

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第24回）

令和2年10月27日

【新美主査】 皆さん、こんにちは。本日は、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。ただいまから第24回消費者保護ルールの在り方に関する検討会を開催いたします。

本日の会議につきましても、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、一部ウェブ会議による開催とさせていただきます。

なお、西村構成員は、本日、別の会議に出席されておりますので、途中で参加ということになります。その意味では、西村さんがいらしたら全員出席ということになります。

まず冒頭におきまして、事務局からウェブ会議による開催上の注意事項についての御案内と、配付資料の確認がございます。それでは、よろしく申し上げます。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。では、ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。

まず一般傍聴の方につきましては、ウェブ会議システムによる音声のみでの傍聴とさせていただきます。このため、構成員の方々につきましては、御発言に当たっては、お名前を必ず冒頭に言及いただきますようお願いいたします。傍聴の方は、現在構成員の方が参加されているシステムの投影資料やチャット欄というのは御覧になれない環境になっております。資料は当検討会のウェブサイトにて公開しておりますので、こちらから御覧いただければ幸いです。

また、ハウリングや雑音混入防止のため、委員の皆様、発言の都度マイクをオンにいただき、発言時以外はマイクをミュート、オフにさせていただくとともに、主査の方を除きまして皆様、映像も発言時以外はオフにさせていただきますようお願いいたします。意見交換において御発言を希望される際には、事前にチャット欄で発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。これを踏まえまして、新美主査から発言者を指名していただく方式で進めさせていただければと考えております。

接続に不具合がある場合には、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。そのほか、チャット機能で随時御連絡いただければ、事務局のほうで対応させていただきたいと考えております。

注意事項に続きまして、配付資料の確認をさせていただきます。配付資料は議事次第に記載されているとおりでございますが、資料1-1から3-1までとさせていただきます。不足等ございます場合には、御連絡いただければ確認させていただきます。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 それでは早速、議事に入りたいと思います。

本日は、議事次第にございますように、電話勧誘における課題についてが第1でございます。そして第2として、その他のテーマについてです。以上の2点を議題とさせていただきます。

まず議題1につきまして、電話勧誘における課題について、事務局から御説明いただき、その後、消費者団体、あるいは東京都消費生活総合センター、事業者団体からそれぞれ御発表をいただきたいと思っております。

それでは、まず事務局から説明、よろしく申し上げます。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。まず事務局のほうから、3回前、第21回の会議で、電話勧誘における課題について苦情相談の精査をするということにされておりましたことから、この電話勧誘における課題に関連して、その苦情分析を行いまして、まとめておりますのが資料1-1でございます。

お聞きいただき、2ページから御説明申し上げます。これは前回の資料のおさらいの部分であるんですけども、電話勧誘に関する課題というのはどの部分を捉まえて分析を行っていくかということでございまして、第21回にお示しをしたとおり、通信サービスの苦情相談のうちの比率が最も高いのはF T T Hで、全体の3分の1を占めており、さらに、その中で起因となっている販路の半数を電話勧誘が占めているという状況があります。これに関して、前回は2019年度の上半期の数値を基に分析を行いましたが、下半期も同様であったということをごちらに書かせていただいているものでございます。したがって引き続き、この傾向を捉まえて分析をしていきたいというふうに考えておるものでございます。

3ページをお開きください。前回、F T T Hに関してのみ着目をして議論を行いましたが、参考までMNO、MVNOについて見たものであり、電話勧誘に関する苦情、それを起因とする苦情というのは必ずしも多くない、やはりこれはF T T Hを中心に見ていくべきなのではないかというのを示しているものでございます。

駆け足になりますが、4ページを御覧ください。通信サービス以外について電話勧誘はどのようなものになっているのかというところを分析しているのが4ページでございます。

こちらは下の図にあるように、国民生活センターにおいて全国の消費生活センターに寄せられた苦情相談を年報で分析しているものでございまして、ちょっと字が小さいんですが、縦に見まして上位となっている販売方法、手口という言い方になるんですけども、これを見たときに、1位がインターネット通販、2位が家庭訪販、3位が電話勧誘販売であるということで、いろいろな分野を見ていったときに、電話勧誘を起因とする苦情相談というのは比較的多いという傾向が見てとれます。また、同じ図を横に眺めていったときに、赤線を引いておりますとおり、その電話勧誘販売に関連する商品・役務、苦情相談の発生している役務というのは何かというのを見ていくと、第1位がインターネット接続回線で33%ということで、2位を大きく引き離しているという状況がございまして。これを総じて見ますと、上の箱でいうと、2つ目のパラグラフに書いてあるように、通信サービス、特にF T T Hサービスの電話勧誘に関する苦情相談というのは、分野横断で見たときにも一定程度大きな課題になっているのではないかとこの考察ができるというふうに考えてございまして。

5ページをお開きください。こういった状況を踏まえまして分析の深掘りをしていくというのが5ページ以降のものでございまして、5ページには、電話勧誘を起因とするF T T Hの苦情相談、これに関して特有の問題点や対処というのを検討したいということで、これとは異なるもの、すなわち店舗でのF T T Hサービスの苦情、M N Oに関する苦情、M V N Oに関する苦情と、まず発生要因から分析をしていくというものでございまして。

下に図で苦情分析が載っており、赤線を引いているところを中心に御覧いただければと思うんですけども、契約者ニーズとの不一致、すなわち不要な契約締結等、あるいは不十分な契約意思の確認というもの、これを横に眺めていただくと、5ページのF T T Hの店舗や、6ページのM N O、M V N Oと比較して大きな数字がF T T Hの電話勧誘において出ているという傾向が見てとれるのではないのでしょうか。

6ページの下段に、今言ったようなことを分析結果として書かせていただいております。最初の1パラグラフ目は今申し上げたことであり、2パラグラフ目に書いてあることが、21回会合で仮定として置いたものである、通信サービスの電話勧誘では、利用者が説明資料などを視覚的に確認しないまま口頭の合意のみで契約が成立するという性質があり、利用者の理解が十分に高まらないまま契約締結に至るおそれがあると、こういう考察を裏づけているのではないかと考えております。また、電気通信事業者が販売代理店を用いて電話勧誘を行う場合には、いわゆる後確認が求められるわけですけども、これが実施されているはずであることを踏まえまして、これが十分適切に行われていないという可能性がある

のではないかということを書かせていただいております。

すみません、駆け足ですが、7ページ目を御覧ください。これは今行ったような分析を、先ほどは要因のほうで見ていたんですけれども、要因ではなくて、要望の内容で比較したものであります。特に契約締結のライフサイクルの中で、利用中、すなわち契約当初ではなくて、利用が始まって一定期間たった期間を捉まえて、この要望を比較したものとなっております。7ページがF T T Hの電話と店舗で、見ていただければ、赤線で書いてあるとおり「契約解除等」のところの数字が顕著に出ているというのがF T T Hの電話で見えると思います。これが8ページや9ページにも続いております。9ページのMVNOのデータ通信専用に関しだけ少し契約解除が多いんですけれども、これは、MVNOの中でもデータ通信専用では比較的、電話勧誘を起因とする苦情相談が出ている傾向がありまして、この辺りが影響しているものかなと考えておるところでございます。

いずれにしても、9ページの下の段の分析結果にあるように、電話勧誘を起因とするF T T Hをほかと比較した場合には、利用中の要望として「契約解除等」が多くを占めます。利用中とは、先ほど申し上げたとおり、おおむね初期契約解除が可能な期間が終わって、利用がある程度進んでいる期間のことを指しております、この結果からしますと、契約締結後、一定期間がたった後に契約の解除を希望するという声が多いと言えるのではないかと考えております。これを踏まえますと、通信サービスの電話勧誘では、利用者が継続利用を許容し得ないほどの認識のそごの下で契約に至ったケースが多いのではなかろうかと考えています。また、利用者が契約を締結したこと自体やその内容について、一定期間経過したタイミング、例えば料金の引き落としが発生したタイミングなどで、そこまで気づかず、初期契約解除が可能な期間を逸してしまったケースというのも多いのではなかろうかということが、この分析から見えるところでございます。

以上、駆け足になりましたけれども、電話勧誘に関する苦情相談を分析した結果としては以上でございます。何とぞよろしく願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは続きまして、N A C Sの金藤様から御説明いただきたいと思います。よろしく願いいたします。

【金藤】 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会、通称N A C SのI C T委員会です。私はI C T委員会の委員長の金藤でございます。よろしく願いいたします。通信サービスの電話勧誘における問題点について、特にF T T Hサービスについて発表させていただきます。

では最初に、NACSとICT委員会について簡単に説明させていただきます。3ページ目を御覧ください。NACSは1988年に設立、2011年に公益社団法人になりました。消費生活に関わる日本最大の専門家集団と自負しております。名称のとおり、会員資格は消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント、消費生活相談員の資格保有者で、全国7支部、約2,400人の会員がおります。地方創生SDGsプラットフォームにも参画しております。

下のほうを見ていただきまして、活動内容ですけれども、3本柱として、消費者トラブルの解決、週末相談とかADR、それから10月に実施しました「なんでも110番」をやっています。消費者教育としては、講師派遣業、それからテキスト作成を行っております。ほかに、行政、企業、団体等との連携を取っております。

次に、4ページ目に移りまして、ICT委員会についてです。2018年8月にNACSの特別委員会として発足しました。今年の6月に格上げになりまして、本部の委員会、ICT委員会となりました。お見知りおきください。

委員会の目的ですけれども、2行目の最後のほうです。消費者の立場から行政の施策などに対し提言し、かつ消費者へリテラシー向上の普及を図ることを目的としております。今までに、啓発資料としては「はじめてのスマホ」という冊子、それから高齢者のICTリテラシー向上のための啓発コンテンツを作成しております。これらはNACSのホームページで公開しておりますので、ぜひ御覧ください。

では、本題の電話勧誘時の問題点について、入りたいと思います。これは事例から分析し、問題点を4点挙げております。

資料の6ページ目を御覧ください。まず問題点、第1点目です。勧誘時のセールストーク。電話の冒頭で、何とかの光を使っていますよね、安くなるプランが出ましたなどと切り出します。消費者はその言葉を聞き、プランが変わるだけと誤認します。契約先まで変わるとは思いません。安くなるプランなら話を聞いてみるかという気分になります。誤認したままで話を聞くので、その次にプロバイダーが変わるだけですなどと言われても、特に気にはなりません。契約先が変わり、どこになるのか、どこの回線を使うのか、冒頭できちんと説明すべきです。

