

# 消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG 中間取りまとめ(案) 概要

消費者保護ルールの見直し・充実  
通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

2014年(平成26年)7月14日  
ICTサービス安心・安全研究会

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

## 中間取りまとめ(案)の概要

1. 「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」において、「スマートフォン安心安全強化戦略」が取りまとめられ、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として、「CS適正化イニシアティブ」が示された(平成25年9月)。
2. 同イニシアティブに基づき、電気通信サービス向上推進協議会、業界団体、個別の関係電気通信事業者等は、自主的な取組をさらに強化し、苦情・相談の削減に努めているものの、依然、その件数は増加。
3. このような状況を受け、本研究会は、消費者保護ルールの見直し・充実等の直面する課題への対応について、より専門的な観点から、ワーキンググループを設置し、検討を重ねてきた。
4. ワーキンググループは、本年2月からこれまでに、2回の関係団体・事業者のヒアリングを含め、計7回の検討を行ってきた。また、消費者保護ルールと密接に関連性を有する通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等についても、検討すべき課題として指摘する意見が多く寄せられたことを踏まえ、アドホック会合を2回開催し、検討を行った。
5. こうしたワーキンググループの検討結果をもとに、中間とりまとめ(案)の議論を本年6月30日に行った。中間取りまとめ(案)においては、消費者保護ルールの見直し・充実等に向け、電気通信事業法をはじめとする関連法令の改正等、制度規律による実効性の確保を含め、具体的な制度設計を行うことが適当である旨を提言している。

会合	開催日	主な議題
WG第1回	平成26年 2月28日	消費者保護ルールの現状と課題 ・ICTサービス安心・安全(消費者保護ルール)に関する現状 ・電気通信事業法における消費者保護ルールの見直し・充実に関する要望 【プレゼンテーション】 ・電気通信サービス向上推進協議会「CS適正化イニシアティブの提言」等に関する業界の取組みについて
WG第2回	平成26年 3月20日	消費者保護ルールの見直し・充実 【プレゼンテーション】 ・独立行政法人国民生活センター「よく分からないまま契約していませんか? インターネット、携帯電話等の電気通信サービスに関する勧誘トラブルにご注意!」 ・(株)野村総合研究所「PIO-NETに登録された消費生活相談情報の傾向分析」 ・北構成員「主要検討項目について」 ・央戸構成員「消費者保護ルールの見直し・充実に関するWGにおける検討に関する意見」 ・海外事例(クーリングオフ) ・原田構成員「試用期間としてのクーリング・オフ」についてのメモ
WG第3回	平成26年 4月17日	消費者保護ルールの見直し・充実 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等 【ヒアリング】 ・公益社団法人全国消費生活相談員協会 ・東日本電信電話株式会社 ・西日本電信電話株式会社 ・株式会社NTTドコモ ・KDDI株式会社 ・ソフトバンクモバイル株式会社 ・イー・アクセス株式会社 ・株式会社ティーガイア ・一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会

会合	開催日	主な議題
WG 第4回	平成26年 4月24日	消費者保護ルールの見直し・充実 【ヒアリング】 ・株式会社ジュピターテレコム ・一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 ・UQコミュニケーションズ株式会社 【個別論点議論】 ・電気通信役務の提供に係る契約のクーリングオフについて(論点整理)
アドホック会合 第1回	平成26年 5月20日	通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等 ・通信サービスの料金その他の提供条件の現状
アドホック会合 第2回	平成26年 5月26日	通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等 ・通信サービスの料金その他の提供条件について(論点整理)
WG 第5回	平成26年 6月4日	消費者保護ルールの見直し・充実 ・消費者保護ルールの見直し・充実について(論点整理)
WG 第6回	平成26年 6月16日	消費者保護ルールの見直し・充実 ・苦情・相談処理体制の在り方について(論点整理) ・前回会合を踏まえた論点整理の追加・修正 ・電気通信事業法における消費者保護ルールの見直し・充実に関する要望
WG 第7回	平成26年 6月30日	消費者保護ルールの見直し・充実 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等 ・中間とりまとめ(案)について

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

# 全苦情・相談件数及び電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度) 6

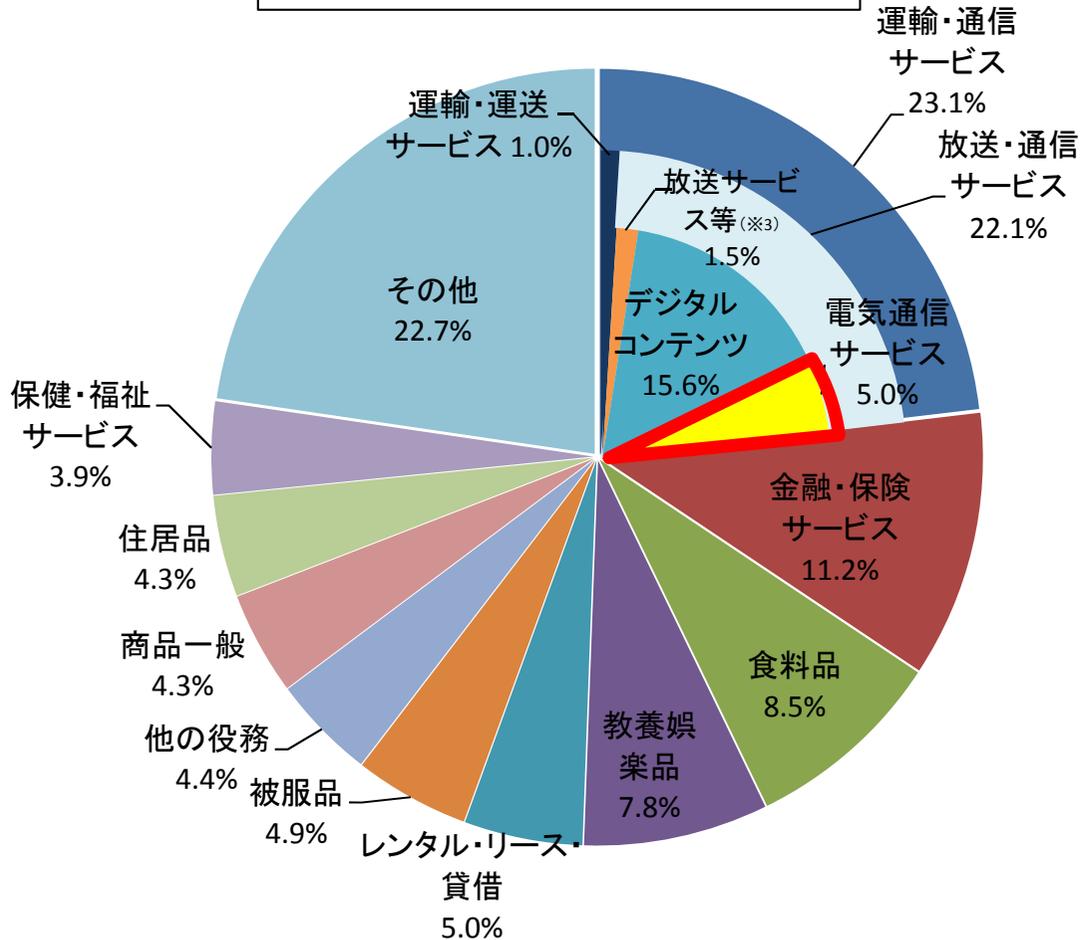
○ PIO-NET<sup>(※1)</sup> に登録された2013年度(平成25年度)の全苦情・相談件数は924,998件。

○ うち、電気通信サービス<sup>(※2)</sup>に係る苦情・相談件数は46,409件で全体の5.0%

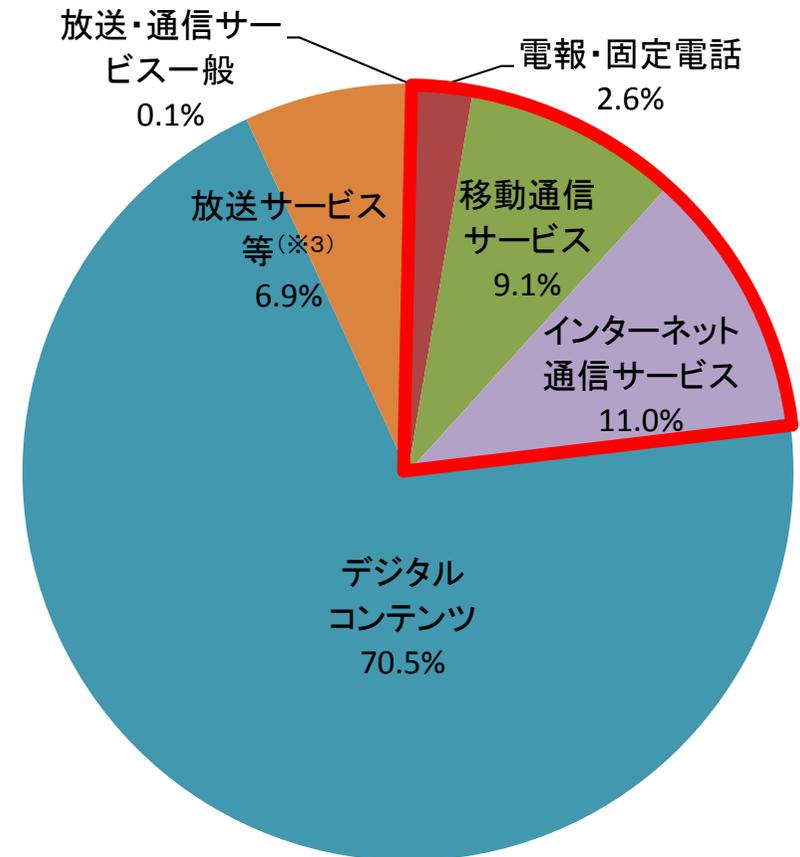
(※1) 全国消費生活情報ネットワーク・システム。国民生活センターと全国の消費生活センター等をネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報(消費生活相談情報)の収集を行っているシステム。

