

## 消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第30回）

令和3年5月28日

【新美主査】 それでは、皆さん、おはようございます。本日は、お忙しいところをお集まりいただきましてありがとうございます。私のほうでちょっとプラグインが遅れましたこと、開始が遅れましたこと、おわび申し上げます。

それでは、ただいまから第30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、周知のような状況を踏まえまして、ウェブによる会議ということにさせていただきました。

なお、本日の会議につきましても、平野構成員から欠席という御連絡を頂いております。

初めに、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、事務局のほうからよろしくお願ひいたします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。

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たいと思ひます。

まず、システムの都合上、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いうことになってございます。このため、委員の皆様、発表者の皆様におかれましては、意見交換の際など、御発言の前にお名前をまず冒頭に言っていただくということをお願いしたいと思ひます。

また、資料につきましてですが、構成員の皆様におきましては、昨日の夜にお送りしました資料を御覧いただければと思ひます。また、傍聴の方々に関しましては、総務省のホームページのほうに公開をしておりますものを御覧いただければと思ひます。

次に、御発言のほうなんですけれども、先ほども申し上げましたように、意見交換の際には、御発言を希望される際に、事前にチャット欄で御発言をしたい旨をお伝えいただければと思ひます。これを踏まえまして、新美主査のほうから御発言者の指名をいただくという形にさせていただければと思ひます。

また、ハウリングや雑音の混入防止のために、皆様、発言をされる際には、都度マイクをオンにさせていただきまして、御発言されない間はミュートにさせていただくようお願いいたします。

このほか、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きたいと思ます。また、このほか何かございましたら、チャット機能などで御連絡をいただければ対応させていただきますと思います。

注意事項に続きまして、配付資料の確認でございます。配付資料は、議事次第に記載されておりますように、資料1-1から資料3、そして参考資料が1と2とございます。不足などございましたらお知らせいただければと存じます。

事務局からは以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、議題に入る前に、本会合への4名の専門委員の追加について、私のほうから報告させていただきます。今回の検討に当たりましては、4名の有識者の方に、それぞれの御専門の見地から御意見を頂戴してきたところでございます。

今後、論点整理などを行うに当たりましても、引き続きお知恵を頂きたいと考えております。報告書をまとめるまでの間、引き続き専門委員として御参加いただくということとしたものでございます。

この専門委員の追加に伴いまして、開催要綱も改定しております。委員の皆様におかれましては、引き続き精力的な御議論をお願いしたいと考えております。

それでは、本日の会合に御参加していただいている2名の専門委員の方から、一言ずつ御挨拶を頂きたいと思っております。

まずは、明治大学法学部准教授の有賀さんから一言いただきたいと思ます。よろしいでしょうか。お願いします。

**【有賀専門委員】** 明治大学の有賀と申します。法学部で民法を専門としておりますことから、この検討会との関係では、特に業法における民事ルールの在り方について関心を持っております。どう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。どうぞよろしく願いいたします。

それでは、続きまして、司綜合法律事務所、弁護士の中込さんでございます。よろしく願いいたします。

**【中込専門委員】** よろしく願いいたします。弁護士の中込一洋と申します。交通事故とか自動車の製造物責任などADRに関与しております関係で、以前お話しさせていただいたんですけれども、この分野でもまた、いろいろ勉強させていただきながら発言をしていきたいと思っております。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。こちらこそよろしくお願ひいたします。

なお、今回欠席されておりますけれども、法政大学法学部の大澤教授、それから四谷の森法律事務所の齋藤弁護士の2名の専門委員につきましては、次回以降の会合から御出席をいただくという予定であります。

それでは、議題に入ります。

本日は、議事次第にございますように、3つの議題がございます。第1点が「携帯電話ショップでの手続時間等の長さへの対応・5Gエリアの利用者への訴求」、2番目が「IoTサービスの進展と消費者保護」、そして3番目が「論点整理（案）」、この3つを議題とさせていただきます。

質疑につきましては、それぞれ議題ごとに区切って行います。時間を持ちます。

まず、議題1「携帯電話ショップでの手続時間等の長さへの対応」、それから「5Gエリアの利用者への訴求」に関しまして、株式会社NTTドコモの田畑様から御説明をいただくことにしたいと思います。

それでは、田畑さん、どうぞよろしくお願ひいたします。

【田畑】 NTTドコモ、田畑でございます。よろしくお願ひいたします。

資料1-1について御説明いたします。1ページ目ですが、手続時間等の短縮への取組、2点目で5Gエリアの利用者への訴求について御説明いたします。

2ページ目でございます。まず、対応時間短縮の取組ですが、2018年度実績で、当時、待ち時間、対応時間、2時間を超える状況でしたが、その後、説明分散であるとか、初期設定の専用スタッフ配置、スマホ教室の拡大、ウェブ勧奨など、それから来店予約の拡大も行いまして、2019年度の4Qでは半分の65分まで短くしたところでした。さらに、来店予約者への事前架電とか、そういったニーズ伺いの取組みによりまして、20年度3Qの実績では60分を切る状況まで来たところでした。

今後についてもDXの活用、デジタル化により効率化を図っていくということで、主に2点、チェックインシステムの導入、それから来店予約時のデジタル問診、これについて取組を既に始めているところです。

3ページでございます。チェックインシステムの導入について御説明いたします。お客様の来店予約から来店時の受付、それから対応完了まで一元的に管理をするチェックインシステムというものを入れております。これをこの4月から本格運用を開始しまして、全店へ順次拡大をしている途中です。

このチェックインシステムによりまして、左下にありますが、お客様来店の受付と顧客管理システムを連携することによりまして、応対を開始する前にお客様情報と御用件の把握を適切に行いまして、実際のお客様対応状況をシステムで確認しながら、効率的に接客カウンターの調整をしていくことができるというものです。

続きまして、4ページでございます。デジタル問診について御説明いたします。これについては、来店予約をされたお客様を対象に、来店の前にデジタル問診に御回答いただくことによりまして、事前にお客様のニーズを把握すると。そうした上で、実際に御来店いただくときには、御提案シナリオを作成して、お客様に御対応するということで、これも効率化に資する対応であるということです。

こういったことを踏まえまして、次の5ページですが、今後の取組については、社会的ニーズに対応するためデジタルシフトを推進してまいります。これによりまして、ドコモショップやコールセンターのDX活用を加速するということです。

ドコモショップにおきましては、新たな役割として、お客様のICTサポートとか地域のDX推進、そういったことに取り組みます。お客様の期待を上回るカスタマーエクスペリエンスを提供していきたいと考えております。

6ページ目から話し変わります。5Gエリアの利用者への訴求についてです。

7ページでございます。ドコモの5Gネットワーク展開ですが、高速・大容量を実現できる5G用新周波数帯によるエリア展開を積極的に今後展開してまいりたいと考えております。2023年度末には高速・大容量の人口カバー率約80%を実現していきたいと考えております。

8ページを御覧ください。エリアマップ表示の方向性ですが、今後、5G用新周波数帯を提供したときには、5G用新周波数と4G周波数による5Gエリアを色分けした上で、速度の違いがありますので、その違いが分かるように表示をしていきたいと考えておりまして、このエリアマップイメージのとおりで、ピンク色の5Gエリア、それから少し濃いオレンジ色っぽい4G周波数による5Gエリア、こういった差分をつけて表示をする方向でございます。

次、9ページでございます。5G用新周波数については、「瞬速5G」と言って訴求しておりますが、弊社はウェブサイト等で周波数帯による性能差分などについて御理解いただけるように動画などを御覧いただけるようにしておりまして、積極的に御案内をしていきたいと考えております。

御説明は以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、KDD I 株式会社の山本様から御説明をいただきます。どうぞよろしくお願ひします。

【山本】 KDD I の山本です。それでは、資料1 - 2で御説明をさせていただきます。

まず、スライドの1、こちら目次でございます。前半でショップでの手続時間等の長さへの対応、後半で5Gエリアの利用者への訴求についてお話しさせていただきます。

それでは、スライドの3のほうを御覧ください。こちらが新たな取組でございますが、まず、昨年、ちょうど1年ほど前ですけれども、これまでの取組として、TCAのプレゼンという形で弊社の取組を4点ほど前回御説明しております。いわゆる来店予約システム、それから料金収納システムの導入、設定サポートツール、それから待ち時間での重要事項説明の確認、こういったものは既にプレゼンさせていただいております。

本日は、それに加えて新しい取組という形で3点、御案内いたします。まず、1点目がセルフ手続に係るさらなる取組。それから2つ目が待ち時間での重要事項説明、これを動画化したということ。それから3点目が店頭でのサポートサービスを新たに始めたというところでございます。特に具体的にセルフ手続に係る取組について丁寧に御説明いたします。

スライドの5をおめくりください。こちらはセルフ手続に係る新たな取組のコンセプトでございます。まず、デジタル活用によりまして、いわゆるオンラインの手軽さというものがございます。一方で、ショップでの丁寧な接客による安心感というものがございます。こちらの両方のよさ、これを併せ持つ新たなショップを実現する。手軽さと安心感、これを昨年の8月26日でございますが、まずは、a uみなとみらいといったところからトライアルを開始しております。現在は全国で19店舗に拡大。近日中にはもう少し広げて25店舗へとトライアルを拡大しようとしております。

では、具体的に何かというのが、スライドの6を御覧ください。まずは、御来店前に事前準備していただくのが絵の左側でございます。来店前にオンライン、スマホなどで事前の準備ということで、御自身でどのような端末がいいのか、あるいはどのような料金プランを希望されるのか、こういったシミュレーションをあらかじめやっていただく、それから重要事項も事前に見ていただく、あるいは来店時に自分は何を相談したいのかということを整理していただくというのが事前の準備でございます。

それをした後、右側のほうでございますが、実際に来店をされて、あらかじめシミュレーションした内容、こちらを振り返るといふ形、来店するお店とデータを共有する形にして、お客様主導で自分の聞きたいこと、特にこういうことを私は聞きたいんだと。そういうことをお客様視点で、お客様主導でいろいろと御相談いただくという取組でございます。

まずは、対象手続はいろいろあるんですが、一番ニーズの多い機種変更から始めさせていただきます。対象年齢は、これは20歳以上65歳未満という形で、逆に言うと、それより高齢の方とか、若い方は丁寧な説明がより必要だということで、今回はこの対象年齢にしています。

それからスライドの7、こちらは先ほど新しい取組といったものの2つ目と3つ目でございます。2つ目が左側、待ち時間での重要事項説明というもの、こちらを動画化したというところでございます。それからもう一つ右側、「店頭設定サポート」サービスとして、これまで御自身でいろいろとお客様が設定をしなければいけないというものを、サービスとか無料でやっておったのですが、こちらをあえて有料にして丁寧に御案内する。これが基本セットとか、あるいはここに書いてあります保護シートを貼るですとか、そういったものをあえて有料化して、丁寧にサポートサービスとしてサービス化したというものでございます。

スライドの8、これは前半のまとめでございまして、時間をかけるべき方には丁寧に、一方、不要な方には柔軟な対応を行いつつ、こういった取組を積み重ねて、お客様の理解度の向上、それからショップでの手続時間の短縮、こちら双方を図れるように引き続き努めてまいります。

続きまして、スライドの9以降、こちらが5Gエリアの利用者への訴求でございます。

スライドの10を御覧ください。これから5Gを中心に訴求するわけでございますが、その訴求においては、「5Gは一部エリアでの提供」であるということをしかりと明記している。これは吹き出しの部分でございます。インターネット動画広告ですとか、自社ウェブサイト、どちらにもこういったことを明記するようにしております。