次に、7ページ目に移ります。問題点の2つ目として、リスクを明示しない説明です。興味を持った消費者に、「安くなる」と料金プランについて説明しますけれども、ホームページなどに記載されている基本のプラン料金だけの案内をします。問題点としては、2015

年2月開始の光コラボ以降に、携帯電話料金とのセット割引とか電気料金とのセット割引などの、割引セットプランがとてとたくさん増えてきました。とてもいいことなんですけれども、実際には契約変更で割引特典がなくなり、利用料金が前より高くなるという場合が結構出てきています。また、前の契約の解約により、分割払いだった工事費をまとめて請求されるというような場合もあります。特に工事費は、月々割とかというもので実質無料になっていることも多いです。これらのリスクについて、いわゆる料金が実際より高くなるというリスクについて、消費者は電話口ではとっさには思いつきません。高くなると気づいたときには、サービス開始後に実際に利用料金をされてからが多くて、トラブルになりやすいです。虚偽説明ではないけれども、料金が高くなる場合があると、例を挙げて注意喚起などをすべきではないかと思っております。

次に、8ページ目に移ります。問題点3、契約の承諾をその日のうちに取り付け、その後の説明書面と契約書面交付のタイミングが一致。代表的な勧誘としては、①に書きましたように、最初に電話をしてきた説明者から説明を受けて、口頭で契約をする意思を示します。契約の意思を明言しないまでも、興味を示します。そうしますと、②で、当日中に上司とおぼしき人からの電話で契約の承諾を確認されます。業者名と担当者名、電話番号を告げられますが、代理店名だけであるということになっています。それから③として、説明書面、それから契約書面が同時に交付となります。問題点としては、やはり説明書面もないままに口頭の説明だけで承諾を取るということです。上の図のところの③の説明書面交付は、①の後に来るべきだと思います。承諾を取る前に交付し、電話などで書面を見てもらいながら説明すべきです。

では、9ページ目を御覧ください。4番目の問題点として、新規参入の販売代理店が多いということです。光コラボ事業者とその販売代理店だけではなくて、NTT東西ではないFTTHからの光回線の卸売を受けたFVNOの販売代理店のトラブルが多いと感じております。問題点としては、電話勧誘の基本を知らない業者が多くて、勧誘に先立ち、業者名、氏名、契約締結の目的と商品についてきちんと説明していません。それから次の問題点として、業者名、電話番号を聞いても、ホームページを作っていないような小さな業者が多い。それから通信とは関係ない、いろいろな事業をしているような販売代理店が多いために、消費者が相手先業者の確認をできない。それから人数も、従業員も少ないために、電話もつながりにくいというような問題があります。特に電気通信サービスは、どこの回線を使い、どこで契約するのか、勧誘しているのはどこか、どの立場の業者か、それから業者が複数で、

とても分かりにくいです。きちんと説明してから本題に入るべきです。

では10ページ目、最後になります。まとめとして、NACSとしての要望点を5点挙げさせていただきます。

1点目は、電話勧誘の場合の説明順を徹底する。説明順番としては、説明書面の交付をしてから、その後で業者は、書面を見てもらいながら再度説明と質問を受けた上で意思確認をする、そしてその後に、明確な意思確認をした後に契約書面を交付する、この順番の流れを徹底してほしいということです。

2点目、FVNOは販売代理店の管理を徹底する。FTTH業者もFVNOをマニュアル等で指導してもらいたいと思います。頻繁に問題を起こすようであれば、代理店を切るくらい、徹底してほしいと考えております。

3点目、初期契約解除期間を過ぎても、契約締結過程に問題があったと認められる場合には、誠実に対応し、事業者の責任で原状回復をしてほしい。これは負担する費用面を含めて、そういうふうに原状回復をしてほしいと考えます。

4点目、電気通信サービスの不招請勧誘は原則禁止とする。

そして、最後の要望ですけれども、複雑化している通信業界の事業者間の関係、通信会社とか代理店などのつながりを、消費者にも分かりやすく周知してほしい。これは光コラボとか光卸などという言葉も含めて、関係を分かりやすく消費者に周知して、簡単に分かるようにしてほしいと思っております。

以上でNACSの発表は終わらせていただきたいと思います。どうもありがとうございました。

【新美主査】 どうも御説明、御報告ありがとうございます。

続きまして、日本消費者協会の宇野様から、御説明よろしく申し上げます。

【伊藤】 日本消費者協会でございます。まず日本消費者協会の御紹介等を、事務局の伊藤のほうからさせていただきます。よろしくお願いいたします。

私、日本消費者協会の伊藤でございますが、一般財団法人日本消費者協会は1961年、昭和36年9月に、消費生活情報発信及び啓発を目的とした消費者団体としまして設立いたしました。当時の通産省、現経済産業省なんですけど、そのの所管ということでスタートしたわけです。商品テストと、それから消費者問題に関わるリーダーであります消費生活コンサルタントの養成ということを軸に活動を続けてまいりました。商品テストは現在休止しておりますけれども、消費生活コンサルタントの養成はずっと続けているという状況

です。全国の消費生活センター等が整備される以前から、私ども独自に消費者相談室というのを開設運営しております。相談の仕方というのは現在の消費生活センターとほぼ同じなんですけれども、電話、来所ということで、全国の消費者が利用可能ということの特徴としております。

では事例について、事例のモデルで宇野のほうから御紹介させていただきます。

【宇野】 日本消費者協会相談室の宇野と申します。よろしくお願いいたします。

3 ページ目を御覧くださいませ。相談室のほうで、率直な感想ということで全体まとめさせていただいたんですが、通信関連トラブルの現況といたしまして、光回線トラブルの相談は増加している。相談者の多くは在宅の高齢者、トラブルの聞き取りに時間がかかる。高齢者は誰と何を契約したかなどが曖昧ということで、実際、通信関連のトラブル事例についてこの後お話をいたしますが、一般に、光回線のトラブルでの御相談が入ったときなんですが、大変聞き取りに時間がかかります。

来訪される場合にお持ちなるものは、通信業者からの督促の通知だったり、引き落としがあった銀行の通帳を持ってこられます。最初に送られているはずの通信の契約書をお持ちになる方はほとんどいません。相談では、当事者がおっしゃっていることを聞き、整理してみます。お持ちになった書面を基に業者に連絡をして、契約の入り口、電話による勧誘から契約に至ったのか、契約のスタートがいつからなのかなど、どのようなサービスを契約しているのかなどを確認していきます。電話勧誘により契約が成立することから、光回線契約を複数の会社と契約していたという話も珍しくありません。

4 ページ、モデル事例を御覧ください。ここで簡単に言葉で書かせていただきました。電話勧誘での高齢者の意図しない複数契約。光回線契約が安くなるという電話勧誘があり、事業者を乗り換えたつもりでいた。しかし料金が逆に高くなり、調べると、前の事業者が解約されておらず、複数契約の状態になっていた。

5 ページを御覧ください。今お伝えしたことをイラストに描いてみました。相談者は、同居していた息子のパソコンでインターネットを利用していました。この左側にあるおじいさんの絵が相談者と思って御覧ください。その後、息子は別居します。息子が同居していたときの契約では、料金は5,000円程度でした。その後、昨年9月、電話勧誘を受けて、B社にこの相談者は事業者を変更しました。この話を相談者から聞いた息子がA社の解約を行いました。その後、C社からの勧誘電話があるのですが、B社の値下げプランなどサービス内容の変更かと思い、6か月前に勧誘を了承します。しかし、料金が急に1万円を超え

たため、相談者は、安くならず、不信になったようです。そこにD社からの勧誘電話があり、光回線のサービス名の一部、@光というふうに、どこの業者さんという特定はできないので書かせていただきましたが、@光という、途中のサービス名だけが同じであったことから、以前契約をしていたA社であると思って、そちらと契約をいたします。しかし料金が安くないことから、消費生活の相談に訪れたということです。契約者は、回線契約を他社に変更すれば、自動的に解約になるというふうに思っていたようです。

6 ページを御覧ください。同じことですが、5 ページのイラストの状況を、さらにまた文章でまとめています。こういうような状況になったということを文章で書かせていただきました。

それでは続きまして、7 ページのほうを御覧くださいませ。ここで事務局のほうに説明を替わらせていただきます。

【伊藤】 以上のような事例を基にしてポイントを押さえてみますと、3つのポイント、高齢者、電話勧誘、それから通信回線契約の特性ということが挙げられるかなと思います。

まず、高齢者の問題です。各事業者を認識・区別できていないというのがほとんど現実です。サービス名称の一部が同じだと同一事業者と誤認する、例にもありましたとおりです。それから、契約をしたサービスがちょっと変わったというのを承諾したということで、新たな契約をしたという認識がないというようなことがあります。それから、契約変更のときに、前の事業者との解約というのは自分でしなければいけないという認識がないということです。

電話勧誘です。この特性から、書面がないということです。その結果として、冷静に契約内容が確認できないということです。そもそもが、通信回線契約というのは形もないし、言葉も難しくて正確に理解しにくいので、高齢者の多くはよく分からないと。記憶に残っているのは、説明の中にちょっとあった大手通信事業者の名前とか、安くなると言われたこと程度ということになります。以上がポイントの整理です。

そして、続いて参考ということで、これはちょっと変形の形なんですけれども、現在光回線にしているものを、逆にアナログ回線に戻すというものも高齢者向けに行われているという事例があります。これは参考ということで御紹介させていただくことにしました。これも要は同じで、費用が安くなるよということで高齢者に向けてのアプローチ、電話でということです。パソコンを使わないのならアナログ通話回線に戻したほうがお得と、もっともらしいようなお話なんですけれども、実際の内容というのは、契約したつもりもないパソコン

サポートや家電購入割引、保険相談の会員サービスなど、内容的にはかなりめちやくちやなものが含まれているというような契約なんですけれども、こういうものを電話勧誘で契約させると。

もう一つ、アナログ回線に戻す手続というのは自分でしなければいけない。これは先ほど、そもそも自分でこういうことをしなければいけないという自覚がない高齢者にとっては、トラブルのもとということになっています。当然、高齢者本人にはその認識はないということです。

