

I C Tサービス安心・安全研究会
消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合
(第3回) 議事要旨

1 日時 平成29年6月28日(木) 10:00~12:00

2 場所 総務省 第1特別会議室(8階)

3 出席者(敬称略)

○構成員

新美主査、石田構成員、市川構成員、北構成員、黒坂構成員、長田構成員、横田構成員

(欠席:森主査代理)

○オブザーバー

小林オブザーバー(国民生活センター(独))、木村オブザーバー(日本インターネットプロバイダー協会(一社))、田畑オブザーバー、岸田オブザーバー、松井オブザーバー、
栃岡オブザーバー、鈴木オブザーバー(電気通信事業者協会(一社))、丸橋オブザーバー、
山田オブザーバー(テレコムサービス協会(一社))、山本オブザーバー(日本ケーブルテレビ連盟(一社))、
浅見オブザーバー、治良オブザーバー(全国携帯電話代理店協会(一社))

○総務省

太田総務大臣補佐官、富永総合通信基盤局長、巻口電気通信事業部長、秋本総務課長、竹村事業政策課長、徳光消費者行政第一課長、湯本消費者行政第二課長、堀内事業政策市場評価企画官、安東事業政策課調査官、内藤料金サービス企画官、大磯消費者行政第一課課長補佐、金子消費者行政第一課消費者行政調整官

4 議事

(1) 開会

(2) 議題

①中間報告指摘のフォローアップ等

②苦情分析の結果等

③実地調査の主な結果

④平成 28 年度の評価・総括

(3) 閉会

5 議事要旨

(1) 開会

(2) 議題

① 中間報告指摘のフォローアップ等

- ・事務局から資料 3-1、テレコムサービス協会から資料 3-2 について説明

【石田構成員】 FVNO委員会のつくられた重要事項説明のポイントとトーク集について、これだけのものを電話勧誘時に一度に説明するのは大変かなと思うのですが、それとその後の図解リーフレットなどをお渡しして説明するといったことは事業者さんごとに違うかなと思うのですが、どのような流れを想定していらっしゃるのかお伺いします。

【山田オブザーバー】 今のご質問にご回答させていただきます。消費者トラブルに関する苦情を業界団体と分析いたしまして、説明しないといけない項目は確かにボリュームが増えておりますが、きちんと説明させていただき、また書面等でお手元に後ほどなのか、契約時なのかということを説明することで、消費者理解を得るためにはサービスが少し複雑化されておりますので、ご理解のためにはこれほどのボリュームの説明は必須かなと思っております。

また、フォローコールというところが1つポイントになっていると思っておりますので、人を変えて違う側面からポイントに沿った確認項目を行うことで、より消費者の理解を得たいと考えております。

【石田構成員】 電話勧誘の説明時にこれだけのものは必要だからということで、ボリュームが多くなるけれども、これだけ説明していただくことになるということですね。

【山田オブザーバー】 はい、おっしゃるとおりです。

【石田構成員】 わかりました。

【長田構成員】 今、石田構成員もおっしゃっていた、重要説明事項のポイントはなかなかボリュームがあるのですけれども、電話がかかってきた、その最初のトークが誤認を与えるかどうか、すごいポイントだと思うのです。今ご契約の電話回線について、といったトークから入ることが多いと思うのですけれども、ここに挙げられている会社名から言うと考えればいいのですか。

【山田オブザーバー】 はい、おっしゃるとおりでございます。

【長田構成員】 そうすると、最初に会社名を言われてもわからなくてスルーしてしまう。多分、会社名を言われても？となってしまう。「はい、長田です」というところに、「何々会社の何とかです」とだけ言ったのでは、多分電話が続かないので、そこでこういうことは言っただけではいけないよねというような、非常に誤認を与えやすいものというか、苦情の中で多いものを少しこれとは別に例示していただけると、各社これからマニュアルで電話でかけるものを見直す際に役立つように、これとこれとこれが入っているからいいけれど、これは誤認させるよね、というところもいずれ研究していただけるといいなと思います。

【新美主査】 今の長田構成員と石田構成員のお話からみると、インフォメーションそのものはきちんと議論されていると思いますけれども、電話を取ってすぐに会社名を言われても「えっ」と思って頭に残らないという側面がありますので、その辺を少し工夫していただきたいということだと思いますし、大変なボリュームがありますねということで、電話で対応できるのかなというのがもう一つのご心配だということですので、さらにその辺をご検討いただきたいと思います。

あとは消費者苦情との絡みで1つだけつけ加えておきたいと思うのですが、いろいろなところで何かあったら連絡してくださいというのですが、これは連絡すると待ち時間が非常に長いのですよね。苦情があってもそれで取り下げてしまうというか、出すのをあきらめてしまうということがあるので、どれくらいの受け入れ体制をつくるのかというのは何か考えていらっしゃいますか。その辺はどうでしょうか。

【山田オブザーバー】 カスタマーセンターの事前に関する件だと思います。もちろんあまりコールが長くなってお待ちすることがないようにというのは、必須事項かなと思っておりますので、その辺もあわせて徹底していきたいと考えております。

