

スマートフォン時代における  
安心・安全な利用環境の在り方に関するWG 最終とりまとめ(案)

## スマートフォン安心安全強化戦略(案)

第Ⅱ部 スマートフォンサービス等の適正な提供に係る課題への対応

# CS適正化イニシアティブ

～スマートフォン時代の電気通信サービスの適正な提供を通じた消費者保護～

---

平成 25 年 7 月 2 日

### 第1章 電気通信サービスの普及と苦情・相談の状況

- 1 サービス環境の変化
- 2 苦情・相談の状況
- 3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析

### 第2章 電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に向けた取組の現状

- 1 「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」及び取組の進展
- 2 業界団体による自主的取組の進捗状況
- 3 苦情・相談の低減に向けた直近の状況

### 第3章 サービスごとの現状と課題

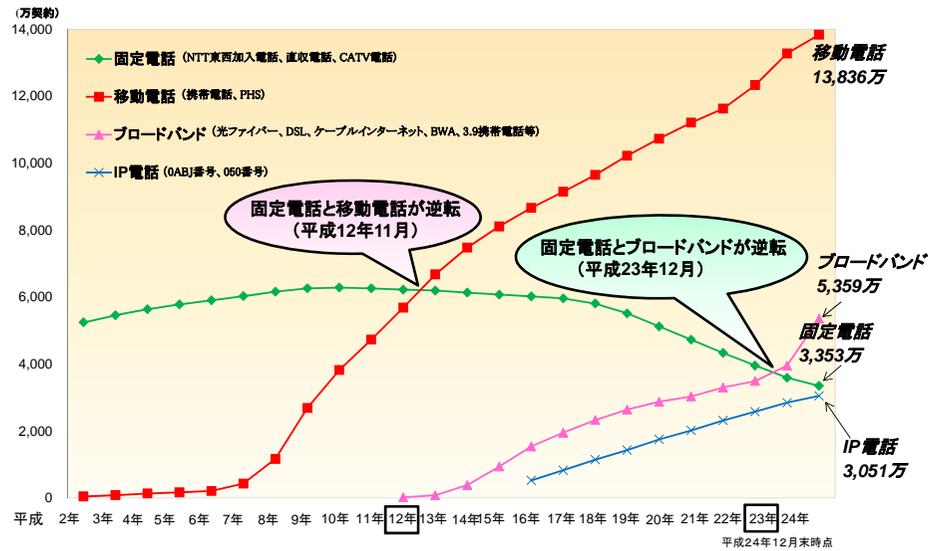
- 1 携帯電話サービスに係る現状と課題
- 2 モバイルデータ通信に係る現状と課題
- 3 光ファイバーに係る現状と課題

### 第4章 今後の方向性

- 1 利用者視点を踏まえたサービス品質・エリア等の表示
- 2 利用者ニーズに応えるサービス設計等の検討
- 3 販売勧誘の在り方の自己点検・確認
- 4 事業者による代理店状況把握と指導の徹底
- 5 適合性の原則への配慮
- 6 代理店連絡会等の設置
- 7 業界団体としてのコールセンターの設置
- 8 消費生活センターとの連携
- 9 利用者リテラシーの向上
- 10 制度的な対応の検討
- 11 新たな取組と自主基準等の継続的な見直し

## 1 サービス環境の変化

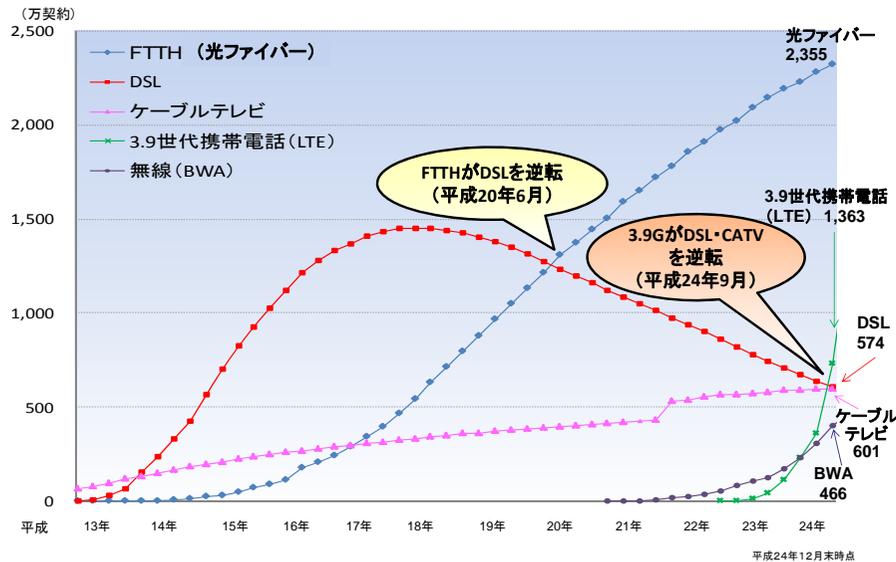
- 10年間（平成13年度末～平成23年度末）で、固定電話契約数は約6割に減少。平成23年12月にはブロードバンドと逆転。
- 10年間（平成13年度末～平成23年度末）で、携帯電話契約数は約2倍に増加。



