

ICTサービス安心・安全研究会

消費者保護ルールの見直し・充実に関するWG（第10回） 議事要旨

平成26年9月11日

1 日時 平成26年9月11日（木）10:00～12:30

2 場所 総務省8階 総務省第1特別会議室

3 出席者（敬称略）

○構成員

新美構成員（主査）、平野構成員（主査代理）、北構成員、近藤構成員、齋藤構成員、
宍戸構成員、長田構成員、明神構成員、森構成員、沖野構成員、垣内構成員、市川構
成員、

（欠席：相田構成員、木村構成員、若林構成員）

○オブザーバ

井口オブザーバ（独立行政法人国民生活センター紛争解決委員会事務局）、永谷オブザ
ーバ（一般社団法人電気通信事業協会）、丸橋オブザーバ（一般社団法人テレコムサー
ビス協会）、木村オブザーバ代理（一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会）、
山本オブザーバ（一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟）

○参考人

奥山参考人（一般社団法人電気通信事業者協会）、山本参考人（株式会社NTTドコモ）、
前田参考人（株式会社クロップス）、池崎参考人（株式会社相互移動通信）、竹岡参考
人（株式会社ティーガイア）、俣野参考人（株式会社ティーガイア）、西川参考人（株
式会社ベルパーク）、藤田参考人（KDDI株式会社）、井上参考人（コネクシオ株式
会社）、徳永参考人（ソフトバンクモバイル株式会社）、古賀参考人（西日本電信電話
株式会社）、名越参考人（東日本電信電話株式会社）、大橋参考人（ワイモバイル株式
会社）

○総務省

吉田総合通信基盤局電気通信事業部長、高橋総合通信基盤局総務課長、吉田事業政策
課長、竹村料金サービス課長、片桐料金サービス課企画官、河内データ通信課長、
吉田消費者行政課長、飯倉電気通信利用者情報政策室長、藤波消費者行政課企画官、
神谷消費者行政課課長補佐、八代消費者行政課課長補佐

4 議事

(1) 開会

(2) 議題

①関係団体等からのヒアリング

②自由討議

(3) 閉会

5 議事要旨

(1) 開会

(2) 議題

①関係団体等からのヒアリング

○携帯電話販売代理店各社（発表者：株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長ほか）から、資料3について説明。

（宍戸構成員）

- ・ 北陸携帯電話販売店協会のカバー率、電話販売店の加盟状況について伺いたい。また、他地域でも、同様な協会があるのか教えていただきたい。

（株式会社相互移動通信 池崎代表取締役社長）

- ・ 1点目は、キャリア・店舗数から約半数弱と思われる。2点目は、他地域について詳細情報を持ち合わせていないものの、友好関係、懇談、懇親を目的とした団体はあると聞く。ただし、当該協会のようなキャリアを跨いだ団体はあまりないと認識。

（沖野構成員）

- ・ 店頭あるいは店舗における取引と訪問販売等の場合との違いについて教えて頂きたい。先程、利用者に与える影響を複数列举いただいたところ。例えば資料P5では利用者の混乱の問題やP7で説明の長時間化が挙げられている。これは店頭取引であるがゆえに特徴的に出る事項なのか、それとも、この限りでは訪問販売であっても変わらないことなのか。とりわけ、店頭取引であることによって、特に特徴的に表れる点があれば追加説明をいただきたい。

（株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長）

- ・ 店舗来訪者は高い確率で携帯電話の購入意志を持って来店する。例えば不正契約防止

や個人情報保護等、重要ポイントもあり、携帯電話事業者のマニュアルや代理店独自のマニュアルもある。これらを全て説明しているため、時間が相当かかる。また、携帯電話の端末に関する説明事項は最近多い。店頭で逐一説明していくことで顧客と共通認識を作り、その上で契約締結をさせていただいていると認識。

- これらは、電話勧誘・訪問販売とは全く違う販売方法と考えている。ショップの定員が逐一説明し、全チェック項目をチェックした後に契約する流れとなっており、顧客との相互信頼の上にとっている点を認識いただければありがたい。

(森構成員)

- クーリングオフが提案される背景は、店舗契約において希望者の意志が明確化していないことではなく、電気通信サービスの通信速度や品質などについては、自宅に持ち帰り、使用してみないと分からないという点。説明資料において、苦情軽減のため代理店業界団体を作るとの説明があり、店舗契約のクーリングオフ適用について再検討を要望されているが、使ってみないと分からないという点について、検討は行われているか。また、代替提案はあるか。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- 我々は、携帯電話事業者の代理、委託を受けて事業を行っており、電気通信サービス自体については携帯電話事業者の範疇として適切に対応いただく事が望ましいと思っている。我々代理店も事業者を信頼している。販売代理の現場においては、例えば、この地域は繋がらないといったことや、自宅は繋がるのか等の不満を顧客からいただく場合もあるが、それらは、逐一事業者にも連絡し、今までも個々対応いただいているため、適切な方向性が出てくるものと考えている。

(北構成員)

- 資料 P10 で、返品端末の経済的負担があり、資料 P13 では、制度濫用により、スマートフォンを同時並行で契約し不要端末をクーリングオフしていくとあるが、例えば、端末はクーリングオフ対象外となった場合、業界に与える影響あるいは利用者にも与える影響についてどう考えているか。

(コネクシオ株式会社 井上代表取締役社長)

- 仮に対象範囲から端末を除外しても、年間 1000 万を超える新規契約者全員に対し、クーリングオフについての説明義務が発生し、説明時間が相当かかる。そうなれば、利用者・販売スタッフ双方のストレスは、やはり残ると考えている。販売代理店として、店

頭販売に対するクーリングオフ適用は、御容赦願いたいと考えている。

(斎藤構成員)

- 資料 P6 で、苦情内容等の整理されており、クーリングオフ制度を導入しても、苦情件数の減少には効果があんまりないのではないかと報告があったので確認したい。

1 点目は、販売代理店や取次店において、全体を横串でまとめる団体、いわゆる業界団体が現時点は存在しない中、業界全体としての苦情等件数や内容をきちんとデータとして調査してまとめたものがあるのかどうか。

