

## 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（第4回） 議事要旨

平成26年4月24日

1 日時 平成26年4月24日（木）14:00～16:00

2 場所 総務省地下2階 第1・第2・第3特別会議室

3 出席者（敬称略）

#### ○構成員

新美構成員（主査）、平野構成員（主査代理）、相田構成員、北構成員、木村構成員、近藤構成員、齋藤構成員、宍戸構成員、長田構成員、原田構成員、明神構成員、森構成員、郷田オブザーバ、永谷オブザーバ、丸橋オブザーバ、山本オブザーバ

（欠席：若林構成員）

#### ○総務省

安藤総合通信基盤局電気通信事業部長、吉田事業政策課長、竹村料金サービス課長、片桐料金サービス課企画官、河内データ通信課長、玉田消費者行政課長、松井電気通信利用者情報政策室長、八代消費者行政課課長補佐

#### 4 議事

（1）開会

（2）議題

・消費者保護ルールの充実・見直し

（1）関係団体・事業者ヒアリング

（2）個別論点議論

（3）その他

（3）閉会

#### 5 議事要旨

（1）開会

（2）議題

・消費者保護ルールの充実・見直し

（1）関係団体・事業者ヒアリング

○株式会社ジュピターテレコム（高橋邦昌 ケーブルTV事業統括本部長）より資料3  
について説明。

（齋藤構成員）

- ・ 苦情の相談の件数が減っているという報告があったが、その理由として一番何が大きいと考えているか。また、自主的なクーリングオフについて、新規契約数のうちクーリングオフされた割合はどの程度か。

（高橋ケーブルTV事業統括本部長）

- ・ 一点目については、業界ガイドラインを定めて各経営者に徹底しているということが一番効果が高いと考えている。2011年7月に地上アナログ放送の停止があり、お客様からの要望や問合せが業界で非常に増えて、その結果クレームも増えた。このままではケーブルのブランドイメージが壊れてしまうということで、ガイドライン遵守の徹底を行った。二点目については、1%未満。

（森構成員）

- ・ まず、CATVの通信サービスと放送サービスについて、消費者保護の方法について異なる点があれば教えてほしい。また、工事の日から8日間はクーリングオフを自主的に実施しており、クーリングオフを実施した場合には従量課金制の利用料と工事費を請求しているとのことだが、工事費の回収に関して、訴訟や紛争になるなど、課題はあるか。

（高橋ケーブルTV事業統括本部長）

- ・ 一点目について。放送と通信のサービスをパッケージで加入するケースが多く、テレビ、電話、インターネットサービスについて、月間加入世帯は4万程度。新規の顧客の中でも7割～8割は放送と通信の両方に加入している。質問に対する回答としては、クーリングオフも含めて、放送と通信は区別なく対応している。
- ・ 二点目について。知るかぎりでは、クーリングオフで工事費等が回収できないケースはあまりない。しっかりと説明を行っており、納得を得ているという理由による。引込線撤去含む全解約撤去費は6000円、部分的な解約撤去費として2000円をユーザーに請求することとしている。従量課金の部分については月額で1000円を切る通話料が主であり、これを日割りにするともう数百円になるため、顧客との間でトラブルになるということはほとんどない。

（新美主査）

- ・ 撤去した材器資材はどのように処理しているのか。

(高橋ケーブルTV事業統括本部長)

- ・ 端末は引き上げて再利用している。ケーブルについては、戸建ての場合と集合の場合で分かれる。集合の場合はマンションの共聴施設に繋がっているため特に線の撤去は必要ない。戸建ての場合は撤去し、廃棄する。

(北構成員)

- ・ 工事をしたあとでもクリーニングオフをする場合、どのような理由が多いのか。

(高橋ケーブルTV事業統括本部長)

- ・ 専門チャンネルを契約したものの、実際にはほとんど見なかったという場合などがある。

○一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会（消費者問題対応ワーキンググループ 木村孝主査）より資料4について説明。

(齋藤構成員)

- ・ 苦情相談が発生する原因としては、不実告知・説明不足が顕著だと認識しているが、正しいか。また、業界団体に所属していない事業者に関しては、業界団体の自主的な取組みでは改善できないため、どういう対応を行えばトラブルが減ると考えているか伺いたい。

(木村孝消費者問題対応ワーキンググループ主査)