【新美主査】 いろいろなところで聞きますと、電話をかけたけれども、つながらないからあきらめたという声をよく聞きますので、ぜひご検討ください。ほかにご質問等ございますか。よろしいでしょうか。

それでは、2つのご説明については、以上にさせていただきたいと思います。

①苦情分析の結果等

・事務局から資料3-3、TCAから資料3-4、全携協から資料3-5について説明

【黒坂構成員】 ご説明ありがとうございます。2点ございます。1つ目は、事務局及びTCAさんにご報告いただいた内容ですが、もしかすると前回も同じような質問とご説明があったかもしれませんので、その場合はご容赦いただければと思います。発生要因が項目をかなりそろえていただいているので見比べてみるとよくわかると思うのですが、総務省に整理いただいたものとTCAさんに整理いただいたもので、ランキングが結構違うなという気がしております。例えば、3-3の資料の7ページと、3-4の資料の8ページです。上位グループにくるようなもの、下位グループにくるようなものと、グルーピングで分けるとある程度かたまりはあるのかなと思うのですが、例えば、事務局資料ですと「通信料金割引の説明不足」がトップにきているのに対して、TCAさんの調査だと「申告者の認識との不一致」がトップにきている。まだ詳細な突き合わせの比較分析等が十分済んでいない可能性もあると思いますので、定性的な現在のご認識で構わないのですが、わりと上位にきている項目に差が出てくるというのは何か要因があるのではないかと思いますので、どういった背景があるのかということ、現在のお考えをお聞かせいただければというのが1点です。

それから、2点目の質問ですが、これは全携協さんのご説明で資料3-5の6ページでございますが、苦情の構成比を拝見すると、先ほどのご説明にもあったとおり、料金プランであるとか、契約手続きが大きい。ほかの項目も含めて「説明不足・誤案内」というところが頭のほうにくるといふご説明があったと思いますが、ユーザーから見たときのサービス利用のライフサイクルという観点で言うと、契約であるとか、つまりサービスを使い始める初期に比較的苦情・問い合わせが多いと理解してよろしいかという、理解の確認をさせていただければと思います。

【大磯消費者行政第一課課長補佐】 資料3-3、事務局の分析とTCAの分析の比較ということで、MNOサービスの発生要因の上位が少し違ふと、ご指摘のとおりです。こ

これは前回も確か同じような傾向だったとっております。これは、我々総務省の分析は、消費者から申告のあった記録内容を見まして、それで推測をして分類しております。したがって、その後、その消費者の申告を受けてからどのような対応を事業者でされたかというところまで確認しているものではないかと考えております。いずれにしても消費者にとってみれば説明不足だったのではないかと、記録を見る限りは思われるというのが総務省の分析の結果でございます。

【松井オブザーバー】 TCAですけれども、基本的に総務省の説明と一緒にです。こちらに入ってくるのは消費者相談センターのフィルターがかかっていますので、その結果、我々に返ってきたものが総務省のローデータとは違うという結果だと思います。その傾向に関しては、例えば、問合せと苦情の比率が、総務省ですとかPIONEERは当然苦情が大きいですけれども、我々に入っているものに関しては苦情と相談が5対5ぐらいというところにも、両者の性質の違いがあらわれているのかなと理解しております。

【新美主査】 それでは、2点目は全携協にお願いします。

【浅見オブザーバー】 今回の苦情データ分析の中の契約初期か利用中かというご質問でございましたけれども、私どものデータによると、初期というのは契約後8日以内と考えたときに15%弱でございますので、ほぼ総務省のデータとも一致しているような状況でございます。

【石田構成員】 全携協さんにお伺いしたいのですが、料金プランを勧められてこの金額となっていたのが、1カ月目は手数料が入って高いかもしれないけれども、2カ月目になっても決して安くならず高いといったようなご相談などですと、初期ではなくて1カ月、2カ月経過してからのご相談になるかと思うのです。その場合に全携協さんのキャリアショップに苦情が入るのではなくて、キャリアに入ってまた戻ってくるといったようなものがあるかと思うのですが、そういった苦情はこの中には含まれてはいないのでしょうか。

【浅見オブザーバー】 私どもの苦情の分析はあくまでも店頭によって受け付けたというところ限定させていただいておりますので、そこがキャリアにまずお話をして戻ってきたかどうかというところまでは把握してございません。

【石田構成員】 わかりました。そうすると、最初の説明不足のところがあって、そう

いうところが後から苦情が出たというものについては、ここには載っていないという形になるのでしょうか。

【浅見オブザーバー】 はい。ただ、お客様が直接店頭にお問い合わせられるようなデータについては、ここに入ってきます。

【石田構成員】 数カ月後であってもここに入ってくるということですね。

【浅見オブザーバー】 はい。そういうことでございます。

【松井オブザーバー】 補足ですけれども、TCAのデータの説明の中で、前回と同傾向という部分が多かったと。実際そうなのですけれども、我々の分析としては、当然、総務省の報告にもあったのですけれども、大手に関しては今の状況が少なくなっているという状況ではないにしても、前回と比べて15%とか20%減っているというのは、1つ事実としてあります。

