

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（第17回）

令和元年10月15日

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 おはようございます。事務局でございます。

議事に入ります前に、お手元に配付しております資料についてご確認させていただきま  
す。

本日の配付資料につきましては、議事次第に記載されておりますとおり、資料1から5ま  
での計5点となっております。不足等ございますようでしたら、事務局までお申しつけくだ  
さい。

以上でございます。

【新美主査】 それでは、おはようございます。お忙しいところお集まりいただきまして、  
ありがとうございます。

ただいまから、消費者保護ルールの検証に関するワーキンググループ、第17回会合を開  
催いたします。

なお、本日は、横田構成員は欠席ということでご連絡をいただいております。

それでは、議事に入りたいと存じます。本日の議事は、議事次第にございますように、1  
つが「中間報告書に盛り込まれた事項の進捗状況把握」、それから、2つ目が「報告書の取  
りまとめの方向性」となっております。第1の「中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握」  
につきましては、楽天モバイル株式会社、一般社団法人テレコムサービス協会FVNO委員  
会及び一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会からヒアリングを行いたいと存じます。

また、2番目の「報告書の取りまとめの方向性」につきましては、事務局から説明をいた  
だいた後、さらに議論を深めてまいりたいと考えております。

それでは、議事（1）「中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握」に移りたいと存じま  
す。

まず最初に、楽天モバイル株式会社、小田様からご説明をよろしくお願いいいたします。

【楽天モバイル（小田）】 おはようございます。楽天モバイル渉外部、小田と申します。  
このたびは、当社の取り組みをご紹介させていただく機会をいただきまして、ありがとうご  
ざいます。

1 ページめくっていただいて、まず、本日の資料の構成をご説明させていただきます。当社としては、これまで構成員の皆様にも合同会合等でお目にかかっているんですけども、このワーキンググループで個社として発表させていただくのは初めての機会ですので、まず当社の自己紹介をさせていただきたく考えております。その上で、これまでのMVNOとしての取り組みをご説明させていただきまして、最後に、今後のMNOとしての取り組みの方向性ということで簡単に触れさせていただければと考えております。

まず2 ページ目でございます。当社はちょうど5年前の10月にNTTドコモ様からお借りする形でMVNOサービスを始めまして、その後KDDI様の回線もラインナップに追加させていただきました。MNOとしてのサービスを開始したのは今月からでございます。特色としまして、eコマースや金融をはじめとした楽天グループのサービスとの連携、それから、楽天ポイントといった楽天グループならではの通信サービスをご提供させていただいております。

3 ページ目でございます。非常に手前みそなページなんですけれども、5年間さまざまな形で、お客様ですとか総務省様をはじめ関係省庁の皆様、それから消費生活センターの方々など、ほんとに多くの方のご支援をいただきながら試行錯誤を積み重ねてまいりました。結果として、こういった第三者機関の方々によるさまざまな調査で広く消費者の皆様にご支持を受けて、今月よりMNOサービスを開始したところでございます。

下のページに行きまして、当社のMVNOとしての特色として、非常に店舗の多さというのがございまして、取り扱い店舗数は全国で500を超えております。構成比としては、約6割が家電量販店内のショップの中にコーナーとして置かせていただいたショップインショップ、家電量販店以外の代理店の方々に展開いただいているお店が3割ぐらい、それから当社自身の直営店1割といった内訳になってございます。

今後の当社の事業の方向性として、簡単に1枚にまとめております。5年間取り組んできましたMVNO事業をベースに、今月よりMNO事業を開始しております。当社としては、周波数の割り当てをいただきまして、より深く社会インフラの一翼を担わせていただく以上、当然MNO事業に軸足を移していこうという考えでございます。ただ、現時点ではMNO事業を開始したばかりでもございまして、また、お客様ですとか代理店の皆様、端末メーカーの方々などさまざまなステークホルダーの方々への影響もございまして、タイミングを見てお客様への移行を促すべく、現在MVNO事業も受け付けを継続しておるといふ状況でございます。

②ということで、現状の開始の状況ということで1枚にまとめております。当社のMNOサービスですけれども、当初は限定受け付けとさせていただき、安定稼働確認後に正式サービス開始というステータスにしてございます。背景としては、当社は完全仮想化した世界初のモバイルネットワークという形でネットワークをつくっておりました、念には念を入れて、当社自身が基地局を設置したエリアに限って人数を限定したスタートという形で始めさせていただいておるとい背景でございます。

以上が簡単な当社の自己紹介でございます。

次に、下のページ以降で、当社における消費者保護に関する取り組みについて4点ご紹介させていただきます。

9ページ目、こちらは簡単に当社の加入者の分布についてご紹介してございます。まず、よく言われていることですけれども、MVNOとしてのサービスですので、30代、40代の方中心、かつ、男性が女性より多いのが全体的な特徴となっております。それから、ご高齢の方、特に70代以上の方に関しては、まだ非常に少ないんですけれども、それでも総数で数万人規模ではご利用いただいているという状況でございます。それから、加入者受け付けに関して、現状成人前提で、かつ、その方に付随する利用者登録という形で、上記グラフとは別に青少年でご利用されている方もいらっしゃるという状況でございます。

下のページに行きまして、携帯電話ショップでの受付時間の長さへの対応ということで、当社の店頭受付に関する取り組みをご紹介させていただきます。MNO各社様の取り組みを参考にさせていただきながら、お客様自身がチェックシート書面ですとかタブレットの動画を参考に、事前にセルフチェックいただけるといったものをご用意してございます。その上で、重要事項説明の書面を使って詳細に店頭でご説明させていただくということで、トータルでのお客様の店頭待ち時間短縮ということに取り組んでございます。

次、めくっていただいたところに動画説明のご紹介をしているんですけれども、動画といっても黙ってどんどん流れるものではなくて、どちらかという紙芝居に近いものでして、各ページ切りかえごとに説明の音声も出まして、お客様操作で前後にページ移動できるものをご用意してございます。各ページ自体は1枚1枚完結しているものになっていまして、アイコンですとかを使いまして文字数を減らすことで1ページずつ確実にご理解いただけるという工夫してございます。それから、料金プラン等で分岐させることで、ご自身に関係ない説明はスキップできるようにもつくってございますというものです。

店頭の広告表示に関する取り組みでございます。当社では、昨年夏ぐらいから各店舗にお

ける販促活動は全て本社でコントロールしてございます。なので、チラシですとかポスターはもちろん、ポップとかSNSに対する書き込み等含め、全て本社が指示、承認したもののだけが世に出るという体制にしてございます。めくっていただいて、具体的にどういった取り組みでそのコントロールをしているかということをご紹介しておりまして、広告表示がプロモーション等のフェーズで切りかわるたびに店舗から写真つきでレポートしていただいて、それを本社側でチェックしてフィードバックするというのを完全にオーケーが出るまで繰り返させていただいているのと、巡回によるチェックという形で店頭の内容を常に確認するというを行ってございます。

高齢者トラブルへの対応ということで、ダイレクトに高齢者の方だけというものではないんですけれども、当社でリモートサポートツールといったものをご紹介しておりますので、そのツールについて触れさせていただきます。スマートフォンというのは、そもそも直感的に使えることを目指したツールではございますが、そうはいつでも初めてスマートフォンに触れる方は必ず戸惑われるということがございまして、当社では月額500円の定額で何度でもサポートするというスマートフォンアプリを提供しています。特に高齢の方に関しては、困ったその場で解決差し上げることが非常に重要であろうということがございまして、それから、当社店舗もやはりMNOさんに比べるとまだ少ないこともございますので、こういったサービスをご契約時に積極的にご提案差し上げることを行ってございます。

先のページにはもうちょっと詳細に触れているんですけれども、特色としまして、当社の販売したスマートフォンとかプリインストールしたソフトウェアに限らず、ご家庭のさまざまな機器のご相談に乗るということで、ご自宅にあるパソコンとつなぎたいですとか、前の携帯電話からデータを移したいですとか、LINEとかフェイスブックを使ってみたいなご相談にも積極的にお答えするというを行っております。ちょっとデータとしては古いんですけれども、2017年のお客様に実際に伺ったデータで、非常に満足という答えを95%いただいておりますというものでございます。

青少年フィルタリングに関する取り組みでございます。こちらに関しては、先ほど申し上げたとおり、当社では契約自体は成人の方に限らせていただいておりますので、青少年は契約者とは別に利用者として別途登録いただくことになってございます。当社の取り組みとしては、大きく3点が特徴的でございます。1点目は、青少年が利用されるという申告をいただいた場合には、必ずフィルタリングの有料オプションを必須で附带させていただいて

おりますということです。2点目、どうしても不要なんだと、例えばお仕事に使われているとか、何らかの障害がおありで差し支えるんだということであれば、当社お客様サポート窓口で署名・捺印した書面を出していただくという手続を、ちょっとお手数なんですけれども、踏んでいただいておりますということ、それから、3点目で、こちらのフィルタリングオプションは有償とさせていただきます。この背景としては、そもそも当社に提供いただいているソフトウェア会社さんが有償で提供されているものなので、無償として出すのはどうかということもございますが、あとはやっぱり格安スマホに限らず、スマートフォン契約時は非常にたくさん情報を一気に受け取りになられる中で、これが無償でついてきてしまうとどうしても意識されないこともございまして、我々としては、真剣にこれに関してお話しするためにも有償であることが必要であろうということで、当初より有償提供ということでやらせていただいております。

当社のフィルタリングソフトウェアの利用ですとか継続の状況を、データをまとめてまいりました。これは直近1年分のサンプリングをしまして、今回分析用にご用意したものでございます。契約時、先ほど申し上げたように100%ご利用いただいているのが、2カ月後には、やっぱり3%ぐらいの方からどうしても不要であるということをお申し出いただいて解約されているということがございまして、そこから若干少しずつ下がってはいるんですけども、12カ月後でも95%以上の方に継続的にご利用いただけているという状況になってございます。