(※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。

全苦情・相談(924,998件)の内訳



放送・通信サービス苦情・相談(204,874件)の内訳



(※3) 「テレビ放送サービス」、「有線テレビ放送」等放送に関連する相談及び「電話音声情報」を合わせたもの。

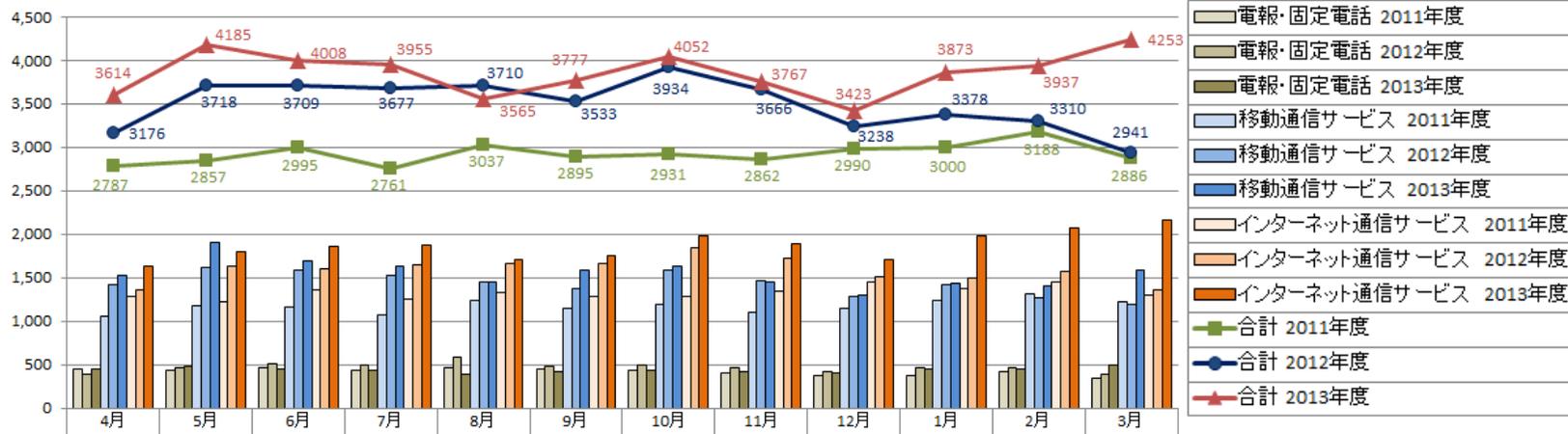
(出典) PIO-NET 登録データより作成 ※2014年4月30日までの登録分

# 電気通信サービスの普及と苦情・相談の状況(平成25年度)

- 2013年度(平成25年度)の電気通信サービスに係る苦情・相談件数は、年度当初から増加し、8月に前年度をやや下回ったが、その後は増加傾向が続き、合計で46,409件(10.5%増加)となっている。
- 「携帯電話サービス」は、年度当初から急増し、11月・12月が前年度をやや下回ったが、その後は増加しており、合計13,309件(8.0%増加)となっている。
- 「モバイルデータ通信」は、年度当初から増加し、8・9月が前年度をやや下回ったが、その後は増加しており、合計5,058件(7.7%増加)となっている。
- 「光ファイバー」は、年度当初から増加し、7月以降、前年度と同水準で推移したが、12月以降は急増しており、合計11,349件(9.7%増加)となっている。

(注) 各年度翌年4月30日までのPIO-NET登録分(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。)

### 2013年度(平成25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



### 2013年度(平成25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」



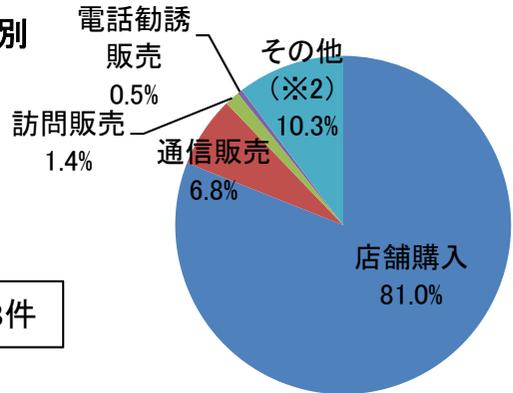
※各年度とも翌年4月30日までのPIO-NET登録分

# 「携帯電話サービス」等の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様の傾向であり、店舗購入が最多(81.0%)。
- 苦情・相談内容は、前年度に比べ解約関連が増加し、契約時等の説明不足、高価格・料金等に関するものなども依然として多い。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 通信エリア、通信速度、電波状態や広告等、サービス品質の分かりにくさに関するもの
  - 「実質0円」等の無料強調、回線抱き合わせ、不要なオプション等、販売勧誘活動や契約時の説明に関するもの
  - 高齢者、未成年、障がい者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - キャッシュバック、料金の支払い等、販売奨励金や料金に関するもの

## 苦情・相談の概要

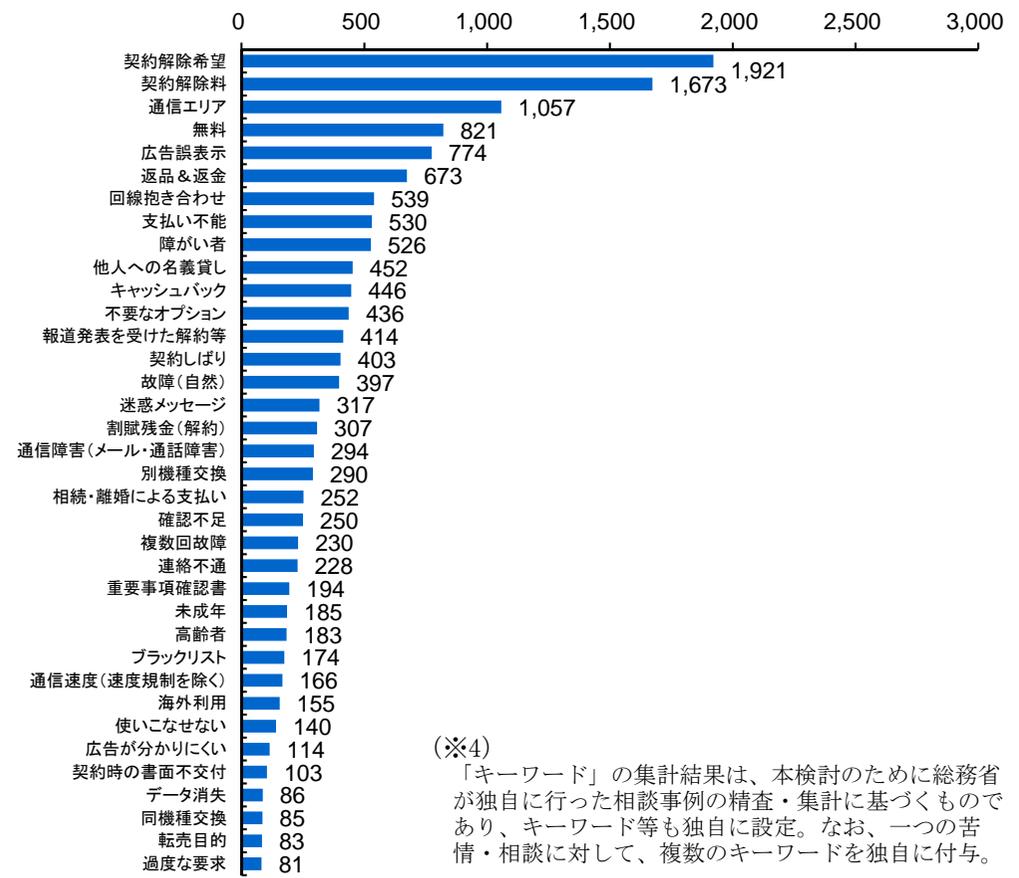
### 販売購入形態別



合計 10,133件

(※2)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」を合わせたもの

## 詳細キーワード別苦情・相談分析(※4)



(※4) 「キーワード」の集計結果は、本検討のために総務省が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。

## 内容別

(※3)内容等キーワードは、複数回答項目

上位	内容等キーワード(※3)	付与数	前年度との比較
1	解約全般	3,226	2位から△
2	説明不足	2,704	1位から▼
3	高価格・料金	1,754	-
4	解約料	1,697	-
5	クレーム処理	1,382	-
6	他の接客対応	1,222	7位から△
7	契約	1,220	6位から▼
8	契約書・書面全般	1,084	-
9	虚偽説明	857	14位から△
10	返金	787	12位から△

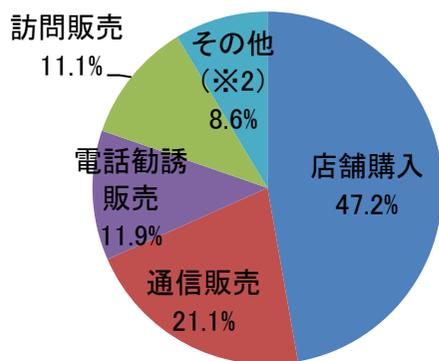
(※1) 出典：PIO-NET (※) 登録データより作成。2013年(平成25年)4月1日～翌年1月31日受付、2014年(平成26年)1月31日までの登録分。

(※) 国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンライン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(消費生活相談情報)の収集を行っているシステムのこと。

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様に店舗購入(47.2%)が最も多いが、次いで通信販売(21.1%)が多くなっており、前年度に比べ電話勧誘販売(11.9%)の割合が減少した。
- 苦情・相談内容は、前年度と同様に解約関連、契約時等の説明不足に関するものなどが多いが、電話勧誘に関するものが減少。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - 料金の安さ・「実質0円」等無料の強調、電話勧誘、訪問販売、不要なオプション、回線抱き合わせ等、販売勧誘活動や契約時の説明に関するもの
  - 通信エリア、通信速度等、サービス品質の分かりにくさに関するもの
  - 高齢者、未成年、障がい者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの

## 苦情・相談の概要

### 販売購入形態別



合計 3,745件

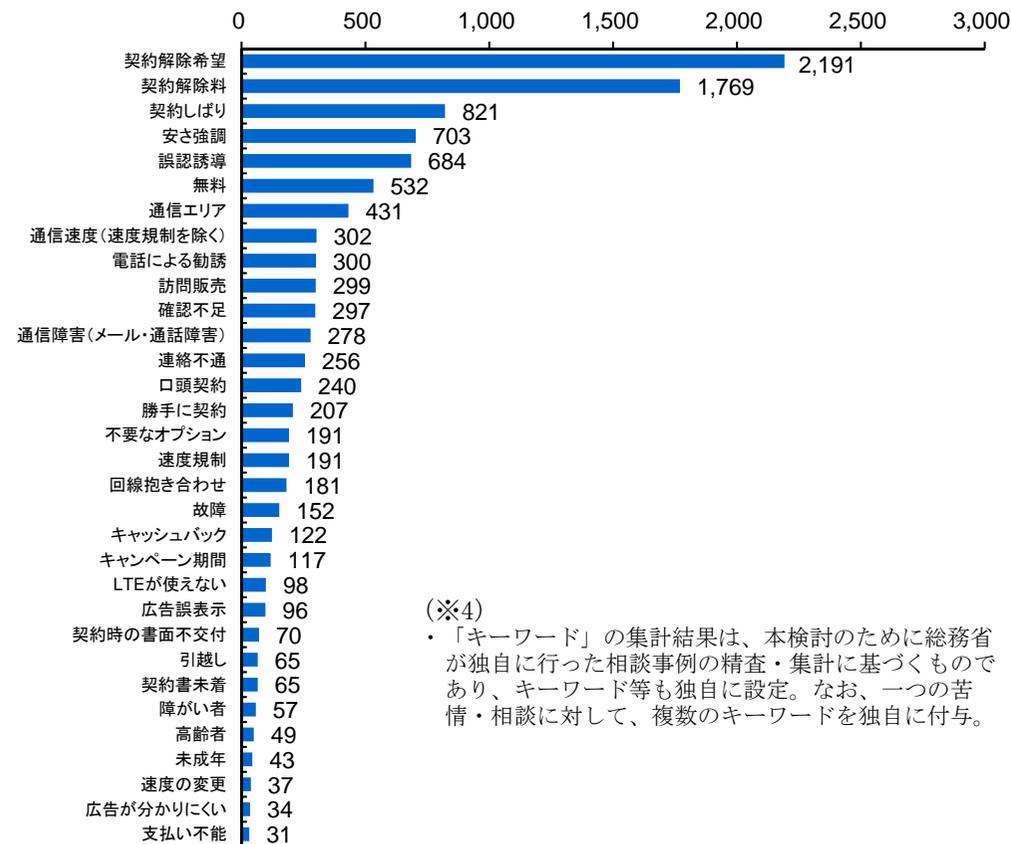
(※2)その他は、「マルチ取引」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」、「不明・無関係」、「訪問購入」を合わせたもの