また、TCAの資料の12ページに、発生時期、契約初期における要望内容といったところがあります。契約初期での要望について、移動体が「契約解除」が3割、光ファイバーが3割となっているのですけれども、こちらは前回ご報告したときは、移動体に関しては5割強、ひかりファイバーは大体35%ぐらいということで、この部分は数字がかなり変わっているのです。因果関係まできちんと整理できてはいないのでけれども、ここにつきましては初期契約解除ですとか、確認措置といったところの制度的な手当がある程度浸透してきて、お客様の要望の中で契約解除までは必要ない。そこは今ある制度の中でカバーできているということで、この数字が若干変化しているというのは、形としては見られるのかなという認識です。

【新美主査】 今回のコメントは私も注目していたので、改めてリマークしておきたいと思います。

③ 実地調査の主な結果

- ・ 事務局から資料3-6、資料3-7、資料3-8について説明

【横田構成員】 質問というより全体的なコメントですけれども、まず資料3-6の1ページの調査方法で覆面調査を実施された概要が書いてあるのですが、1点確認したいことがあります。これは途中でやめるという形になっているのですけれども、その販売現場

では調査があった旨は明らかにしていないということですが、その後、担当の販売員の方に、あれは調査でしたということは伝えるような仕組みになっていますか。というのは、販売員の側からすると、せっかく取れると思ったのに直前でだめになったというのは結構ネガティブな評価となってしまって、かえって負担になるような気がしますので、その点確認させてください。

【大磯消費者行政第一課課長補佐】 まず、調査であった旨を明らかにするかどうかということで、明らかにすると、本当は調査ではなかったのに調査であったかのように装って解約を申し出るような例があり得るということで、現場では調査であることを明らかにしていません。また、おっしゃったご指摘の点につきましても、個々の販売員にまでお知らせがされることまで当方から確保しているものではございません。

【横田構成員】 行政調査の適切性という観点からのコメントだにご理解いただければと思います。

もう一点は議論全体の話ですけれども、先ほどの消費者向けパンフレットに転用に関する説明を頑張ろうというご趣旨でつくられていると思うのです。資料3-6の46ページになりますが、電話だけで契約が成立する場合があるという認知度が40%というのは、これはある意味法学部教育の敗北かなと思わなくもないのですけれども、この点はかなり重要な点だと思いますので、そもそも論ではありますが、電話だけでも契約が成立する場合があることに留意してパンフレットを作成していただければ幸いです。

【北構成員】 覆面調査のやり方が、いわゆる寸止め調査なのですが、最後までぎりぎりまで調査員が説明を聞いて、「ここからはちょっと持ち帰って検討させていただきます」という形で退店すると思うのですが、ほんとうに最後まで必要な説明を聞いた上で退店しているのかという確認はどのような形でされているのか。例えば、資料3-6の7ページと8ページ、覆面調査での結果と利用者アンケートの結果が乖離しているのですが、この乖離というのはどのような要因があって乖離しているとお考えなのか。そのあたりをお聞かせいただければと思います。

【大磯消費者行政第一課課長補佐】 ご指摘のとおり、MNOの覆面調査はいろいろな制約から、契約までいかに契約の直前で手続きを中断するという方法により行いました。これによって、おっしゃるとおり、ほんとうに最後まで説明を聞けなかったという例が存在したのではないかというところは、ある程度は否めない事実だと思っております。他方でF T T Hは契約まで行っておりますので、F T T Hの結果もあわせて載せていますし、

また、同じような観点からのアンケートの結果も載せまして、複数のソースを用いて検証するという資料構成とさせていただいております。

ご指摘のとおり、アンケートの結果と覆面調査の結果で少し数値の乖離があるというところは確かにございます。ただ、まずもって数値の若干の高い、低いはある、結果としてはあまり変わらないのかなということはあるのですけれども。7ページ、8ページに特化してお話ししますと、8ページはアンケートの特性上、「覚えていない」と回答された方は除いております。ですので、はっきり覚えているという記憶の鮮明な方のうち、3割が「なかった」ということですので、多分「覚えていない」という方はそもそも説明があまりわからなかったという可能性がありますので、そこは「覚えていない」という方がどのような状況であったかによって、ほんとうの結果はわからないと思っております。

【北構成員】 最後まで契約したケースも何件かあったと聞いたのですが、その調査結果と寸止めの結果に差があったかどうかということをお聞かせいただきたい。

【大磯消費者行政第一課課長補佐】 最後まで契約したケースは、今回の資料には数が非常に少なく、マクロで見られるほどの内容で残念ながらなかったので載せておりません。結果としまして、詳細にきちんと分析できているものではないのですけれども、ただ、大まかな結果は変わらなかったのではないかなと考えております。

