

検討アジェンダに関する意見募集の結果

(2008年4月10日(木)～5月22日(木)実施)

	意 見
1. 通信サービスに関する利用者利便の確保・向上のための基本的ルールの在り方	
	① 市場メカニズムの活用及び事後規制に力点を置く競争ルールを前提として、利用者利便の確保・向上を図るための基本的ルールとして、どのような事項を盛り込むことが適当と考えられるか。
	● 当協会の週末電話相談には、携帯電話、パソコンのインターネットでの、ワンクリック詐欺といわれる不当請求の相談が全国からたくさん寄せられています。インターネットは未成年者でも9割が利用し、アダルトサイトや出会い系サイトのトラブルの他にも「学校裏サイト」「プロフィール」「掲示板」によるいじめ、ドラッグや自殺サイトなど深刻な問題が発生しています。今年に入り、未成年者の使う携帯に原則としてフィルタリングサービス、アクセス制限がかかるようになりましたが、まずは安全・安心なインターネットの環境整備の検討とトラブルが起きた時にすぐに対策がとれる制度づくりの検討が必要と考えます。 (全国消費生活相談員協会IT研究会) ● (意見の概要) 事後規制に力点を置く競争ルールが前提となっていますが、勧誘方法(訪問販売、電話勧誘販売)により、クーリングオフ等の民事ルールや書面交付義務を設ける必要があると思います。 (意見及び理由) 電気通信事業法には、契約形態が不意打ち性のある訪問販売(キャッチセールス等を含む)や電話勧誘販売であっても、契約から一定の期間は消費者に無条件解約できるという民事ルールがありません。消費生活センターには、キャッチセールスで全く無料だと思い、CS放送や有線放送の契約をしたが、後で書面を見ると、工事費や機器は無料でも、放送サービスは有料であったというトラブルや、電話勧誘で「電話料金が安くなる」と言われ、曖昧な返事をしていたら、契約が成立していて、固定電話の電話料金が別の電話会社から請求されたという、高齢者のトラブルがあります。 電気通信サービスは、次々と新しいサービスが登場し、料金体系も複雑になり、利用者が自分にあったサービスや料金体系を、不意打ちで勧誘されて容易に選択できないと思います。勧誘方法により、書面交付義務やクーリングオフ等の契約解除権、また不実告知の勧誘による契約の取り消し権等の民事ルールが是非必要だと思います。 (かわさきコンシューマーネット) ● ア 消費者の契約の自由の尊重。どのような内容の契約をするかについて、よく説明を受け理解した上で、自由に選択することができるようにすること、また解約の場合の条件を明確にし、解約料請求等でいわずに解約を制限することのないようにすること。 イ 現在電気通信事業者に該当しないプロバイダやコンテンツ事業者にも、説明義務や消費者窓口対応を義務付けるべきである。(個人) ● ア 消費者の契約の自由を尊重すること。どのような内容の契約をするかについて、よく説明を受け理解した上で、自由に選択することができるようにすること、また解約の場合の条件を明確にし、解約料請求等でいわずに解約を制限することのないようにすること。 イ 現在電気通信事業者に該当しないプロバイダやコンテンツ事業者にも、説明義務や窓口対応を義務付けるべきである。 ある事業者は、電話で特に苦情を言ってきた人には説明をしているが、ホームページの表示だけでは誤解を招く表記であった。センターから改善を要望したが、要望があったことを上に伝えるというだけで、早急な改善の確約にいたらなかった。

	ウ 利用者の予想を超える高額請求の防止 かつてダイヤルアップでアクセスポイントを第三者の悪意で変更され海外に接続して高額になった場合に、プロバイダの対策が通達されたが、携帯電話料金の高額化に関しては、それと同等以上の保護が必要である。定額料金制でない場合については、契約の際に契約者本人が利用上限額を設定することの義務化、また利用上限を超えた場合の事業者からの連絡や利用停止措置の義務化。定額プランがある場合には、利用額が定額プランの料金を超えた時点で定額プランの自動適用をすべき。 ☆ 利用者の予想を超える高額請求の事例 ・携帯電話機の紛失、盗難時に誰かに使用された場合 ・携帯電話機をUSBケーブルでパソコンにつなぎ、モデム代わりにネット接続した場合（パケット定額制適用外） （個人）
	● 基本ルールとしては、「サービスの継続的かつ安定的な供給がおこなわれるかどうか」を基準に加えるべきです。通信サービスに関する「BCP（Business Continuity Plan）」という考え方に留意すべきです。 <理由> 1985年以降の電気通信分野の市場化により、私ども一般利用者は、低廉に通信サービスを享受できるようになったと考えます。 特に1990年代後半以降、インターネットや携帯電話の普及がその流れに拍車をかけています。現在、勤務先や学校でも家庭でも、PCは一人一台の環境であり、携帯電話も概ね一人一機に近い存在であります。これは85年には想定できなかった状況でもあります。 電気通信分野は他の生活インフラ（電力・ガス・上下水道・鉄道）同様、公共サービスの範疇に属するものです。 いわば私どもが生活する上で無くてはならないライフラインであります。 ここには3者が存在します。 ①利用者 ②事業者 ③政府 どのような生活インフラであれ、第一義に考えるべきは、利用者の福利です。 同時に、受益者負担の原則も加味せねばいけません。 また通常は寡占体制で実施させる事業ですので、勿論ここには政府による、良い意味での管理・監督も必要とされます。 古典率の経済原論ですと、費用逓減産業である電気通信事業は、初期費用が過大過ぎるがため、本来U字型になる平均費用曲線も限界費用曲線も逓減し続けます。この事業を事業開始当初から市場原理に委ねると、公益性が損なわれる、ということは経済学の導入部分にて、グラフで挙証されています。 そこで、政府によって消費者余剰を拡大する路線が取られ、公権力による事業出発となります。 本邦でも諸外国でも同様の官業から始まり、徐々に民営化しているのがこの分野です。 これによって、広い国土のどこに居住していようと、全国一律料金で通信事業サービスを楽しむことができて来ました。 やがて経済が成熟し、黎明期の様な成長が見込めなくなると、電気通信事業を官直轄から民営化する方向に遷移します。ここでは、様々な議論・立場がありますが、その時代の経済・財政状況を踏まえて、大局的に考える必要があります。 我が国の場合、電気通信事業の支柱は、逓信省→郵政省→日本電信電話公社→NTT各社、と承継されています。85年にNTTが誕生した時代は、バブル経済の手前であり、内国経済や国家財政にも相応のゆとりがありました。 90年代後期以降、今のユビキタス時代に暫時変貌するにつけ、民間経済は疲弊し、財政も逼迫して参りました。

	政府は自己の負担を避けるべく、官業の民営化や市場化を唱え始め、全ての公共サービスを民に委ねようとしています。 国家財政・地方財政が逼迫している現下、「民で行うことができることは民で」という主張は確かに耳障りが良いものです。 一般にお役所が行う事業よりも民間が行う業務の方がコストがブラッシュアップされ、新規雇用を生み、利用者にとっても豊富な便益がもたらされる「福音」の様な印象があります。 果たしてそうなのでしょうか。 過当な市場競争は、ともすれば「安かろう悪かろう」を招きます。 ただ安ければ良いという市場も無論あります。 しかし、殊、私どもの生活に直結したライフラインを「質は保証しないがとにかく安い」というだけの理由で市場原理に全てを帰することには大いに戸惑いを覚えます。 今の私どもの生活にとって、電気通信事業は正にライフラインそのものであります。 これが滞りますと、日常生活に支障が起きる訳であります。 また、先述②の電気通信事業者の立場ですと、法的に③から免許業等の諸規制があるのですが、「市場原理＝営利最優先」となる筈です。 東京や大阪や名古屋都市圏だけで事業（新規建設～維持管理）を行い、人口密度の希薄な地域への事業展開を敬遠するのが「企業行動の理」であります。 当然、居所によって、公共サービスの「格差」が出てくる訳です。 経済学的にも「受益者負担原則」はあります。 たとえ、サービスを享受出来ても、都市圏と地方で「料金負担」に当然の様に差が生じる次第です。 つまり、電気通信事業は ①→公共サービスである以上、居所や居住条件等に関わらず全国一律に同等サービスを受享受したい ②→民間事業者である以上、利益を上げて株主還元せねば背任的立場になる ③→権利調整をすべき立場 のバランスの上に立っているのです。 この様に非常に微妙な権衡に立っている電気通信事業をただ「競争」の原理原則で追い立てることには、私事、慎重な考えを抱かざるを得ません。 私ども利用者が願っているのは、闇雲に安い料金ではありません。 とにかく、朝起きて、蛇口をひねれば「安心」な水を頂くことが出来るように、電源を入れれば、「安心」に通信サービスを受けることができる「保証」を求めているのであります。 これこそが、我が国大多数の「利用者利便」であると信じて止みません。 その意味で、BCP（Business Continuity Plan）を基調とすることを望みます。 （個人）
	② 電気通信サービスの特性を踏まえて、消費者保護のための一般法制と電気通信事業法の相互の補完関係はどうあるべきか。
	● 電気通信サービスは、特定商取引法の指定商品・指定役務に該当せず、電話勧誘や訪問販売などの不意打ち的な勧誘に対して、消費者を

	保護する規制がない。 特商法は経済産業省の管轄であり、総務省の管轄する商品・役務は規制外になっているため、消費者にとって、タテ割行政の弊害が現れている。 直収型固定電話サービスやブロードバンド契約においては、過去にトラブルが多かったことを踏まえ、クーリング・オフができるようにしてほしい。 (中部県民生活センター) ● 消費者保護の一般法制における規定内容の多くが、電気通信市場の場合は業界ガイドラインにて定められており、直ちに事業法にて補完をはかるのではなく先ずはガイドライン間で補完をはかるべき。また他業界で適用している消費者保護規制の導入には慎重に検討すべきだと考えています。(例：金融商品販売法の適合性原則など) (フュージョン・コミュニケーションズ) ● 電気通信事業法は業法のため、消費生活センター等の現場では個別消費者被害の救済に充分対応できず、民事的効果が求められている。また、現在、特定商取引法の改正案が国会において審議されている。指定商品・サービス制の撤廃や適用除外の範囲が検討されているが、通信関連が適用除外にならないことが望まれる。 (全国消費生活相談員協会) ● 電気通信事業法は、事業者を規制する法律で、消費者トラブルが起きたときに消費者を救済する法律ではありません。やはり通信にも民事効のついた法律が必要と考えます。業法の中での対応が難しいのであれば、特定商取引法に通信関連も含めることを検討していただきたい。 現在通信関連の相談では、「訪問販売で契約したが、よく考えたら必要ないのでやめたい」というもの、また電話勧誘においては、「申し込んだ」「申し込んでいない」、「説明した」「説明されていない」、他に、「解約時にも電話で解約を伝えた」「聞いていない」等のトラブルがあります。言った、言わないがトラブルの原因になっています 通信関連では、めまぐるしく商品・サービス開発がされ、消費者が流れについていけず、新しいサービスが出てくるたびにトラブルが発生しています。インターネットのプロバイダやIP電話、直収電話の勧誘では、「電話代が安くなる」「通信が安くなる」と言われて、全く内容のわからない高齢者が契約したり、契約後に電話会社が変わることだと知ったと相談が入りました。光ファイバーやケーブルテレビの契約でも、テレビが見られなくなると言われて契約した等の相談もあります。 契約時・解約時にも書面交付義務を課すなども含めて法律の検討をお願いしたい。また高齢者に必要のない通信サービスの契約を勧めるのは、問題と考えます、適合性の原則も含めて検討していただきたい。 (全国消費生活相談員協会 I T 研究会) ● (意見の概要) 電気通信サービスは、コンテンツプロバイダやベンダ等の契約も含め、総合的な法規制や事業者指導ができるような制度が必要だと思います。そのためには、電気通信サービスと密接不可分な周辺の契約も含め、どの様なトラブルや問題点があるのかを、地方の消費者行政や、消費者団体等と連携を図りながら、実態を確認する必要があると思います。 (意見及び理由) I P 化の進展に伴い、消費生活センターに寄せられる通信サービスに係るトラブルも、非常に複雑になっており、トラブルが起こった時に、問題の所在が何処にあり、誰が責任を負うのかが曖昧で、トラブル解決が困難になっています。 最近、消費生活センターには、携帯電話の出会い系サイトの料金トラブルが多く寄せられています。ポイント料金というものをクレジットカードで決済するシステムが多いのですが、消費者の心情を悪用し、わざとポイントを使わせようとするメール(さくらメール)を頻繁に送りつけて、高額な料金請求がカード会社から届くというトラブルです。
--	--