それでは続きまして、以上を踏まえまして要望ということを、宇野のほうから再び紹介させていただきます。

【宇野】 それでは最後に、こうした回線契約で改善してほしい点について申し上げます。要望、電話勧誘のみで契約成立は禁止していただきたい。説明書面などの交付、確認を経てから契約締結に至るような流れにしていきたい。初期契約解除の期間を延長、初期契約解除時は無償で解約できるようにしていきたい。こうした点に改善がなされれば、通信のトラブルは減少すると考えております。

以上でございます。

【新美主査】 説明ありがとうございました。

それでは続きまして、東京都消費生活総合センターの木村様から御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。

【木村】 今御紹介にあずかりました東京都消費生活総合センター消費生活相談員の木村嘉子と申します。本日は、電気通信サービスの電話勧誘の課題について、相談件数、事例、問題点、要望の4点を申し上げます。

まず1ページ目を御覧ください。東京都内のセンターに2019年度に入った電話勧誘販売の相談件数は4,806件で、そのうち3件に1件に当たる1,653件が電気通信サービスに関する相談です。また、改正電気通信事業法施行後も電話勧誘販売における電気通信サービスの相談は多く、先ほどの事務局の御説明と同様、年代別では70歳以上の御相談が多いです。

では、2ページ目に移ります。2ページ目で、電話勧誘販売の相談事例を5つ御紹介いたします。

まず1つ目、プロバイダーの電話勧誘、これは70代男性です。事例を申し上げます。3か月前、自宅に代理店Aから電話があり、現在契約中のB光のプランが終わる、プロバイダ

一を変更する必要があると言われました。1か月前、「事業者変更までの流れ」と「口座振替依頼書」というものがポストに入っていましたが関係ないと思って放置しました。そうしたところ、今月、プロバイダー卸元Cというところから、請求書、支払登録申請書等が送付されました。請求書には、プロバイダー事務手数料などで2,200円という記載がありました。支払登録申請書にはD社という名前と住所が書かれていましたが、どの事業者とも契約した覚えがないという御相談です。問題点を、電気通信事業法上の問題とその他に分けて御紹介します。

まず、事業法上の問題点としては、事業者名、勧誘であることを告げずに勧誘した。不実告知、基本説明事項の提供条件の説明義務違反、書面不交付などが挙げられると思います。その他の問題点としては、事業者の本当の目的が不明であると、何が目的だったのかよく分からないということです。

事例2です。光回線の次々販売で、70代のネットをしていない独居の男性です。2009年にB光回線とIP電話の勧誘を受けて、大手通信会社Aのアナログ回線と別契約をしていて、独居なのに電話が2回線あります。2018年の夏にAの代理店Cから、アナログ電話が使えなくなるという電話勧誘があり、Aアナログ電話をIP電話、A光回線に変更しました。その後、2019年の初めにDから、電話料金を安くできるという電話勧誘があり、A光回線を今度はD光回線に転用しています。高いと思っているところに、今度はAの下請と名のるEというところから電話があり、電話料金が月額2,500円にできますよと勧められて応諾しましたが、結局手元には何も残ってなくて、Fの名刺と、事業者変更の手順説明書というものしかなかったという相談です。この人は、何が何だか分からないので、Aアナログ電話に戻して、ほかはみんな解約したいという御相談です。

この事業法上の問題点としては、強引な勧誘、またはアナログ電話が使えなくなる等の不実告知で、安くなるということで勧誘して次々転用させていること。あと、半額にできますという不実告知、書面不交付、基本説明事項の提供条件の説明義務違反があると思います。その他の問題点として、インターネットをしていない独居の消費者に次々と電話勧誘をしているということであって、これがもし特商法であれば、過量販売解除や、不実告知による取消しも可能ではないかと思われる事例です。

事例3、FVNOの苦情対応に関する相談で、これは40代女性です。自宅に、A社利用者様に案内していますという電話があったので、契約中の新サービスの案内だと思っていました。今より1,500円安くなるというので変更に応じましたが、契約書が届かなくて、

状況がわからないまま、室内と屋外の2回の工事が終わってしまいました。どうやら事業者Cだということが分かって、Cに解約希望と伝えたところ、違約金8万円を請求されてしまいました。契約書を送った送らないのやりとりがあり、後日再送付された契約書を確認したところ、何と11個のオプションがついていました。当センターより経緯書を送りたいので住所教えてくださいとCに聞いたんですけれども、送ったって経緯書は破棄すると言われて、住所を教えてもらえないということが起こりました。Cを違約金なしで解約したいという御相談です。

事業法上の問題点としては、苦情対応がなされていないということ、販売目的隠匿、提供状況の説明義務違反、書面不交付に当たるかなと思います。その他の問題点としては、説明なく大量のオプション販売がされているということです。

事例4は、5年縛りのプロバイダーの御相談です。50代の男性です。大手通信代理店のAから電話がありまして、利用中のB光回線をA光回線に変更すると月額1,000円安くなりますと言われました。Aのスマホとのセット割引もありますよと言われて契約を承諾して、プロバイダーCというところから書面が届いて、工事も終わりました。ところが、スマホとのセット割引はなく、割引のためには、さらにプロバイダーをDに変更する必要があるということが判明しました。話が違ふと解約を申し出たところ、Aからは工事代3万円、プロバイダーCからは約6万円を請求されました。何とプロバイダーCは5年縛りだったので、5年目の更新月で解約しなければ約6万円の解約料がかかるということです。

問題点は、事実不告知、提供条件の説明義務違反があります。その他の問題点としては、やはり高額な違約金だと思います。消費者契約法における平均的損害を超える違約金条項の可能性もあるのではと思います。

事例5、IoT機器の販売、これは30代男性です。この方は、家では光回線と据置き型Wi-Fiがあつて、何とか通信料金を安くしたいと思っていたところ、A社代理店というところから電話料金が安くなるという電話があつて、IoT機器サービスを勧められました。後日、あなたはAプランというメールが届いたのと、冊子状の重要事項説明書というものが郵送されたんですけれども、複数のプランが記載されているだけで、自分のプランが何かがよく分からなかった。後日、IoT機器と格安SIMが届いたんですけれども、よく考えてみると何もIoT機器を購入する必要はないなと思ひ至りまして、解約を申し出たところ、IoT機器の残債10万円を請求されたというケースです。

この問題点としては、業法上の問題点は、提供条件の説明義務違反と書面不備。その他の

問題点としては、消費者契約法における不利益事実の故意による不告知とも言えるのではないかなと思いました。

では、3ページ目の下、3番目の、トラブルが起こる原因を、事業者、消費者または構造的な問題に分けてお話をいたします。

まず1つ目の事業者側の問題点なんですけれども、サービスを必要としていない消費者への勧誘、事業者名を明確に名のっていないということ。あと不実告知、事実不告知です。強引な契約の締結。ここは振り込め詐欺の被害者と同じ、平日の昼間に電話に出られる高齢者が実はターゲットになっているというところが問題かなと思います。事業者が、電気通信事業法をはじめとした消費者保護規定を理解していないか、軽んじているのではないかと、そのために業法の義務が遂行されないで、トラブルが起きるのではないかと思います。あとは、契約に関わる事業者が多過ぎて、契約の主体が不明確であるということ。最後に、高額なオプションの説明が不明瞭であるということ。

2つ目に、消費者側の問題点としては、契約書等を確認していないということ、また契約内容を理解していないまま放置してしまうという点。その理由としては、やはり電話で契約が成立しているという認識がないということ。最初に契約先を誤認してしまうと、後確認の電話があったとしても、その誤認がずっと続いてしまうという問題点があります。

構造上の問題点としては、消費者保護ルールのガイドラインで規定された説明書面というものの位置づけが、ちょっと曖昧なのではと思いました。例えば、契約前に説明書面というものを交付して、概要を口頭で説明することになっていますが、実際、電話勧誘の場合は、後日契約書面が届くことが実態としてあります。最後に、オプションに関して、書面交付義務はあるんですけれども、説明義務がないというところも、構造的な問題と思いました。

最後に、本当に厳しい意見かもしれませんが、要望を7つ述べさせていただきます。

1つ目、不招請勧誘の禁止。2番目、諾成契約から要式契約に変更してほしい。やはり説明書面を送付してよいですかというふうに消費者に確認して、送付後に後確認するという方法にしてほしいと思います。3番目、不実告知、過量販売に関する取消権の付与。4番目として、契約者の年齢が一定以上の場合、電話勧誘等の勧誘の禁止、これは適合性の原則の点からです。5番目、これはもう要望なんですけれども、行政指導もポイント制にして、総務省ホームページ上で開示して、ポイントが一定数を超えたら営業停止ということも要望します。6番目は、消費者と直接契約を交わした事業者だけでなく、取引に深く関係する事業者、密接関係者に対しても立入り等の厳格な対処の実施をお願いしたい。7番目、これは

私の昔からの希望ですが、業界における契約書面等のフォーマットや用語の統一。これは、例えば個別クレジットの契約書がどんな会社でも統一されているようなことをイメージしています。

以上です。どうもありがとうございました。

【新美主査】 御説明どうもありがとうございました。

続きまして、TCAの大橋様から御説明をお願いします。

【大橋】 電気通信事業者協会の大橋でございます。では、私のほうから、当協会の加盟社におけるF T T H・電話勧誘における苦情削減の取組について御説明をいたします。

1枚おめくりいただきまして、スライド番号ゼロ番の「はじめに」というところでございますが、F T T Hの電話勧誘における苦情相談については、従前からの課題としてTCAの対象事業者も対策に取り組んでいまして、その結果、苦情の発生としては低減傾向にあるというふうに認識をしております。一方で、依然としてまだ一定量の御相談をいただいているということで、モニタリング会合という、別の会議体になりますが、そちらでも御指摘あったということを受け止めて、改善に向けた取組を示しているところでございます。

スライド右下に苦情発生状況を示しておりますが、2017年度の電気通信事業者協会の相談窓口に寄せられたF T T Hの電話勧誘における苦情全体を100といたしまして、そのうち本協会に加盟する社に関するものを濃い青のグラフで示しております、それを年を追うごとにだんだん減少傾向しております、全体では今、2017年度全体に比べると35%程度という状況になっているところでございます。

1枚おめくりいただきまして、スライド1-1でございます。こちらからは、今年の6月にモニタリング会合で御説明をしました苦情削減の取組を再び載せて、御説明をしているところでございます。本年2月にモニタリング会合で改善・検討事項というものが決まりまして、それを受けた取組を御紹介しております。細かい内容は省きますが、まずF T T Hの電話勧誘におきましては、各社営業マニュアルの作成であるとか、あと研修の実施、応対チェックの実施といった取組を行っているところでございます。