【石田構成員】 覆面調査とアンケートの違いということで、10ページと11、12ですけれども、10ページのところで総額に対する説明とか、個々の料金の説明、70%とか、80%ということで結構いい数字で出ているのです。その次の11ページを見ますと、アンケート調査の結果のところでは、予想よりも高かったところが2割あったり、「安くなると説明はされたが、実際は安くならなかった」ということで、説明と実際にアンケートの結果が違っているというのが、説明を十分に聞いたつもりでわかっていたつもりだけれども、実態としては2割の人は違っていたと。これはF T T Hのところでも同じでして、33、34ページのところでも内容と総額と内訳があったというところで結構いい数字が出ているのですけれども、ここが個々の代金の説明が十分でなかったというのはあるのですが、実際は予想よりも高かったというところが結構20%ぐらいあるというところで、そのときは説明されたという意識であっても結果が違うというのは、十分説明されたと、こういうアンケートの結果で、あとの違いは問題点として今後指摘していく必要があるのかなという気がいたしました。

【松井オブザーバー】 今の点ですけれども、説明した金額よりも高かったという話に

関しては、幾つかの理由があると思っております、まず初月と次月で金額が違うとか、適用されると思っていたキャンペーンが、実は条件を満たしていなくて適用されなかったとか、今は定額のサービスが多いのですけれども、使い方によってはプラスで金額を払うということがあるのですが、ここに関しては、今回提言いただいているような総額表示ですとか、TCAの中で進めている料金シミュレーターに関しても、より精緻化する方向で検討を進めていますので、その中でお客様により実態に合った金額をご提示したり、あとはオプションの話に関しては、初月無料という話もありますので、そこは課金の前にリマインド通知を出すみたいなことを総合的にやっていくことでこの辺の不満というか、消費者の方との意識の相違は若干緩和していくのではないかと考えております。

【新美主査】 シミュレーションそのものが精緻化されていけば、少しは、ここは減るだろうという予測ですが、これもコメントとあわせて今後の方向と言いますか、受けとめておきたいと思います。

【北構成員】 この結果に私は大変ショックを受けています。法改正後だったので、きっといい結果が出てくれるのだろうなと思って一生懸命アンケートをつくるのを手伝ったのですが、まさかこんな数字が出るとはとショックを受けています。全携協さんはこの結果に対しておそらく内部でいろいろご検討されたと思うのですが、どういう感触をお持ちか。中間報告での指摘事項への対応は、最初の事務局の説明によればほとんどこの下期から始まるものが多いので、結果がでるのはこれからだということか、いやいや、あんしんショップも含めてしっかりやってきたのに、こんな数字であるはずがないという思いなのか、感想をお聞かせいただきたいと思います。

【浅見オブザーバー】 お答えします。ご指摘にありましたとおり、私どもも正直言ってこの結果にはショックを受けております。店頭ではしっかり説明をしてきたつもりですけれども、そうではなかったということもあります。私どもとしては、総務省様からヒアリングを事前に受けたということもあって、キャリアごとに全ての説明書とかタブレット画面の確認も行いました。それから、実際に接客している店舗のスタッフにもヒアリング、アンケートを行いました。その結果として言えることなのですけれども、できていなかったと言われている項目の半分は、確かに店頭での説明の意識が低かった項目はございます。そこはほんとうに素直に反省しなければいけないのですけれども、その例としては、解約時に掛かる費用ですとか、使用者が青少年であるかどうかの確認などについては、店頭でもなかなか確認しにくいとか、言いにくいというのがスタッフの率直な意見でした。

ただ、一方で、残りの半分については、店頭できちんと説明していたにもかかわらず、お客様にうまく伝わっていないのではないかなと思われるような項目もありました。具体的には、確認措置とか、残債や違約金等の解約時に発生する費用の説明といったものでございますけれども、スタッフに確認しても説明していないわけは絶対はないと言い切るスタッフもいるぐらいで、これらについては説明に使っているツールや、説明の表現等がわかりにくかったことも考えられます。説明はしたにもかかわらず、お客様の頭に残らなかったということも考えられますので、そこら辺についてはキャリア様と連携して、今後、改善策を検討してまいりたいと思います。

【松井オブザーバー】 TCAからも1点ですけれども、当然不十分と言われている項目に関しましては、我々業界で真摯に今後対策をしていきたいと思っています。

ただ、一方で、先ほど北構成員のご質問に関連するのですが、契約は途中でやめることによって説明からは割愛されていた部分もあったのですけれども、例えば、電子交付の場合にどうやって確認をするとか、あとは高齢者の方に対してのチェックシートをちゃんと提示しているとか、あとは2年縛り関係での、例えば、次回の更新時期がここだとかという説明は、基本的に各キャリアの説明のツールの中で必要なプロセスとして組み入れられているのです。それがある程度契約が終わりそうな段階というか、最後の段階で出されるものもありますので、そこら辺がキャンセルをされたタイミングによっては、そのプロセスに至る前にキャンセル行為に至って、そこができていないという判断をされてしまった部分もあるのかなというところで、キャリアの実感としても、ものによってはできていないという項目の数値が大き過ぎるという感覚もありますので、そのあたり、本年度もまた調査すると思うのですけれども、何かその辺をより実態に合ったような調査の仕方があるのかといったところは引き続きこの研究会ですとか、総務省と調整をさせていただきたいと思っています。

