

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17回）議事要旨

1 日時 平成27年10月5日（月）16:00～18:00

2 場所 総務省 第1特別会議室（8階）

3 出席者（敬称略）

○構成員

新美主査、平野主査代理、相田構成員、石田構成員、市川構成員、垣内構成員、北構成員、木村構成員、近藤構成員、齋藤構成員、長田構成員、原田構成員、森構成員、明神構成員、若林構成員

（欠席：沖野構成員、宍戸構成員）

○オブザーバ

郷田オブザーバ（（一社）日本インターネットプロバイダー協会）、永谷オブザーバ（（一社）電気通信事業者協会）、丸橋オブザーバ（（一社）テレコムサービス協会）、山本オブザーバ・松本氏（（一社）日本ケーブルテレビ連盟）、西川オブザーバ代理（（一社）全国携帯電話販売代理店協会）、浦川オブザーバ（（独）国民生活センター）

（欠席：真田オブザーバ代理（東京都消費生活総合センター））

○参考人

田畑氏（（株）NTTドコモ）、古賀氏（KDDI（株））、松井氏（ソフトバンク（株））

○総務省

大橋総合通信基盤局電気通信事業部長、佐々木総務課長、秋本事業政策課長、竹村料金サービス課長、内藤料金サービス課企画官、吉田データ通信課長、湯本消費者行政課長、吉田消費者行政課電気通信利用者情報政策室長、景山消費者行政課企画官、大磯消費者行政課課長補佐、神谷消費者行政課課長補佐

4 議事

- (1) 開会
- (2) 議題
 - ① 検討項目に関するヒアリング (その3)
 - ② これまでの議論の内容整理
 - ③ 自由討議
 - ④ その他
- (3) 閉会

5 議事要旨

① 検討項目に関するヒアリング (その3)

【前半】

- ・北構成員から資料1について説明。

【齋藤構成員】

- ・北構成員に質問が2点ある。

1点目。資料1の3ページ目に無理販売を事実上強制させられる代理店の職場環境が問題だというご指摘があるが、最初からこのようなブラックな代理店が実態として多数存在するのではなく、いかなる代理店や販売員もブラックな環境に潜在性を秘めており、その潜在性はキャリアが作り上げた市場構造に原因があるということによいか。

2点目。もう少し実効性のある方策として具体的にどのようなものが考えられるかご教示頂きたい。

→【北構成員】

- ・1点目について。ご質問頂いたとおり、市場構造に問題があると考えている。ただ、利用者が必要としていない商品の販売を事実上強制する代理店も多く存在する一方で、資料1の3ページ記載の左上(青字記載)部分のような販売員に無理販をさせないような代理店やショップも一握り存在していることにも併せてご留意頂きたい。
- ・2点目について。ご説明したようなブラックな代理店の職場環境を抜本的に変えたいと思っているところだが、問題が量販店である。量販店は人が多く集まる現場を持っている優越的地位にあるために、携帯業界をはじめメーカーさえも振り

回されるという状態に陥っている。量販店の職場環境を良くすることは非常に難しいと思うが、量販店はアフターサービスの機能を持たず、具体的な話は携帯ショップに聞くように利用者を誘導するため、苦情が発生した場合は量販店ではなく直接携帯ショップのほうに持ち込まれる事態となっている。このような状態を鑑みると、特に量販店について携帯キャリア自身がしっかりと管理・監督する仕組みを盛り込まないと、代理店監督義務は形骸化してしまうと考える。

