



# 消費者保護ルールの在り方に関する検討会 報告書2021(案) 参考資料

令和3年7月12日  
事 務 局

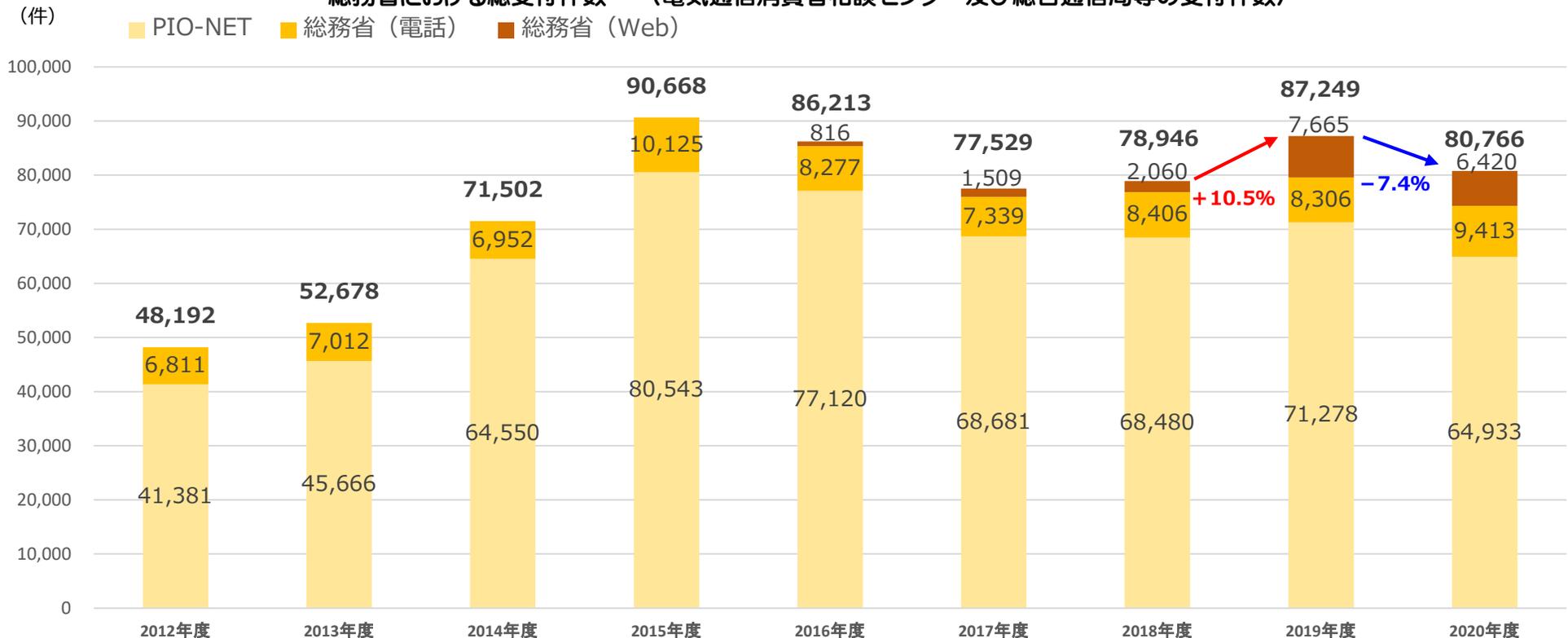
# 全般関係

(第11回モニタリング定期会合事務局資料(抜粋))

- 2020年度に全国の消費生活センター及び総務省で受けた苦情相談件数は、2019年度と比較して7.4%減少となり、2017年度から右肩上がり増加していた苦情傾向は本年度、減少傾向に転じた。
- 一方で2020年度は新型コロナウイルス感染症の拡大により、消費生活センターの一部で苦情相談の受付け体制に変更が生じたこと等に留意し、苦情相談総件数の推移を見る必要がある。

全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)に寄せられた件数<sup>※1</sup>と

総務省における総受付件数<sup>※2</sup>(電気通信消費者相談センター及び総合通信局等の受付件数)