【黒坂構成員】 2点ございます。あまり傷口に塩を塗り込まないようにしたいと思いますが、1つ目は塩を塗ってしまうかもしれません。19ページ目ですけれども、使用者確認の状況です。おそらく調査方法はもちろん、私は一切を存じ上げているわけではございませんけれども、寸止めのな云々を抜きにしたとしても、これはかなり早い段階で確認が必要なことであろうと思います。私自身が子育て中の親であるというポジションを持ってしまっているので、それを振りかぶってしまって大変恐縮ですが、ここはぜひ業界全体で是正をお願いしたい。自分の子供だけではなくて、そのようにざるになってしまってい

る子供、青少年であるとか、高齢者の方も場合によって含むと思うのですけれども、そういうところでいろいろフィルタリングであるとか、業界全体での苦勞がざるになってしまう可能性があると思いますので、できるだけここは芽をふさいでいただきたいという強い要望でございます。

2つ目は、6ページ目。これは実態をお伺いしたいということで、特に全携協さんになるのかなと思っているのですけれども、いつ契約解除しても違約金が生じない料金プランの説明がなかったというお話があったかと思います。私が知っている限り、こういった料金プラン、多分、そうではない料金プラン、縛りがある料金プランよりも高いものになるのではないかと。つまり、利用者から見ても、あまり説明を受けても興味がないねと。あるいは、事業者の皆から見ても、あまり説明のインセンティブがないねということなのではないかなと推測できるのですけれども、そういった、つまり、現場にいる方々のほとんどが、あまり関心がなさそうなものについてスキップしてしまうという実態、それは説明をあえて恣意的に省くというだけではなくて、消費者により分かりやすく、重要な論点だけを説明するためにスキップしてしまうといった実態があり得るのか。これも定性的なお話になるかと思いますが、教えていただければと思います。

【浅見オブザーバー】 お答えします。これもスタッフに確認した結果ですけれども、ご指摘のとおり、店頭においてはスタッフも時間の制約の中でお客様にメリットの少ない項目については説明が省かれる例もあろうかと思いますが、ただ、私が確認した限りにおいては、お客様に説明するツールの中には、必ず契約解除ができるプランと並べて書いてあります。ただ、字の大きさはカタログの上でも違うのですけれども、それを示しながらお客様に提示する形になりますので、具体的に説明しているかどうかまでは確認できていないのですが、お客様がそれをごらんになれば必ず目にふれるところに解除できるプランも載っているというのは間違いのないことだと思います。

④平成 28 年度の評価・総括

・事務局から資料 3－8 について説明

【市川構成員】 おおむねこの方向でよろしからうということを踏まえた上で、コメントを 2 つ。あと 1 つ提言といたしますか、今後についてお話しできればと思います。

まず、全体として、先ほど個別の事項のところでは北構成員と浅見オブザーバー、松井オブザーバーとでお話がありましたけれども、まさにこの場でこういう形でマイクロ、マクロ

の調査を出すことによってやり取りをして、ではどうなったらよくなるかということを目的としてやってきたことでありますので、それ自体、一定の評価があってしかるべきことだろうと思います。行政指導などもなされていますけれども、うちはやっていない、この事業者がおかしいのだという話がきちんと明らかになって、そうでないところを安心して使っていただきたいというのが、まさに質の競争であろうと思います。実地に詳しい構成員が数多くいらっしゃいますので、今後さらに新しいサービス、新しい売り方等が出てくる中、この場で対応していくことがよろしいことであろうと考えております。

もう一点、まさにこのモニタリング会合が存在している理由だと思えますけれども、電気通信事業法で謳う「公正な競争」と「利用者利益の保護」。後者の「利用者利益の保護」の側が我々の任務だと思えますけれども、事務局からご紹介がなかったのでご紹介しておきますと、参考3-1の利用者アンケートの最後に、電気通信事業における消費者保護自体を政府がきちんと見ておくべきだと賛意を示しているということのアンケートがございまして、これについて8割ぐらいちゃんと行政において見ておくべきだということで、我々の存在意義が証明されているところでもあります。こういう全体にマクロで網を掛ける調査というのは非常に大事だと思っています。勿論、個別の一個ずつの論点の深掘りのための使い方として、今回も覆面調査と利用者アンケートの差を見ていくというようなことがありますけれども、大きく見ると事業者側の、あるいは全携協さんのご努力によって、それぞれの対応の窓口では非常に親切にしてもらっているという数字があって、でもほんとうに理解できたかということ、それは下がるということがあったりします。このあたりがどうやってきちんと、究極的には「インフォームドチョイス」ということかと思いますが、よくわかって選択していただいたと認めていただけるかというのが、おそらくはこちらの最終目的だと思います。そこに近づけるよう、全体のアンケートをもう少しうまく使っていけたらいいのではないかとというのが、最後のコメントと提起でございます。例えば、マクロで一応調査がありますので、最終的にこのように感じていらっしゃることはどこに引っ掛かっているのか。かつて、この場で、新規につけ加えられた規制の中で、こういうものは続けたほうがいい、こういうところは少しわかりにくいというような評価をしたほうがいい、というお話がありました。これについて、最終目的を被説明変数・目的変数として、個別の施策を説明変数として説明をある程度つけられるのだろうと思います。北委員や、黒坂委員など、専門家がいらっしゃいますけれども、マクロとしてこの全体の政策がきちんと利用者保護に向かっていくということも、もちろん、一個ずつ起きている事象に