続いて、スライドの11を御覧ください。こちらがエリアマップの改善でございます。5G周波数について、お客様により御理解いただくためにNR化——NR化というのは、4G、LTEの既存周波数を5Gに転用するというものがございまして、こちらについて色分けでしかりする。この絵の凡例のところと言う、真ん中のところにある、上から3つ目、NR化と薄い紫っぽいので書いてある。それからもう一つ、上から6つ目、これはさらに薄

い色で申し訳ないんですが、こういった色分けをしっかりとやるというのが1つ改善点でございます。

それからもう一つ、どうしても周波数の話は難しい話、専門用語をどうしても使わざるを得ないところがございます、非常に分かりにくいということですので、周波数の特性についてしっかりとお客様に御案内するためのリンクを追加しているというところがございます。

具体的にはスライドの12でございます。こちらが5G周波数というのはどういう特性があるのかといったところ、特に右側のところに4点ございますが、専門用語についての解説はもちろんですけれども、電波の特性について、それから4Gと5Gの違いについて、それから低遅延とは、あるいは多接続とは何なのか。こういったことを丁寧に御案内するページを設けております。

具体的には参考資料でスライドの13から14、15、16と対応しております。これは説明のほうは省略させていただきます。

最後、まとめでございます。スライドの17を御覧ください。5Gというのをお客様に正しく御理解いただくために、広告物、あるいはエリアマップにおいて周波数の特性などを分かりやすく表示するように、今後も引き続き努めてまいりたいと思います。

弊社からは以上でございます。

**【新美主査】**      ありがとうございます。

続きまして、ソフトバンク株式会社の大平様から御説明をいただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

**【大平】**      ソフトバンク、大平でございます。資料1-3に基づいて御説明いたします。

まず、1ページ目となります。本日はショップでの手続について、そして、5Gの訴求について御説明いたします。

3ページ目を御覧ください。以前、店頭の滞在時間が長時間化しているという課題がありまして、3つのカテゴリーに分類して課題解消に取り組んでおります。1つ目のカテゴリーは待ち時間、2つ目につきましては、説明時間と手続の時間、3つ目は、その後の設定等の相談の時間、こちらのほうにつきましては、後段、これから具体的に御説明いたします。

4ページ目を御覧ください。まず、待ち時間となります。来店前に来店する日時をお客様に予約いただくことによりまして、ショップで御対応できる時間をお客様が確認し、御自身の御都合に合わせて来店いただけるようになっております。御利用につきましては、2年間

で約8倍程度となっております。昨年度からは、新型コロナの影響もあり、お客様が3密を避けるという意識を持たれたことも相まって、こうした予約というのが浸透してきたと思っております。

5ページ目を御覧ください。こちらは説明時間となります。お客様に共通的に説明する事項につきましては、動画を作成しました。この説明動画の利用シーンは2つあります。1つ目は、予約をされたときに確認いただくという点。もう一つのシーンとしましては、来店前に確認されなかった場合、店頭での手続中にスタッフが作業を行っているなどの隙間時間にお客様に確認いただくということで活用しております。

また、こちらの動画を確認いただきまして、御理解いただけた方につきましては説明を省略して、次のお手続に進みますが、もう少し詳しく聞きたいというお客様につきましては、スタッフが直接応答するという形で、さらに御説明の対応を行っております。

6ページ目を御覧ください。こちらはお手続の時間についてです。店頭でお客様御自身でお手続いただけるセルフの端末も準備しております。機種変更のような契約に関する御説明が比較的簡素な手続につきましては、お客様がこの専用端末に必要な事項の入力を行っている間にスタッフが端末の準備をするということで時間の削減ができます。また、お客様御自身で手続されることで、スタッフはほかのお客様の対応が可能ともなりますので、店舗の効率化にもつながっております。

7ページ目を御覧ください。契約後の設定の時間になります。弊社ではスマホアドバイザーというサポート専任のスタッフがおります。お手続が完了した後に、お客様の御相談にはこの専門スタッフが対応しております。手続を行うスタッフ、そしてサポートするスタッフ、こうした役割分担を行うことで店舗業務の効率化を図っております。

8ページ目を御覧ください。こちらからは5Gの訴求に関してとなります。

9ページ目をお願いします。こちらは5Gのエリア訴求となります。昨年12月に御説明させていただいた際にはイメージだけとなっておりますが、現在は御覧のとおりのエリアマップを作成しております。5Gといっても通信速度の違いが出るということにつきましては注釈を設け、5Gであっても4Gと同等の通信速度となるエリアがあると、こちらが分かるようになっております。

10ページ目をお願いします。こちらは広告になります。テレビCM、ウェブで5Gを紹介しておりますが、5Gエリアにつきましては、順次拡大しているところがございますので、エリアは限定であるということを明示して、お客様がどこでも御利用いただけるという誤

認をされないように、そうした防止をしております。

11 ページ目を御覧ください。こちら最後になりますが、お客様説明となります。5Gエリアは限定であること。端末のピクト表示が5Gとなっても4G通信になることがあること。通信速度が状況によって低下することがあること。こちらにつきましては、5Gの御契約時にお客様に重要事項として、左にあるような絵をお見せしながら御説明しております。また、真ん中にありますとおり、重要事項説明書面にも記載しまして、契約後にも御確認いただけるようにしております。こうしたことをスタッフ向けのマニュアルにもしっかり明示しまして対応させていただくようにしております。こうしたことを継続して、これからも行っていこうと考えております。

弊社からの御説明は以上となります。

**【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、楽天モバイル株式会社の鴻池様から御説明をいただきたいと思っております。それでは、よろしくお願いいたします。

**【鴻池】** 楽天モバイルの鴻池でございます。

それでは、始めさせていただきます。資料1-4に沿いまして御説明させていただきたいと思っております。

次のページをお願いいたします。本日の目次になります。当社からこの2点につきまして、御説明申し上げたいと思っております。

次のページをお願いいたします。3ページ目になります。来店時の手続時間につきまして、当社といたしましては、現状、受付からお帰りまで1時間程度での対応を行っている形になります。MVNOのサービスの提供時から継続して行っております各種時間短縮の施策、こちらをMNOのサービスの提供に当たっても継続しております。よって、店舗での各種手続時間の短縮については、1時間程度という実績を引き続き上げている形になります。今後も継続して、こういった短縮施策につきましては努めてまいりたいと思っております。

その中でピックアップさせていただいたのが下段にあるところでございます。特に御説明に当たって必要と考えております重要事項説明につきましては動画を使い、お客様自身で動画を確認していただくことで時間短縮に努めている形になります。また、単なる時間短縮だけではなく、お客様の御理解がより一層進むよう、動画説明の後、対面説明で不明点を解消したり、お帰りの際、再度、契約内容やお問合せの多い事項、こちらにつきましてチェックシートを設け、その場で確認いただくという対応をしております。

次のページを御覧ください。こちら参考ページにはなるんですが、お帰り前チェックシートを添付しておりまして、その内容についての確認事項が以上3点になります。契約内容、問合せの多い事項、特に弊社における3点目、ポイント付与条件、こういったものにつきましては、お客様も、最後、気にされるところを確実に御理解いただいておりますという形になります。

次のページをお願いいたします。次のページ、6ページ目のほうを御説明申し上げます。5Gのエリアの利用者に対する訴求についてになります。まず、サービスエリアに対して、現状、ウェブサイト及び会員サイトのトップ画面にエリアへのリンクを表示することで、お客様がすぐにエリアマップを御覧いただけるよう動線を作成している形になります。また、4Gだけでなく、5Gサービスエリアについても、先日サービスローンチをいたしました。よって、ミリ波、sub6を色分けする形でマップ上にも情報提供を開始しております。

次のページをお願いいたします。こちらは5Gサービスの拡大の予定エリアに対する今後の情報提供に関してになります。こちらは現在のエリアマップと同様に、ミリ波、sub6と分けて情報提供を行っている形になります。

次のページをお願いします。こちらは最後になりますが、消費者の方々に対する5Gの情報提供に関する当社の考え方をまとめて御説明させていただいている形になります。懸念点といたしましては、4G周波数を転用した5Gサービスについては、ミリ波、sub6の超高速の特性に関する部分というものは、なかなか、実際使われる消費者の方々には十分に実現、あるいは認識されるのが難しいと考えています。ですので、その部分につきましては、やはり表示といったものが大事になってくると思いますので、こちらにつきましては、消費者の方々に対してしっかり周知できるよう、情報提供に関しまして各事業者間で共通したルール整備等を行っていくことが必要であると考えております。

楽天モバイルからの御説明については、以上になります。

**【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4社のほうから御発表いただきました。この御発表につきまして、御質問等がございましたら御発言いただきたいと思います。御発言を御希望の方はチャットの機能を使って合図していただけたらと思います。どうぞよろしくをお願いします。

それでは、黒坂さん、御発言をお願いします。その後、木村さん、よろしくお願いします。

**【黒坂構成員】** 慶應大学の黒坂でございます。私からは各事業者の皆様にご意見を共通して申し上げたいと思います。

共通して、まず、消費者の手続時間の短縮に取り組んでいただいていること、これについては感謝申し上げたいと思います。一方で、いろいろ義務的なことも含めて説明を丁寧にしなければいけないことと時間を短縮するということの、一見すると矛盾することを両立させていくというのは、かなりいろいろな御苦勞があるかと思しますので、ぜひこういった知見をグループ内であるとか、あるいは場合によっては業界の中で事業者の垣根を越えて共有できることについては共有をしていただくというようなことも、もちろん競争と協調の部分が出てくると思しますので簡単ではないと思いますが、御一考いただけるとありがたいなということが1つです。

2つ目、5Gについて、それぞれ事業者の方々に御説明いただきました。全ての事業者の皆様から御指摘のあったとおり、5Gは使っている周波数帯の高さであるとか、それに伴う基地局施設の4Gまで、従来とのかなり大きな違いがある。たくさんの基地局を打たないとエリアカバー率が広がっていかないというような課題がある。これは通信事業者のいかにを問わず、物理の法則として仕方のないもの、お天道様にはかなわないレベルの話ですので、やらざるを得ないということと同時に、4Gとは違う通信環境が当面続く。こういった点を御留意いただきながら、消費者が、「何かつながらないな、おかしいな」というようなことがどうしても発生すると思うのですけれど、それに対して、個別に対応するというのももちろん必要かと思いますが、例えばKDDIさんがお示しのように、5Gってこういうもので、こういう特性がある。場合によっては、こういう課題もあって、それを事業者としてこういうふうに解決していくんだというようなことを、それこそウェブサイトであるとかを通じて情報を広報していただくというようなことが非常に重要かと思しますので、こういう取組を続けていただければと思います。

特に今後、来年以降になろうかと思いますが、5Gは現在のNSAからSA、スタンドアローンのネットワークに切り替わっていきます。当面、エンドユーザー、消費者というよりは、そうではない、法人であるとか、IoTであるとか、そういったところの用途が目されているのかもしれませんが、早晚、消費者もSAを使うことになっていく。このときに、この技術的な変化がもう既に見えている、計画されている、動かれています、何が今後起こり得るのかということも少し予測しながら問題と向かい合っただけだとありがたいなと思っております。

私からは以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは続きまして、木村さん、御発言をお願いします。

**【木村構成員】** 私から3点、お願いいたします。まず、待ち時間について、各社さんが御努力なさっていることは大変よく分かりました。ただ、待ち時間と、あともう少し手続が簡単になりますように、今、手続の内容ですとか、契約内容がまだまだ複雑なものですから、利用者はなかなか理解して帰るとというのが難しい面も多いと思いますので、その簡素化をさらによろしくお願いいたします。