次のスライドに移りまして、スライド1-2でございますが、高齢者のお客様への取組といたしましては、適合性の原則の確認として、電話勧誘の際には年齢確認を実施したりであるとか、あと御同居の家族がいらっしゃる場合には、その御家族の確認を経て同意を得ていただくとか、そういった取組も行っているところでございます。

高齢者への取組として、説明書面送付後の説明というものも始めるということを御説明

いたしました。次のページにお移りいただきまして、スライド番号2番でございますが、高齢者の苦情について比較的、やはりF T T Hの苦情相談が多いということもございまして、F T T Hサービスの高齢者に対する電話勧誘においては、このような実施フローで実施をしております。電話勧誘の提案を行った後に説明書面を送付して、その後、後確認の電話をして契約するという形を取るというものでございます。ただし、全てのケースにおいてこれを行うものではございませんで、高齢者の方でも十分理解をされている方もいらっしゃるということで、例外も設けておりまして、例えばインバウンドでお電話をいただいて受注しているケースであるとか、御家族に説明して了解が得られる場合にはこのような取組はしないということも定めて、実施することといたしました。

したがって、この説明書面を送ってから後確認を行うという取組については、該当する営業活動を行っている事業者全てにおいてやっております、具体的には、N T T 東西、K D D I、オプテージ、c t cの5社で取組を行うこととしているところでございます。

次のページに参りまして、3スライド目、効果のところでございます。こちらは施策を発表したタイミングから現在に至るまでまだ間もないということと、及び新型コロナウイルスの影響で営業体制がまだ通常に戻っていないということもありまして、現時点では定量的な効果の検証ができていない状況でございまして、個別の事例であるとか、一部想定の内容も含んだものでございますが、2点ございまして、お客様への丁寧な御説明の実現というところができたと考えております。具体的には、書面で視覚的に認識ができるので、理解の促進が期待されるとか、あと口頭のみ説明に比べて、説明に対する誤認を防ぐことが期待される。代理店にとっても、紙が手元にあるということで、説明しやすいといった声がございました。また、消費者保護に向けてさらなる意識啓発といたしましては、代理店に対しても消費者保護をやるということをしっかり意識づけできたと思っておりますし、高齢のお客様に対する丁寧な説明や確実な意思確認の徹底ということが意識づけできたと思っております。

次のスライドへ行っていただきまして、4ページ目です。実施に当たっての課題というところでございますが、苦情削減という効果が期待される一方で、利便性の低下という面もございまして、お客様にとっての利便性の低下という面では、やはり書面到着後に後確認となりますので、申込みから開通までのリードタイムがどうしても長期化してしまうということであるとか、あと、何らかの事情で連絡がつかず途絶えてしまった場合には、開通に至らないということで、お得にサービスを利用する機会を逸してしまうということも考えられ

と思っています。また、事業者のサイドとしては効率性という面ですが、一度書面を送るという手続が入りますので、その追加稼働、コストとか様々発生するということもありますし、こちら連絡がつかずに工事に至らないという場合には、提案機会を逸してしまうということも考えられるかなと思っています。今後もこの取組を継続しながら、課題解決に向けて事業者間で情報共有しながら、TCA加盟社として業界全体での適正化に努力してまいりたいというふうに考えております。

説明は以上でございます。

【新美主査】 どうも御説明ありがとうございました。

それでは続きまして、テレサ協のFVNO委員会の岡本様から御説明をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

【岡本】 テレコムサービス協会FVNO委員会の岡本でございます。FVNO委員会の消費者に関する活動について御報告させていただきます。

おめくりいただきまして2ページ目、委員会の全体構成になりますので、こちらは割愛させていただきます。

3ページ目、消費者保護に関する活動というところで、FTTHサービスの苦情減少に至っていない状況でございますけれども、これまで委員会のほうで様々な対策を検討、実施してきております。FVNO委員会加盟事業者12社で、消費生活センターからの苦情件数ですけれども、2017年1,164件から、2019年度734件と、3割近い減少となっております。引き続き、苦情、高止まりしている部分もございますので、縮減に向けて取り組んでまいりたいと思っております。

これまでの取組としては、こちらに記載のとおりで、マニュアル・ツール類を作成し、周知を行ってきております。また20年3月、あと10月にも行政指導が出ておりますけれども、そういった点についても各社への適正な営業活動について周知、お願いしているところでございます。

2020年度の取組として、こちらの委員会で作成しているマニュアルに、フォローコールの強化であるとか苦情相談事例であったりとか、事業法改正に伴うトーク例を追加しているところです。また、消費者センター向けに光コラボの理解促進用のマニュアルを作成しまして、今年8月に展開しております。

おめくりいただきまして、4ページ目になります。マニュアルに追加しましたフォローコールの強化の部分ですけれども、フォローコール時の注意点とトーク例ということで、次ペ

ページに実際、抜粋が載せてあります。こういった形で一覧にしてトーク例とポイントをまとめて、事業者のほうに展開しております。

次に、6ページ目になります。お客様からの苦情・相談事例ということで、よくある苦情相談内容と、それに対する改善ポイントというものを、6ページ目は高齢者対応、7ページ目は事業者変更ということでまとめて、こちらもマニュアルのほうに追記しております。

次に、8ページ目になります。事業法改正に伴う自己の名称または勧誘である旨を告げずに勧誘する行為の禁止について、昨年10月ありましたので、こちらについても具体的なトーク例といったものをマニュアルのほうに追記しております。

続きまして9ページ目、こちらは消費生活センター様向けの光コラボマニュアルになりますけれども、現場の方が対応に苦慮している状況などを踏まえまして、マニュアルを作成しております。10ページ目がマニュアルの目次になりまして、こういった内容のものになります。11ページ目がそのマニュアルの一部抜粋で、F T T Hサービス通信事業者区分というものですけれども、F T T Hサービスは光コラボ以外にも様々なサービスが提供されておりますので、実際に苦情対応されるときにどの事業者と連携していったらいいのかというところを分かりやすく一覧にまとめたものになりますので、こういったものを御活用いただけたらと考えております。

次に、12ページ目になります。その他今後検討していく事項として、先ほどから御説明ありますけれども、F T T Hサービスの電話勧誘が苦情の過半数を占めているということで、委員会の加盟会社の取組状況として、光コラボ事業者8社が電話勧誘を実施しております。下にあるように、マニュアル・ツールの展開であったり、独自のトークスクリプトを作成したり、あとはモニタリング等、消費者トラブル縮減に向けて各社取組を実施している状況でございます。

13ページ目になります。高齢者に対する電話勧誘時の説明書面送付後の後確認の実施の検討についてでございます。先ほどの光コラボ8社に確認を取ったところ、実施済み2社、実施可能3社、要検討3社ということで、要検討の要因としては、システム面であったりコスト面であったりといったところが懸念としてあるようではありますが、今現在、具体的な運用イメージは、議論はまだしていませんけれども、今後のタスクフォース等で検討していきたいと考えております。

最後に、光卸事業者、コラボ以外の消費者トラブルというものも少なくない件数が発生しているという分析が出ておりますので、こちらについても総務省様と連携を図って、協会内に

タスクフォースを新設する等して、縮減に向けて検討していきたいと考えております。

私からは以上となります。

【新美主査】 御説明どうもありがとうございました。

それでは、これまで御発表いただきましたことに関しまして、御質問、コメント等がございましたら、御発言よろしくお願いいいたします。なお、御発言を御希望される方はチャット欄で合図をしていただければ、こちらのほうから順次指名させていただきますので、よろしくお願いいいたします。どうぞ御発言、お願いいいたします。

それでは、森先生、どうぞよろしくお願いいします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。かなり久しぶりの会合でしたが、衝撃的な内容ではあったかと思えます。最初の消費者相談の3者の御説明との関連でお尋ねをしたいんですけども、それぞれ具体例を挙げていただきました。この具体例の発生時期について、お話の中にあっただけかもしれませんが、3か月前とかそういうのもありまして、この3か月は今から遡って3か月なのかということ、それぞれNACSさんと日本消費者協会さんと東京都の総合センターの3者にお尋ねしたいと思えます。よろしくお願いいします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、御質問でございますので、どうぞ答えられる範囲でお答えいただきたいと思います。よろしくお願いいいたします。

【宇野】 日本消費者協会相談室の宇野でございます。

【新美主査】 はい。お願いいします。

【宇野】 相談を受けた時期は6月、この方のトラブルの発生した契約は9月からと思えます。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかの、例えばNACSさんのほうから何かございますか。

【金藤】 NACSの金藤でございます。どちらかという、これは具体的な事例でなくて、その傾向をまとめたものですが、このまとめたエッセンスになるものは今年4月以降の相談ということです。大体やはり6月とか、そういうような時期の相談をまとめさせていただきました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは東京都の消費生活総合センター、木村様、いかがでしょうか。

【木村】 事例1は今年4月頃です。事例2は今年5月頃、事例3は今年になってからと

ということです。事例4は昨年、2019年です。事例5は今年の6月頃だと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。森先生、よろしいでしょうか。

【森構成員】 はい、結構です。ありがとうございました。

【新美主査】 では続きまして、長田さん、御発言をお願いいたします。

【長田構成員】 長田です。TCAさんにまず1つ御質問がありまして、1ページの「はじめに」のところにある、苦情相談が減っていますというのなんですけれども、これは電話勧誘チャネルの苦情件数が減っていますということなんですけど、TCAの相談窓口に来ている相談件数は、その総数がどうなっているのか。その中に占める割合がどうなっているのかというのをちょっと教えていただきたいんですけど。

【新美主査】 それでは、TCAさん、よろしく申し上げます。

【奥田】 TCA事務局の奥田です。御質問いただきましてありがとうございます。まずこのグラフにつきましては、TCA相談窓口に入ってきた件数のうち、役務でFTTH、チャネルで電話勧誘で、申告種別で苦情に絞り込んだものの傾向になります。総数なんですけれども、2016年度以降は対前年で少しずつ増えていっている状況になります。ですので総数が微増傾向の中で、減少傾向ということになっております。

以上でよろしいでしょうか。

【新美主査】 長田さん、いかがでしょうか。

【長田構成員】 ありがとうございます。今日3団体の、相談を実際やっていたところでは、増えているというか、深刻な問題だと考えていらっしゃると思うんですけども、TCAのほうでそれが減っているというのは、何か様々な、先ほど御紹介いただいた取組の効果が上がっているというふうに判断されているのでしょうか。