### 内容別

(※3)内容等キーワードは、複数回答項目

上位	内容等キーワード <sup>(※3)</sup>	付与数	前年度との比較
1	解約全般	2,072	-
2	解約料	1,418	-
3	説明不足	1,316	-
4	虚偽説明	521	5位から△
5	契約書・書面全般	458	8位から△
6	電話勧誘	427	4位から▼
7	高価格・料金	412	-
8	インターネット通販	391	13位から△
9	クレーム処理	358	6位から▼
10	無料商法	325	9位から▼

## 詳細キーワード別苦情・相談分析<sup>(※4)</sup>



(※4)「キーワード」の集計結果は、本検討のために総務省が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。

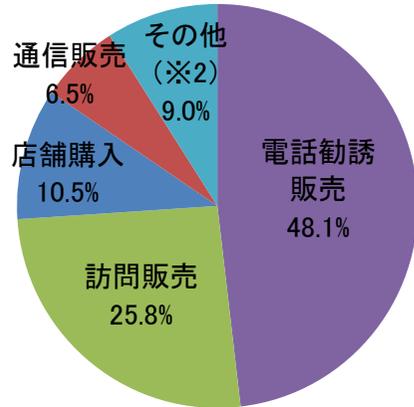
(※1) 出典：PIO-NET登録データより作成。2013年(平成25年)4月1日～翌年1月31日受付、2014年(平成26年)1月31日までの登録分。

# 「光ファイバー」の苦情・相談の状況(※1) (平成25年度)

- 販売購入形態別の内訳は、前年度と同様の傾向であり、電話勧誘販売(48.1%)、訪問販売(25.8%)が多い。
- 苦情・相談内容は、前年度に比べ解約関連のものが増加し、電話勧誘、契約時等の説明不足に関するものも依然として多い。
- 内容を詳細に分析すると、次の内容が多数を占めている。
  - 電話勧誘、訪問販売、回線抱き合わせ等、販売勧誘活動に関するもの
  - 口頭契約、料金の安さ・無料の強調、書面交付等、契約時の説明に関するもの
  - 契約解除料、期間拘束等、期間拘束・自動更新付契約に関するもの
  - 連絡不通、ISP乗換え等、代理店等に関するもの
  - 高齢者への契約時の説明・確認不足等、適合性の原則に関するもの

## 苦情・相談の概要

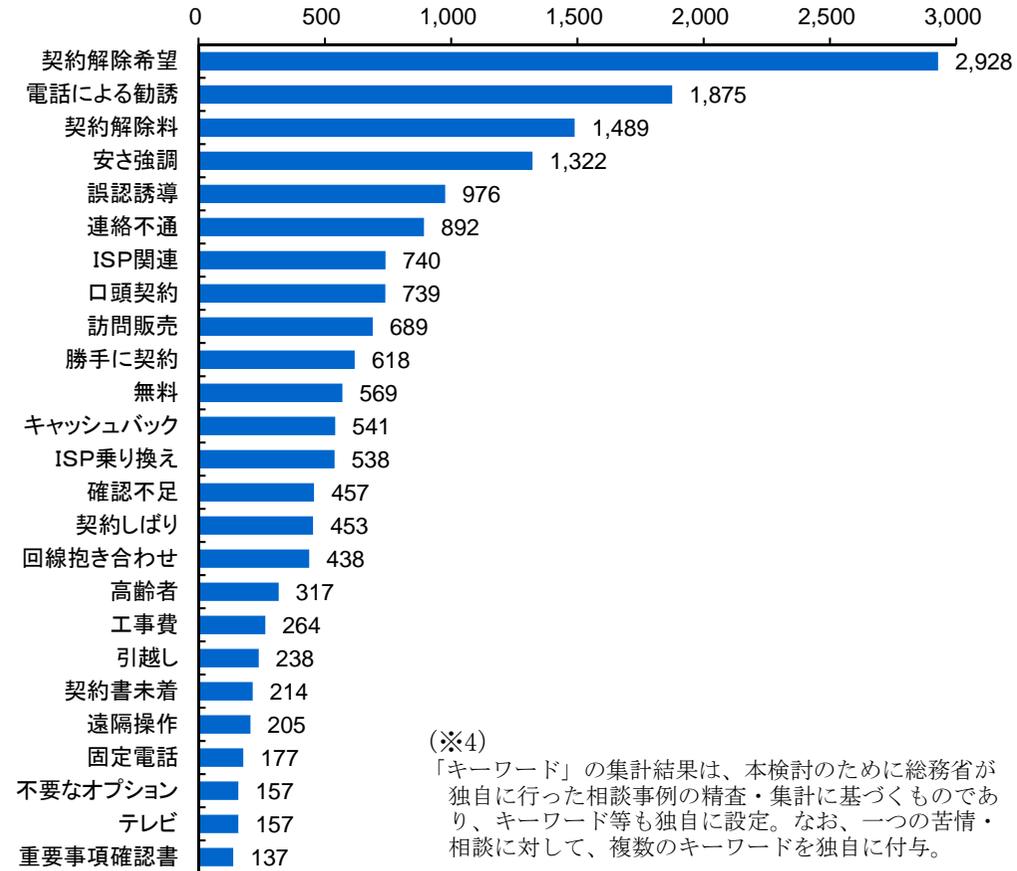
### 販売購入形態別



合計8,106件

(※2)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」を合わせたもの

## 詳細キーワード別苦情・相談分析(※4)



(※4)「キーワード」の集計結果は、本検討のために総務省が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。

### 内容別

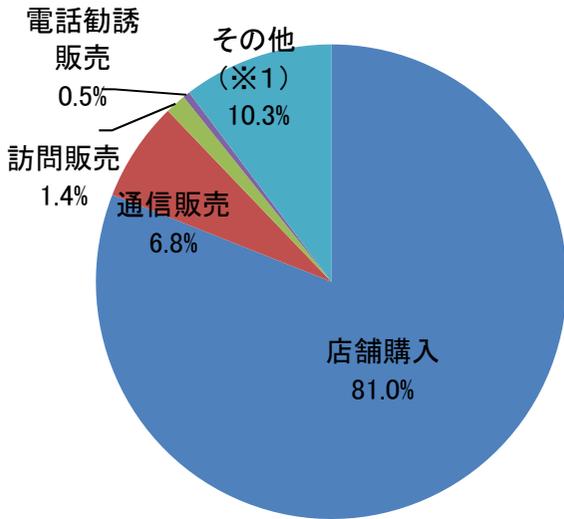
(※3)内容等キーワードは、複数回答項目

上位	内容等キーワード(※3)	付与数	前年度との比較
1	解約全般	3,991	2位から△
2	電話勧誘	3,923	1位から▼
3	説明不足	2,172	-
4	家庭訪販	1,942	-
5	解約料	1,853	-
6	強引	1,316	-
7	虚偽説明	1,222	-
8	契約書・書面全般	1,000	-
9	信用性	967	-
10	契約	850	-

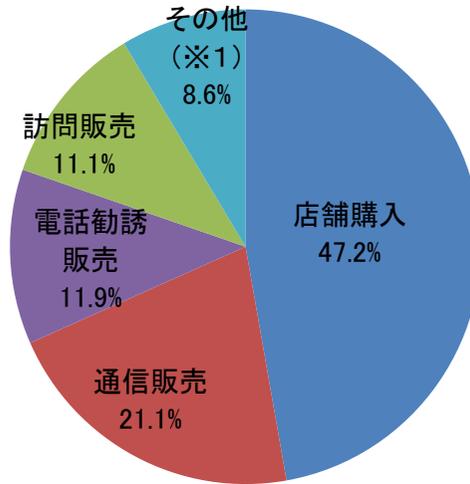
(※1) 出典：PIO-NET登録データより作成。2013年(平成25年)4月1日～翌年1月31日受付、2014年(平成26年)1月31日までの登録分。

## 販売購入形態別

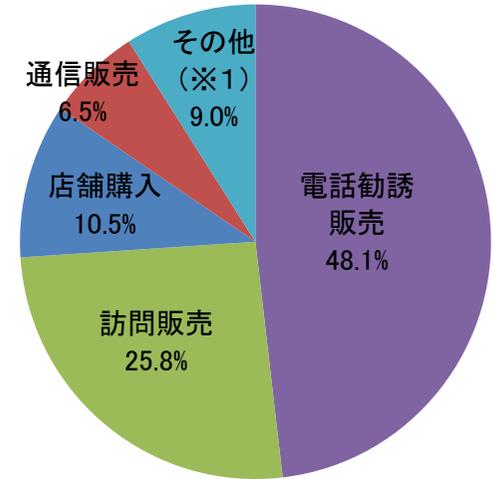
### 携帯電話サービス (n=10,133)



### モバイルデータ通信 (n=3,745)



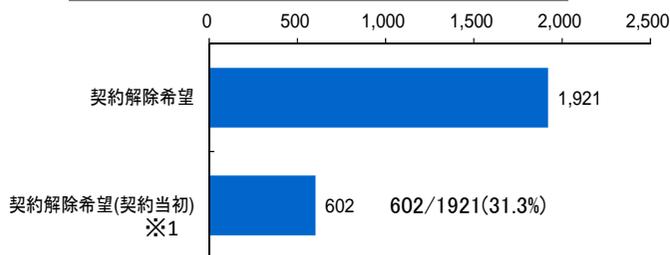
### 光ファイバー (n=8,106)



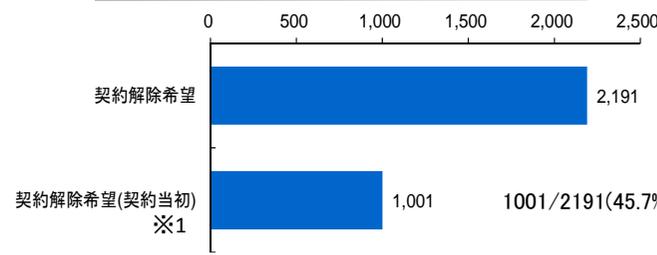
(※1)その他は、「マルチ取引」、「ネガティブ・オプション」、「その他無店舗」、「不明・無関係」、「訪問購入」を合わせたもの