今、コロナ禍ですので、なかなか店舗に行くというのもためらうところがあるので、今後、もしかしたら店舗に行かないで、双方向の例えば画面でやり取りをするような、テレビ電話のような、そういったこともありうるのではないかとこの話を聞いてて思いました。

2点目ですけれども、来店予約のお話がありましたけれども、これは質問になるのですが、来店予約をして、必ずその時間に行けるとは限らないことも多々あると思います。その場合の取消しですとか、再予約とか、例えばこの日あなたは予約していますよとリマインドメールみたいなものがあるのかとか、そういったことについて、各社さんはどのように対応していらっしゃるのか教えていただきたいと思います。

3点目、5Gですけれども、5Gの表示、マップでいろいろ表示されていることはよく分かりました。マップも重要なんですけれども、実際に端末を使っているときに利用者が思うのは、今、自分が使っている電波が5Gなのか、4Gによる5Gなのか分からないというのは、不満ではないかと思います。端末で確認できないのかというところを教えていただきたいと思います。と申しますのは、実は5Gではないんですけれども、楽天さんが今、自社回線とパートナー回線と両方お使いになっていると思うんですけれども、お使いになっている方が、自分が今使っている端末が楽天の自社回線なのか、パートナー回線なのか分からないということを聞きまして、確かに地図でパートナー回線はここです、自社回線はここですとあるんですけれども、実際に使っている端末に表示されていないということが分かりました。この点について、ぜひ楽天さんに教えていただきたいと思います。

以上です。よろしく申し上げます。

**【新美主査】** ありがとうございます。コメント1つと2つ質問がありますが、2番目の予約に関する質問は各社さんにそれぞれ簡潔に答えていただいて、最後の5Gのことに関連しまして、これは楽天さんだけじゃないんですけれども、取りあえず御指名がありましたので、5Gに関する表示の仕方について、楽天さんからお答えをいただきたいと思います。

それでは、まず、予約についての管理方法といいますか、それについて、各社さん、簡単

に御説明いただけますでしょうか。

【田畑】 NTTドコモ、田畑でございます。来店予約につきまして、取消しであるとか、予約変更であるとか、またリマインドメールについて、事実関係を確認しまして、別途回答させていただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、KDDIさん、いかがでしょうか。

【山本】 KDDI、山本でございます。この予約につきましては、弊社はホームページ上で例えば予約のキャンセルですとか、解消ですとか、予約のやり方、あるいはそれを取り消す場合についての御案内はしております。リマインドメールについては、予約された来店日の前日にご案内メールをお送りしているほか、先程ご説明しました予約のキャンセルや変更が行われた際にも、ご案内メールを送っております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

ソフトバンクさん、いかがでしょうか。

【大平】 ソフトバンク、大平でございます。予約時にリマインドメール、こちらのほうは、弊社はお送りしております。その中で、当然、御都合が悪くなった方につきましてはキャンセルをしていただいて、また、改めて別の日に予約されたいという方は再予約ということには対応できるような状況になっております。

【新美主査】 以上ですか。

それでは、楽天モバイルさん、2つの点について、御質問にお答えいただけたらと思っております。お願いします。

【鴻池】 楽天モバライルでございます。まず、予約時のリマインド等に関しては、当社は実施しておりませんので、もし御都合が悪いという場合には再度予約をしていただくということになっております。

それから、接続先のネットワークが今、当社の基地局であるか、パートナー回線であるかということに関してなんですけれども、端末機能ではなくて、当社のユーザーさんに御提供しておりますアプリのほうで接続先の回線について御案内するという仕組みになっております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

木村さん、よろしいでしょうか。

【木村構成員】 楽天さんにお伺いしたいんですけど、それはアプリを見れば分かるようになっていくということでしょうか。

【鴻池】 おっしゃるとおりです。具体的には、当社でユーザーさんの料金等を確認できる「my 楽天モバイル」というアプリがあるんですけど、こちらを起動しますと、起動しました画面のほうに楽天の回線エリアで接続中であるか、パートナー回線エリアで接続中であるかというのが、起動したすぐの画面に表示されるようになっております。

【木村構成員】 そうなんですね。まだまだ利用者の方は分かっていないみたいなので、利用者に周知が必要と今思いました。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、議題1についてのラストバッターで、森さん、御発言をお願いいたします。

【森構成員】 御説明ありがとうございました。弁護士の森です。

ショップにおける時間短縮については、優れた取組を皆様やっただいていただいていると伺いました。5Gの訴求について1点なんですけれども、マップを示すこと、それから4G周波数転用型についてはっきり明示ということで、そこもきちんとやっただいていたと思いましたが、前回ちょっとお話ししたことなんですけれども、5Gの条件で訴求する。つまり、5Gも料金は変わらないとか、5Gを利用した際に有利であるというようなことを表示される場合には、5Gは限定的であるということをお願いすることに加えて、ある程度訴求対象となるユーザーが5Gを利用できる状況になっていないと、それは有利けれども、実は限定的にしか利用できないですよという、そういうメッセージで十分なのかどうかというところがちょっと気になっておまして、個人的には、5Gも含めて有利な提供ですという訴求をされる場合には、実際にそこそこ有利にある程度ユーザーがなっていないと、つまり、5Gが実際に使えないと、なかなかそういう訴求は正確ではないのかなと思っています。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。森さんの指摘、なかなか悩ましいところで、ユーザーもあちこち移動しますので、ユーザーに分かってもらうのは非常に重要ですけど、どういう形で案内するかというのは、マップの表示以外にどうなるのかなというのはちょっと私も今考えてみて、御指摘もごもっともだけど、どうやったらいいのかなと今ちょっと悩んだところです。非常に大事な点の御指摘だと思います。

それでは、議題1については以上にさせていただきます、次に、議題2の「I o Tサービスの進展と消費者保護」に関して、事務局から御説明をいただきたいと思ひます。それでは、よろしくお祈ひします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。資料2に基づきまして、「I o Tサービスの進展と消費者保護（諸外国市場の調査研究結果）」について御説明申し上げたいと思ひます。

右肩2ページをお開きいただければと思ひます。こちらに書かれておりますように、このI o T、もともとの経緯ですけれども、消費者保護ワーキングの時代の最後の秋と年末の議論の中で、いわゆるI o Tサービスが進展していく中で消費者保護ルールとの関係で、今、課している説明義務などが、いわゆる端末に通信が組み込まれた場合の当てはめというのが今までどおりでよいのかどうかというような議論がなされていたことがございまして、しかしながら、一方で、このI o T市場というのがまだ揺籃期であるということをとらまえて、我が国よりも場合によっては進んでいるかもしれない諸外国の状況を見ながら、市場の動向を見据えて、今と未来のI o Tサービスについて分析をした上で、この議論を深掘りしてはどうかというような御議論を2年前の報告書でいただいたことを踏まえて調査を行ったものでございます。

右肩2ページのところに大体この調査で何をしたかというのが書かれてございますが、手短かに申し上げまして、海外のI o Tサービスを、左下にあるように、3か国に対して既存のものを10件程度、これから出そうなものを5件程度というのを市場調査したというものでございます。

具体的には、3ページ以下を御覧いただくのがよろしいと思ひますが、今回の調査、3ページにもSIM搭載I o Tと書いてございますが、2年前の御議論の中にありましたように、消費者保護ルールとか、あるいは電気通信事業法という世界で見たときに、I o T製品がとりわけ関係が深いと考えられるのは、SIMを搭載した通信機能が内在されているような端末であるということで、これを中心に今回調査をしていただいたということでございまして、今の動向としては、こういった製品というのは限られた領域で使われてお祈ひまして、皆さんの実感にあられるように家のWi-Fiとか、こういうものに接続して使われるI o T製品が今は主流であるということだと考えてお祈ひまして、そうであるとすると、ここの領域においてはあまりまだ電気通信事業法は当てはまらないのかなということでございます。

他方、2つ目の太字のパラグラフのところにありますように、今後、5Gの普及だとか、費用対効果の向上だとか、そのような要素が満たされた際には、これがより普及していくという可能性が大いにあるということで、ここはきちんと見ていく必要があるのかなということでございます。

今回、一番下のところにあるように、具体的な今の状況を見ていったところ、料金の徴収方式とか、期間拘束の有無とか、いわゆる消費者保護との関係で気になるようなIoT製品の今の状況というのを見ていったところ、本体代金をまず支払った上で、残りの通信の部分については、もう既にまとめ払いになっているか、あるいは継続課金で持っていくというようなものが今多いようなもので、期間拘束がないのが今主流だという状況になってございます。

また、4ページ、費用のところでございますが、費用というか価格帯の部分に関しましては、これは分野によって端末の価格にかなり左右されるので、金額がかなりばらばらであるということ。また、ビジネスモデルというところでいくと、本体代金、通信料金、これらの費用について一元的にメーカーが受け取っているパターンが今は多いということでございます。

領域のところですけれども、セキュリティ系、ヘルスケア系、モビリティ系、こういうものが多いように見受けられる一方で、国・地域に応じて少し特性があるというような状況だと理解をしております。

最後、5ページでございます。最後は論点整理のほうで後ほど御説明申し上げるところで吸収していくものでございますが、先ほどの説明の少し繰り返しになりますが、今まさに消費者保護ルールとの関係で問題というか、少し関係が出てくるであろうIoT製品のSIM搭載型に関しては、まだ限定的であるということですが、そういうことでいうと、今の段階では短期的に、この事業法との関係ではまだそこまで問題になるということではないのかなということでございます。

しかしながら、先ほど申し上げたとおり、これから広がっていく可能性というのが見込まれるということと言えますと、引き続きこの市場におけるIoTサービスと消費者保護ルールとの関係での課題について洗い出しをしていくということが考えられるのではないかなということでございます。具体的な論点は、後ほど別の資料で御説明申し上げられればと思います。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの事務局からの御説明について御質問等ございましたら御発言をお願いいたします。チャットにて合図をしてください。よろしくお願いいたします。

それでは、市川さん、御発言よろしくお願いいたします。

【市川構成員】 慶應大学、市川でございます。御説明ありがとうございました。また、北構成員のご指導もあったと伺っております。別添のほうも含めて、きれいに先を読む調査をしていただき、誠にありがとうございます。もともと我々で一度議論になりましたI o Tのことについて、我々がきちんと先に見ておかないと、要らぬ規制による規制迂回のコントロールになってもなんですよ、という話だったので、とてもいい形で現状を報告していただき、ありがとうございます。

コメントが1つありまして、今、事務局からも御説明ございましたし、また、別添のほうに特にきちんと書かれておりますが、我々の懸念のとおり、この先、ビジネスモデルが分かりやすく通信事業者と一般消費者が対一でつながっているようなことにはどうやらならないなということだけは見えてきています。これをまさか分野別にやっていったらえらいことになりそうだな、ということは想像がつくという意味で、この先の論点のほうにも出てくると思いますがけれども、非常に大きな視野を与えてくださっているということで感謝申し上げます。コメントでございます。

以上です。

【新美主査】 コメントありがとうございます。

それでは続いて、北さん、御発言をお願いいたします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。すみません、内容についてではないのですが、3ページ、4ページ目にNR Iのコピーライトが残っていますので、これ消去してください。コピーライトは総務省に移転しております。

【新美主査】 今の指摘、総務省の事務局のほう、よろしくお願いいたします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。大変失礼しました。後ほどアップロードしてある資料なども含めて差し替えたいと思います。失礼しました。