下のページは、ちょっと解像度が落ちてしまっていて恐縮なんですけれども、当社店頭でお配りして、ご説明にも活用している「スマホあんしんガイド」というパンフレットでございます。表裏を1枚に載せているのであれですけども、実際には長い1枚になってございまして、各面にイラストを配しまして、スマホのリスクを具体的にお見せして、Q&A形式で見えるようにということでご用意しておりまして、店頭でのご説明だけではなくて、ご家庭で話し合いされる際にもお役に立てればということで作成して配布しているものでございます。

以上が当社のMVNOとしての取り組みのご紹介になります。

その先のページから、MNOに向けた取り組みということでご紹介させていただきます。

20ページ目なんですけれども、こちらは今後の取り組みの1点目として、先行する皆様のノウハウ吸収を挙げさせていただいております。消費者問題に関する対応については、MNO各社様ですとか関係する各団体様、それから、キャリアショップを束ねられている全

携協様に非常にノウハウがおりということをお聞きしておりますので、まずはそういった方々の集まりに参加させていただくことで、当社の取り組みをブラッシュアップしていくヒントをぜひいただきたいと考えてございますというのが1点目です。

めくっていただいて、2点目が、これは当社で用意しているものということでご用意させていただいたんですが、重要事項説明書の電子提供ということを用意してございます。重要事項説明書は、実際は書面交付が原則とされて実施しているところではございますが、お客様のお声を受けて、当社では契約後、いつでも電子的にご提供する仕組みを準備しようということでご用意してございます。

なぜこういったことを考えているかということで、下のページにグラフを載せておるんですけども、実際にお客様にどのぐらいとっておられますかということで聞いてみると、当然ながら1年以上とっておくという方ですとか、期間を決めずにとっておくという方が非常に多くて、1年以内に処分してしまう方は1割ぐらいしかいらっしゃいませんということが背景としてございます。一方で、紙でとっておくのがお手間ではないかということが仮説としてございまして、お客様に聞いてみると、電子的にもらえるんだったら、7割ぐらいの方はその電子ファイルを非常にとっておきたいということをお願いしております。かつ、その方々の半分以上の方は、ファイルがあつたらもう紙は要らないよということまでお願いしているんで、でしたら、我々としては保管自体も、ファイルでお渡ししてもやっぱりどこかに行ってしまうということがございますので、我々のほうでいつでも契約時にお見せしたものをダウンロードいただけるようにご提供しようということでご用意してございますということでございます。ちょうど先月の会合でも契約書面に関するお話が議論に上がりまして、ありましたけれども、IoTに限らず、消費者の方が必要なときに、タイムリーにこういった契約に関係するものを確認できるということが必要だと我々は考えておりますので、消費者契約においても、書面に限らず電子的な交付ということもオプションとしてぜひお出ししたいと考えてございまして、最後触れさせていただきました。

当社からのご説明は以上でございます。どうもありがとうございました。

**【新美主査】**      ありがとうございました。

それでは、続きまして、一般社団法人テレコムサービス協会のFVNO委員会、山田様からご説明をいただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

**【テレコムサービス協会（山田）】**      FVNO委員会消費者関連タスクフォースの主査をしております山田と申します。よろしくお願ひいたします。お手元の資料2をもとに報告さ

せていただきます。

1枚おめくりいただきまして、FVNO委員会の全体の構成という形で、こちらはあまり大きく変わりございませんので、委員会の中で大きく3つの組織体によって運営しております。その中で、私のほうが主査をさせていただいております消費者関連タスクフォースのところで、現状のご報告をさせていただきます。

おめくりいただきまして、今回3点についてご報告をさせていただきます。まず1つは不適切な営業を行う販売代理店の対策、2点目が高齢者トラブルへの対応、3点目が直近少し出てきております法人契約のトラブルの対応という形で、中間報告でご指摘いただいた内容を3点まとめておりますので、ご報告させていただきます。

1点目ですが、不適切な営業を行う販売代理店の対策という形で、この間モニタリング会合等でもご報告させていただいておりますが、一定の各種取り組みはしておりますが、まだまだ特にFTTHの電話勧誘における誤解を与えるような勧誘というところが指摘、ご報告されておりますので、取り組みについてご報告させていただきます。4ページ目の下段、下のところに、実施事項という形でご報告させていただきます。

まず1点目、消費者保護マニュアル、こちらは大きく4点に絞ってマニュアルのほうを再度つくっております。7月以降事業者変更も開始になっておりますので、こちらも網羅した形で、1点目が重要説明事項及びトークの手引、2点目が初期契約解除説明の資料、3点目がNGトーク集、4点目、後段ご説明しますが、図解リーフレットを作成して、NTT東西様を通じて各コラボ事業者様に周知しております。また、コラボ事業者から活動いただいている販売代理店のほうにも周知することで、販売代理店の勧誘の適正化に努めております。

2点目が、代理店届出制度です。こちらは10月から届け出開始になっておりますが、説明会の開催を委員会としても実施し、24社の方にご参加いただいております。また、販売代理店等の勧誘適正化に向けて、自己の氏名、勧誘である旨を告げず勧誘する行為の禁止について、再度理解促進を図っております。

また、全国のテレコムサービス協会の全会員に、各拠点の総通局様で行われております販売代理店届出制度に関する説明会の参加要請のほうも本年7月に実施しております。

5ページ目のところですが、実際に配付したマニュアルの活用例という形で2点ご報告させていただきます。まず、ツールを各コラボ事業者様、自社の運用に合わせての活用という形で、サービスの実態に合わせた説明が必要なため、コラボの消費者保護マニュアルのNGトーク及び手引等を抜粋して、抽出して活用いただいております。また、実際に活動

いただく販売代理店の研修を実施して、光コラボの消費者保護マニュアル、ツール等をもとにガイドラインを規定し、代理店への研修を実施しております。

6 ページ目が、光コラボ消費者保護に関する各種マニュアルの大分類の抜粋でございます。大きく7月から事業者変更が始まっておりますので、黄色の網かけをしておりますが、このあたりをアップデートしております。

7 ページ目、こちらが参考資料②という形で、NGトークの手引という形で、電話勧誘による苦情がまだまだ多数を占めておりますので、大きく6個の項目に分類して、苦情となるようなトークのイメージ、それに付随する苦情の原因と説明という形を取りまとめ、配付しております。

おめくりいただきまして、8 ページ目、こちらがモニタリング会合でもご指摘いただいている部分でもありますが、初期契約解除制度の説明徹底という形で、再度マニュアルのほうに落とし込んで、トーク例も交えて周知しております。

9 ページ目が、今回新しく刷新しました消費者向けの図解リーフレットの抜粋になっております。4点目のところに事業者変更の流れと実施に伴うポイントという形で整理を行い、大きく光コラボに関する契約のところの整理も含めて、こちらのほうに記載させていただいております。

10 ページ目のところが、大項目2点目の高齢者トラブルの対応という形の実施事項についてまとめております。こちら先ほど冒頭でお話しさせていただきました消費者保護マニュアルのところで、高齢者における電話対応の考え方及び実際に活動を行う中で、最初のタイミングで理解度チェックシート等を作成して、こちらNTT東西様を通じて各コラボ事業者様に周知、販売代理店に展開し、高齢者トラブルの削減に向けて努めている状況でございます。

実際の各個社別での活用事例という形で、2点代表的なものを記載させていただいております。ルールを策定して、70歳以上の場合は同居家族への説明等も行うことをしていただいております。2点目が、光コラボの消費者保護マニュアル「高齢者対応」ツール等の活用という形で、代理店にて周知・提示するとともに、コンサル時や研修等に活用して、年齢確認により高齢者向けの対応を実施するというものを行っております。

11 ページで、参考⑤という形で、高齢者対応、主に電話対応に関する件で、こちらは抜粋で記載させていただいております。この中の3点目、高齢者の場合に実施する対応という形で、大きく6点で委員会の中で整理を行い実施しております。

12ページ目が理解度チェックシートという形で、実際に活動していく中で、各代理店様のほうで高齢者の方と判明した時点でこういった項目を確認いただいて、きちんと理解いただけるかという項目を整理して、周知を行っております。

最後、13ページ目ですが、法人契約者のトラブル対応という形で、中間報告のほうもございましたが、実施事項といたしまして、いわゆるSOHOをはじめとした個人事業主のところも苦情が発生しておりますので、代理店届出制の導入に伴い、消費者保護マニュアルの周知や、総務省様の説明会で保護法令の認識の共有を再度しております。

今後の取り組みに関しまして、より実態の把握と、消費者保護法令のさらなる認知と浸透化に向けた周知活動の実施を今後していきたいと考えております。

私からのご報告は以上であります。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、続きまして、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会の西川様からご説明よろしく申し上げます。

**【全国携帯電話販売代理店協会（西川）】** 全携協副会長の西川です。それでは、資料3に基づき、全携協より中間報告書における個別の論点について発表させていただきます。

2ページ目が第15回ワーキンググループで総務省事務局よりご提示がありました個別の論点になります。私たち販売代理店は、第15回ワーキンググループで各キャリアから発表のありました取り組みを各キャリアとともに推進中ですが、本日は発表の場をいただきましたので、特に全携協として独自の取り組みを行っております不適切な営業を行う販売店等への対策、高齢者のトラブルへの対応、青少年フィルタリング利用の促進の3点について発表させていただきます。

まず、不適切な営業を行う販売代理店等への対策についてです。この論点は、中間報告書においてもあんしんショップ認定制度の運用強化に期待するとの取りまとめをいただいておりますので、あんしんショップを中心に説明させていただきます。

4ページ目をごらんください。さて、ここではあんしんショップ認定制度そのものがどのような議論を経てスタートしたかをいま一度ご説明申し上げたいと存じます。ごらんのとおり、きっかけは2016年当時、苦情件数が増加の一途をたどっている状況を鑑みられての総務省からのご要請でした。その要請を受け、このあんしんショップ認定制度が発足しました。悪貨が良貨を駆逐するという言葉がありますが、当時総務省からアドバイスをいただき、この制度ではその逆で、良貨が悪貨を駆逐する形でいこう、すなわち、できるだけ多く

