

第3回 電気通信サービス利用者WG 議事要旨

- 1 日 時：平成22年12月1日(水) 10:00～12:00
- 2 場 所：総務省 10階 総務省第一会議室
- 3 出席者（敬称略）
 - (1) 構成員
新美 育文（主査）、岸原 孝昌、北 俊一、木村 たま代、桑子 博行、齋藤 雅弘、沢田 登志子、菅 美千世、立石 聡明、築島 幸三郎（代理出席）、角田 真理子、濱谷 規夫、藤原 まり子、松本 恒雄、宮内 良治、若林 亜理砂
<代理出席>
社団法人日本ケーブルテレビ連盟 飯塚 徳之（築島構成員代理）
 - (2) オブザーバ
消費者庁政策調整課長 黒田 岳士
東京都消費生活総合センター相談課長 金子 俊一
 - (3) 総務省
鈴木 信也（消費者行政課課長）、大村 真一（消費者行政課企画官）、松井 正幸（消費者行政課課長補佐）、村田 光由（消費者行政課課長補佐）
- 4 議題
 - (1) 相談事例に対する電気通信事業者の対応状況
 - (2) 構成員からのプレゼンテーション
 - (3) 本WGにおける検討事項に関する消費生活センターへのリアリング結果及び意見募集の結果
 - (2) 自由討議

☆前回会合で紹介された相談事例に対する事業者側の対応状況について、濱谷構成員、立石構成員から資料にもとづき説明。

齋藤構成員：資料2-1（補足資料）別紙2について、サービス開通工事までは一般的にキャンセル可能とのことだが、① サービスの提供がバラエティに富む中で、キャンセルをした場合のキャンセル料の発生有無も事業者によって異なるのか、また、② 電気通信事業法第26条では解約に関することも説明事項となっている

るところ、契約時の実際の説明においては、どのようなものにどのような記載があるのか、実態を伺いたい。③ 資料2-1（補足資料）の「3 利用者への情報提供、啓発活動の在り方について」の中段で「商品の所在を全体的に俯瞰し理解出来るコンテンツが無い点で」とあるが、どのような意味なのか。

濱谷構成員：①について、直収光サービス、ブロードバンドインターネットサービスについては、認識違いもあるかもしれないが、契約解除料が必ず必要という事業者はいない。②について、解約については重要事項の説明、説明書への記載を行っている。ただし、開通工事までにキャンセル可能であることは、モンスタークレーマー対策という意味もあり、積極的には謳っていない。ただし、問い合わせを受けた場合に、どういった事案なのかを伺い、代理店等の対応に問題がある場合には柔軟に対応するという二段構えの運用を行っている。③については、資料2-1（補足資料）別紙3-1にもあるように、例えば2つのレイヤーのサービスを1つのプレイヤーが担っているというような提供形態である場合に、パンフレット等において、当該サービスがどのような形態で提供されているものであるのかという把握ができるようなコンテンツがないのではないかと意味。

齋藤構成員：書かないのはクレーマー対策だとのことだが、特商法よりも長い期間を設けて解約が出来る措置を講じているのであれば、それはやはり説明文章に書くべき。

新美主査：資料2-1（補足資料）別紙3-1のレイヤー図は、こういうものがあれば（サービス構成等を）チェックするのに非常に便利だと思う。また、解約の記載に関する齋藤構成員の主張については私も同感する。モンスタークレーマーは記載しようがしまいが苦情を言ってくる。それを理由に解約のことを書かないというのはいかがなものかと思う。多くの消費者にとってどうあるべきかという視点で考えていくべきではないか。

角田構成員：資料2-1（補足資料）別紙1の相談事例の概括について。事例別に柔軟な対応をとっているとのことであるが、量販店の場合、量販店の社員以外の人がかっこう入っていて、勧誘する人と販売店の関係などが複雑化しており、クレームを言ってもどこに責任の所在があるのかがわかりにくく、それがトラブルの原因になることもある。このような場合の体制について検討されていたりするのか。

濱谷構成員：事業者側から量販店等に対して説明の分かりやすさを向上するには依頼してはいない。セット販売は量販店や代理店の施策であり、人員の調達も量販店等の判断において行っているもの。現状としては、事業者側からモノ申すという体制にはなっていない。

松本構成員：資料2-1（補足資料）別紙3-1の4つの層の問題は非常に重要。紛争が

どこで起こっているのかが分からない状態で解約時にトラブルになり、相談時
もどの部分が問題なのかを解きほぐして対応しなければならないのが現状。そ
こで、2点提案したい。

① 1つの事業者がサービスをセット販売する場合に、4つの層のサービスのど
れを組み合わせ提供して、それぞれの対価はどのようになっているのかが分
かるような表示を標準化するなどすれば、誤解が解かれるのでは。例えば、サ
ービスの組み合わせ（A型、A+B型など）を作り、表示を見ればわかるという
ような仕組みを総務省において行ってはどうか。