2 点目は、中間とりまとめ等の資料には苦情・相談等のデータが添付され、当然閲覧されていると思うが、現在のところ消費者と事業者との苦情・相談状況をまとめたデータは、国民生活センター等による P I O - N E T 相談情報が質・量とも我が国で勝るデータは存在しないと評価せざるをえないが、こうしたデータを踏まえて、それらと対比の上で資料 P6 のような認識で報告いただいたのかどうか。すなわち、データの存否及び内容と、それをどのように評価するかに関して、前提となる認識をお尋ねしたい。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- 業界団体はまだ存在しないため、今後、団体を作り、積極的に対応させていただきたいと考えている。顧客の苦情相談については、各店舗できちんと対応しているが、顧客対応に関する横連携は事業者と一緒に動いており、その限りでは我々は適切に対応していると考えている。しかし、今回、各種資料を閲覧したところ、まだまだやるべきことがあると考えており、今の御指摘についても、今後は業界団体を作り、きちんとまとめていく必要があると感じている。

(斎藤構成員)

- そうなると、資料 P6 は、少なくとも具体的データを根拠として整理された事実を踏まえた意見ではないと理解してよいか。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- 我々は、特性に応じて苦情は出ると考えている。確かに統計データは非常に大事と思う。しかし、例えば2年縛りに更新月を逃すと解除料が発生する等の解約に関するクレームは、データ以前の問題として発生している。例えば端末の不具合も初期不具合であれば適切に対応を行っている。また、一定期間経過後のクレームについては、携帯電話事業者と一緒に一件一件対応しており、修理の場合、保証契約のルールに則って対応しているものについて、我々は問題はないと思っているが、顧客からクレームとなる事実

は確かにある。ただ、初期の端末不良等についてはしっかりと対応しており、特に問題はないと認識している。一方で一定期間経過後のものについては問題があり、販売代理店として出来る対応をしていかなければならないと考えている。

また、料金プランも、相当細かくチェックし、顧客の納得感を得た上で、最後は確認サインもいただいて契約しており、クレームが出る段階は、例えば請求書の到着時や料金引落とし時に、こんなはずではなかった等のクレームが出てくるのが一般的でありこれが実態に近いと考えており、クーリングオフ導入との整合性については、本日説明させていただいたとおりである。

(コネクシオ株式会社 井上代表取締役社長)

- ・ 全体的な裏付がないと指摘について、販売代理店の事務方でも苦情のデータを相当読込んだ上で、我々なりに分析してまとめた結果が、定性的ではあるが、資料 P6 a、b、c であると認識いただければと思う。

(斎藤構成員)

- ・ そうすると、定性的な資料、すなわち事例の報告であると理解してよいか。定量的な苦情件数や時間的経緯その他も含めたデータはないと理解してよいか。

(株式会社ベルパーク 西川代表取締役社長)

- ・ 私どもは主にソフトバンクを取扱う代理店。国民生活センターや消費者生活センターから上がってくるデータは代理店も非常に深刻なデータと受け止めている。ただ、過去3年間で対策も打っており、少なくとも弊社に寄せられた苦情件数は減少中。これは当社限定の傾向なのかどうか、ソフトバンク以外の携帯電話事業者には確認できていないが、少なくともソフトバンクについては行政案件、要するに携帯電話事業者が対応しなければならぬ重い案件は確実に減っている。このため、P I O - N E Tにおいて毎年7～8%件数が増加中とされたデータに関しては、総務省に実際にどうなのかということを探ねたりもしたところ。私としては、P I O - N E Tデータを本当に精査したのか、誰が精査したのかということに疑問を感じる。

苦情・相談を分析すると、上位5項目で全体8割を占めており、大部分を占める内容から改善に取り組んでいけば、必ずクレームは減少すると考えている。なお、弊社では斎藤委員がおっしゃった定量的分析も特定のキャリアではあるが実施している。

(垣内構成員)

- ・ 資料P13にある制度の濫用に関して質問したい。仮にそういうことがあるとすれば、

現在クーリングオフが適用されている他業界で、類似の濫用がある事も十分考えられるかと思うところ。何か情報を持っているか。

(コネクション株式会社 井上代表取締役社長)

- 例えば、先週発生した店舗事例として、携帯電話充電器を紛失して購入した顧客から、紛失した充電器が見つかったためクーリングオフで戻したいと要望が2件あった。当該顧客は、クーリングオフ導入等の報道を受けて制度をある程度認識。不正契約ではないが、このように、クーリングオフ制度の悪用に繋がるような行動が既に見受けられることを懸念。

○ 一般社団法人電気通信事業者協会（奥山専務理事、永谷消費者支援委員会副委員長）から、資料4について説明。

(長田構成員)

- TCAの意見として、店頭販売はクーリングオフから排除してほしい、その上で、携帯端末も電気通信事業法から対象外としてほしいとのことだが、それは訪問販売や電話勧誘販売の場合も、という主張か。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- 然り。

(明神構成員)

- 今後の取組みについて2点確認したい。1点目は、電波特性に係るお試しサービスについて、端末により電波特性は若干異なると認識しているが、サービスは全機種・全端末を用意して提供するのか。2点目として、窓口設置について、以前、電気通信サービス向上推進協議会とTCAと協議した結果、設置しないという方向が出ていたが、設置することとした変更経緯を教えてください。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- 1点目のお試しサービスについて、細かい点は各事業者からになるが、私からは今検討している内容の概略を説明させていただく。まずお試しサービスは、役務のサービスエリア確認のため、端末を事前貸与してエリア確認をとっていただくような方法と、役務上、顧客が納得いただけない場合には解約を受付ける事後型、例えば電波を保証するプログラムのようなものの2種類を考えている。明神構成員の御指摘は前者についてのものと思われるが、もちろん端末によって特性はあると思われるが、全端末ではなく、

周波数帯等々で顧客にエリア確認いただくのに必要な端末を用意することが基本方針であると思う。ただ、各事業者での具体的取組は、今検討中であり、詳細は各事業者から御説明いただければと思う。

