

「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(概要)

令和元年11月11日
事務局

2015年消費者保護ルールの実施状況と評価

- ・制度導入以降、苦情相談の減少や初期契約解除の実施等、**制度導入の一定の効果が認められる**
- ・その一方で、FTTHの電話勧誘や携帯電話の店舗に起因する苦情が依然として高い水準にあるなど、**更なる取組**が必要

更なる取組

緊急提言

(2019年1月17日)
※モバイル市場の競争環境に関する研究会と合同で取りまとめ

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

通信料金と端末代金の完全分離、行き過ぎた期間拘束の是正

② 販売代理店の業務の適正性の確保

販売代理店への届出制の導入、勧誘主体や勧誘目的を明示しない勧誘行為の禁止

→電気通信事業法改正

個別の論点

携帯電話契約の理解促進と負担軽減

(1) 携帯電話の料金プランの理解促進

- ・改正法の施行にあわせ、**拘束期間における支払総額の目安の提示**が行われるよう、**消費者保護ガイドラインを改正**
- ・**利用実態と料金プランの乖離状況**を踏まえ、携帯電話事業者が**より能動的に料金プランの見直しを案内**
- ・**緊急提言**を受けた**料金見直し時**の利用者への**周知徹底**

(2) 手続き時間等の長さへの対応

- ・**携帯電話事業者**による来店予約の拡大、待ち時間の有効活用、初期設定専門スタッフの配置等の**対策の効果を検証**
- ・携帯電話事業者がこれらの**取組の認知向上方策**を検討

(3) 広告表示の適正化

- ・消費者の誤認を招くような店頭広告表示とならないよう**携帯電話事業者の自主チェックを強化**するとともに、**電気通信サービス向上推進協議会**において**自主基準等の見直しを検討**

(8) 2030年を見据えた消費者保護の在り方

IoTを活用した新サービス等が顕在化した際の消費者保護の在り方 → 中間報告取りまとめ後に検討を深める

不適切な代理店への事業者による指導・自主規制の強化

(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

- ・緊急提言の内容の実現に加え、事業者によるインセンティブ(動機付け)の設計等も含めた**販売代理店の指導措置の徹底**
- ・**業界団体**における適正化に係る**取組を事業者・総務省が支援・検証**

保護の強化が必要な利用者への対応

(5) 高齢者のトラブルへの対応

- ・業界団体等作成の**高齢者向け対応マニュアル・説明ツール活用**の徹底
- ・ICT及び契約に係るリテラシー向上に向けた、事業者の**スマホ教室**や**お試スマホの拡大**、地域における啓発活動の促進等

(6) 法人契約者のトラブルへの対応

- ・消費者保護ルールの**法人への適用の考え方を周知徹底**

(7) その他

- ・**成年年齢引下げ**に対応した**消費者教育の推進**
- ・**青少年フィルタリング利用の促進**
- ・**在留外国人**による**携帯電話の契約及び利用の円滑化**

定期的なモニタリングによる効果検証

報告書の取りまとめの方向性

- 本WGの報告書においては、中間報告書を基本とし、中間報告書取りまとめ以降に議論を行った内容を追記していくこととする。具体的な追記の方針については次頁以降のとおり。

個別の論点

携帯電話契約の理解促進と負担軽減

(1) 携帯電話の料金プランの理解促進

- 改正法の施行にあわせ、拘束期間における支払総額の目安の提示が行われるよう、消費者保護ガイドラインを改正
- 利用実態と料金プランの乖離状況を踏まえ、携帯電話事業者がより能動的に料金プランの見直しを案内
- 緊急提言を受けた料金見直し時の利用者への周知徹底

(2) 手続き時間等の長さへの対応

- 携帯電話事業者による来店予約の拡大、待ち時間の有効活用、初期設定専門スタッフの配置等の対策の効果を検証
- 携帯電話事業者がこれらの取組の認知向上方策を検討

(3) 広告表示の適正化

- 消費者の誤認を招くような店頭広告表示とならないよう携帯電話事業者の自主チェックを強化するとともに、電気通信サービス向上推進協議会において自主基準等の見直しを検討

不適切な代理店への事業者による指導・自主規制の強化

(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

- 緊急提言の内容の実現に加え、事業者によるインセンティブ（動機付け）の設計等も含めた販売代理店の指導措置の徹底
- 業界団体における適正化に係る取組を事業者・総務省が支援・検証

保護の強化が必要な利用者への対応

(5) 高齢者のトラブルへの対応

- 業界団体等作成の高齢者向け対応マニュアル・説明ツール活用の徹底
- ICT及び契約に係るリテラシー向上に向けた、事業者のスマホ教室やお試しまホの拡大、地域における啓発活動の促進等