のショップにまず入ってもらい、よい代理店をどんどん増やすことで、そうでない代理店を触発し、業界をよくしていこうとのコンセンサスでスタートしました。

続いて、5ページ目をごらんください。あんしんショップ認定制度についてさまざまなご意見をいただいております。また、以前の合同会合で6つの誓いを宣誓するだけで十分かとのご指摘もいただきましたので、ここで私どもが現在行っておりますさまざまな取り組みについてご説明したいと存じます。

6ページ目をごらんください。施策の柱の1つが研修の充実です。ごらんのように、全携協としても毎年研修を充実させております。また、安定して質の高い店頭サービスを行うためには、より低い退職率の実現が不可欠です。そのためには職場環境の改善も重要で、さまざまなハラスメントが起こらないよう動画での研修を行う一方、高齢者のご来店が多くなっているため、高齢者の心と体の特色を学び、より配慮の行き届いた接客ができるよう動画での研修にも力を入れているところです。7ページにそれらテーマ別研修をご紹介します。

もう1つの施策の柱が優良事例の水平展開と、それによるショップスタッフのモチベーションの喚起です。8ページ目をごらんください。ごらんのように、第1回あんしんショップ大賞として、こちらにいらっしゃる新美先生や北さん、長田さん、そして総務省やTCAの皆様のご協力をいただきながら、ベストプラクティスの表彰に向けて優良事例の募集を始めたところでございます。来年2月に結果発表並びに表彰式を総務省において実施させていただく予定です。

今ご紹介したようなバージョンアップ施策に取り組む一方、新たな事業法のもとで個別のショップが不適切な事案、すなわち販売方法や広告表示で大きな問題を起こした場合、あんしんショップ認定制度としていかに対応するかも大きな課題になると認識いたしております。

9ページ目をごらんください。今後あんしんショップにおいて万一不適正事案が発生した場合の基本的な対応方針について書かせていただいております。全携協あんしんショップ認定協議会としては、発生した事案については、それに対するキャリアや総務省の対応なども踏まえて、当該ショップに対して厳粛に処罰するとの考え方です。また、懲戒処分をするだけでなく、なぜ起こったか、その原因を分析し、加盟全ショップ、加盟全代理店に対して再発防止に向けてわかりやすく啓発活動を行っていく所存です。あんしんショップ認定制度の規定上、懲戒規定を設けたのが2018年8月であることから、今日までの短い期

間にはまだ懲戒処分は出ていませんが、ご参考までに、全携協の倫理委員会における加盟代理店に対する過去5年弱の懲戒実績を例示しておりますので、ごらんください。10月の改正事業法の施行を受けて、あんしんショップ認定制度として個別ショップの不適正事案への懲戒処分をどうしていくかについて、先月9月25日の審査委員会にて、新美先生、北さん、長田さん、総務省にもご参加いただき、議論をさせていただきました。今後個別の不正事案が発生した場合、都度審査委員会を開催し、懲戒処分の可否、処分の軽重を議論して決めてまいりたいと存じます。

10ページにもございますとおり、あんしんショップ認定制度の認定ショップがお客様に今よりもっとご信頼いただけるように、キャリア各社と行政の皆様にもご協力と連携をいただきながら、しっかりした仕組みとして運用できるよう引き続き努力していきたいと存じますので、何とぞよろしくお願ひいたします。

次に、11ページ目より、2つ目の論点、高齢者のトラブルへの対応について説明させていただきます。

この論点は、今年6月25日のモニタリング定期会合第7回でも発表させていただいており、ここにいらっしゃる構成員の半数以上の方は既にお聞きいただいている内容になりますことを何とぞご容赦いただければと存じます。

それでは、12ページをごらんください。全携協では2017年度より高齢者の苦情が増加傾向である点を発表させていただいており、その原因や内容、対策について報告しております。この12ページ目は全携協苦情データベースにおける高齢者比率の増加でして、2018年度は19%になっております。なぜ増えているかといいますと、13ページ目のおおりに、高齢者へのスマホの本格的な普及が始まっているからです。それは14ページ目の苦情項目を見ても一目瞭然で、一般成人が左、高齢者が右ですが、高齢者は圧倒的に設定や使い方でお困りだということがおわかりいただけると思います。

15ページ目はモバイル社会研究所のレポートですが、高齢者はスマホを使いこなすために購入した店舗に大きな期待を寄せていることが示されています。私たちキャリアショップは地域の駆け込み寺でもありますので、引き続き初期設定のご支援や、スマホ教室などを通してしっかりとフォローを行っていきたく存じます。また、16ページ目のおおりに、契約意思確認の強化として80歳以上基準を提案し、昨年8月から全キャリアでスタートさせていただいております。

17ページ目にもございますとおり、新しい取り組みとしては、先ほどのあんしんショップ

のところでも触れましたが、接客するスタッフに向け、高齢者対応の心得やポイントを伝える動画研修をリリースしました。スタッフ1人1人が受講できるよう、ユーチューブと各キャリアのeラーニングシステムで展開しております。また、スマホ教室も最近話題のPay Payやd払い、auPAYなどキャッシュレス決済のような話題も折り込んで、高齢者により便利でお得にスマホを楽しんでいただけるよう努めております。

それでは、19ページ目より、3つ目の論点、青少年フィルタリング利用の促進についてご説明させていただきます。こちらは7月17日の総務省タスクフォースと、9月27日の内閣府の検討会で発表しました内容をもとに発表させていただきます。

20ページをごらんください。まず、具体的な使用者確認方法、説明方法、有効化措置方法ですが、私たち販売代理店はキャリアのルールにのっとった受託運営を行っている立場であり、フィルタリングサービスについても販売店独自のツール等は特にございませぬ。また、3キャリアとも特にツールや接客方法に違いはございませぬ。

次に、21ページですが、環境整備法が求める使用者確認義務、説明義務、有効化措置義務について、総務省の覆面調査結果は以下のとおりでして、2018年度においては、使用者確認率は91%、説明率は89%、有効化措置実施率は94%という評価でした。特に使用者確認は、3年前は57%という低い実施率でしたが、覆面調査内容を真摯に受けとめ、キャリアと販売店とで改善活動を実施した結果、格段に向上させることができております。引き続きこの3点は法の義務ですので、100%を目指してしっかり取り組んでまいりたいと思ひます。

次に、22ページ目ですが、こちらはフィルタリングにかかる所要時間になります。全携協ではスタッフ向けのアンケートを実施しまして、右上記載のとおり1,500件の回答を収集し、一覧化しました。携帯電話の接客は、待ち時間も含めると、上部に記載のとおり90分から140分の時間がかかっているのが現状ですが、フィルタリングは対象者のみの作業になりますが、さらに追加で時間をいただくことになります。有効化措置のところはOSや端末により所要時間が若干変わりますが、どのキャリアもおおむね20分から30分の時間がかかっていることがわかります。さらに設定などのカスタマイズについてもご要望に応じ承っており、こちらでも20分程度の時間がかかっています。

次に、23ページ目です。なぜフィルタリングの設定率が低いのかを調べるために、同じくキャリアのショップのスタッフから集めた2,300件のデータを分析したのですが、昨今の設定率の低さからは多少意外に思われるかもしれませんが、お客様の8割は店頭ス

スタッフからのフィルタリング説明を好意的に受け取られているという結果でした。

それでは、なぜ申し込み率が高まらないのかというお話になりますが、次の24ページをごらんください。こちらと同じ2,300件のデータから、肯定的な保護者のご意見の代表例と否定的な保護者のご意見の代表例を抽出したのになります。肯定的なご意見では、親より子供のほうがスマホに詳しいので、ショップで設定まで行ってもらえるのはありがたい、次に、子供はフィルタリングに乗り気でないので、ショップの人から必ず設定しなければならないことを子供の前で説明してもらえるのは助かる、法律があることに驚かれる保護者も多いが、説明すると必要だよねとご納得いただけるという意見です。否定的なご意見では、アプリの操作が手間である、難しい、面倒だ、子供のリクエストに応じて使用許諾操作を行うことが面倒、ユーチューブやLINEが使えないと困る、子供が反対する、友達を外しているなど、親子げんかになったり、優しい親御さんは譲歩してしまうというご意見が多く見受けられました。実は資料には記載していませんが、この否定的なご意見の一番上、操作が手間である、難しい、面倒だというご意見は特に多く、否定的なご意見の欄に回答のあった1,166件中542件、実に46%を占めていました。つまり、保護者ご自身のスマホリテラシーの低さや操作への不安がフィルタリングの積極的な活用にしるしの足を踏む要因になっているかもしれないと思われる次第です。

以上を踏まえ、25ページ目は今後の議論に向けてですが、青少年の性被害等の対策においては、左図のように、それぞれのレイヤーでの取り組みを連携、向上させていく必要がありますが、現時点で実務的な対策となると、店頭でのフィルタリング設定が中心になっており、私たち販売代理店の負荷が大きいと言わざるを得ませんが、右の2番に記載のとおり、OS事業者の提供するスクリーンタイムなどの機能がますます充実してきており、使い勝手もよくなっています。そして、3番に記載のとおり、保護者の興味は子供の成績やネット依存の心配だったりしますので、その辺と絡めた啓発活動により、保護者がフィルタリングに対して積極的になっていただけるような施策が一番重要だと感じております。

26ページ目は端末と回線が分離された後のイメージですが、これからは端末をオンラインで買ったり中古で買ったりするケースも増えるかと思いますが、そのような場合でも、保護者の意識が高まっていれば、設定をセルフで行っていただけるものと存じます。

その他、全携協ではマルチメディア振興センター、総務省、文科省が2005年から取り組んでいるeネットキャラバンに積極的に参画しておりまして、現在、全携協全体で1,600名以上の講師を有し、eネットキャラバン全開催の3分の1弱まで占める程度まで取

