を得ることが難しいため、有利不利、優良不良を判断できる表示を義務付ける景品表示法によるガイドラインの作成を行うべきである。
日本弁護士連合会 (H26.1.27)	①電気通信役務の提供に関する契約の締結において、利用者の保護を適正に行うため、②～⑤のとおり、電気通信事業法を改正すべき。 ②電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者等が、契約の締結等を行うに際し、特定商取引法に規定する訪問販売又は電話勧誘販売により契約の締結等が行われた場合について、電気通信役務の提供を受けようとする者に、特定商取引法が規定する消費者保護規定と同等の保護(書面交付義務、クーリング・オフ制度、過量販売規制、不実告知の禁止及びそれらの違反に対する行政処分、罰則等)を及ぼす旨の利用者保護規定を設けるべき。

電気通信事業法の消費者保護ルール見直し・充実に関する要望(概要)②

要望団体	要望の概要
日本弁護士連合会 (H26.1.27)	③電気通信事業法第26条に規定する提供条件の説明について、少なくとも同法施行規則第22条の2の2第3項の規定する事項(提供条件の必須説明事項)については、同条第2項の規定にかかわらず(利用者の同意があった場合は書面交付以外の方法による説明可能)書面の交付を義務付けること。 ④同法第26条に規定する提供条件の説明内容が、実際の提供条件と異なる場合は、当該電気通信役務の提供を受ける相手方は、当該電気通信役務の提供に関する契約を取消ないし解除することができる旨の規定を設けること。 ⑤前項の取消ないし解除規定について、当該電気通信役務の提供に関する契約の締結に伴って、当該役務の提供を受けるために必要な機器(携帯端末等)の売買契約が締結されている場合は、その取消ないし解除の効果は当該売買契約にも及ぶ旨の規定を設けること。
国民生活センター (H26.3.5)	①電気通信サービスに係る契約は、特定商取引法の適用除外となっていることから、特定商取引法で定義される電話勧誘販売、訪問販売は、電気通信事業法において、特定商取引法と同レベルの消費者保護規定(契約時の書面交付義務、クーリング・オフ規定等)を導入すること。 ②店舗販売であっても、書面の不交付や適合性の原則を無視した勧誘、事業者の不実告知又は事実不告知等により消費者が誤認して契約の意思表示することが多いことに鑑みて、適切な行為規制や解約に関する規定を導入すること。 ③これらの規定の実効性を担保するため、規定に反した場合の罰則及び行政処分・指導等ができる規定を導入すること。
KC's(消費者支援機構関西(適格消費者団体)) (H26.3.7)	①又は②の法的な規制を早急に行うこと。 ①電気通信事業法に規定する電気通信事業者が行う役務の提供を、特定商取引に関する法律の適用除外としないこと。 ②電気通信事業者が行う訪問販売や電話勧誘販売について、特商法と同様に、電気通信事業法の中にクーリング・オフ制度や再勧誘禁止規定等を設けること。
消費者支援ネット北海道(適格消費者団体) (H26.3.28)	①電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者及びその取次業者や代理店業者が行う電気通信サービスの契約に関し、訪問販売及び電話勧誘販売による場合について特定商取引法と同レベルの消費者保護規定(書面交付義務、クーリング・オフ制度、過量販売規制、不実告知の禁止等)を導入すること。 ②電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者及びその取次業者や代理店業者が同条の定める説明義務に違反した場合、契約の取消又は解除を可能とするよう民事的効力を付与すること。 ③その他、店舗販売における消費者保護に配慮した規定を設けることを含め、必要な措置を検討すること。
京都消費者契約ネットワーク(適格消費者団体) (H26.4.16)	①契約内容・役務提供条件について記載した書面を交付することを事業者義務付けること。 ②利用者が一定期間内であれば当該役務提供契約及び関連機器についての契約をクーリング・オフできる旨の規定を設けること。 ③事業者の説明内容が実際役務提供条件と異なる場合は、利用者が当該契約を取消ないし解除することができる旨の規定を設けること。 ④事業者が上記各規定に違反した場合に行政処分、罰則等適用される旨の規定を設けること。
全国消費者団体連絡会 (H26.4.18)	①電気通信事業法に特定商取引法と同レベルの消費者保護規定を導入すること。 ②店舗販売においても、電気通信サービスの特性(サービス内容が複雑、個々の条件によってサービスが受けられない場合もある等)及び他製品にセットして通信サービスが不意に勧誘されている実態を踏まえて、クーリング・オフ規定を導入すること。 ③複雑な代理店構造や行き過ぎたインセンティブの発生を見直し、料金水準の低廉化をはかること。 ④電気通信サービスを横断した紛争解決機関を設置すること。

契約関係からの離脱に関するルール

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)

ベストエフォートやサービスエリア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(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。

提供条件の説明義務の範囲

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** (代理店の場合は、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。)
 (代理店の場合は、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**

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	役員等の対価
特定商取引に関する法律 (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 ^{※2}	8日	× (§ 9Ⅲ)	× (§ 9Ⅴ)
	§ 15の2	通信販売 ^{※1}	商品の引渡し又は指定権利の移転の日	8日	○ (-)	○ ^{※6} (-)
	§ 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 ^{※2}	8日	× (§ 24Ⅲ)	× (§ 24Ⅴ)
	§ 48	特定継続的役務提供	契約書面受領の日 ^{※2・3}	8日	× (§ 48Ⅳ)	× (§ 48Ⅵ)
	§ 40	連鎖販売取引	契約書面受領の日 ^{※2・3} (商品(再販売をするものに限る。)の引渡し日が当該日より遅い場合は、当該引渡し日)	20日	× (§ 40Ⅰ)	○ ^{※7} (-)
	§ 58	業務提供誘因販売	契約書面受領の日 ^{※2・3}	20日	× (§ 58Ⅰ)	○ ^{※7} (-)
	§ 9の2	訪問販売における過量販売	契約締結日 ^{※4}	1年	× (§ 9の2Ⅲ)	× (§ 9の2Ⅲ)
割賦販売法 (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 ^{※2}	8日	× (§ 35の3の10Ⅲ)	× (§ 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 ^{※2} (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。)の引渡し日が当該日より遅い場合は、当該引渡し日)	8日	× (§ 35の3の11Ⅴ)	× (§ 35の3の11Ⅹ)
		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 ^{※4}	1年	× (§ 35の3の12Ⅲ)	× (§ 35の3の12Ⅶ)