(6) 法人契約者のトラブルへの対応

- 消費者保護ルールの法人への適用の考え方を周知徹底

(7) その他

- 成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進
- 青少年フィルタリング利用の促進
- 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

(8) 2030年を見据えた消費者保護の在り方

IoTを活用した新サービス等が顕在化した際の消費者保護の在り方 → 中間報告取りまとめ後に検討を深める

事業者・事業者団体への
ヒアリング結果(第14回～17回)を踏まえ追記

「IoTサービスの進展と消費者保護ルール」
に係る検討方法の方向性について追記

(1) 携帯電話の料金プランの理解促進

① 拘束期間全体での総額表示

※P3からP17までの赤字(下線)部分は前回(10月15日)の資料からの修正・追記部分

【中間報告書作成後の動き】

総務省では、中間報告書の取りまとめを受け、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。

※ ただし、事業者のシステム改修等の準備状況に配慮。

【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(案)】

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。

② 利用実態に応じた料金プランへの見直し推進

【中間報告書作成後の動き】

携帯電話事業者各社において、改正事業法の規律を踏まえた新料金プランを提供開始。また、総務省においては、本年6月及び9月にMNO各社に対して、改正事業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(案)】

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のないよう、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。

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) 手続き時間等の長さへの対応

【事業者等からの進捗報告内容】

- 来店予約枠の拡大(本年8月800店舗⇒本年度末までに約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(昨年11月50店舗⇒本年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(本年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(本年6月より実施)、初期設定専用のスタッフの配置(本年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、Web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(案)】

総務省においては、引き続き、手続き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・手続き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

【中間報告書作成後の動き】

本年6月及び9月、総務省は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、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。

【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の導入を決定。また、2018年11月及び本年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チェックの運用状況の監査を本年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(案)】

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。

業界団体においては、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。

また、総務省においては、本年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。

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、事業者と連携を行うことが適当。

(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

【中間報告書作成後の動き】

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。

【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・必要な対処(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。不適正事案への対処については、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と。
- 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いけない取組については業界団体に決めるべき。
- 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、行政等の処分の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った形を期待したい。

【今後の取組(案)】

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であり、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

【事業者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・必要な対処(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(案)】

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

【事業者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)と判断されるとは限らない」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(案)】

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 青少年フィルタリング利用の促進

【中間報告書作成後の動き】

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(以下「青少年TF」という。)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。
- フィルタリングは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(案)】

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。

② 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進

【中間報告書作成後の動き】

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(案)】

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。

③ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

【事業者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か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か国語)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(案)】

事業者においては、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。

総務省においては、引き続き、各事業者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。

(8) 2030年を見据えた消費者保護の在り方

【中間報告書作成後の動き】

IoTサービスの進展に伴い、多様な通信サービスが登場することで、これまでの携帯電話や固定電話等の従来型の「通信サービス」を念頭に置いて課されている事業法の消費者保護ルールについて、そのまま適用することがそぐわない可能性があること等から、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、検討の方向性について2回にわたって議論を行った。

【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。

【検討方法の方向性】

1. 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とする。
2. 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・分析していくこととする。

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

3. 上記1. 及び2. 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とする。

その他の論点

(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な。

(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な。

(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。)

4. 上記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 こととする。

- 現時点で想定される、独立した通信機能を含むIoTサービスの事例は次のとおり。
ただし、電気通信事業法の適用除外とされるもの(自己と他人の間で閉じられた通信の場合等)や、消費者保護ルールの適用除外となるもの(法人契約等)が含まれ得ることに留意。

見守りカメラ



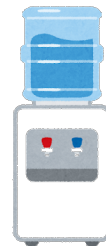
- ✓ 通信端末(SIMカード)を搭載し、✓ 撮影した映像をサーバ経由でスマートフォン等から視聴可能なサービス

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



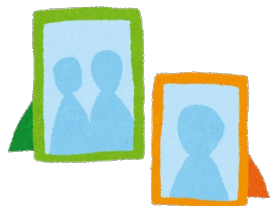
- ✓ 通信端末を搭載し、消費財(図の例であれば水)がなくなると自動で補充品の発注・発送を行うサービス。

