

別添

**I C Tサービス安心・安全研究会
消費者保護ルールの検証に関するWG**

報告書（案）

2019年11月

「ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWG」
報告書（案） 目次

第1章 はじめに	3
第2章 2015年消費者保護ルールの実施状況と評価	5
（1）消費者ルールの概要と実効性の確保に係る取組	5
（2）苦情相談件数の推移等	7
（3）構成員の意見	8
（4）消費者保護ルール等の評価	8
第3章 モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言	11
（1）緊急提言の取りまとめ	11
（2）緊急提言を受けた対応	21
第4章 個別の論点	23
（1）携帯電話の料金プランの理解促進のための取組	23
① 拘束期間全体での総額表示	23
② 利用実態に応じた料金プランへの見直し推進	26
（2）携帯電話ショップでの手続時間等の長さへの対応	31
（3）広告表示の適正化に向けた対応	35
（4）不適切な営業を行う販売代理店等への対策	41
（5）高齢者のトラブルへの対応	46
（6）法人契約者のトラブルへの対応	53
（7）その他	56
① 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進	56
② 青少年フィルタリング利用の促進	57
③ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化	59
（8）2030年を見据えた消費者保護の在り方	61
第5章 おわりに	68

第1章 はじめに

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販売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には一定の限界がある。電気通信サービスが高度化・多様化・複雑化し、かつ消費者の高齢化が進行している現状において、正確な情報を把握し、適切に選択する「インフォームドチョイス」を確保することが一層難しいことなどを踏まえれば、消費者保護ルール的重要性はますます高まっていると言える。

本WGは、2015年の電気通信事業法（昭和59年法律第86号）改正により充実・強化された現行の消費者保護ルールについて、電気通信サービスの多様化・複雑化や消費者トラブルの現状を踏まえ、その施行状況及び効果を検証するとともに、今後の消費者保護ルールの在り方について検討を行うことを目的として、2018年10月以降、検討を行ってきた。

その際、次の3つの視点を基本的視点として整理し、その視点に立って検討を行った。

- 契約時の分かりやすい説明等、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
- 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
- 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

検討に当たっては、以下に示す主要な論点に関し、有識者、消費者団体、通信事業者、事業者団体、販売代理店団体等からのヒアリングを行い、議論を深めて

きた。

(1) 2015 年度消費者保護ルールの実施状況と評価

(2) 個別の論点

- ① 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組
- ② 携帯電話ショップでの手続時間等の長さへの対応
- ③ 広告表示の適正化に向けた対応
- ④ 不適切な営業を行う販売代理店等への対策
- ⑤ 高齢者のトラブルへの対応
- ⑥ 法人契約者のトラブルへの対応
- ⑦ その他
- ⑧ 2030 年を見据えた消費者保護の在り方

そのような中で、利用者料金その他の提供条件や、販売代理店等の勧誘行為や業務実態に関する論点を中心に、多くの関係者及び構成員が共通して指摘する課題が明らかになってきたことから、2019 年 1 月 17 日の第 6 回会合で、「モバイル市場の競争環境に関する研究会」（以下「モバイル研究会」という。）と合同で、早急に取り組むべき事項を盛り込んだ「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」（以下「緊急提言」という。）を取りまとめ、公表した。

また、緊急提言案の取りまとめ後、その他のに掲げられた論点以外の論点に関し関しては、さらに有識者や関係事業者等からのヒアリング等を行い、議論を深めてきており、今般、電気通信事業分野深めた上で、2019 年 4 月 17 日における消費者保護ルールをさらに充実する観点から取り組むべき事項の全体像を中間報告として取りまとめた。

さらに、中間報告の取りまとめ以降、関係事業者や事業者団体の取組の状況をヒアリングを行い、更なる議論を行ったことから、その内容を中間報告の内容に追記する形で本報告書を取りまとめた。

本報告書をもとに、関係各方面において必要な対応が迅速に行われることを期待する。

第2章 2015年消費者保護ルールの実施状況と評価

(1) 消費者保護ルールの概要と実効性の確保に係る取組

電気通信事業法では、新規参入や料金の事前規制を緩和する一方、消費者保護ルールを充実する等、累次の法改正が行われてきた。2003年にはサービス提供条件の説明義務や苦情等処理義務が導入され、2015年には契約書面交付義務、初期契約解除制度、事業者による販売代理店に対する指導等の措置義務、勧誘に当たっての不実告知等や勧誘継続行為の禁止等の規律が設けられたところである（2016年5月施行）。

新たに導入された消費者保護ルールの実効性を確保するため、2016年5月に、法令遵守状況の調査、必要な場合の権限行使、利用者からの苦情等の収集・分析、制度実施状況の評価等の監督（モニタリング）の事務について定めた「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」を策定した。これに基づき、2016年9月より、半年に1回程度、苦情相談の分析¹や、説明義務の履行を確認するための実地調査²、行政や各事業者団体の取組状況等を共有し、各主体の改善につなげる「ICT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」（以下、「モニタリング会合」という。）を開催している。

毎回のモニタリング会合において指摘された要改善事項等については、総務省から対象事業者・事業者団体に対し行政指導を行うとともに、次回以降の会合において、その後の取組状況のフォローアップを実施している。これまでのモニタリング会合の指摘を踏まえた事業者における改善事例としては、利用者に対する月々の総支払額の説明・書面交付、オプションサービスの無料期間終了前の通知、電話勧誘後の後確認の実施等を含め、以下のような取組が挙げられる。

¹ 総務省では、電気通信消費者相談センターを通じた電話による相談、Webフォームを通じたメールによる苦情相談を受け付けている。苦情分析は、総務省及び全国消費生活情報ネットワークシステム（PIONEER）に寄せられた苦情を合計したものについて、サービス種類、発生チャネル、発生時期、発生要因、苦情相談の項目・観点、要望内容等で分類・集計している。

² 利用者に扮した調査員を調査対象事業者の販売現場に派遣し、実際の説明・応対を受けた後、調査員があらかじめ設定された設問（法令に基づく説明事項が説明されたか等を確認するもの）に答える形で、その状況を記録する調査。

<図表：これまでのモニタリング会合における指摘・改善事項（例）>

<p>利用者に対し、総支払額(合計金額)の説明・書面交付</p> <p>月々の支払額を個々(通信料、割引、オプション料、端末の割賦代等)に説明するだけでなく、総支払額(合計金額)の見込みの説明(明示)、及び、これを記載した説明書面等の交付を実施。</p>	<p>利用者に対し、解約諸費用の一括での説明・書面交付</p> <p>解約時に請求される諸費用の見込みを個々(違約金、当月の通信料、端末代金の残債等)に説明するだけでなく、一括して説明(明示)。また、これを記載した説明書面等の交付を実施。</p>
<p>オプションサービスの無料期間終了前の通知</p> <p>当初無料期間(一ヶ月間無料等)が設定されているオプションサービスについて無料期間終了を適切なタイミングで知らせるための事前通知を実施。</p>	<p>料金の請求情報に関する通知</p> <p>デフォルトで(利用者が不要としない限り)、請求額が確定した時に利用者に電子メールで、請求情報の通知を実施。</p>
<p>電話勧誘後の後確認の実施</p> <p>代理店による電話勧誘により契約を結ぶ場合は、電気通信事業者自らの責任により契約意思等の後確認を実施。</p>	<p>電話勧誘通話記録の定期的サンプル調査の実施</p> <p>電気通信事業者は、代理店業務の実施状況の定期的な確認のため、代理店における電話勧誘通話記録の定期的なサンプル調査を実施。</p>
<p>「転用」に係る不利益等重要説明事項のポイントと電話勧誘話法の手引きの作成</p> <p>「転用」による事業者の乗換えに係る説明において、「元サービスへの復帰に際して、電話番号が変更となる」といった不利益が発生する可能性があることなどを利用者に適切に伝えるため、業界全体として、利用者に説明すべき重要事項と電話勧誘時の適切な話法例をとりまとめ、関係事業者に周知・徹底。</p>	<p>MVNOサービス利用に関する注意点等の周知の実施</p> <p>MVNOサービス特有の要素に起因する苦情相談が多くあると考えられることから、MVNOサービス利用に当たっての注意点等を記載したチェックリストを作成し、利用者への周知を実施。</p>

出典：総務省「ICT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5回）」（2018年6月28日）配付資料

総務省においても、上記の事業者の取組のうちの一部³については、その継続的な実施及び調査対象外事業者による実施等の観点から、消費者保護ルールガイドラインに明記する改定を行った。

また2018年2月には、「MVNO音声通話付きサービスについての苦情相談も少ないとは言えない状況となってきたことから、MVNO音声通話付きサービスを初期契約解除制度の対象とすることが適当」とのモニタリング会合での意見集約を受け、同サービスを初期契約解除制度の対象とする省令・告示の改正を行った（2018年10月施行）。

このほか、最新のサービスの仕組や苦情・相談事例を共有することで消費者トラブルを協同で縮減していくための取組として、国（各地域の総合通信局等）、地域の消費生活センター、電気通信事業者等の関係者が対面で情報共有や意見交換を行う電気通信消費者支援連絡会を、全国11ブロックで年に2回程度開催している。

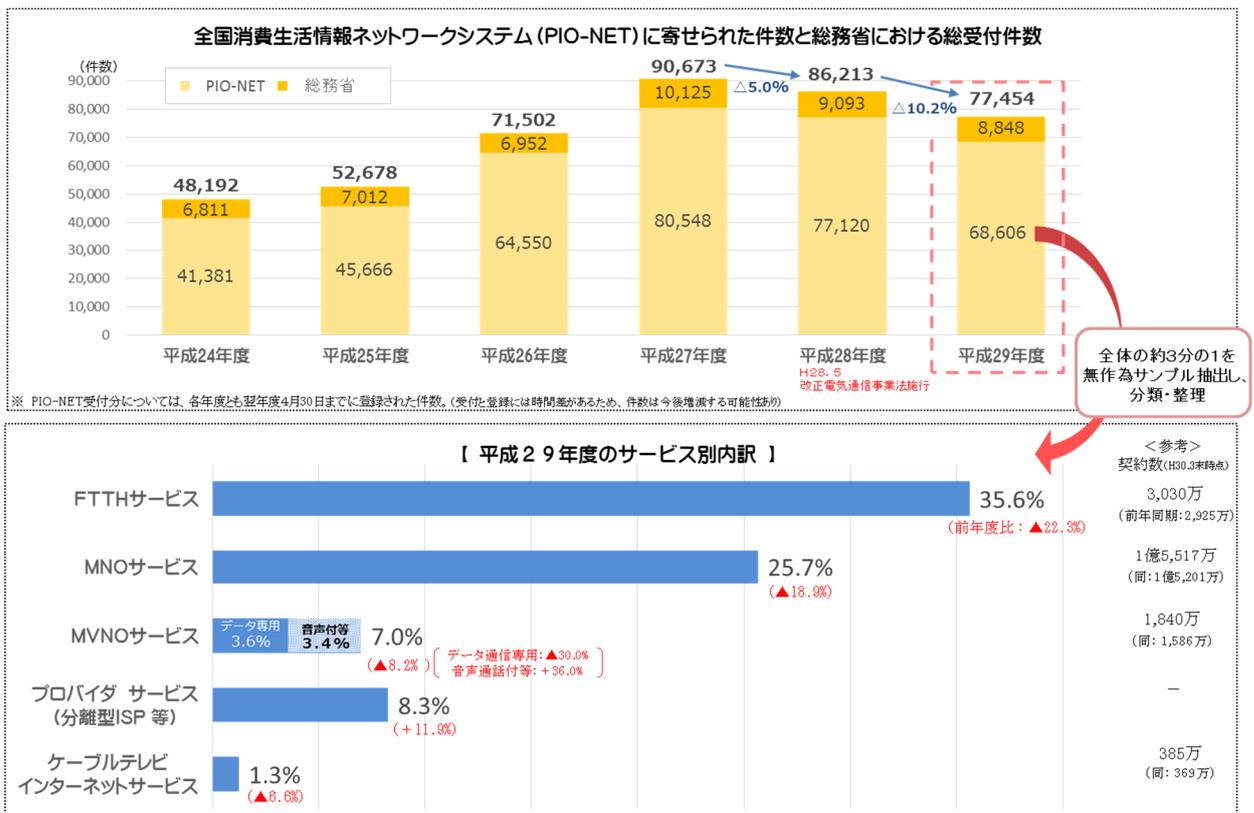
³ ①月々の総支払額（合計金額）を説明・書面交付、②解約諸費用の一括での説明・書面交付、③オプションサービスの無料期間終了前の事前通知、④毎月の料金請求額が確定した時に、利用者に電子メールで請求情報を通知、⑤販売代理店の電話勧誘後の電気通信事業者自らの責任による契約意思等の後確認、⑥販売代理店の電話勧誘通話記録の定期的なサンプル調査 等。

(2) 苦情相談件数の推移等

2015 年の電気通信事業法改正による消費者保護ルールの導入以降、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）及び総務省に寄せられた電気通信サービスに関する苦情相談件数は減少している。しかしながら、その傾向は緩やかであり、依然として高い水準にある。

2017 年度の苦情相談件数のサービス別内訳を見ると、FTTHサービス（35.6%）、MNOサービス（25.7%）の順に多く、次いでプロバイダサービス（8.3%）、MVNOサービス（7.0%）が続く。

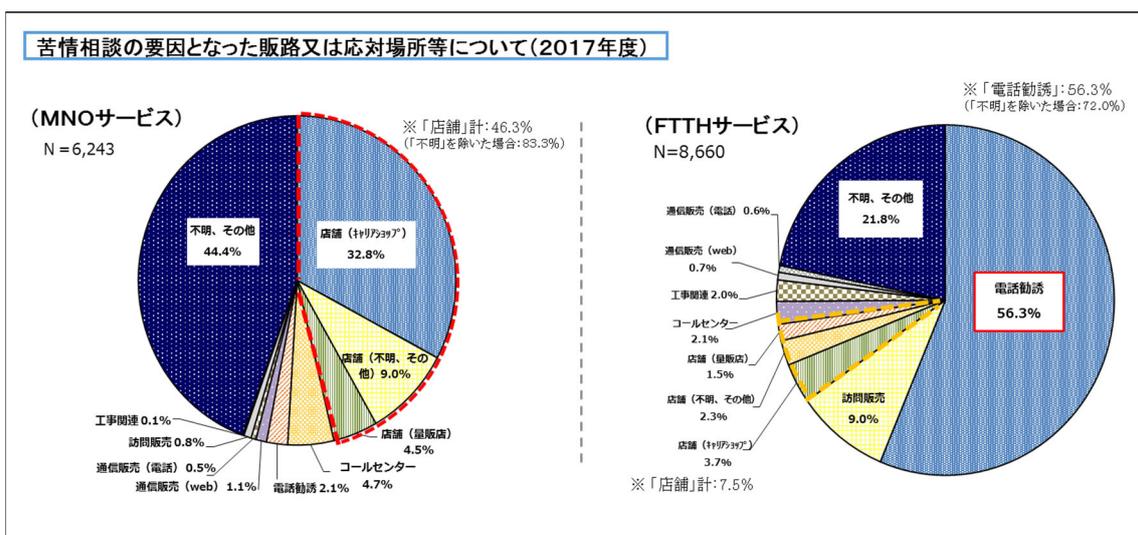
＜図表：苦情相談件数の推移と 2017 年度のサービス別内訳＞



出典：総務省「ICT 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5回）」（2018年6月28日）配付資料

苦情相談の要因となった販路等としては、携帯電話（MNO）についてはキャリアショップや量販店等の「店舗販売」（46.3%：「不明」を除いた場合は83.3%）が、FTTHサービスについては「電話勧誘」（56.3%：「不明」を除いた場合は72.0%）という販売形態が、それぞれ高い比率となっている。

<図表：苦情相談の要因となった販路又は対応場所等（2017年度）>



出典：総務省「ICT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5回）」（2018年6月28日）配付資料を基に作成。2017年度にP I O - N E T及び総務省に寄せられた苦情相談の約3分の1を無作為抽出し、サービス別に分析したものの。

（3）構成員の意見

- 電気通信サービスの相談自体は減少傾向だが、光卸の販売代理店による電話勧誘の相談は法施行後もあまり減っていない印象。ただし、消費者が意図していなかった契約などについては、初期契約解除や、事業者団体による工事前無償解除のルール化により、契約解除できている事例が多くなっており、一定の法律の効果はあるのかと思う。
- 消費者保護ルールの規定自体は、書面交付、初期契約解除、確認措置による解除等で一定の効果が表れているが、消費者に契約内容を理解してもらうような啓発も必要。
- 自主規制と共同規制の有効性が強調される昨今ではあっても、消費者保護分野においては、法規制が有効に機能する場面があるのは間違いない。しかし規制を守らない者が競争上有利になるため、モニタリングを通じた法執行が絶対に必要。
- モニタリング定期会合の開催など継続的な検討で改善していくことが必要。
- 消費者法は事業法に含まれるという欧米の考え方にならない、2015年に電気通信事業法で消費者保護ルールを導入したのは画期的。

（4）消費者保護ルール等の評価

2015年に導入された消費者保護ルールについては、その後のモニタリングの取組も含めて、以下のような点で、消費者保護の水準を高める一定の効果があつたと認められる。

◇ 2015年まで増加を続けていた電気通信サービスに関する苦情相談件

数は、制度導入以降、減少傾向に転じている。

- ◇ 消費者が意図していなかった契約等について、初期契約解除（又は確認措置による解除）を行うことが可能となった。制度導入直後は、不適切な運用を行う事業者も見受けられたが、その後、運用が改善されており、権利行使を行う消費者の割合の推移⁴⁵を踏まえれば、制度が着実に定着・実施されつつあると考えられる。
- ◇ 2016年度と2017年度に行われたMNOの現地調査の結果⁶において、法令に基づく個別の説明事項が適切に説明された比率を年度で比較すると、説明がされた比率が全体として改善している。2017年度と2018年度に行われたMVNOの現地調査の結果⁷を年度で比較しても、同様に全体として改善しており、消費者が契約時に適切に情報提供を受けられるための環境整備が徐々に整いつつあると考えられる。

一方で、苦情相談件数は減少傾向に転じたものの、F T T Hの電話勧誘に関する相談や、携帯電話の店舗を要因とする苦情など、販売代理店に係る苦情は依然として高い水準にあるため、モニタリング会合でも取り上げられているように、料金プランの分かりにくさへの対応や、電話勧誘適正化等について更なる取組が必要である（これについては、「シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現」、「販売代理店の業務の適正性確保」に関し、第3章の緊急提言において電気通信事業法の改正を含めて対策を講じることが必要としているした⁸ほか、第4章の個別論点において現状と今後の取組の方向性を整理した）。

また、以上の評価を踏まえると、今後の方向性としては、消費者保護ルールとその履行を担保するモニタリングの実施という枠組みは今後も維持しつつ、苦情相談等で明らかになった課題を踏まえ、事業者の取組や制度面を改善していくというアプローチで考えていくことが重要である。その際、緊急提言を踏まえた電気通信事業法の改正後の市場環境の変化も踏まえ、モニタリングの実施・評価を行っていくことが適当である。

⁴ 新規契約締結数に占める初期契約解除がされた数の割合は、0.46%（2016年7月～9月）から0.75%（2018年7月～9月）に増加。

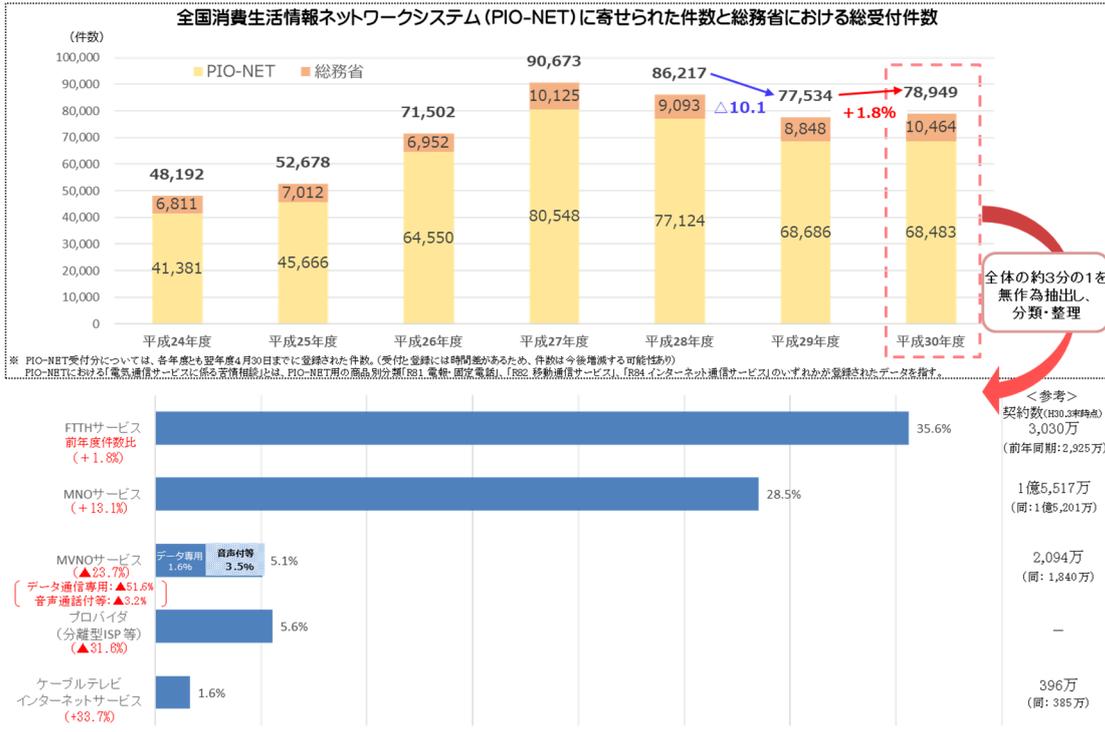
⁵ 新規契約締結数に占める確認措置により契約解除された数の割合は0.26%（2016年7月～9月）から0.43%（2018年7月～9月）に増加。なお2017年6月のモニタリング定期会合においてMNO1社に対し、確認措置の運用状況の改善を求める指摘を行い、同年7月より運用改善が行われている。

⁶ 第3回モニタリング会合（2017年6月22日）及び第5回モニタリング会合（2018年6月28日）。

⁷ 第4回モニタリング会合（2018年2月16日）及び第6回モニタリング会合（2019年2月1日）。

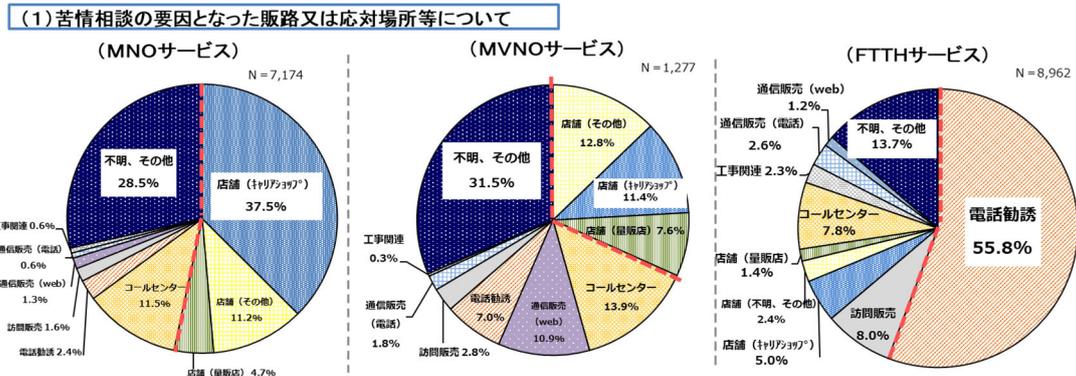
(参考) 2018年度の苦情相談件数の推移等 (本WGにおいては取り扱わなかったもの)

<図表：苦情相談件数の推移と2018年度のサービス別内訳>



出典：総務省「ICT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7回)」(2019年6月25日) 配付資料

<図表：苦情相談の要因となった販路又は応対場所等(2018年度)>



出典：総務省「ICT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7回)」(2019年6月25日) 配付資料を基に作成。2018年度にPIO-NET及び総務省に寄せられた苦情相談の約3分の1を無作為抽出し、サービス別に分析したもの。

第3章 モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言

(1) 緊急提言の取りまとめ

本WGでは、2018年11月26日の第4回会合で、モバイル研究会と合同で緊急提言(案)をまとめ、同年12月18日までの間、一般からの意見募集を実施した。意見募集には、法人15件、個人64件の合計79件のご意見が寄せられた。2019年1月17日にモバイル研究会と合同で開催した第6回会合で、寄せられたご意見も踏まえ、一部修正の上で、緊急提言を取りまとめ、公表した。

緊急提言では、それまでの累次の検討・取組を進めてきた課題のうち、いまだ解消されていないものとして、「シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現」と「販売代理店の業務の適正性の確保」について、早急に取り組むべき方向性を提言しているした。

モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言

1. 本提言の位置づけ

携帯電話は、その契約数が1億7千万を超え、様々な社会経済活動の基礎となるとともに、国民にとって不可欠なコミュニケーションの手段となっている。

携帯電話をはじめとする電気通信サービスの在り方については、利用者視点に立ち、①利用者がニーズに合ったサービスや端末を選択できるようにすること、②事業者間の公正な競争を促進することにより利用者利益の確保を図ること、③技術進歩の成果を利用者が速やかに享受できる環境を整備することという3つの基本的な視点から検討を進めることが重要である。

モバイル市場の競争環境に関する研究会(以下「モバイル研究会」という。)及びICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWG(以下「消費者WG」という。)では、2018年10月以降、それぞれ3回にわたりヒアリングを行い、検討を重ねてきた。

ヒアリングを通じ、多くの関係者及び構成員が共通して指摘する課題が明らかになってきたことを踏まえ、本緊急提言は、モバイル研究会と消費者WGとが合同でモバイルサービス等の適正化に向けて早急に取り組むべき事項を整理したものである。

本緊急提言を踏まえ、総務省等において必要な措置が早急に講じられることを期待する。

2. シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現

(1) 背景

携帯電話の利用者料金に対する規律については、累次に渡る電気通信事業法（昭和59年法律第86号）の改正により規制緩和がされてきており、1997年に認可制から届出制とされ、2004年には事前規制が完全に撤廃されている。現在、携帯電話市場では設備面及びサービス面の両面での競争が行われ、携帯電話事業者がそれぞれ工夫しながら多様なサービスを多様な料金プランにより提供している。

一方で、料金プランの中には、利用者が正確に理解することが困難なものや利用者を過度に拘束するようなものなどが出てきており、その結果として、利用者の適切かつ自由な選択が阻害され、事業者間の公正な競争が不当に制限されているという問題が指摘されている。

携帯電話の利用者料金に関し、携帯電話事業者による継続的な工夫にもかかわらず、問題が指摘され続けている状況に鑑みると、利用者の利益を阻害するような料金プランを抜本的に見直し、携帯電話事業者による公正な競争の中で真に利用者のためになる工夫が進められるように取り組んでいくことが求められる。

(2) 通信料金と端末代金の完全分離

① 問題点

通信サービスと端末のセット販売については、次のような点が指摘された。

- 通信サービスと端末はセットで購入するものとの強い印象を与え、両者が本来は別のものであるという理解を妨げている。
- 同じ携帯電話事業者が提供する同じデータ通信容量のプランであるにもかかわらず購入する端末によって通信料金が異なるという不公平や、通信料金の割引が特定の端末の利用者に限定されているという不公平が生じている。
- 端末購入から一定期間で通信料金の割引が終了し、その後は通信料金が上昇するため、必要以上に新規端末に買い替える誘因が働く。
- ハイエンド端末を中心に過度な端末購入補助が行われることにより、ハイエンド端末とローエンド端末の実売価格が接近し、市場メカニズムが有効に機能していない。また、同様の補助ができないMVNOとの競争上のイコールフットィングの問題がある。
- 「実質0円」というような表示に見られるように、端末代金と通信料

金との区分が不分明で、利用者が何に対して幾ら支払っているか理解しづらい。

- 一定の条件の下で端末割賦代金の残債を免除する販売手法（端末買換えサポートプログラム）は、依然として通信役務の継続を残債免除の条件としており、残債免除を受けるまでの間の解約を利用者に躊躇させるとともに、実質的に残債免除後の契約継続も求めるものであるため、利用者の困り込みにつながっている。
- 他の業界にも残価設定クレジットはあるが、他の商材と結びつけられることはない。それに対して、通信役務と結びついた端末買換えサポートプログラムは、通信役務に関するスイッチングコストを高めている。

② 提言

端末は、通信役務を利用するに当たって欠かせないものであり、まず、こうした端末の購入等を条件とする通信料金の割引等については、通信料金と端末代金の分離が不十分であることにより、次のような問題を生じさせている。

- 同じデータ通信容量等のプランであるにもかかわらず、購入する端末によって通信料金が異なるという不公平や、通信料金の割引等が特定の端末の利用者に限定されるという不公平があること。
- 利用者が料金プランを正確に理解した上で他の料金プランと比較することが困難となり、自らのニーズに沿って合理的な選択を行うことができないこと。
- 通信料金の割引等が一定期間に渡り行われるなど、割引等を受けるために通信役務の継続利用が求められる場合もあり、利用者を過度に拘束し、事業者間の公正な競争が阻害されること。

したがって、端末の購入等を条件とする通信料金の割引等を廃止することにより、上記の問題点を解消することが適当である。

また、通信役務の一定期間の継続利用を条件とする端末代金の割引等については、上記2点目及び3点目の問題を有するものであり、分離の徹底の観点から、見直すことが適当である。このような割引等は、携帯電話事業者が直接行うだけでなく、キャリアショップや量販店等の販売代理店を通じて行われる可能性があり、それについても併せて対応することが必要である。

特に、端末買換えサポートプログラムについては、同じプログラムへの再加入が残債免除の条件から除かれたが、依然として次のような問題があり、抜本的に見直すことが必要である。

- 残債免除までの間のプログラムへの継続加入が残債免除の条件とされ

ており、その間の通信役務の継続利用が必要となっている。

- 残債免除を受けないとプログラム加入の便益が全く得られないため、上記3点目の問題が格段に大きくなる上に、残債免除を受けないという選択肢が実質的に機能するか疑義がある。
- 機種変更が残債免除の条件とされており、新端末の購入後に通信契約を解除する場合には新端末の残債や解約料等のスイッチングコストが存在するため、利用者は残債免除を受けた後も通信役務を継続利用することとなる可能性が高い。

(3) 行き過ぎた期間拘束の禁止

① 問題点

期間拘束を伴う通信契約の関係については、次のような点が指摘された。

- 期間拘束とその自動更新により、事業者乗換えのスイッチングコストが高くなっている。
- 期間拘束なしの料金プランについて、その料金が高かったり、継続的に同じ事業者と契約しているにもかかわらず長期契約者割引を受けられなかったりするなど、利用者にとって実質的な選択肢となっていない。
- 契約途中で解約する際の違約金について、その算定根拠が明らかとなっておらず、また、その水準が高いことが、事業者乗換えの妨げとなっている。
- F T T H等とセットで契約した場合、当該契約に係る拘束期間のずれが事業者乗換えの妨げとなっている。

② 提言

行き過ぎた期間拘束は、利用者が携帯電話事業者を乗り換える上での制約であり、事業者間の公正な競争を阻害することとなる。また、技術革新の著しい電気通信事業分野では、将来を見通した上で利用者が合理的な選択をすることは困難である。特に、ヒアリングにおいて、多くの関係者及び構成員が共通して指摘した以下の期間拘束については、見直すことが適当である。

ア 期間拘束のない契約の料金その他の提供条件が、期間拘束のある契約の料金その他の提供条件に比べて著しく劣り、実質的な選択肢となっておらず、それについての合理的な理由がない場合には、利用者を過度に拘束するものであり、見直すことが求められる。また、期間拘束の期間が著しく長期に渡り、その合理的な理由がない場合も、同様である。

イ 解約に係る違約金の水準については、合理的な算定根拠に基づき設定されるべきものであり、違約金の水準が著しく高い場合には、スイッチングコストにより利用者を過度に拘束し、事業者間の公正な競争を阻害

するものであるため、見直すことが求められる。

ウ 期間拘束の自動更新については、変化の激しいモバイル分野で拘束期間終了後の更新の要否を契約当初の段階で判断することは困難であり、利用者を過度に拘束するものである一方で、更新に係る手続の手間の省略を望む利用者もあり得る。このため、更新が利用者の真正な意思に基づき行われるよう、契約当初の段階で自動更新としないかどうか選択可能とし、拘束期間終了の段階で更新するかどうかが及び自動更新の選択を変更するかどうかについて利用者の意思を確認するとともに、自動更新の有無により料金等に差を設けないことが求められる。

さらに、期間拘束のある複数の契約のセットでの締結は、各サービスの期間拘束の始期や長さが異なり、利用者が違約金を支払わずに複数のサービスを同時に解約できない場合には、利用者を過度に拘束するものであることから、いずれのサービスも同時に無料で解約できる期間を設定することなど改善策を検討することが適当である。

(4) 合理性を欠く料金プランの廃止

① 問題点

上記のほか、過度に複雑な料金プランなどについて、次のような点が指摘された。

- 同じ携帯電話事業者が提供する同じ通話頻度、同じデータ通信容量の通信サービスであるにもかかわらず、プランによって通信料金が異なる場合がある。
- 基本料とデータプランを別々に提供しているにもかかわらず、基本料が安いプランでは少ないデータ量を選択できないなど、組合せに制約がある。

② 提言

通常の提供条件の説明により利用者が理解することが期待できないような過度に複雑な料金プランや合理性を欠く料金プランは、利用者の正確な理解を妨げるとともに、料金プラン相互の比較を困難とし、利用者の合理的な選択を阻害するため、見直すことが適当である。

例えば、音声通話について同一の内容の基本料について、使用する端末や選択するデータプランの別により料金が異なるなど、同じ通話頻度、同じデータ通信容量の通信サービスであるにもかかわらず、プランによって通信料金が異なり、不合理に「同一サービス同一料金」になっていない場合があり、利用者間の不公平を生じるとともに、利用者の混乱を招き、その合理的な選

択の妨げとなることから、見直すことが求められる。

(5) 取組の方向性

市場競争の下においては、携帯電話事業者による工夫と競争によって多様なサービスが多様な料金プランで提供され、利用者が提供条件を十分に理解した上で、自らのニーズに応じてサービスを適切かつ自由に選択し、低廉な価格で利用できることが望ましい。その際、携帯電話事業者によるサービスや提供条件の工夫と競争は、利用者の利益を阻害するものとならないための最低限の基本的なルールを守りつつ行われることが必要である。

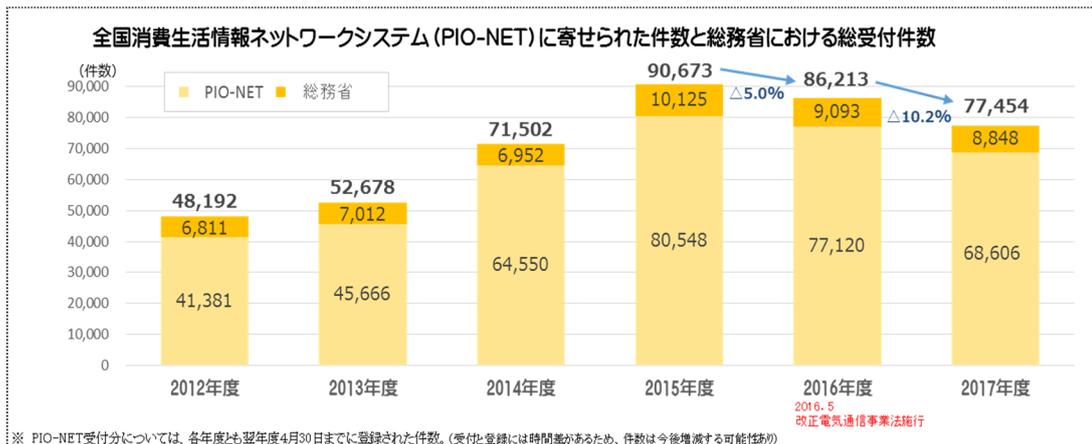
このため、以上で提言した事項について、携帯電話事業者による実効性のある料金プランの見直しが行われるよう、総務省において、最低限の基本的なルールとして料金その他の提供条件に関する禁止行為を定め、それに違反した場合には業務改善命令を行いうることとすること等について、電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を検討し、速やかに実施に移すことが適当である。また、措置の効果をデータに基づき検証できるよう、総務省において、携帯電話事業者における販売奨励金や端末購入補助の詳細や端末に係る収支の状況などのデータを定期的に把握することが必要である。

3. 販売代理店の業務の適正性の確保

(1) 背景

電気通信事業法では、新規参入や料金の事前規制を緩和する一方、消費者保護ルールを充実する等、累次の法改正が行われてきた。2003年にはサービス提供条件の説明義務や苦情等処理義務が導入され、2015年には契約書面交付義務、事業者による代理店に対する指導等の措置義務、初期契約解除制度、勧誘に当たっての不実告知等や勧誘継続行為の禁止等の規律が設けられたところである。

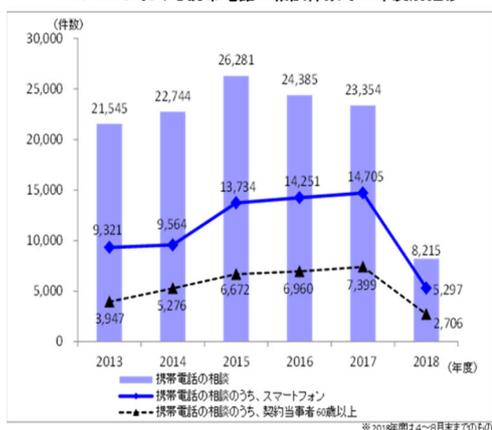
この2015年の電気通信事業法改正による消費者保護ルールの導入以降、全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O - N E T）及び総務省に寄せられた電気通信サービスに関する苦情相談件数は減少しており、消費者保護ルールの導入について一定の効果が見られる。しかしながら、その傾向は緩やかであり、依然として高い水準にある。



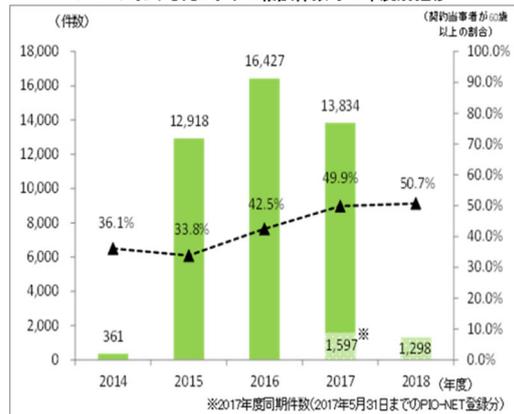
出典：総務省「ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合（第5回）」（2018年6月28日）配付資料

PIO-NETを用いた独立行政法人国民生活センターの分析によれば、携帯電話やF T T Hサービスに関する苦情相談件数は、それぞれ2万件超（携帯電話）、1万件超（F T T Hのうち光コラボサービス）といった高い水準で推移している。

PIO-NETにおける携帯電話の相談件数等の年度別推移



PIO-NETにおける光コラボの相談件数等の年度別推移

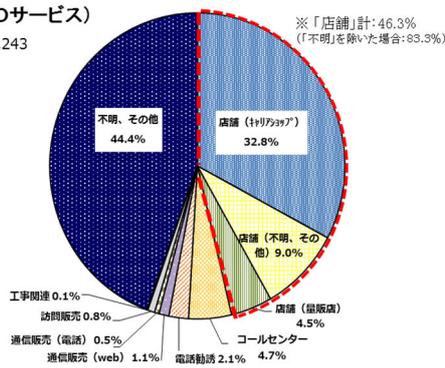


出典：「光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意！第2弾」（2018年7月26日 国民生活センター報道発表資料）、「セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブル」（2018年9月13日 国民生活センター報道発表資料）

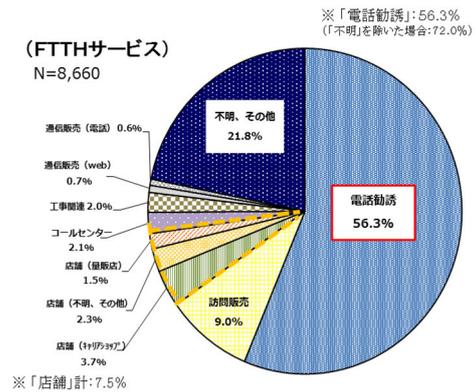
また、2017年度にPIO-NET及び総務省に寄せられた苦情相談に基づく総務省の分析によれば、苦情相談の要因となった販路等としては、携帯電話（MNO）についてはキャリアショップや量販店等の「店舗販売」（46.3%：「不明」を除いた場合は83.3%）が、F T T Hサービスについては「電話勧誘」（56.3%：「不明」を除いた場合は72.0%）という販売形態が、それぞれ高い比率となっており、販売代理店に起因した苦情相談が多く生じている。

苦情相談の要因となった販路又は対応場所等について(2017年度)

(MNOサービス)
N=6,243



(FTTHサービス)
N=8,660



出典：総務省「ICT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5回）」（2018年6月28日）配付資料を基に作成。2017年度にP I O-N E T及び総務省に寄せられた苦情相談の約3分の1を無作為抽出し、サービス別に分析したもの。

(2) 問題点

上述のP I O-N E T及び総務省に寄せられた苦情相談の中身を見ると、次のような内容が挙げられており、その多くが不適切な勧誘、説明に起因するものとなっている。

【携帯電話】

- 通信容量が大きな料金プランを勧められ言われるまま契約したが、後で必要のないものだったと分かった。
- スマートフォンを契約したら、不要なタブレット端末やヘッドフォン、充電器等の付属品とのセット契約だった。
- スマートフォンに追加でタブレット端末、光回線等も契約したが、スマートフォンすら使いこなせない。

【FTTH】

- 大手通信事業者からの電話だと思い契約したが、別の事業者だったので費用負担なく解約したい。
- 契約先のプラン変更だと思ったら、別会社との契約になっていた。
- （変更する必要がないにもかかわらず）光回線の変更が必要であるかのような勧誘により契約してしまった。

また、消費者WGにおいては、販売代理店の業務について、次のような点が指摘された。

- 携帯電話について、契約内容が複雑化、説明時間も長時間化し、契約内容や料金を消費者が正しく認識できておらず、また必ずしも消費者

が希望する契約内容になっていない。

- 光コラボの代理店による電話勧誘に係る苦情相談が相変わらず多く、「新しいサービスのご案内です」と言われたので契約中の事業者だと思ったなど、勧誘時に事業者名について誤解を与える勧誘となっている。
- 携帯電話については、「〇万円キャッシュバック」、「実質〇円端末」をうたうショップ店頭のパスターやロードサイドショップの立て看板が未だに見られる。
- 「実質〇円」等の広告表示においては特定の適用条件等を認識しづらいものもあり、結果、特典が受け取れないといった苦情が寄せられている。

消費者WGで指摘のあった上記3点目の指摘に関しては、販売代理店独自の過度な端末購入補助が依然として行われていると考えられるが、これは通信料金の高止まり、利用者間の不公平及びMVNOの新規参入・成長の阻害という点で懸念がある。

通信サービスと端末をセット販売する場合の過度な端末購入補助については、総務省において「モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針」（2017年1月）が策定され、事業者に対してその適正化を図っているものの、販売代理店は同指針の対象外となっていることから、市場全体に対して十分な効果を上げていない状況にある。

なお、携帯電話の販売代理店においては、消費者利益の確保に向けた自主的な取組として、2014年に設立された一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会による「あんしんショップ認定制度」が全国的に展開されており、2018年12月末時点で認定ショップ5,422店（全キャリアショップの67%）の規模となっている。また、光コラボの事業者・販売代理店については、一般社団法人テレコムサービス協会による「重要事項説明項目とトークの手引き」（光卸を利用したF T T Hサービスの電話勧誘時の説明話法に係るガイドライン）が策定されており、それぞれの業界団体において独自に苦情相談の改善につながる取組が進められている。しかしながら、その浸透度合いは現状十分とは言えず、今後、これらの販売代理店への一層の普及・浸透が課題となっている。

（3）提言

販売代理店に対する指導については、2015年の電気通信事業法の改正により、事業者において、委託した業務に係る指導等の措置を行うことが義務付けられるとともに、総務省においても、「提供条件の説明義務違反」、「不実告知等の禁止違反」、「勧誘継続行為の禁止違反」に限っては、事業者のみな

らず販売代理店に対しても業務改善を命じることが可能となっている。

しかしながら、一次販売代理店の下にある二次、三次の販売代理店等を含め、事業者による指導が十分に行き届いていない状況が見られるとともに、販売代理店における独自の過度な端末購入補助や、利用者に誤認を与えるおそれのある勧誘や独自の店頭広告等の不適切な業務実態については、総務省において業務改善を命じることができない等、必ずしも適切な担保措置が講じられているとは言えない状況にある。加えて、総務省において、その実態把握が十分にできているとは言い難い状況にある。

販売代理店は、電気通信サービスの契約において、利用者に最も身近な窓口であり、その業務が適正に行われることは、利用者の利益を確保する上で必要不可欠となっている。このため、これらの問題点の解消に向け、以下について、電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を講じることが適当である。

ア 販売代理店の存在を事業者経由で間接的に把握するのではなく、行政が直接把握するための必要最小限の制度として、届出制を導入する。

イ その上で、勧誘行為において社名や勧誘目的であることを明示しない等、利用者に誤解を与えるような電気通信事業者及び販売代理店の不適切な勧誘行為を禁止し、違反した場合には業務改善命令を行いうることとする。

ウ 加えて、電気通信サービス契約の媒介と一体として行われる販売代理店の業務において、電気通信サービスに関して利用者の利益を阻害するような不適切な実態があれば、業務改善命令を行いうることとする。

なお、販売代理店においては、3.(2)に掲げた一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会が運営する「あんしんショップ認定」の取得や、一般社団法人テレコムサービス協会が策定しているガイドラインの活用等にさらに積極的に取り組むことにより、利用者にとって誠実で信頼できる販売代理店となっていくことが期待される。

4. 今後の検討の方向性

以上、総務省等において、早急に取り組むべき事項として、「シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現」及び「販売代理店の業務の適正性の確保」の2つの項目を軸に整理した。

モバイル研究会では、引き続き、MVNOを含めた事業者間の公正な競争条件を確保する観点から、接続料の算定方法の見直し、IoT向けサービスに係る競争ルール等について検討を深めるとともに、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書(2018年4月)で取り上げられた事項について実施

状況の検証を行うこととする。

消費者WGでは、電気通信サービスの消費者保護の確保の観点から、契約手続時間の長さや高齢者への適切な対応など、契約時の説明の在り方のほか、利用中や解約時の説明の在り方、一定規模以下の法人のサービス利用の保護の在り方等について検討を深めることとする。

併せて、モバイル研究会及び消費者WGは、本緊急提言に沿った取組の進捗状況についてフォローアップを行うこととする。

(2) 緊急提言を受けた対応

緊急提言を受け、総務省において、次の内容を定める電気通信事業法の改正案を第198回国会に提出したところである。

- ① 携帯電話事業者及び販売代理店による次の行為を禁止し、違反した場合を業務改善命令の対象とすること。
 - ア) 端末の販売等に関する契約の締結に際し、通信サービスの利用者（当該サービスの提供を受けようとする者を含む。）に対し、通信サービスの料金を当該契約の締結をしない場合におけるものより有利なものとする事とその他電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれがある利益の提供として総務省令で定めるものを約し、又は第三者に約させること。
 - イ) 通信サービスの利用者に対し、契約の解除を行うことを不当に妨げることにより電気通信事業者間の適正な競争関係を阻害するおそれがあるものとして総務省令で定める料金その他の提供条件を約し、又は販売代理店に約させること。
- ② 販売代理店に総務省への届出義務を課すこと。
- ③ 電気通信事業者及び販売代理店による、勧誘の相手方に対して自己の氏名若しくは名称又は勧誘である旨を告げずに勧誘する行為その他利用者の利益の保護のため支障を生ずるおそれがあるものとして総務省令で定める行為を禁止し、違反した場合を業務改善命令の対象とすること。

改正法は、成立した場合には公布から6か月以内に施行することとされており、それまでに総務省令等で制度の詳細を定める必要があるところ、具体的な制度の整備に関しては、緊急提言の意見募集や本WGでの検討の過程において、具体的な基準を明示することが望ましいとの意見等が出されている。出された。これを受け、中間報告においては、制度の具体化のための検討に際しては、電気通信市場に与える影響も見極めつつ、関係事業者が行うべき対応が明確となり、実効性ある取組が行われるよう、FTTH、MNO、MVNO等の各事業

者及び販売代理店その他関係者の意見も十分に聴いた上で、できる限り明確な基準が整備されることが望ましいことを指摘した。

本WGにおいては、改正案の成立後、2019年5月から6月にかけて、モバイル研究会との合同会合を開催し、関係事業者や事業者団体へのヒアリングを数度にわたり実施した上で、総務省令等の方向性を議論した。こうした議論を経て、必要な政省令等を確定した上で、2019年10月1日に改正法が施行された。

携帯電話事業者等の関係者においては、緊急提言の趣旨や法改正等の措置を踏まえ、踏まえた料金プラン等の抜本的な見直し等が行われた。今後も引き続き、モバイルサービス等の適正化に向けた向けて更なる取組を積極的に行う行われていくことが期待される。

また、通信料金と端末代金の完全分離等の料金プランの見直し等により、販売代理店における業務の在り方が変化していくことも想定される。販売代理店は、利用者と直接接する重要な役割を担っており、地域の拠点としても、その重要性は高いものである。その果たす役割をはじめ、販売代理店の在り方について、電気通信事業者、販売代理店等の関係者において十分な検討と意識の共有が行われることが望まれる。

以上のような取組の進捗状況やあるべき方向性等については、緊急提言でも触れたとおり、本WG今後も総務省においても、モバイル研究会とともに、適時のフォローアップを行うこととする。

第4章 個別の論点

(1) 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組

利用者が契約に基づく費用負担を正確に理解し、自身のニーズに合った電気通信サービスを選択することを可能とすることは、消費者保護の観点から重要である。このため、本WGでは、①契約前から契約の時点までに関して、拘束期間全体での総額表示、②利用中に関して、利用実態に応じた料金プランへの見直し推進を論点として取り上げた。

① 拘束期間全体での総額表示

【現状】

2017年2月のモニタリング会合第2回において、MNO3社に対し、「総支払額（初期費用及び毎月等の支払いのそれぞれの合計金額）の見込みも明示し、これを記載した説明書面等を交付する運用を基本とするよう検討すべき」との指摘を行った。これを受けて2018年2月までに、MNO3社全てが、説明書面や料金シミュレータ（タブレット画面）の使用・印刷等によって、初期費用の総支払額及び月ごとの総支払額を明示し、書面交付する措置を開始している。

しかし、例えば、2年間の期間拘束のある料金プランについて、一定の条件下で最初の1年間だけ等の限られた期間のみ割引が行われる中で、月ごとの支払額を提示するだけでは、利用者が適切に拘束期間全体での自らの支払額を把握することが難しいのではないかと指摘もある。

公正取引委員会調査（2018年6月）では、「MNOと契約した場合の一定期間の費用総額のイメージを持ってないまま、一括で示される端末値引き額の大きさに誘引されて、本来の選好に沿った選択をできていない消費者がいる可能性がある」ことから、「MNO各社は少なくとも期間拘束契約をする場合には、当該期間において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい」と指摘されている。

【構成員の意見】

- 2年間の期間拘束を行っているにもかかわらず、1年目だけに適用される割引を設定した上で、1年目の月額料金を前面に出した広告が行われており、消費者が惑わされている。期間拘束を行う場合には、一定期間の定期契約であることを明示するとともに、その期間での料金を利用者に示すべきではないか。
- 初月の料金の安さを利用者に訴求するが、利用者は先々のことまで把握して

いないので、単月の金額を表示する場合には、拘束期間とその期間の総額を表示してもらうのが良いのではないかと。

- 総額表示に賛成。ただし、緊急提言を受けて、端末の提供方法が今後変更・多様化していくことが想定されるため、従来はなかった端末の提供方法が出てきた場合にどのように表示すべきかについても検討いただきたい。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

料金プランが複雑化してきている中で、利用者が支払額を正確に理解し、必要に応じて比較検討を行うことが難しくなっている。特に、期間拘束契約が行われている中で、拘束期間よりも短い期間に限って適用される割引が提供され、その割引が適用された月の支払額を利用者に訴求することも行われており、結果として、利用者による支払額の正確な理解や比較検討にかかる手間が増大し、正確な理解や比較検討が行いづらくなっている。

公正取引委員会調査（2018年6月）の指摘も踏まえると、少なくとも期間拘束のある契約については、利用者が拘束期間全体にわたる負担の総額を正確に理解し、比較検討できるようにすることが、利用者による自らのニーズに応じたサービス選択の確保及びそれを通じた公正競争の促進のために重要である。そのため、携帯電話事業者においては、期間拘束を伴う料金プランについては、単月の支払額のみでなく、拘束期間全体において利用者が支払う通信料金と端末代金の総額の目安をあわせて示すことが適当である。これは契約更新の際も同様である。

その際、提示すべき場面については、携帯電話事業者において、契約前の提供条件の概要の説明の際に行うとともに、利用者が料金プランを選択する際に参考とできるよう、各社のウェブサイトにおいて確認することを可能とすることが適当である。また、提示すべき内容については、従量制の料金部分がある場合には、複数の典型的に想定される利用方法ごとの目安を示すことや、ウェブサイトにおいて、利用者が条件を入力して確認することが可能な料金シミュレーションにおいて提示することなど、利用者にとって確認がしやすい工夫を行うことが適当である。

以上のような支払総額の目安の表示を改正電気通信事業法の施行の時点で実現するため、総務省においては、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」の改正を含め、速やかに必要な措置を講ずることが適当である。

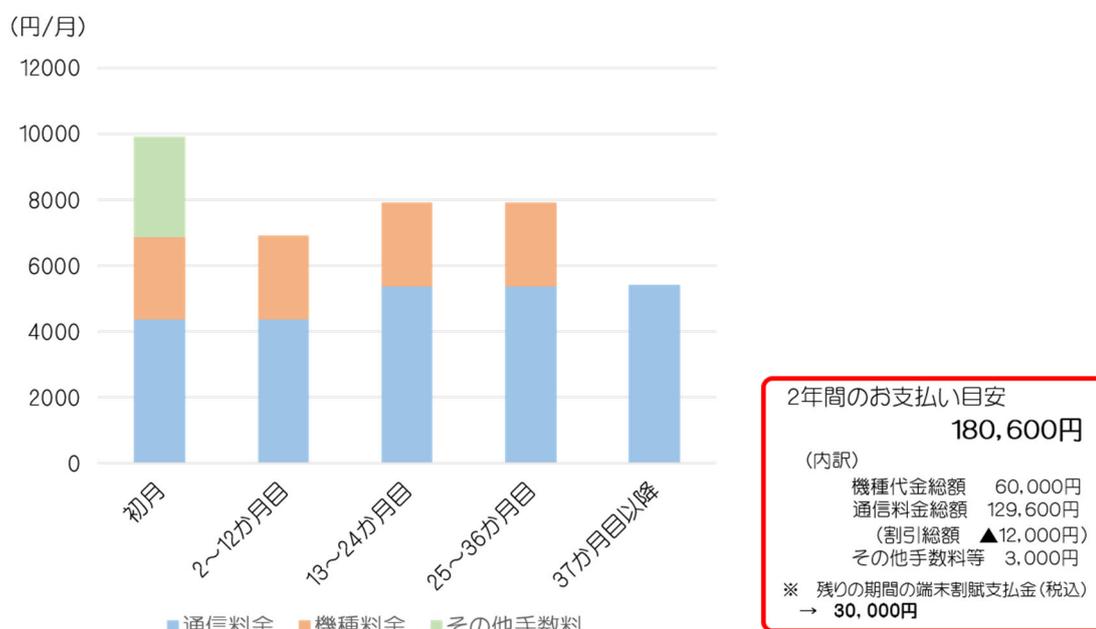
【中間報告書作成後の動き】

総務省において、中間報告書のとりまとめを受け、期間拘束のある携帯電話サービスについて、利用者が負担の総額を正確に理解し、各社を容易に比較できるようにするため、消費者保護ガイドラインを改定（2019年9月改定、同年10月から運用開始）し、携帯電話サービスの提供条件の説明時等において拘束期間全体にわたる通信料金と端末代金の総額の目安を示す必要があることを位置づけた。

具体的には、期間拘束のある携帯電話サービスの新規契約、変更契約又は更新契約を締結しようとしている利用者に対しては、特段の事情※がない限り、少なくとも①通信料金、②携帯電話端末、タブレット等のサービスの利用に不可欠な端末の売買代金及び③初期費用（事務手数料等）について、拘束期間全体にわたる総支払額の目安を明示することが適切であることとした。

※ 例えば、事業者のシステム改修等の準備状況を想定。

<説明書面における総支払額明示イメージ>



出典：「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」（2019年9月改定）より抜粋

また、本WGにおいては、上記ガイドライン改定を踏まえた関係事業者の準備状況に係るヒアリングを実施したところである。

【事業者からの進捗報告内容】

- 店頭での新規契約分の総額表示については2019年10月受付分より開始。自動更新分については、システム整備に時間を要することから、2020年1月送付分（2020年2月更新）より開始予定。WEBシミュレーションでの総額表示については現在検討中。（NTTドコモ）
- 店頭での新規契約分の総額表示については2019年10月受付分より開始。自

動更新分については準備中。WEB掲載分については、システム整備に時間を要することから、2019年度内を目途に開始予定。(KDDI)

- 新料金プランでは期間拘束を撤廃したため、新規契約分の総額表示は不要。期間拘束が残る既契約の自動更新時の総額表示については準備中。(ソフトバンク)

【今後の取組の方向性】

改定された消費者保護ガイドラインを踏まえ、期間拘束のある契約の全てについて速やかに総額表示が実現されるよう、引き続き、総務省において、各事業者の取組の状況を注視していくことが適当である。

② 利用実態に応じた料金プランへの見直し推進

【現状】

(携帯電話サービスの利用中の苦情)

現行の消費者保護ルールにおける説明義務、書面交付義務、初期契約解除制度等は、主に契約締結時や契約初期における電気通信事業者や販売代理店の行為を規律対象としているが、携帯電話(MNO及びMVNO)サービスに対する利用者からの苦情を発生時期別に分類すると、「利用中(※書面交付(到着)後9日目以降)」の苦情が最も多い(MNO:47.9%、MVNO(音声通話付):45.9%。2017年度下半期)。

上記MNOサービスの利用中の苦情相談を項目・観点別に見ると、①「通信料金の支払い(心当たりのない請求等)」25.1%が最も多く、次いで②「通信料金の設定水準等(高額過ぎる等)」21.1%となるなど、通信料金に関する苦情が多い。

(利用者の利用実態と契約プランの乖離)

MNO各社は、これまでにライトユーザやヘビーユーザ向けの新たな料金プランや、端末購入に伴う通信料金からの割引の適用を受けない利用者向けの安価な料金プランなどを導入してきており、多様な料金プランの提供が進んでいる。

他方、利用者が契約しているデータ通信料金プランの分布と実際のデータ通信量の分布を見ると、スマートフォンのデータ通信量について、実際の使用量は約半数のユーザで2GB未満だが、1GBや2GBのプランを契約しているユーザは2割程度にとどまっているなど、利用実態と契約プランとの間で乖離が生じている(2018年6月末時点)⁸。総務省は、「モバイル市場の公正競争促進に関する検討会」報告書(2018年4月)にてこの課題を指摘し、2018年6月、M

⁸ 第1回事務局提出資料 2-2

NO3社に対し、2019年3月末までに次の措置を講ずるよう行政指導を実施している。

- ① データ使用量と契約している料金プランに乖離が生じている利用者に対して、過去の利用実績等に基づき、利用金額が適正となる料金プランの例を案内すること。
- ② 契約時以外での料金プランの見直しに関する相談の機会を充実させる等、利用者のリテラシー向上やサービスに関する理解促進に向けた施策を実施すること。

(携帯電話事業者等の取組)

本WG第2回会合におけるMNO各社からの発表によれば、MNO各社は利用中の利用者への適切な料金プランの案内について、以下のような取組を実施または実施予定としている。

- ◇ 2018年3月より、毎月の請求額確定通知から、契約プランやデータ利用状況を確認するページに容易に移行できるようにしたほか、2018年5月より、データ利用量に応じて段階的な料金が適用となる料金プランの提供を開始⁹。2018年9月より、コーポレートサイト上で利用者が確認しようとした場合には、利用実態に基づくおすすめプランが表示される取組を実施。(NTTドコモ)
- ◇ 料金プランの理解促進に向けて、店頭で「料金相談フェア」を開始。2018年5～7月及び9～10月実施分で100万人を超える顧客からの相談に対応。(NTTドコモ)
- ◇ 2017年7月より、データ利用量に応じて段階的な定額料金が適用される料金プラン及びデータ使用量が多い利用者向けプランを導入し、利用者に対し2つの新料金プランへの移行を積極的に勧めている(2018年9月時点で1000万契約超)。2018年2月より、料金段階が上がる際にEメールで事前に通知する運用を開始。(KDDI)¹⁰
- ◇ 2018年9月より、料金プランをシンプル化するとともに、データ使用量が多い利用者向け定額プランとデータ利用料に応じた段階的な料金プランを導入¹¹。2019年3月より、利用実績に応じて個別に最適な料金プランを案内する取組を実施予定(ソフトバンク)

(一社)全国携帯電話販売代理店協会は、携帯電話販売代理店として、顧客の契約プランが利用実態に合うように定期的なプラン診断をお勧めしていきたい

⁹ 料金段階が上がる際にEメールで通知する取組も実施。(事務局聞き取り)

¹⁰ この他、店舗における料金診断を自店舗会員向けメール等で告知する取組も実施。また2019年1月請求の料金お知らせメールより、料金プランの確認/変更ページ、およびデータ利用状況へのページ移行の容易化を実施。(事務局聞き取り)

¹¹ 料金段階が上がる度にEメールで通知する取組も実施。(事務局聞き取り)

としている。

この他、利用中の情報提供の事例として、これまでのモニタリング定期会合での指摘を受けた措置を含め、各社からは以下のような取組事例の紹介があったところである。

- ◇ ポータルサイト上での更新期間の確認の容易化、初心者向け使い方サポートの案内メール（KDDI）
- ◇ 請求額・更新月・オプション無料期間終了のSMS・メール等での周知、データ利用量や請求金額のオンライン・アプリ上での確認やチャットでの相談受付（ソフトバンク）¹²

【構成員からの意見】

- 料金プランの乖離を定期的に見直そうという運動ができないか。MNO各社は料金プランの見直し案内を積極的に周知すべき。
- 利用期間中でも、使い方や料金プランの変更などが相談できる体制づくりをすべき。
- かなり多くの方が利用実態に合わない高い料金のまま契約をし続けているという実態はあると思う。企業のお知らせは、新しいサービスの勧誘だと受け止められて、利用者がショップに出向かないということもあるため、お知らせの方法については、「あなたの場合はこうだ」といったところまで知らせる方法は必要。
- 月々の料金支払い額について、契約時にグラフ化したものを紙で渡されても、なくしてしまう場合もあるので、利用中にWeb等で簡単に確認できる仕組みを作っていたらありがたい。
- 事業者は情報提供していると言うが、利用者の方に伝わってこないというすれ違い感をもう少し分析する必要。新しい勧誘だと思って見なかったり、自分に関係ないと思って見なかったりなど、原因はいろいろ考えられる。
- 利用中にWebやアプリでいつでも確認できるようにすることは今後重要。リテラシーの問題でアナログの対応も必要ではあるが、できる限りデジタルの手段で実現されることが望ましい。
- 自動更新の通知など、SMSやメールで来ていても一切見ていない、気づいていない人たちがいることを忘れてはいけない。
- 利用中の料金プランの見直しなど、販売代理店が行う契約中の契約者に対するさまざまなサービスについても、キャリアが評価の対象にしていくというように体制が変わらないと解決していかない。保険業界が保険の代理店の評価のやり方を変えたように、キャリアが自発的に変えていただく必要があるのではないか。

¹² NTTドコモ及びKDDIにおいても、2019年2月時点でこれらの取組を実施。（事務局聞き取り）

- 不必要に高いプランのままの利用者がたくさんいる実態というのを踏まえて、場合によっては、本人が現在のプランにとどまりたいという積極的な意思を示さない限りおすすめプランのほうに切りかえるということを考えてもいいのではないか。
- 期間拘束でユーザを囲い込んでいる以上、事業者は契約中のユーザに対して配慮すべき相当重い責務がある。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

各社の料金プラン改定により、データ使用量が少ない利用者向けのプランは提供されるようになってきている。しかし、利用実績に照らせばこれらの新しいプランに移行した方が有利であるにもかかわらず、従来のプランに留まったままである利用者が一定数存在する。利用者の利用実態と契約プランとの間の乖離の状況については、総務省で継続的にモニターし、改善が見られないようであれば、これら利用者に料金プランの見直しを促すため、携帯電話事業者に更なる取組を求めていくことが適当である。

料金プランを自ら見直す意思があり、かつWeb上で自身の利用実績を確認することのできる利用者については、現状MNO各社が提供する料金シミュレータ等を用いて適切なプランを選択することが一定程度可能になっていると考えられる。一方で、料金プランを定期的に見直すという意識が薄く、Web上で利用実績の確認等を行うことが困難である利用者については、それら利用者に届く情報伝達手段により、事業者側からより能動的な料金プランの見直しの案内を行うことが適当である。

特に、緊急提言を受け、2019年度には携帯電話事業者において大幅な料金プランの見直しが行われることが見込まれる。携帯電話各社は、新しい料金プランとこれまでの料金プランとの相違を利用者に丁寧に説明することが必要であるほか、新プランに移行することで恩恵を得られるにもかかわらず、そのことを十分に認識せずに自動更新によって従来プランを使い続ける利用者が多数出ることのないよう、既存契約者に対してもさまざまな周知手段を用いて、プラン切り替えについての周知を徹底することが適当である。

【中間報告書作成後の動き】

携帯電話事業者各社において、改正法の規律を踏まえた新料金プランを提供開始した。

また、総務省においては、2019年6月及び9月にMNO各社に対して、改正法に適合する料金プランに移行することで恩恵が得られるにもかかわらず、そのことを十分に認識せずに従来の料金プランを使い続ける既存の利用者が出ることのないよう、改正法に適合する料金プランへの利用者の移行を促進するた