携帯電話（携帯電話・PHS）サービスは、1億3,836万加入（2012年（平成24年）12月末時点）

※ なお、スマートフォンの普及率は38%程度に達するとの予測（2012年度（平成24年度）末）

- 光ファイバーは、平成20年6月にDSL契約数を超え、平成21年6月には全契約数の50%を突破。

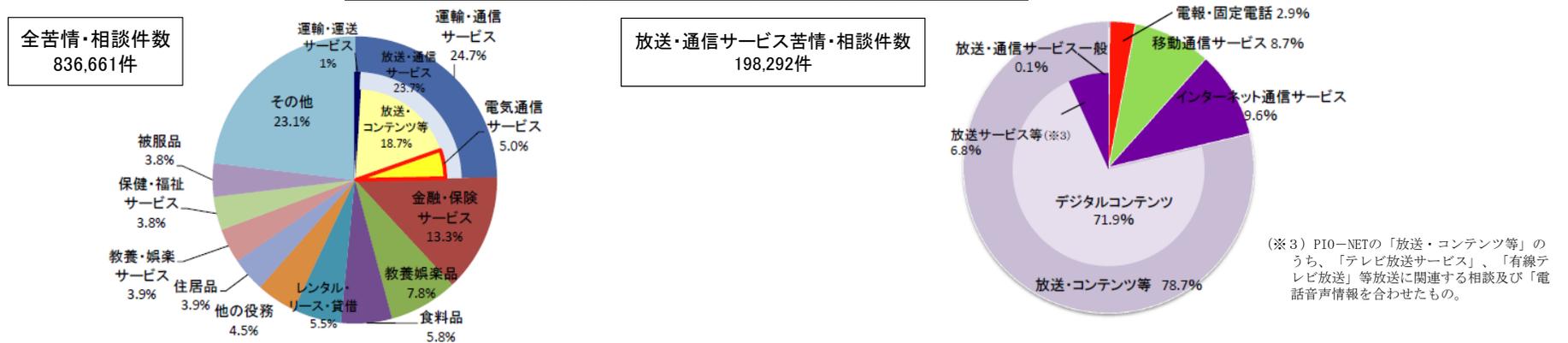


## 2 苦情・相談の状況(1)

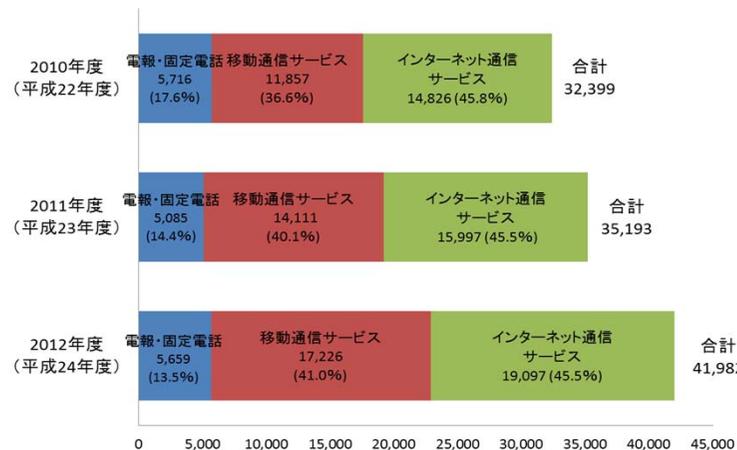
- 全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET※1)における電気通信サービス(※2)に係る苦情・相談は、2012年度(平成24年度)は、41,982件であり、前年度と比べ6,789件(19.3%)増加。
- このうち、「移動通信サービス」(※3)は、前年度と比べ3,115件(22.1%)、「インターネット通信サービス」(※4)は3,100件(19.4%)増加。

(※1) 国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステム。  
 (※2) 「電報・固定電話」と「移動通信サービス」と「インターネット通信サービス」を合わせたもの。  
 (※3) 「携帯電話サービス」及び「モバイルデータ通信」を含む。  
 (※4) 「インターネット通信サービス」には、「インターネット接続回線」が含まれ、さらに「インターネット接続回線」に「光ファイバー」が含まれる。

