

「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

2019年12月

「消費者保護ルールの検証に関するWG」報告書(案)について

1

概要・経緯

- 2018年10月、「消費者保護ルールの検証に関するWG」(座長:新美育文明治大学名誉教授)を立ち上げ、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**今後の消費者保護ルールの在り方に関する検討**を開始。
- 2019年1月、「モバイル市場の競争環境に関する研究会」との合同で「**緊急提言**」を取りまとめ。
- 2019年4月、**中間報告書**を取りまとめ。
- 今般、**報告書**取りまとめ予定。

構 成

◆ 2015年消費者保護ルール※の実施状況と評価

◆ 緊急提言

- ・ 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の確保

◆ 個別の論点

- ・ 携帯電話契約の理解促進と負担軽減
- ・ 不適切な代理店への事業者による指導の強化
- ・ 保護の強化が必要な利用者(高齢者等)への対応
- ・ 2030年を見据えた消費者保護の在り方

※ 2015年改正事業法により、それまでのサービス提供条件の説明義務等に加え、書面交付義務、初期契約解除制度、勧誘に当たっての不実告知等の禁止を新たに規律。

電気通信事業法の改正
(10/1施行済)

引き続きフォローアップを
実施予定

議論の経緯

※ 第4回、第6回、第10～14回及び第19回は「モバイル市場の競争環境に関する研究会」と合同開催

第1～3回	第4回※	第5回	第6回※	第7～8回	第9回	第10～14回※	第15～16回	第17～18回	第19回※	第20回
(H30 10/22、 ～11/15)	(11/26)	(12/26)	(H31 1/17)	(2/22,3/14)	(4/17)	(R1 5/21～8/29)	(9/12,9/25)	(9/25～10/15)	(11/20)	(12/24)
事務局説明 ヒアリング①～③	緊急提言案	ヒアリング④	緊急提言	中間報告書 (案)	中間報告書	改正電気通信事業 法施行に向けた 制度整備等	IoTサービスの進 展と消費者保護	報告書(案)	改正法施行 後の状況	報告書

- 消費者保護ルールの検証に関するWGの報告書においては、既に法改正に至った「緊急提言」のほか、**中長期的に取り組んでいくべき個別の論点を整理**。
- 今後、これらの論点をフォローアップするとともに、更に検討を深めていく予定。

◆ 中間報告書及び報告書において次のような論点を指摘

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**
 - ・ 拘束期間における支払総額の目安の提示義務を消費者保護ガイドラインで規定(10月より運用開始)
→ 今後、各事業者の取組を注視。
- 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(動画による説明内容の事前確認等)、初期設定専門スタッフの配置等のベストプラクティスの周知・共有
 - ・ 携帯電話事業者が手続き時間等の削減の効果を数値で提示
- ③ **広告表示の適正化**
 - ・ 景表法に係る消費者庁の見解も踏まえ、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、事業者団体において自主基準等を改定
 - ・ 不適切な広告に関する総務省の通報窓口を設置(10月)
→ 寄せられた情報を踏まえた事業者との連携

2030年を見据えた消費者保護の在り方

⑧ IoTサービスの進展と消費者保護

- ・ 更なる進展が予想されるIoTサービスについて、総務省において国内外の実態や市場動向等の調査研究を実施し、その成果等を元に各消費者保護ルールの適用の要否を検討・分析

不適切な代理店への事業者による指導の強化

④ 不適切な営業を行う販売代理店等への対策

- ・ 改正法による販売代理店の届出制度等の施行を踏まえた実態把握、業務の適正性の確保

保護の強化が必要な利用者(高齢者等)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スマホ等の好事例の拡大及び周知の徹底

⑥ 法人契約者のトラブルへの対応

- ・ 消費者保護ルールが個人事業主や小規模法人に適用され得る旨を周知徹底

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及び継続的なフォローアップ
- ・ 在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化

- 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囲い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)、「移动通信サービス」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

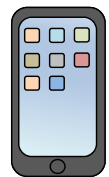
- 自己の名称等を告げずに勧誘する行為等を抑止することで、利用者利益の保護を強化。

- 中間報告書において、期間拘束のある契約の締結時に、**利用者が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**ことが適当とされたことから、総務省において**消費者保護ガイドラインを改定し、この旨を義務化**（10月1日より運用開始）。
- NTTドコモ・KDDIは総額表示を開始。ソフトバンクは期間拘束ありの料金プランを廃止したため総額表示の対応は不要。（なお、期間拘束のある旧契約を更新する際にも総額表示が必要であるが、これについては各社とも対応を準備中。）
- 報告書においては、**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、総務省において各社の取組を注視することが適当とされた。**