② 相談対応の際に、相談員が対応しやすいように、この場合にはこう答えれば
良いとか、こういうことを聞けばよい、書類のどこを見れば良いかなどが分か
るような手引きを作成されたら良いのではないか。

新美主査：非常に具体的な提案があったが、出来るかどうかも含めて今後検討課題として
いければよいと思う。

木村構成員：資料2-1（補足資料）の2頁目に「利用者が電気通信サービスに関する基
本的な知識を得られる様」とあるが、私自身も事業者のホームページを参照し
たりする際に思うのは、やはり企業目線であるということ。利用者がサービス
を利用する際の目線に立った説明にはなっておらず、利用者との対話では一方
通行のまま。工夫が必要かと思う。利用者側も誰と契約したのかどんなサービ
スなのかは分かっているつもりでも、これだけ複雑化するとなかなか分からな
い。事業者側が利用者目線で対応する必要があることを改めて申し上げさせて
いただきたい。

☆ 事務局及び濱谷構成員から電気通信事業法第26条「提供条件の説明」及び各社の重要
事項説明の現状について資料にもとづき説明。

☆ その後、北構成員、岸原構成員から資料にもとづき説明。

新美主査：北構成員、岸原構成員からは「構造的変化が起きつつある中でどう対応してい
るか」という非常に重要な報告があった。

沢田構成員：ご説明いただいた内容については、そのとおりであると思う。二年前の懇談会
においては、各事業者が「連携して解決すべき」と思っていたし、そう発言した
が、そのような段階ではなくなっていると感じる。何を重点的に説明すべきかは、
レイヤー図も大事だが、利用者側から見たときにどう見えるのか、自分がどのよ
うな契約関係にあるのかなど、木村構成員ご指摘のとおり「利用者視点に立って」
分かるようにすることが大事。さらに、消費者に接する販売の現場においては、
これからは、「販売側の責任の範囲で出来るのはここまで、あとは利用者自身で
行って欲しい」と、「何が出来ないのか」ということを強調して説明し、「それが

嫌であれば使わないで」という姿勢も必要。そういった観点で、ユーザーや代理店の選別を行っていく必要があると思う。

藤原構成員：北構成員の説明の中で、「携帯電話は PC と同じレベルにある」とあったが、日本は諸外国と違い、「PC は持っていないが、携帯電話は長い間使っている」という、携帯電話の世界だけで利用してきた人の割合が非常に高いという特徴がある。PC を利用しつつ携帯電話の進化をフォロー出来た人とは違う入口から説明していく必要がある。今後、世界的に「携帯電話さえ持っていれば良い」という人が増えていく中で、両方を知っている人達のための説明では不十分であることも考慮に入れるべき。

新美主査：PC に慣れていない人も利用するようになってきた時、どのようにトランジットさせていくかという指摘があった。これまで、利用環境のコーディネートを事業者側が担っていたが、北構成員、岸原構成員の説明ではその状況が変化しつつあること、また、岸原構成員の説明にあった「新たな公的存在」をどう構築していくかは今後の大きな課題。

木村構成員：利用者層が多様化していく中で、若い方などリテラシーが高まる人は良いが、ある程度年齢層の高い方はこれまでの価値観を変えていくことは非常に難しいこと。これらの方々をどうやってトラブルから救っていくかという視点が欲しい。

桑子構成員：私も、今後は（プレゼンテーションにあるような）この方向になっていくと思う。業界側でも消費生活センターとの連携が重要と考えており、その動きを検討していきたい。対消費者の観点からの検討において、非常に貴重なお話であった。

松本構成員：北構成員の説明資料の 5 頁にある「利用者層の一層の広がり」とはどのような意味か。携帯電話が広く国民に行き渡っている中で、更なる底辺の掘り起こしという趣旨なのか、それとも、従来型の携帯電話を利用していた人が高度な PC に近いものを使うという趣旨か。

北構成員：後者の意味。

若林構成員：最終的には水平分離が進み、誰と契約しているのかが分かるような状況になっていくかと思うが、そこまで行くには何年もかかり、また、色々なユーザーが存在する。PC 的な世界になれば、自ずと「自分は誰と契約しているのか」も分かり、責任分担も明確になるはずである。しかし、プレゼンテーションにもあったように、業として行っている代理店の担当者でさえ難解になっているサービスを、利用者においては尚更分からない訳で、消費者の立場からすれば、それに至るまでの移行期の在り方を考えていって欲しい。

藤原構成員：資料 3-2 に現在の重要事項説明があるが、ソフトバンクモバイルのものを例にすると、「契約解除料が必要な場合がある」と書かれているが、通信会社との契約は賃貸住宅のような一定期間の契約をしているという認識ではなく、あく

まで携帯電話という「物」の契約であるという意識の人が多くは、初めから「解除料が必要である」などを書くのではなく、通信サービスの利用という契約がどのようなものであるのか、物を買った時の保証期間がどうなっているのかなど、分かりやすい説明をされるべきなのではないか。