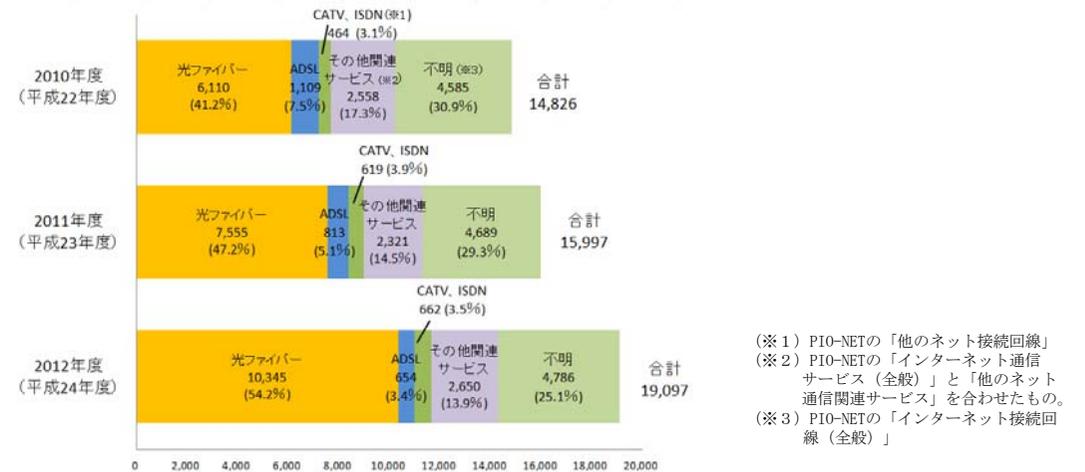
2012年度(平成24年度)PIO-NETにおける苦情・相談の内訳



2012年度(平成24年度)-2010年度(平成22年度)電気通信サービスに係る苦情・相談



2012年度(平成24年度)-2010年度(平成22年度)インターネット通信サービスに係る苦情・相談



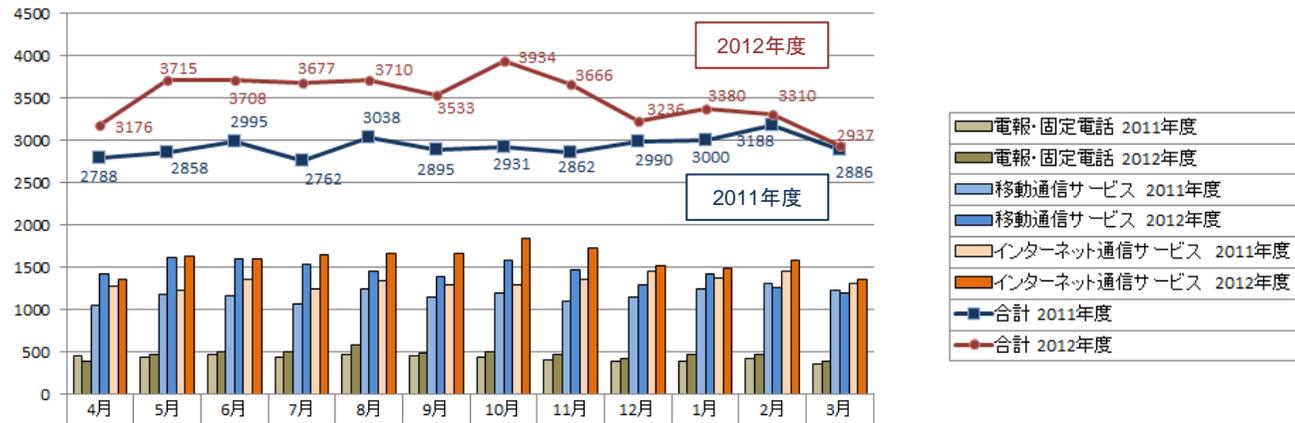
(出典：PIO-NET登録データより作成 ※各年度とも翌年4月30日までの登録分)

## 2 苦情・相談の状況(2)

- 2012年度(平成24年度)の電気通信サービスに係る苦情・相談件数は、年度初めに増加した後、ほぼ横ばいとなり、その後下降傾向となり、年度末時点では、前年度からの増加幅が最も少ない状態。
- 「携帯電話サービス」は、2012年度(平成24年度)後半に減少傾向となり、2月には前年度の件数を下回り改善傾向が見られる状況。
- 「モバイルデータ通信」は、2012年度(平成24年度)は1月までの間は前年度を大きく上回った水準で推移したものの、1月以降はやや減少傾向が見られ、3月時点では前年度をやや上回った水準。
- 「光ファイバー」は、2012年度(平成24年度)は10月まで増加傾向にあり、その後減少傾向。

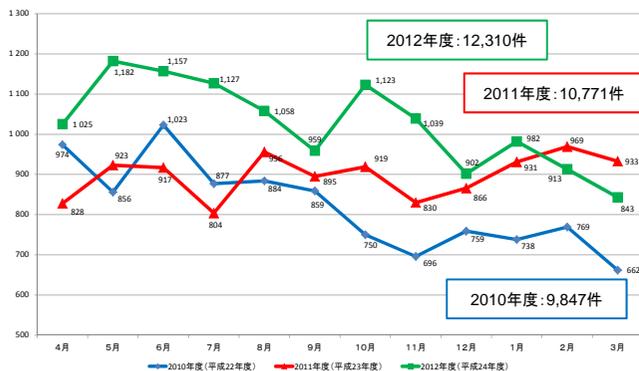
(注) 各年度とも翌年4月30日までのPIO-NET登録データに基づく。苦情・相談の件数は、今後未入力分が登録され、変動する可能性がある。