【新美主査】 よろしく申し上げます。北さんは、それ以上御発言はありませんか。

【北構成員】 はい。ございません。

【新美主査】 ほかに御発言を御希望の方がいらしたら、どうぞ合図をしてください。よ

ろしいでしょうか。

今、市川さんがおっしゃったように、コンパクトながらも要領のいい発表をしていただきました。これは論点に関する議論で生かされると思いますので、引き続き、これは参考にするとすることにしたいと思います。

続きまして、議題3に移りたいと思います。「論点整理(案)」に関しまして、事務局から御説明、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】** 引き続きまして、事務局でございます。

では、資料3に基づきまして、今回の論点整理(案)について御説明申し上げられればと存じます。こちらは非常に大部にわたりますので、一つ一つかいつまんで御説明させていただきます。

では、2ページからお開きいただければと思います。こちらは今回の目次でございまして、構造としまして、1と2に分かれておりますが、1がワーキンググループ時代からのフォローアップ事項のうち、主なものということでございまして、2のほうは新たに今回追加をしたテーマで、全体で、(1)から(5)とかで数えていくと8項目であるんですが、下に小項目もあるので、全体で10項目程度のラインナップとなっているというものでございます。

順に3ページから、先ほど各社さんからも御説明のあった手続時間の関係からでございます。簡単に申し上げまして、もともとワーキンググループ時代から、これが長いとか、短縮ができないかという御議論があったところで、2年前の報告書でここについて引き続き注視ということでございましたので、先ほども4社の皆様から御説明をいただいたところでございました。

論点といたしましては、皆様、御対応いただいているこの内容につきまして、取組が進展していると考えられるのではないかということ。そして、引き続きこれをフォローアップしていくことが適当ではないかということに記載させていただいております。

すみません、駆け足ですが、4ページのほうに行かせていただきまして、広告表示の適正化の関係でございます。こちらに関しましては、従来から携帯市場の店頭広告などを含めまして、条件付最安値などいろいろな課題があったということでしたが、ワーキンググループの時代から、とりわけサ向協さんなどに御協力いただきながら、取組についてフォローアップをしているということでございまして、昨年も一度、サ向協さんにこの状況について進捗の御報告をいただいたところでございましたし、また、その後、総務省のほうで消費者庁と

連名で、この市場における注意喚起も行わせていただいたということでございました。

ちょっと順番が前後してしまい恐縮なのですが、次回以降、サ向協さんにその後の進捗の御報告をいただこうと今準備をしておるところでございまして、若干論点にまとめるには少しまだプレゼンがいただけていないものがある状況ではあるんですが、論点としては、下に掲げておるもので、サ向協さんにいただいているオーディットというのは十分なものとして考えられるかどうかということが1つ目。

それから、サ向協さんの下で自主的な取組を今進めていただいていることが、引き続き適当であるかどうかということ。それから頭金に関しまして、昨年11月、注意喚起を出していただいた。この結果がきちんとフォローアップされているかどうか。まさにサ向協さんに今度御発表いただけないかと、今準備をしておるところでございます。そのほか何かあるかというところの4点を掲げさせていただいておるものでございます。

引き続きまして、5ページ、先ほど私のほうから御説明申し上げましたI o Tの関係でございます。経緯のところは、今申し上げたところでございますので、論点といたしましては、改めて、2年前から申し上げているところでございますが、I o T製品が普及していく中で、料金徴収とかが発生したときに、物を買ったという認識の中で、さっきも御議論いただいたように期間拘束や、あるいは料金徴収の中でトラブルが起きないかというところを一応掲げさせていただいておるものでございます。

ただし、先ほどの説明にも重複いたしますが、今の市場の中で、必ずしも電気通信事業法との関係では、少なくとも対象となる製品やサービスというのはまだ限定的であるということがございますので、ここについては、引き続きこの洗い出しというのを進めていくのがいいのかなということにさせていただいてございます。それが5ページでございます。

6ページ以降が2の、今回、昨年6月以降、新たに追加したテーマでございまして、一つ一つある程度丁寧に御説明申し上げられればと存じます。まず、電話勧誘の関係でございます。これに関しましては、かなり精力的に御議論いただいているものでございまして、もう皆さん御存じと思いますが、電話勧誘というのは、もともとこの市場でトラブルの1つの原因になってきているという分析を、事務局からも資料などで御説明を申し上げてきてございますし、こちらに書かせていただいているとおり、一方で、この市場ではいわゆる後確認というのをきちんとガイドラインで実施しているのに加えて、事業者団体の自主的な取組として、後確認の実施の際に説明の書面、いわゆるパンフレットなどを送付して、きちんと電話勧誘の特有の問題であるところの視認性の確保ができないという問題を補充する

ような取組もなされてきているということでございます。しかしながら、このパラグラフの後段にあるように、それでも今なお、この市場における電話勧誘を起因とするであろうトラブルは非常に多く、逆に電話勧誘という分野横断で見たときに、電気通信サービスというのが占める割合も多いという状況で、やはり何か課題が大きく生じているということだと理解しています。

2パラグラフ目にあるように、皆様の努力にもかかわらず、引き続きそういう状態になっていることに関しては、当然ながら、電話勧誘というものがそもそも内在する問題、不意打ち性、そして視認性の欠如ということがあるのに加えて、まさにこの検討会の中では「アウトサイダー」という言葉で呼ばれていましたが、事業者団体の自助努力の枠外で活動されている方もそれなりにいらっしゃるというところには注意が必要なのかなと考えてございます。

下の最後のパラグラフにあるように、こういう中で消費者団体の方から、不招請勧誘の禁止、要式契約への変更、そして説明書面を交付した上での契約の締結、このような御要望をいただいたということでありましたし、また、諸外国の事例を見ていくと、勧誘電話拒否登録簿の制度を導入されている場合もございましたというのが経緯でございます。

これを踏まえまして、論点、7ページでございますが、いわゆるアウトサイダーの問題がある中では、自主的ないわゆるソフトローでの取組ではなくて、ある種、法制度的な対応、あるいは制度的な対応をしていく必要があるのではないかとということが1つ目。

2点目が、では何が考えられるかということで、消費者団体の方からいただいた3つの要望に加えまして、諸外国にあるような拒否登録簿制度の導入、それからそのほか何かあるかということで掲げさせていただいておるものでございます。7ページは以上でございます。

8ページ、ウィズコロナ時代の利用者対応の在り方ということでございます。こちらに関しましては、皆様が実感されているとおりでございまして、まさに新型コロナウイルス感染症の拡大の中で、感染対策に携帯ショップの方を中心にかなり御尽力いただいて、その結果として、どうしても制約が大きい中でのショップ、あるいはコールセンターの業務の遂行というのが行われてきたということで、とりわけこれで見えてきたのが、モニタリングの結果などで出てきたのが、解約が難しいとか、こういったような声はかなり見られたところでございました。

2番目にあるように、当然ながら、このコロナ禍というのは、1つの特有の事象であったり、あるいは突発的な事象という見方も可能なのですが、一方で、こういう状況下では

ウェブ手続というのが活躍するべきである中に、どうやら不便さというのが顕在化してきたのではないかと考えてございます。とりわけ解約というのは、この市場においてまだ、一部是正が図られている部分ではあるんですけども、期間拘束の違約金など、解約をするタイミング次第で何か影響が起きるといのはまだ存在しているというところで、それ以外の点も含めまして利用者の利益を考えると、望む時期での解約というのが重要であろうと考えています。

この点に関しまして、前回29回、合同で行われた会合では関東弁護士会連合会のほうから、解約に関する利用者の意思の尊重は非常に重要であろうと。また、カリフォルニア州の立法事例を参考に、ウェブで契約ができるものについては解約ができることが必須とされている、こういう御紹介があったものであります。

下から2番目ですけれども、ウェブの解約というのは、即時・簡便な解約の手段として、非常に利用者の利便にかなうものであると考えていますが、これ自身、システム整備というものが必要にもなりますので、全ての事業者が対応できるかというところは1つ留意点かなというふうには考えています。また、検討会の構成員の方からは、ウェブ解約の際に注意点というのが十分理解できないおそれもあるので、この辺りは懸念としてお示しもいただいたところでございました。

9ページ、少し違う話に行くのですが、ウェブで解約をしていくということでは、他事業者への乗換えなども行われますし、その際、特に移动通信の世界では、端末の周波数帯の対応の関係もございまして、なかなかそのままSIMロックの解除をしても端末を持って出ていったときに使えないというようなこともございまして、その辺が明確でない場合もあるということで、利用者がここをきちんと理解いただくということは重要でありまして、単に解約がウェブで可能になるだけでなく、その端末の利用可能性の情報というのも提示されることが重要ではないかなと考えています。この観点に関しましては、もともと競争検証WGでスイッチングコスト低減の関係で御議論いただいていたところでありましたが、前回の合同ヒアリングの中でも、この検討会もジョインした形でこの御議論が盛り上がったところかなと理解しています。

最後、論点を3つ掲げさせていただいてまして、契約の対称性という観点でウェブの解約に関して、ウェブで契約したものについてウェブの解約を可能とすることが適当かどうかということ。それから、全ての電気通信事業者において、ウェブでの解約を可能とすることが適当かどうかということに分けて書かせていただいたのが1つ目。

また、2点目がウェブ解約の際の留意点があるかどうかでございます。

3点目が先ほどの周波数帯の関係でございますが、当然、端末の利用可能性というのは重要な情報である中で、一方で、電気通信事業者が他事業者の端末について正確な情報を有しているわけでもないということから、やはり電気通信事業者、自社の回線で利用可能な端末について、どれぐらいの情報を掲載するということが適当かどうかということを書かせていただいているものでございます。以上、9ページでした。

10ページ、大変駆け足で恐縮ですが、2の(3)の消費者トラブルの関係の初期契約解除の観点でございます。こちらをかいつまんで御説明申し上げますと、いわゆる初期契約解除制度、今定まっているものに関して、移動と固定で起算日の記述が異なりまして、移動については書面受領日だけでなく、役務提供開始日のいずれか遅い日になっているが、固定については書面のみであるということでございます。すなわち、サービスが提供開始前であっても書面が渡されれば、8日間スタートするという状況でございます。

これは移動というものが、電波が届かないとか、そういう事情によって全く使えないというようなこともございますので、こういった制度になっているのかなと思いますが、当然ながら、固定であったとしてもベストエフォートであるということからすると、実際に使ってみないと、その品質は分からないということもございますし、また、工事の遅れであるとか、いろいろな問題も今生じてきています。

それから、3パラグラフ目にあるように電話勧誘との関係で言いますと、なかなか契約をそもそも締結した御認識がない利用者とのトラブルというのも散見される中で、ある種工事が始まったというところで契約に気づくということも当然考えられるわけですので、その時点からの契約の解除に関しては一定の合理性があるのかなということでございます。

また、最後、消費者団体からの要望として、8日間という期間が短いのではないかというお声もあったところでございました。

次に、11ページ、論点のところでございますが、先ほど申し上げたもろもろの事情というところを鑑みまして、これをベストエフォート型の固定通信サービスについても起算点を移動に合わせて、役務提供開始日も含めたいずれか遅い日にすることが適当かどうかということ。2点目が8日間という期間を延長することが適切かどうかということでございます。

すみません、駆け足ですが、12ページ、次の②期間拘束の関係でございます。こちら通信サービスは非常に技術革新の速さであるとか、契約締結後の状況の変化であるとか、ベストエフォート型の不確実性であるとか、これらのリスクを消費者が負うというある種の不