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	役員等の対価
金融商品取引法 (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 ^{※3}	10日	× (§ 37の6Ⅲ)	○ (§ 37の6Ⅲ) 契約解除までの期間に相当する報酬等の請求可能
宅地建物取引業法 (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 ^{※5} 受領の日	8日	× (§ 37の2Ⅰ)	△ (-)
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 ^{※3}	14日	× (§ 8Ⅰ)	△ (-)
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 ^{※3}	8日	× (§ 12Ⅰ)	× (§ 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 ^{※3}	8日	× (§ 26Ⅲ)	△ (-)
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 ^{※5} 受領又は契約の申込みのいずれか遅い日	8日	× (§ 309Ⅴ)	○ (§ 309Ⅴ) 契約解除までの期間に相当する報酬等の請求可能

○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

期間拘束・自動更新付契約(LTEプランの例)

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
期間拘束有りプラン	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 (拘束無しプランの半額)	934円 (拘束無しプランの半額)	934円 (拘束無しプランの半額)
	契約期間	2年間 (契約満了月の翌月以外に解約した場合、解約金(9,500円)が発生)	2年間 (契約更新月以外に解約した場合、契約解除料(9,500円)が発生)	2年間 (契約更新月以外に解約した場合、契約解除料(9,500円)が発生)
	自動更新	あり	あり	あり
	更新時期のプッシュ型通知	「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) ※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) ※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) ※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	

平成26年6月現在。価格は、税抜き。

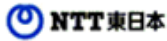
契約解除料に関する訴訟の状況

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"> 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。 「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類型的に考察した場合に算定される平均的な損害の額 	<ul style="list-style-type: none"> 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) 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 	<ul style="list-style-type: none"> 民法第416条を制限するものと解すべき(※2) 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
「平均的損害」の算出方法		
<ul style="list-style-type: none"> 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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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た費用(ARPUの20%相当額)を勘案し、1か月当たりの逸失利益を4000円と算定 「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って算出すべき(※3) ※3 解約までの平均的期間(11.59か月間)等から、ARPU5000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。 	<ul style="list-style-type: none"> 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金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) 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) 「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
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"> 「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 		
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"> 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。 		

※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。

勧誘停止窓口の概要

(再勧誘の禁止) ※ 「営業活動に関する自主基準」から抜粋
 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。



HPTトップページ



NTT東日本及び代理店からのフレッツ光の勧誘を希望しない方はこちらへ

NTT東日本のサービス(フレッツ光)等について、勧誘の停止登録受付を実施しております。

フリーダイヤル **0120-849-994**

受付時間：平日 午前9時～午後5時まで
 休業日：土日・祝日・年末年始

- ・勧誘停止手続きが完了するまで、概ね1週間程度かかります。
- ・番号ポータリティ(事業金の変更)や停止登録された電話番号が変更となった場合は、再度登録申請が必要です。
- ・停止登録頂いた電話番号及び住所・氏名等お客様さま情報を弊社代理店等へ提供させていただきますので、予めご了承下さい。
- ・新サービス提供時等には、ご案内差し上げる場合がございます。



NTT西日本のサービス(フレッツ光等)の勧誘停止に関する登録・お問い合わせ

お客様相談センター(勧誘停止登録ダイヤル)

フリーダイヤル **0120-019390**

受付時間：午前9時～午後5時
 休業日：土曜、日曜、祝日、年末年始(12/29～1/3)

- ※携帯電話・PHSからもご利用いただけます。
- ※電話番号をお確かめのうえ、お間違いのないようお願いいたします。

<留意事項>

- ・勧誘停止手続きが完了するまで、概ね1週間程度かかります。
- ・事業者の変更(番号ポータリティ)や停止登録された電話番号が変更となった場合は、再度登録申請が必要です。
- ・勧誘を停止するにあたり、停止登録頂いた電話番号及び住所・氏名等お客様情報を弊社代理店等へ提供いたしますので、予めご了承願います。



au/カサリサービスの勧誘停止登録の受付について

KDDIでは、au/カサリサービスに関する勧誘の電話につきまして、お客様が再度の勧誘について停止をご希望される場合は、KDDIお客様センターにて承ります。

下記までご連絡ください。

(KDDIお客様センター)

☎ **9977-777** (無料)

受付時間 9:00～20:00(土・日・祝日も受付)
 上記番号がご利用できない場合は、☎9109-22-0977へお問い合わせください。

- ※ 再勧誘の禁止(再勧誘の禁止)に関する自主基準(勧誘の自主基準)から抜粋しております。
- ※ 事業者の変更(番号ポータリティ)及び勧誘の電話番号が変更となった場合は、再度登録申請が必要です。
- ※ 再勧誘の禁止(再勧誘の禁止)に関する自主基準(勧誘の自主基準)から抜粋しております。
- ※ 新サービス提供時等には、ご案内差し上げる場合がございます。