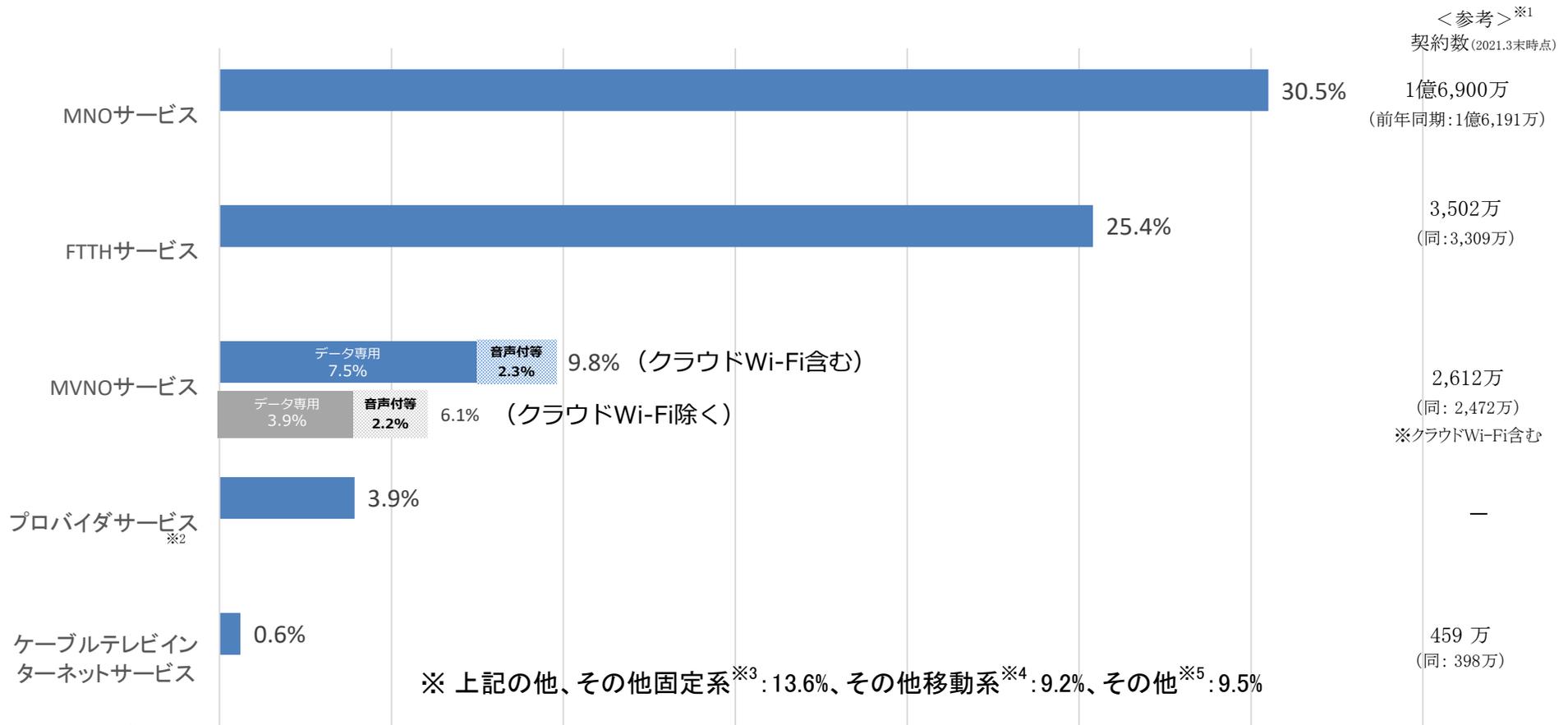


※1 PIO-NET登録分については、2012～2020年度は、各翌年度4月30日までに登録された件数。受付と登録には時間差があるため、件数は今後増減する可能性がある。なお、PIO-NETにおける「電気通信サービスに係る苦情相談」とは、PIO-NET用の商品別分類「R81 電報・固定電話」、「R82 移動通信サービス」、「R84 インターネット通信サービス」のいずれかが登録されたデータを指す。

※2 総務省受付分については速報値となる。また、2016年度以降の件数にはホームページでの受付分(2016年7月受付開始)を含む。

# 2020年度 サービス種類別

○ PIO-NET及び総務省で受け付けた苦情相談総受付件数のうち、約1/3を無作為抽出して分類・整理を行ったところ、各サービス種類別の内訳は以下のとおり。MNOサービスの比率が最も高く、その次にFTTHサービスの比率が高い。



N=24,377 期間:2020.4~2021.3

※1:総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(令和2年度第3四半期(3月末))」(2021.6.18)より、引用。