2012年度(平成24年度)－2011年度(平成23年度)における電気通信サービスに係る苦情・相談件数の推移

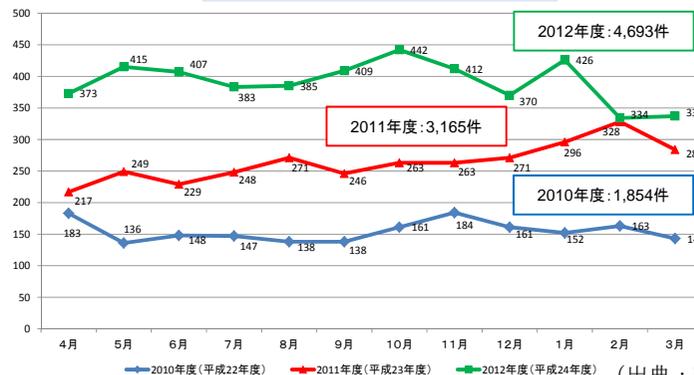


2012年度(平成24年度)－2011年度(平成23年度)におけるサービスごとの苦情・相談件数の推移

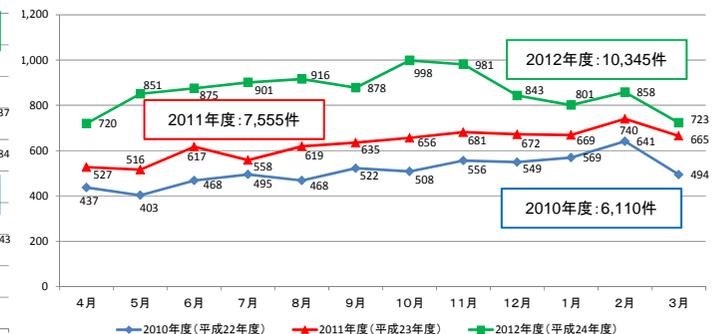
### 「携帯電話サービス」



### 「モバイルデータ通信」



### 「光ファイバー」

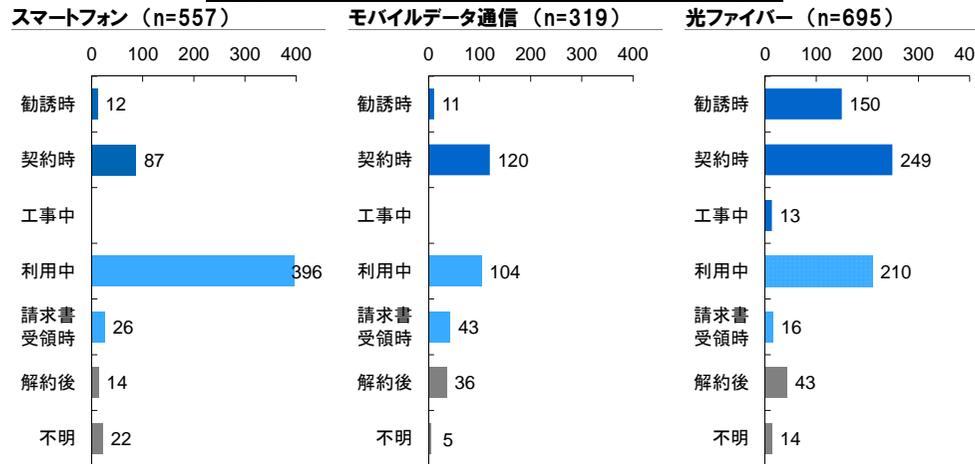


(出典：PIO-NET登録データより作成 ※各年度とも翌年4月30日までの登録分)

## 2 苦情・相談の状況(3)

○ 苦情・相談の発生時期については、「スマートフォン」(※1)の場合、サービスの利用中に寄せられるものが多く、「モバイルデータ通信」は、契約時・利用中のもの、「光ファイバー」は、勧誘時から契約時にかけて寄せられるものが多い。

(※1) PIO-NET分類上の「電話機・電話機用品」のうち「携帯電話」におけるスマートフォンと、「移動通信サービス」のうち「携帯電話サービス」におけるスマートフォンを合計したもの  
 契約・利用ステータスごとの苦情・相談分析(※2)

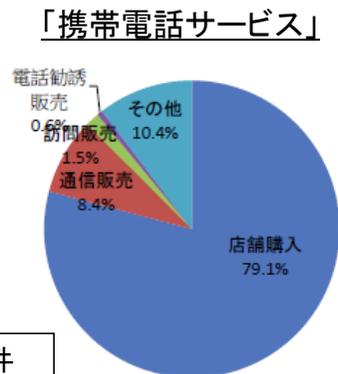


(※2) 第9回WG株式会社野村総合研究所作成資料（構成員限り）から抜粋。PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年3月1日から29日までに受け付けられたもので、2013年4月25日までに登録された以下に関するものを分析。  
 ・スマートフォン 557件  
 ・モバイルデータ通信 319件  
 ・光ファイバ 695件  
 「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。

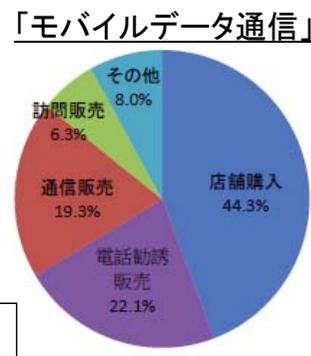
## 3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析(1)

○ 販売購入形態別の内訳としては、前年度と同様の傾向であり、「携帯電話サービス」は店舗購入が最多(79.1%)、「モバイルデータ通信」は、店舗購入(44.3%)に続き、電話勧誘販売(22.1%)、通信販売(19.3%)が多く、「光ファイバー」の場合は、電話勧誘販売(45.9%)、訪問販売(25.6%)となっている。

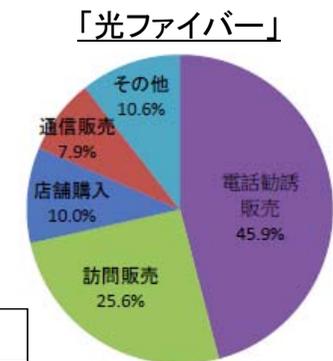
2012年度(平成24年度)販売購入形態別内訳



合計 12,310件



合計 4,693件



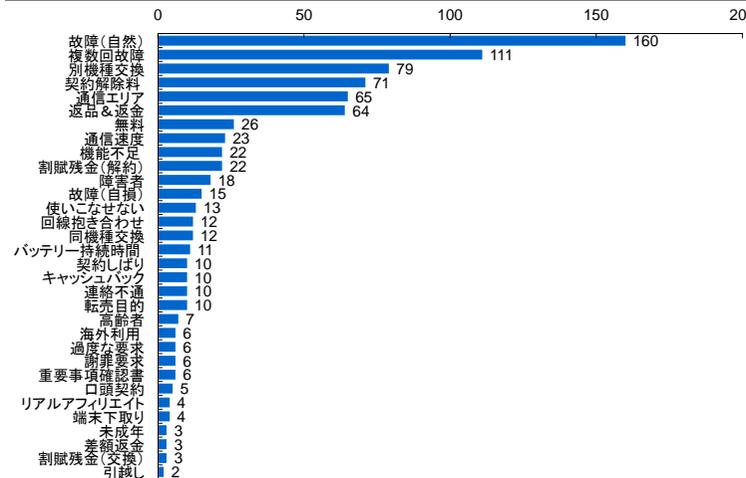
合計 10,345件

※その他は、「マルチ取引」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」、「不明・無関係」、「訪問購入」（平成24年度）を合わせたもの  
 (出典：PIO-NET登録データより作成 ※各年度とも翌年4月30日までの登録分)