トピックス&インフォメーション

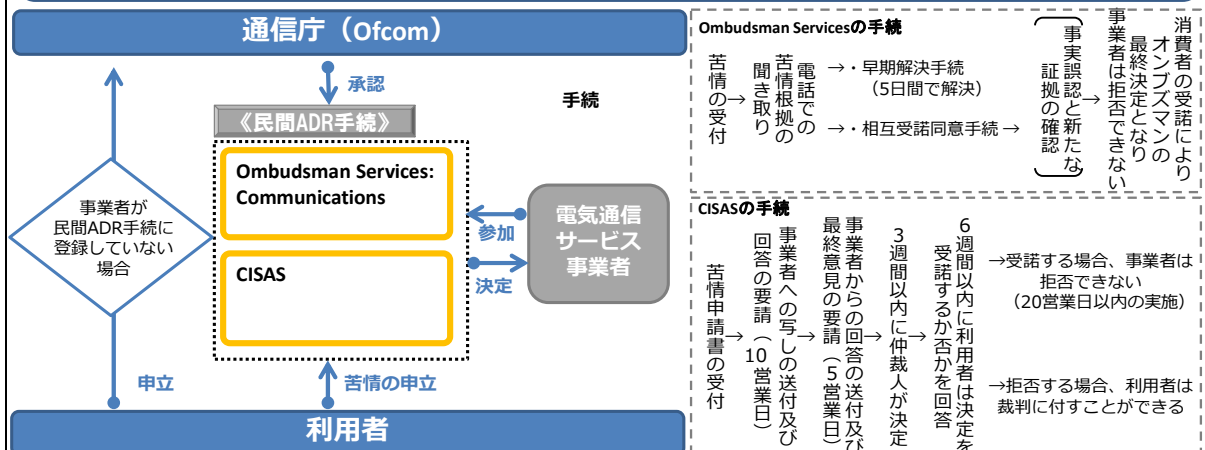
2019年2月26日

KDDI株式会社

※ 詳細はこちらをご覧ください

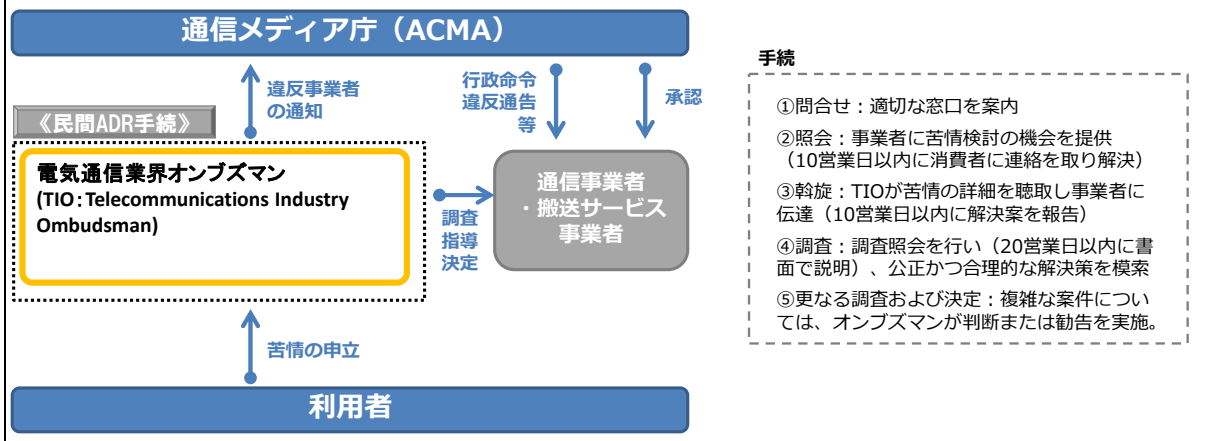
海外の第三者機関(イギリス)

- 通信法(2003年)に電気通信事業者の苦情・紛争処理手続等の設置義務等が規定されており、通信事業者は民間ADR手続への登録が義務となっている。
- 民間ADR手続には、通信の他にエネルギー、不動産、著作権許諾に関する苦情を扱う非営利企業の「Ombudsman Services: Communications」(433事業者が参加)と、通信に特化した弁護士等の事業者から独立した仲裁人が紛争を処理する「CISAS」(303事業者が参加)が存在。
- 消費者は無償で制度を利用でき、事業者が民間ADR手続への参加料と事件ごとの手数料を負担。
- 通信事業者の苦情処理手続を使用し、8週間以上事業者からの連絡がない場合、若しくは事業者から膠着状態である旨の通知が来た場合に、通信庁の承認を得た民間のADRサービスの利用が可能。
- ADRサービス提供者は1万ポンドまでの賠償金の設定が可能。



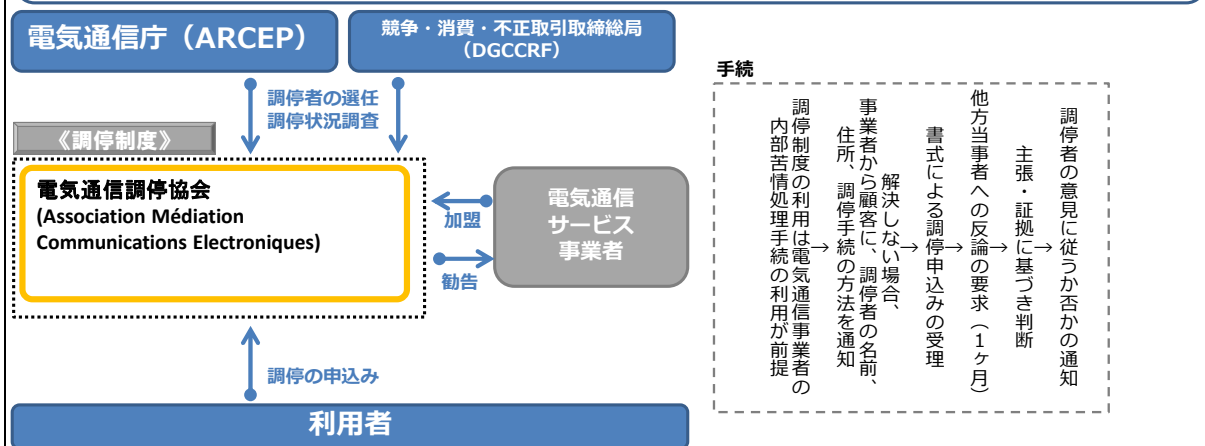
海外の第三者機関(オーストラリア)

- 電気通信事業における消費者保護に関する独立機関として、電気通信業界オンブズマン(TIO)が存在。電気通信(消費者保護・サービス基準)法(1999年)に電気通信事業者のオンブズマン制度への参加義務等が規定されている。
- 参加事業者は2292社(2014年3月30日時点)
- 行政機関である通信メディア庁(ACMA)は通信事業者・搬送サービス事業者のオンブズマン制度への参加プロセスに関与している。また、TIOの判断に従わない事業者や違反を繰り返す事業者をACMAに通知し、ACMAが行政命令、違反通告等を行うこともある。
- 消費者は無償で制度を利用でき、事業者が苦情レベルに応じた手数料を負担。
- 紛争処理手続は、「問合せ」「照会」「斡旋」「調査」「更なる調査および決定」の段階に分けられる。TIOが行う決定には、消費者が受け入れた場合に事業者への拘束力を持つ判断(decision)と拘束力を持たない勧告(recommendation)の2つがあり、TIOは、判断については5万豪ドル、勧告については10万豪ドルまでの制裁金の設定が可能。