濱谷構成員：重要事項説明書には、端末について触れている部分もあるが、役務の提供に伴う注意事項やサービス料金をメインに記載しているもの。岸原構成員の説明資料の2頁目にもあるように、通信・端末をワンストップで提供しているがため、通信と端末の線引きが分からない中で、通信サービスの部分のみを説明してきた。今日の議論を聞いて、今後はどこまでが責任の範囲なのかを明確に示すこと、役割分担が重要になってくるのではないかと感じている。

立石構成員：プレゼンテーションの中で、説明すべき事項が増えていっているという指摘があったが、スマートフォンはPCがないと使えないものであり、今後はPCの説明まで代理店・販売店側で対応させられる可能性が高い。契約に関して説明することが非常に多くある中で、この対応まですると破たんすることは目に見えている。

法人契約においては、契約で代理店側にサポートをお願いするようなものもある。一般消費者に対してもこのような対応を考える必要があるのではないか。今後のスマートフォンの導入過程での消費者対応を踏まえると、その対応コストを誰が負担していくのかという問題は起きてくる。ただ、北構成員の説明にもあったとおり、利用者側にどこまでその対価を求めるのかという議論はあるだろう。

新美主査：アメリカにおいても、「説明義務なのか、コンサルティング義務なのか」という議論がある。コンサルティングまで義務付けすることが果たして良いのか。高機能かつ複雑なサービスを普及させる際に、その切り分けは明確にしていく必要があるだろう。通信事業者やコンテンツ事業者に対し、「説明義務」という名のもとでコンサルティングまでさせることはおかしい、ということにもなりかねない。この視点も踏まえて議論をしていく必要がある。

岸原構成員：説明した内容において、「国が中心となって枠組みづくりを」と言ったが、すべてをそれに依存させるものではないことを補足したい。

また、今後の代理店の役割だが、これまでは事業者側に立った説明義務を果たすという意味合いがあったかと思うが、(今後の役割を考える上の) 先行例として、家電製品が該当するかと思う。家電も高機能化して使い方が良く分からないということで、高齢者は、「○○○ショップ」などで、電球の切り替えからビデオの録画方法まで、家電については全てお任せするという選択をするようになってきている。こういったトレンドが通信端末においても出てくるのではないか。「説明は良いから私にあったものを選んでくれ」というオーダーがあった場合に、説明義務を果たしていないから違反だとするのは利用者・事業者双方にとってダメ

リットが出てくると思う。サービスが多様化する中で代理店の立ち位置も変わってくるということも視野に入れるべきではないか。

新美主査：今の場合、代理店は有料でサービスをやることになるのか。

岸原構成員：家電の場合であると、量販店に比べると多少製品自体は割高であるが、そこで利幅を取って、サービスと一体で提供していくということがあるので、利用者からお金を取らなくとも対応できるのかと思う。

新美主査：今でも残っているかは分からないが、アメリカでは（放送の）多チャンネル化を行った際に、「自分はこういう番組が好きだからチャンネルの組み合わせをしてくれ」というコンサルが流行った時期があった。それと同じようなことが携帯電話端末でもあり得るのかとは思ふ。ただし、有料にすべきかどうかは色々な形態があり得て、それを専門とする人達が出てくるのだろう。

☆事務局から消費生活センターへのヒアリング結果及び本 WG における検討課題に関する意見募集の結果について資料にもとづき説明。

新美主査：本取りまとめ結果については、暫定版であり、今後の WG の検討課題としてまた取り上げることとしたい。

全体的に「横ばい」ないし「減少」ということであつたが、事務局としてコメントはあるか。

事務局：二年前の「電気通信サービス利用者懇談会」での提言を踏まえた取組の結果が出ているのではないかと感じる。

松本構成員：議論を聞いていて、水平分離モデルへの移行に伴ない、苦情がどのように変化していくかを考えていた。まず、技術的な高度化に伴ない「使いこなせない、使い方が分からない」という苦情は当然に考えられる。また、サービス契約が輪切りになることで、解約の際に、全部解約したと思つたが解約されていなかったというケースも増えていくだろう。

一方で、「契約の入り口」に関する問題はあまり変わらないのではないか。現在の垂直型モデルにおいても、ハード側、ソフト側ともに「〇〇プラン」という料金設定がされていて良く分からない。今後も代理店の窓口で全て契約出来るということになれば、結局同じ事が起こるはず。

新美主査：スマートフォンの課金はどのように行われるのか。

濱谷構成員：通信サービスの課金はキャリアが行い、この通信サービス上でコンテンツを利用すれば、コンテンツ事業者から課金する。事業者側が回収代行する場合もある。

松本構成員：それは、従来の携帯電話サービスにおいても同様ではないか。

新美主査：スマートフォンにおいては、これまでよりも課金形態が多様化してくるとい

趣旨ではないか。

(以上)