均衡ということが契約継続の中で拡大するような性質ということを考えていくと、ある種利用者がサービスから簡易に離脱ができるような、そういう状況とかに関しての要請が大きいのではないかというのは言えるだろうと考えています。

市場の苦情相談の状況を見ていっても、なかなか違約金の存在で解約ができないというところでそれなりの苦情の件数が出ているというところ、また、とりわけ米印にあるように、去年はクラウドW i - F i の関係で非常に大きな苦情の数が出たというところがあるかなと考えてございます。

一方で、事業者の目線に立つと、なかなか卸元との関係で難しいであるとか、あるいは工事費の初期コストの回収であるとか、様々な事情があって、こういうような期間拘束契約が必要と考える声があるということです。

他方で、消費者の流動性を阻害していると判断される場合には見直しが必要だとか、合理的でないような期間拘束はマーケティング上も好ましくないという声もあったところがございます。

下から2番目ですが、期間拘束契約自体、これは当然ながらビジネスの一つのモデルとして必ずしも否定されるべきものではないということは明言させていただいた上で、電気通信サービスの性質を踏まえると、この在り方が不適切、すなわち拘束期間とか違約金の額が不適切であった場合には、利用者の合理的な選択に制約が不当に存在し得るのではないかと考えてございます。また、期間拘束契約に関連しまして、少し違う論点として、解約の誤認、解約の忘れという話も生じてきておりまして、実際にそういう紛争に至ったものもございました。

今、契約の中身について、インターネット上での閲覧、要は書面での料金明細が出ない場面も含めまして、利用者が認識をなかなかしないままサービスが続いていくということは、今生じやすい状況なのかなと思ってございます。

以上、踏まえまして、論点でございます。1つ目、利用者の合理的な選択が制約されないような観点での拘束期間について、どのぐらいであれば不当と考えられるかということ。

2点目、違約金の額でございます。サービスの品質が著しく期待値を下回ってしまう、先ほどの継続的な理由の中での不均衡みたいな話でございますが、こういう場合に無償で解約をさせるということがあるのかどうか。また、別の観点として、違約金がそもそも一律に上限を定めることが適当かどうかということでございます。例として、違約金の上限については特定商取引法で、こちらも以前のプレゼンで御紹介あったかと思えますけれども、1か

月の料金に相当するような額で定めている例があるということは参考になるかどうかということでございます。

また、3点目のところに工事費の話がございましたので、この辺の初期費用の回収というのをどういうふうに考えるか。違約金と別に考えることができるかどうかということを書かせていただいております。

また、4点目、解約忘れの関係でございますが、これに対する適切な対処が行われることが適当じゃないかということで、例えばどのようなことが考えられるかとして2点掲げてございまして、一定期間の利用がない場合に、これを通知するというサービスを利用者の同意の下で提供するというのが1つ。2つ目が解約時に利用者が複数のサービスを契約している場合に、1つ解約をした際に、ほかのサービスも含めて意向を確認するということがあり得るかどうかということでございます。

14ページ、苦情相談の処理の在り方ということでございまして、これはTCAさんの今の取組を今回評価させていただいて、さらに先に何が考えられるかということでございます。いろいろな声を今回のヒアリングの中でもいただいたところでございましたが、2パラグラフ目にあるように、お声として結構いただいたのは、通信サービスに関しての専門性を有する機関、そういう専門性を持った苦情処理の機関が必要じゃないかということをお願いしたものでございます。理由は、サービスの性質として、なかなか裁判で解決するのになじまないとか、消費生活センターでの解決が困難であるとか、こういうようなものが理由として挙がっていたところでした。

また、3点目、これは重要だと思っているんですが、先ほどのIOTの調査の関係にも絡んでくるのですが、これからより一層、このサービスと、あるいは端末とか、あるいは代理店とか、様々なステークホルダーが分離していくというのがIOTの時代に進んだ中では、より一層、トラブルの多様化・複雑化が進んでいく中での事業者の整理、問題の切り分け、こういう需要も出てくるということからすると、ここは1つの課題かなと考えてございます。

4点目、いわゆるトラブルの迅速・効果的な対処という点で、個別の事業者だけでの取組だけではなくて、業界全体としてのモデルケースということでも、こういった取組は意義があるのかなということでございます。

こういうことを踏まえまして、15ページ、論点でございます。電気通信サービスに特化した専門の処理機関について要望が強くあるということから、また、先ほどのIOTの観点

から、こういったもの、苦情相談の受付・助言にとどまらず、問題の切り分けや解決のモデルケースの提示も行え得る体制の構築について、何か検討をしていくことが必要ではないかということにさせていただいてございます。それが15ページでございます。

16ページ、5Gエリアの関係でございます。これも先ほど4社の方から御発表いただいたところでもございました。経緯のところはさんざん昨年説明したところでもございますので、下の論点のところに行かせていただきますと、5Gの利用者への訴求につきましては、皆様、今回も御発表いただいて、エリアマップの作成などもされているということで、先ほど委員からの御指摘もございましたが、取組を適切に進めていると考えられるのかどうかというところは御議論いただきたいというところでもございます。

また、今の超高速の5Gサービスが提供されているエリアがまだ広くないということに関して、利用者の誤認を生まないように取組は引き続きやっていただくということが重要だろうということにさせていただいております。

以上が5Gエリアの関係でございます。

ここから17ページ以下が、前回4月26日の合同でとりわけ大きな議論になりました販売代理店の在り方の関係でございます。こちらは大変、このパートだけでも大部にわたりますので、かいつまんで御説明を申し上げたいと存じます。

17ページでございます。経緯のうち、とりわけ皆さんもよく理解されているパートとして、販売代理店の現状として、これだけの数の代理店さんの店舗であるとか、あるいは人材だとか法人の実態だとか、こういうものを書かせていただいておりますが、御説明申し上げているとおり、今のコロナ禍であるとか、オンライン専用プランの提供であるとか、こういう中でデジタル化の進展も相まって、対面による契約の比率というのが低下することは当然見込まれていくということからすると、回線契約というもの、あるいは端末の販売というもので収益を確保してきた、いわゆる代理店という形のビジネスモデルについては転換期を迎えているんだろうと考えてございます。

3点目、しかしながら一方で、携帯電話サービスは、かなり生活に浸透しておりまして必要不可欠である。その一方で、多様な料金プランであるとかオプションサービス、こういうものがかなり出ていることだとか、あるいは端末もどんどん機能向上が進んでいるというところもありまして、ICTリテラシーが必ずしも高くない方も含めまして、対面できちんとこの辺りの説明をいただけるようなキャリアショップ、そしてそれを運営する代理店というものの存在というのが、身近な窓口として極めて必要不可欠であるということは引き

続きあり続けると考えてございます。

18ページ、その続きでございますが、こういう中で改めてこの議論を振り返りますと、代理店をめぐる環境変化というのは、ある種割り切ってしまうと、一業種のビジネス環境の変化であって、民間事業者の経営判断の中で考えられるべきものだと言うことは可能だと思いますが、しかしながら、今申し上げたような役割に関して考えていくと、これを単に割り切って一業種の問題だと考えるのは適当ではないのではないかと考えてございます。こうしたことから、今回モバイル市場の代理店の在り方について、とりわけキャリアショップを重要な販路としているMNOを念頭に検討を行うこととしたものだったと振り返らせていただくものでございます。

また、この検討に当たっては、構成員の先生から、MNOの手数料体系、評価指標というのが、販売現場でのある種適合性原則違反であるとか、こういうひずみにつながっている可能性がある中で、ここについて調査すべきという御指摘もいただいたところでございました。この点を改めて考えますと、いわゆるデジタル化の進展の中、皆様がスマートフォンを含めて、こういった携帯端末機器への依存を深めていくというのが当然ながら進んでいくというところで、ICTリテラシーが必ずしも高くない方にとっては、さっき申し上げたように対面での接客に頼っていく、恩恵にあずかっていくという中で、いわゆる人にやさしいデジタル化を実現するということが代理店さんの役割は非常に大きいということでございます。

しかしながら、その代理店さんにおいて、仮に利用者の利益に反するような不適切な行為が行われた場合には、その弊害というのは今よりもさらに大きくなると考えられるということから、もしそういうものが存在するのであれば、根本的な要因の是正が必要であると考えているところでございます。

したがって、最後にございますような調査を総務省のほうで行いまして、前回、発表させていただいたものでございました。サマリーは後ろのほうにつけてございますので、適宜参照いただければと思います。

そういうことを踏まえまして、19ページ、調査結果の分析でございます。こちらは前回の調査結果の発表の段階では、あくまでこれは当事者の御意見をそのまま整理をしてお示ししているものとお伝えしたところでございますが、改めましてこれをきちんと分析をするというのが今回の19ページからの3ページ分でございます。3つほどの観点に分けて説明させていただいてございます。

(1)と(2)が、とりわけ法令との関係で問題になるであろう行為だとか、結果だとか、そしてその要因と考えられるような構造だと考えています。(3)がそれらの個別の事象とは別に、業界全体としてこのような構造が生じているのではないかと考えています。

順に(1)から御説明を申し上げたいと存じます。1つ目、報道等もよく出ましたが、前回のアンケート調査の結果として、お答えになられた方の4割を超える方が、利用の実態に合わない、あるいは利用実態を確認せず、ニーズも踏まえずに上位の料金プランを勧誘したことがあるというような回答がございました。また、その理由として、4割を超える方が、MNOさんの販売目標を要因に挙げたということもございました。

2パラ目にあるように、今申し上げたような行為というのは、電気通信事業法のガイドラインの中でも適合性の原則に反して不適切であるということが明示されてございますし、MNOさんが前回ヒアリングを行った中でも、そういうようなものに対してはきちんと指導などの対策を行っているというような御発言がございました。

そういうことを踏まえていくと、当然ながら一人一人の店員の皆さんが、基本的には適合性の原則を踏まえた勧誘の必要性については認識をなさっていると理解をしております。それにもかかわらず、そしてまた、このアンケートにお答えになったということからしても、こういう結果が出たということは、どういった見方ができるかといえば、法令遵守をすることよりも、ある種利用実態に合わないような勧誘というような、こういう行為を優先させる何らかの動機づけ、構造的要因があると考えるのが自然ではないかと考えています。

ここまでは推論でございますが、インタビューの結果を見返していくと、一部のMNOの中では手数料の指標として、大容量の料金プランの獲得を求めるような指標だったりとか、大容量プランを獲得する際の強い動機づけになるというふうな可能性があるような指標が存在しているというお声がありました。また、不適切な行為に対するペナルティーもあるが、これはあまりワークしていないというお声もあったところでございました。

こういう手数料体系の下では、利用者が何を求めて、何が買いたいかということよりは、何をどれだけ売るかという販売目標の達成を優先するということに思いがいき、その結果として適合性原則に反した行為を行うような代理店さん、そして従業員の方がどうしても生じてしまうというのは、これは不思議ではないのではないかと考えてございます。

20ページでございます。(2)前回の端末単体販売拒否の結果が見られたものに関する

分析でございます。最初に、3パラグラフほど前提の整理からさせていただければと思います。電気通信事業法27条の3では、回線契約者への利益提供について制約を置いているわけですが、回線契約を条件としなければ、利益提供の上限に関して規律の対象としないということになってございますが、こういった対象としないという要件には、形式的に利益提供の対象者を回線契約者と非回線契約者の両方を含むというだけではなくて実態、すなわち非回線契約者にきちんと端末を販売するという実態が伴うことが必要となります。しかしながら、前回の結果は、よく御存じのとおり、各社まちまちではあるものの、単体販売の拒否が行われてございました。