## 契約解除希望の内訳

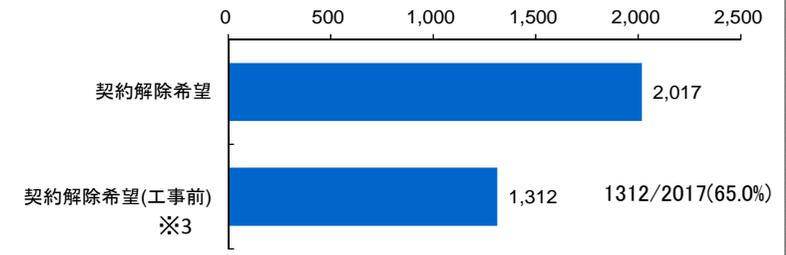
### 携帯電話サービス(n=10,133)



### モバイルデータ通信(n=3,745)



### 光ファイバー(n=5,472)※2



※1 契約してから間もないと推測できる苦情・相談

※2 2013年(平成25年)7月1日~2014年(平成26年)1月31日受付、1月31日登録分

※3 光ファイバーの工事前と推測できる苦情・相談

(注) 総務省からの委託により(株)野村総合研究所が作成。

PIO-NETに登録された苦情・相談のうち、2013年(平成25年)4月1日から2014年(平成26年)1月31日までに受け付けられたもので、2014年(平成26年)1月31日までに登録された「携帯電話サービス」(10,133件)、「モバイルデータ通信」(3,745件)、「光ファイバー」(8,106件)を分析したもの。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
  - 3-1 検討課題
  - 3-2 電気通信サービスの基本的特性
  - 3-3 個別論点
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

## 消費者保護ルールの見直し・充実

- 電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化及び利用者からの苦情・相談の件数が増加している現状を踏まえれば、従来の延長線にある電気通信事業者等及び業界団体によ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すことが必要。
- 具体的には、業界団体未加入事業者の存在や業界団体による自主基準の遵守不徹底や自主基準の作成自体が困難である等の理由により、自主的な取組による効果が十分に挙げられていないと認められる事項について、法的な枠組等による必要な制度・規律の在り方を個別に検討。

## 説明義務等の在り方

- 営業活動に関する自主基準に基づき、自主的な取組が行われているが、高齢者、未成年、障がい者等への説明が不足との苦情・相談が寄せられている。
- 自らが契約した契約の内容や相手方の確認が困難であるとの苦情・相談が寄せられている。
- 広告表示について、通信速度、エリア、サービス等に関する広告が複雑で、利用者から分かりにくいとの苦情・相談が寄せられている。

## 契約関係からの離脱のルールの在り方

- 構成員からは、条件の説明に関する義務違反があった場合には、取消権等の民事効を付与すべきとの指摘がされている。
- 営業活動に関する自主基準に基づき、自主的な取組が行われている（FTTH・CATVの工事前無償解約）が、勧誘形態やサービスによらないクーリングオフ制度が必要との苦情・相談が寄せられている。
- 構成員からは、期間拘束・自動更新付契約について、一律に契約解除料が発生し、解約が実質的に制限されているとの指摘がされている。また、オプションサービスについて、無料期間終了後に有料課金に移行し、使用していないのに課金されているとの指摘がされている。

## 販売勧誘活動の在り方

- 営業活動に関する自主基準に基づき、自主的な取組が行われているが、代理店等による電話による執拗な勧誘や事実とは異なる説明が行われたとの苦情・相談が寄せられている。

## 苦情処理・相談体制の在り方

- 業界団体としてのコールセンター設置の必要性について指摘が行われたが、業界団体の検討においては、個社による自主的な取組を優先し、コールセンター導入は見送りとなっている。
- 構成員からは、消費者がトラブル解決するために、多大な労力が費やされている状況を踏まえ、適格消費者団体による差止め請求や第三者機関による苦情相談・紛争処理解決等が必要ではないか、という指摘がされている。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
  - 3-1 検討課題
  - 3-2 電気通信サービスの基本的特性
  - 3-3 個別論点
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

## □ 電気通信サービスの基本的特性について、利用者の視点からどのように考えるか。

### （前提として）

- 広く国民が利用するサービスであり、日常生活に不可欠なサービスとなっている。
- サービス提供の基礎となる技術が高度かつ複雑であり、技術革新の進展も早い。
- サービスの契約内容が高度化・多様化・複雑化している。

### （販売勧誘形態）

- モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等について、訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性がある販売方法が多くなされている場合や、携帯電話と複数オプションサービスの組合せ等の店舗販売で複雑な販売がなされている場合がある。
- 電気通信事業者が直接勧誘する形態は少なく、多くの場合は代理店が販売勧誘を行い、その構造は複数、多階層となっている。

### （役務提供）

- 光ファイバー、CATV等においては、通常、サービス提供に当たり工事が必要となるが、携帯電話、モバイルデータ通信等においては、工事は要さずに契約後すぐにサービス提供が開始される場合が多い。
- 料金体系等の契約条件が複雑化している（期間拘束・自動更新付契約、オプション契約等）。
- 一つのサービスの利用に複数の事業者が関わっていることが多く、複数の電気通信事業者との契約が必要となる場合がある。
- 通信速度がベストエフォート型であり、また具体的なサービスエリアなど必ずしも個別事例における状況が事前に把握できないため、利用者が契約締結時点でサービスの品質等を理解することには限界があり、実際に利用してみないと契約対象となるサービスの品質等が分からない場合がある。

### （全体として）

- 基本的に、事業者と利用者間の情報の非対称性、交渉力の格差が拡大する傾向にあり、利用者が十分に契約内容や役務の品質を理解して契約することが困難である。情報の非対称性等を埋めるよう、説明の内容を充実させ、説明に要する時間の拡大等の対応が行われているが、他方で、利用者の負担の増加になっており、また、提供条件の説明によっても、なお、サービスの品質等を契約締結時に把握するには一定の限界があるのが実情。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
  - 3-1 検討課題
  - 3-2 電気通信サービスの基本的特性
  - 3-3 個別論点
    - ・説明義務等の在り方
    - ・契約関係からの離脱のルールの在り方
    - ・販売勧誘活動の在り方
    - ・苦情・相談処理体制の在り方
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

## 適合性の原則

### 【背景】

- 提供条件説明が画一的となっており、高齢者、未成年、障がい者等に対し、適切なサービスの選択に資するような分かりやすい説明がされていない、契約の意思確認が不足している等の苦情・相談が寄せられている。他方で、電気通信サービスの契約締結に慣れ、その特性についても理解していると考えられる利用者に対しても、画一的な説明により、説明時間の長時間化を招いている場合もある。



### 【考え方】

- 提供条件の説明の際に利用者の知識、経験、契約目的等に配慮した説明を行わなければならない旨制度化することが適当である。
- その上で、利用者からの希望や知識、経験、契約目的等に応じ、一部説明を不要とすることを可能とすることが適当である。

## 書面交付

### 【背景】

- 電気通信事業者及び代理店は、提供条件の説明の際には、原則書面を用いて説明を行うこととされているが、利用者が実際に選択した個別の契約内容に関する書面の交付が必須とされていないため、利用者が正確な契約内容を契約後に確認することができないといった苦情・相談が寄せられている。
- また、構成員や消費者団体等からは、電気通信サービスの提供に係る契約や同時に契約するオプションサービス等の契約について、契約の相手方が多岐にわたるため、一覧性を持って、契約内容を確認することができないとの指摘があった。



### 【考え方】

- 個々の契約者の電気通信サービスの提供に係る契約内容が記載された書面について、原則紙媒体による交付（利用者からの希望に応じ、電子媒体による交付に代えることも可能）しなければならない旨制度化することが適当である。
- また、オプションサービス等の記載も同一書面に一覧性を持って記載するよう取組を行うことが適当であると考えられる。

## 広告表示

### 【背景】

- 広告表示について、通信速度、エリア、サービス等に関する広告が複雑で、利用者から分かりにくいとの苦情・相談が寄せられている。
- 景品表示法において、①事業者がサービスの品質等の表示に関する事項を適正に管理するために必要な体制の整備等の措置を講ずるとともに、②必要に応じて、各事業を所管する所管大臣に対し、権限の一部（調査権限）を委任することなどを内容とする法改正が行われた。

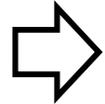


### 【考え方】

- 事業者団体の自主的取組（第三者機関である広告表示アドバイザー委員会による自主基準遵守のチェック）や電気通信事業法及び景品表示法（景品表示法改正による事業者の表示管理体制強化や総務省に対する調査権限の委任）に基づく法執行により、広告表示等の適正化を図ることが適当である。

## 契約関係からの離脱に関するルール

### 取消し



取消し事由がある場合に、契約の取消しを認めるもの。(効果は遡及効)

(代表的には消費者契約法において規定。(役務の内容・取引条件に関する重要事項の不実告知等))

電気通信役務

「お使いの〇〇サービスは今後廃止されます」等のこれから契約しようとする役務の内容・取引条件等ではなく、契約を必要とする背景事情等に関する不実告知がなされる場合もある。

### クーリングオフ



一定期間、無条件での一方的な契約の申込みの撤回又は契約の解除を認めるもの。(効果は遡及効)

(代表的には特定商取引法において規定。)

不意打ち性のある販売方法等に起因する消費者の意思の不安定性

特定商取引法

訪問販売・電話勧誘販売

電気通信役務

光ファイバ、CATV等における訪問販売、電話勧誘販売

商品・役務の複雑性に起因する消費者の不十分な理解

実際に利用しないと役務の品質等が分からない場合があること

特定継続的役務、連鎖販売取引

料金体系等の契約条件の複雑化(契約期間拘束・解約料等)

サービスエリアやベストエフォートなど契約時点で役務の品質が分からない

### 解約



事業者や利用者の責任を問わず、契約からの離脱を認めるもの。(効果は将来効)

(代表的には民法(賃貸借、委任等)、特定商取引法(特定継続的役務の中途解約権)において規定。)

電気通信役務

事業者・利用者の合意により契約の解約が行われているが、料金割引等のために契約期間の拘束がある場合には、契約解除料が発生し、契約の解約が実質的に制限されてしまう場合もある。

## 取消し

### 【背景】

- 消費者契約法や特定商取引法においては、重要事項に関する不実告知や不利益事実の不告知に関する取消権が規定され、また特定商取引法においては「契約の締結を必要とする事情に関する事項」といった契約締結に至る動機に対する不実告知に関する取消権が規定されている。
- 他方で、電気通信事業法は事前に十分な説明がなかったためにトラブルになることが想定される事項を、契約締結前に説明することを義務付けている。