2021年3月末時点の契約数。法人契約等も含まれるため、一般消費者からの通常の苦情相談の対象となるサービス範囲とは必ずしも一致しない。

※2:FTTH回線と一体的に提供されるISPサービスが「プロバイダ」のみに計上されている可能性がある。

※3:「その他固定系」には、固定電話、IP電話、インターネットサイト(ex:知らぬ間にインターネット通販の有料会員になっていた)に関するもの等が含まれている。

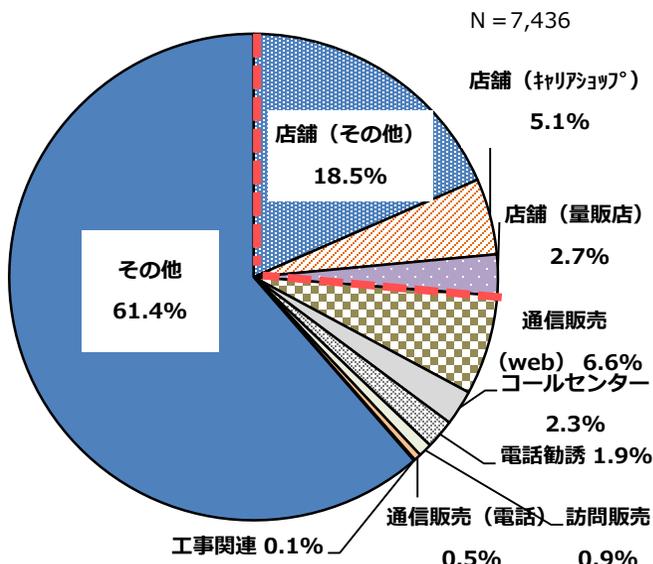
※4:「その他移動系」には、提供事業者が不明の移動通信サービス等に関するものが含まれている。

※5:「その他」には、スマホアプリ、PCの保守管理等に関するものが含まれている。

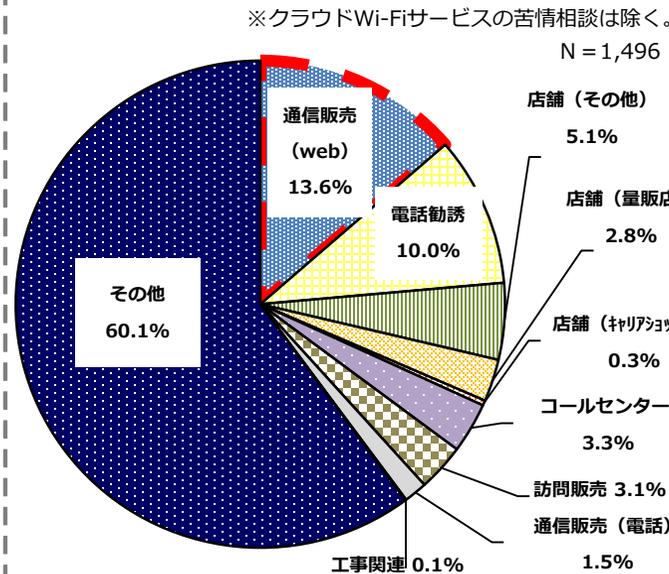
## (1) 苦情相談の要因となったチャネル又は対応場所等について

(注) 「その他」には苦情相談の要因となった具体的なチャネルに分類できないもの(チャネルに関する言及がないもの等)が含まれている

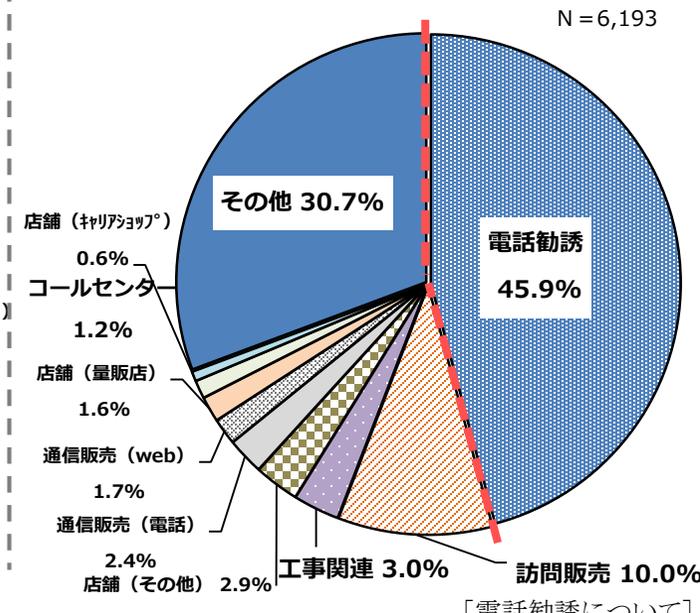
### (MNOサービス)



### (MVNOサービス)



### (FTTHサービス)



## (2) 苦情相談の例(主な「苦情相談の項目・観点」(上位3つ)と内容)

### 1. 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 37.5%

例)・高額な通話料金を請求されたが、そんなに通話をした記憶はない。  
・解約したはずの携帯電話の利用料金が未だに引き落とされている。

### 2. 通信契約の加入・変更手続き 19.1%

例)・ウェブでのみ契約が出来る新プランを契約したが、よく分からないので解約したい。しかし、チャットのサポートはよく分からないし電話も繋がらない。  
・代理店がつけるといっていたキャッシュバックがもらえない。