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



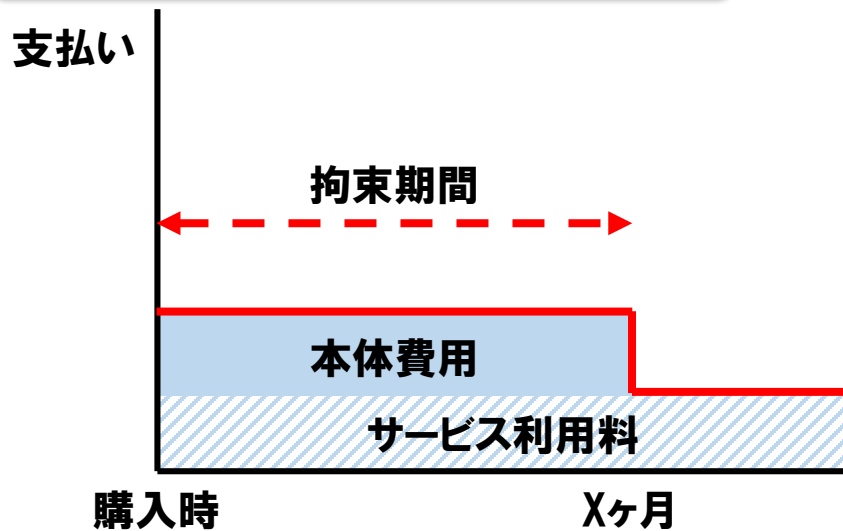
- ✓ 通信端末を搭載し、GPS情報を利用者の携帯電話等に送信するサービス。(見守りGPS)

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。

モデル1: 月々払い(初期費用なし)



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。

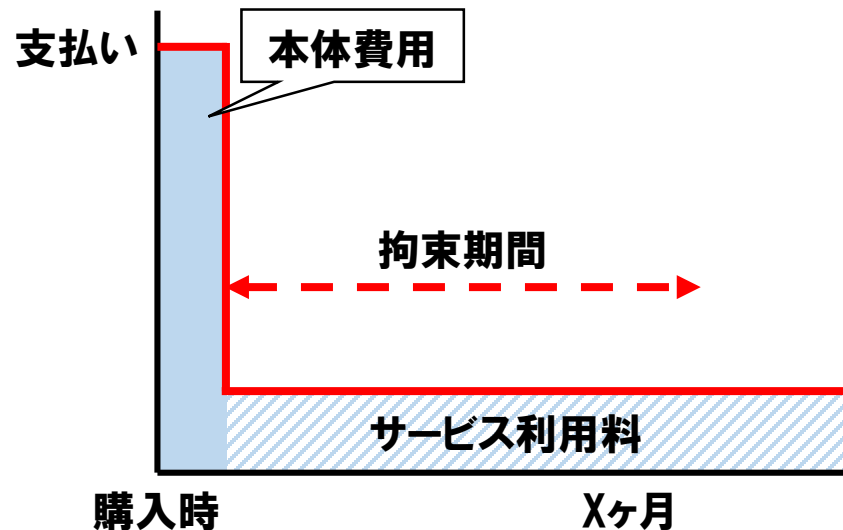
本体費用を月々のサービス利用料と合わせて分割請求することで、利用者の購入に当たっての障壁を下げている。

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(与信の観点で特にコンシューマ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、比較的高額なコンシューマ向けサービス

例: 法人向けソリューション・リース・レンタル

モデル2: 初期費用+月々払い



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。

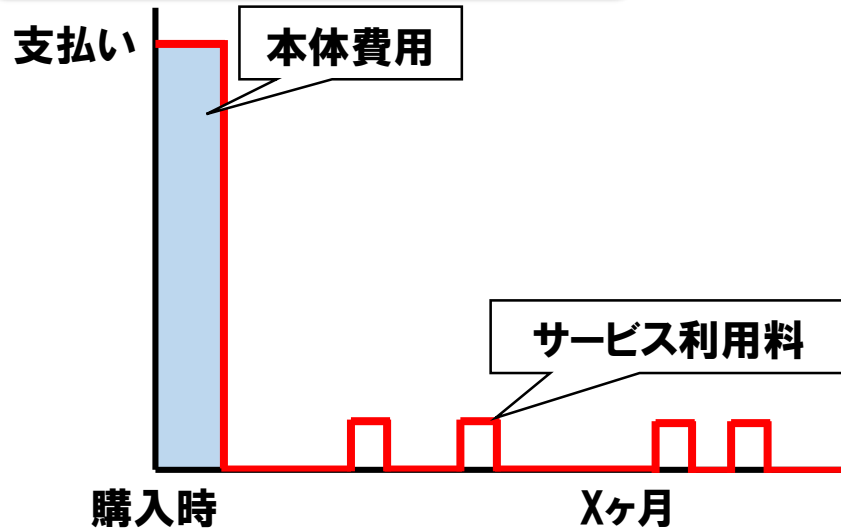
一般消費者向け商品としては、デバイス(ハードウェア)+インターネットサービスといった、一般消費者でも一括購入可能な価格帯のデバイス(ハードウェア)で選択されることが多い。