### 【考え方】

- 提供条件の説明が必要とされる事項のうち、利用者の契約の締結の判断に通常影響を及ぼす重要事項について、明確化し、それらの事項に関する不実告知、不利益事実の不告知を禁止するとともに、当該禁止行為違反により、利用者が誤認して契約を行った場合に取消権を付与することが適当である。
- また、契約の締結に至る動機に関する事項についても、不実告知を禁止するとともに、当該禁止行為違反により、利用者が誤認して契約を行った場合に取消権を付与することが適当である。

## クーリングオフ

### 【背景】

- 特定商取引法等において、
    - ① 訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性のある販売方法により契約時点の消費者の契約締結意思が不安定なこと、
    - ② 商品・サービスの複雑性の一方でその誘引力の強さに起因し、消費者が商品・サービスの内容を十分理解しないまま契約締結に至ることを理由として、クーリングオフが導入されているが、特定商取引法におけるクーリングオフは電気通信サービスに適用されないとされている
  - 電気通信サービスについて寄せられる取引形態別の苦情・相談の内訳は、
    - ① 携帯電話サービスは、店舗購入（81.0%）が大部分、
    - ② モバイルデータ通信は、店舗購入（47.2%）、通信販売（21.1%）、電話勧誘販売（11.9%）、
    - ③ 光ファイバーは、電話勧誘（48.1%）、訪問販売（25.8%）、店舗購入（10.5%）
  - 苦情・相談の一番上位に寄せられている契約解除希望のうち、契約当初での解約を希望するものの内訳は、
    - ① 携帯電話サービスは、31.3%、
    - ② モバイルデータ通信は、45.7%、
    - ③ 光ファイバーは、65.0%、
  - 契約当初での解除を希望する理由については、
    - ① モバイルデータ通信、光ファイバー、CATV等について、訪問販売・電話勧誘販売等の不意打ち性のある販売方法が多くなされている場合や、携帯電話等と複数オプションサービスの組合せ等の店舗販売において複雑な販売がなされている場合も多いこと、
    - ② 携帯電話をはじめとする料金体系等の契約条件の複雑化により、契約締結時点での利用者の契約内容の理解が必ずしも十分といえない場合があること、
    - ③ 通信速度がベストエフォート型であり、具体的なサービスエリアなど必ずしも個別事例における状況が事前に把握できないため、利用者が契約締結時点でサービスの品質等を完全に理解することには一定の限界があり、実際に利用してみないと契約対象となるサービスの品質等が分からない場合があること
- といった電気通信サービスの基本的特性がその要因として挙げられる。

## 【考え方】

- 契約締結時点での契約締結の意思が不安定な場合があること、契約内容が複雑となっていること、通信速度がベストエフォート型であることや具体的なサービスエリアは実際に利用しないと品質等を十分に把握できないという側面を有する電気通信サービスの基本的特性を踏まえ、販売形態によらず、クーリングオフを導入することが適当である。
- その際、サービスの利用を可能とするために工事が必要となるものについては、工事費の負担や原状復帰が必要であることにより、利用者や事業者双方の費用負担が大きくなりうるため、異なる取扱いを検討することが適当であると考えられる。
- なお、いわゆるサービス品質を試すための試用サービスによる対応の可能性については、まずは、実効性のある試用サービスが導入されうるかどうかも踏まえ、必要に応じて、今後検討を行うことが適当である。

## クーリングオフ導入に係る個別の論点(参考)

### 【対象となるサービス】

- 提供条件説明が必要となる電気通信サービスを基本とすることが適当である。

### 【クーリングオフ行使可能期間の起算日】

- 開始時期を明確にするため、基本的には、書面交付日とすることが適当であると考えられる。また、サービス品質を契約締結時把握できないこと等に対処するためにクーリングオフを導入した場合、クーリングオフ制度の実効性を確保するため、例えば、クーリングオフ行使可能期間内において、サービスの提供が開始されるよう制度的手当を行うことも含め検討することが適当であると考えられる。

### 【クーリングオフ行使可能期間中のサービス利用の対価】

- クーリングオフ期間中のサービス利用の対価請求を認めることが適当であると考えられる。その際、許容される対価の請求の範囲・条件等について、制度的手当により、基準を明確化して定めることが適当であると考えられる。

### 【クーリングオフに伴う端末等の取扱い】

- 電気通信サービスの提供に係る契約のクーリングオフと携帯端末・付属品等の物品の販売契約は区別することが適当であると考えられる。その上で、クーリングオフの対象となる電気通信サービスの提供と密接不可分な物品（例：SIMロック端末等）は、当該電気通信サービスの提供に係る契約のクーリングオフに準じた取扱いを検討することが適当であると考えられる。

### 【クーリングオフに伴うオプションサービスの取扱い】

- 関連性が高いオプション契約（オプションサービスが電気通信サービスである場合、その提供主体が電気通信サービスの提供主体と同一の場合、オプションサービスの利用に当たって電気通信サービスの契約が必須の場合等）のみ、電気通信サービスのクーリングオフと連動させることを検討することが適当であると考えられる。関連性が低いオプション契約については、更なる詳細な検討が必要であると考えられる。その際、クーリングオフできないオプションサービスがある場合には、その旨契約時に説明するとともに、契約内容を記載した書面に特記事項として記載する等の取組を行うことが適当であると考えられる。

### 【クーリングオフの制限】

- まずは、特化したルール対応するのではなく、クーリングオフに係る適正な費用負担も含めた適切な制度設計により対応することとし、その上で、権利の濫用の防止に係る措置について、必要に応じ、検討することが適当である。

### 【法人等との取引】

- 法人等はクーリングオフにおいて異なる取扱いとし、基本的には、消費者を対象とすることが適当である。

## 解約

### 期間拘束・自動更新付契約

#### 【背景】

○構成員から、利用者が契約期間に拘束がないプランを選択している場合には、費用負担なく契約を解約することができるが、他方で、利用者が料金割引のために契約期間に拘束があるプランを選択している場合には、一律に契約解除料が発生するため、契約を解約することが実質的に制限されてしまうため、問題ではないかとの指摘があった。



#### 【考え方】

○期間拘束・自動更新付契約について、少なくとも、期間拘束付プランに関する利用者の認識が十分でないことや更新月の周知について、一部の携帯電話事業者によるプッシュ型通知がデフォルトで送付されていないこと等を踏まえ、利用者の契約意思を確実に確認できるよう、提供条件の説明方法や更新月のプッシュ型通知の方法について、改良の方法がとられることが必要である。

○その上で、期間拘束・自動更新付契約の解約の在り方については、本研究会の枠組みの下で、期間拘束・自動更新付契約について、多角的に情報収集を行い、事業者の対応も踏まえつつ、引き続き検討を行うことが適当である。

### オプション契約

#### 【背景】

○構成員から、オプションサービス等の契約の無料期間は、利用者に対し様々なサービスに触れる機会の提供に資するが、他方で、全く利用がないオプションサービス等の契約についても、無料期間終了後にも自動継続され、課金がされる場合があり、問題ではないかとの指摘があった。

○一部の事業者からは、無料期間が終わったら、自動的に一度サービス提供を終了し、続けて使いたいという利用者の意思を確認した後に、サービス提供の継続を可能とするシステムを検討中との意見が示された。



#### 【考え方】

○無料期間終了後には自動で継続するのではなく、一度契約を終了し、利用者の利用意思を確実に確認する取組を推進していくことが適当であると考えられる。

## 再勧誘禁止

### 【背景】

- 業界団体による自主基準においては、電気通信事業者及び代理店に対する電話勧誘販売に関する再勧誘禁止及び訪問販売に関する再勧誘禁止の努力義務が規定されており、対応が行われているが、現実には、代理店等による執ような勧誘が行われたとの苦情・相談が寄せられている。
- 再勧誘禁止が勧誘拒否の意思表示された代理店にしか及ばず、別の代理店からの勧誘が可能であれば、再勧誘禁止の実効性を担保できない可能性。
- 再勧誘の禁止を規定する他の法律においても、利用者による勧誘拒否の意思表示により、同一事業者の全ての勧誘行為が常に禁止されるわけではなく、再勧誘が禁止される範囲については、個別事案ごとに判断する必要があるものとされている。



### 【考え方】

- 電気通信事業者及び代理店における再勧誘禁止を制度化することが適当である。

### 【対象サービス・取引類型】

- 提供条件説明が必要となる電気通信サービスを基本とすることが適当である。取引類型については、利用者が受動的な立場に置かれる販売勧誘（訪問販売・電話勧誘販売）を念頭に検討することが適当であると考えられる。

### 【主体の範囲】

- 代理店（X）に対し再勧誘拒否を申し込んだ場合、電気通信事業者（A）並びに当該代理店の同系列の他の代理店（B）及び他系列の代理店（C、D）に対しても再勧誘禁止の効果を及ぼすことが適当であると考えられる。
- その際、顧客の管理体制の確立等の適正な勧誘の履行確保の方策について検討することが適当であると考えられる。

### 【効果が及ぶ範囲】

- 勧誘拒否の意思表示外のサービスや合理的期間が経過する等一定の場合については、再度勧誘を認めることを検討することが適当であると考えられる。

【参考】



## 代理店監督

### 【背景】

- 電気通信事業者及び代理店の構造が複数、多階層なものとなっており、電気通信事業者が把握していない代理店が存在しているとの指摘があった。
- また、数次にわたり代理店が存在する場合、電気通信事業者等から、代理店に対し、適切な監督がなされなければ、提供条件の説明義務や今回新たに導入されることになる利用者保護規定の実効性が担保されないおそれがある。



### 【考え方】

- 電気通信事業者等が、数次にわたる代理店を把握した上で、適切な販売勧誘が行われるよう、監督体制を整備することが適当である。

### 【監督責任の内容】

- 電気通信事業者は、一次代理店が適切な委託管理体制等を構築しているか等も含めた監督制度を設けるとともに、必要に応じて、代理店に対しても委託契約等を行った下位の代理店に対する監督責任を課すこと等について、制度化することが適当であると考えられる。

# 苦情・相談処理体制の在り方

## 苦情・相談処理体制の在り方

### 【背景】

- 電気通信サービスに係る紛争対象は一般的には少額であることが多いため、手続費用や解決までの時間を考慮すると、必ずしも簡易・迅速な解決が訴訟によって図れない場合もあり、今後、電気通信分野における消費者保護ルールの見直し・充実が行われた場合には、新たなルールにのっとりた紛争解決のための専門的な体制が必要になるものと想定される。裁判外紛争解決手続（ADR）に関する内外の事例を見ると、利用者保護のための第三者機関を設置してこれを推進する方法が広く見られる。
- しかしながら、現時点では、我が国の電気通信分野においては、利用者保護のために苦情・相談処理等を行う第三者機関は存在しない。その一方で、海外事例においては、消費者保護のため、電気通信分野における苦情・相談処理、紛争解決を行う第三者機関を設置している例も存在。
- この点について、事業者団体等からは、個社による苦情・相談処理が適当であり、また、第三者機関が担うコールセンターやADRの機能の有効性自体は否定しないが、消費者からのニーズ、第三者機関の運営者、費用負担等に留意して、慎重に検討を行うことが必要との意見が示された。