### 3. 解約の条件・方法(解約料等) 18.0%

例)・解約したいが、事業者には電話が繋がらない。  
・各社の違約金は下がったはずなのに、自分は高額な違約金を請求された。おかしい。

### 1. 解約の条件・方法 38.6%

例)・置き型Wi-Fiを解約するには、Wi-Fi機器の購入が条件と言われた。(データ通信専用)  
・他社に乗り換えたところ、高額な違約金を請求された。(音声通話付)

### 2. 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 29.4%

例)・契約後直ぐに解約したが、クレジットカードの引き落としが続いている。(データ通信専用)  
・話し放題プランを付けたが、高額な電話代を請求され不満。(音声通話付)

### 3. 勧められて事業者等を乗換え/新規契約 17.8%

例)・勧誘電話の途中で大手電話会社ではなく他社の勧誘と気づいたが断れなかった。(データ通信専用)  
・家族間通話が無料と説明されスマホを契約したが、実際は違った。(音声通話付)

### 1. 勧められて事業者等を乗換え 90.1%

例)・光回線の料金が安くなると電話勧誘を受けて契約したが、実際には料金が高くなっている。解約希望。  
・大手通信事業者を名乗り、光回線料金が安くなるとの電話勧誘があった。承諾したが事実と違う。解約希望。

### 2. 解約の条件・方法(解約料等) 26.3%

例)・料金が安くなると勧誘され、契約したが実際は高くなった。解約しようすると、高額な違約金を請求された。  
・光回線の契約を解約したいが、電話が繋がらない。

### 3. 通信料金の支払(心当たりのない請求等) 16.7%

例)・利用料金が安くなると勧誘を受け契約したが、勝手にオプションをつけられ料金が高くなっている。  
・電話勧誘があり、契約しない旨を伝えたのに、請求書が来ている。不審だ。

# 第1章3. 關係

- IoTサービスの進展に伴い、通信サービスを含む契約であっても、内容としては商品の販売契約が主体となる場合が想定される。このような場合、携帯電話等、従来型の「通信サービス」を念頭に置いている事業法の消費者保護ルールについて、そのまま適用することがそぐわないことも想定される。
- このことを踏まえ、消費者保護ルールの各規定への適用の要否等を検討・分析していくことを目的として、請負先事業者（株）野村総合研究所）を通じて諸外国におけるIoTサービスの実態や市場の動向等について調査を実施した。

## IoTサービスの具体例（イメージ）

### 見守りカメラ



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

### ペットロボット



- ✓ 通信端末を搭載したロボットペット。搭載したカメラの映像をサーバ経由でスマートフォン等から視聴可能なサービス

## 調査件数

○対象国数  
3カ国（米国、仏国、韓国）

○対象製品数

- ①既存のもののうち、消費者に一定程度流通していると認められる主なIoTサービス・・・各国10件程度。
- ②現時点では消費者に流通していないが、将来、消費者に流通していくと考えられる主なIoTサービス・・・各国5件程度。

## 具体的な調査手法

通販サイト、専門誌や有識者インタビューから

- ①既存のものうち、消費者に一定程度流通していると認められる主なIoTサービス
  - ②現時点では消費者に流通していないが、将来、消費者に流通していくと考えられる主なIoTサービス
- を選定。

※Wi-Fi経由での通信を前提としたモデル等は通信サービスを契約に含まないことが一般的と考えられることから、抽出に当たっては、SIM搭載型のサービスを優先的に選定。



選定したサービスを元に、以下の事項を調査。

- ◆市場全体としてのIoTサービスの普及動向
- ◆料金の徴収方式（端末購入時に通信料金を一括払いしているか、別途通信料金の支払いが必要か）
- ◆期間拘束の有無、費用の規模感
- ◆ビジネスモデル（通信事業者/メーカー、一般消費者の関係性）

## SIM搭載IoT製品の動向

- いずれの国もSIM搭載IoT製品は**限られた領域で使用**されており、消費者向けIoT製品は**wi-fiを用いたものが主流**
  - SIM搭載IoT製品はwi-fi搭載製品よりも、使用する半導体単価が高いことから、SIM搭載IoT製品の価格は高くなる
  - ブロードバンドの普及により、安価かつエリア制約がなくwi-fi経由でインターネットにアクセス可能である

## SIM搭載IoT製品の普及可能性

- 今後、**5G普及、費用対効果向上、装置小型化とコスト低減、バッテリー延命、グローバルSIM台頭**が満たされた場合、SIM搭載IoT製品が普及する可能性がある
  1. 5G普及：想定通りに5Gが普及することにより、4G/LTEでは十分にサービスを提供できなかった、AR/VRやドローン等の端末やサービスの利用拡大が見込まれる
  2. 消費者から見た費用対効果向上：ブロードバンドを利用してIoT端末を利用するよりも、SIM搭載型IoT端末を利用した方が費用対効果が高くなる
  3. 装置の小型化とコスト低減
  4. バッテリー延命：バッテリー寿命が延びることで、直接電源が供給できない場所において、より長期間使用可能になる。一般消費者向けにおいては資産管理やトラッキングが主な製品/サービスであり、バッテリー寿命長期化により、複数年にわたっての使用が可能となる
  5. グローバルSIM：グローバルSIMの利用が可能になると、海外でも（移動時や移動先でも）継続利用が可能となる（であるためSIMを利用する必然性が高まる）