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、コンシューマ向けサービス全般

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

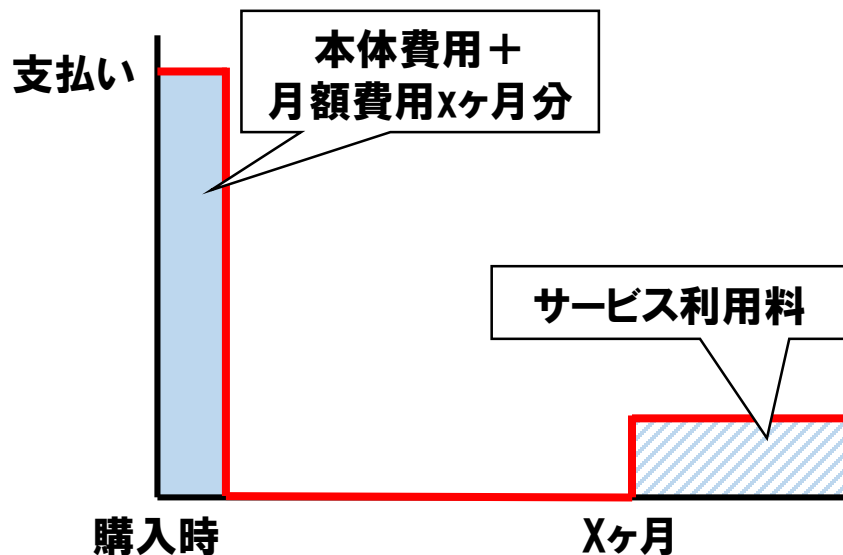
モデル3: 初期費用 + 都度払い



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: コンシューマ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)

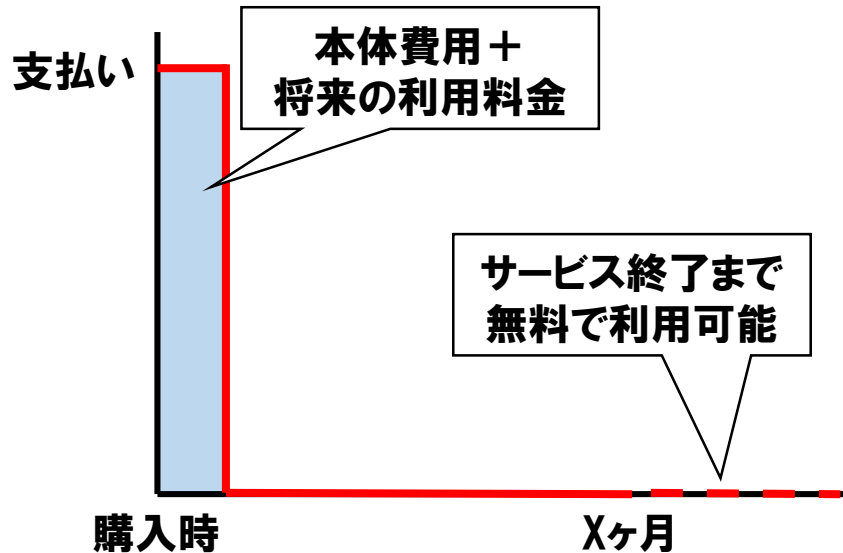
モデル4: 一括払い + 期間経過後月々払い



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いするモデル。
サービス提供者が通信に係る費用を予見可能であり、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なくてよい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: コンシューマ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コンシューマ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: コンシューマ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

16頁のサービス事例について、それぞれの支払い・契約形態を整理すると次の通り。

| 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 | | | ○ | | | | ○ | 第三者のオンライン販売店 |
| 翻訳機 | | | | | ○ | | ○ | メーカーWebサイト、第三者のオンライン販売店、量販店 |
| 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ります。

- IoTサービスに限らず、電気通信事業法においては、概ね次の(1)~(3)に該当する場合に消費者保護ルールの適用対象となる。(より詳細な電気通信事業者の要件については「電気通信事業参入マニュアル(追補版)」を参照)

(1) 電気通信事業に該当するか

- 電気通信事業法の対象は、同法第2条第4号に規定する「電気通信事業」。自分自身の通信(例:個人や企業によるwebサイトの開設(専ら自らの情報の提供を目的とするもの))を行う場合や、他のサービスに付随して提供しており独立した事業として把握できないもの(例:ホテルのインターネットサービス)は、「電気通信事業」に該当しない。

(2) 電気通信事業者としての登録・届出を要するか

- 電気通信事業を営んでいる※場合で、下の「例外」に該当しない場合には、電気通信事業者としての登録又は届出を要し、電気通信事業法の規律が適用される。
※ 「営む」:通信サービスを反復継続して提供して、その対価として料金を徴収することにより電気通信事業自体で収益を得ようとしている場合に電気通信事業を営んでいると解される(赤字であっても収益を得ようとしていれば「営む」に該当。また、名目上は通信サービスの提供について料金を徴収していなくても、実質的に通信サービスの提供により収益を上げていると見なされれば「営む」に該当。)

