

ICTサービス安心・安全研究会  
消費者保護ルールの検証に関するWG（第5回）

平成30年12月26日

【牧野消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。議事に入ります前に、お手元に配付しております資料について確認させていただきます。本日の配付資料につきましては、議事次第に記載されている資料1から3、参考資料1及び2となっております。不足しているものがございましたら、事務局までお申しつけください。

【新美主査】 それでは、定刻となりましたので、ただいまから消費者保護ルールの検証に関するワーキンググループ第5回会合を開きたいと思っております。

皆様、年の瀬にもかかわらず、お忙しい中、お集まりいただきましてありがとうございます。

なお、本日も冒頭にカメラ撮りの時間を設けておりますので、ご了承いただければと存じます。また、撮影関係者の方々におかれましては、事務局の指示を踏まえていただきますようお願い申し上げます。

なお、本日は、森構成員はご都合がつかないというご連絡をいただいておりますので、皆様にご報告させていただきたいと思っております。

それでは、カメラ撮影はここまでとさせていただきますので、ご退室をお願いします。議事に入りたいと存じます。

今回は第1回に提示された主要論点や、その後構成員から提示された論点のうち、いまだ扱っていないテーマを取り上げることにしたいと思っております。

具体的には、1つとして高齢者の契約トラブルの背景にある高齢者の情報リテラシーの問題。それから、第2点としましては成年年齢の18歳への引き上げを見据えた消費者教育の一層の推進。それから、第3点といたしましては小規模法人の電気通信サービスに係る契約トラブル等に関する苦情相談の問題と、この3つについてヒアリング及び討議を進めていただきたいと存じます。

まず、最初に高齢者の情報リテラシー向上に向けた活動を積極的に実施されております近藤構成員のほうから、高齢者向けのスマホ支援活動を行っている「スマホサロン」を中心とした取り組みなどについてご発表をお願いしたいと存じます。

なお、ご発言に対する質疑やご意見につきましては、本日の議事の最後のところで意見交換の場を設けておりますので、こちらでまとめてご議論、ご質問いただきたいと思います。存じます。

それでは、近藤構成員、よろしくお願いいたします。

【近藤構成員】 近藤でございます。それでは、老テク研究会が20年以上取り組んでおります高齢者のためのいろいろなデジタル機器、サービスへの支援活動について、今年の特徴も重点的にご紹介したいと思います。

今、スマートフォンが急速に普及しているのは、若い人だけではなくてシニアの方たちにも急速に普及しているわけですが、なかなか買ったけど使えない、これは昔のパソコンも同じでしたけど、買ったけど使えないということで困っていらっしゃる方がたくさんいらっしゃいます。私たちは、今私の住んでおります横浜市都筑区というところで友達と一緒にこの3年間ほど無料のスマホ講座というのに取り組んでおります。去年はドコモの方に協力していただき、今年はソフトバンクの方に協力していただいて、地元の社会福祉協議会ですとか、それからキャリアショップといういろいろな場所で無料のスマホ講習会というのを行っております。

お手元の資料を1ページあけていただきますと、現在取り組んでいるトラブル解消への取り組みということで、福祉施設ですとか、コミュニティカフェですとか、家庭訪問ですとかいろいろな活動が紹介されております。そのほかにセミナーですとかフォーラムですとか新聞への連載、「明解IT用語辞典」という連載もしております。

これまでずっと取り組んでおりました私たちの活動は、高齢者による高齢者のためのパソコンボランティア活動というところに特徴があります。つまり、なぜ高齢者に教えなければいけないのかということ、高齢者の人たちがやはりそういうお気持ちが非常にわかるのではないのかということで、高齢者による高齢者のためのボランティア活動というのをずっと取り組んでいます。

次のページに横浜市消費生活推進員としてデジタルトラブルにどう取り組んでいるかというのを書いてございますが、皆さんは横浜市の消費生活推進員というのをご存じでしょうか。ご存じの方、よかったですお手を。知らないですね。これは横浜市の独自の制度らしいのですが、町内会に、それぞれの小さい町内会単位に2名ほど選出されて、大体年間1人3,000円ぐらいの予算をいただいて、私の地区ですと佐江戸・加賀原地区というところには7つの町内会がありますので10人ぐらいの推進員がいますいろいろな、ここ

に写真のあるように夏祭りでトラブルに対するアンケートですとか、多くはオレオレ詐欺にどうやって対抗するかとか、さまざまなそういった地域の中で高齢者の見守りを、地域の皆さん、一緒にしましよと、そういった活動なのですが、その活動は横浜市の経済局、それからいろいろな消費生活相談センター、そういったところと連携しながら、地域の人たちがこういったきめ細かい啓発講座というのを既に実施しています。ですので、皆さんがこれから消費者に対する、特に高齢者に対する啓発活動を全国に広げようかなというときには、横浜市のように既にもうそういう取り組みをしていて、地域で活発な活動をしていらっしゃる場所もありますので、参考にさせていただけるのではないかと思います。

私はこれの4年目になるのですが、今は都筑区の代表も兼ねております。4年間、しつこく電話に関するトラブルというのを住民の方に紙で渡したアンケート調査というのをやっています。毎年消費者行政課の委員会にはそれをご報告していて、一昨年にはとにかく電話で電話の契約ができるということを知らない人が市民の7割ですと、若い人も知りませんと、電話に関するそういったキャリアをかえませんかという勧誘電話は、もう5割以上の方が在宅したときに経験しているということをご報告しています。

次のページへ行っていただきまして、今年、シニアのスマホサロンの寄せられたトラブルは非常に巧妙な詐欺、迷惑メール、アプリ内の課金をめぐったトラブルというのが急増しました。具体的には孫とスマホでゲームを遊んでいたら、知らない間に請求金額が何と70万円もお母さんの口座に来てしまって、それで慌てて連絡して、そして70万円のうち20万円はグーグルから返ってきたそうですけれども、要するにそういったお金はいきなりボンと引き落とされるわけじゃなくて、一旦グーグルに何か請求があつて、そこで支払われる仕組みなんだそうですけれども、でも50万円は戻ってこなかったとあって、お母さんは泣いていました。

自分の使っているスマートフォンでそんなことが起きるなんていうことをおじいさんは夢にも思わず、孫も真っ青ということで、ほんとうにこういったトラブルですとか、あとは皆さん、経験したことがあるでしょうか、いろいろな詐欺、迷惑メールというのは今はほんとうに巧妙で、とてもこれが詐欺なのか、これがほんとうじゃないのというぐらい有名な企業ですとか、有名なところをかたつて、なりすましてそういったトラブルがほんとうにふえています。

ここの写真は今年のスマホサロンの様子なのですが、今までスマホサロンは私たち、先ほど言いましたように高齢者による高齢者のボランティアというのをずっとやってきたわ

けなのですが、今年はこの写真の女性たちは育児中のお母さんです。30代、40代のお母さんたちで、「イクミンズ」という育児ミュージカルというのをやっているお母さんたちに協力していただいて、お母さんは大変お忙しいのですが、社会参加するのにフルタイムで働けないけれど、こういった勉強も兼ねてやってみたいという方がいてくださったので、社会福祉協議会ですとか、こういったキャリアショップでやりました。大変丁寧な対応をしてくださったのですが、皆さん、驚くなかれ、30代、40代のお母さんたちのITリテラシーは絶望的なほどに低いです。

これはほんとうにたまたまそういう人たちなのだと、いつもそう言われてしまうのですが、ただやはり若いときに、30代、40代の方というのはインターネットが登場したころはまだ中学生、高校生なんです。なので、今のようなさざまな複雑なサービスが登場してからそういった利用はしていないので、最近のトラブルとか、ほんとうにスマホを使っていて、iPhoneを使って5年目で「Safariって何？」という感じのところがあります。ですから、基本的なそういうものに対する知識とか、もうアプリがあってLINEが使えればいいのよと、そういうレベルの人がすごく多くて、ほんとうにこの後、さまざまな消費トラブルはどんどんふえるように思います。

次のページに書いたのは、ちょっと資料は古いのですが、いわゆるオレオレ詐欺ですとか架空請求詐欺の数字の情報はネットで拾えたのがこれだったので書いたのですが、とにかく被害額というのがアダルト詐欺サイトだけでも175億円という非常に大きな金額になっています。オレオレ詐欺よりもこの年は多かったわけです。今はスマホになって、ますますこういったタイプの詐欺がふえています。なかなか、特にアダルトサイト詐欺などというのは男性の方は恥ずかしいとって妻には相談できませんという方がいらっしたりして、ほんとうに困っている方が多いと言えます。