り組みを拡大することができました。今後も青少年の保護に向けて積極的に取り組みたいと思います。

私の発表は以上でございます。ご清聴ありがとうございました。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

それでは、3団体からご説明いただきましたが、それにつきまして、質疑応答に移りたいと存じます。ただいまのご説明に対するご質問、あるいはご意見ございましたら、どうぞご自由にご発言ください。

じゃ、森さん。

**【森構成員】** ご説明ありがとうございました。初めに、今の全携協さんのご説明について申し上げます。若干技術的なことなんですけど、まず、お取り組みの全体としては適切なことを進めていただいていると思いますが、あんしんショップ認定、10ページ、これについて、ちょっと技術的なことを申し上げます。

前もお話ししたことではあるんですけども、これはもしかしたら審査委員会の先生方にもということなんですけど、認定という名称の問題があるかなと思ってまして、認定というのは、一般的には認定する別の主体がいて、一定の基準を満たしていることを確認して、それを表示するということなんですよね。我々に非常に身近なところでは、なくなりましたけれども、EMA認定がそうでしたし、あと、Pマークなんかもそうですよね。最近だとシェアエコ認定とか情報銀行の認定とかいうものがありますけれども、ISOもあります。認定プロセスとか、認定主体の定めるべき要件とか。なので、自己宣言型のはあまり認定とは言わないので、そういう手続になっているようにはお見受けしませんので、直ちにこれを認定型に切りかえるということになりますと、認定基準を策定しなければいけなかったり、認定の手続を一から全部やらなきゃいけないかたりするので大変かもしれないと思うんですけども、若干認定という表現と現在の制度にはギャップがあるので、そこについてご一考いただきたいということです。一般的な認定とは違うということです。それが1点です。

もう1つは、25ページのフィルタリングサービスのところなんですけれども、これも繰り返しで申しわけないんですが、3番の保護者への啓発が、保護者の関心は危険性よりもむしろ成績とかネット依存だと書いていただいておりますので、これは全くそのとおりだと思いますので、何度強調してもし過ぎることはないと思いますので、今後はこういうところに配慮して、フィルタリングの比率、カバーを高めていくことが重要なのかなと思います。この

点は全携協さんに賛成です。

以上です。

【新美主査】 今の点について、全携協さんのほうからお答えがありましたら。

【全国携帯電話販売代理店協会（西川）】 森先生、ありがとうございます。森先生の前回のご発言、全携協とあんしんショップ認定制度ともに真摯に受けとめて議論をしています。ただ、認定という概念が我々は甘いというご指摘をいただいたんですけれども、2016年当時は、やはりクレームが増加する一方だったということで、認定という言葉は横に置いて、まずは当時ほとんど全てのショップにこの制度に賛同いただき入ってもらおうと。その上で、よい代理店がどんどん増えることによって業界全体をよくして、悪い代理店がいつらくなるような方向でいこうという方向で進めてきたわけでございます。

この認定について、もう少し厳しい考え方が必要だろうというご指摘だと思いますが、また持ち帰らせていただいて、審査委員会の有識者の皆様とも議論をさせていただきたいと思います。現時点で申し上げられるのは以上でございます。

【新美主査】 ほかに。

森さん、いかがですか。

【森構成員】 ありがとうございます。私が申し上げたいのも認定という言葉のところだけでして、それを脇に置いてというお話がありましたけれども、全く脇に置いたら、されていることは非常に正しい適切なことだと思いますので、私もその言葉の部分だけということを確認させていただきたいと思います。

【全国携帯電話販売代理店協会（西川）】 ありがとうございます。

【新美主査】 ほかにございますでしょうか。

じゃ、長田さん。

【長田構成員】 すいません。楽天さんにお伺いしたいのですが、14ページ、15ページの高齢者へのトラブル対応のところで行っているあんしんリモートサポートはどのくらいの方が利用されているのか教えていただけますか。

【新美主査】 それでは、楽天さん、よろしくお願ひします。

【楽天モバイル（小田）】 すいません。ちょっと今手元に数字を持っていないので、確認を持ち帰りさせてください。オーダー感としては数%という理解でおります。

【新美主査】 それでは、また後ほど具体的な数字があったらよろしくお願ひします。

【楽天モバイル（小田）】 事務局経由でご報告させていただきます。

【新美主査】 ほかに。

じゃ、近藤さん、お願いします。

【近藤構成員】 よい話と悪い話と1つずつさせてください。

まず、悪い話なんです、これは横浜市消費者センターがつくった来年のカレンダーで、悪質商法撃退のためのカレンダーなんです。このうち2つが通信サービスに絡んでいて、1つはまさに今日やっていることに絡んでいます。ですから、この問題が行政から悪質商法というふうに認識されているということに、ぜひ業界の皆様はちょっとつらいなと思っていただけるといいなと思っています。西川さんが見たらショックを受けそうな内容なので、後でごらんに入れたいと思います。

よい話なんです、私たちはずっと横浜市の地域ケアプラザという介護の拠点で高齢者の電話のサロンをやっているんですが、大変好評で、これを広げようと思っているんですが、先月から横浜だけではなくて原宿でやっているんですけども、こういった活動をぜひ、楽天さんにいただいた資料ですと、無料サポーターというのがありまして、これについて、すみません、私が聞き逃したのかもしれないですが、もう一度内容を教えていただけませんか。お願いします。

【新美主査】 お願いします。

【楽天モバイル（小田）】 ごめんなさい。この資料がわかりづらかったので、申しわけないです。こちらの資料、無料サポータープログラムというのは、楽天モバイルがMNOサービスを今月始めるに当たりまして、東京、名古屋、大阪の当社が基地局を設置したエリアの加入者の方を人数限定で、合計5,000名様について無料でお使いいただけると。で、この方に積極的にフィードバックいただくということでサービスを始めましたというご案内でございます。

こちらのプログラム加入の方々にご利用いただいて、安定稼働を確認できた上で、それ以外の方々も含めて幅広く、全国の方々にお使いいただくというステップで考えてございます。

【近藤構成員】 この中の何%ぐらいが65歳以上なんですか。わかりますか。

【楽天モバイル（小田）】 申し込みのステータスとしましては、先週の月曜日までお申し込みを受け付けまして、非常に応募多数だったこともありまして、金曜日に実際に無料サポータープログラムに……。

【近藤構成員】 当選ね。

【楽天モバイル(小田)】 ご利用いただける5,000名の方にご案内を申し上げたというステータスでございまして、まだちょっと内訳が確定していないという状況でございませぬ。

【近藤構成員】 もしよかったら、機会があったら教えてください。お願いします。  
ありがとうございました。

【新美主査】 ほかにご質問、ご意見。  
じゃ、木村さん。

【木村構成員】 ここで申し上げていいかどうかですけれども、ただ、全携協さんの発表資料を見て思ったので、ここで言わせていただければと思います。

24ページのところで、フィルタリングサービスに対する保護者のご意見というので、否定的な意見の代表例とあるのですけれども、そこで先ほどアプリの操作が手間、難しい、面倒というところが46%ということで、数字としては資料にお書きいただけていませんが、すごく多いという発表がありまして、それと、もう少し前に、高齢者のところも使いにくいとかわかりにくいとか、使い方に対する不満が多いところも考えますと、やはりスマホそのものの操作ですけれども、それが大変複雑であるということがものすごく問題になっていて、ハード面とかソフト面で何かもう少し簡単、わかりやすい、使いやすいということがないのかなとすごく思うのです。今ってものすごくこれもやりたい、あれもやりたいというのがあって、それが余計に問題を複雑にしているのではないかというのを全携協さんの発表を聞いて思いました。

それと、フィルタリングですけれども、何%ということで一くくりに皆様ご発表されているのですけれども、やはり私が思うには、フィルタリングも種類がございまして、属性でどのくらいフィルタリングされているのかとか、対応ってそれぞれ違ってくると思いますので、ぜひそのあたりも分析していただけるとありがたいと感じます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それはご要望ということでよろしいですか。

【木村構成員】 そうです。

【新美主査】 ほかにご意見、ご質問ございましたら。

それじゃ、石田さん、お願いします。

【石田構成員】 楽天さんに1つ質問がありまして、12ページのところに、広告表示の適正化に向けた対応で、全て本社で製作ということになっているのですけれども、代理店さ

ん独自のサービスみたいなものについて、今後出てくるのかなと思うんですが、そうしたのも広告は本社でということになるのかどうかお伺いします。

それと、テレコムサービス協会さんのところで、やはり高齢者のF T T Hのトラブルはずっと電話勧誘で減っていないということで、N G トーク集を出されているということですが、これを守っていただければというところはあるんですが、フレッツが安く利用できるようになりましてとか、値下げですとかいうようなことが書いてあって、フレッツをかたっているということなんですけれども、かたらなくても、フレッツをお使いですよというトークは、フレッツを使っている人から見るとN T Tからの電話と思います。かたっているわけじゃなくて、お使いですよといったところから、使っている方であれば、「我が社では」、「うちでは」と始まるのかわからないんですが、そういうフレッツというのを最初に出すこと自体、既にそういう印象を与えているということがあるので、そういうこともつけ加えていただきたいと思います。

それと、消費者向け図解リーフレットについてなんですが、ホームページを拝見いたしますと、今、スマートフォンの安全・安心な使い方ですとか、あと、M V N Oのスマホを利用する方へといった注意喚起が載っていますけれども、この消費者向けの図解リーフレットは、ホームページのトップのところに光コラボとかが載っていないんですよ、現在。ですので、ぜひそれを載せていただけると、F T T Hに関しても多少理解は深まっていくのかなと感じました。

それと、先ほど木村さんがおっしゃっていたように、スマートフォンのフィルタリングの話ですけれども、やはり外すときにもなかなかすごく大変というのを聞いたので、初めから入れないみたいなお話があったりということで、フィルタリングの操作については簡単に扱えるような方向で、ぜひ関係する企業の方に考えていただきたいと思います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。テレサ協と、あとは全体に対しての要望ということで、ご質問は楽天さんに1つございましたので、この点について、楽天さんのほうからお答えをお願いします。

