

「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言（案）」  
に対して提出された御意見及びそれらに対する考え方

---

平成 23 年 12 月

「電気通信サービス利用者の利益の確保・向上に関する提言（案）」への意見募集で寄せられた御意見について

○ 意見募集期間：平成 23 年 10 月 29 日 ～ 平成 23 年 11 月 29 日

○ 提出意見総数： 6 件

(1) 個人 2 件

(2) 法人・団体 4 件

| 受付順 | 法人・団体意見提出者              |
|-----|-------------------------|
| 1   | (社) 全国消費生活相談員協会         |
| 2   | (社) 全国消費生活相談員協会 I T 研究会 |
| 3   | 特定非営利活動法人かわさきコンシューマーネット |
| 4   | (社) 日本ケーブルテレビ連盟         |

| 項目         | 頂いた御意見  | 御意見に対する考え方  |
|------------|---|---|
| <b>第2章</b> |   |   |
| 1 (2)      | <p>行政の相談窓口には、通信サービスについて知識の乏しい消費者（特に高齢者）が、セット販売の商品の安さだけに魅かれ、通信サービスの契約に、期間があることの意識がないまま契約しているケースがある。家電量販店等に対しても、通信サービス事業者からの積極的な働きかけで、商品、サービスのセットで販売する時は、特に形の見えないサービスの契約について、消費者が誤認することのないような広告表示を徹底してほしい。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p>   | <p>本提言案に賛成の御意見として承ります。提言案において、セット販売での広告の在り方、適合性の原則に関する配慮等のほか、家電量販店を含む代理店など電気通信事業者以外の主体による広告の在り方について検討し、広告表示自主基準等の見直しを行うことが業界団体に求められています（提言案15頁）。また、広告表示自主基準等を踏まえ、家電量販店を含む代理店においても、自らのサービスについて適切な広告が行われるために必要な取組を実施することが各電気通信事業者に求められています（提言案16頁）。</p>   |
| 1 (3)      | <p>広告表示に関する提言の内容には賛同致しますが、誇大広告に加え、事業者の比較広告に記載される根拠のないデータや、事実と異なる情報の記載についても取組みの強化に加えて頂きたいと考えます。これは、最終的には消費者に誤った情報を提供することになるからです。</p> <p style="text-align: center;">【社団法人日本ケーブルテレビ連盟】</p> <p>「無料」を謳った広告や「割安」「お得」等のメリットを前面に出した広告は、殆どが家電量販店や携帯電話の代理店だと言っても過言ではない。家電量販店や代理店がどのような広告表示をしているのかを把握できるシステムを早急に作る必要がある。その為には、電気通信事業者と代理店、大手家電店等が定期的に連絡会等を開催し、実際の広告（チラシや店頭表示）を確認して、問題がないかを検討するような取組みも必要だと思われる。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p> | <p>本提言案の内容を実施していく際に考慮すべき御意見として承ります。提言案において、利用者視点から、わかりやすい広告表示が行われるようにするために、広告表示自主基準の見直しを行うことが業界団体に求められており（提言案15頁）、広告表示自主基準等を踏まえた対応が各電気通信事業者に求められているところで（提言案16頁）。</p> <p>本提言案の内容を実施していく際に考慮すべき御意見として承ります。提言案において、家電量販店を含む代理店など電気通信事業者以外の主体による広告の在り方について検討し、広告表示自主基準等の見直しを行うことが業界団体に求められています（提言案15頁）。また、広</p> |