	このようなケースは、サイトとクレジットカード会社の間に、決済代行会社が入っていて、取引形態がより複雑になっているため、問題解決を困難にしています。 また、今後従来は想定されなかったトラブルが発生する可能性もあることから、国は情報提供の在り方の検討も含め、消費者の一番身近な相談窓口である消費生活センターと、継続的な情報交換をし、電気通信事業者と周辺も含む包括的なトラブル事例の把握や問題点の把握に努めてほしいと要望します。 (かわさきコンシューマーネット)
	● ア 特商法の適用除外の通達を廃止し、電気通信事業者にも、訪販・電話勧誘販売等での書面交付義務、クーリング・オフなどを義務付けて欲しい。 イ 電気通信事業に関しても、割販法の適用がされるべき。 ウ 高齢者の相談が多いことから、不招請勧誘の禁止、適合性の原則などを電気通信事業法の中に盛り込んで欲しい。守られない場合、契約を無効にするなど民事効があるべき。 (個人)
	● 現行の電気通信事業法は典型的な「業法」と考える。消費者保護のために消費者契約法などは存在するが、これらだけでは消費者契約、消費者保護の点からはカバーはできない。一般法制と電気通信事業法の補完の仕組みだけでは不十分である。電気通信事業における消費者法制が必要と考える。 (個人)
	● ア 特商法の適用除外の通達を廃止し、電気通信事業者にも、訪販・電話勧誘販売等での書面交付義務、クーリング・オフなどを義務付けて欲しい。 イ 電気通信事業に関しても、割販法の適用がされるべき。 ウ 高齢者の相談が多いことから、不招請勧誘の禁止、適合性の原則などを電気通信事業法の中に盛り込んで欲しい。守られない場合、契約を無効にするなど民事効があるべき。説明を理解できなかったことを消費者側が立証するのは難しい。 (個人)
	③ 電気通信サービスに関する利用者利便の確保・向上のための制度として、国が果たすべき基本的役割をどう考えるか。これに関連して、地方公共団体や民間団体との連携の在り方はどうあるべきか。
	● 通信に関する法律として電気通信事業法があり、消費者へのルールとして契約締結に際しての説明義務や苦情処理についての規定があります。消費生活センターには、説明されていない、苦情を言っても対応されない等の苦情が入ります。これらの情報をもとに国には、事業者対応をお願いしたい。 携帯電話の販売が、本体と通信サービスを分け販売されるようになってきました。これによって携帯電話機は本来の価格になり、通信サービスが安く適正な料金になれば、価格の透明性は確保されることとなりますが、携帯電話は現在シムロックがかけられ、高額な携帯電話機を購入しても他社で使うことはできません。自由な選択ができることが必要と考えます。 他に、通信は専門的な知識が必要な分野です。通信サービスの販売員・相談窓口について、電気通信事業法の説明義務も含めた資格制度や研修の検討も考えていただきたい。 (全国消費生活相談員協会 IT 研究会)
	● ア 地方公共団体や民間団体からの相談を吸い上げ、行政指導などに生かして欲しい。消費者への販売方法や消費者に一方的に不利な契約条項などに関しても事業者の指導を行ってほしい。 イ 消費者への情報提供

	通信用機器の故障率や、つながりやすさなどの情報を公表して欲しい。 消費者には、通信機器は精密機械であり壊れやすいものだという認識が薄く、どのような故障が多いのかなどの認知も他の家電製品に比べて低い。故障率や故障箇所など、実態の統計を取り公表して欲しい。 (個人)
	● 国が果たすべき基本的役割として、携帯電話の故障率などの公表をして欲しい。 ・消費者が携帯電話は精密機械であり壊れやすいものだという認識が薄く、どのような故障が多いのかなどの認知も他の家電製品に比べて低い。また初期不良率も他の家電製品に比べて多いように思われる。現在加入者数などの公表はあるが、故障率や故障箇所など、実態の統計を取り公表して欲しい。 ・携帯電話で電波状況が良好な状態において、つながらないパーセンテージについても実態の統計を取り公表して欲しい。 国が果たすべき基本的役割として、消費者センターへの情報提供をして欲しい。 ・通信分野の法律や政令の改正や、通達が出た場合、逐条解説が発行された場合など、消費者センターに情報提供されるような体制があると良い。また相談員に対してその解説などをしてもらえる機会もあると良い。 (個人)
	● ア 地方公共団体や民間団体からの相談を吸い上げ、行政指導などに生かして欲しい。消費者への販売方法や消費者に一方的に不利な契約条項などに関しても事業者の指導を行ってほしい。 イ ADR機関の設置 ウ 携帯電話の故障率や、つながりやすさなどの情報を公表して欲しい。 消費者には、携帯電話機は精密機械であり壊れやすいものだという認識が薄く、どのような故障が多いのかなどの認知も他の家電製品に比べて低い。故障率や故障箇所など、実態の統計を取り公表して欲しい。また携帯電話で電波状況が良好な状態において、つながらないパーセンテージについても実態の統計を取り公表して欲しい。 (個人)
	④ その他、通信サービスに関する利用者利便の確保・向上のための基本的ルールの有在り方を検討する際に留意すべき事項は何か。
	● 電気通信サービスに関して ・懸賞サイト等から同時登録される出会い系サイトの問題点について、同時登録されたサイトの規約、錯誤防止画面、料金など利用者が認識できない。 本人の意思に反して、同時登録された契約は、無条件に解約できるようにして欲しい。 ・インターネットで車を契約した時に、契約の成立時期が問題になる。 メールのやり取りだけで業者から契約成立を主張されて解約交渉などの苦情解決が難攻するので契約成立時期(条件)を明らかにして欲しい。 ・電子契約法に違反した業者に罰則を設けて欲しい。 ・出会い系サイトの利用料の決済について「決済代行会社」がはいり「海外のクレジット会社」との契約の場合トラブルが生じて「日本のカード会社」は、契約内容には無関係との立場をとるし、チャージバックの対応も一貫していない。問題の多いサイト業者に関しては事実上、代金を請求している「日本のカード会社」と「決済代行会社」に対して立替契約と同様に加盟店審査や加盟店管理を求める必要がある。 ・インターネットのサイトの閲覧に関して。

現状では、有害サイトにアクセス出来ないようにするフィルタリングサービスは、任意のもので、さほど認知されていない。そもそも携帯を手にした時点でアクセス出来るようになっているのが問題だと思う。それで契約した時点では各社の公式サイトしか見られない様にしておき、アダルトサイト、出会い系など有害なものを利用したい人は、改めて何らかの手続きをとって初めて観られるようになるという仕組みが必要だと思う、又、小、中学生の利用者に関しては電話機能のみ利用の為の制限が必要と思う。（青森県消費者協会）

- 通信分野は昨今進歩の著しい分野でここ数年高機能化、多様化が著しく、その一方で次々出る新サービス、商品に消費者の知識が追いついていない。また、販売側においても変化についていけず、携帯電話サービスや、光などの回線提供サービス、プロバイダ、インターネットなどの通信を利用した情報提供業種など（GyaO、GEO 等）、販売員の知識が不十分なことによるトラブルが見られる。特に携帯電話サービスでは、商品の進化が著しく、末端の販売店における販売員の就労年数が短いという事情もあって、十分な商品説明が出来ていないように見受けられる。

消費者にもわかりやすいサービス、わかりやすい表示・説明、また、販売員の知識、販売スキルの向上を求めるとともに、訪問販売と同レベルの書面交付、クーリングオフ等の規制が必要なのではないか。

特に CATV においては公共性の高い事業であり、同一地域内で業者の選択も出来ないため、販売方法にもモラルが求められるが、特定商取引法の指定商品のようなごく一般的な商品では問題とされている、販売目的を隠した販売方法が横行しており、何らかの規制が求められる。

以下、相談室で実際に受けた相談事例を基に消費者を取り巻く現状を説明する。

（１） CATVについて

リフォームなどにおいて「点検商法」と呼ばれる、特に高齢者をターゲットとした悪質商法が問題となっているが、CATVにおいても同様の販売方法がしばしば行われ、トラブルになっている。通常、訪問販売に関しては、販売目的を告げないで勧誘することは特定商取引法により規制されているが、通信事業は同法の対象役務となっていないために、CATV業者も「点検でお伺いした際には、必ず新規契約のご案内をさせていただいている」と明言している。

集合住宅においては、本人の意思に関わらず、予め住宅にCATVの回線が設置されていることがよくあるが、そのような住宅においては点検と称されるCATV業者の訪問が定期的に行われている。「点検に都合の良い日時をお知らせください」というチラシをポストに入れることが一般的なようであるが、宅内の点検が、その集合住宅の通常管理業務として行われ住人の義務であると思わせる表現である、との苦情もある。

点検時には簡単な作業の後、商品の勧誘が行われ、既に消費者宅に上がりこんでいるため消費者には非常に断りにくく、また希望してCATVの回線を利用しているのではないにも関わらず、「うちの設備を利用しているのに」といった態度を販売員がとるという話も聞く。

また、既設物件への回線の導入に当たっては、十分な説明もないままに、「期間限定の無料工事」を謳い文句に強引なセールス活動が行われている。（参考添付資料）・・・注）資料添付省略

資料添付のケースでは、H20年3月31日に各世帯のポストにこの資料が投げ込まれ、4月10日という短い期限を区切って住民に回答を求めている。反対意見がなければ工事を行うということだが、本来住民からの希望が多い場合に工事を実施するものではないだろうか。尚、この住宅には既に地デジ対応のアンテナが設置されている。

添付のチラシの投函以前には何の説明も資料の配布も住民にはなく、４月７日に行われた自治会総会の際に業者が説明に訪れる事もなかった。資料には、各世帯内部工事の必要性、導入後訪問点検があること、有料放送や他の商品の価格等の説明もない。

自治会長宅にのみ、チラシ配布以前の業者の訪問があり、「チラシを配布しても良いか」というので自治会長は配布をＯＫしたが、詳しい説明は何もなかったとの事である。（＊その後、自治会総会でＣＡＴＶ導入は否決された）

公営集合住宅居住者には高齢者の居住が多く、多チャンネル放送、ＩＰ電話やプロバイダ契約など複雑なサービスを理解するのが難しい方も多く、工事業者の不十分な説明による苦情相談も少なくない。公営住宅へのＣＡＴＶ導入に当たっては、公社側も住民に対し、より詳しい説明をするなどの対処が必要と思われる。

添付資料とは別件で以下のような、説明不足により発生した事例もある。

〈事例〉

一人暮らしの高齢の女性。住んでいる公営集合住宅に、既設ＴＶアンテナの代わりにＣＡＴＶが導入される事になり、業者が相談者宅に来訪。工事に訪れた際「２ヶ月無料なのでどうか」と勧められＣＡＴＶの契約をした。その際同席していた別居の娘さんも「無料ならいいのではないかと了承した。

しかし、実際には有料放送契約のオプションチャンネルが２ヶ月無料であって、毎月使用料金が発生することが後からわかった。解約したい。

この団地においては、導入に先立って有料放送等の契約について集団説明会が開かれたとのことであったが、この女性は寝ていることが多い生活で、説明会には参加できなかった。しかし、現場ではその内容を理解した方に対する説明のみなされたと推測される。これについてＣＡＴＶ業者に問い合わせたところ、集団説明会を開いているので説明義務は果たしているとの回答であった。しかし、契約は個別のものであり、本来は、基本となる有料放送の契約についても個別に説明があるべきと考えられる。

（２） 携帯電話について

インターネット接続により高額な料金の発生トラブルが多い。携帯電話をモデム代わりに使用して、ＰＣからインターネット接続をする、この接続が定額サービスの適用外であるために高額な料金請求が発生するというトラブルがある。また、高機能な電話機ではＵＳＢ接続なしに携帯電話でＰＣサイトに接続できるが、直営店の販売員が、消費者の購入した携帯電話機種がその機能を持っていることを知らず、説明がなかったために、相談者が気づかないうちにＰＣサイトに接続し高額な料金が発生したケースや、ＵＳＢ接続してＰＣのサイトを利用したときの料金を消費者が直営店に問い合わせた際に、販売員が勘違いをして定額サービスが適用になるという説明をし、百万円を超える請求が来たというような事例がある。このほかにも店頭での説明が不十分であったために生じる料金のトラブルは多い。複雑な商品を消費者側が理解するのが難しく、また、店頭での説明も不十分である状況において、さらにカタログの表示も非常にわかりにくく文字も小さい。また、注意事項も添付された、契約内容全体がわかる書面というものの、交付されていない。