## 主な料金徴収方式、期間拘束の有無

- 料金徴収方式として、3ヶ国とも共通で存在していたのは、**本体代金を初期に一括で支払い、通信込みのサービス利用料金を初期に一括でX年分、もしくはサブスクリプションで支払う**というモデルである。また、いずれの国も、期間拘束はないものが主流である。

## 費用

- IoT製品/サービスは幅広い分野に用いられており、**価格帯は広い**  
本調査の最安価はホームセキュリティの約6,000円、最高価は医療分野の約348,000円であった

## ビジネスモデル

- ビジネスモデルに関しては、一般消費者は、**本体代金、通信料金、サービス料等（支払う内容は料金徴収方式による）をメーカーにのみ支払い、通信事業者に対しては支払わないというモデル主流**であった。  
アメリカと韓国では、通信事業者がSIM搭載型製品/サービスを直接一般消費者に対して販売しているモデルが見受けられたほか、フランスでは、端末料金はメーカーに対して支払い、通信料金は通信事業者に対して支払うというモデルが見受けられた

## SIM搭載IoT製品が利用されている領域

- 現在SIM搭載IoT製品が販売されている領域は**パーソナルセキュリティ、ホームセキュリティ、医療・ヘルスケア、モビリティ**でありどの国も共通していた。これは、①移動時の通信に強い、②通信が安定している、というSIMの特性によるものである。また、将来SIM搭載IoT製品が普及する見込みのある領域としては、韓国はペットケアと美容、アメリカはドローンとVR/AR、フランスはライフクオリティ（ワイン）とガーデン、という**各国の文化**に基づくものが挙げられる

- 調査の結果、SIM搭載型のIoT製品はパーソナルセキュリティ、ホームセキュリティ、医療・ヘルスケア、モビリティといった分野において使用されていることが伺われた。一方で、**現時点では**消費者向けのIoTサービスは、諸外国においても**SIMを搭載したIoTサービスの浸透は限定的であり、Wi-Fiを用いた製品が多い**ことが伺われた。このことから、短期的には、**事業法上の消費者保護ルールの適用が問題になることは少ないもの**と考えられる。
- ただし、一定条件を満たせば**将来的にSIMを搭載したIoTサービスが普及することも見込まれる**との調査結果も出ていることから、IoTサービスに関する**電気通信市場での課題の洗い出しを引き続き進める**ことが考えられる。

# 第2章 1. 關係

- 2019年度に全国の消費生活センターに寄せられた苦情相談（通信サービス以外の商品・役務等に関する苦情相談を含む）を販売方法で分類すると、「電話勧誘」は3番目に苦情相談件数が多い販売方法で、47,799件の苦情相談が寄せられている。さらに、「電話勧誘」に関する相談を商品・役務等ごとに見ると、「インターネット接続回線」（FTTHサービス等）に関する苦情相談が33.7%と最も多い（2位以下と大きな差がある）。
- このことから、他の商品・役務等との比較という観点でも、通信サービス、特にFTTHサービスの電話勧誘に関する苦情相談は分野横断で見たときにも大きな課題となっていると考えられる。

## 参考

表4 上位販売方法・手口別にみた相談の特徴（2019年度）

順位	販売方法・手口	件数	契約当事者の特徴	主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目計に占める割合)
1	インターネット通販	177,248	40歳代～60歳代、給与生活者	①健康食品（17.8%）、②デジタルコンテンツその他（16.2%）、③化粧品（11.4%）、④アダルト情報サイト（6.3%）、⑤商品一般（5.4%）
2	家庭訪販	49,139	70歳以上、無職	①新聞（9.1%）、②放送サービス（8.2%）、③電気（8.1%）、④屋根工事（6.3%）、⑤修理サービス（5.7%）
3	電話勧誘販売	47,799	70歳以上、給与生活者、無職	①インターネット接続回線（33.7%）、②商品一般（7.1%）、③電気（6.4%）、④健康食品（4.9%）、⑤デジタルコンテンツその他（4.3%）

（出典）独立行政法人国民生活センター  
「P I O - N E Tにみる2019年度の消費生活相談の概要」

# 諸外国における電話勧誘規制の例

- 諸外国においては、消費者が電話勧誘の拒否を自発的に登録する制度（電話勧誘拒否登録簿制度：Do Not Call Registry）といった**電話勧誘規制**が設けられている例がある。