### 【考え方】

- 苦情・相談処理体制の在り方については、
  - ①電気通信サービスは国民の日常生活に不可欠な存在であること、
  - ②苦情・相談は引き続き増加傾向にあること、
  - ③消費者保護について新たなルールが設けられた場合には当該ルールにのっとりた紛争解決機関の必要性が高まると想定されること、
  - ④紛争解決に当たっては手続費用や解決期間にも配慮する必要があること、
  - ⑤海外では電気通信分野において第三者機関を設置している例が複数見受けられること 等を踏まえると、我が国の電気通信分野においても第三者機関を設置した上、苦情・相談処理、裁判外紛争解決手続（ADR）等に取り組む方向で検討することが適当である。
- 具体的な運営者、取り扱う紛争の範囲、紛争解決手続、運営費用、他機関との連携等については、ADRに関する専門的知見を有する者や事業者団体等を含め、より詳細な検討を行うことが適当であると考えられる。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等
  - 4-1 検討課題
  - 4-2 通信サービスの料金その他の提供条件の状況
  - 4-3 個別の論点
    - ・販売奨励金等の在り方
    - ・SIMロック解除等
    - ・モバイルサービスの料金体系

## 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等

- 通信サービスの料金その他の提供条件については、携帯電話の販売奨励金が長期利用者にとって不公平なものとなっていないか、現行の料金体系が利用者の多様な利用実態に合致していないのではないか、といった指摘がされているところである。そこで、これらのICTサービスの進展に応じた新たな課題について個別に検討することとする。

## 販売奨励金等の在り方・SIMロック解除等

- 構成員からは、携帯電話事業者の巨額のインセンティブにより消費者を困り込んでいることにより、競争がいびつになっているのではないか、という指摘がされている。
- 構成員からは、長期契約者が原資を出す形で多額のインセンティブが払われる形で、携帯電話事業者をどんどん変える人が得をしているのではないか、という指摘がされている。

## 利用者のニーズを踏まえた料金体系の実現

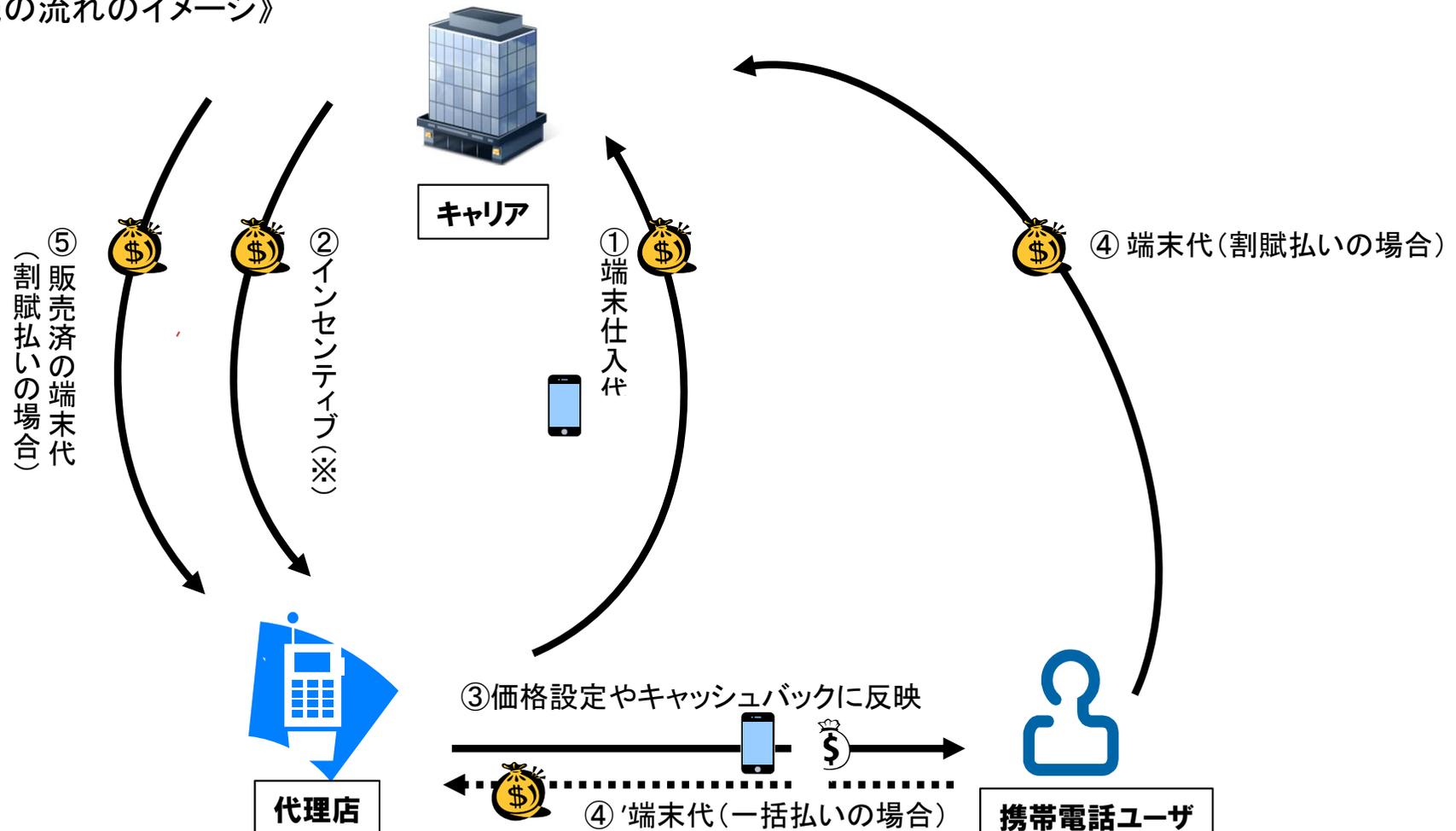
- 情報通信審議会において、委員からは、携帯電話事業者はどこもプランが同じであるため、サービスの価格や機能に対する選択肢を利用者のニーズを踏まえることが必要との指摘がされている。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等
  - 4-1 検討課題
  - 4-2 通信サービスの料金その他の提供条件の状況
  - 4-3 個別の論点
    - ・販売奨励金等の在り方
    - ・SIMロック解除等
    - ・モバイルサービスの料金体系

# 携帯端末販売の流れのイメージ

- 携帯電話の利用者に対するキャッシュバックは、主に携帯電話事業者から販売代理店に支払われるインセンティブ等を原資として、販売代理店から行われているもの。

## 《携帯端末販売の流れのイメージ》



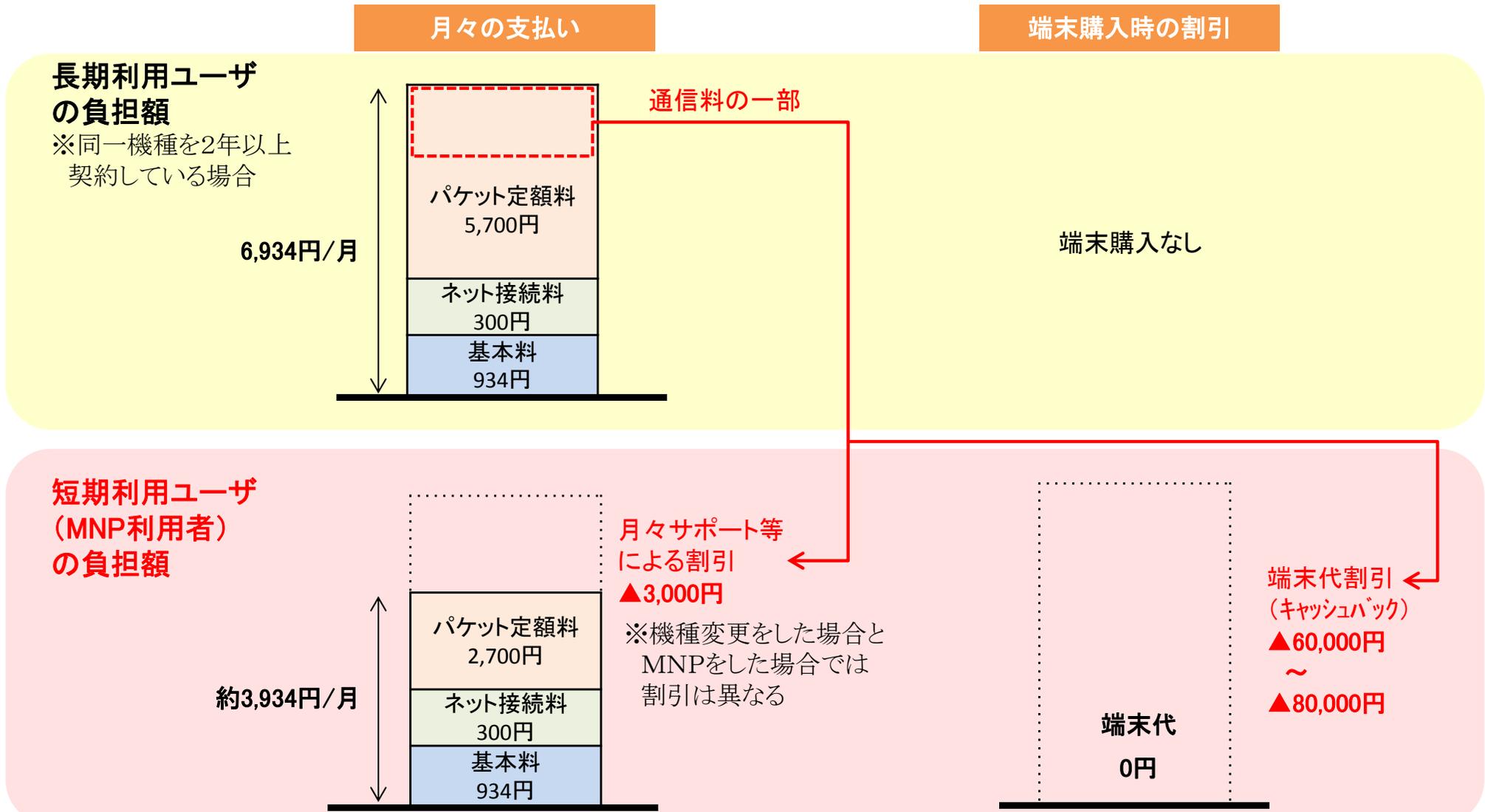
※ 二次代理店に卸す場合あり

### ※ インセンティブの種類

機種に関わらず新規契約等の成約後に支払われるもの、一定の数量を超えた契約を獲得すると上乗せされるもの、販売機種毎に上乗せされるもの、契約した利用者の継続年数に応じたもの、MNPにより獲得した契約に対するものなど、携帯各社の経営判断により細かく設定されており、時期によって異なるもの。