【明神構成員】

- ・代理店もひとつの企業として営業をやっていることから、商品の提供元にすぎない携帯キャリアの意見を全て受け入れて行動するという事は構造上難しいため、携帯キャリアは代理店を管理できないと個人的には考えている。また、問題があった代理店との契約を即座に切るというのは難しいと思うので、悪質な代理店を淘汰・統廃合できるようなルールづくりを総務省で検討頂きたい。
- ・今後の代理店の管理体制について、携帯キャリアによる管理にも限界があるため、総務省が電気通信事業者を登録・届出で管理しているのと同様に、代理店に関しても登録や審査を必須として総務省で直接管理するルールを導入して頂きたい。また、優良代理店のマーク付与等の導入もご検討頂きたい。
- ・代理店による過大なキャッシュバックも問題のひとつかと思うので、過大すぎるキャッシュバックそれ自体やキャッシュバックの広告を防ぐための上限を定めるルールづくりを導入してほしい。消費者と代理店のパワーバランスをとることが可能になるのではないかな。
- ・量販店については、大企業とメーカーとのパワーバランスの問題があるため、これもまた管理が難しいところ。総務省に一定の調査権限があるようなルールを入れるのがよいのではないかな。量販店のように消費者心理を利用した商売は他業界でも存在するので、他業界のルールも考慮しながら進めて頂ければ幸い。

【北構成員】

- ・不活性なショップを整理するために、携帯キャリアは販売目標のハードルを上げて、達成できない代理店には例えば運営支援費を出さない、様々な手数料のテーブルを下げるといった、事実上、その代理店がショップを手放さざるを得ないような形の運用を行っ

ている。ところが、このような携帯キャリアによる無理な目標設定を達成するべく、代理店の販売員がますます必死に無理販をしてしまうという悪循環に陥っている。携帯キャリアのルート担当やラウンダーがこの悪循環を把握しながらも黙認していたり、自分の手柄にするためにむしろ無理販を推奨しているようなケースもあると聞いている。このような悪循環が起きないような仕組み（例えば無理販を事実上強制した場合は販売実績としてカウントしないようにする等）をしっかりと作り、無理販によって労務環境が悪化している代理店を淘汰すべき。

【山本オブザーバー（(一社) ケーブルテレビ連盟）】

- ・ 苦情や相談の件数を抜本的に減らすために代理店監督措置をしっかりと整備することは大賛成。
- ・ 本日の北構成員からのプレゼン内容には基本的に賛成。実際の問題として、不適切・不健全・不誠実な営業行為が行われたかという事実はきちんと検証すべき。そのような意味でも、携帯キャリアは（一社）電気通信事業者協会（T C A）や（一社）全国携帯電話販売代理店協会（N A M D）と協力して取り組む等、業界団体が連携して実際に起こったことをきちんと見極められるような仕組みが必要かと考える。

【石田構成員】

- ・ 消費生活センターの相談から見ると、通信業界の実情が非常に良く分かる。消費生活センターに入っている相談は確実に携帯キャリアにフィードバックされているため、どこがどういう販売をしているかということもキャリア側で把握できていると思う。そのようなフィードバックをもとに分析をしっかりと行われれば何が問題なのか把握できるようになるのかと思う。確かにT C AやN A M Dの相談窓口も設置されているものの、トラブルになった際の販売方法やセールストークについて消費者側から細かく手紙に書いて提出される場合もあるかと思うので、そのようなご相談内容についても検証をお願いできればと思う。

【若林構成員】

- ・ 量販店の実態調査については是非お伺いしたい。
- ・ 先ほどから議論に出ているショップ認定制度や優良ショップ制度自体には賛成。タクシ

一業界やバス業界のように他業界で同様の制度を導入しているところだが、問題はいかにそのマークや制度を利用者に認識してもらうか、というところかと思う。また、業界団体ごとや各携帯キャリアごとに制度を創設するのではあまり意味がなく、統一したものを作らないとかえって分かりにくいものになってしまうと考える。

【森構成員】

- ・量販店は非常に力のあるプラットフォーマーであるが、今回の法改正で代理店監督の義務が法定され、ある程度基本的な制度が整備されることで、そこまで無茶な販売をするインセンティブにはならないのではないかと考える。
- ・北構成員に質問。資料1の6ページ目に「販売認定制度」「優良ショップ制度」「優良販売員制度」の記載があるが、具体的なイメージはどのようなものか。消費者がその認定に従って代理店を選択するというのはなかなか考えにくいかと思うのでご教示頂ければ幸い。