- ・ 不実告知や説明不足が原因であることはご指摘のとおり。問題のある事業者が業界団体の会員でない事業者であった場合に関する対応策については、個人的な意見になるが、法規制が必要だと考えている。

(北構成員)

- ・ 資料には通信サービスと端末を同時に契約するのは日本独自の慣行とあるが、現在海外でも通信サービスと端末が一緒に売られている。かつてプリペイドの時代には端末とSIMは別に購入するのが主流だったが、今はセット売りも混在している。

(木村孝消費者問題対応ワーキンググループ主査)

- ・ 御指摘感謝。海外といっても国によって事情は異なり、ご指摘のとおりヨーロッパでは最近になって日本のようにセット売り傾向にあるとは聞いている。

(新美主査)

- それはSIMロックで販売されてるのか、それともSIMフリーだがセットで販売されているのか。

(北構成員)

- ほとんどの国では、SIMフリーの状態ですべてで売られている。

(長田構成員)

- 日本ではSIMロックがかかっている状態だが、いずれSIMがフリーになった状態を想定した議論なのか。

(木村孝消費者問題対応ワーキンググループ主査)

- 難しい質問。SIMロックされた端末は通信サービスとの関連性が強い。

○UQコミュニケーションズ株式会社(西川嘉之 コーポレート部門渉外部長)より資料5について説明。

(平野構成員)

- Try WiMAXの無料お試しサービスの利用者は、実際にはどれほどの割合で本契約に至っているのか。また、はじめから本契約を行うつもりがなく悪意を持ってお試しサービスを利用する者はいるか。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- お試しサービスを利用してからMVNOを契約する利用者もいるので、実数は把握していない。二点目については、90日単位で再利用が可能なので周期的に使い続けている利用者や、住所が同じ夫婦が利用している事例や、固定回線の開通に時間がかかるときにその場しのぎで同サービスの利用が固定事業者から案内されているという事例はある。

(近藤構成員)

- 御社に問い合わせを行った利用者が、リテラシーが低いと怒られたことがあるが、顧客対応についての指導状況は。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- 事実であれば申し訳ない。対応については、オペレーターに対して実際の機器を使った研修や、極力丁寧な説明を心がけるよう指導している。

(森構成員)

- ・ T r y WiMAXについて、ルーターだからできるサービスということか。同様のサービスを例えばスマートフォンやタブレットで実施できる可能性はあるか。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- ・ 現状ではモバイルルータでしかサービスを行っていないが、端末に個人情報やアプリの情報が載らないのでサービスを行いやすいという側面はある。返却された後に端末テストを行って、電波状況や汚れの有無などが確認できれば、もう一度すぐに貸し出すことが可能。

(新美主査)

- ・ T r y WiMAXは販売促進活動に近いものとして理解してよいか。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- ・ そういった側面もあるが、やはり極力苦情を減らすという目的が一番大きい。

(木村構成員)

- ・ 料金プランに関して、拘束期間があるものとないものがあるが、その期間は。また、料金の違いは。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- ・ 当初から開始していたプランでは期間拘束が1年。現在主流の新しく始めたプランでは2年。普通のプランとの料金の差は、1ヶ月に約600円程度。

(木村構成員)

- ・ 拘束期間中に解約をする場合、解約金はどの程度か。

(西川コーポレート部門渉外部長)

- ・ 通常であれば1万円以内。

## (2) 個別論点議論

○事務局より資料6及び7に基づいて説明。

(長田構成員)

- ・ モバイルについては店舗販売が主であり、光ファイバーやCATV等の固定通信は電話勧誘・訪問販売が多いという区分で整理されているが、たとえば光ファイバーでも、店舗販売において家電製品等に付随した形で不意打ち性をもって勧誘をされるといった販売勧誘形態があるのではないか。

(事務局)

- ・ 光ファイバーの店舗販売については苦情が比較的少ない状況と承知しているが、店舗販売における不意打ち性については留意させていただきたい。

(齋藤構成員)