めの具体的な施策を含む改正法に適合する料金プランへの利用者の移行の計画を策定するとともに、それに沿った取組を着実に実施すること等について要請を行った。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 新料金プランへの円滑な移行に向け、様々な手段（マス媒体、ダイレクトメール、電子メール、対面等）を用いた利用者への周知、適切な選択に資する料金シミュレーションの提供、店頭における料金相談フェア等の取組を実施。また、料金シミュレーションにおいては、利用実績を元におすすめプランを表示。（NTTドコモ）
- 新料金プランへの移行に向け、テレビCM、ダイレクトメール、電子メール等を通じた利用者への周知等を実施。また、料金シミュレーションにおいては、利用実績に適合したプランを推奨。（KDDI）
- カタログ、TVCM、Web等による利用者への新プランの案内、電子メール等を通じたプッシュの形で利用者の利用実績に沿ったプランを提案するサービスの提供、店頭でのデータ使用実績を踏まえた料金シミュレータの提供等を通じて利用者の料金プラン見直しを促進。（ソフトバンク）
- MVNOの料金プランはシンプルなものが多いこと、利用実態に応じたプランを選択しやすいこと、利用状況を確認し、オンラインにより簡単に料金プラン変更が可能なことから、全体として利用者が利用実態に応じた料金プランを選択しやすい環境を整備。（テレコムサービス協会MVNO委員会）

【今後の取組の方向性】

2019年10月1日の改正事業法の施行を踏まえた新料金プランが提供開始された中、恩恵を得られるにもかかわらず、そのことを十分に認識せずに従来の料金プランを使い続ける既存の利用者が出ることはないよう、引き続き、事業者が移行促進計画に基づく取組を着実に実施することを求めていく必要がある。

また、利用者の利用実態と契約プランとの間の乖離の状況については、総務省において、更に継続的にモニターし、改善が見られないようであれば、携帯電話事業者に更なる取組を求めていくことが適当である。

(2) 携帯電話ショップでの手続時間等の長さへの対応

【現状】

携帯電話販売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・販売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¹³や報道で指摘されている。

MNO 3社において自社の新規契約時の待ち時間及び手続時間を調査したところ、各社とも待ち時間は概ね10～40分程度、手続に80分～100分程度かかるとしている¹⁴（調査時期：2018年5月～10月）。

【事業者から示された方向性】

待ち時間の短縮については、来店予約の拡大（MNO 3社）、来店せずに手続可能なオンラインショップの強化（KDDI）などで対応を行う方向性を示している。

手続時間の短縮については、MNO各社は、以下のような既存のまたは今後行う取組を通じて手続時間を短縮する方向性を示している。

- ◇ 待ち時間等に利用者自身でパンフレットやタブレット等で説明事項を閲覧してもらった上で、接客時に説明を省略して良い事項を利用者に選択してもらい、その分の説明時間を減らす取組の実施（NTTドコモ【新規・拡充中】、ソフトバンク【新規】）
- ◇ 初期設定の専用スタッフを配置し、契約後の初期設定は当該スタッフに引き継ぐことにより、窓口の対応時間を削減（NTTドコモ【新規】、ソフトバンク【既存】）
- ◇ 利用者の行う設定作業（データ移行、各種ID設定）や基本操作説明について、サポートツールを用意（KDDI）【既存】
- ◇ 料金プランの理解度向上のためシミュレータ等を活用（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）【既存】
- ◇ 中期的対策として、ICTソリューション（RPA・AI）の活用により店頭オペレーションのセルフ化・自動化やさらなる効率化を推進（ソフトバンク）【今後実施】

【構成員からの意見】

- ショップの待ち時間が長く、説明時間も長いので短縮すべき。
- 携帯電話の料金プランが複雑で分かりにくくなっていることが問題。結果的

¹³ モニタリング定期会合第5回「平成29年度消費者保護ルール実施状況のモニタリング（評価・総括）」

¹⁴ 第2回電気通信事業者協会発表資料。

にキャリアのショップにおいて説明時間の長時間化を生んでいる。

- たくさんの商材を売らなければならないことが接客時間の長時間化につながっている。
- 手続時間短縮のため説明義務の履行の仕方の合理化は検討してよい。同時に、きちんと説明したことの記録を残すことも必要。
- 契約時間の短縮に関して、発表にあった待ち時間の活用のような取組は、今後アンケート等で利用者の評価を収集・展開し、良いものについては他のキャリアにも展開いただきたい。
- 来店予約などの事業者の取組が利用者に知られていないことが問題。またショップに行かなくてもできる手続きを増やし、待ち時間を短縮してほしい。
- スマートフォンの使い方を教えてほしい、機種変更時のデータ移行を代行してほしいなどの依頼が日常的にショップに寄せられており、ショップ側では顧客の満足度向上のためやむなく受けているが、負担も大きい。通信事業者や販売代理店が義務として行う部分とそこから先のサービスに当たる部分の役割分担、費用分担の線引きの作業が必要。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

待ち時間、手続時間の短縮に向けた MNO 各社の取組については、構成員から概ね賛同の意見が示されたところ、今後、本WGで、各社の取組による待ち時間・手続時間の削減の効果、利用者の反応、有効であった方策等について、MNO各社から報告を受け、検証を行い、ベストプラクティスの共有を行うことが適当である。また、MNO各社が既に取り入れている取組であっても、利用者の認知があまり進んでいない取組については、認知向上に向けた方策も併せて検討することが適当である。

また、第3章の緊急提言で述べた今後のMNOにおいて実現することが期待されるシンプルで分かりやすい料金プランが手続時間や利用者の理解度に与える影響についても検証することが適当である。

一方で、料金その他の提供条件の概要や青少年有害情報フィルタリングの必要性についての説明義務や、通信役務提供契約とセットで販売される携帯電話端末についての青少年フィルタリングの有効化措置義務の履行は必須であることから、その確認のため、モニタリング会合で実施している、窓口における実地調査については、制度改正や苦情相談の状況を踏まえつつ、今後も実施・検証し、事業者の取組の改善を促していくことが適当である。

また、説明時間の短縮のためには、利用者側の方でも、アカウント設定等の一般的なICTサービス利用のリテラシーを備えることが有効であると考えられるところ、各関係者が利用者のリテラシー向上方策を推進することも重要であ

る。特に、高齢者のリテラシー向上方策について、引き続き検討していくことが適当である。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 来店予約枠の拡大（2019年8月800店舗⇒2019年度末までに約1,500店舗へ拡大）、動画等を用いた説明分散（来店予約との連携も10月から開始）、初期設定専用のスタッフの配置（2018年11月50店舗⇒2019年8月800店舗）等により、2019年度内に待ち時間及び手続き時間の合計時間を半減するように対応中。（NTTドコモ）
- 来店予約システムを簡略化して利便性を向上（2019年9月）させるとともに、DMを用いて来店予約の利用の促進を実施。また、料金収納事務を機械化（au SaKuTTO）することにより外国人を含む利用者の待ち時間等の短縮化に対応。（KDDI）
- 来店予約システムの利用促進、動画等を用いた説明分散（2019年6月より実施）、初期設定専用のスタッフの配置（2019年11月に増員し1,200人に増加）、料金プランのシンプル化により、待ち時間及び手続き時間の短縮化に対応。（ソフトバンク）
- 待ち時間を活用した動画による説明分散を実施することにより手続き時間等の短縮に対応。（楽天モバイル）
- MVNOの多くでは、オンラインで手軽にプラン変更、情報変更などの手続きが可能。また、一部のMVNOでは、ウェブで事前に重要事項説明書を確認可能とし、手続きの簡素化を実現している。（テレコムサービス協会MVNO委員会）

【構成員からの意見】

- 説明義務は情報さえ渡せばいいというものではなくコミュニケーションをすることが大事。補助として機器を使うのは良いが、最後はヒューマンインターフェースでコミュニケーションすることの重要性は押さえておくことが必要ではないか。
- 来店予約の拡大はあくまで手段であって目的ではない。来店予約を推進するために来店予約をしないと帰されるなどかえって利用者の利便が損なわれることがないように本来の目的（待ち時間の短縮を通じた利用者利便の増進）に立ち返ってよりよい方策を考えてほしい。
- 待ち時間及び手続き時間の半減など、具体的・客観的な数値目標を示すことは、EBPM（根拠に基づく政策立案）の観点でも重要。
- スマホが2回故障したが、2回目の際は店に行かずwebで修理を申し込み、問題なく対応できた。来店しなくてもできることについて、更なる周知が必要。

【今後の取組の方向性】

総務省においては、引き続き、手続時間等の短縮化に係る事業者の取組を注視し、丁寧かつ効率的に説明を行うベストプラクティスの共有を図っていくとともに、各事業者においては、認知度の低い取組の周知を図っていく必要がある。

また、事業者においては、待ち時間・手続時間の削減の効果を把握できる数値を示していくことが適当である。

これに加えて、各関係者が高齢者を中心とした利用者のリテラシー向上に関して取り組んでいくことが引き続き重要である。

(3) 広告表示の適正化に向けた対応

【現状】

(携帯電話の店頭広告表示の現状等)

販売代理店の店頭広告、テレビCMやWeb広告などにおいて、一部の利用者にしか適用されない安価な料金プラン(条件付最安値)を強調した広告が行われており問題との指摘がある。特に、MNOの販売代理店においては、「端末実質0円」、高額のキャッシュバック等を訴求する店頭広告表示が行われているとの指摘がある¹⁵。

消費者庁は、2018年11月に、携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示についての不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。)上の考え方等を公表¹⁶した。その大要は以下のとおりである。

- ◇ 全国の消費生活相談センターには、携帯電話等の移動系通信の端末の販売において、想定外のオプション契約が必要であった、スマートフォンの回線契約のほかに光回線契約を締結させられたといった相談がみられる。これらの相談事例は必ずしも広告表示に起因するものではないが、事業者による適切な表示が行われることにより、一般消費者の想定外の契約締結の防止に資することから、今後、携帯電話等の広告表示に係る景品表示法上の考え方等を整理した。
- ◇ 携帯電話等の通信事業者又は販売代理店における携帯電話等の広告において、例えば、特段の条件なく安価に携帯電話等を購入できるように表示しているが、実際には、当該代金で携帯電話等を購入するためには様々な適用条件が設定されており、当該代金を支払うだけでは携帯電話等を取得できないような場合がある。こうした表示方法により、取引条件について、実際のものより取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される時は、景品表示法上問題となるおそれがある。また、当該適用条件が広告に記載されていたとしても、例えば、文字が小さい場合や配置箇所が強調された代金の表示と離れている場合など、一般消費者がその内容を正しく認識できないような場合は、同じく景品表示法上問題となるおそれがある。
- ◇ 携帯電話等の広告表示においては、安価な販売価格が適用されるための詳細な適用条件を記載する代わりに「詳しくは店員に(店頭で)」との記

¹⁵ 第1回北構成員提出資料。

¹⁶ 消費者庁「携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示についての景品表示法上の考え方等の公表について」(2018年11月13日報道発表)

載が散見されるところ。しかし、携帯電話等を安く販売するための適用条件である料金プランやオプション等について、具体的な内容や金額を広告に明瞭に記載していない場合、一般消費者は、必要以上の費用負担をしているおそれがある。携帯電話等の通信事業者又は販売代理店は、携帯電話等の広告表示において、景品表示法違反のおそれのある行為が行われることのないよう十分に注意するとともに、適用条件や費用負担の具体的な金額を明瞭に記載し、丁寧な説明を行うなど、一般消費者に対する適切な情報提供に努めることが求められる。

(業界団体の広告表示に係る自主基準等及び審査体制)

電気通信サービス向上推進協議会では、「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」を策定し、通信サービス特有の広告表示について、実例を交えて規定している。当該自主基準及びガイドラインは、問題となった広告表示など、その時々課題に沿って改訂を実施してきている(最終改訂2018年1月)。

また、同協議会では、通信4団体参加社の全国向けテレビ広告・新聞広告について、全件を四半期に一度、自主基準及びガイドラインに沿って問題がないかを事後的に審査する取組を実施している。審査後、問題あり等の指摘を受けた広告については、事業者へのフィードバックを行うとともに、指摘内容を事業者名・サービス名を伏せた形で協議会ホームページに公表している。なお、店頭広告や、近年テレビに並ぶ有力な広告媒体となっているWeb広告については、情報量の多さ等から、現状では協議会による審査の対象とはなっていない。

【構成員からの意見】

- 利用者に伝わる広告表示とし、誤認を与える表示をやめるべき。
- 広告表示の改善は自主的取組の中で実行していただくのが良い。
- 「この広告は自社の信頼を損なうことがないだろうか」というような基準で自主的にしっかりとチェックする必要がある。
- 店頭広告に関しては、まず自主的に取り組んでいただくのが一番良い。景品表示法の考え方では、受け手がどう感じるかが大事であり、その観点で問題のあるものは指摘できるような運用にできたら良い。誤認させる広告がある今の状態は改善が必要。
- Web や店頭広告のチェックは、キャリアの各支店担当のルート、ラウンダーと呼ばれる担当者がチェックするべき。その後、問題のある広告の数が少なくなってきた段階で、微妙な表現などについて、アドバイザリー委員会等でその基準の検討をするようにすべき。
- 現在の事業者団体の自主基準に基づくチェック体制では、文字サイズなど明

確に問題ありと線引きできる広告しかチェックできていない。テレビCMや新聞広告に限っても良いので、消費者目線の業界の新たなガイドラインを作るべき。

- 料金プランそのものがもっとシンプルになれば、苦勞して打消表示を見やすくしなくてもよくなるのではないか。それは規制ではなく自主的努力で対応すべき。

【事業者・事業者団体から示された取組の方向性】

携帯電話事業者では、広告表示の適正化に向けた新たな自主的な取組として、キャリアショップの広告表示に関し、次のとおり、新たな取組を行う予定としている¹⁷。

- ① 事前チェックの取組として、2018年12月から、店頭掲示物について、原則として携帯電話事業者の指定する様式に限定する（指定外の広告については、従前より実施している事前チェックを徹底する）とともに、SNSについて、端末売価訴求及び還元訴求を不可とする等の事前のルールを定める（実施済）。
- ② 事後チェックの取組として、2019年度上期中に、店頭掲示物及びチラシについて、電気通信事業者による自主的な調査を行い、不適切事例の是正及び再発防止を図るとともに、その結果について、業界団体（電気通信サービス向上推進協議会を想定）へ報告する。

また、電気通信サービス向上推進協議会では、今後、広告表示適正化のために、次のとおり、新たな取組を行う予定としている¹⁸。

- ① 現在実施している全国向けテレビ広告及び新聞広告の事後的な審査の取組について、新たに消費者目線での確認を行う体制を整備し、2019年8月から運用を開始する。
- ② 次の課題に関し、2019年6月までに自主基準等の改訂の要否を検討し、改訂を要する場合には、2019年中に改訂し、運用を開始する。
 - (a) キャッシュバックなどに関する注記の在り方など店頭における広告表示に関する課題
 - (b) 料金の安さが殊更に強調され、制約条件が分かりづらいことなど条件付最安値表示に関する課題
 - (c) 強調表示と注釈表示との近接性などのウェブ広告での課題
- ③ 携帯電話事業者における販売代理店の店頭での広告表示に関する事後的な確認の取組について、その結果の報告を受け、適切に機能しているかを外部から監査する。

¹⁷ 第8回電気通信事業者協会提出資料。

¹⁸ 第8回電気通信事業者協会提出資料。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

(総論)

利用者は、広告表示の内容にかかわらず、店舗などで具体的な条件等を確認することが可能であり、また、契約の締結等の前に提供条件の概要の説明を受けることになっているが、実際には、広告により一定の選択を行った上で店舗などでの説明を受けているため、より有利な選択肢があったとしても事前段階で排除されてしまうという問題が起こっている可能性がある。一方で、広告については、商業的なものではあるものの、電気通信事業者や販売代理店による表現行為であり、その内容についての規制は、最小限であることが望ましい。

これらを踏まえ、電気通信事業者等の関係者において、景品表示法上問題となるおそれのある広告など不適切な広告が掲示されないよう、自主的な取組を強化することが望ましい。

(携帯電話事業者の店頭広告表示)

店頭での広告表示に関しては、携帯電話事業者や販売代理店において、本WGでの議論や消費者庁の見解等を踏まえ、不適切な広告が掲示されないよう、事前及び事後の確認などの対応を自主的に進めることが望ましい。携帯電話事業者にあっては、販売代理店に対する指導を適切に実施することが求められる。

この点については、前述のとおり、各携帯電話事業者や電気通信サービス向上推進協議会において広告表示の適正化に向けた新たな自主的な取組を行う予定であることから、それらの取組の着実な実施が期待される所であり、その実施状況等について注視していくことが適当である。

なお、この取組は、キャリアショップにおける広告表示のみを対象とするものであるが、各携帯電話事業者においては、併売店や量販店における広告表示の適正化に関し、さらなる自主的な取組の実施について検討することが望ましい。

また、電気通信サービス向上推進協議会においては、現行の自主基準等について、その見直しの要否も含め検討することが望ましい。

(電気通信事業者のテレビCM等における表示)

テレビCMに関しては、「条件付最安値を強調した広告が行われており問題である」、「現在の事業者団体の自主基準に基づくチェック体制では、文字サイズなど明確に問題ありと線引きできる広告しかチェックできていない」等の指摘があることを踏まえ、電気通信サービス向上推進協議会において、条件付最安値を強調したテレビCMの内容が表示全体として利用者にもどのように伝わ

っているのかという観点や、消費者庁の近年の調査等¹⁹を踏まえた動画広告における打消し表示についての留意点も考慮しつつ、現行の自主基準等の内容及びその運用について、見直しの要否も含め、検討することが望ましい。

この点については、前述のとおり、電気通信サービス向上推進協議会において、新たに消費者目線での確認を行う体制を設ける等の取組を実施することとしていることから、それらの実施状況等について注視していくことが適当である。

また、Web広告（動画広告を含む）に関しても、電気通信サービス向上推進協議会において、消費者庁の近年の調査等²⁰も参照しつつ、現行の自主基準等の内容及びその運用について、見直しの要否も含め検討することが望ましい。

【中間報告書以降の取組】

2019年6月及び9月、総務省からMNO各社に対し、景品表示法上問題となり得る店頭での広告表示が行われないう、事前及び事後の確認などの対応を進めるとともに、販売代理店に対する指導を適切に実施するよう要請を行った。

また、同年10月には、端末の残債免除プログラムにおいて利用者に誤解を生じさせる可能性がある広告を表示した事業者に対して必要な見直しを行うこと等について要請を行った。

さらに、総務省、公正取引委員会及び消費者庁では、広告表示の適正化を含む電気通信サービスにおける諸課題への対処についての連携を図るため、定期的に情報交換会を開催し、様々な取組を実施してきたところ、2019年10月の改正法の施行に併せ、引き続きこれら3省庁で連携して取り組んでいくことについて報道発表を行った。

【事業者等からの進捗報告内容】

- テレビ広告（特に条件付最安値表示）の審査に活用するため、本年度内の消費者モニターを導入を決定。また、2018年11月及び2019年6月に消費者庁が発表した見解を踏まえた店頭広告の適正化、テレビ広告での条件付き最安値訴求における制約条件の明確化、WEB広告の注釈の入れ方等を内容とした業界団体の自主基準及びガイドラインの改定を2019年内に実施するよう準備中。さらに、携帯電話事業者による店頭広告表示に係る自主

¹⁹ 消費者庁「打消し表示に関する実態調査報告書」（2017年7月）、「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」（2018年5月）、「広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書」（2018年6月）、及び「打消し表示に関する表示方法及び表示内容に関する留意点（実態調査報告書のまとめ）」（2018年6月）。

²⁰ 脚注19参照。

チェックの運用状況の監査を2019年10月から開始。(電気通信事業者協会、電気通信サービス向上推進協議会)

- キャリアショップの店頭広告やチラシを指定フォーマット化。キャリアショップ、量販店、併売店のSNSにおける価格訴求を禁止。キャリアショップの店頭広告・チラシ、量販店・併売店の店頭広告について事後の確認を実施。(NTTドコモ)
- キャリアショップの店頭広告やチラシを指定フォーマット化。キャリアショップのSNSについて、価格を訴求するものを禁止。キャリアショップの店頭広告・チラシについて、事後の確認を実施。(KDDI)
- キャリアショップ・併売店の店頭掲示物・POPの指定フォーマット化。キャリアショップ・併売店のSNSについて、価格を訴求するものを禁止。キャリアショップ・併売店・量販店の店頭広告について、事後の確認を実施。(ソフトバンク)
- ショップの店頭広告等は全て本社で制作し、全ての広告表示を本社でコントロールしている。(楽天モバイル)

【構成員からの意見】

- 事業者による広告の事後チェックについて、指摘内容が是正されているかどうかのフォローまで実施すべき。
- 自主基準に違反した際の処置についても明確にしておくことで信頼が高まる。
- 広告を見て契約した人に対して店舗でどういう説明をしているのか、事業者で把握しておくべき。
- 事業者によって取組の足並みがそろっていないこと自体が問題。足並みがそろわないのであれば、例えば、他社の不適切な広告について相互に監視していくことも考えられるのではないか。
- 業界団体において各社の状況を把握し、問題提起や改善の方向性を示していくことが必要ではないか
- 広告は営利的な表現であることから、営業の自由との関係では、まずは事業者の自主的な取組が尊重されるべき。

【今後の取組の方向性】

携帯電話事業者においては、消費者庁の見解等も踏まえ、利用者が誤解することのないよう、店頭掲示物の自主的な確認を強化するとともに、キャリアショップ、量販店、併売店等の販売代理店に対する指導を適切に実施していくことが重要である。

業界団体においては、各携帯電話事業者における自主チェックの内容の確認・監査、自主基準・ガイドライン改定、消費者モニターの導入等の実施のほか、自主基準違反に係る処置の在り方について検討を進めることが望ましい。

総務省においては、2019年6月、9月及び10月に行った広告表示に係る要請の結果を引き続きフォローアップしていくことが適当である。

さらに、総務省において、2019年10月から不適切な広告などに関する情報提供窓口を設置していることから、当該窓口寄せられる不適切な広告表示に係る情報を踏まえ、事業者と連携を行っていくことが適当である。

(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

【現状】

(販売代理店の営業実態と行政による把握)

第3章の「緊急提言」においても指摘しているとおり、下記のような不適切な営業が一部の販売代理店において行われているとの指摘がある。

携帯電話については、「通信容量が大きな料金プランを勧められ契約したが、不要なものだった」、「スマートフォンを契約したら、不要なタブレット等の付属品とのセット契約だった」等の消費者のニーズに合わないサービス・商品の販売が行われたことによる苦情が引き続きみられる²¹。また、「端末実質0円」、高額のカッシュバック等を訴求する販売が行われているとの指摘がある²²。

F T T Hについては、二次、三次の販売代理店の営業活動に対して、事業者による指導が十分に行き届いていないケースがある。総務省の苦情分析によれば、2017年度においても、F T T Hの電話勧誘において、勧誘主体や勧誘目的について利用者に誤解を与えるような勧誘が行われているとの苦情が多く寄せられる状況となっている²³。

総務省は、現在は、一定規模以上の電気通信事業者（携帯電話サービス、F T T Hサービス等を提供する者のうち契約者数1万以上の者）からの報告により、一部の販売代理店については存在を把握しているが、その他の電気通信事業者から業務委託を受けた販売代理店については通常は把握しておらず、現在、消費者保護規律の対象となる販売代理店がどの程度存在するのか等、全体像を把握できているとは言い難い状況にある。

(事業者団体等の取組)

携帯電話(MNO)の販売代理店においては、消費者利益の確保に向けた自主的な取組として、(一社)全国携帯電話販売代理店協会による「あんしんショッピング認定制度」が全国的に展開されており、2019年1月末時点で認定シヨ

²¹ 「緊急提言」 p 9。

²² 第1回北構成員提出資料。

²³ 第1回事務局提出資料。

ップ 5,404 店（全キャリアショップの 67%）の規模となっている。「あんしんショップ」加盟店舗においては、消費者保護ルールの法令遵守を宣言し、定期的なスタッフの研修を行う等、消費者保護の意識を高めるための取組が行われている。

光コラボの事業者・販売代理店については、（一社）テレコムサービス協会による「重要事項説明のポイントとトーク集」（光卸を利用した F T T H サービスの電話勧誘時の説明話法に係るマニュアル）が策定されている。

このように、それぞれの業界団体において独自に苦情相談の改善につながる取組が進められている。しかしながら、その浸透度合いは現状十分とは言えず、今後、これらの販売代理店への一層の普及・浸透が課題となっている。

【構成員からの意見】

（F T T H・携帯電話等共通）

- 固定・移動ともに卸先の事業者や、その一次代理店、二次代理店等に関する相談も多くなっており、どこが指導・監督するのかよく分からなくなっている状況。販売代理店について、指導・監督すべき電気通信事業者を明確にし、電気通信事業者は販売代理店の監督義務をしっかりと果たすべき。
- 販売代理店の監督が課題であり、自主規制を守らないアウトサイダーをどのように規制するか検討すべき。
- 業界での「自主規制」は事業者による苦情の多い販売代理店への指導や契約解除のようなどころまで行って初めて「自主規制」として機能するものであり、先駆的な団体の取組も見習って P D C A を徹底すべき。
- 販売代理店が最低限これだけやっておけばよいという姿勢でなく、顧客によりよいサービスを提供していくように、事業者が販売代理店との関係において、インセンティブの設計も含めて、責任を持って全体を回す仕組みを考えていただきたい。

（携帯電話サービス関係）

- 販売代理店に不適切な営業をさせているのは事業者である。過度な目標設定があり、それを達成するために無理な販売をする販売代理店がいる。獲得した数だけではなく、その回線をどうやって獲得したかのプロセスの質についても、さらには、取っただけでなく、その後ちゃんと使われているのか利用率などまで含めて、しっかりと販売代理店を管理・評価すべき。
- 一般消費者には、高額なキャッシュバック自体が不信感を与える販売方法と捉えられているため、適正で公正な販売となるよう業界全体として取り組んでいくべき。
- キャッシュバック等の特典について、期間が過ぎて受け取れなかった等の相

談事例があるが、消費者は契約条件の一部として認識しているため、特典が受け取れないことがあるのは問題。確実に特典を受け取れるようにすべき。

(F T T Hサービス(光コラボサービス含む)関係)

- 電話勧誘販売で光の契約内容を理解するというのは難しい。勧誘時に、後から送られてくる契約書面で契約内容を確認すべきこと等も説明し、後確認が実効性のある内容となるよう対応願いたい。
- 光回線・光卸の苦情の多くは販売代理店による勧誘によるものであり、電気通信事業者が販売代理店の監督をすべき。
- 光回線とケーブルテレビの契約については、期間拘束があることがあまり認識されていない相談事例も存在。契約時に十分な説明が必要ということに加え、そもそも固定回線についても、長期間の期間拘束は自由な選択の阻害要因となるため、再考いただきたい。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

総務省において、販売代理店の業務の適正性の確保等を含む「緊急提言」の趣旨を踏まえた法改正等の作業を速やかに進めることが適当である。

上記に加え、販売代理店が顧客へのより良いサービス提供を競い合うような「質の競争」が行われるようにする観点からも、事業者による販売代理店の指導措置をより適切・実効性のあるものとする必要がある。例えば、販売代理店における、適合性原則に則った丁寧な説明や、青少年フィルタリングの設定(有効化措置)・説明等については、法令に基づく事務であることから、より着実な遂行に向け、販売代理店へのインセンティブ(動機付け)の設計等も含め、事業者がより責任を持って対応することが適当である。

また、(一社)全国携帯電話販売代理店協会は、販売代理店の業務適正化に向け、あんしんショップ認定制度を設け運用しているが、今後さらに高齢者対応等に係るスタッフ研修の充実や、あんしんショップの認定率向上などの活動を強化していくことが期待されていることから、同協会に対する携帯電話事業者(MNO)における一層の活動支援及び総務省における協力強化を推進していくことが望ましい。

さらに、(一社)テレコムサービス協会については、同協会策定のマニュアルの事業者及び販売代理店への一層の普及・浸透等に取り組むことが期待されていることから、関係事業者及び総務省が引き続きその活動を支援していくことが望ましい。

これら業界団体による販売代理店の営業適正化の取組については、総務省が

引き続き団体との意見交換やフォローアップを行い、取組の成果を本WGやモニタリング定期会合の場で報告し検証を行っていくことが適当である。

【中間報告以降の取組】

総務省が2019年3月に国会に提出した電気通信事業法の一部を改正する法律案は2019年5月に国会において可決・成立し、2019年10月1日に施行された。これにより、総務省において販売代理店の全体像を把握する制度的枠組み（販売代理店への届出制度）の運用が開始された。

また、同法において勧誘主体や勧誘目的を明示しない勧誘行為を禁止する旨の規定が整備され、一部の代理店において行われている利用者に誤解を与えるような勧誘を抑止する枠組が整えられたところである。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 中間報告書における「販売代理店が顧客へのより良いサービス提供を競い合うような「質の競争」が行われるようにする観点からも、事業者による販売代理店の指導措置をより適切・実効性のあるものとする必要がある」との記載を受け、各社の対応状況についての情報共有・必要な対応（マニュアルや研修、不適切な営業発生時の指導）の再確認を行うとともに、代理店届出制度に係る説明会を開催。各社においては代理店向けマニュアルへの反映および代理店への周知・指導等を実施。（電気通信事業者協会）
- 2019年5月に消費者保護に関するマニュアル（「重要事項説明およびトークの手引き」、「初期契約解除説明資料」、「NGトーク集」、「図解リーフレット」）を作成し、コラボ事業者への周知やコラボ事業者を通じた販売代理店への周知を強化。代理店届出制度に係る説明会を開催。（テレコムサービス協会 FVNO 委員会）
- 「あんしんショップ」に認定されたショップスタッフに対するテーマ別の研修教材を充実化（高齢者対応研修や、ハラスメント対策研修等）。また、「あんしんショップ」の更なる取組向上に向けて、認定を受けた店舗の中でも特に取り組みが進んでいる店舗を表彰する「あんしんショップ大賞」の募集を開始。不適正事案への対応については、キャリアや行政機関による指導等を踏まえ、再発防止策を講じるなどの対応を実施しているが、今後、キャリアや行政機関との連携を通じて取組を強化したい。（全国携帯電話販売代理店協会）

【構成員からの意見】

- 事業者団体が行っている代理店への指導等の取組に関しては成果を目に見える形で示すべき。
- 代理店等において不適切な営業事例が見つかった場合には、具体的な事例を消費者にも情報提供することで、消費者も防衛策が取りやすくなるのではな

いか。

- 代理店への指導等の取組においては個社ごとの取組が中心になっているが、取り組んだ社の方が損をするということにならないように、最低限やらなくてはならない取組の基準は業界団体で決めるべき。
- 事業者団体においては、苦情を減らすというミッションがあることを十分に認識いただきたい。苦情件数が減らないという現状が続くと、更に新たな制度により、例えば電話勧誘に一定の制約を加えられるなどということになり得ることに留意されたい。
- 事業者団体による代理店の不適切な営業への対応に関しては、行政等の処分に後追いする形で是正を促すという手段も一つかもしれないが、事業者団体が事前に取組を行い、行政での取組が後に来るという形を期待したい。

【今後の取組の方向性】

総務省においては、法改正により新設された販売代理店の届出制度や勧誘の禁止行為等に関し、制度の適切な運用を行うことで、販売代理店の不適切な営業の実態を把握し、業務の適正性の確保に努めていくことが重要である。

また、事業者団体においては、販売代理店の業務の適正化に向けて、成果が出せることを意識した取組を進めることが必要。総務省においては、事業者団体のこのような活動について支援をしていくことが望ましい。

さらに、事業者においては、販売代理店への指導措置をより適切・実効性のあるものとする必要があるとあり、販売代理店における、適合性原則に則った丁寧な説明や、青少年フィルタリングの設定（有効化措置）・説明等の法令に基づく事務のより一層の着実な遂行に向け、引き続き、販売代理店へのインセンティブ（動機付け）の設計等も含め、より責任を持って対応することが適当である。

(5) 高齢者のトラブルへの対応

【現状】

高齢者の電気通信サービスの利用に関しては、光回線サービスの卸売（光コラボサービス）や携帯電話の契約に係る苦情相談が全国の消費生活センター等において多く発生しており、中でも60歳以上のトラブルの割合が増加している。

国民生活センターでは、光コラボサービスについては、光回線の乗換えを勧める電話勧誘に関し、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というトラブルが高齢者に多く見られることを、携帯電話については、「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」等のトラブルが多く発生していることを、それぞれ消費者に対して注意喚起している²⁴。

また、総務省の苦情相談分析によれば、高齢者はその利用実態と比して、苦情相談の発生頻度が高いという傾向も示されている。

<図表：年齢別苦情相談（2018年度上半期）>

	N=2,752		N=499
	<携帯電話 ^{注1} > 利用動向での比率	<MNO> 苦情相談での比率	<MVNO> 苦情相談での比率
20代～50代	66.2%	60.6%	76.8%
60代	18.1%	15.9%	11.6%
70代	11.2%	16.0%	8.6%
80代以上	4.6%	6.3%	3.0%

	N=3,506	
	<FTTH ^{注1} > 利用動向での比率	<FTTH> 苦情相談での比率
20代～50代	65.0%	45.1%
60代	20.0%	21.8%
70代	10.8%	21.5%
80代以上	4.1%	11.6%

注1:通信利用の状況(年代別)での比率は、総務省「平成29年通信利用動向調査」の次の結果に基づき算出。

携帯電話:携帯電話(スマートフォン、PHSを含む。)を保有する20代以上の個人

FTTH:自宅でパソコン等から光ファイバー回線によりインターネットを利用する世帯の世帯主

注2:20歳未満については、年齢区分が両調査で合致しないため表中に掲げていないが、MNOについて、通信利用の状況(年代別)での13-19歳の比率が7.9%であるのに対し、苦情相談での10代の比率は1.1%である。(いずれも20代以上の総数を100%とした場合)

出典:「ICT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6回)」
(2019年2月1日)事務局資料

²⁴ 「光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意!第2弾」(2018年7月26日国民生活センター報道発表資料)、「セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブル」(2018年9月13日国民生活センター報道発表資料)

＜図表：消費者向け啓発資料＞



出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第2回）」（2018年11月8日）国民生活センター資料（消費者向け啓発資料（リーフレット））

【事業者等の取組】

（電気通信事業者（MNO））

高齢者向けの取組として、MNO各社は、以下のような取組を促進。

- ◇ ポスターや配布物での顧客への周知
- ◇ 65歳以上の顧客に向けた見やすい説明ツールの作成
- ◇ スマホ教室（受講者の85%は65歳以上）のカリキュラムの充実
- ◇ スマホ・タブレットの購入前の試用レンタル
- ◇ 使用方法のサポート等をする会員制サービスの提供
- ◇ 契約申込み後の契約意志の確認（電話対応）

（電気通信事業者団体、販売代理店団体等）

電気通信事業者団体や販売代理店団体等では、MNO各社と協力して、また各社・各団体独自で以下のような取組を促進。

＜携帯電話＞

- ◇ 80歳以上の高齢者に対する契約時の家族同伴や家族への電話確認の推奨（2018年8月以降）（電気通信事業者団体）。
- ◇ 操作方法習得に困難を抱える高齢者への店頭サポート（販売代理店団体）
- ◇ 契約前のデータSIMとSIMフリースマホの1週間無料貸出し体験（MVNO事業者）
- ◇ 高齢者からの声が多く料金にも関わる「通話の切り忘れ」へのチラシ等での注意喚起（MVNO事業者）

＜FTTH＞

- ◇ 特に高齢者を対象とした、光コラボや転用の仕組みを解説する「図解リーフレット」の作成・配布（電気通信事業者団体）
- ◇ 「重要事項説明のポイントとトーク集」（事業者向けマニュアル）を通じた高齢者へのより丁寧な対応の勧奨（電気通信事業者団体）

【構成員等からの意見】

- 高齢者でスマートフォン等を使いたいという人も多いので、事業者の方で機器のお試しや使い方の講習会といった機会を増やしてほしい。
- ある事業者で、高齢者のスマートフォンの契約に関して、契約申込み後に改めて事業者から意思確認を行い、高齢者から「望まない契約になっている」との申告があった場合には、端末も含めて無料キャンセルを受け付けているとの説明があった。そのような対応が必要なケースも多いと想定されるので、ぜひ続けてほしい。
- 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も重要。地元の福祉施設やキャリアショップ、コミュニティカフェなどで無料のスマホ講座を開催している。
- F T T Hの電話勧誘に関して、電話で契約が成立することを認知していない人が高齢者に限らず多く、注意喚起が必要。

<図表：地域におけるスマホサロン等の取組み例>

現在取り組んでいる高齢者・障害者・介護者への情報リテラシー向上、ICTトラブル解消への取組み

1 横浜市都筑区で高齢者（主として女性）むけスマホサロン



福祉施設



キャリアショップ



コミュニティカフェ



介護家庭に家庭訪問

2 高齢者による小学生むけ電子工作講座（プログラミング）デジタル寺子屋@つづき



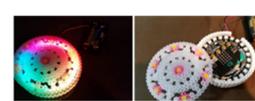
集会場



韓国KBSスペシャルで放送



元放送局勤務の60代



65歳の電子工作

3 ネット通販、テレビ通販の消費トラブルアンケート調査（2019年2月8日シニアネットセキュリティフォーラムで発表）

4 パソコン初心者むけの電子テキスト作成（2019年春公開 若宮正子さんのExcelでアートを楽しもう）

これまでの主な活動（1995年～2018）

ICT利用支援活動

シニアネット 高齢者によるパソコンボランティア活動 - 仙台 松本 金沢 沖縄 江戸川区（東京） など
モバイルシニアネット 企業（NTT docomo、au、Softbank、Bellpark、Samsung Japan）の社会貢献活動等と連携した電話、スマホ無料教室
オンラインで携帯電話教室のテキスト、動画公開
ネットイベント 電腦ひな祭り（1997-） 電腦七夕祭り（1999-） スマートエイジングフォーラム 光輝会（電子情報通信学会）

出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第5回）」（2018年12月26日）近藤構成員資料

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

高齢者を対象とした契約については、各電気通信事業者や事業者団体等において、より丁寧な説明や契約意思の再確認の徹底といった取組が進められているものの、苦情相談件数に占める高齢者の割合は依然として高い状況にある。特に、電話勧誘においては契約意思の有無に関して、勧誘する側と利用者（高齢者）側との間で認識に齟齬が生じるケースが多い。

このため、契約締結に際しては、次のような取組により、勧誘する側から

の十分な情報提供や、利用者（高齢者）側の理解促進・意向確認をより一層徹底するとともに、高齢者のICT及び契約に係るリテラシー向上を図ることで、高齢者の合理的な選択を確保していくことが重要である。その際、電気通信事業者及び販売代理店においては、高齢者の中には多様な方がいること、年齢とともに認知能力の衰えという制約を抱える方も多くなる傾向にあることについて、配慮することも肝要である。

これらの取組や関係者の努力を通じ、高齢者という消費者が安心してネット社会に参画できるようにしていく必要がある。

（高齢者に対する十分な情報提供や意向確認の徹底）

＜携帯電話＞

高齢者向け説明ツールの使用、80歳以上の高齢者に対する契約時の家族同伴等の推奨といった取組については、引き続き推進することが望ましい。その上で、高齢者から「望まない契約になっている」との申告があった場合には、柔軟な対応を行うことについても引き続き検討することが望ましい。

＜FTTH＞

事業者団体において、高齢者に対する十分な情報提供や意向確認の話法について定めた既存の高齢者向けの対応マニュアルについて、現場での活用・浸透をより一層徹底する方策を検討することが適当である。

（高齢者のリテラシー向上（事業者・事業者団体の取組））

＜携帯電話＞

スマートフォンの高齢者層への普及が今後も進むことが予想されることから、電気通信事業者や販売代理店、事業者団体等においては、

- ◇ スマホ教室の拡充
- ◇ 契約前のスマホ無料貸出し体験

等の取組を一層推進していくことが適当である。

＜FTTH＞

FTTHの電話勧誘に関して、電気通信サービスの契約が電話により成立することが十分に知られておらず、トラブルにつながっているとの指摘もあることから、事業者団体や総務省において、啓発の方策を検討していくことが適当である。

（高齢者のリテラシー向上（地域における取組））

高齢者のリテラシー向上に関しては、事業者側だけでなく、地域レベルでの取組が一部で進められているところである²⁵。今後、こうした取組が広く

²⁵ 例えば、「シニア情報生活アドバイザー」（ニューメディア開発協会による資格認定制度）を活用した全国のシニアネットにおけるICT関連講座がある。

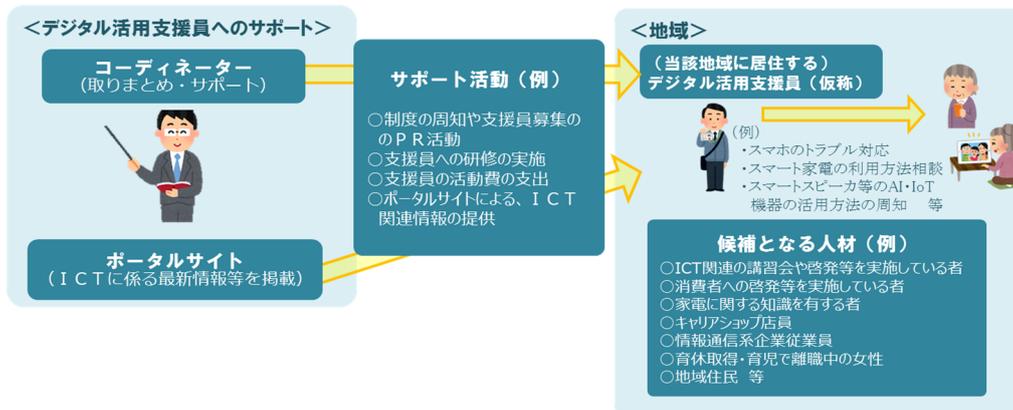
展開されていくよう業界団体等による取組への支援²⁶など、国、事業者、地域の連携を推進していくことが適当である。

なお、その際には、総務省の有識者会議²⁷において現在、検討が進められている「デジタル活用支援員（仮称）」など、高齢者等が住居から地理的に近い場所で、心理的に身近な人から学ぶことができるような仕組みも活用していくことが望ましい。

<図表：デジタル活用支援員（仮称）の仕組み>

- デジタル活用支援員の活動のあり方（地域の形態や特色、高齢者の状況に応じた活動のあり方の違いも含む）
 - ICT関連の講習会実施者、携帯キャリアショップ店員、ICT関係企業社員（退職者を含む）等、デジタル活用支援員候補となる人材の位置づけ
 - デジタル活用支援員の募集、支援員の活動に関するサポート、関連の研修・セミナー等の開催等を行うサポート組織のモデル構築、全国展開
 - 高齢者・障害者等からの相談対応に資する、最新のICT機器やサービス等に関する情報ポータルサイトの構築
- 等

【デジタル活用支援員の仕組みイメージ】



出典：総務省「デジタル活用共生社会実現会議 ICT 地域コミュニティ創造部会（第1回）」（2018年12月27日）事務局資料

【事業者等からの進捗報告内容】

- 80歳以上の高齢者に家族同伴又は家族への電話説明を推奨し、利用者の半数以上が対応を実施。2018年10月の取組以降高齢者による苦情の比率が減少（苦情に占める80歳以上の高齢者の割合：1.9%（2018年度3Q）→1.7%（2018年度4Q）→1.4%（2018年度1Q））。また、スマホ教室を開催し、高齢者のリテラシー向上に貢献。（NTTドコモ）
- 80歳以上の高齢者に対する家族同伴又は家族への電話説明の推奨の対象を通信サービス以外（電気等）にも拡大。また、高齢者全般に対し、3G

²⁶ 例えば、安心ネットづくり促進協議会は、スマートフォンの安心・安全な使い方の習得のため、公益社団法人全国消費生活相談員協会等と連携し、高齢者向けの啓発資料作成や、高齢者を対象とした試行的なセミナー実施等の取組を行っている。

²⁷ 総務省デジタル活用共生社会実現会議 ICT 地域コミュニティ創造部会（2018年12月27日～）

サービス終了に伴うLTEへの移行を推奨するDM上で家族の同伴を推奨。3G→スマートフォンへの契約変更時に有料制サポートの一部（遠隔操作サポート、専用窓口による24時間対応等）を3か月間無料提供。（KDDI）

- 80歳以上の高齢者に家族同伴又は家族への電話説明を推奨。また、65歳以上の高齢者に対して契約時にスタッフが高齢者用の契約内容確認チェックシートに基づき対応。（ソフトバンク）
- 高齢者に限らずサポートが必要な利用者向けに月額500円のチャット又は電話によるサポートを提供。他社機器やアプリ等もサポート対象とし、回数制限無し/年中無休で相談を受付。（楽天モバイル）
- 心当たりのない請求の原因の一つである音声通話の切断方法についての注意事項など、4点の項目を追加した「MVNO サービスを考えている方へのご注意とアドバイス」の見直しを行い2019年8月30日にリリース。（テレコムサービス協会 MVNO委員会）
- 「高齢者への光回線サービスのトラブルの割合が増加している」との指摘を受け、高齢者対応における各社の対応状況についての情報共有・必要な対応（年齢確認、同居家族への確認、丁寧な説明、後確認の実施等）の再確認を実施。各社においては、高齢者への勧誘時に家族の了承を得る等丁寧な契約意思の確認を実施。（電気通信事業者協会）
- 2019年5月に独自の高齢者向けマニュアル（「高齢者における電話対応の考え方」及び「理解度チェックシート」）を作成し、光コラボ事業者に周知した上で、光コラボ事業者から販売代理店へ展開。（テレコムサービス協会 FVNO委員会）
- 代理店スタッフ向けの教育教材として、「高齢者対応動画」を作成。スタッフ全員が受講できるよう、Youtubeと各キャリアのeラーニングシステムで展開。（全国携帯電話販売代理店協会）

【構成員からの意見】

- 契約時の家族同伴又は契約確認の架電時の家族確認に関して、高齢者は一人暮らしの人も多いので、同伴又は確認をするのは家族に限らず、友人や民生委員等でもよいのではないか。

【今後の取組の方向性】

事業者及び事業者団体において、引き続き高齢者向けの十分な情報提供や意向確認等の対応に積極的に取り組むとともに、総務省において、こうした事業者の取組を注視し続けていくことが必要。

また、高齢者のリテラシー向上を図るため、携帯電話事業者等におけるスマホ教室やお試しスマホといった好事例の推進や情報共有に努めていく必要がある。

FTTH事業者においては、改正事業法を踏まえた電話勧誘の適正化等を進

めるとともに、電話勧誘に係るトラブル防止に向けた啓発を進めていくことが必要である。

総務省においては改正事業法の趣旨を広く周知・啓発し、利用者の注意を促すとともに、高齢者のリテラシー向上に係る地域レベルの取組が広く展開されていくような取組を推進していくことが適当。

(6) 法人契約者のトラブルへの対応

【現状】

現行の消費者保護ルールでは、法人契約者は、「不実告知等の禁止」、「事業の休廃止に関する周知義務」等の消費者保護規律の対象となるものの、交渉力及び情報量の面から個人契約者とはその性質が異なると考えられることから、「提供条件の説明義務」、「書面交付義務」、「初期契約解除制度」、「勧誘継続行為の禁止」といった消費者保護規律の対象外となっている。

しかしながらその一方で、総務省電気通信消費者相談センターに寄せられた法人（個人事業主を含む）からの苦情相談件数（2018年4月～11月分）は、241件となっており、全件数（5,659件）の4.3%を占めている。

また、この苦情相談の内容を分析すると、個人における相談事例と変わらないような被害内容を訴えるものが継続的に見受けられる。

<図表：法人契約に係る現行制度上の取扱い>

- 法人契約については、事業者等に対し、「提供条件の説明義務」、「書面交付義務」、「勧誘継続行為の禁止」といった規律が課されていないほか、「初期契約解除制度」の対象外。
（「電気通信事業法」及び「電気通信事業法施行規則」）
- 法人等が通常、事業・職務の用に供するために電気通信役務契約を締結する場合は、法人契約として扱われる。（「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」）

<法人契約に係る規律>

	説明義務	書面の交付義務	不実告知等の禁止	勧誘継続行為の禁止	事業の休廃止に関する周知義務	苦情等の処理義務	代理店に対する指導等の措置義務	初期契約解除制度(民事効)
電気通信事業者への義務	---	---	○	---	○	○	○	---

<参考：消費者契約に係る規律>

	説明義務	書面の交付義務	不実告知等の禁止	勧誘継続行為の禁止	事業の休廃止に関する周知義務	苦情等の処理義務	代理店に対する指導等の措置義務	初期契約解除制度(民事効)
電気通信事業者への義務	○	○	○	○	○	○	○	○

出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第5回）」（2018年12月26日）事務局資料

<図表：法人からの具体的な苦情内容の例>

<具体的な苦情内容の例>

【FTTH】

- 契約内容がわからない。助けてほしい。
- 大手通信会社を名乗る者から料金が安くなると電話勧誘を受け契約。実際には高くなった。
- 大手通信会社からの電話だと思い手続きをしたが、別の会社との契約だった。費用負担なく解約し、元の事業者に戻りたい。
- 光回線の電話勧誘が迷惑

【携帯電話等】

- 契約の際、事前説明、書面交付がなく、料金を二重に引き落とされていた。
- 安くなると言われ契約したが、請求が高額になった。解約の話を出すと、高額な違約金を請求された。

【無線LAN等】

- 新規に契約したが、不要な契約であり解約したい。しかし、高額な違約金がかかる。

出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第5回）」（2018年12月26日）事務局資料を基に作成

【消費者団体・事業者団体からの意見】

- 元個人事業主に対して、もう廃業したという現状を確認しないまま勧誘している事例がある。個人事業主への勧誘でも、消費者の場合と同様に、説明不足に起因するトラブルが発生している。
- 小規模事業者が全企業の85%を占めていることを考えれば、小規模な法人についても消費者保護ルールの対象とすべきと考えるが、その場合は、店頭での説明の要否判断を適切に行えるようにすべき。

【構成員からの意見】

- 消費生活センターにも、一般消費者と同様の内容の相談が個人事業者から入ってきている。事業者契約であっても十分な説明と書面交付は必要。
- 「インターネット接続回線」に関する苦情相談の約1割が法人系からの相談ということは重く受け止めるべき。小規模事務所でもうっかりだまされてしまう勧誘電話は多くある。リテラシーのない方々が困惑する事態を救う措置を検討してほしい。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

電気通信事業者及び販売代理店が法人等と契約するに際し、

- ・契約主体が法人名義であった場合等でも、消費者保護ルールの対象外(＝法人契約扱い)と判断されとは限らないこと、
- ・法人等の営む事業の実態や、当該事業と契約内容(電気通信サービス)との関連性等を踏まえ、消費者保護ルール適用の是非が判断されること、
- ・当該事業との関連性が乏しいと判断されれば、法人契約扱いではなく、消費者保護ルールが適用され、説明義務や書面交付義務等の遵守が求められること

等²⁸の点を改めて強く認識するよう、周知に努めることが適当である。

さらに、上記の認識の醸成により、苦情相談の状況がどのようになるかを把握し、その上で、どのような措置が可能なのか、改めて検討を進めていくことが望ましい。

²⁸ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」に以下の説明がある。

・「法人等が通常、事業・職務の用に供するために電気通信役務契約を締結する場合は法人契約として説明義務等の適用除外となる。他方、法人等の名義の契約であっても、実際には個人の家庭用として電気通信役務が用いられている場合は、法人契約とはならない。」

・「個人名義の契約は、基本的には、法人契約に該当しない。すなわち、例えば、小規模な個人事業主は、交渉力及び情報量において電気通信事業者等と格差があると考えられるため、原則として、一般の消費者と同様に取り扱うこととしている。」

また、消費者保護ルールの対象とならない法人向けの電気通信サービス等については、苦情相談の状況等を見つつ、個々に対応を検討していくというアプローチを取っていくことが適当である。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 中間報告書における「契約主体が法人名義であった場合等でも、消費者保護ルールの対象外（＝法人契約扱い）と判断されずとは限らない」ことを受け、消費者保護ルールの法人への適用の考え方（個人事業主や小規模法人においては消費者保護ルールが適用される旨）の確認を行い、各社においては代理店向けマニュアルへ反映するなど消費者保護ルールを踏まえて、適切な代理店指導を実施。（電気通信事業者協会）
- 会員企業に対して、消費者保護マニュアルの周知時等に消費者保護ルールが小規模法人にも適用される場合があることを伝達し、認識を共有した。（テレコムサービス協会 FVNO委員会）

【構成員からの意見】

- 法人の契約者についての消費者保護ルールの適用範囲の考え方等の社内周知がどれくらい徹底されているかということの評価すべき。
- 事業者団体としての現状認識や課題の分析を明らかにした上で、今後の取組の方向性を示していく必要があるのではないか。

【今後の取組の方向性】

総務省においては、引き続き、事業者及び販売代理店が法人等と契約する際に、消費者保護ルールの適用の有無は契約主体の名義が法人であるかどうかで判断されるのではなく、法人等の営む営業の実態や当該事業と契約内容の関連性等を踏まえ判断されるということを周知していくことが適当である。

事業者及び事業者団体においては、現状認識や課題の分析を明らかにした上で、適切に取り組んでいくことが必要である。

こうした取組を踏まえ、総務省において、今後の苦情相談の状況がどのようなようになるかを把握し、その上でどのような措置をとることが可能かについて検討を進めていくことが望ましい。

(7) その他

① 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進

【現状】

2018年6月の民法改正により、2022年4月より成年年齢が18歳に引き下げられることとなったことに伴い、18歳、19歳の若年者に対する未成年者取消権が消滅するため、これら若年者が不当な契約による消費者被害に遭う危険性の増大が懸念されている。消費者庁においては、青少年に対する消費者教育として、「社会への扉」（高校生向け）等の教材の展開とともに、大学等と消費生活センターとの連携支援や消費者教育コーディネイターの育成・配置に向けた取組等の施策を推進している。

【構成員等からの意見】

- 成人年齢が18歳に引き下げられることに伴い、消費者トラブルの増加が予想されることから、成人になるまでに契約に関する消費者教育を行うなど、対応を検討すべき。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更）においては、当面の重点事項として、成年年齢引き下げに向けた検討を踏まえた「若年層への消費者教育」を推進していくこととしている。電気通信サービスの契約に関する苦情相談やトラブルは少なくないことから、若年層に対する、電気通信サービスの契約に関する消費者教育の推進に、総務省や電気通信事業者が貢献していくことも考えられる。

【中間報告書以降の取組】

総務省において、関係省庁と連携の上、若年層に対する効果的な消費者教育の実施に関して、電気通信サービスの契約に関するトラブル事例やその対処法の提供の面から協力できることはないか検討を進めている。

その一環として、2019年10月31日より、消費者庁のWEBサイト「消費者教育ポータルサイト」において、若年層に対する電気通信サービスの契約に関する消費者教育に資するものとして、総務省が作成した「インターネットトラブル事例集」及び「電気通信サービスQ&A」の紹介を開始。

【今後の取組の方向性】

総務省及び電気通信事業者においては、苦情相談やトラブルの状況を注視しつつ、若年層に対しての電気通信サービスの契約に関する消費者教育の推進に関し、トラブル事例やその対処法の提供等の面から貢献していくことが適当で

ある。

② 青少年フィルタリング利用の促進

【現状】

昨今、青少年へのスマートフォンの普及は大きく進展しており²⁹、SNSを利用して犯罪の被害にあう児童・生徒の数も高止まり³⁰するなど、スマートフォンの普及に伴うトラブルも増加している。

一方で、スマートフォンを利用する青少年のフィルタリングの利用率は44%³¹（2017年度）となっており、フィーチャーフォンの時代よりも低下³²している。

このような状況のもと、2018年2月の改正青少年インターネット環境整備法の施行に伴い、電気通信事業者及び販売代理店には18歳未満の青少年に対するフィルタリングの有効化措置の実施等が義務付けられ、取組が進められているところであり、青少年によるフィルタリングの利用促進は、重要な課題となっている。

【構成員等からの意見】

- フィルタリング義務について、店頭でも説明があるものの、親自身も実効性やどう対応したらよいか良く分かっておらず、子供たちが悪意なく有害コンテンツにリーチしてしまう現実がある。より実効性のあるアプローチを検討すべき。
- フィルタリングの利用率が44%に止まるのは保護者側の意識の問題にも一因がある。携帯電話販売代理店では、フィルタリング対応についてかなりの時間を消費している。
- 今の子どもたちの親がきちんとリテラシー教育を受けている年代ではないことを踏まえることが必要。
- フィルタリングの普及においては親同士の口コミも非常に重要。PTA

²⁹ 内閣府「平成29年度青少年のインターネット利用環境実態調査結果」（2018年3月）では、10～17歳のスマートフォンの利用率は、48.8%（2014年度）から60.4%（2017年度）へと上昇している。

³⁰ 警察庁「平成29年におけるSNS等に起因する被害児童の現状と対策について」（2018年4月26日広報資料）では、SNSに起因する事犯の被害児童数は、1,421件（2014年度）から1,813件（2017年度）へと増加している。

³¹ 内閣府「平成29年度青少年のインターネット利用環境実態調査結果」（2018年3月）

³² 内閣府「平成27年度青少年のインターネット利用環境実態調査結果」（2016年3月）では、2015年度の青少年のフィルタリングの利用率は、フィーチャーフォンで64.7%、スマートフォンで45.2%となっている。

の巻き込み、学校と地域が一体になった取組が不可欠。

- 消費者向けの啓発ツールが利用者に届いていない。その要因を分析して、届くようにすべき。事業者がテレビCMや短い動画等の啓発ツールを作り、ネット等に掲載されれば、若者等の利用者に届きやすくなるだろう。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

青少年によるフィルタリング利用の促進及び保護者等への啓発は、改正青少年インターネット環境整備法の着実な履行の観点から重要な課題である。当該課題は、「ICT安心・安全研究会 青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォース」にて検討を行うこととしていることから、必要に応じて本WGで検討結果の報告を受けることが適当である。

【中間報告書以降の取組】

青少年TFにおいて、改正青少年インターネット環境整備法の施行(2018年2月)後における関係者の取組状況等について議論を行い、2019年8月に「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」を取りまとめ、公表した。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 保護者のフィルタリングニーズに応じて更なる加入率向上を図るため、あんしんフィルターの高校生プラス相当の選択肢の1つとして、新たにiOSのスクリーンタイムの店頭での案内を開始。(NTTドコモ(本年10月から)、KDDI(本年9月から)、ソフトバンク(検討中))
- 青少年利用者に対しては、十分な説明の上、フィルタリングサービスの利用(300円/月)を必須化。解除を行う場合は、別途、署名・捺印した書面の提出を必要としている。(楽天モバイル)
- 業界指針として「MVNOにおける青少年へのフィルタリングサービスの加入奨励に関する指針」を策定(2018年1月30日公開)するとともに、利用者向けに「MVNOスマートフォン安心安全ガイド」(2018年改訂)を公開し、フィルタリングの利用を促進。(テレコムサービス協会MVNO委員会)

【構成員からの意見】

- フィルタリングへの関心の薄い保護者に対して、ペアレンタルコントロール全般について説明するといった取組を進めて、フィルタリング普及率の向上につなげてもらいたい。
- 青少年TFにおいて、ペアレンタルコントロールを含めた啓蒙啓発活動を子供以外の大人や高齢者も含めた問題として位置付けた上での取組も検討すべき。

- フィルタリングの申込・利用を十分な説明の上、必須とする事業者の取組は評価できる。他社でも検討すべき。
- MVNOにおいては各社のフィルタリング申込率・利用率が示されているが、MNOの数値も公表することが望ましい。
- 事業者によってフィルタリングの利用率が大きく異なるのは説明の仕方が違うからではないか。利用率が低い事業者に対しては、業界団体において指摘するようなことも実施すべき。
- 保護者の関心はスマホと上手に付き合い、成績が下がらないようにすることや子供がネット依存にならないようにといったことであり、こうした面を強調した上でフィルタリングを普及していただきたい。
- フィルタリングについては、利用開始に当たっての設定が難しいとの声や解除が難しいため設定しないという声があることから、より簡単に設定できるよう検討していただきたい。

【今後の取組の方向性】

電気通信事業者においては、フィルタリングの申込率・利用率の公表も含め、青少年TFが取りまとめた「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」に係る取組を進めていくとともに、青少年TFにおいてそれらの取組の継続的なフォローアップを行うことでフィルタリング利用率の増加につなげていくことが適当である。

③ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

【現状】

近年、我が国に在留する外国人は増加を続けており、2018年6月末時点で264万人、国内で就労する外国人も2017年10月末時点で128万人と、それぞれ過去最多を記録している。さらに今般、出入国管理及び難民認定法（昭和26年政令第319号）の改正により、2019年4月より新たな在留資格が設けられることで、今後日本国内への外国人材の受入れが一層進むことが想定されている。

外国人材を適正に受け入れ、共生社会の実現を図ることにより、日本人と外国人が安心して安全に暮らせる社会の実現に寄与するため、2018年12月には「外国人材の受入れ・共生に関する関係閣僚会議」において「外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策」が取りまとめられた。この中には、在留外国人の生活サービス環境の改善等に係る施策の一つとして、在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化等の観点から、多言語対応の推進等の施策が盛

り込まれている³³。

【今後中間報告書作成時点での取組の方向性】

MNO 3社においては、これまでも店舗、コールセンター、カタログ、契約書面等において、一定程度の多言語対応を進めてきているところ³⁴、今後の外国人材の流入動向などを踏まえ、更なる取組について検討することが適当である。

【事業者等からの進捗報告内容】

- 5か国語での問合せに対応する国際センターを設置しているほか、総合カタログ（英語）、英語版コーポレートサイト、注意事項説明ツール（英語）、請求書確認方法（英語）、5か国語での未成年者の契約同意書等の手続書類を用意することにより外国人対応を推進。（NTTドコモ）
- 約1／4の店舗に外国語スタッフを配置するほか、13カ国語に対応したテレビ電話通訳システムの店頭配備、各種ツール・お客さま記入書類やお客様センター、WEBサイトの多言語化により外国人対応を推進。また、公式サイトにおいて外国語スタッフやテレビ電話通訳システムの有無が検索可能なストアロケータを提供。（KDDI）
- 一部店舗での英語対応を実施するほか、電話窓口における通訳サポート、国際版カタログ（6カ国語）のWEB公開、英語版のサービス内容の説明サイト等の用意、コールセンターでの英語対応等により外国人対応を推進。（ソフトバンク）

【今後の取組の方向性】

MNO 3社においては、今後も継続的に外国人材の流入動向などを踏まえた一層の多言語対応を推進することが適当である。

総務省においては、引き続き、MNO 3社の取組状況をフォローアップするとともに、多言語対応やその周知の取組の優良事例を共有することが適当である。

³³ 外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策〈施策番号 47〉「在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化等の観点から、携帯電話事業者等に対し、日本語の話せない外国人が一律に契約を阻害されることのないよう、多言語対応に向けた取組を一層推進するよう業界団体を通じて要請するとともに、在留カードによる本人確認が可能である旨の周知の徹底に取り組む。」

³⁴ 各社ウェブサイト参照

NTTドコモ：<https://www.nttdocomo.co.jp/english/>

KDDI：<https://www.kddi.com/english/>

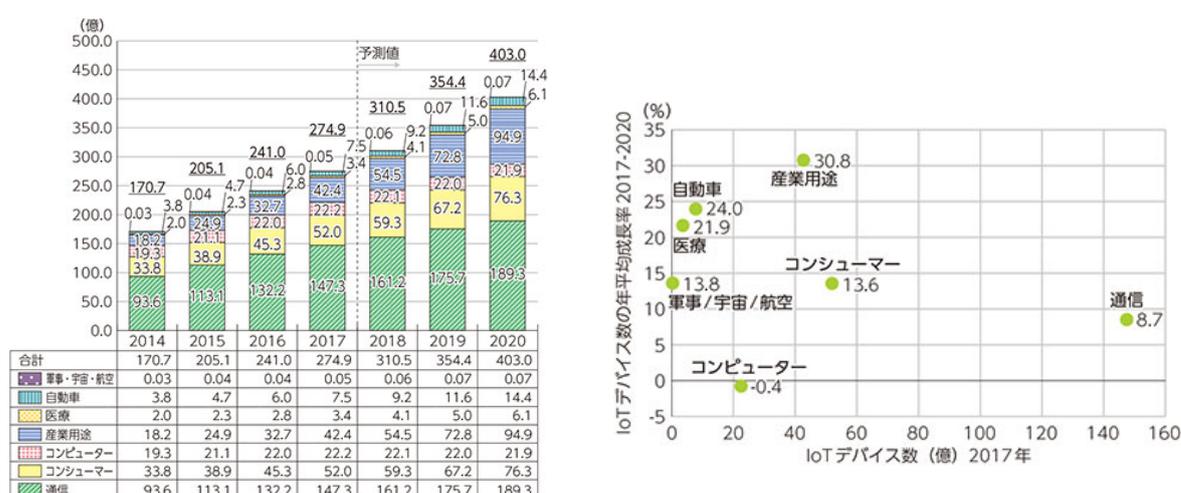
ソフトバンク：<https://www.softbank.jp/en/mobile/>

(8) 2030 年を見据えた消費者保護の在り方

(IoT サービスの進展と消費者保護)

【現状】

通信技術や各種センサー・テクノロジーの進化等を背景に、パソコンやスマートフォンなど従来のインターネット接続端末に加え、家電や自動車、ビルや工場など、世界中の様々なモノがインターネットへつながる IoT 時代が到来している。インターネットに接続される IoT デバイスの数を分野別に見ると、2017 年時点ではスマートフォン等の「通信」に該当するものが多いが、今後はコネクテッドカーの普及により「自動車・輸送機器」分野や、デジタルヘルスケアの市場が拡大している「医療」分野などの高成長が予測されている。また 2020 年時点の予測値では、家電、PC 周辺機器等を含む「コンシューマー」分野のデバイスも一定の割合を占めることが予測されている³⁵。



「世界の IoT デバイス数の推移及び予測」

「分野・産業別の IoT デバイス数及び成長率予測」

出典：IHS Technology。「平成 30 年度情報通信白書」第 1 部第 1 節より引用。

これら IoT デバイスには、用途によりさまざまな規格の通信モジュールが組み込まれ、利用者に提供・販売されることとなると考えられる。本WGの検討課題との関係では、これら IoT デバイスに備わる通信機能について、「法的にどのような主体（通信事業者、IoT デバイスメーカー、IoT ソリューション提供者等）が利用者との通信サービス提供契約を結ぶ主体となりうるか」、また「それら主体に対し電気通信事業法上の消費者保護ルールが適用されるのか（どのように適用されるべきか）」といった点が論点となりうる。

【電気通信事業者からの意見】

- ◇ 今後、多様なプレーヤーが多様な販売現場で様々な IoT 商材を取扱うことが想定される中、通信を意識せず、物販に近い形で商品を販売するケースもあり得る。その場合、スマートフォンと同じような高いリテラシ

³⁵ 本パラグラフのデータはいずれも「平成 30 年度情報通信白書」第 1 部第 1 節参照。

一が必ずしも求められるものだけではないため、そのようなものについては、説明義務や書面交付義務の一部緩和等を行うことで、消費者保護と利用者利便向上あるいはサービス革新とのバランスがとれたルール設定も検討いただきたい。