- 短期間で携帯電話事業者を乗り換えるユーザ(MNP利用者※)は、長期間にわたり同一事業者で同一端末を利用する利用者と比較して、毎月の支払額(月々サポート等による割引)及び端末の購入代金相当額分(キャッシュバック)の双方において、優遇されている状況にあったとされる。
- これらのコストは、長期利用ユーザが負担している通信料の一部で賄われる状況にあったことが指摘されている。

※平成25年度のMNP利用数合計は、657万件。



(金額は税抜)

(出典)総務省作成

# SIMロックの概要

## SIM (Subscriber Identity Module)カード

- ✓ 携帯電話事業者が発行する、利用者が**通信サービスを受けるためのICカード**で、携帯電話端末に挿して利用。
  - ✓ SIMカードには電話番号などの**契約者情報(※)**が記録されており、携帯電話端末をネットワークに接続する際の**認証**に用いられる。
  - ✓ 日本では、携帯電話事業者が、**端末にあらかじめ自社のSIMカードを挿して販売するのが一般的**。
- ※ SIMカードに記録されている情報： 加入者の電話番号、国際携帯電話加入者識別番号 (IMSI: International Mobile Subscriber Identity)

## SIMロック

- ✓ 携帯電話事業者が、(自社のSIMカード等) **特定のSIMカードが差し込まれた場合にのみ動作**するよう端末を設定すること。それ以外のSIMカードを挿して通信を行うためには、SIMロックの解除が必要。
- ✓ 利用者が携帯電話事業者を移る際には、SIMロックにより端末が使用できなくなるため、**新たに端末を購入する必要がある**。このため、SIMロックの存在が、携帯電話事業者が利用者に対して自社への乗り換えを促すために、**端末購入代相当分をキャッシュバックする商慣行の一因**となっていると指摘されている。
- ✓ 海外渡航時、国際ローミングよりも低廉な通信料金で通信できる手段として、現地の携帯電話事業者のSIMを使用する方法があるが、SIMロックのかかった端末では**海外で現地の携帯電話事業者のSIMカードに差し替えても通信できない**。



A社の端末は、A社のSIMカードが差し込まれたときのみ動作。  
(B社のSIMカードを差し込んでも動作しない。)

# SIMロック解除及びSIMフリー端末の状況

## 1. SIMロック解除の状況

### NTTドコモ

- ✓ 2011年4月1日以降に発売されたiPhone及びフットパネル以外の端末(スマートフォンも含む)においてSIMロック解除可能
- ✓ iPhoneはSIMロック解除不可
- ✓ 解除手数料は、3,000円(税抜)

### KDDI

- ✓ iPhoneも含め、すべての端末についてSIMロック解除不可。
- ✓ 3Gについては、他社と通信規格が異なるため互換性無し

### ソフトバンクモバイル

- ✓ 2011年4月1日以降の4機種 of SIMロック解除対応端末を発売しているが、その他の機種については(iPhoneも含め)SIMロック解除不可。
- ✓ iPhoneはSIMロック解除不可
- ✓ 解除手数料は、3,000円(税抜)

### イー・アクセス

- ✓ 2011年4月1日以降に発売された22機種のうち19機種がSIMフリー端末だが、3機種についてはSIMロック解除不可。

## 2. SIMカード単体発売

- ・携帯電話事業者では、NTTドコモ、ソフトバンク、イー・アクセスが販売。
- ・MVNOでは、日本通信、NTTコミュニケーションズ、ビッグロブ、IIJ、ソネット、フリービット等が販売。

## 3. SIMフリー端末

- ・2010年～： 「Nexus」シリーズの発売(Google社)
- ・2013年11月： iPhoneのSIMフリー版を発売(Apple社)
- ・2013年11月： 格安SIMフリースmartフォン「Freetel」(プラスワン・マーケティング)
- ・2014年3月： 台湾コヴィア製smartフォン「Flea Phone」シリーズ((株)コヴィア等)
- ・2014年4月： 子供用SIMフリースmartフォン「ポラスマ」(クロスリンクマーケティング)

# 諸外国におけるスマートフォン(LTE)プラン(月額)

- 諸外国では概してデータ通信量に応じた多様な料金プランが設定されているが、現在、日本では月3GB未満や3~7GBの料金が設定されていない。
- なお、月7GB以上の料金については、我が国は必ずしも高くない。

(単位:円、税抜)

事業者	基本使用料	250MB	500MB	1GB	2GB	3GB	4GB	5GB	6GB	7GB	8GB	9GB	10GB	...	備考
日本 (NTTドコモ)	743 <sup>※1</sup>	-	-	-	-	4,700 (6,410)	-	-	-	5,700 (7,410)	-	8,200 (9,910)	10,700 <11GB> (12,410)	-	※1 ・別途ネット接続料300円及び通話料が必要。 ・括弧内は基本料、ネット接続料、自網内通話無料(667円)を加算。他網への通話料は別途必要。
	新プラン 2,700 <sup>※2</sup>	-	-	-	3,500 (6,500)	4,500 (7,500)	-	5,000 (8,000)	6,000 (9,000)	7,000 (10,000)	8,000 (11,000)	9,000 (12,000)	9,500 (12,500)	22,500 <30GB> (25,500)	※2 ・別途ネット接続料300円必要。 ・国内通話無制限。 ・括弧内は基本料、ネット接続料を加算。
米国 (VERIZON)	4,104 (\$40)	1,539 (\$15) (5,643)	3,078 (\$30) (7,182)	4,104 (\$40) (8,208)	5,130 (\$50) (9,234)	6,156 (\$60) (10,260)	7,182 (\$70) (11,286)	-	8,208 (\$80) (12,312)	-	9,234 (\$90) (13,338)	-	10,260 (\$100) (14,364)	23,085 (\$225) <30GB> (27,189)	・250MB~50GBまで計17段階選択可 ・国内通話無制限 ・括弧内は基本料を加算。
英国 (EE)	-	-	5,545 <sup>※3</sup> (£37.49)	-	6,162 (£41.66)	-	-	6,778 (£45.83)	-	9,248 (£62.5)	-	-	11,703 (£79.1)	-	・国内通話無制限 ※3 通話1,000分まで無料。
仏国 (Orange)	-	-	2,550 (€20.9)	-	-	3,365 (€27.58)	-	-	-	4,080 (€33.4)	-	-	16,320 (€133.77)	-	・国内通話無制限 ・10GBプランは端末セットプランのみ。
独国 (T-Mobile)	-	-	4,954 (€37.73) (750MB)	6,610 (€50.34) (1GB)	9,920 (€75.55) (2.5GB)	-	-	11,028 (€83.99)	-	-	-	-	-	-	・最低100分から無料通話分がある。
韓国 (SKTelecom)	-	-	3,267 (₩27,000) (800MB)	3,812 (₩31,500) (1.6GB)	4,659 (₩38,500) (2.6GB)	-	-	5,566 (₩46,000)	-	-	-	6,534 (₩54,000)	7,865 (₩65,000) <13GB>	9,196 (₩76,000) <18GB>	・最低120分から無料通話分がある。

(出典:各社のホームページをもとに作成。平成26年5月時点の料金)

- アンドロイド端末の場合における最も初期費用の安い2年契約プラン(ただし、仏国のみ12ヶ月契約)を記載。
- 日本の新料金プランについては、本年6月1日からサービス開始予定。2GB、5GBのプランについては、一人10回線まで契約可。10GB以上のプランについては、家族10人まで契約可。
- 米国の各プランについては、端末10台までデータ容量の共用が可能。
- 購買力平価(平成24年): 1米\$ = 102.6円、1£ = 147.9円、1仏€ = 122円、1独€ = 131.3円、1韓₩ = 0.121で計算。小数点以下四捨五入。

- 1 これまでの検討状況
- 2 電気通信サービスに係る苦情・相談件数(平成25年度)の状況
- 3 消費者保護ルールの見直し・充実
- 4 通信サービスの料金その他の提供条件の在り方等
  - 4-1 検討課題
  - 4-2 通信サービスの料金その他の提供条件の状況
  - 4-3 個別の論点
    - ・販売奨励金等の在り方
    - ・SIMロック解除等
    - ・モバイルサービスの料金体系

# 販売奨励金等の在り方

## 販売奨励金等の在り方

### 【背景】

○構成員からは、以下の指摘があった。

- ・ 現在のモバイル通信市場について、主要事業者が3グループに集約され、既存利用者の取り合いや囲い込みのための競争ばかりが激しく、また協動的寡占の色彩が強い。
- ・ 携帯電話サービス等の契約時に、利用者に対して、端末の割賦代金支払額相当分の毎月の通信料金の割引に加えて、多額のキャッシュバックが提供されてきた点について、携帯電話事業者間の競争を歪めるとともに、キャッシュバックによる顧客獲得が困難なMVNOの新規参入・成長を阻害する点で問題。
- ・ 携帯電話番号ポータビリティ等により頻繁に事業者・端末の乗り換えを行う利用者と、キャッシュバックの恩恵を受けずに毎月の通信料金を支払っている長期利用者との間の不公平性が拡大する点においても問題。
- ・ 携帯電話サービス等の成約時の利用者へのキャッシュバックは、様々なオプションサービスの契約等を条件としている例がみられるとの指摘があった。

○事業者からは、多額のキャッシュバックについては適正化を図る方向という発言があった一方で、構成員からは、引き続き行われている事例が見られるという指摘があった。



### 【考え方】

○現時点において、販売奨励金やこれを原資としたキャッシュバックについて直接規制することは必ずしも適当ではなく、端末と通信サービスの分離等の競争環境の整備を通じて事業者による自主的な適正化を促すことが適当である。

○販売奨励金等の状況について、携帯電話事業者に定期的な報告を求めることが適当であると考えられる。また、利用者がその条件を正確に理解できるよう、キャッシュバック等に必要となる条件について、適切な説明を行うことが適当であると考えられる。

## SIMロック解除等

## 【背景】

- 総務省では、2010年（平成22年）に「SIMロック解除に関するガイドライン」を策定し、事業者の主体的取組によるSIMロック解除の実施を求めたところであるが、その取組状況は限定的である。
- 他方、近年のLTEやスマートフォンの普及といったモバイル通信市場の環境変化によって、事業者間の通信方式や端末の共通化、端末と上位レイヤーサービス、通信サービス等との分離が起きている。
- 日本を除く主要国の通信事業者は、少なくとも契約締結から一定期間経過後にはSIMロック解除に応じている。
- 事業者からは、SIMロック解除の利用件数は少なく、大きなニーズがないという指摘があった。
- これに対して、構成員からは、次のような指摘があった。
  - ・SIMロックと期間拘束・自動更新付契約によって利用者の過度の囲い込みが行われ、多額のキャッシュバック等の様々な問題が生じている。
  - ・事業者がSIMロックにより利用者を強度に拘束し囲い込むことで自由な選択をできなくしていることが問題。
  - ・SIMロックの解除はマーケットに任せて解決するものではなく規制により対応すべき。
  - ・海外事業者のSIMにより端末が動作しないよう設定する「海外ロック」について、海外との交流を活性化する観点からも、解除を検討すべき。
  - ・海外の事業者が無償でSIMロックを解除していることについては、端末は利用者の所有物であり、SIMロックは通信事業者の都合でかけているものであるから、解除は無料で行うべきという考え方がベースにあるのではないか。
  - ・事業者はiPhoneのSIMロックを解除していないが、Apple, Inc. 自体がSIMフリーの端末を発売していること、海外ではiPhoneのSIMロックを解除できていることも踏まえ、料金面での競争を促すためには、iPhoneこそSIMロックを解除すべき。
  - ・SIMロックと並んで利用者を囲い込む効果を生んでいる期間拘束・自動更新付契約について、契約期間が自動更新されてロールオーバーする点や契約解除料が発生せずに確認できる期間が1ヶ月しかない点は問題。