次のページに、こういったトラブルを分類してみました。縦軸がリテラシーの高い・低い、横軸が相談できる友達が多い・少ないという分類です。ABCDとあって、Aタイプの方は、パソコンは使えるけれどもスマホが思うように使えない。Cタイプの方はスマホを購入したけれども思うように使えない。右のほうの方は大変どっちも便利で、教えてもらえるから楽しい。つまり困っているか、困っていないかということの分かれ目というのは、身近に相談できる人、場所があるかどうかというわけなので、しつこく近藤たちは身近な相談できる人になろう、そういう仲間をふやそうという活動を20年間やっているのですが、じゃあ、具体的にどういうトラブルがあるかということを下にご紹介しています。

Aタイプは男性に多いんです。パソコンは使えるが、思うようにスマホが使えない。元偉い大学の先生とかでもこういう方は結構いらっしゃるのではないかなと思いますが、どうでしょうか。巧妙なネット詐欺ですとか、詐欺アプリに大変困っておられる方が多いです。最近のアプリはいきなり外国語になってしまったりして、何かわけがわからなくなってしまうという方も多いです。ですので、対策として、例えば交通事故の保険のように情報事故保険みたいなものをどこかの保険会社がつくってくれないかなと思ったりもしています。

あとキャリアショップの方に困ったときの相談窓口というのを、こういう方は地域にお友達が少ないので知らないことが多いんですね。ですので、例えばいろいろな相談センターの電話番号ですとかそういうものを、キャリアショップの方は何か困ったことがあったときにはここに電話できるんですよというのを配ってあげるとか、どうしても高齢者の指は乾燥していて、スマホの指で操作するというのが大変苦手な方が多いものですから、タッチペンとかそういうものを販売してあげるか、おまけでつけてあげるか、そういったご配慮をしていただけるとトラブルも減るのではないかと。とにかく電話の切り方がわからないと、要するに触っても切れなかったという方がとても多いんですね。

次がCタイプ、これが圧倒的に一番多い。とにかく女性に多いのですけれども、買ったけど使えない。ガラケーで電話とショートメールしか使えません。でも、ガラケーが壊れたのでキャリアショップに行ったら、なんやかんやということでスマホを買ってしまったという方なんです。この方たちはとにかく言葉がわからない。もう医学書を読んでいるのと一緒にをはしかわからない。「あなたのアカウントが何ちゃらはんちゃらで、何とかかんとかのパスワードが」というふうに書いてあっても、「パスワードって何？ アカウントって何？」という感じになってしまう。ですから、キャリアショップの方も大変お気の毒だと思うんです。「電話帳のバックアップなさいますか」と言っても「バックアップって何ですか？」って言われる、そういう状況だと、ほんとうにお店の方に、実は私は心から同情しています。ですので、こういうやりとりをしなくても済むような仕組みにしないといけないのではないかなといつも感じています。そもそも設定もできないし、契約書類もすぐなくしちゃうし、とにかくそういうものが大事だということもなかなかわからないという方が多いのですが、先ほど長田さんとこういう人は多いよねという話をされていて、長田さんに、長田さんの身近な例もちょっと紹介してくださいとお願いしたんで、長田さん、お願いします。

【長田構成員】 例を紹介しろということなので、まず1つは先ほど紹介があったようにガラケーが壊れてスマホにってしまった方で、孫とやりとりができる、子供たちがやっているみたいにこうやってやりたいとか、文字が大きくなるというのをとても魅力に感じて帰ってきたけれども、何とまず電話の出方がわからない。そして出方がわかったら、今度は切れない。私の留守電にも約3分間、向こうのおしゃべりがずっと入ったままという方が1カ月に1回ぐらいかな、うちは役員がみんな高齢なのでいっぱいいます。というような事例でよろしいでしょうか。

【近藤構成員】 実はスマホの電話が切れなかったというのは私も最初そうで、これはどうやって切るんだろうと思って、そのたびごとに最初は電源を切っていたというのは、私自身もほんとうにそうなんです。だから、わかってしまえば簡単なんですけれども、わかるまでのさりげない注意みたいなこと、指導みたいなことをどうやってできるかというのがすごく、そばにいて寄り添ってその人のわかる言葉で話してあげないとなかなかわからないと思うんです。例えばインターネットにしても、光通信にしても、東海道線の線路の上では新幹線は走らないでしょうと、やっぱり新幹線のレールと昔のレールは違うのよと言うと、「ああ、そういう感じ」とか何となくわかったりもするので、お年寄りというか、自分たちが理解できるそういう世界の中で理解できるような支援をできるようになるといいなと思います。

切実なのが、次のページのWi-Fiが利用できないのでアプリのバージョンアップができないというトラブルが実はとても多いんです。女性は旦那さんに遠慮していて、スマホを買ったのを内緒にしているという、何かそういうご相談の方が今年はとてもなぜか多くて、それからキャリアショップの店頭でもバージョンアップしないといろいろなトラブルがあるんですよというふうにセキュリティ面のことをお伝えすると、「ああ、そうですね」ってすごくおっしゃるんですけども、でも自分だけでは不安だし、とても夫には相談できませんと、夫にとっても遠慮していらっしゃる良妻賢母の人がまだ日本にはたくさんいるんだなと実感しております。今年は100人ぐらいの女性の方にお手伝いさせていただいたのですが、70代、80代の方が多いわけですが、ほんとうに困っていらっしゃいました。少し軽い認知症かなという方もいらっしゃって、そういう方はお話をしているとだんだん元気に明るくなってくるので、これは健康増進対策としてもスマホ教室をやってもいいんじゃないかと、今考えているくらいであります。ですので、キャリアショップの店頭で、それこそタクシーじゃないですけども、何かある程度代行していただいて

お金を払える仕組みとか、もしくはそういったきちんと勉強して、この人は売っても大丈夫な人なのかなということはある程度事前に、売ればいいでしょうという発想ではなくて、トラブルのことも考えながら売る仕組みみたいなものをみんなで考えられるようなことも重要なのではないかと切実に感じています。

最後のページに私が書きましたのは、私たちがやっているようなほんとうに小さな地域のスマホサロンというのは、そんなに難しい仕掛けではなくて、カフェで、買った人が自分の買った端末をお持ちになって、そして機種別にやっています。Androidの人とiPhoneの人とらしくスマホの人は大分違いますので、3種類に分けて三、四人ぐらいずつでこうやった勉強会をやっています。仲間になったらLINEでグループをつくって、わからないことを教え合ったりとか、集まったりとか、そういうような小さなサークルをつくっています。ですので、キャリアショップの方にはほんとうにお世話になって、端末を貸していただいたり、場所を貸していただいたり、時には講師の方にも来ていただいたりという、大学の方にもお手伝いしていただいたこともあります。ですので、できる範囲で地域、地域でこういった活動をする、お友達のきずなも深まりますし、高齢者の孤独とか、障害といった面もだんだん改善されていくと思いますので、ぜひ地域の皆さんでこういった消費トラブルの解消に取り組みつつ、皆さんの地域のきずなも深まるといいなと頑張っているところであります。

以上です。ありがとうございました。

**【新美主査】** 近藤様、どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、消費者庁の山田様から、消費者教育の推進に向けた取り組みのご紹介をしていただきたいと存じます。それでは、よろしく申し上げます。

**【消費者庁（山田）】** 消費者庁の消費者教育・地方協力課で消費者教育を担当しております山田と申します。本日はこのような説明をさせていただく場をいただきまして、ありがとうございます。着席にて失礼いたします。

資料でございますが、資料2と、あとお手元にお配りしております「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の白い冊子、あと青い「社会への扉」、この3点を使いましてご説明させていただきます。

まず消費者教育でございますが、消費者教育については何を根拠に施策を進めているかということでございますが、平成24年12月に消費者教育の推進に関する法律という法律が施行されております。この法律でございますが、背景でございますが、消費者教育に

ついて、その重要性がどんどん高まっているという指摘がございました。あと、学校教育の現場においても消費者教育が導入されてきたと。あと、消費者被害の増加でございますとか、被害状況の変質に対応できる力を一層育てることが必要であるということ。あと、持続可能な社会の形成に向けて消費者行動の影響も自覚していただかないといけないという、このような背景がございまして、議員立法で法律が制定されてございます。