【構成員からの意見】

- 5G時代にはスマートデバイスなどモバイルの世界にはないものが入り込まれていくことを消費者保護の観点でどう考えるかは重要な論点ではあるが、まだ市場やユーザのニーズが見えない段階ではあまり拙速に規制を考えない方がよい側面もあり、バランス感を持った議論が必要。
- コネクテッド時代には、通信事業者と消費者が直接向かい合う B2C モデルだけでなく、サービスプロバイダーが通信を使ってさまざまな付加価値サービスを提供するという間接モデルも想定される。その際に通信に何か問題が起きたときの在り方をどのように整理しておくのかは論点として必要。
- あらゆるものに通信が搭載されるようになるのはさほど遠くない未来。イノベーションは阻害せず、一方で安全に使用できるようなルールの整備に向けて議論しておくべき。

【今後中間報告書作成時点での検討の方向性】

現状提供されている IoT サービスや近い将来において提供が想定される IoT サービスについて、販売形態、使われている通信技術、サービス内容等を踏まえ、電気通信事業法上の消費者保護ルールがどのように適用されるか、現時点での概念的整理を試みることは有益であると考えられる。

その後の 2030 年を見据えた消費者保護については、今後、顕在化していく新サービスの具体的な内容やその提供形態、消費者との接点の変化、消費者のリテラシーの状況等を踏まえて、検討を深めていくことが適当である。

【中間報告書作成後の動き】

IoT サービスの進展に伴い、「通信サービス」の裾野が広がることが想定されるところ、現行の消費者保護ルールは、「通信サービス」の提供に関する契約の締結に着目しているが、一部の IoT サービスのように、通信サービスを含むものの、契約の内容としては商品の販売契約が主体となる場合に、現行の消費者保護ルールをそのまま適用することがそぐわない場合も想定され得る。

こうしたことなどを踏まえ、本WGにおいて、IoT サービスの消費者保護ルールの適用に関して関係事業者へのヒアリングを行うとともに、次のような検討例を示した上で、2回にわたって議論を行った。

〔検討例〕

- 商品に付属する通信サービスの提供条件が単純な場合には、利用者が通信サービスの契約内容を詳細に認識していなくても、当該利用者の利益が阻害されにくい可能性があるのではないか。
- 具体的には、毎月の通信料金を支払う必要がない IoT サービスや、通信品質がサービス内容に大きな影響を与えない IoT サービスなどは、利用者が通信料金や通信品質について詳細に理解をしなかった場合でも、当該利用者への影響が限定的になると考えられる。例えば、提供条件のうち、料金の複雑さや通信品質の程度に着目して消費者保護ルールの適用の要否を検討することができるのではないか。
- ただし、IoT サービスにおいては、利用者のデータが収集・利用される可能性があるが、利用者が当該サービスが「通信」であることを意識しない場合には、これについても十分認識できない場合があることには（個人情報保護法では保護されているにしても）留意が必要ではないか。

<図表：IoT サービスの事例>

見守りカメラ  ✓ 通信端末(SIMカード)を搭載し、撮影した映像をサーバ経由でスマートフォン等から視聴可能なサービス	ペットロボット  ✓ 通信端末を搭載したロボットペットで、搭載したカメラの映像をサーバ経由でスマートフォン等から視聴可能なサービス。	消費財自動補充  ✓ 通信端末を搭載し、消費財(図の例であれば水)がなくなると自動で補充品の発注・発送を行うサービス。	翻訳機  ✓ 通信端末を搭載し、入力した音声・文字情報をサーバ上の翻訳ソフトを通じて他言語に翻訳するサービス。
フォトフレーム・動画再生端末  ✓ 通信端末を搭載し、利用者がクラウド上にアップロードした写真・動画を再生するサービス。	位置情報端末  ✓ 通信端末を搭載し、GPS情報を利用者の携帯電話等に送信するサービス。(見守りGPS)	見守り電球  ✓ 通信端末を搭載し、端末の利用状況(連続点灯・消灯等)を利用者の携帯電話等に送信するサービス。	

出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第16回）」（2019年9月25日）事務局資料

【事業者ヒアリングにおける意見】

- IoT のビジネス領域については、携帯電話等を主な対象として想定されているような消費者保護ルールの適用を当初は一部除外するなど、より多様で利便性の高いサービスを適切なコストで提供できるよう配慮ができないか。(株式会社ソラコム)

【構成員からの意見】

- 今のIoTサービスの中には携帯電話サービスのように複雑な料金体系のもの

のもあることに留意すべきではないか。

- 価格の多寡についても利用者利益の保護の関係では重要な要素となるのではないか。
- IoT サービスについて、事業法を含めた様々な法律が重畳して利用者を保護しているものや、どの法律にも保護されていないものがある可能性があるので交通整理を十分にすべきではないか。
- オール・オア・ナッシングの議論ではなく、個別のサービスに応じた検討をする必要があるのではないか。
- ビジネスモデルによっては最終消費者が通信サービスの契約主体とならない場合があることに留意すべきではないか。

【今後の取組の方向性】

消費者向け IoT サービスはまだ揺籃期にあり、IoT サービスの進展と消費者保護ルールのあり方に関して具体的な制度改正の内容を示すに当たっては、国内外の IoT サービスの実態や隣接分野も含めた市場の動向、他の法令との関係性等について十分に精査する必要がある。このため、総務省において、これらについて、今後調査研究を行うことが適当である。

その上で、当該調査研究の成果等を元に、IoT サービスの内容や契約形態に着目した分類を行い、その分類を踏まえて、各消費者保護ルールの各規定への適用の要否等を検討・分析していくことが適当である。

〔分類例〕

(1) 端末購入時に通信料金も含めて一括払いしているか

① 一括払いの場合

- a. 追加料金は一切不要な場合
- b. 当初の一定期間分のみ不要で、当該一定期間経過後、追加料金が必要となる場合

② 別途通信料金を支払っている場合

- a. 商品に関連する費用（例：定期的に配達される消耗品の代金等）に含まれる場合
- b. 通信料金単体で月々払いが必要となる場合

(2) 期間拘束があるか

① 期間拘束あり

② 期間拘束なし

(3) 通信品質が大きな影響を及ぼすサービスであるか否か

① 通信品質が大きな影響を及ぼすサービスである場合

② 通信品質が大きな影響を及ぼすサービスではない場合

(4) 通信料金が比較的安価であるか

① 安価である場合

② 安価でない場合

上記のほか、次のような論点についても留意し、検討を深めていくことが適当である。

(1) 5Gとの関係

- 5Gの要件の一つである多数同時接続が実現されれば、より多数の端末がネットワークに接続されるようになり、IoTのユースケースが加速度的に広がることが予想される。また、5Gの実現による（消費者保護ルールとの関係で課題となる）ビジネスモデルの変化についても考慮していく必要があるのではないか。

(2) IoTサービスによるデータ収集・利用との関係

- IoTサービスにおいては、利用者のデータが収集・利用される可能性があるが、利用者が当該サービスが「通信」であることを意識しない場合には、これについても十分認識できない場合があることには（個人情報保護法では保護されているにしても）留意が必要なのではないか。特に、IoTサービスが生活に根ざせば、その利用実態が利用者や周囲の人の生活実態を浮き彫りにしてしまう恐れがあることにも留意が必要ではないか。

(3) 最終消費者が「利用者」とならない場合の保護の必要性

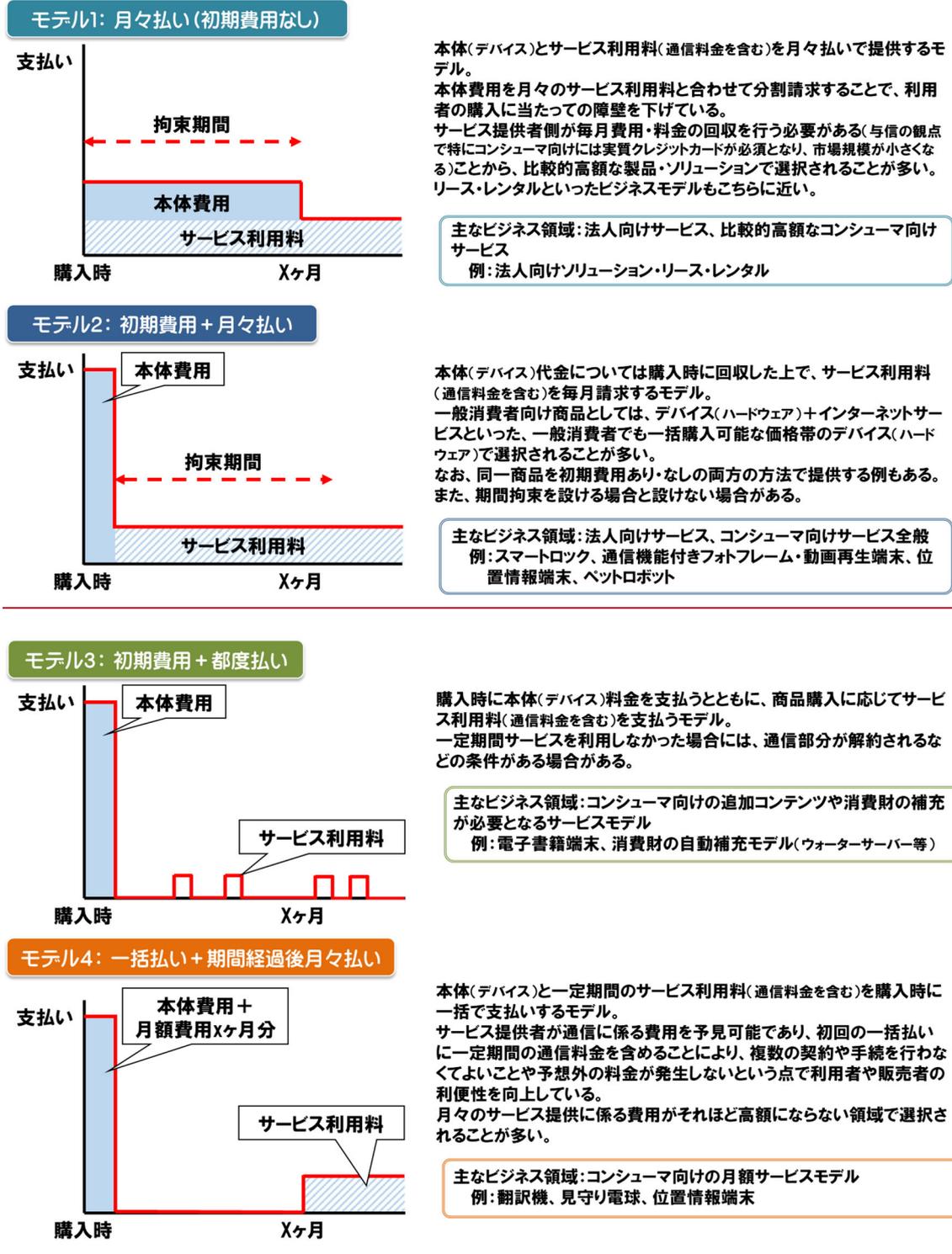
- 最終消費者が通信サービスの利用者とならない場合の当該最終消費者の利益の保護の必要性についても配慮すべきではないか。例えば、IoTサービスのうち、通信サービスの提供契約は最終消費者との間で結ばれておらず、あくまで通信サービスの利用権を借りているにすぎない場合の当該最終消費者の保護の在り方について考える必要があるのではないか。

(4) その他、他法との間の関係の整理

- 特定商取引法などの他法や電気通信事業法によって保護されていない「隙間」やそれぞれの法令による保護が重畳しているユースケースなどについては、保護法益が何かという観点に立ち返りつつ、一定程度交通整理をしてはどうか。（必要に応じて一定の事例集のようなものの整理を行ってはどうか。）

これらの検討が一定程度進んだ際には、検討会等の場で報告の上、省令等の必要な規定の見直しにつなげることが適当である。

<図表：IoTサービスの支払い形態のモデル（協力：（株）ソラコム）>



本体(デバイス)とサービス利用料(通信料金を含む)を月々払いで提供するモデル。
 本体費用を月々のサービス利用料と合わせて分割請求することで、利用者の購入に当たっての障壁を下けている。
 サービス提供者側が毎月費用・料金の回収を行う必要がある(与信の観点で特に消費者向けには実質クレジットカードが必須となり、市場規模が小さくなる)ことから、比較的高額な製品・ソリューションで選択されることが多い。
 リース・レンタルといったビジネスモデルもこちらに近い。

主なビジネス領域：法人向けサービス、比較的高額な消費者向けサービス
 例：法人向けソリューション・リース・レンタル

本体(デバイス)代金については購入時に回収した上で、サービス利用料(通信料金を含む)を毎月請求するモデル。
 一般消費者向け商品としては、デバイス(ハードウェア)+インターネットサービスといった、一般消費者でも一括購入可能な価格帯のデバイス(ハードウェア)で選択されることが多い。
 なお、同一商品を初期費用あり・なしの両方の方法で提供する例もある。また、期間拘束を設ける場合と設けない場合がある。

主なビジネス領域：法人向けサービス、消費者向けサービス全般
 例：スマートロック、通信機能付きフォトフレーム・動画再生端末、位置情報端末、ペットロボット

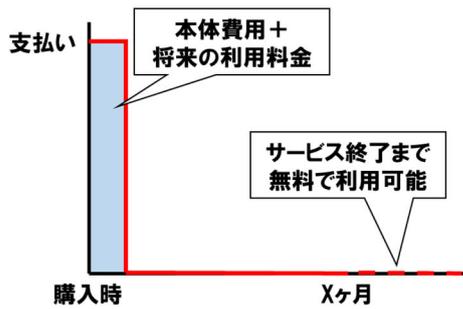
購入時に本体(デバイス)料金を支払うとともに、商品購入に応じてサービス利用料(通信料金を含む)を支払うモデル。
 一定期間サービスを利用しなかった場合には、通信部分が解約されるなどの条件がある場合がある。

主なビジネス領域：消費者向けの追加コンテンツや消費財の補充が必要となるサービスモデル
 例：電子書籍端末、消費財の自動補充モデル(ウォーターサーバー等)

本体(デバイス)と一定期間のサービス利用料(通信料金を含む)を購入時に一括で支払うモデル。
 サービス提供者が通信に係る費用を予測可能であり、初回の一括払いに一定期間の通信料金を含めることにより、複数の契約や手続を行わずに済むことや予想外の料金が発生しないという点で利用者や販売者の利便性を向上している。
 月々のサービス提供に係る費用がそれほど高額にならない領域で選択されることが多い。

主なビジネス領域：消費者向けの月額サービスモデル
 例：翻訳機、見守り電球、位置情報端末

モデル5：一括払い(追加費用なし)



本体(デバイス)と将来のサービス利用料(通信料金を含む)を一括で支払うモデル。サービス提供者が便益を得られる場合(例えば機器の利用状況や保守サポート・メンテナンスの確認に利用する)や通信料金が極めて低廉な場合などが想定される。
現時点では該当する消費者向けサービスはそれほど多くないが、今後拡大していくことが予想される。

主なビジネス領域: 消費者向け低速通信サービスや端末単価が高いサービスなど
例: LPWA系サービス、見守りカメラ、スマート車椅子等

＜図表：IoTサービスの支払・契約形態（協力：(株)ソラコム）＞

商材	該当する支払い形態のモデル					期間拘束の有無		販路
	モデル1 (月々払い(初期費用なし))	モデル2 (初期費用+月々払い)	モデル3 (初期費用+都度払い)	モデル4 (一括払い+期間経過後月々払い)	モデル5 (一括払い(追加費用なし))	期間拘束なし	期間拘束あり	
見守りカメラ	レンタル・リースの場合にはいずれの場合でも該当する可能性あり				○	○		メーカーWebサイト、第三者のオンライン販売店、量販店
ペットロボット		○			○		○	メーカーWebサイト・メーカー運営販売店
消費財自動補充翻訳機				○			○	第三者のオンライン販売店
フォトフレーム・動画再生端末			○		○		○	メーカーWebサイト、第三者のオンライン販売店、量販店
位置情報端末			○		○		○	メーカーWebサイト、第三者のオンライン販売店、量販店
見守り電球					○		○	メーカーWebサイト

注 同一商材でも複数の通信料金の負担方法が存在する場合がある。

出典：「消費者保護ルールの検証に関するWG（第16回）」（2019年9月25日）事務局資料

第5章 おわりに

今般、電気通信サービスに関する現行の消費者保護ルールについて評価を行うとともに、現時点での喫緊の課題と考えられる事項を中心に検討を行い、中間報告書として取りまとめた。

関係者には、緊急提言及び本中間報告書本報告書に盛り込んだ事項について、必要な取組を早急に実施することが求められる。

また、議論の過程において2019年1月に公表した緊急提言を踏まえた電気通信事業法の改正案改正法が2019年3月5日に第198回国会に提出10月1日に施行された。今後、総務省令等の具体的な制度の整備に際しては、各事

携帯電話事業者及び販売代理店その他関係者の意見も十分に聴いた上で、できる限り明確な基準が整備されるよう求めたいの料金プラン等については改正法の施行に合わせて見直しが行われたところであるが、今後も関係事業者においては、改正法の趣旨等を踏まえ、必要な措置を行っていくことが求められる。

法改正の前後においては、大きな市場環境の変化が予想される。本WGでは、消費者保護の観点から新たに生じる課題や、それに対する関係者の取組についても、引き続き注視していくこととする。

さらに、本WGでは引き続き、個別の論点に掲げた事業者等の取組のフォローアップや、IoTの新サービス等が顕在化した際の消費者保護に係る課題について、検討を行うこととする。

本WGでは、総務省に対しては、関係事業者の取組等を注視し、必要な助言等を行っていくことを求めたい。

今後も、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による不断の取組や、関係者間の一層の連携を促すことを通じて、消費者が安心して電気通信サービスを利用できる環境の整備に努めていく ことが重要である。

ICTサービス安心・安全研究会
「消費者保護ルールの検証に関するWG」開催要綱

1 目的

本会合は、平成27年の電気通信事業法改正により充実・強化された現行の消費者保護ルールについて、電気通信サービスの多様化・複雑化や消費者トラブルの現状を踏まえ、その施行状況及び効果を検証するとともに、今後の消費者保護ルールの在り方について検討を行うことを目的とする。

2 名称

本会合は、「消費者保護ルールの検証に関するWG」と称する。

3 検討事項

- (1) 消費者保護ルールの施行状況及び効果の検証
- (2) 電気通信サービスに係る消費者トラブルの現状等を踏まえた対策
- (3) 今後の消費者保護ルールの在り方
- (4) その他

4 構成及び運営

- (1) 本会合の構成員及びオブザーバーは、別紙のとおりとする。
- (2) 本会合には、主査及び主査代理を置く。
- (3) 主査は本会合を招集し、主宰する。また、主査代理は、主査を補佐し、主査不在のときは、主査に代わって本会合を招集し、主宰する。
- (4) 主査は、必要があるときは、必要と認める者を本会合の構成員又はオブザーバーとして追加することができる。
- (5) 主査は、必要があるときは、外部の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。
- (6) その他、本会合の運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の公開等

- (1) 本会合の議事は、原則として公開する。
- (2) 本会合の会議については、議事概要を作成し、原則として公開する。
- (3) 公開することにより、又はオブザーバーの出席により、当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合は、議事及び議事概要を非公開とし、又はオブザーバーの出席を制限することができる。

6 その他

本会合の庶務は、総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第一課がこれを行うものとする。

ICTサービス安心・安全研究会
「消費者保護ルールの検証に関するWG」構成員等

(敬称略)

【構成員】

(主査)	新美 育文	明治大学	名誉教授
(主査代理)	平野 晋	中央大学	国際情報学部 教授・学部長
	石田 幸枝	公益社団法人全国消費生活相談員協会	理事
	市川 芳治	慶應義塾大学	法科大学院 非常勤講師
	北 俊一	株式会社野村総合研究所	パートナー
	木村 たま代	主婦連合会	事務局長
	黒坂 達也	慶應義塾大学大学院	特任准教授
	近藤 則子	老テク研究会	事務局長
	長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク	
	西村 暢史	中央大学	法学部 教授
	森 亮二	英知法律事務所	弁護士
	横田 明美	千葉大学大学院	社会科学研究院 准教授

【オブザーバー】

公正取引委員会

消費者庁

独立行政法人 国民生活センター

公益社団法人 日本広告審査機構

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

一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会

電気通信サービス向上推進協議会

これまでの検討状況

会合	開催日	主な議題
WG第1回	平成30年 10月22日	<ul style="list-style-type: none"> ○ 電気通信事業法における消費者保護ルールの概要及び実効性の確保に係るこれまでの取組み ○ WGにおける主要論点(案) ○ 各構成員からのご発言 ○ 構成員のプレゼンテーション(電気通信サービスに係る消費者保護ルールの課題等について) <ul style="list-style-type: none"> ・黒坂構成員 ・北構成員
WG第2回	平成30年 11月8日	<ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体・事業者からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・国民生活センター(福井昌喜 相談情報部相談第2課長) ・全国消費生活相談員協会(石田幸枝理事(構成員)) ・電気通信事業者協会(水谷哲也 消費者支援委員会委員長) ・NTTドコモ(田畑智也 経営企画部料金制度室長) ・KDDI(岸田隆司 渉外部長) ・ソフトバンク(松井敏彦 渉外本部本部長) ・全国携帯電話販売代理店協会(大谷信雄 理事)
WG第3回	平成30年 11月15日	<ul style="list-style-type: none"> ○ 関係団体からのヒアリング <ul style="list-style-type: none"> ・主婦連合会(木村たま代 消費者相談室長(構成員)) ・テレコムサービス協会(吉村慎也 MVNO 委員会消費者問題分科会副主査) ・テレコムサービス協会(岡本憲樹 FVNO 委員会消費者関係 TF 副主査) ・日本インターネットプロバイダー協会(木村孝 会長補佐、行政法律部会長、消費者問題対応 WG 主査) ・日本ケーブルテレビ連盟(山本学 業務部部長代理) ・電気通信サービス向上推進協議会(花岡隆春 広告表示自主基準 WG 主査、広告表示アドバイザー委員会委員長代理) ・日本広告審査機構(山本一広 専務理事)
WG第4回 (モバイル研究会との合同会合)	平成30年 11月26日	<ul style="list-style-type: none"> ○ 「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」(案)

会合	開催日	主な議題
WG第5回	平成30年 12月26日	○ ヒアリング等 ・高齢者のデジタル消費トラブルの現状とその対策 2018 (近藤構成員) ・消費者教育の推進について(消費者庁) ・電気通信サービスの利用に係る法人からの苦情相談の現状(事務局)
WG第6回 (モバイル研究会との合同会合)	平成31年 1月17日	○ 「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」(案)に 対するパブリックコメントの結果 ○ 中間報告に向けたその他の論点
WG第7回	平成31年 2月22日	○ 中間報告書骨子(案)
WG第8回	平成31年 3月14日	○ 中間報告書(案)
WG第9回	平成31年 4月17日	○ 意見募集の結果等

<u>WG第10回</u> (モバイル研究会との合同会合)	<u>令和元年</u> <u>5月21日</u>	<u>○改正電気通信事業法施行に向けた検討事項</u>
<u>WG第11回</u> (モバイル研究会との合同会合)	<u>令和元年</u> <u>5月30日</u>	<u>○ヒアリング等</u> <u>・通信料金と端末代金の完全分離・行き過ぎた囲い込みの禁止関係</u> <u>・勧誘の適正化・代理店の届出に関する省令の方向性関係</u>
<u>WG第12回</u> (モバイル研究会との合同会合)	<u>令和元年</u> <u>6月11日</u>	<u>○モバイル市場の競争促進に向けた制度整備について</u> <u>○利用者利益の保護に向けた制度整備について</u>
<u>WG第13回</u> (モバイル研究会との合同会合)	<u>令和元年</u> <u>6月18日</u>	<u>○モバイル市場の競争促進に向けた制度整備について</u> <u>○利用者利益の保護に向けた制度整備について</u>
<u>WG第14回</u> (モバイル研究会との合同会合)	<u>令和元年</u> <u>8月29日</u>	<u>○改正電気通信事業法の施行に伴う関係省令等の整備について</u> <u>○広告表示関係の取組について</u> <u>○改正電気通信事業法の施行に向けた取組状況について</u>

<u>WG第15回</u>	<u>令和元年 9月12日</u>	<u>○IoTサービスの進展と消費者保護について</u> <u>○中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について</u> <u>○「青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォース」における検討状況について</u>
<u>WG第16回</u>	<u>令和元年 9月25日</u>	<u>○IoTサービスの進展と消費者保護について</u> <u>○中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について</u>
<u>WG第17回</u>	<u>令和元年 10月15日</u>	<u>○中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について</u> <u>○報告書の取りまとめの方向性について</u>
<u>WG第18回</u>	<u>令和元年 11月11日</u>	<u>○報告書案について</u>

**ICTサービス安心・安全研究会
消費者保護ルールの検証に関するWG
報告書（案）
参考資料**

2019年11月

目 次 (1)

第2章関係	…	4	◆消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合資料	…	32
◆電気通信事業法における消費者保護ルール及びその運用体制	…	5	(苦情相談分析、実地調査等)		
・電気通信事業に関する制度の変遷	…	6	～平成29年度モニタリング定期会合結果～		
・電気通信事業法における消費者保護ルールの経緯	…	7	・苦情相談の内容(平成29年度)	…	33
・電気通信事業法における消費者保護ルールの概要	…	8	・販売現場における実地調査	…	35
・消費者保護ルールの対象となる電気通信サービスの範囲	…	10	・モニタリング定期会合結果を踏まえた対応・取組の方向性	…	38
・契約前の説明義務	…	11	◆消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合資料	…	40
・契約後の書面の交付義務	…	13	(苦情相談分析、実地調査等)		
・契約書面内容の電子交付	…	15	～平成30年度モニタリング定期会合結果～		
・初期契約解除制度	…	16	・苦情相談の内容(平成30年度の分析結果)(概要)	…	41
・「確認措置」について	…	19	・販売現場における説明状況に係る実地調査(覆面調査)	…	42
・不実告知等の禁止、勧誘継続行為の禁止	…	21	・モニタリング指摘事項に係る対応状況概要(フォローアップ)	…	78
・代理店に対する指導等の措置	…	22	・制度面における対応状況概要	…	81
・各行政規律の担保措置	…	23	・今後の対応・取組の方向性等	…	82
・電気通信事業報告規則(第4条の6)の概要	…	24			
・平成30年電気通信事業法改正について	…	25	第3章関係	…	86
・電気通信業務等の休廃止に係る利用者保護について	…	26	◆「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」	…	87
・消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合について	…	27	・「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」について	…	88
・消費者保護ルールの施行状況の分析・検証に関する方針等	…	28	・電気通信事業法の一部を改正する法律について	…	91
・モニタリング定期会合等を踏まえた制度面の改正概要	…	29	・販売代理店への届出制度の導入	…	92
・総務省における利用者からの相談対応の体制等	…	30	・事業者・販売代理店の勧誘の適正化	…	93
・各地域における電気通信消費者支援連絡会の開催	…	31			

目 次 (2)

◆ 利用者意識		(3) 広告表示の適正化に向けた対応	… 122
・ 携帯電話料金の水準に関する利用者意識	… 95	・ 携帯電話等の店頭における広告表示について（消費者庁）	… 123
・ 携帯電話サービスの品質に関する利用者意識	… 99	・ 携帯電話事業者による広告表示適正化の取り組み （電気通信事業者協会資料）	… 124
・ 携帯電話の料金プランの理解に関する利用者意識	… 100	・ 広告表示適正化への取組 （電気通信サービス向上推進協議会資料）	… 127
・ 期間拘束・自動更新を伴う契約に関する利用者意識	… 105		
・ 違約金に関する利用者意識	… 106		
第4章関係	… 107	(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策	… 131
(1) 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組		・ 販売代理店の届出に関する周知文書	… 132
① 拘束期間全体での総額表示	… 108	・ あんしんショップ認定制度	… 133
・ 公正取引委員会「携帯電話市場における競争政策上の課題 について（平成30年度調査）」	… 109	・ バージョンアップ施策＜研修の充実＞	… 134
・ 総額表示への各社の対応	… 112	・ バージョンアップ施策＜あんしんショップ大賞＞ （全国携帯電話販売代理店協会資料）	… 135
② 利用実態に応じた料金プランへの見直し推進	… 115	・ テレコムサービス協会（FVNO委員会）の取組み関係	… 136
・ 利用者による利用実態と契約プランの乖離（概略図）	… 116		
(2) 携帯電話ショップでの手続き時間等の長さへの対応	… 117	(5) 高齢者のトラブルへの対応	… 137
・ 手続き時間等の長さへの各社の対応	… 118	・ 高齢者への丁寧な対応（電気通信事業者協会）	… 138
		・ 高齢者への丁寧な対応（全国携帯電話販売代理店協会）	… 141
		(6) 法人契約者のトラブルへの対応	… 142
		・ 法人からの苦情相談の内容	… 143
		・ 法人契約に係る規律（電気通信事業法）	… 144
		・ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」上の取扱い	… 145

目 次 (3)

(7) その他	… 146
① 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進	
・「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」	… 147
・高校生向け消費者教育教材「社会への扉」	… 148
② 青少年フィルタリング利用の促進	… 149
・青少年インターネット環境整備法（改正の概要）	… 150
・青少年有害情報の閲覧防止措置と対象機器のイメージ	… 151
・青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォース	… 152
・「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」（2019年8月9日公表）について	… 153
③ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化	… 159
・外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策（概要）	… 160
・各携帯電話事業者における多言語対応の状況	… 161
その他	… 162
・電気通信事業分野における競争ルール等の包括的検証	… 163
・包括的検証中間答申のポイント	… 164
・包括的検証に係る検討体制	… 165

第 2 章 關係

◆ 電気通信事業法における消費者保護ルール及びその運用体制

電気通信事業に関する制度の変遷

- **一般の事業者**に対しては、自由で多様な事業展開を可能とするため、**新規参入や料金に関する事前規制を緩和**(現在では、利用者向け料金の事前規制は原則撤廃)する一方で、**消費者保護ルールを充実**。
- **特定の事業者**(主要なネットワークを保有するNTT東西や携帯電話事業者)に対しては、そのネットワークを利用する事業者が公平な条件等でサービスを提供できるよう、**接続ルール^{※1}等の公正競争ルールを整備**。

規律の変遷

※1 **接続ルール**:他事業者にネットワークを開放する際に適用される料金・条件等に関して定めた法令の規定。

昭和60年～
(1985年～)



平成9年～
(1997年～)

平成13年～
(2001年～)



平成16年～
(2004年～)



平成28年～
(2016年～)

平成31年～
(2018年～)

事前規制から利用者視点を踏まえた事後規制へ

競争原理の導入
・電気通信事業法の施行
・電電公社の民営化(NTTの設立)

市場の自由化

参入規制の緩和
・需給調整条項の廃止
・外資規制の原則撤廃

料金規制の緩和
・料金の認可制→届出制
・プライスカップ^{※2}制度の導入

多様な事業者の参入促進、自由な料金設定を可能に

約款規制等の緩和
・契約約款の認可制→届出制
・接続協定の認可制→届出制
ユニバーサルサービス交付金制度の導入
紛争処理制度の導入

自由・迅速な事業展開の促進セーフティネットを整備

参入許可制の廃止
・許可制→登録/届出制
料金・約款の事前規制を原則撤廃

利用者保護の推進
・事業の休廃止の周知義務化
・提供条件の説明義務
・苦情等の処理の義務化

紛争処理機能の拡充
・対象の拡大(コンテンツプロバイダーとの紛争)
安全・信頼性規律の強化

自由な事業展開の促進

利用者保護ルールの整備

利用者保護ルールの拡充
・書面交付・初期契約解除制度の導入
・不実告知等の禁止
・勧誘継続行為の禁止
・代理店に対する指導等

業務の休廃止の利用者周知に係る事前届出制の導入
サイバー攻撃への対処促進
販売代理店への届出制度の導入
事業者・販売代理店の勧誘の適正化

固定系への接続ルールの導入

・接続約款の認可制の導入
・接続会計の導入
・アンバンドル^{※3}の義務化
NTTの再編成
・持株、地域会社(東・西)、長距離会社(コム)に再編

ネットワークを借りやすくして多様な事業者による自由な事業展開を促進

移動系への接続ルールの導入

・接続約款の届出制
禁止行為規制^{*}の導入
^{*} 特定の事業者に対する不当に優先的・不利な取扱いの禁止等
NTT東西の業務範囲拡大

市場支配力の濫用を禁止

移動系の接続ルールの強化

・接続会計の導入
固定系の公正競争ルールの強化
・機能分離の導入 等
NTT東西の業務規制手続の緩和

移動系の接続ルールの更なる強化

・携帯電話網の接続ルールの充実
グループ化・寡占化への対応
・登録更新制の導入
禁止行為規制の緩和卸制度の整備
・卸役務の事後届出制

通信料金と端末代金の完全分離
行き過ぎた囲い込みの禁止

料金低廉化・サービス多様化のための公正競争ルールの整備・強化

※2 **プライスカップ制度**:料金水準の「上限」を定める上限価格方式による料金規制。

※3 **アンバンドル**:ネットワークの必要な部分のみを細分化して利用できるようにすること。

これまでの電気通信事業法における消費者保護ルールの経緯

平成15年
(2003年)



✓ 事業者の自由で多様な事業展開を可能とするため、料金等の事前規制を原則撤廃する一方で、電気通信サービスに関する苦情・相談件数の急増※に対応するため、電気通信事業法を改正し、消費者保護ルールを整備(平成16年4月施行)。

※ 当時は、電話料金の不正請求、携帯電話・PHSの違約金、ADSLモデムの送付が問題になっていた。

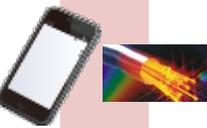
提供条件の説明義務

苦情等の処理義務

事業の休廃止に関する周知義務



平成27年
(2015年)



✓ 料金プランやサービスの複雑化や不適切な勧誘活動の増加等を背景として、苦情・相談件数は、4年間で約1.5倍に増加(平成21~25年度)。「ICTサービス安心・安全研究会」の制度整備の提言(平成26年12月)を踏まえ、電気通信事業法を改正し、消費者保護ルールを充実・強化(平成28年5月施行)。

説明義務の充実※

契約書面の交付義務

初期契約解除制度

不実告知等の禁止

勧誘継続行為の禁止

代理店への指導等措置義務

※利用者の知識、経験、契約目的に配慮した説明を義務づけ



平成30年
(2018年)

✓ 利用者の利益に及ぼす影響が大きいサービス※が休廃止される場合に、事後届出制では、利用者周知が適切・十分でない場合の事前の対応が困難であることに対処するため、電気通信事業法を改正し、消費者保護ルールを充実・強化(2019年5月22日施行)。

※ 法改正時には、固定電話網のIP網への移行等を背景に終了を予定している、NTT東西のINSネット(デジタル通信モード)等に関する利用者周知の在り方が問題になっていた。

業務の休廃止に関する事前届出制導入・周知義務の強化



令和元年
(2019年)

✓ 販売代理店に対する行政の現状把握が不十分であること、モバイル・FTTH等の苦情・相談の割合が高い件数で推移していることに対応するため、「消費者保護ルールの検証に関するWG」、「モバイル市場の競争環境に関する研究会」が合同で取りまとめた緊急提言(平成31年1月)を踏まえ、電気通信事業法を改正し、消費者保護ルールを充実・強化(2019年10月1日施行)。

販売代理店の届出制度の導入

自己の名称等を告げずに勧誘する行為の禁止

現在

1. 契約前の説明義務 (電気通信事業法(以下「法」という。)第26条)

電気通信事業者・代理店は、契約前に、料金その他の提供条件の概要を説明しなければならない。

- 高齢者・障害者等、配慮が必要となる利用者に対して、その知識、経験、契約目的に配慮した説明を行うことを義務付け ⇒ 適合性原則
- 携帯電話サービスのいわゆる「2年縛り」等(期間拘束契約)について、自動更新される時に利用者に事前通知することを義務付け

2. 書面の交付義務 (法第26条の2)

電気通信事業者は、契約が成立した後遅滞なく、契約内容を明らかにする書面を利用者に交付しなければならない。

- 通信サービスの種類、料金の内訳、支払い時期・方法、解約条件、通信制限(青少年フィルタリング)等の記載を義務付け
- 付随する有料オプションサービスについて、名称・料金・解約条件等の記載を義務付け

3. 初期契約解除制度 (法第26条の3)

利用者は、書面の受領後等から8日間は、電気通信事業者の合意なく契約を解除可能。

- 主要な固定インターネットサービス及び移動通信サービスを初期契約解除制度の対象として指定。
※ 事業者に一定の責任が認められる場合に、端末も含めて解約できる「確認措置」の認定を受けた移動通信サービスは、初期契約解除に代えて確認措置を適用
- 契約解除時に利用者が支払うべき額については、事業者による不当な高額請求を防ぐため、上限額に関し規定

4. 苦情等の処理義務 (法第27条)

電気通信事業者は、電気通信役務又はその業務方法についての苦情及び問合せ(苦情等)を適切かつ迅速に処理しなければならない。

5. 不実告知等・勧誘継続行為の禁止 (法第27条の2第1号・第2号) ※令和元年改正で自己の名称等を告げない勧誘等を禁止(令和元年10月1日施行)

電気通信事業者・代理店が次の行為をすることを禁止:

- ・契約の重要事項について、故意に事実を告げず、又は事実でないことを告げる行為
- ・求められない勧誘を継続する行為

6. 代理店に対する指導等措置 (法第27条の3)

※令和元年改正で販売代理店の届出制度を導入(令和元年10月1日施行)

電気通信事業者が代理店に対し、委託した業務に係る指導等の措置を行うことを義務付け。

- 適切な委託先の選定、業務の手順等の文書の作成、委託先の業務状況の確認・検証、苦情の適切な処理、問題発生時の委託の中止・契約解除等の措置を義務付け

(参考)改正青少年インターネット環境整備法(平成30年2月1日施行)

携帯電話事業者及び代理店等に対して、利用者が18歳未満かどうかの確認、フィルタリングの必要性等の説明、フィルタリングの有効化措置の実施を義務付け

7. 業務の休廃止に関する周知義務等

※平成30年改正により強化(令和元年5月22日施行)

(1) 業務の休廃止に関する周知義務(法第26条の4第1項)

電気通信事業者が電気通信業務の全部又は一部を休止し、又は廃止しようとするときは、原則として、当該電気通信業務に係る利用者に対し、利用者の利益を保護するために必要な事項を周知させなければならない。

- 電気通信事業者は、休廃止の前日から起算して30日前の日(※)までに、利用者に周知させなければならない。※(2)の事前届出対象役務については、1年前まで
- 周知事項は、休廃止する電気通信業務の内容、休廃止する年月日、休廃止の理由、苦情相談窓口、代替サービス、利用者被害発生防止に資する情報等

(2) 業務の休廃止に係る周知事項に関する事前届出(法第26条の4第2項)

電気通信事業者は、利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務に係る電気通信業務の休止又は廃止については、あらかじめ、周知事項を総務大臣に届け出なければならない。

- 事前届出を必要とする利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務は、①基礎的電気通信役務、②指定電気通信役務、③契約数が100万以上であり、かつ、有償の電気通信役務。
- 利用者周知を開始する前日から起算して30日前の日までに届け出なければならない。

(3) 事前届出対象の電気通信業務の休廃止に関する情報の整理・公表(法第26条の5)

総務大臣は、利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信役務の休廃止に関して作成・取得した情報等を整理・公表する。

8. 各規律の担保措置(法第29条)

行政指導による改善を促した上で、規律の内容に応じ、事業者又は事業者・代理店への業務改善を命じることが可能。

※業務改善命令に従わない場合は、200万円以下の罰金(法第186条第3号)

- 電気通信事業者・代理店に対する業務改善命令の対象(代理店に対しては、委託を受けた業務に限る)(法第29条第2項第1号)

① 提供条件の説明義務違反 ② 不実告知等の禁止違反 ③ 勧誘継続行為の禁止違反

- 電気通信事業者に対する業務改善命令の対象(法第29条第2項第2号)

① 契約書面の交付義務違反 ② 苦情等の処理義務違反 ③ 代理店への指導等措置義務違反 ④ 業務の休廃止に関する周知義務違反

※その他、事業者に対しては、事業の運営が適正かつ合理的でないため、電気通信の健全な発達・国民の利便の確保に支障が生ずるおそれがあるときに、業務改善命令を行うことが可能。(法第29条第1項第12号)

※ このほか、業務の休廃止に係る事前届出義務、契約書面の交付義務については直罰(30万円以下の罰則)、初期契約解除制度については民事的規律(契約無効)の対象となっている。

説明義務、書面交付義務等の対象(※)
⇒以下の固定通信サービス、移動通信サービス

固定通信

移動通信

対象として指定

↑ 確認措置の適用 ↓

(事業法第26条第1項) **第2号業務**

- ・光ファイバー (FTTH) インターネットサービス
- ・ケーブルテレビ (CATV) インターネットサービス
- ・分離型のインターネット接続 (ISP) サービス (FTTH、CATV及びDSL向け)

(事業法第26条第1項) **第1号業務**

- ・MNOの携帯電話端末サービス
- ・MNOの無線インターネット専用サービス

(確認措置の認定を受けた事業者・サービス)
(店舗販売・通信販売)

- ・MVNOの期間拘束あり無線インターネット専用サービス
- ・MVNOの携帯電話端末サービス

(一部のMNOサービス)

対象外

(事業法第26条第1項) **第3号業務**

- ・電話及びISDNサービス
- ・IP電話
- ・DSLインターネットサービス
- ・FWAインターネットサービス
- ・その他のISPサービス

(事業法第26条第1項) **第3号業務**

- ・MVNOの期間拘束なし無線インターネット専用サービス
- ・PHS
- ・プリペイド
- ・公衆無線LAN

※ 苦情等処理義務及び不実告知等・勧誘継続行為の禁止を含む。
なお、代理店指導等措置義務は、全ての電気通信役務が対象。事業の休廃止の周知義務は、電気通信事業が対象。

契約前の説明義務(1)

○ **電気通信事業者及び媒介等業務受託者(代理店)**は、利用者と契約の締結又はその媒介等をしようとするときは、**料金その他の提供条件の概要について説明をしなければならない。**

対象範囲

- 対象として指定された電気通信役務のうち、付加的な機能を除いた部分。オプションも除く。
 - ただし付加的機能・オプションでもあっても有効な意思の表示がないのに加入させることは不適切。
- 法人契約、自動締結契約、都度契約、接続・共用契約、一定の変更・更新契約は除外。

基本説明事項

- 事業者の連絡先・名称等
 - 電気通信事業者の連絡先・名称等、媒介等業務受託者の連絡先・名称等
- 電気通信役務の内容
 - 名称、種類(施行規則別表)、品質、提供を受けることができる場所、緊急通報に係る制限、青少年フィルタリングサービス、帯域制御等その他の通信制限
- 通信料金等
 - 料金その他の経費(割引を含む)、割引の適用期間等の条件
- 契約変更・契約解除に関する事項
 - 契約変更・解除の連絡先・方法
 - 契約変更・解除の条件等(一定期間に限り無償解約できる、解除時に生じる違約金額、セット販売全体の解除で違約金が生じる旨等)
- 初期契約解除制度に関する事項(制度適用の場合)、確認措置に関する事項(措置適用の場合)

料金その他の経費の例

- 基本料金
- 通話料金
- データ通信料金・インターネット接続料金
- 事務手数料
- 工事費、機器レンタル料
- 割引、キャッシュバック …

説明方法

- 共通事項: 平均的な消費者が理解できると推定できる程度に理解しやすい内容及び方法
- 原則的方法: 説明事項を分かりやすく記載した書面を交付して説明。
- 代替的方法: 利用者が了解したときは、電子メール、ウェブサイト、DM等の広告、電話でも可能。

適合性の原則

- 提供条件の説明は、利用者の知識、経験、契約の締結の目的に照らして、利用者に理解されるために必要な方法・程度による必要がある。
- 利用者がその利用実態等に対応した料金プランを選択できるよう、事業者において適切な説明を実施。
- 利用者の属性を把握し判断する方法について、事業者において規定。
- その他、高齢者、障がい者、未成年者等のように特に配慮が必要と考えられる利用者に対する説明の方法、知識・経験が十分とする利用者に対する説明の方法の例示あり。

【望ましい例】 高齢者に対し、専用資料を用意し、本人の意思に応じて丁寧かつ詳細な説明を行うこと。

【不適切な例】 通話のみを利用していた高齢者に対し、通常の説明のみでタブレット契約等を勧誘し、不要と考えられるような大容量・高額のデータ通信プランを推奨すること。

自動更新時の事前通知

- 携帯電話の「2年縛り」等、利用者の申出がない限り行われる契約更新で、更新後の中途解約違約金の額が基本料金額を超えるもの(=自動更新)については、提供条件の説明として、次の事項を通知することが必要。

自動更新をしようとする旨

自動更新後の契約に期間及び違約金の定めがある旨

自動更新後の契約期間

自動更新後の違約金の額

更新中止の手続きの方法

更新中止可能な具体的期間

- ※この他、自動更新に伴い変更する基本説明事項がある場合はその事項の内容を併せて通知必要
- ※主要な携帯電話サービス以外のサービスについては、施行後半年間、適用を猶予(準備期間)

- 電子メールで通知する場合、上記太枠の内容は電子メール本文に記載。その他はリンク先で容易に確認。
- 更新中止が可能な期間が到来する前に通知必要。

変更時の説明

- 種類を変更するときは全ての基本説明事項を説明。
- 利用者からの申出で変更する場合、電気通信事業者の申出で利用者に不利な変更をする場合は、変更される基本説明事項を説明。

- 電気通信事業者は、電気通信役務契約が成立したときは、遅滞なく、**契約書面を作成し交付※しなければならない**。利用者の明示的な承諾がある場合には、電磁的方法による交付も可能(詳細後述)。

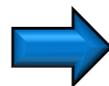
対象範囲

- 説明義務と同範囲の電気通信役務が対象。
- 電気通信役務ではない「付随有償継続役務」(いわゆるオプションサービス)についても一定の記載が必要。
- 法人契約、自動締結契約、都度契約、接続・共用契約(他の事業者がまとめて交付)、契約前に相当の書面を交付した場合(初期契約解除が適用されない場合のみ)、一定の変更・更新契約は除外。

基本記載事項

- **個別の契約**の内容を明らかにする次の事項

- 1) 基本説明事項
(電気通信役務の内容・料金等)
※媒介等業務受託者の名称、連絡先等を除く。
- 2) 契約を特定するに足りる事項
(契約の成立年月日、利用者の氏名・住所等)
- 3) 料金の支払時期・方法等
- 4) サービス提供の開始予定時期等
- 5) 付随有償継続役務の内容を明らかにする
名称、料金、変更・解除の条件等
- 6) 契約書面の内容を十分に読むべき旨



- 加えて、左欄の場合は、右欄の事項が明らかにされていることが必要

他の契約を条件として
通信料金等が減免され
る場合

減免期間経過前後の総支払額の算定方法(図示)

初期契約解除制度
が適用される契約
の場合

・契約解除できる期間
・書面送付の宛先住所など、標準的な手順
・契約解除に伴い利用者が支払う金額の算定方法
・契約解除に伴い解除されない付随契約がある場合は、その旨及び解除に関する事項 等

確認措置を
講じている場合

確認措置により契約解除する場合に利用者が支払うべき金額の算定方法等、確認措置の内容

料金の減免に相当する
経済的利益等(キャッシュ
バック等)を提供する場合

経済的利益の内容、当該利益の提供に条件がある場合はその条件 等

変更時の交付

- 記載事項の変更があった場合に、変更の内容等を記載した書面を交付(例外あり)

契約書面内容の電子交付

(1) 電子交付が可能な方法

- 次のいずれかの方法
 - ① 印刷可能な電子メール
 - ② 印刷可能なウェブサイト(通知又は閲覧確認が必要)
 - ③ 印刷できないが契約中及び契約終了後3ヶ月間閲覧可能なウェブサイト
(通知又は閲覧確認が必要)(その後掲載内容の書面を交付した場合はウェブサイト閉鎖可)
 - ④ CD等の電子媒体の送付
 - ⑤ URL等及びそれに関する説明の提供
- 電子交付する場合は、それが契約書面の交付に代えて行われる重要なものであることを利用者が確実に分かるようにしなければならない。

- 電子交付の承諾が得られなかった場合に、書面交付のため利用者に過度の負担を求めることは不適切。
- 法第26条の2第3項(到達時点に関する規定)は、民法第97条の一般原則の考え方に基づく。
- URL及びそれに関する説明を電子メール(SMS含む。)で送付する場合は、URLのクリックの有無は問わず、当該電子メールが到達すれば法第26条の2第3項との関係で利用者に到達したこととなる。

(2) 承諾の取得等

- あらかじめ、選択可能な電子交付方法を提示して、書面又は(1)の方法により利用者の承諾を取得すること。利用者が承諾を撤回した場合は、書面で交付すること
- **電子交付のみしか選択肢がないとして承諾を求めることは、不適切。ただし、サービスの性質等に応じ、デフォルトを電子交付とすることは可能。**
- 承諾取得の対象範囲(承諾により電子交付するサービスの範囲等)が利用者に分かるようにした上で**署名、クリック等により利用者の能動的な意思表示を受けることが必要。**
- 書面による交付と同様に、主要内容については一覧性を保ちつつ、全体としては一体性を有した形で閲覧可能なようにすることが求められる。多くの端末・ブラウザ等では8ポイント相当以上の大きさで表示されるようにすることが必要。

初期契約解除制度

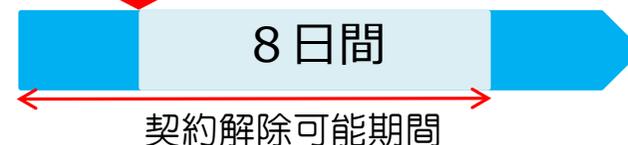
- 利用者は、**契約書面受領後等から8日間**は、相手方（電気通信事業者）の合意なく**契約解除**できる。また、初期契約解除制度の規定に反する**特約は無効とする**。

● 対象役務

移動通信	①MNOの 携帯電話端末サービス(音声サービスあり)	「確認措置」の認定を受けた サービスは適用除外	プリペイド型は対象外
	②MNOの無線インターネット専用サービス		
	③MVNOの無線インターネット専用サービス 期間拘束あり		
	④MVNOの 携帯電話端末サービス(音声サービスあり)		
固定通信	①光ファイバーインターネットサービス		
	②ケーブルテレビインターネットサービス		
	③上記①・②向けの分離型インターネット接続サービス		
	④DSL向けの分離型インターネット接続サービス(DSLの 回線部分の契約を解除しないで変更可能なもの)		

● 契約解除可能期間(原則)

契約書面受領日



● 契約解除時に利用者に請求できる上限額

①契約解除までのサービス提供の対価
※定額制の料金は、原則として日割り計算

②MVNOにおけるSIMカードの提供に要する費用

③サービス提供に必要な工事(実施済の工事)に通常要する費用^{※1}として総務大臣が告示^{※2}する額

④契約の締結のために通常要する費用(いわゆる事務手数料)^{※1}として総務大臣が告示^{※2}する額

⑤番号ポータビリティの適用に通常要する費用^{※1}として総務大臣が告示^{※2}する額

※1 当該費用として通常請求されるもの

※2 詳細は次ページ

- 利用者に不利な料金等の変更が含まれる変更契約・更新契約にも適用
- 利用者が初期契約解除を行う具体的な方法など制度利用に当たっての留意点を新ガイドラインで解説
- 乗換え元に復帰することについて不利益が予想されるにもかかわらず、その内容を説明しないこと又は虚偽の説明をすることは、事実不告知・不実告知の禁止の規定に抵触し得る

固定通信（通信サービスと端末が分離）

- ・販売形態を問わず苦情が多い
- ・通信サービスだけ解約して端末が手元に残っても不都合が生じない



初期契約解除制度の対象とする

移動通信（通信サービスと端末が事実上一体）

○ 訪問販売、電話勧誘

- ・苦情が多い
- ・不意打ち性が高い販売形態（突然の勧誘）
- ・端末についても特定商取引法等により解約可能



初期契約解除制度の対象とする

○ 店頭販売等

- ・不意打ち性が低い販売形態（他法では一般的に対象外）
- ・端末については、電気通信事業法の対象外
（特定商取引法等も訪問販売・電話勧誘を対象とし、店頭販売の端末は解約不可）



事業者が代替的取組（＝「確認措置」）を講じて認定を受けた場合に限り、初期契約解除に代えて「確認措置」を適用。

- ・電波状況や法令等の遵守状況を理由として、端末を含めて解約できる措置。
- ・不適切な販売による苦情が多くなれば認定を取り消す。
- ・一定の期間内に実施状況の評価・見直しを行う。

- 初期契約解除に伴い利用者が支払うべき額(対価請求額)のうち工事費用、事務手数料及び番号ポータビリティに係る費用の上限額を規定。

<p>工事費用</p>	<p>(FTTHアクセスサービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> 戸建て住宅に人員を派遣して行う工事 25,000円 集合住宅等に人員を派遣して行う工事 23,000円 その他の工事(人員派遣なし) <u>2,000円</u> <p>★土日・休日の場合は3,000円、 夜間・深夜の場合は10,200円を加算可能 (人員無派遣の場合は加算不可)</p>	<p>(CATVアクセスサービス)</p> <ul style="list-style-type: none"> 戸建て住宅に人員を派遣して行う工事 18,000円 集合住宅等に人員を派遣して行う工事 17,000円 その他の工事(人員派遣なし) <u>2,000円</u>
<p>事務手数料</p>	<p>3,000円 (固定通信、移動通信共通)</p>	
<p>番号ポータビリティに係る費用</p>	<p>3,000円 (固定通信、移動通信共通)</p>	

※上記の上限額に消費税を加えた額まで請求可能。

※上記の上限額以内であっても、通常の中途解約等で請求している額の方が低い場合は当該額が上限となる旨を告示に規定。

※上記のほか、施行規則に基づき、初期契約解除までに利用したサービスの利用料を合理的範囲内で請求可能。

- あくまで上限であり、全ての場合においてこの額まで請求できる権利が事業者には与えられるものではない。事業者が自主的に無償での契約解除に応じることも妨げられない。

初期契約解除対象として指定される移動通信役務のうち、電波のつながり具合や事業者による説明等が不十分であれば端末も含めて解約できる代替的措置(「確認措置」)が事業者により講じられているものであって、利用者の利益が保護されているとして認定を受けた役務については、初期契約解除に代えて「確認措置」を適用

確認措置

以下の全ての要件を満たす措置

- ① サービス提供開始日から8日間、利用場所状況(電波状況)及び法令等の遵守状況の確認が可能
- ② 確認した利用場所状況について十分でないときは、関連契約*を解除可能
※ 電気通信役務の契約、付随する有償継続役務の契約、及び端末の契約等。
- ③ 事業者があらかじめ定めた基準に遵守状況が適合しないとき*は、利用者が関連契約を解除可能
※ 事業者による説明等が不十分な場合を想定(説明義務又は書面交付義務について不適合)
- ④ 上記②・③の解除に伴い、利用者が支払うべき金額が、サービス提供の対価に法定利率による遅延損害金を加えた額*を超えない
※ 初期契約解除と異なり事務手数料の負担は不要。
- ⑤ 説明義務により、確認措置に関する事項を説明

指定された対象サービスであっても、初期契約解除が適用されない場合

利用場所状況や遵守状況についての「確認措置」を講じている役務であって、利用者利益が保護されているものとして総務大臣が認定する電気通信役務の契約を締結した場合

認定制度の運用

- ①利用者利益保護の観点から、店舗販売・通信販売についてのみ認定。
- ②利用者利益の保護に支障がある場合等は認定取消し可。

確認措置以外で初期契約解除を適用除外する場合:

- 1) 書面交付義務の適用がない場合
(法人契約、自動締結契約、軽微変更のみの契約等の場合)
- 2) 利用者申出による利用者に不利でない変更契約の場合
- 3) 変更契約又は契約の更新の場合で、料金等以外の事項に変更があったとき

確認措置の認定を受けた電気通信役務

	電気通信事業者の名称	電気通信役務の名称(サービス名)	電気通信役務の内容(※1)	認定日
MNO				
1	(株)NTTドコモ	<ul style="list-style-type: none"> • Xiサービス • FOMAサービス 	携帯電話端末サービス 及び 無線インターネット専用サービス	平成28年 5月20日
2	KDDI(株)	<ul style="list-style-type: none"> • au (WIN) 通信サービス契約 • au (LTE) 通信サービス契約 	携帯電話端末サービス 及び 無線インターネット専用サービス	
3	沖縄セルラー電話(株)	<ul style="list-style-type: none"> • KDDI(株)と同様 	KDDI(株)と同様	
4	ソフトバンク(株)	<ul style="list-style-type: none"> • ソフトバンク3G通信サービス • ソフトバンク4G通信サービス • ワイモバイル通信サービス(※3) 	携帯電話端末サービス 及び 無線インターネット専用サービス	
		<ul style="list-style-type: none"> • ソフトバンクモバイル(E)データ通信サービス 	無線インターネット専用サービス	
MVNO				
1	(株)ウィルコム沖縄	<ul style="list-style-type: none"> • ワイモバイル通信サービス(※3) 	無線インターネット専用サービス(※2)	平成28年 5月20日
2	(株)ノジマ	<ul style="list-style-type: none"> • nojima EM LTE • nojima mobile YM 	無線インターネット専用サービス(※2)	
3	(株)ヤマダ電機	<ul style="list-style-type: none"> • YAMADA air mobile 	無線インターネット専用サービス(※2)	
4	(株)ラネット	<ul style="list-style-type: none"> • BIC 4G LTE SERVICE 	無線インターネット専用サービス(※2)	
5	SBパートナーズ(株)	<ul style="list-style-type: none"> • SBパートナーズ通信サービス データ専用サービス 	無線インターネット専用サービス(※2)	平成29年 2月27日

※1 法人契約その他の電気通信事業法施行規則第22条の2の7第1項第1号から第4号までに掲げる契約により提供されるもの、プリペイドサービス及び特定商取引に関する法律第2条第1項に規定する訪問販売又は同条第3項に規定する電話勧誘販売を行うものを除く。

※2 MVNOの期間拘束付サービス。

※3 PHSサービスを除く。

○ 電気通信事業者・代理店が次の行為をすることを禁止：

- ①契約の重要事項について、故意に事実を告げず、又は事実でないことを告げる行為（不実告知等）
- ②求められない勧誘を継続する行為（勧誘継続行為）

対象範囲

- 説明義務対象の電気通信役務と同じ。
- 法人契約、利用者利益に支障を生じない軽微変更をする契約は勧誘継続行為禁止から除外。

事実不告知 不実告知

- 契約に関する事項であって利用者の判断に影響を及ぼす重要なものについて、故意に事実を伝えないこと及び事実と異なる虚偽の説明を行うことを禁止
- 実際には通常価格である料金をキャンペーン価格であると伝える行為、初期契約解除が適用されるにもかかわらず適用がないと伝える行為、現在利用しているサービスが終了予定であるかのような虚偽の説明をする行為等は不適切。

勧誘継続 行為

- 勧誘の形態にかかわらず、電気通信役務の契約を締結しない旨の意思あるいは勧誘を引き続き受けることを希望しない意思を表示した場合、勧誘をした事業者又は代理店がその同一の電気通信役務の契約の勧誘を継続することを禁止。
- 利用者から「お断りします」「結構です」「迷惑です」などの意思表示があった場合の再度の勧誘が不適切。
- 利用者からの拒否の意思の範囲（役務、事業者等）は、その意思をどのように具体的に示したかという事実により判断されるため、慎重に対処することが望ましい。

- 電気通信事業者に対し、媒介等業務の適切かつ確実な遂行を確保するため、**媒介等業務受託者への指導等の措置を行うことを義務付ける。**

● 電気通信事業者は次の各措置を講じる必要

①媒介等業務(以下「業務」)を**適正かつ確実に遂行できる能力を有する者に委託するための措置**

②業務の実施状況を**監督する責任者の選任**

③**業務手順等文書**(適切な誘引の手段に関する記載を含む)の**作成、研修の実施等**

- 代理店独自のオプションについて、内容を記載した書面を交付するといった手段の記載が手順等文書に必要(交付方法は書面交付義務を参考。別途の書面でも可。)

④**媒介等業務受託者の届出に関する措置**

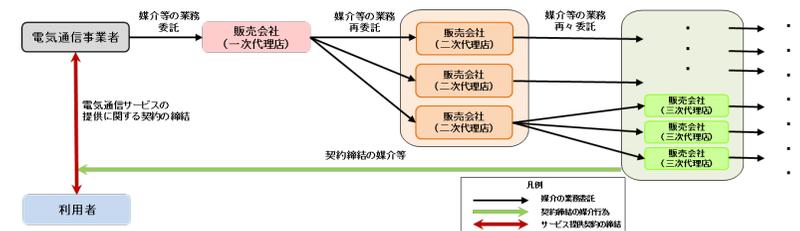
⑤業務の**実施状況の確認、検証、必要に応じた改善等**

⑥利用者からの**苦情の適切かつ迅速な処理**

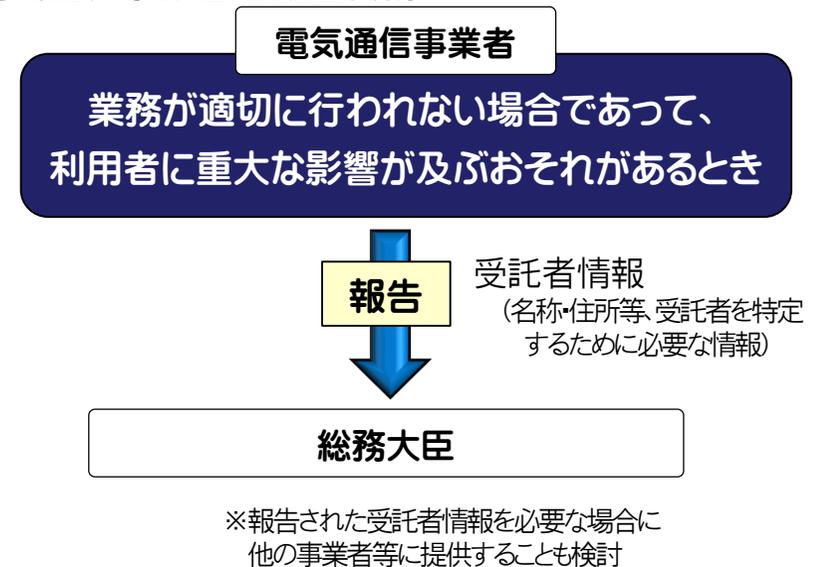
⑦業務が適切に行われな場合、**業務の中止、他の適切な者への速やかな委託、業務の委託契約の変更又は解除等**

⑧各措置の適正かつ確実な実施のための**委託状況の把握**

● 二次以下の代理店でも同様の措置が講じられる必要



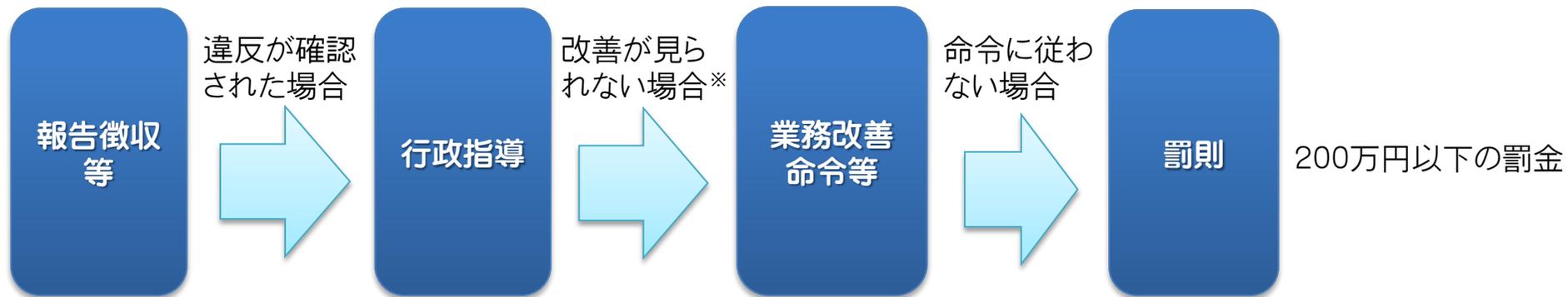
● 電気通信事業者の報告義務



各行政規律の担保措置

- 各行政規律に違反の疑いのある**電気通信事業者・代理店**に対しては、
 - ・ **報告徴収等**を行い、違反が確認された場合には、**行政指導**により改善を促した上で、
 - ・ それでもなお、改善が見られない場合は、**業務改善命令等**による**是正**を行うことを想定。

● 執行のイメージ



※ 書面交付義務違反に対しては直罰(30万円以下の罰金)も科される。

● 各行政規律の対象

参考：民事的規律の対象

	説明義務	書面の交付義務	不実告知等の禁止	勧誘継続行為の禁止	代理店に対する指導等の措置義務
電気通信事業者	○	○	○	○	○
代理店	○	-	○	○	-

初期契約解除制度 (民事効)
○
-

※ 代理店の届出義務違反に対しては直罰(6箇月以下の懲役又は50万円以下の罰金)が科される。

報告事項		対象事業者・役務	報告時期
サービスに関する事項	事業者に関する事項		
苦情・相談 関係	<ul style="list-style-type: none"> ➤ サービス名 ※利用者に対し表示している固有の名称 ➤ サービスのウェブサイトアドレス (電気通信事業報告規則第4条の6第1項) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 説明義務対象の役務のうち、 ➤ 役務種類^(※1)ごとの契約者数が1万以上^(※2)の事業者のその役務 	毎四半期末後 1ヶ月以内 ※初回報告は 5月末時点を6月末まで。
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 初期契約解除制度の対象契約の締結件数、解除件数 ➤ 確認措置の対象契約の締結件数、申出件数、解除件数 ※対象契約は新規契約を指す。 (電気通信事業報告規則第4条の6第2項) 		
代理店 関係	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 代理店の名称、法人番号、連絡先(電話番号等)、階層番号、利用者に接する業務の有無 ➤ 不明な部分は「不明」と記入し、理由を記載 (電気通信事業報告規則第4条の6第3項) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 初期契約解除対象の役務のうち、 ➤ 役務種類^(※1)ごとの契約者数が1万以上^(※2)の事業者のその役務 	毎半期末後 2ヶ月以内 ※初回報告は 9月末時点を11月末まで。

※1 役務種類は、利用者保護規律の対象を定める指定告示上の種類と同一。基本として役務種類ごとに別葉で提出。

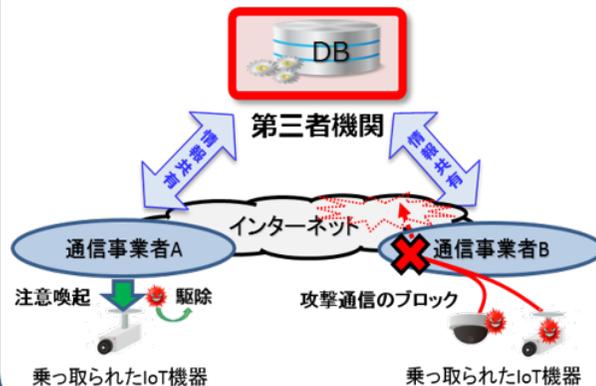
※2 契約者数の「1万以上」については、法人契約等の説明義務が適用されない契約を除外して計算。