## 1 電話勧誘規制の分類

消費者保護のための電話勧誘規制は、消費者の希望の有無の観点からオプトイン型規制とオプトアウト型規制に大別できるが、いずれも特定の業種に限定したのではなく、広範な業種に係る電話勧誘を対象としている。

※ EUにおいては、eプライバシー指令(2002/58/EC)において、加盟国は電話勧誘を含めた不招請勧誘の規制を設けることとされており、多くの加盟国ではオプトアウト型の電話勧誘規制を整備済。

	消費者の意思	具体例	採用国
オプトイン型	消費者が <b>希望しなくても</b> 適用	電話勧誘における不招請勧誘の禁止	ドイツ、デンマーク、オーストリア等の一部EU加盟国
オプトアウト型	消費者の <b>希望に基づき</b> 適用	電話勧誘拒否登録簿制度 (Do Not Call Registry)	米、英・仏等のEU加盟国、豪、韓等

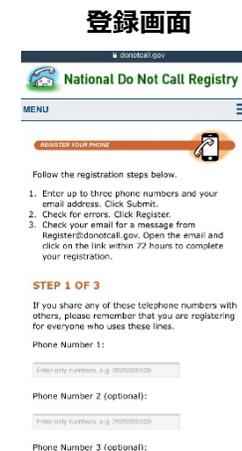
## 2 電話勧誘拒否登録簿制度における拒否登録簿の取扱い

電話勧誘拒否登録簿制度の運用においては、電話勧誘を考える事業者に対して拒否登録の意思を示した消費者の拒否登録簿を提供する方式（米英等）、事業者が作成した電話勧誘の対象リストを拒否登録簿と突合した上で、電話勧誘可能な消費者のリストを作成・提供する方式（リスト洗浄方式）（仏豪等）がある。

## 1 米国における運用

○ 連邦取引委員会 (FTC) が、電話勧誘拒否登録簿としてNational Do Not Call Registryを運用。執行もFTCが担当。

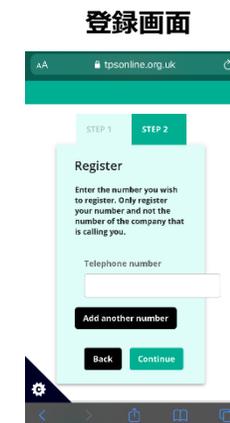
- **開始時期** : 2003年※から、2003年DNC実施法(The Do Not Call Implementation Act of 2003)に基づき運用。  
※ 連邦通信委員会 (FCC) が1991年電話による消費者保護法 (TCPA: Telephone Consumer Protection Act of 1991) に基づき、消費者からの電話勧誘拒否のリスト化を1991年から行ってきたが、電話勧誘事業者の自主的な取組に限定。
- **消費者の手続** : 電話勧誘拒否を希望する消費者がウェブサイトや電話で申請を行うことにより登録される。アカウント登録は不要。
- **拒否登録簿に登録された番号の保持期間** : 無期限
- **事業者の義務** : 電話勧誘を行う事業者は、最低でも31日に一度リストを参照し、そこに登録された消費者の電話番号を自身のリストから削除。
- **運用状況** : 登録電話番号数は、約2億4千万(2019年9月末時点)。年間運用経費は、約1200万ドル (2019年度) 運用経費はリストを利用する電話勧誘事業者からの利用料収入による。
- **適用除外** : 政治関係、慈善団体関係、債権回収、市場調査等



## 2 英国における運用

○ 情報コミッショナー事務局(ICO)の監督下で、データ&マーケティング協会(DMA)が電話勧誘拒否登録簿として TPS(Telephone Preference Service)を運用。執行はICOが担当。

- **開始時期** : 1998年データ保護法(Data Protection Act 1998)及び2003年のプライバシー及び電子通信規則 (The Privacy and Electric Communications Regulations 2003)に基づきTPSを運用。  
※ 運用開始は1996年。上記規則では、拒否登録簿の運用について、監督庁が他者との間で交わした取決めに基づき、当該他者が運用業務を代行できると規定されており、業界の自主的な取組としてTPSを既に運用していたDMAが、運用を担う形態が続いている。
- **消費者の手続** : 電話勧誘拒否を希望する消費者がウェブサイトや携帯電話のショートメッセージで申請を行うことにより登録される。アカウント登録は特段不要。
- **拒否登録簿に登録された番号の保持期間** : 無期限
- **事業者の義務** : 電話勧誘を行う事業者は、最低でも28日に一度リストを参照し、リストに登録された消費者の電話番号を自身のリストから削除。
- **運用状況** : 登録電話番号数は、約1800万(2020年12月末時点)。運用経費は、登録簿を利用する電話勧誘事業者からの利用料収入だが、総額非公開。
- **適用除外** : 債権回収、市場調査等



※出典:

