

消費者保護ルールの検証に関するWG 主要論点

I 検討の基本的視点

本WGの検討を進めるにあたり、電気通信サービスの消費者保護のあり方を検討するに際しての基本的な視点を共有することが有用ではないか。その基本的な視点としては以下のようなことが考えられるのではないかと。

【基本的視点】

電気通信サービスはいまや広く国民が利用する、日常生活に不可欠なライフラインとなっており、消費者が安心して電気通信サービスを利用できる環境の確保が求められている。他方、電気通信分野は、急速に技術革新が進む分野であることから、消費者が利用する様々なサービスの内容や提供主体、契約形態は日々高度化・多様化・複雑化している。さらに、固定系・無線系サービスを問わず、通信速度はいわゆるベストエフォート型とされ、また、無線系サービスは具体的なサービスエリア等について必ずしも個別事例における状況が事前に把握できないという特質がある。

このような状況の下、電気通信サービスを提供する電気通信事業者及び代理店と消費者との間には、情報の非対称性、交渉力の格差が生じる傾向にあり、消費者が契約時にサービス内容・品質や契約内容を十分に理解するのには一定の限界がある。

このため、消費者保護ルール等、電気通信サービスの消費者保護のあり方の検討に当たっては、

- ① 契約時のわかりやすい説明等、事業者から消費者に対しリテラシーに応じた適切な情報提供が行われているか
 - ② 実際に利用してみないと品質が分からない電気通信サービスの品質の不確実性という特性を踏まえた消費者保護が十分になされているか
 - ③ 利用者のニーズに合ったサービスを選択できる環境が確保されているか
- の3点を踏まえることが不可欠である。

また、今後も新たな電気通信サービスの登場や、その高度化・多様化・複雑化により、消費者トラブルの内容や実態も変化していく可能性があるが、それに応じて、適時適切に見直しを行っていくことも重要である。

こうした基本的視点を踏まえた、行政、事業者（電気通信事業者、販売代理店等）、消費者団体等の関係者の不断の取組を通じて、消費者が安心して電気通信サービスを利用できる環境を整えていくことが必要である。

Ⅱ 平成 27 年消費者保護ルールの施行状況及び効果の検証

平成 27 年電気通信事業法（以下「法」という。）改正による消費者保護ルールの導入以降、総務省及び P10-NET に寄せられる電気通信サービスに関する苦情は減少傾向に転じているものの、依然高い水準にある（両者合計で平成 28 年度 86, 213 件⇒平成 29 年度 77, 454 件）。電気通信事業者による法令遵守の状況は、平成 29 年度は前年度より改善したものの、まだ不十分な状況も見られる。

法施行後 3 年目を見据え、現行の消費者保護ルールの施行状況及び効果について、改めて関係者から取組状況や意見を聴取し、検証を行うべきではないか。

Ⅲ 個別の論点

（1）携帯電話の契約時の説明の在り方及び手続時間等の長さへの対応

平成 27 年法改正により強化された説明義務等の遵守状況については、覆面調査結果などから改善してきていることが窺えるものの、依然として不十分な状況が見られる。一方で、携帯電話代理店での待ち時間・契約手続時間が長いことにより消費者・代理店双方の負担が発生していることがモニタリング定期会合や報道で指摘されている。

平成 27 年法改正による消費者保護ルールの強化に伴い説明時間が長くなっているとの指摘もあるが、他方で、電気通信サービスの料金プラン等の複雑さが利用者の理解を困難にし、説明時間の長時間化を招いているとの指摘もある。

については、携帯電話事業者の待ち時間・契約手続時間に関するデータに基づき、長時間化の要因を分析するとともに、その対策案を検討することが必要ではないか。

（2）高齢者のトラブルへの対応

携帯電話の販売代理店でスマートフォン、タブレット等を勧められるまま契約してしまったが使いこなせないため解約したい、必要以上のデータ量のプランを契約させられた等のトラブルが高齢者に多く発生している。また光回線の乗換えを勧める電話勧誘に別事業者との契約になることを気づかずに契約を結んでしまった等のトラブルも高齢者に多い。

については、電気通信事業者や販売代理店等がこれまで実施してきた高齢者保護の取組の有効性について検証することが必要ではないか。また高齢者のスマートフォン利用やその契約に関するリテラシーの向上方策の検討も必要ではないか。

（3）利用中・解約時の情報提供・説明の在り方

消費者からの苦情相談は契約締結時などの契約初期だけでなく、利用中・解約時も多い。また、利用中の料金プランが利用実態に合わないケースも多く存在している。一方、現行法令は契約締結時の説明義務や初期契約解除等、契約

初期の規律が中心となっている。

については、契約の中途・終了時における説明や情報提供についてのあり方を検討することが必要ではないか。

(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

① 光回線の卸売サービスにより参入事業者が増加したF T T Hサービスについては、一昨年度と昨年度を比べると、苦情相談件数は減少しているものの、その内、電話勧誘に関する苦情・相談については改善の傾向が鈍く高止まりしている（平成 29 年度は電気通信サービスの苦情相談の約 36%が F T T Hサービスについてのものであり、F T T Hサービスの苦情相談の約 56%が電話勧誘を要因としている）。

一方で、電話勧誘については、行政が覆面調査等で捉えることができず実態の把握が困難となっている。

については、これまでの事業者団体等による取組（望ましい電話勧誘トークスクリプトの啓発等）の有効性について検証し、不十分な場合には新たな取組を検討することも必要ではないか。

② 携帯電話サービスの契約においては、利用者にとって不要な大容量プランやオプション加入を強く勧める販売代理店の存在が高齢者等の苦情・相談につながっている実態がある。また、販売代理店の一部において大幅な端末値引や高額キャッシュバック等が行われていることが、端末価格や通信料金の負担について消費者が正確に理解することを困難にし、利用者間の公平性の観点で問題であるとの指摘がある。

については、販売代理店の営業活動が不適切な場合に対処する方策について検討が必要ではないか。

(5) 広告表示の在り方

一部の利用者のみにも適用される料金プラン・高額キャッシュバックを訴求する等、消費者に誤認を与えるおそれのある広告表示がさまざまな広告媒体で見られるとの指摘がある。

については、電気通信サービスのテレビCMや新聞広告等に関する現状の事業者団体の自主ガイドラインに基づくチェック体制について確認するとともに、店舗における表示やネット広告も含め、さらなる対策について検討することが必要ではないか。

(6) 一定規模以下の法人契約者の保護

現行法の消費者保護ルールでは、法人契約者は説明義務等の対象から除外されているが、総務省に寄せられる苦情の中には、個人と変わらないような消費者被害を訴えるものも継続的に見られるところである。

については、実際の法人利用者からの苦情・相談の件数、内容を分析した上で、一定規模以下の法人について説明義務、初期契約解除などの消費者保護ルールを適用することの必要性について検討すべきではないか。

(7) その他の検討事項

(1) から (6) までに言及した事項のほか、電気通信サービスの消費者保護のあり方の検討に際して、検討すべき事項はないか。

(8) 2030 年を見据えた消費者保護の在り方

人口減少と高齢化の進展、消費者間のリテラシー二極化、A I とロボットの
実用化、I o T の進展などの社会情勢の変化を踏まえ、今後の消費者保護ルールの検討に当たり念頭に置くべきことを整理しておくことが必要ではないか。