IoT化に伴うサイバー攻撃の深刻化やネットワークのIP網への移行に対応するため、電気通信事業法を改正。

①深刻化するサイバー攻撃への通信事業者の対処の促進

- IoT機器を悪用したサイバー攻撃によるインターネット障害の深刻化
- サイバー攻撃の送信元となるマルウェア感染機器などの情報を共有するための制度を整備し、通信事業者による利用者への注意喚起・攻撃通信のブロック等を促進

第三者機関を通じた情報共有による対処



②電気通信番号に関する制度整備

- モバイル化・IoT化に伴う番号ニーズの増大による番号の逼迫やIP網移行に対応した全ての事業者による番号管理の必要性
- 番号の公平・効率的な使用と電話サービスの円滑な提供のため、使用条件を付して事業者に番号を割り当てるための制度を整備

番号の逼迫状況や効率的な使用

■ 番号の逼迫状況

番号	用途	指定率 (指定数/全番号)	使用率 (使用数/指定数)
070/080/090	携帯電話・PHS	90.4%	70.3%
0120	着信課金	99.2%	55.3%

※ その他、固定電話(0AB-J番号)の市外局番は、全国(582地域)のうち138地域で指定率が80%以上(平均使用率が18.6%)

■ 番号ポータビリティ(電話番号の持ち運び)

固定電話は現在、NTT東西から他事業者への片方向のみ。今後、携帯電話と同様、双方向番号ポータビリティを実現

③電気通信業務等の休廃止に係る利用者保護

- IP網移行や通信設備の更改等を背景として利用者への影響が大きい業務等の終了が予定
- 事業者が業務の休廃止に伴い行う利用者周知について、行政が予め確認するための制度を整備

例：廃止予定のINSサービスの用途



施行
期日

公布日から**9月内**
(平成31年2月22日まで)

公布日から**1年内**
(平成31年5月22日まで)

公布日から**1年内**
(平成31年5月22日まで)

- 利用者の利益に及ぼす影響が大きい電気通信サービスを休廃止する際の利用者保護を図るため、事業者が利用者に周知する内容に関する事前届出により行政が事業者の取組状況を確認等するための制度を整備。

現 状

事業者による適切・十分な利用者周知の確保

- 固定電話網のIP網への移行等を背景に、利用者の利益に及ぼす影響が大きいサービス(例:NTT東西の固定電話やINSネット(デジタル通信モード))が終了予定
- 現行の退出規律(事後届出制)では、事業者による利用者周知の取組が適切・十分でない場合の対応が困難

【参考】NTT東西のINSネット(デジタル通信モード)

低速だが高品質・低遅延でデータ通信を行うことが可能なサービス。国民生活・経済活動に直結する幅広い場面で利用されている。

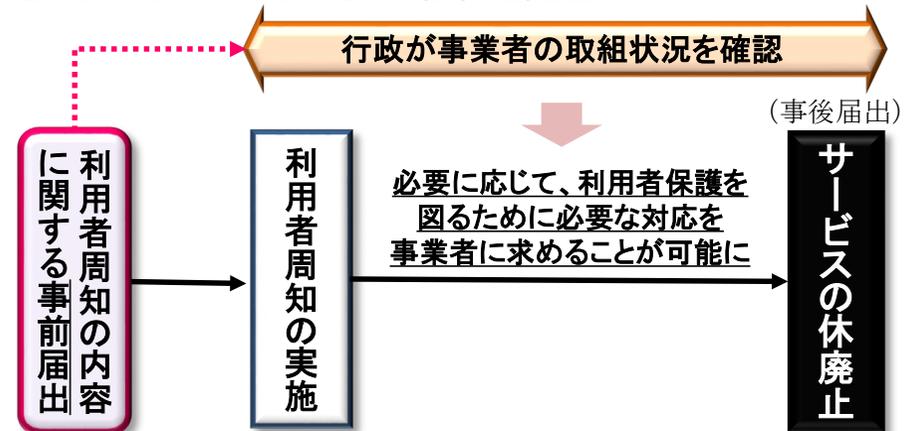
<利用分野の例> ※INSネットの契約数:約256万件(2016年3月末現在)

<p>企業間の電子商取引(EDI) 受発注30~40万社の一部</p> 	<p>カード決済端末 約6~10万台</p> 	<p>電子端末による銀行取引 (振込・口座照会) 約10万社(メガバンクの延べ数)</p> 	<p>ラジオ放送 (番組中継・番組素材配信) 臨時回線3,100回線以上 (99社(年間))</p> <p>地方野球場 商業施設</p> 
--	--	---	--

制度整備後

事業者による利用者周知の内容に関する事前届出

- 事業者による利用者周知の内容(例:移行先となり得るサービスや苦情・相談窓口等)を、予め行政が確認等することにより、利用者における円滑なサービスの移行を促進



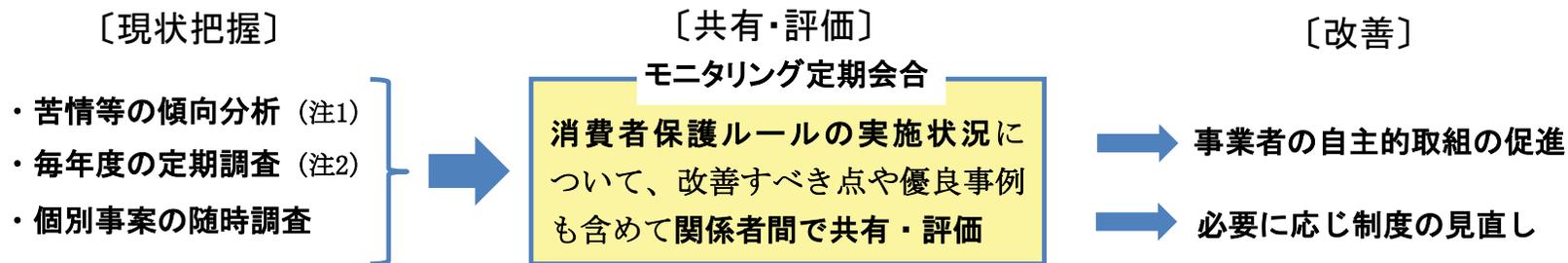
※ 各事業者による周知の実施に資するため、一定期間の間に各事業者が届出に基づき実施する周知の取組内容などの情報を行政が整理・公表。

省令で定める事項

- 利用者周知の実施の方法、周知事項
- (利用者利益への影響が比較的少ないものとして)周知不要となる役務
- (利用者利益への影響が大きいものとして)事前届出の対象となる役務 等

- 平成27年度電気通信事業法改正後の法執行を適切に実施し、制度の実効性を確保するため、消費者保護ルールの実施状況のモニタリングを実施。
- 総務省及び関係者(※)の間で実施状況について共有・評価等する「モニタリング定期会合」を開催。

※ 有識者、事業者団体、消費者団体 等



(注1) : PIO-NETと総務省に寄せられた苦情相談のうち、約3分の1を無作為サンプル抽出し、分類・整理

(注2) : 書面調査、実地調査(覆面調査、利用者アンケート)等

(参考) モニタリング定期会合 構成員

- | | | | |
|---------------|------------------|---------|---|
| (主査) ■ 新美 育文 | 明治大学名誉教授 | ■ 黒坂 達也 | 総務省情報通信政策研究所コンサルティング・フェロー |
| (主査代理) ■ 森 亮二 | 弁護士 | | 慶應義塾大学大学院 特任准教授 |
| ■ 石田 幸枝 | 全国消費生活相談員協会理事 | ■ 市川 芳治 | 慶應義塾大学法科大学院 非常勤講師 |
| ■ 長田 三紀 | 情報通信消費者ネットワーク | ■ 横田 明美 | 千葉大学大学院 准教授 |
| ■ 北 俊一 | (株)野村総合研究所 パートナー | | (オブザーバー) TCA、全携協、テレサ協、JAIPA、CATV連盟、国民生活センター |

○ 電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針(平成28年5月20日公表)抄

第5章 モニタリング定期会合

モニタリング定期会合とは、第1章から第4章までの実施により判明した問題点や優良事例に関する情報、報告規則の規定により報告された情報等を用いて、利用者保護規律に関する制度の実施状況について、総務省及び関係者の間で共有・検討・評価する会合であって、定期的に開催するものをいう。モニタリング定期会合は、それらの情報を共有することにより、①事業者による自主的な取組の促進、②初期契約解除制度の対象範囲を含む制度の評価及び必要な見直しに関する提案、及び③次期定期調査の重点項目について検討等を行うことを目的とする。開催の結果については、他の会議体に報告し、又は公表する。

モニタリング定期会合の構成員その他運営について必要な事項は、別に定める。

○ 電気通信事業分野における市場検証に関する基本方針(平成28年7月15日公表)抄

3. 平成31年までの重点事項

④ 消費者保護ルールに関する取組状況

改正電気通信事業法においては、利用者保護の観点から、「説明義務の充実」、「書面の交付義務の導入」、「初期契約解除制度の導入」、「勧誘継続行為の禁止・不実告知等の禁止」及び「代理店指導措置の導入」を行い、利用者保護に係る制度の充実を図ったところである。これらの消費者保護ルールの施行状況について、「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」(平成28年5月20日公表11)に基づき、分析・検証を行う。

本方針に基づく市場検証に当たり、改正電気通信事業法の施行や電気通信事業分野の市場動向等を勘案し、①固定系通信・移動系通信における卸及び接続を1年目の重点事項とし、②移動系通信における禁止行為規制の緩和の影響、③グループ化の動向については2年目以降の重点事項とすることを基本とする。なお、④消費者保護ルールに関する取組状況については1年目から継続して重点事項とする。

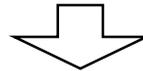
4. 検証プロセスの全体像

4.7 電気通信市場検証会議

なお、消費者保護ルールに関する取組状況の具体的な分析・検証等については、上記3.④で示した「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づき、関係の専門家が参加する別の会合の場を中心として実務的な検討・作業を行うこととし、当該分析・検証等の結果又は進捗状況等について電気通信市場検証会議にも報告するなど、緊密な連携を図りながら、適切に検証プロセス全体を運用していくこととする。

1. MVNO音声通話付サービスの初期契約解除制度の導入

- ・ 電気通信事業法に基づく初期契約解除制度について、移動通信サービスについては、MNOサービス及びMVNO期間拘束付データ通信専用サービスが同制度の対象サービスになっていたが、MVNO音声通話付サービスは対象となっていなかった。(制度導入の検討当時、苦情相談件数がほとんどなかったことによる。)
- ・ MVNOの普及が進んできている中で、MVNOの音声通話付サービスについての苦情相談も少ないとは言えない状況となってきたため、第4回モニタリング会合(平成30年2月16日)において、「初期契約解除制度の対象とすることが適当である」旨 意見集約。



平成30年4月、情報通信行政・郵政行政審議会に諮問。6月、答申。
改正省令・告示が10月1日施行。

2. 消費者保護ルールガイドラインの改定

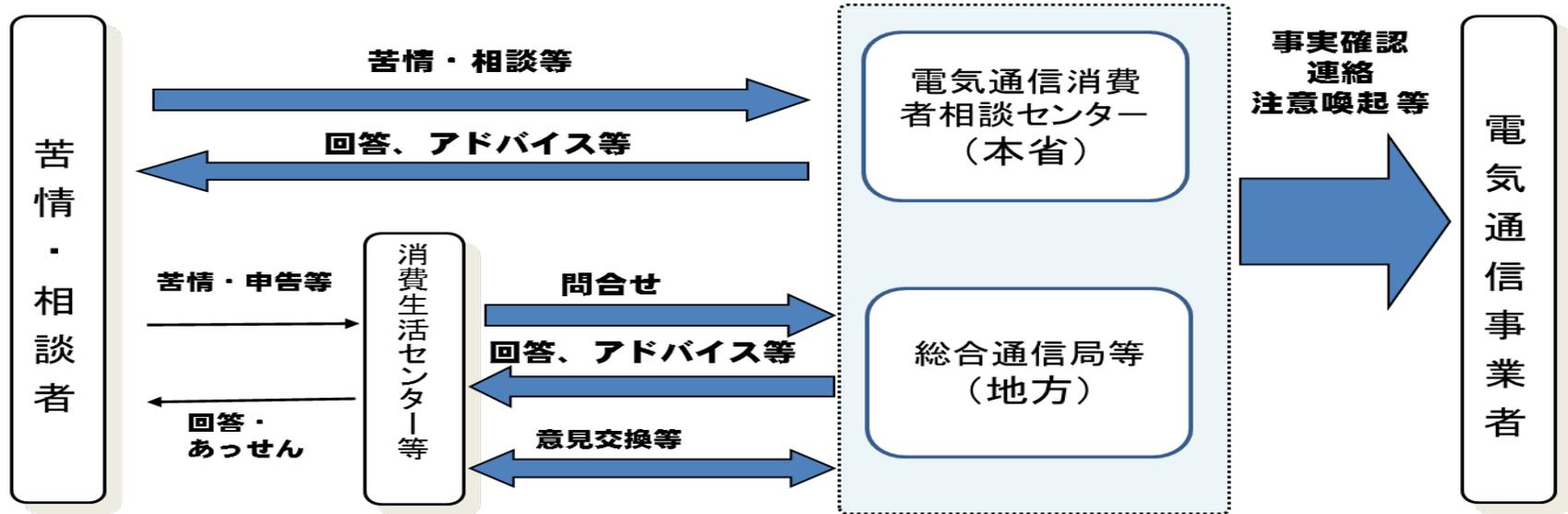
- (1) 実質的に利用者の通信サービス契約期間を長期に拘束する効果のある残債免除等施策(いわゆる「4年縛り」※)について、利用者への事前説明を義務づけることを明記する改定を実施(平成30年8月)。

※ 利用者が指定端末の代金を4年間の割賦払いにし、2年後に機種変更する際、同じプログラムに入り続けること等を条件に、割賦残債の半額を免除する施策

- (2) モニタリングにおける指摘事項について、その継続的な実施及び調査対象外事業者による実施等の観点から、明記する改定を実施(平成29年9月)。

- ① 利用者に対し、月々の支払額について、個々に説明するだけでなく、総支払額(合計金額)を説明・書面交付
- ② 利用者に対し、解約時に請求される諸費用の見込みを個々に説明するだけでなく、解約諸費用の一括での説明・書面交付
- ③ オプションサービスの無料期間終了前の事前通知
- ④ 毎月の料金請求額が確定した時に、利用者に電子メールで請求情報を通知
- ⑤ 代理店の電話勧誘後の電気通信事業者自らの責任による契約意思等の後確認
- ⑥ 代理店の電話勧誘通話記録の定期的なサンプル調査 等

- ①苦情・相談の受け付け（論点の整理等のアドバイス、電気通信事業に係る制度の解釈等）
- ②電気通信事業者等への事実確認等の連絡、分析結果に基づく注意喚起 等



消費者向け周知文書の事例

電話勧誘トラブル
注意啓発リーフレット



(主に高齢者向け・3万部)

電気通信サービスQ&A
(毎年度)



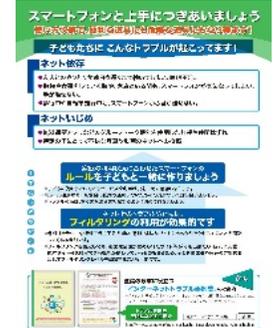
(11万部)

インターネットトラブル事例集
(毎年度)



(主に青少年向け・インターネットにて公開)

スマートフォン使用にあたっての
注意啓発リーフレット



(主に高校生、保護者向け・20万部)

- 国（各地域の総合通信局等）、地域の消費生活センター、電気通信事業者等の関係者間で、情報共有や意見交換を実施。
- 原則、各地域で年2回開催。

電気通信事業者等

- 最新のサービスやその仕組み、各種取組に関する紹介・説明
- 苦情・相談事例の把握
- 問題点や課題等に対する現状説明・改善点の検討

関係者間の連携による消費者利益の向上

消費生活センター (都道府県、市区町村)

- 最新のサービスやその仕組み、電気通信事業者における各種取組の状況や電気通信消費者行政の最新の動向に関する情報収集
- 苦情・相談事例の共有
- 問題点や課題等の指摘

国

(総務本省、総合通信局等)

- 電気通信消費者支援連絡会の定期開催
- 最新の電気通信消費者行政の最新の動向に関する情報提供
- 苦情・相談事例の把握
- 利用者リテラシー向上のための資料配付

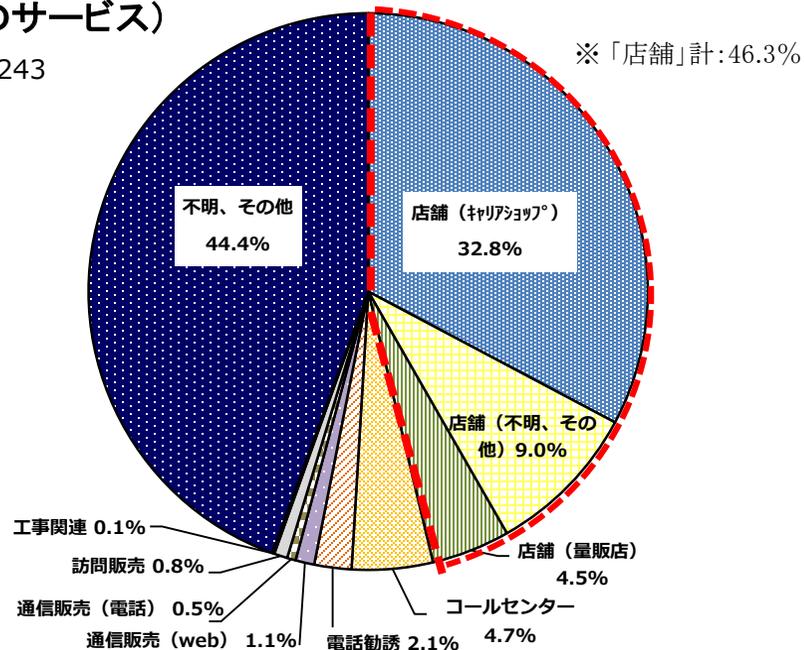


◆ **消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合資料**
（苦情相談分析、実地調査等）
～ 平成29年度モニタリング定期会合結果 ～

(1) 苦情相談の要因となった販路又は対応場所等について

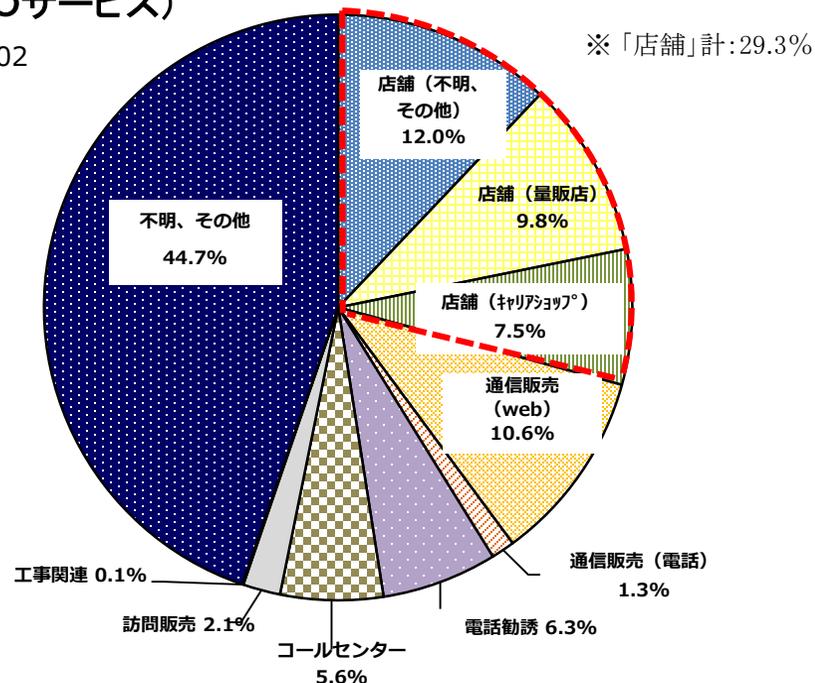
(MNOサービス)

N = 6,243



(MVNOサービス)

N = 1,702



(2) 苦情相談の例(主な「苦情相談の項目・観点」(上位3つ)と内容)

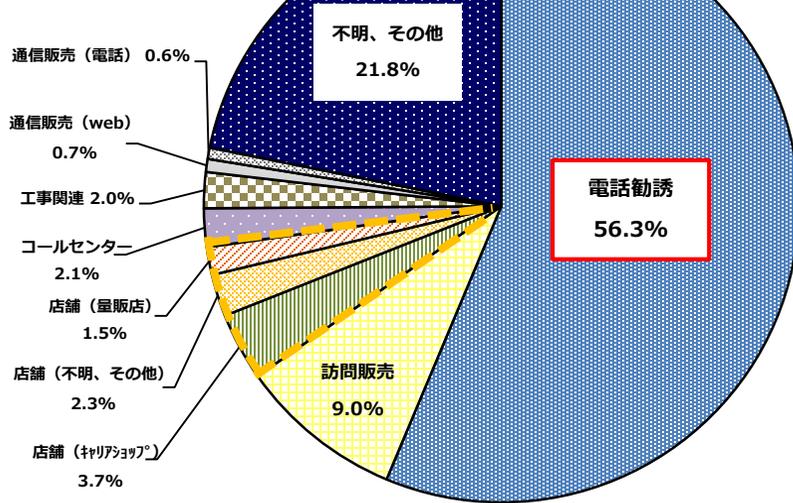
- ① 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 24.5%**
 (事例)・解約したはずの契約の料金請求が続いている。
 ・通信料金の支払いができず滞納している、このまま支払わないと通信が止められると言われたが、なんとかならないだろうか。
 ・通信料金の請求額が説明を受けた額と違う。
- ② 解約の条件・方法(解約料等) 17.2%**
 (事例)・不要な契約を解約したいので方法を教えて欲しい。
 ・解約するには高額な違約金の支払いが必要と言われたが、納得できない。
- ③ 通信料金の設定水準等(高額すぎる等) 14.5%**
 (事例)・事前に説明を受けていた料金より、高い金額の請求がきた。
 ・あまり利用した覚えはないが、通信料金・通話料金が想定していたよりも高額になった。海外に持って行ったら、高額な請求がきた。

- ① 解約の条件・方法(解約料等) 26.7%**
 (事例)・SIMカードのサイズが異なっており、使用できなかったため、違約金を支払うことなく解約したい。
 ・電話でしか解約を受け付けていないが、繋がりがづらく解約できない。
- ② 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 20.3%**
 (事例)・通話代金が高額だが、心当たりのない。どうすれば良いか。
 ・アプリ経由で通話しないと通話料金が発生することを知らずに高額な請求が来た。支払いたくない。
 ・契約した覚えの無い会社から請求が来ているがどうすれば良いか。
- ③ 勧められて新規に契約 11.3%**
 (事例)・勧誘時に受けた説明より料金が高い。契約を取り消したい。
 ・高速と聞いていたが、聞いていたより速度が遅く使い勝手が悪い。解約できないか。

(1) 苦情相談の要因となった販路又は対応場所等について

(FTTHサービス)

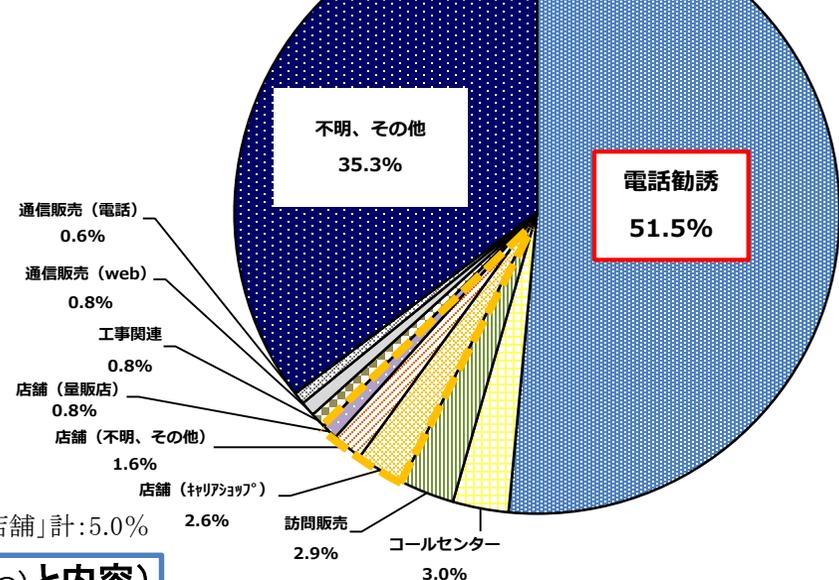
N=8,660



※「店舗」計:7.5%

(ISPサービス)

N=2,011



※「店舗」計:5.0%

(2) 「電話勧誘」の苦情相談の例(主な「苦情相談の項目・観点」(上位3つ)と内容)

① 勧められて事業者等に乗換え 39.3%

(事例) ・大手通信事業者からの電話だと思い、契約したが別の事業者だったので、費用負担なく解約したい。
 ・現在利用中の事業者から、プラン変更の案内だと思い、承諾したが、別の事業者だった。元の事業者に戻りたい。

② 解約の条件・方法(解約料等) 19.2%

(事例) ・不要な契約を結んでしまったので、すぐに解約を申し出たが、本当に解約できているのか不安。
 ・解約をしたいが、事業者に連絡がつかず、解約できない。

③ 勧められて新規に契約 11.0%

(事例) ・勧められたまま不要な契約を結んでしまったので、解約を申し出たが、高額な違約金を請求されて不満。
 ・勧誘電話を受け、内容を理解しないまま、契約に応じてしまったようだ。契約する意思はなかったなので、解約したい。

① 勧められて事業者等に乗換え 42.8%

(事例) ・大手電話会社からの電話だと思い契約したが、別の事業者だった。費用負担なく解約したい。
 ・現在の契約先事業者からのプラン変更の案内だと思い、承諾したが、別の事業者だった。元の事業者に戻りたい。

② 解約の条件・方法(解約料等) 23.7%

(事例) ・プロバイダ料金が今より安くなると勧誘され契約したが、安くならなかった違約金等を支払うことなく解約したい。
 ・大手電話会社からの電話だと思い契約したが、別の事業者だった。費用負担なく解約したい。

③ 勧められて新規に契約 8.9%

(事例) ・大手電話会社からの電話だと思い契約したが、別の事業者だった。費用なく解約したい。
 ・料金が安くなると勧誘され契約したところ、申し込んだ覚えのないオプションが付けられており、料金が高くなっていった。違約金等を支払うことなく解約したい。

【H29年度実地調査概要】

携帯電話や光回線サービスの販売現場で、利用者に扮した調査員が、サービスに関する提供条件等の説明を受けることにより、法令の遵守状況等について確認するもの

	MVNOサービス	MNOサービス	FTTHサービス
調査対象事業者数	11社(音声:8社 データ:3社)	3社	6社
調査時期	平成29年12月～平成30年1月	平成30年2月～3月	平成30年2月～3月
調査実施件数	計291件(各社50～6件)	計150件(各社50件)	計109件(各社30～5件)
調査方法等	<ul style="list-style-type: none"> 通信サービス(音声又はデータ)の新規契約と端末の一括購入(一部は通信サービスのみ) 契約締結直前に調査を中断する方法 	<ul style="list-style-type: none"> 通信サービス(音声及びデータ)の新規契約と端末の一括購入 契約締結直前に調査を中断する方法 	<ul style="list-style-type: none"> 集合住宅向けFTTH(光電話を含む)の新規契約 契約締結し、その後に契約を解除する方法

【MNOサービス】 3社 [調査件数:各社約50件]

○ 昨年調査に比して相当程度の改善が見られたが、なお説明の実施状況が不十分と認められるケースが一定程度あり。

⇒ 3社に対し、改めて行政指導を実施(7月中旬)

① 2年縛りプラン以外の料金プラン*が紹介されなかった例:全体平均36% 【昨年調査:68%】

※ 当初から縛りのないプラン及び2年後フリーのプラン

② 自動更新の説明がなかった例:全体平均27% 【昨年調査:58%】

③ 更新月の説明がなかった例:全体平均22% 【昨年調査:58%】

④ 違約金又は具体的な違約金の額の説明がなかった例:全体平均15%

⑤ 解約月の基本料金は日割りされない旨について説明がなかった例:全体平均40% 【昨年調査:76%】

⑥ 確認措置で契約解除が可能となる場合について適切に説明されなかった例:全体平均26% 【昨年調査:79%】

⑦ 実際に使用する者が申込者自身であるかどうかの確認がなかった例:全体平均10% 【昨年調査:43%】

【FTTHサービス】 6社 ※ 契約者の多い事業者を優先して選定(平成28年度調査対象事業者を除く) [調査件数:各社5~30件]

○ 説明の実施状況が不十分と認められるケースあり。 ⇒ 6社に対し、行政指導を実施(7月中旬)

① 通信速度についてベストエフォートであることの説明がなかった例:全体平均37%

② 2年縛りプラン以外の料金プラン*が紹介されなかった例:全体平均67%

※ 当初から縛りのないプラン及び2年後フリーのプラン

③ 自動更新の説明がなかった例:全体平均38%

④ 解約月の基本料金は日割りされない旨について説明がなかった例:全体平均57%

⑤ 初期契約解除制度について説明がなかった例:全体平均26%

【MVNOサービス】 11社 [調査件数:各社約6~50件]

○ 説明の実施状況が不十分と認められるケースあり。 ⇒ 11社に対し、行政指導を実施(2月下旬)

- ① 通信速度制限について適切に説明がなされなかった例: 音声通話付64%、データ通信専用22%
- ② 通信速度についてベストエフォートである旨(時間帯によっては通信速度が低下する等)の説明がなかった例: 音声通話付42%、データ通信専用34%
更に、通信速度の具体的な説明があった場合において、必ずしも明確な根拠なく、MNOの速度と同等である旨の説明(『MNOと変わらない』、『MNOの社名を挙げて)同等である』)、あるいは恒常的に高速であると誤解を招く説明(『ハイビジョン(HD)画質の動画を引っかかることなく見ることができる』)があった例: 音声通話付15%、データ通信専用6%
- ③ 契約から一定期間後に基本料金額が上がるプランにおいて、その旨が適切に説明されなかった例: 音声通話付18%、データ通信専用17%
- ④ 解約の際の違約金について説明がなかった例: 音声通話付22%、データ通信専用11%
- ⑤ 解約月の基本料金は日割りされない旨の説明がなかった例: 音声通話付44%
- ⑥ 解約に伴う端末購入割引の取消し(端末割賦残債の支払いが発生)について説明がなかった例: 音声通話付30%
- ⑦ 期間拘束について適切に説明がなされなかった例: 音声通話付19%、データ通信専用8%
- ⑧ 自動更新について説明がなかった例: 音声通話付30%、データ通信専用15%
- ⑨ 更新月について説明がなかった例: 音声通話付34%、データ通信専用24%
- ⑩ 初期契約解除制度について説明がなかった例: データ通信専用19%
- ⑪ 事業者指定のアプリを用いる通話定額サービス(例:5分以内の通話かけ放題サービス)について、その利用条件として、当該アプリの使用が必要であることの説明がなかった例: 音声通話付21%
- ⑫ 事業者指定のアプリを用いる通話サービスについて、緊急通報(110番等)に非対応であることの説明がなかった例: 音声通話付53%
- ⑬ 実際に使用する者が申込者自身であるかどうかの確認がなかった例: 音声通話付33%

1. MNOサービス

調査結果

[販売現場における実地調査(覆面調査)結果]
昨年度調査結果よりも改善。ただし、なお説明状況が不十分と認められるケースあり

[苦情分析結果等]

苦情相談件数は継続的に減少(▲19%)

- ① ただし、高齢者からの苦情相談は利用動向に比べ相対的に高い割合
- ② また、新たなサービス等も、逐次、提供されている中で、提供条件が分かりにくい等の指摘があるものもある(「4年縛り」)

対応・取組の方向性

- 改めてMNO 3社に対し行政指導を実施(H30.7)(継続的にフォローを実施)
- 一層丁寧な高齢者対応や説明時間短縮等の方策の検討推進
※ 現在、全携協、携帯電話事業者で検討中
- 契約時における提供条件の概要説明の場面の他、利用者の理解を助ける取組推進(携帯ショップにおけるスマホ教室の推進等)
- 「4年縛り※」の提供条件の説明を義務づける消費者保護ガイドラインを改正(H30.8)。これを踏まえた適切な説明の実施徹底

⇒ モニタリング会合で指摘し、総務省からも事業者・事業者団体に要請

※ 利用者が指定端末の代金を4年間の割賦払いにすること、及び指定料金プログラムへ加入することを前提に、2年後に機種変更する際、旧端末を下取りに出すこと、及び同じプログラムに入り続けることを条件に、割賦残債を免除する施策

2. MVNOサービス

調査結果

[販売現場における実地調査(覆面調査)結果]
説明状況が不十分と認められるケースあり

[苦情分析結果等]

全体の苦情相談件数は減少(▲8%)。ただし、音声通話付サービスについては増加(+36%)

- ① MVNOサービスに特有な苦情も多く見られる
- ② 通信速度に係る苦情相談件数の割合はMNOに比べ多い(3倍強)
- ③ 音声通話付サービスについて、契約初期に寄せられた苦情のうち、半数近くが契約解除に係るもの

対応・取組の方向性

- MVNO11社に対し行政指導を実施(H30.2)(継続的にフォローを実施)
- MVNOサービス特有の事項について、利用者への分かりやすい周知の実施推進
※ テレサ協は、利用者向けチェックポイントを作成(H29.4)、改定(H30.6)
- 実効速度計測・広告表示の実施に向けた業界ガイドライン整備、これに基づく表示の実施
※ テレサ協等においてガイドラインの検討中
- 音声通話付サービスへの初期契約解除制度の導入(H30.10)、これを踏まえた適切な運用の実施徹底

⇒ モニタリング会合で指摘し、総務省からも事業者・事業者団体に要請

3. FTTHサービス

調査結果

[販売現場における実地調査(覆面調査)結果]
説明状況が不十分と認められるケースあり

[苦情分析結果等]

苦情相談件数は減少(▲22%)。ただし、

- ① 電話勧誘についての苦情相談割合が高い
- ② 高齢者からの苦情相談は利用動向に比べ相対的に高い

対応・取組の方向性

- FTTH事業者6社に対し行政指導を実施(H30.7)(継続的にフォローを実施)
- 電話勧誘適正化の一層の推進(業界ガイドラインの実施徹底)
 - ※ テレサ協は、電話勧誘時の説明話法に係るガイドラインを作成(H29.10)、改定(H30.6)
 - ※ 一層丁寧な高齢者対応についてガイドラインに追記予定
- 契約時における利用者の注意事項の周知の実施推進
 - ※ 分かりやすい「図解リーフレット」を事業者団体で作成(H30.6)

⇒ モニタリング会合で指摘し、総務省からも事業者・事業者団体に要請

4. ISPサービス

調査結果

[苦情分析結果等]

苦情相談件数は増加(+12%)(特にH29年度下半期に増加)

- ① 電話勧誘についての苦情相談割合が高い
- ② 高齢者からの苦情相談は利用動向に比べ相対的に高い

対応・取組の方向性

- 電話勧誘適正化の推進(事業者・事業者団体における取組の強化)

⇒ モニタリング会合で指摘し、総務省からも事業者・事業者団体に要請

- ※ H30年度モニタリング調査では、新たに、各ISP事業者について、代理店指導・監督措置を含めた対応状況を調査
- ※ また、苦情相談内容を更に精査し、必要に応じて個別の事業者対応も実施

5. その他(各サービス共通事項)

広告表示の適正性確保の取組を強化(事業者及び事業者団体(電気通信サービス向上推進協議会)における取組の推進)

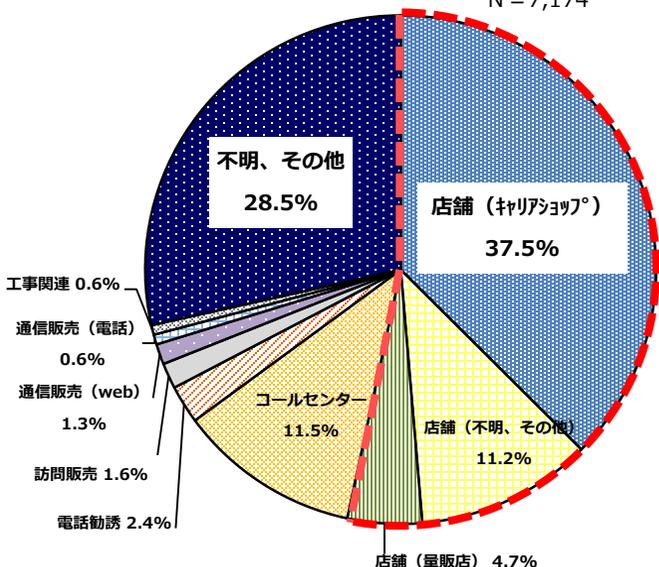
⇒ モニタリング会合で指摘し、総務省からも事業者・事業者団体に要請(H30.7)

◆ **消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合資料**
（苦情相談分析、実地調査等）
～ 平成30年度モニタリング定期会合結果 ～

(1) 苦情相談の要因となったチャネル又は対応場所等について

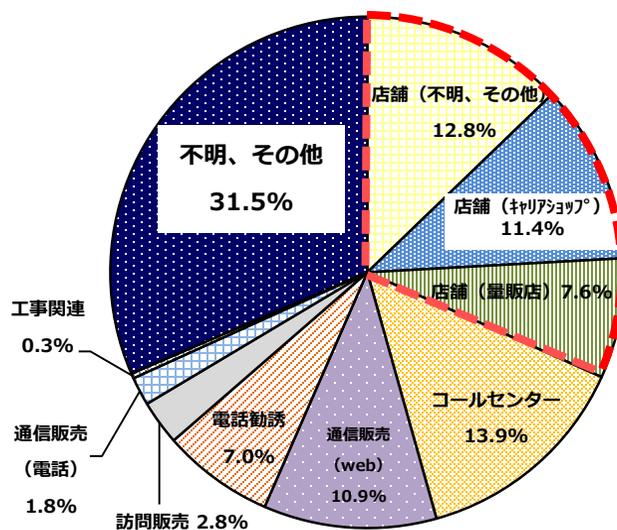
(MNOサービス)

N = 7,174



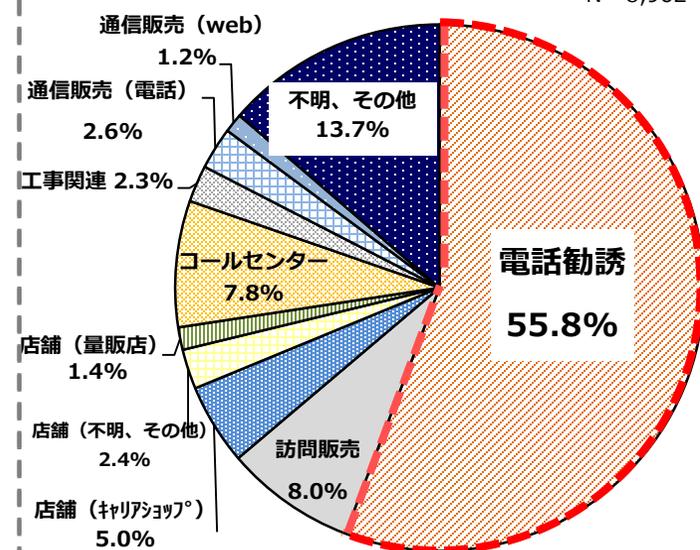
(MVNOサービス)

N = 1,277



(FTTHサービス)

N = 8,962



(2) 苦情相談の例(主な「苦情相談の項目・観点」(上位3つ)と内容)

[電話勧誘について]

1. 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 22.3%

- 例) 高額な利用料を請求されたが、なぜそうになっているのかわからない。
- ・通信料金の請求額が説明を受けた額と違う。

2. 解約の条件・方法(解約料等) 19.3%

- 例) Wi-Fiを勧められて契約したが、不要なので解約したい。
- ・解約するには高額な違約金の支払いが必要と言われたが、納得できない。

3. 通信契約の加入・変更手続き 13.6%

- 例) 契約の際、不要な高額プランやセット契約を勧められて契約してしまった。
- ・契約をしようとしたが、審査に通らないと言われ、その理由も教えてもらえない。

1. 解約の条件・方法(解約料等) 27.3%

- 例) 通信速度が遅く使いづらいので、解約したい。違約金の負担なく解約可能か。(データ通信専用)
- ・期待したほど料金が安くないので、解約したが、違約金を請求され不満。(音声通話付)

2. 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 21.8%

- 例) 解約したはずの料金が請求され続けている。(データ通信専用)
- ・専用アプリを通していなかったため、高額な通話料金を請求された。不納得。(音声通話付)

3. 通信以外の商品・サービス・コンテンツの料金・内容 12.1%

- 例) キャッシュバックを受け取れるはずだったが、受け取れなかった。

1. 勧められて事業者等を乗換え 47.6%

- 例) 「通信料が安くなる」との電話があり、言われるままに契約手続きをしましたが、高額となり不満。
- ・現在利用中の事業者からのプラン変更の電話だと思い契約を承諾してしまったら、別の事業者だった。

2. 解約の条件・方法(解約料等) 23.8%

- 例) 現在利用中の事業者からの電話だと思い契約を承諾したが、別の事業者だった。解約したいが電話がつかからない。
- ・「通信料が安くなる」との電話があり契約したが、実際には高額となった。違約金等の負担なく解約したい。

3. 通信契約の手続き 14.3%

- 例) 契約申込みを行っていないのに書面が届いた。
- ・契約先や内容等が理解できないまま契約してしまったが、元の契約に戻したい。

1. 実地調査(覆面調査)について

	(1) MVNOサービス	(2) MNOサービス	(3) FTTHサービス
調査対象事業者数	11社(音声:9社 データ:2社)	3社	17社
調査時期	平成30年12月	平成31年2月～3月	平成31年2月～3月
調査実施件数	計265件(各社10～50件)	計175件(各社57～59件)	計123件(各社1～31件)
調査方法等	<ul style="list-style-type: none"> 店舗において、通信サービス(音声通話付又はデータ通信専用)の新規契約及び端末の一括購入(一部は通信サービスのみのみ)を前提。 契約締結直前に調査を中断する方法を基本。 一部については、青少年フィルタリングの有効化措置義務の履行を確認するため、携帯電話端末の購入及び通信サービスの契約を締結。 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗において、通信サービスの新規契約及び携帯電話端末の割賦払いによる購入を前提。 契約締結直前に調査を中断する方法を基本。 一部については、青少年フィルタリングの有効化措置義務の履行を確認するため、携帯電話端末の購入及び通信サービスの契約を締結。 加えて、FTTHサービスとのセット契約も実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗及び電話申込み(インバウンド)により、集合住宅向けFTTH(光電話を含む)の新規契約を前提。 契約締結し、その後に契約を解除する方法 一部については、MNOサービスとのセット契約も実施。

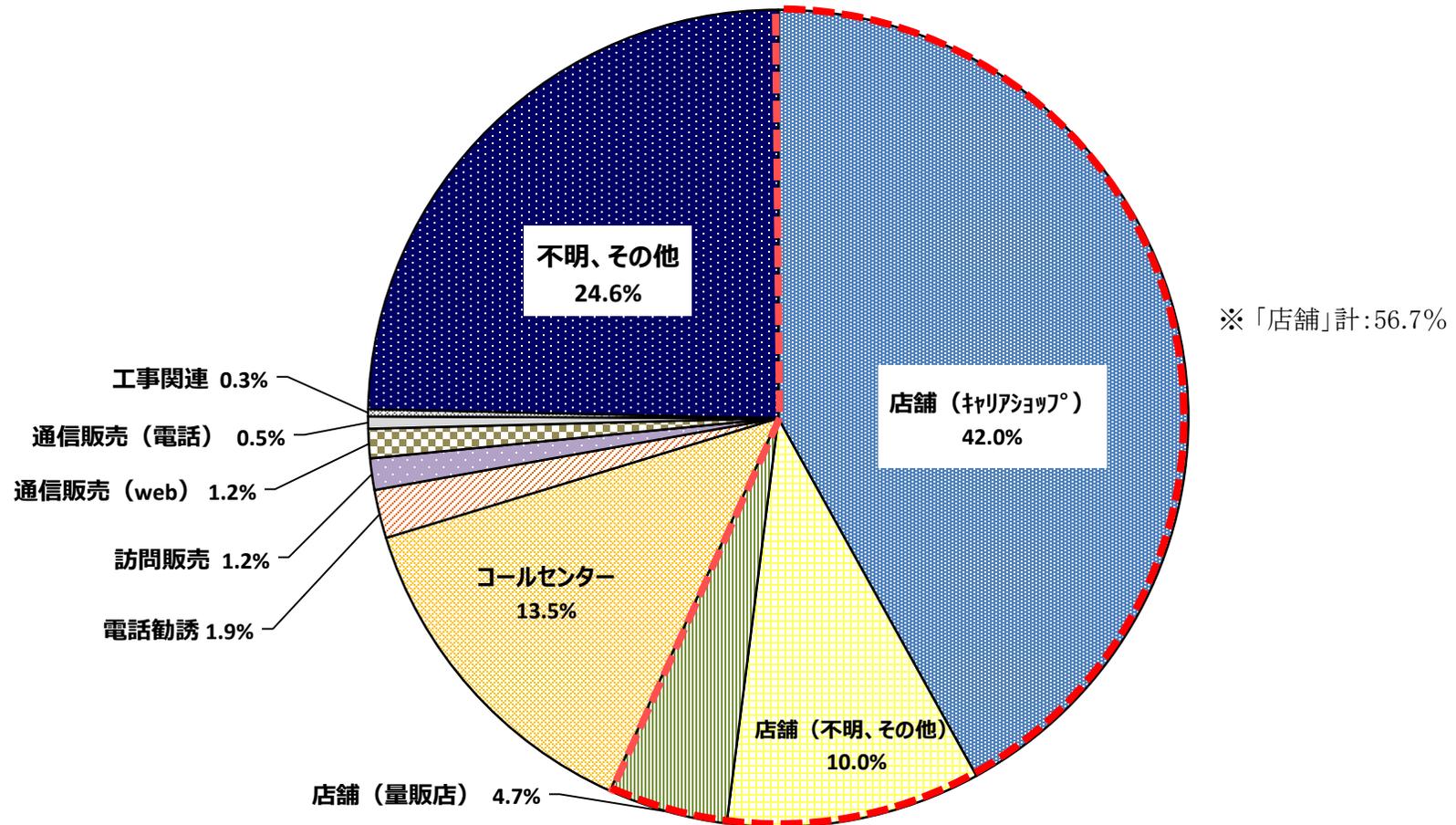
2. 実地調査の結果概要

(別紙参照)

3. 実地調査の結果を踏まえた対応

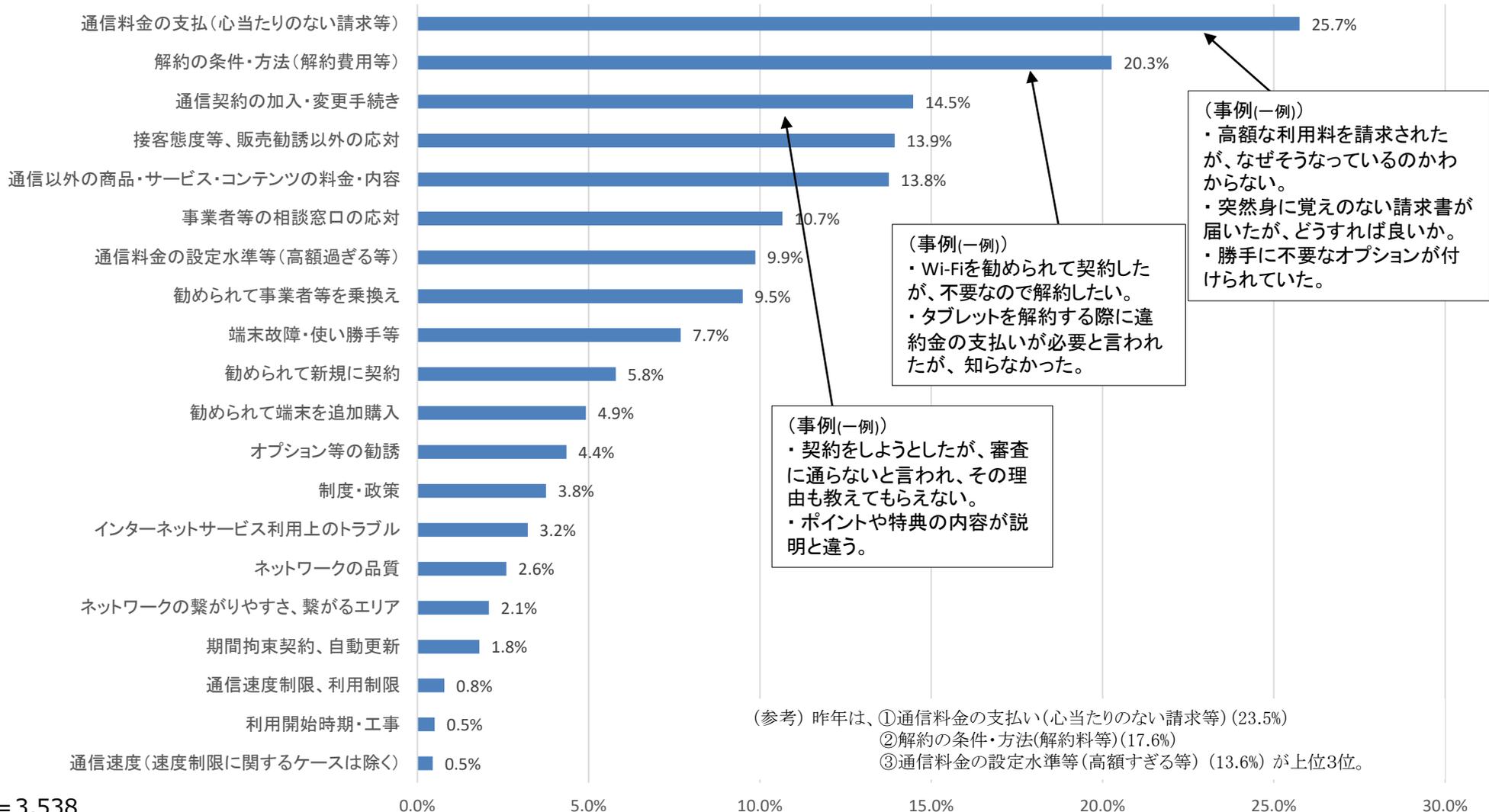
- ・ MVNOサービス ⇒ 第6回会合(平成31年2月1日)後、各調査対象事業者に改善指導を実施済。
 - ・ MNOサービス
 - ・ FTTHサービス
- ⇒ 第7回会合(令和元年6月25日)後、各調査対象事業者に改善指導を実施予定。

○ 主な発生元は、キャリアショップ等の「店舗」である。



N = 3,538
 期間：H30.10～H31.3

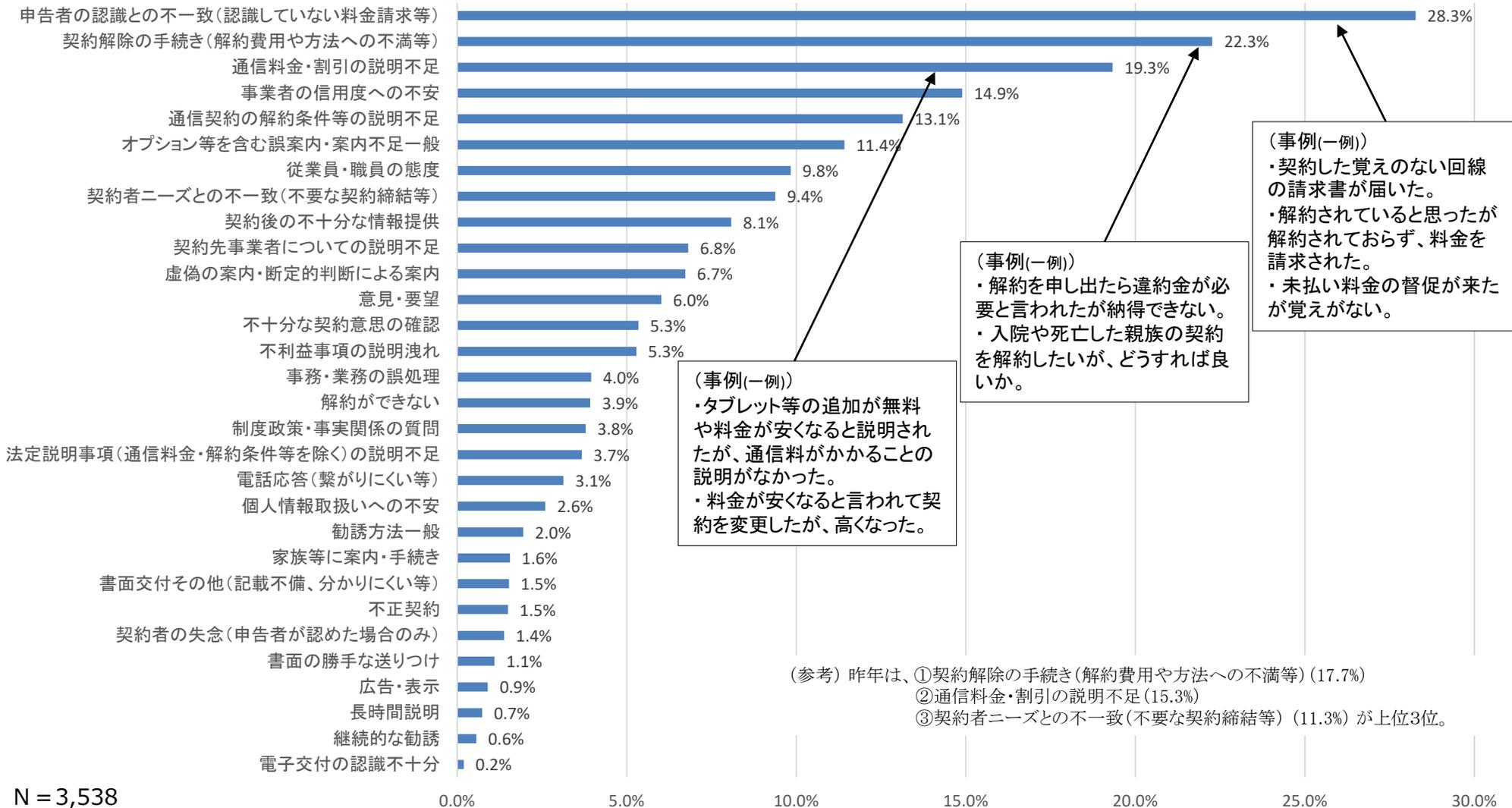
○ 「通信料金の支払」に関する苦情相談が最も多く、「解約の条件・方法」、「通信契約の加入・変更手続き」が続く。



N = 3,538
 期間 : H30.10~H31.3

※一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 項目・観点不明なものはグラフから除外している。

○ 「申告者の認識との不一致」に起因すると考えられる苦情相談が最も多く、「契約解除の手続き」、「通信料金・割引の説明不足」が続く。



(事例(一例))
 ・契約した覚えのない回線の請求書が届いた。
 ・解約されていると思ったが解約されておらず、料金を請求された。
 ・未払い料金の督促が来たが覚えがない。

(事例(一例))
 ・解約を申し出たら違約金が必要と言われたが納得できない。
 ・入院や死亡した親族の契約を解約したいが、どうすれば良いか。

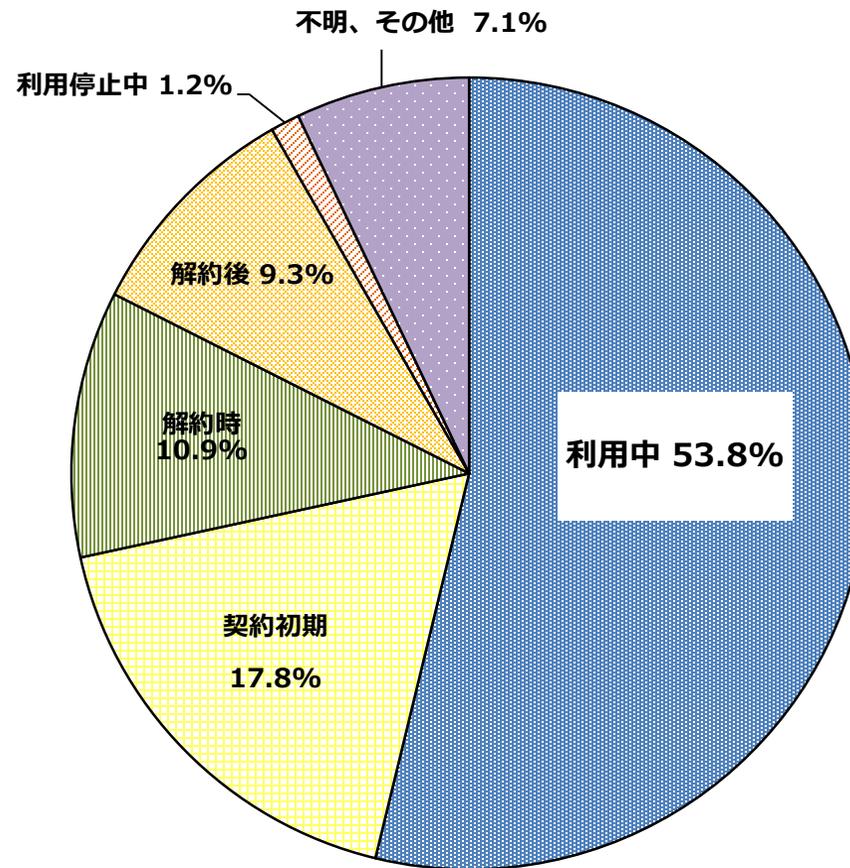
(事例(一例))
 ・タブレット等の追加が無料や料金が安くなると説明されたが、通信料がかかることの説明がなかった。
 ・料金が安くなると言われて契約を変更したが、高くなった。

(参考) 昨年は、①契約解除の手続き(解約費用や方法への不満等) (17.7%)
 ②通信料金・割引の説明不足 (15.3%)
 ③契約者ニーズとの不一致(不要な契約締結等) (11.3%) が上位3位。

N = 3,538
 期間：H30.10～H31.3

※ 一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 発生要因が不明なものは、グラフから除外している。

- 「利用中」に生じた苦情相談が最も多く、「契約初期」、「解約時」が続く。



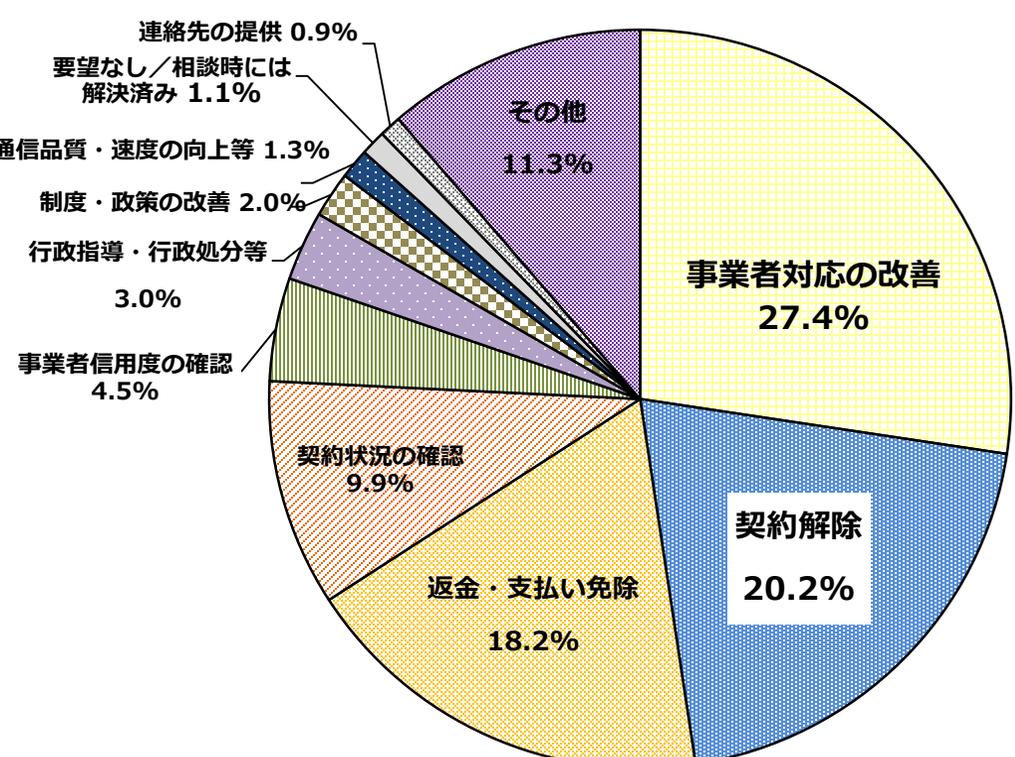
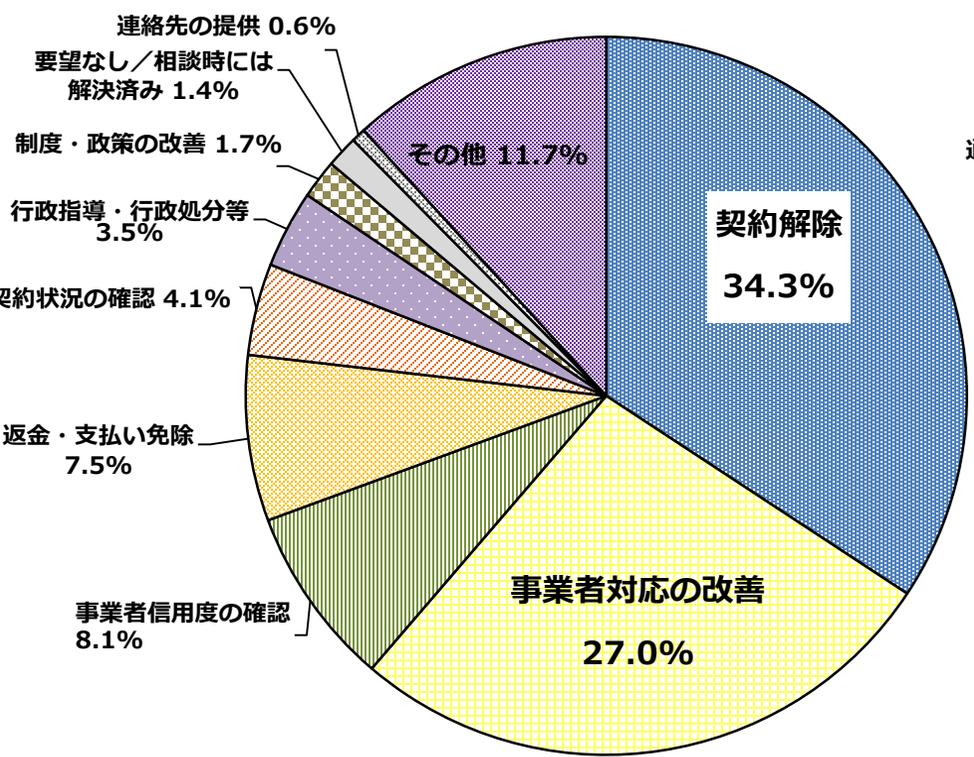
N = 3,538

期間：H30.10～H31.3

- 契約初期の苦情相談では「契約解除」を求める苦情相談の比率が最も高い。
- 利用中の苦情相談は、「事業者対応の改善」を求める苦情相談の比率が最も高い。

契約初期の内訳(要望内容)

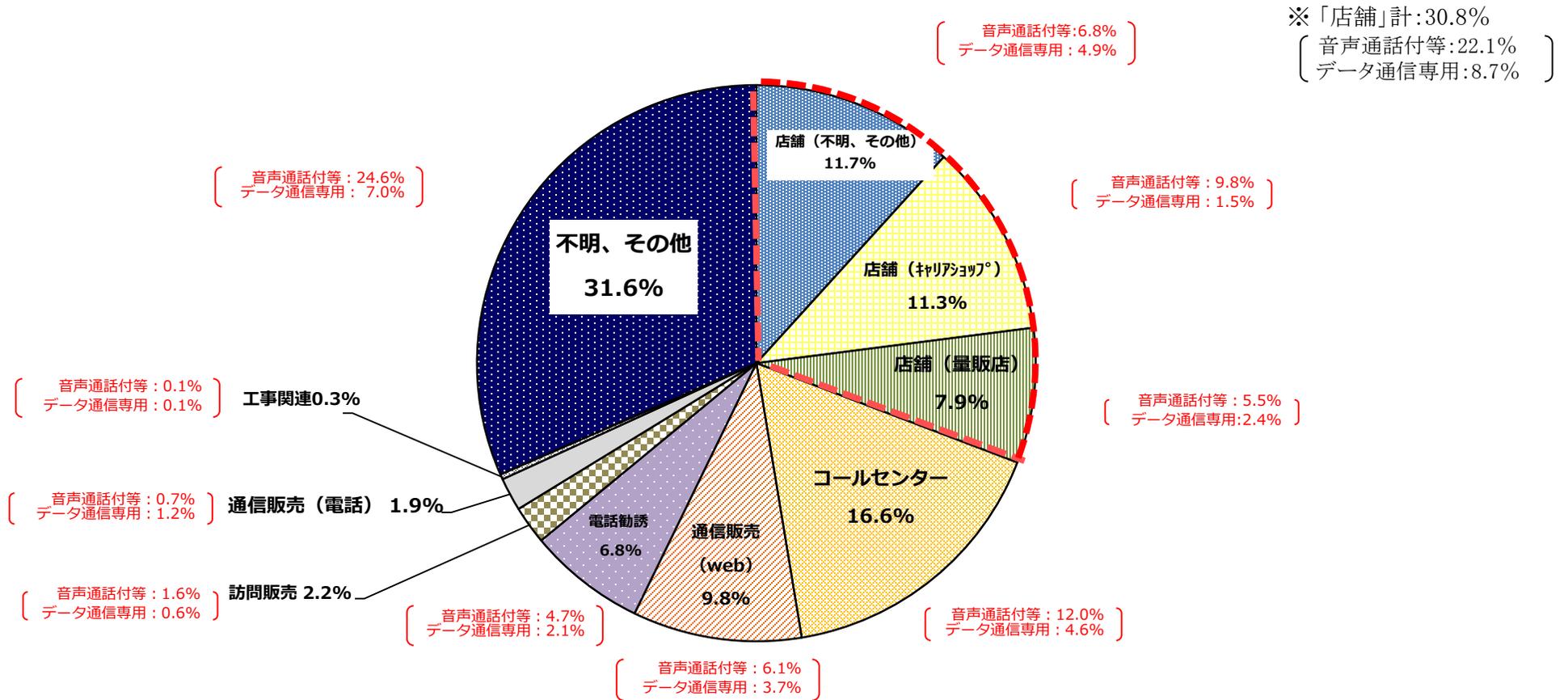
利用中の内訳(要望内容)