| 項目                  | 頂いた御意見   | 御意見に対する考え方   |
|---------------------|--|--|
|                     |  | <p>告表示自主基準等を踏まえ、家電量販店を含む代理店においても、自らのサービスについて適切な広告が行われるために必要な取組を実施することが各電気通信事業者に求められています（提言案16頁）。</p>   |
|                     | <p>「最大〇〇円分ギフト券プレゼント」の広告は、その表示金額が貰えると期待します。しかし実際は表示額の半分以下しか受け取れない場合もあると思われます。「最大」は消費者に過剰な期待を持たせ、フェアではありません。またキャンペーン対象外の機種があり、店舗に出向かないと詳細は分からず、消費者は広告に踊らされます。より適切な広告表示の在り方、およびセット販売の是非を含むさらなる検討が必要ではと思います。</p> <p style="text-align: right;">【個人1】</p> | <p>本提言案に賛成の御意見として承ります。提言案において、「無料商法」や「特典強調」に関する問題について指摘し、メリットを過度に強調した広告の在り方、セット販売での広告の在り方などについて検討し、広告表示自主基準等の見直しを行うことが業界団体に求められています（提言案15頁）。また、広告表示自主基準等を踏まえ、必要な取組を実施することが各電気通信事業者に求められています（提言案16頁）。</p> |
| <p><b>1 (3)</b></p> | <p>広告・表示については、これまでも「無料」「割安」等を謳った問題のある広告・表示に対し行政指導が行われてきました。業界団体による自主的な取組が行われているとしても、電気通信事業法に誇大広告の禁止規定を設け罰則を設けるなど実効性を担保するための制度設計が必要と考えます。</p> <p style="text-align: right;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p>                           | <p>今後に向けた貴重な参考意見として承ります。広告表示に関する業界団体による自主的な取組により一定の効果が見受けられることから、提言案において、業界団体及び各電気通信事業者の取組の状況やその効果を踏まえつつ、必要に応じ制度的対応について検討することが適当とされています（提言案16頁）。</p>   |
| <p><b>2 (3)</b></p> | <p>これらは、全て特定商取引法において、訪問販売や電話勧誘販売の規制がされたところである。</p> <p>①訪問販売や電話勧誘販売に際し、氏名や販売目的の明示。<br/>②勧誘を受ける意思の確認。<br/>③断った消費者に再勧誘の禁止。<br/>④適合性原則の遵守。</p>   | <p>今後に向けた貴重な参考意見として承ります。提言案において、業界団体や各電気通信事業者における対応にもかかわらず、一定期間内に状況が改善されない場合には、電気通信事業法に再勧誘の禁止規定等を設ける等の制度的な対応</p>   |

| 項目 | 頂いた御意見   | 御意見に対する考え方   |
|----|--|--|
|    | <p>特定商取引法において、①～④は明確に法規制がなかったためにトラブルが絶えなかった。そこで平成 20 年度改正で、法規制されたことで、行政の相談件数も若干の減少傾向にある。その反面、特定商取引法の適用除外となった電気通信サービス契約については、相談件数は増加している。もはや業界団体の自主基準の検討ではなく、電気通信事業法において、特定商取引法と同様の法規制が不可欠である。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p>   | <p>について検討することが求められている（提言案 2 1 頁）ところです。</p>   |
|    | <p>電気通信サービス分野については、特定商取引法の適用除外の規定を改正し、速やかに同法の規制対象とすべきである。</p> <p>少なくとも、電気通信事業法等において、特定商取引法の訪問販売、電話勧誘販売並みの法規制を直ちに実施すべきである。</p> <p>（理由）</p> <p>電気通信サービス分野、とりわけインターネットサービス等においては、不招請勧誘を端緒とする誤認惹起的勧誘、勧誘拒否者への繰り返し勧誘（複数の代理店による同趣旨の勧誘を含む）、高齢者等提供役務を容易に使いこなせない者に対する適合性を欠く勧誘等が繰り返されている。</p> <p>しかし、電気通信事業法等の規制法令に消費者保護のための規定がほぼ皆無であり、これら事業者には抗議を行っても、特商法 6 0 条のような申告手段がないためか、誠意ある対応が見られない。</p> <p>また、失礼ながら、監督官庁である総務省においても、事業者の問題ある勧誘等を抑制しようという意思に乏しく、巷間電気通信事業者の不招請勧誘等に対する不満がこれほど多く述べられているにもかかわらず、寡聞にして事業者に対する行政処分の例等をほとんど聞くことはない。</p> <p>そもそも、電気通信事業法が特定商取引法の適用上が意図されているのは、主務官庁が当該分野の特性に応じた適切な規制を行うこと期待されてのことである。電気通信サービス分野におけるクレーム案件が他の分野と比べ極端に少ないというのであればともかく、どんなに控えめに言っても、電気通信分野の電話勧誘販売や訪問販売、通信販売における苦情等は、一般のそれと比べ明らかに少ないとは言いがたい状況である。にもかかわらず、電気通信事業法に消</p> | <p>電気通信事業法において、電気通信サービスの利用者の利益を保護し利用者が安心して適切なサービスを選択し継続して利用することができるように、第 2 6 条に基づき電気通信事業者に対して契約締結時に利用者に対してサービスの料金その他の提供条件の概要を必要事項として説明することが義務づけており、第 2 7 条に基づき電気通信事業者に対して利用者からの苦情・問合せについては適切かつ迅速にこれを処理することを義務づけています。また、これらを受けた「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、関係法令を遵守するための指針を定め、電気通信サービスの利用者利益の確保・向上を図っているところです。さらに、利用者利益の保護及び公共の利益の確保を図る観点から、電気通信事業法第 1 7 2 条に基づき、電気通信役務に関する料金その他の提供条件又は電気通信事業者等の業務の方法に関し、苦情その他の意見のある者は、総務大臣に対して意見の申出を行うことができる制度も導入されています。</p> |