- ・ 店舗におけるクーリングオフ導入の根拠について、電気通信サービスはサービス提供者から見ると、サービス提供の中身自体に特別性はあまりないが、サービスの提供を受ける側に着目してみると、サービスを受ける側の状況・環境によるという特徴を有していることから、利用してみないと分からないという整理がなされていたと思う。それに加えて、特商法の特定継続的役務と同様に、一定期間サービス提供がなされるということがクーリングオフ導入の根拠として注目すべきではないか。
- ・ クーリングオフというと特商法をイメージされるかと思うが、クーリングオフを規定している法律はいくつかあり、寛容なルールであるので柔軟に考えていただきたい。そういう意味で、取消しとクーリングオフの間に、解約におけるリスク分配を合理的な範囲に収めるといったような制度を、枠組みを作って議論いただいた方が、論点が明確になるのではないか。
- ・ クーリングオフは、ロイヤルティの高い顧客を確保できるというプラスのインセンティブを持つ制度だということも考えていただきたい。

(明神構成員)

- ・ 利用してみないと分からないということは、電気通信サービスにおける特徴。これには電波とソフトウェアという2つのものがある。電波については、元々どこでも通じるものではないという技術だということの理解が浸透されていない、ということがあがるかと思う。ソフトウェアについては、機器との相性などの問題があるため、こちらも不確実である。これらをクーリングオフの対象に入れるということは難しいのではないか。
- ・ 販売方法については、販売代理店は通信とアプリ等をセット販売することがあるが、その際に、セットとなったアプリ等が分からないという苦情があるため、セットとして売ったものについて、分かるような書面交付等の仕組みを検討していただきたい。

(森構成員)

- ・ 利用しないと分からないといった点を踏まえると、性質論でクーリングオフの対象外とまでしてしまうことは難しい。一方で、試用をするにあたり、端末を使用しなければならず、使用した端末が新品としての再利用不可になってしまうということであれ

ば、例えば、店舗販売においては、試用を提供していれば、クーリングオフを免除するということもあり得るのではないかと。

(新美主査)

- ・ 齋藤構成員からお話があった、クーリングオフと取消しの中の枠組みがあるのではないかとこの点がポイントではないか。消費者側の意思形成が必ずしも十分でなかったことについて、事業者に特段帰責性がない場合がクーリングオフで、事業者側に帰責性がある場合が取消しである。ところが、意思表示に瑕疵があるかどうかではなく、民法上の委任や賃貸借のように、契約はしたけれどもいつでも契約から離脱できるような制度である解約の問題というものを検討する必要があるというご提案だと思っている。そのときのリスク配分、損失分配をどうするかという議論ではないか。取消しでもクーリングオフでもない契約の離脱のシステムというものを考えてはどうか。

(平野構成員)

- ・ 医者や弁護士のような役務というものは通常はベストエフォートしか保証できないが、パケット通信やソフトウェアについても同様にベストエフォートであり、近似性があるのではないかと。

(長田構成員)

- ・ 契約の離脱ができるということは、違約金を払わなくてよいということか。それができなければ制度の意味がない。

(新美主査)

- ・ 民法の規定ではそうだが、電気通信でも同様かどうかはより詳細に議論する必要がある。2年縛りのある契約から離脱する際に、1万円の違約金がいいのか、実費のようなものに縮減するのかというリスク配分はもう少し詳細に議論する必要があるだろう。

(長田構成員)

- ・ 明らかにベストエフォートが果たせないことが分かっているのに、ベストエフォートを提示して販売するような悪い例もあるのではないかと。

(近藤構成員)

- ・ 買っても使えそうもないものを親が契約してしまい、子供が苦情を訴えてくるという例が高齢者にとっても多い。これは技術の面というよりも、販売員のモラルなどに起因するところが大きく、また、販売員個人の問題ではないのではないかと。制度で解決はできないのか。

(齋藤構成員)

- 販売時の売り方の問題は取消しや行為規制の問題ではないかと思う。取消しは行為規制における要件とリンクされて設計されているが、今回はクーリングオフという論点であるので、特に理由を必要としない契約の解消という制度をとりあえず検討しないかという提案を行ったものと理解している。

(原田構成員)

- 取消しとクーリングオフの間に枠を作ったとしても、不意打ち性のあるもののクーリングオフの問題は残ってしまう。中間の枠については料金体系や契約条件の複雑化とも絡んでくるため、それぞれがきれいに分けられるというのではなく、難しいところかと思う。

(新美主査)

- 確かに、きれいに境界線ができるわけではないが、表見代理の3つの類型において、重複適用があるということと同じように、併せて一つという制度も当然あり得るのではないか。

(北構成員)