N = 630
期間：H30.10～H31.3

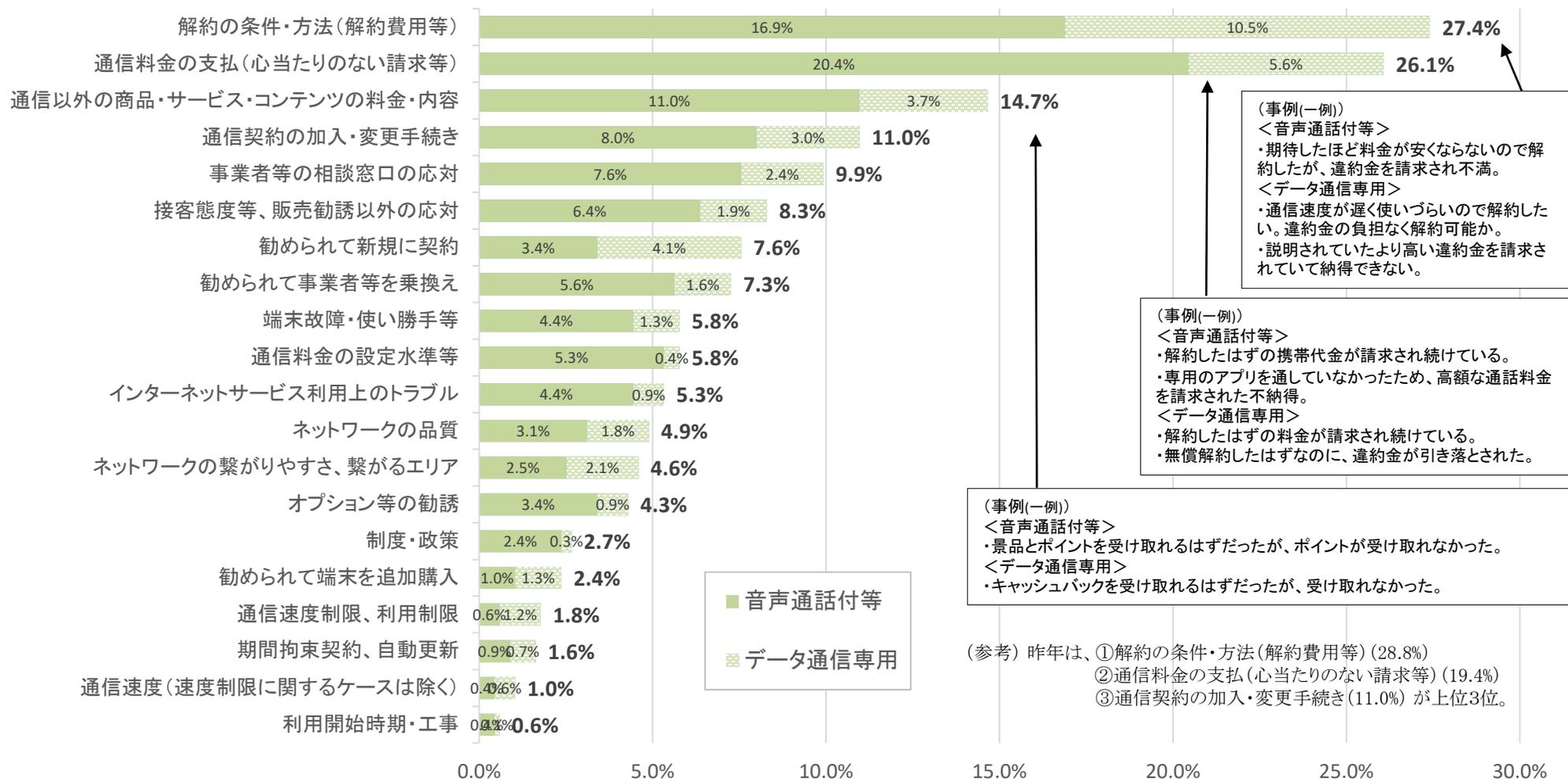
N=1,903
期間：H30.10～H31.3

○ 発生元としては、音声通話付等及びデータ通信専用のいずれも「店舗」の比率が最も高く、「コールセンター」「通信販売(web)」が続く。



N=675
 期間：H30.10～H31.3

○ 「解約の条件・方法」に関する苦情相談が最も多く、「通信料金の支払」「通信以外の商品・サービス・コンテンツの料金・内容」「通信契約の加入・変更手続き」に関する苦情相談が続く。



(事例(一例))
 <音声通話付等>
 ・期待したほど料金が安くないので解約したが、違約金を請求され不満。
 <データ通信専用>
 ・通信速度が遅く使いづらいので解約したい。違約金の負担なく解約可能か。
 ・説明されていたより高い違約金を請求されていて納得できない。

(事例(一例))
 <音声通話付等>
 ・解約したはずの携帯代金が請求され続けている。
 ・専用のアプリを通していなかったため、高額な通話料金を請求された不納得。
 <データ通信専用>
 ・解約したはずの料金が請求され続けている。
 ・無償解約したはずなのに、違約金が引き落とされた。

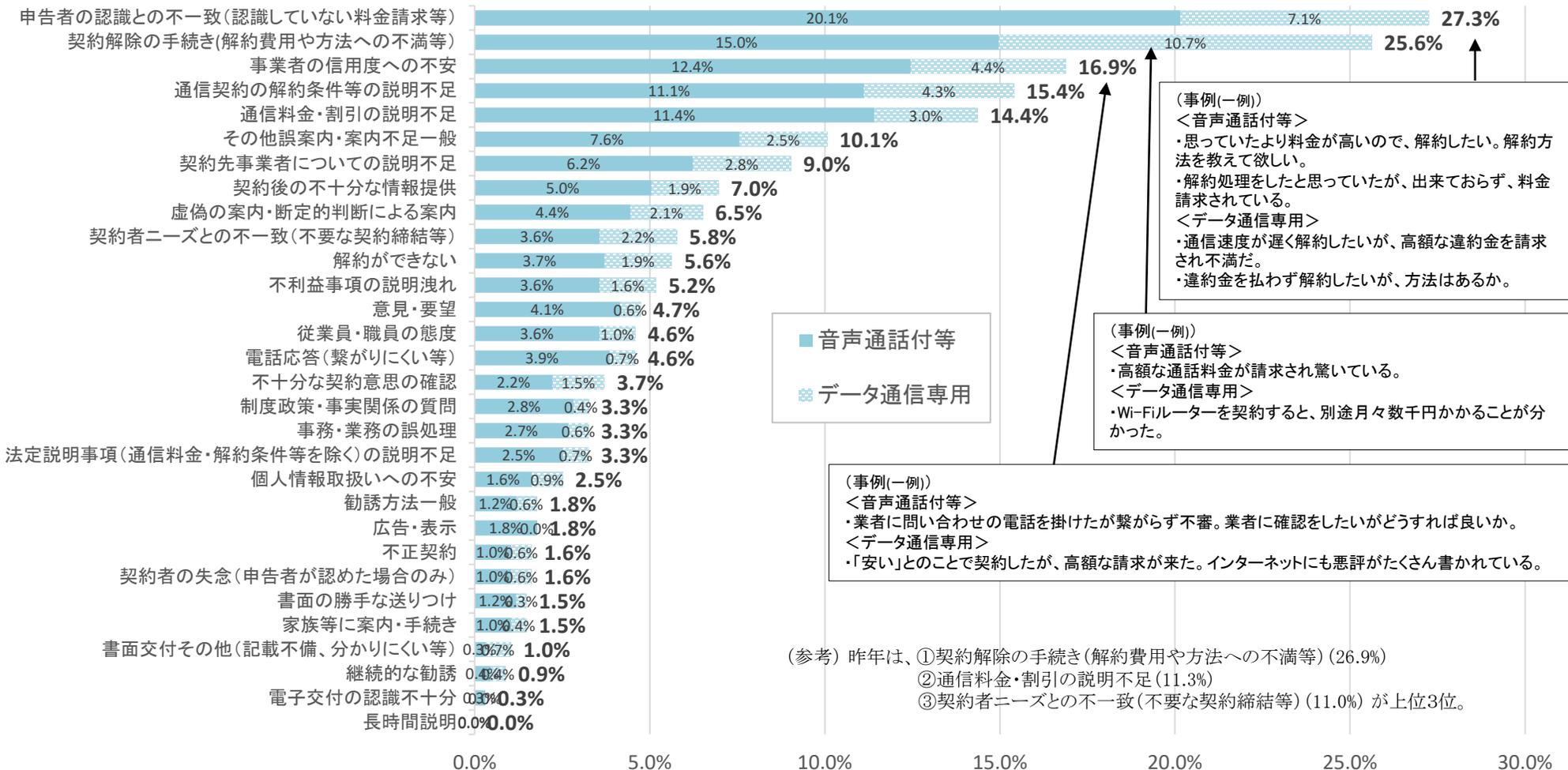
(事例(一例))
 <音声通話付等>
 ・景品とポイントを受け取れるはずだったが、ポイントが受け取れなかった。
 <データ通信専用>
 ・キャッシュバックを受け取れるはずだったが、受け取れなかった。

(参考) 昨年は、①解約の条件・方法(解約費用等) (28.8%)
 ②通信料金の支払(心当たりのない請求等) (19.4%)
 ③通信契約の加入・変更手続き(11.0%) が上位3位。

N=675
 期間：H30.10～H31.3

※ 一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 項目・観点不明なものはグラフから除外している。

○ 音声通話付等及びデータ通信専用のいずれも「申告者の認識との不一致」や「契約解除の手続き」に起因すると考えられる苦情相談が多い。

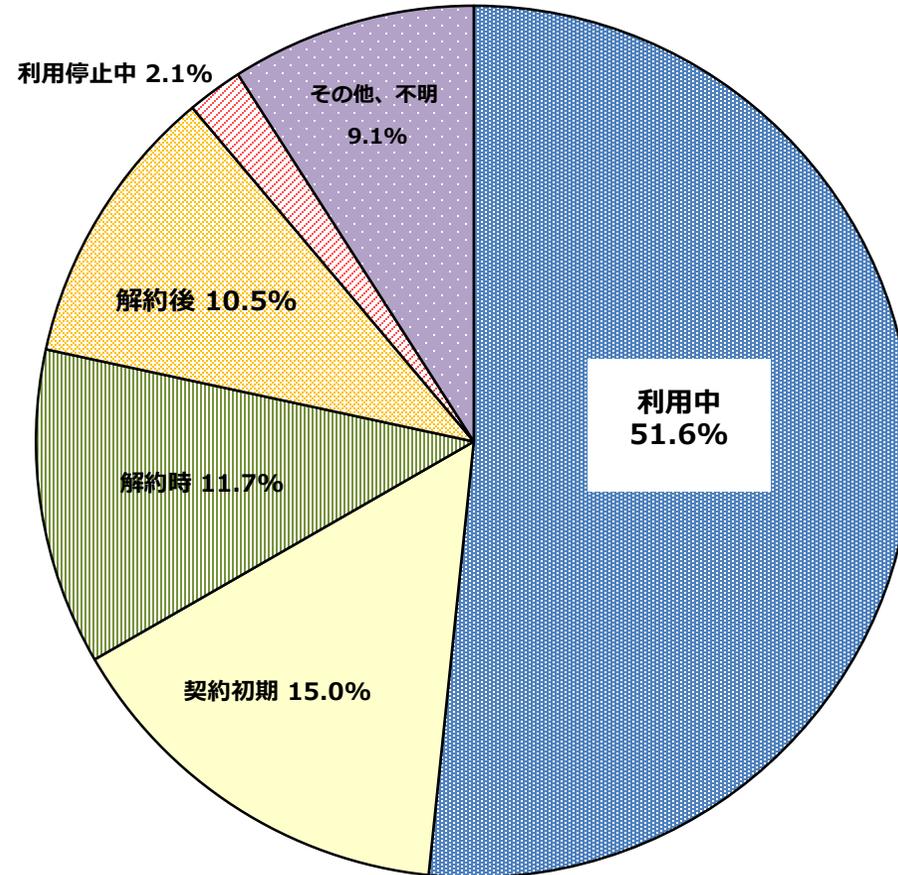


(参考) 昨年は、①契約解除の手続き(解約費用や方法への不満等)(26.9%)
 ②通信料金・割引の説明不足(11.3%)
 ③契約者ニーズとの不一致(不要な契約締結等)(11.0%)が上位3位。

N=675
 期間：H30.10～H31.3

※ 一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 発生要因が不明なものはグラフから除外している。

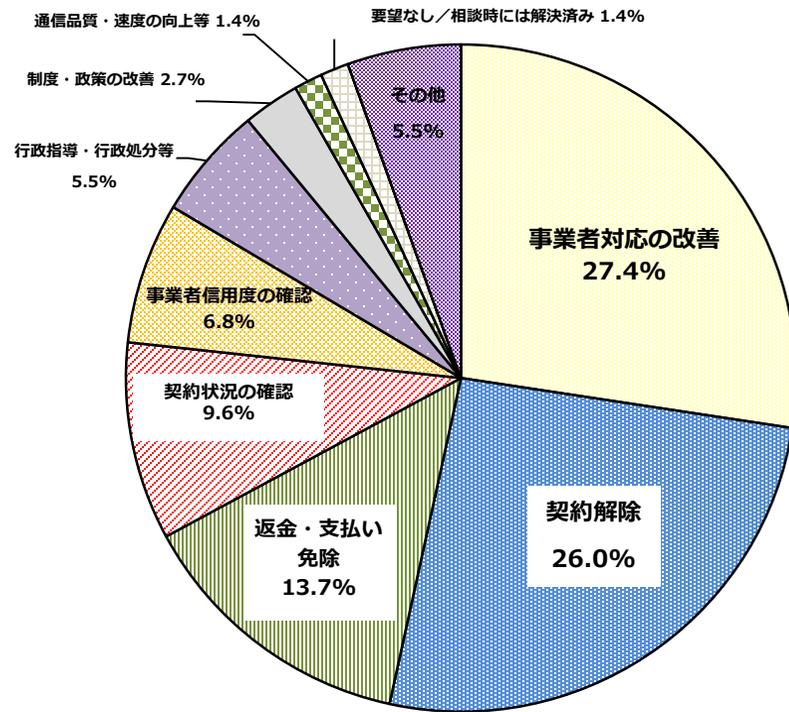
- MVNOサービスのうち、音声通話付等については、「利用中」に生じた苦情相談が最も多く、「契約初期」が続く。



N=486
期間：H30.10～H31.3

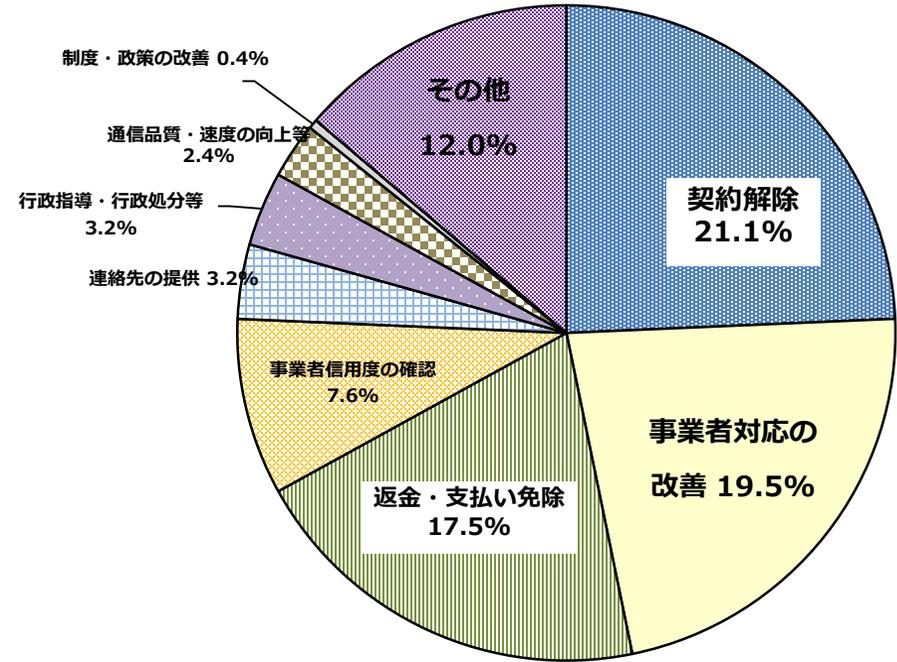
○ 音声通話付等については、契約初期においては、「事業者対応の改善」を求める苦情相談の比率が最も高く、利用中においては、「契約解除」を求める苦情相談の比率が最も高い。

契約初期の内訳(要望内容)



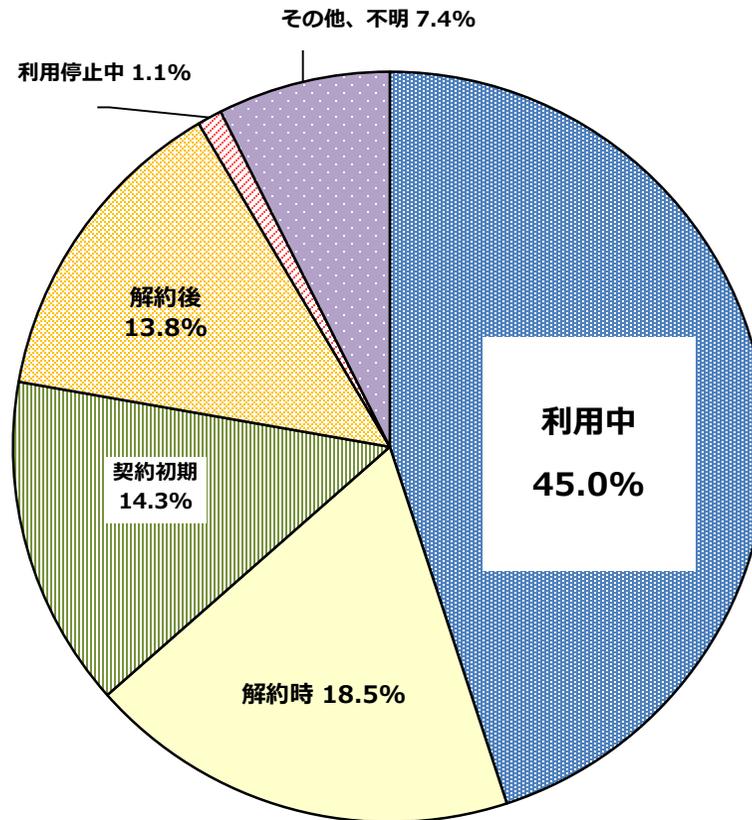
N=73
期間：H30.10～H31.3

利用中の内訳(要望内容)



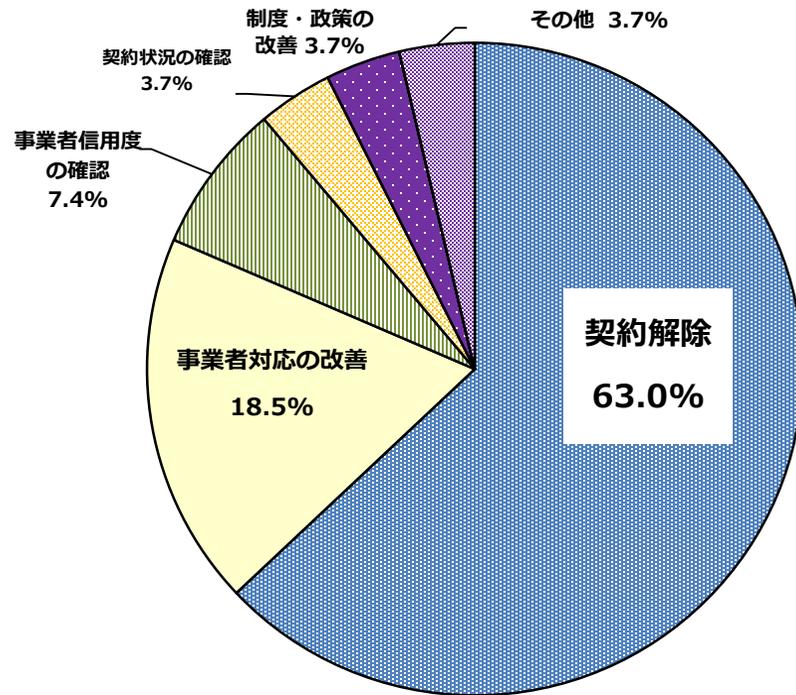
N=251
期間：H30.10～H31.3

- MVNOサービスのうち、データ通信専用については、「利用中」に生じた苦情等が最も多く、「解約時」が続く。



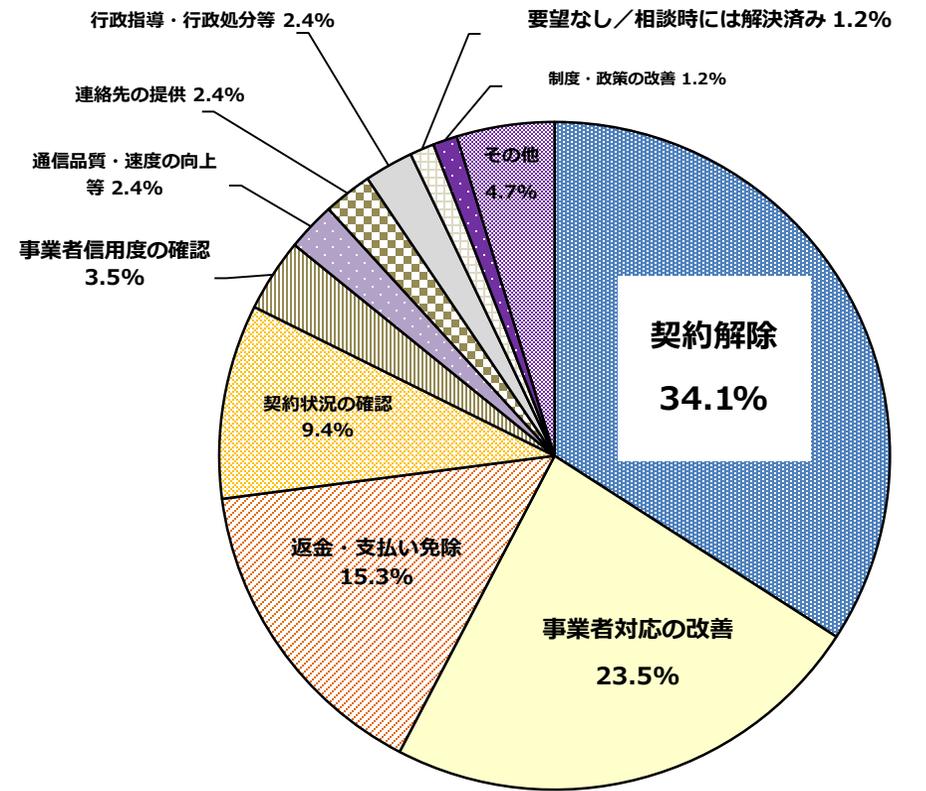
○ データ通信専用については、契約初期、利用中いずれも「契約解除」を求める比率が最も高く、「事業者対応の改善」を求めるものが続く。

契約初期の内訳(要望内容)



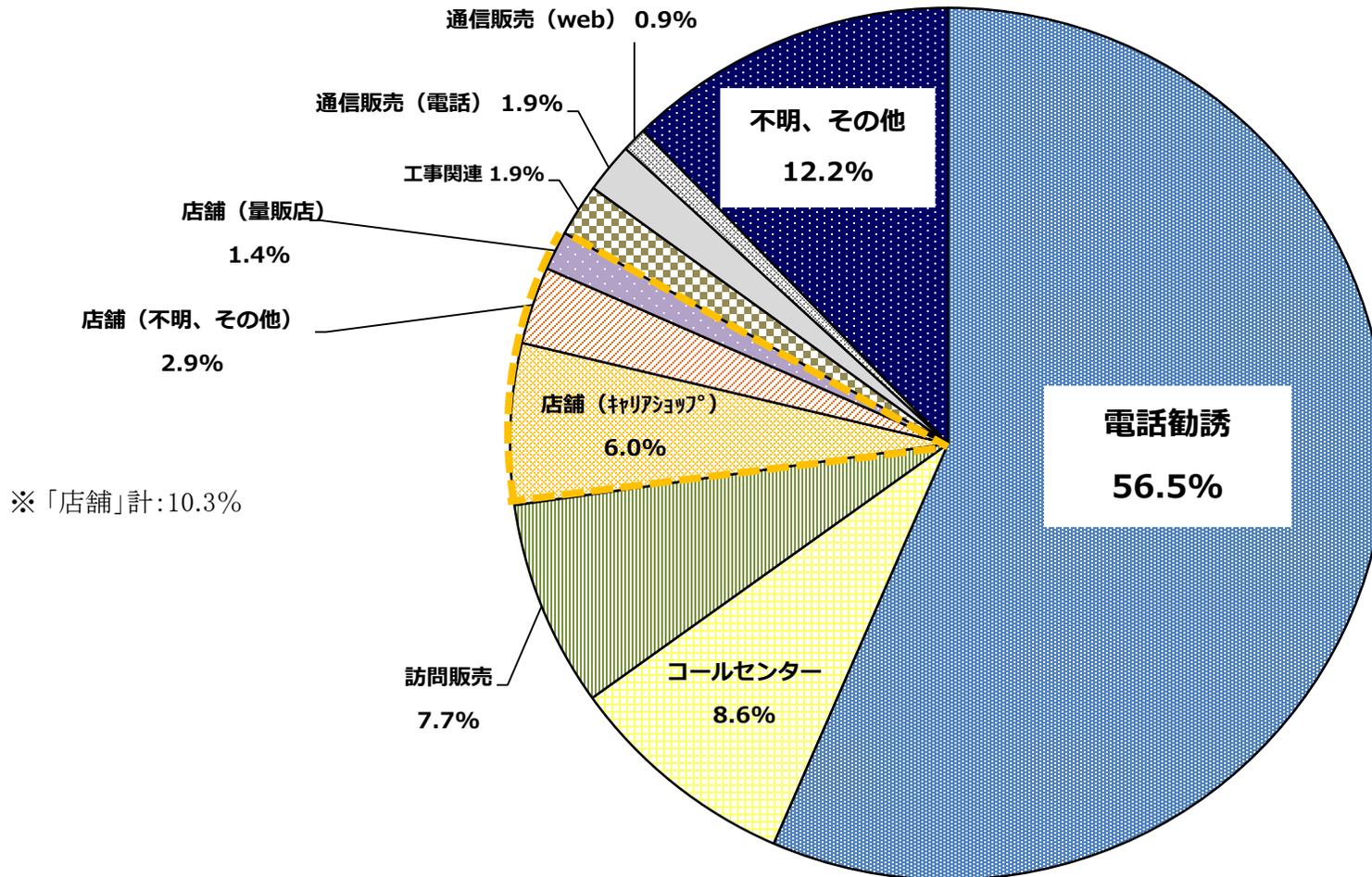
N=27
期間：H30.10~H31.3

利用中の内訳(要望内容)



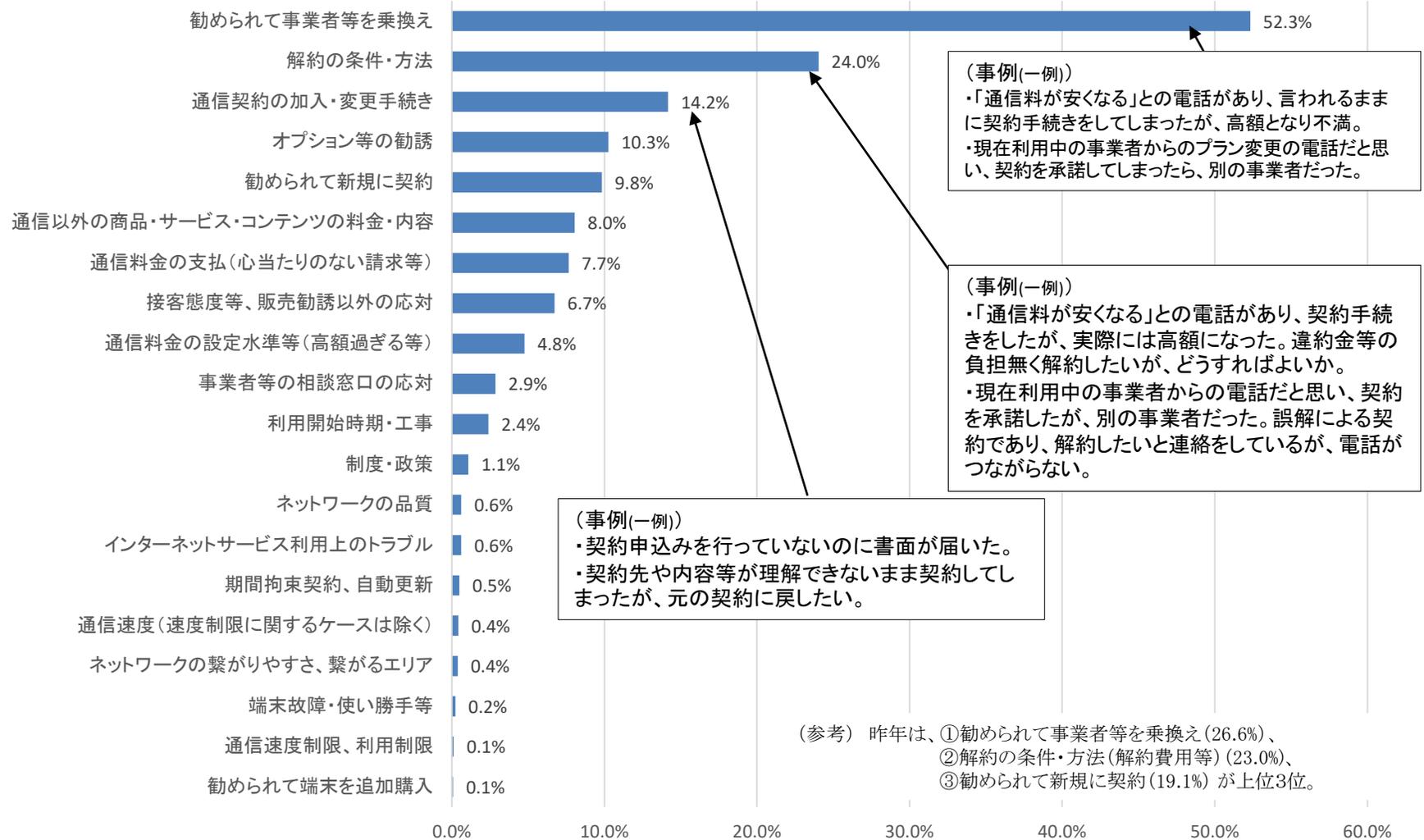
N=85
期間：H30.10~H31.3

○ 「店舗」を発生元とする苦情相談は限定的であり、「電話勧誘」を発生元とする苦情相談が、過半を占める。

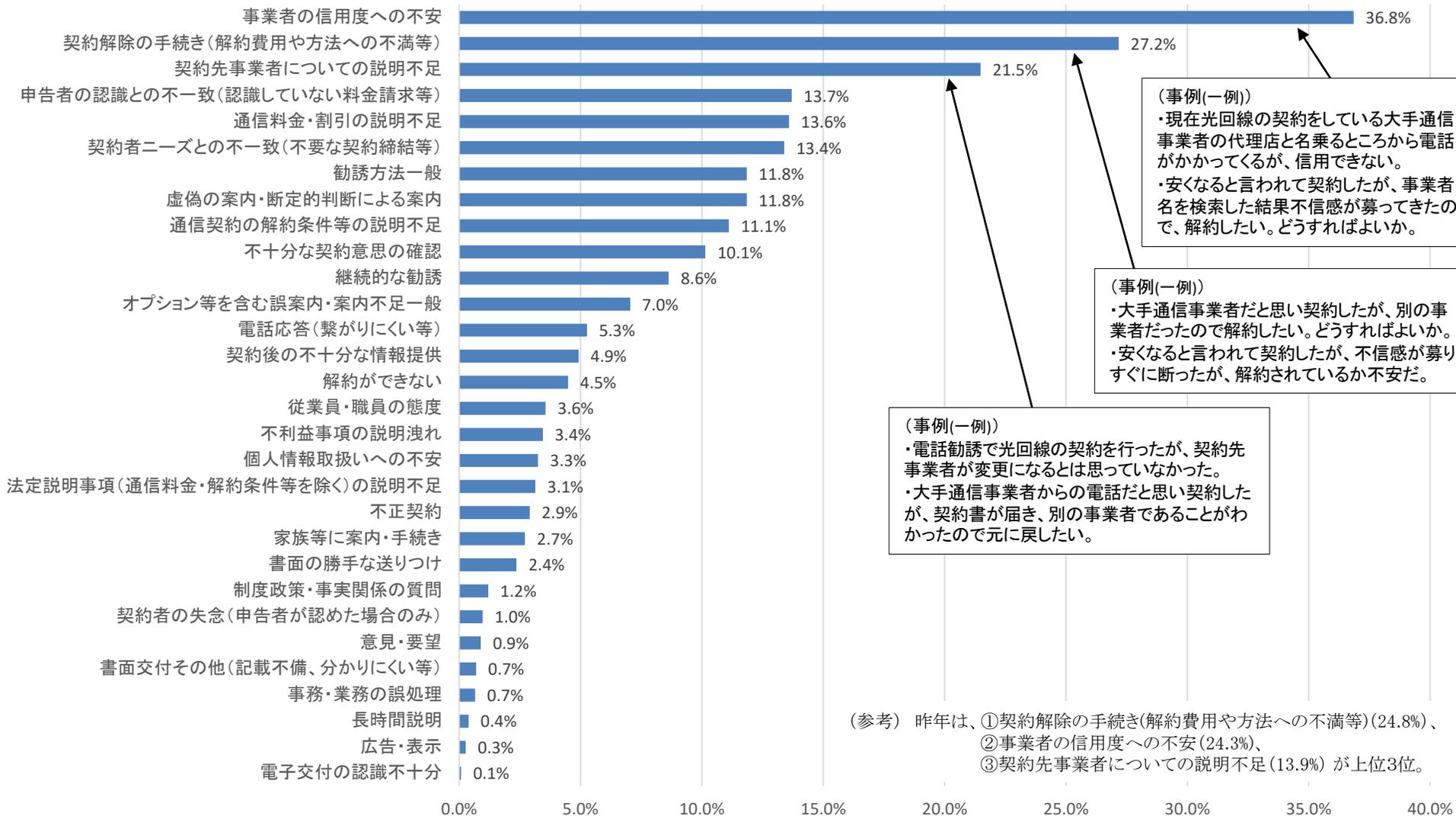


N=4,572
 期間：H30年度下半期 (H29.10~H30.3)

○ 電話勧誘（発生チャネルのうち、56.5%を占める）を発生元とする苦情相談のうち、「勧められて事業者等を乗換え」に関する苦情相談が過半を占め、「解約の条件・方法」が続く。



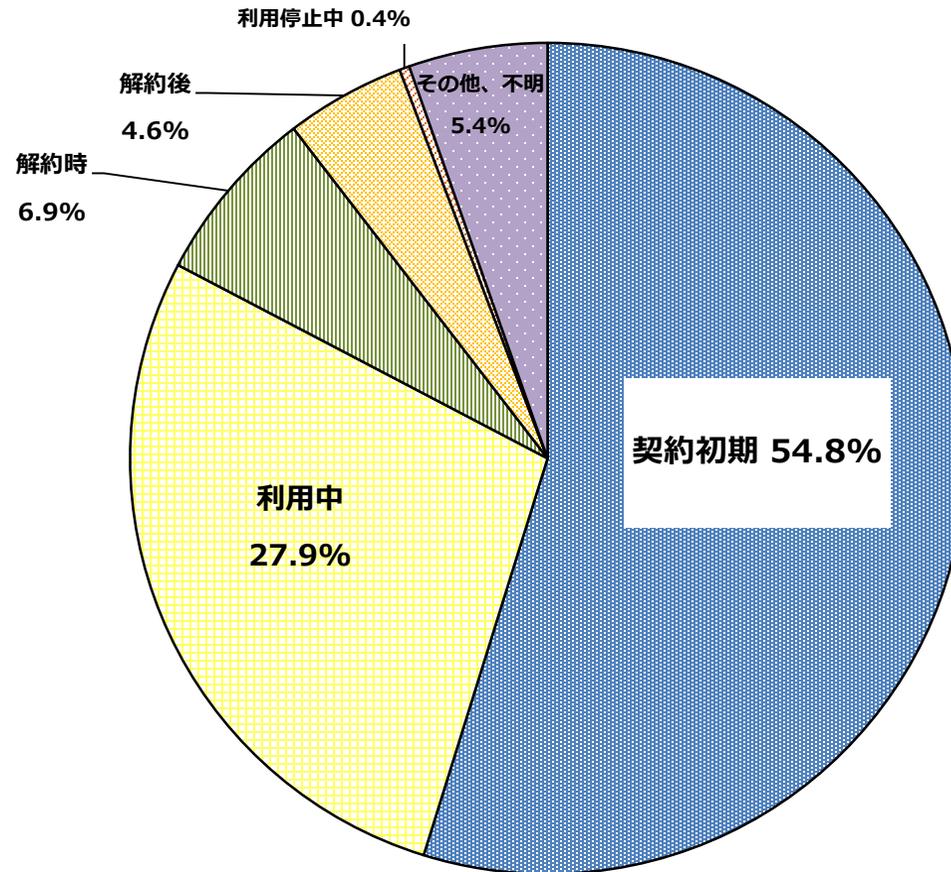
○ 電話勧誘を発生元とする苦情相談のうち、「事業者の信用度への不安」に起因すると考えられるものが最も多く、続いて「契約解除の手続き」に起因すると考えられるものが多い。



N=2,584
 期間：H30年度下半期 (H30.10～H31.3)

※一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 「その他意見・要望」は、単一選択の場合のみ計上。不明やその他はグラフから除外している。

- 電話勧誘を発生元とする苦情相談では、「契約初期」に生じたものが最も多く、「利用中」に生じたものが続く。



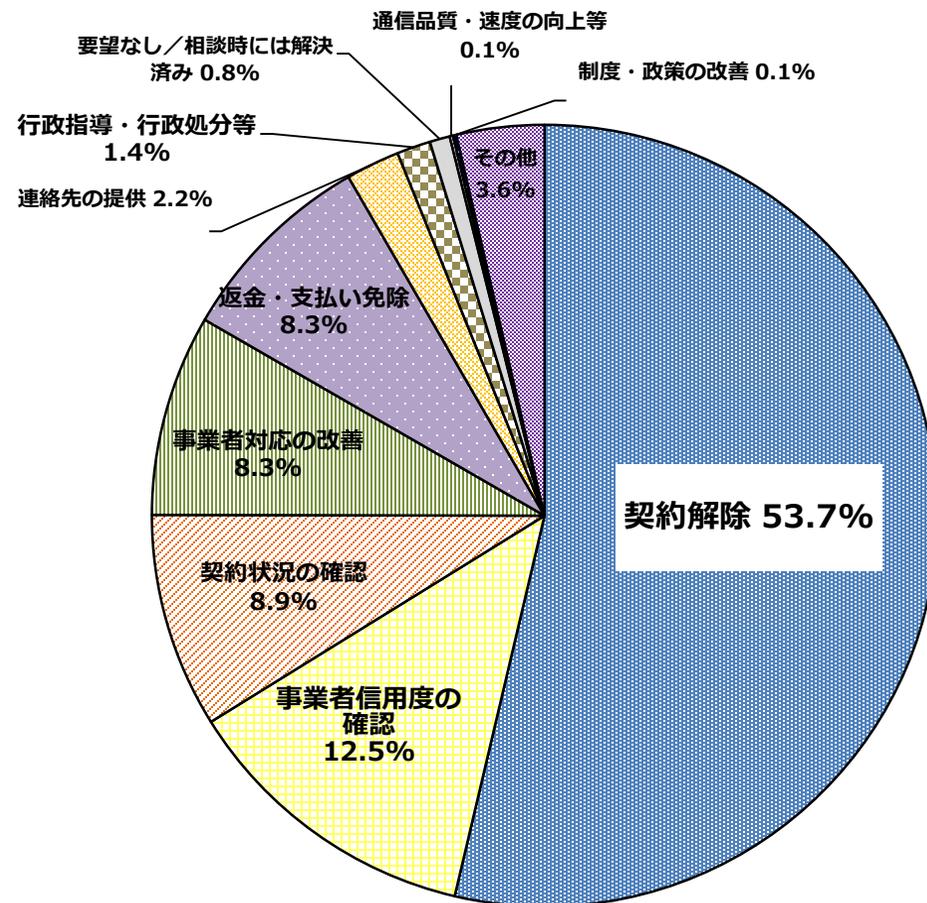
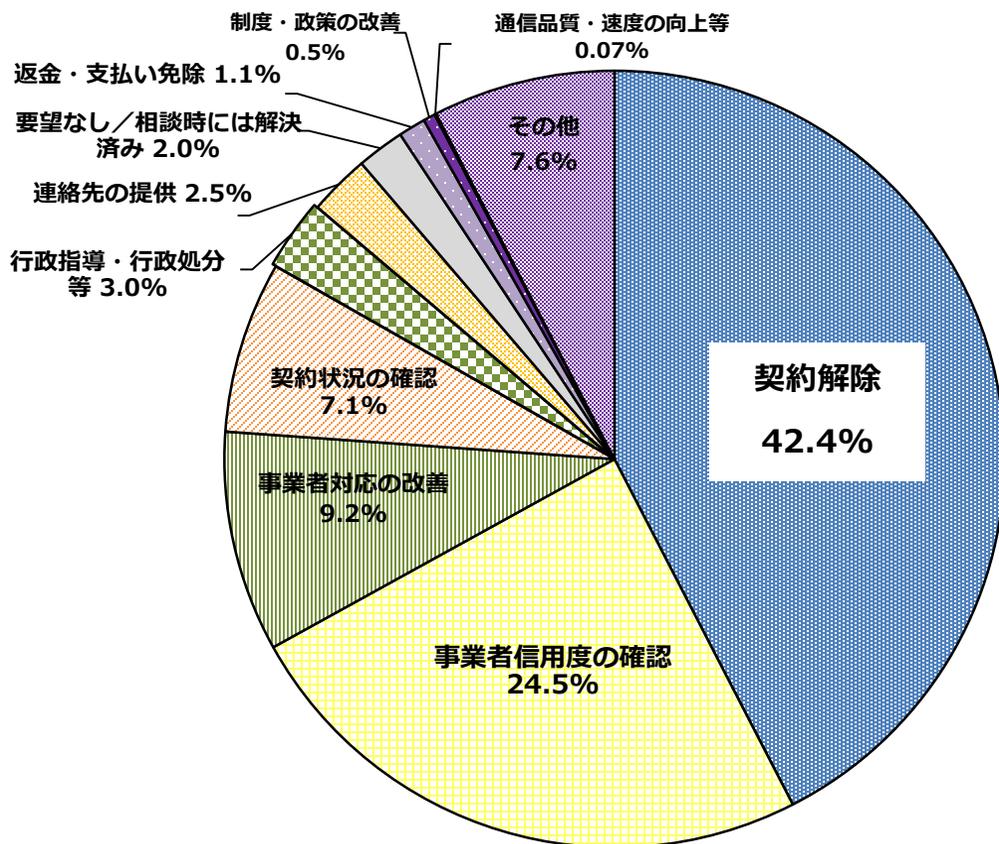
N=2,584

期間：H30年度下半期（H30.10～H31.3）

- 電話勧誘を発生元とする苦情相談のうち、契約初期の要望内容を見ると、「契約解除」を求めるものが半数近い。また、利用中の苦情相談の要望内容においても、「契約解除」を求めるものが半数以上を占めている。

契約初期の内訳(要望内容)

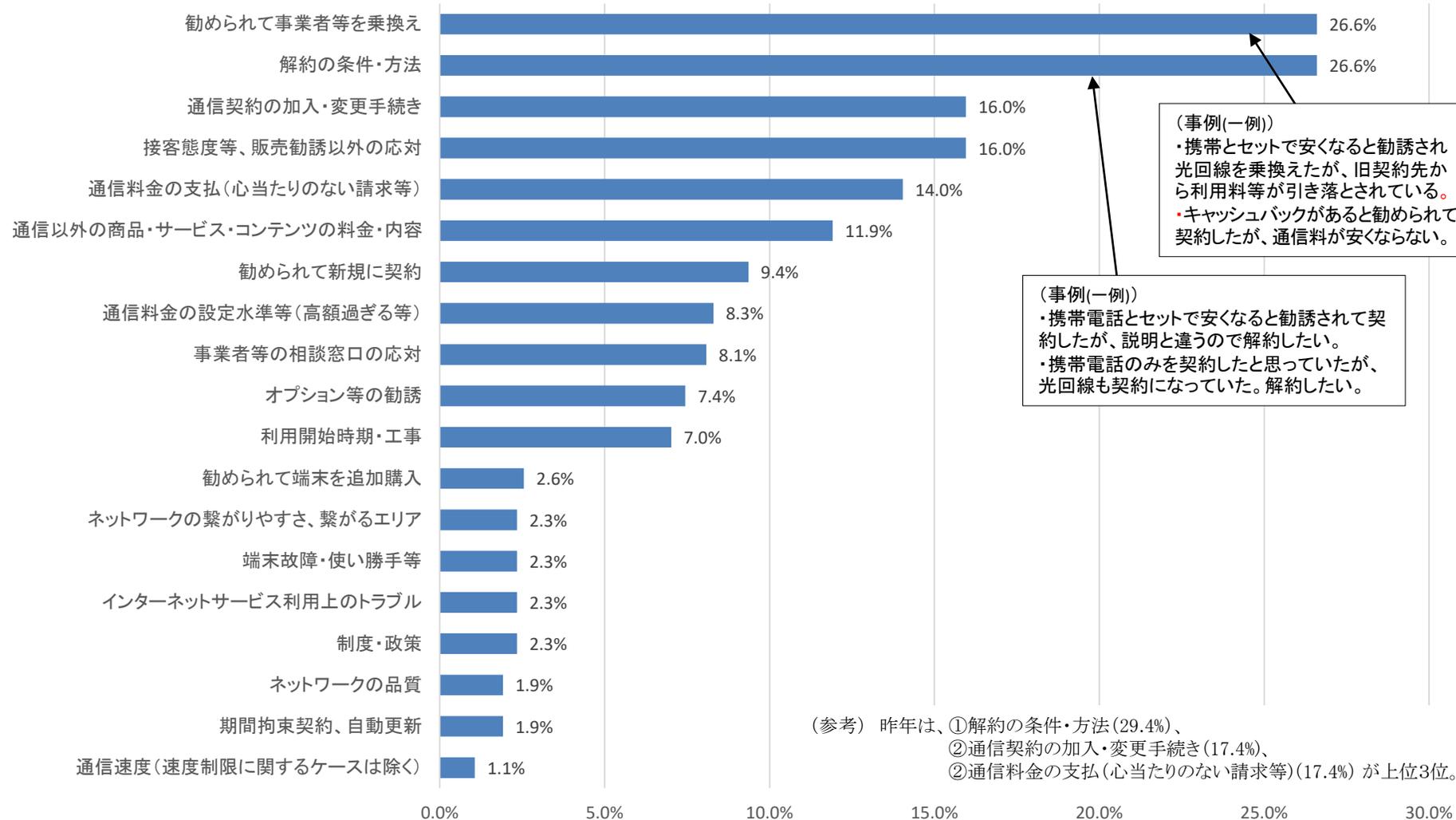
利用中の内訳(要望内容)



N=1,416
期間：H30年度下半期 (H30.10~H31.3)

N=721
期間：H30年度下半期 (H30.10~H31.3)

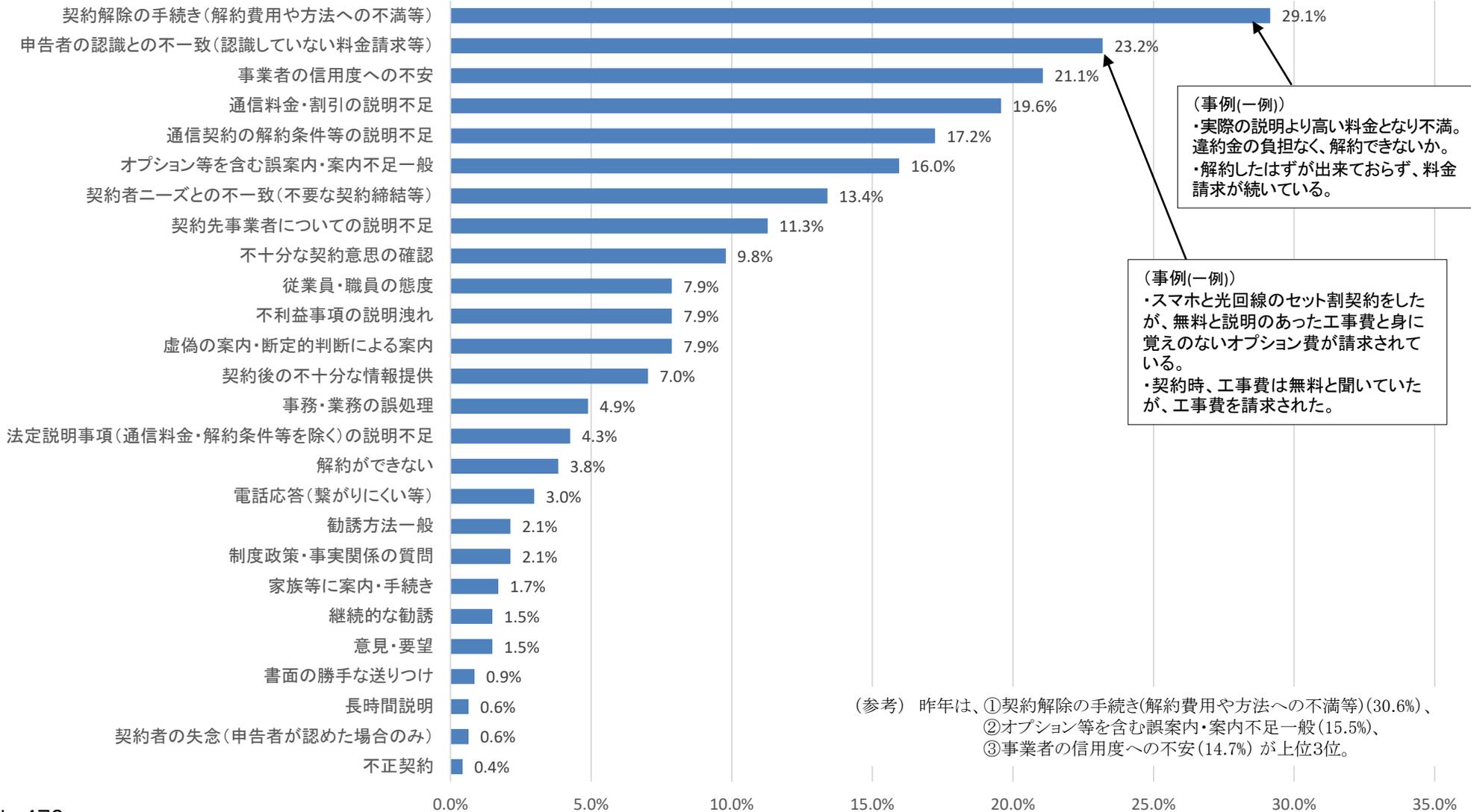
○ キャリアショップや量販店等の店舗（苦情相談の要因となったチャネルのうち、10.3%を占める）を発生元とする苦情相談については、「勧められて事業者等に乗換え」「解約の条件・方法」に関する苦情相談が最も多い。



N=470
 期間：H30年度下半期（H30.10～H31.3）

※一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。不明やその他はグラフから除外している。

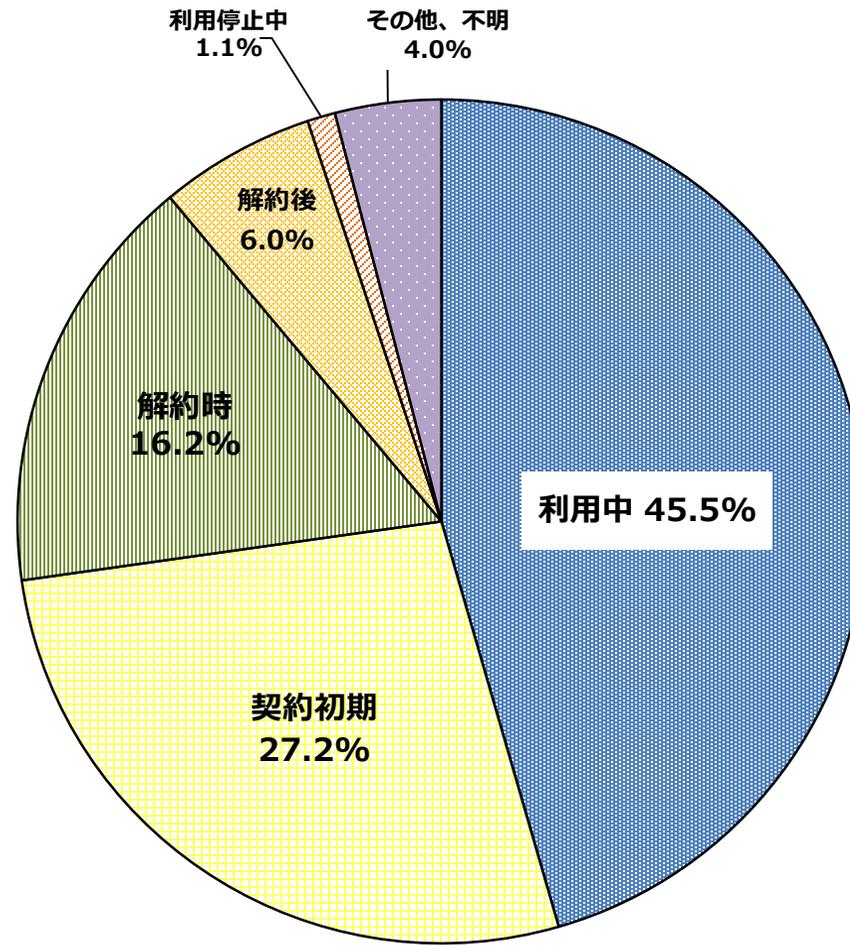
○ 店舗を発生元とする苦情相談では、「契約解除の手続き」に起因すると考えられる苦情相談が最も多く、続いて、「申告者の認識との不一致」に起因すると考えられるものが多い。



N=470
 期間：H30年度下半期 (H30.10～H31.3)

※一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。
 「その他意見・要望」は、単一選択の場合のみ計上。不明やその他はグラフから除外している。

- 店舗を発生元とする苦情相談のうち、「利用中」に生じたものが最も多く、「契約初期」、「解約時」に生じたものが続く。

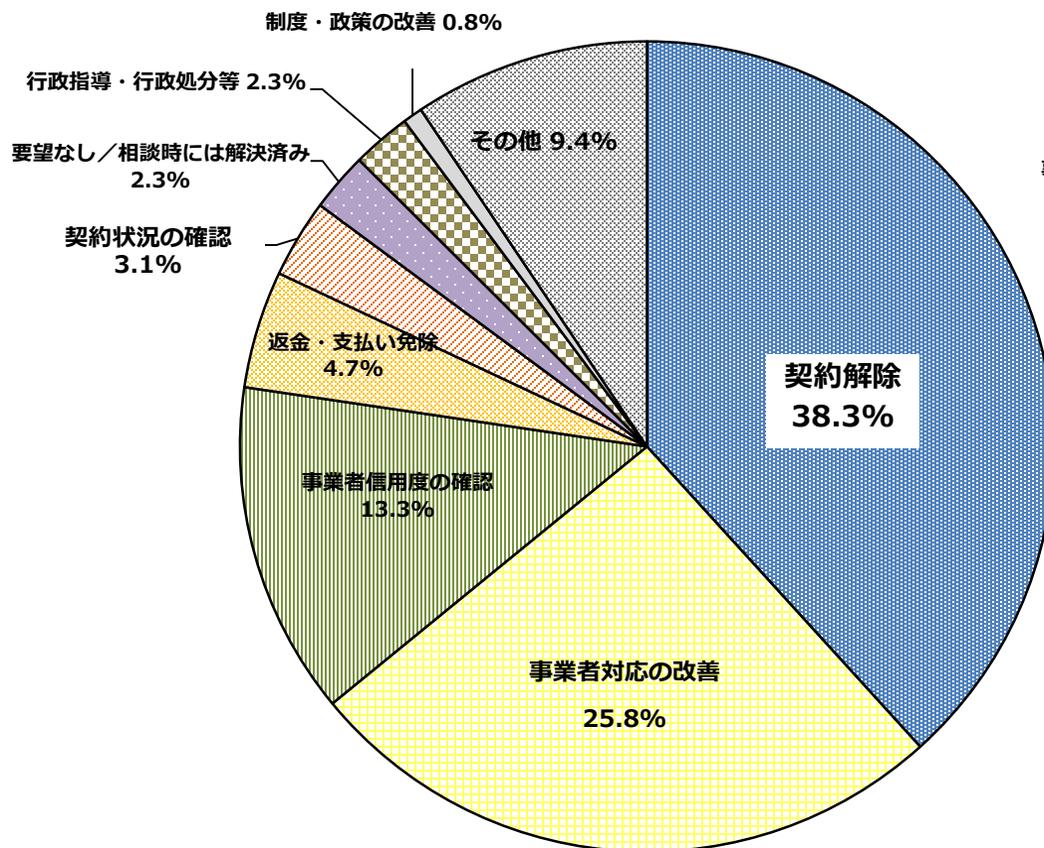


N=470

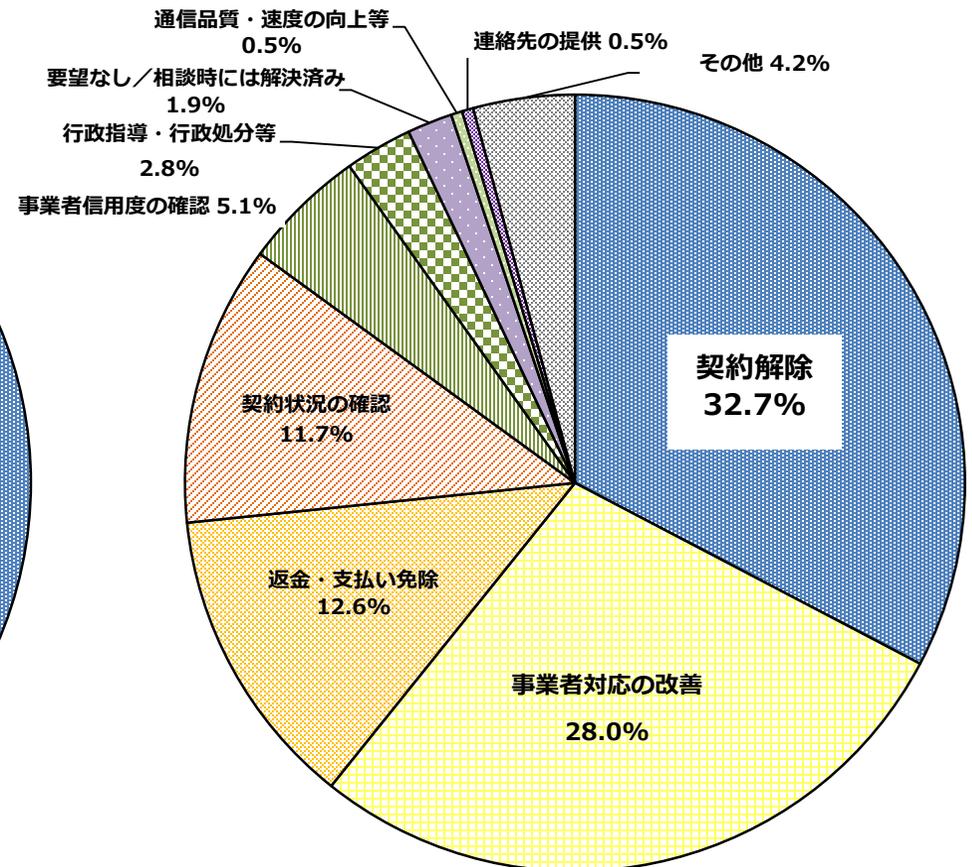
期間：H30年度下半期（H30.10～H31.3）

○ 店舗を発生元とする苦情相談のうち、契約初期、利用中のいずれも「契約解除」を求める内容が最も多く、「事業者対応の改善」が続く。

契約初期の内訳(要望内容)



利用中の内訳(要望内容)



N=128
期間：H30年度下半期 (H30.10~H31.3)

N=214
期間：H30年度下半期 (H30.10~H31.3)

販売現場における実地調査～説明状況等に係る覆面調査～ (平成30年度・MVNO)

【調査対象事業者数】

MVNOサービスを提供する事業者 11社(報告規則に基づく契約者数(H30.3末)の上位11社(市場の約70%)。店舗販売を実施しない社を除く)
(音声通話付(端末+SIM):4社、音声通話付(SIMのみ):6社、データ通信専用(端末+SIM):2社)

※上記のうち音声通話付の1社については、直営店で「端末+SIM」、代理店で「SIMのみ」を扱っているため、重複してカウントしている。

【実地調査(覆面調査)の方法等】 ※本公表資料で結果を報告する調査

- 契約前の説明・応対などの消費者保護ルールに関連する業務の状況を確認するため、利用者に扮した調査員を調査対象事業者の販売現場(ブランドショップ・量販店等)に派遣し、実際の説明・応対を受けた後、あらかじめ設定した設問に答える形で、その状況を記録。
- 店頭において通信契約を締結し通信回線の開通までが可能である店舗において調査を実施。
(オプションサービス・オプション商品は基本的に申し込まないことが前提)
- 各社10～50回の計265回の調査を実施。(平成30年12月上旬から平成30年12月下旬まで調査を実施)
対象となった店舗等は、販売実態をできる限り反映するよう、一定の条件を考慮しつつ無作為に選定したもの。
- 原則、販売員から説明を受け、契約締結の署名(サイン)を求められたとき(直前)にサインをせずに手続きを中断する方法により調査。その際、販売現場では調査であった旨を明らかにしていない。
一部については、青少年フィルタリングの有効化措置義務が履行されているかどうかを確認するため、携帯電話端末とSIMのセット販売を行っている一部店舗において端末の購入及び通信サービスの契約を締結。
(このうち、利用者確認がなされ、フィルタリングの有効化措置義務が履行されているかどうかを確認できたものは12件。)
- 音声通話付については、フィルタリングの必要性・内容の説明がなされているか等の確認のため、調査員の子どもが端末を使用するという設定で実施。
- 調査の性質上、個々の回答は主観に左右され一定の誤りも含まれ得るため、その前提で、結果を解釈することとする。

販売現場における実地調査～説明状況等に係る覆面調査～ (平成30年度・MNO・FTTH)

【調査対象事業者数】

MNOサービスを提供する事業者……………3社

FTTHサービスを提供する事業者……………17社

(FTTHサービスの実地調査(覆面調査)対象事業者は、報告規則に基づく契約者数(H30.3末)の上位21社(市場の約90%)のうち、法人等向けを主体とする事業者や店舗での契約、電話による申込み(インバウンド)をほぼ行っていない事業者を除いた17社を対象としている。)

【実地調査の方法等】 ※本公表資料で結果を報告する調査

契約前の説明・応対などの消費者保護ルールに関連する業務の状況を確認するため、利用者に扮した調査員を調査対象事業者の販売現場(ブランドショップ・量販店等)に派遣又は架電し、実際の説明・応対を受けた後、あらかじめ設定した設問に答える形で、その状況を記録。

○ MNOサービス

- ・ 店舗において、新規契約を前提として調査を実施(オプションサービス・オプション商品は基本的に申し込まない)。
- ・ 各社57～59回の計175回の調査を実施。(平成31年2月から3月まで調査を実施)
対象となった店舗等は、販売実態をできる限り反映するよう、一定の条件を考慮しつつ無作為に選定。
- ・ 原則、販売員から説明を受け、契約締結の署名(サイン)を求められたとき(直前)にサインをせずに手続きを中断する方法により調査。
その際、販売現場では調査であった旨を明らかにしていない。
- ・ 今回、一部(18件)については、青少年フィルタリングの有効化措置義務が履行されているかを確認するため、携帯電話端末の購入及び通信サービスの契約締結まで実施。これらの調査については、併せてFTTHサービスとのセット契約も実施※。
※18件のうち、MNOサービスの契約締結は完了したものの、FTTHサービスの契約締結に至らなかったものが1件あった。
このため、青少年フィルタリングに係る実地調査の母数は18件とする一方、MNO・FTTHサービスセット契約の実地調査の母数は17件としている。

○ FTTHサービス

- ・ 店舗及び電話申込み(インバウンド)により、新規契約を前提とした調査を実施(光電話以外のオプションサービス・オプション商品は基本的に申し込まない)。
- ・ 各社1～31回の計123回を実施。(平成31年2月から3月まで調査を実施)
対象となった店舗等は、販売実態をできる限り反映するよう、一定の条件を考慮しつつ無作為に選定したもの。
- ・ 原則、販売員から説明を受け、契約を締結(又は申込みを完了)した後に契約を解除する(又は申込みを取り消す)方法により調査。
その際、販売現場では調査であった旨を明らかにしていない。
- ・ 今回、一部(17件)については、MNOサービスとのセット契約も実施(MNOサービスの調査方法に記載したものの再掲)。

両サービスの調査結果については、調査の性質上、個々の回答は主観に左右され一定の誤りも含まれ得るため、その前提で結果を解釈することとする。

(1) MVNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

◎ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」において求められる事項について

- ・ 数値は各項目に掲げる事例に該当した調査件数の割合(サービス内容等が事業者によって異なるため、項目ごとに母数(n)が異なる)
- ・ **赤字(下線)**は実施率が半数に満たない事項
- ・ **青字(波線)**は実施率が85%以上の事項

1. 通信速度関係

① 通信速度についてベストエフォートである旨(時間帯によっては通信速度が低下する等)の説明がなかった例：
音声通話付39%(昨年42%)_{n=245} **データ専用45%**(昨年34%)_{n=20}

② 料金プランのデータ通信容量の上限を超えると、制限がかかることの説明がなかった例：
音声通話付37%_{n=245}

参考：「制限があることの説明はあったが、制限がかかる場合についての説明がなかった」(22%)

③ (毎月のデータ通信容量の上限を超過した場合以外の)通信速度制限について適切に説明がなされなかった例：
音声通話付52%(昨年64%)_{n=148} **データ専用10%**(昨年22%)_{n=20}

* 「制限があることの説明がなかった」(音声通話付：45% データ専用：5%)又は「制限があることの説明はあったが、制限がかかる場合についての説明がなかった」(音声通話付：7% データ専用：5%)例を合計した割合

* 毎月のデータ通信容量の上限を超過した場合の通信速度制限とは別に、一定期間(例：3日間)で一定容量(例：3GB)を超えるデータ通信を行った場合の通信速度制限(例：128kbps)(いわゆる「3日間制限」)