以上のような現状により、冒頭に述べたような、何らかの規制が必要ではないだろうかと思われるのである。

（調布市）

●（意見の概要）

電気通信サービスは、専門的でサービスの内容や料金体系も含め、消費者にとって理解し難い契約です。勧誘に際し、適合性原則規定が必要です。

	(意見及び理由) 消費生活センターには、電話勧誘で、「料金が安くなる」と誘われて、殆ど割引のメリットが享受出来ない程度の電話利用しかしない高齢者が、電話会社の契約変更をして、料金支払い方法が変更になっていることを理解せず、知らない電話会社から請求書が届いているという相談が寄せられます。勧誘時の説明義務と共に、そもそも、サービスが適合しない消費者に勧誘してはいけないという、適合性の原則違反を禁止する勧誘行為の規定も必要です。 (かわさきコンシューマーネット)
	● ア 通信事業者が、通信サービス接続機器を割賦販売するケースが増えているが、収入の少ない学生等が複数契約できないよう、与信の厳格化を図って欲しい。 ☆ 与信に関連するトラブル事例 携帯電話機複数台を契約してきて業者に渡すというアルバイトがある。業者には、白ロム携帯の転売は合法であり電話サービスは解約してしまうから犯罪にはならないと説明され、渡した電話機の台数に応じてアルバイト代が支払われるが、電話機の割賦購入代金は結局騙されたバイトが負担することになる。こうした犯罪を防ぐために、過大な与信を与えないようにして欲しい。 イ 事業者同士が提携してサービスを提供する場合の役割分担の明確化が必要。 プロバイダ・回線セット契約や衛星放送など契約するときは電話一本で簡単に契約できるのに、解約の際は、プロバイダと回線業者の双方に連絡したり、書面提出を要したりするなど手続きが複雑な場合がある。解約の手続きを簡便にして欲しい。 ☆ 事業者同士が提携してサービスを提供する場合のトラブル事例 ・プロバイダと回線事業者が提携してサービスを提供している場合、解約の際は両方への連絡が必要だが、片方のみへの連絡で十分だと勘違いし、一方を解約してサービスが提供されなくなった後も、もう一方の料金が請求され続ける。 ・携帯電話に関する窓口はすべてキャリアに１本化されているため、機器の故障について利用者がメーカーに詳細な問い合わせをしたくても、キャリアに阻まれてしまい、故障原因を追究できない。 ・PHSやデータ通信カードの機械的な問題が生じて利用できなかった場合、機器に関してはメーカーと交渉し、その期間の料金に関してはキャリアに交渉する必要があるが、二度手間になり、場合によってはどちらからもたらひ回される。 ウ 無料期間終了後に有料契約となる場合の利用者保護が必要。 プロバイダやコンテンツ事業者の継続的サービス契約で、現在は無料期間終了後、自動的に有料契約が開始になるとされているものが多い。無料期間終了直前に解約の申し入れをしようとしても電話がつながらないという相談や、申し入れが間に合わず請求が発生したが電話が通じなかったせいなので支払いたくないという相談が多い。無料期間終了後は自動的に解約となり、改めて有料サービスを申し込むようにするべきである。 (個人)
	● 基本的ルールのあり方として、利用者の予想を超える高額請求の防止策と与信管理の厳格化。 通信サービスの技術等の進歩に常についていけない利用者は絶えない。事業者が情報提供をしても情報が多すぎて理解が追いつかない。１００万円を超える高額請求は金融商品に例えると、ハイリスクハイリターンと説明があってもせいぜい１～２割の変動だと思っていれば、損失分を更に追加で支払わなければならないオプション取引のようなものである。かつてダイヤルアップでアクセスポイントを第三者の悪意で変更され、海外に接続して高額になった場合に対して、プロバイダの対策が通達されたが、同等以上の保護が必要であり、金融商品に近い消費者保護政策を取り入れるべき。

クレジットカードや商品購入の際の個品割賦であれば、年齢や年収等トータルに考慮して購入可能額が決まるが、審査すらなしに100万円以上の与信枠を与えることが問題。学生がクレジットカードを持った場合、当初の限度額は10万円程度が多い。このような金額を参考に与信枠が決定されることが望ましい。

- ・定額料金制でない分野については、契約の際本人による利用上限額の設定の義務化、利用上限を超えた場合の連絡方法や利用停止措置の義務化、定額プランがある場合には、定額プランの料金を超えた時点で定額プランの自動適用をすべき。

☆ 利用者の予想を超える高額請求の事例

- ・携帯電話の紛失や盗難にあった場合
- ・携帯電話でUSBケーブル等を用いてパソコンに接続した場合
- ・通達対象でなかった回線業者によるダイヤルアップ接続で、アクセスポイントをウィルス等により変更された場合

● 基本的ルールのあり方として、必要なサービスのみ利用できる仕組みが必要。

- ・携帯電話機で、メールのみの利用、天気予報やニュースなどのみの利用など、利用者が必要としているサービスのみを契約できるようにして欲しい。メールのみを利用したいと思って契約すると、WEBも利用できてしまうことは、企業の販売方法の自由を超えて、利用者のリスクが大きいと思う。

☆ 必要でないサービスがあることによる事例

- ・高齢でWEBはわからないが、メールのみを利用するつもりで契約し、URL付きの迷惑メールを受け取った際、よくわからずクリックしてしまい、不当請求を受けた。

● 基本的ルールのあり方として、事業者同士が提携してサービスを提供する場合の役割分担の明確化が必要。

- ・受付窓口と、サービス提供後の問合せ先や苦情申し出先が、どちらか1社に決まっていますが、それぞれ別会社で受けていても、問題は生じている。縦割りにするのではなく、幅を持たせた柔軟な体制が必要。

☆ 事業者同士が提携してサービスを提供する事例

- ・プロバイダと回線事業者が提携してサービスを提供する場合、受付窓口は1本化されているが、解約の際両方への連絡が必要だが、片方のみへの連絡で十分だと勘違いする。
- ・携帯電話で窓口はすべてキャリアに1本化され、機器の故障にメーカーに問い合わせができないが、基板の腐食で水濡れが原因とされた利用者が、水濡れさせた覚えがなく詳細を問い合わせたくても、キャリアに阻まれてしまい原因を追究できない。
- ・PHSやデータ通信カードは、キャリアとメーカーに分かれているが、機器に問題が生じて利用できなかった場合、機器はメーカーと交渉し、その期間の料金に関してはキャリアに交渉する必要があるが、2度手間になり、場合によってはどちらからもたらい回しされる。

● その他の留意事項として、サービスに無料期間を設ける場合の、利用者保護が必要。

- ・現在、無料期間終了後、自動的に有料サービス開始になるものばかりであり、無料期間の申し込みの際に、その後の有料のためのクレジット番号の申請や引き落とし口座の手続きが必要、または別契約の為に登録しているクレジットカードによる引き落としとなっている。無料期間終了後は自動的に解約となり、改めて有料サービスを申し込むようにするべきであり、その際にクレジット番号の申請や引き落とし口座の手続きをするべき。

	☆ 自動的に有料サービス開始になることによる相談事例 ・音楽配信サービスや、映像配信サービスにおいて、無料期間終了直前に、解約の申し入れをしようとしても電話がつかないという相談や、間に合わず請求が発生したが電話が通じなかったせいなので、支払いたくないという相談が多い。(個人) ● ア 通信事業者が、通信サービス接続機器を割賦販売するケースが増えているが、収入の少ない学生等が複数契約できないよう、与信の厳格化を図って欲しい。 ☆ 与信に関連するトラブル事例 携帯電話機複数台を契約してきて業者に渡すというアルバイトがある。業者には、白ロム携帯の転売は合法であり電話サービスは解約してしまうから犯罪にはならないと説明され、渡した電話機の台数に応じてアルバイト代が支払われるが、電話機の割賦購入代金は結局騙されたバイトが負担することになる。こうした犯罪を防ぐために、過大な与信を与えないようにして欲しい。 イ 事業者同士が提携してサービスを提供する場合の役割分担の明確化が必要。 プロバイダ・回線セット契約や衛星放送など契約するときは電話一本で簡単に契約できるのに、解約の際は、プロバイダと回線業者の双方に連絡したり、書面提出を要したりするなど手続きが複雑な場合がある。解約の手続きを簡便にして欲しい。 ☆ 事業者同士が提携してサービスを提供する場合のトラブル事例 ・プロバイダと回線事業者が提携してサービスを提供している場合、解約の際は両方への連絡が必要だが、片方のみへの連絡で十分だと勘違いし、一方を解約してサービスが提供されなくなった後も、もう一方の料金が請求され続ける。 ・携帯電話に関する窓口はすべてキャリアに1本化されているため、機器の故障について利用者がメーカーに詳細な問い合わせをしたくても、キャリアに阻まれてしまい、故障原因を追究できない。 ・PHSやデータ通信カードの機械的な問題が生じて利用できなかった場合、機器に関してはメーカーと交渉し、その期間の料金に関してはキャリアに交渉する必要があるが、二度手間になり、場合によってはどちらからもたらい回しされる。 ウ 消費者の解約を制限する期間（解約する場合は高額な解約料がかかる期間）を設けないようにしてほしい。 エ 無料期間終了後に有料契約となる場合の利用者保護が必要 現在は無料期間終了後、自動的に有料サービス開始になるものばかりであり、無料期間終了直前に解約の申し入れをしようとしても電話がつかないという相談や、申し入れが間に合わず請求が発生したが電話が通じなかったせいなので支払いたくないという相談が多い。無料期間終了後は自動的に解約となり、改めて有料サービスを申し込むようにするべきである。(個人)
2. 通信料金等に関する情報提供の在り方	
	① 通信料金等に関する情報提供をより円滑に行うために、国、地方公共団体、民間団体、電気通信事業者、契約代理店などがどのような施策を講じることが利用者にとって望ましいと考えられるか。
	● 通信サービスのインフラについて、一般の消費者には基本のところがかかっていません。また、通信料が適正な価格かどうかについても全くわかりません。携帯電話の料金体系について、定額制にするとかなり安くなるのに、定額制をはずすと桁が違うほど高額になります。また、各社、様々な割引サービスがあり、契約時にどの割引を利用すれば、よいのか選択ができません。一度契約してしまうと、解約には期間の制約によって解約料の負担があったり、携帯電話機を割賦販売で購入している場合には、一括請求になったりと解約に伴う負担が大きく解約し

	難しい状況も見られます。消費者が一目でわかり、他社とも比較検討できる料金体系と料金表が必要と考えます。サービスの名称や料金プラン名が各社により違い、比較しにくいことも問題と考えます。 また、通信サービスの勧誘を電気通信事業者の代理店が行っている場合消費者は代理店とは知らずに契約し、苦情を電気通信事業者に伝えても解決せず相談するケースがあります。代理店のトラブルや情報提供についても電気通信事業者の責任と考えられ、対応が望まれます。 （全国消費生活相談員協会 IT 研究会）
	● ア 消費者にとって分かりやすい料金体系とするよう、できれば料金体系を単純化するように、国は各社へ働きかけてほしい。 イ 利用者の予想を超える高額請求の防止措置 かつてダイヤルアップでアクセスポイントを第三者の悪意で変更され海外に接続して高額になった場合に、プロバイダの対策が通達されたが、携帯電話料金の高額化に関しては、それと同等以上の保護が必要である。定額料金制でない場合については、契約の際に契約者本人が利用上限額を設定することの義務化、また利用上限を超えた場合の事業者からの連絡や利用停止措置の義務化。定額プランがある場合には、利用額が定額プランの料金を超えた時点で定額プランの自動適用をすべき。 なお、携帯電話事業者は、利用者が端末から料金確認ができるようにしてほしい。 （個人）
	● 契約内容や料金プランの説明書類の書面交付が必要。 ・現在も簡単な書面が渡されていても、携帯電話の場合、料金プラン・保証プラン・パケット定額プランが、それぞれの事業者の料金体系による名称でわかりにくく、書面とパンフレット等をつき合わせて見る必要がある。渡された書面のみでその人の契約内容がわかるような書面が渡されるべきであり、契約していないオプション（保証サービスやパケット定額プラン）についても、契約していないことにより問題が生じる心配がある場合は注意喚起書面が渡されるべき。 ☆ 書面が渡されていないことやわかりにくいことによる相談事例 ・パケット定額プランがどのようなものかよく理解せず、請求金額を下げようとして契約をはずしてしまい、高額なパケット料金を請求される。 ● 端末による料金確認ができるようにするべき。 ・現在も携帯電話機による料金の確認ができるキャリアもあるが、できないキャリアもある。初めて携帯電話機をもつ場合や子供に使用させている場合には、料金の確認を頻繁に手軽にできることが望ましく、わざわざ電話で問い合わせたりパソコンで確認しなくても確認できるようにするべき。 ☆ 携帯電話機による料金確認ができないことによる相談事例 ・携帯電話で使用の都度料金を確認し、0円表示であったため追加料金が発生しない範囲だと思っていたら料金が発生していた。 ・子供に使用させている携帯電話機で、ついであってパソコンで料金を確認し、予想外のパケット料金が発生していることに気がついた。 （個人）
	● ア 国は、料金体系を単純化するよう各社へ働きかけてほしい。 イ 携帯電話事業者は、利用者が端末からの料金確認ができるようにしてほしい。 現在、携帯電話機からの料金確認ができないキャリアがある。初めて携帯電話機をもつ場合や子供に使用させている場合には、料金の確認を頻繁に手軽にできることが望ましく、わざわざ電話で問い合わせたりパソコンで確認しなくても確認できるようにするべき。