→【北構成員】

優良ショップ制度は、まずショップの認定制度があって、認定制度に登録された中から特に優良なショップを選定する仕組みを想定。ここでいう優良なショップとは消費者トラブルが極めて少ない又はない店舗や、CS調査やES調査で非常に高い評価を得ている店舗のこと。当然、優良ショップであっても何かトラブルがあれば、認定を取り消すという仕組みを想定している。

→【森構成員】

考え方は理解。ただ、「うちは優良認定を受けていないが、安く販売しています」という勧誘をする代理店があれば消費者はそちらに流れてしまうかもしれないので、そのような代理店の戦略に対抗するには少し弱いという印象である。

【齋藤構成員】

- ・量販店あるいは複数次の取次店に多くのしわ寄せが行っていることから代理店に対する指導措置でどこまで解決できるか難しいところだと感じている。
- ・各携帯キャリアのお試しサービスについては、全キャリアが通話も含めて全て横並びの内容で実施するのであれば、それなりに効果はあるのかと思うが、横並びを揃えるのは現在難しい状態かと感じている。例えば、預貯金者保護法は銀行が自主的に取組をしな

いという理由で偽造のキャッシュカード等の払い戻しについてのルールが整備されたという例があるように、ルールをきちんと守れないと経済的なマイナスが大きいというリスクを課して更正を図っていかないと現場の売り方に非常に問題が生じるとことになってしまう。よって、携帯電話サービスの店舗販売も当然クーリングオフの対象にすべきではないかと考える。

【長田構成員】

- ・初期契約解除は携帯電話サービスの店舗販売にも適用されるべき。携帯キャリアが代理店を全て管理・監督することの難しさが指摘されている以上、むしろ初期契約解除ルールをきちんと入れることによって、何を変えなければいけないのかということ携帯キャリア自身が認識することが重要。様々なオプションやキャッシュバックによって消費者は安くお得なプランを選んでいるという指摘がよくあるが、要らないオプションの解約をできないままに料金を払い続けている人がいるということを考えれば消費者も決して今のありようで得をしているわけではない。何が問題かをキャリアや代理店等の関係者に認識していただくためにも、きちんとしたルールが必要だと思う。

【松井オブザーバー（ソフトバンク（株））】

- ・キャリアの視点から2点ご説明したい。
一点目に初期契約解除制度について。前回各携帯キャリアからプレゼンをして、当然現状に対して個々の先生のお考えがあると思うが、弊社としては法定の初期契約解除制度の内容以上のプラスアルファの部分として、端末の返却ができたり、機種変更も考慮に入れたり、という工夫もしている。制度としての初期契約解除制度を携帯電話サービス適用することと、自主的取組で行っていることのプラス・マイナスについてはもう一度議論させていただければ幸い。
二点目に代理店に対する監督について。非常に根深い話が多いので、即効薬として全てが解決する話ではないと思うが、例えば資料1の2ページ記載のキャッシュバックの問題については、当然業界の中では昨年3月、インセンティブ問題がかなり問題視され、キャリアサイドとして一定の反省をしたうえで、自主的に適正化を図るといった取組を行った。しかし、今年の夏頃からまたキャッシュバックが復活したという状況があるということは重々認識しており、公平性の観点等で当然問題があるということも踏まえて、

業界としていま一度適正化を図っていくために検討していかなければならないと考えている。このように、業界として少しでもよりよい方向を目指していければと思う。

【西川オブザーバー代理（(一社) 全国携帯電話販売代理店協会）】

- ・携帯キャリアによる代理店コントロールが経験上難しいという指摘があったが、NAM Dの加盟店舗については各携帯キャリアショップであり、携帯キャリアしっかりと向き合って営業を行っているため、キャリアによるコントロールは十分効く状態であることを申し上げたい。
- ・資料1の3ページ記載のA店のような形が常に整うならば、トラブルは十分回避できると信じている。

① 検討項目に関するヒアリング（その3）

【後半】

- ・（一社）日本ケーブルテレビ連盟から資料2について説明
- ・（一社）電気通信事業者協会から資料3について説明
- ・事務局から資料4について説明

② これまでの議論の内容整理

- ・事務局から資料5及び資料6について説明

③ 自由討議

【北構成員】

- ・資料5での5ページに「1枚の書面で確認ができることを望んでいる」と記載があり、これが理想ではあるものの、携帯キャリアのオプションと、代理店独自のオプションは同じプリンターからは印刷できないシステム仕様になっているので、2枚でもいいのではないかと考える。