2. 料金プラン

④ 利用実態や要望についての確認がなかった例：**音声通話付11%**_{n=245} **データ専用20%**_{n=20}

⑤ 利用実態等に応じたプランの案内がなかった例：**音声通話付10%**(昨年12%)_{n=218} **データ専用12%**(昨年16%)_{n=16}

⑥ 契約月数の経過に従って基本料金が割引等により変化するプランにおいて、その旨が適切に説明がなかった例：**音声通話付12%**(昨年18%)_{n=50} **データ専用20%**(昨年17%)_{n=20}

* 「契約から一定期間後に割引の終了等により基本料金額が上がる旨の説明がなかった」(音声通話付：6% データ専用：20%)又は「支払額が上がることの説明はあったが、具体的な契約月数や支払額について説明がなかった」(音声通話付：6% データ専用：0%)例の合計割合

(1) MVNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

3. 通信料金等 (月々の費用)

- ⑦ 月額基本料金 について説明がなかった例：音声通話付2% n=245 データ専用5% n=20
- ⑧ プレフィックス電話の月額料金額 について説明がなかった例：音声通話付13% n=195
- ⑨ 端末の割賦支払額 について説明がなかった例：音声通話付15% n=47
- ⑩ 請求初月に発生する費用 について説明がなかった例：音声通話付9% n=202 データ専用10% n=20
* 事務手数料、SIM発行手数料 等
- ⑪ 毎回請求されることが見込まれる総支払額及びその内訳を明示し、これらを記載した説明書面等を交付する等の説明がなかった例：音声通話付32% n=65
* 「内訳」…月額基本料、プレフィックス電話の月額料金額及び端末割賦支払額

4. 期間拘束・自動更新

- ⑫ 期間拘束について適切に説明がなかった例：
音声通話付13% (昨年19%) n=187 データ専用10% (昨年8%) n=20
* 「期間拘束である旨の説明がなかった」(音声通話付：11% データ専用：10%) 又は「説明はあったが、期間について説明がなかった」(音声通話付：2% データ専用：0%) 例の合計割合
- ⑬ 自動更新について説明がなかった例：
音声通話付32% (昨年30%) n=50 データ専用30% (昨年15%) n=20
- ⑭ 更新月について説明がなかった例：
音声通話付30% (昨年34%) n=50 データ専用15% (昨年24%) n=20

5. 解約時費用

- ⑮ 解約の際に違約金が発生することやその金額について説明がなかった例：
音声通話付14% (昨年22%) n=187 データ専用15% (昨年11%) n=20
- ⑯ 解約月の基本料金は日割りされない旨の説明がなかった例：音声通話付42% (昨年44%) n=180
- ⑰ 解約に伴う端末購入割引の取消し(端末割賦残債の支払いが発生)について説明がなかった例：
音声通話付33% (昨年30%) n=36

(1) MVNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

6. 初期契約解除

制度改正 [平成30年10月よりMVNO音声通話付サービスの初期契約解除制度を導入。]

- ⑱ 初期契約解除制度について説明がなかった例：音声通話付33% n=245 データ専用15% (昨年19%) n=20
- ⑲ 初期契約解除制度について説明があったもののうち、
 - ・ 初期契約解除が可能である期間(書面を受領してから8日間)の説明がなかった例：
音声通話付4% n=165 データ専用0% n=17
 - ・ 詳細は契約書面に記載されている旨の説明がなかった例：音声通話付39% n=165 データ専用29% n=17
 - ・ 初期契約解除による契約解除を行う場合にMNPに制限を設けている(新規発番による契約時に限り、初期契約解除はMNP転出不可)ことの説明がなかった例：音声通話付72% n=165

7. フィルタリング関係

制度改正 [平成30年2月 改正青少年インターネット環境整備法施行により、携帯電話事業者等に対して、①利用者が18歳未満かどうかの確認、②フィルタリングの必要性・内容の説明、③フィルタリングソフトの設定を義務付け]

- ⑳ 実際に使用する者が申込者自身であるかどうかの確認がなかった例：音声通話付38% (昨年33%) n=245
* 「口頭での確認があった」(53%)又は「口頭等での確認はなく書面等のみによる確認があった」(9%)以外の例の割合
- ㉑ 使用する者が申込者自身であるかどうかの確認があったもののうち、
 - ・ (実際に使用する者が子どもであることを伝えた場合に) フィルタリングの必要性・内容の説明がなかった例：
音声通話付33% n=92
 - ・ (実際に使用する者が子どもであることを伝えた上で店頭で端末購入までいった場合) 店頭にてフィルタリングを有効化してもらわなかった例：音声通話付50% n=12

8. その他

- ㉒ 事業者指定のアプリを用いる通話サービスについて、緊急通報(110番等)に非対応であることの説明がなかった例：音声通話付32% (昨年53%) n=78
- ㉓ 通話料金が割引となる電話サービスについて、事業者が指定する通話アプリを使用し発信(又は発信の際に指定の番号を電話番号の冒頭に付加)することが割引通話の条件となっていることの説明がなかった例：
音声通話付19% (昨年21%) n=195

(1) MVNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

◎ その他MVNOに特徴的な事項等について

9. SIMカード・端末設定関係

- ②④ SIMカードのサイズについての確認又は注意喚起がなかった例：音声通話付29%（昨年13%）n=93
- ②⑤ 使用する端末がSIMロック解除されているか若しくは動作確認済のものであるかの確認又は注意喚起がなかった例：音声通話付27%（昨年16%）n=93
- ②⑥ 利用者自身でスマートフォンの設定を行う必要がある旨の注意がスタッフから自発的になされなかった例：音声通話付60%n=93

10. キャリアメール

- ②⑦ いわゆるキャリアメール（MNOが提供するメールサービス）の提供がない（又は有料である）ことの説明がスタッフから自発的になされなかった例：音声通話付67%n=245
- ②⑧ メールを利用する場合に、以下の（ア）（イ）の説明がなかった例：
 - （ア）事業者が提供するメールサービス（MVNO独自のキャリアメールサービス）又は無料のインターネットメールサービスを利用する必要があることの説明
 - （イ）その際メールアドレスが変わり、メールを送る相手方の受信設定を変更することが必要となる場合があることの説明
 音声通話付 両方あり13% / （ア）のみあり68% / いずれの説明もなし19%n=245

11. MNP転出料

- ②⑨ MNP転出料についてスタッフから自発的な説明がなかった例：音声通話付49%n=245

(1) MVNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

◎ MVNOサービスの実地調査(覆面調査)の評価・総括 ※第6回モニタリング会合 要改善・検討事項より再掲。

- ・ 各調査対象事業者においては、実施状況が悪かった事項等の実地調査の結果を踏まえ、ガイドライン記載事項等についての説明の徹底に向けた改善が必要。

特に、音声通話付サービスの初期契約解除制度導入を踏まえた制度の説明及び改正青少年インターネット環境整備法を踏まえたフィルタリングの必要性・内容の説明や店頭におけるフィルタリングの有効化措置の実施等について一層の徹底が必要。

⇒ 本会合後、総務省から各事業者に改善指導を実施することが適当。

※ 本調査結果については、必ずしも一律に当該事業者の全体傾向を示しているとは判断できないことに留意が必要であるが、当該調査結果を踏まえた検証と改善は必要。

- ・ 調査対象以外の事業者においても、本調査及び苦情・相談の分析結果を参考にあらためて自らの実施状況を点検し、必要な改善を実施していくことが適当。

※ 第6回会合(平成31年2月1日)後、各調査対象事業者に改善指導を実施済。

(2) MNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

◎ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」において求められる事項等について

- ・ 数値は各項目に掲げる事例に該当した調査件数の割合(サービス内容等が事業者によって異なるため、項目ごとに母数(n)が異なる)
- ・ **赤字(下線)**は実施率が半数に満たない事項
- ・ **青字(波線)**は実施率が85%以上の事項

1. 料金プラン

- ① 利用実態や要望についての確認がなかった例：**5%** (昨年：1%) n=175
- ② 利用実態等を踏まえない特定のプランを案内された例：**2%** (昨年：6%) n=166
- ③ 契約期間がなく、いつ解約しても違約金がかからないプランの説明がなされなかった例：27% (昨年：54%) n=175
- ④ 当初2年間の解約には違約金がかかるが2年後にいつでも違約金なしで解約できる選択肢に移行できるということ(ドコモ以外：2年後にいつでも違約金なしで解約できる当初の選択肢)の紹介がなかった例：**25%** (昨年：40%) n=175

2. 通信利用制限

- ⑤ (定額制のプランで契約フローをすすめた場合) 料金プランのデータ通信容量の上限を超えた場合に、速度制限にかかること及び通常速度に戻す際の料金の有無や価格を適切に説明されなかった例：**42%** (昨年：38%) n=47
 ※「通信速度の制限についてのみ説明があり、料金については説明がなかった」(19%)又は「説明がなかった」(23%)例の合計割合

3. フィルタリング関係

- ⑥ 実際に使用する者が申込者自身であるかどうかの確認がなかった例：**6%** n=175
- ⑦ 使用する者が申込者自身であるかどうかの確認があったもののうち、
 - ・ (実際に使用する者が子どもであることを伝えた場合に) フィルタリングの必要性・内容の説明がなかった例：**0%** n=18
 - ・ (実際に使用する者が子どもであることを伝えた上で店頭で端末購入までいった場合) 店頭にてフィルタリングを有効化してもらわなかった例：**6%**[※] n=18

※フィルタリングの有効化がなかった調査例に関しては、調査員からの特段の申し出をすることなく、かつ、フィルタリングアプリのインストール、初期設定ともになく利用者自身での設定になる、との旨が案内された、との調査員からの回答があった。

(2) MNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

4. 通信料金等（月々の費用）

- ⑧ 基本使用料及びデータ通信料など全てを含めた月々の支払額について適切に説明がなかった例：5%
（昨年：18%） n=175

※「総額についての説明はなかったが、個々の料金額・代金の説明はあった」（1%）又は「総額についての説明はあったが、個々の料金額・代金の説明はなかった」（3%）又は「総額と内訳ともに説明がなかった」（1%）例の合計割合

- ⑨ 請求初月に発生する費用（事務手数料 等）について説明がなかった例：2%（昨年：6%） n=175

5. 期間拘束・自動更新

- ⑩ 期間拘束について適切に説明がなかった例：9%（昨年：16%） n=175

- ⑪ 自動更新について説明がなかった例：11%（昨年：27%） n=175

- ⑫ 更新月について説明がなかった例：14%（昨年：22%） n=175

- ⑬（携帯電話の通信契約及びFTTHの契約を行った場合）携帯電話とFTTHの契約の更新月がずれることの説明がなかった例：47% n=175

6. 解約時費用

- ⑭ 解約の際に発生する違約金の説明及び具体的な算定方法の説明がなかった例：21% n=175

※「違約金の説明があったが、具体的な金額や算定方法の説明はなかった」（13%）又は「自発的な説明はなかったが、指摘したら違約金の説明があった。しかし、具体的な金額や算定方法の説明はなかった。」（2%）又は「違約金の説明がなかった」（6%）

- ⑮ 解約月の基本料金は日割りされない旨の説明がなかった例：21%（昨年：63%） n=175

- ⑯ 解約に伴う端末購入割引の取り消し（端末割賦残債の支払いが発生）について説明がなかった例：26% n=157

- ⑰ 解約の際に発生する<違約金><日割りされない月額基本料><端末残債>に関して、一括してこれらの種類を明示し、諸費用の見込額についての説明が適切になされなかった例：53%（昨年：47%） n=157

※「一括してこれらの説明を明示されたが、諸費用の見込額についての説明はなかった」（18%）又は「自発的な説明はなかったが、指摘したら一括してこれらの説明を明示された。しかし諸費用の見込額についての説明はなかった」（2%）又は「一括して説明がなかった」（33%）

(2) MNOサービスの実地調査(覆面調査)結果の概要

7. 確認措置

- ⑱ 確認措置について説明がなかった例：11%（昨年：26%） n=175
- ⑲ 確認措置について説明があったもののうち、
- ・ 契約を解除する場合の申出方法や申し出ることの期間についての説明がなかった例：16% n=156（昨年：9%）
 - ・ 詳細は契約書面に記載されている旨の説明がなかった例：40%（昨年：20%） n=156

8. 端末代金・オプション

- ⑳ （次回の機種変更を見込んだ）機種代金の支払額が軽減されるような割引サービス・プログラムについて、関心を示した場合、プログラムの概要及び特典提供の具体的な条件の説明が適切になされなかった例：16%（昨年：16%） n=163
- ※「プログラムの概要に加えて、特典適用の具体的な条件のうち一部だけ説明があった」（15%）又は「プログラムの概要については説明があったが、特典適用の具体的な条件については、全く説明がなかった」（1%）の例の合計割合

9. 端末追加購入

- ㉑ 追加でもう1台（例：タブレット、キッズけいたい等）購入するよう勧められ、その購入が必須ではないことの説明がなかった例：3%（昨年：6%） n=175
- 説明があった例：14% 端末の追加購入を勧められることがなかった例：82%
- ㉒ 追加でもう1台（例：タブレット、キッズけいたい等）購入するよう勧められ、関心を示した場合、その端末の購入に伴い通信料金が発生することが説明されなかった例：7%（昨年：10%） n=175
- 説明があった例：10% 端末の追加購入を勧められることがなかった例：82%

◎ MNOサービスの实地調査(覆面調査)の評価・総括

・ 昨年の調査結果と比較すると、基本的には全体として説明がなされたとする割合が高かったが、なお説明状況が不十分と見られるケースも一定程度ある。

事業者により説明の実施状況に差が見られるが、各事業者においては、実施状況が悪かった事項等の实地調査の結果を踏まえ、ガイドライン記載事項等についての説明の徹底に向けた改善が必要と考えられる。

特に、料金プランのデータ通信容量の上限を超えた場合の速度制限等についての説明^{※1}、携帯電話とF T T Hの契約の更新月がずれる場合の説明^{※2}や解約時の費用の説明^{※3}等について一層の徹底が必要と考えられる。

※ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」における該当箇所

※1 第2章第2節 (5)⑦その他の利用制限(第5号ト)

※2 第2章第2節 (14)他業種との一体的な販売がされる時の説明事項の取扱い

※3 第2章第2節 (10)②解約時に生じる費用

⇒ 本会合後、総務省から各事業者に改善指導を実施予定。

※ 本調査結果については、必ずしも一律に当該事業者の全体傾向を示しているとは判断できないことに留意が必要であるが、当該調査結果を踏まえた検証・改善は必要。

◎ 「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」において求められる事項について

- ・ 数値は各項目に掲げる事例に該当した調査件数の割合(サービス内容等が事業者によって異なるため、項目ごとに母数(n)が異なる)
- ・ **赤字(下線)**は実施率が半数に満たない事項
- ・ **青字(波線)**は実施率が85%以上の事項

1. 料金プラン

- ① 利用実態や要望について確認がなかった例：27% (昨年25%) n=114
- ② 利用実態や要望の確認があった上で、これに応じたプランの案内がなかった例：**7%** (昨年22%) n=83
- ③ 期間拘束がない又は自動更新のない料金プラン(当初から縛りのないプラン又は2年後フリーのプラン)が紹介されなかった例：**43%** (昨年67%) n=86

2. 通信速度

- ④ 通信速度についてベストエフォートである旨(記載されている速度の数値より実際の速度は低下する等)の説明がなかった例：28% (昨年37%) n=109

3. 通信料金等(月々の費用)

- ⑤ 月額基本料金 について説明がなかった例：**3%** (昨年2%) n=123
- ⑥ 光電話の月額料金額 について説明がなかった例：**5%** (昨年6%) n=121
- ⑦ 請求初月に発生する費用^{*} について説明がなかった例：**3%** (昨年3%) n=120
※ 事務手数料、工事費
- ⑧ 毎回請求されることが見込まれる総支払額及びその内訳^{*}を明示し、これらを記載した説明書面等の交付等がなかった例：**12%** (昨年16%) n=118
※ 「内訳」…月額基本料、光電話の月額料金額及び工事費割賦支払額等

4. 期間拘束・自動更新

- ⑨ 期間拘束及びその期間について説明がなかった例：11%（昨年9%） n=122
- ⑩ 自動更新について説明がなかった例：24%（昨年38%） n=101

5. 解約時費用

- ⑪ 解約の際に発生する違約金の説明及びの具体的金額について説明がなかった例：16%[※] n=122
※「違約金の説明があったが、具体的な金額又は算定方法の説明はなかった」（11%）及び「違約金の説明がなかった」（5%）の合計
- ⑫ 解約月の基本料金は日割りされない旨の説明がなかった例：30%（昨年57%） n=63
- ⑬ 解約に伴う工事費等の割賦残債について説明がなかった例：32%（昨年14%） n=65
- ⑭ 設備の撤去工事費について説明がなかった例：22% n=9
- ⑮ 解約時にかかる費用[※]について一括して種類を明示し、これらを記載した説明書面等の交付等がなかった例：24%（昨年40%） n=25
※「解約時にかかる費用」…違約金、日割りされない月額基本料金、工事費等の割賦残債、撤去工事費

6. 初期契約解除

- ⑯ 初期契約解除制度について説明がなかった例：15%（昨年26%） n=123
- ⑰ 初期契約解除制度について説明があったもののうち、
- ・初期契約解除が可能である期間（書面を受領してから8日間）の説明がなかった例：10%（昨年34%） n=105
 - ・詳細は契約書面に記載されている旨の説明がなかった例：46%（昨年35%） n=105

7. 連絡先

- ⑱ 契約解除の申込み等を行うための連絡先及び方法について説明がなかった例：11%[※]（昨年19%） n=123
※「受付方法について説明があったが、具体的連絡先についての説明はなかった」（2%）及び「説明がなかった」（10%）の合計

◎ FTTHサービスの実地調査(覆面調査)の評価・総括

・ 昨年調査とは調査対象事業者が異なるため、あくまで参考であるが、昨年の調査結果と比較すると、基本的には全体として説明がなされたとする割合が高かったが、なお説明状況が不十分と見られるケースも一定程度ある。

各調査対象事業者においては、実施状況が悪かった事項等の実地調査の結果を踏まえ、ガイドライン記載事項等についての説明の徹底に向けた改善が必要。

特に、期間拘束がない又は自動更新のない料金プランの紹介^{※1}及び工事費等の割賦残債も含む解約時費用の説明^{※2}等について一層の徹底が必要。

※1、※2 電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン 第2章第2節 (10) 契約解除・契約変更の条件等

⇒ 本会合後、総務省から各事業者に改善指導を実施予定。

※ 本調査結果については、必ずしも一律に当該事業者の全体傾向を示しているとは判断できないことに留意が必要であるが、当該調査結果を踏まえた検証・改善は必要。

・ 調査対象以外の事業者においても、本調査及び苦情・相談の分析結果を参考にあらためて自らの実施状況を点検し、必要な改善を実施していくことが適当。

※ 総務省から各事業者等に検討を要請した主な指摘事項等に係る第5回会合(平成30年6月28日)以降の取組等

1. MNOサービス

[平成29年度モニタリング(第5回会合)指摘事項関係] ※第6回会合で発表済

- ① 実地調査関係
 - ⇒ 各社において改善措置(説明ツールの見直し、代理店への周知等)を実施済。
- ② 一層丁寧な高齢者対応や説明時間短縮等
 - ⇒ 高齢者対応:(一社)電気通信事業者協会において自主基準を策定し、3社の共通施策として、80歳以上を対象とした家族への同意確認など、より丁寧な対応を実施(平成30年8月～)。また、(一社)全国携帯電話販売代理店協会においても、代理店による初期設定支援やスマホ教室を支援。
説明時間短縮等: 3社各社でサンプリング調査による実態把握の上、説明時間短縮に向けた各種取組を実施。
- ③ 利用者の理解を助ける取組の推進等
 - ⇒ 3社において、利用者理解を助ける各種の取組(分かりやすい料金プランの検討、スマホ教室の拡大、専任スタッフによる初期設定等支援、料金総額表示の工夫等)を実施又は検討中。また、待ち時間の短縮に向けた来店予約の拡大についても各社で推進中。
- ④ 端末買換えサポートプログラム等の提供条件の適切な説明
 - ⇒ 端末の残債免除施策について利用者への説明を義務づけた消費者保護ルールガイドライン改定(平成30年8月28日)を踏まえ、各社において適切な説明を実施。

[平成30年度モニタリング(第6回会合)指摘事項関係]

- ① 「申告者の認識との不一致(認識していない料金請求等)」や「契約者ニーズとの不一致(不要な契約締結等)」等の改善
 - ⇒ 3社共通の施策として、従来より料金シミュレーターの活用、重要説明事項書の改善等、説明ツールの改善に取り組んでいる。また、各社、前回モニタリング会合調査結果を踏まえ、代理店へ指導・周知を実施するとともに、更なる重要事項説明書の改善等の対応を実施。
- ② 高齢者への一層丁寧な対応の検討・実施
 - ⇒ 従来より行われている3社共通の施策としての、(一社)電気通信事業者協会が策定した自主基準に基づく対応に加え、各社、前回モニタリング会合調査結果を踏まえ、代理店へ指導・周知を実施するとともに、80歳以上の契約者について家族同意を書面で確認する等の取組を実施。

2. MVNOサービス

[平成29年度モニタリング(第5回会合)指摘事項関係] ※第6回会合で発表済

- ① 利用者への注意事項等をまとめた「チェックポイント」
⇒ (一社)テレコムサービス協会MVNO委員会において、MVNOサービスの利用を考えている利用者への注意事項等をまとめた「チェックポイント」の周知・活用を実施。
- ② 通信速度に係る広告表示
⇒ 実効速度計測及び表示方法に係る業界ガイドラインの公表に向け準備中。
- ③ 音声通話付のMVNOサービスにおける初期契約解除
⇒ 各社において対応(説明書面に初期契約解除について記載、HPにおける周知等)を実施済。

[平成30年度モニタリング(第6回会合)指摘事項関係]

- ① 実地調査関係
⇒ 各社において改善措置(説明ツールの見直し、代理店への周知等)を実施済。
- ② 苦情・相談分析関係
⇒ (一社)テレコムサービス協会MVNO委員会において、MVNOサービスの利用を考えている利用者への注意事項等をまとめた「チェックポイント」の周知・活用を実施するとともに、内容の改定(初期契約解除制度等についての説明の追加やより分かりやすい表現への改定等)を実施予定。
- ③ 通信速度に係る広告表示
⇒ 実効速度計測及び表示方法に係る業界ガイドラインの公表に向け準備中。(詳細:資料7-4)

3. FTTHサービス

[平成29年度モニタリング(第5回会合)指摘事項関係] ※第6回会合で発表済

- ① 実地調査関係
⇒ 各社において改善措置(説明ツールの新設・見直し、代理店スタッフへの研修等)を実施済。
- ② 高齢者への一層丁寧な対応の検討・実施
⇒ (一社)テレコムサービス協会FVNO委員会が作成した業界マニュアルに、電話勧誘時の年代確認の実施、より丁寧な説明について追記する改定を実施。改定版としてNTT東西を通じFVNO各社に配布済(平成31年2月)。
- ③ 光卸サービス(転用)について、一般消費者への適切な周知
⇒ FVNO委員会が作成(平成30年6月)した「図解リーフレット」を、NTT東西を通じ、FVNO各社、消費者団体等へ配付(10万部)。

[平成30年度モニタリング(第6回会合)指摘事項関係]

- ① 電話勧誘適正化の一層の推進
⇒ (一社)テレコムサービス協会FVNO委員会において「重要事項説明項目及びトーク集」等を盛り込んだ「光コラボの消費者保護に関する各種マニュアル・ツール」を作成、FVNO各社に配布(令和元年5月)。(詳細:資料7-5)
⇒ また、契約者数上位17社の事業者のうち、電話勧誘販売を行う13社では、本マニュアルを踏まえたトークマニュアルの改善や、電話口での名乗りの徹底等、他事業者との誤認を防止する措置を実施済み。
- ② 高齢者への一層丁寧な対応の検討・実施
⇒ (一社)テレコムサービス協会FVNO委員会において、「高齢者対応方法及び理解度チェックシート」を作成、FVNO各社へ周知(平成31年2月)。(詳細:資料7-5)
⇒ また、契約者数上位17社の事業者においては、高齢者の定義を設けた上で、年代等確認の結果、高齢者と判断された場合には、業界自主基準等も踏まえ、家族/同居人の了承・同意有無の確認、契約即決の原則禁止、平易な補足資料を用いた説明の実施等により措置を実施済み。

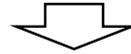
※ 関連する事業者団体の取組等

(一社)テレコムサービス協会FVNO委員会は、光卸サービスについて、事業者変更に係る利用者等向けの「図解リーフレット」を作成(令和元年5月)し、今後印刷物を消費者団体等に配付予定。

1. 電気通信事業法の改正

モバイル市場の競争の促進及び利用者利益の保護を図るため、下記事項を内容とする「電気通信事業法の一部を改正する法律」(令和元年法律第5号。以下「改正法」という。)が、令和元年5月17日に公布された。

- ① 通信料金と端末代金の完全分離や行き過ぎた囲い込みの是正
- ② 電気通信事業者及び販売代理店の勧誘の適正化
- ③ 販売代理店に対する届出制度の導入



当該改正法の施行に向けて、令和元年6月、電気通信事業法施行規則等の一部改正及び関係告示の制定について、情報通信行政・郵政行政審議会に諮問。

2. SIM準備手数料の導入

- ・ 電気通信事業法に基づく初期契約解除制度について、2018年にはMVNOの普及が進み、MVNOの音声通話付サービスについての苦情相談も少ないとはいえない状況となってきたことから、告示改正を行い、2018年10月より、MVNOの音声通話付サービスが初期契約解除制度の対象役務として追加された。
- ・ 第5回モニタリング会合(平成31年2月1日)において、(一社)テレコムサービス協会より、「初期契約解除に際してMVNOが負担しているSIM準備手数料(仮)について、対価請求の項目として追加してほしい」との要望が示された。これを踏まえ、同会合において「SIM準備手数料(仮)」については、総務省等において、その実情を踏まえた上で、今後の取り扱いを検討していくことが必要」であるとする要改善・検討事項が取りまとめられた。



令和元年6月、電気通信事業法施行規則の一部改正について、情報通信行政・郵政行政審議会に諮問。

【MNOサービス】

1. 苦情相談の総件数(推定)は、平成30年度は、前年度に比べ、増加(約13%)している。苦情相談の発生要因としては、「申告者の認識との不一致(認識していない料金請求等)」や「契約解除の手続き(解約費用や方法への不満等)」が上位にある。
2. 引き続き、各事業者及び関係事業者団体において本モニタリング会合での指摘等を踏まえた取組及び自主的な取組を実施していくとともに、運用状況を注視し、適時見直し対応を行っていくことが求められる。
3. 取組に当たっては、高齢者からの苦情相談割合が利用動向に比べ相対的に高い傾向となっていること、また、改正法の通信料金と端末代金の完全分離や行き過ぎた囲い込みの是正を踏まえた新たな料金プランやサービス等の状況について利用者への分かりやすい説明・周知が求められること、実地調査で不十分であった点※については十分に配慮すべきことも踏まえて対応していくことが必要である。

※ 実地調査において説明の実施状況が不十分と認められるケースあり。各調査対象事業者に改善指導を実施予定。

- ① (一社)電気通信事業者協会から進捗報告がなされているところであるが、一層丁寧な高齢者対応や説明時間短縮等の方策について、引き続き、各事業者及び(一社)全国携帯電話販売代理店協会においては、相互に連携しつつ検討を推進していくことが求められる。
- ② 「ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWG」中間報告書を踏まえ、以下の取組も求められる。
- ・ 契約時における提供条件の概要の説明の場面において、期間拘束を伴う契約については、拘束期間全体において利用者が支払う通信料金と端末代金の総額の目安を示すこと
 - ・ 改正法を受けた新たな料金プランに移行することで恩恵が得られるにもかかわらず、そのことを十分に認識せずに従来の料金プランを使い続ける既存の利用者が多数出ることのないよう、既存の利用者に対して様々な周知手段を用いて、料金プランの移行についての周知を徹底すること
 - ・ 携帯電話ショップにおけるスマホ教室等の推進等の利用者の理解を助ける取組を推進すること。
- ③ 改正法においては、MNOを含む一部携帯電話事業者に対し、行き過ぎた期間拘束を是正するための違約金の額の上限等の規律が導入される見込みであるが、MNOにおいてはFTTHとのセット契約を行う利用者も少なくないことから、解約時の条件に係る説明として、携帯電話とFTTHの更新月がずれる場合の説明や解約時の費用の説明等については一層の徹底が求められる。

※ 「→」は、今後の取組に当たっての留意事項、これまでのモニタリング会合での指摘(改善・検討事項)等に加え、取組が求められる個別事項等。

【MVNOサービス】

1. 苦情相談の総件数(推定)は、平成30年度は、前年度に比べ相当程度減少(約24%)している。このうち、データ通信専用サービスについては大幅減(約52%)となっており、音声通話付サービスについては微減(約3%)となっている。
2. 各事業者及び関係事業者団体においては、本モニタリング会合での苦情等傾向分析結果やその指摘等を踏まえた取組及び自主的な取組を実施していくとともに、運用状況を注視し、適時見直し対応を行っていくことが必要である。
 - ① (一社)テレコムサービス協会MVNO委員会は、MVNOサービスの利用を考えている利用者への注意事項等をまとめた「チェックポイント」(平成29年公表、平成30年改定)において初期契約解除制度等についての説明の追加やより分かりやすい表現への改定等を実施する予定であるところ、早期実現及びその周知に努める必要がある。また、MVNOサービスに特有な苦情も多く見られるところ、引き続き、その内容の分析等を行い、必要に応じて同チェックポイントの改定等の適切な対応に努めるとともに、各事業者等においては、サービス内容を分かりやすく周知していく取組を実施していく必要がある。
 - ② 通信速度に係る苦情相談件数がMNOと比べ引き続き相対的に多く寄せられるなか、実効速度の広告表示については、同委員会及び電気通信サービス向上推進協議会において、実効速度の計測・表示方法を定める業界ガイドラインを近く策定・公表予定であるところ、策定後は、各事業者における同ガイドラインを踏まえた取組が必要である。
 - ③ 音声通話付サービスの初期契約解除制度導入を踏まえた制度の説明及び改正青少年インターネット環境整備法を踏まえたフィルタリングの内容・必要性の説明やフィルタリングの有効化措置の実施等について一層の徹底が必要である。

【FTTHサービス】

1. 苦情相談の総件数(推定)は、平成30年度は、前年度に比べ、微増(約2%)しており、苦情相談総受付件数に占めるFTTHサービスの比率は依然として高い(約36%)。
2. 苦情相談については、特に電話勧誘を発生元とするものが過半を占め、発生要因としては、「事業者の信用度への不安」や「契約先事業者についての説明不足」が上位となっております、勧誘主体や勧誘目的について利用者に誤解を与えるような勧誘が行われていることにより、発生していると思われる苦情相談も多く寄せられている。
3. 改正法において、「自己の氏名若しくは名称」又は「勧誘である旨」を告げずに勧誘する行為は禁止されることとなり、法施行後は、上記2. のような苦情相談については減少が期待されるところであるが、各事業者及び関係事業者団体においては、改めて、利用者保護規律の遵守・徹底のため本モニタリング会合での指摘等を踏まえた取組及び自主的な取組を引き続き実施していくとともに、その運用状況を注視・検証し、適時見直し対応を行っていくことが求められる。また、取組に当たっては、高齢者からの苦情相談割合が利用動向に比べ相対的に高い傾向となっていること、実地調査で不十分であった点^{*}については、十分に配慮すべきことも踏まえて対応していくことが必要である。

※ 実地調査において説明の実施状況が不十分と認められるケースあり。各調査対象事業者に改善指導を実施予定。

4. なお、本年7月1日からは、NTT東西の卸売サービスの「事業者変更」^{*}の開始が予定されているが、平成30年5月から総務省において開催された「NTT東西の光サービスの卸売サービスの事業者変更の在り方についてのタスクフォース」において、不適正営業の増加等の懸念が表明されているところである。

このような環境変化が今後、利用者からの苦情相談状況に対し、どのような影響・効果を生じさせるか注視の上、各事業者及び関係事業者団体等は、適切な対応を行う必要がある。

※ NTT東西から光回線を借り受けた卸先事業者(光コラボ事業者)から他の卸先事業者又はNTT東西への事業者の変更。電話番号及び光回線の継続した利用が可能となる。

→ ① (一社)テレコムサービス協会FVNO委員会は、継続的な課題でもある光卸を利用したFTTHサービスの電話勧誘時の課題等を改善するため、既存の業界マニュアルを改定・整理の上、「重要事項説明項目及びトーク集」「高齢者対応方法及び理解度チェックシート」等を盛り込んだマニュアル集を作成。NTT東西を通じ、FVNO各社へ周知(令和元年5月)。各事業者は本マニュアルに基づく適切な説明の実施・徹底及び、販売代理店への周知・徹底が求められる。また、同委員会においては、苦情等の状況等も踏まえて、引き続き、その必要な見直し等を実施していくことが求められる。(その際、NTT東日本・西日本においても、引き続き、当該取組に必要な協力・連携をしていくことが期待される。)

② 同委員会は、光卸サービス(事業者変更)について、利用者への情報提供、注意喚起を目的とした資料(「図解リーフレット」)を作成したところ、各事業者及び同委員会においては、本資料を活用し、光卸サービスについて一般消費者への適切な周知が求められる。

【分離型ISPサービス】

苦情相談の総件数(推定)は、平成30年度は、前年度に比べ減少(約32%)している。各事業者及び関係事業者団体においては、自主的な取組を引き続き実施していくとともに、運用状況を注視し、適時見直しを行っていくことが求められる。

→ 分離型ISPサービスは、FTTHサービスとのセットで契約されることが多いと考えられることから、(一社)日本インターネットプロバイダー協会においては、必要に応じ、(一社)テレコムサービス協会FVNO委員会等とも連携し、苦情の削減に向けた取り組みを強化することが期待される。

【ケーブルテレビインターネットサービス】

1. 苦情相談の総件数(推定)は、引き続き絶対数は少ないが、平成30年度は、前年度に比べ増加(約34%)しており、チャンネルとしては、訪問販売の苦情相談が多く寄せられているところであり、留意していく必要がある。
2. 各事業者及び関係事業者団体においては、本モニタリング会合での苦情等傾向分析結果やその指摘等を踏まえた取組を実施するとともに、運用状況を注視し、適時見直し対応を行っていくことが必要であるが、各事業者においては、自らに寄せられる苦情相談の内容を把握、分析し、適切に対応していくことが必要と考えられる。

→ (一社)日本ケーブルテレビ連盟においては、会員事業者に対して、本会合の結果等の情報共有、注意喚起を実施し、また、毎年消費者保護に関する会員事業者向けセミナーを開催し、更に、消費者保護ルールに係る本連盟独自の解説資料を作成し会員事業者に共有、活用を促しているところ。引き続き、消費者保護の充実・向上に係る取組や訪問販売の適正化に向けた取り組みの強化が求められる。

【その他共通事項等】

1. 広告表示(条件付き最安料金の訴求するといったもの)の適正性の確保については、総務省の他の会合等においても指摘されているところ、各事業者及び事業者団体においては、利用者自らの適切なサービス選択に関し、利用者に誤認を与えることのないよう、取組を更に進めていく必要がある。

→ MNO各社において、平成30年12月より、店頭広告の様式の指定、指定外様式の店頭広告やチラシの事前チェック等の取組を行っている。また、電気通信サービス向上推進協議会広告表示アドバイザリー委員会においては、関係事業者から、テレビ、新聞等における広告の提供を受け、「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン(第12版)」(平成30年1月、電気通信サービス向上推進協議会)に照らし不適合なものを指摘し、関係事業者に改善を促しているところ。電気通信サービス向上推進協議会では、年内に広告表示アドバイザリー委員会の広告チェック体制への「消費者モニター」の導入、上記ガイドラインの改定・追補、事業者による店頭広告表示での自主的な適正化施策の運用状況の監査を実施することとしており、関係する事業者・団体の協力を得つつ、これらの取組を着実に進めていくことが求められる。

2. 総務省においては、各事業者団体等の取組促進のための助言等のほか、改正法の施行等の環境変化や、苦情等傾向分析結果等も踏まえて、各事業者等の運用状況を注視していくとともに、苦情等申告があった場合の早期の注意喚起、必要に応じた調査、指導等、個別の事案に適切に対応していくものとする。また、「消費者保護ルールの検証に関するWG」における検討と併せて、消費者保護に係る課題に対する不断の取組を行うものとする。

第 3 章 關係

◆ 「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」

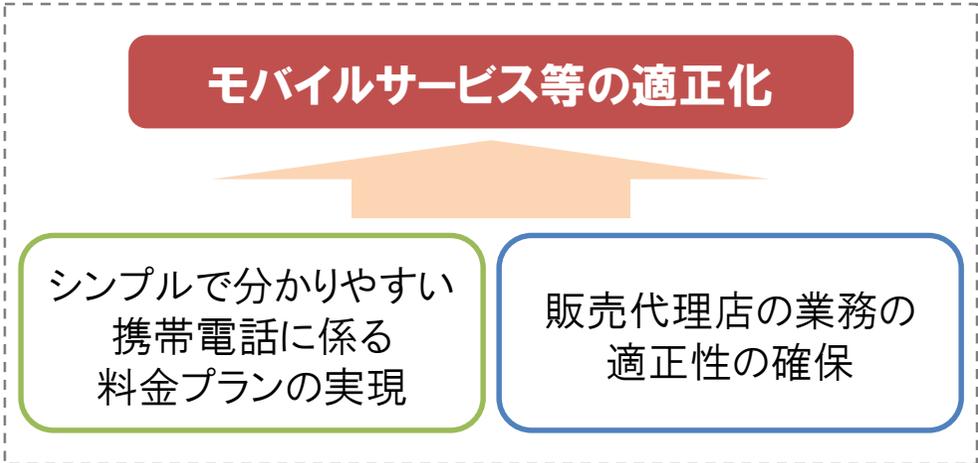
概要

「モバイル市場の競争環境に関する研究会」及び「ICTサービス安心・安全研究会 消費者保護ルールの検証に関するWG」が合同で、**モバイルサービス等の適正化に向けて早急に取り組むべき事項を整理**したものの。

構成

以下について、**電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を検討・実施**することを提言。

- ① シンプルで分かりやすい携帯電話に係る料金プランの実現
- ② 販売代理店の業務の適正性の確保

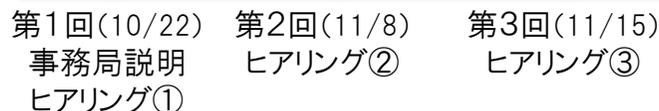


議論の経緯

モバイル市場の競争環境に関する研究会



消費者保護ルールの検証に関するWG



最低限の基本的なルールとして電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を検討・実施

主な問題点

- ❑ 購入する端末によって通信料金が異なり不公平。
- ❑ 割引等を受けるために通信役務の継続利用が求められる場合があり、利用者を過度に拘束。
- ❑ 端末買換えサポートプログラム(4年縛り)は、通信役務の継続を条件とし、利用者を困り込み。

- ❑ 期間拘束なしの料金プランが実質的な選択肢となっていない。
- ❑ 違約金の算定根拠が不明。
- ❑ 期間拘束の自動更新により、スイッチングコストが上昇。

主な提言

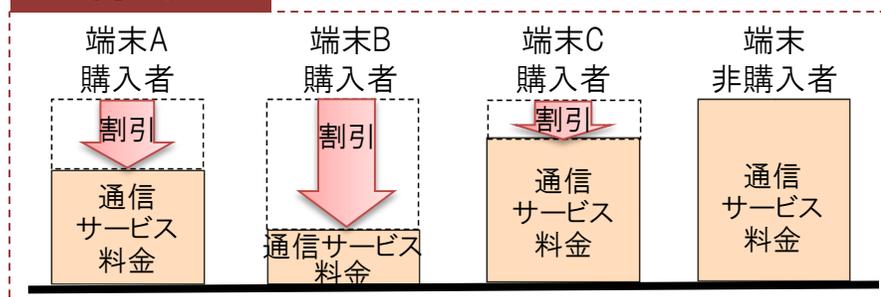
- ❑ 端末購入を条件とする通信料金の割引を廃止。
- ❑ 通信契約の一定期間の利用継続を条件とした端末代金の割引の見直し。
- ❑ 端末買換えサポートプログラム(4年縛り)について抜本的に見直し(通信契約とのひも付けを禁止)。

- ❑ 期間拘束なしの料金プランについて、合理的理由なく著しく劣る提供条件の設定を禁止。
- ❑ 合理的根拠のない著しく高額な違約金を禁止。
- ❑ 自動更新の有無により料金等に差を設けることを禁止。

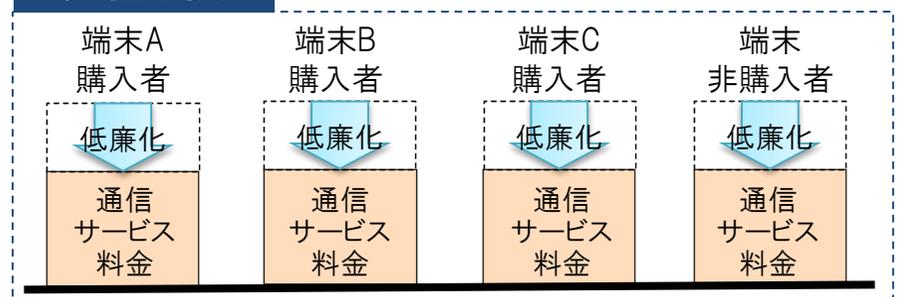
<想定される料金プランの見直しイメージ>

※このほか、過度に複雑な料金プランや合理性を欠く料金プランについても見直しを求める。

現状



見直し後



通信料金と端末代金の完全分離

行き過ぎた期間拘束

販売代理店の業務の適正性の確保に向け、電気通信事業法の改正を含め、必要な措置を実施

主な問題点

- 通信サービスに係る苦情・相談が依然として多いが、販売代理店への指導は一義的には通信事業者に委ねられ、行政の現状把握が不十分。
- 二次、三次販売代理店等の存在も含め、通信事業者による指導が十分に行き届かず。
- 通信事業者・販売代理店による**利用者に誤認を与える勧誘**のほか、販売代理店における**独自の過度な端末購入補助等**の不適切な業務は、**業務改善命令の対象外**。

主な提言

- 行政が販売代理店の存在を直接把握できるよう届出制度を導入。
- 通信事業者・販売代理店による、利用者に誤解を与える**不適切な勧誘行為**(社名や勧誘目的の不明示等)を**禁止**。
- **販売代理店の不適切な業務実態**(独自の過度な端末購入補助等)について**業務改善命令の規律を導入**。

現状

通信サービスの提供条件の説明義務

代理店を直接把握する手段なし
(通信事業者を通じて把握)

利用者に誤認を与える勧誘への規律なし

端末の販売等に係る処分権限なし

見直し後

通信サービスの提供条件の説明義務

代理店の届出制を導入

利用者に誤解を与える不適切な勧誘行為を禁止

通信サービスの提供を前提条件とする
端末の販売等について、
業務改善命令等の規律を導入

- モバイル市場の競争の促進及び電気通信市場の環境の変化に対応した利用者利益の保護を図るために、電気通信事業法の一部を改正（5月17日公布、10月1日施行。）。

モバイル市場の競争の促進

■ 事業者間の競争が不十分

- ☞ 大手3社による寡占(シェア9割)
- ☞ 端末代金と通信料金が一体化し、利用者に分かりにくく不公平。

■ 競争を促進するための基本的なルールを整備

- 通信料金と端末代金の完全分離、期間拘束などの行き過ぎた困り込みの是正のための制度を整備。

販売代理店への届出制度の導入

■ 販売代理店への指導は一義的には事業者任せられ、行政の現状把握が不十分

■ 販売代理店の業務の適正性の確保に資する制度を整備

- 販売代理店に届出制度を導入することで、販売代理店の不適切な業務の是正の実効性を担保。

事業者・販売代理店の勧誘の適正化

■ モバイル・FTTH等の苦情・相談は高い割合で推移

- ☞ 分野別の相談件数(2017年度)で見ると、「インターネット接続回線(FTTH含)」は3.3万件(3位)、「移動通信サービス」は2.4万件(8位)
(出典:全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET))

■ 利用者の利益の保護のためのルールを強化

- 自己の名称等を告げずに勧誘する行為等を抑止することで、利用者利益の保護を強化。

- 販売代理店の業務の適正性の確保を図るため、販売代理店についての事前届出制度を導入する。

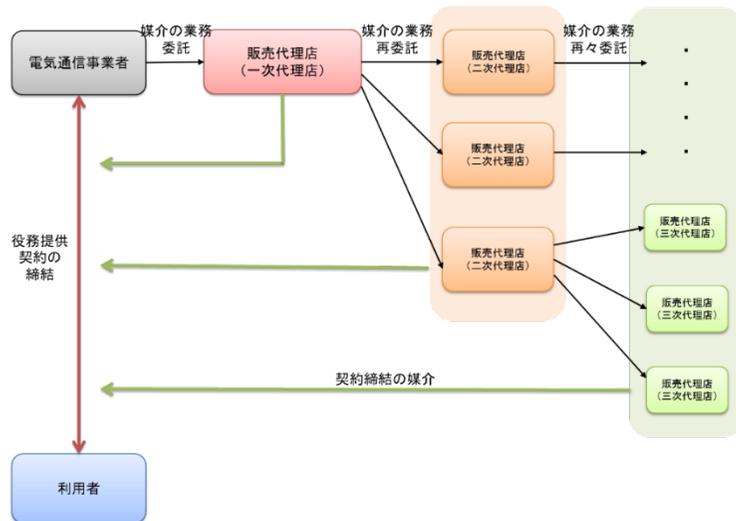
現状・課題

販売代理店への指導は一義的には事業者任せられており※、行政の現状把握が不十分。

- 現在、行政が販売代理店を迅速・適確に把握する手段がない。

(現在は、一部のみ電気通信事業者(携帯電話サービス、FTTHサービス等を提供する者のうち契約者数1万以上の者)からの報告により把握)

販売代理店の契約関係のイメージ



※ 電気通信事業法第27条の3において、電気通信事業者は、委託先の販売代理店の業務の適正かつ確実な遂行を確保するため、指導等の措置を講じなければならない旨を規定。

改正法による措置

販売代理店の業務の適正性の確保を図るため、行政が販売代理店を直接把握するための制度を整備。

- 一定の通信サービス※の契約の締結の媒介等の業務を行う販売代理店について、総務大臣に対する事前届出制度を導入。

※ 携帯電話サービス、FTTHサービス、ISPサービス、電話サービス等の一般向けサービス

届出事項

- ① 販売代理店の名称・住所・代表者氏名
- ② 取り扱う通信サービスの事業者名等
- ③ 直接の委託元(電気通信事業者又は販売代理店)の名称等
- ④ 取り扱う通信サービスの区分 等

- 販売代理店の迅速・的確な把握により、法の規定※の適切な履行の監督及びこれらの違反に係る業務改善命令の円滑な執行を担保。

※ 既存の規定: 提供条件の説明義務、不実告知等の禁止
新たな規定: 改正内容(1)及び(3)

○ 電気通信事業に関する利用者の苦情・相談が多数生じていることに対応し、利用者の利益の保護のためのルールを強化する。

現状・課題

近年、モバイル・FTTH分野に関する利用者からの苦情・相談は高い件数で推移。

■ 苦情・相談の要因には、既存の利用者保護規律で対応できない次のような行為がある。

- ・ 勧誘主体等について誤解を与える勧誘
- ・ 勧誘目的であることを明示しない勧誘

【苦情の例】

「大手通信事業者からの電話だと思い契約したが、別の事業者だったので解約したい」「契約プランの変更と思ったら別会社との契約になっていた」

→ 利用者のニーズに応じたサービス選択を阻害

改正法による措置

利用者の利益の保護のためのルールを強化し、既存の利用者保護規律で対応できない課題に対処。

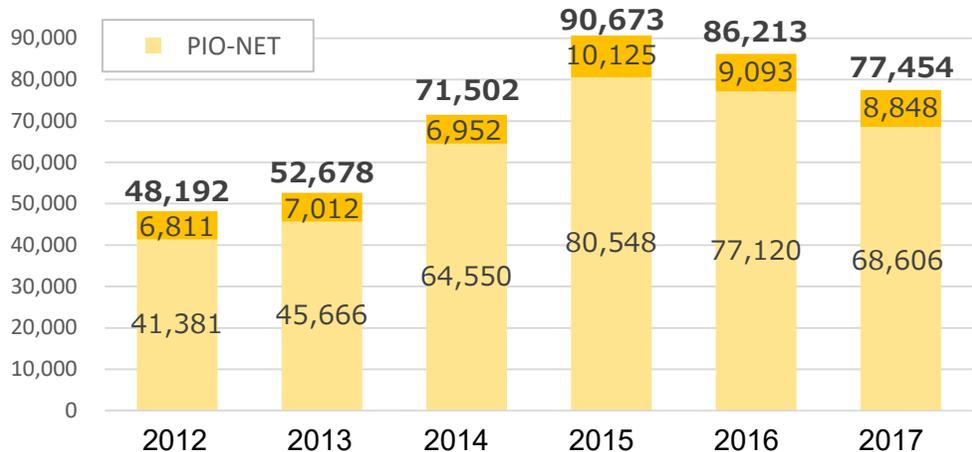
■ 電気通信事業者又は販売代理店について、通信サービスの勧誘に先立って「自己の氏名若しくは名称」又は「勧誘である旨」を告げずに勧誘する行為を禁止。

➤ 違反した場合は業務改善命令の対象

利用者の誤解を招く不適切な勧誘の是正

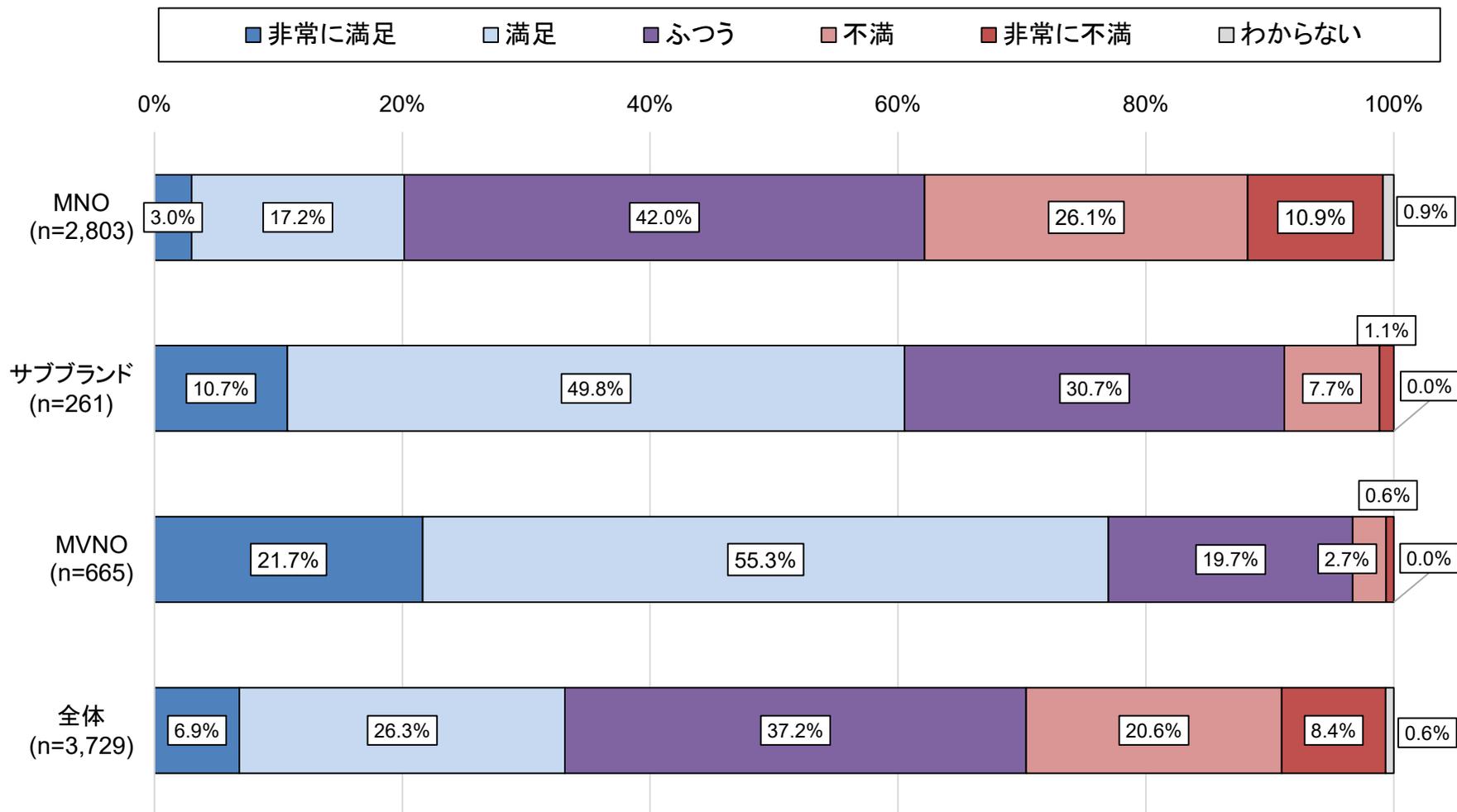


電気通信サービスに係る苦情相談件数
(全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)及び総務省)

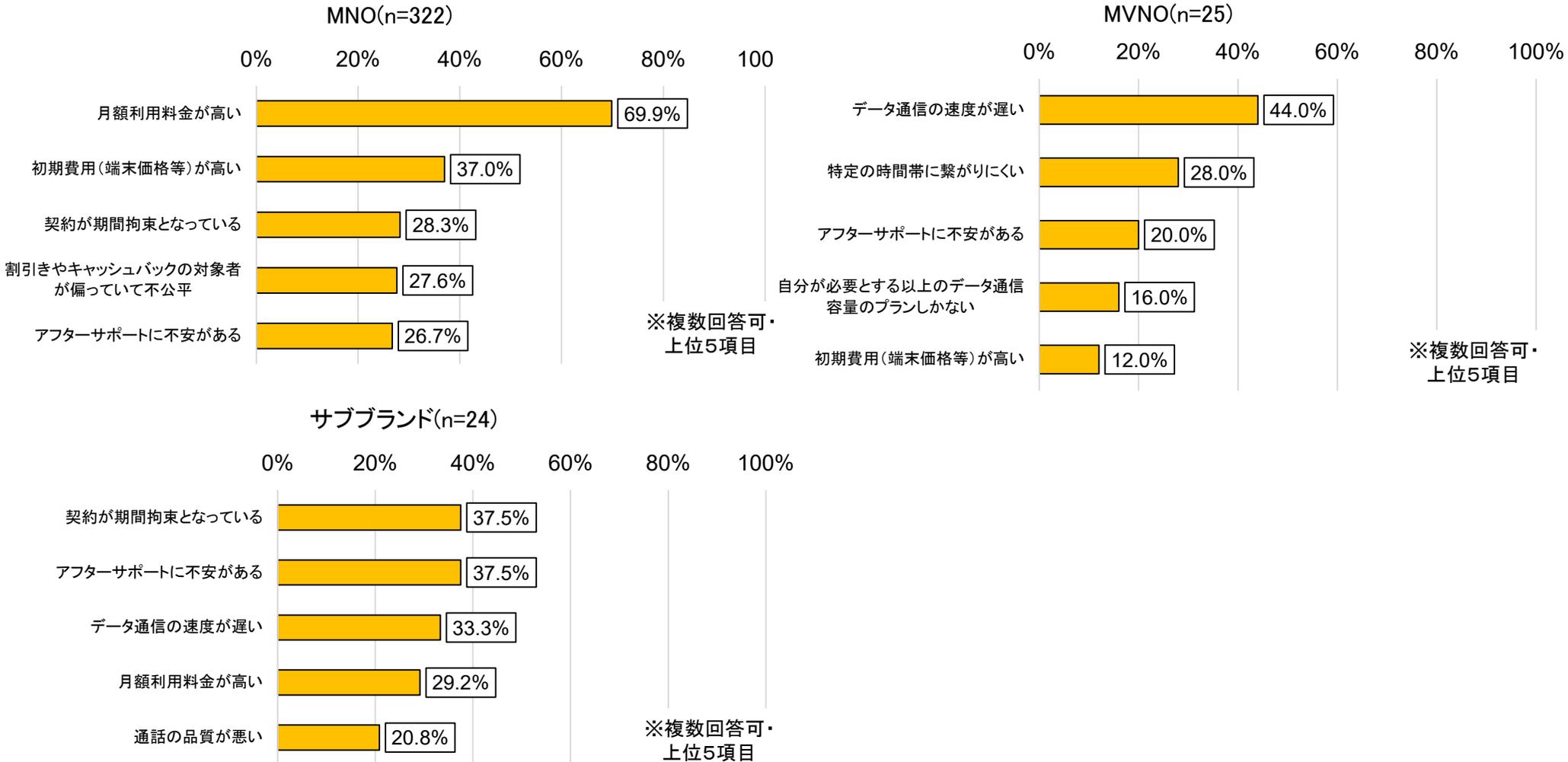


◆ 利用者意識

【移動系通信サービスの料金に対する満足度】



【移動系通信サービスの不満足な点】



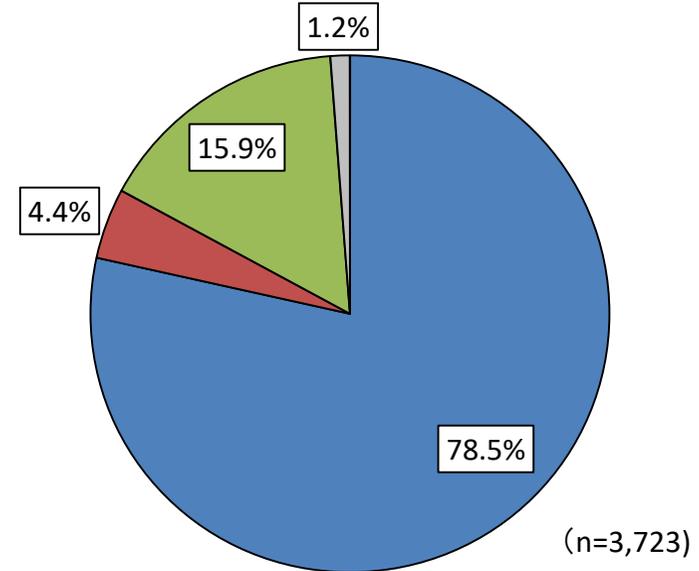
- アンケートに回答した全てのMNO及び約半数のMVNOがキャッシュバックを実施しており、還元対象費目を特に設定せずに実施している事業者が多かったほか、昨年度に引き続きMNOのみが他社設定違約金を還元対象費目としていた。還元方法はMNO、MVNOのいずれも同傾向であったが、現金でのキャッシュバックを実施したと回答したMNOはいなかった。
- 移動系通信サービスにおける、キャッシュバックと料金値下げに関する認識では、「キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい」との回答が最も多かった(78.5%)。

【移動系通信事業者におけるキャッシュバックの実施状況】

	MNO	MVNO
アンケート回答者数	4者	21者
実施事業者数	4者	10者
還元対象費目	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金 (1) ・事務手数料 (1) ・月額通信料金 (1) ・端末機器等代金 (1) ・なし (3) 	<ul style="list-style-type: none"> ・他社設定違約金 (0) ・事務手数料 (1) ・月額通信料金 (1) ・端末機器等代金 (1) ・なし (7)
還元方法	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 (0) ・商品券等の金券 (2) ・料金無償化、割引(1) ・専用ポイント (3) ・その他 (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金 (3) ・商品券等の金券 (3) ・料金無償化、割引(3) ・専用ポイント (3) ・その他 (0)

注：()内の数字は実施している事業者の数。複数回答可。

【移動系通信サービスにおけるキャッシュバックと料金値下げに関する認識】



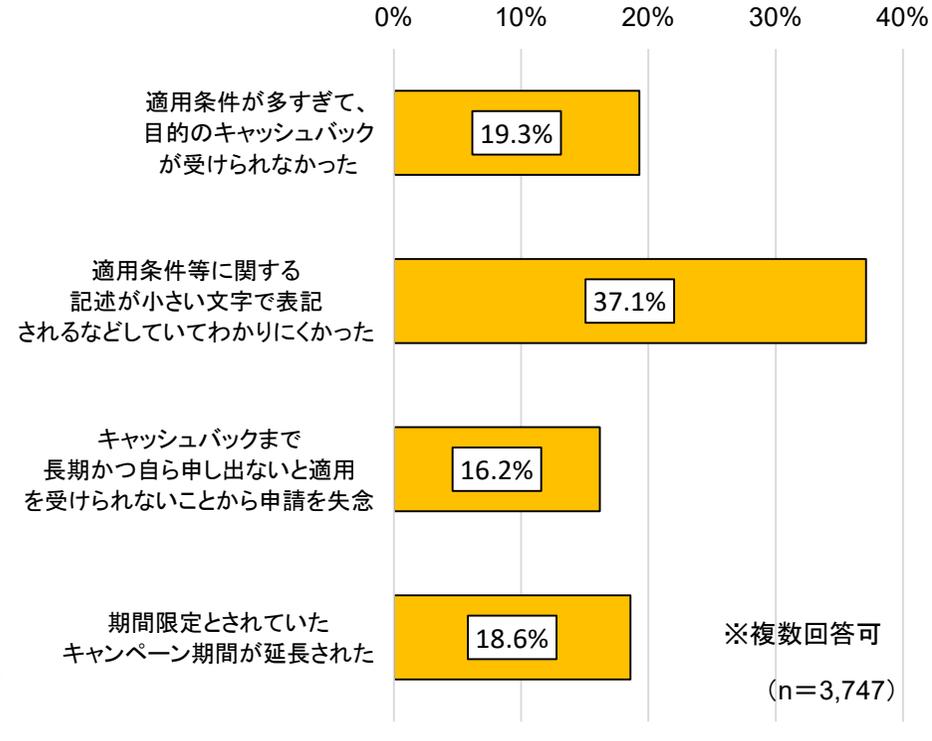
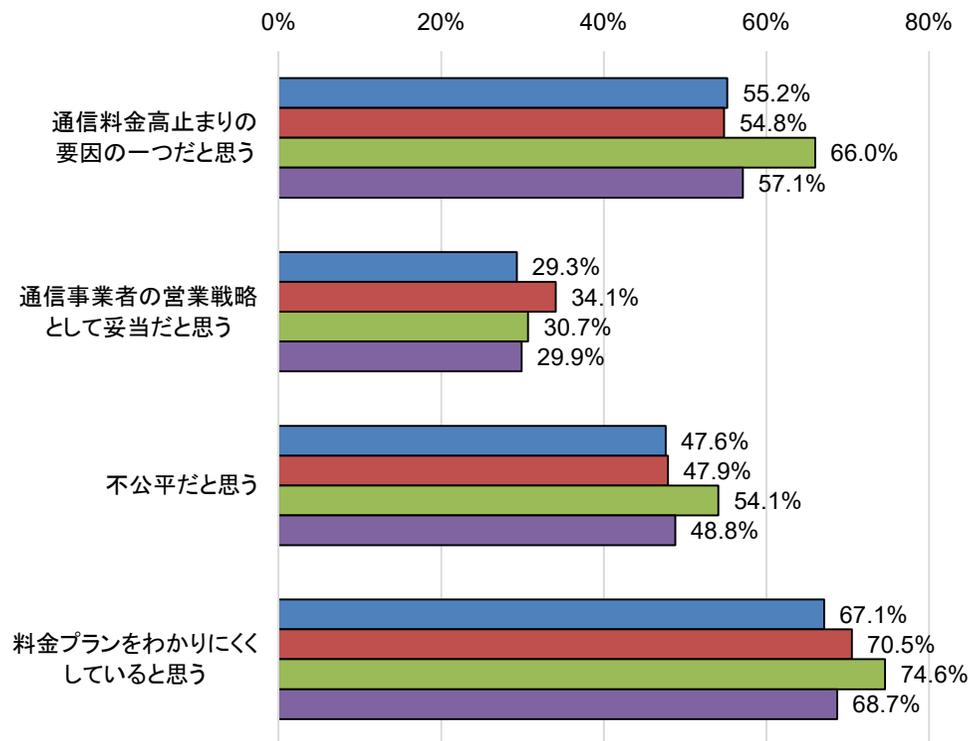
- キャッシュバックの増額よりも通信料金の値下げを優先してほしい。
- 通信料金の値下げよりもキャッシュバックの増額を優先してほしい。
- 通信料金の値下げとキャッシュバックの増額のどちらが優先でも構わない。
- その他

- キャッシュバックに対する認識では、MVNO利用者において批判的な意見の割合が高い。また、「料金プランを分かりにくくしている」と感じる人の割合は全体で68.7%であり、他の項目に比べ最も高かった。
- キャッシュバックに関する利用者の経験では、「適用条件等の表記がわかりにくい」が37.1%で最も多かった。