【例外】電気通信事業法の適用除外

- 他人の通信を媒介しない電気通信役務を、回線設備を設置せずに提供する電気通信事業等は電気通信事業法の適用除外。(例:自己と他人の間で閉じられた通信(オンラインストレージ等)の場合や電気通信設備(サーバ等)を用いて、天気予報やニュースなどの情報データベースを構築し、その情報を、インターネットを経由して利用者に提供する場合(各種情報のオンライン提供)には、「他人の通信の媒介」に該当しない)

(3) 消費者保護ルールの適用対象として指定されている電気通信役務に該当するか

- 携帯電話サービスや光ファイバインターネットサービス、CATVインターネットサービス、ISPサービスなどが消費者保護ルールの適用対象

【例外】提供条件の説明、書面交付義務、初期契約解除等は、法人契約や都度契約などの場合には適用されない。

(1)~(3)に該当する場合には、電気通信事業法上の消費者保護ルールの適用対象

全ての事業

電気通信事業(電気通信役務※を他人の需要に応ずるために提供する事業)

※ 電気通信役務:電気通信設備を用いて他人の通信を媒介し、その他電気通信設備を他人の通信の用に供すること。

登録・届出を要する場合(電気通信事業法の適用対象)

消費者保護ルールの対象となる電気通信役務

提供条件等の説明の例外(法人契約、都度契約等)

検討の対象

個人や企業によるwebサイトの開設、ホテルのインターネットサービス 等

オンラインストレージ、各種情報のオンライン提供 等

コンテンツの媒介、利用者間のメッセージの媒介 等

携帯電話サービス、FTTHインターネットサービス、CATVインターネットサービス、ISPサービス 等

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(10/1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(10/1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

(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。

参考：中間報告書 概要（個別の論点関係）

- 期間拘束のある契約について、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ため、携帯電話事業者においては、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併せて示すことが適当(改正法施行時目途)。
- 総務省においては、消費者保護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。

拘束期間における支払総額の目安の提示のイメージ

Webシミュレーション結果における支払総額表示

<現状のWebシミュレーション結果画面(例)>



- ✓ 他社から乗りかえ
- ✓ 端末〇〇
- ✓ 1年間みの割引
- ✓ 学割(3か月のみ)

(お支払い金額)

| | |
|----------|----------|
| 初月 | 4,500円/月 |
| 2~3か月目 | 3,500円/月 |
| 4~12か月目 | 5,480円/月 |
| 13~24か月目 | 6,480円/月 |
| 25~37か月目 | 6,480円/月 |
| 38か月目以降 | 4,480円/月 |

※初月のみ手数料3,000円が発生

以下の条件で2年間の期間拘束契約を締結した場合を想定

- 通信料金(4,480円/月)
- 1年間割引(通信料金から1年間1,000円/月割引)
- 学割(通信料金から3か月間1,980円/月割引)
- 端末代金(総額:72,000円、36回割賦払いで2,000円/月)
- 手数料(初月のみ3,000円)

支払総額の追記

2年間総額: **138,580円**

(内訳)

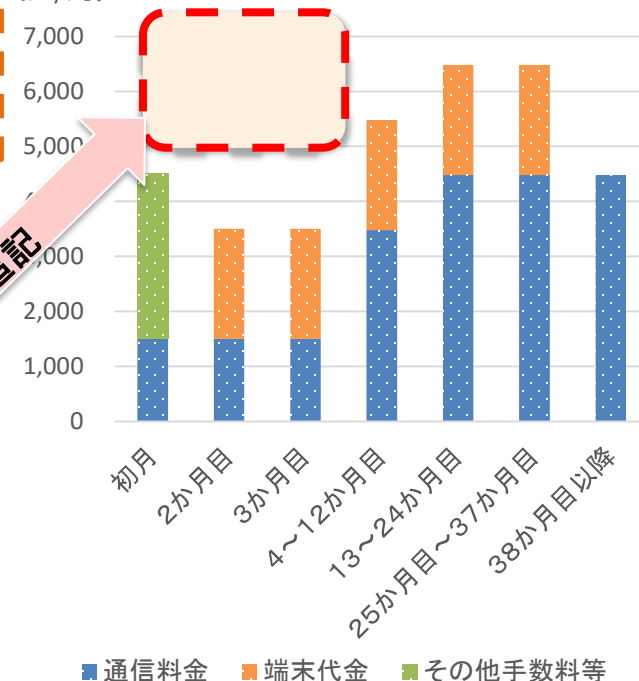
- 通信料金総額: **107,520円**
(割引総額: ▲17,940円)
- 端末代金総額: **46,000円**
- その他手数料等: **3,000円**