**【楽天モバイル（小田）】** 楽天モバイルです。店頭の販促物を本社で製作ということなんですけれども、こういった店舗独自の施策を禁止しているのは直営店だけじゃなくて、量販店を含めた全ての代理店に対してでございます。イメージとしてはコンビニチェーンのオペレーションを非常に参考にしておりまして、コンビニに行くと店舗独自でやられている

要素ってほぼほぼなくて、例えば今おにぎりのキャンペーンをやっているとか、全てきれいに印刷したものが入っているかと思うんですが、あのように全ての店舗について、各店舗のレイアウトですとかフロアの広さに合わせたものを本社側で用意しまして、一括して発送するというオペレーションを実施してございます。

【石田構成員】 代理店さんのサービスという独自のサービスみたいなものはないんでしょうか。特典をつけるとか。

【楽天モバイル（小田）】 そういう意味では、一時あったオプションサービスの附帯を含めて、代理店さんにそういった独自のサービスの裁量は、今、お渡ししていないという状況で運営してございます。

【新美主査】 よろしいでしょうか。

【石田構成員】 はい。

【新美主査】 それでは、ほかにご質問、ご意見ございましたらお願いします。

じゃ、平野さん。

【平野主査代理】 ご説明ありがとうございました。私はテレサ協さん、資料2について、ちょっとご質問をしたいと思います。

例えば5ページ目の2番目の丸印でございますが、代理店さんへの研修を実施と書いてございますが、何件ぐらいされたのかということをお尋ねしたいということです。10ページ目も同じでございますが、例えば高齢者トラブルへの対応で、一番下の丸印で、コンサルや研修時に活用、何件ぐらいされたのかなど。と申しますのも、問題が起きている中で、数値目標というか、何件やられて、それでどれだけ効果があったかというのは、今後検証するためには数値を示していただくのが効果的かとちょっと思いまして、お尋ねいたしたいと思います。

【新美主査】 それじゃ、テレサ協のほうからご回答お願いいたします。

【テレコムサービス協会（山田）】 ご質問ありがとうございます。いただきました2点ですが、代理店への研修、あと、高齢者に対するところも同様ですが、実際具体的な数値目標は、委員会の中では今、現状定めてはなく、どれぐらい研修されたかという社数等々も把握のほうはできておりません。このあたりは一度お持ち帰りさせていただいて、今後どういう確認をするかは追ってご報告させていただきたいと思います。

【新美主査】 ほかに。

それでは、よろしく申し上げます。黒坂さん。

【黒坂構成員】 黒坂でございます。全携協さん、資料3のご説明で、9ページ目、10ページ目の不適正事案への対応のところについての意見でございます。ご説明の内容を伺うと、9ページ真ん中あたりに書いてある①法令違反等に係る行政処分を受けた場合の懲戒処分と示されています。この考え方自体は特に異論なく、そのとおりだと思うんですけども、一方で行政処分というのは、私が理解している限り必ずしも全てが公表されるわけではなく、また、行政処分には至らないにしても、ちょっと要注意なインシデントということはおそらくあろうかと思っております。

こういったインシデントをどこまで処分の対象にするのかということはもちろん中で検討いただく必要はあろうかと思いますが、なかなか表沙汰にならないような話でもある程度やはり対策が必要であるということがあり得るという前提で、ぜひ情報連携を行政等も含めて緊密にとっていただきながら、より効果のあるエンフォースメントということを検討いただければと思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これは要望ということでよろしいでしょうか。

ほかに。

それじゃ、西村さん。

【西村構成員】 ご説明ありがとうございます。今の直近の黒坂先生のご指摘にかぶせるような形でございますが、全携協さんのほうに質問をさせていただきます。

ページ数は同じく9ページ、それから10ページになろうかと思えます。10ページのほうが先かもしれませんが、まず事案を探知するという手法につきまして、10ページを拝見させていただきますと、これはあくまでも総務省、もしくはキャリアのほうからの情報提供を受けるという理解でよろしいんでございましょうか。全携協ご自身が何か情報をみずから収集することは考えておられるのかどうかというのが1点目でございます。

2点目なんですけれども、9ページに戻っていただきますと、先ほどご指摘もありましたとおり、行政処分を受けた場合の懲戒処分ということになろうかと思えます。既に法令違反行為でございますので、処分等は所轄官庁により対応がなされているかと思えますが、これを上回る、あるいはこれに上乘せをするような何か具体的な懲戒処分を現状お考えでありましたら、お伺いできればと思っております。もしないようでしたら、後日、あるいは進んでいく中でお教えいただければと思っております。よろしく願いいたします。

【新美主査】 それでは、全携協さん、よろしく申し上げます。

【全国携帯電話販売代理店協会（西川）】 まず、事案の情報収集ですけれども、現実には少し制限がございます。各代理店は受託を受けていますキャリアさんとの間に厳格なる守秘義務の契約がございますので、なかなかキャリアさんと当該代理店さんが事案の情報を共有したとしても、それが全携協に流れてくることは期待しづらいというのが現状でございます。

一方で、行政、総務省さんのほうで何らかの処分がなされた場合は、全携協としてもその情報は共有できますので、こういった、先ほどおっしゃられた行政からの処分について、上回るような処分かどうかというのはその時々によって違うかと思えますけれども、全携協の中で情報を発表して、それなりの、やはり代理店にとってみると相当なシェイムでございますので、より身を正して向かうような効果が出ていると思えます。

現状、私から申し上げられるのは以上でございます。

【新美主査】 よろしいでしょうか。

【西村構成員】 はい。

【新美主査】 それでは、森さん、どうぞ。

【森構成員】 ありがとうございます。テレサ協FVNO委員会さんに申し上げます。先ほど、お話のありました、4ページの消費者保護マニュアル、トークとか、これをおつくりになって、NTT東西からコラボ事業者、コラボ事業者から販売代理店に周知ということなんですけれども、コラボ事業者さんから代理店に周知をされる所とところというのは、これはまさにFVNO委員会さんで所管されるべきところだと思うんですけれども、この周知についてコラボ事業者間での統一性といいますか、何かFVNO委員会さんからコラボ事業者に対して、こういう周知をせよと、周知にもいろいろあると思うんですけれども、そういうことをされているのであれば教えていただきたいと思えます。よろしく申し上げます。

【新美主査】 それじゃ、よろしく申し上げます。

【テレコムサービス協会（山田）】 ご質問ありがとうございます。周知の方法等は、現状のところでございますと、先ほどご説明させていただいたとおり、NTT東西様を通じて、各コラボ事業者様に周知をしております。そこに対して、FVNO委員会として何か統一性を持った周知方法というところまでは、現状のところ定めていない部分でございますので、一度このあたりはお持ち帰りさせていただいて、NTT東西様を含めて、今後の周知方法については考えていきたいと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 よろしいでしょうか。

【森構成員】 ありがとうございます。私が申し上げるのも、先ほどの平野先生のご意見と趣旨は同じでして、厳しいことを言うわけですが、それは結局、苦情が減っていないことですので、その状態が続くと、またいろいろ新たな面倒なことを提案することになってしまいますので、例えば電話勧誘をするときに、電話勧誘の担当の人に資格が要るようにするとか、そうするとコストも非常にかかりますし、いろいろ大変だと思いますし、そういうことのないように苦情件数を減らすことがあるわけですので、どうしても苦情を減らすミッションがあるところをご理解いただいて、ぜひとも結果を上げていただきたいと思っています。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。まだご質問、あるいはご意見がごありかと思えますけれども、時間の都合上、中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握に関する質疑応答につきましては、これで終了したいと存じます。本日ヒアリングの対象になった方々におかれましては、貴重な発表をいただきまして、大変ありがとうございました。

なお、ヒアリングによって把握した進捗状況につきましては、報告書の案の中に盛り込んでいただきますよう、よろしく願いいたします。

それでは、次に議事の（２）「報告書の取りまとめの方向性について」を事務局からご説明お願いいたします。

【梅村消費者行政第一課長】 それでは、資料４に基づいて説明させていただきます。１ページおめくりいただけますでしょうか。

まず、１ページでございますが、消費者保護ルールの検証に関するワーキンググループの中間報告書、こちらは４月１７日に取りまとめたものの概要をつけてございます。一番上でございますように、このワーキンググループにおきましては、中間報告の前に２０１５年消費者保護ルールの実施状況と評価を議論いただきまして、制度導入の一定の効果が認められるという評価をいただいたとともに、また、さらなる取り組みが必要ということで、大きく２つの取り組みのご提言をいただいております。

１つ目は緊急提言でございまして、こちらはモバイル市場の競争環境に関する研究会と合同で１月に取りまとめたものでございまして、①のシンプルでわかりやすい携帯電話に係る料金プランの実現、②の販売代理店の業務の適正性の確保、これらにつきまして、電気通信事業法の改正を行いまして、１０月に施行されたところでございます。

2つ目の取り組みが、下半分の個別の論点の部分でございます。こちらにつきましては、8つのテーマの設定がございまして、(1)から(7)につきましては、中間報告までに議論し、対策案の整理もいただいたところでございまして、これまで4回にわたってフォローアップをしてきたところでございます。また、(8)につきましては、I o Tなど新サービスが顕在化した際の消費者保護のあり方につきましては、中間報告後に議論を行っていただきまして、前回、前々回、議論を整理させていただいたところでございます。

2ページに参りまして、報告書の取りまとめの方向性(案)でございます。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したいと考えてございます。下に図がございまして、上半分、個別の論点(1)から(7)につきましては、事業者、事業者団体へのヒアリング結果を踏まえて追記をしていきたいということでございます。また、(8)につきましては、前回、前々回の議論、「I o T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をさせていただきたいということでございます。