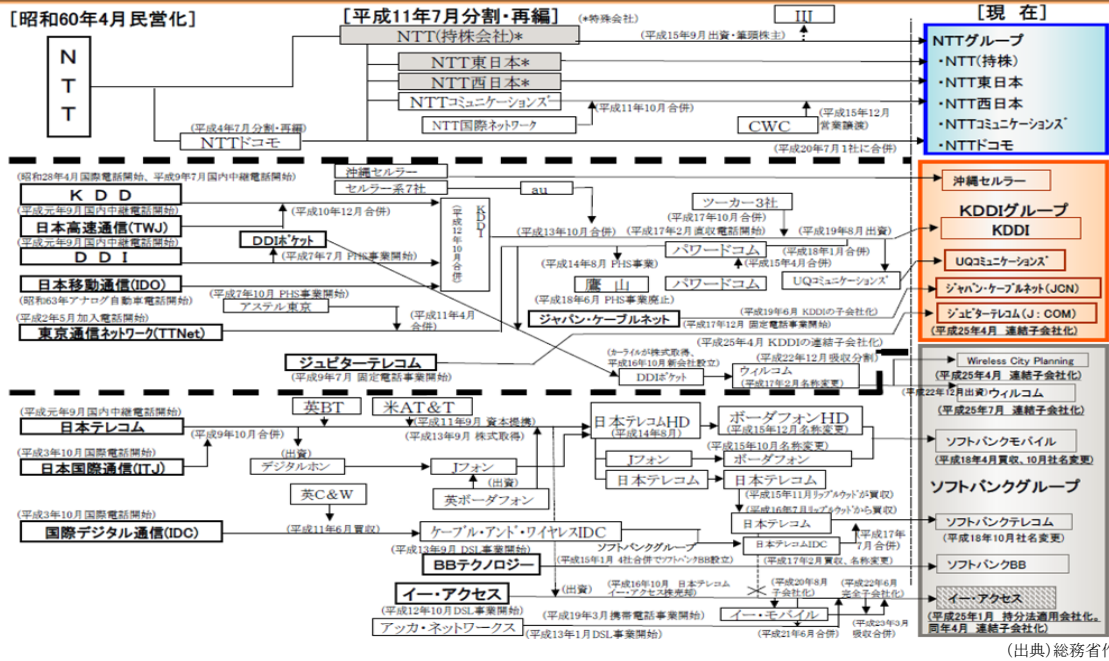
海外の第三者機関(フランス)

- 電気通信事業に関する消費者保護を専門的に取り扱う機関として、2003年に設立された電気通信調停協会(AMCE)が運営する調停(Le Médiateur)がある。
- 調停は、コンテンツに関するものを除く、加盟する電気通信サービス業者とその顧客との間のすべての紛争を対象としており、協会には98%以上の事業者が加盟している。
- 行政機関である電気通信庁(ARCEP)および競争・消費・不正取引取締総局(DGCCRF)は、調停者の選任(任期は3年)や調停状況の調査に関与している。
- 消費者は無償で調停制度を利用できる。
- 2012年の協会の憲章修正により、調停者は今後の紛争回避のために、加盟業者に勧告をすることができるようになった。



電気通信事業者の変遷

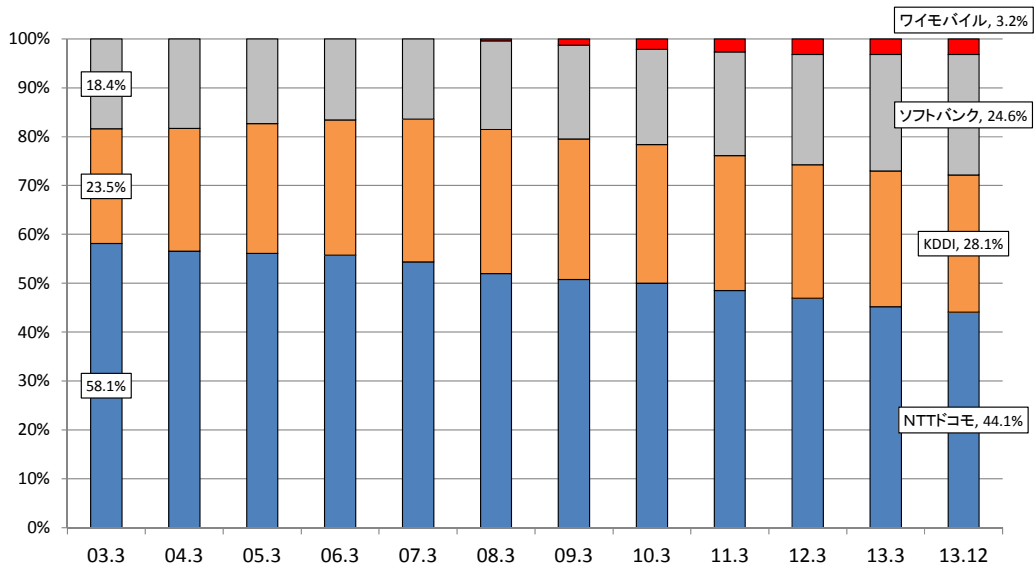
□ 携帯電話事業者の合併・買収に伴う再編により、モバイル市場は実質的に3グループに集約。
(NTTグループ、KDDIグループ、ソフトバンクグループ)