- 家電量販店で家電を購入すると回線が抱き合わせで販売されるという不意打ち性の話があるが、携帯電話の場合、キャリアショップでは家電は売っておらず、自分の意思でショップに行くので、キャリアショップでのトラブルについて不意打ち性はないのではないか。

(近藤構成員)

- キャリアショップでも、関係ないものや、使えないものを売りつけられるという問題があるため、不意打ち性がないとはいえないのではないか。

(宍戸構成員)

- 販売勧誘形態について、電気通信役務においては複数、多階層の代理店による販売勧誘が行われているという指摘があったが、その点が店舗販売にクーリングオフを認めるかどうかの総合的な検討の中に入って来るのか確認したい。

(事務局)

- 多階層による販売形態は、電話勧誘、訪問販売、店舗販売に限らず、すべての販売形態に共通する特徴であると考え。今回のクーリングオフの論点に直接的に結びつくものでなく、今後御議論いただく代理店監督規律といったものと関連してくると思

る。

○クーリングオフを導入することとした場合の個別の論点について資料6, 7により事務局から説明

(宋戸構成員)

- ・ 試用期間としてのクーリングオフという概念が出てきたが、特に実際に利用しないと役務の品質が分からない場合に対応した、取消しとクーリングオフの間で概念整理しなくてはいけないかもしれない中間の枠組みに相当するということか。

(木村構成員)

- ・ 通信販売も増えてきており、試用の議論については、販売形態は特に指定せずに検討いただきたい。

(森構成員)

- ・ クーリングオフの効果に関し、オプション契約に無料期間が付与されているが利用実績がなかった場合、無料期間終了後のオプション契約をどのように取り扱うことが適当か、という問題がある。これは利用実績がないにもかかわらず課金する状況を維持して良いかどうかというクーリングオフとは一応別の問題であるので、クーリングオフとは別個に検討すべきではないか。無料期間終了後に利用実績がない場合にも課金することは、ユーザーの忘却により課金をすることになり、健全ではないのではないか。
- ・ オプションサービスのクーリングオフについては、その範囲が問題となるが、契約主体が同じである場合には、消費者の方でこれは契約を残すということがなければ、原則すべて解約となるのではないか。
- ・ また、ケーブルテレビの放送は電気通信サービスのオプションではないかもしれないが、工事の問題は共通であり、やはり消費者が特に契約を残すということでなければ、これも一体的に処理されるべきものではないか。場合によっては電気通信事業の外側に出るかもしれないので、今後の検討課題として指摘したい。

(新美主査)

- ・ オプション契約のデフォルトをコントラクト・インにするのかコントラクト・アウトにするのかは別個に議論した方が良い。オプションサービスについては、別途議論を深めた方が良いのではないか。

(事務局)

- 一点、無料期間が終了後いったん契約を終了させるという検討している事業者もあるということも補足する。

(新美主査)

- 海外では、無料期間が終了した場合には、改めて申し込まなければならないという方法が多い。

(平野構成員)

- オプション契約のデフォルトをどこに置くのか。人間の特性からすると、人間は不作為側に行ってしまうがちだが、そういった人間の特性も考えて法制度を検討しなければならないだろう。

(原田構成員)

- 端末の取扱いに関して、再利用がどの程度可能か、貸出しのようなサービスがスマートフォンでも可能かについても留意が必要。

(長田構成員)

- SIMフリーになって手元に端末だけが残っても、それを利用できるものがどれだけあるか。現状ではすべてクーリングオフできるということにならないと、消費者にとっては使えない端末が残るということになるため、端末も含めてすべてクーリングオフの対象とすることを希望する。また、オプション等、一括して契約をしたものについては、契約書の相手が異なっていたとしてもクーリングオフすべきと考える。

(森構成員)

- 現在SIMロックされていることが一般的な環境において、端末を一緒にクーリングオフすることにより、端末が再利用できなくなるということは問題。どの程度で商品価値が変わり、再利用が不可になるのか。例えば、端末の商品価値が変わらなければクーリングオフ可能とするような一定の限定的な利用方法等を利用者側に課すということも含め、検討しても良いのではないか。

(明神構成員)

- 端末の中古市場はあるにはあるが、非常に廉価で買い叩かれている現状がある。MVNOで使えたりする場合もあるので、中古に回すのであれば、SIMロックは解除していただきたい。また、SIMロックを解除しなくても使える機能はあるので、議論いただきたい。