2点目の業界窓口については、消費者保護ルールの見直し・充実に関するワーキンググループでの様々な議論を聞く中、新たにルールが施行される中で顧客からの声を十分に受け止めなければいけないということが、業界団体内部で出ていた事実はあった。これまで電気通信サービス向上推進協議会と議論させていただいた時から状況は代わっていると考え、今回、新たに検討することとさせていただいた。

(新美主査)

- ・ お試しサービスを利用して解約する確率と、クーリングオフ制度を用いてクーリングオフをするという確率について、どれくらいの相違が出ると考えているか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長バ)

- ・ 我々が今申し上げたお試しサービスは、役務に関してのお試しサービス。クーリングオフは、無条件で理由を問わない解約と考えており、理由を問わないため、当然ながら発生率は異なり、クーリングオフの方が高くなるのではないかと考える。

(新美主査)

- ・ 試行の対象には、通信速度も入るのか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ スピード等は検討対象となる。

(明神構成員)

- ・ 1点追加で確認したい。お試しサービスで用いる端末は、ずっと使い回して提供されるということか。クーリングオフでは、新規の端末になると認識すればよいのか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ 詳細は各社から聴取いただきたいが、各事業者においてまだ検討段階であるところ。明神構成員がおっしゃった内容も想定はされている。

(沖野構成員)

- ・ 2点お伺いしたい。1点目は、資料P10最後にある、役務の端末のキャンセルに係る追加的負担によって、中小事業者・販売代理店にとって大きな経営負担になるという懸念について。確かに販売代理店等のような中間位置にいる事業者は、いわば板挟みになることは容易に理解でき、品質等の問題に原因があるとすれば、ここで前提とされている

販売代理店等の負担自体をむしろ見直し、携帯電話事業者で負担する等、適切な分担を図るなどの考え方も出てきそうに思うが、そうした考えや方向性について検討はされているか。あるいは、お試しサービスは、どのようなコスト負担でやっていくのか。事後の解約などでは同じような問題が生じる可能性があり、お試しサービスは、実のところ携帯電話事業者で費用負担をすることの1つの表れとも思われるが、負担の方法について見直す等の検討はされているか。

2点目は、資料 P12 で対象サービスを限定すべきとあり、対象から排除すべきと要望されているものの中に、例えば、②として、契約期間がなく、いつでも解約料なく解約できるサービスが挙げられている。このようなサービスは、クーリングオフ以上にクーリングオフが出来ているサービスゆえに対象とする必要がないとの御説明であった。他方で、サービスを限定すれば、むしろ説明が一層必要になると思われ、なるべく一律とする方が良いと思われるところ、②のようなサービスをあえて対象から除外すべきとする理由を御説明いただきたい。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- 1点目の販売代理店と携帯電話事業者との費用負担については、お試しサービスを例に取るまでもなく、現状も顧客とサービス契約するには様々なレイヤーで数多くの契約先がある状況。そうした現状を踏まえた新ルールやサービス導入について、現時点では業界団体としては何も申し上げられない。最終的に、顧客の不利益とならない形で、販売代理店あるいは関係事業者と調整・検討していくというのが、現時点では申し上げられるレベル。

2点目の資料 P12 について、限定せず一律の方が利用される消費者にとってよいのではという発言と思われるが、前提として、実際にトラブル多発しているサービス等に対象を絞っていただきたいということが根底にあり、②のようなサービスを含めて、実際のトラブル事例があまり多くないサービスは対象外にしては、というふうに現状では考えている。

(斎藤構成員)

- 念のため確認だが、長田構成員からの質問への回答で、電話勧誘販売と訪問販売については、端末に解除の効果が出るものは除いてほしいということだったと思う。今でも特定商取引法上、端末は SIM ロック有無に関係なく、また他の物品あるいは通信機器等についても、クーリングオフの対象になっているところ。念のため、そこまで除外せよ

という意見を TCA が持っているのか確認させていただきたい。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ そこまでは考えていない。

(宍戸構成員)

- ・ 資料 P17「業界団体における苦情・相談分析・受付体制の構築」の検討について伺いたい。1 点目は、窓口の機能例で、TCA として直接的に苦情・相談等の事例収集を行うとあり、また資料中の図でも、苦情・相談という名目ではなく、契約者からの申告という表現になっているが、これは、窓口で契約者から相談があった時は会員事業者にきちんと回すことになるのか、そうではなく、単に事業者団体としては話を聞くだけなのか。

2 点目は、単に苦情・相談の申告を受けるだけではなく、会員事業者に回すとしても、現在の組織人員が事務局 1 人では不足であると思えるが、事務局の増員も含めて今後検討いただくのか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ 1 点目について、機能として聴取だけか、あるいは事業者に回すのかも含めて現在検討しているというのが実情。2 点目の人員の問題も、窓口設置の規模は、付与する機能等により相当変わってくるため、実際 TCA としてどうするか、事業者から協力を仰ぐことについて、これから検討予定。

○ 一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会（木村消費者問題対応WG 主査）から、資料 5 について説明。

(斎藤構成員)

- ・ 非加盟事業者の苦情・相談が多いと報告を頂いたが、実際、貴協会が間に入って対応をとっておられるのか。それとも会員ではないため対応できない、情報提供で終わるのか、実情を教えてください。

(一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 木村消費者問題対応WG 主査)

- ・ 苦慮しており、実際には、非加盟事業者の対応はできない。ただ、総務省あるいは消費者団体と情報共有もしており、ある程度までの実情は把握している。

(平野構成員)

- ・ 資料 P 8、3 番目の Brett ポイントの本文 2 行目、違約金は割引率に比例して設定という話があったが、例えば 2 年縛りの場合に 2 3 か月目に解約する場合と、2 年縛り

の例えば2か月目で解約の場合、同一金額の解約金を徴収されており、解約金の通減はないとの理解でよいか。

(一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 木村消費者問題対応WG 主査)

- ・ 然り。違約金について、期間割引が増える事はない。

(明神構成員)

- ・ 遠隔操作のISPは非加盟の会員であると思われ、実態を把握して欲しいと考えているが、総務省での対応状況を聞きたい。

(事務局)