残りの期間の割賦支払金: **26,000円**

契約時の説明資料における支払総額表示

<現状の説明資料における支払額イメージ(例)>

(円/月)



■通信料金 ■端末代金 ■その他手数料等

- 各携帯電話事業者のこれまで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が提供されるようになったものの、依然として**利用実態と契約している料金プランに乖離が生じている利用者が一定数存在**するため、携帯電話事業者においては、**より能動的な料金プランの見直しの案内**をより**利用者**に届く**情報伝達手段**で行うことが適当。
- 特に、「緊急提言」を受けた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ため、新しい料金プランについて十分に認識することなく従来プランに留ま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**新旧料金プランの相違**についての周知を徹底することが適当。
- 総務省においては、**利用者の利用実態と料金プランとの間の乖離の状況**について**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。

携帯電話事業者等の取組

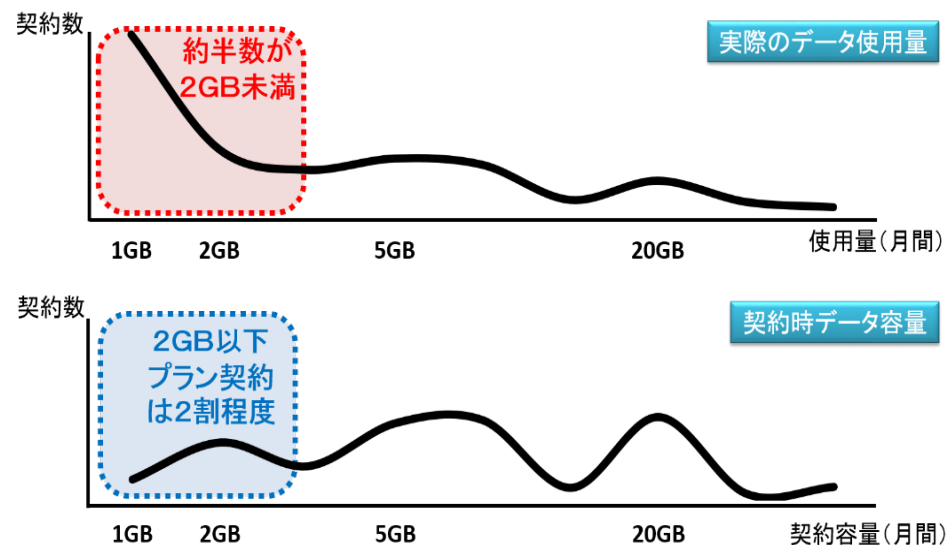
【携帯電話事業者】

- 利用実態に基づくおすすめプランのサイト上での表示を実施。
- 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の実施。
- 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を提供。
- **利用者の料金プランへの理解促進**のため、店頭にて「料金相談フェア」を開催。

【(一社)全国携帯電話販売代理店協会】

- 利用実態に応じた料金プランとなるよう、**定期的なプラン診断**を推奨。

【利用者による利用実態と契約プランの乖離(概略図)】



手続き時間等の長さへの対応

- ❑ 携帯電話販売代理店での待ち時間・契約手続き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。
- ❑ 総務省においては、各携帯電話事業者の取組による待ち時間・手続き時間の削減の効果、有効であった方策等について検証を行い、ベストプラクティスの共有を行うことが適当。
- ❑ 各携帯電話事業者は、利用者の認知が進んでいない取組について、認知向上に向けた方策も併せて検討することが適当。

携帯電話販売代理店での待ち時間・手続き時間の現状

- 携帯電話事業者3社において、自社の新規契約時の待ち時間及び手続き時間を調査
- 各社とも、待ち時間は概ね10分～40分程度、手続きに80分～100分程度かかるとしている。(調査時期:2018年5月～10月)

| | 所要時間 | 対応内容 |
|------|---------|----------------------------------|
| 待ち時間 | 10～40分 | |
| 提案 | 20～30分 | ・料金、割引サービス ・端末 ・オプションサービス等 |
| 説明 | 20分 | ・重要事項説明 |
| 手続き | 20分 | ・システム投入 |
| 設定 | 20～30分 | ・端末、主要アプリ初期設定 ・データ移行 |
| 合計 | 90～140分 | |