(出典)総務省作成

携帯電話のシェアの推移

□ 携帯電話の契約数シェアを見ると、NTTドコモ44.1%、KDDI28.1%、ソフトバンク24.6%となっており、
3グループのシェアが均衡化しつつある状況。

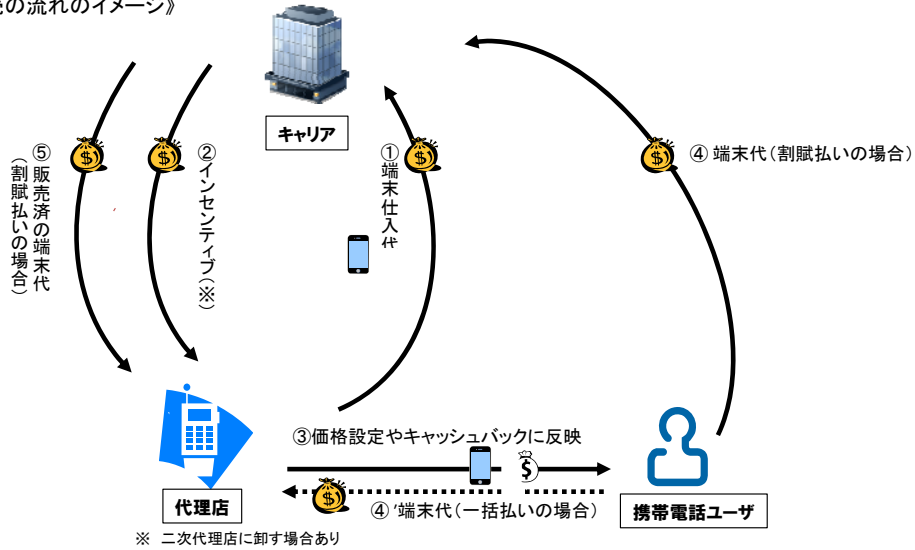


(出典)電気通信事業者協会資料及び総務省調査

携帯端末販売の流れのイメージ

- 携帯電話の利用者に対するキャッシュバックは、主に携帯電話事業者から販売代理店に支払われるインセンティブ等を原資として、販売代理店から行われているもの。

《携帯端末販売の流れのイメージ》



※ インセンティブの種類

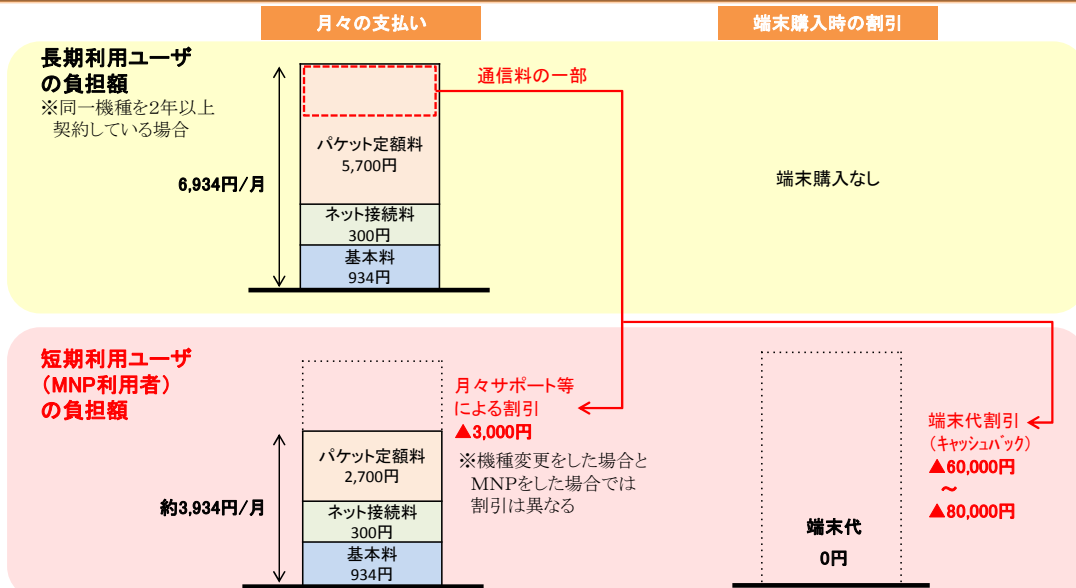
機種に関わらず新規契約等の成約後に支払われるもの、一定の数量を超えた契約を獲得すると上乗せされるもの、販売機種毎に上乗せされるもの、契約した利用者の継続年数に応じたもの、MNPにより獲得した契約に対するものなど、携帯各社の経営判断により細かく設定されており、時期によって異なるもの。

(出典)総務省作成

キャッシュバックに係る料金負担のイメージ

- 短期間で携帯電話事業者を乗り換えるユーザ(MNP利用者※)は、長期間にわたり同一事業者で同一端末を利用する利用者と比較して、毎月の支払額(月々サポート等による割引)及び端末の購入代金相当額分(キャッシュバック)の双方において、優遇されている状況にあったとされる。
- これらのコストは、長期利用ユーザが負担している通信料の一部で賄われる状況にあったことが指摘されている。

※平成25年度のMNP利用数合計は、657万件。



(金額は税抜)

(出典)総務省作成

販売奨励金の運用ガイドライン

- 平成20年4月、電気通信事業者の販売奨励金の類型を明確化し、会計整理の具体的な考え方について各事業者間の統一的な運用を確保することにより、電気通信事業における会計整理が適正化され、これにより、各電気通信事業者の電気通信役務の原価の適性化が図られることを目的として、「電気通信事業における販売奨励金の会計上の取扱いに関する運用ガイドライン」を策定。

定義

・販売奨励金

電気通信事業者が、①端末設備を購入した電気通信役務の利用者又は②電気通信役務の販売代理店等(以下「代理店等」という。)に対して支払う費用であって、i)当該利用者による端末設備の購入又はii)代理店等による電気通信役務に係る契約の締結の代理等若しくは端末設備の販売等に応じて支払いの発生する原因が生じる費用

類型

・販売奨励金の類型

①通信販売奨励金

電気通信役務契約の締結・変更(契約の成立又は当該契約への新たな役務の付加等)、電気通信役務契約の維持(契約内容の一定期間の継続)、一定期間における電気通信役務契約数の累計

②端末販売奨励金等

端末設備の販売、修理(端末設備のみの修理を行う場合に限る。)若しくは変更(電気通信役務契約の締結・変更を伴わない場合に限る。)又は端末販売数の累計が支払いの発生する原因であるもの等

会計整理

・会計上の整理等について

端末販売奨励金等については、電気通信事業営業損益の営業費用には該当しないものであることから、会計整理上、電気通信事業営業損益に含めることなく、当該営業損益以外へ計上することが求められるが、その際には、当該端末販売奨励金等の金額が明確となるよう表示し、公表することが望ましい

SIMロック解除に関するガイドライン(2010年(平成22年)6月)

1. 趣旨

海外渡航時、携帯電話の番号ポータビリティ制度利用時など、携帯電話利用者の中にはSIMロック解除に対する要望が存在。

事業者は、その主体的な取組により、対応可能な端末からSIMロック解除を実施することが期待される。

当分の間、法制化に係る検討は留保し、事業者による取組状況を注視。

2. 対象となる端末

平成23年度以降新たに発売される端末のうち、対応可能なものからSIMロック解除を実施。

対象となる端末並びにSIMロック解除に係る条件及び手続を事前に公表。

3. 説明責任

事業者は、①端末販売時、②SIMロック解除時、③役務の提供に係る契約締結時に、以下の事項等を利用者に説明。

- SIMロック解除に係る条件及び手続
- **他社のSIMカードが差し込まれた際に、通信サービス等の利用が制限される可能性**

4. その他

(1) 通信サービスの不具合・機器の故障への対応

現に役務を提供する事業者は、利用者への対応に当たる体制を整備するものとし、事業者等との間で取次方法等について協議。

(2) ガイドラインの見直し等

SIMロック解除に係る事業者の取組等携帯電話市場を取り巻く環境変化を踏まえ、**ガイドラインの見直しのほか、必要の対応を実施。**

SIMロックの概要

SIM (Subscriber Identity Module)カード

- ✓ 携帯電話事業者が発行する、利用者が**通信サービス**を受けるためのICカードで、携帯電話端末に挿して利用。
 - ✓ SIMカードには電話番号などの**契約者情報**(※)が記録されており、携帯電話端末をネットワークに接続する際の**認証**に用いられる。
 - ✓ 日本では、携帯電話事業者が、**端末にあらかじめ自社のSIMカードを挿して販売するのが一般的**。
- ※ SIMカードに記録されている情報： 加入者の電話番号、国際携帯電話加入者識別番号 (IMSI: International Mobile Subscriber Identity)