| 項目                        | 頂いた御意見   | 御意見に対する考え方   |
|---------------------------|--|--|
|                           | <p>消費者保護に関する規定が全くといっていいほど存在しないこと自体が異常なのである。このような状況を放置し、未だに自主規制という方法論に拘泥すること自体、前記特商法の適用除外の趣旨に反している。</p> <p>現状は事業者の自主規制に委ねるべき段階を明らかに超えているのであり、不招請勧誘の禁止、誤認惹起的・あるいは被勧誘者を困惑されるような勧誘の禁止やこれら違法な勧誘により行われた契約の取消権の付与、クーリング・オフ権の付与といった直ちに法規制を行うべきである。</p> <p>その場合、主たる被勧誘者は消費者であること、法執行体制がすでに構築されており、迅速が対応が可能であること等から、主務官庁としては消費者庁が適切であり、特定商取引法の規制対象に電気通信契約等を取り込む方法が妥当であると考えます。</p> <p>規制態様についてであるが、本来電話勧誘販売及び訪問販売については、いわゆるオプトイン規制が適切であると考えますが、少なくとも早急に特定商取引法並みの規制を実現すべきである。この点は電気通信事業法等に同趣旨の規定を設ける場合にも同様である。</p> <p style="text-align: right;">【個人2】</p> | <p>また、総務省において、「電気通信消費者相談センター」を設置し、電気通信サービスに関する利用者からの苦情相談を広く受け付けて、行政に反映させる仕組みを設けており、必要に応じて電気通信事業者に問い合わせ、適正な対応を促しています。</p> |
| <p>2 (2)</p> <p>2 (3)</p> | <p>提言で示されている諸課題の根本はこの「勧誘」にあります。消費者と直接相対する「勧誘」での状況が、その後の重要事項説明、解除、苦情に繋がることとなります。</p> <p>最近の状況を俯瞰しますと、消費者の購買行動の変化に伴い、「勧誘」に潜む課題も変化しています。特に電気通信サービスに関する購買行動は、量販店での一括申込により行われているケースが非常に多いことは明らかであります。</p> <p>従いまして、量販店における「勧誘」に起因する問題が原因となっていると考えます。量販店における「勧誘」において、複数のサービスを1枚の契約書に記載し、実際の工事の際にクレームになるケースは後を絶たず、中には「申し込んだ覚えがない」といった声も聞かれます。</p> <p>一方、訪問販売により競合事業者に関する虚偽の説明を行うケースも切がない状況です。これらは全て「代理店」であり、当該代理店に対し適正化を求めても意味がなく、中には2次3次代理店の行為であり、代理店契約の解除で終結させる実態が見られます。</p> <p>つきましては、提言記載の通り、「代理店の行為は電気通信事業者自らの責任である・・・」</p>                      | <p>本提言案に賛成の御意見として承ります。</p>   |