	☆ 携帯電話機による料金確認ができないことによる相談事例 ・携帯電話で使用の都度、料金を確認し、追加料金が発生しない範囲だと思っていたら料金が発生していた。料金確認ができないシステムに変更されていたためだった。 ・子どもに使用させている携帯電話機で、予想外のパケット料金が発生していることに気がついた。 （個人）
	② 電気通信事業法（以下、「法」という。）第26条は、電気通信事業者や契約代理店に対し、電気通信サービスの契約締結に際し、提供条件等の説明をしなければならない旨の説明義務を課しており、その運用指針として、電気通信事業者が消費者保護の観点から自主的に措置することが望ましい対応を促すためのガイドラインが策定・公表されているが、この説明義務について改善を図るべき事項としてどのような点が考えられるか。
	● 電気通信事業法第26条、十分な説明を義務づけています、またガイドラインが策定されていますが、説明義務が果たされないためにトラブルが起きても解約や取消しなど、消費者への民事的な効果はありません。通信サービスの電話勧誘や訪問販売は、通信事業者の代理店が行っている場合が多くなっています。26条では代理店にも説明責任はありますが、訪問販売、電話勧誘などでは十分な説明がなされていない状況が見られます。商品・サービスについて十分な説明がされず、消費者が誤認して契約した場合には、取消しができる規定が必要と考えます。 （全国消費生活相談員協会 I T 研究会）
	● ②③ガイドラインの説明義務について いったい、どこで誰が「説明」の責任を負っているのかが不明確である。どの場（説明の方法）においても、いいところ、有利と思えるところの強調ばかりが目立つ。まず、説明責任の主体を明確にしていきたい。次いで“言った 言わない”のトラブルも多い、説明内容の明確化、契約書面化の検討が必要である。 （個人）
	● （意見の概要） 現法の提供条件の説明義務は、ガイドラインで「説明事項」を分かりやすく記載した書面（カタログ、パンフレット）やHPなどに記載があれば説明されたとみなされていますが、具体的に消費者が不利益になるような使い方の注意も含め、契約時に個別の説明義務を課す必要があると思います。また、説明義務違反により、消費者が予期せぬ高額料金の請求を受けた時は、取り消し効果も含めた民事ルールの整備も望まれます。 （意見及び理由） 消費生活センターには、携帯電話の普及により、パケット料金に関する相談が恒常的に寄せられています。「パケット定額制」にしていれば、どんなに使っても月数千円程度の料金だが、定額制にしていらないと万単位の料金がかかってしまうというトラブルは後を絶ちません。最近も、携帯電話機の機種変更の契約時に、勧められた定額制を、ネット利用はしないからと選択しなかった。しかし、突然これまで数千円だったパケット料金が五万円の請求になり、不正使用による請求ではないかと電話会社に申し出たが、納得できる説明もないという相談が寄せられました。結局、利用履歴を確認したら、写真メールを頻繁に利用したため、機種変更した携帯電話機のカメラ画素数が大きく、その為に高額なパケット料金が発生したことが分かったという事例です。 このような、事例は機種変更の契約時に、「機器の機能が向上するので、今までと同じ使い方をしても高額パケット料金が発生する」というリスク説明が果たされていれば防げるトラブルです。また、パケット定額制の契約をしていても、携帯電話機をパソコンにUSBケーブル等で接続し、モデムにしてインターネット等を利用する場合は、パケット定額制の適用除外になり、何十万（数百万の支払いを

	求められた消費者もいました）の高額パケット料金が発生します。これは、パケット定額制の契約をする消費者には、必ず必要なリスク情報です。 更に、最近日本語の理解が不完全が、在日外国人からの相談も増えています。販売時に、客観的に日本語の読み書きが不自由であると分かる外国人に対し、書面に記載した説明だけでは不備であることは明らかなです。口頭での説明義務を含めた厳格な説明義務が求められます。 一方、電気通信サービス分野は技術的な専門用語が多く、一般の消費者は説明を受けても理解し難いという現状があります。特に携帯電話やパソコンは未成年者や高齢者も利用が広がっていることから、平易な用語に置き換えた分かり易い説明が必要です。特にリスクに関する説明は、契約書面、カタログ、パンフレット、ＨＰ上の表示にも、字の色や大きさ等の工夫が必要です。 （かわさきコンシューマーネット）
	● ア 料金等の説明が、パンフレットやホームページ上に表示されていればＯＫというのは問題であり、消費者にとって分かりやすいよう、字の大きさや色についても改善すべきである。またメリットばかりを強調するのではなく、デメリットについても必ず表示するよう義務づけるべき。 イ 業者からの、契約内容や料金プランの説明書類の書面交付が必要。 現在も簡単な書面が渡されているが、それぞれの事業者の料金体系による名称を使っていることもあって分かりにくく、書面とパンフレット等をつき合わせて見る必要がある。渡された書面のみでその人の契約内容がわかるような書面が渡されるべきであり、契約していないオプション（保証サービスやパケット定額プラン）についても、契約していないことにより問題が生じる心配がある場合は注意喚起書面が渡されるべき。 ウ 携帯電話の通話可能エリアの確認をするとともに、適正なサービスが提供できなかった場合の解約の取り扱いについて説明して欲しい。 キャリアをナンバーポータビリティで変更したり、２Ｇから３Ｇに変更したりした場合に、変更前には通話可能であった自宅や職場で電波が圏外になるので解約したいという相談が多く入っている。 （個人）
	● 通話可能エリアの確認をするようにして欲しい。 ・ 自宅から〇〇m以内の基地局が何箇所あるか、インターネットで簡単に調べられるが、それを新規購入時や機種変更時に確認するようにして欲しい。 ☆ 通話可能エリアの確認をしていないことによる相談事例 ・ キャリアをナンバーポータビリティで変更した場合や、２Ｇから３Ｇに機種変更したら、変更前に通話可能であった自宅や職場で電波が圏外になる、解約したいという事例がある。また圏外にならなくても、自宅や職場や外出先で電波が入らないという相談もある。 （個人）
	● ア 料金等の説明がパンフレットやホームページ上に表示されていればＯＫというのは問題である。ガイドラインに、字の大きさや色、デメリット表示の義務等を定めるべき。 イ 業者からの、契約内容や料金プランの説明書類の書面交付が必要。 現在も簡単な書面が渡されているが、それぞれの事業者の料金体系による名称を使っていることもあって分かりにくく、書面とパン

	フレット等をつき合わせて見る必要がある。渡された書面のみでその人の契約内容がわかるような書面が渡されるべきであり、契約していないオプション（保証サービスやパケット定額プラン）についても、契約していないことにより問題が生じる心配がある場合は注意喚起書面が渡されるべき。 ウ 携帯電話の通話可能エリアの確認をするとともに、適正なサービスが提供できなかった場合の解約の取り扱いについて説明して欲しい。 自宅から〇〇m以内の基地局が何箇所あるか、新規契約時や契約変更（2 Gから3 Gへ）時に事業者から情報提供するようにして欲しい。（キャリアをナンバーポータビリティで変更したり、2 Gから3 Gに変更したりした場合に、変更前には通話可能であった自宅や職場で電波が圏外になるので解約したいという事例がある。） （個人）
	③ 上記の契約締結の前段階として、通常、利用者は契約しようとする電気通信サービスの提供条件等について、パンフレット、インターネット、販売店等における説明等、様々なステージで情報を収集しているが、それぞれのステージごとに情報提供の面で充実を図るべき事項としてどのようなものが考えられるか。
	● 広告表示について、メリット表示は大きく、サービス利用のための前提条件や制約条件、解約の際の注意等の表示は小さくわかり難い状況です。デメリットや注意表示もわかり易く大きな文字での表示が必要。携帯とパソコンをケーブルでつないで使うのは通常のパケット定額制ではない別料金体系となりますが、パンフレットに記載はあっても消費者はトラブルになってから、「定額に入っていないなんて初めて知った、契約時に説明されなかった」と相談にきます。契約時の説明が十分とは言えないショップもあることから、すべての販売員がきちんとした説明ができるようにするためには、販売員の研修制度も必要と考えます。 （全国消費生活相談員協会 I T 研究会）
	● まず、前提となっている「通常、利用者は契約しようとする電気通信サービスの提供条件等について、パンフレット、インターネット、販売店等における説明等、様々なステージで情報を収集している」こと自体疑わしいと思われる。利用者は広告の美辞麗句の部分に目を捉われ、誤認の上で契約に臨んでいる可能性がある。 充実を図るべき事項としては、携帯検定や講習の機会の充実などが考えられる。免許制の導入等により、子どもや若年層においては、受講した検定や講習の内容に応じて、使える機能を付与していくような工夫も必要と考える。 （中部県民生活センター）
	● ②③ガイドラインの説明義務について いったい、どこで誰が「説明」の責任を負っているのかが不明確である。どの場（説明の方法）においても、いいところ、有利と思えるところの強調ばかりが目立つ。まず、説明責任の主体を明確にしていきたい。次いで“言った 言わない”のトラブルも多い、説明内容の明確化、契約書面化の検討が必要である。 （個人）
	● 契約内容の分かりやすい確認を義務化してほしい。 ☆ 確認がないことによるトラブル事例 ・コンテンツ事業者から電子データを購入する場合、一般的な価格表示と「契約する・しない」のボタンはあるが、「あなたが契約しようとしている商材は〇〇で、△△円、契約条件は◇◇」との確認画面がない場合がある。 ・携帯電話でネットに接続し、音楽等をダウンロードした時に、思いがけない高額なパケット料金が発生する場合がある。ダウンロード実施の前に、「情報料金のほかに通信料金がおよそいくらぐらいかかるが、それでも次に進みますか。」と確認する画面を義務化してほしい。