この中身でございますが、資料2の1ページ、2条のところに定義がございまして。消費者教育につきましては、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びそれに準ずる啓発活動」という定義がございまして。また、この中には「主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」ということになってございます。

この消費者市民社会という言葉でございますが、そのあとに定義がございまして、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重でございますとか、自らの消費生活に関する行動が将来にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得ることの自覚でございますとか、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画すると、このような社会を消費者市民社会と申してございます。

この法律でございますが、その次の3条に基本理念ということで、ここが一番重要といえますかポイントでございますが、幼児期から高齢期までの段階特性に配慮して体系的に推進しないとイケない。先ほど近藤構成員からも高齢期の方々に対していろいろな活動をしていただいております。これも我々の言うております消費者教育の中と考えてございます。また効果的な推進として、さまざまな場においてこの消費者教育が提供される必要があるということでございます。

この消費者教育を推進するに当たりまして、具体的にどのような方向性で進めていけばいいかということで法律の9条に規定がございまして、消費者教育の推進に関する基本的な方針というものを定めてございます。こちらにつきましては、内閣総理大臣と文部科学大臣、この法律が両省の共管ということで、文部科学省にもご担当いただいているということになってございます。この両、総理と大臣が案をつくりまして、閣議において決定していただくということになってございます。

この方針を決定するに当たりまして、当然行政機関だけで決めるわけにはいきませんので、消費者庁に置かれております消費者教育推進会議や消費者委員会のほうで意見を聞いていただいで反映させていただくと。また、当然消費者等のさまざまな方々からご意見を



頂戴しまして、それを反映する仕組みをつくっていかないといけないということが規定されてございますので、そのような手続を踏んで方針を決定するということになってございます。

この方針と、法令の中に書かれております都道府県及び市町村がそれぞれの自治体におきまして推進していくための推進計画を策定しなければいけないということになってございます。ただ、こちらのほうは努力義務ということでございます。こういったことから、基本方針が国または地方公共団体の施策の指針でございまして、また多様な担い手の実践の指針という取扱いをされてございます。

この基本方針でございますが、法制定後の翌年には作成させていただいたところでございますが、5年をめぐりに見直すということになってございましたので、今年度を迎える昨年3月に新たな形で変更させていただいたところでございます。その中で、当然直ちに取組んでいかないといけないような課題ということで整理する必要があるということで、基本方針の白い冊子でございますが、これの後ろから三、四枚目のところ、ページにしますと36ページ、37ページのところでございます。こちらのほうに当面の重点事項ということで、まず1番として若年者への消費者教育、これが重要であるということでございます。その1つ目として(1)で学習指導要領の周知徹底、あと2つ目としては学校現場で指導していただく方々の指導力の向上が必要であると。3つ目として、それだけでは担い手としての人材不足等々の面がございまして、いろいろな方々に学校現場に入ってきて、例えば消費生活相談員の方々であるとか、弁護士の方々であるとか、消費者問題に詳しいの方々にご協力いただくということで、その方々と現場をつなぐコーディネーターを育成する必要があるというようなことを書かせていただいております。

また2つ目の重要な案件として、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育を進めていかないといけないということでございます。こちらにつきましては、資料2に戻っていただきまして3ページのところでございます。消費者教育の体系イメージマップというものがございまして、こちらのほうで、体系的に進めるためにはどのようなことが必要であるのかということ整理させていただいております。幼児期から成人期、特に高齢者までを分類させていただいて、縦軸には重点領域として4つの項目を定めてございます。消費者市民社会の構築、商品等の安全、生活の管理と契約、あと情報とメディアということでございます。今日の会議におきましては、この最後の紫の部分に関連しているのかなと思います。

例えば高校生期を見ていただきますと、情報とメディアのところを両方からたどっていただくと、どういったことをやっていかないといけないのかということが書かれていると。例えば情報と情報技術の適切な利用法や、国だけでなく国際社会との関係を考えようでありますとか、望ましい情報社会の在り方や情報モラル、セキュリティについて考えようなど、こういったことをこの時期には教育していく必要があるということを見られるような形で整理させていただいております。

すみません、資料が行ったり来たりして申しわけないのですが、先ほどの白い冊子でございますが、37ページの今度は3つ目のポツのところでございますが、高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進ということでございます。こちらのほうでございますが、当然3つの重要な柱の1つでございますので、消費者庁に置いております消費者教育推進会議のもとで今後どのような形で取り組みを進めていく必要があるのかということも議論いただく予定でございます。また、この中には先ほどの話にも出てきていましたが情報セキュリティやリスクを自ら管理、配慮する必要があることについて意識を持つことや、情報リテラシーの向上を図ることも含む消費者教育を推進する必要があるということで明確に書かれてございますので、このあたりについて引き続き推進会議を中心に検討させていただくという予定でございます。

戻りまして資料2でございますが、4ページでございます。先ほどの1番のところでは若年者の消費者教育の推進という項目がございましたが、それを実現するために、今年の2月でございますが消費者庁と文部科学省、法務省、あと金融庁の4省庁の局長が集まる会議におきまして、消費者教育の推進に関するアクションプログラムというものを決定させていただきました。今年度から2020年度までの3年間を集中強化期間として、ここに書いてございます項目を集中的に実施していくということになってございます。この中で若年者に対する消費者教育ということで、左側の上から2つ目のポツでございますが、消費者教育教材の開発、手法の高度化として「社会への扉」を活用した授業を実施していくということになってございます。これがこの「社会への扉」でございます。「社会への扉」をめくっていただきまして、6ページでございます。高校生のときにもいろいろな契約について学んでいただく必要があるであろうということで、特に本日の会議に関係性のあることとしてクーリング・オフの落とし穴ということにはなっておりますが、ネットショッピングについて特に注意しないとイケないようなことを高校生からしっかり勉強していただくというようなことで、こういった教育を学校現場で直接実施していただくとい

うことで進めてございます。

また、資料の6ページでございますが、先ほども申し上げました消費者教育推進会議のもとに置かれております分科会におきまして、学校現場でこういった実践的な消費者教育をやっていただくために何が必要かということをご議論いただきまして、やはり先生方のさらなる指導力の向上が喫緊の課題ということになってございます。そういった観点から、先生方への研修ですとか、あと先生になるための教育課程の中で、教員養成の中で消費者教育をしっかりと学んでいただくということが重要であろうということで、若年者に対する消費者教育として、消費者庁の目玉として「社会への扉」の全国展開という形で、全都道府県の全高等学校の生徒さんたちに勉強していただきたいということで、今取り組んでいるところでございます。

7ページでございますが、あわせて法律にもございます消費者市民社会の形成の1つとしてエシカル消費ということで、人や社会、環境に配慮した消費者行動である倫理的消費、エシカル消費の概念を我々のほうで普及・啓発活動をしているということでございます。

最後のページでございますが、こういった教育をしてもやはり被害に遭うということがございますので、被害に遭った際の相談先としまして「188」ということで、3桁の番号をもちまして相談窓口を設けてございます。

このあたりで終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

**【新美主査】** 山田様、ご説明、どうもありがとうございます。

それでは、続きまして、小規模法人の電気通信サービスに係る契約トラブル等を背景とした苦情相談の問題につきまして、事務局から資料の説明をお願いしたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

**【梅村消費者行政第一課長】** それでは、資料3の電気通信サービスの利用に係る法人からの苦情相談の現状につきましてご説明させていただきます。

1ページおめくりいただきまして相談件数の推移でございます。総務省の電気通信消費者相談センターというものを私の課の横に設けてございますけれども、こちらは電気通信事業法の消費者保護ルールを踏まえまして、主に消費者を対象とした苦情相談を取り扱ってございますが、法人からの苦情も、以下にありますように多く寄せられてきているところでございます。具体的には法人からの苦情相談件数を2018年度で見ますと4月から11月で241件、これは全件数が5,659件ですので4.3%が法人からの苦情となっております。これは相談を受けている方からの認識ですと、相談者の多くは個人事業者、

あるいは小規模事業者でございまして、おそらく交渉力、情報量の面で中規模以上の事業者との差があることがその要因と考えられるところでございます。

2ページ目に参ります。こちらが法人からの苦情相談の内容の内訳でございまして、今、1ページで紹介しました241件の苦情相談を私どもで分類いたしました。対象サービスで見るとどういった苦情があるかというのを見たのが左下の図でございまして、F T T Hサービス（光コラボサービスを含む）の苦情が最も多くなっているということでございます。また苦情の要因で分析しますと、説明内容等の問題があったと。これは例えば安くなると言われ契約したけれども請求が高額だったとか、期間拘束の説明がなかったといったものでございます。また不実告知等ということで、大手事業者をかたった勧誘ですとか、光回線が利用できなくなるとかたった上での勧誘、こういったものも多かったということでございます。