対処することはとても大事なことですし、その一個一個に利用者の方が困っていることがありますので、その解決は非常に大事だと思いますが、この「モニタリング」という役割からしますと、政策全体がちゃんと適切な方向に向かっているかということについても、次の第二弾の今年度以降のステップでよろしいかと思いますが、ぜひ検討いただきたいし、検討できればと思いました。

【北構成員】 少し長くなるかもしれませんが。今回の結果を受けて、これから業界を挙げてさらなる対策をしていくこととなりますが、そこで気になることが2点あります。

1点目が、確認措置。もう一点が署名というものの意味でございます。1つ目、確認措置について、構成員限りのデータなので数字は申し上げられませんが、上のところにドコモのみ他2社の100分の1とあります。桁が2つ違うのです。これは置いておいて、逆にソフトバンクとKDDIは、確認措置による契約解除数が結構な数あるんですね。今後、ソフトバンク、KDDI、あとドコモも、この確認措置に対する対策をしていくときに、結果として、店頭でよりしっかり確認措置について説明すればするほど、確認措置の契約解除数は減っていくのではないかと思います。あるいは、電波。数字は言えないのですが、申出があったら全て解除している事業者もあるわけです。これは、8日以内に「電波が入らないです」と言われたときにまったくチェックをしていないのではないかと、スルーで通してしまっているのではないかと。契約解除になったときのコストがだれ持ちなのかということが3キャリアで異なることに起因しているのだと思いますが、これからの対策を考えたときに、決して確認措置の数が増えたからうまくいっているねという評価にはならないと思うのです。だから、KPIとして、これから政策として確認措置がしっかりと機能しているということを何をもって評価するかということは、少し慎重に考えなければいけないというのが1点です。

それから、もう一点が署名です。KDDIとソフトバンクは署名があっても、結局、お客さんが8日以内に「説明が不十分だった」と言ってきたら、「あ、そうでしたか」ということで受け入れているわけです。今後、各キャリアがどんな対応をするか想像するに、今、各社はタブレットで、ジーニーとかアラジンとかオレンジタブで接客しているわけですが、そのタブレットでの業務フローの中に重要事項の説明が埋め込まれていって、お客様と一緒に確認しながら一つ一つ進んでいく。「お客様、ちゃんと見ましたね？」と。あるいは待ち時間をうまく使って、重要事項についてわかりやすくアニメーションや動画を使って説明するものをお客様に見ていただく。「お客様、見ましたね？」と。しかし、いくら「見ま

した」という承諾やサインがあったとしても、結局お客様から8日以内に「聞いていなかった」「ここは説明がなかった」という申出があれば、受け付けざるを得ないということになりはしないか。それから、全携協さんがこれから問診票を用意し、十分理解している人は口頭による説明はいりませんよということにチェックを入れる、というのですが、チェックを入れたお客さんでも、「いや、やっぱり説明をちゃんと聞いていなかった」「理解できなかった」と言って、8日以内に来られたら、解除できるのですかということです。ここが私は危険だと思いますので、ぜひ十分議論された上で、これからの取組を考えていただきたいと思います。

【田畑オブザーバー】 ドコモでございます。今、確認措置の運用が不適切であるということをご指摘いただきまして、大変申しわけございません。

まず、ご説明しますと、受付をきちんとしていない。資料にございますとおり、契約書面の記載に基づき申し出る旨の表明がなければ、確認措置を適用しないということですが、厳密に確認措置に基づく申出ということの場に受け付けておったとか、それから、解除に至るか、至らないかというところですが、実際、今、北構成員からお話があったとおり、契約書面をきちんとしてご説明をして、ご理解をいただいた上で、そういった原則のもとに署名、サインをいただければ、「サイン、いただいていますね」ということで受け付けない。そういった運用をしておったことで、このような形になりました。

この結果を踏まえ、早急に準備が整い次第ですが、店頭での受付のみならず、弊社直接、受付返答を設けたいということと、署名があってもなくても、実際の受付、お客様もご理解の状況に応じてご対応したいといった運用に変えていくこと。加えまして、今、北構成員からもご指摘がありました、解除に至った場合は端末の解約が返却になるということに伴いまして、端末代の負担をだれがするか。これまでは代理店で負担をするという運用でやっておりましたけれども、これらについても、弊社キャリア型の負担と運用に変えまして、適切に確認措置の運用を図ってまいりたいと考えております。

【松井オブザーバー】 今、ご指摘いただいた点について、明確な回答はないのですが、ご指摘いただいたとおり、確認措置で受けるか、受けないかというのは、事業者で少し濃淡がありまして、これに関しては、一見、ユーザーフレンドリーではあるように見えるのですが、確かにご指摘のように制度的にはいいのかもしれないのですが、全体のコスト負担の在り方とかも含めて、このままでいいのかというのは弊社としては課題として認識していますので、もう少しこの制度が立てついて1年、2年とたつことにな