	・携帯電話機をパソコンにつないでモデム代りに利用することについて、電話会社のパンフレット上には「高額になります」「1パケットあたり〇円です」との表示しかない。首都圏では、1Mbps（パンフレットには最大3.6Mbpsと記載）の場合、パケット料金が10分で約10万円かかる。モデムとして利用しようとした段階において、画面上で「パソコンにつながるとパケット料金が10分10万円かかる」と、はっきり利用者に告知すべきであり、別の通信方法の選択（パケット通信ではなく64kデータ通信を選択した場合は1時間接続して4～5千円程度）が可能なようにすべきである。（個人） ● 各広告による矛盾をなくすこと。 ・利用者はサービスの内容を、インターネットやパンフレットを見たり事業者の窓口にお問い合わせたりするが、そのなかに矛盾が生じていることがある。特に新規サービス提供時には、サービスの公表をしてから、提供開始まで十分な時間をかけ、矛盾がないように努力すべきである。まだ第三者機関によるチェックも検討すべきである。 ☆ 各広告による矛盾があった相談事例 ・携帯電話をインターネットの広告を見て購入しようとして、事業者の窓口にも割賦代金や割引金額等を問い合わせたが、間違った金額を案内された。パンフレットの記載とインターネットの記載が違っており、インターネットでも間違った割引金額と誤解する表記であった。 ● 高額になる商品説明の徹底。 ・携帯電話でパケット通信をした場合や、USBケーブルでパソコンと接続した場合など、思いもよらない高額になったという相談は多い。パケット通信はパケット定額制にすれば高額にならず、パソコンとの接続も高額になると知っていれば、ネット喫茶など他の選択肢もあったはずであり、請求された金額ほど高額になると予想のついていた人はいないはずである。新規契約者や2Gから3Gへの機種変更時にのみ説明するだけでは充分でないケースも見受けられ、接続ごとに具体的料金案内がでるなどの工夫も必要である。 ・携帯電話は、従来最大384kbpsでの接続であったが、最近は最大3.6Mbpsになっていることと、携帯電話機の性能が上がっていることから、短時間で通信料金が高額になる。具体的に、ベストエフォートで通信した場合、1時間にいくらになるかという十分な説明が必要。 ※ 0.2円/パケットの時、 ア) 平均300kbpsで1時間接続すると（下り最大384kbps想定）⇒210,937円。 イ) 平均1Mbpsで1時間接続すると（3Gハイスピードエリア想定）⇒703,125円。 ☆ 携帯電話をパソコンに接続して高額になった相談事例 ・病院に入院しており、病室でメールチェック等のインターネットをしたいと考え、成人の子供にUSBケーブルが付属されている携帯電話機の購入を依頼。購入店では高額になると説明を受けたが、こんなに高額になるとは思わなかった。 ・すでに何年も携帯電話機を使っており、通話が多いため、無料通話の多いプランを契約していたため、天気予報等の利用はしていたが、パケット料金が発生している自覚がなかった。自宅で利用しているのと同じサイトのアニメを短時間でダウンロードできたため、高額になるとは思わなかった。（個人） ● 契約内容の分かりやすい確認を義務化してほしい。 ☆ 確認がないことによるトラブル事例
--	--

	・コンテンツ事業者から電子データを購入する場合、一般的な価格表示と「契約する・しない」のボタンはあるが、「あなたが契約しようとしている商材は〇〇で、△△円、契約条件は◇◇」との確認画面がない場合がある。 ・携帯電話でネットに接続し、音楽等をダウンロードした時に、思いがけない高額なパケット料金が発生する場合がある。ダウンロード実施の前に、「情報料金のほかに通信料金がおよそいくらぐらいかかるが、それでも次に進みますか。」と確認する画面を義務化してほしい。 ・携帯電話機をパソコンにつないでモデム代りに利用することについて、電話会社のパンフレット上には「高額になります」「1パケットあたり〇円です」との表示しかない。首都圏では、1Mbps（パンフレットには最大3.6Mbpsと記載）の場合、パケット料金が10分で約10万円かかる。モデムとして利用しようとした段階において、画面上で「パソコンにつながるとパケット料金が10分10万円かかる」と、はっきり利用者に告知すべきであり、別の通信方法の選択（パケット通信ではなく64kデータ通信を選択した場合は1時間接続して4～5千円程度）が可能ないようにすべきである。（個人）
	④ 電気通信サービスの広告表示については業界団体で構成する「電気通信サービス向上推進協議会」において「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」を策定・公表しているが、当該広告表示の適正性を確保する観点から改善を図るべき事項はあるか。
	● 「電気通信サービス向上推進協議会」の自主基準&ガイドラインは3回改訂されていますが、公正取引委員会から勧告されるような状況があることを考える、自主基準の実効性を確保する方法を考えていただきたい。（全国消費生活相談員協会・IT研究会）
	● 第三者機関の提言を受け入れられるようなシステムづくりが必要と考える。 消費者契約法の団体訴訟制度は、事業者の不当行為について差止請求することができるとなっているが、広告表示についても、差止請求できるような仕組みを導入してほしい。（中部県民生活センター）
	● 「広告」の定義を明確にしていきたい。「第2章 広告表示に関する通則」に、「基本的な表示事項の義務付け」を明記していきたい。（個人）
	● （意見の概要） 当ガイドラインはあくまでも業界団体の自主規制のため、消費者の利益擁護には限界があると思います。電気通信事業法の消費者保護ルールの中で、誇大広告等の禁止規定は必要です。 （意見及び理由） 昨年、携帯端末機器が分割払い契約であることを、消費者に十分認識させることなく、安さを強調したキャンペーンを展開した携帯電話会社が、公正取引委員会の行政指導を受けましたが、それ以降も、代理店の店頭で「0円より安い！」という広告がありました。 ガイドラインにも代理店の指導が規定されていますが、自主規制では徹底が図れません。特に代理店は、売上に繋げたい思惑があると思われるので、代理店にも及ぶ広告規制が望まれます。（かわさきコンシューマーネット）
	● ア デメリット表示を明確に。 イ 誤解させるような広告表示があり、消費者がその表示を信じて契約した場合には、消費者の無料解約を認めることとし、それによって誤解を生まない適正な表示への推進力とすべき。 ウ 広告の文字を大きくし、用語を統一すべき。 携帯電話サービスにおいて、パケット定額制を契約変更でつけたつもりで使用していたら、翌月からの適用であったため高額になっ

	た例がある。細かな利用条件は小さい字で書かれていることが多いが、小さな文字の事項は消費者の不利益となる事実であることが多い。メリット表示と同じ大きさで表記されるべき。また事業者ごとのプラン名称が分かりにくいので、統一した一般名称を周知して表記すべき。 (個人)
	● 字を大きくし用語を統一すべき。 ・パンフレット等で利用者の不利益事実には小さい字が使われていることが多いが、金融商品と同様に不利益事実も同じ大きさに表記されるべき。また事業者ごとのプラン名称を統一した一般名称を周知して表記すべき。 ☆ 広告表示の字が小さいことによる事例や用語がわかりづらいことによる相談事例 ・契約内容を変更する場合、内容により当日から適用される場合と、翌月から適用されるものがある。携帯電話において、パケット定額制に契約変更し即日適用と思って使用していたら、翌月から適用されたため高額になった。 ・携帯電話機を変更した際に、従来の料金プランをそのまま契約したいと思っていたら、できないと言われた。2 Gから3 Gの変更で3 Gに同じ料金プランがなかったために契約できなかったが、利用者はパンフレットではわからなかった。 (個人)
	● ア デメリット表示を明確に。 パンフレットに「デジカメ携帯」という表示があり、フラッシュ機能、手ぶれ防止機能が併記されていた携帯電話機を購入したが、購入後に見た取扱説明書に「手ぶれ防止機能とフラッシュは一緒に使えない」と記載があった。パンフレットには、双方の機能を同時に使えない旨のデメリット表示をしてほしい イ 各広告媒体で表示に矛盾がないようにすべき。 パンフレットの記載ミスがあり、インターネットの記載と違っていた。インターネットでも間違った割引金額と誤解させるような表記であった。 誤解させるような表示があり、消費者がその表示を信じて契約した場合には、消費者の無料解約を認めることとし、それによって誤解を生まない適正な表示への推進力とすべき。 ウ 広告の文字を大きくし、用語を統一すべき。 携帯電話サービスにおいて、パケット定額制を契約変更でつけたつもりで使用していたら、翌月からの適用であったため高額になった例がある。細かな利用条件は小さい字で書かれていることが多いが、小さな文字の事項は消費者の不利益となる事実であることが多い。メリット表示と同じ大きさで表記されるべき。また事業者ごとのプラン名称が分かりにくいので、統一した一般名称を周知して表記すべき。 (個人)
	⑤ 最大の通信速度を表示するベストエフォート型サービスのように、通信環境によってサービス品質が変動するサービスなど、利用者がサービスを比較・選択する上で判断が難しいものが多数登場してきている中、利用者に対する情報提供において改善が期待される事項として、どのようなものが考えられるか。
	● ベストエフォート型サービスの場合においても、消費者に十分な説明をして理解を求めるべきと考えます。「携帯電話で家族間無料のサービスを利用しようと遠距離の家族もあわせて携帯電話数台の契約をしたが、遠方の家族の家では電波が弱く携帯電話が使えなかった」という相談があります。現在携帯電話は、通信サービスと商品を分け、携帯電話機は割賦販売となっている場合があります。通信サービスを解約する場合には携帯電話機代を一括で支払わなければなりません。携帯電話の電波が強いのか弱いのかについて通信事業者には概ね分かっている

	のであれば情報提供が必要と考えます。 （全国消費生活相談員協会 IT 研究会） ● 技術発展および市場進展と伴に今後も継続的に多種多様な新サービスの登場が考えられるため、利用者が比較・選択するため施策を一義に決めたとしても陳腐化する恐れがあります。したがって、各事業者がパンフレット、インターネット、販売店等、各ステージ等で出来る限り分かり易く正しい情報を提供していく基本的な取り組みを絶えず努めていくことが第一だと考えています。 （フュージョン・コミュニケーションズ） ● 無線カードで、最高速度が倍になったと宣伝しているが、最高速度の半分も出ない、誇大広告だから宣伝を止めさせるべきという相談があった。ベストエフォートの数値が確約されていないにしても、どの程度が最低限ともいえないため、相談処理に苦慮する。「ベストエフォート」は数値が確約されているわけではないということを利用者が理解していない。エリアや基地局からの距離ごとの平均値や、最低限どのくらい確保されているものか等の具体的に情報提供がされるべき。 （個人） ● ・携帯電話の電波状況を示す数値として、人口カバー率で表記されているが、利用者にはわかりづらく、各社とも似たような数値で選択の目安にならない。実際にはエリアごとに各社の電波状況は違うのだから、自分の利用するエリアで、最も電波状況の良いキャリアを選べるようにすべき ・ベストエフォートは、数値が確約されているわけではないということ、全ての利用者が理解していない。エリアや基地局からの距離ごとの平均値や、最低限どのくらい確保されているものか、等の情報提供がされるべき。 ☆ 具体的な情報提供がされていないことによる相談事例 ・パソコン通信用の無線カードで、最高速度が倍になったと宣伝しているが、最高速度の半分も出ない、誇大広告だから宣伝を止めさせるべきと、いう相談事例があった。ベストエフォートの数値が確約されていないにしてもどの程度が最低限ともいえないため相談処理に苦慮する。 （個人） ● ア 携帯電話の電波状況を示す数値として、人口カバー率で表記されているが、利用者には分かりにくく、各社とも似たような数値で選択の目安にならない。実際にはエリアごとに各社の電波状況は違うのだから、自分の利用するエリアで、最も電波状況の良いキャリアを選べるように情報提供がなされるべきである。 イ 「ベストエフォート」は数値が確約されているわけではないということを利用者が理解していない。エリアや基地局からの距離ごとの平均値や、最低限どのくらい確保されているものか等の情報提供がされるべき。 ☆ 具体的な情報提供がされていないことによる相談事例 ・無線カードで、最高速度が倍になったと宣伝しているが、最高速度の半分も出ない、誇大広告だから宣伝を止めさせるべきという相談があった。ベストエフォートの数値が確約されていないにしても、どの程度が最低限ともいえないため、相談処理に苦慮する。 （個人）
	⑥ その他、通信料金等に関する情報提供の在り方を検討する際に留意すべき事項は何か。
	● 電気通信関連の料金に関するトラブルは多く寄せられている。これは料金体系の複雑さや説明不足などに起因している。料金体系の単純化や分かりやすいデメリット表示等、消費者が理解できるようさまざまな工夫が必要である。また、説明不足や消費者が誤認して契約した場合に取り消しできる規定が必要である。 （全国消費生活相談員協会）