出典:第2回会合・電気通信事業者協会資料より抜粋

携帯電話事業者による取組

①待ち時間の短縮

- 来店予約の拡大
- 来店せずに手続き可能なオンラインショップの強化

②手続き時間の短縮

- 待ち時間等にパンフレットやタブレット等で説明事項等を表示し、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うことにより、説明時間を削減
- 初期設定の専用スタッフの配置
- 利用者の行う設定作業や基本操作説明について、サポートツールを用意
- 料金プランの理解度向上のためシミュレータを活用
- ICTソリューションの活用により、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

広告表示の適正化

- 販売代理店の店頭広告、テレビCMやWeb広告などにおいて、一部の利用者には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いる。特に、携帯電話の販売代理店の店頭においては、「端末実質0円」や高額のカッシュバック等を訴求する広告表示がみられる。
- 携帯電話事業者による店頭掲示物等の自主的なチェックや、業界団体による自主基準の改訂の検討等が行われる予定であり、その実施状況を注視することが適当。

携帯電話事業者による取組

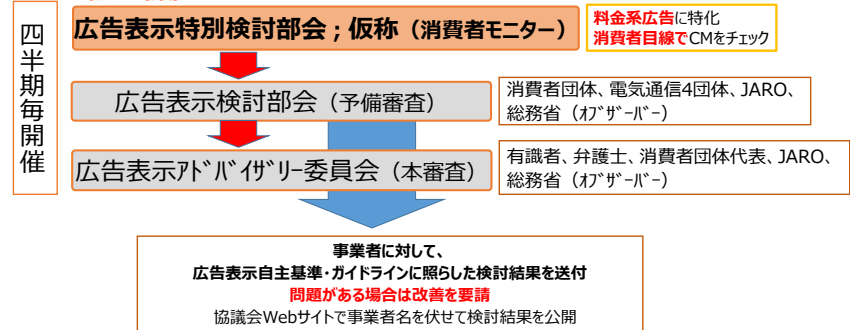
- 事前チェック(2018年12月から実施済)
 - 店頭掲示物:原則として携帯電話事業者の指定する様式に限定する(指定外の広告については、事前チェックを徹底)。
 - 販売代理店のSNS広告:端末売価訴求及び還元訴求を禁止する等事前のルールを定める。
- 事後チェック(2019年度上期中に実施)
 - 店頭掲示物及びチラシ:電気通信事業者による自主的な調査を行い、不適切事例の是正及び再発防止を図る。
 - その結果について、業界団体(電気通信サービス向上推進協議会を想定)へ報告する。

業界団体(電気通信サービス向上推進協議会)による取組

- 広告チェック体制への消費者モニターの導入(2019年8月から実施)
 - 全国向けテレビ広告及び新聞広告の事後審査に消費者目線を取り入れる体制を整備する。
- 次の課題に関し、自主基準等の改訂の要否を検討(2019年6月までに検討、2019年中に改訂)
 - 店頭掲示物:キャッシュバック等に関する注記の在り方等。
 - テレビCM等の条件付最安値表示:料金の安さの強調による制約条件の分かりづらさ等。
 - ウェブ広告:強調表示と注釈表示との近接性等。
- 携帯電話事業者による店頭広告に関する事後チェックの取組結果の報告を受け、外部から監査する。



新設(案)



不適切な営業を行う販売代理店等への対策

- 携帯電話については、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みられる。また、高額のキャ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。
- FTTH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。また、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ている。
- 総務省においては、「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とともに、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引き続き意見交換等を行い、取組の成果について検証を行っていくことが適当。
- 事業者においては、インセンティブ(動機付け)の設計等も含め、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:販売代理店によ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・説明等の着実な遂行に向けた対応等) また、業界団体による営業適正化の活動に対する一層の支援を推進することが望ましい。

業界団体による取組(携帯電話)

(一社)全国携帯電話販売代理店協会

- 「あんしんショップ認定制度」を全国的に展開。
- 「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、定期的なスタッフ研修等、消費者保護の意識を高めるための取組を実施。

⇒ 今後は、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」の認定率向上等、「あんしんショップ認定制度」の運用強化に期待。



※「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

業界団体による取組(FTTH)

(一社)テレコムサービス協会

- 「重要事項説明のポイントとトーク集」(光卸を利用したFTTHサービスの電話勧誘時の説明話法に係るマニュアル)を策定。また、消費者向けに光コラボ等について解説する「図解リーフレット」を作成。

⇒ 今後は、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・浸透等に期待。



※「モニタリング定期会合(第4回)」
(一社)テレコムサービス協会 FVNO
委員会・消費者関係TF資料より引用

高齢者のトラブルへの対応

- 各電気通信事業者や事業者団体等において、契約意思の再確認の徹底等の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。
※ 2018年度上半期における80代以上の苦情相談比率:MNO…6.3%(利用実態比率:4.6%)、FTTH…11.6%(利用実態比率:4.1%)
- 高齢者が安心してネット社会に参画できるようにするためには、契約締結に際し、**勧誘する側からの十分な情報提供**や、**利用者側の理解促進・意向確認**をより徹底するとともに、**高齢者のICT及び契約に係るリテラシー向上**を図ることにより、高齢者の合理的な選択を確保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、引き続き推進することが望ましい。