りますので、我々の中でどこまでシビアに見ていくのがいいのかといったところは少し検討していきたいと思っています。

もう一点目の、問診票ですとか動画である程度というような、コンセプトというか、その点に関して、それは非常にいい試みのアイデアだとは思うのですが、こちらもご指摘いただいたように、それでほとんど代替してしまっているのかといったところに関しては、非常に相当不安な点があります。ですので、そういったことで全体の説明時間を減らすことに関しては、キャリアも販売店の皆様も、消費者の皆様も全員ハッピーなのですが、それをあまりそちらに寄せてしまうと、結局トラブルになるという可能性を内包していますので、そこもどこまでそちらに移せるのかといったところの仕分けを少し業界の中でも考えていかないといけないのかなと思っています。

最後に一点、各論で前の話に戻ってしまうのですが、黒坂構成員からご指摘いただいた使用者の件に関しましては、確かに重要な話で、マニュアル上は確認すべしと指導はしています。ただ、一方で、親子連れでいらっしゃった方などは当然確認するのですが、成人の方が一人でいらっしゃったときに、あまり根掘り葉掘り使用するのあなたですよねということを強く確認してしまうと、何か不正を疑っているかのような、お客様に対して心証を悪くするようなことにもなりかねないというのを店舗やキャリア側では懸念している部分がありますので、その辺はお客様の心証にも配慮して、どういう解決策、確認の方法があるのかというのも、この場なのか、キャリアの中なのかはわかりませんが、引き続きの宿題として考えていきたいと思っております。

【黒坂構成員】 ありがとうございます。今、ご意見いただいたことについてのお返事と、私からの意見をあわせて申し上げます。

まず、先ほど私から申し上げた点につきましては、ご検討いただけるということは大変ありがたいと思っています。確かに難しい問題であろうなということを理解したつमोरの発言だったので、全て今日ここにいらっしゃっているステークホルダーの事業者の皆さんに押しつけるというつもりはもちろんございません。社会的なコンセンサスであるとか、そういった確認を徹底することが必要なのだよという、全体的な認識の共有がおそらく必要なのだろうと。例えば、今、コンビニでビールを買うときに、必ずレジで「あなたは20歳以上ですよね」とボタンを押しますよね。ああいったものはあまり意味がないのではないかと最初は思っていたのですが、ただ、そういうことをしてくださいという社会的な認識が広がっていくことによって、「ほんとうにあなたが携帯を使うのです

よね。あるいはお子さんですか」ということを確認しても、さして問題ないという状況づくりはできるのではないかなど。これはおそらく総務省も含めて、私も含めてなのかもしれませんが、啓蒙していく必要もあるかなと思いますので、こういった観点での取組が必要になってくるのではないかということで強調させていただきたいということが1つです。

2つ目、全体についての意見です。特に評価・総括について私から異論はございませんという前提で、今後の調査に向けてご提案というか、少し問題意識です。先ほどの北構成員からのお話に近いのかもしれませんが、今回の両方の調査を改めて拝見していて、この結果が全ていい方向に出るということはもちろんすばらしい理想の姿だとは思いますが、ほんとうにそれは実現可能なのだろうか。あるいは、それが全部オールオーケーという傾向の回答が出る時には、何かほかの矛盾が出ているのではないだろうかということも少し考えています。

例えば、何を言っているかという、先ほどの議論の中にもあったのですが、これは全部説明するというのは明らかに時間が長いですよとか、人間の認知限界を超えていますよねといったことは正直あるのではないかなと思うのです。あるいは、「いやいや、私は30分でも1時間でも2時間でも話が聞けます」という方であったとしても、ITに関するリテラシーはもちろんですし、法律に関する、契約に関するリテラシーということも含めて、みんながみんな持っているわけではない。というより、持っている人のほうがおそらく少ないであろうというところに立脚しなければいけないのではないかと。

一方で、全ての項目をきちんと説明し、なおかつ丁寧に説明しなさいというと、時間がどんどんかかっていく。2時間、3時間たっても、「最初の説明は何だったっけ？」と、当然、みんな忘れてしまうであろうということもあると思います。

こういった、そもそも今の現場ないしは今のサービスパッケージありというところに、そもそも無理が生じているのではないかというような俯瞰的な視点を少しずつ備えていきながら、予備検証していただきながら、次の調査に向けた検討、例えば、どの設問項目にメリハリをつけていくのかであるとか、こういった聞き方をしていくのかということの検証を、これは特に事務局に対してのお願いなのかもしれませんが、していただきないうことを考えています。

そのときに、消費者のライフサイクルの視点ということを私は先ほどから実は気にしているのですが、例えば、何を言いたいかという、契約時に特に気にすべきこと

と、使っている間に気にするべきこと。あるいは、契約2年縛りであれば、2年の終了時に気にするべきこと。ないしは、途中で解約するときに気にするべきことは、おそらく違うはずなのですね。それぞれの段階でアラートを出していただくであるとか、そういった取組を皆さん進めていらっしゃると思いますけれども、そういったものと含めて評価をしていく必要があるのではないかと。全てを例えば契約時、あるいは更新時というところの一点に集約させてしまうから、2時間、3時間、あるいは途中で非常に早口になってしまうということが起き得るのではないかなと思いますので、その2年ないしはもっと長いかもしれないませんが、ライフサイクルという観点でご検討いただくことが1つ重要なのではないかなと思っています。