| 項目                  | 頂いた御意見  | 御意見に対する考え方  |
|---------------------|---|---|
|                     | <p>旨について賛同いたしますので、本件について業界団体等を通じた徹底した取組み推進をお願い致します。</p> <p style="text-align: right;">【社団法人日本ケーブルテレビ連盟】</p>   |   |
| <b>第3章</b>          |   |   |
| <p><b>1 (2)</b></p> | <p>相談現場に寄せられるトラブルは、電話勧誘で「2か月無料」「キャンペーン期間でお得」などの説明で、強引に契約したケースが多い。不意打ち性のある電話勧誘では、若者でも契約内容を全て理解しているとは言い難く、契約後必要ではないと思ひ、解約の申し出をしたが手続きができなかったという相談も多い。消費者の申し出を伝えると、電気通信事業者は、契約後の書面で全て規約の記載があると主張されるが、書面を郵送することとで、複雑なサービス契約内容を消費者が理解しているわけではない。</p> <p>今後、複雑化・高度化する通信サービスを、電話勧誘で契約する場合は、電話で契約締結時に、サービスのメリットだけでなく、デメリット（リスク）の内容を具体的により分かり易い説明が必要である。特に「無料期間」がある場合は、無料期間が過ぎた後の料金体系がどの様になるか、解約する時の手続きはどうするか等の説明は不可欠である。</p> <p>その上で、契約書面を郵送した後で、再度電話やメールで、書面の内容について説明することも必要だと思われる。説明時には、契約相手が理解しているかを確認しながら説明できる、担当者の訓練も求められる。</p> <p style="text-align: right;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p> | <p>電気通信事業法第26条に基づき電気通信事業者は契約締結時に利用者に対して提供条件の概要について説明を行う義務が課されており、説明すべき事項の中には、「電気通信役務の提供に関する料金」（電気通信事業法施行規則第22条の2の2第3項第6号）、「契約の変更又は解除に伴う違約金の支払に関する定めがあるときは、その内容」（同規則同条第3項第10号）等が含まれております。また、重要事項の説明の際に書面の交付に代えて電話による説明を行う場合には、説明後遅滞なく、説明事項を記載した書面を交付することが義務づけられています（同規則同条第2項第6号）。</p> <p>本提言案においては、施行規則に基づき電話により重要事項を説明し遅滞なく重要事項説明書を郵送等することに加え、消費者の契約に関する認識に誤認がないかを改めて確認するなど、必要に応じた一層の改善を図ることが各電気通信事業者に求められています（提言案25頁）。また、本提言案において、契約解除の手続については、どのような手続、書類が必要であるか等を利用者が容易に認識できるよう適切な周知を行うことが各電気通信事業者に求められてい</p> |