3ページ以降でございます。個別の論点に関する追記内容(案)を示してございます。まず、(1)携帯電話の料金プランの理解促進の①拘束期間全体での総額表示でございます。こちらにつきましては、中間報告書作成後の動きとしまして、この取りまとめを受けまして、期間拘束のある携帯電話サービスにつきまして、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の改定を行ったところでございます。9月に改定を行いまして、10月から運用開始をしております。ただ、米印にございますように、事業者のシステム改修が間に合わないといったところにつきましては、準備状況に配慮しているところでございます。

その下、事業者からの進捗報告の内容でございます。NTTドコモ様につきましては、新規契約分の総額表示については10月より開始。自動更新分については、来年1月送付分より開始を予定しているということでございました。KDDI様も2019年10月分より新規契約分の総額表示を開始。そして、自動更新分については準備中ということでございます。ソフトバンク様につきましては、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ということで、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ということでございました。

今後の取り組み(案)としましては、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、事業者の取り組みの状況を注視していくことが適当

としております。

4 ページでございます。②の利用事態に応じた料金プランへの見直し推進でございます。中間報告書作成後の動きといたしまして、携帯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の提供を開始してございます。また、総務省におきましては、6月及び9月にMNO各社に対しまして、改正事業法に適合する新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をないよう、さまざま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などについて要請を行ったところでございます。

事業者などからの進捗報告でございます。NTTドコモ様につきましては、新料金プランの円滑な移行に向けまして、さまざまな手段、マス媒体、ダイレクトメール、電子メール、対面などによりまして、利用者への周知を行っていること、また、適切な選択に資する料金シミュレーションの提供、料金相談フェアの取り組みを実施していることなどの紹介がございました。KDDI様につきましては、テレビCM、ダイレクトメール、電子メールなどを通じた利用者への周知などを実施していること、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していること。ソフトバンク様におきましては、カタログ、テレビCM、ウェブなどにおきます新プランの案内、電子メールを通じたプッシュの形での利用者の利用実績に沿ったプランの提案、店頭での料金シミュレーターの提供を通じた料金見直しの推進を行っているということでもございました。

今後の取り組み(案)でございます。改正事業法の施行を踏まえた料金プランが提供開始された中、恩恵が得られるにもかかわらず、十分に認識せずに従来のプランを使い続ける既存の利用者が出ることをないよう、引き続き周知を徹底していく必要があることと、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きましては、総務省においてさらに継続的にモニターをしていくことが適当としてございます。

5 ページでございます。(2) の手続時間等の長さへの対応でございます。まず、事業者などからの進捗報告の内容でございます。こちらは、中間報告で取り組むとしていたものはおおむね各社進めていると報告がございまして、以下につきましては、中間報告以降の主なものを中心にまとめてございます。

NTTドコモ様につきましては、来店予約枠の拡大、そして動画などを用いた説明分散、特に来店予約との連携を10月から開始しているということでもございます。また、初期設定専用のスタッフの配置を、昨年11月時点では50店舗であったものを今年8月には80

0店舗にするなど、こういった取り組みによりまして、2019年度内に待ち時間、手続き時間の合計時間を半減するように対応しているということでもございました。KDDI様におきましては、来店予約システムの簡略化、利便性の向上を今年9月に行ったということでもございます。また、料金収納事務の機械化等も行っているということでもございました。ソフトバンク様につきましては、動画などを用いた説明分散を今年6月より実施したこと、また、初期設定専用のスタッフの配置を今年11月に増員し、1,200人規模に増加するということでもございました。

構成員からのご意見でございます。説明義務というの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することが大事。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というご意見がございました。

今後の取り組みでございます。総務省におきましては、引き続き、手続き時間等の短縮化に係る事業者の取り組みを注視し、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、事業者においては、認知度の低い取り組みの周知を図っていく必要がある。また、事業者におきましては、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、高齢者を中心とした利用者のリテラシー向上に取り組んでいくことが引き続き重要であるとしてございます。

6ページでございます。(3) 広告表示の適正化、中間報告書作成後の動きとしましては、今年6月及び9月に、総務省が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、事前事後の確認などの対応を進めるとともに、代理店に対する指導を適切にするよう、MNO各社に要請を行ったところでございます。また、10月には、端末の残債免除プログラムにおきまして、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などについて要請を行っております。

事業者からの進捗報告内容でございます。中間報告に盛り込まれたものの進捗の報告が、電気通信事業者協会様、電気通信サービス向上推進協議会様、キャリア各社様からございました。1つ目が、テレビ広告の審査に活用するため、本年度の消費者モニター導入を決定したこと。また、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つき最安値訴求における制約条件の明確化、ウェブ広告の注釈の入れ方など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に準備中という報告がございました。また、キャリアによります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月から開始していること、こちらがTCA様とサービス向上推進協議会から

ございました。

また、その下は、キャリア3社様の報告でございます。濃淡はございましたが、キャリアショップの店頭広告の指定フォーマット化、また、キャリアショップのSNSにおける価格訴求の禁止、そして、キャリアショップ、量販店、併売店の店頭広告についての事後確認の実施などは3社共通で行っているということでございました。

7ページに参りまして、構成員からの意見でございます。1つ目が、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。また、その次でございますが、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。1つ飛びまして、4つ目、事業者によって取り組み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といったご意見がございました。

今後の取り組み(案)でございます。事業者においては、消費者庁の見解なども踏まえ、利用者が誤認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、ガイドラインの改定、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あり方について検討を進めることが望ましいとしてございます。また、総務省におきましては、6月、9月、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としております。さらに、総務省におきましては、今年10月から不適切な広告などに対する情報提供窓口を設置しておりますことから、この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としてございます。

こちらの情報提供窓口につきましては、資料5になりますが、今年10月1日の法施行に合わせまして、端末販売の適正化等の取り組みに係る情報提供窓口の拡充ということで発表を行っているところでございます。平成28年2月から設置している窓口につきましては、1の2段落目の後ろ方にございますけれども、受け付ける情報を改正法に沿ったものに変更した上で、10月1日以降も窓口の取り組みを継続しているということでございまして、窓口は2のところにございますように、各総合通信局等で受け付けることとしてございませぬ。

次のページの下のところの情報提供を受け付ける対象が書いてございます。1の端末値引きに関する情報ですとか、その次のページに参りますが、2の不当な囲い込みに関する情

報、そして、3の不適切な広告表示に関する情報といったものも受け付けているところがございます。

駆け足で恐縮ですが、資料に戻っていただきまして、8ページをお願いいたします。(4)の不適切な営業を行う販売代理店等への対策でございます。中間報告書作成後の動きとしましては、事業法の改正を行いまして、10月1日に施行されたことによりまして、総務省においては、販売代理店の全容を把握する届出制度の運用が開始されたところがございます。

事業者などからの進捗報告の内容でございますが、TCAさんから、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指摘を受けて、各社の情報共有、必要な対処の再確認等を行ったということでございます。また、本日いただきました全携協様、FVNO委員会様の取り組みなども、ここは追記をしていく必要があると考えてございます。

構成員からのご意見でございますが、事業者団体が行っている代理店の指導等の取り組みに関しては、成果を目に見える形を示すべきというご意見。1つ飛びまして、代理店への指導などの取り組みにおいては、個社ごとの取り組みが中心になっているが、取り組んだ社のほうが損をすることとならないように、最低限やらなくてはいけない取り組みについては、業界団体が決めるべきというご意見でございました。

今後の取り組み(案)でございます。総務省におきましては、法改正により新設されました販売代理店の届出制度や勧誘の禁止行為等に関し、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してございます。また、事業者団体におきましては、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り組みを進めることが必要としております。総務省におきましては、事業者団体のこうした活動について支援をしていくことが望ましいとしてございます。

9ページに参ります。(5)の高齢者のトラブルへの対応でございます。こちらにつきましては、中間報告に盛り込まれた事項をおおむね実施しているという報告がございました。具体的には、NTTドコモ様、80歳以上の高齢者に家族同伴、または家族への電話説明を推奨して、利用者の半数以上がこの対応を実施しているということでもございました。また、2018年10月の取り組み以降、高齢者の苦情の比率が減少しているといった報告もございました。KDDI様につきましては、2行目の後ろのほうですが、3Gからスマートフォンへの契約変更時に有料サポートの一部を3カ月間無料提供するといったご報告もござ

いました。4つ目のポツでございますが、心当たりのない請求の原因である音声通話の切断方法について、これはMVNOの関係でございますが、4点の項目を追加したご注意とアドバイスの見直しを行いまして、8月にリリースしたという報告が、テレサ協MVNO委員会様からございました。

構成員からのご意見でございます。契約時の家族同伴、契約確認の架電時の家族確認に関して、高齢者はひとり暮らしの人も多いので、同伴また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というご意見もございました。

今後の取り組み（案）でございます。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など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り組みを注視していくことが必要。また、高齢者のリテラシー向上を図るため、事業者によ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。F T T H事業者におきましては、改正事業法を踏まえた電話勧誘の適正化などを進めるとともに、電話勧誘に係るトラブル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り組みが広く展開されていくような取り組みを推進していくことが適当としてございます。

10ページに参りまして、(6) 法人契約者のトラブルへの対応でございます。事業者からの進捗報告としましては、T C A様から、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の消費者保護ルールを踏まえた適切な代理店指導を実施したとの報告がございました。

構成員からのご意見でございます。法人の契約者についての消費者保護ルールの適用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等のご意見がございました。

今後の取り組み（案）でございます。総務省においては、引き続きということで、消費者保護ルールの法人への適用の考え方につきまして、周知していくことが適当としてございます。また、事業者及び事業者団体におきましては、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としてございます。こうした取り組みを踏まえまして、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としております。

11 ページに参りまして、その他の①青少年フィルタリングの利用の促進でございます。中間報告書作成後の動きとしましては、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きまして、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」として取りまとめ、公表したところでございます。

事業者からの進捗報告としましては、保護者のフィルタリングニーズに応じて、さら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一つとして、新たにiOSのスクリーンタイムの店頭での案内を開始した、ないし準備をしているというご報告が3社からございました。

構成員からのご意見でございます。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り組みを進めて、フィルタリング普及率の向上につなげてもらいたいといったもの。また、4つ目でございます、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。また、その次でございます、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といったご意見がございました。