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年間のみの割引
- ✓ 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

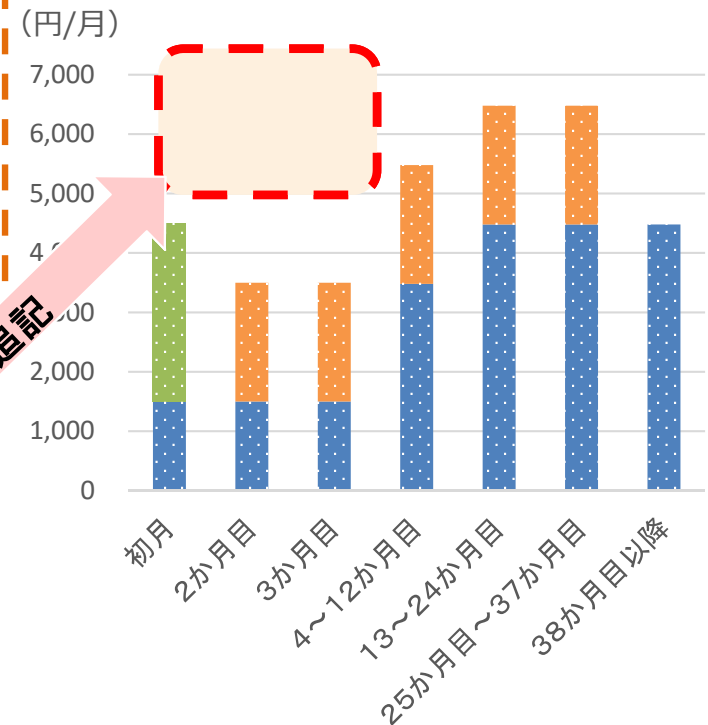
（内訳）

- 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）>



■ 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。**
- このため、中間報告書では、携帯電話事業者においてより**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**で行うことが適当としたことから、MNOにおいては、ダイレクトメール、電子メール、テレビCM等による周知を実施。
- 報告書では、**改正事業法を踏まえた新料金プラン**が提供された中、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に留まる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徹底**することが適当とした。
- また、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とした。

携帯電話事業者等の取組

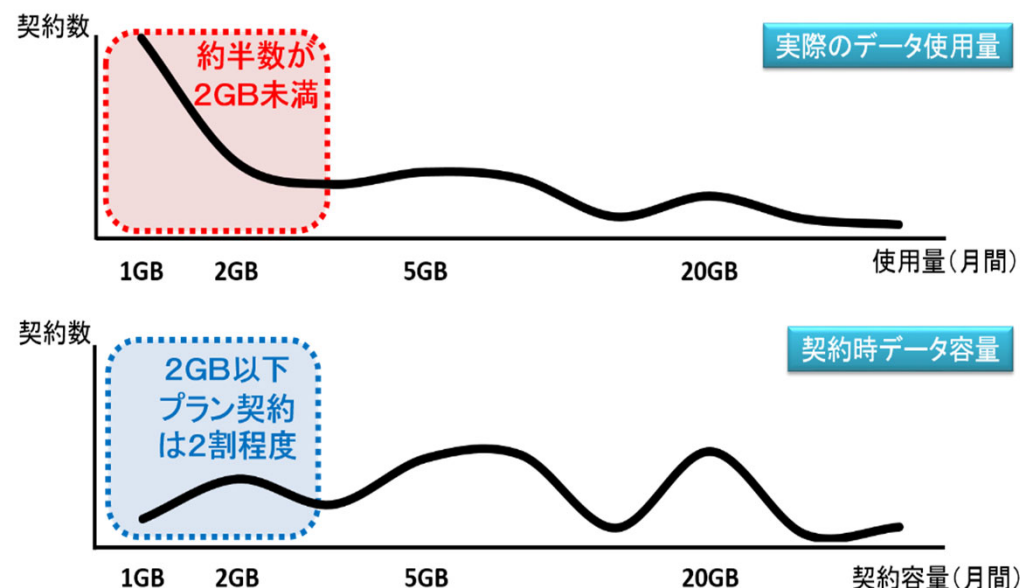
【携帯電話事業者(MNO)】

- 新料金プランへの移行に向けダイレクトメールによる周知や、利用実態に基づく**おすすめプランのWEB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)】