次のページをごらんいただきますと、その具体的な苦情も幾つか紹介させていただいております。左側にありますのがF T T Hサービスということでございまして、例えば一番上にありますように契約内容が、自分で契約しているわけですがわからないと、助けてほしいと、これは消費生活センターに出向きましたけれども法人契約扱いで対応できないと言われたと。料金が安くなると聞いたのだけれども、結局高くなってしまったというような話。あるいは2つ目にありますのは、大手通信会社を名乗る者から料金が安くなる電話勧誘を受けて契約をしましたが、実際には高くなったというような問題。3つ目にありますのは、こちらも大手通信会社からの電話だと思い手続したが別会社との契約であったということで、もとの事業者に解約して戻りたいというような話と。あるいは光回線の電話勧誘が非常に多く、頻繁にあつて迷惑しているというような話でございまして。

右側の携帯電話等というところでございまして、こちらは契約の際の事前説明、書面交付がなく、料金を二重に引き落とされていたというような問題ですとか、安くなると言われて契約したけれども請求が高額になった、解約の話を出すと高額な違約金を請求された、この場合は60万円ということをやられたということでございまして、そういったものがございまして。

また無線LAN等と書いてありますが、新規に契約したが不要な契約であり、解約したいと、これも高額な違約金がかかるというような苦情でございまして。

こういった中身を見ますと、個人の消費者から寄せられる苦情と非常に種類が同じといえますか、同種の苦情相談が寄せられていると言えるかと考えているところでございます。

4ページでございますが、こちらは国民生活センターさんにデータ提供のご協力をいただきまして、P I O-N E T、これについての注は下に書いてございますが、国民生活センター様と全国の消費生活センターをオンラインで結んで相談情報を蓄積しているデータベースでございますが、こちらに載っているものを分析してみたものでございます。こちらのP I O-N E Tになりますと、このグラフの中にありますように店舗購入、訪問販売、通信販売、電話勧誘、その他ということで、販売・購入形態別でもデータを分けられるようになっていくということで、こういった分析が可能でございます。

これを見ますと、やはりインターネット接続回線、特にF T T Hサービスを含むと書いてございますが、この緑の部分が非常に高くなってございます。1, 4 3 5件ということで、こちらはF T T H、光コラボを含めたこの部分の電話勧誘というところの苦情が法人においても多いということでございます。

その次は携帯電話、店舗の購入に係る苦情ということでございました。

続いて5ページに参りまして、法人契約に係る現行制度上の取扱いをご説明したいと思います。法人契約につきましては、事業者などに対しまして提供条件の説明義務、書面交付義務、あと勧誘継続行為の禁止、こういったところの規律は課されていないということと、あと初期契約解除制度も対象外になっているということでございます。

法人などが通常、事業・職務の用に供するために電気通信役務契約を締結する場合は、法人契約として扱われるということでございまして、下の青い部分でございまして、こちらは消費者に対する規律と、法人に係る規律というのがこのような差があるということでございます。

6ページはそれの法令の根拠を書いたものでございますので、説明は割愛させていただきます。

7ページでございますが、今申し上げた消費者保護ルール、法人、個人という部分の適用もありますが、電気通信サービスによって適用になる・ならないもございまして、この絵に描いてございますのは、上のほうに書いています説明義務、書面交付義務等の対象になっている電気通信サービス、以下の固定通信サービス、移動通信サービス、これ全体が説明義務、書面交付義務の対象ということでございます。消費者向けのサービスということで、固定通信ですと具体的にはF T T H、C A T Vインターネット、分離型のI S Pサービスですとか、下に参りますと電話及びI S D N、I P電話、D S Lといったものが入っております。移動通信の右側を見ていただきますとM N O、M V N Oの関係ですとか、

PHS、プリペイド、公衆無線LANといったものが入っています。この表の見方なのですが、左側にあります初期契約解除制度の対象有無というところで違いをわかるようにするために複雑な絵になっているのですが、左側にありますように初期契約解除の対象となるのは利用者の利益を保護するために特に必要があるものとして指定されたものということですので、そういったものがこの上半分のものとなっているということですのでございます。

8ページに参ります。電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドラインというものを私どもで設けてございますが、そこでの法人契約の取扱いについての記述でございます。下線部のところを読み上げますと、「法人等が通常、事業・職務の用に供するために電気通信役務契約を締結する場合は法人契約として説明義務等の適用除外となる。他方、法人等の名義の契約であっても、実際には個人の家庭用として電気通信役務が用いられている場合は、法人契約とはならない」ということでございます。

また、個人名義の契約は基本的には法人契約に該当しないと。「すなわち、例えば、小規模な個人事業主は交渉力及び情報量において電気通信事業者等と格差があると考えられるため、原則として、一般の消費者と同様に取り扱うこととしている」といったところが解説されているものでございます。

次のページをおめくりいただきまして、参考としてつけさせていただきました。こちらはひまわりほっとダイヤルというものでございます。中小企業向けの相談窓口ということで、日本弁護士連合会及び弁護士会では、経営に係る法的問題を解決したい中小企業に対して、各地域の弁護士を紹介する相談窓口として設けているものでございます。相談者の個別の事情に応じて、担当の弁護士が柔軟に対応するものでございます。消費生活センターなどで相談を受けた場合、法人でありますと、やはりこういったところをご案内することもあるということでございます。こちらについては30分間は無料で、その後有料になるということもございますが、こういったものも設けられていることをご紹介させていただきたいと思っております。

以上でございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、この後、意見交換に移りたいと存じます。今回の会合におきましては、近藤構成員が取り組んでいらっしゃるスマホサロンについて、そのほか消費者庁の消費者教育の推進に向けた取り組み、あるいは事務局からは小規模法人からの苦情相談の現状など、

消費者保護ルールの在り方を検討するに当たりまして、貴重な問題提起ないしは貴重な示唆を幾つかいただいたものと思います。これらにつきましてご質問やご意見、そのほか何かございましたら積極的にご発言いただきたいと思います。どうぞよろしくお願ひいたします。では、長田さん、よろしくお願ひします。

【長田構成員】 今回の最後の法人からの苦情相談の現状で4ページのP I O-N E Tの数字なんですけれども、2018年4月から11月でこれだけ法人系の方からの相談があると、非常に大きい数字だなと思いましたが、国民生活センターさんからも、少し補足して何かご説明いただければいいのではないかなと思ったのですが、いかがでしょうか。

【新美主査】 何か補足情報がありましたらお願ひします。

【国民生活センター（福井）】 国民生活センターです。

スライドの4についてですけれども、それぞれ4月から11月分のP I O-N E Tのデータを入れておりますが、大体それぞれのサービス、ざくっとですけれどもこうした法人系の相談というのはそれぞれ、例えばインターネット接続回線ですと全体の1割ぐらいがこういう法人系からの相談だということはデータ上から見えました。また、先ほど総務省様のほうからご説明がありましたけれども、内容としてはやはり消費者で見られるトラブルと同様のケースが見られるなど感じているところです。

【新美主査】 ありがとうございます。

そのほかご質問、どうぞ、石田さん、お願ひします。

【石田構成員】 全国消費生活相談員協会の石田です。

相談の現場では小規模企業さんからのご相談も結構入っていますが法人ということで、一番最後にありました弁護士会のほっとダイヤルを紹介するというようなことが多いかなとは思いますが、中には高齢の方で、なおかつ必要のない大容量のW i - F i みたいなものを勧められたなんてときには、消費生活センターとしてはちょっと枠を超えているかもしれないけれども相談に入っているセンターさんもあるかと聞いております。やはり書面交付とか説明義務というのはどんな場合でも必要じゃないかと思っているところです。

それと、すこし違うお話にはなるのですが、**「社会への扉」**はとてもいい資料で、成人年齢引き下げになりますので、ぜひとも進めていただきたいと思います。ただ実際に相談というのは日々変わってきてまして、この中にクレジットが入っていますけれども、既に電子マネーでとか、仮想通貨でといったようなトラブルも、入ってきていますので、消費生活センターの相談を教育の現場で生かす方をぜひ入れていただきたいと思います。