## 3 サービスごとの苦情・相談の傾向分析(2)

○「スマートフォン」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、通信サービスに関する苦情・相談としては、「契約解除料」、「通信エリア」、「返品&返金」、「無料」、「通信速度」、「機能不足」、「割賦残金(解約)」等が上位に出現。

「スマートフォン」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)  
キーワード別の苦情・相談件数 (n=557)



(※) 本ページのグラフは第9回WG株式会社野村総合研究所作成資料（構成員限り）から抜粋。PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年3月1日から29日までに受け付けられたもので、2013年4月25日までに登録された以下に関するものを分析。

- ・スマートフォン 557件
- ・モバイルデータ通信 319件
- ・光ファイバ 695件

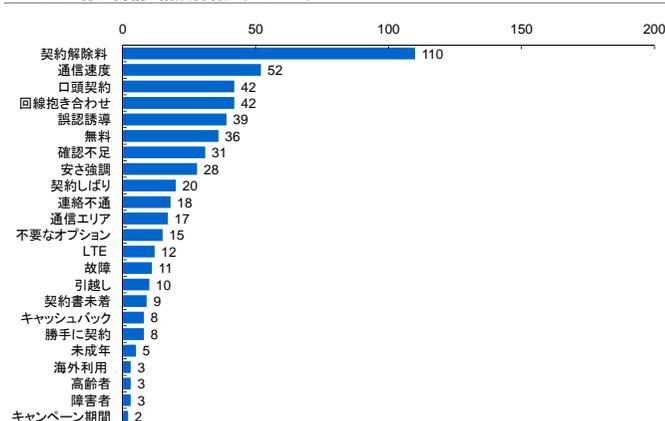
「契約・利用ステータス」及び「キーワード」の集計結果は、本検討のために独自に行った相談事例の精査・集計に基づくものであり、キーワード等も独自に設定。なお、一つの苦情・相談に対して、複数のキーワードを独自に付与。

○「モバイルデータ通信」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、「契約解除料」、「通信速度」、「契約時の口約束」(主として電話勧誘・訪問販売に関するもの)、「抱き合わせ販売」(いわゆるセット販売)等が上位に出現。

○「光ファイバー」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析では、「契約解除料」に関する苦情・相談が多いほか、勧誘の方法に伴うものも多く、「契約解除料」、「安さ強調」、「連絡不通」、「電話による勧誘」、「無料」等が上位に出現。

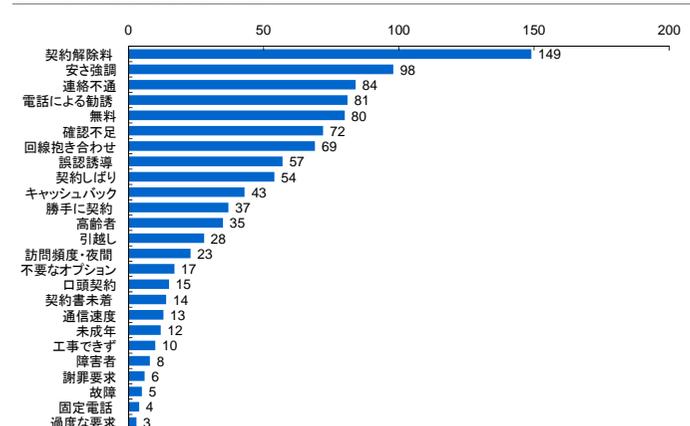
「モバイルデータ通信」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)

キーワード別の苦情・相談件数 (n=319)



「光ファイバー」に係る詳細キーワード別苦情・相談分析(※)

キーワード別の苦情・相談件数 (n=695)



### 1 「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」及び取組の進展

- 2011年(平成23年)12月、「利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に関する研究会」(座長：堀部 政男 一橋大学名誉教授)において、電気通信サービスに係る利用者利益の確保・向上に関する検討が行われ、提言を取りまとめ・公表。
- 提言においては、広告表示、勧誘、重要事項説明、適合性の原則、契約解除に係る問題及び契約解除の手続き面の課題等について方向性が示され、これを受け、総務省や業界団体、各電気通信事業者等において、各種の取組を実施。

### 2 業界団体（電気通信サービス向上推進協議会（※））による自主的取組の進捗状況（1）

#### 広告表示の改善に係る取組

- 2012年(平成24年)4月16日、「広告表示自主基準(7版)」を改定し報道発表・事業者へ周知。主な改定点は次のとおり。
  - ① 電気通信サービスの利用状況や習熟度、年齢等を踏まえた「適合性の原則」に配慮した上で、より分かりやすい説明を行う旨の条文を新設（4条）
  - ② 強調表示に関する条文及び解説を追加（6条）
  - ③ 比較表示に関する解説の盛り込み（7条）
  - ④ 2段階パケット定額プランに関する解説を追加（20条）
  - ⑤ 自主基準の対象とする契約代理店には、家電量販店も含まれることを明記（23条）
- 2013年(平成25年)4月には、特に、移動体通信サービスに関する広告の中に、データ通信サービスの通信速度等に関して、利用者に誤認を与えるおそれがあるとして指摘されていること等を受け、次のような改定が行われたところである。
  - ① 通信速度(特に移動体通信)の表示に関し、サービス提供エリアにより最大通信速度が異なる場合その旨を記載し、**最大通信速度の該当エリアを何らかの方法で消費者にわかるよう記載**（19条）
  - ② 人口カバー率の算出方式等(特に移動体通信)の表示に関し、**算出方法を明記するとともに、将来に渡る人口カバー率(サービスエリア)予定を記載する場合、同一サービスでの現時点での人口カバー率(サービスエリア)を併記**（19条）
  - ③ 端末の通信速度(特に移動体通信)の表示に関し、特にルーター類においてネットワーク側とデバイス側の速度が顕著に異なる場合、**高い通信速度のみを記載しない**（別表9）

