

「IP化等に対応した電気通信分野の競争評価手法に関する研究会」(第5回)への報告

2002年11月6日

磯辺浩一(全国消費者団体連絡会)

1. 約款の作成・公表義務を不要とする規制緩和について

(1) 懸念される事態

消費者と事業者の情報格差が大きい電気通信分野において、消費者が契約時に必要な情報の提供が現状より弱まるのではないか。(例えば、実際の契約価格が容易に事前に収集できず、比較が困難になる。など)

市場での競争が激しくなった際には、過剰な営業行為が起これ、社会問題化したというのが、この間の経緯である。(例：携帯電話の解約トラブル、マイライン導入時の契約トラブル、ADSL普及時のサービス開始時期遅延などのトラブルなど) 今回の規制緩和は、このような行為を助長する結果にならないか。

(2) 消費者契約法・景品表示法などについて

消費者契約法は民事ルールであるため、消費者が提訴し、判例を重ねることが必要。約款の不当条項や不当な勧誘行為の差止めるために、団体訴権の実現が求められる。

景品表示法に関しては、「優良・有利誤認」に限らず、「重要事項の不表示の禁止」にも対応できるよう運用強化が必要。また、「実質的な根拠なしに機能、効果、性質などを強調する表示の禁止」などの法改正が必要。

被害の未然防止のためには、消費者契約法や景品表示法などの法令を遵守する自主行動基準が企業で策定され公表されることが必要。

(3) 許容される市場の状況について

競争が機能しており、価格・サービスに関する情報が広告等で容易に入手でき比較できる状況にあること

(4) その他

電気通信分野の消費者と事業者の情報力格差の大きさから考えて、重要事項(価格・サービス内容・サポート体制・解約手続き・免責事項など)の情報提供・説明義務を課すことが必要と考える。(参考：金融商品販売法、宅建業法)

規制緩和が行われても、消費者との契約については、その安定性を保つために、各事業者において約款が策定されるものと考えられる。その約款については、公表すべきであり、契約締結時においては、消費者に文書で交付することが義務付けられるべき。

2．市場画定と競争評価に関して

(1) 市場画定について

利用者から見た需要代替性をベースに大きく市場をくくってみて、供給の代替性や地理的要因によってさらに細分化が必要であるか考慮してはどうか。

利用者がサービスを選択する際に、他のどのようなサービスと比較検討したかを調査することは有効ではないか。

(2) 競争評価について

利用者意識調査

- ・利用者がサービスを選択できる市場であるかという視点から

何社程度と比較検討したか。

中央値・平均値の推移で競争状況が把握できないか

選択の判断はどのような点か（価格・サービス内容・サポート体制・知名度など）

その市場の競争の特徴が見えないか

選択してみて、契約段階に提供・説明された情報との差異はなかったか

情報提供がうまく機能しているかどうか見えないか

選択のプロセスに満足しているか

主体的に選択できる市場であるか否か

選択の結果に満足しているか

- ・利用者がサービスを変更する際の障壁についてみるために

サービス変更を行いたいと考えたことがあるか

ある

変更した方へ～変更にあたって困ったこと

変更しなかった方へ～しなかった理由

利用者からの苦情・相談の実状把握

各事業者、国民生活センター、総務省

当該市場における件数の推移、事例の分析

競争阻害要因がどの程度あるか。政策対応の必要性。

以上