(齋藤構成員)

- 資料6の7ページの対象役務は電気通信事業法の26条に規定されている役務が列挙されているが、これが現実に提供されるサービスの実態を表す十分なものか確認しておきたい。例えば、ビデオオンデマンドサービスは電気通信事業法上の電気通信役務には該当するが、特商法の政令によって除外になっていない。これは、登録が必要とされない電気通信役務であるため、特商法では除外になっておらず、特商法の適用がある。こういった場合の切り分けはどうか、いずれ整理が必要となるのではないか。
- 書面交付に関し、事業者においては電子媒体で行ってコストを下げるというインセンティブが働くが、クーリングオフ後は書面の持つ警告機能を考えると、やはり紙で書面交付すべきではないか。

(明神構成員)

- 書面を紙で交付しているところもある。消費者側で多くの契約をセットで契約することが多いが、それが分からない状態なので、消費者の分かりやすさの観点から、書面に一覧性を持たせられるような仕組みを設けた方が良いのではないか。

(事務局)

- 説明義務の対象役務については、実態に見合った役務が対象となるように、例えば、本年3月には無線LANに係る規定改正を行うなど、随時規定の改正・見直しを行っているところ。ビデオオンデマンドサービスについては、電気通信事業法の規律の適用を受ける電気通信役務に当たるかどうかは電気通信回線設備を設置して提供されているか否かで電気通信事業法上の適用が異なっており、特商法の適用があるかどうかも異なってくる。

(齋藤構成員)

- そうではなく、登録が必要かどうかで特商法の適用除外は決まっており、ビデオオンデマンドはいずれの場合でも登録の必要がないため特商法の適用があるところであるが、こういった細かい議論もあるということをお示ししたかったところ。

(森構成員)

- 紙が原則ということで良いかと思うが、すべて紙で交付しなければならないということではない。データの場合同意を取った後に送りっぱなしで消費者が受け取ったかの確認が出来ないというところが問題になっているということかと思う。例えば、添付

ファイルを送付して、受け取ったというような返事のあった消費者については、紙では送らないといったような運用ではどうか。

(齋藤構成員)

- ・ 消費者取引で電子媒体での書面交付が認められたのは割賦販売法で、電子データの受領の立証責任は割賦販売業者にある。IT書面一括法を制定する際に、電子化を認めるか、認めないかということをお個別の法律ごとにトラブルの実績や取引の性質など、かなり議論を行った上での規定になっている。その時の議論と同様に、やはり書面という紙の効用を評価しようということで議論整理したので、通信自体は電子媒体だが、契約や端末自体は店舗や訪問販売、電話勧誘という取引であるため、紙での交付が原則の方がいいのではないか。

(新美主査)

- ・ 資料6の11ページのクーリングオフ可能期間の起算点、期間のメリット、デメリットで、第3の categorie を位置づけたときには、メリット、デメリットがそれぞれ異なってくると思うので検討が必要。

(宍戸構成員)

- ・ 資料6の13ページの試用可能とするクーリングオフにおいて、濫用的なクーリングオフを防ぐということと、濫用する利用者を理由に正当なクーリングオフが拒否されることにならないようにもしなければならない。また、すでにクーリングオフが導入されている他の分野で、実際にトラブルが発生した場合の立証責任やあっせんがどのように運用されているのか知見があれば、教えていただきたい。

(齋藤構成員)

- ・ 割賦販売法のクーリングオフの判例分析を113件程度行ったところ、クーリングオフの濫用が裁判所で争点となったのは3件だけ。そのうちでクーリングオフの権利行使を否定したものが1件で、それ以外はクーリングオフが認められた。
- ・ 制度設定なので合理的な理由があれば別の考えがあるかと思うが、原則的には立証責任は事業者側にあるということだと思う。クーリングオフを入れることによってロイヤリティの高いお客をきちんと獲得出来る努力をすることこそ公正な市場が形成されるのではないか。そのことによってコストを減らす努力も出来るのではないか。

(新美主査)

- ・ 濫用は法文に規定されているとおりのことをやらない人がいる場合に出てくる問題で

あって、あらかじめ法律で規定するという事は矛盾するのではないか。制度としてはクーリングオフを設けておいて、個別事案として濫用の有無を裁判で争うことになるのではないか。

(以上)