【新美主査】 TCAさん、いかがでしょうか。

【奥田】 TCAの奥田です。TCAとしては、そのように考えております。

【新美主査】 それでは続きまして、市川さん、御発言をお願いいたします。

【市川構成員】 市川でございます。各団体さん、ヒアリングへの御協力ありがとうございます。私は2団体さん、NACSさんと日本消費者協会にお伺いしたいのですが、事務局及び東京都の消費者センターからは全体の傾向感の数字のほうをいただいておりますが、今回御両者に非常に貴重な現場の声をいただいております。恐らく担当されているセグメントによって違ったりすると思うのですが、電話勧誘における、この光及び電気通

信のサービスに関する苦情の分量といいますか、割合というのは、大体皆さんの現場でお感じになっている感じと、先ほどの事務局のまとめであったり、あるいは東京都の消費者センターさんが示されているような割合と近いものでしょうか、あるいはもっと多く感じているものでしょうか。それぞれ、感覚で構いませんので、教えていただければと思います。お願いいたします。

【新美主査】 それでは、どうぞお答えいただけたらと思います。NACSさんと消費者協会さんですかね、よろしく申し上げます。

【金藤】 では、NACSの金藤です。御相談についてお答えしますけれども、NACSは相談室というのが別にありまして、相談室のほうの統計でどのくらいのパーセントかというのは、ちょっと私のほうでは把握していません。どちらかという、やはり通信全体ではMVNOとか、モバイルのほうの方が固定回線よりは多いというのは事実です。ただし、今回の固定回線、電話勧誘に関しては、やはり固定回線のFTTH関係の相談が多いということで、その内容をまとめて出させていただいたので、ちょっとパーセントということは把握していません。申し訳ございません。

【市川構成員】 いいえ、ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、消費者協会さん、どうぞお願いします。

【宇野】 日本消費者協会の宇野でございます。日本消費者協会は相談件数として、残念ながらそうそう多くはありませんので、本当に感覚的なものですが、入ってくる相談は、今紹介させていただいたような高齢者の、よく分からないトラブルというのがあります。全体として、本当に感覚的なものですが、一番最初に総務省さんのほうで発表されたように、国民生活センターが出している統計と同じような形で相談というのは動いているなという印象でございます。なので、何というんでしょうか、正確に増えているとか減っているとか、そういうことは申せませんが、やはりこういった相談が入ってくるという現状を感じております。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、近藤さん、御発言お願いします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。すみません、今チャット欄には書き込ませていただいたんですけども、木村先生が飛ばされてしまったということで、近藤先生の前に一度、木村先生を御指名いただけるとありがたいです。

【新美主査】 はい。それでは、どうぞ木村さん、お願いします。

【木村構成員】 主婦連の木村です。御説明ありがとうございます。本当に消費者被害が多いということで、私も大変頭を悩ませているところですが、大変多くの相談件数があるということで、この被害に対して、被害の回復と申しますか、解決するという割合、感覚的にどのような感じなのかを教えてくださいたいと思います。と申しますのは、やはり被害の回復が難しいものが多いのであれば、もちろん少なくともですが、未然防止が大変重要だと思っておりますし、その辺りの感覚をぜひ、相談を受けている方々にお聞きしたいと思います。被害回復の感覚、大体、やはり難しいのかということと、解決の時間がかなりかかるのかというあたりのニュアンスを教えてくださいませんか。

以上です。

【新美主査】 どうぞ。今の質問、なかなか答えるのは難しいかもしれませんが。

【木村構成員】 答えられる範囲で構いませんので、よろしくお願いいたします。

【木村】 では、東京都消費生活総合センターの木村からお答えいたします。今の5事例があまりにもひどい事例だったということもありまして、ほとんどが解決しました。例えば違約金なしでの解決などです。ただ事例4に関しては、あくまでも5年縛りだということで、解決に至ることはできませんでした。また事例5に対しては、御本人様が経緯書を書かなかったということで、相談を終了しております。

以上です。

【新美主査】 今の東京都さんのほかに御発言ありましたら、どうぞ。NACSさんも消費者協会も、ありましたら、どうぞお願いします。

【金藤】 よろしいですか。

【新美主査】 はい、お願いします。

【金藤】 NACSの金藤です。今、東京都のほうから説明があったように、私どもも割と解決はしています。解決しているというのは、例えば問題点の4のところ、新規参入の代理店が多くて連絡がつかないというのがありましたけれども、やはり相談して下さっている方は、何か問題だなと思って、どうしようということで相談してきているんですけども、ここに連絡がつかないというので、センター、こちらからもその業者さんにかけてみても駄目だというときは、結局は、契約書面がまだ届かないので、仕方がないですから契約書面を待って、その段階で初期契約解除できますというような説明をして、何とか解決に持っていつているというところはあります。

ただ、やはり解約、解決が困難になるというのは、金額が高くなったというものです。2

のところリスクを明示しない説明とありますけれども、実際に契約をしてしまって最後の請求が来てしまう、いわゆる初期契約解除も、もう期間を逸してしまって、工事なんかをして工事料が発生しているという場合には、すごく大変になりますし、解決しない場合には、仕方ないからそのまま継続するというようなことも発生はしています。

以上です。

【宇野】 日本消費者協会の宇野でございます。

【新美主査】 はい、お願いします。

【宇野】 感覚的なもので、先ほど申し上げ……、感覚的というのは、たくさんの事例を持っているわけではないので、記憶の範囲である程度のところをお伝えとすれば、その状況にもよりますが、工事料金というのは支払って終わるという場合が多いです。ただ業者のほうもいろいろな部分で、事実の不告知、不実告知があったのではないかと認めて、違約金は頂きませんという場合もあります。何かは引いてくれるという場合が多いと思いますが、では消費者が何も、無傷で解約ができるかという、何かは支払わされているという現状かと思えます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、近藤委員、よろしく御発言をお願いいたします。

【近藤構成員】 近藤でございます。私が質問したかったことは、まさに木村さんが今聞かれていたことなので、関係者の方から御返事いただいて、納得いたしました。私はこの東京都の木村相談員の御提案とか御要望に全面的に賛成でありますので、ぜひとも前向きに検討していただけるようお願いしたいと思います。5年前に私たちが近所の人たちでアンケートを取ったときにも、本当に同じような結果でございました。70代の男性の被害が一番多かったです。ですので、ぜひ木村さんの御要望全部、7つ取り入れていただけるように支持いたします。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。北さんは後で意見を言いたいということですので、後に回します。

それでは、平野さん、どうぞ御発言をお願いします。

ちょっと平野さんのほうに届いていないようですので、では黒坂さん、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。皆様、御発表ありがとうございました。恐らく皆様共通すると思っているんですが、具体的に記述いただきました東京都消費生活総合センターの木村さんに教えていただければと思います。まとめていただきました中で、4ページ目に当たりますか、トラブルが起こる原因の1、事業者側の問題点というところで6ポツ目です。電気通信事業者自らが、電気通信事業法をはじめとした消費者保護規定を理解していないか軽んじている、そのためトラブルが起こるといふ御指摘があったかと思います。これは非常に重大な指摘であろうかと、その次の代理店が多いというところは感覚として理解できるころ、あるいは数字で出ているところは理解できるんですが、電気通信事業者自らというところに関しては、この検討会として重く受け止める必要があるかと思っていますが、電気通信事業者自らが何か軽んじているというようなことが認められたケース背景状況があれば御説明いただけないでしょうか。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、T C Aさんへの御質問ですので、お答えいただけますでしょうか。

【黒坂構成員】 ごめんなさい、これは東京都消費生活総合センターの木村さんに記述いただいたことですので。

【新美主査】 分かりました。では、東京都のセンターのほうから、どうぞよろしくお願ひします。

【木村】 東京都のセンターの木村です。今の御指摘、私どもも相談を受けていて、今までは電気通信事業者さんというと非常にビッグで、法律のことも非常に熟知しているというイメージを持っていたんですけども、昨年度、代理店を含めて事業者の届出制というものができて、私はその制度はものすごくいいと今でも思っているのですけれども、参入が容易になったというようなことがございまして、今までとはちょっと毛色の違う小規模な事業者さんが電気通信サービスに参入してきているというイメージがございまして、もしかしたら電気通信事業法をよく御存じないのかなと思えるようなケースが出てまいりました。そこで、あえてこの言葉を入れさせていただきました。よろしいでしょうか。

【新美主査】 よろしいでしょうか。

【黒坂構成員】 はい。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、先ほどちょっとマイクがオンにならなかったということでパシました平野さん、どうぞ御発言、お願いいたします。

【平野主査代理】 中央大学国際情報学部の平野でございます。カメラはいつものとおり、どうも映らないので、申し訳ございません。音声だけで質問させていただきます。

特に質問させていただきたいのは、今お答えいただいた東京都センターさん、それからNACSさんの資料2-1につきましてでございます。なぜこういう電話勧誘のあまりにもひどいような事例が起きるのかなと、なかなか立証は難しいんですが、仮説として、これ、COVID-19、コロナの、非常に景気の悪化があって、それで新規参入とか、もっと言うと、ちょっと、何というんですかね、世界の違う人たちも入ってきているのかなと。それに対しては当然厳しく対応しなければいけないというふうに私は思っていますが、それで、感覚として、私の理解が正しいのか、実は今、大学生でもオレオレ詐欺の受け子みたいなのを強要されたりとか、問題が発生すると耳に入っております。同じような、何というんでしょうね、真っ当ではない人々がこういう電話勧誘のところに入ってきているという、そういうような感覚はおありかどうか、NACSさんと東京都センターさんにちょっとお答えいただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【新美主査】 どうもありがとうございます。それでは、NACSさん、東京都のセンターさん、順にお願いします。

【金藤】 NACSの金藤です。そこまでこちらでは詳しく分析とか把握はしていないんですけれども、やはりホームページなんかを見て、販売代理店なんかはいろいろな事業をやっている業者さんが多くなっているのかなという気はします。それで、勧誘して1件当たり、勧誘したら何ぼというようなインセンティブを取ろうという業者さんが増えているのではないかなという気はします。実際の相談を受けたときに、ホームページは、出てきたその業者さんの販売代理店の名前からすると、全然関係ないような事業ばかりやっているところだったけれども、最終的にはそういうところが勧誘していたというのもありました。そういうところでやはり、コロナの影響かどうかは分かりませんが、いろいろな業者さんが多角的に、販売代理店として参入しているというところは肌感覚であります。