います。

【新美主査】 ありがとうございます。

【石田構成員】 もう一ついいですか。

【新美主査】 どうぞ。

【石田構成員】 近藤さんのお話はほんとうに身近なお話で、こういう何でも聞けるような体制というのがとれることが一番いいのかなと思いますので、ぜひ通信事業者さんは今いろいろ取り組んでくださっているというところがありますので、引き続き対応をお願いしたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかに。どうぞ、木村さん、お願いします。

【木村構成員】 主婦連合会の木村と申します。よろしく願いいたします。

2点あるのですけれども、1点目は先ほど近藤構成員のお話で、そこでは高齢者のお話だったのですが、その中で気になった点が、高齢者ではないのですけれども、30代から40代の方に手伝っていただいたときにネットリテラシーが低かったというお話がございました。これは私がこの情報関係にかかわってからずっと気になっているところでございまして、こういうリテラシー対策をされる前に携帯を使っていたこの世代を、いわゆるリスク世代と呼んでいるのですけれども、十分なリテラシー教育を受けないまま大人になってしまっ、そのまま使っているため、リテラシーの個人差が大変大きい世代だと思っております。今その世代が親になっていて、子供にスマホを利用させているというところがありまして、育児にスマホを利用することはいい面も大変あるのですけれども、親にリテラシーがないというところがかなり問題になっていますので、若年層というよりも、この世代の子どもたちにあたる、小さい子供のスマホの利用が今問題になっているところを1点指摘したいと思います。

高齢者も含めあらゆる世代が情報端末を使っているということで、今の子どもたちは本当に赤ちゃんのときからネイティブで通信を利用しておりますので、消費者教育は、こういったこともきちんとやっていかなければいけないのではないかと考えています。こういう30代、40代といったいわゆるリスク世代の人たちにどうやって情報を届けてフォローしていくかということが大変課題だと思っております。以前携帯の時代に、親にあまりネットの知識がなくて、子供が主導権を持って、例えばフィルタリングを勝手に解除して



しまうなどいろいろなことがあって、これと同じようなことがおそらく今リスク世代の方であまりリテラシーが高くない、子供のほうがネイティブでどんどんリテラシーとかいろいろ知識を持ってしまうと、起こってしまうのではないかと懸念しております。ということをお考えますと、やはりあらゆる世代に対してその特性に応じて対策していくということは大変重要だと思います。これが1点目です。

2点目ですけれども、消費者庁の方から消費者教育についていろいろご説明がありましたが、「社会への扉」、これは高校生ということで、大変努力してつくっておられということがわかりましたが、義務教育である中学校に対してはどのような対策を消費者庁としてはされているのかというのを伺いたと思います。と申しますのは、皆が必ず高校に行くとは限りません。高校に行っても中退する方もいらっしゃいます。そういった若者に対してどういうフォローがあるのかというのが気になるところです。ということで、もし消費者庁のほうでお答えいただけるようでしたらお願いします。

**【新美主査】** それでは、お尋ねですので、消費者庁からお答えいただければと思います。

**【消費者庁（山田）】** ご質問ありがとうございます。現在、消費者庁では、先ほども何度も申し上げましたが消費者教育推進会議の下に若年者の消費者教育分科会というものを置きまして、その中で小・中学校向けの消費者教育教材の在り方について、今まさに議論させていただいております。その中で1つ、以前に消費者庁のほうで発行いたしました中学生向けの教材、「消費者センスを身につけよう」というものがございます。こちらにつきまして、少し内容が古くなっておりますので改定して提供する方向で、今進めさせていただいているというところが1つでございます。

また、その後もこの委員会等でご議論させていただいて、あと、例えば消費者教育ポータルサイトなどのほうに地方公共団体様がつくられている教材等々の情報提供させていただいたり、引き続きあらゆる世代に向けた消費者教育の機会を提供させていただければと考えてございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

では、平野さん、どうぞ。

**【平野主査代理】** 今の質問の続きでございます。大学でもという話がありまして、よくうちのゼミ生がいろいろトラブると、私が詳しいと誤解されて相談されるのですが（笑）、この白い冊子の20ページにその辺のことが書かれているようでして、第2パラグ

ラフから第3、第4パラグラフ、特に第4パラグラフのガイダンスとか学生相談室とか、この辺が一番主となると思いますけども、第2パラグラフでは科目の話もちょっと出ていまして、その辺で例えばそういう科目を設定するのが望ましいとか、何かそういう動きがあるのかも含めまして、大学に対しての消費者教育についてのお考えとか取り組みをご教示賜ればお願いしたいと思います。

【新美主査】 よろしく申し上げます。

【消費者庁（山田）】 ご質問ありがとうございます。先ほどの資料2でございますが、その中の4ページでございます。こちらのほうでございますが、右側のところに大学等における消費者教育の推進ということで、具体的に大学等に対してどのようなことを今後やっていかないといけないかということをお消費者庁と文部科学省、この2省庁が中心になって進めていく必要があるということで決定させていただいております。1つとしては、大学等と消費生活センターとの連携支援、あとは出前講座の実施など、このあたりを積極的に支援させていただいて、できるような形にしていければと考えてございます。

あともう一つは大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及ということで、こちらにつきましても大学のさまざまな講義の中で消費者教育に触れる機会を充実していただくとか、または先ほど基本方針の20ページにもございましたとおり、ガイダンスであるとか学生相談室等々のところに消費生活センターの相談員の方々と連携できるような仕組みをつくっていければということで、文部科学省さんと連携して施策を進められればと考えてございます。

以上でございます。

【平野主査代理】 ありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご質問、ご意見がございましたら。では、長田さん、お願いします。

【長田構成員】 今のところの大学と消費生活センターとの連携支援というところ、具体的にどういうことをなさろうとしているのか教えていただきたいです。

【新美主査】 お願いします。

【消費者庁（山田）】 ご質問ありがとうございます。具体的にといいますと、まず消費生活センターについて、大学の学生支援部局等にこういったセンターがあって相談に乗ってくれるということを認識していただくための活動をさせていただいております。これは文部科学省さんが中心になって、各大学等の学生支援の担当者または幹部の集まる機会を

通じて、消費生活センターの内容がわかるペーパーを提供させていただいてございます。  
また、消費生活センターのほうにも消費者庁から事ある機会ごとに大学等と連携いただき  
たいということで、そのために先ほどアクションプログラムにもございますように消費者  
教育コーディネーターを育成、配置する必要があるということで、こちらのほうは目標を  
決めておりまして、3年後には全都道府県には最低でも1名の設置を目指しているとい  
うことで、その支援を進めているところでございます。

【新美主査】 よろしいですか。

【長田構成員】 すみません、せっかくなので、このアクションプログラムは3年間で  
すよね。半年以上たった現状でどの程度かを教えていただきたいのですが。まずコーデ  
ィネーターの育成はどのぐらい配置されているのかということと、それから大学、文部科  
学省を通して消費生活センターのご紹介をされていった結果、何かこういうことが実現さ  
れているところを教えていただきたい。

【新美主査】 お願いします。

【消費者庁(山田)】 ありがとうございます。まず、1点目のコーディネーターのほう  
でございますが、こちらはやはり人を配置しないといけないということもございますので、  
なかなか言ってすぐに配置できるという状況ではございません。ただ、昨年度の4月1日  
の段階では、都道府県でいいますと16都道府県に配置されていたものが、今年度の4月  
1日の段階では19の都道府県に配置されているということで、少しずつではございます  
が増えてございます。

あと、大学について実際にどのような形で成果が出ているかというようなことござい  
ますが、こちらのほうは、まだ現状で文部科学省さんとも連携してやっている最中でござ  
いますので、特段これといった成果というものは出てございません。ただ、大学のほうか  
ら私どものほうに「社会への扉」を活用したいというような電話が結構入っておりまして、  
高校も含めてですが、今年度でいいますと既に60万部ぐらいの「社会への扉」を、私ど  
もからそれぞれのところにお送りさせていただいたというようなことになってございます。

【新美主査】 ありがとうございます。よろしいでしょうか。

ほかにご質問、ご意見がございましたら。それでは、石田さん、お願いします。

【石田構成員】 先ほどから情報リテラシーについて、高齢者についても情報リテラシ  
ーの教育をといったお話があったかと思うのですがけれども、現在、スマホになってからフ  
ィルタリングの利用率というのが下がってきているということが非常に問題になっており