個別論点②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。
- こうしたことから、報告書では、
 - ・ 総務省において、各携帯電話事業者の来店予約拡大、待ち時間等を活用した説明事項の事前確認、初期設定の専用スタッフの配置等の待ち時間・手続き時間の削減の取組を注視し、ベストプラクティスの共有を行うこと、
 - ・ 事業者において、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 等
 が適当とした。

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MNO3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

- 来店予約システムでの予約時や待ち時間等を活用し、タブレット等を用いて映像での説明事項等を表示した上で、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
- 改正電気通信事業法を踏まえたシンプルで分かりやすい料金プランの実現

個別論点③広告表示の適正化

- 販売代理店の店頭広告等において、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いる。特に、「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。
- 報告書では、利用者が誤認することのないよう消費者庁の見解も踏まえ、携帯電話事業者による店頭掲示物等の自主的な確認の強化、業界団体による自主基準の改訂や自主基準違反に係る措置の検討等が行われることが適当とした。
- また、総務省において、2019年10月から不適切な広告等に関する情報提供窓口を設置したこと、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、事業者と連携していくことが適当とした。

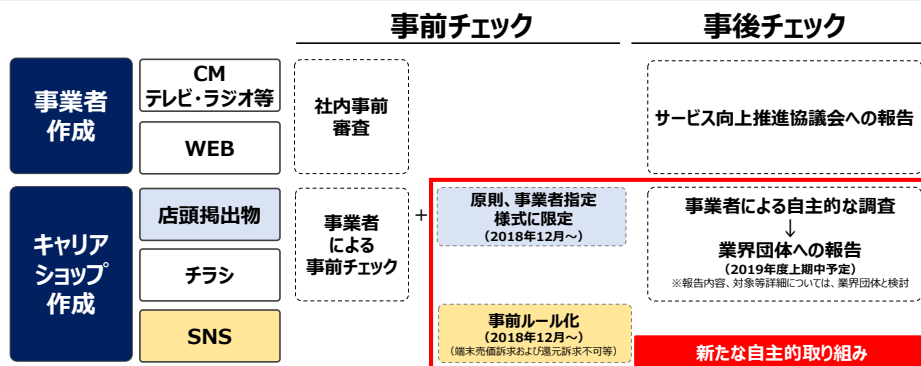
携帯電話事業者(MNO)による主な取組

①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。

②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確認を行い、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及び電気通信事業者協会)へ報告する。



© 2019 TCA

出典: 第8回会合・電気通信事業者協会資料より抜粋

業界団体(電気通信サービス向上推進協議会)による取組

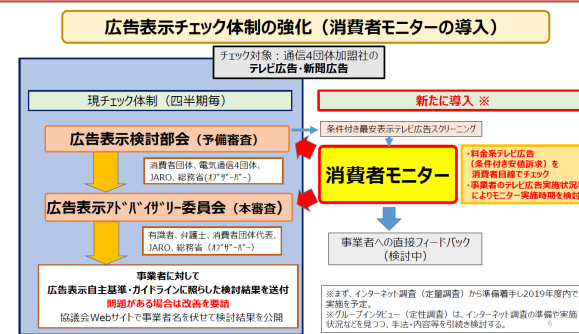
①広告チェック体制への消費者モニター導入(2019年度内)

- 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。

②次の課題に関し、自主基準等の改訂を準備中(2019年度内)

- **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。
- **「〇〇放題」の標記**: 「放題」に制限がついている場合に消費者に誤認を与えない表示等。
- **ウェブ広告**: 強調表示と注釈表示との近接性等。

③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。



出典: 第14回会合・電気通信サービス向上推進協議会資料より抜粋

個別論点④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。
- 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。
- こうしたことから、報告書では、総務省において、令和元年改正電気通信事業法により新設された**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**と指摘した。
- また、**業界団体においては、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**とともに、総務省において、このような活動を支援していくことが望ましいと指摘した。
- さらに、**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**ことが適当とした。(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・説明等の法令に基づく事務のより一層の着実な遂行に向けた対応等)

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。
- **テーマ別スタッフ研修を充実化**(高齢者対応研修、ハラスメント対策研修等)。
- 「あんしんショップ」認定を受けた店舗の中で特に取組が進んでいる店舗を表彰する「**あんしんショップ大賞**」を2019年度から開始。

業界団体による取組(FTTH)

(一社)テレコムサービス協会

- 2019年5月に「重要事項説明及びトークの手引き」(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)、「初期契約解除説明資料」、「NGトーク集」、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」で構成する**消費者保護に関するマニュアル**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**。

個別論点⑤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%)
- こうしたことから、報告書では、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、契約締結に際し、**事業者及び事業者団体において高齢者へ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ことを指摘した。
- その上で、**総務省においては、令和元年改正電気通信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とした。