SIMロック

- ✓ 携帯電話事業者が、(自社のSIMカード等) **特定のSIMカードが差し込まれた場合にのみ動作**するよう端末を設定すること。それ以外のSIMカードを挿して通信を行うためには、SIMロックの解除が必要。
- ✓ 利用者が携帯電話事業者を移る際には、SIMロックにより端末が使用できなくなるため、**新たに端末を購入する必要がある**。このため、SIMロックの存在が、携帯電話事業者が利用者に対して自社への乗り換えを促すために、**端末購入代相当分をキャッシュバックする商慣行の一因**となっていると指摘されている。
- ✓ 海外渡航時、国際ローミングよりも低廉な通信料金で通信できる手段として、現地の携帯電話事業者のSIMを使用する方法があるが、SIMロックのかかった端末では**海外で現地の携帯電話事業者のSIMカードに差し替えても通信できない**。



SIMロック解除及びSIMフリー端末の状況

1. SIMロック解除の状況

NTTドコモ

- ✓ 2011年4月1日以降に発売されたほとんどの端末においてSIMロック解除可能だが、iPhone及びフォトパネル端末はSIMロック解除不可。
- ✓ 解除手数料は、3,000円(税抜)

KDDI

- ✓ iPhoneも含め、すべての端末についてSIMロック解除不可。
- ✓ 3Gについては、他社と通信規格が異なるため互換性無し

ソフトバンクモバイル

- ✓ 2011年4月1日以降の3機種種のSIMロック解除対応端末を発売しているが、その他の機種については(iPhoneを含め)SIMロック解除不可。
- ✓ 解除手数料は、3,000円(税抜)

ワイモバイル

2013年度に発売された5機種のうち、2機種がSIMフリー端末だが、その他の機種についてはSIMロック解除不可。

2. SIMカード単体発売

- ・携帯電話事業者では、NTTドコモ、ソフトバンク、ワイモバイルが販売。
- ・MVNOでは、日本通信、NTTコミュニケーションズ、ビッグロブ、IIJ、ソネット、フリービット等が販売。

3. SIMフリー端末

- ・2010年～： 「Nexus」シリーズの発売 (Google社)
- ・2013年11月： iPhoneのSIMフリー版を発売 (Apple社)
- ・2013年11月： 格安SIMフリースマートフォン「Freetel」(プラスワン・マーケティング)
- ・2014年3月： 台湾コヴィア製スマートフォン「Flea Phone」シリーズ ((株)コヴィア等)
- ・2014年4月： 子供用SIMフリースマートフォン「ボラスマ」(クロスリンクマーケティング)

(出典) 事業者ホームページ等により作成

モバイルビジネス研究会後の携帯電話市場の環境変化

	モバイルビジネス研究会当時	現在
通信方式の共通化	第3世代携帯電話までは、W-CDMAとCDMA2000で通信方式が異なる状況。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ LTE (3.9世代携帯電話) の普及 ※LTE契約数: 3,876万件 (平成25年12月末現在) ▶ VoLTEが今夏以降、開始予定
端末の共通化	フィーチャーフォンが主流(キャリア毎にカスタマイズされた端末が主流)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ スマートフォン(グローバル端末等)の普及 ※スマートフォン契約数: 5,734万件 (平成26年3月末現在)
通信サービスと端末の分離	端末料金と通信サービス料金が一体的な提供が一般的	▶ 端末の割賦販売・期間拘束付契約(2年縛り)の一般化
通信サービスと上位レイヤーサービスとの分離	キャリアメール・キャリアコンテンツは同じキャリアの通信サービスの利用が必須。	<ul style="list-style-type: none"> ▶ フリーメールの普及 ▶ キャリアメールキャリア・コンテンツの分離(例:ドコモメールやドコモのdマーケットは他社でも利用可能。)
通信サービスと端末のアフターサービスの分離	端末のアフターサービスも含めて通信サービスを提供するキャリアが提供。	▶ キャリアとは別のアフターサービス提供主体の登場(例:iPhoneについては、Appleでアフターケアサービスを提供)

諸外国のSIMロック解除に関する規制等

- 日本を除く主要国の通信事業者は、少なくとも契約から一定期間経過後にはSIMロック解除に応じている。
- なお、英国、ドイツなどの国ではSIMロック解除に関する規律は存在しないものの、フランスや米国、韓国ではSIMロック解除に関する規制を設けている。

	SIMロック解除に関する規制等 (規制内容)	備考
フランス	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の条件の下SIMロックを施すことが認められている (ARCEP決定)。 ①契約者はいかなる時点においてもSIMロック解除を要求可能 ②拘束期間満了後あるいは遅くとも契約締結から6ヶ月経過後は無償でSIMロック解除方法を通知 ・事業者団体と政府との合意により、同団体所属事業者は契約締結から3ヶ月経過後は無料でSIMロック解除方法を通知する旨表明。 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約締結から3ヶ月に満たない時期に解除する場合には手数料を徴収する事業者が多い(一例として€76)。
米国	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年に実施された700MHzオークションでは、700MHz高帯域のCブロックにネットワークアクセスする場合の条件としてSIMロック禁止を規定 (FCC規則27.16条) ・2013年12月、事業者団体CTIAが消費者のための行動規範を改定し、SIMロック解除に関するFCCとの合意事項を追加。2014年2月適用。 ・2014年5月より一部の端末について、解約時に無料でSIMロックを解除できる。 (ポストペイドの場合、①契約期間満了後、②端末込契約満了後、③早期解約料支払後のいずれか、プリペイドの場合、最初に使用してから一定期間後(最長1年)に解除可能。) 	<ul style="list-style-type: none"> <現在の解除条件の例> 【AT&T】60日経過後解除可能、手数料無料 【T-Mobile】40日経過後解除可能、手数料無料
韓国	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年7月からW-CDMA端末でのSIMロック解除を義務化。 ・義務化に先立ち2008年3月に「電気通信事業用無線設備技術基準」及び「電気通信設備の相互接続基準」を改正。 ・2013年11月、SIMロック解除の対象をLTEに適用拡大するため「電気通信設備の相互接続基準」を改定。2014年7月1日より実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・いつでも解除可能、手数料無料。