ます。保護者世代がそれを実感としてわかっていらっしやらないと、先ほど木村構成員からもお話があったような実態があると思いますので、ぜひその年代にもというところなのですが、実際にそういう年代に向けて啓発講座を行いましても、お勤めをしているのでなかなか啓発講座には来ていただけないという実態があります。ですので、携帯電話販売事業者の皆様、フィルタリングの重要性を保護者の方には説明していただきたいと。今回の法律改正の中にも実際に使うのは誰かということを知って説明するという事になっておりますので、ぜひそれをお願いしたいと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

これは、どうぞ、近藤さん。

【近藤構成員】 皆さんの中でiPhoneを使っている方は何人ぐらいいらっしゃいますか、私はiPhoneと。半分以上ですね。皆さんの中で、Safariでフィルタリングでセキュリティレベルを自分で上げられる人っていますか。できる、さすが消費者。黒坂先生、できますか。

【黒坂構成員】 できます。

【近藤構成員】 できる、そうですね。さすがですね、ここは皆さんできるのですが、ほとんどの方がおできにならないというか、「それは何ですか？」というレベルなのですね。ですから、セキュリティの意識を高めましょうって言うのはほんとうに言えるのですけれども、じゃあ、どうやってと、誰がどういうふうになったときに、結局キャリアショップの店頭の人への負荷がたかさんかかっていくとか、保護者の人たちやPTAの人たちにそういったセミナーをやってもわかる人が来ていて、わからない人があまり来ないというこの残念な実態がよくあるわけなので、キャンペーンの仕方を何か変えたらいいんじゃないかなとずっと思っているのです。

それで、高齢者に情報を伝えるチャンネルというのは、地デジのときにもありましたけれども、日本にはほんとうにたくさん的高齢者大学がありますし、生涯学習講座がありますし、そういった予算が自治体で組まれています。ですから、ここは総務省ではありますが、もう少しそういった異なるパイプというか、そういった持っている方々に対してそういった機会をやりましょうということをごちらの消費者行政課の方でも少し検討していただくとか、それは消費者行政課ではないんだと言われるのであれば、もうちょっと偉い方がそのあたりを調整していただくとかして、地デジのときのあのキャンペーンを思い出していただいて、高齢者は今ほんとうに困っていますので、何かそういう新しいアプ

ローチというのも工夫していただけたらいいかなと思います。私たちは今年から偶然地域ケアプラザにボランティア団体登録に行ったら、一緒にやりましょうと向こうの方から言っていて、大変ありがたいなと思っていて、そういった方もたくさん今ふえてきていると思うのです、困っていらっしゃる方が多いので。ですので、ぜひ、ぜひ、そういった仕組みがうまくできたらいいなと思っています。

長くなってすみません、以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

どうぞ、黒坂さん、お願いします。

【黒坂構成員】 黒坂でございます。

今のお話の流れを受けて、私もフィルタリングについて、もう少しこのワーキング等で深掘りして検討を進めていく必要があるのではないかと考えておりますので、そうした意見を申し上げたいと思います。

今、近藤構成員からもお話があったとおりではありますけれど、この後、先般の緊急提言案を踏まえてさまざま携帯業界が変わっていく、特に端末の流通について構造が少し変わっていく、中古端末の台頭等も予想される状況であります。おそらくこれまでのような新規あるいは買いかえでキャリアショップでフィルタリングを設定すると、フィルターを設定するというようなことだけではなくて、さまざまな端末の入手手段、特にスマホですけどスマホの入手手段というのが発生してくるといいうときに、全くある意味丸裸の状態、誰にもアドバイスを受けずに端末を手に入れてしまうというようなことが出てくることは十分予想されると思います。加えて、スマホ時代になってから基本的にはOSベンダーが、先ほどからのiPhoneであればiOS、すなわちSafari、AndroidであればChromeというようにOSベンダーとウェブブラウザの一体化というのが進んでおりますので、こういった方々がどのような取り組みをされるのかということについても、おそらく議論がさらに必要であろうと思っております。

現在の青少年フィルタリング整備法で、例えばOSベンダーは努力義務が課されている状況であると思いますが、こういったアプローチをさらに実効性を高めていくために何ができるのか、どのような議論であるとか、あるいは働きかけができるのかということについて、一定の時間をもって検討を進めていただくということが有意義なのではないかと思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

じゃあ、どうぞ。

【木村構成員】 すみません、私もフィルタリングに関しては、きちんとここで議論していただきたいと思っております。以前、青少年の対策の会議のときでも申したのですが、情報を利用者にどう届けるかと、今近藤構成員からもいろいろ出ましたけれども、利用者にとって一番身近なもので、例えばテレビで、コマーシャルで、事業者さんのコマーシャルでもいいですし、政府公報でも何でもいいのですけれども、あと番組の中で取り上げていただくのもいいのですが、皆さんにきちんと情報が届く状態で情報をもらわないと、私たちはいつまでたっても通信のサービスが難しくてわからなくて、わからないまま使っていて何かトラブルに遭って、それは自己責任だよと言われても、それはやはり困るので、そのあたりはきちんとしていただきたいなと思います。

そしてフィルタリングについてですが、青少年だけではなくて、あらゆる世代に、例えば高齢者に対しても大変有効だと思います。私だって不適切なCMとか広告とかサイトは見たくありませんし、そういったニーズに応えるようなものであっていただきたいと思えますので、きちんと議論をしていただきたいと思えます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご意見。どうぞ、横田さん、お願いします。

【横田構成員】 お話を伺っていて、ちょっと抽象的になりますけれども、今回の消費者教育の実態を見ますと、更新というのが1つのキーワードになっていそうな気がします。というのは、一番問題になりそうなのはWi-Fiが使える環境へのアクセスが意外と難しいというのが今回一番驚きでありまして、ご主人との関係で言い出せないというのは、なかなかリアリティがあって難しいという。じゃあ、キャリアショップで更新できるかというと、そもそも更新にはインセンティブが働かないので、なかなかそれをうまくつなげることができないと。じゃあ、無料Wi-Fiを使えばよいのかというと、無料Wi-Fiはかえってセキュリティが危ないんじゃないかみたいな議論があるわけです。そうすると、安全にスマホ自体も、またフィルタリングというのも今は重要性が増しているのだとか、あるいは子供だと思われているかもしれないけれども、むしろエロいものを排除したいというニーズにも使えるんだとか、いろいろな使い方自体の更新をしなきゃいけないときに、どのようなチャンネルにアクセスすれば安全に更新できるのかという視点で対策を考えてみ

るというのも1つの手かなと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにご意見、ご質問はございませんでしょうか。どうぞ、長田さん。

【長田構成員】 ちょっと別の論点で、法人のところなのですがけれども、もともと電気通信事業法の消費者保護の話に参加し出した最初は、この総務省では利用者という言葉しなくて、いや、そこは利用者の中でも法人と消費者がいますよね、みたいな話をずっとしていたのですが、そもそも利用者保護だったわけで、だとしたら、やっぱり必要な保護は法人であっても必要じゃないかと思いました。法人と法人の契約なんだからということだと思いますけれども、うちの事務所は任意団体です。一応建物のほうは一般財団法人ですが、いずれにしろ両方の事務局を兼ねた6人の職員がいるところに、しょっちゅうほんとうに勧誘の電話はいっぱいかかってきます。たまたま私がこういうことに参加しているので、うちの事務所の局員も時間があればいろいろ質問し倒したりすることをしたりとか、ちょっと嫌がらせっぽくなっちゃったりすることがありますが、もしそうでなければ、ほんとうにだまされちゃう電話がいっぱいあります。あたかも今の契約をしているところからの電話のごとくに、あたかもとても親切に、あなたはまだ手続きしていないのだから、教えてあげます的な感じで電話がいっぱいかかってきています。そういうのに小さい法人契約をするといっても、そういう意味では先ほどから何度も出ているリテラシーというのでしょうか、そういう知識のない方々がどれだけ困惑しているか、そして信用して話を聞いて契約してしまったら全然期待と違うという、非常に最悪の事態はいっぱいあると思うので、ここはぜひ何とか皆さんの知恵で何かそういう方々が救えるような、そして国民生活センターの、各消費者センターでも法人契約はちょっと対象になりませんとお断りしてほかを紹介しているようなケースの中でも、1割もそういう相談が来ているというのはすごく重く受けとめるべきだと思うので、ぜひご検討していただきたいと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかにも。北さん、お願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。

いろいろなデータがあるのですが、おそらく日本のスマートフォン普及率は、世界でそんなに高くない、むしろスマホ後進国だと思います。ただ、3Gを停波するというアナウンスもされていまして、これから、今ガラケーを使っている方々が、スマートフォンに巻き取られる、マイグレーションしていきます。すると、今以上にたくさんのトラブルが起