3点目、非回線契約者への端末販売が実態として適正に行われておらず、回線契約者に対してのみ販売されているという状況では、先ほど申し上げた利益の提供というのが回線契約者と非回線契約者を分けていないと言っている、全て分離の規律の対象に含まれるということなので、それが回線契約者向けの割引、利益提供と、非回線契約者も含めた利益提供の額が合わせて上限を超えてしまう場合には、27条の3の規律に違反する不適切な端末代金の値引きに該当することになるのではないかとということでございます。

4点目、そのような実態というか処理の下で、今回の結果、あるいは事業者さんのヒアリングの結果を踏まえますと、事業者さん自身、きちんとそこに関して対策を行っている。すなわち研修、指導、周知を行っているというお声、あるいは一部の事業者さんでは、広告に非回線契約者でも端末購入可能であることを明記するなど一定の取組は行っていると考えられますが、しかしながら、先ほど申し上げたような結果であるとか、あるいは覆面調査の中で拒否をした理由として、事業者や店舗の方針で販売がそもそもできないんだとか、あるいはシステムが対応していない、こういった説明が見受けられたところございました。

すなわちこのようなきちんと教育、広告、あるいは周知などを行っていても、実際、相当程度の数で端末単体販売拒否が行われているという実態が存在するということからすると、実はお答えにあったような知識不足、誤認識という理由だけではなくて、法令遵守よりも、今申し上げたような行為を優先させる何らかの動機づけ、構造的要因、こういうのが存在すると考えるのが自然であろうということでございます。

また、ここもインタビュー調査の結果を振り返ってみると、端末単体販売において、①代理店が卸す端末の値付けへの制限のような構造。すなわち米印にあるように、MNOから代理店への卸値が直売価格に一致するとか、あるいは代理店が卸値に上乘せをする、いわゆる

頭金に関して事実上の制約があるのではないか、こういうお声が見られました。

また、②にあるように、手数料体系の中で非回線契約者への端末単体の販売ではほとんど利益が出ないというような証言もあったというところでございます。

最後に、こうした手数料体系の下では非回線契約者に対して端末を売っても、あまり実質的にもうけが出ない、あるいはいろいろなものを差し引いていくと実質的に赤字になってしまう。そうであるとすれば、限られた端末を非回線契約者ではなくて回線契約者に対して販売するというほうが販売代理店にとって経済合理性が働くと考えられますので、結果的に規律に違反した端末単体販売拒否、これが生じても不思議ではないのではないかという帰結でございます。

すみません、長くなっておりますが、21ページ、その3番目、背景に考えられる構造でございます。こちらは前回のインタビュー調査の結果の中をある程度抽出したものを①と②に書かせていただいております、①はとりわけ手数料に関係するような部分でございます、1つ目は、手数料というものが、MNOが設定する評価指標に基づく目標の達成率などによってかなり変動するということがございます。また、成績が不振であった場合、手数料のほとんどが停止されるであるとか、あるいは閉店措置、契約解除措置などが行われる場合もあるということで、その一方で、代理店さんによってはショップの開店の際に相当額の投資であるとか、あるいは数年ごとのリニューアルのための費用、こういうものが出てくるということがございます。こういう中では手数料が大きく変動して、また、下がってしまうというときに、投資の回収というのは著しい困難を伴うということが考えられるということでございます。

また、2番目がそれ以外の手数料の外の話でございます、先ほどの論点にも関わってくるようなところとして、端末を単体で売っても、回線を伴わずに売っても利益が出ないということ、いわゆる小売そのものでもうけが出ないということかなと思います。また、独自の商材に関して取扱いの制限があるということでありまして、販売代理店にとっては、手数料以外での収益確保というものがかなり限定をされているという状況があるのかなと考えてございます。

2パラグラフ目にあるように、今かなり強く申し上げたところではあるのですが、これ自身は、当然ながらフランチャイズという業態、フランチャイズに直接当たるかどうかはともかくとして、似たような業種の中でも存在するようなものでありまして、これ自身が必ずしも一概に否定されるべきものではないのだろうと考えてございます。

ただ、今のような構造の中では、とにかく目標を達成するということに重きが置かれて、販売代理店さんにとっては、ここを優先するというモチベーションが極めて高くなるだろうと考えてございます。これが何か問題かということではないのですが、一方で踏まえなければならぬのが通信サービスというものの性質でありまして、やはり技術革新の速さ、あるいは専門性の高さ、サービスの多様性、様々な要素で事業者と利用者との間の情報の非対称性は当然ながら大きいであろうということからすると、比較的容易に誘導が可能な商材だということは言ってしまうのじやないかと思っております。

こういう中では、MNOが設定する評価指標によっては、利用者の意向ということよりは目標達成ということに重きを置いて、そういう目標に資するような料金プランの誘導であるとか、法令に違反した行為の助長の効果というものを有してしまうのではないかと考えてございます。こういうものを踏まえていくと、今、(3)で説明した委託契約全体の構造であることも相まって、(1)や(2)に示させていただいたような法令違反が疑われるような事案が発生したという可能性はあるのではないかと考えてございます。

以上、非常に長くなりましたが、ここまでが分析でございまして、これを踏まえまして、22ページ、23ページが論点でございます。

22ページがとりわけ今申し上げた内容に大きく関連する論点でございまして、1つ目に、書いてあるとおりでございますが、MNOさんと代理店さんの契約、これに関しましては、最初に申し上げたように、ある種民間事業者間での契約であるということもありまして、委託の手数料の仕組みについては、これまでこの分野ではあまり電気通信事業法上という観点で評価をしてこなかった経緯がございますが、今申し上げた結果を踏まえていくと、そこはある種聖域ではなくて、内容によっては法令違反も助長するような、そことの関係で問題になってくる可能性があると考えてございます。

もちろん、今申し上げたような話というのが、販売目標の設定を通じて特定の商品、サービスの販売促進を行う、誘導するということが自身は、これは委託という契約であったりとか、あるいは営業活動の中で当然許容されるものであるというふうにはあらかじめ申し上げたいと思いますが、このような評価の基準というのが適正・合理的という範囲を超えて法令違反を助長するような形で設定される場合には、当然ながら電気通信事業法との関係で問題になり、業務改善命令の対象ともなり得るということは明確化すべきではないかと考えてございます。

3パラグラフ目にあるように、特に、先ほど分析に出てきたのに近いわけですが、次のよ

うな評価指標に関しては、通常、適正・合理的ではなくて、法令違反を助長する蓋然性が高いのではないかということでございます。詳細は割愛いたしますが、(1)が高額なプランの獲得率や獲得の有無で評価が大きく変動するような指標、(2)が事業法27条の3の違反を助長するような手数料・奨励金体系の仕組みでございます。

2パラグラフ目に、もう一つ、両輪となるような論点を書かせていただいておりますが、手数料の評価基準等による法令違反の助長というのは、必ずしも単一の評価基準によって生じるということではなくて、端末の卸契約等の手数料以外の部分も含めて、様々な要素が複合的に作用する場合もあるかなと考えてございます。

また、手数料体系それ自身が非常に複雑になっているというのも証言としてあったところでございました。こういう中で、適切でない手数料の評価基準が是正されたか否かの判断というのは、これ一つ一つを見ていくということもあるのかもしれませんが、実際の販売現場における法令違反が疑われるような行為というのが本当に行われているかどうか、これは継続的に確認するということが必要なのではないかとさせていただいております。

大変駆け足ですが、23ページがそのほかの論点ということでございます。再三申し上げているように、人にやさしいデジタル化というのは、この領域においては一体不可分であると考えてございますが、とりわけ代理店さんというのは、地域のICT拠点としての活用が期待されているところだと考えております。このような中で、販売代理店さんが役割を十分果たしていただくためには、とりわけ意欲のある方が独自の商材など、創意工夫が可能な限り尊重される仕組みがあるということが重要ではないかと考えてございます。

もちろん、これはヒアリングの中でも出てきた話ですが、独自の商材の制限というのは、かつて販売代理店さんが、残念ながら、こういった商材の中でトラブルを起こしたという経緯がございますので、無限定な商材の許容というのは当然好ましくはないのかなとももちろん思っております。こういうことを考えていくと、例えばということでございますが、ブランドイメージを傷つけない範囲で合理的な制約を設けた上で、独自の商材というのを取り扱えるようにするというのが考えられるのではないかとさせていただいております。

「また」というところで、もう一つ、地域のICT拠点というところで言いますと、総務省のほうの施策として、高齢者・障害者の方に対して、スマートフォン操作、オンラインでの行政手続の実施に関して、身近な場所での講習、あるいは相談を受け付ける「デジタル活用支援推進事業」というのを今行っているところでございます。この中では、前々回頃だっ

たかと思いますが、販売代理店もこの視野に入っていて活用を期待されているというよう  
な説明をさせていただいたところでございますが、この点を踏まえまして、さらなる販売代  
理店の活用方策というのも検討することが適当ではないかとさせていただいておるところ  
でございます。

御説明に関しては以上になりますが、次ページ以降、参考資料がついてございまして、例  
えば35ページ以下には、前回、非公表でヒアリングを行いましたMNO、そして全携協さ  
んからのコメントに関して、書ける範囲、可能な限りサマリーを載せてございますので、こ  
ちらも御参照いただければと存じます。

説明長くなりましたが、以上でございます。御議論いただければと存じます。よろしくお  
願いします。

**【新美主査】** どうも御説明ありがとうございました。非常に論点が多岐にわたるところ  
を要領よく説明していただきました。

それでは、ただいまの説明につきまして、御質問、あるいは御意見ございましたら御発言  
をお願いしたいと思います。チャットにて合図をよろしくお願いいたします。

それでは、北さん、どうぞ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。全体について1回でやるんですかね。たくさ  
んあるんですが。

**【新美主査】** 適宜、北さんの判断で区切って出していただいて結構です。

**【北構成員】** まず、手続時間の長さへのコメントですが、各社、取組が進展しまして、  
待ち時間、手続時間、大幅な改善が見られていますので、ここまで来ましたら、時間につい  
ては引き続きフォローアップしつつも、オンラインへの移行とか、セルフサービス端末とか、  
オンライン接客といったDXの進展もありますので、より丁寧な説明が必要なお客様には  
より時間をかけて説明するといった、めり張りをつけていくことが今後重要になってくる  
のではないかと思います。

一方で、現在の来店予約システムは、手続の種別に応じて時間枠が60分とか90分が標  
準になっているため、混んでいて予約枠が埋まっている場合、その時間内に応対を収められ  
ないと、次のお客様に御迷惑がかかるので、再来店いただくというルールになっています。  
ショップスタッフにヒアリングしますと、特にシニアの方に対しては、何とか時間内に収め  
ようとするため、結局、説明をはしょったり、簡略化したり、プラスワンの御提案をする時  
間がないという声がありました。

長時間拘束するという事は、スタッフの稼働がかかる、すなわちコストがかかるということですので、有料化とか、端末の設定を切り分けるとか、試行錯誤しながら最良の方法を確立していただきたいと思います。つまり、今後は、顧客属性によって対応時間とか、対応方法を変えると、よりきめの細かいお客様全体のC Xが向上するような取組を期待しています。というのが1点目です。

2点目、これもコメントですが、電話勧誘販売についてアウトサイダーによるトラブルを防ぐために、善良な事業者も含めて全体に網をかけることによって、善良な事業者の活動に支障を来すことを懸念しています。