- ・ 御指摘の遠隔操作のISPに関する苦情・相談は確かに増えている。総務省としては、そういった事業者の代表取締役等から、苦情・相談が増えているという事実を示しつつ、ヒアリングを行っている。一部の事業者については、いったん勧誘を止めるという指導を行いつつ、その後の苦情・相談の実情を注視しているところ。

(明神構成員)

- ・ 情報提供として述べるが、PIO-NETを通じて相談員向けに事業者の問合せ先情報が提供されているところ、遠隔操作を行っている一部の事業者から、当該問合せ先情報の一覧に連絡先を登録することについて同意を得ている。また、一部の事業者には、消費者支援連絡会に参加してもらい、消費者の声を聞いてもらっている。

(垣内構成員)

- ・ PIO-NETに対する問合せ比率は、非会員が多いとあるが、会員となっている利用者比率と比較すると、会員事業者に対する苦情も相当多い印象を受ける。これは、会員に大規模事業者が多いからというように理解してよいか。

(一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会 木村消費者問題対応WG 主査)

- ・ 御理解のとおり。会員には大規模事業者と中小事業者が含まれるが、インターネット利用者数全体から言うと、大規模事業者が相当な割合を占める。

- 一般社団法人テレコムサービス協会（丸橋サービス倫理委員会委員長）から、資料6について説明。

②自由討議

(森構成員)

- 資料4のP18で、店舗型クーリングオフに対する、ある種の代替案が示されているところ、事前のお試しと事後の解約保証プログラムというような説明があったが、電波の悪さを理由とする解約が可能であれば、使ってみなければ分からないことによる消費者の不利益を解消する手段になると思うが、電波の悪さを理由とした解約を認める際、手続上、正しい申告であることが負担のかからない形で確認できるのか。また、仮に事業者のサービスとしてのプログラムではなく、法制度化された場合であっても、実際の解約数は非常に少なくなると思われるところ、そうであっても、代替提案としての意味を持つのか、以上2点をTCAに確認したい。

- 資業界団体として全てを把握しているものではないが、1点目の電波の悪い状態を正確に把握できるのかという点については、現在のところ各社検討中というのが実情。各社は、電波の改善のために、顧客のもとに駆けつけ、電波の状況を確認するという取組を個別に実施している。確認の方法は、個社の特性も非常に出る場所であり、一概には申し上げられない。

2点目は、役務やサービスエリアの確認に閉じた形のルールとして、理由を問わず無条件にキャンセルできるというものから、ある程度、救済対象を絞った形のルールとして受け止めれば、その方が実態に合ったルールではないかと思う。

(新美主査)

- 電波状況の良し悪しに関する基準は策定されるのか。策定するとなれば、最終的には品質保証を行うようなことになるが、そこまで考えているのか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- 各社で取組を検討中であり、各社の検討状況を踏まえて、業界団体として、先ほどガイドラインの話もあったが、その中で検討する話と考える。現時点では確定していない。

(新美主査)

- 電波の良し悪しについての判断基準がなければ制度化はできない。良い悪いという判断基準を示したら、それは品質保証に繋がるということは指摘しておきたい。

(平野構成員)

- 同じくTCA説明資料のP18、対策の2番目について質問したい。自動更新の告知が不十分のため対策をとるとあるが、具体的には、例えばデフォルトでのプッシュ型の通知を実施するのか、1か月前ではなく2か月前から通知する等、具体的な内容について説明いただきたい。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ プッシュ型の通知を、SMSやEメール等の通知手段も含めて、各事業者で検討中と聞いている。

(齋藤構成員)

- ・ TCA説明資料の別添の最後の行、右側の考え方の欄に「ただし」とあり、契約解除に至る個人事情を考慮して、各事業者は運用上、契約者負担としないケースもあると認識しているとある。私も同様に認識しているが、これはルール化されていない。アドホックな対応であり、どういうルールで、どのような場合にどうなるか、予見可能性が全くない。例えば、一週間後に海外赴任を命じられた場合に解約希望された際、契約者も、違約金を支払うという判断をせざるを得ない場面が出てくると思う。特にクーリングオフの議論に関係するが、継続的で長期間にわたる役務契約であり、将来の見通しや状況が契約時には予想できないという性質がある。このため、やむを得ない事情や相当の合理性のある事情の場合について、「ただし」の内容をルール化するようなことを考えているか確認したい。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ 個別の事象について運用上対処しているケースがあることは認識。先ほど、消費者支援委員会の下に、ガイドライン等も含めた検討を行う検討部会を設立すると申し上げたが、現時点での個社による対応状況、顧客からの苦情・相談等を踏まえて個別に対処している状況を、ガイドラインという業界統一の基準として、どこまで実施できるかは、まさにこれから実例を見ながら落とし込むべきと理解。検討部会では、齋藤構成員から指摘されたルール化・ガイドライン化も見据えた検討を行うことを考えている。

(近藤構成員)

- ・ 老テク研究会では過去15年、無料電話教室を全国で実施しているところ。65歳以上でメールも利用できないような高齢者にセット販売等するような販売体制について、今後の改善見込をお聞かせいただきたい。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- ・ 弊社の個別店舗ではスマホ教室やタブレット教室を頻繁に開催している。

(近藤構成員)

- ・ 教室ではなく、セット販売方法について、クーリングオフが検討されると店頭販売員も無理な売り方を辞めようと自制するのではないかと考えるが、どうか。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- ・ 弊社では、現状でも無理をかけるような売り方はしてないと基本的には考えている。ただ、様々な事例があることは承知。また多数苦情をいただいている事も認識しており、各種事例を集めつつ、今後は業界団体等も作り、改善していかなければならないと考えている。

(明神構成員)

- ・ 試行サービスでは電波環境を見るとのことだが、スマートフォンのトラブルでは、アプリが起動せずに解約希望が寄せられるケースもあると聞いている。こうした事案にはどう対処するのか。

(一般社団法人電気通信事業者協会 永谷消費者支援委員会副委員長)

- ・ 基本的に考えているのは、原則として役務限定のお試しであり、顧客自身で利用登録いただいたアプリについては、電気通信事業者団体・電気通信事業者としての救済対象ではないとは考えている。

(宍戸構成員)