【明神構成員】

- ・資料5の2ページ目の適合性の原則について。下線で「省令で規定すべき」とあるが、実際のトラブルにつながるかと思うので、事業者にとっては具体的な高齢者の年齢等を

提示して頂ければ幸い。

【石田構成員】

- ・ 書面交付については代理店独自のものをメインとして申し込む消費者もいるため、代理店が提供しているオプションサービスであっても書面交付の義務は必要だと思う。確かに、1枚が無理ということであれば、同時に代理店独自でもう1枚必ず付けて計2枚ということではいかと考える。
- ・ 後から契約したオプションについては書面交付義務の対象外にしてほしいという要望があったが、例えばオプションに期間拘束があったり、提供するには条件があったりする場合には、消費者にとっては後からオプションの内容が分からないという事態になると大変なので、書面交付は必要だと思う。
- ・ 既契約に対する変更の場合は書面交付義務の対象外にしてほしいという要望があったが、既契約であってもより便利になる、より安くなるという電話勧誘やメールでの勧誘があって追加する場合もあると思うので、後々、月額料金は割引になったけれども、拘束期間があったということが確認できるように、書面を交付してもらいたい。
- ・ 初期契約解除について、様々な通信サービスについては対象外にしてほしいという要望があったが、全てが現状のお試しサービスでカバーできないし、携帯キャリアのサービス以外、例えばMVNOのルーター等はお試しサービスは行われていない。全ての通信サービスについて初期解除制度の対象とすべき。
- ・ MVNOについては利用者が少なく、発展途上という意見があったが、携帯料金タスクフォースについての資料7-1においては、「MVNOのサービスの低廉化とか多様化という競争促進をする」という内容が入っていたため、今後確実にMVNOのサービスが増加してくると予想される。よって、現状利用者が少ないからといってMVNOのサービスを初期契約解除制度の対象外とすることには反対。

【近藤構成員】

- ・ 今の情報弱者を食い物にするような空気があるということを事業者の方にもっと危機感を持っていただきたい。お年寄りが理解できないうちにインターネット契約をさせて、解約に行ったら解約料を取られるという状態が、いかに今世間から厳しい目で見られているかということをもう一度考えていただきたい。

- ・宿泊施設においては、申請によってその安全性を消防機関が認定して無料で適マークを付与していると聞いている。このように、情報通信業界においても、代理店構造の全部が把握できないのであれば事業者のほうから申請する仕組みを作ればいいのではないかと。利用者にとって事業者がよりよい優良事業者であるということを、消費者の側からも見えるような仕組みになるよう検討していただきたい。

【森構成員】

- ・資料5の5ページ目の既契約への追加等について、既存の契約にオプションを追加するかどうかということがポイントなのではなくて、利用者から能動的に申し込むかどうかの問題。既存の契約があって、それに事業者側から「お得になりますよ」「早くなりますよ」と言ってくるということもあるので、既存の契約についてオプションサービスを追加する場合であって、利用者から能動的に申し込んだ場合という限定が必要ではないかと思う。
- ・初期契約解除について、もともと携帯電話サービスについても適用するというのが出発点かと思うが、他方で端末が返せるというのはなかなかいいサービスだなと思う。ご意見としては、お試しサービスではカバーできないと点があるという指摘があるので、「こういうお試しサービスなら良い」という条件を一つ決めるということと、期限を切ってトラブルが減らないということであれば対象にする、という2点の条件をもって適用を猶予するという考え方はありだと思ふ。