	● 携帯電話機の故障について消費者はメーカーの対応を求めますが、携帯電話機と通信が一体で販売されているため、対応窓口は携帯電話会社になっています。しかし、現在は携帯電話機と通信サービスを分けた契約となっていることから考えても、電話機の故障についてはメーカーによる相談対応が求められます。 （全国消費生活相談員協会 IT 研究会）
	● 各社、さまざまな料金プランがあり、消費者の選択の幅が広がっているのは歓迎すべきだが、あまりに複雑で把握しにくい側面がある。割引率を例にとっても「最大～%割引」となっていて、その最大割引の恩恵を受けるためには、クリアしなければならない前提条件となるものが複数あったりする。毎月発行されるカタログを見て、その一社が提供する料金プランを把握するのも容易ではないのに、各社把握した上で比較検討するのは困難ではないだろうか？もっと分かりやすく、シンプルな情報提供をお願いしたい。 また、これほどワンクリック詐欺や悪質な出会い系、アダルトサイト被害が発生しており、問題解決のアドバイスを求めに携帯会社の窓口を訪れる消費者も多いらしく、「携帯電話会社に相談に行ったら消費生活センターを紹介された」などと言ってセンターを訪れる被害者もかなりの数にのぼる。 この現状を踏まえ、携帯各社も契約時あるいはカタログ、店頭などに、注意喚起情報や被害に遭った時の対処法などを情報提供すること、もっと積極的に関わって欲しい。 （青森県消費者協会）
	● 通信サービスに関して、有利な情報だけをことさらに強調することで、利用者が誤認することがないように留意するべきです。 具体的には、携帯電話において、「他の携帯会社への通話料金」「携帯電話から固定電話への通話料金」「固定から携帯電話への通話料金」に関する情報提供を強化すべきです。 <理由> 携帯電話では、これまで「端末0円」でビジネスが成立していました。この価格設定で、携帯電話事業者、端末メーカー、販売店（家電量販店）が事業を継続していたことは、経済学的には、不思議な現象でした。端末代金は、販売奨励金と利用者の利用料金（月額基本料や通話料金）により賄われていたようです。利用者負担が端末買い替えの頻度により不公平となり、受益と負担が必ずしも一致しない仕組みであるとのことで、政策的に見直しが行われたことは歓迎すべきことです。 ただし、現在は「基本料無料（半額）」「自社の携帯電話への通話料無料」が主流となっています。これも、経済学的には、不思議な現象です。あくまで推測ですが、「他の携帯会社への通話料金」「携帯電話から固定電話への通話料金」「固定電話から携帯電話への通話料金」で賄われているのではないのでしょうか。やはり、受益と負担が必ずしも一致しない仕組みであり、政策的に見直しが行われるべきです。 「他の携帯会社への通話料金」等の料金額については、3分100円程度と高額であるにもかかわらず、具体的な料金額について利用者への周知があまりされておりません。更に、相手先の携帯電話会社により料金額が異なることも周知がされているとは思えません。 これは、ネットワーク産業である鉄道に例えるならば、「東京－大阪間の行き料金は無料」とだけ強調し、「大阪－東京間の帰りは高額」「東京－仙台間は高額」であるのに、その点はあまり周知されていないようなものです。 利用者の立場からは、コスト構造に大きな差がないのであれば、料金が平準化しているほうがわかりやすいですし、受益と負担の一致の観点からも望ましいと考えます。 各地で偽装表示事件が多発し、情報開示が企業や官庁の「テーゼ」となっている時代に、ともすれば我田引水の的な情報操作とも捉えられる手法は再考の余地があります。 受益者負担の大原則に立ち返って、情報公開・提供を事業者を求めることが、全体の厚生に資するものと考えられます。 （個人）

	● 寄せられる相談内容は、『『安くなる』という勧誘だったので電話契約を切り替えたのに実際の料金は安くなっていない』、或いは、「契約切り替えをしたのに、ＫＤＤＩとＮＴＴの二社から請求が来るのは納得できない」等、電話代が安くなった実感が持てないことについての苦情です。これは、ほとんど電話を使わなかったり、県外への電話利用が少ない家庭からのもので、また、通信分野の知識に疎い高齢者をはじめ、電気通信サービスのしくみを理解できていないまま消費者が契約をしてしまったケースが多数みられます。このことについては、販売業者側の勧誘時の際の説明不足に起因すると思われます。 よって、販売業者には自社の側だけに立った都合のよいと思われることだけを説明するのではなく、消費者が誤解したり戸惑う事のないような、消費者の側に立った丁寧な説明をするよう勧誘の際には注意を払っていただくことが重要だと考えます。 また、現在のところ、通信分野はクーリング・オフの対象外ですが、消費者の中には電気通信サービスのしくみを理解できていない方がまだまだ多いため、契約時の書面交付義務及びクーリング・オフの適用を可能にする法整備の必要性も感じるところですので、ご検討の程よろしく願いいたします。 （米子市消費生活相談室）
	● 通信料金体系については、複雑でわかりにくいことを解消すべきではないか。割引料金が多様化しているが、否定はできないものの適正な価格構成、負担になっているのかはなはだ疑問である。 たとえば、「本来、数十万円に上るパケット料金が、パケット定額を申し込むだけで、一挙に数千円に値下がりするということが、当然のごとくに提供されることに、疑念をもつ消費者がいないと思っているのか。総務省に聞きたい」の声も寄せられている。明確な説明を求める。 （個人）
	● （意見の概要） 料金の中で、携帯電話のパケット料金について、定額制と定額制ではない料金の比較情報が必要です。 （意見及び理由） 消費生活センターには、携帯電話のパケット通信に関する相談が多く寄せられていますが、定額制の料金と、それ以外の料金の違いの大きさに驚かされます。 定額制の契約をしていれば、数千円で提供出来るパケットのサービスが、通常は数十万も必要だという合理的な根拠の説明がありません。 広告だけでなく、契約時には、通常料金と、定額制の料金の違いが分かるような説明が必要です。特に、契約した機種で、利用状況でどの様にパケット料金が発生するのかというきめ細かな説明が是非望まれます。 （かわさきコンシューマーネット）
	● ア プロバイダ契約と回線契約のようにセット料金になっているものは大変多いが、セットでなければ本当はそれぞれいくらになるのが明確ではない。料金設定を明確にしてほしい。 イ 「キャンペーン特別割引」が乱発されていて、消費者は「通常価格」はもっと安くできるのではないかと料金設定について不審を感じている。 （個人）
	● ア プロバイダ契約と回線契約のようにセット料金になっているものは大変多いが、セットでなければ本当はそれぞれいくらになるのが明確ではない。料金設定を明確にしてほしい。 イ 「キャンペーン特別割引」が乱発されていて、消費者は「通常価格」はもっと安くできるのではないかと料金設定について不審を感じている。 （個人）

3. 紛争処理機能の在り方

- | |
|--|
| <p>① 国民生活センターその他の分野横断的なADRの機能に留意しつつ、電気通信サービスに関する専門的なADRの充実・強化を図る必要はあるか。</p> |
| <p>● 電気通信サービスに関する専門的なADRの機能の充実・強化を図る必要がある。 (全国消費生活相談員協会)</p> <p>● 国民生活センターへの専門性強化が計画されていますが、相談先として消費生活センター、電気通信消費者相談センター等多岐に渡る現状を踏まえると、通信サービスに関する苦情の割合に応じて効率良く充実・強化をはかって頂くことが第一だと考えております。 (フュージョン・コミュニケーションズ)</p> |
| <p>● (意見の概要)</p> <p>電気通信サービス分野は、新しいサービスの参入や、技術革新で、契約内容も複雑で、かつトラブルを解決するためには、専門的知見が要求される分野です。是非、専門的なADR充実・強化が求められます。</p> <p>(意見及び理由)</p> <p>消費者センターに寄せられる、電気通信サービスに関するトラブルは、契約関係が複雑で、トラブルが起こった時の責任の所在が曖昧で、事業者間の契約が分らなければ、トラブル解決が困難な事例が増えています。また、この様なトラブルでは比較的少額なトラブルも多く、被害にあった消費者が救済されるADRの充実が求められます。 (かわさきコンシューマーネット)</p> |
| <p>● ア 専門的ADRは必要である。充実を図ってほしい。国民生活センターや都道府県等にADR的機関はあるが、年間開催回数は限られ、また電気通信サービス分野の斡旋実績はあまりないので、この分野の先駆的判断をする機関の設置が望ましい。例えば、携帯電話機の腐食や故障に関して、消費者の使い方が悪いと一方的に事業者に言われることが多いが、もともと必要とされる技術的基準を満たしていたのか、設計上の堅牢度をもっと確保すべきではないかとの観点から専門的判断を下せる機関があってほしい。</p> <p>イ ADRは業界関係者だけではなく、消費者代表や学識経験者が委員として加わり、公正な第三者機関であるべき。 (個人)</p> |
| <p>● 専門的ADR的機関が必要な理由。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国民生活センターや都道府県等には被害救済委員会のような、ADR的役割を果たす機能はあるが、年間回数は限られ、法的根拠のない電気通信サービス分野の実績はあまりなく、この分野の先駆的判断をする機関の創設が望ましい。 <p>☆ 専門的ADR機関があると良いと思われる事例</p> <ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話で故障があり修理に出すと、水濡れシールが反応しており腐食もあるから修理不能と言われたが水濡れさせた覚えがないという相談や、外装修理に出したら基板に腐食があると言われたという相談や、腐食があるのは水濡れだから水濡れシールが反応していなくても修理できないと言われたという、基板の腐食に関する相談が多い。更に水濡れされた覚えのないという相談者は、もともと腐食があったのではないか、使用可能範囲内の温度湿度を行き来しても結露が発生するのだから設計上の問題ではないか、メーカーに対する疑問が残る。 <p>⇒最近国民生活センターで水濡れが起きる事例等の実験結果が発表されたが、本当に水分のみが原因なのか疑問がある。欧州のRoHS指令により従来基板のハンダ付けに使われてきた鉛が規制され、鉛フリーハンダが使用されている。専門雑誌や新聞によると、従来の鉛ハンダに比べてハンダ不良が起きやすいとされている。常に電源ONで持ち歩くという性質上、携帯電話機は精密機器にもか</p> |

	かわらず過酷な環境にさらされている。その熱変化や、コネクタの抜き差しなどの圧力が内部の基板に伝わることにより、他の精密機器に比べハンダ不良を起こしやすいのではないかと推測する。しかし相談員レベルでは、このような推測をする程度が精一杯であり、推測が合っているかどうか検証する手段もなく、このような問題の追及は専門的ADR機関が創設されることが望ましい。 （個人）
	● ア 専門的ADRは必要である。充実を図ってほしい。国民生活センターや都道府県等にADR的機関はあるが、年間開催回数は限られ、また電気通信サービス分野の斡旋実績はあまりないので、この分野の先駆的判断をする機関の設置が望ましい。例えば、携帯電話機の腐食や故障に関して、消費者の使い方が悪いと一方的に事業者と言われることが多いが、もともと必要とされる技術的基準を満たしていたのか、設計上の堅牢度をもっと確保すべきではないかとの観点から専門的判断を下せる機関があってほしい。 イ ADRは業界関係者だけではなく、消費者代表や学識経験者が委員として加わり、公正な第三者機関であるべき。 （個人）
	② 電気通信事業紛争処理委員会の機能として、現在の紛争処理機能に加えて、たとえばコンテンツプロバイダ等と電気通信事業者との間などの紛争処理についての機能を持たせることについてどのように考えるか。
	● 決済代行会社や電子マネーを利用した出会い系サイトのトラブルは、増加しているが、現状では対策がとられていない。紛争処理機能と規制行政機能がリンクできるような仕組みを整備してほしい。 （中部県民生活センター）
	● 現在の紛争処理機能に加えて、更なる機能を持たせることが必要である。 （全国消費生活相談員協会）
	● 事業者間の事であり情報は無いが、通信に係る事業者すべての紛争処理機関とするのは良いと思われます。 （全国消費生活相談員協会IT研究会）
	● 市場が抱える問題点を早期に解決する手段として賛成します。なお通信事業とISP事業、ISP事業とコンテンツ事業を兼業する会社が存在するため、その点に留意しつつ検討を進めて頂きたい。 （フュージョン・コミュニケーションズ）
	● 業者間の紛争処理であれば不要である。（同委員会が誰のためのどのような紛争処理を行っているのか、消費生活相談の窓口には知られていないのが現状である。） （個人）
	③ 「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」が07年4月に施行されたことを踏まえ、業界団体等が民間型のADRを活用することも考えられるが、この点についてどのように考えるか。
	● 電気通信サービスに関する専門性のある民間型ADRの設置が望まれる。 （全国消費生活相談員協会）
	● 保険業協会やPLセンター等も業界団体のADRなので、事業者間だけに留まらず、トラブルが消費生活センター等で解決しない場合の中立的な紛争解決の場となるのであればよいと考えます。 （全国消費生活相談員協会IT研究会）
	● ADR法制定の検討の当初、いち早く立ち上がったのが、情報・通信分野の民間ADRだった。しかし、財政基盤の確保に非常に苦慮なさっており、いまだADR認証の機運にない。 情報・通信分野はごく少数の巨大企業と多くの中小の企業が混在している。このなかで、どのようなADR機関が民間から巣立つか、いまのところ見えない。専門性も必要なので、なんらかの行政支援も視野に入れつつ行政型ADRの検討もしてみたい。 （個人）
	● 相談するADRによって判断が異なるケースが予想され、各々の温度差を軽減すべき施策を未然に準備すべきだと考えています。 （フュージョン・コミュニケーションズ）