- ・ 特に販売代理店、TCAに対して要望したい。苦情・相談は、今後、電気通信事業者と代理店において、業界それぞれとして、連携する視点で進めていただきたい。販売代理店の業界団体を作ることは非常に大きな進歩であり、非常に良いこと。

その上で、業界団体で苦情・相談に関する分析等を実施する際には、TCAを中心に電気通信事業者として現在検討中の苦情・相談窓口との連携を考えていただききたい。そして、TCAにも同様に要望したい。両方が機能することで、利用者保護が実現するものと思慮。

(森構成員)

- ・ 資料6・5ページ目で、期間拘束・自動更新付契約の考え方で、自動更新期間拘束付契約に自動更新がセットとなっていることについての4番目で、「契約解除料が発生せずに解約できる期間が1か月に限られていることについては、更新満了月末日での満了の意思表示を事前受付する方向で業界慣行を揃えるよう働きかけていきます」と説明があるが、これは全くそのとおりと考える。前回も申し上げたが、期間拘束の存在と解約金発生の有効性はこれまで裁判でも争われ、一応有効と整理されているが、あるタイミングでしか解約の申入れができない、特に事前に申入れをしても受付がされないということは、裁判で争われていない利用規約に記載があると思われるが、有効性や合理性の観

点から疑問があるため、意思表示の事前受付を是非とも全事業者で採用されるよう、お願いしたい。

(斎藤構成員)

- 本日の発表や議論を聞くと、クーリングオフ制度に関する理解・認識がバラバラで統一されておらず、それぞれが想定しているものを前提に、今回の中間取りまとめについて、まずは困るとおっしゃっているように感じる。

具体的に指摘しておきたい点として、クーリングオフ制度導入の根拠は不意打ち性を中心があるということを前提として発言されている方もかなりいらっしゃる。だから店舗は関係ないという議論をされているわけであるが、中間とりまとめをよく読んでいただくと理解できると思うが、店舗にクーリングオフ制度の導入を提案しているのは、決して、不意打ち性があるからということが中心ではない。

先程からの議論でも、役務の内容、性質その他が非常に不確実で、実際に使ってみなければ分からないところがある。また、期間が長期にわたり、契約締結時に予測できないことが起きるといった契約の性質を持っていること。加えて、契約条件等についても、役務の内容自体が非常に複雑であること。このようなことをクーリングオフ制度導入の根拠としており、店舗や不意打ち性の存在とは少し違う根拠として議論されてきた。その点で認識が異なっているため、本日の発表のような意見が出ていると思われ、中間とりまとめの整理、前提を踏まえて考えていただきたい。

もう1点、事務量の増加や消費者のデメリットという指摘、それからクーリングオフという名称が悪いという点について。特商法やその他の法律において、クーリングオフという用語が条文に書いてあるものではなく、クーリングオフという言葉は法律の文言ではない。例えばドイツでは、民法そのものにクーリングオフ制度として解約の権利が規定されている。業界に対するイメージが悪くなるという主張は、大変失礼な言い方となるため先に謝罪しておくが、どうも業界各社の業務内容で大変なところがあるとの認識があるからこそ、そのような受け取り方をされて、今回の主張に繋がっているように感じる。例えば、損害保険でも生命保険でも、保険業法にはクーリングオフ制度が入っている。金商法も、法律にクーリングオフの規定がある。ただし、現行では、政令で投資顧問業のみが適用対象となっている。それ以外にも、宅建業法にもクーリングオフ規定がある。また、少し変わったところでは、積立式の住宅の取得に関する法律でもクーリングオフと呼んでもいいような制度が入っている。こういった業に従事している方は

全て悪質な業を行っているのとニアリーイコールであるとの認識であるとする、そこは認識が少しずれていると思われる。先ほど申し上げたように、中間とりまとめにおいて、店舗へのクーリングオフ導入の根拠を正確に理解いただき、それに適合的な要件あるいは効果を具体的、積極的、前向きに提案いただくと、事業者・利用者双方にとって Win-Win の制度になってくると考えるので、意見として申し上げたい。

(長田構成員)

- ・ 端末の問題や、充電器の事例が出たが、特商法では対象が訪問販売と電話販売になっているところ、そこでは商品自体を特定しているものではないと理解している。電気通信事業法が特商法から除外されているのは、電気通信事業法で特商法と同等の手当ができるという状況でもともとあるべき、あつたはずということが理由ではないか。それにプラスして、齋藤構成員が指摘されたように、今、各社で取り扱う役務が非常に複雑、かつ表示されているだけの速度が実際には出ないことや、電波が来ないこともあり得るものを販売されている状況にあるということで、販売方法を問わずにクーリングオフを導入することが提案されており、この提案は是非受け止めていただきたい。

各社から提案があったこと、お試しサービス等は、ある意味有効とは思っているので、それはそれで推進いただければよいが、法律上きちんとクーリングオフの権利を消費者に認める点は、ぜひ了解を頂きたい。

加えてもう1点、ADRであるが、各社で業界団体を新設するという話や、既存団体の中で取組を進めるという話、また、そこまでは困難といった話を伺った。先程ケーブルテレビ連盟が無理な代理店販売があるのではないかとおっしゃった点は、おそらく、ケーブルテレビ連盟の構成員での問題と、ケーブルテレビから他サービスへの勧誘で強引な販売に関する苦情相談がケーブルテレビ連盟の相談窓口にも来ているケースもまたあるというもの。それぞれの団体で情報を共有して問題解決に努めていくことが必要と考える。ひとまずは、それぞれの団体において様々な問題を共有してガイドライン策定等を頑張っただけだが、ユーザーとしては一つの契約と思っているものに契約先が多数含まれ、各団体が担当する範囲を跨がっていることもあるため、全体での情報共有を考えていただきたいと思う。

(明神構成員)

- ・ 私見を述べさせていただきたい。まず、ADRについて、テレサ協やJAIPAから発言されたように、電気通信サービスは特殊なもので、問合せも非常に多岐にわたる。