【西川オブザーバー代理（(一社)全国携帯電話販売代理店協会）】

- ・我々が分析した5月、7月の来店客600万人のうち、初期契約解除制度の対象となる件数は90件、パーセンテージにして0.002%。これを3カ月でデータをとっても0.005%、二次対応のクレームの中で、全苦情のうちの0.9%だった。構成員の方から様々なご意見をお聞きする度に我々も大変フレッシュな気持ちになり、クレーム縮減に向けての努力をさらにやっていくべきと感じている。
- ・TCAを代表として、キャリア各社と今後本格的にクレームの縮減に向けて取り組む決意であり、各キャリアの社長をはじめトップの皆様からもクレーム縮減に向けて、NAMDと以上にやっていただけるというコミットもと、8月から体制整備に入っている。ぜひこの努力の結果を見守っていただきたい。我々は昨年のワーキンググルー

プから参加しているが、非常に真面目に取り組んでおり、受託を受けている立場であるものの、クレーム縮減を目的としてこの産業がキャリアが立てられているミッションに沿って、お客様にとって有益な産業に育つように不退転の決意を持って取り組む所存。ここの構成員の皆様から様々なご意見を頂戴し、期待を寄せられていると感じているため、全力を挙げて取り組む姿を何とぞ見守っていただきたい。

- ・定性だけではなく、定量での議論をやっていきたいので、例えばパイオネットとの整合性についてもNAMMDのデータとの差異は何なのか、相談員協会の皆様のご意見と我々の感触が違う点は一体何なのかといった点も含め問題点を把握して、各地の消費者支援団体との会合にももっと積極的に参加しつつ、キャリアとともに問題点解決のほうに向けていきたい。最大の目的は、クレーム縮減と、お客様がICT2020に向けて使いやすいサービスになるようにということだろうと私どもは認識している。

【木村構成員】

- ・初期契約解除の苦情が少ないといっても、ゼロではなく、やはり発生しているわけなので、そこは問題点だと感じている。
- ・NAMMDへの加盟店が増加していると聞いているので、そういう点では今後の取り組みを期待したいし、消費者が店舗を選ぶ際にNAMMDに加盟しているかどうか分かるマークづくり等についてもご検討いただきたい。
- ・オプションについて、利用者としては自分がどういったオプションに入っていて、それが有料なのか無料なのか、いつまで無料なのか、いつから有料なのか、解約はどうしたらいいのか、という点がわからないというところが一番の問題。先ほど資料5において、能動的に後からオプションを追加する場合に書面交付は必要ないのではないか、という意見があったが、「能動的」とは具体的にどのような状態なのか。自分から契約したいと言うことは確かに能動的であるが、そのきっかけが店舗で勧められた場合等、様々なケースが考えられる。よって、能動的か否かという区別はせず、オプションは必ず書面交付を行い、きちんとわかりやすくしていただく方向で考えていただきたい。
- ・適合性については重要だと考えるが、誰しも情報弱者になり得る可能性があるかと思う。例えば新しいサービスが開始されたときに、最初は詳しくわかっている人なんてそういない。利用者視点で通信の書面交付などは考えるべき。

- ・お試しサービスについて、お試しサービスの存在を利用者全員に説明しているわけではないのか。

→【松井オブザーバー】

現状では、マス媒体に対して弊社のお試しサービスは周知しているが、店頭に来られた方に対して逐一、「こういうサービスがあります」という説明はしていない。この点については、弊社の中でも引き続き検討させていただく。

→【古賀オブザーバー】

ご契約のときに注意事項説明ということで、基本的には説明している。

→【田畑オブザーバー】

弊社の場合は申込み制。契約前にお申し込みいただいて、端末を郵送するという段取りになっている。

【原田構成員】

- ・初期契約解除の猶予について、一番気になるのはお試しサービスの各社による差異である。ただ、初期契約解除の場合は電波状況等の事前承知困難ということの問題としているものの、あわせて自分が契約したものが本当に必要なのか、あるいは自分がどういう契約をしたのかというのを、一旦家に帰ってもう1回考えるというのが基本的なクーリングオフの制度なので、必ずしも店頭で契約したものが後で徒労に帰すという観点ばかりから考えるべきではないのではないかと思う。

【齋藤構成員】

- ・初期契約解除制度で法人が問題になっているが、法人かどうかで切り分けるのは法律の制度としてはあまりないかと思う。例えばヨーロッパなどでは法人かどうかではなくて、営業性、事業性をもって消費者保護ルールの適用対象を切り分けている。