<FTTH>

- 業界団体において、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。

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>

- 電気通信事業者や販売代理店、事業者団体等においては、**スマホ教室やお試しスマホの拡大等**の取組を一層推進していくことが適当。

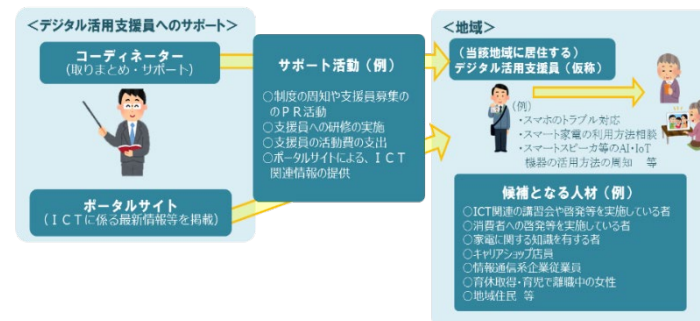
<FTTH>

- 電気通信サービスの契約が電話により成立すること**について、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。

高齢者のリテラシー向上(地域における取組)

- 現在進められている地域レベルでの取組が広く展開されていくよう、業界団体等による取組への支援等、**国、事業者、地域の連携を推進**していくことが適当。
- 総務省の有識者会議において現在、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を活用することが望ましい。

【デジタル活用支援員の仕組みイメージ】



※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)事務局資料より引用

法人契約者のトラブルへの対応

- 法人契約者は、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」といった消費者保護規律の一部について対象外となっている。
- しかし、総務省において受け付けた法人契約者からの苦情相談件数は、全体の4.3%(241件)を占めており、その内容を分析したところ、個人における相談事例と同様の被害内容を訴えるものが継続的に見受けられる。
- 総務省においては、消費者保護規律の法人への適用の考え方を周知徹底することが適当。

消費者保護規律の法人への適用の考え方

- 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と判断されるとは限らない。
- 法人等の営む事業の実態や、当該事業と契約内容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。
- 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。

【法人契約に係る現行制度上の取扱い】

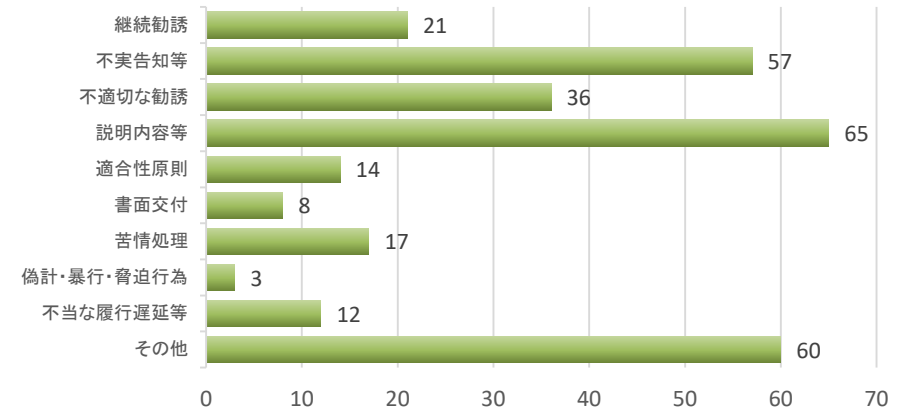
<法人契約に係る規律>

| | 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 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | | ○ |

【法人契約者からの苦情の要因】



(注)苦情件数241件のうち、利用者起因の52件を除く189件について分析

【法人契約者からの苦情相談内容の例】

<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。解約の話をすると、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。

成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進

- 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る。
- **消費者教育の推進に関する基本的な方針**においては、当面の重点事項として、成年年齢引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。
- 総務省及び電気通信事業者においても、電気通信サービスの契約に関する苦情相談やトラブル等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**の推進に貢献していくことが考えられる。

青少年フィルタリング利用の促進

- 青少年へのスマートフォンの普及に伴い、SNS利用に係る**トラブルが増加**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%**(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**している。
- **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、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、重要な課題であり、当該課題については、「**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**」にて検討を行い、必要に応じて**検討結果について報告**を受けることが適当。

在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

- 2018年12月に関係閣僚会議により取りまとめられた「**外国人材の受入れ・共生のための総合的対応策**」において、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**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。
- 携帯電話事業者においては、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、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。