(※) 電気通信サービス向上推進協議会：一般社団法人電気通信事業者協会、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟の電気通信4団体で構成され、利用者の利益確保に向けて、広告表示の改善や消費生活相談員への研修、営業活動に関するルール作り等を実施。

## 2 業界団体（電気通信サービス向上推進協議会）による自主的取組の進捗状況（2）

### 勧誘・契約解除の適正化に係る取組

○ 2012年（平成24年）4月16日、電気通信サービス向上推進協議会において、「**電気通信事業者の営業活動に関する自主基準**」を作成

#### 第1章 総則

##### 第1条（目的）

本自主基準は、電気通信事業者の適切かつ健全な事業活動を維持しつつ、利用者の利益を不当に害する勧誘及び契約の締結を防止することにより、利用者の利益の増進及び電気通信事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

##### 第2条（定義）

#### 第2章 事業者等

第3条（氏名等の明示） **勧誘の際は氏名等を明示 事業者名(代理店名)・氏名・勧誘目的を明示**

第4条（利用者への説明） **契約締結時の説明 事業者(代理店)の名称・連絡先・料金・契約変更(解除)の条件等**

##### 第5条（適合性を考慮した説明）

事業者又は代理店は、勧誘や契約の締結にあたり、その電気通信サービスの内容・必要性が理解されるよう、利用者の知識や経験等に配慮した説明を行わなければならない。特に、高齢者や未成年の利用者への説明に際しては、利用者の意向や状況を考慮した分かり易い説明に努めなければならない。

第6条（再勧誘の禁止） **再勧誘の停止 拒否要望があった場合に再勧誘を停止**

事業者又は代理店は、電話による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときは、当面の間、当該利用者に対し電話による勧誘をしてはならない。又、訪問による勧誘を行った場合において、利用者から再勧誘を拒否する旨を示されたときも、当面の間、勧誘を行わないよう努めなければならない。

##### 第7条（禁止行為）

事業者又は代理店は、勧誘に際し、利用者に不実のことを告げ、又は故意に事実を告げない行為をしてはならない。

2 事業者又は代理店は、勧誘に際し、利用者を威迫して困惑させてはならない。

第8条（申込みの撤回） **工事前無償契約解除 FTTH・CATVの回線サービスの工事前無償契約解除を実施**

事業者は、利用者からの申込みの撤回等（契約の解除を含む。）の申出を受け付けるものとする。

2 訪問又は電話による勧誘の誤認防止を目的として、事業者は、当該申出に係る電気通信サービスが回線敷設工事前の場合は、原則その利用者に係る料金及び経費の支払いを求めないものとする。なお、本条に規定する電気通信サービスは、FTTH サービス及びCATVインターネット接続サービスをいう。

##### 第9条（問合せ及び苦情の処理）

第10条（代理店指導） **代理店監督 勧誘状況の把握・管理、勧誘適正化に向けた指導推進**

#### 第3章 協議会

##### 第11条（自主基準の遵守）

本自主基準の遵守に資するため、電気通信サービス向上推進協議会は、自主基準実施状況を、電気通信関連4団体に対して適宜調査を行う。

##### 第12条（本自主基準の改定）

### 3 苦情・相談の低減に向けた直近の状況

#### - 総務省における対応 -

##### 業界団体及び主な電気通信事業者への要請

- 電気通信サービス向上推進協議会及び4団体に対し、それぞれ書面により、会員企業に対し、自主基準の周知及び遵守の徹底、販売勧誘適正化に向けた取組の推進を促すよう要請
- 主な移動通信サービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化及び期間拘束のある契約の契約解除期間に関する分かりやすい通知導入の検討等を書面により要請
- 主なFTTHサービス提供事業者に対し、代理店等を含む自主基準の遵守及び販売勧誘適正化を書面により要請

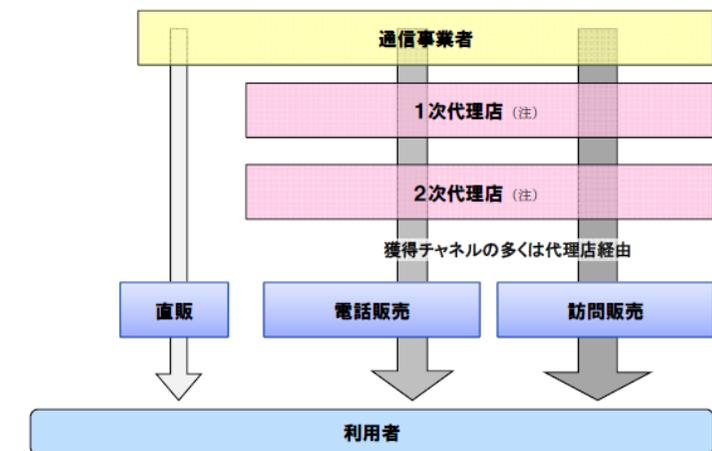
##### 主な大手販売代理店等への要請

- 特に電話勧誘販売等で苦情・相談事例の多い大手販売代理店等に対し、書面等により、傘下の二次代理店の指導徹底や書面交付等の業務プロセスの見直し等の改善を要請

#### - 事業者における対応 -

- 代理店からサンキューレターの送付・改善等の取組が進展。
- 取組を利用者利益の確保に着実につなげるためには、利用者の苦情・相談を随時分析した上で、取組状況の進捗状況や新たな課題について現状を把握し、今後の対応を検討していくことが不可欠（PDCAサイクル）