あと、先ほどの勧誘のところで、3の交付のタイミングが違うというところで、最初に説明した人がいて、何となく契約しそうかなというところで次に出てくる上司という人は別なんですね。ですから、やはりもしかしたら、オレオレ詐欺の受け子とか、そこまではいきませんが、何かバイトの人にまず取りあえず手当たり次第に電話をかけさせて、そして結構この人はいいかなと思ったところで、ちゃんとその販売代理店の上司が出てきているのではないかなというところは、感覚的に感じております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続いてお答えをお願いします。

【木村】 東京都のセンターの木村でございます。詐欺の業者とまでは思いませんけれども、やはり今までと本当に違った事業者が参入してきていると思います。本当に詐欺かどうかは、可能性としては想定はできますが、立証は難しいというところです。すみません。

【平野主査代理】 ありがとうございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

時間ちょっと過ぎていますが、石田さんに御発言いただいて、その後、北さん、御意見があるということですので、北さんで一応このテーマについては終えたいと思います。

まず石田さん、御発言をお願いします。

【石田構成員】 3団体の皆さん、御発言ありがとうございます。まさしく実感そのとおりというところです。東京都さんの相談の3分の1が電気通信サービスだというのは、非常に驚きました。

私のほうからはテレコムサービス協会さんにお伺いしたいんですが、FVNO委員会の活動の中で、FVNO委員会の加盟事業者が12社ということでしたけれども、昨年、2019年の電気通信事業法の改正で、自己の名称を名のって勧誘するということになっておりますけれども、名のらないで勧誘を行って誤認させて契約させたということで行政指導を受けている事業者さんがいらっしゃいますが、FVNO委員会に入っていない事業者さんでしょうか。お伺いしたいんですが。

【新美主査】 それでは、どうぞよろしくをお願いします。

【岡本】 テレコムサービス協会FVNO委員会の岡本です。こちら資料の3ページ目のほうに記載のある20年3月の業務改善命令のあくびコミュニケーションズに関しては、当協会に加盟しておりました。

【石田構成員】 はい、分かりました。その他は違う事業者さんということですね。

【岡本】 そうです。

【石田構成員】 加盟の事業者さんが少ないように思いました。FVNO委員会さんで、対応マニュアルとか、勧誘のときにどのように名前を名のったらいいかとかまで作られているので、ぜひともこのFVNO委員会に入られる事業者さんを増やしていただきたいと思うんですけれども、FVNOの方が御先に何かを言うということにはできないということだとは思いますが、光卸を行う場合にはこういうところに加入してくださいという御案

内をしていただけたらいいのかなと思いました。これは要望ですが、お願いしたいと思いません。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、北さん、意見があるということですので、御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。消費者団体の皆さん、御説明ありがとうございました。こういったトラブル事案の説明を聞くたびに、関係者の1人として消費者の皆さんに申し訳ないと思うとともに、本当に悲しくなります。皆様からの御要望についても、全てそのとおりだと思えます。というよりも、これまで再三再四議論して、一定のルール化を図ってきたはずの事項がほとんどなんですよ。後確認という仕組みが導入されるということで、私、苦情相談の縮減に効果が出るなど大いに期待していたんですが、これが適切に行われていない、あるいはまだ実施検討していると、段階とのことでした。

こうなってきますと、F T T Hの電話勧誘における消費者保護は、新たなステージに入ったと考えざるを得ないのではないのでしょうか。高齢者を食い物にするような輩は徹底して市場から排除しなければいけないと思えます。こちら側の対応もギアを上げる必要があるのではないかと思います。近藤さんの御意見と同様、都の消費生活相談センターの木村さんから出された7つの厳しい御要望について全面的に賛同いたしますし、真正面から検討すべきだと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。非常に痛いところ、事業者さんからすると痛いところをつかれたという御意見だと思いますが、私も若干コメントいたしますと、電話勧誘というのは、契約の成立という法的な観点からいくと、極めて異例といえますか、例外的な契約成立形態だと思います。本来十分な情報に基づいて、熟慮した上での意思決定があることが契約の成立の根本になるわけですが、本当にそれが確保できているのかどうか。そういう観点から、今、北さんがおっしゃったように、電話勧誘による契約を捉えていくことが、改めて考える必要があるんじゃないかと考えております。これは今後我々が議論を重ねていくことだろうと思えますので、ぜひ皆様方のお知恵をいただきたいと思えます。

それでは、取りあえずこの電話勧誘についての情報交換については以上にさせていただきます。

それでは続きまして、議題2のその他のテーマについて、事務局から御説明をお願いします。よろしくをお願いします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。資料3-1を基に御説明を申し上げます。こちらに関しましては、第21回で幾つかテーマ設定をした中でその他としておりまして、随時新たなテーマが見えてきた段階でそれを組み込んでいくというふうにさせていただいていたところを踏まえたものでございます。先ほど森先生からもいただいたように、ちょっと間が空いてしまったこともありまして、いろいろと課題が見えてきましたので、これを掲げさせていただいているものでございます。参考資料も含めて、非常にページ数が多いもので、ところどころ割愛しながら御説明させていただければと考えております。まずは2ページから御覧いただければと思います。

2ページが追加の検討テーマの1ということで、消費者トラブルの解決に関するさらなる手法についてと掲げさせていただいているものでございます。まず上から順にいきまして、これまで電気通信事業法の中での消費者保護に関しましては、不実告知等の禁止などの行政規律のほか、初期契約解除制度のような民事効を整備してきておりますけれども、電気通信サービスの契約時、あるいは契約初期のトラブルの防止に主眼が置かれてきたものと考えております。一方で、インターネットに係る通信サービスというのは、このサービスの品質が必ずしも常に一定していないということで、契約から一定期間が経過した場合で消費者トラブルが発生していることがあります。具体的には、事業者側の事情によって利用者が契約時に想定していた品質のサービスというのが享受できない、このような場合でも違約金が請求される場合がございます。これでトラブルが起きているという事例が散見されるところであります。

また、トラブルに至った事案の解決に関しては2つほど課題が見えておりまして、1つが、トラブルの解決というのは基本的には当事者間でまず話し合いをされ、そして解決が進まない場合には各地の消費生活センターによるあっせんなどで解決をしていただくということになります。これでもうまくいかない場合には、最終的には裁判所の解決というのが想定されておるものでございます。一方で、裁判で争われる金額、仮に被害が認定された場合には被害額となるものですが、これは最大で数十万円、そうでないそれ以下のものも非常に多いという状況にございまして、いろいろな形の訴訟があるせよ、訴訟というものに関するインセンティブというのがあまり高くないということがございます。また、これは携帯電話サービスやF T T Hサービス、I S Pサービスなど、先ほどの説明の中にもあったかと思うんですけれども、複数の契約がバンドルされることが非常に多いということと、実際の契約事務は販売代理店が担っていることが大半であるということからしますと、利用者や

事業者あるいは販売代理店、この辺りの認識の齟齬が非常に生まれやすいという環境があり、言った言わないといったことが争点になることもあるなど、1件1件のトラブルの内容が複雑で、解決に専門性が必要となると考えています。

というところから、主な論点として、3つほど掲げさせていただいております。1つ目が契約時におけるトラブルの一層の防止に向けて、先ほどの要望にもありました初期契約解除制度の改善などについて検討できるようなところはあるかということでございます。2点目、期間拘束契約、これ自身は当然ビジネスモデルとして否定されることではないんですけども、事業者側に帰責事由があるような場合に関しても同様にいいのか、消費者保護の観点から期間拘束契約に一定の制約を設けることも議論の余地があるのではないかとしております。また3点目、これは5年ほど前、電気通信サービス安心・安全研究会の本体や、その下位の会合において、通信サービスの解決は訴訟になじまないというように、上で言ったところの1つ目の課題、これと同様の理由をもって、第三者機関により苦情相談の処理を行うような仕組みを設けることについて議論が行われました。その結果として、1つの解決策として、電気通信事業者協会において、業界横断的な苦情相談窓口を設置し、総務省においてこの取組をフォローアップしていくということになっております。これについて、この段階で改めてフォローアップをしていく、効果を検証していく必要があるのではないかとしております。

進め方の案として示させていただいているのが、電気通信事業者団体、場合によっては個社、あるいはここで最後に書いた苦情相談の処理みたいなどの延長線上としてADRの専門家、このような方々にお話を聞くというのはいかなるかというふうにさせていただいております。

3ページ以降、これに関連する参考資料を示させていただいております。御承知のような初期契約解除制度とは何かというものであったり、4ページ目にあるように、違約金というのが今現状どれぐらいの額や形態になっているかというのを示しているもの、あるいは5ページ目、6ページ目は、今申し上げた平成26年や27年頃の苦情相談の処理の在り方に関するもので、様々な課題がある中で、TCAに苦情相談窓口を置いていただくというのが先進的な取組として始まったという経緯を示しているものでございます。

駆け足になりますけれども、7ページ目に次の課題、新たな検討テーマのその2を書かせていただいております。これはまた別の論点になるんですけども、5Gエリアの利用者への訴求に関する課題ということで書かせていただいております。

これは、上からいきまして、本年の8月、総務省のほうで制度の改正がありまして、既存の4Gなどで利用されている周波数帯、4G用周波数帯とここではさせていただいておりますけれども、これを5Gに転用するということが可能になりました。MNO各社においては、この転用準備が進められており、順次その開設計画の変更なども申請いただいているというところがございます。今後これまでよりもさらにスムーズな5Gの面的なエリア展開というのが可能になる見込みが立っているという状況であります。

このような4G用周波数の転用というのは、5Gの特性である低遅延などが広いエリアで実現されていくという大きなメリットを持つと考えておる一方で、超高速の特性に関しては、使用する周波数の帯域幅によるところが大きいため、帯域幅が狭い4G用の周波数を用いた5Gサービスでは、このような特性というのが十分に実現されにくいというような特徴があると思っています。また、後述のように、米国では各社の5G関連の一部の広告表示について、民間の広告審査団体から中止勧告が行われたということがあり、5Gをめぐる広告表示の在り方については、一般論で申し上げて注視が必要ではないかということがございます。