- 米国 <https://www.donotcall.gov/> 等
- 英国 <https://www.tpsonline.org.uk/> 等

この他、消費者庁調査研究「海外主要国における消費者問題の動向、高齢消費者トラブル及び電話勧誘拒否登録制度等に関する総合的調査」(2014年度)及び国民生活センター『国民生活』の連載「世界の勧誘規制を知る」、カライスコス・アントニオス『不公正な取引方法と私法理論』を参考にした。

## 3 仏国における運用 (リスト洗浄方式)

○ 経済・財務省の競争・消費者・不正抑止総局 (DGCCRF デジセルフ) の監督下で、電話勧誘を行う事業者4社により構成されるオポズテル社 (Société Opposetel) が電話勧誘拒否登録簿としてブロクテル (Bloctel) を運用。執行はデジセルフが担当。

● **開始時期** : 2016年※から、フランス消費者法典を改正した2014年3月の法律 (アモン法) に基づきブロクテルを運用。

※ 2011年から業界による自主的な取組として電話勧誘拒否登録簿「Liste Pacitel」(パシテル・リスト)があったが、アモン法により義務的の制度が導入され、番号も新規登録となった。

制度開始の際、官民連携手法(公役務の委任)が採用され、経済担当大臣が拒否登録簿の運用機関としてオポズテル社を指定した。

● **消費者の手続** : 電話勧誘拒否を希望する消費者がウェブサイトや郵送で申請を行うことにより登録される。ウェブの場合、アカウント登録が必要であり、マイページで登録状況を確認可能。

● **拒否登録簿に登録された番号の保持期間** : 3年

● **事業者の義務** : 電話勧誘を行う事業者は、最低でも30日に一度、電話勧誘を希望するリストをオポズテルに提出。オポズテルは、電話勧誘拒否登録簿と突合し、電話勧誘可能なリストを当該事業者に提供。

● **運用状況** : 登録電話番号数は、約1100万(2020年9月末時点)。運用経費は、事業者からの利用料収入※だが、総額非公開。

● **適用除外** : 新聞等の定期刊行物、研究・調査機関、非営利団体等

## 4 豪州における運用 (リスト洗浄方式)

○ 通信メディア庁 (ACMA) が、電話勧誘拒否登録簿としてDNCR(Do Not Call Register)を運用し、執行もACMAが担当。

● **開始時期** : 2007年から、2006年DNCR法 (Do Not Call Register Act 2006) に基づきDNCRを運用。

● **消費者の手続** : 電話勧誘拒否を希望する消費者がウェブサイトや電話で申請を行うことにより登録される。アカウント登録は不要。

● **拒否登録簿に登録された番号の保持期間** : 無期限

● **事業者の義務** : 電話勧誘を行う事業者は、最低でも30日に一度、電話勧誘を希望するリストを当局に提出。当局は、電話勧誘拒否登録簿と突合し、電話勧誘可能なリストを当該事業者に提供。

● **運用状況** : 登録電話数は、約1200万(2020年6月末時点)。年間運用経費は、約220万豪ドル (2019年度) 運用経費はリストを利用する事業者からの利用料収入による。

● **適用除外** : 政治関係、慈善団体関係等

※出典:

● 仏国 <http://www.bloctel.gouv.fr/> 等

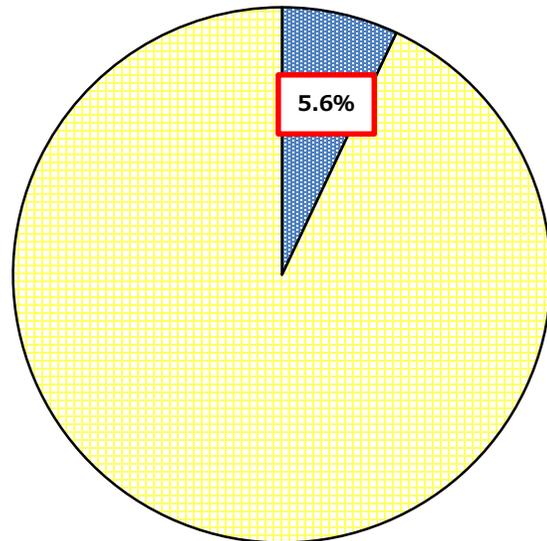
● 豪国 <https://www.donotcall.gov.au/> 等

この他、消費者庁調査研究「海外主要国における消費者問題の動向、高齢消費者トラブル及び電話勧誘拒否登録制度等に関する総合的調査」(2014年度)及び国民生活センター『国民生活』の連載「世界の勧誘規制を知る」、カライスコス・アントニオス『不公正な取引方法と私法理論』を参考にした。