| 項目    | 頂いた御意見  | 御意見に対する考え方   |
|-------|---|--|
| 1 (3) | <p>電気通信関連サービスはその内容が複雑で、契約に係わる事業者が数社になることも多く、その上キャンペーンサービスなどもあり、ますます複雑になっています。電話勧誘においては、電話だけの説明ですべてのことを十分理解できるとは考えにくいので、電話勧誘後遅滞なく重要事項を記載した書面交付をし、書面を確認しながらの再度の説明を義務付け、その上での契約締結としていただきたい。</p> <p style="text-align: center;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p>   | <p>ます（提言案35頁）。</p> <p>重要事項の説明の際に書面の交付に代えて電話による説明を行う場合には、説明後遅滞なく、説明事項を記載した書面を交付することが義務づけられています（電気通信事業法施行規則第22条の2の2第2項第6号）。</p> <p>本提言案においては、施行規則に基づき電話により重要事項を説明し遅滞なく重要事項説明書を郵送等することに加え、消費者の契約に関する認識に誤認がないかを改めて確認するなど、必要に応じた一層の改善を図ることが各電気通信事業者に求められています（提言案25頁）。</p>                               |
| 2 (3) | <p>2009年のガイドライン改正後も、高齢者が電話勧誘で、内容を理解しないまま電気通信サービスを契約するトラブルが増えている。特に高齢者に対する電話勧誘に際しては、通信サービスの利用状況を確認して、事業者がある程度必要性を判断することも必要である。高齢者の中には、勧誘されるサービスの内容が良く理解できなければ、自分にとって必要か否かも判断できない。直収型電話サービスの勧誘においても、「料金が安くなる」ことだけを説明され契約したけれど、良く考えると、「電話を利用することも少ない生活をしているのでやめたい」という相談もある、ガイドラインの中で、高齢者に対する勧誘に対しては、より具体的にサービスの必要性を確認することが望まれる。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p> | <p>本提言案にもあるように、「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」において電気通信サービスの契約の勧誘・契約締結等にあたり特に高齢者に対して「電気通信サービスの内容・必要性が十分理解されるように十分配慮して説明すること」とされており、十分配慮した対応が求められます。なお、消費者の知識、経験等に照らした説明の方法を制度上義務づけることについては、電気通信事業者には役務提供義務（電気通信事業法第25条第1項及び第2項、第121条）があり正当な理由がなければ電気通信役務の提供を拒んではならないことを前提とした上で、慎重に整理をする必要があると考えます。</p> |

| 項目          | 頂いた御意見  | 御意見に対する考え方  |
|-------------|---|---|
|             | <p>インターネットをほとんど利用しない高齢者がスマートフォンを購入し、扱い方が分からないと消費者センターに相談するケースがあります。機能や仕組みを理解できていない高齢者には、販売を慎重にもしくは自粛することが必要と思います。</p> <p>未成年者が公式サイトで有料コンテンツを購入し高額な請求となったとの相談について。多くの場合利用料は回収代行ですが、有料コンテンツサービスを公式サイトで提供しており、携帯電話事業者にはトラブルのない認証システムの構築を希望します。</p> <p style="text-align: right;">【個人1】</p> | <p>本提言案にもあるように、「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」において電気通信サービスの契約の勧誘・契約締結等にあたり特に高齢者に対して「電気通信サービスの内容・必要性が十分理解されるように十分配慮して説明すること」とされており、十分配慮した対応が求められます。なお、消費者の知識、経験に照らした説明の方法を制度上義務づけることについては、電気通信事業者には役務提供義務（電気通信事業法第25条第1項及び第2項、第121条）があり正当な理由がなければ電気通信役務の提供を拒んではならないことを前提とした上で、慎重に整理をする必要があると考えます。</p> |
|             | <p>携帯電話事業者の公式サイトにおいて、未成年者が有料コンテンツを購入し高額な請求となったとの相談があります。携帯電話事業者は、有料コンテンツサービスを公式サイトで提供していることから、携帯電話事業者においては未成年者契約によるトラブルとならないような認証システムの構築が望まれます。</p> <p style="text-align: right;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p>   | <p>本提言案に賛成の御意見として承ります。</p>  |
| <b>第4章</b>  |   |   |
| <p>1(1)</p> | <p>電話勧誘や訪問販売のような不意打ち性のある勧誘を受け、冷静な判断ができないまま契約に至るのは、特定商取引法の対象となるサービスも、電気通信サービスも同じである。特定商取引法のクーリングオフ制度は、勧誘方法等に問題がない場合も、無条件で解約が可能となる制度で、書面の中にも明記することが義務付けられている。しかし、電気通信サービスが、特定商取引法の適用を受けないことにより、書面の中に解約が可能期間が明記されているわけではない。従って、契約を早期に後悔しても、諦める消費者もいると思われる。</p>                             | <p>本提言案に基づき業界団体は業界全体での統一的な取組として契約解除に係る自主基準等を新たに作成することが必要であり、各電気通信事業者は当該自主基準等を踏まえ契約約款に規定を設け契約時に説明を行うなど適切な対応を行うことが望まれます。提言案において、業界団</p>   |