今後の取り組み(案)といたしましては、事業者において、フィルタリングの申し込み率、利用率の公表も含め、青少年タスクフォースが取りまとめた課題及び対策に係る取り組みを進めていくとともに、青少年タスクフォースにおいて、それらの取り組み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てございます。

12 ページに参りまして、その他の②成年年齢引下げに対応した消費者教育の推進でございます。中間報告書作成後の動きとしまして、総務省におきまして関係省庁、具体的には文部科学省と消費者庁でございますが、相談をしているところでございます。これらの省庁と連携の上、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していることとございまして、今後の取り組みとしましては、総務省、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貢献していくことが適当としてございます。

③でございます。在留外国人による携帯電話の契約及び利用の円滑化です。事業者からの報告としまして、3社とも取り組みを推進しているということですが、主なものとしましては、NTTドコモ様が5カ国語での問い合わせに対応する国際センターを設置している、ま

た、KDDI様では、4分の1の店舗におきまして、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や、公式サイトにおける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しているなどの報告がございました。

今後の取り組み（案）といたしましては、事業者におきまして、今後も継続的に外国人材の流入動向を踏まえ、一層の多言語対応を推進することが適当としてございます。

13ページに参ります。（8）でございますが、こちらは2030年を見据えた消費者保護のあり方ということで、中間報告書作成後の動きとして、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きまして、そのまま適用することがそぐわない可能性があることなどから、本ワーキンググループにおきまして、消費者保護ルールの適用に関して関係事業者のヒアリングを行い、検討の方向性について2回にわたって議論を行ったところでございます。

事業者ヒアリングにおける意見としましては、株式会社ソラコム様から、IoTのビジネス領域におきましては、携帯電話などを主な対象として想定されている消費者保護ルールの適用を当初は一部除外するなどの配慮はできないかというご意見がございました。

構成員からのご意見としましては、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。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と。IoTサービスについては、事業法を含めたさまざまな法律が重畳して利用者保護しているものや、どの法律にも保護されないものがある可能性があるため、交通整理を十分にすべき。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と。ビジネスモデルによって最終消費者が通信サービスの利用主体とならない場合があることを留意すべきではないかといったご意見がございました。

14ページ以降が検討方法の方向性ということで、前回議論させていただいて取りまとめたものでございます。復習になりますけれども、1ポツのところでは、消費者向けIoTサービスはまだ揺籃期でございまして、国内外のIoTサービスの実態や隣接分野も含めた市場動向、他の法令との関係性などについて十分に精査する必要があることから、総務省において今後、調査研究を行うこととすると。また、2ポツにございますように、この調査研究の成果をもとに、IoTサービスの内容や契約形態に着目した分類を行いまして、そ

の分類をもとに各規定への適用の要否を検討、分析していくこととするところがございます。分類例は前回の資料で掲げたとおりでございますが、前回の議論を踏まえまして、

(4) 通信料金が比較的安価であるかという分類例の項目も加えてございます。

15ページに参りまして、3ポツでございます。上記1、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ということで、こちらも前回お示した論点でございます。一部追記しているところをご紹介しますと、(2)のI o Tサービスによるデータ収集・利用との関係の3行目から、特にI o Tサービスが生活に根差せば、その利用実態が利用者の生活実態を浮き彫りにしてしまうおそれがあることにも留意が必要。また、

(3)でございます最終消費者が「利用者」とならない場合の保護の必要性についても、今回新たに言及したところがございます。4ポツでございますが、こういった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ということといった方向性でございました。

16ページ以降は参考資料になります。16ページから24ページまではI o T関係で、前回、前々回にお示した資料を添付してございます。また、25ページ以降は、中間報告の概要版をそのまま添付しているものでございます。

説明は以上になりますが、ご検討をよろしくお願いいたします。

**【新美主査】** ご説明ありがとうございました。それでは、ただいまのご説明に対しての質疑応答に移りたいと思いますので、ご発言ございましたら、どうぞ。

それじゃ、市川さんから。

**【市川構成員】** ありがとうございます。取りまとめに向けた今回の整理については、私としてはおおむね賛成という立場で、3点ほどコメントをさせていただきます。

最初に、6ページの広告表示の適正化でございますが、「今後の取組(案)」、7ページの末尾に書かれた情報提供窓口のところにも不適切な広告のお話が入ることになりましたけれども、広告というのは営利的表現、一定の制限を加えられることも許容される世界のものではありますが、何度か申し上げていますが、ここは自立的に今、さまざま取り組みされていることをぜひお進めいただきたいと思います。ここに一定の制限を加えるということは、結局、営業の自由自体に制限が加わることとなりますので、ぜひとも今、自主的にお進めいただいている取り組みのことをきちっと進めていただいて、さまざまな形で広告がなされて、さまざまな形でビジネスが展開されることを希望したいと思います。

2点目が、8ページ目、不適切な営業を行う販売代理店等への対策でございますが、今回

この取り組みによって販売代理店に対しての指導等が始まることとなりますけれども、先ほど全携協さんがシェイムという言葉をおっしゃっていましたが、おそらく指導すると、いわゆるネーム・アンド・シェイムで、その方がそういうことをしたということが世の中に出ていくわけですが、この際、先ほど議論がございましたけれども、事業者団体での取り組みというのがその手前に立つ、はやりの言い方だと共同規制だったりしますけれども、事前にどういう形で事業者団体で見えていて、最後に行政による指導があるみたいな形にいずれなっていくてくれればということを、これも連携ということがこの案にも書かれていますので、そこを期待したいと思います。

最後、3点目が13ページからのIoTを見据えた、2030年を見据えた消費者保護のあり方でございます。ここに書かれている内容で検討を行うことで私も賛成なのですけれども、やはり総務省は電気通信を所管している官庁でありますので、もちろん所管法に従って監督しているわけですが、基本的なサービスが代わっていく、あるいは消費者がわからないことが多くなるというのは、今回のヒアリング等でもわかったとおり、今でもいろいろ起きていることでもありますので、やはりずっとこの業界というか、電気通信を見ているということの経験であったり、練度というのは非常に重要だと思っております。ラストリゾートとしての矜持を持ってずっと見ていく、ということをしっかり考えていただければと思います。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。貴重なコメント、また最後に詰めていきたいと思っております。どうもありがとうございます。

それでは、北さん、お願いします。

**【北構成員】** 野村総研の北でございます。1点コメント、1点質問がございます。

まず、5ページの手続時間等の長さへのコメントでございます。携帯電話ショップでの手続時間が長いという問題が指摘され、それを受けて今、各社さんがしっかり取り組みをされているところでございます。ただ、私のところにいろいろな消費者の声が上がってきておりまして、例えば、来店予約しないで行くと帰されてしまうとか、来店予約はウェブだけでなく電話でもできるんですが、ウェブでのやり方がわからない人がショップに電話すると「ウェブでやってください」と言われるとか、またそもそもショップに電話が繋がらないとか。何かひとつ手を打つと、必ずまた新しい問題が起こる業界なのですが、この業界は手段が目的化しがちなす。ほかの業界も多分にそういうところはありますが、私はほかの業界と比べ

て特に手段が目的化しがちだと思います。なぜ手続時間を短縮するのか、あるいは、待ち時間を減らそうとするのか、それには目的があるわけですが、それが、来店予約という手段、来店予約を100%にしましょうといった数値目標に変換されて、代理店さんに落ちてくるのです。代理店さんはその数字を上げることにエネルギーを注ぐ結果、先ほどお伝えしたようなことが起こる。これはほんとうに一つの例でありまして、当初の目的から乖離していくということがこの業界は多いと思います。

では、来店予約しないでもいいのかということではなくて、先ほど全携協さんの説明にもありましたが、そもそも平均90分から140分時間がかかる手続きを、予約しないで行くほうがおかしいわけです。病院や美容院に突然行ったら「予約してきてください」と言われて帰されるのと同じなのです。何が言いたいのかというと、単に手続時間を短くしようとか、来店予約率を上げましょうということではなく、この業界の来店の仕方を変えよう、ということですよ。病院だってよほどの救急でない限り、予約しないで行ったら待たされるわけですから、ケータインショップもそういうふうに変えていくんだ、ということを世の中にしっかりと広めていかないと、目先の数字を達成することばかりにみんながエネルギーを注いでしまいます、というのがコメントでございます。

それから、広告表示に関して質問ですが、ちょうど楽天さんの資料12ページ、広告表示の適正化に向けた対応というところで、あえて「使い放題」という表示を今回出してくれたのかなと思うのですが、花岡さんに質問です今、サ向協で自主基準やガイドラインを改正されていると思いますが、この「放題」とか「アンリミテッド」といった表現に関して検討をされているのかどうかについて質問でございます。

**【新美主査】** これは楽天さんのほうに質問というか。

**【北構成員】** いや。

**【新美主査】** じゃなくて？ サ向協ね。じゃあ、よろしくお願いします。

**【電気通信サービス向上推進協議会（花岡）】** ご質問ありがとうございます。検討しているかどうかというところで、検討してございまして、既に案文の中に「放題」の使い方、「無制限」の記載についての注意事項は追記してあります。

**【新美主査】** よろしいでしょうか。ほかにご質問、ご意見。それじゃあ、木村さん、その後、近藤さん、お願いします。

**【木村構成員】** 5ページのところですけれども、来店手続時間の長さに対応というところで、一番下にMVNOではオンラインでというところがあるのですけれども、私、先日ス

スマートフォンが故障したときに、1回目は来店して、2時間近くいろいろ対応していただきまして、最終的には修理ということになったんですけれども、また壊しまして、また来店予約しなきゃいけないと思ったときに、来店予約をするのにスマホを見ていて、来店しなくてもできるんだということがわかりまして、結局家で数分というか、手続をして、事なきを得たという経験がございまして、1回目のそういうことは、なかなかウェブというのはハードルが高いとは思うのですけれども、2回目ですとか、手順がわかっている場合は、そうやって来店しなくても済むんだということが意外に利用者はわからないのではないかとそのとき思ったんです。やはり何かあったら、困った、来店予約しなきゃとつい思ってしまう。ですから、私がここで申し上げたいのは、来店しなくてもできるということ、もう少し具体的に周知していただけると、少し混雑具合が減るのではないかとというのが1点目でございます。