論点に4つの措置が挙げられていますが、私は、例えば③の要式契約化から導入して、それが駄目なら④の説明書面の事前交付、それでも駄目なら①、②というようにステップを踏んでいくことが有効ではないかと思います。

それから3点目、ウィズコロナのところについてコメントです。自社回線で利用可能な端末の表示についてですが、スイッチングコストが低下し、端末の買換えサイクルが長期化している中で、端末持込みでのMNPユーザーが今後増加すると考えられます。自社の回線で利用可能な端末を事業者が情報提供するという事は、ユーザーが安心して自社にポートインしていただく上で重要な情報です。恐らく事業者が自ら掲載するはずですので、我々が掲載せよと迫るべきものではないのではないかと思います。

次、初期契約解除制度について質問です。F T T Hの初期契約解除制度について、解除の起算点を書面受付受領日または役務提供開始日のいずれか遅い日とすることに賛同いたします。そうすると8日間という期間を延長する必要はないものと考えます。

そこで、総務省さんへの質問ですが、コロナ禍で、平日昼間に自宅でのテレワークやリモート学習が増えている中で、マンションタイプなどではスループットが落ちることが指摘されています。総務省さんでも実効速度の計測を実施していると聞いていますが、その状況についてお教えいただきたいと思います。

F T T Hの実効速度がモバイルと同じように情報提供されるようになれば、今は最高速度1 G b p sをうたっているながら1メガも出ないなんていうことへの苦情も減少するのではないかと思います。一旦ここで切ります。

**【新美主査】** ありがとうございます。コメント以外で質問はスループットの点ですので、総務省さん、どうぞ事務局のほうからお答えいただきたいと思います。

**【片桐消費者行政第一課長】** 総務省事務局消費者行政第一課長の片桐でございます。担

当のデータ通信課が今入室出来ていない状況でございます。こちらは後ほど別途、御回答と  
いうことにさせていただければと思います。

【新美主査】 では、後ほどよろしく申し上げます。

それでは続きまして、市川さん、お願いします。その後、長田さん、お願いします。

【市川構成員】 慶應大学の市川でございます。北さん、おっしゃるとおり、論点が山ほ  
どありますので、4点、私のコメントでございます。なるべく短く言います。

1つ目が電話勧誘における課題のところございまして、先ほど北さんからありまし  
たとおり、善良な事業者が排除される形はよろしくないということございまして、さりと  
て様々な手段がほかの法律とのバランスが結構難しいということで、勧誘電話拒否登録名  
簿みたいなことも海外事例ではあつたりしますので、そういうことも含めて、なるべく良貨  
が間違っ駆逐されないようにするという方向で進まれることを望みたいと思います。

2点目、ウィズコロナのところの利用者対応の論点ですけれども、このように契約しよう  
とする窓口自体が限定されてくるというようなことが現実になりましたので、そうすると、  
入り口の契約と出口の解約が違う場所であるということをおまわり正當化することは難しく  
なってくるのかなと思います。どういう形式であるにせよ、そこはイーブンに消費者から扱  
えるようにしていただきたいというのが2点目でございます。

3点目が苦情処理の在り方ございまして、15ページにある、今後、体制構築も含めて  
検討ということに賛成ございまして、先ほどIoTの調査についてのところでもコメン  
トさせていただきましたが、消費者の観点からということは非常に重要ではあるのですけ  
れども、まさに御紹介がかつてありましたけれども、どの事業者とどの事業者が関係してい  
るのかということについて、その事業者もよく分からないとか、まとめて一方のせいとい  
うことになることもよろしくないということがございます。海外で行われるように、イーブン  
に責任負担がきちんと分かるようになり、一方の責任に帰されてしまうというようなこ  
とをきちんと整理しないと、先ほどの紹介のように、事業者が絡まってくるのは間違いない  
と思いますので、検討を開始するというのがよろしいことだと考えます。

最後に、販売代理店の在り方ですけれども、これは非常に解きほぐすのが難しく、かつ、  
規制手段の考え方が非常に難しいものでございますが、例えば独占禁止法の歴史を見まし  
ても、公正取引委員会さん、オブザーバーでいらっしゃいますけれども、フランチャイズであ  
つたり、垂直取引、流通・取引慣行のガイドライン等がございます。こういうふうにも多段階  
で物を売っていくという中の合理性というのはかなり積み重ねがあつて、そこに今回難し

いことに、経済合理性がきちんとあるのだけれども、それを追おうとするとどこかの、こちらで言うと電気通信事業法の規律をゆがめるということがあり得るとのことだと思っています。今、御提案のように、丁寧に見ていくことで、売り方、やり方ということが、ホワイトリストなのか、ブラックリストなのか、ガイドラインという方向なのかは分かりませんが、そこをうまく誘導していかないと、経済合理性とぶつかることになります。合理的にやろうとしていることが法令違反にぶつかっていくということになると、どこかにひずみが出ます。それは代理店さんにひずみが出るかもしれませんし、結果として利用者にひずみが出たりするということもありますので、手の出し方が難しい世界ではありますけれども、きちんと見ていくということが大事だろうと思います。

以上でございます。

**【新美主査】** ありがとうございます。非常にポイントをついたコメント、今後の議論に生かしていきたいと思います。

続きまして、長田さん、お願いします。その後、黒坂さん、よろしくお願いします。

じゃ、長田さん、お願いします。

**【長田構成員】** 長田です。よろしくお願いします。

順番がちょっと変かもしれませんが、まず1つ、電話勧誘のところなんですけれども、総務省でも整理していただいているように、アウトサイダーの方で、遵法意識が低い方たちでかなり課題が起きているということであれば、そういうところをきちんと取り締まってほしい、対応していただきたいと思います。その実績を上げていった中で、やはりきちんと法律を守って、ルールを守っていかなければ電気通信事業者としてやっていけないんだということになれば、それぞれ、今未加入である団体などにも加盟をして学んでいってくださるというふうな、そういう道筋ができると思いますので、まず、問題を起こしている事業者についてはきちんと対処をしていただきたいと思います。

それから、期間拘束のところなんですけれども、期間拘束規約の課題は大きいと思っています。これはモバイルのところでも行き過ぎた期間拘束ということでいろいろ課題も整理してきたところですので、それに倣いながら、期間拘束をしない契約の合理的な契約が準備されているのかどうかというようなことも含めて、続きということで対応していけばいいのかなと思っています。

それから、手続時間のところ、北さんがおっしゃったように、これからはただ時間を短く

するだけではなく、お相手に合わせた十分な説明ができるのかというところにどんどんシフトしていくことになると思いますので、また、そういう課題もきちんと対応していただきたいと思います。

それから初期契約解除のところ、F T T Hの初期契約解除もモバイルと同じように、契約の役務提供開始日へ延長していくということについては賛成です。

以上です。

**【新美主査】** どうもありがとうございました。これもまた大事なコメントだったと思います。

続きまして、黒坂さん、お願いします。その後、中央大学の西村さん、お願いします。

では、黒坂さん、どうぞ。

**【黒坂構成員】** 慶應大学、黒坂でございます。私もちょっと論点が多いので前半、後半に区切らせていただいて、まず、前半で、章番号でいうと2の(4)、5Gエリアのところの話までで、まず一度区切らせていただきます。その後、販売代理店、2のほうのところは重要な論点かと思っておりますので、後ほどまた機会をいただければと思います。

まず、前半のほうですが、7ページ目で①から⑤まで方法が示されています。これを意図も含めて御説明いただいたので、結論から申し上げますと、まず、④から説明書面を交付の上で契約前の説明を行うことの義務化を進めるというところから検討に着手するのが妥当ではないかなと思います。

①から③については、事務局からも少し触れられていましたけれども、なかなか厳しい。とりわけ①不招請勧誘については、ほかの法律であるとか、営業の自由とぶつかってしまう可能性があるということを考える。あるいは②、いわゆるドゥ・ノット・コールですけれども、これは諸外国で必ずしも十分に機能していないという指摘もありますので、どのような形が最も望ましいのかということを検証した上で考える必要があるだろうと。この辺りを考えると、④から検討に着手ということが妥当ではないかと意見をさせていただきます。

続いて、9ページ目ですけれども、ウェブ契約ができるのだからウェブ解約もOKにと、ウェブ解約をより進めていくということ、これについても私は賛成でございます。どんどん進めていただきたいと思います。

一方で、私自身はあまり保守的になり過ぎないほうがいいと思っていますので、その辺りは勘案していただきながらと思うんですが、一部ウェブで契約するときは、消費者があれを使おう、これを使おうということを明示的かつ能動的に理解し、アクションを起こして判断

できるわけですが、解約するときに、これは本当は続けたかったんだけど、よく分からないまま、取りあえず回線だけ解約しちゃったら、ほかのものも全部駄目になっちゃった、使えなくなっちゃったというようなことが契約時よりは起きやすい可能性が、認知的なことも含めてあり得るだろうなと思います。だからその辺りを全部穴を塞いでからやれということではなく、取り組んでいただいて、事後的に様々な課題が出てきたことについては、まず、当面は消費者を優先するような形で事業者の皆様に対応いただき、なおかつその間に何が起きたのかということを検証していただきながら、事業者の取組として検証していただきながら進めていただくということが留保として必要なのではないかと考えました。

続いて、11ページ目、起算点の話であるとか、あるいは初期契約解除の期間の話です。起算点の話、ちょっと私も事前に御説明をいただいて、ここはなかなか難しいなど。考え方としては、私はおおむね同意なんですけど、ここを様々な現実のコストの構造に影響を与えてしまう可能性があるところだと思いますので、基本的に起算点については前向きというか、ここに示していただいているように取り組んでいく方向で検討しつつ、もう少し状況把握を進めていくことが必要ではないかと思っております。

あと、初期契約解除について8日間というのは、私は8日間が結論から言うと妥当かと思っていますので、ひとまず現状、8日間でいいのかなと思います。これは通信サービス以外も含めて、世の中一般のこういったクーリングオフみたいなものの基準であるとかも勘案した上で、8日間は一定程度消費者に与えられている時間ではないかなと私は思いますので、そのように意見させていただきます。

あと2点です。13ページ目ですが、ここは期間の話と違約金の話です。基本的に事務局が御提示の論点で考えるべきことについて異論はないわけですけども、とりわけ期間については、長期間にわたることによって消費者がどのような不利益やリスクを被るのかというようなことが十分説明されていないところがあるんじゃないかなと思います。ですので、まず、こういった説明であるとか、条件をちゃんとネガティブな部分も含めてフェアに説明していただくということが必要ではないかと思います。

あと違約金については、モバイルのときにいろいろ議論に参加させていただいた立場から申し上げますと、理念としては分かるころはありますけれども、ここはやっぱり考え方について、ある程度整理をいただいた上で合意形成を図っていくということが必要かと思っていますので、基本的に消費者に有利になるということは必要ではあると思いますが、やはり一定の考え方、ロジックということを示して合意形成するというプロセスを踏んでいただ

ければなというのが私の意見です。

前半の最後ですけれども、15ページ目のADRの話、これは原則私は賛成で、あったほうがいいと思っています。しかしながら、これは電気通信分野に限らず、ADR一般で、これは専門委員の先生方がとりわけお詳しいと思いますが、ありていに申し上げますと、誰がやるんだという人の問題と、誰が支えるんだという金の問題、この辺りが重要な課題として必ず顕在化するであろうと思います。

誰がやるんだというところは、もう一つ、中立性の話もあるわけです。ADRで相談しに行ったときに、本当に事業者側に見えないような、中立、ニュートラルティーがあるような状態でされているのかというようなことも恐らく論点として出てくるだろうと思います。この辺りをあらかじめ検討してフィックスしなければいけない、解決しなければいけない課題ということのを洗い出し、少し集中検討を進めた上でADRの設計に入っていくとしていくというようなことを御留意いただければというのが私の意見です。