私のところにも1日3件程度と結構電話は掛かってくる。相談員や消費者とすれば、まず、何を契約したのか分からないという状況。要は分からないから、仕分ける作業が必要になるのだと思う。個人的意見であるが、紛争処理に関しては、国センのADR機構を利用の方が合理的だと思っている。例えば、問合せだけを横断的に受け、案件ごとに国センのADRにかける。齋藤構成員がおっしゃるように、国センのADRは、専門家がいない等の様々な問題はあるが、携帯電話事業者から例えば専門家を派遣することで解決できそうな気がする。

2点目はクーリングオフについて、まず特商法を入れてはどうかと考える。店舗販売に関しては、様々な議論が出ており、もう少し整理が必要と考える。今導入してかえって消費者トラブルが増加しては困るので、早急な法制度化を進めるのではなく、もう少し整理期間を持っていただきたいと考える。

(新美主査)

- 今の意見について確認したいが、特商法の導入ということは、クーリングオフしたら全て事業者が費用を持ちなさいということに繋がると思うが、どのようにお考えか。

(明神構成員)

- 訪問販売と電話勧誘に関して対象となり、すっきりすると考える。

(市川構成員)

- 商売の仕方あるいはサービス提供の仕方、案内方法も含めて適切な競争が行われ、適正性のない人が市場から退出すればよいという話で、逆に言うと、今日参加されている方、特に販売代理店でこの場へ来ておられる企業の対応について、余程問題があるということはおそらく無いと考える。

その上で多分問題になってしまうのが、先ほどケーブルテレビ連盟の話にもあったが、およそ違う業界であったこと、あるいは、地域特性から始まり、およそ垂直型に抑えが利くところと水平に分かれている所で、様々なサービス及び事業者が参入して競争となり、顧客から見ると一緒だったり一緒ではなかったりする事が混ざるといふとき。

最終的に考えなければならないのは、例えば海外ADR事例も、先程のクーリングオフと一緒に、どういうADRを頭に思い浮かべるかは様々であり、例えばイギリスでは、「last resort」と言っ、最終的に逃げる場所がない人が逃げる場所との位置づけ。例えば、12週間個社対応が不可能だったら、顧客がADRに持っていく権利を持つ形となっており、12週間で終わらないクレームがどれぐらい存在するかとい

えば、実はあまり無い。

国民が使う電気通信サービスでは、基本的には、事業者は、店舗販売の仕方から通信あるいは端末そのものの良さも含めて、本来は全体を含めて競争し、その質で悪い人だけが正しく淘汰されていけば良い。しかし、本日の発表にあったように、きちんと対応していると思われる人が事業者団体を組んで、対応できてない人に係る案件に対応するようなことも起きる。

どうやって質の競争に持っていけるかという意味で、海外事例を見ると、顧客に何かあれば最終的にADRに持っていく権利を持つ仕組み中で自社が競争しているということは、そのような仕組みを入れてない事業者との差別化を意味する、というように考えられている面がある。事業者にとって大変なことが増えるのも事実ではあるが、むしろ、一定の水準に至ってない事業者の水準を上げ、切磋琢磨の相手となり得るようにするという理解の中で、例えばイギリスのADRは置かれている。業界全体として、最終的にどういう競争をしていくか、顧客から見るとそこにいる事業者が相手でしかないので、そこを考えていただいても良いのではないかと。

(株式会社ベルパーク 西川代表取締役社長)

- ・ 齋藤構成員からクーリングオフに関する説明をいただいたが、弊社に寄せられたクレームを分析する限り、8日間でクレームが起こるケースは実は少ない。むしろ、齋藤構成員がおっしゃられたように、長期間契約で何が起こるか分からないサービスであるため、クーリングオフに効果があるのは、我々の肌感覚からすると間違いなく限定的である。

クーリングオフは悪くない制度というように議論が進んでいることに、現場を持つ販売代理店として違和感を持っている。今回のワーキンググループをずっと傍聴する中で、近藤構成員が言っておられた高齢者に対するより丁寧な説明について、より意識するようになった。このままの形ではよしとはしない。また適合性の原則とは何かといった点や、事実不告知や不実告知についても、どんどん意識が高まっている。クーリングオフが万能ではないことは、現場感覚として是非申し上げたい。

(株式会社ティーガイア 俣野上席執行役員 経営企画部長)

- ・ ベルパーク社の意見を補足したいが、販売代理店として、全ての販売形態でクーリングオフに反対するわけではない。電話勧誘・訪問販売への導入はもっともであると考えている。ただ、店頭販売については、本当に影響を考慮しなければならないと思ってい

る。先ほど定量の話があったが、仮にクーリングオフ導入した場合、店頭苦情がどれぐらい減少するか定量があれば一番良いと思うが、逆に増加するのではないかとことは決して詭弁を申しているわけではなく、本当に増えるのではないかと、店頭トラブルも増加するのではないかと気にしている。

先程、お試しサービスと両方走らせればよいのではないかと意見もあったが、お試しサービスで苦情を回避できるのであれば、顧客とのトラブルが懸念されるようなクーリングオフは是非とも避け、お試しサービスで試させていただきたいと考えている。販売代理店の経済的負担が増えるだけであればいいが、まず消費者の精神的負担、時間的負担も増加し、これが最大の問題。また、販売代理店スタッフについて、スマートフォンになってから厳しい状況にあることは理解いただけると思うが、更に負荷を掛け、顧客へ説明を申し上げてもなかなか聞いていただけない、このストレスが窮まると、スタッフの不満もどこかで爆発してしまう。

こういったことを回避するために、もう少しクレームの解消方法を個別に検討して、クーリングオフ以外の方法を考えるべきではないかと主張させていただきたい。

(新美主査)

- ・ 今の意見についてお尋ねしたい。お試しサービスであれば説明の程度は低くなるという根拠は何か。お試しサービスもかなり細かく説明しなければならない。説明義務の観点からは基本的に手間は同一のはずである。この点についてはどう思われるか。

(株式会社ティーガイア 俣野上席執行役員 経営企画部長)

- ・ 説明の流れでは、まずは契約者の自宅の電波状況に不安があれば、お試しになりませんかとの説明の仕方ができると思う。一方でクーリングオフは、懸念がない方も含めて全て説明しなければならない。なおかつ、説明したにもかかわらず、申告されたときは適用範囲の有無についてトラブルになるということが考えられるので、そこは大きく異なると考える。