（参考）一般的な代理店の構造（例）



（注）代理店となっているのは、ISP、量販店のほか、専門の電話販売代理店、訪問販売代理店など  
 ※ 株式会社野村総合研究所作成資料による。

## 1. 「携帯電話サービス」

### ● サービス品質・提供エリア等の表示について

#### （通信速度）

- ・データ通信サービスの最大通信速度と実効速度の乖離については、カタログやホームページ上にて、最大通信速度（ベストエフォート）とは実際の通信速度を示すものではなく、「ベストエフォート型サービス」のため、回線の混雑状況や通信環境などにより、通信速度が低下、または通信できなくなる等、案内が行われている。
- ・他方で、一定の条件下で民間事業者が計測した実測値や、会員や利用者が参加した通信速度の実測値などによれば、多くの利用者が最大通信速度（ベストエフォート）と実測値の間に一定の乖離がある状況が指摘されている。

#### （人口カバー率）

- ・広告表示自主基準等においては、計測手法を説明することや、将来に渡る予定を記載する場合、現時点での人口カバー率を併記することとされている。現状、実際には人口カバー率は、事業者によって異なる算出方法が用いられている。
- ・一方、いずれがより実感に近い算出方法なのか、利用者視点からは容易に判別することができない上、異なる事業者のサービスを、同じ基準で比較することが困難とも指摘されている。

### ● 料金プランについて

- ・事業者において、多様なニーズへ対応する一方で、分かりやすさとバランスを取る工夫も行われている。他方で、ベースとなる料金プランに加え、一定期間の契約継続を条件とする割引サービス等のオプションとの組み合わせとなっているため、依然として複雑で理解が難しいとも指摘される。
- ・加えて、端末購入と通信サービスの契約の区別が不明瞭となっており、支払うべき料金の全体像が分かりづらく、端末購入に相当する割賦代金と通信サービス両方を含む請求額が、認識以上に高額となってしまう、苦情・相談につながる事例も指摘されている。

### ● 期間拘束・自動更新付契約について

- ・「解約月があるなら事前に通知してほしい」「自動更新は聞いていない」との苦情・相談も寄せられている。
- ・携帯電話事業者各社が、申込制、あるいは全員あてに送付する月々の請求額のお知らせにおいて、利用者に対するプッシュ型の通知として、更新時期のお知らせの実施を開始、あるいはお知らせをする方向で対応が進められている。
- ・他方、プッシュ型の通知の文面を、より分かりやすい記載とすべきとの指摘があるほか、幅広く希望者に届くよう対応することが課題となっている。

### ● 高額請求等に関する注意喚起

- ・海外渡航や、3G回線とWi-Fiの切替に関するもの等の思わぬ高額請求に関する注意喚起は、契約時の重要事項説明時にも注意喚起が行われているが、一層効果的な注意喚起の方策等を実施していくことが課題となっている。

### 2. 「モバイルデータ通信」

● サービス品質・提供エリア等の表示について（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

● 料金プランについて（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

・セット販売について、契約内容全体を分かりやすく説明し、利用者が正しく理解できるための取組強化の必要性が指摘されている。

● 不適切な話法の是正について

・事業者において、代理店監査の強化等を通じた、不適切な話法の是正が行われる一方、依然、「光ファイバーよりも必ず速くなる」等の不適切な話法による勧誘に起因する苦情・相談も寄せられている。指導の徹底及び適合性の原則に沿った対応の強化の必要性が指摘されている。

● 解約に関するルール

・電波が入りづらい等、ワイヤレスサービスの特性に係る理由で解約を希望する場合等があることから、購入後、短期間での解約に係るルールを設け、利用者に明確に案内するなどの取組強化の必要性も指摘されている。

### 3. 「光ファイバー」

● 販売・勧誘方法

（執拗な電話勧誘・訪問販売の禁止）

・同一のサービスについて、複数の異なる代理店等から執拗に電話勧誘が行われる、といった事例が指摘される。「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」において再勧誘の禁止がうたわれているが、末端の代理店までを含めた取組状況の確認・徹底が求められる。

（不適切な話法の是正）

・勧誘目的であることを伝えない等の事例が依然として多く寄せられており、法令及び業界自主基準の遵守の徹底の必要性が指摘されている。

（書面交付の徹底）

・電話勧誘時には、①申込み内容の確認、②連絡先の伝達、③工事前無償解約等の必要事項を確認した上で、サンキューレターを送付するよう業務プロセスの見直しが行われ、運用されている。

（高齢者勧誘）

・事業者によっては、高齢者の勧誘にあたっては、同居する家族等の承諾も得ることや勧誘チェックシートを用いて漏れのない確認・必要事項の伝達を行う等の取組も行われている。他方で、適合性の原則への配慮を欠いた事例も寄せられており、更なる取組の必要性が指摘されている。

● 期間拘束・自動更新付契約について（「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

● 料金プランとその説明について（初期工事費の分割払いについて、「携帯電話サービス」と類似の苦情・相談が、セット販売について、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

## 1 利用者視点を踏まえたサービス品質・エリア等の表示

- 主要各国の動向も踏まえ、広告や営業勧誘の際に示されるサービス品質・エリア等の表示が必ずしも実態を踏まえている現状ではなく、また事業者あるいはメディア等により、独自の調査結果が公表される等しており、利用者が適切にサービスを選択しづらく、利用者利便を損なうおそれも高まっている。

## 2 利用者のニーズに応えるサービス設計等の検討

### （料金プラン）

- 分かりやすさ・選びやすさを重視しシンプル化した料金プランの提供も行われている一方、依然としてオプション・端末割賦の料金との区別等、分かり易い説明が求められている。

### （期間拘束・自動更新付契約）

- 更新時期を認識しないまま、自動更新され、解約トラブルとなった事例が多く寄せられている。

### （利用者に分かりやすいサービス設計）

- 高度化・多様化・複雑化する通信サービス・料金プラン等を背景とし、誰でも利用できるようなシンプルな端末やサービスメニューの検討等、利用者の声・実情を踏まえたサービス設計を望む声がある。