	● ① コンテンツプロバイダ等が関わる紛争処理については、コンテンツ事業等の振興の観点からの配慮など多角的な視点での議論も必要であり、電気通信事業法の枠組みだけで紛争処理の仕組みを作ることには疑義がある。 ② アジェンダの設定に当たっては、当該委員会への機能追加の方向ではなく、他の方法も方向性として十分考慮した形とするのが適当である。 (楽天株式会社)
	● (意見の概要) 業界団体等の民間型ADRには、まず入口に消費者の視点に立った相談部門の設置と、ADRに弁護士や、学識経験者、消費者代表等の業界代表ではない、委員を多く登用することが必要です。 (意見及び理由) 業界団体のADRは、消費者から見るとどうしても業界寄りの裁定がされると懸念されます。既に、既存の業界団体のADR機関も、相談部門を設けていますが、どの様な事案がADRの裁定にかかるのかが明確ではありません。今後、電気通信サービス分野で業界団体のADRが検討されるのであれば、必ず消費者の視点で相談を受け、第三者の専門的委員の信頼できる裁定が可能となるADRが望まれます。 (かわさきコンシューマーネット)

4. 苦情処理・相談体制の在り方

	① 総務本省及び総合通信局等とその他の関係機関との連携強化を図るためにどのような施策展開を図ることが望ましいと考えられるか。特に、利用者にとって利用しやすく効果のある苦情処理・相談体制としてはどのような体制が考えられるか。
	● 通信関連では携帯電話などの物品購入契約と通信サービス契約という所管の異なる契約が同時に行われることが多く、問題解決が困難な場合がある。また、電気通信サービスと放送サービスの融合も進んでおり、消費者にとって、分かりやすい、一元的な相談体制が望まれる。また、総務本省及び総合通信局等その他の関係機関との強力な連携も必要である。 (全国消費生活相談員協会) ● 消費者にとっては、やはり消費生活センターが一番身近な相談窓口と考えられます。しかし、消費生活センターがあっても対応されず解決しない場合や、同一事業者の苦情がたくさん入ってくる場合があります。そのような場合に消費生活センターから問い合わせや連携のとれる、総務本省、総合通信局の相談窓口を期待します。 また、海外サイト、ネットショップのトラブルの場合、対応できる窓口がありません。言葉や時間帯が違うことはもちろん、法律や慣習の問題があります。必要に応じ、国、県等で対応できる窓口が必要と考えます。 通信サービスは、通信事業者、ソフトウェア事業者、端末商品等さまざまな事業者が介在し、トラブルが起きたとき、その原因や責任がどこにあるかすぐにはわかりません。新たな通信サービスが提供されるたびに相談が入り、相談員は、まず当該サービスの仕組みや内容、関係する事業者等を調べ、どこにトラブルの原因・責任があるかを検討することになります。相談員の負担を軽減するためにも、新しい通信サービスのその仕組みや内容等を総務省と関係機関との連携のもと、研修会を随時行っていただきたい。 (全国消費生活相談員協会IT研究会) ● (意見の概要) 総務省の電気通信事業者相談センターでは、電気通信事業者に対する相談となっているが、電気通信サービスに関するトラブルは、包括して対応を求められる苦情処理・相談体制が求められます。 (意見及び理由)

	現在、消費生活センターから相談しても、「電気通信事業法に関する問題でないと助言できない、または管轄外」という残念な対応が多いのが現状です。しかし、携帯電話サービスに関するトラブル等は、機器と通信サービスの販売が一体化していて、契約は携帯電話会社が一体で行っています。従って、機器の問題も携帯電話会社が公正、適切に対応しないと、電気通信サービスの問題になると確信します。 端末の機器の問題は、他の省庁にというのでは、問題解決は不可能です。是非、電気通信事業法に係るトラブルに限定することなく、密接不可分な存在である周辺の契約も含めた相談体制の整備を切望します。（かわさきコンシューマーネット）
	● まず、第１に身近にある消費生活センターの苦情・相談体制の充実が考えられるが、ここでの相談のレベルアップ（研修などの充実）のための助力をお願いしたい。 第２に、総務省内にある電気通信消費者相談センターの充実・強化が考えられる。似たような機能をもつものとして、金融庁の金融サービス利用者相談室が存在するが、ここでは、あっせんはできないとしているものの、 ・ 相談者への情報提供・助言 ・ 寄せられた相談情報を活用しての情報提供 ・ 行政処分へ生かす などは道筋としておかれている。 情報を集約するだけでは意味をなさない。解決へ向けての努力、行政処分、政策に生かすなど機能を強化していただきたい。（個人）
	● 総務省や総合通信局に入った相談を、消費者センター等にたらいまわししないようにすべき。 ・ 各センターに入った相談のうち、具体的斡旋できる内容ではなく、通信事業者を行政処分するような法律を作るべきという意見は、総務省や総合通信局を紹介せざるを得ない。紹介できるようなシステムが欲しい。また総務省や総合通信局から消費者センターを案内する場合も、消費者からではなく総務本省等から受け付け可能か問い合わせてもらい、引き継ぐような体制を整えて欲しい。 ☆ 連携できていないことによる問題事例 ・ 時々、総務省に相談したら、消費者センターに相談するよう言われたという相談が入る。また、内閣府を案内され、そこから消費者センターを紹介されたという相談も入った。それらの人たちはたらいまわしされている気分になり、最初からセンターに相談していれば、納得できる結果にも容易に納得せず、相談処理に苦慮する。（個人）
	● ア 総務省が苦情事例について原因等技術的問題や法律解釈等を具体的に解説する「レポート」を作成し、各都道府県の消費生活センターに送付してほしい。 イ 総務省や総合通信局から消費者センターを案内する場合、総務省等から各センターが受け付け可能か問い合わせてもらった上で、相談者を引き継ぐような体制を整えてはどうか。（総務省に連絡したら、内閣府を案内され、そこから更に消費生活センターを紹介されたという相談も入っており、それらの相談者はたらいまわしされた気分になり、結果、容易にセンターの説明に納得せず、相談処理に苦慮する。（個人）
	② 法第２７条では、電気通信事業者に対し、総務省令で定める電気通信役務についての苦情及び問合せについては、適切かつ迅速にこれを処理しなければならないこととされているが、これについて見直すべき事項はあるか。
	● 「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」において事業者の苦情等処理の望ましい在り方が明記されている。しかし消

	費生活センター等の相談現場には「たらい回し」「電話が話中で連絡がつかない」「番号を選択していく音声メッセージでどこに相談したらよいかわからない」「回答が一辺倒できちんとした回答が得られない」「電話による相談がなく、メールの相談だけ」等の苦情が非常に多く、法第27条の「適切かつ迅速に」とは程遠いものである。このガイドラインの実効性を担保するために、各事業者において相談窓口体制の充実と相談担当者の専門性の向上が必須である。 （全国消費生活相談員協会）
	● 相談の多くが「たらい回し」「電話が話中で連絡がつかない」「番号を選択していく音声メッセージでどこに相談したらよいかわからない」「回答が一辺倒できちんとした回答が得られない」「電話による相談がなく、メールの相談だけ」というものが多い。苦情に対して、法第27条の「適切かつ迅速に」とは程遠く、苦情処理体制が整っているとはいえない状況と考えられます。通信は、大多数の人が利用するサービスなので誰でもが簡単に相談できる方策を考えていただきたい。 （全国消費生活相談員協会 I T 研究会）
	●（意見の概要） 電気通信事業者の苦情及び問い合わせ窓口の整備は、まだまだ不十分だと思います。苦情及び問い合わせ窓口の充実と問合せ先の情報提供の徹底が望まれます。 （意見及び理由） 消費生活センターには、通常直接電気通信事業者に問い合わせ、又は申し出をしたらよいと思われる案件も、相談先が分からない、また相談先が繋がらないといった相談が寄せられます。また、相談しても管轄部署を次々と回され、適切な対応がされないという相談が多くあります。特に、プロバイダ等、I T 関連の事業者の電話相談窓口は、恒常的に繋がりにくく、二次クレームとなっているのが現状です。 電気通信サービスに関する契約の問題は、電気通信事業者も個人情報保護の観点から、消費生活センターにも直接対応を拒否されるケースも多く、早急に整備の強化が望まれます。 （かわさきコンシューマーネット）
	● ア 電話で相談できる窓口を各事業者は設置すべきである。 イ 誰にでも同じような処理であることが望ましいが、高齢者や未成年者には特別の配慮が必要である。 ウ 消費生活センターによる問い合わせや斡旋に事業者は誠意を持って応じるべき。 消費者から相談があつてセンターから事業者に連絡を取ろうとしても電話窓口がなかったり、本人から連絡するよにというばかりで消費生活センターによる斡旋を受け付けてもらえないことがある。 （個人）
	● 「適切かつ迅速な処理」についての規定はあるが、肝腎の「解決に努めること」の規定が欠けている。 「説明義務」同様、責任主体が明確でないの、たいがい事業者間をたらいまわしにされるのが現状だ。 （個人）
	● 現在電気通信事業者に該当しないプロバイダやコンテンツ事業者にも、電気通信事業者と同様の説明義務や窓口対応を義務付けるべき。 ☆ プロバイダやコンテンツ事業者に義務付けがないことによる問題事例 ・ホームページでブロードバンド回線の引越しの手続きをした人の相談。引越してから引越し先の工事終了までの期間、メールが届かなくなるとの説明がなく、電話で申し出た人には説明をしているが、ホームページだけでは誤解を招く表記であった。センターからも改善を要望したが、要望があったことを上に伝えるというだけで、早急な改善の確約にいたらなかった。 ● 消費者が料金を払い終わるまで請求根拠の記録を残すことを義務付けるべき。 クレジットなどで、納得がいかなくても引き落とされてしまう場合や、実際に利用者が料金を支払うのが遅れることを考慮した上で、

	十分な猶予を持って記録を消去することが望ましい。交渉中であろうと、事情を考慮せずに一律に記録が消去されることは問題。 ☆ 請求根拠の記録がないことによる問題事例 ・携帯電話の料金について納得がいかず、日中働いていて忙しいので、当該月のみ支払わず交渉しようとし、翌月以降の請求を払えば問題ないと思う人は多いが、相談があって明細を取り寄せるよう助言すると、すでに記録が取り寄せられなくなっていた。 ● 消費者センターによる斡旋の遡上にのることを義務付けるべき。 ☆ プロバイダやコンテンツ事業者に義務付けがないことによる問題事例 ・消費者から相談があってセンターから事業者に連絡を取ろうとしても電話窓口がない。 ・消費者から相談があってセンターから事業者に連絡を取ろうとしても、本人から連絡するようにというばかりで、消費者センターによる斡旋を受け付けてもらえない。 (個人)
	● ア 電話で相談できる窓口を各事業者は設置すべきである。 イ 誰にでも同じような処理であることが望ましいが、高齢者や未成年には特別の配慮が必要である。 ウ 消費生活センターによる問い合わせや斡旋に事業者は誠意を持って応じるべき。 消費者から相談があってセンターから事業者に連絡を取ろうとしても電話窓口がなかったり、本人から連絡するようにというばかりで消費生活センターによる斡旋を受け付けてもらえないことがある。 (個人)
	③ 行政機関と電気通信事業者等が苦情・相談等の情報の共有化を図り、利用者保護のための施策展開を適切かつ迅速に行っていくためには、どのような体制作りが必要であると考えられるか。
	● 各事業者に寄せられた苦情・相談等の情報は行政機関に集約し、共有化を図ることが必要である。さらに、行政機関に集約された情報は関連する他の行政機関とも共有化することが必要である。 (全国消費生活相談員協会) ● 通信サービスには様々な事業者が関与していて、苦情についてどこに相談したらよいか分からない場合があります。通信サービスについて電気通信事業者による説明会等も必要と考えます。個別事業者ではなく、電気通信事業者の協会による定期的な研修会と意見交換会等が苦情・相談の情報の共有化に役立つと考えます。 (全国消費生活相談員協会 I T 研究会) ● 業種（プロバイダー、携帯電話、CATV等）ごとに業界団体に苦情窓口を作り、個別の事業者限りで問題が終わってしまうのではなく、業界団体として苦情を吸い上げ、改善に向けたフィードバックが行われる仕組みを作ってはどうか。 (個人) ● ア 意見交換会を開く。 イ 業種（プロバイダー、携帯電話、CATV等）ごとに業界団体に苦情窓口を作り、個別の事業者限りで問題が終わってしまうのではなく、業界団体として苦情を吸い上げ、改善に向けたフィードバックが行われる仕組みを作りたい。 (個人)
	④ 利用者の苦情処理については上記3の紛争処理機能の在り方と整合的に行うことが必要であるが、この点、どのような面に留意することが必要であると考えられるか。
	● 消費生活センター等の苦情相談窓口で解決困難な案件を民間ADRにおいて紛争処理することが必要である。 (全国消費生活相談員協会) ● 苦情が相談窓口から会社の上部に上がっていく仕組みが必要です。また苦情は個別通信事業者だけでなく、通信事業者全体で共有し同じ苦情が起きないような仕組み作りが必要と考えます。電気通信事業者の協会や事業者によるADR機関に期待します。