| 項目                  | 頂いた御意見  | 御意見に対する考え方   |
|---------------------|---|--|
|                     | <p>今後ますます複雑・高度化する電気通信サービスだからこそ、クーリングオフ制度の導入は必要であると思われる。</p> <p>また、クーリングオフ制度だけではなく、特定商取引法と同様の、不実告知や断定的判断の提供、故意の不告知等の取り消し権の民事ルールの検討も望まれる。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p>  | <p>体や各電気通信事業者における対応にもかかわらず、一定期間内に状況が改善されない場合には、クーリングオフ等の民事的な効力を有する規定を設けるなどの制度的な対応を検討することが必要とされています（提言案33頁）。</p>  |
| <p><b>1 (3)</b></p> | <p>FTHは代理店による勧誘が多く勧誘時の問題により工事が終了しサービスが提供されてから説明された契約内容と違ってことに気付く相談もあります。電話勧誘販売や訪問販売は、特定商取引法で規制される販売方法ですが、電気通信サービスは、電気通信事業法によって消費者保護が図られているとして適用除外となっています。しかし、相談はこれらの販売において多く、特定商取引法と同様のクーリング・オフや契約の取消しを電気通信事業法に規定していただきたい。</p> <p>また、電気通信サービスは店頭販売においてもトラブルが発生しています。説明では、つながると言われていたが、自宅がエリア外でつながらない等の問題や、セット販売で必要のない契約をし、解約に際して解約料がかかることを説明されていなかった等があります。このようなトラブルを回避するために不利益事項の説明義務を導入していただきたい。</p> <p style="text-align: center;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p> | <p>本提言案に基づき業界団体は業界全体での統一的な取組として契約解除に係る自主基準等を新たに作成することが必要であり、各電気通信事業者は当該自主基準等を踏まえ契約約款に規定を設け契約時に説明を行うなど適切な対応を行うことが望まれます。業界団体や各電気通信事業者における対応にもかかわらず、一定期間内に状況が改善されない場合には、クーリングオフ等の民事的な効力を有する規定を設けるなどの制度的な対応を検討することが必要とされています（提言案33頁）。</p> <p>電気通信事業法第26条に基づき電気通信事業者は契約締結時に利用者に対して提供条件の説明を行う義務が課されており、説明すべき事項の中には、「提供を受けることができる場所」（電気通信事業法施行規則第22条の2の2第3項第5号）、「契約の変更又は解除に伴う違約金の支払に関する定めがあるときは、その内容」（同条第3項第10号）等が既に含まれております。</p> |
| <p><b>2 (3)</b></p> | <p>解約手続きについて、電話で申しをしようとしたが、電話が繋がらないので手続きができないうという相談も多い。通信サービスの場合、「〇〇日までの解約申し出は当月解約」という解約申し出に期日が決められていることがある。従って、消費者が解約手続きができなかったため</p>  | <p>本提言案において、契約解除の手続については、どのような手続、書類が必要であるか等を利用者が容易に認識できるよう適切な周知を行うこ</p>  |