(新美主査)

- ・ お試しサービスの申込者だけに説明する趣旨か。

(株式会社ティーガイア 俣野上席執行役員 経営企画部長)

- ・ 全てに説明する。

(新美主査)

- ・ そうなると、両者の違いはどこにあるのか。

(株式会社ティーガイア 俣野上席執行役員 経営企画部長)

- ・ 契約前のお試しサービスの紹介は、現行の店頭説明の流れの中で可能と考えている。クーリングオフの対応では、この場合は解約可能、この場合は解約不可という説明を、付随契約も含めて全て場合分けして説明しなければならないとすると、相当大変なことになると思われる。お試しサービスの利用で、納得いただけるなら、クーリングオフという複雑な説明は必要ないのではないか。クーリングオフの説明をしたにも関わらず、おそらくは最後の方に説明して、なかなか顧客に聞いて頂けない、もしくは先程申し上げたとおり、どうしても長時間になると顧客の理解力が落ちるので、実際に顧客がクーリングオフを申告する段になって「聞いていない」ということにならないか懸念される。お試しサービスを契約前に利用して頂くと、こういうことにはならないと考える。

(新美主査)

- ・ お試しサービス前は、契約はしてないという理解か。そうすると利用料が取れないのではないか。

(ソフトバンクモバイル株式会社 徳永常務執行役員 財務副統括担当兼渉外本部本部長)

- ・ ソフトバンクでは、電波保証プログラムというお試しサービスがあり、基本的には、顧客に対しては対象エリアに懸念があるか否かを確認させていただいており、ほとんどの場合は、特に懸念はないということで、そこで終わりとなる。プログラムの利用希望者には条件を説明しており、エリアの心配があるか否かを最初に確認する手順となっている。主査御指摘の契約については、利用に際して契約を締結した後、申出があった段階で解約となる形。

(斎藤構成員)

- ・ また中間とりまとめの内容に戻るが、説明の内容程度を、状況や対象、顧客に分けて行う事を検討してはどうかということも、今回の中間とりまとめの提言に含まれている。いわゆるヘビーユーザーとまで言わないが、過去に同一携帯電話事業者と契約している場合、大体の状況が分かっているから、今ソフトバンク社から御説明のあったようなやりとりが可能となるもの。そういう人に対しての説明程度、内容、方法等はまた別途ルールづけをすべきとも提言されており、説明の長時間化や複雑化は、そういう側面もあるだろうが、やはり制度全体の今回の提言を踏まえた上で考えていただきたい。

もう1点、非常に乱暴な意見に聞こえるかもしれないが、限られた時間・ツール・状況の中で、利用者に全部説明して理解させるのは到底不可能であり、現場の方が大変苦

労をされているという事は、北構成員の報告等を聞くと、よく理解できる。クーリングオフは、逆に言うと、そこから落ちてしまったことによって生じる問題を、契約解消という形で解消していくという制度のメリット、メリットという言い方は適当ではないかもしれないが、制度の趣旨もある。これはクーリングオフという制度の共通の認識ということで、この制度を研究している人にとっては、そのような見方が出来るという指摘もある。したがって、クーリングオフ制度を導入すると説明の長時間化や複雑化を招くという主張については、反対の効果側面もあるのではないかとということも、検討いただければと思う。

(北構成員)

- これまで私は、携帯電話業界の様々な政策、例えばモバイルビジネス研究会でのSIMロック解除ガイドラインや分離プラン導入などに関わってきたが、もちろんここまで対応をしっかりとやってこなかったということも業界には反省してもらい必要があるとは思いますが、クーリングオフを、店頭販売を含めて導入することに対して、今回ほど、現場の方から真剣に反対意見が出てくるというのは初めてだ。

構成員として、中間とりまとめとして、販売形態によらずに導入することが適当であるという提言を通してしまったが、このような意見を聞く限り、私は現場のことを分かっていたつもりだったが、どうも私の想像力がまだまだ欠如していたと思う。この制度が導入されると、やはり現場を守っていらっしゃる方々からすると非常に困るという意見が出ている。

まだクーリングオフの制度設計の細かいところが決まってない段階で、少しもやもやした状態で、しかもクーリングオフというものの本質がどのようなものかということについて、それぞれ認識が異なる。この状況での法制化は、私の反省も含めてではあるが、少し時期尚早ではないか。もっと議論を尽くした上で、必要であれば導入すべきである。

電気通信事業者の業界団体もやっと重い腰を上げ、販売代理店も業界団体を創設するということであり、適合性の原則や2年縛りの告知徹底など、いくつか提案が出て前進している中で、これらの効果を見ながら、それでも駄目との判断になれば制度を導入するしかないと考えるが、やはりもう少し丁寧な議論を経た上で導入すべきではないかと思う。

(独立行政法人国民生活センター紛争解決委員回事務局 井口オブザーバ)

- 国センあるいは全国の消費者センターの苦情相談の現場から考えると、電波状況や速

度の問題で苦情が非常に多いという現状はあると思うが、お試しサービスにより、一定の効果は確かにあると考える。ただ、例えば消費者の申し出に対して即解約を認めるということであれば、かなり明確に効果が期待できるわけだが、仮に調査後に判断することであれば、新美主査から発言があったように、基準がないと全国の相談処理あるいは紛争処理の段階で言うと、どう解決していいのかわからないという一層の混乱が生じる可能性がある。したがって、お試しサービスで、どういうものは対応するのかということを確認していただかないと、なかなか苦情の減少に繋がらないのではないかと感じる。

(長田構成員)

- ・ 北構成員の発言に対して、クーリングオフの話もそうですし、業界団体として取り組んでいただきたい事や、非常に輻輳した販売代理店の状態に様々な問題がある点等も、もう長らく議論してきたのではないかと考える。もうその段階ではないということ、今回は、具体的な法改正を議論しているのではないかと認識しており、きちんと決断すべきではないかと考える。

(垣内構成員)