(HP情報等をもとに作成)

米国のSIMロックの状況

- 2013年12月、事業者団体CTIAが消費者のための行動規範を改定し、SIMロック解除に関するFCCとの合意事項を追加(2014年2月適用)。これにより、2014年5月より、解約時に無料でSIMロックを解除できることとなる。(ポストペイドの場合、①契約期間満了後、②端末込契約満了後、③早期解約料支払後のいずれか、プリペイドの場合、最初に使用してから一定期間後(最長1年)に解除可能。)
- 2014年2月25日、個人がSIMロックを解除できる旨を定めた法案「Unlocking Consumer Choice and Wireless Competition Act」が下院で可決。

経緯

・個人によるSIMロック解除は、デジタルミレニアム著作権法(Digital Millennium Copyright Act, DMCA)の免除事項に該当するとして黙認されていた。
 ・しかし、2013年1月、消費者が契約期間終了後であっても契約先の携帯通信事業者の同意を得ずにSIMロック解除することはデジタルミレニアム著作権法に違反すると米議会図書館が判断したため、10万人以上の消費者が判断の無効化を求めて政府の請願プラットフォームに署名。

これを受け、ホワイトハウス及びFCCは、SIMロック解除を行うことによって違反の可能性にさらされることとなった消費者を保護する観点から、SIMロック解除が可能であることを担保する動きが加速

【事業者が消費者のSIMロック解除の権利を担保】

- ・2013年11月、FCC T.ウィラー委員長は携帯電話事業者らがつくる業界団体CTIA (Cellular Telecommunications & Internet Association)に当てた書簡で、ユーザーがモバイル端末のロックを解除できる権利の成文化を要求。
- ・2013年12月、CTIAが行動規範を改定(SIMロック解除に関する合意事項を追加)。2014年2月に適用。
- ・2014年5月には、各事業者が解除ポリシーを公開し、解除対応を開始する。
- ・2015年2月までには、ロック解除可能となった旨の利用者周知、原則2営業日以内の解除対応等、行動規範へ盛り込んだ6項目すべてについて対応を開始する。(なお、詐欺的行為や盗難された端末であるという合理的な根拠がある場合は事業者はロック解除要求を拒否可能。)

【法律で消費者のSIMロック解除の権利を担保】

- ・「Unlocking Consumer Choice and Wireless Competition Act」が2014年2月25日に下院で可決。
- ・消費者が、利用している事業者の承認を得て、端末のSIMロックを解除することができることを規定。

(HP情報等をもとに作成)

携帯電話各社のLTE料金の比較

- 主要事業者のLTEの料金プランはほぼ横並びの状況。

(税抜)

会社名	NTTドコモ		KDDI (au)		ソフトバンクモバイル		ワイモバイル	
基本料	タイプXi にねん(2年契約) 743円		LTEプラン(誰でも割、2年契約) 934円		ホワイトプラン(2年契約) 934円		LTE電話プラン(にねん) 934円	
通話料	20円/30秒 Xiカケホーダイ:667円/月 (自網内24時間無料)		1~21時の自網内通話無料 上記以外は:20円/30秒 au通話定額:477円/月 (自網内24時間無料)		1~21時の自網内通話無料 上記以外は:20円/30秒 定額オプション:477円/月 (自網内24時間無料) ※2013年1月サービス提供開始		自網内24時間無料 上記以外は:18円/30秒	
ネット接続料	spモード 300円		LTE NET 300円		S! ベーシックパック 300円		-	
データ通信料	Xiハケホーダイフラット	iPhone	Xiハケホーダイライト	LTE対応スマホ	iPhone	LTE対応スマホ	iPhone	データ定額5
	5,700円	5,200円	4,700円	5,700円	5,200円(最大2年)	5,700円	5,200円(最大2年)	2,762円 (LTEスマホ割適用時)
合計(通話料除く)	6,743円	6,243円	5,743円	6,934円	6,434円	6,934円	6,434円	3,696円

※なお、NTTドコモにおいては、平成26年6月1日より新たな料金プラン(カケホーダイプラン:2,700円やパケットパック:9,500円(10GB)など)を提供開始。
 (各社ホームページより作成、平成26年5月時点の料金)

定額データ通信の料金プランの現状(主要3社)

- 携帯主要3事業者の「定額データ通信料金」は、7GB上限メニューが基本。
 ⇒ 利用者の利用実態(ユーザ1人当たりの平均通信量は約2GB/月)に応じた料金プランは限定的。

通常のデータ定額料金

提供事業者	プラン名	月額料金	備考
NTTドコモ	Xiパケ・ホーダイ	5,700円	月7GBの容量制限 (iPhoneは5,200円/月)
KDDI (au)	LTEフラット	5,700円	月7GBの容量制限 (iPhoneは2年目まで5,200円/月)
ソフトバンクモバイル	パケットし放題フラットfor 4G	5,700円	月7GBの容量制限 (iPhoneは2年目まで5,200円/月)

携帯電話事業者の提供する割安料金プラン

提供事業者	プラン名	月額料金	備考
NTTドコモ	Xiパケ・ホーダイライト	4,700円	月3GBの容量制限 (2012年10月～)
	Xiらくらくパケ・ホーダイ	2,839円	月500MBの容量制限 ※「らくらくスマートフォン」向け
	Xiパケ・ホーダイ for ジュニア	2,839円	月500MBの容量制限 ※「スマートフォンforジュニア」向け
KDDI (au)	LTEフラット(スマートバリュー適用時)	4,767円	月7GBの容量制限 (提携する固定通信サービスの利用(注1)による割引適用時。 加入から2年間は、4,290円/月)
ソフトバンクモバイル	パケットし放題フラットforシンプルスマホ	2,839円	月500MBの容量制限 ※「シンプルスマホ」(3Gのみ)向け

注1 利用料金:3,900円/月～5,700円/月

※ 各事業者とも、平成26年4月現在の提供プラン。金額は税抜。容量制限のあるものは、容量制限を越えると低速のサービスに切り替わる。

(出典:各社のホームページをもとに作成。平成26年5月時点の料金)

携帯電話各社の音声通話料金の比較

- フィーチャーフォンからスマートフォンへ替わり、通話料には多様性がなく、無料通話部分がなくなった。

フィーチャーフォン

(税抜)