主な論点として書かせていただいているのが、一般の利用者にとって5Gの超高速の特性の期待というのは非常に大きいと考えています。やはり一番分かりやすいのがこちらの特性であるということから、これを踏まえますと、テレビCMや店頭広告、ウェブサイトなどでの表示に関して各社の5Gの訴求が適切に行われていくように、モニタリングをしていく必要があるのではないかとさせていただいているものであります。

進め方としましては、MNO各社の方にヒアリングを実施しまして、5Gエリアの利用者への訴求について考え方を聴取するというふうにしてはどうかと考えておるところでございます。

8ページ以降、これに関連する参考資料でございまして、8ページはよく使われている5Gとは何かというものであったり、9ページは今申し上げた4G用に使われている周波数帯の5Gへの転用を絵で示したような概要。10ページ目には、もう少し細かく、どの周波数帯がどう使われていくのかという概要、それから11ページ目には、本日も参加されている長田委員が電波監理審議会のほうで御発言、この点に関して御指摘いただいた際の議事録の抜粋をお示ししております。適宜御覧いただければと思います。

また12ページからは、数ページにわたって、先ほど少し申し上げた5Gの広告表示に関する米国の事例を紹介しております。これも長くなるので、かいつまんで申し上げますと、

米国では民間の自主規制を置いているような広告審査の団体がありまして、こちらから大手3社に対して、それぞれ5Gに関連する広告について中止の勧告があったというのを、12ページでは表に示し、13ページ以降、個別の具体例についてお示しをしているものでございます。後で御覧いただければと思います。

最後に16ページをお開きいただきまして、こちらは新たにもう一つ、テーマとして掲げるものでございまして、販売代理店の在り方に関するものでございます。これは携帯電話のキャリアショップをはじめとしまして、販売代理店というのは電気通信事業者と利用者をつなぐ身近な窓口としての機能があると考えています。このため、利用者が自らの使い方に合ったプランを選択したり、利用に当たってのサポートを受けたりする上で、販売代理店の果たす役割というのは非常に大きくなっているというふうに考えています。一方で、携帯電話をめぐる環境の変化や新型コロナウイルス感染症の流行などによって、販売代理店を取り巻く環境というのは近年大きく変化をしていると考えています。

というところを踏まえまして、主な論点として、例えば、販売代理店を取り巻く環境が変化していく中で、適合性の原則を担保する観点から何か課題はないかということ、あるいは、販売代理店が持続的に事業を展開していく上で解決すべき課題はないかということ、この2点を取り上げさせていただいているものであります。

進め方として、まずは販売代理店やMNO4社に対して、ヒアリングその他の方法によって課題を把握することから始めてはどうかとさせていただいているものでございます。

以上、大変駆け足になりましたけれども、説明とさせていただきます。何とぞ御議論のほう、よろしく願いいたします。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。それでは、ただいまの説明に関しまして質問等がございましたら、御発言よろしく申し上げます。先ほどと同じように、チャットの欄に合図をしていただければ、指名させていただきます。よろしく申し上げます。

それでは、まず中央大学の西村さん、御発言をお願いします。

【西村構成員】 中央大学法学部の西村でございます。御説明ありがとうございました。質問というのが、事務局ではなく、TCA様のほうに1点質問をさせていただきたいのと、コメントが1点ございます。

先に質問といいますのが、今回事務局のほうで用意していただきました資料3-1、右肩番号2にある論点の3つ目というところでございます。主な論点3つ目で、御説明にもありましたように、TCA様のほうで一定の集約をしていくというのが平成27年以降、確立し

た、あるいはつくられたというふうに伺いましたが、この取組につきまして、本日前半部分でT C A様のほうから説明があった資料2-4、これのどの部分に当たるのか。もしくは別途何か説明できるようなことがあれば、ぜひお伺いさせていただければと思っております。以上が質問でございます。

コメントにつきましては、5 Gエリアの利用者への訴求についてでございます。やはり広告宣伝の手法として表示というものが全面的に出て、その表示が優良誤認や、その他景表法上も大きな問題を引き起こすということは周知のことかと思っております。ただ、その前提といたしまして、利用者の合理的な判断の基礎となるような、例えば適切なエリア情報の入手というものが必要になるかと思っております。各社ホームページ等で今後、紹介や展開が行われるかと思いますが、やはり適切な情報入手するまで、ホームページに行ってからクリックを何度もしなければその情報にたどり着けないというような問題も出てくるかと思っております。各社様とも、可能な限りクリック数を少なくした上で適切な情報にまでたどり着くようなホームページ構成というものを考えていただきますようお願いいたします。

私からは質問1点、コメント1点の以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは質問、T C Aさんのほうからお答えいただけたらと思います。

【大橋】 電気通信事業者協会の大橋でございます。御指摘のT C Aの相談窓口でございますが、本日御説明した1ページ、スライド番号ゼロ番右下のグラフ、そちらが当協会が設置している相談窓口に寄せられたF T T Hの電話勧誘で、かつ苦情の件数の推移を示したものでございます。

以上でございます。

【新美主査】 西村さん、よろしいでしょうか。

それでは、長田さん、発言をお願いします。

【長田構成員】 長田です。今回御提案いただいた3つの追加のテーマは、ぜひ取り扱っていただきたいなと思っております。5 Gの表示のところは、もともとはこの検討会で北さんや黒坂さんからも御指摘が既にあったものだったというふうに私は思っています。私が別に所属している電波監理審議会の委員の先生方も、今回私の発言だけを紹介してくださっていますけれども、非常にこれは大きな課題だというふうに思っていて、皆さん声をそろえていただいていたところなので、ぜひ御検討いただければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、市川さん、御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶應大学の市川でございます。私も、この3点とも、それぞれ時宜にかなったものですので、ぜひ進めていただきたいと思います。その上で、1つ目、追加の検討テーマ1について、コメントを申し上げたいと思います。

先ほど事務局から御説明ございました平成27年頃に、私はこの検討枠組みに加わりまして、このADRの話もしたものでございますけれども、その当時でもやはりだんだんサービスが難しくなってきた、今回も直接消費者団体さんから御紹介いただいたように、バンドルされてくるサービスが増えてきています。かつそもそも、今日のFVNO委員会さんからの御説明の紙にもありましたけど、消費者団体さんにおいてこれを見て対応をお願いしたいという紙自体が、もう物すごく既に複雑な事業者が増えてきていて、かつプロでないと分からないという契約関係といいますか、事業者の関係性が出てきているということが示されています。あと先ほど北さんがおっしゃった、この量と質を見ますと、やはり新しいステージに来ているのではないかと思われるような状況があること、また、東京都の消費者センターが指摘され、黒坂さんもおっしゃった、電気通信事業者の責任としてここの市場の規律をちゃんとしないと、そもそも健全な電気通信市場がおかしくなるのではないかというような危惧を非常に感じる今日の各御報告だったと思います。賛成であるという結論は何も変わりませんが、ぜひこの検討テーマ1についてはしっかり臨んでいきたいというふうに考えております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、北さん、御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。この3つの検討テーマの追加につきまして賛同いたします。その上で、2番目と3番目についてコメントいたします。いわゆるなんちゃって5G問題につきましては、利用者に優良誤認を与えないものになっていないかということについて、しっかりモニタリングしていくことに賛同します。個人的には、スマートフォンのアンテナピクトに5Gプラスとかプレミアム5Gと表記させることを望んでいるのですが、これはちょっとハードルが高いと思いますので、まずはエリアマップ上でしっかり色が塗り分けられるということを期待しています。ただ、これにつきましても、そもそも現時点では、各事業者さんのエリアマップや携帯のアンテナピクトに採用されているエリア

カバーの指標や数値基準が統一されていないんですよ。例えば、実際同じ受信信号強度でも、A社はエリア外、B社はエリア内となっている可能性があります。ぜひ統一的なエリアカバーの指標と数値基準を検討していただきたいと思います。

3番目の販売代理店の在り方についてですが、先週の検証ワーキングでも発言いたしましたが、本日のアクションプランを受けて各事業者さんから安いプランが出されたとしても、あるいは幾らスイッチングコストを低減したとしても、利用者がそのプラン、新プランに変更したり、あるいはキャリアを乗り換えなければ、安くないわけですね。その実現においては2つのハードルがあります。1つは、シニアなどにとっては、プラン変更はもとよりSIMロック解除の手続、MNPによるキャリア変更の手続、あるいはMVNOへの乗り換え、これは非常にハードルが高いんですよ。ICTリテラシーの低い利用者向けに、おそらく既存のキャリアショップとは別に、利用者ファーストで、キャリア中立な、そういった手続を支援するような仕組みの創設が求められるのではないかと考えています。

2つ目のハードルは、これもアクションプランで適合性の原則に反する勧誘や説明について言及されていますが、キャリアショップにおける手数料体系、評価指標が問題なのです。サブブランドよりもメインブランド、下位プランよりも上位プランを獲得したほうが著しく高い評価ポイントとかインセンティブが支払われるような指標になっているのだとすれば、結局現場では適合性の原則に反した販売をショップスタッフは強いられてしまうわけですよ。私の下にはショップスタッフからの悲鳴が届いています。まずは直接ショップスタッフへのアンケート調査、及びオーナーの覆面座談会等を通じて、現場で何が起こっているのか、実態を把握すべきであると思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、森さん、御発言をお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。今回の追加検討事項、その他のテーマについては、基本的には全て賛成いたします。問題意識としても正確だと思いますので、このとおりお進めいただければと思います。

ちょっとだけコメントさせていただきますと、1つは検討テーマ①の初期契約解除なんですけれども、これはやはり前半の議論との関係でも、契約の早い段階だけでも初期契約解除の期間は過ぎたところで、その契約を解約したい、実は得ではなかったというようなお話が非常にたくさんあって、そこで、では違約金を払いなさいみたいな話になっているとこ

ろが大きなトラブルにつながっていて、御要望としては不招請勧誘を禁止するというところまで来ていて、皆さんそれに賛成されているという状況にありますので、もしもFTTHのアウトバウンドについて不招請勧誘禁止ということになるのであれば、その一步手前には初期契約解除の見直し等があると思いますので、それは重要な検討課題だと思います。それが1点目です。