2点目ですけれども、15ページで今後のI o Tのことにに関してなんですけれども、先日、NHKのほうで、AIで美空ひばりさんが出てくる番組がございまして、大変技術が進歩したものだと思って拝見していたんですけれども、やはりそれに関連しまして、利用者データの収集ですとか、利用というものに関しては、今でもかなり問題にはなっておりますけれども、今後、こういったI o Tの発展に伴っては、もっとさらにきちんと検討していく必要があるのではないかなと思っておりますし、もう1点は、利用者が困ったときにたらい回しにならないように、きちんと整備していく必要があるのではないかと思います。

以上です。

**【新美主査】** コメントどうもありがとうございます。それでは、近藤さん、お願いします。

**【近藤構成員】** 近藤です。報道資料の説明はあるのでしょうか。今コメントしてもいいですか。

**【梅村消費者行政第一課長】** どうぞ。

**【近藤構成員】** それで、私は今、手元のスマートフォンからこれをどうやって探せるかとやってみたのでございますけれども、私の拙いところもあると思いますが、各地方情報通信局のトップページから、この適正化に関する窓口の拡充というトピックを検索できたのは沖縄通信局だけでした。ですから、ほかの通信局では、そこに行ってもこれがどこにあるのかがわかりません。沖縄通信局からは逆引きで総務省の該当するページに行けるんですが、そこに行くと、全部リストは、アットマークはアットマークにしてねとなっているので、

リンクが張られていないんです。ですから、リンクが張られているところと張られていないところと、それぞれご配慮はあると思うんですが、もう少しご配慮いただけるようにご担当の方に努力をしていただきたいなと思いました。

先ほどもご紹介しました、この横浜市消費者生活総合センターがつくった悪質商法詐欺撃退カレンダーですからね。もう何とも言えない。このうち12カ月のうちの4つが通信サービスのトラブル、それから、ワンクリック詐欺、アポ電、語り電話のトラブル、通信販売のトラブルというふうに、電気通信サービスにかかわるものです。ですから、12カ月のうちの3分の1が既に切実な消費トラブルの対象になっているということを、ぜひ総務省の該当する方々に切実に感じていただきまして、ちょっとこの間の台風の警報じゃないですけども、あんなにテレビから「逃げなさい、逃げなさい」と言われるのはすごいなと思ったんですが、そのくらいに今、高齢者のこういった通信サービスに関連した消費者トラブルはものすごく増えているんです。そのことをもう少し強く感じていただいて、当該の通信局の方たちは強く発信していただきたいと切に願います。

以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。情報提供の仕方について、非常に厳しいご指摘だと思いますので、事務局のほうも考えておくようにお願いします。

それでは、石田さん。

**【石田構成員】** 取りまとめ案の方向性ということで、ありがとうございました。

12ページなんですけれども、成年年齢引き下げに対応した消費者教育の推進という項目が取り上げられていまして、今後、関係省庁ということで、文科省、それと消費者庁との連携を図って行くという方向が示されたということは、これはとてもよかったと思いました。

現在、若者の消費者トラブルは、SNSから勧誘されてネットカジノですとかアプリエイトですとか、情報商材、儲かるノウハウを教えるといったようなものが若者のトラブルになっております。消費者庁の令和元年の消費者白書の中に、若者のSNSに対する意識という項目がありまして、やはり一定数、SNSのやりとりだけで相手を信用してしまう、特別、相手が見えなくても警戒心を持っていない若者が存在するということも報告されておりますので、今後、成年年齢引き下げということになりますと、情報リテラシーというか、若者の消費者教育がとても重要になってくると思いますので、この連携というのがここに盛り込まれたことはよかったと思っています。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに。じゃあ、一言。

【長田構成員】 ありがとうございます。先ほどの北さんのご発言を伺いつつ思っていたんですけれども、スマートフォンとか、こういう通信の契約そのものがどういうことなのかというところの理解が多分、消費者側も足りないということなんだと思うんです。例えば、スマホの契約だとしても、まず通信契約をすることの意味とともに、ネットの社会とか、何かそういうもののハザードとか、リスクとか、デメリットとか、ちゃんと端末を使いこなせていないとこんなデメリットがありますよとかいうことをきちんと理解して、そうであれば、契約のところでは時間がかかるのはもう当たり前だというふうに我々の側が思っていく必要も、無駄を省くこともとても大切だけれども、それはやっぱり必要かなと思っていて、特に強く思いましたのがフィルタリングのところなんです。保護者に訴えていくのはもちろん大切なんですけれども、フィルタリングをかけられる青少年そのものが、その世界にあるハザードが何なのかということを理解できていない。今回の雨、台風のことで思ったんですけれども、東北地方の子供たちが非常に災害に対してハザードをすごく理解しているという報道を幾つか見ましたけれども、それが多分足りないということがあるんじゃないかなというような、感想みたいになりますけれども、そこも何かこういう、皆さんが業としてやってらっしゃることにいっぱい危険がありますよっていうのは嫌かもしれませんが、実際にあるんだから、そのことはきちんと伝えて、子供のうちは自分の年齢に合ったようにフィルタリングをかけるべきだということを子供たちが理解することが一番じゃないかな。そして高齢者も、自分が使う端末が上手に使えるように、そこは時間をかけなきゃいけないんだよということもまた理解できるようにというのを、ここにいるみんなが上げて、伝えていくことが大切かなと思いました。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

それでは、どうぞ、黒坂さん。

【黒坂構成員】 黒坂でございます。簡単な意見でございます。全体の方向感、方向性については私は賛同させていただきます。取りまとめをよろしく願いいたします。

12ページ目の下のほうの在留外国人についての意見なんですけど、ちょうど今日というタイミングがよかったんだと思うんですけど、先般の東日本の台風で、あちこちでかなり大きな混乱があったのではないかと思います。体験的な話で恐縮なんですけど、ちょうど金曜日の夕方に、私、赤坂見附の地下鉄の駅で電車をおりたんですけど、電車をおりてから改札口を出

るまでに20分ぐらいかかったんです。ホームが詰まってしまっていて。人の身動きが取れない状況がずっと続いていました。あのあたりはホテルもいっぱいありますので、やはり外国人観光客の方であるとか、外国人の方々が相当不安そうに、これは一体何なんだというような状況であちこちたたずんでいるのを多く拝見し、可能な限り声をかけて、出来ることは何もないんだけど、頑張ろうねみたいな感じで話をしていたわけです。おそらく今後、外国人観光客の方だけじゃなくて在留外国人の方もより一層増えていくであろうというときに、現在、青少年及び高齢者というのが、今後、電気通信事業において消費者としてどのように扱っていくのかという非常に大きな論点ですけれども、外国人は今後2030年を見据えると、ますます大きなテーマになっていくんだろうなど。しかも、一筋縄ではない方々であるんだと思います。

そういう意味で、今、事業者の皆さんが既にかなり活発に取り組んでいただいているということには大変敬意を表したいと思っておりますが、事業者の方々だけに任せるのではなく、例えば地域コミュニティのようなアプローチで、外国人の携帯電話サービスユーザーだとか、通信サービスユーザーを支えていくというような取り組みをされているような方々というものもぜひ優良事例として今後、着目していただき、可能であれば、例えば、事業者の皆さんからの情報提供も含めて、こういった報告書で優良事例としてどんどん取り上げて、こういう方法があるんだよということを広く知らしめていただけないかというふうに希望として考えているところでございます。

以上です。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。

**【平野主査代理】** ちょっといいですか。私もこの報告書の案に賛成でございます。2点ほど、特に賛成というか、事業者様の頑張りのところをご指摘したいと思います。

11ページの構成員からの意見です。下からのブレットポイント3番目の黒丸でございますが、フィルタリング必須とする一部の事業者の取り組みは評価できると。他社でも検討する。おそらく今日ご発表いただいた楽天様のことだと思います。最初100%、ただ数カ月すると九十ウン%になると。ですけど、結果的に九十ウン%の結果になるというのは、前回お話しした初期値というのがすごく影響するという、非対称パターンリズムの典型例だと思いますので、これは非常に参考になるのではないかなど。次の行の数値も公表することが望ましいと、こういうことはすごくいい取り組みだと思います。

それから、ページちょっと戻りまして、5ページ目でございます。手続時間のことです。

これは北様もおっしゃったように、時間だけが何という問題ではないんですが、例えば、1番目のブレットポイント3行目の、ドコモ様の半減するという、一応目標を設定して、それを実行しようとする。こういうふうなやり方では一つ期待できるのではないかと。それが一番下の段落の1行目ですが、政策としては、まさにエビデンス・ベースド・ポリシーです。効果を把握できる数値を示していくと。これはやっぱり客観的数値がないと、なかなかレトリックだけで雰囲気になってしまいますので、短ければいいというものではございませんが、それは北様おっしゃるとおりではございますが、一応、客観的数値というものも掲げながら進めていただくのは非常に重要だと思います。

以上、意見でございました。

**【新美主査】** どうも貴重なコメントをありがとうございます。

時間もそろそろまいりましたので、以上で本日の議事は終了させていただきたいと思えます。本日いただいたご意見も踏まえて、報告書案にも盛り込んでいただくよう事務局にお願いしたいと存じます。

では、最後に事務局から連絡事項がございましたら、ご案内よろしくお願ひします。

**【雨内消費者行政第一課課長補佐】** 事務局でございます。次回の会合の日程につきましては、別途お知らせいたします。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。今日は非常に貴重なご意見をたくさんいただきまして、ありがとうございます。それでは、これで第17回のワーキンググループの会合を終了したいと思います。本日はどうもありがとうございました。

以上