→【新美主査】

法人の場合はほとんど定款に附帯事業について等、全て書いてあるが、例えば附帯事業は入らない、というご趣旨か。

→【齋藤構成員】

法人にも様々な種類がある（例えばNPO法人、区分所有法の管理組合、地方自治

法上の町内会等) ため、法人格があるかどうかだけで切り分けるのは難しいかと思う。

→【新美主査】

そのときに、規約にどんな事業をやるかが書いてあるか書いてないかで切り分けるという趣旨ということか。事業といっても非常に幅広いので。

→【齋藤構成員】

どのような概念で切り分けるか議論の余地があるが、少なくとも法人格があるかないかで切り分けるのはやめたほうがいいのではないかという結論。

- ・追加のオプションの場合の書面交付について、書面交付義務の趣旨、目的は何なのかというところをきちんと押さえて議論していただきたい。そもそも店舗に行って契約することは自発的、能動的な行為である。能動性云々でよく問題になるのは、例えばクーリングオフの制定の際に、不意打ち性や冷静な判断ができないかどうかというところによく議論されるが、書面交付義務の場合については「内容をきちんと把握できるようにするということ」及び「それなりの適切な判断の環境を確保する」という点を踏まえて議論すべきで、能動性という点で書面交付義務の対象にするかどうかということを考えるべきではない。よって、利用者からの申し込みであっても、その中身がどういう問題かをもう一度きちんと把握ができるためには、形が残る形で契約条件などをきちんと情報提供するというのが書面交付義務の趣旨に適合するため、なおさら書面交付は必要だと思う。
- ・今できている現行法の改正法の組み立てに鑑みると、説明義務と書面交付義務は一連の時間の流れでセットで考えるべきである。特に26条の実質的な中身は改正されていないものの、「契約をしようとする者」という文言の扱い方が変わっている。既に契約をしていて、追加のオプション等の契約をするような場合であっても、書面交付義務の対象になるという立場を今回の改正法はとっているのではないかと解釈できると考える。
- ・店舗でのモバイルの通信サービスを初期契約解除制度の対象外するのは差し支えるべきではないかと考える。
- ・工事費等のコストを可能な範囲でおまとめいただいたことを大変感謝する。この点も踏まえて、全て解約をした場合に実額が利用者の請求額に入るかどうかというのは、また

別途検討が必要。初期契約解除制度を導入する以上は、解除権の行使の自由はきちんと確保されるという観点からも、対価請求の内容あるいは金額、ルールをきちんと検討していただきたい。

【平野主査代理】

- ・初期契約解除制度について。資料5の6ページ目に「使ってみなければ分からない」「料金の複雑性等（「等」という部分には、契約も複雑とか商品の内容も複雑というのが入ると理解）」「苦情の発生状況」が3本柱として考えられているが、携帯3社のお試しサービスは内容がどうもばらばらというのが私の理解。
- ・理解しないまま買われている利用者もいるのではないかという問題はまだ解決してないのではないかと、というご指摘もあるので、携帯電話サービスの適用除外というのはなかなか難しいのではないと思う。さはさりながら事業者は皆さんは非常な努力もなさっているんで、もっと頑張ってもらいたいというインセンティブを入れられるような方向があれば望ましいと思う。
- ・マル適制度については、賛成。やり方は幾つかあると思うが、1つは、まさにいい人だけを表示するというベストプラクティス型。もう一つは、業界が違うのでアナロジーでできるかわからないが、どういうお店なのかというのがA・B・Cのランクで一目瞭然でわかるというランク付け型。一つの視点としてこのようなやり方を申し上げたい。

【長田構成員】

- ・初期契約解除について、努力していらっしゃる場所があるというのは事実だが、全く努力していない又は努力できない状況にあるお店がたくさんあるということも事実。今この段階ではきちんと初期契約解除の対象にモバイルの店舗販売も入れていくべきだと思う。
- ・代理店独自のオプションについて、これを契約するととてもお得だという電話は実際かかってきたりするわけで、そういう類のものについて、もし追加でオプション契約したのであれば、きちんと書面が交付されるべきであると考えている。光回線契約するとき、トイレ詰まりのレスキューや定期的な年末のお掃除というような代理店独自オプションが主に量販店等でどんどん勧められていて、一体何の契約をしているのかわからなくなるというケースもある。もともとは、家電製品を買いに行っただけなのに、通信の契約