- ・ 既に発言のあった内容を言い直すだけになってしまうかもしれないが、簡単に意見ないし要望を述べさせていただきたい。主として苦情・相談処理に対する対応は、今回のヒアリングで説明があったように、あるいは、業界団体を新設することや、業界団体としての苦情・相談処理の対応をより積極的に進める等を説明があったところ、これは非常に大きな前進と評価できるのではないかと私自身は受け止めている。

ただ、苦情・相談処理は、窓口があってそこに人がいればそれで適切に機能するのかといえば、必ずしもそうではない。背景となる実体的ルールが何らかの形で適切に構築されていなければ、苦情が来たときに適切に対応すること自体が容易でないと思われるため、実体的ルール、例えばどのような場合であれば解約を認めるか、解約を認めた場合に、費用の負担についてどのような形で処理をするのかといった点についてのルールの整理は、引き続き課題として残るのではないかと思う。

この点は、具体的に解約の規律としてクーリングオフが適切であるのか、あるいはより限定された形での解約権が適切か、あるいは、法制度として規定するより業界ガイドラインで適切対応できるのかといったことについては、実際に苦情処理体制が動き出してその成果を見てからでないと、最終的な判断が難しいのではないかという感触を、現

在のところ持っている。

したがって、ここからは要望だが、ガイドラインの策定と努力を続けていただけたらと考えているが、その結果、それがいかなる形で機能しているのか継続的な検証をさせていただく必要があると思う。各事業者団体や総務省においても、こういった継続的な検証に努力していただけたら大変よいと思う。

(コネクシオ株式会社 井上代表取締役社長)

- ・ 長田構成員からの発言で、長年議論してきたということがあったが、販売代理店として、本日も業界で何社か傍聴しているが、この話が我々に突きつけられていると認識したのは今年の5月。総務省とも話をしたが、代理店業界としては本当に突然降って湧いたような話であり、勉強不足で申し訳ないが、販売代理店は、各携帯電話事業者の指示に従って店舗を運営してきたという意識であったため、突然クーリングオフという話が降って湧いたというのが業界の正直な感覚である。我々も急遽ではあるが、業界団体を作り、少しでも消費者目線で改善していく意識で、初めて、本日参加しているメンバーで議論を開始したところであり、申し訳ないが、今までの我々の認識はそのぐらいであったということを御理解いただきたい。

(長田構成員)

- ・ 大変がっかりな話である。少なくとも携帯電話事業者に対しては、ずっと、販売代理店の管理監督や、現場での販売方法など、総務省の研究会を含む様々な場で継続的に発言をし、問題提起を行ってきた。それが全く伝わっていなかった事が今分かり、本当に残念であり、だとすれば、やはりきちんと法律での対処が必要であるとますます思う。

(近藤構成員)

- ・ 全く同意見である。

(株式会社ベルパーク 西川代表取締役社長)

- ・ 先程も申し上げたが、P I O - N E Tデータ、前年よりも7%、8%増加しているというが、議論の大前提として、データ内容について構成員はどこまで検証されているのか確認したい。我々が掴んでいる限り、行政から来るクレーム案件は、少なくともベルパーク、ソフトバンク社とも減少している。なぜそこまで急がなければならないのか。苦情相談、クレームが高止まりしているというのが、その前提とされている。我々と携帯電話事業者でのデータも一緒に分析させて頂いたが、相談が多く、例えば「使用方法が分からない」等も1件とカウントされる。苦情とはどこまでなのか、本当に捉えた上

での議論なのか。齋藤構成員から、我々の意見は定性であり、定量はどうなのかと発言いただいたが、この検討会の構成員が定量データを用いてどこまで突っ込んだ分析をされた上で議論されているのか。我々は遅れて来たかもしれないが、この点については大変疑問に思っている。このため、なぜ今法制化なのか、なぜ我々にチャンスをもたらえないのか。これは本当に、我々はICT-2020の理想像に向かって努力すべき重要プレイヤーと自覚しているが、それが納得しないまま、法制化に進むのが果たして良いのかどうか。

- ・ 毎週ある高齢者が弊社店舗へ来ているが、全て使用方法の説明である。目覚まし機能の使い方が分からない等、1個1個、丁寧に説明している。ただ、その高齢者も、緊急の顧客が来て順番を越されると、もの凄くお怒りになる。我々が一番ストレスを感じるのは、顧客が待っている、イライラされている、これを一生懸命、解決しようとしている。もしクーリングオフが導入されれば、おそらく5分から15分、説明は必ず長くなる。顧客のストレスが増えることは間違いない。それをお分かりの上で、もう検討の時間がない、制度化と言われるのは納得できない。
- ・ 御理解頂きたいのは、店舗スタッフは何が一番幸せに感じるかといえば顧客が幸せな顔、笑顔で帰っていただくこと、これが一番のモチベーション。ぜひ現場のことも分かっていたいただきたい。
- ・ 携帯電話事業者から伝わらなかった事は、我々の責任かどうかは分からない。携帯電話事業者に押しつけるつもりはないが、ぜひ現場のことを理解頂きたい。退職率が非常に高い業界でもあり、このままでは崩壊する。

(株式会社ティーガイア 竹岡代表取締役社長)

- ・ 様々な指摘を頂いたが、我々も勉強不足であったとつくづく感じている。時間がないとの意見もあるが、我々も全国10万人スタッフを抱えており、女性の店長も多く、私も現場を回っているが、スタッフは本当に頑張ってやってくれている。こういう人たちにぜひチャンスをいただきたい。我々も改善する自信はあり、携帯電話事業者と一緒に努力させていただきたいと考えているので、ぜひ今回、クーリングオフは、一つの方法であることは理解するが、まず我々に店頭で力を発揮させていただき、やはり10万人が頑張っている世界があると、今までそういう打ち出し方をしておらず、資料でも「縁の下力持ち」と記載したが、今回のWGのヒアリングの1回だけで信頼をくださいというのは僭越ではあるが、代理店として努力するため、若干の猶予を頂けたらありがたい

と考えている。よろしくお願ひしたい。

(新美主査)

- ・ 深い議論もさせて頂いたので、これまでの議論を前提に、事務局においてとりまとめをし、次回会合では、ワーキンググループとして取りまとめ作業を行いたい。

以上