もう1点だけコメントさせていただきますと、販売代理店の在り方です。3番目の検討テーマですけれども、これも先ほどの、ここには専ら携帯電話のキャリアショップについてということでお書きいただいていますけれども、まずその適合性原則との関係では、これはちょっと私は少数意見かもしれないですけれども、適合性原則で高齢者を保護するというのは、それはかなり微妙な問題を含んでいると思っていまして、この検討会で何度か申し上げていましたけれども、行為能力の制度というのはもともとあるわけで、一人で契約できませんと、同居の親族の方が説明受けないと駄目ですとか同意が要りますというのは、それはそれで本来であれば成年被後見とか、そういうところで手当てがされていることで、それ以外は個人の自由な契約締結の能力というのは認められているわけですので、本当はそっちから行くのではなくて、高齢者の方をカモらないような仕組みを、単独であってカモられないような、同居の御親族ということではなくて、そういう仕組みをつくるべきであろうかなというふうに思います。ですので方向性としては、適合性の原則を強調するよりも、やはり販売店の在り方によって解決されるべき問題であるということ。

先ほど前半の論点でちょっとだけその示唆があったなと思うのは、本当に不招請勧誘禁止へのカウントダウンが始まったのかもしれないかもしれませんけれども、それはそのとおりだと思いますけれども、やはり新規参入がちょっと変なんじゃないかと。他方で、TCAさんの御説明によれば、加盟各社の苦情は減っているということなので、これは何を表しているかというと、アウトサイダーが増えて、木村さんのお話にもありました電気通信事業者とは思えないような連中だと。アウトサイダーが増えて、中の人は真面目にやっているということが示唆するものは、ある種の資格制のようなものです。事業者の資格、どういう事業者なら電話していいか、電話をかけたらず資格番号を言う、どういう個人ならば電話をかけていいか、電話を受けたら資格番号を言うというような、以前もちょっと出てきていたアイデアをもう一度見直して、そのアウトサイダー規制を考えるというところにあるかなというふうにも思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、黒坂さん、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。ありがとうございます。まず追加の検討テーマ①から③まで、いずれもぜひ議論を進めていただければ、私も一助となれればと思っておりますので、よろしく願いいたします。

その上で、2点コメントさせていただきます。まずテーマ①の消費者トラブルの解決に関するさらなる手法について、この中で、論点としまして、初期契約解除制度の改善などについて検討すべき点があるかという御指摘がありました。これは前段の不招請勧誘の禁止に向けた検討がどれくらい可能なかということ、ここはある程度慎重になる必要はあると思いますが、やはり問題が、特に固定に関してはこれだけ出ているということを見ると、やむを得ないところもあろうというふうに考えるときに、禁止とまでは最終的にはたどり着けないにしても、例えばこの初期契約解除制度とある程度背中合わせになっているところが考えられますので、これを厳格にしていく。あるいはADRがより使いやすい状態に、早々に介入できるような状態にしておくということが、恐らく、セットであったり背中合わせであったりという関係で議論が必要になってくるのではないかと考えていますので、こういう点から検討を深めていく必要があるのではないかとこのように、今日の議論も踏まえて、ファクトを教えてくださいましたところを踏まえて、感じたというところです。

2つ目、これも意見になりますが、直前の森先生の御指摘に私も賛同するところでございまして、実はもうはるか2年前、緊急提言が出る前に、適合性原則ってそもそもどういうふうに考えればいいのかということ、私から見ても少し、門前の小僧ではありますが、検討が足りない部分がまだまだ電気通信分野についてはあるのではないかとこのようにことを問題提起させていただきましたが、適合性原則だけでここは舵を切るのではなくて、やはり代理店そのものがどのように適正に販売していただくのかということ、もう少し考えていく必要があるのではないかなというふうに思っております。これは、従来の携帯電話であるとかスマホだけではなくて、今後IoT機器に広がっていくという観点の中でも議論が必要なのではないかとこのように思っておりますので、販売代理店が何を担う人たちなのか、どういう商材を今後担っていく人たちなのかということも含めて議論が必要ではないかなというふうに考えております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、木村さん、御発言をお願いします。

【木村構成員】 主婦連の木村です。私もこのような問題点の抽出に対して議論していくことは賛成でございます。それで、コメントさせていただきます。消費者トラブルの解決に関するさらなる手法についてですけれども、初期契約解除の検討の際にいろいろ取り残した問題ですとか今後の課題というものがたしか残っていたと思いますので、そこを実際、あれから時間もたっておりますので、もう改めなくていいところもあるかもしれないですが、そこを洗い出して検討していくことが必要でないかと思っております。

もう1点ですけれども、契約時に私がよくアドバイスさせていただくのが、解約のことを考えて契約をしたほうがいいですよというふうによく言うんですけれども、やはり契約が大変複雑ですし、自分がどういう契約をしているのかと、本当に利用者の方がきちんと分かるのかというと、分からないという複雑な契約です。なおかつ電話以外の、例えば電気ですとかいろいろなサービスと抱き合わせになって契約しなければならないこともございますし、トラブルが減るように、契約がシンプルで分かりやすくなるような、そんな動きになっていただきたいと思っております。

あと5Gに関してなんですけれども、現在、広告ですとか、いろいろなことを見ていると、本当にもうわくわくするようなことが書かれているのですけれども、やはり実態がよく分からない。私も、恥ずかしいのですが、5Gがこうだったのねというのを、本当の5Gではなくて4Gのところを借りているというのは最近知りまして、やはり皆さん御存じないですし、もし遅いというふうにご利用者が感じても、事業者から、いや、それはあなたの端末がおかしいんです、この速度が出るのは、これが理想だけれども、それが必ず出なければいけないのではないという、そんな説明がされてしまうかもしれないです。そういったことがないように、ぜひ利用者にとって、きちんと5Gが理解されるようにしていかなければいけないと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、石田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【石田構成員】 全相協の石田です。私もこの追加のテーマについては賛成です。最初のテーマなんですけれども、消費者トラブル、さらなる手法についてのところでは、木村さんと同じように、やはり初期契約解除については詳細な検討が必要だと思います。それと、ADRの関係なんですけれども、現在でも本当に関わる通信事業者が多くて契約関係が分から

ない、消費生活センターの相談員でも、実際この契約関係が分からないという方もいらっしゃると思います。それが、またIoT機器が入ってきたというようなことになると、トラブルが起こったときの原因がどこか分からないというようなことも増えてくるのではないかと思いますので、第三者機関としてのADRで様々な情報提供も行われるということも期待して、早くADR機関ができるといいと思っておりますので、今後に向けて検討していただきたいと思います。

【新美主査】 はい。それでは続きまして、平野さん、御発言をお願いいたします。

【平野主査代理】 中央大学国際情報学部の平野でございます。私からも今回の提案について、まず、その他の7ページ目の、5Gというか、4G転用の超高速という表示についてでございます。これは、非常に感じたんですが、サービス向上推進協議会における実効速度適正化委員会と広告表示アドバイザー委員会、後者につきましては長田先生にも入っていただいて、この2つと非常に、活動というか、問題が似ているなど。今まではつながりやすいとか速いとかという表示が正しいのかということで、技術的には実効速度適正化、そしてその宣伝広告の問題については、それ以外の、速い、つながりやすい以外も含めて広告表示アドバイザー委員会と、こういうふうにやっていました。今回の4G転用は、技術的な部分もあるし、宣伝広告のマーケティングの部分も両方絡んでいますので、こういったようなサービス向上推進協議会なんかも使うのもいいのかなというのがちょっと頭によぎりました。

それから、今のその他の2ページ目のADRにつきましてでございます。ADRにつきましては、ほかの業界ではなかなか、コストがかかるようなこともありますので、結構結成するのに苦労するなんていうことも聞いたことがございます。さはさりながら、今回の御提案のように、金額的に訴訟になじまないから埋もれてしまうというのは解決していかなければならないということでございますから、この提案のように勉強を始めるというのは非常に重要だと思います。

それから、資格制のお話を森先生がおっしゃられた、これは私もそうかなと思っています。もう少しこの資料を詰めていただきたいのは、COVID-19対策で非常にこういうのが増えたというのものもあるかもしれませんが、恐らくその前から新規参入者、何ですか、マナーを知らない、法律を知らない人たちが入ってきているという状況が確認できる、そしてそれが増えているような状況が確認できるような場合には、やはり資格制ということで消費者を保護していくということが、やはり私も必要かなというふうに思った次第です。

以上、意見でございました。

【新美主査】 ありがとうございます。非常に今後の議論をする上での大きなヒントをいろいろ皆様からいただきました。大変ありがとうございます。

私も最後に若干のコメントをいたします。今後の検討課題について挙げていただいた項目については賛成をいたします。特にそれに関連してですが、初期契約解除制度というのは、ある意味でクーリングオフに近いようなもので考えましたが、その後、あれこれ考えてみますと、電気通信サービスの特徴として、事業者側はベストエフォートということで、非常に浮動的などといいますか、変動のあるサービスという商材を売っておきながら、ユーザーに対しては期間拘束という固い契約の拘束力を認めております。これは非常にアンバランスな、不公平な契約類型だと思います。商材がそういった変幻自在のもの、変化するようなものであれば、ユーザーのほうも簡単に契約から抜け出るということがあってもいいのではないかと考えています。これは、双務性、対価性という契約における基本的な観点から、そうなるのではないかと感じています。

それからバンドルについてですけれども、これに関係すると思われる、別の契約類型についてではあります。最高裁の判決が出ていまして、バンドルされた一方の契約が解除されたら、他方の契約も消滅するとした判決があります。したがって、その判決の絡みで、契約のバンドルをどう考えていくのかということは今後の課題になっていくと思います。

それから第三者機関ですけれども、これは北さんからご発言のあったように、リテラシーを高めたり、いろんな相談について、キャリアフリーの、あるいはキャリアニュートラルの相談窓口を設けたらどうかという意見もあります。また、紛争解決のためのADR、プラス相談をも引き受けるというような、1つのシームレスな第三者機関を考えてもいいのではないかなとも思います。規模が大きくなるかもしれませんが、相談と紛争解決とはそう簡単には切り離せないような実態があるのではないかと考えていますので、第三者機関についても、どんなものを対象として考えるのかということも議論していただけたらと考えております。

私のコメントは以上です。時間も参りましたので、本日の議論はここまでとしたいと思います。構成員の皆様におかれましては、非常に熱心な御議論いただきました。ありがとうございます。

それでは最後に、次回検討会のスケジュールにつきまして、事務局から御連絡をお願いします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。次回の会合につきましては、別途事務局からお知らせいたします。

【新美主査】 どうもありがとうございました。本日これにて閉会にしたいと思います。