がプラスして勧められ、かつそれをお得にするためにいろんなオプションがついてくるというのが現状ですので、そこは何とかきちんと書面で交付すべき。1枚は無理であれば2枚すぐぱっと分かるような状態をつけるべきだと思う。このように書面をきっちり交付することによってだんだん業界も変わっていくのではないかな。

- ・期間拘束、自動更新の通知について。今、プッシュ型の通知を皆さんは始めておられるのか、これから始められるのか、それがきちんと利用者に伝わっているのか問題。次回までにどういうプッシュ通知をされているのか、されようとしているのかを共有してほしい。また、資料5の「参-5」について、端末の割賦代金を払っていた人が24回が終了したところで月々サポート終了がして、割引のない通信料金になるとちょっと高くなり、実際払っている額は変わらないから気がつかないかもしれないけれども、通信料金が高くなっている。最初から端末を買い取った人については本当に高くなる。このような事実がプッシュ通知の中で知らされているのかどうかについても教えていただきたい。

【松井オブザーバー（ソフトバンク（株）】

- ・お試しサービスについて、店頭での説明が不十分であるということに関しては、弊社の中で真摯に対応して、そこは改善していきたい。また、お試しサービスを利用されている方は少ないのではないかなという話について、この場で具体的な数字は出せないが、必要であれば内々にどのぐらいの方がご利用されているかというデータも弊社としては出させていただく用意はあります。
- ・電波状況だけではなくて、料金の複雑性等も初期契約の部分であるというご指摘で、弊社としてはそれは必ずしも初期契約だけではなくて、書面交付義務とセットで解決していくものだという認識がある。また、前回もご説明したとおり、弊社は現実には電波以外のものも返却を認めているという状況。
- ・いずれにしても、お試しサービスをやっていることを理由に適用除外にすることによって抵抗感があるということをお話でも非常に感じた。一定のお試しの要件というものを明確化していただいて、それをクリアしたものに関しては、時限措置というような形で自主的取組を見て頂きたい。自主的取組でも法定の初期契約解除制度と比べたプラス面もあるので、比較考量の中で最終的に移動体に関して初期契約解除の対象にすべきか、あるいは一定の猶予を与えるべきかということに関しては、最終的にこの場で整

理をさせていただければ幸い。

④ その他

- ・料金サービス課から資料7-1及び資料7-2について説明。

【石田構成員】

- ・先ほどMVNOを初期契約解除制度の対象外とはするべきでないという話があったが、格安スマホの利用も確実に増加傾向にあるもので、消費者もニーズに即したものを利用していくことになっていくと考えられるので、この点も含めて検討していただきたい。

【木村構成員】

- ・このタスクフォースについて、以前料金の改定をされたときに、確かにデータ通信のことはいろいろ考えていただいたが、通話料金に関しては、かえって改悪だったという感想を持っている。ぜひこのタスクフォースでは、データ通信だけではなく、通話料金も検討いただきたい。

【新美主査】

- ・タスクフォースは携帯電話の料金ということで、データだけに限っているというわけではないかと思う。
- ・中身については7人で議論をするものの、ここでの議論を当然視野に入れながら検討を進める予定なので、その都度、皆様方のお知恵を個別に、あるいは場合によってはこのワーキングで伺うということもあろうかと思うので、よろしくお願ひ申し上げます。
- ・次回第18回の会合において、電気通信事業法改正施行に向けた検討項目に関しての本ワーキンググループのご議論の状況をまとめる予定。詳細は、皆様から本日以降もまたご意見等が出たものを最終的に事務局と私とで調整して、18回の会合でご提示して、最終的なまとめに向かいたい。

【大磯消費者行政課課長補佐】

- ・次回第18回会合は10月19日（月曜日）の16時から18時の予定。

(以上)