## 3 販売勧誘の在り方の自己点検・確認

- 電気通信サービスが高度化・多様化・複雑化し、様々な新規サービスの投入による顧客獲得を目指した競争が激化するとともに、ワイヤレス・ブロードバンドの進展に伴う有線サービスと無線サービスの競合等も進展している。

## 4 事業者による代理店状況把握と指導の徹底

- 特に「光ファイバー」の電話勧誘関連の苦情・相談が多いことから、傘下の代理店の状況把握と指導の徹底について、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」を含め、業界全体として引き続き対策の強化を行う必要がある。

## 5 適合性の原則への配慮

- 電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化に伴い、利用者が十分に理解しないまま契約を行い、トラブルとなる事例が高齢者等を対象に多く見られる。

- 広告表示や販売勧誘において、利用者が正確な情報に基づき契約が可能となる環境を整備する。
- 具体的には、実効速度の計測及び広告表示への活用が行われている諸外国等の国際動向を参照しつつ、利用者に分かりやすく情報提供する方策について、**広告表示等において実測値を表示・併記することも含め、所要の検討を進める。**

### （料金プラン）

- 契約割賦代金やオプション料金を明確に区別した上で、月額利用料見込みを示す取組の推進等、**分かりやすい料金プランの説明の実施を徹底する。**

### （期間拘束・自動更新付契約）

- 契約段階で分かりやすい説明を尽くすとともに、更新時期をお知らせする**プッシュ型通知の導入及び普及を推進するとともに、幅広く希望者に届く方策を検討する。**

### （利用者に分かりやすいサービス設計）

- 消費者の意見を聞きつつ、高齢者をはじめ、様々なリテラシーの利用者にとって**容易に分かりやすいシンプルなサービスメニュー等**についても検討していくことが望まれる。

- 市場動向の変化を踏まえ、電気通信事業者において、**営業・販売目標値が高すぎることで無理な販売勧誘活動を招いていないか確認する。**また、市場の動向と顧客ニーズの実情を踏まえ、**望ましい販売勧誘の在り方を自己点検する。**

- 二次以下の代理店も電気通信事業者と一次代理店が一体となって指導を徹底するとともに、**対応が行き届かないことがないよう、適正な代理店以外とは契約せず、インセンティブも支払わないこと等を徹底する体制を推進することが求められる。**
- **書面交付の徹底、サービス内容等を分かりやすく説明し、利用者の意思を確実に確認する仕組みを構築する。**

- 利用者利益の保護のために常に踏まえるべき原則であり、利用者の①知識・経験等に基づく判断能力、②経済的負担及び③サービス利用の目的あるいは意向を考慮することが必要である。
- サービス提供のあらゆるフェーズにおける**実効性確保が必要である。**

## 6 代理店連絡会等の設置

- 代理店は、様々な事業者のサービスをセットで販売することも多い。事業者が悪質な代理店に対して、ペナルティを課しても、当該代理店が、他の大手代理店の傘下へ移動し、活動を継続する可能性も高い。

- 個別の事業者や代理店のみでは解決できない課題が顕在化していることから、事業者及び代理店間で情報共有ができる場を設け、自主基準の遵守徹底、具体的な苦情・相談の削減に向けた取組、悪質な代理店への対処等に係るルール作り等を行う。

## 7 業界団体としてのコールセンターの設置

- 電気通信事業は、市場規模が拡大し、国民の生活に密接に関わるとともに、サービスが高度化・複雑化し、苦情・相談も増加傾向にある中、業界を挙げての取組が要請されている。

- 業界としての責務を果たしていくとの姿勢で、直接的に利用者からの苦情・相談状況を把握し、透明性を確保しつつ、適切な対応を行い、業界全体としての消費者保護に係る取組の底上げをはかるため、業界共通の消費者対応窓口の設置を検討する。

## 8 消費生活センターとの連携

- 国民生活センターの電子掲示板等を通じた情報提供、消費生活センターの相談員向けの講習会への講師派遣等の取組を継続し、両者の連携が引き続き図られている。

- 引き続き、各種チャネルを通じて、密な情報交換・要望の交換等を行い、両者の連携強化を図ることが望ましい。

## 9 利用者リテラシーの向上

- 複雑化・多様化・高度化する電気通信サービスの現状に鑑み、利用者リテラシーの向上が期待される。また、利用者の側において注意すべきことについても留意が必要である。

- 抜本的なサービスメニューや対応を具体化し対応するほか、利用者への注意喚起やリテラシー向上に向けた周知啓発や教育機会の充実を図っていくことが必要である。
- 利用者においても、最低限必要な対応を行うことにより、契約内容等について自ら理解するよう努めることが必要である。

## 10 制度的な対応の検討

- 業界団体における自主基準等に基づく取組にも関わらず、苦情・相談が劇的な減少を見るには至らなかった。このため、利用者からの苦情・相談の件数が依然多い傾向にあり、従来の延長線上にある取組のみでは十分ではない。

- 利用者からの苦情・相談件数が高止まり傾向にあることから、従来の延長線上にある自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に着手すべきである。

## 11 新たな取組と自主基準等の継続的な見直し

- 取組の効果について、継続的な検証を行い、所要の対応を行っていくことが必要である。

- 提言される具体的な取組を推進し、苦情・相談を減らす努力を継続する必要がある。
- 各社ごとに、苦情・相談件数等を把握し速やかにPDCAサイクルを通じて改善対応可能な体制を整えとともに、業界全体の取組状況を定期的に把握し、自主基準の見直し等も含めて検討することが望ましい。