### 【考え方】

- 事業者は、端末に最初からSIMロックをかけないか、仮にSIMロックをかけるとしても、少なくとも一定期間経過後は、利用者の求めに応じ迅速、容易かつ利用者の負担なく解除に応じることが適当である。
- 「SIMロック解除に関するガイドライン」の改正に当たっては、ガイドラインの実効を確保することを前提とした検討がなされるべきであり、併せて、一定の準備期間を設けるとともに、事業者の予見性を確保する観点から、総務省において対象端末等の具体的な運用指針やスケジュール等を明らかにすることが適当であると考えられる。
- 端末と通信サービスが一体的に提供されてきたことを前提として携帯電話事業者が担ってきた端末のアフターサービスについて、関係する事業者間で利用者への対応に当たる体制を明確にするとともに、インターネット利用における青少年保護が適切に図られるよう、課題の整理を行うことが適当であると考えられる。

## モバイルサービスの料金体系

### 【背景】

- 主要な携帯電話事業者のデータ通信の料金プランは7GBを上限とするものを中心に画一化しており、データ通信量に応じた多段階のプランが設定されていない。また、スマートフォンは、フィーチャーフォンと比較して、**無料通話分がなくなり**、プランによっては**通話料単価が上がっている**。
- 構成員からは、我が国と比較して、諸外国はデータの利用量が少ないユーザ向けにはきめ細かいプランが用意されている印象があるとの指摘があった。また、利用者のニーズに合わせた多様な料金プランの設定が必要との指摘があった。
- また、事業者から**データ使用量の分布**は経営上の秘密であり回答できないとの発言があったことに対し、構成員から、行政当局が事後規制を適切に行うためには、**データ把握を行うことは必要**との指摘があった。



### 【考え方】

- 各携帯電話事業者は、**データ通信料金**について、利用者の通信量に応じた多様な料金プランを提供することが**適当**である。具体的な料金プランの設定に当たっては、以下の2点を満たしているものであることが必要である。
  - ① **データ通信量に応じた多段階のプランが設定されていること**
  - ② **データ通信の利用量の平均値や利用分布を勘案すること**
- 利用者一人当たりのデータ通信の利用分布等について、総務省として定期的に報告を求め、把握することが**適当**である。
- 利用者が自分の利用動向に合ったプランを選択することを可能とするため、**毎月の通信量の通知**を行うなど、事業者は利用者にとってわかりやすい説明をすることが**適当**であると考えられる。
- 音声通話**についても、今後、VoLTEの導入が予定される中、益々多様化することが想定される利用者の利用実態やニーズに合わせた、**利用しやすいサービス及び料金プラン**について、引き続き検討が行われることが**適当**であると考えられる。

# 參考資料

「CS適正化イニシアティブ」において示された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関連して、①消費者委員会、②東京都消費生活総合センター、③日本弁護士連合会、④国民生活センター、⑤消費者支援機構関西、⑥消費者支援ネット北海道、⑦京都消費者契約ネットワーク、⑧全国消費者団体連絡会から電気通信事業法の改正等に関する要望が、次のとおり、寄せられている。

要望団体	要望の概要
消費者委員会 (H24.12.11)	<p>相談件数が明確な減少傾向になる等の一定の改善が見られない場合には、総務省及び消費者庁は協議を行ったうえで、以下の①又は②いずれかにより、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図るための法的措置を講じることを含め、必要な措置を検討し確実に実施すること。</p> <p>① 電気通信事業法及び電気通信事業法施行令（昭和60年政令第75号）等を改正し、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売において特定商取引法と同レベルの消費者保護規定を導入するとともに、店舗販売の場面においても契約者の年齢や知識を踏まえた説明を行うべきこと等の消費者保護に配慮した規定を設けることを含め、必要な措置を検討し確実に実施する。</p> <p>② 電気通信事業者の役務提供契約について、特定商取引法の適用除外を廃止するとともに、店舗販売においても①同様の消費者保護に配慮した規定を設けるべく電気通信事業法等を改正することを含め、必要な措置を検討し確実に実施する。</p>
河上委員長発言 (H25.7.23)	<p>今般、同研究会の提言案である「スマートフォン安心安全強化戦略（案）」において、同WGによる検討内容が「CS適正化イニシアティブ」として盛り込まれ、「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」などの方向性が掲げられております。</p> <p>同研究会の提言案において、こうした方策が示されたことは、当委員会としても、消費者トラブルの実態及び当委員会の提言に照らして、適切なものであると考えております。これらの方策が同研究会の提言として最終的に取りまとめられた場合には、総務省において、消費者が契約内容を十分理解して利用できる環境の実現を図り、消費者トラブルの防止に十分な実効性が確保されるよう、特定商取引法と同レベルの消費者保護規定導入の検討等に早急に着手されることを求めます。また、制度的な対応が実現されるまでの間の消費者保護対策についても、取り組んでいただきたいと思います。当委員会においても、消費者トラブルの実態を踏まえ、引き続き、本問題に関するフォローアップを行ってまいります。</p>

要望団体	要望の概要
東京都消費生活総合センター (H25.9.18)	①電気通信事業法第26条では、電気通信事業者に加え、媒介、取次ぎ及び代理を業として行う者に対しても、消費者への書面による説明義務を課している。これら勧誘業者等が書面を交付し、法律を遵守した勧誘をするよう総務省は適切な監督をすべきである。 ②訪問販売や電話勧誘販売であっても、通信契約はクーリング・オフが適用されない。電気通信事業法を改正して消費者保護に必要な条項を加える、又は特定商取引法適用除外を外して通信契約にも適用するなどの法的対策を講じるべきである。 ③通信技術は進歩が速く、消費者が正確に商品やサービスを判断すべき十分な情報を得ることが難しいため、有利不利、優良不良を判断できる表示を義務付ける景品表示法によるガイドラインの作成を行うべきである。
日本弁護士連合会 (H26.1.27)	①電気通信役務の提供に関する契約の締結において、利用者の保護を適正に行うため、②～⑤のとおり、電気通信事業法を改正すべき。 ②電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者等が、契約の締結等を行うに際し、特定商取引法に規定する訪問販売又は電話勧誘販売により契約の締結等が行われた場合について、電気通信役務の提供を受けようとする者に、特定商取引法が規定する消費者保護規定と同等の保護（書面交付義務、クーリング・オフ制度、過量販売規制、不実告知の禁止及びそれらの違反に対する行政処分、罰則等）を及ぼす旨の利用者保護規定を設けるべき。 ③電気通信事業法第26条に規定する提供条件の説明について、少なくとも同法施行規則第22条の2の2第3項の規定する事項（提供条件の必須説明事項）については、同条第2項の規定にかかわらず（利用者の同意があった場合は書面交付以外の方法による説明可能）書面の交付を義務付けること。 ④同法第26条に規定する提供条件の説明内容が、実際の提供条件と異なる場合は、当該電気通信役務の提供を受ける相手方は、当該電気通信役務の提供に関する契約を取消ないし解除することができる旨の規定を設けること。 ⑤前項の取消ないし解除規定について、当該電気通信役務の提供に関する契約の締結に伴って、当該役務の提供を受けるために必要な機器（携帯端末等）の売買契約が締結されている場合は、その取消ないし解除の効果は当該売買契約にも及ぶ旨の規定を設けること。

要望団体	要望の概要
国民生活センター (H26.3.6)	①電気通信サービスに係る契約は、特定商取引法の適用除外となっていることから、特定商取引法で定義される電話勧誘販売、訪問販売は、電気通信事業法において、特定商取引法と同レベルの消費者保護規定（契約時の書面交付義務、クーリング・オフ規定等）を導入すること ②店舗販売であっても、書面の不交付や適合性の原則を無視した勧誘、事業者の不実告知又は事実不告知等により消費者が誤認して契約の意思表示することが多いことに鑑みて、適切な行為規制や解約に関する規定を導入すること。 ③これらの規定の実効性を担保するため、規定に反した場合の罰則及び行政処分・指導等ができる規定を導入すること。
KC's(消費者支援機構関西(適格消費者団体)) (H26.3.7)	①又は②の法的な規制を早急に行うこと。 ①電気通信事業法に規定する電気通信事業者が行う役務の提供を、特定商取引に関する法律の適用除外としないこと。 ②電気通信事業者が行う訪問販売や電話勧誘販売について、特商法と同様に、電気通信事業法の中にクーリングオフ制度や再勧誘禁止規定等を設けること。
消費者支援ネット北海道(適格消費者団体) (H26.3.28)	①電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者及びその取次業者や代理店業者が行う電気通信サービスの契約に関し、訪問販売及び電話勧誘販売による場合について特定商取引法と同レベルの消費者保護規定（書面交付義務、クーリングオフ制度、過量販売規制、不実告知の禁止等）を導入すること。 ②電気通信事業法第26条に規定する電気通信事業者及びその取次業者や代理店業者が同条の定める説明義務に違反した場合、契約の取消又は解除を可能とするよう民事的効力を付与すること。 ③その他、店舗販売における消費者保護に配慮した規定を設けることを含め、必要な措置を検討すること。
京都消費者契約ネットワーク(適格消費者団体) (H26.4.16)	①契約内容・役務提供条件について記載した書面を交付することを事業者には義務付けること。 ②利用者が一定期間内であれば当該役務提供契約及び関連機器についての契約をクーリング・オフできる旨の規定設けること。 ③事業者の説明内容が実際役務提供条件と異なる場合は、利用者が当該契約を取消しないし解除することができる旨の規定を設けること。 ④事業者が上記各規定に違反した場合に行政処分、罰則等適用される旨の規定を設けること。

要望団体	要望の概要
全国消費者団体連絡会 (H26.4.18)	①電気通信事業法に特定商取引法と同等レベルの消費者保護規定を導入すること。
	②店舗販売においても、電気通信サービスの基本的特性（サービス内容が複雑、個々の条件によってサービスが受けられない場合もある等）及び他製品にセットして通信サービスが不意打的に勧誘されている現実を踏まえて、クーリング・オフ規定を導入すること。
	③複雑な代理店構造や行き過ぎたインセンティブの発生を見直し、料金水準の低廉化をはかること。
	④電気通信サービスを横断した紛争解決機関を設置すること。