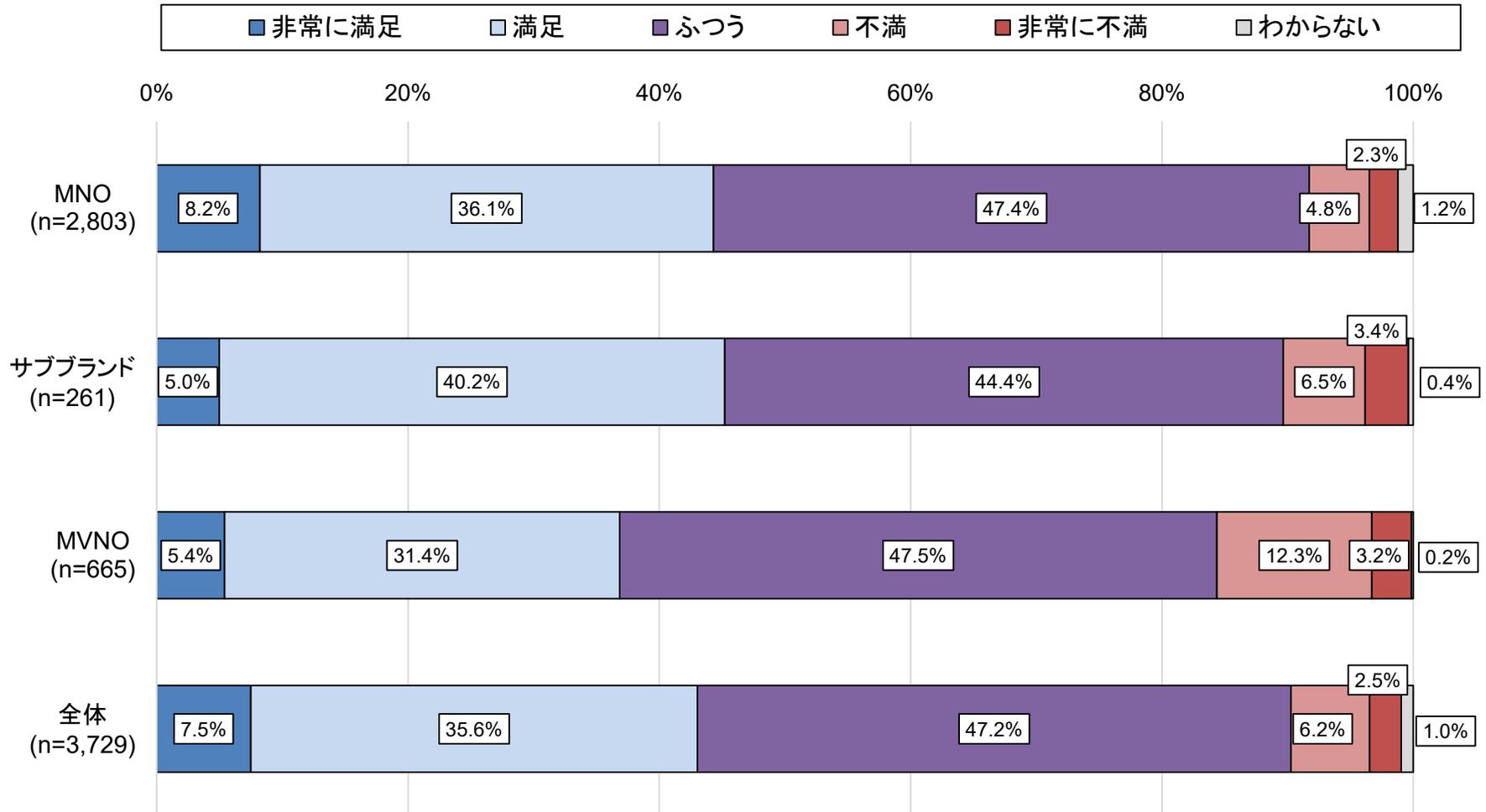
【移動通信サービスにおけるキャッシュバックに対する認識】

【移動系通信事業者のキャッシュバックに関する利用者の経験】

■ MNO(n=2,803) ■ サブブランド(n=261) ■ MVNO(n=665) ■ 全体(n=3,729)



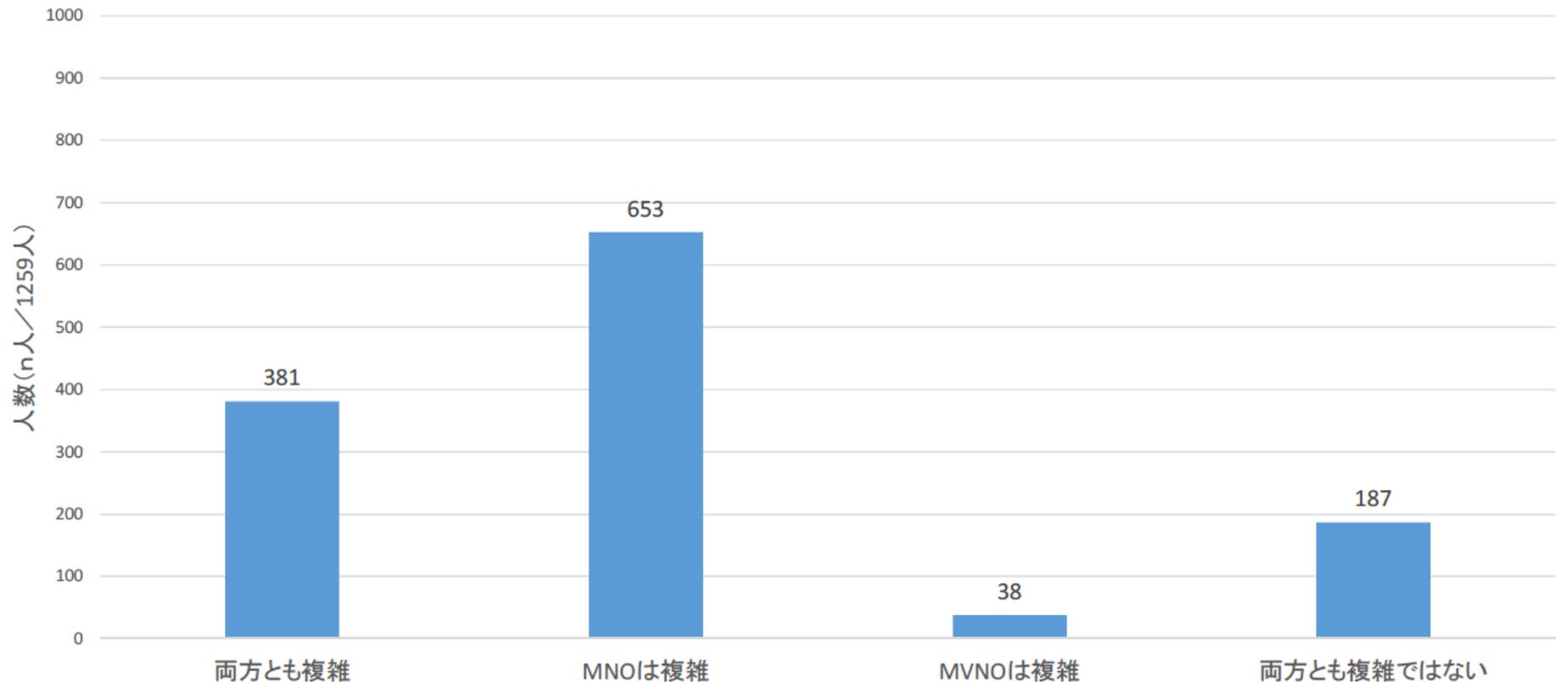
【移動系通信サービスの通信速度・品質に対する満足度】



Q. MNOの契約プランとMVNOの契約プランのどちらが複雑だと感じますか。

MVNO利用者(MNO使用の経験がある利用者1,259人中)

両方とも複雑	381人	30.3%
MNOは複雑	653人	51.9%
MVNOは複雑	38人	3.0%
両方とも複雑ではない	187人	14.9%

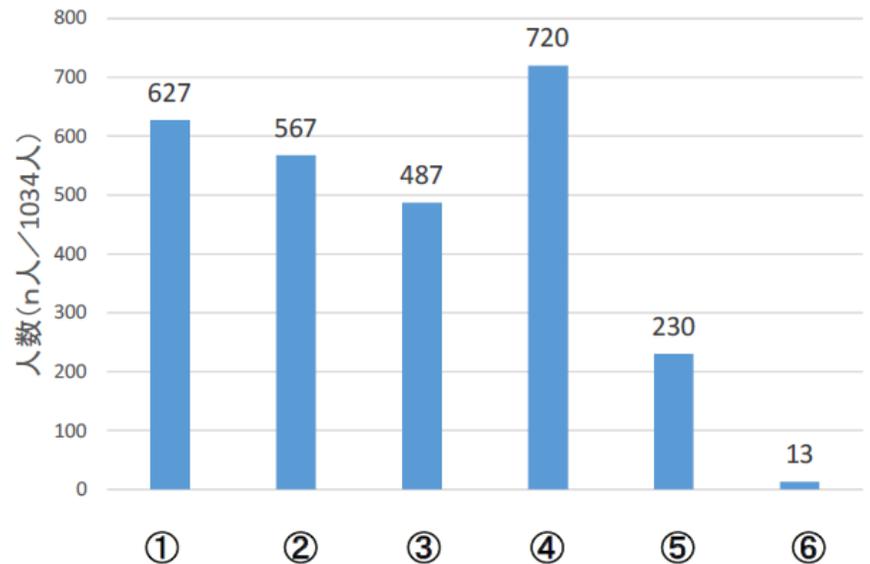


約82%の消費者がMNOは複雑(両方とも複雑も含め)と回答しており、約33%の消費者がMVNOは複雑(両方とも複雑も含め)と回答している。

Q.どのような点でMNO(MVNO)の契約プランが複雑だと思いますか。(いくつでも)

MVNO利用者(MNO使用の経験がありMNOのプランが複雑と感じる利用者1,034人中)

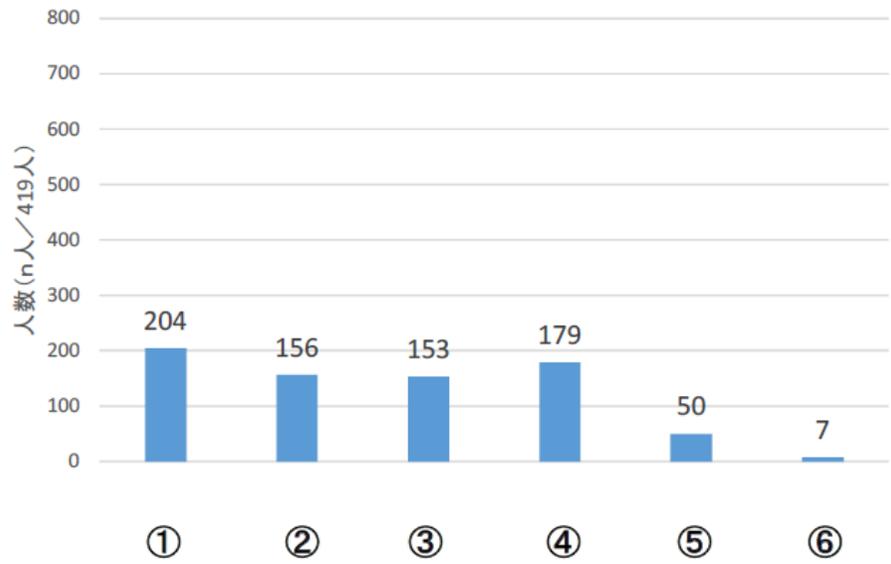
①通信料金が何円になるのかが分かりにくい	627人	60.6%
②将来的に(例えば2年間)支払う合計金額が分かりにくい	567人	54.8%
③違約金(中途解約金)がどのような場合にかかるのかが分かりにくい	487人	47.1%
④契約時のオプションが多く理解しづらい	720人	69.6%
⑤契約時の書類が多い	230人	22.2%
⑥その他	13人	1.3%



約70%の消費者が契約時のオプションが多く理解しづらいと回答している。その他、通信料金(約61%)、将来的な合計支払額(約55%)、違約金の条件(約47%)と続いている。

MVNO利用者(MNO使用の経験がありMVNOのプランが複雑と感じる利用者419人中)

①通信料金が何円になるのかが分かりにくい	204人	48.7%
②将来的に(例えば2年間)支払う合計金額が分かりにくい	156人	37.2%
③違約金(中途解約金)がどのような場合にかかるのかが分かりにくい	153人	36.5%
④契約時のオプションが多く理解しづらい	179人	42.7%
⑤契約時の書類が多い	50人	11.9%
⑥その他	7人	1.7%

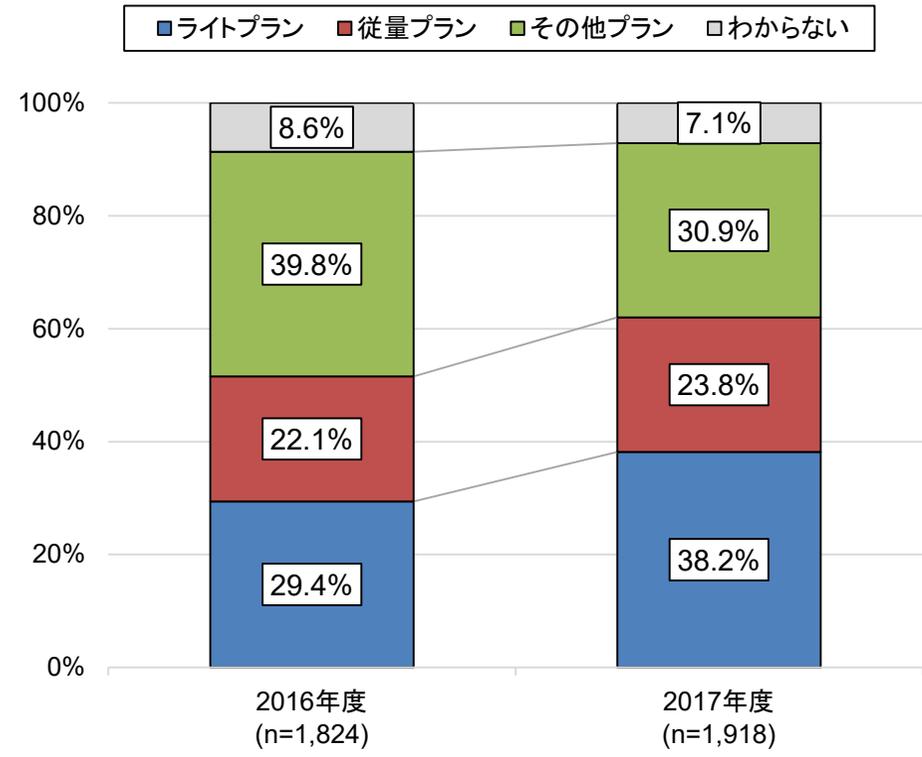


約49%の消費者が通信料金が何円になるのかが分かりにくいと回答している。その他、オプション(約43%)、将来的な合計支払額(約37%)、違約金の条件(約37%)と続いている。

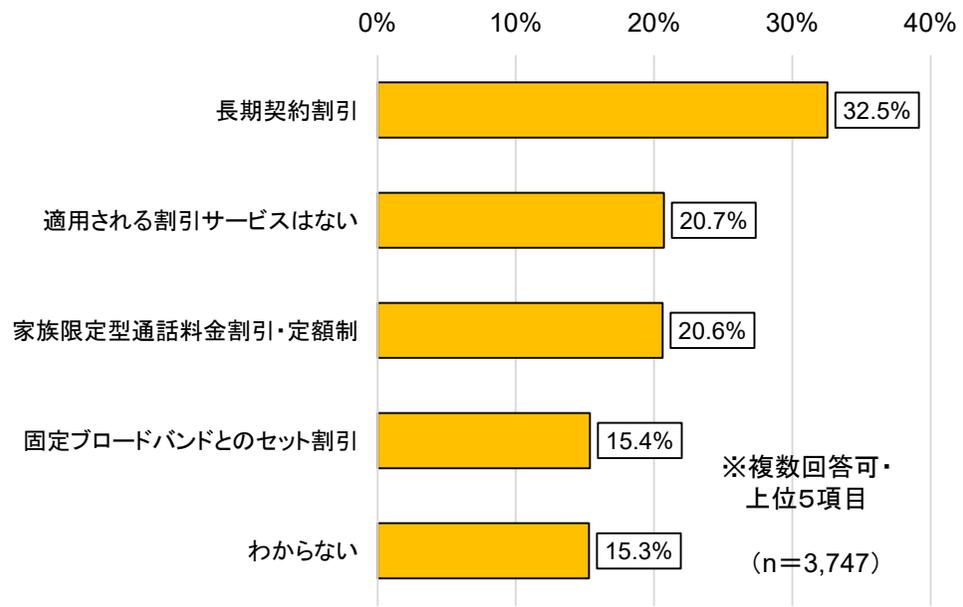
出典:「携帯電話市場における競争政策上の課題について(平成30年度調査)」(2018年6月28日公正取引委員会)別紙2「消費者アンケートの結果(概要)」

- MNO利用者の7.1%が、どの音声プランを自分が契約しているのかわからないと回答。
- 移動系通信サービス利用者の15.3%が、どの割引サービスを自分が受けているのかわからないと回答。

【MNOスマートフォン利用者における音声ライトユーザ向けプランの選択状況】



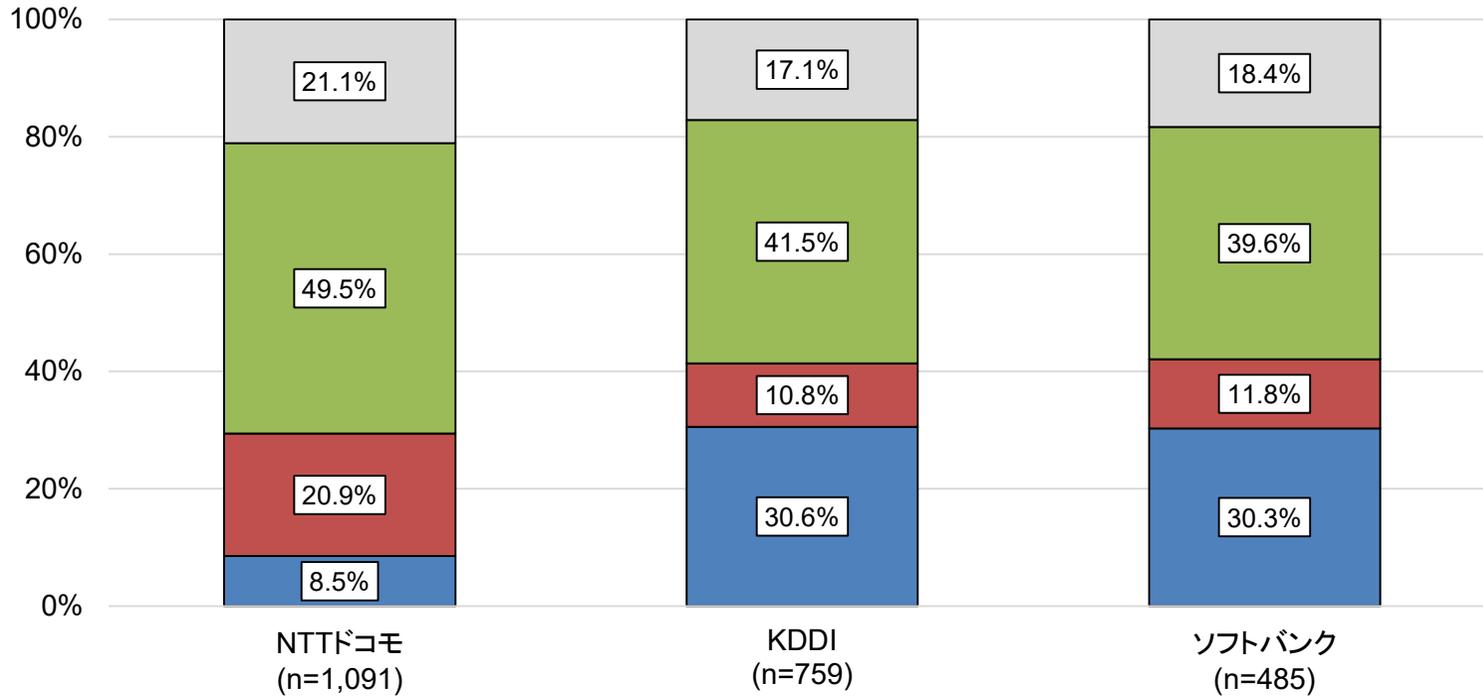
【現在適用を受けている割引サービス】



注: ライトユーザー向けプラン: MNOが提供している基本料が1,700円のプラン
 例) カケホーダイライトプラン (NTTドコモ)、スーパーカケホ (KDDI)、スマ放題ライト (ソフトバンク)
 従量プラン: MNOが提供している通話料が従量制 (一部無料) 基本料が1,000円未満のプラン
 例) シンプルプラン (NTTドコモ)、LTEプラン (KDDI)、ホワイトプラン (ソフトバンク)

□ MNO利用者の約2割が、どの期間拘束プランを自分が契約しているのかわからないと回答。

【期間拘束プランの状況(MNO別)】



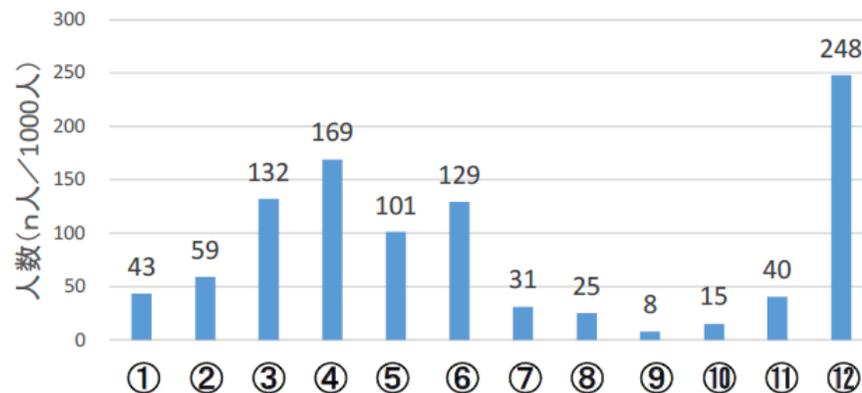
■ 25ヶ月目以降はいつでも違約金なく解約できるプラン(※)
 ■ 拘束期間がなく、いつでも違約金なく解約できるプラン
■ 更新月以外は違約金がかかる従来の「2年縛り契約」
 □ 自分が契約している期間拘束に係るプランが分からない

※ NTTドコモが提供するプラン(「フリーコース」)は、期間拘束の更新月に選択可能。KDDIが提供するプラン(「誰でも割ライト」)及びソフトバンクが提供するプラン(「二年契約(フリープラン)」)は、期間拘束の更新月及び新規契約時に選択可能。

Q.毎月(2年間)に支払う携帯料金が何円安くなる場合、MNOからMVNOに契約を乗り換えますか。

MNO利用者(月額料金を示された利用者1,000人中)

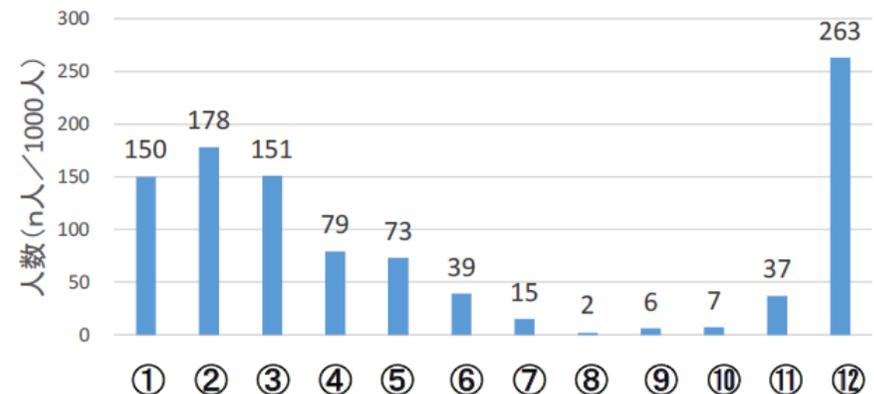
①0円以上～1,000円未満	43人	4.3%
②1,000円以上～2,000円未満	59人	5.9%
③2,000円以上～3,000円未満	132人	13.2%
④3,000円以上～4,000円未満	169人	16.9%
⑤4,000円以上～5,000円未満	101人	10.1%
⑥5,000円以上～6,000円未満	129人	12.9%
⑦6,000円以上～7,000円未満	31人	3.1%
⑧7,000円以上～8,000円未満	25人	2.5%
⑨8,000円以上～9,000円未満	8人	0.8%
⑩9,000円以上～10,000円未満	15人	1.5%
⑪10,000円以上	40人	4.0%
⑫何円であっても乗り換ええない	248人	24.8%



最頻値は何円であっても乗り換ええないを除くと、3,000円から4,000円

MNO利用者(2年間の総額を示された利用者1,000人中)

①0円以上～24,000円未満	150人	15.0%
②24,000円以上～48,000円未満	178人	17.8%
③48,000円以上～72,000円未満	151人	15.1%
④72,000円以上～96,000円未満	79人	7.9%
⑤96,000円以上～120,000円未満	73人	7.3%
⑥120,000円以上～144,000円未満	39人	3.9%
⑦144,000円以上～168,000円未満	15人	1.5%
⑧168,000円以上～192,000円未満	2人	0.2%
⑨192,000円以上～216,000円未満	6人	0.6%
⑩216,000円以上～240,000円未満	7人	0.7%
⑪240,000円以上	37人	3.7%
⑫何円であっても乗り換ええない	263人	26.3%

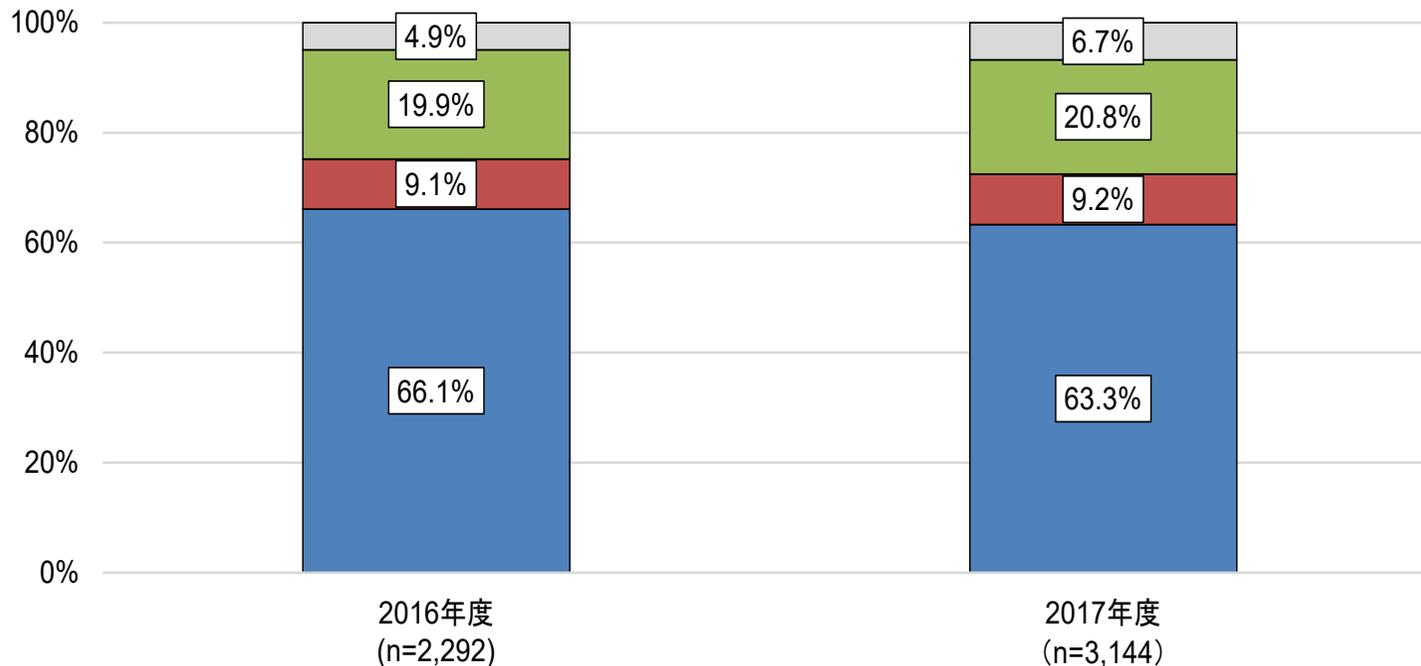


最頻値は何円であっても乗り換ええないを除くと、24,000円から48,000円

□ 移動系通信サービス利用者の63.3%が、「当初の期間拘束経過後は、料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき」と回答。

【拘束期間の自動更新に関する利用者の認識】

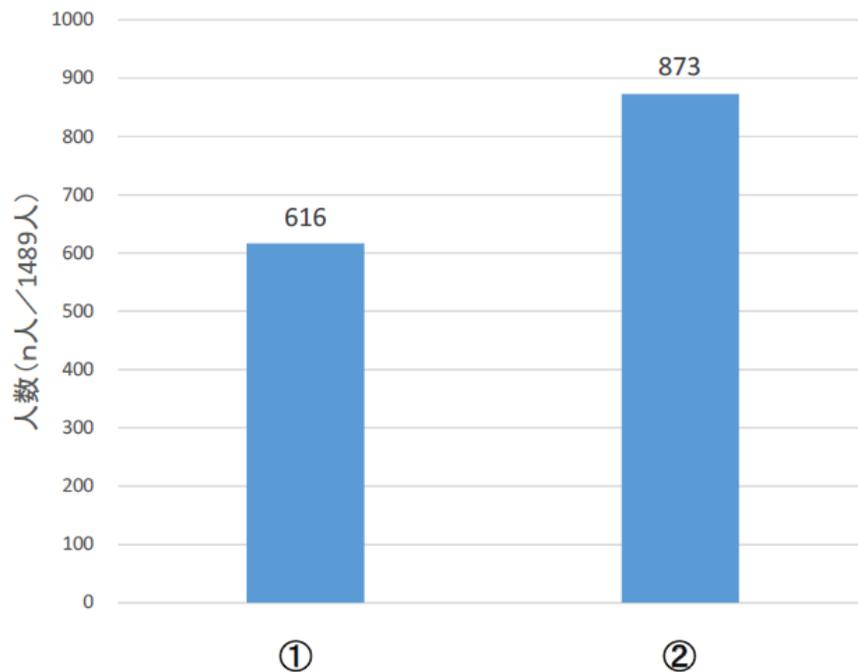
- 当初の拘束期間経過後は、基本料金をそのままに、いつでも解約できるようにすべき
- 当初の拘束期間経過後は、基本料金が上がっても良いので、いつでも解約できるようにすべき
- 基本料金が引き続き安くなるのだから、期間拘束が自動更新されても構わない
- その他



Q.あなたはX円安くなるのであればMNOからMVNO(別のMVNO)に契約を乗り換えると回答しました。その価格(X円安い価格)で(他の)MVNOが通信サービスを提供しているとします。乗り換えるためには9,500円(10,000円前後)の違約金(中途解約金)を支払う必要がある場合、通信会社を乗り換えますか。

MNO利用者(乗換えの可能性のある利用者1,489人中)

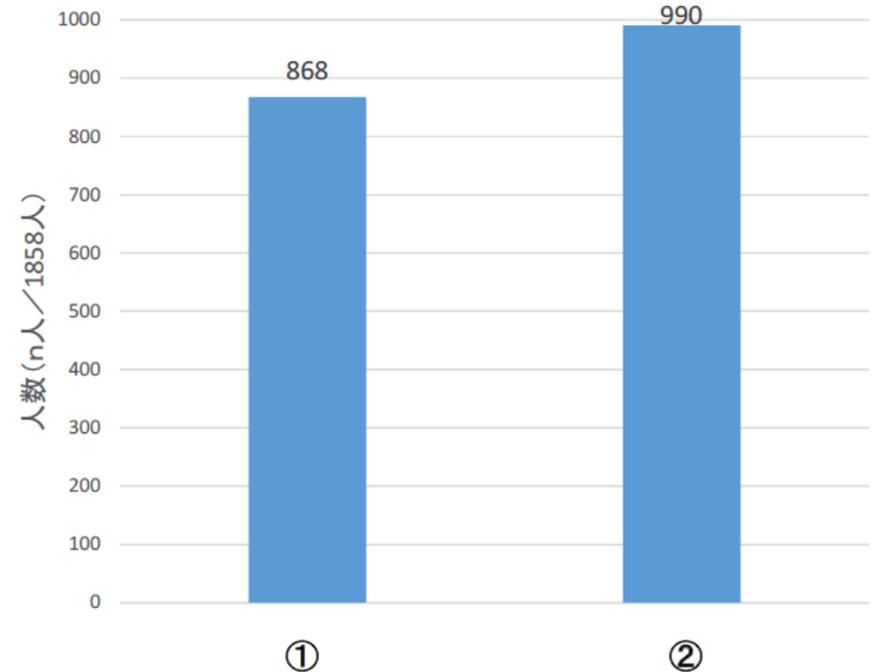
①現在の契約を解除してMVNOの安いプランで契約する	616人	41.4%
②現在の契約を継続する	873人	58.6%



現在の契約を継続すると約59%の消費者が回答している。

MVNO利用者(乗換えの可能性のある利用者1,858人中)

①現在の契約を解除して他社の安いプランで契約する	868人	46.7%
②現在の契約を継続する	990人	53.3%



現在の契約を継続すると約53%の消費者が回答している。

第4章關係

- (1) 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組**
- ① 拘束期間全体での総額表示**

携帯電話市場における競争政策上の課題について(平成30年度調査)

通信役務市場の競争

【通信と端末のセット販売】

- ★ 通信と端末のセット販売において**端末代金を大幅に値引く販売方法**により、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ
- ★ 端末の本来の価格として表示された**根拠のない価格からの大幅な値引き額等**を強調して消費者を不当に誘引する場合には景品表示法上問題となるおそれ

【中古端末の流通】

- ★ MNOの下取り端末について、**販売先事業者による国内流通を制限し、MVNOを排除すること**は、独占禁止法上問題となるおそれ
- ★ MNOの下取り端末を販売する際に**特定事業者のみ著しく不利な条件で販売すること**は、独占禁止法上問題となるおそれ

【MVNOとの取引における差別取扱い】

- ★ MNOが**特定のMVNOに対してのみ著しく有利な価格・条件**で接続することなどにより、当該MVNO以外のMVNOの事業活動を困難にさせる場合は独占禁止法上問題となるおそれ

【期間拘束・自動更新付契約(2年縛り)】

- ★ 2年縛りやその自動更新が**実質的に消費者を拘束すること以外に合理的な目的はない**と判断され、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ

【将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム(4年縛り)】

- ★ 4年縛りが**消費者の選択権を事実上奪い**、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ
- ★ 4年縛りは**端末を半額で購入できるかのような印象**を与えることも懸念され、店舗での説明等が不十分であり、消費者を不当に誘引する場合には景品表示法上問題となるおそれ

【SIMロック】

- ★ SIMロックを設定することに**合理的な説明がつくとは考えにくく**、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれ

スイッチングコストを高める行為、消費者を不当に誘引する行為等の組み合わせにより、競争者排除効果が増幅し、独占禁止法上問題となるおそれが一層高まる

消費者の選択が機能するための望ましい対応

(基本的考え方)

市場において事業者の十分な競争が行われるためには、**消費者による合理的な商品・役務の選択**が機能することが重要な要素である

(望ましい対応)

- 消費者が契約期間中に支払う**通信料金と端末代金の費用総額**の目安の提示(新規契約及び契約更新時)
- MNOの販売方法(通信と端末のセット販売、2年縛り等)は消費者にとって複雑なものとなっているため、**このような契約プランの改善**
- 消費者の利用状況を踏まえた、**最適なプランの提示**

MVNOの競争環境を確保するために望まれる制度上の対応

(基本的考え方)

MVNOがMNOの競争者として機能するため、**MNOが接続料を引き下げ、MVNOとの取引に積極的に取り組むインセンティブ**となるような制度設計が必要

(望ましい対応)

- 接続料等の**周波数割当**への活用
- 接続料の検証における一層の**透明性**の確保
- 接続料の**予見性**の確保

6 競争政策上の考え方

(1) 通信と端末のセット販売

通信役務の料金や端末の販売価格について、値引きやキャッシュバックが行われることは、価格競争の表れであり、それ自体は望ましいことである。

しかし、通信と端末のセット販売において端末代金を大幅に値引く販売方法は、端末の大幅な割引に誘引される消費者をそのような販売方法を採用することが可能なMNO3社との契約へ誘引するため、MVNOに対し、MNOは競争上優位な地位を獲得する。

この点、総務省は過度の端末購入補助の是正に取り組んでおり、これは電気通信事業法の趣旨・目的に沿ったものであるとともに、MVNOの競争環境の確保の観点からも評価できるものである。

端末市場において、MNO各社が販売する端末のシェアは約9割であり、また、前記販売方法がMNO各社によって並行して採られているという状況を踏まえれば、前記販売方法が、他の事業者の事業活動を困難にさせる場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占等)。この場合、MNO相互の意思の連絡が無く、MNO各社の個別の判断に基づくものであったとしても、それぞれの行為が独占禁止法上問題となるおそれがある。

なお、通常、販売代理店が独自の判断において行う端末代金の割引やキャッシュバックは独占禁止法上問題となるものではないが、販売代理店が、端末をその提供に要する費用を著しく下回る価格で販売するなどにより、「不当廉売に関する独占禁止法上の考え方」(平成21年12月18日 公正取引委員会)で示されている事項を満たす場合は、独占禁止法上問題となるおそれがある(不当廉売)。

また、端末の本来の価格として表示された価格での販売実績がないなど、根拠のない価格からの大幅な値引き額や値引き率を強調することで、他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には、景品表示法上問題となるおそれがある。

消費者アンケートの結果によると、実際のMVNO利用者の割合と消費者の選好との間に乖離が生じている可能性があり、その要因の一つとして、消費者が契約内容やその負担額の大きさについて情報が不十分なため、本来の選好に沿った選択がなされていないことが考えられる。すなわち、①MNOの契約プランを複雑と感じる消費者が多数で、MNOの実際の契約プランは一定期間にかかる費用総額のイメージが理解しづらい、②消費者は、割引額を長期間の累積した金額で示されると誘引されやすい(実質的に同じ金額でも、短期間の金額で示された割引額を過少評価する)傾向がある、という状況において、MNOと契約した場合の一定期間の費用総額のイメージを持ってないまま、一括で示される端末値引き額の大きさに誘引されて、本来の選好に沿った選択をできていない消費者がいる可能性がある。

消費者の商品・役務の選択は、個々の消費者の選好を反映して行われることが望ましく、MNO各社は少なくとも期間拘束契約をする場合には、当該期間において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。また、契約の更新時においても同様に、更新後の拘束期間中において利用者が支払う通信役務と端末代金の費用総額の目安を消費者に示すことが望ましい。

6 競争政策上の考え方

(2) 期間拘束・自動更新付契約(いわゆる「2年縛り」)

2年縛りについて、MNO各社は契約期間の縛りのない価格から値引きをする代わりに2年間の利用を約束してもらう(中途解約する場合には契約解除料を払ってもらう)プランであるなどと説明している。独占禁止法の観点からは、2年縛りのないプランの料金が2年縛りを正当化するためだけに名目上設定されたもので、実体のある価格と認められず、全体としてみて利用者を2年間拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合に、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

また、2年縛りを自動更新することについては、その趣旨を理解又は納得できずに不満を持つ消費者が多く(例:10年以上も使ったのに契約解除料を請求された)、これは消費者の利益とはなっていない。2年縛りの自動更新が実質的に消費者を拘束すること以外に合理的な目的はないと判断される場合に、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには、独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

(3) 将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム(いわゆる「4年縛り」)

4年縛りのプログラムは、負担なくプログラムの解約等を行うことができる期間がなく、一度これを選択してしまうと、端末下取り及び同プログラムの再契約以外の選択をしようと考える、端末が高額になるほど消費者にとってその際の実質的な負担が大きい。同プログラムが、消費者の契約変更を断念させることで消費者の選択権を事実上奪うものと判断される場合であって、他の事業者の事業活動を困難にさせるときには独占禁止法上問題となるおそれがある(私的独占、取引妨害等)。

また、4年縛りは、あたかも端末を半額で購入できるかのような印象を与えることも懸念され、4年縛りのプログラムの表示の仕方、店舗での実際の説明の仕方によっては、消費者がプログラムのメリット・デメリットを十分に理解しないままに契約してしまう可能性があることから、その表示や説明の内容・方法によっては、他の事業者に係るものよりも著しく有利であると消費者を誤認させ不当に誘引する場合には、景品表示法上問題となるおそれがある。

7. 定期契約期間全体での総額表示



- 契約時にお客さまにお渡しする契約書面へ「定期契約期間のお支払総額」を2019年10月受付分より記載
- 自動更新時は、契約期間満了のご案内メールへ「自動更新後の定期契約期間のお支払総額」のリンクURLを2020年1月送付分（2020年2月更新）より記載

契約時

2019年10月受付分～

■ 定期契約期間のお支払総額 (概算)

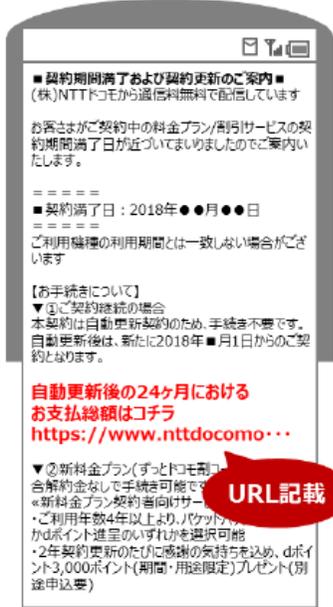
項目	料金
料金プラン	167,520円
スピードモード	24,000円
割引適用額	-24,000円
その他 (オプションサービス 等)	7,200円
機種分割お支払価格 (付属品含む)	62,208円
消費税	23,992円
事務手数料	3,000円
合計額 (税込)	263,920円

■ 定期契約満了後のお支払総額 (概算)

項目	料金
機種分割お支払価格残額 (付属品含む)	31,104円

自動更新時

2020年1月メール送付分 (2020年2月更新) ～



自動更新後定期契約期間のお支払総額

定期契約を更新した際のお支払総額となります。記載のお支払額は、定期契約満了前月時点での契約内容を基にした、定額料金部分の目安です。実際のお支払額とは異なる場合があります。

■ 定期契約期間のお支払総額 (概算)

項目	料金
料金プラン	167,520円
スピードモード	24,000円
割引適用額	-24,000円
その他 (オプションサービス 等)	7,200円
機種分割お支払価格 (付属品含む)	62,208円
消費税	23,992円
事務手数料	3,000円
合計額 (税込)	263,920円

■ 定期契約満了後のお支払総額 (概算)

項目	料金
機種分割お支払価格残額 (付属品含む)	31,104円

<注意事項>
各金額は、定期契約満了前月時点での契約内容 (料金プラン等を当月の月途中までは翌月から変更される場合は変更後の契約内容) に基づき算出した目安であり、実際のご請求額とは異なる場合があります。

※メール送付不可の方へははがきを郵送

※料金シミュレーションにおける総額表示については実施に向けて検討中



1. 総額表示の対応 (2/3)

3

■ 店頭での総額表示イメージ

ガイドラインに沿った通信、端末、初期費用毎の表示に加え、各項目の詳細総支払額も表示し、料金プランへの理解を促進

月々のお支払い額				(円)	
ご利用項目	(参考) 変更前料金	初月 2019/8	2ヶ月目 2019/9	50~60ヶ月目 2023/9~2024/7	(参考)2年総額 2019/8~2021/7
☐ プラン利用料	7,000	5,634	3,480	4,480	107,674
スーパーカケホ (2年契約)	1,700	1,041			1,041
新auピタットプラン (2年契約)		379	980	980	22,919
☐ Apple製品向けサービス/税込			1,922		23,064
☐ auかんたん決済利用料	372	372	372	372	8,928
☐ 購入機器代金		390	2,647		61,271
アップグレードプログラムEX		390	390		9,360
iPhone XR ブルー 128GB (48回払い)			1,945		44,735
iPhone XR用 New Balanceハイブリッドクリアケース/ホワイト (48回払い)			72		1,656
(端末分割支払金額累計)			1,945		
(端末分割支払金額残額)					5,520
☐ 手数料・諸費用	593	2,643	311	391	11,556
変更時諸費用/機種変更手数料		2,000			2,000
合計	7,965~	9,039~	8,732~	5,243~	212,493~

総額表示部分

通信料金

端末代金

割賦残債

初期費用等

2年合計お支払額

その他各料金項目
の総額目安も表示

※開発途中のイメージ図です

1. 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組

4

①拘束期間全体での総額表示

新規

契約期間のない新しい料金プラン※を提供
 → 総額表示の対応は不要

既存

契約更新時に総額表示対応を実施
 ※準備が整い次第実施予定

※新料金プランの提供 (9月13日より)

シンプルな料金プラン

ミニモンスター	ウルトラギガ モンスター+	スマホ デビュープラン
---------	------------------	----------------

契約期間の縛りなし

9月13日(金) 受付開始

Y!mobile

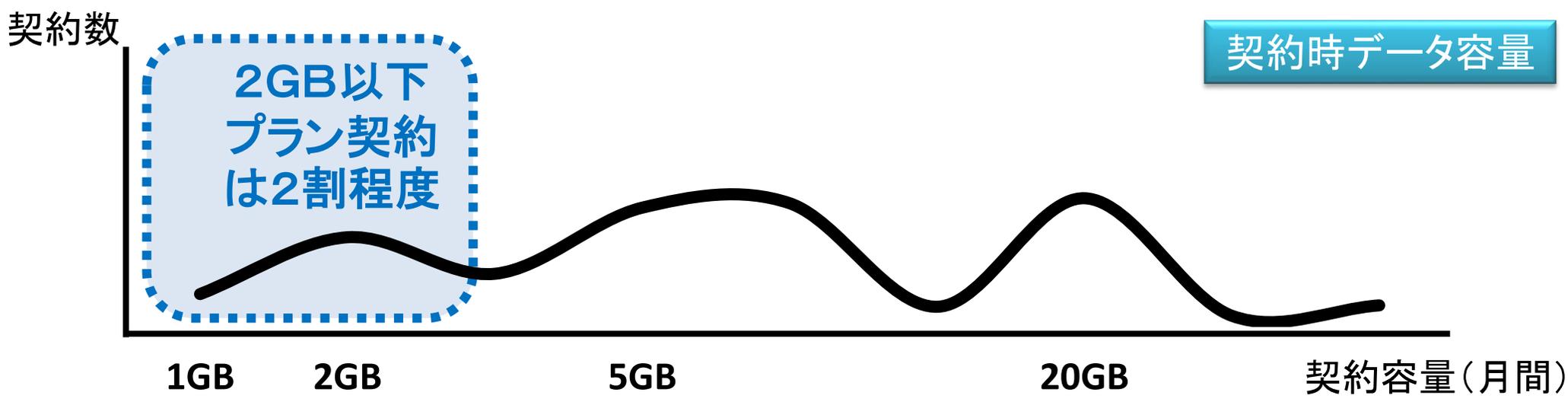
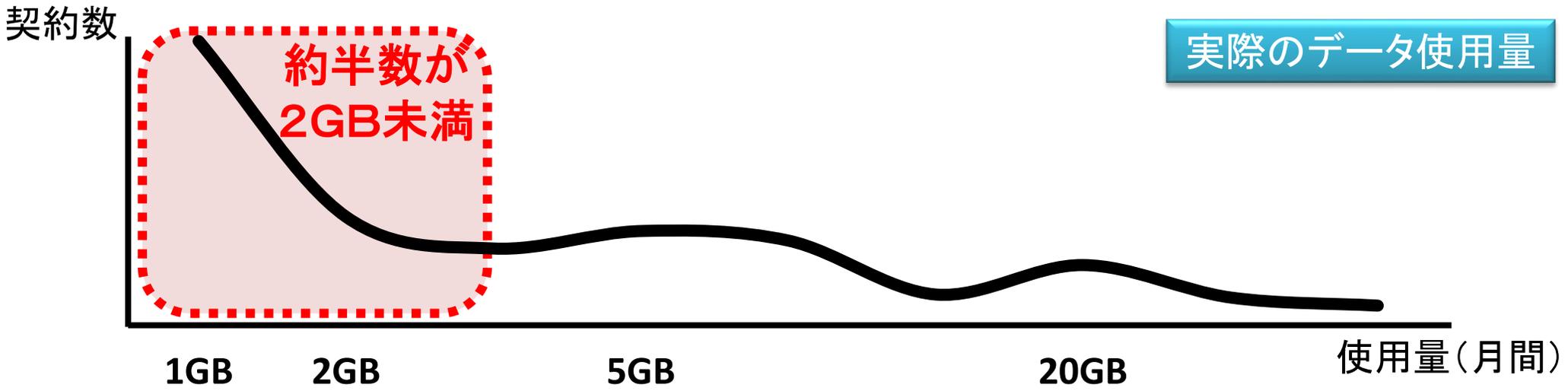
契約期間の縛りを撤廃

スマホベーシックプラン

S 3GB 月々 2,180円	M 9GB 月々 3,180円	NEW R 13GB 月々 4,180円
-------------------------------------	-------------------------------------	--

すべてのプラン 違約金**0円**

- (1) 携帯電話の料金プランの理解促進のための取組**
- ② 利用実態に応じた料金プランへの見直し推進**

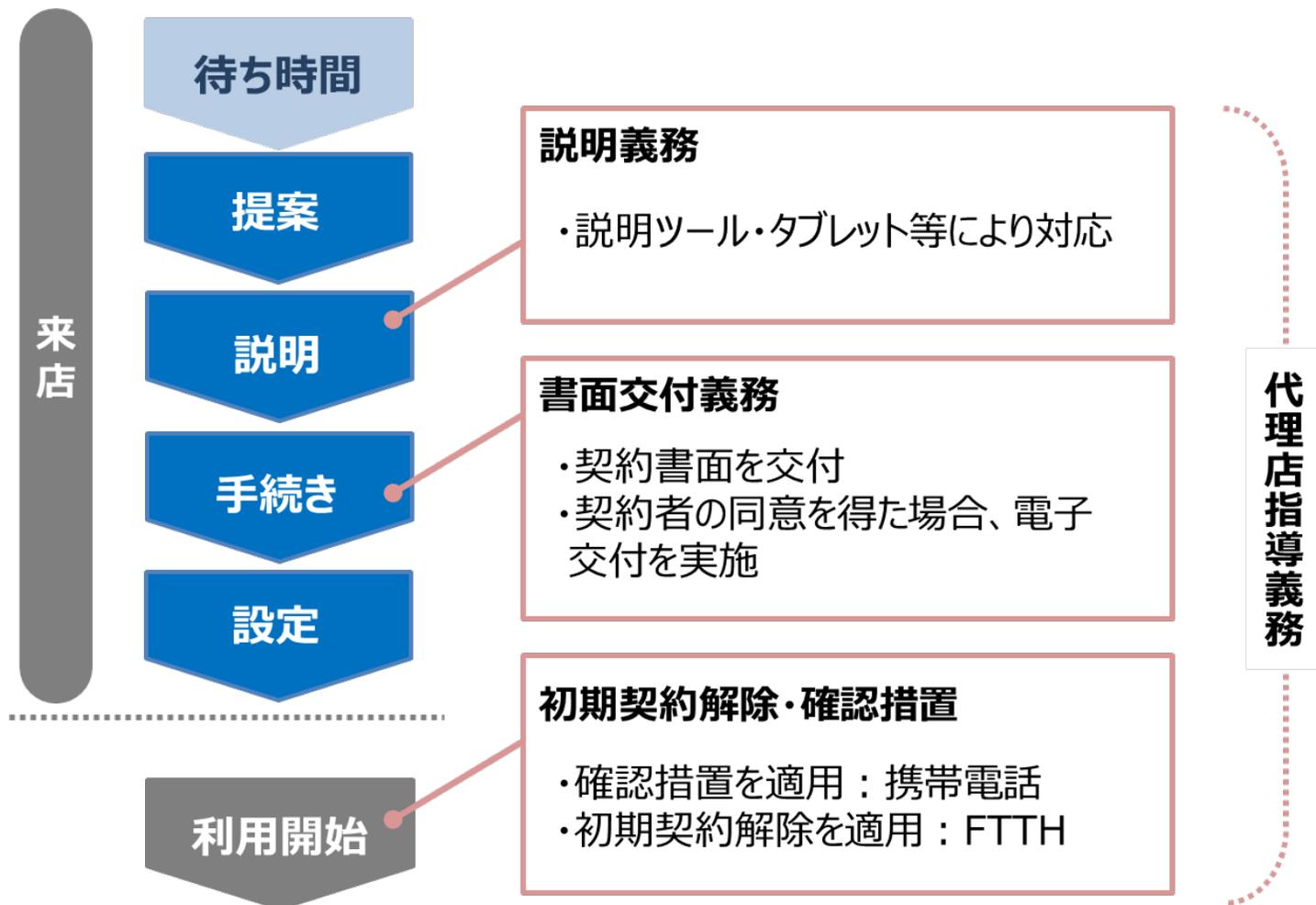


(2) 携帯電話ショップでの手続き時間等の長さへの対応

電気通信事業法への対応

TCA

- 各社独自の説明ツール・システム等を整備し、各種義務へ対応



手続時間等の長さへの各社の対応②



説明義務にかかる各社ツール等

- 紙やタブレットにて、イラストや図表を用い、法令上求められる基本説明事項等を説明

NTTドコモ

ドコモからのご案内
「ご契約前の重要説明事項」

「8日以内キャンセル」について

ご申込みいただくご契約については、「ご自宅などの電波状況が不安定な場合」や「お申込み内容と説明を受けた内容が異なる場合」に契約のキャンセルが可能です。

ご契約日を含め**8日以内**に、ご契約者さまからお電話にてお申出ください。詳しくは契約書控えをご確認ください。

「8日以内キャンセル」お問い合わせ先

ご自宅などの電波状況が不安定な場合	お申込み内容と説明を受けた内容が異なる場合
ドコモの携帯電話から (関東圏) 113 → 関東圏外から 0120-800-000 受付時間：午前8:00～午後8:00(年中無休)	8日以内キャンセル受付センター 0120-580-130 受付時間：午前10:00～午後6:00(年中無休)

または
お手続きいただいた店舗

KDDI

au通信サービスご利用にあたって
au通信サービスの必ずご確認ください

A 重要事項 (P1)
B 重要事項(機種別) (P6)
C その他の注意事項 (P10)
D その他の注意事項(機種別) (P14)

「My au」(スマホ)より契約内容を確認ください。

「My au」(タブレット)より契約内容を確認ください。

サービス	月額料	オプション料
スマホ	1,500円(税別)	1,200円(税別)
タブレット	1,000円(税別)	1,000円(税別)
タブレット	1,500円(税別)	1,200円(税別)
タブレット	1,000円(税別)	1,000円(税別)

ソフトバンク

ご利用にあたっての注意事項

必ずご確認ください

料金プランのご用意もございます

2年契約	スマ放題	基本料	通話定額ライト	ホワイトプラン
		あり	2,700円	1,700円
なし	フリープラン	3,000円	2,000円	-
	なし	4,200円	3,200円	(標準プラン) 1,867円

2年契約 (税込) 料金プランの金額が異なります。更新月以外に解約した場合。

毎月のお支払金額について

ご提案した**毎月のお支払い金額**についてご不明点はありますか？
クルーよりタブレットでご案内

ご不明な点はご質問ください

料金・割引(月額)	お支払い金額
● 料金プランやオプションサービスの月額料	● 今後のお支払い推移のグラフ
● 事務手数料	● 初月・2ヵ月目・3ヵ月目のお見積
● キャンペーンの割引金額	● ...など

待ち時間・応対時間の現状

TCA

- MNO3社で集約した結果、新規契約は90～140分程度であり、傾向に大きな違いはない

	所要時間	対応内容
待ち時間	10～40分	
提案	20～30分	<ul style="list-style-type: none"> ・料金、割引サービス ・端末 ・オプションサービス等
説明	20分	<ul style="list-style-type: none"> ・重要事項説明
手続き	20分	<ul style="list-style-type: none"> ・システム投入
設定	20～30分	<ul style="list-style-type: none"> ・端末、主要アプリ初期設定 ・データ移行
合計	90～140分	

※所要時間は、すべておおよその数値
 ※各社の調査方法等は、次ページ参照

(参考) 各社の待ち時間・応対時間の調査方法

TCA

- 各社実施可能な範囲内で計測（手法は各社によって異なる）
- 各社の新規契約（平日）を調査し、集約
- 所要時間については、店舗規模・地域・時間帯等により異なるため、あくまでも参考値

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
調査方法	・実測（店舗応対状況調査）	・待ち時間：実測（システム） ・応対時間：スタッフヒアリング	・実測（覆面調査）とスタッフヒアリングの合算
調査時期	・待ち時間：2018年10月 ・応対時間：2017年11月～12月、 2018年10月	・待ち時間：2018年7月～9月 ・応対時間：2018年10月	・実測：2018年5月～8月 ・スタッフヒアリング： 2018年10月
対象店舗数	・待ち時間：7店（約200件） ・応対時間：約850店	・140店	・180店
対象エリア	・待ち時間：関東 ・応対時間：全国	・関東	・全国

(3) 広告表示の適正化に向けた対応

□ 消費者庁は、携帯電話等の端末の販売に関する店頭広告表示について、景品表示法上問題となるおそれのある表示を類型化し、公表(平成30年11月13日)。

消費者庁において携帯電話等の店頭広告及び消費者相談の実態を把握・整理

景品表示法上問題となるおそれのある表示

景品表示法上問題となるおそれのある表示として、9つの問題類型に抽出整理

<表示例>



特段の条件なく、「実質負担金0円」でスマートフォン端末を購入できるかのように表示

【実際の適用条件】

- 指定の有料オプションサービスである「端末補償サービス」への加入
- 2年以内に途中解約すると、割賦支払金額の残額が自己負担

事業者は景品表示法に違反しないよう上記考え方に基づき広告表示を行うこと

安い販売価格のための適用条件を明瞭に記載せず「詳しくは店員に」として、口頭での説明に委ねる広告

- 「詳しくは店員に」という記載を見ても、店員に確認しなかった(41.7%)
- 店員の説明を理解できなかった(27.8%)
- ②のうち、説明を理解できないまま契約を締結(38.7%)
- 消費者が望む改善の方向：
 - 簡潔で明瞭に条件を記載して欲しい(47.6%)
 - 店員に詳しく聞かなくても済むようにして欲しい(45.8%)

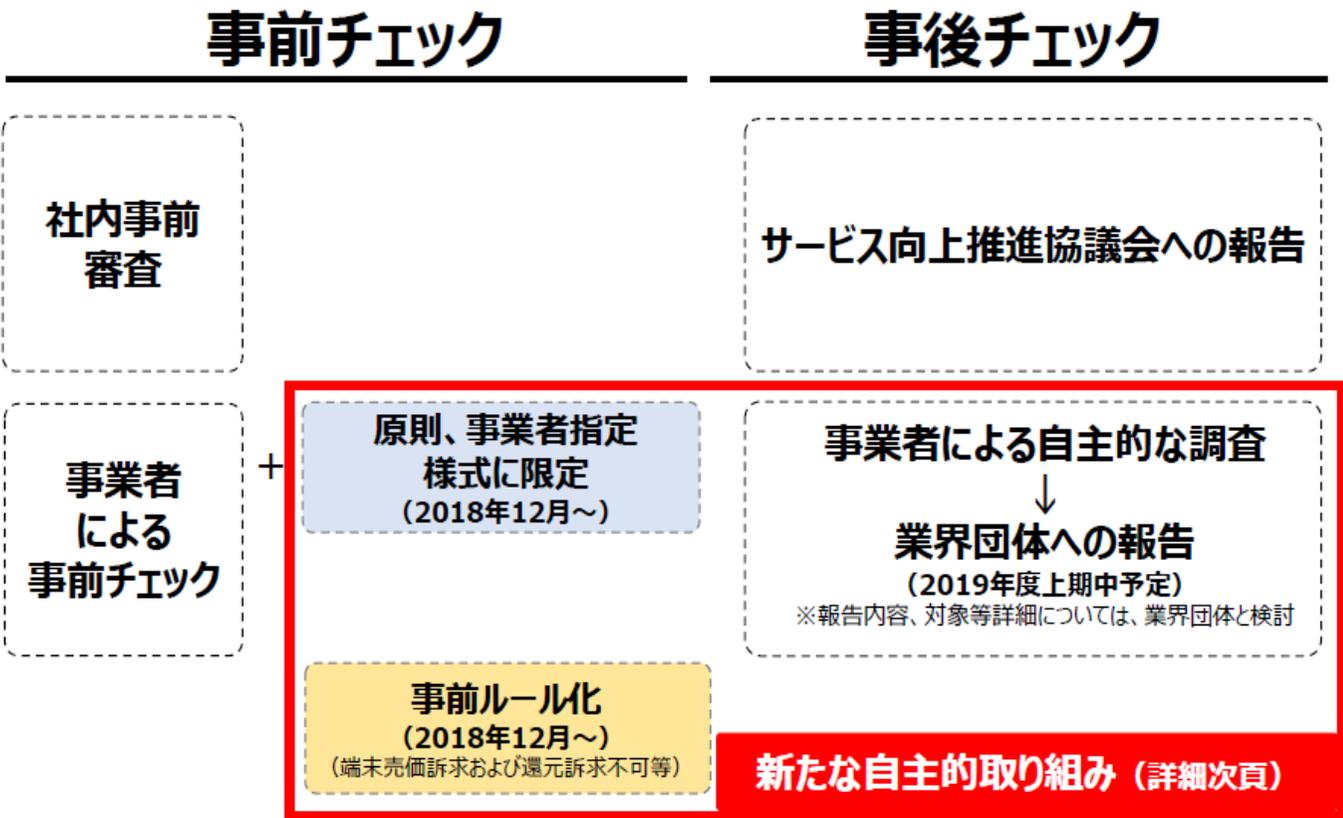
<表示例>



「詳しくは店員に」と表示するのではなく、適用条件を分かりやすく表示すること

携帯電話事業者による広告表示適正化の取り組み (電気通信事業者協会) TCA

- ✓ 各事業者では、広告表示の事前審査に取り組んできた
- ✓ 店頭広告の適正化に向けて、各事業者の自主的取り組みを強化していく



店頭広告に関する携帯電話事業者の新たな自主的取り組み

目的

事業者の自主的取り組みを中心とした、キャリアショップ店頭広告の適正化

実施概要 ※1

	事前チェック (2018年12月~)	事後チェック (2019年度上期中予定)
店頭掲出物	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が指定する様式に基づく広告の掲示、及びその徹底 事業者の指定外の広告の場合、事前チェックを必須 	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が実施する店頭確認及び、不適切事例の是正、及び再発防止 確認結果について、業界団体※2への報告 (報告内容、対象等詳細については、業界団体と検討)
チラシ	<ul style="list-style-type: none"> 事業者による事前チェック (従前より実施) 	
SNS	<ul style="list-style-type: none"> 訴求内容の事前ルール化 (端末売価訴求および還元訴求不可等) 	—

※1：事業者の自主的な取り組みがベースのため、各社差分あり
 ※2：サービス向上推進協議会 広告表示WGを想定

(参考) MNOの販売代理店の広告表示適正化の取組み



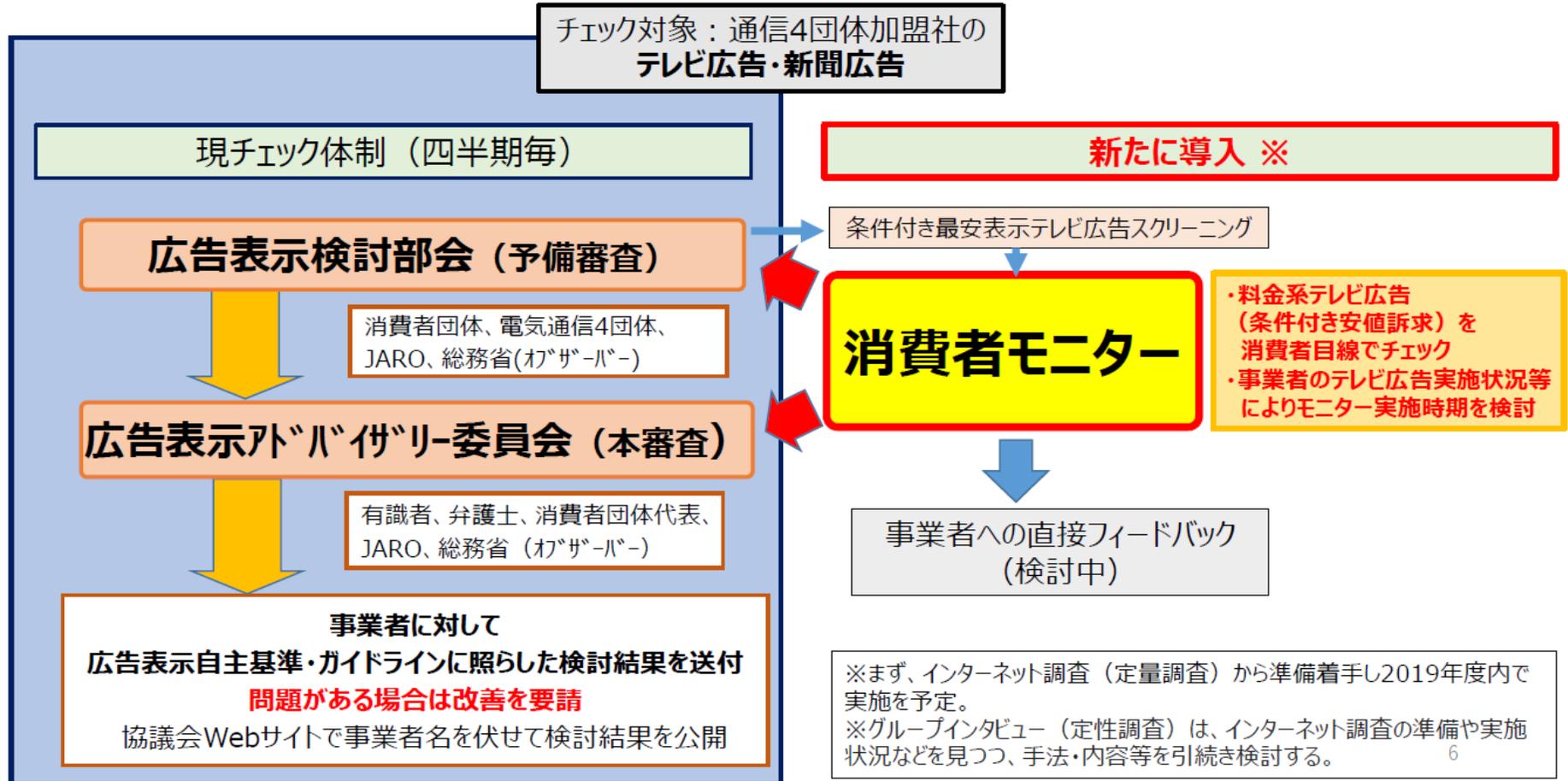
■ : 新たな取組み □ : 既存の取組み

		事前			事後
キャリアショップ	店頭				事後チェック ドコモ: ・支社・支店によるチェック (四半期・全店) ・営業管理部門監査 (年1回・全店) KDDI: ・店頭写真の報告 (年2回・全店) SB: ・店頭写真の報告 (四半期・全店) ・違反報告フォームの設置 (全店)
	チラシ	ルール整備 (事前確認) ※1	法令遵守 要請文 ※2	事業者指定 様式に限定 ※3	
	SNS				
販売店 量販店				※4	ドコモ: ・支社・支店によるチェック (四半期) ・営業管理部門監査 (年1回・システム設置店) KDDI: ・特定期間内全件チェック (年2回) SB: ・違反報告フォームの設置 (全店)
					ドコモ: ・支社・支店によるチェック (四半期) ・営業管理部門監査 (年1回・システム設置店) KDDI: ・店頭写真の報告 (年2回・当社販売スタッフ配置店舗) SB: ・店頭写真の報告 (年2回・当社販売スタッフ配置店舗)

- ※1 : 代理店が運用上判断がつかない場合に事前確認を行う
- ※2 : 総務省・消費者庁要請を踏まえ、景品表示法等の遵守を要請 (発出日 ドコモ : 7/5 KDDI : 7/22 SB : 7/19)
- ※3 : ドコモのみチラシについても実施 / SNSは3社とも価格訴求禁止の掲載ルールを制定
- ※4 : SBは販売店についても実施 / SNSについてドコモは販売店・量販店にも / SBは販売店にも、価格訴求禁止の掲載ルールを制定