以上になります。

**【新美主査】** ありがとうございます。これもまた、ADRの点まで含めた御意見ですので、今後の議論の参考にしたいと思います。と同時に、ADRをやるんだったら、早く調査しろという要求でもありそうですので、これも議論しておきたいと思います。

では続きまして、中央大学の西村さん、御発言をお願いします。その後、木村さん、よろしく。

じゃ、西村さん、お願いします。

**【西村構成員】** 御説明ありがとうございます。中央大学の西村でございます。

3点ほどコメントさせていただければと思います。まず、全体像といたしまして、非常に論点が多いというのは、これまでの構成員の方々の発言に同意いたします。ぜひ事務局におかれましては、今後何らかの基準、もしくは判断に基づきまして、これらの論点を分けて検討をしていただきますと幸いです。

2点目でございます。スライドの7枚目、電話勧誘における課題というところでございました。既に構成員の方々からも指摘がございましたが、実効性、遵守費用の観点からの検討というような文章でございますが、修文ではございませんが、追加として、黒坂委員のほうからもございましたとおり、法律上、憲法そのほか消費者保護関連の法律との関係も考慮要素として文章化していただくことが肝要かなと思っております。

3点目でございます。21枚目のところでございます。MNO、キャリアと販売代理店と

の関係につきまして、委託契約というような表現がなされております。やはりこの点、取引関係上、いずれに取引上の優越性があるのかという、いわゆる独禁法上の問題ということも根底には存在しているのかなとも思っております。この点は公正取引委員会のフォローアップ調査等も含めて、逐次検討していく必要があろうかと思っております。

私からは以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 ありがとうございます。留意点、コメントありがとうございます。

それじゃ、木村さん、続きましてお願いします。その後、森さん、御発言をお願いします。

どうぞ、木村さん、よろしく。

【木村構成員】 木村です。既にいろいろな意見が出ておりますし、今回、本当に論点が多いので、私も気になったポイントだけに絞らせていただきます。

まず、端末についてなんですけれども、やはりSIMロックが解除されたとはいえ、自分がこの事業者で使っていたものが使えないか、使えるかということは大変重要なことです。事業者を変更した、乗り換えたのに端末が使えなかったら、結局、端末もまた別途購入しなければならないという余計な出費が出るわけです。そういうこともありますので、きちんとここは分かるようにしていただくことが重要だと思っております。

それから、初期契約解除の役務提供の件なんですけれども、開始日は役務提供のときを起算点にしたほうがよいと思います。と申しますのは、やはり工事がどのような工事になるかというのは環境によって異なるんですけれども、かなり高額な工事になる場合もありますので、そこは検討が必要だと思っております。

それから3点目なんですけれども、苦情対応についてです。通信の問題はこれまでいろいろと問題が挙げられているとおり、大変複雑ですし、専門性が高いことは御存じのとおりなんですけれども、まず、利用者は何が原因なのか分からないし、苦情についても、ただできないというだけで、分からないということで、相談員さんが大変対応に困っているという実態があります。対応が難しいことから、やはり専門的な相談機関が必要だと思っております。

では、事業者のお客様相談室に行けばいいのではないかという話もありますけれども、実際には事業者に対応してもらえないという話もよく聞きます。ということから、やはりADRなど利用者に寄り添った形で相談の機関が必要だと思いますし、現在、TCAさんで相談窓口があるんですけれども、ただ、あっせんをやってもらえないわけなんですよね。ということは、消費者が自分でやらなければならないということで、そこら辺も検討した上で、何らかの相談機関が必要ではないかと考えている次第です。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これも今後の議論に大いに参考になるだろうと思います。

続きまして、森さん、御発言をお願いします。その後、石田さんになります。

森さん、お願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。私も強調すべきところだけ申し上げたいと思いますが、まず、7ページの電話勧誘に対する規制のところでは、これは先ほど長田さんからの御指摘と重複しますが、アウトサイダー規制の根本は、やはり法執行ということになりますので、つまり、現在の消費者保護ルールが守られた形での電話勧誘であれば、それほど大きな問題はないであろうということですので、まず、これが第一ということになって、そこから新しい法制度の検討というふうに順次進む。これによって、北さんの御懸念の善良な事業者が思わぬ不利益を受けるということも防げるということですので、まずは法執行の徹底ということを経営すべきではないかと思えます。

2点目は、9ページの解約のところなんですけれども、これは各事業者が、どういうものが利用できるかというのは自主的に公開するはずであるという北さんの御指摘がありました。これはそのとおりだと思っています。消費者のほうから見た場合、それはどういうふうにその情報に接することができるか、分かりやすく一覧できるかということが重要なので、自社回線で利用可能な端末についての情報というのは、もちろん各事業者さんで公表していただくわけですが、それに加えて、総務省の携帯電話ポータルサイト、乗換え情報が書かれているサイトに一覧的に、横断的にそれを記載していただくということがいいのではないかと思います。

3点目は、11ページの初期契約解除なんですけれども、これは一石を投じるという趣旨で申し上げますが、8日がいいんじゃないかという話もありましたけれども、初期契約解除というのは、これはクーリングオフとはちょっと違う、電気通信サービスに固有の消費者保護の制度なので、私は個人的には電気通信サービスの特性からのカスタマイズというのは許されるんじゃないかと思っていて、必ずしも8日を死守しなければいけないというものではないと考えています。

4点目は、苦情相談処理の15ページです。これもお書きのとおり検討が必要ということに賛成でして、この点について、どういうものならちゃんとできるのかということについて、黒坂さんですかね、しっかりした詳細な御指摘がありましたけれども、あわせて1行目の

「消費者団体等から強い要望がある」というところで、どういう必要があって、今の既存のものでは駄目なのか、国選のADRでは不十分なのかということを検討過程で明らかにしていくことによって、新しい制度のデザインをしっかりとっていくべきなのではないかと思えます。

最後に5点目ですけれども、販売代理店についてですが、これは本当に優れた調査、優れた分析をされたと思っていて、22ページ以下に記載の3つの論点に強く賛成します。以上です。

**【新美主査】** ありがとうございます。

それでは、時間も押していますので、石田さん、御発言をお願いします。その後、北さん、続編をお願いします。

それでは、石田さん、お願いします。

**【石田構成員】** 全相協の石田です。3点あります。まず、電話勧誘における課題ですけれども、確かにアウトサイダーの問題が大きいかと思えます。それに対しまして、サ向協さんのほうでFTTHとケーブルテレビに関して、自主規約なんですけれども、工事前無償解除をつけてくれています。覚えのない契約をしてしまった方でも工事の連絡があったときに、そういう契約をしていなかったということで、工事前無償解除で解除するということがありますので、工事前無償解除も含めて検討していただきたいと思えます。

それと2点目ですけれども、期間拘束についてです。現在、固定回線でも速度が出ないから変えようとか、リモートのため転居するというようなことがあって、固定でも長期の期間拘束というのは問題になると思えます。この論点整理で網羅されていますので、この論点の方向で進めていただきたいと思えます。

一定期間利用がないときは、その旨を利用者に通知ということについては、消費生活センターでも利用がないのずっと引き落とされたという相談は定期的に入ってくる相談になっています。

最後に、苦情相談の処理の在り方についてですが、ADRの、16ページになりますけれども、仲裁、あっせんというようなADR機関をとということもそうですけれども、木村さんからもありましたが、ここの中には、「解決のモデルケースの提示も行い得る体制の構築」と書かれているんですが、この中にあるあっせん処理についても書いていただけたらと思えます。よろしく願いいたします。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。議論の素材として取り上げる予定にします。

それじゃ、北さん、時間ありませんけれども、続きをお願いします。

【北構成員】 すみません。絞りに絞って3点コメントでございます。FTTHの期間拘束についてのところに解約し忘れという話がありますが、長期間引き落とされていることを知らないというユーザーにも問題があるのではないかと私は思いますが、ただ、使っていないのに支払っているユーザーに対して、それを告知するかしないかというのは事業者の倫理観の問題であって、この業界ではこれまで「寝た子を起こすな」という言葉をよく聞きました。今の時代、寝た子をしっかり起こしてあげることがユーザーロイヤリティ、NPSを高めることにつながるわけです。例えばネットフリックスは、一定期間利用しないユーザーにはその旨を告知するというをやっています、それがネットフリックスのブランドを高めているんですね。各事業者さんが自ら取り組むことを信じています。

2点目、ADR、苦情相談の在り方についてですが、ADRを設置することについては、異論はないですが、それと並行して、私、全国の消費生活相談員の方々に研修を時々やっているんですが、参加者の年齢層が、ベテランの方が多いという印象を持っています、情報通信サービスの進化は非常に速いので、ADR設置と並行しまして、デジタルネイティブな若い世代が相談員になることが重要なのではないかと考えています。実際、消費生活相談員の方の年齢構成とか採用がどうなっているのか、その辺りに課題がないのか、次回以降、お教えいただくとありがたいです。

最後、代理店の在り方についてコメントです。大変しっかり取りまとめでいいと思います。キャリアによるショップや代理店の評価基準、あるいは手数料体系が適合性の原則等の法令違反を助長し得るような形で設定されている場合は、業務改善命令の対象とすべきだと思います。ただ、その場合、実際に法令違反が行われているかどうか、どのように確認するか。あと違反なのかどうか、どう判断するかの基準、これらについて今後議論を深めていく必要があると思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。冒頭申し上げましたように、大変論点が多いし、それぞれ非常に重要なポイントをついた論点だと思いますので、今日は皆さんにそれぞれ気をつけるべき点、あるいは深める点をコメントいただきました。ただ、格別、論点案について、これでは駄目だ、こう修正しろというのはなかったように思います。今後、議論を進

めていく中で軌道修正を図ることが可能な御指摘だったと思います。重要な点がありますので、もっと深掘りしたり、もう少し幅を広げたりということは、当然、今後の議論であり得ると思いますので、この論点整理（案）については、案のとおり、検討会として論点を整理したと。あとは議事録で補完しているということで扱いたいと思いますが、それによろしいでしょうか。

そういう処理をしまして、今後、この論点につきまして、事業者等から意見をいただいて、それを踏まえた上で報告書に仕上げたいと思います。今後、議論を深めるということになりますけれども、大変たくさんの論点がございますので、メール等で事務局まで御意見をいただいた上で、さらに論点整理をよりよきものにしたいと思います。そういうような処理で進めさせていただきたいと思います。特にチャットのところでも御賛成ということでもいただいておりますので、そういう扱いにさせていただきたいと思います。

時間も過ぎましたが、大変熱心な議論をいただきました。ありがとうございます。本日の議事はここまでということにさせていただきます。本当に構成員の皆さんにおかれましては、熱心に御議論いただいたことを感謝申し上げます。

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、事務局から御案内をお願いしたいと思います。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。皆さん、大変多数にわたる論点につきまして御議論いただきまして、ありがとうございます。先ほど座長から御説明いただきましたとおり、次回と次々回につきましては、事業者や団体の方などから論点整理の内容につきまして、ヒアリングを行いたいと考えてございます。詳しい日程につきましては、別途事務局からきちんと御連絡させていただければと存じます。

以上でございます。

**【新美主査】** どうもありがとうございます。本当に今日は熱心な御議論ありがとうございました。

それでは、第30回の会合をこれにて終了ということにしたいと思います。本日はどうもありがとうございました。失礼いたします。