| 項目                  | 頂いた御意見   | 御意見に対する考え方   |
|---------------------|--|--|
|                     | <p>に、不利益を被るという場合もある。契約変更や解約手続きについては、契約締結時に必ず説明と共に、書面の中に分かり易く記載することや、電話での解約申し出窓口の充実等が必要である。</p> <p style="text-align: center;">【特定非営利法人かわさきコンシューマーネット】</p>  | <p>とが各電気通信事業者に求められています（提言案35頁）。本提言案の内容を実施していく際に考慮すべき御意見として承ります。</p>  |
| <b>第5章</b>          |  |  |
| <p><b>1 (3)</b></p> | <p>消費生活センターには、電子メールで相談しても同じ回答しか得られず問題が解決しないと相談が入ります。電子メールだけでは、苦情内容が伝わらないこともあります。苦情対応を原則電子メールとしても、電話窓口の開設は必要と考えます。</p> <p style="text-align: center;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p>                   | <p>「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」においては電話窓口の開設を原則としています。一方で、電子メールでの相談受付とすることで費用を抑え、安価なサービス提供を可能とするような場合も想定される場所です。いただいた御意見については、今後に向けた貴重な参考意見として承ります。</p>     |
| <b>第6章</b>          |  |  |
| <p><b>1 (3)</b></p> | <p>地方版電気通信支援者連絡会において使用された説明資料、質疑応答や問題点の整理については、各消費生活センターにおいても相談対応において有用な資料と考えられ、定期的な情報提供をお願いしたい。</p> <p style="text-align: center;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT研究会】</p>                                    | <p>本提言案に賛成の御意見として承ります。</p>   |
| <b>第7章</b>          |  |  |
| <p><b>3</b></p>     | <p>18才以下の子供がスマートフォンを使用することで、悪質サイトに誘導されるトラブル増加が懸念されます。そのため学校におけるリテラシー教育が大変重要であり、通信事業者による学校への出張講座の拡充を希望します。生徒・保護者ともに講座を受けることでリテラシー向上につなげ、また通信業界全体においても、引き続き注意喚起・周知啓発が望まれます。</p> <p style="text-align: center;">【個人1】</p> | <p>御指摘のようにリテラシー教育の推進は重要な課題であり、総務省、文部科学省及び通信関連団体等が連携してe-ネットキャラバン等の活動として取り組んでいます。</p> <p>また、総務省において青少年のインターネットリテラシーを計測するための指標、テストを開発・整備するための取組も推進されています。</p> |

| 項目              | 頂いた御意見   | 御意見に対する考え方  |
|-----------------|--|---|
|                 |  | <p>さらに、「安心ネットづくり促進協議会」を中心として、青少年が安全・安心にインターネットを利用出来る環境作りを業界全体で推進しており、スマートフォンに関わる青少年保護の課題についても現在、議論が進められているところです。今後もこのようなリテラシー向上のための取組を官民連携しつつ推進することが重要であると考えられます。</p>   |
| <p><b>3</b></p> | <p>最近のスマートフォンの普及により 18 才以下の子供のためにスマートフォンの契約をする保護者も多い。しかしフィルタリングをはずしての契約も多く悪質サイトに誘導されトラブルになる相談も見られる。子どもたちに対しては学校におけるリテラシー教育が重要であるが、保護者のリテラシー向上がより重要と考えられ、業界団体における注意喚起、周知啓発活動が望まれます。</p> <p style="text-align: center;">【(社)全国消費生活相談員協会】<br/>【(社)全国消費生活相談員協会 IT 研究会】</p> | <p>御指摘のようにリテラシー教育の推進は重要な課題であり、総務省、文部科学省及び通信関連団体等が連携して e-ネットキャラバン等の活動として取り組んでいます。また、総務省において青少年のインターネットリテラシーを計測するための指標、テストを開発・整備するための取組も推進されています。</p> <p>さらに、「安心ネットづくり促進協議会」を中心として、青少年が安全・安心にインターネットを利用出来る環境作りを業界全体で推進しており、スマートフォンに関わる青少年保護の課題についても現在、議論が進められているところです。今後もこのようなリテラシー向上のための取組を官民連携しつつ推進することが重要であると考えられます。</p> |

※頂いた御意見については、原文のまま記載