こってくると思います。

海外、例えば英独仏、あるいは北欧などのスマートフォンが普及している国において、ジュニアやシニアのみならず、国民全般に対してデジタル教育とか、デジタルリテラシーというものを高めるような、参考になるような取り組みが、国レベル、地方自治体レベル、あるいは北欧などでは日本でいうところの町内会的な地域コミュニティが非常に発達しておりますが、そういったところで、例えばスマートフォンの使い方とか、インターネットの使い方とか、そういったデジタル教育が行われているような事例があれば、ぜひ参考にすべきではないかと思います。これは事務局への宿題ということで。もちろん私も調べますので、一緒に調べましょう。

以上です。

**【新美主査】**      じゃあ、どうぞ、近藤さん。

**【近藤構成員】**      先月、アメリカでマスターカードという会社のイノベーションフォーラムというのに呼ばれて若宮さんが講演してきたときに、エストニアの前の大統領という方が来ていて、エストニアの電子政府はどうやって普及したんですかって、若宮さんは会いに行って聞いたら、何と答えは銀行だそうです、銀行。だから役所もさりながら、そういうデジタル社会が進むと一番メリットがあるのは金融機関であると。だからいわゆる銀行ですとか、日本ですと郵便局も入りますよね、そういったところがデジタル教育に大変熱心に協力してくれたのだということをおっしゃっていらっしゃいましたので、これは総務省もありかなと思った次第で、私たちがずっと郵便局でパソコンボランティア教室をやったのは正しかったなと今思っているところですが、ぜひ総務省でも検討していただけたらありがたいと思います。

以上です。

**【新美主査】**      ありがとうございます。

ほかにご質問、ご意見はございませんでしょうか。

**【梅村消費者行政第一課長】**      すみません、1点だけご紹介させていただいてよろしいですか。

**【新美主査】**      どうぞ、よろしくお願ひします。

**【梅村消費者行政第一課長】**      先ほどICTの安全・安心な活用とか、あるいはリテラシー、特に保護者の世代のリテラシーがという問題もいただきました。それで私どもが行っている取り組みをちょっと紹介させていただきますと、e-ネットキャラバンという取り



組みを行っております。こちらは一般財団法人のマルチメディア振興センターが実施主体となりまして、総務省、文部科学省と連携して、また通信事業者あるいは全携協さんなんか非常に講師をたくさん派遣していただいて、小・中・高校生やその保護者、あるいは教職員を対象として出前講座を行うという取り組みをかなりの数やっています。2017年度は2,309件で39万人が受講と、2018年度は10月まででももう37万人受講というようなレベルでやっている取り組みもしております。この中で、やはりフィルタリングも問題意識が上がっていきまして、e-ネットキャラバンPlusというフィルタリングに特化した取り組み、講座というのも2016年度から行っているところでございます。またこういったものを整理して、情報提供させていただきたいと思っております。

**【新美主査】** ありがとうございます。

消費者のリテラシーを高めるということについては、まだまだいろいろなご意見がおりだろうと思いますが、時間の都合もありますので、この点についてはこれくらいにしておきたいと思いますが、私も今、司会者でありしゃべるべきではないと思っていましたけれども、私自身の経験からいって、リテラシーは高いと思っていても、実はその知識はもはや古いと、それをどうアップデートするのかということも非常に大きな問題だと思います。学生へいろいろな法律の講義をしていても、私は自分の研究対象である民法とかその周辺領域はアップデートしているつもりですけども、お隣の商法がどうなっていますかというのは、せいぜい学部時代の、もう何十年も前の知識からほとんど進んでいないという状況がないわけじゃないんです。これはどの専門家の皆さんもそうだと思います。それは一般社会に行っても、自分はリテラシーを持っていると思っている人ほど、実は落とし穴があるなという気が、感じがしておりますので、消費者教育をやるというときには、そういった知識のアップデートをどうしてもらおうかということも視野に入れて議論を進めていただければと思います。これは感想というか、そういう自分自身の体験を踏まえての話でございます。

なお、次に、実は今回は事務局から本ワーキンググループのこれまでの主な議論を整理した資料を参考資料として準備させていただいておりますが、こちらにつきまして事務局から簡単に紹介していただいた上で、皆様からのコメントがありましたらそれをお伺いしたいと存じます。それでは、事務局からよろしく申し上げます。

**【梅村消費者行政第一課長】** それでは、参考資料1、消費者保護ルールの検証に関するWGこれまでの主な議論でございます。こちらはこれまで4回のワーキングを開催させ

ていただきまして、構成員の方からのコメント、そしてプレゼンターとしての事業者さん、事業者団体さん、消費者団体さんからのご発言、こちらを論点項目ごとに整理したというものでございます。この資料全体の構成は、1ページおめくりいただきますと主要論点についてということで、1回目の会合で挙げられました論点に沿ってこういう発言がありましたというのをまとめてございます。また、大きな構成としては主要論点についてのほか、後ろから4ページ目を見ていただきますとモバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言（案）についてということで、この緊急提言案を前回ご了承いただいたときの皆様の意見というのは33ページ以降につけているという状況でございます。

簡単に構成、どんな中身になっているかだけをご紹介しますと、頭の主要論点のほうは基本的視点の関係でいいますと3ページでございます、こちらは例えば構成員の方から、上の四角の1つ目でございますが、消費者が自分の契約内容を理解し、ニーズに合った契約をできるようにするための検討を進めるべきとか、競争手段は原則自由であることが望ましいが、サービスが高度化・複雑化、また高齢化している社会においては、知った上で選択するというインフォームドチョイスというのを確保するのが大事だというお話ですとか、その次には消費者と事業者との間の交渉力の非対称性といったものも踏まえた議論が必要といったご意見もいただいております。

また、4ページからは消費者保護ルールの施行状況及び効果の検証関係でのご意見ということで、例えば1番目を紹介しますと、電気通信サービスの相談自体は減少傾向ですが、光卸の代理店による電話勧誘の相談というのは法施行後もあまり減っていない印象といったこと。また、初期契約解除等によりまして一定の法律の効果は出ているというようなご意見もございます。

その次のページで個別の論点の関係でいいますと、携帯電話の契約時の説明ですとか、手続時間の長さの関係でいいますと8ページに料金プランの複雑さ、わかりにくさといったところのご意見をまとめています。この辺は緊急提言のほうでも一定扱っているテーマでございます、緊急提言については今パブコメの結果を整理して、また今後ご検討いただければと思いますので、よろしく申し上げます。こちらは8ページ、9ページとそういったものが掲載されています。

10ページには契約時の説明の在り方、手続時間の長さといったご意見でございます。事業者さんからは待ち時間、手続時間を半分にすることを目標に、来店予約の拡大、説明動画を見ていただくとか、専門スタッフを初期設定の関係で配置する、あるいはスマホ教

室の拡大といったものをおっしゃっている事業者さんもいらっしゃいましたし、その次のページを見ていただきますと、構成員のご指摘としましては、2つ目の四角でございますが料金プランが複雑でわかりにくくなっているのが長時間化を生んでいるということですか、あるいは手続時間短縮のために説明義務の履行の仕方の合理化を検討してよいのではないかとか、あるいは一番下にありますように、時間の短縮についてよい取り組みがあれば他のキャリアにも展開していただきたい、こういったご意見もございました。

高齢者のトラブル対応ということでいいますと、13ページあたりで真ん中の事業者団体というところの1つ目を見ていただくと、65歳以上の高齢者に対しての最終確認を行うことですか、18年8月以降、80歳以上の高齢者に対しても家族同伴あるいは電話確認を推奨する啓発活動を実施されているとか、そういった話もありました。

14ページになりまして構成員の指摘のところで見ますと、やはり高齢者から望まない契約になっていると申告があった場合は、端末も含めて無料キャンセルを受けつけているという説明がある事業者であったということで、それを続けてほしいとか、あるいは高齢者でスマホを使いたい人のためにお試し講習会といった機会をふやしてほしいというご意見もございました。

15ページからは利用中・解約時の情報提供・説明の在り方ということでございまして、こちらについては一番下、構成員のご指摘のところではありますが、料金プランのアンマッチを定期的に見直そうという動き、運動ができないかといったもの。あるいはその使い方、料金プランの変更が相談できる体制づくりをすべきといったご意見もございました。