【長田構成員】 幾つかお話ししたいと思います。まず、青少年の使用かどうかというところですが、もし青少年がお使いになる場合には、加えてご説明しなければいけないことがありますので、すごく直接に「確認させてください」とただ言ってくだされば良いと思います。そんなに何か不正使用とか思わないと思いますので。

【徳光消費者行政第一課長】 その点で補足させていただきますと、今、「青少年インターネット環境整備法」というのがございまして、つい先日、議員立法でございましてけれども、その改正案が国会を通過しました。その中で、使用者が青少年かどうかを確認する義務が法律上に明定されます。そうすると、事業者にとっても法律があるのだということでもやりやすくなるでしょうし、青少年あるいは保護者に対して、そういう制度があるのだということをしつかりと普及啓発をするということは引き続きおこなっていきたいと思っています。

【長田構成員】 そういうことで別にそんなに難しいことではないのではないかと考えたことが1つと、それから、確認措置のところでもいろいろご議論あるかもしれないのですが、基本的にはその方のニーズに合っていなかったのだということが一番大きいのだと思うのですよね。無理矢理確認措置を利用して解約してやれということではなく、契約を継続する意思がなくなったということはそういうことなので、ニーズに合ったものがどう提供されていくのかというところを、各キャリアの皆様にはぜひ研究をしていただきたいと思います。

それから、ドコモ様をお願いします。今回いろいろ見直しをされると思います。これまでいろいろ総務省の資料にも書いてありますが、今まで契約解除を申し出ただけけれども、確認措置としては受け入れていただけなかった方々がいらっしゃるのだと思うのですが、

その方々に対する対応もぜひご検討いただきたいと思います。

それから、全携協さんの録音の話ですけれども、私もこのたび新規契約をしたときに、「2年間の契約です。2年以内の間に解約をした場合は税抜きで9,500円の解約料がかかります」だったのです。だから、それはそれでいいのだけれども、自動更新は残念ながらなかった。それは多分そういうことは言っているつもりかもしれない。なので、お客様がオーケーであれば、そういう場合だけでも録音して聞き直してみるというのも、またそれぞれのお勉強にはなるかなと思うので、理解を得ながらぜひトライをやっていけばいいのではないかなと思います。

【石田構成員】 先ほどのお話をさせていただいた件につきましては、覆面調査の中で数字はこうだったけれども、実態としてのアンケートの結果とはこのように離れていたということがあるのであれば、それもこの中に加えていただくということは必要かなと考えました。

それと、もう一つ、光卸については、仕組み自体をよくご存じないために、不審だということで苦情になっているケースがかなり見られますので、事業者団体としてこういうサービスはこういう内容のサービスですという、苦情の部分もそうかもしれませんけれども、そういう仕組み自体の広告というか、そういうものもきちんとしていただくとよいと思います。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかにご意見ございますか。いろいろご意見がありましたけれども、基本的にはこの案の考え方でよろしいと。もう少し今後考えるべき点は幾つかあるだろうというご助言はいただいたと理解しております。

私なりに受けとめていますのは、モニタリングをするときには何が伝達されたかという観点で評価するのが通例で、それしかないのですけれども、皆様のご意見を伺ったら、それはともかくとしてどうやってその情報を伝えるかということをもっと考えてほしいというご意見が多かったと思います。これはなかなかモニタリングで評価するというのは難しいと思いますが、むしろ事業者の皆さんたちに何を話す、伝えるかというのは、皆さん、ほぼほぼわかっている。ただ、どう伝えるのかということが大きな問題だろうというご注文、ないしはご意見があったと受けとめております。これはちょうど市川構成員が「インフォームドチョイス」という言葉を使われました。アメリカで「インフォームドチョイス」という言葉が出てきたときに、心理学の領域でこういった情報交換をする場合には、結果としては何が伝わったかで点数を評価するけれども、一番重要なのはいつどうやって、When、

How というのが一番大事だと。そうすると、何が伝わったかというのも効率がよくなるという研究結果が出ております。それがまさにこの場でもご指摘されたのだらうと思いますので、どうやってというのは、まさにこれは事業者の皆さんが競争してよりよい伝え方を開発していただきたいなと感じた次第でございます。

そういう意味では、この事務局のつくってくださったモニタリングの評価・総括（案）につきましては、これをベースにして、いただいたご意見を組み込めるかどうかは事務局と相談しながら私にご一任いただければと思いますが、それでいかがでしょうか。

ありがとうございます。

それでは、そのようなまとめ方にさせていただきたいと思います。事務局もどうぞよろしくお願いいたします。

最後に、次回会合のスケジュールにつきまして、事務局からご連絡をお願いいたします。

【大磯消費者行政第一課課長補佐】 次回第4回会合の日程、場所等につきましては、調整の上で別途事務局からご連絡させていただきますので、よろしくお願いいたします。

【新美主査】 それでは、第3回会合をこれにて終了したいと思います。ご協力どうもありがとうございました。