1. 広告チェック体制における消費者モニターの導入

広告表示チェック体制の強化（消費者モニターの導入）



2. 「電気通信サービスの広告表示自主基準及びガイドライン」改定検討

①店頭における広告表示の課題

- ✓ いわゆる「キャリアショップ」での「条件付き最安値表示」「キャッシュバック」等の店頭広告における注釈不備など。
- ✓ 消費者庁による「携帯電話等の移動系通信の端末の販売に関する店頭広告表示についての景品表示法上の考え方等の公表について」なども昨年11月にあった。

②条件付き最安値表示（テレビ広告他）の課題

- ✓ 料金の安さがことさら強調され制約条件などが分かりづらい（注釈量が多い、注釈が小さい、レイアウトや配色・背景などの状況で注釈が読みづらい、表示料金以外に別途発生する料金があるのに記載がないあるいは分かりづらいなど）テレビその他広告があるとの指摘。
- ✓ テレビ広告やWeb動画広告などで音声および文字で安さや優位性が強調されている際に、制約条件など打消し表示が文字のみで表示されかつ小さい、あるいは表示されていても音声の強調タイミングと離れているなど。
（参考：消費者庁 広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書、打消し表示に関する実態調査報告書）

③Web広告（Webサイト）の課題

- ✓ Webサイト（ホームページ等）で注釈にたどり着くまで画面スクロールを要するなど本体（強調）表示から離れている、重要な注釈がアコーディオンパネルの中にある気づきにくい、バナー広告内の強調表示に対する注釈（打消し表示）がリンク先に記載されている場合でリンク先の注釈が認識しづらいなど、必要な注釈が見落とされることがあるなど。
（参考：消費者庁 広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書、打消し表示に関する実態調査報告書）

上記各課題に対し、「電気通信サービスの広告表示自主基準及びガイドライン（第12版）」の改定について検討を行う。

3. 事業者による店頭広告チェックのオーディット

①事業者による掲出物のルール強化・徹底

移動体通信事業者3社(4ブランド)の店頭(いわゆる「キャリアショップ」)の広告掲示ルールの見直しによる広告表示適正化が2018年12月に3社一斉に行われた。(ドコモ、KDDI、ソフトバンク各社による取り組み)

②事業者による掲出状況の事後チェック

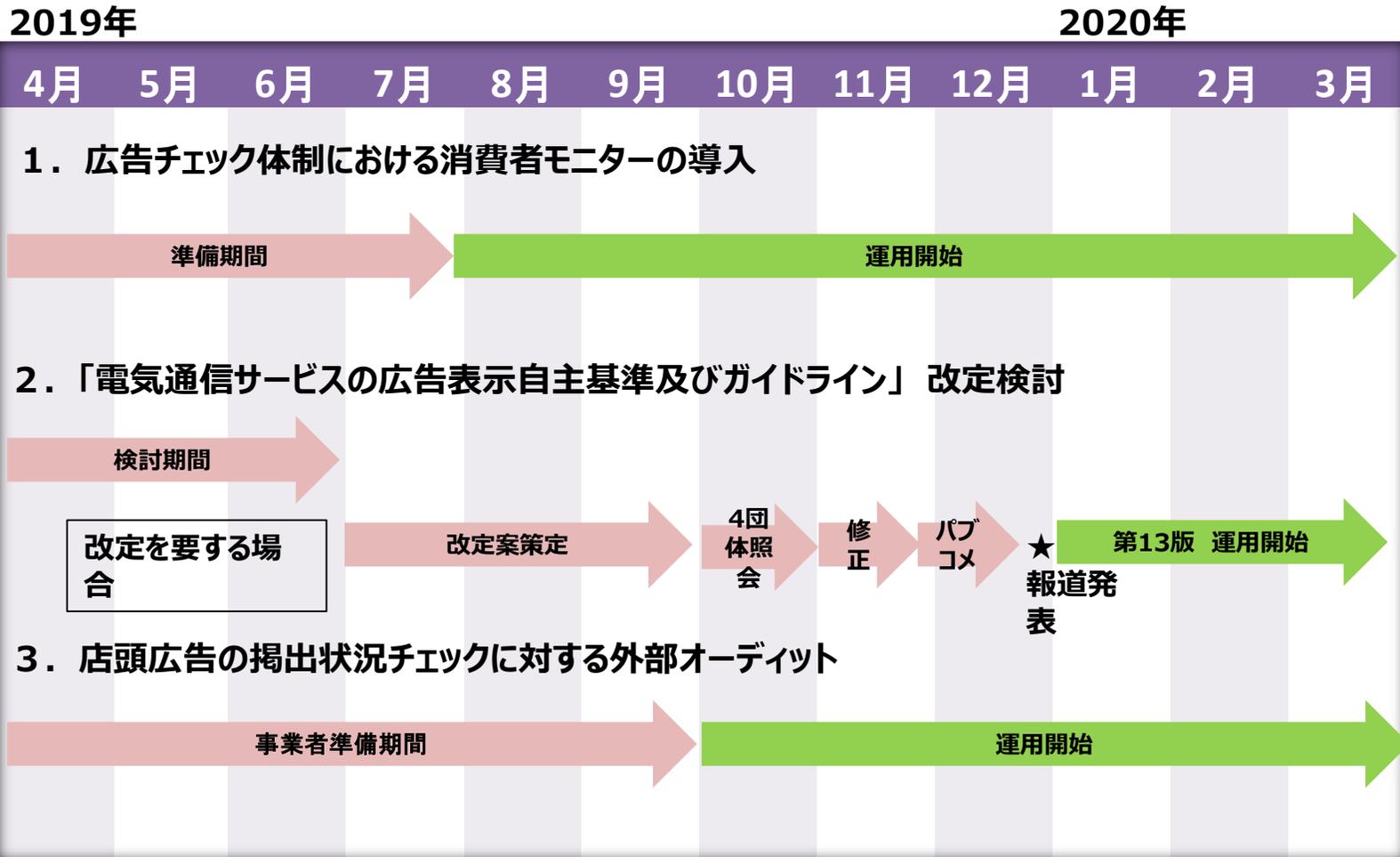
事業者は上記①適正化が維持されるように定期的に事後チェック(店頭掲出状況確認)を実施する。チェック方法などは事業者で検討中。

③事業者の事後チェック内容の報告を受ける

上記②事後チェックについて通信4団体を通じ電気通信サービス向上推進協議会はチェックの内容および結果の報告を受ける。事業者の事後チェックが適切に機能しているかを外部から監査する。**報告内容の詳細は事業者と検討を進める。**報告内容の概要を事業者名を伏せて同協議Webサイトで公開予定。

※事業者の店頭事後チェックの結果、店頭広告の掲出状況への懸念が再び発生することが予想されるような場合は、電気通信サービス向上推進協議会においても事業者の事後チェックとは別のチェック方法について導入を検討する。

4. 対応スケジュール（予定）



(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

電気通信サービスの販売代理店は 総務大臣への届出が必要になります！

「電気通信事業法」が改正され、電気通信事業における利用者利益の保護を図るため、利用者に最も身近な窓口である販売代理店を対象とした届出制度が導入されることとなりました。

届出が必要な者

- 電気通信事業者等から委託を受けて携帯電話サービス、光ファイバ（FTTH）インターネットサービス等の電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介等の業務を行おうとする者は届出が必要です。

【届出が必要な者の具体例】

- ① 携帯電話サービス等のいわゆるキャリアミックスを運営する者
- ② FTTHインターネットサービス等の電話勧誘を行う者
- ③ 携帯電話サービス、FTTHインターネットサービス等の勧誘や契約手続を行う家電量販店
- ④ CATVインターネットサービス等の訪問販売を行う者

届出手続

- 必要事項を記載した届出書本体と、登記事項証明書又は住民票の写し、返信用封筒（定型封筒92円切手貼付）の3点をセットにして、管轄の総合通信局等（裏面）に郵送又は持参により提出してください。



説明書面への届出番号の記載義務

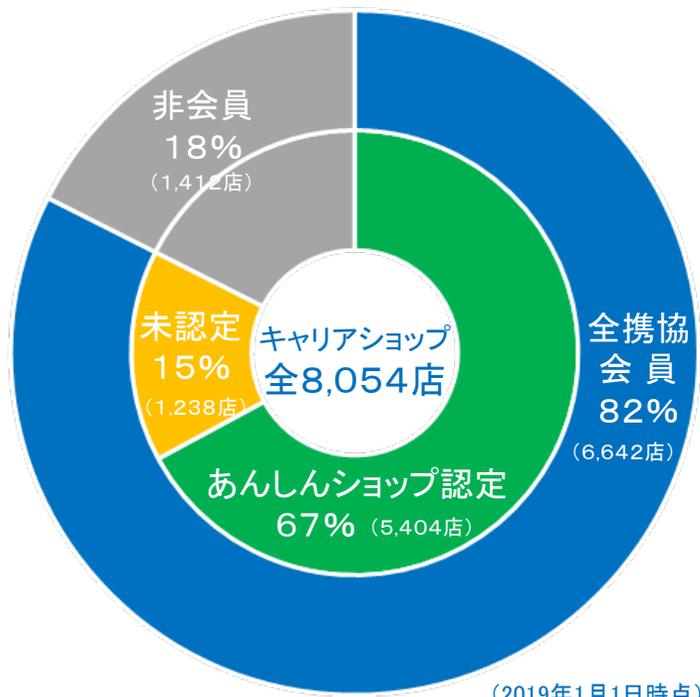
- 総務省は、届出書の記入内容に不備がなければ届出番号を記載した届出受付通知書を届出者に送付します。
- 令和2年4月1日以降、販売代理店は届出番号を説明書面に記載する義務を負うことが予定されていますので、ご注意ください。

届出 受付 期間

- 既存の販売代理店については、受付開始日から起算して3ヶ月以内に届出を行うことが必要です。
- 届出書の受付開始日は、令和元年10月初旬から11月中旬を予定しており、決まり次第、届出書の様式とあわせて総務省のホームページ等でお知らせします。

注 期限までに届け出ずに業務を行った場合は罰則（6月以下の懲役又は50万円以下の罰金）が科される場合があります。

あんしんショップ認定制度



あんしんショップ認定協議会 (全国携帯電話販売代理店協会内に設置)

※敬称略

会長	澁谷 年史	(全国携帯電話販売代理店協会会長)
副会長	有木 節二	(電気通信事業者協会専務理事)
副会長	前田 博史	(全国携帯電話販売代理店協会副会長)

<審査委員会>

委員長	新美 育文	(明治大学法学部教授)
委員	北 俊一	(野村総合研究所パートナー)
委員	長田 三紀	(全国地域婦人団体連絡協議会 事務局長)
委員	澁谷 年史	
委員	有木 節二	
オブザーバー	梅村 研	(総務省消費者行政第一課長)
オブザーバー	中溝 和孝	(総務省消費者行政第二課長)
オブザーバー	蒲 俊郎	(桐蔭法科大学院長・教授)

全スタッフに
消費者保護
の動画教育

**あんしんショップ
認定 2018年度**

国が定める
消費者保護ルールに基づき
安心と笑顔を提供するお店です



ソフトバンク練馬

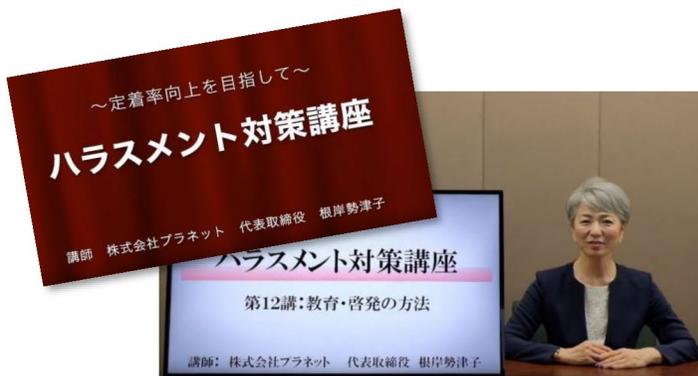
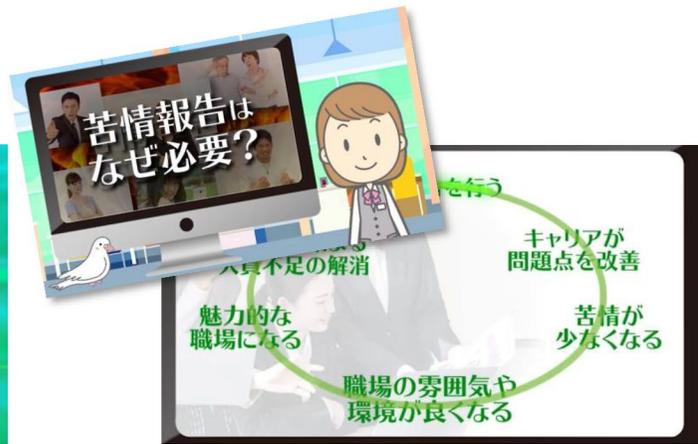


auショップ新宿西口

※「モニタリング定期会合 (第6回)」(一社)全国携帯電話販売代理店協会資料より引用

バージョンアップ施策 〈研修の充実〉

喫緊の課題である高齢者の苦情縮減に向けた高齢者対応研修や、健全なショップ作りに向けたハラスメント対策研修など、テーマ別の研修教材を充実化。



お客様にとっても、働くスタッフにとっても、“あんしんできるショップ”を目指して動画研修に力を入れています

バージョンアップ施策 〈あんしんショップ大賞〉

あんしんショップ大賞2019
ANSHIN SHOP AWARD

募集、はじまる!

あんしんショップ認定店の店舗で取り組んでおられる「私のお店の“あんしん自慢”」を全携協にお知らせください!

全国のショップの皆さまから応募いただいた「あんしん自慢」を厳正に審査のうえ、総務省・各キャリア・全携協共同で開催する「あんしんショップ大賞表彰式」にて表彰させていただきます!

2020年2月 結果発表 & 総務省にて表彰式

応募受付中 募集期間：2019年9月15日(日)～11月30日(土)

募集内容

あんしんショップ「お客さまへの誓い」6項目のうち、いずれかに該当する店舗単位の取り組みを募集します。

あんしんショップ「お客さまへの誓い」

1. 各種関係法令を遵守し、消費者保護の精神を貫きます。
2. 青少年の健全なインターネット利用環境整備に努めます。
3. 携帯電話の犯罪利用など不正利用防止に努めます。
4. 携帯電話の販売を通じ、地域との共生に努めます。
5. お客さま重視の姿勢を維持し、丁寧な対応に努めます。
6. 健全な業務運営を行い、明るいお店作りに努めます。

いずれかのテーマを選択してください

一次選考 各地域の全携協理事による審査
 二次選考 あんしんショップ認定協議会審査委員会による審査

審査委員長 新美育文氏(明治大学名誉教授、弁護士)
 審査委員 長田三紀氏(情報通信消費者ネットワーク)、北俊一氏(株式会社野村総合研究所パートナー)、山本一晴氏(一般社団法人電気通信事業者協会専務理事)、澁谷年史氏(一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会会長)
 オブザーバー 梅村研氏(総務省消費者行政第一課課長)、中溝和孝氏(総務省消費者行政第二課課長)、蒲俊郎氏(桐蔭法科大学院長・教授)

「あんしんショップ」の更なる取組向上に向けて、“あんしんショップ大賞”をスタートしました

1. 事業者向け「重要事項説明のポイントとトーク集」の作成および配布

【目的等】

光コラボの営業(特に電話勧誘)に関わる説明等について、消費者理解を促進することで、消費者トラブルの解消を目的としています。特に、消費者とのコミュニケーションが必要な事項を重要説明事項から抜粋して、説明項目ごとに、ポイントとトーク例を記載しています。

(説明項目の区分)

- ①フロント名乗り・あいさつ・営業編 ②各種事前確認編 ③サービス契約時の条件説明編 ④契約手続き編
- ⑤やめたい時の条件説明編 ⑥問合せ先編 ⑦契約の承諾編 ⑧後確認編 ⑨目視ツールの活用

2. 事業者向け 別冊「NGトークの手引き」の作成

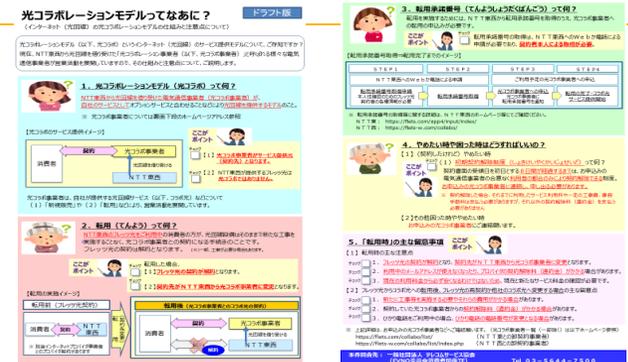
【目的等】

営業トークの中で誤認を与えやすく消費者トラブルになりやすいトークの改善を目的としています。(第3回モニタリング定期会合の提案)「重要事項説明のポイントとトーク集」の別冊としてNGトーク例と改善方法等を記載。

3. 消費者向け「図解リーフレット」の作成

【目的等】

消費者の光回線の利活用に関する理解度の向上を目的として、光コラボや転用について、仕組みや契約、チェックポイントを図解で説明。



(5) 高齢者のトラブルへの対応

- 2016年5月以降、高齢者への丁寧な対応を目的として、MNO3社で自主基準を定め、端末操作方法等のご説明、契約内容の最終確認を追加で行ってきた
- よりご高齢のお客様は店頭のご説明で理解いただけないケースも多いことから、ご家族の同伴や電話確認等を推奨するよう、2018年8月以降MNO3社で取組を開始

TCA自主基準 (MNO3社)

各社の施策内容

高齢者
(80歳以上)

高齢者
(65歳以上)

NEW

より丁寧な対応を宣言
(2018年7月30日)

丁寧な対応を宣言
(2016年5月19日)

家族へのアプローチ

- 家族の同伴を推奨
- 家族への電話確認

※契約者の同意を得られない場合は実施しない

高齢者専用のチェックシート
(端末操作説明の要否確認等)

平成 30 年 7 月 30 日

携帯電話サービスに関する高齢者等に対する追加対応について

(一社) 電気通信事業者協会の会員携帯電話事業者三社は(株式会社 NTT ドコモ、au グループ代表 KDDI 株式会社、ソフトバンク株式会社)、協会の定める「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準及びガイドライン」等に加え、平成 28 年 5 月 21 日から特に高齢者を主な対象に、より丁寧で確実な対応に努めてまいりましたが、今般更なる追加対応をすることとしました。

記

追加対応内容

- ◇80 歳以上の契約者を対象に、お客様の同意を得て、ご家族への意向確認を行うなど、より丁寧な対応に努める。
- ◇平成 30 年 8 月 1 日から実施する。

参考：

現在までの対応内容 (平成 28 年 5 月 19 日公表)

- ◇ 昨今の電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化をふまえ、65 歳以上の契約者を対象に、サービスの内容が十分に理解されるよう、対象となる利用者の知識や経験並びに契約目的等に配慮した説明を行う (例えば、専用帳票を用いた説明、多様なコミュニケーション方法、分かりやすい表現等)。
- ◇ 具体的なツールや方法については各社が判断し利用する。
- ◇ その他、配慮が求められる利用者 (障がい者、青少年等) に対しても、より一層丁寧な対応に努める。
- ◇ 平成 28 年 5 月 21 日から実施する。

以上

(参考) 同伴の推奨 (ホームページ・ツール等)

■ 各社のホームページ・ツール類でご家族の同伴を推奨

NTTドコモ



高齢者専用の店頭チラシを作成し
ご家族の同伴を推奨



※総合カタログ・ホームページ・店頭ポスターで同様に推奨

KDDI

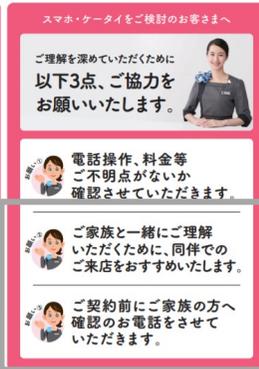


新規契約・機種変更ページで
ご家族の同伴を推奨

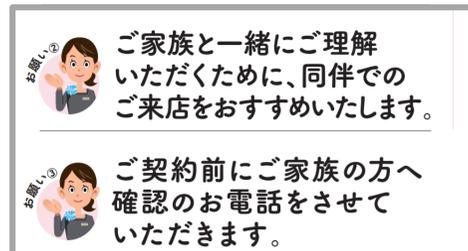
ご高齢の方は、できる限りご家族と一緒にご来店ください。
なお、お一人で来店いただいた場合は、店頭からご家族にお電話させていただく場合があります。

※総合カタログで同様に推奨

ソフトバンク



高齢者専用の店頭チラシを作成し
ご家族の同伴を推奨



「高齢者への丁寧な説明」⑥ (接客するスタッフ向けの動画教育)

ちょっとした気遣いでこんなに変わる!

高齢者対応は難しくない

～高齢のお客様の特徴を理解すると、明日からの接客が変わります～

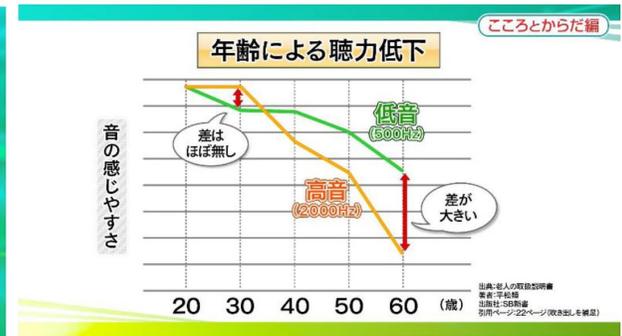
「高齢者対応動画」(制作中)

- 第1回 ところとからだ編
- 第2回 ことば編
- 第3回 配慮編

不適切な対応時 **適切な対応時**

白内障の見え方

正常 **白内障**



ところとからだ編

低めの声で ゆっくり

正面から はっきり

ことば編

理解力の低下

身体的な不自由

記憶力の衰え

相手の配慮不足

ことば編

高齢者にとって分かりにくい言葉の言い換え

分かりにくい言葉	言い換えの例
アイコン	絵柄・マーク
縦スクロール	上下に移動させる操作
スワイプ	掃くように指を動かす操作

スタッフ一人ひとりが受講できるよう、YouTubeと各キャリアのeラーニングシステムで展開中



(6) 法人契約者のトラブルへの対応

<具体的な苦情内容の例>

【FTTH】

○ 契約内容がわからない。助けてほしい。

- ・消費生活センターに出向いたが、事業者契約、法人契約扱いとのことで対応出来ないと言われ、総務省を案内された。インターネットは使用していないが、固定電話の使用料金が安くなると言われ話を聞いた。今まで4千～5千円の固定電話料金が毎月1万数千円となってしまった。契約の内容がわからない。年寄りだけでどう対応して良いかわからない。何とか助けて欲しい。

○ 大手通信会社を名乗る者から料金が安くなると電話勧誘を受け契約。実際には高くなった。

- ・大手通信会社を名乗り、単にインターネット料金が安くなるとの説明で契約してしまった。その後契約書が届いたが、内容も理解できず放置してしまった。また、今までより料金が高くなってしまい、どうしたら良いかわからない。

○ 大手通信会社からの電話だと思い手続きをしたが、別の会社との契約だった。費用負担なく解約し、元の事業者に戻りたい。

- ・大手通信会社からの電話による手続きだと思い、言われるがままに操作した。後日、今までの回線が使えなくなったことで大手通信会社とは別会社であることが分かった。費用負担なく解約し、元の事業者に戻りたい。

○ 光回線の電話勧誘が迷惑

- ・法人だが、光サービスの電話勧誘が頻繁にあり迷惑している。冒頭大手通信会社を名乗るが、問い詰めると別の会社だと言いはじめる。電話が来ないようにする方法はないか。

【携帯電話等】

○ 契約の際、事前説明、書面交付がなく、料金を二重に引き落とされていた。

- ・携帯電話を契約する際、販売代理店は契約書を結ばず、事前説明もなかった。また、料金の二重引き落としやプラン変更・名義変更を勝手に行われた。問合せ先に連絡したところ、法人には契約書面の交付等の義務はないと言われた。

○ 安くなると言われ契約したが、請求が高額になった。解約の話を出すと、高額な違約金を請求された。

- ・法人名義で携帯電話を3台契約した。月あたり3,000円安くなるという説明だったが、逆に10,000円高くなった。状況把握のため紙の請求書を要求したが、一向に対応されない。不信感が募り、解約の話を出すと、違約金60万円と言い出した。対処方法は。

【無線LAN等】

○ 新規に契約したが、不要な契約であり解約したい。しかし、高額な違約金がかかる。

- ・大手通信会社の代理店を名乗るところから執拗な電話勧誘を受けた。契約した覚えがなかったが、請求書が送られてきたため、解約を申し出ると高額な違約金がかかると言われた。消費生活センターに相談したら、法人契約ということで総務省を案内された。
- ・大手通信会社の代理店を名乗るところから電話勧誘を受けた。プラン変更の案内と誤認したこと、これまでと値段が変わらないと言われたことから、契約を承諾してしまった。解約を申し出たが、5年縛りの契約で10万円ほどの違約金が発生すると言われ、通信事業者にも問い合わせたが、代理店と話してくれと言われた。何とかならないか。

出典：総務省消費者相談センターに寄せられた苦情・相談案件(2018年4～11月分)を集計・分析

⇒ 個人と同種の苦情相談が寄せられている

【説明義務】

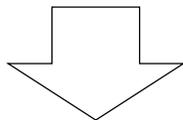
(提供条件の説明)

[電気通信事業法]

第二十六条 電気通信事業者及び電気通信事業者から電気通信役務の提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理(略)の業務及びこれに付随する業務の委託を受けた者(略)は、利用者(略)と次に掲げる電気通信役務の提供に関する契約の締結又はその媒介等をしようとするときは、総務省令で定めるところにより、当該電気通信役務に関する料金その他の提供条件の概要について、その者に説明しなければならない。ただし、当該契約の内容その他の事情を勘案し、当該提供条件の概要について利用者に説明しなくても利用者の利益の保護のため支障を生ずることがないと認められるものとして総務省令で定める場合は、この限りでない。

一 ～ 三 (略)

2 (略)



[電気通信事業法施行規則]

第二十二条の二の三

1～5 (略)

6 法第二十六条第一項ただし書の総務省令で定める場合は、次に掲げる対象契約の締結又はその媒介等をしようとする場合とする。

一 法人その他の団体である利用者とその営業のために又はその営業として締結する契約(営利を目的としない法人その他の団体にあつては、その事業のために又はその事業として締結する契約。第二十二条の二の十第一号において「法人契約」という。)

二～三 (略)

【書面の交付義務】

(書面の交付)

[電気通信事業法]

第二十六条の二 電気通信事業者は、前条第一項各号に掲げる電気通信役務の提供に関する契約が成立したときは、遅滞なく、総務省令で定めるところにより、書面を作成し、これを利用者(電気通信事業者である者を除く。以下この条及び次条において同じ。)に交付しなければならない。ただし、当該契約の内容その他の事情を勘案し、当該書面を利用者に交付しなくても利用者の利益の保護のため支障を生ずることがないと認められるものとして総務省令で定める場合は、この限りでない。

[電気通信事業法施行規則]

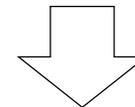
第二十二条の二の四

1～5 (略)

6 法第二十六条の二第一項ただし書の総務省令で定める場合は、次に掲げる場合とする。

一 前条第六項第一号から第三号までに掲げる対象契約が成立した場合

二～四 (略)



【勧誘継続行為の禁止】

(電気通信事業者等の禁止行為)

[電気通信事業法]

第二十七条の二 電気通信事業者又は媒介等業務受託者は、次に掲げる行為をしてはならない。

一 (略)

二 第二十六条第一項各号に掲げる電気通信役務の提供に関する契約の締結の勧誘を受けた者(略)が当該契約を締結しない旨の意思(当該勧誘を引き続き受けることを希望しない旨の意思を含む。)を表示したにもかかわらず、当該勧誘を継続する行為(利用者の利益の保護のため支障を生ずるおそれがないものとして総務省令で定めるものを除く。)

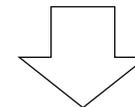
[電気通信事業法施行規則]

(勧誘継続行為の禁止の例外)

第二十二条の二の十 法第二十七条の二第二号の総務省令で定める行為は、次に掲げる行為とする。

一 法人契約の締結の勧誘

二 (略)



○ 法人契約

法人その他の団体(法人等)を相手方とする契約であって、営利を目的とする法人等の場合には当該法人等の営業目的で(その営業のために又はその営業として)、営利を目的としない非営利の法人等の場合には当該法人等の事業目的(その事業のために又はその事業として)で締結される契約をいう。すなわち、これらの法人等が通常、事業・職務の用に供するために電気通信役務契約を締結する場合は法人契約として説明義務等の適用除外となる。他方、法人等の名義の契約であっても、実際には個人の家庭用として電気通信役務が用いられている場合は、法人契約とはならない。

個人名義の契約は、基本的には、法人契約に該当しない。すなわち、例えば、小規模な個人事業主は、交渉力及び情報量において電気通信事業者等と格差があると考えられるため、原則として、一般の消費者と同様に取り扱うこととしている。

ただし、「法人等」には、法人の他、民法上の組合をはじめ、法人格を有しない社団及び財団(権利能力なき社団・財団)、各種の親善・社交等を目的とする団体が含まれ、法人格を有しないマンション管理組合も含まれる。すなわち、契約名義が個人であったとしても、このような任意団体がその事業目的又は営業目的で電気通信役務契約を契約するとみられる場合は、法人契約に該当する。

(7) その他

① 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進

○「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進

- ・ 学習指導要領の徹底
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
実践的な能力を身に付ける教材「社会への扉」を活用した授業の実施の推進等
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進
- ・ 教員の養成・研修
「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進



大学等における消費者教育の推進

- ・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施
- ・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

- ・ 全ての都道府県の全高校で「社会への扉」を活用した**授業**が実施されること
- ・ 全都道府県に**消費者教育コーディネーター**が配置されることを目指す

- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

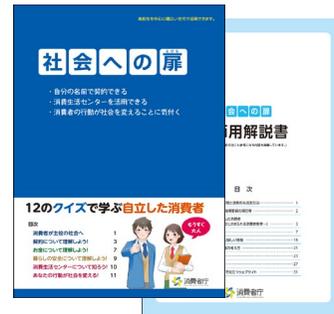
その他

全ての都道府県等において、**消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会**の策定・設置を目指す 等

○ 高校生向け消費者教育教材「社会への扉」

社会への扉

— 12のクイズで学ぶ自立した消費者 —



【目的】 成年年齢の引下げが議論されていることも踏まえ、**高等学校段階までに、契約に関する基本的な考え方**や**契約に伴う責任**を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育む。

P.1~2 導入 **消費者が主役の社会へ**

生徒用教材

消費生活に関する12のクイズを掲載

契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。

P. 3~11 **契約について理解しよう！**

キャッチセールスのイメージ

グループ学習にも活用できるワークを掲載

ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。

高校生にも身近なインターネットショッピングの注意事項を具体的に掲載

お金について理解しよう！

- ・クレジットカードの仕組み、多重債務、将来の詐欺的投資被害を防ぐための注意を掲載

暮らしの安全について理解しよう！

- ・暮らしに潜む危険の例を紹介し、安全に配慮した行動、再発防止のための行動がとれる消費者になることを促進

消費生活センターについて知ろう！

- ・「高校生が消費生活センターに相談したら」という設定のマンガで紹介

あなたの行動が社会を変える！

- ・消費者トラブルにあった際に行動することが、消費者市民社会の実現につながることを紹介

教師用解説書

生徒用教材に関わる学習指導要領の項目等を示す表

学年	大項目	中項目	事項	必修	選択	選択	選択
高校1年	(1) 各々の生き方と社会	消費者教育	消費者教育の重要性	○	○	○	○
		消費者教育	消費者教育の重要性	○	○	○	○
高校2年	(2) 現代社会と人間関係のあり方	消費者教育	消費者教育の重要性	○	○	○	○
		消費者教育	消費者教育の重要性	○	○	○	○

消費者教育の必要性についてのメッセージ

- ・消費者教育を実践している教師・弁護士・消費生活相談員

育てよう！自立した消費者
～今、高等学校に求められる消費者教育～

- 生徒用教材各ページの解説
- 教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
- 生徒用教材の「ワーク」「発展」、「プラスα問題」の考え方

公民科、家庭科の指導事例とワークシート例(ワークシート実物大はウェブサイト掲載)

学習内容	指導上の留意事項
消費者トラブルと契約について	ワークシートを配付し、ワークシートに記入した契約に関する動画を再生させ、内容を解説させる。 「消費者トラブルと契約」に関する動画を再生させる。動画再生後、ワークシートに記入した内容を解説させる。
消費者トラブルの被害について	ワークシートに記入した2つの資料から、消費者トラブルが身近な問題であることを実感させる。また、消費者トラブルの被害に関する事例を紹介し、被害の発生を防ぐための行動を促す。
消費者トラブルに対する対応について	ワークシートを配付し、ワークシートに記入した内容を解説させる。また、消費者トラブルに関する事例を紹介し、被害の発生を防ぐための行動を促す。
消費生活センターの役割について	消費生活センターの役割に関する動画を再生させる。動画再生後、ワークシートに記入した内容を解説させる。

(7) その他

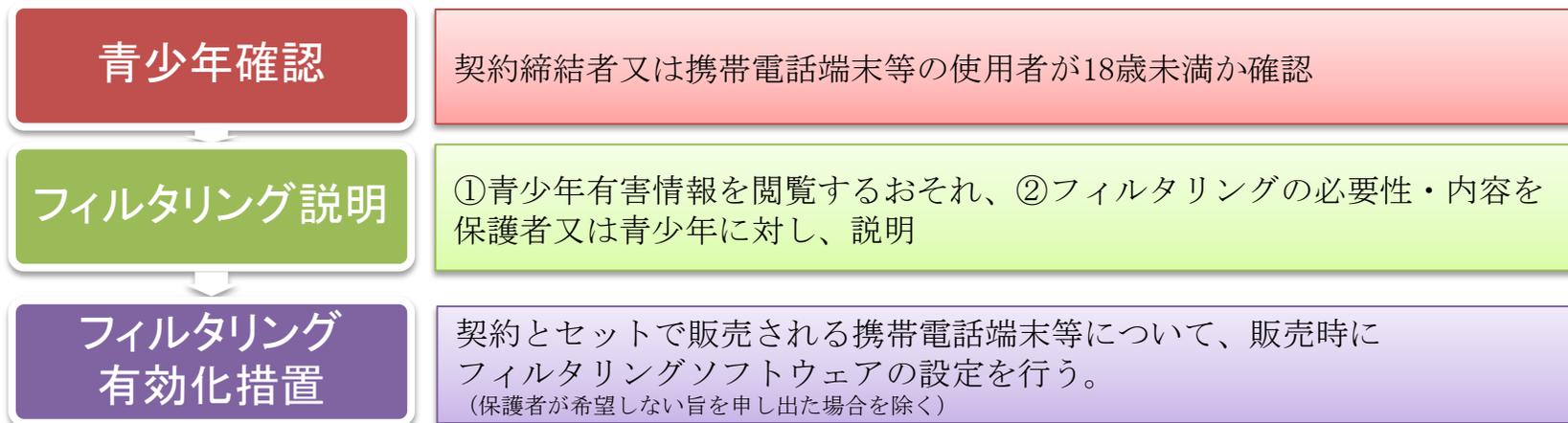
② 青少年フィルタリング利用の促進

【改正前の内容】

携帯電話事業者に対して、契約者又は端末(携帯電話・PHS)の利用者が青少年(18歳未満)の場合、(保護者が利用しない旨を申し出た場合を除き)フィルタリングサービスの利用を条件として、通信サービスを提供することを義務付け 等

【改正の内容】

1. 携帯電話事業者及び代理店に対して、上記義務に加え、新規・変更契約時に下記を義務付け



2. フィルタリングサービス提供義務の対象機器を携帯電話・PHSに加え、データ通信用端末(タブレット等)に拡大

(注) その他

- ① パソコンメーカー等に加え、携帯電話端末の製造事業者に対して、フィルタリングソフトウェアのプリインストール等、フィルタリング容易化措置を義務付け
- ② OS開発事業者に対して、フィルタリング有効化措置・フィルタリング容易化措置を円滑に行えるようOSを開発する努力義務
- ③ 上記「1.」の青少年確認において、保護者等に対して、携帯電話端末等を青少年に使用させるために契約を締結しようとする場合にはその旨を申し出ることを義務付け

青少年有害情報の閲覧防止措置と対象機器のイメージ

閲覧防止のための義務の内容	13条 青少年確認義務 ・契約者又は端末使用者が青少年（18歳未満）か確認	14条 説明義務 ・フィルタリングの必要性等を保護者又は青少年へ説明	15条（旧17条） フィルタリングサービス提供義務 ・契約者又は端末使用者が青少年の場合、フィルタリングの利用が役務提供の条件とする	16条 フィルタリング有効化措置義務 ・役務提供契約とセットで販売される端末等についてフィルタリングソフトウェア等の設定を行う	17条（旧18条） フィルタリング提供義務 ・役務の提供を受ける者から求められた際にフィルタリングを提供する	18条（旧19条） フィルタリング利用容易化措置義務 ・フィルタリングのプリインストール等フィルタリングの利用を容易化する措置を講じる	19条 容易化措置円滑化の努力義務 ・有効化措置や容易化措置を円滑に行えるようOSを開発
義務主体	携帯電話インターネット接続役務提供事業者及び契約代理店 ※15条は前者のみ。				インターネット接続役務提供事業者	インターネット接続機器製造事業者	OS開発事業者
特定携帯電話端末等（携帯電話回線によるネット接続可能、端末販売が回線契約と併せて行われる場合）							
スマートフォン	○	○	○	○	○	○	○
タブレット (Cellular+Wi-Fiモデル)	○	○	○	○	○	○	○
携帯電話端末等（携帯電話回線によるネット接続可能、端末側のフィルタリングの設定不要）							
従来型ガラケー・PHS	○	○	○	×	○	○	○
携帯電話端末等（携帯電話回線によるネット接続可能、端末販売が回線契約と別々に行われる場合）							
持込みのスマホ端末	○	○	○	×	○	○	○
一部の携帯ゲーム機	○	○	○	×	○	○	○
その他インターネット接続機器（携帯電話回線接続不可）							
デスクトップパソコン	×	×	×	×	○	○	○
タブレット (Wi-Fiモデル)	×	×	×	×	○	○	○
多くの携帯ゲーム機、 携帯音楽プレーヤー等	×	×	×	×	○	○	○

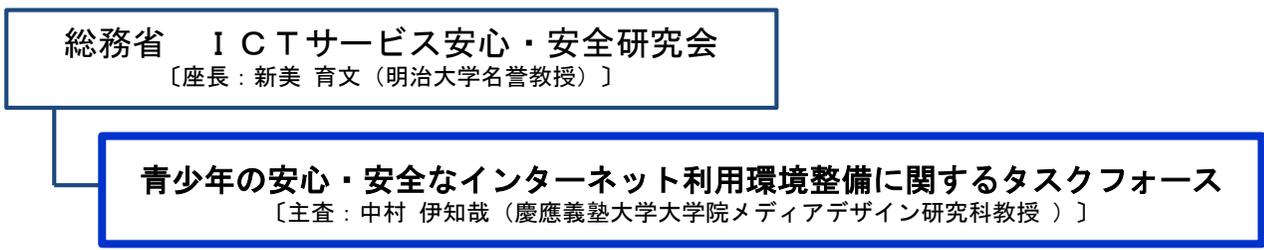
※斜線部分：改正法で新たに義務の対象となったもの

- 青少年の適切なインターネット利用のための啓発活動や、青少年の保護に有効なフィルタリングサービス等について、携帯電話事業者、OS事業者、保護者等、各関係者の役割を踏まえた検討を行うため、2016年4月より開催。
- 今般、改正青少年インターネット環境整備法の施行（2018年2月）後における関係者の取組状況等について、第6回会合（2019年2月25日開催）及び第7回会合（2019年7月17日開催）で議論を行い、2019年8月9日に「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」として取りまとめのうえ公表。

（開催状況）

第1回	2016年	4月	11日
第2回	"	5月	23日
第3回	"	6月	9日
第4回	"	12月	15日
第5回	2017年	6月	12日
第6回	2019年	2月	25日
第7回	2019年	7月	17日

（体制図）



「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」
(2019年8月9日公表)

- 〔主な観点〕
1. 契約時のフィルタリング申込み・有効化措置等の促進
 2. フィルタリングを始めとするペアレンタルコントロールの必要性に係る認識の醸成
 3. フィルタリングサービスの使いやすさの向上

（構成員） ◎：主査、○：主査代理

- ◎中村 伊知哉 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授
- 曾我部 真裕 京都大学法学系（大学院法学研究科）教授
- 浅井 和行 京都教育大学副学長
- 上沼 紫野 弁護士 虎ノ門南法律事務所
- 宇津木 麻也子 e-ネットキャラバン専任講師
- 尾上 浩一 （一社）安心ネットづくり促進協議会副会長
- 尾花 紀子 ネット教育アナリスト
- 岸原 孝昌 （一社）モバイルコンテンツ審査・運用監視機構事務局
- 森 亮二 弁護士 英知法律事務所

**「青少年のフィルタリング利用促進のための課題及び対策」
(2019年8月9日公表)について**

青少年のフィルタリング利用促進に向けた基本的な考え方

- 昨今、青少年へのスマートフォンの普及は大きく進展しており、SNSを利用して犯罪の被害にあう児童・生徒の数も高止まりするなど、スマートフォンの普及に伴うトラブルも増加している。
一方で、スマートフォンを利用する青少年のフィルタリングの利用率は4割程度（2017年度44.0%、2018年度36.8%）となっており、フィーチャーフォンの時代よりも低下している。
- こうした状況の下、青少年のインターネットを適切に活用する能力の習得やフィルタリング利用の普及により、青少年のインターネットの安心・安全な利用を図ることは重要な課題。中でも、青少年によるフィルタリングの利用促進は、上記のインターネット上のトラブルの回避等に資するものであり、2018年2月に施行された改正青少年インターネット環境整備法の着実な履行やインターネット上の海賊版サイト対策等の観点からも、これまで以上に強く求められている。
- 青少年フィルタリングについては、SNSを利用できなくする不便なものの一部で捉えられているが、実際には、違法・有害サイト等の閲覧を制限しつつ、必要なSNSについては利用可能とできるほか、利用時間管理等の機能を有するものもある。青少年フィルタリングは、青少年のICTリテラシーの状況や、青少年及び保護者のニーズ等に応じて、個々別々に安心・安全なインターネット利用環境を実現する有効なツールと捉え直す必要がある。
また、スマートフォンの普及に伴い、青少年のフィルタリング利用促進に係るプレイヤーは、これまでの携帯電話事業者、販売代理店やフィルタリング事業者のみならず、OS事業者、SNS等を含むコンテンツ・プロバイダ等にも広がり、多様化・グローバル化していることにも配慮する必要がある。
- このような背景及び認識の下、青少年のフィルタリング利用の促進に関し、次のような観点から、課題及び考えられる対策の整理を行った。

1. 契約時のフィルタリング申込み・有効化措置等の促進
2. フィルタリングを始めとするペアレンタルコントロールの必要性に係る認識の醸成
3. フィルタリングサービスの使いやすさの向上

（参考）青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律（平成二十年法律第七十九号）（抄）

（携帯電話インターネット接続役務提供事業者の青少年有害情報フィルタリングサービスの提供義務）

第十五条 携帯電話インターネット接続役務提供事業者は、役務提供契約の相手方又は役務提供契約に係る携帯電話端末等の使用者が青少年である場合には、青少年有害情報フィルタリングサービスの利用を条件として、携帯電話インターネット接続役務を提供しなければならない。ただし、その青少年の保護者が、青少年有害情報フィルタリングサービスを利用しない旨の申出をした場合は、この限りでない。

（携帯電話インターネット接続役務提供事業者等の青少年有害情報フィルタリング有効化措置実施義務）

第十六条 携帯電話インターネット接続役務提供事業者等は、携帯電話端末等（中略）であって、その販売が携帯電話インターネット接続役務の提供と関連性を有するもの（中略）を販売する場合において、当該特定携帯電話端末等に係る役務提供契約の相手方又は当該特定携帯電話端末等の使用者が青少年であるときは、当該特定携帯電話端末等について、青少年有害情報フィルタリング有効化措置を講じなければならない。ただし、その青少年の保護者が、青少年有害情報フィルタリング有効化措置を講ずることを希望しない旨の申出をした場合は、この限りでない。

① 携帯電話事業者におけるフィルタリング利用に係る実データの把握・公表等

フィルタリング利用促進に向けた適切な対策を講じるためには、フィルタリングの利用状況や販売代理店等の実態について正確な把握が必要。このため、契約時におけるフィルタリングの申込み率及び有効化措置率について、携帯電話事業者が正確に把握し、情報を開示することが求められる。またその際、携帯電話市場におけるMNO3社のシェアが約9割であることを踏まえれば、MNOについては事業者ごとの実データを自主的に開示することが適切と考えられる。

〔考えられる対策〕

フィルタリングサービス申込み率、有効化措置率等に係る実データの把握・公表

② 携帯電話事業者における販売代理店に対する指導等の徹底

フィルタリングの説明が契約プロセスの最後に行われること、営業成績に直結しないこと等の実情も踏まえ、法令上の義務の履行主体であり、かつ販売代理店に対する指導等措置義務を有する携帯電話事業者においては、販売代理店の店頭スタッフが利用者にフィルタリングの重要性等を丁寧かつ簡潔に分かりやすく説明できるよう、販売代理店へのインセンティブ（動機付け）の設計等を含め、より責任を持って指導することが必要。

〔考えられる対策〕

- ・携帯電話事業者による販売代理店の店頭スタッフに対する研修の充実及び販売代理店へのフィルタリング説明ツールの配備等
- ・業界団体（携帯電話事業者、販売代理店）におけるフィルタリング利用の徹底のための説明話法の作成・普及

③ 事業者間の連携（OS事業者、コンテンツ・プロバイダ等の協力推進）

フィルタリングにおけるOS事業者が果たす役割の重要性が増していること、また、通信サービスと端末販売が別の主体で行われるケースが増えていくと考えられること等を踏まえると、フィルタリングの説明・設定の促進のためには、携帯電話事業者のほか、OS事業者等においても、プリインストールの検討を含め、自社が提供するフィルタリングに係るサービスや機能等について、店頭スタッフの負荷軽減の観点やユーザー自身による設定の容易化の観点から、説明・設定しやすくするための協力を行うことを検討すべき。

併せて、青少年の利用ニーズの高いSNS等を含むコンテンツ・プロバイダについても、携帯電話事業者と連携して青少年の利用環境整備に努めるべき。

〔考えられる対策〕

- ・携帯電話事業者や販売代理店による説明・設定やユーザー自身による設定等へのOS事業者等の協力方法の検討
- ・カスタマイズ機能により青少年に特定のSNSを利用させることについて、保護者の判断に資するSNSサイト・アプリの情報（保護対策、トラブル事例等を含む）の発信体制（安心ネットづくり促進協議会、青少年ネット環境整備協議会、携帯電話事業者等の協力体制）の構築（後掲：3. ②）

④ MVNOにおける取組の推進

青少年によるMVNOサービスの利用が今後増加する可能性があることも踏まえ、業界においてフィルタリング利用促進に向けた方策等を検討することが必要。

〔考えられる対策〕

MVNOにおけるWeb申込み時等のフィルタリング利用に係る認識向上のための方策等の検討・推進

① 利用者に対するインパクトのある周知啓発方法の検討の実施

一般利用者に対して広くフィルタリングを始めとするペアレンタルコントロールの必要性等の認識を広めるには、インパクトのある効果的な周知の手法や媒体を検討すべき。

〔考えられる対策〕

- ・携帯電話事業者等におけるテレビCMや動画投稿サイト等の影響力のある媒体での周知強化
- ・販売代理店等での店内におけるフィルタリングの説明に係る動画等の提示（海賊版対策との連携等）

② 周知啓発の講座等の一層の推進

青少年及びその保護者がフィルタリングの有用性や機能（サイト・アプリのカスタマイズ機能等も含め）について正しい情報を把握できるよう、青少年の安心・安全なインターネットの利用に係る啓発講座の更なる実施推進を図るべき。

〔考えられる対策〕

- ・フィルタリングの解説を含むe-ネットキャラバンPlus講座の推進（フィルタリングを扱う講座の推奨等）
- ・携帯電話事業者やSNS事業者等によるスマートフォンの安全な利用に係る教室の推進・拡充

③ ペアレンタルコントロールに係るサービス等の周知強化

低年齢層を含めた青少年のスマートフォンの利用時間が長時間化している状況のもと、青少年及びその保護者のニーズに沿ったスマートフォンの活用を可能としていくため、一部のフィルタリングサービスにおいて、利用時間制限、利用状況確認等の機能が含まれていることを訴求するなど、ペアレンタルコントロールに係るサービスについて、低年齢層の保護者向けなども含め、広く周知を行うことが重要。

〔考えられる対策〕

フィルタリングや利用時間制限等のペアレンタルコントロール機能に係る啓発資料の作成・普及

3. フィルタリングサービスの使いやすさの向上

① 利用者が使いやすいサービスの周知・普及

フィルタリングで制限されているSNSを子供に使わせるためにフィルタリングを利用しない、というユーザーが一定数存在するところ、フィルタリングのカスタマイズ機能（「高校生プラス」モード等の選択を含む。）及びその操作方法についての周知の強化を図ることが必要。また、関係事業者等においてフィルタリングの設定操作の簡略化に向けた検討を行うことが必要。

〔考えられる対策〕

- ・カスタマイズ機能等（「高校生プラス」モード等の選択を含む。）の周知強化
- ・携帯電話事業者、フィルタリング事業者やOS事業者等の関係事業者等におけるフィルタリングの設定や操作の簡易化に向けた検討

② フィルタリングのカスタマイズに関して保護者の判断に役立つ情報の発信体制の構築

SNS等を含むコンテンツ・プロバイダ等は、青少年の保護対策を充実させた上で、その情報を発信していくことが求められる。

フィルタリングのカスタマイズ機能を周知、浸透していく上では、SNS等について、保護者の判断に資する分かりやすい情報が必要であるところ、コンテンツ・プロバイダと通信事業者が連携し、学識者やPTA等の関与のもと、情報発信体制を構築することが必要。

〔考えられる対策〕

カスタマイズ機能により青少年に特定のSNSを利用させることについて、保護者の判断に資するSNSサイト・アプリの情報（保護対策、トラブル事例等を含む）の発信体制（安心ネットづくり促進協議会、青少年ネット環境整備協議会、携帯電話事業者等の協力体制）の構築

③ SNS等を含むコンテンツ・プロバイダにおける青少年の保護対策の充実

フィルタリングのカスタマイズ機能を普及させていく前提として、SNS等を含むコンテンツ・プロバイダには、青少年の保護対策の充実に向けた不断の自助努力が求められる。

〔考えられる対策〕

青少年ネット利用環境整備協議会における取組の充実等、SNSを含むコンテンツ・プロバイダによる青少年の保護対策の充実に向けた対策の強化

(7) その他

③ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

我が国に在留する外国人は近年増加（264万人）、我が国で働く外国人も急増（128万人）、新たな在留資格を創設（平成31年4月施行）

⇒ 外国人材の適正・円滑な受入れの促進に向けた取組とともに、外国人との共生社会の実現に向けた環境整備を推進する。今後対応策の充実を図る。

外国人との共生社会の実現に向けた意見聴取・啓発活動等

(1) 国民及び外国人の声を聴く仕組みづくり

- 「『国民の声』を聴く会議」において、国民及び外国人双方から意見を継続的に聴取

(2) 啓発活動等の実施

- 全ての人が互いの人権を大切に支え合う共生社会の実現のため、「心のバリアフリー」の取組を推進

生活者としての外国人に対する支援

(1) 暮らしやすい地域社会づくり

① 行政・生活情報の多言語化、相談体制の整備

- 行政・生活全般の情報提供・相談を多言語で行う一元的窓口に係る地方公共団体への支援制度の創設（「多文化共生総合相談フックセンター（仮）」（全国約100か所、11言語対応）の整備）【20億円】
- 安全・安心な生活・就労のための新たな「生活・就労ガイドブック（仮）」（11言語対応）の作成・普及
- 多言語音声翻訳システムのプラットフォームの構築【8億円】と多言語音声翻訳システムの利用促進

② 地域における多文化共生の取組の促進・支援

- 外国人材の受入れ支援や共生支援を行う受け皿機関の立ち上げ等地域における外国人材の活躍と共生社会の実現を図るための地方公共団体の先導的な取組を地方創生推進交付金により支援
- 外国人の支援に携わる人材・団体の育成とネットワークの構築

(2) 生活サービス環境の改善等

① 医療・保健・福祉サービスの提供環境の整備等

- 電話通訳や多言語翻訳システムの利用促進、マニュアルの整備、地域の対策協議会の設置等により全ての居住圏において外国人患者が安心して受診できる体制を整備
- 地域の基幹的医療機関における医療通訳の配置・院内案内図の多言語化の支援

【17億円】

② 災害発生時の情報発信・支援等の充実

- 気象庁HP、Jアラートの国民保護情報等を発信するプッシュ型情報発信アプリ Safety tips 等を通じた防災・気象情報の多言語化・普及（11言語対応）、外国人にも分かりやすい情報伝達に向けた改善（地図情報、警告音等）
- 三者間同時通訳による「119番」多言語対応と救急現場における多言語音声翻訳アプリの利用、災害時外国人支援情報コーディネーターの養成

③ 交通安全対策、事件・事故、消費者トラブル、法律トラブル、人権問題、生活困窮相談等への対応の充実

- 交通安全に関する広報啓発の実施、運転免許学科試験等の多言語対応
- 「110番」や事件・事故等現場における多言語対応
- 消費生活センター（「188番」）、法テラス、人権擁護機関（8言語対応）、生活困窮相談窓口等の多言語対応

④ 住宅確保のための環境整備・支援

- 賃貸人・仲介事業者向け実務対応マニュアル、外国語版の賃貸住宅標準契約書等の普及（8言語対応）
- 外国人を含む住宅確保要配慮者の入居を拒まない賃貸住宅の登録・住宅情報提供・居住支援等の促進

⑤ 金融・通信サービスの利便性の向上

- 金融機関における外国人の口座開設に係る環境整備、多言語対応の推進、ガイドラインの整備
- 携帯電話の契約時の多言語対応の推進、在留カードによる本人確認が可能である旨の周知の徹底

(3) 円滑なコミュニケーションの実現

① 日本語教育の充実

- 生活のための日本語の標準的なカリキュラム等を踏まえた日本語教育の全国展開（地域日本語教育の総合的体制づくり支援、日本語教室空白地域の解消支援等）【6億円】
- 多様な学習形態のニーズへの対応（多言語ICT学習教材の開発・提供、放送大学の教材やNHKの日本語教育コンテンツの活用・多言語化、全ての都道府県における夜間中学の設置促進等）
- 日本語教育の標準等の作成（日本版CEFR（言語のためのヨーロッパ共通参照枠））
- 日本語教師のスキルを証明する新たな資格の整備

② 日本語教育機関の質の向上・適正な管理

- 日本語教育機関の質の向上を図るための告示基準の厳格化（出席率や不法残留者割合等の抹消基準の厳格化、日本語能力に係る試験の合格率等による数値基準の導入等）
- 日本語教育機関に対する定期的な点検・報告の義務付け
- 日本語教育機関の日本語能力に関する試験結果等の公表義務・情報開示の充実
- 日本語教育機関に関する情報を関係機関で共有し、法務省における調査や外務省における査証審査に活用

(4) 外国人児童生徒の教育等の充実

- 日本語指導に必要な教員定数の義務標準法の規定に基づく着実な改善と支援員等の配置への支援【3億円】
- 地方公共団体が行う外国人児童生徒等への支援体制整備（ICT活用、多様な主体との連携）
- 教員等の資質能力の向上（研修指導者の養成、地方公共団体が実施する研修への指導者派遣等による全国的な研修実施の促進）
- 地域企業やNPO等と連携した高校生等のキャリア教育支援、就学機会の確保【1億円】

(5) 留学生の就職等の支援

- 大卒者・クールジャパン分野等の専修学校修了者の就職促進のための在留資格の整備等
- 中小企業等に就職する際の在留資格変更手続の簡素化
- 文部科学省による大学等の就職促進プログラムの認定等【6億円】
- 留学生の就職率の公表の要請、就職支援の取組状況や就職状況に応じた教育機関に対する奨学金の優先配分、介護人材確保のための留学・日本語学習支援の充実【14億円】
- 業務に必要な日本語能力レベルの企業ごとの違いなどを踏まえた多様な採用プロセスの推進
- 産官学連携による採用後の多様な人材育成・待遇などのベストプラクティスの構築・横展開

(6) 適正な労働環境等の確保

- ① 適正な労働条件と雇用管理の確保、労働安全衛生の確保
 - 労働基準監督署・ハローワークの体制強化、外国人技能実習機構の体制強化、「労働条件相談ほっとライン」の多言語対応（8言語対応）
 - 「外国人労働者相談コーナー」・「外国人労働者向け相談ダイヤル」における多言語対応の推進・相談体制の拡充
- ② 地域での安定した就労の支援
 - ハローワークにおける多言語対応の推進（11言語対応）と地域における再就職支援
 - 地域ごとの在留外国人の状況を踏まえた情報提供・相談の多言語対応、職業訓練の実施

(7) 社会保険への加入促進等

- 法務省から厚生労働省等への情報提供等による社会保険への加入促進
- 医療保険の適正な利用の確保（被扶養認定において原則として国内居住要件を導入、不適正事案対応等）
- 納税義務の確実な履行の支援等の納税環境の整備

外国人材の適正・円滑な受入れの促進に向けた取組

(1) 悪質な仲介事業者等の排除

- 二国間の政府間文書の作成（9か国）とこれに基づく情報共有の実施
- 外務省（在外公館）、警察庁、法務省、厚生労働省、外国人技能実習機構等の関係機関の連携強化による悪質な仲介事業者（ブローカー）等の排除の徹底と入国審査基準の厳格化
- 悪質な仲介事業者等の把握に向けた在留申請における記載内容の充実

(2) 海外における日本語教育基盤の充実等

- 日本での生活・就労に必要な日本語能力を確認する能力判定テストをCBT（Computer Based Testing）により厳正に実施（9か国）
- 国際交流基金等による海外における日本語教育基盤強化（現地教師育成、現地機関活動支援）
- 在外公館等による情報発信の充実

【34億円】

新たな在留管理体制の構築

(1) 在留資格手続の円滑化・迅速化

- 受入企業等による在留資格手続のオンライン申請の開始【12億円】
- 在留カード番号等を活用した申請手続の更なる負担軽減、標準処理期間（2週間～1か月）の履行

(2) 在留管理基盤の強化

- 法務省・厚生労働省の情報共有の更なる推進による外国人の在留状況・雇用状況の正確な把握
- 業種別・職種別・在留資格別等の就労状況を正確に把握する仕組みの構築、公的統計の充実・活用
- 出入国在留管理庁の創設に伴う出入国及び在留管理体制の強化【18億円】

(3) 不法滞在者等への対策強化

- 警察庁、法務省、外務省等の関係機関の連携強化による不法滞在者等の排除の徹底【5億円】
- 技能実習に係る失踪者情報等の収集・分析、これを踏まえた調査の徹底、実習実施者等に対する計画認定取消し等の運用の厳格化、平成29年における技能実習に係る失踪者等の懸賞調査・対応

（注）予算額は30年度補正(2号)予算、31年度予算の措置額。このほか、関連予算として、地方創生推進交付金1,000億円の内数、(独)日本学生支援機構運営費交付金131億円の内数(留学生の就職等支援関連)、人材開発支援助成金571億円の内数(地域での安定就労支援関連)、不法滞在者対策等157億円等がある。

各携帯電話事業者における多言語対応の状況

※ 各社ウェブサイト及び聞き取りにより総務省作成

	店舗の窓口	コールセンター	カタログ等	ウェブサイト
NTTドコモ	<ul style="list-style-type: none"> ● すべての店舗で電話を通じた通訳サポートを提供 (英、中、葡、西、ベトナム) ● 一部店舗で外国語スタッフを配置 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外国語対応を実施 (英、中、葡、西) 	<ul style="list-style-type: none"> ● カタログ(英) ● 注意事項説明ツール、請求書確認方法(英) ● 未成年者の契約同意書、委任状等 (英、中、葡、西、ベトナム) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 英語版あり ● 自社の公式サイト以外に訪日外国人向けポータルサイト「WOW! JAPAN」を開設 (英、中、韓、タイ)
KDDI	<ul style="list-style-type: none"> ● 一部店舗(全auショップのうち、約4割)でテレビ電話を通じた通訳サポートを提供 (英、中、韓、葡、西、ベトナム、タガログ、タイ、仏、ネパール、ヒンドゥー、露) ● 一部店舗で外国語スタッフを配置 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外国語対応を実施 (英、中、韓、葡、ベトナム、タガログ) 	<ul style="list-style-type: none"> ● カタログ (英、中、韓、葡、ベトナム、タガログ) ● 重要事項説明書・お客様記入書類、料金説明事項、請求書等の多言語化 (1~7言語、帳票・ツール類は約60種類) ● 契約に当たっての解説動画を掲載 (英、中、葡、ベトナム) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 英語版あり (外国語が通じる店舗の検索サービスを提供)
ソフトバンク	<ul style="list-style-type: none"> ● 一部店舗で外国語スタッフを配置 	<ul style="list-style-type: none"> ● 外国語対応を実施 (英) 	<ul style="list-style-type: none"> ● カタログ (英、中、韓、葡、西、ベトナム) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 英語版あり (英語対応可能な店舗は検索可能)

その他

諮問の概要(平成30年8月23日)

- 平成27年の電気通信事業法等の一部を改正する法律において、法律の施行(平成28年5月21日)から3年後にその施行状況について検討を加え、必要があると認めるときは、所要の措置を講ずるものとされている。
- 情報通信を取り巻く環境が抜本的に変化していく中で、これまでのネットワーク構造やサービスを前提とした電気通信事業分野における競争ルールや基盤整備、消費者保護等の在り方についての見直しが急務となってきた。
- 以上のような大きな変化に迅速かつ柔軟に対応するため、平成27年改正法の施行状況を含め、これまでの政策について包括的に検証した上で、2030年頃を見据えた新たな電気通信事業分野における競争ルール等について諮問を行う。

答申を希望する事項

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| (1) 通信ネットワーク全体に関するビジョン | (5) モバイル市場の競争環境の確保の在り方 |
| (2) 通信基盤の整備等の在り方 | (6) 消費者保護ルールの在り方 |
| (3) ネットワーク中立性の在り方 | (7) その他必要と考えられる事項 |
| (4) プラットフォームサービスに関する課題への対応の在り方 | |

スケジュール

- 2019年6月を目途に中間答申、同年12月を目途に最終答申を希望。

2030年を見据えたネットワーク・ビジョン

2030年に向けた環境変化

取り組むべき主な方向性

レイヤ内の水平連携の進展

コンテンツ・プラットフォームレイヤ

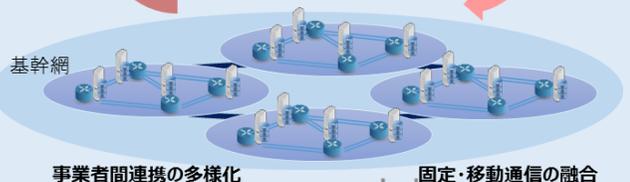


各種プラットフォームサービス サービス横断的なデータ流通・利活用

仮想化レイヤ

柔軟なネットワーク機能の提供 オープンなネットワークインターフェース サービスに応じたネットワークの活用

物理レイヤ



基幹網 事業者間連携の多様化 固定・移動通信の融合
アクセス網

アプリケーション特性やユーザに応じたサービスの提供

ユーザ・端末レイヤ



レイヤ間の垂直連携の進展

海外事業者の影響力の拡大

通信量の飛躍的増加と設備投資の増大

仮想化技術により、ソフトウェアによる柔軟なネットワーク管理が実現

5GやIoTの普及に伴う事業者間連携の進展や固定・移動市場の融合

・人口減少・過疎化等の社会構造変化
・国民に不可欠な通信サービスの高度化

通信サービスの内容や契約形態等の複雑化

● 我が国の利用者に対してサービスを提供する海外事業者に対し、電気通信事業法の一部適用を検討

特別委員会・プラットフォーム研究会 ▶ グローバル課題検討WGで検討を深化

● ネットワーク中立性を確保するためのルールづくり、関係事業者による体制整備を検討

ネットワーク中立性研究会

● 設備設置事業者とは異なる主体が、ソフトウェアを通じ、ネットワークを管理・運用することを想定したルールを継続検討

特別委員会 ▶ グローバル課題検討WGで検討を深化

● 事業者間連携や市場の融合等に対応した競争ルールを検討

特別委員会 ▶ 次世代競争ルール検討WGで検討を深化

● ユニバーサルサービス制度の見直し

- ・NTTによる無線を活用した電話の提供の制度化
- ・将来的にブロードバンドをユニバーサルサービスの対象とすることを見据えた検討

特別委員会 ▶ 基盤整備等の在り方検討WGで検討を深化

● シンプルで分かりやすい携帯電話料金プランの実現、販売代理店の業務の適正性の確保
(電気通信事業法一部改正法が5月10日成立(10月1日施行))

モバイル研究会・消費者保護WG

上記の取組みを通じてSociety 5.0の具現化を図り、地域も含めた日本の競争力を強化

- 2018年8月、「電気通信事業分野における競争ルール等の包括的検証」が情報通信審議会に諮問。
- 特別委員会を設置して検討するとともに、各研究会の検討結果を特別委員会に集約。2019年8月に中間答申。

【情報通信審議会】

電気通信事業政策部会

特別委員会

電気通信事業分野における競争ルール等の包括的検証

※ 2015年の法改正の3年後見直しを含む

ネットワークビジョン・基盤整備について一定の方向性を取りまとめ
専門的・集中的な検討のためのWGを設置

消費者保護ルールの検証に関するWG

- ・ 電気通信サービスの多様化・複雑化や消費者トラブルの現状を踏まえた消費者保護の在り方 等

ネットワーク中立性に関する研究会

- ・ ネットワーク利用及びコスト負担の公平性や、透明性確保の在り方 等

モバイル市場の競争環境に関する研究会

- ・ MVNOの一層の促進等、競争促進を通じたサービス多様化、料金低廉化の方策 等

プラットフォームサービスに関する研究会

- ・ プラットフォーム事業者による利用者情報の適切な取扱いの確保の在り方 等

次世代競争ルール検討WG

- 他者設備の利用の在り方、市場の融合に対応した競争ルールの方向性 等

基盤整備等の在り方検討WG

- ユニバーサルサービス制度を含めた基盤整備等に関する政策の在り方 等

グローバル課題検討WG

- 通信ネットワークにおけるグローバル化・仮想化等の構造変化を踏まえたルールの方向性 等

※ 接続料の算定に関する研究会とも連携

※ 情報通信審議会IPネットワーク設備委員会とも連携

連携

連携

連携

連携