17ページからは不適切な営業を行う代理店等への対策ということで、ここも緊急提言案等で一定程度盛り込まれておりますので、そういった議論の中でまた検討いただければと思います。

少し飛ばしていただいて21ページ、広告表示の在り方関係でございます。22ページに参りますが、こちらは発表者が22ページでございますが、23ページに構成員のご指摘が書かれてございまして、ここはやはり利用者に伝わる広告表示として誤認を与える表示をやめるべきですとか、あるいは、この広告は自社の信頼を損なうことがないだろうかという基準で自主的にしっかりとチェックする必要がある。あるいは広告表示の改善は自主的取り組みの中で実行していただくのがよいと、こういったような意見を多くご発表いただいたところでございます。

また一定規模以下の法人の関係、こちらは本日もご議論いただきましたので、ここにま

た追加していきたいと思います。

その他でいいますと青少年への対応、本日もご意見をいただきましたフィルタリングの話とか、青少年の消費者教育の話といったものが指摘されたところでございます。

30ページあたりでは2030年を見据えた消費者保護の在り方ということで、この31ページに構成員のご意見としまして、5Gの時代にはスマートデバイスなどモバイルの世界にはないものが取り込まれていくことを消費者保護の観点でどう考えるかは重要な論点だという一方で、ユーザーのニーズが見えない段階であまり拙速に規制を考えないほうがよい側面もあるということで、バランスを持った議論が必要というご意見ですとか、あとは、今後サービスプロバイダーが通信を使ってさまざまな付加価値を提供する間接モデルも想定されるので、そういったものをどう整理していくのかという論点はあるのではないかとといったご意見もございました。

そのあとの緊急提言案のコメント、こちらは緊急提言案を了承いただいた際のご意見ということで、モバイルの検討会の委員の方のご意見も入ってございますが、ここに整理させていただきました。

以上でございます。

**【新美主査】**      ありがとうございます。

それでは、これまでここで行われてきた議論についての主要論点をご紹介いただきましたが、これについてコメントいただければ、よろしく申し上げます。いかがでしょうか、特にございませんか。

私のほうは、今伺ってきて、これからはIoT等々でいろいろな商材がつながって発売されてくるということなのですが、今の状況を見てみますと全部それが通信事業者による説明のところに集まってきちゃうのですが、個々の商材でも逆にIoTでこうなっていますよというような説明をしてもらおうというような仕組みをつけないと、もうこれ、通信事業者はパンクしちゃうという懸念が非常にするのです。ですから、それぞれの商材、例えば自動車が自動運転するようになってきたら、車のメーカーないしは販売社で通信についても少しきちんと説明するとか、いろいろところで説明の仕方を、説明の情報は必要ですけども、どういう形で情報を伝達してもらおうかというのをそろそろ考えておかないと、今のところはみんな通信事業者のほうに固まってしまっているんで、ちょっとそこは心配だなという気はしますので、この論点のところでは方向としてそうなることもあり得るのかなと思っております。これはちょっとした私自身の懸念で済めばいいのです

けども。

【平野主査代理】 私も同感でございます。31ページ目の一番下のブレットポイントですが、モノとモノが結びつく、I o Tはそうなりますということで、「サイバーフィジカル」という言い方をしますけど、今までサイバースペースの問題がフィジカルという有体物とくっついていろいろな問題が、それは今の携帯とかスマホもそうであって、電気通信とスマホという有体物が今くっついていろいろな問題が起きているわけです。そうするとき、各ステークホルダーが責任をとるべきであると。これは、実は今内閣府で「人間中心のAI社会原則[検討]会議」というところで社会原則をみんなで議論しているのですが、このAIの問題についてもステークホルダーがそれぞれ責任を持つべきであるという方針が出つつありますし、このステークホルダーというのは今の新見座長のおっしゃったそれぞれが役割を説明し、義務なども分担していくと、これにつながっていくのかなと思います。ということで、今後はそういう役割分担なんかも、ですから、これは省庁をまたがった話になると思いますけど、そういったことも必要ではないかなと私も同意いたします。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

ほかにご意見がございましたらよろしくお願いします。じゃあ、北さんから、その後に黒坂さん、お願いします。

【北構成員】 広告表示の件で私がわあわあ言った結果なのかどうかは分かりませんが、皆さんご存じのようにa uショップ、ソフトバンクショップの店頭から、めっちゃめっちゃな表示のポスターが全て剥がされました。お店の中が外から見えるのでびっくりです。ふだんはショップの外側のガラスのところにビッチリと「一括0円」とかというポスターが張ってあるので、中が全然見えないのですが、クリアに中が見えるようになりまして、非常にすっきりしております。いつまでこれが続くのか、しっかり見ていきたいと思います。ドコモショップはまだだと思いますが、おそらく追随されるだろうと思います。

そうなってくると今度は量販店、それから併売店が相変わらずということになりますが、これは非常に大きな一歩だと思います。有利誤認を招きかねない代理店独自のポスターに誘引されてお店に入ってみたものの、そんな金額では契約できないということがたくさんあったわけですが、そういった広告は基本的に撤去されました。皆さん、年末年始にご実家に帰られるときは、ぜひ近所の携帯電話ショップを視察されて、もし変なポスターがあったらぜひ写真を撮って私にメールをしてください。またこの会合でご紹介したいと思い

ますので、よろしくお願いします。

【新美主査】      ありがとうございます。

それでは、黒坂さん、どうぞお願いします。

【黒坂構成員】      すみません、ちょっと話を戻してしまうのですが、先ほど新見先生、平野先生からご指摘がありました参考資料1の31ページ、2030年を見据えたIoTの話でございます。私も両先生のご指摘に賛同する立場からのコメントなのですが、先般、とある、とあるというのはもう言わなくていいですね、エリクソンさんの大規模障害がありまして、日本の話ではなく、英国のO2のほうの話なのですけれども、私、個人的にも興味がありまして少し追いかけて報道ですとかレポートですとかを読んでいたのですが、日本に比べて英国がIoTデバイスの普及が進んでいるのか、理由は定かではありませんが、例えばペースメーカーであるとか医療器具であるとかこういったものがとまってしまって、結果的にそれで亡くなった方とかはいらっしゃらないようではあるんですけど、かなり危うい状況というのが多々あったというような報道があちこち、BBCですとかいろいろなウェブサイト、ウェブメディア等で報道されているのを見ました。

先ほどの話を踏まえて、やはり通信デバイス、IoT時代にさまざまな機器がコネクテッドされていくときに、誰がその責任を持っていくのかということは十分検討されていくべきであろうと。加えて、先ほど申し上げたような事例、ケースが少しずつ出てきているということもありますので、ここについては、まだまだ数は足りないかもしれませんができるだけエビデンスベースで、どこでどんなインシデントがあつて、それはどのように責任分界が現在なされているのか、あるいは本来的に可能なのかというような検証をもとに議論を進めていくということが望ましいのではないかなど。これはつまり、ある程度は仕方ないかもしれませんが、仮定の議論ばかりしてしまうとどうしても責任分界の引き方を間違えてしまうであるとかというようなことがあつて、ユーザーも含めた全てのステークホルダーが幸せにならないというような可能性はあると思っておりますので、できるだけ迅速に対応すべきでありながらも、エビデンスをきちんと追いかけていくというようなアプローチで検討を進めていただけると大変ありがたいなと思っております。

【新美主査】      ありがとうございます。

まだまだご議論いただくことになろうかと思いますが、残念ながら時間も過ぎておりますので、今日はこれくらいにしたいと思っております。ただ、年度末に向けまして中間取りまとめの作業はそろそろ始めていくことになると思っておりますが、それに向けての検討をいましば

らく皆様方をお願いしたいと思っております。

それでは、事務局から連絡事項がございましたらよろしく申し上げます。

**【牧野消費者行政第一課課長補佐】** 本日は参考資料として当ワーキンググループとモバイル市場の競争環境に関する研究会の合同会合で行われた緊急提言（案）のパブコメ意見の提出状況を配付させていただいております。後ほどご参照いただければと思います。内容につきましては、後日改めて構成員の皆様にお諮りさせていただきたいと思っております。

また、次回会合の日程等につきましては、調整の上、別途事務局からご連絡させていただきますので、どうぞよろしくお願いいたします。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、今日も熱心なご議論をいただきまして大変ありがとうございます。これで第5回のワーキンググループを終了したいと思います。どうぞよいお年をお迎えください。失礼いたします。

速記担当：（株）大和速記情報センター

高山 暁