会社名	NTTドコモ (注1)						KDDI (au) (注2)						ソフトバンクモバイル (注3)				
	タイプシンプルバリュー	タイプSSバリュー	タイプSバリュー	タイプMバリュー	タイプLバリュー	タイプLLバリュー	プランEシンプル	プランSSシンプル	プランSシンプル	プランMシンプル	プランLシンプル	プランLLシンプル	オレンジプランSSプラン	オレンジプランSプラン	オレンジプランMプラン	オレンジプランLプラン	オレンジプランLLプラン
基本料	743円	934円	1,500円	2,500円	4,000円	6,500円	743円	934円	1,550円	2,000円	3,950円	6,700円	1,700円	2,250円	3,200円	4,650円	7,400円
無料通話 (※5)	なし	1,000円 (25分)	2,000円 (55分)	4,000円 (2時間22分)	6,000円 (5時間)	11,000円 (12時間13分)	なし	1,000円 (25分)	2,000円 (62分)	4,050円 (2時間24分)	6,300円 (4時間22分)	11,000円 (13時間20分)	1,000円 (25分)	2,000円 (62分)	4,050円 (2時間24分)	6,300円 (4時間22分)	11,000円 (13時間20分)
通話料	20円/30秒	20円/30秒	18円/30秒	14円/30秒	10円/30秒	7.5円/30秒	20円/30秒	20円/30秒	16円/30秒	14円/30秒	12円/30秒	15円/分	20円/30秒	16円/30秒	14円/30秒	12円/30秒	15円/分

※ 各社のプランのうち、主なもの。最大通話時間は、すべて音声通話で使用した場合のもの。なお、3社とも家族観の国内通話は24時間無料。

注1 「ファミ割MAX50」又は「ひとりでも割50」(いずれも2年契約)適用時の基本料

注2 「誰でも割」(2年契約)適用時の基本料

注3 「新・自分割」(2年契約)適用時の基本料

スマートフォン

(税抜)

会社名	NTTドコモ	KDDI (au)	ソフトバンクモバイル	
プラン名	タイプXi にねん	LTEプラン	ホワイトプラン	Wホワイトプラン
基本料	743円	934円 (注)	934円	1,868円
通話料	20円/30秒	1～21時の自網内通話無料 上記以外は:20円/30秒	1～21時の自網内通話無料 上記以外は:20円/30秒	1～21時の自網内通話無料 上記以外は:10円/30秒
	Xiパケ・ホーダイ:667円/月 (自網内24時間無料)	au通話定額:477円/月 (自網内24時間無料)	定額オプション:477円/月 (自網内24時間無料)	

※ 各社のプランのうち、主なもの。3社とも2年契約適用時の基本料で、家族間の国内通話は24時間無料。

注 「誰でも割」適用時の基本料

「事業者ホームページ及びパンフレット(平成26年4月版)より作成」

諸外国におけるスマートフォン(LTE)プラン(月額)

- 諸外国では概してデータ通信量に応じた多様な料金プランが設定されているが、現在、日本では月3GB未満や3~7GBの料金が設定されていない。
- なお、月7GB以上の料金については、我が国は必ずしも高くない。

(単位:円、税抜)

事業者	基本 使用料	250MB	500MB	1GB	2GB	3GB	4GB	5GB	6GB	7GB	8GB	9GB	10GB	...	備考
日本 (NTTドコモ)	743※1	-	-	-	-	4,700 (6,410)	-	-	-	5,700 (7,410)	-	8,200 (9,910)	10,700 <11GB> (12,410)	-	※1 ・別途ネット接続料300円及び通話料が必要。 ・括弧内は基本料、ネット接続料、自網内通話無料(667円)を加算、他網への通話料は別途必要。
	新プラン 2,700※2	-	-	-	3,500 (6,500)	4,500 (7,500)	-	5,000 (8,000)	6,000 (9,000)	7,000 (10,000)	8,000 (11,000)	9,000 (12,000)	9,500 (12,500)	22,500 (25,500)	※2 ・別途ネット接続料300円必要。 ・国内通話無制限。 ・括弧内は基本料、ネット接続料を加算。
米国 (VERIZON)	4,104 (\$40)	1,539 (\$15) (5,643)	3,078 (\$30) (7,182)	4,104 (\$40) (8,208)	5,130 (\$50) (9,234)	6,156 (\$60) (10,260)	7,182 (\$70) (11,286)	-	8,208 (\$80) (12,312)	-	9,234 (\$90) (13,338)	-	10,260 (\$100) (14,364)	23,085 (\$225) (30GB) (27,189)	・250MB~50GBまで計17段階選択可 ・国内通話無制限 ・括弧内は基本料を加算。
英国 (EE)	-	-	5,545※3 (£37.49)	-	6,162 (£41.66)	-	-	6,778 (£45.83)	-	9,248 (£62.5)	-	-	11,703 (£79.1)	-	・国内通話無制限 ※3 通話1,000分まで無料。
仏国 (Orange)	-	-	2,550 (€20.9)	-	-	3,365 (€27.58)	-	-	-	4,080 (€33.4)	-	-	16,320 (€133.77)	-	・国内通話無制限 ・10GBプランは端末セットプランのみ。
独国 (T-Mobile)	-	-	4,954 (€37.73) (750MB)	6,610 (€50.34) (1GB)	9,920 (€75.55) (2.5GB)	-	-	11,028 (€83.99)	-	-	-	-	-	-	・最低100分から無料通話分がある。
韓国 (SKTelecom)	-	-	3,267 (₩27,000) (800MB)	3,812 (₩31,500) (1.6GB)	4,659 (₩38,500) (2.6GB)	-	-	5,566 (₩46,000)	-	-	-	6,534 (₩54,000)	7,865 (₩65,000) (13GB)	9,196 (₩76,000) (18GB)	・最低120分から無料通話分がある。

(出典:各社のホームページをもとに作成。平成26年5月時点の料金)

- アンドロイド端末の場合における最も初期費用の安い2年契約プラン(ただし、仏国のみ12ヶ月契約)を記載。
- 日本の新料金プランについては、本年6月1日からサービス開始予定。2GB、5GBのプランについては、一人10回線まで契約可。10GB以上のプランについては、家族10人まで契約可。
- 米国の各プランについては、端末10台までデータ容量の共用が可能。
- 購買力平価(平成24年): 1米\$=102.6円、1€=147.9円、1仏€=122円、1韓₩=131.3円、1W=0.121で計算。小数点以下四捨五入。