	(全国消費生活相談員協会 IT 研究会) ● 相談者をたらいまわしすることのないようにして欲しい。サービスに関する包括的な相談窓口を設け、そこへ相談すれば、相談窓口から各サービス会社へ事実確認をして回答する仕組みにして欲しい。 (個人)
	⑤ 利用者がインターネット等の情報通信サービスを利用する際、何らかの不具合が発生した場合、その原因が端末機器、端末ソフトウェア、通信ネットワーク、アプリケーション（コンテンツ）サーバ等のどの段階で発生しているのか認知することが困難な場合が多い。インターネット等の情報通信サービスの利用においては多層的な協働関係（マルチステークホルダー環境）においてサービスが実現している中、利用者にとっての相談窓口の在り方についてどう考えるか。
	● 引き続き利用者相談窓口は該当サービスの契約先が原則だと考えておりますが、相談内容によって何処に尋ねれば良いか、各社にて分かり易くしていく努力が絶えず必要だと考えています。 (フュージョン・コミュニケーションズ)
	● 電気通信サービスは、通信事業者、ソフトウェア事業者、端末商品等さまざまな事業者が介在し、トラブルが起きたとき、その原因や責任がどこにあるか分からず、消費者にとって、苦情の申し出先を見つけることが困難である。トラブルに会ったとき、まず、一番身近な消費生活センター等の消費生活相談窓口で相談できる体制を徹底していくことが重要である。その上で消費生活センターと総務本省、総合通信局、事業者等との連携を緊密にして適切かつ迅速に問題解決が図られる体制が望まれる。 (全国消費生活相談員協会)
	● どこにトラブルが発生しているかがわからずに相談するため、苦情のたらい回し状態になることがあります。パソコンや携帯のゲームでは、通信の不具合なのか、ソフトの不具合なのかわかりません。また、今後は様々な家電製品にも通信端末が組み込まれると聞いています。苦情がたらい回しにならないためにも関係事業者の協会が集まり、ワンストップで相談が受けられる窓口が求められます。 (全国消費生活相談員協会 IT 研究会)
	● 相談者をたらいまわしすることのないようにして欲しい。サービスに関する包括的な相談窓口を設け、そこへ相談すれば、相談窓口から各サービス会社へ事実確認をして回答する仕組みにして欲しい。 (個人)
	● 消費者側は、どの段階で不具合が発生しているのか見極めることは非常に難しい。多層的な協働関係にあるのはわかるが、責任を明確にし、その場面だけの苦情・相談を担当する体系になると、たらいまわしになるおそれがある。ある程度、総合した形で受け止める方式での相談窓口体制の整備が必要である。 (個人)
	⑥ その他、苦情処理・相談体制の在り方を検討する際に留意すべき事項は何か。
	● 技術が日進月歩の通信分野である。迅速な問題解決が図られるためには、消費生活センター等の相談員に対する研修の機会を多く設け、消費生活相談員のスキルアップのための協力体制が望まれる。 (全国消費生活相談員協会)
	● ア 苦情処理・相談窓口の一本化 イ 電話相談窓口の設置 (個人)
5. 電気通信事業者の市場退出に係る利用者利便の確保・向上の在り方	
	○ 電気通信事業者が市場から退出する際、利用者側から見て確保されるべき措置とこれを円滑に実現するための市場環境整備の在り方に関し、どう考えるべきかについて意見を求める。

	● 市場退出に伴う債権未回収問題から債権保全措置ガイドラインが策定されたことで、NTT東西殿との接続事業者の中には健全に事業運営しているにも関わらず預託金を預けている事業者が存在します。預けた預託金分だけ新規ビジネスへの投資機会が減少し、競争力が落ちていくことにも目を向けてガイドラインのバランスをはかっていくべきだと考えております。 （フュージョン・コミュニケーションズ） ● 通信会社についての相談の中には、全く知らないところから請求書が届いたとか、通帳をみると知らない会社から引き落とされているというのがあります。良く聞いてみると、通信事業者の統合や合併、継承等により会社が変わったのを消費者が覚えていないということが原因になっています。事前に周知を図ることも必要ですが、事後も変更について一定期間表示が必要と考えます。今後は、ADSL から FTTH への移行や携帯電話の 2G3G から 4G への移行もあります。古いサービスを使っている消費者にとっても不利益とならない対応を考えていただきたい。 （全国消費生活相談員協会 IT 研究会） ● 電気通信事業者が市場退出する場合には、利用者が少なくとも 3 ヶ月程度継続利用できるように、政府が政策により利用者支援することを希望します。 同時に、利用者が他の事業者へ支障なく移ることができるように、最大限の配慮をするべきことを提案します。 <理由> 本意見冒頭に述べましたように、利用者利便は、何よりも先ず利用者が安心して継続的な電気通信事業サービスを受けることができることが前提となります。 少し私的な話をさせていただきます。 我が家では、1998 年 1 月に、日本ディレク TV に加入し、衛星波アンテナ及びチューナーを設置しました。 しかし衛星波事業者同士の苛烈な競争の結果、同年秋にディレク TV は日本から事業撤退することとなりました。 この時、スカイパーフェク TV がディレク TV 事業を承継し、メディアコンテンツとしては同じサービスを保持する体制を敷いて下さいました。 また既存加入者に配慮して、無償でスカイパーフェク TV 向けのチューナーを代替工事して頂きました。 この時は、利用者として大変恩義を感じた次第です。 こうした配慮は通信サービスを受ける利用者としては大変貴重なものです。 現在、メディア・通信業界も競争激化で経営が永劫に安泰と言う訳では無いものと忖度します。 そうした場合に、利用者としては、いち早く情報を頂き、次の方策を取ることができるように、ご配慮を頂くことは大変有意義なのであります。 例えば、事業者の経営事情が厳しくなるなどして事業終了する場合には、最大 3 ヶ月間の事業者間接続料金について、事業者が支払いできない部分を政府が弁済することで、他の事業者の連鎖倒産及び他事業者による接続停止によるサービスの突然の停止を防止するなど、政府の予算措置による「セーフティネット」を検討することを提案いたします。 この政策の実施には、他産業の事業者との整合や事業者のモラルハザードといった課題が想定されます。ただし、通信産業は技術革新の変化が激しい産業分野であること、日本のブロードバンドの推進といった国家的要請を実現すること、何より、利用者保護を実現することから、政策実現に向けて検討を進めていただけるよう、お願いいたします。 （個人） ● ア 事業者倒産の場合に利用者が被る損失については致し方ないとも思う。ただし、倒産の際には既存の約束が守られなくなる（例えば、
--	--

	平成電電が電話加入権を最大３６０００円で買い取る約束が反故になった）ことを、契約時にわかりやすく知らせておく必要がある。 イ 事業休止・一部廃止の場合は、利用者には、休廃止の１ヶ月前ではなく、もっと早くに周知すべきである。少なくとも６ヶ月から１年間ぐらいの周知期間を設けて欲しい。他の事業者サービス提供を受けるにも、工事等が必要な場合があり、１ヶ月では継続的なサービス利用ができない可能性が高い。また、周知についてもホームページに掲載すれば済むということではなく、契約者個別に通知を送って欲しい。（個人） ● ア 事業者倒産の場合、利用者が被る損失については致し方ないとも思う。ただし、倒産の際には既存の約束が守られなくなる（例えば、平成電電が電話加入権を最大３６０００円で買い取る約束が反故になった）ことを、契約時にわかりやすく知らせておく必要がある。 イ 事業休止・一部廃止の場合は、利用者には、休廃止の１ヶ月前ではなく、もっと早くに周知すべきである。少なくとも６ヶ月間ぐらいの周知期間を設けて欲しい。他の事業者サービス提供を受けるにも、工事等が必要な場合があり、１ヶ月では継続的なサービス利用ができない可能性が高い。また、周知についてもホームページに掲載すれば済むということではなく、契約者個別に通知を送って欲しい。（個人）
6. その他検討すべき事項	
	○ 上記１～５に限らず、その他、電気通信サービスの利用者利便の確保・向上に向けて検討すべき事項について意見を求める。
	● 電気通信サービスにおける利用者利便の確保・向上に向けた具体的施策への検討に期待しますが、その結果として事業者へ過度な規制を課すこととならないようご配慮をお願い致します。（フュージョン・コミュニケーションズ） ● 現在、１台の端末でインターネットから IP 電話、デジタル放送も見られるといった電気通信サービスと放送サービスの融合が進んでいる。両者を包括した法体系が必要と考える。また、国において検討されている消費者行政推進会議等の報告書の趣旨に沿って柔軟な対応を求める。（全国消費生活相談員協会） ● 2011 年に、テレビは、アナログ放送からデジタル放送に変わりますが、テレビを通信回線につなぐかインターネットにつなげば双方向での利用となります。放送と通信サービスを分けることがだんだん難しくなっているのではないのでしょうか。FTTHやCATVの契約を考えてみても、インターネットもできれば、IP 電話も使え、デジタル放送のテレビも見られます。１台の端末でできてしまうと法律を分けて適用するのは無理が生ずるのではないのでしょうか。放送と通信サービスを包括した法体系が必要と考えます。（全国消費生活相談員協会 IT 研究会） ● この度、開催される「電気通信サービス利用者懇談会」にて、電気通信サービス分野における消費者保護に関する課題に対して、オープンな場で利用者、総務省及びサービス提供事業者等が共通の問題意識の下に検討を行っていくことは非常に有意義なことと考えます。 また、本懇談会を通じて、利用者利便性のより確保と向上がはかられ、電気通信サービス市場の裾野がより一層広がることを期待致します。 本意見書においては、本懇談会に対する当社の考え方を総論として意見を申し述べます。 まず、本懇談会における検討の進め方につきましては、検討をおこなう「電気通信サービス」の範囲を整理する必要があると考えます。 現在のブロードバンドもしくは IP 化された電気通信サービスにおいては、アクセス回線提供事業者やインターネット接続事業者以外の事業者によってもコンテンツサービスや端末上のアプリケーションサービス等、様々な形態でサービスが提供されており、それぞれの形態毎によって今後検証すべき範囲・項目が異なると考えます。

	また、整理する上では、今後新たな提供形態が発生すると想定される MVNO や NGN も視野に含める必要があると考えます。 次に、本懇談会の検討結果を受けて、法制度の改正及びそれに基づくガイドラインの見直し等が実施されていくものと考えます。その際、電気通信サービスに対応する法制度等について、実際に対応する事業者側並びに利用者側の理解が出来るだけ簡易に浸透していくことが重要と考えますので、各法制度及びそれに基づくガイドラインの相互関係が、複雑多岐にならないよう体系的に整理及び集約化が進む観点での検討を実施頂くようお願い致します。 （イー・アクセス、イー・モバイル）
	● 約款を、分かりやすく、シンプルにすべきである。 （個人）
	● 「法制度の確立の前に、利用者・消費者の声を法の垣根を越える形で受け止める体制を総務省内に確立すべきだろう。それらの声が省内で一元化・共有されることが必要である」との強い意見も聞いている。 まず、幅広く、消費者の意見、声なき声をひろう努力をお願いします。 （個人）
	● 消費者センターの相談員が、総務省管轄の法律や苦情に問い合わせると、1つの相談案件で複数箇所に問い合わせる必要があり、効率的でない。消費者庁により1本化されるかどうかは未定であり、総務省内の消費者窓口1本化とセンター対応窓口の創設を検討していただきたい。 検討項目は、規制緩和と事後規制が前提であるが、事業者参入などに関してはそれでも良いが、消費者保護に関しては事前規制を検討していただきたい。 （個人）
	● 利用者意識調査については、あくまでも消費者保護を念頭に置き、実施されたい。 正確に説明しようとするあまりに、約款が厚くなったり、複雑になってしまっては元も子もないので、説明がどうして分からなかったのかの利用者意識調査を丁寧に実施すれば、不必要な契約を勧誘されていることが浮かび上がると思う。意識調査は、自由意見を言う部分を増やして欲しい。 （個人）