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。
- **改正電気通信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。

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。

高齢者のリテラシー向上(事業者・事業者団体の取組)

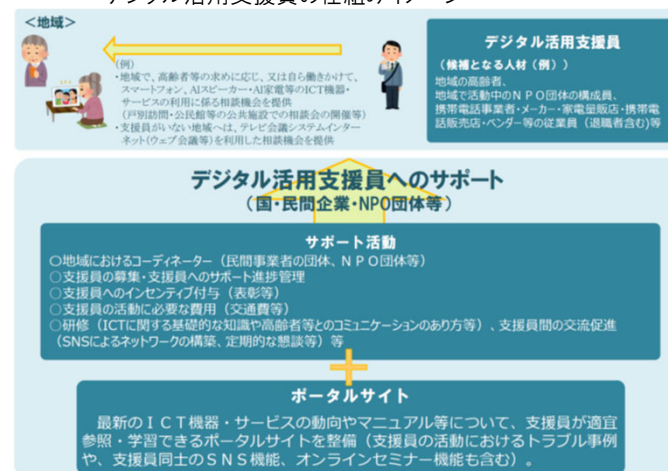
<携帯電話>

- 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。

デジタル活用支援員の仕組みイメージ



- 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。
- こうしたことから、報告書では、総務省において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とともに、今後の苦情分析の状況を踏まえ、実行可能な措置について検討を進めていくことが望ましいことを指摘した。
- また、事業者及び事業者団体において、現状認識や課題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とを指摘した。

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】

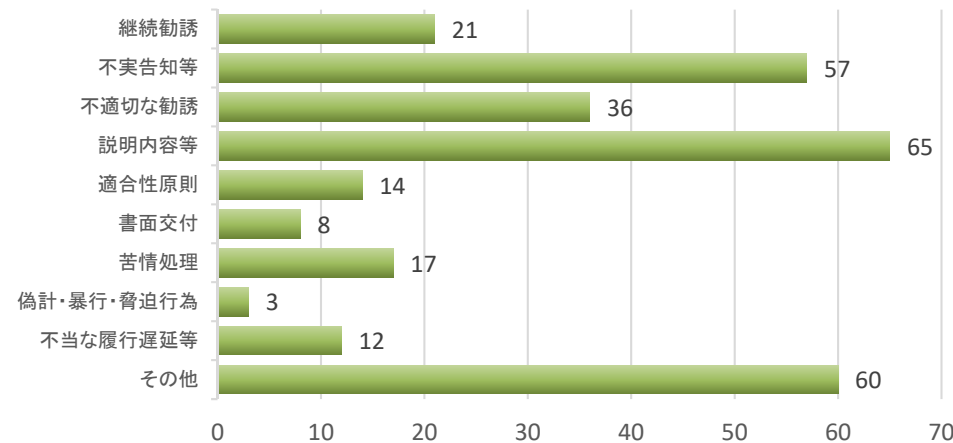
＜法人契約に係る規律＞

	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。
- こうしたことから、報告書では、総務省及び電気通信事業者において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とした。

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4割程度**(2017年度44%、2018年度37%)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。
- こうしたことから、報告書では、**事業者においてフィルタリングの申込率・利用率の公表**も含め、「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」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、当該タスクフォースにおいてそれらの**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**ことが適当とした。

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。
- こうしたことから、報告書では、**携帯電話事業者において**、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、**一層の取組を推進**することが適当とした。
- また、**総務省において**は、携帯電話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**することが適当とした。

- 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(契約締結時の説明義務など)について、そのまま適用することがそぐわない場合も想定される。
- このため、報告書では、今後、総務省においてIoTサービスの実態や市場の動向等について調査を行い、その結果を踏まえて、IoTサービスの内容や契約形態に着目した分類を行い、消費者保護ルールの各規定への適用の可否等を検討・分析していくこととすることが適当とした。

IoTサービスの具体例(イメージ)

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。

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。

IoTサービスの分類例

- ◆ 端末購入時に通信料金も含めて一括払いをしているか
 - ・ 一括払いの場合に追加料金が必要か
 - ・ 別途通信料金を支払っている場合にどのように料金を支払っているか
- ◆ 期間拘束があるか
- ◆ 通信品質が大きな影響を及ぼすサービスであるか否か
- ◆ 通信料金が比較的安価であるか



【検討イメージ】

契約内容が複雑でない等、利用者利益への影響が限定的な場合には一部の消費者保護ルールの緩和を検討 等