## 第2章3-1. 關係

- 通信速度等に関する苦情の割合(※)はMVNOとFTTHにおいて昨年度までと比較して、顕著に増加している。一方、MNOにおいては昨年度までと比較して割合が減少している。
- この分析結果からは、新型コロナウイルス感染症の影響でWEB会議サービス、動画視聴サービス等の需要が増加し、利用者が自宅においてこれらのサービスを快適に利用するために必要になる、光回線やモバイルルーターの通信速度品質にこれまで以上に興味を持つようになったことが一因として考えられる。

MNO

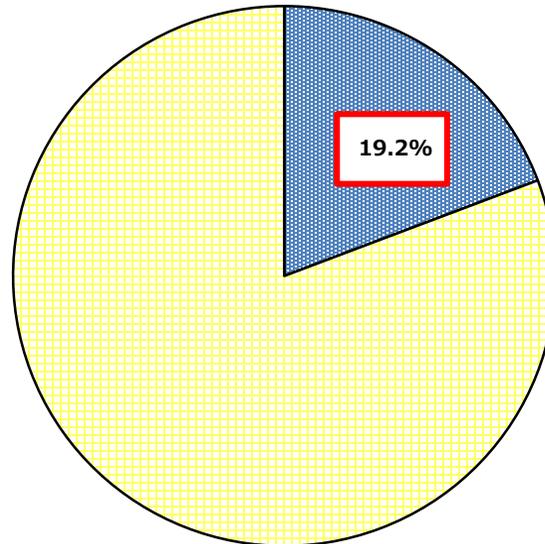


N=3,913  
期間：2020.4～2020.9

(参考)2019.4～2019.9では3.8%  
2019.10～2020.3では7.0%

MVNO

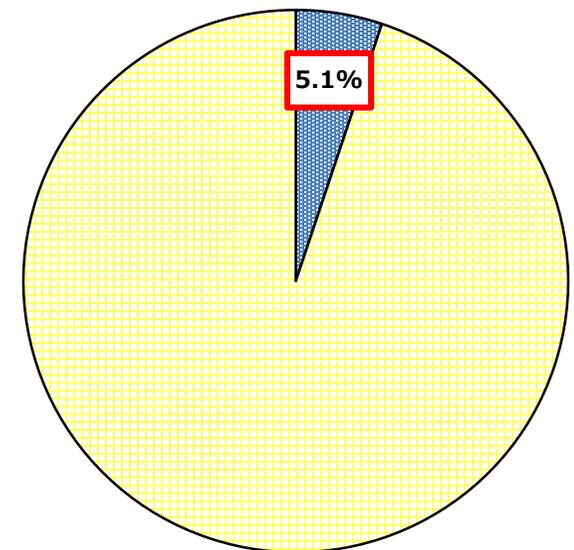
※クラウドWi-Fi除く



N=811  
期間：2020.4～2020.9

(参考)2019.4～2019.9では6.4%  
2019.10～2020.3では8.0%

FTTH



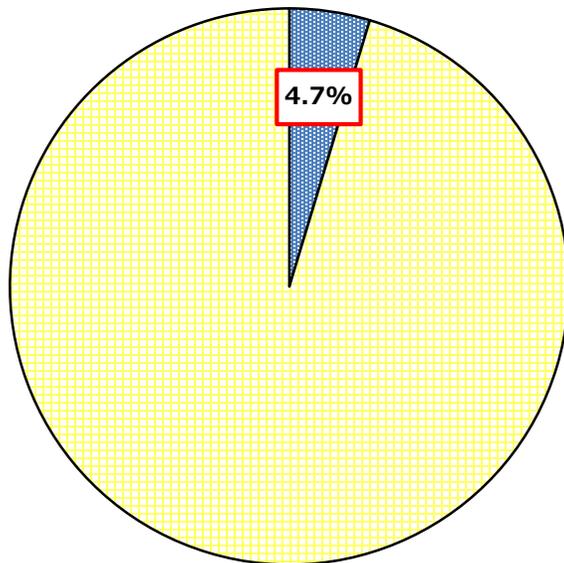
N=3572  
期間：2020.4～2020.9

(参考)2019.4～2020.9では2.4%  
2019.10～2020.3では2.2%

※2020年度上半期における苦情相談の総件数のうち苦情相談の「項目・観点」として、「ネットワークの繋がりやすさ、繋がるエリア」、「ネットワークの品質」のいずれかが選択(複数選択の場合は重複排除)された苦情・相談件数の割合。

- 通信速度等に関する苦情の割合(※)は各サービスともに本年度上半期と比較すると減少傾向にある。一方、MVNOとFTTHにおいては昨年度までと比較したときに割合が増加している。
- この分析結果は、本年度上半期と同様であり、新型コロナウイルス感染症の影響でWEB会議サービス、動画視聴サービス等の需要が増加し、利用者が自宅においてこれらのサービスを快適に利用するために必要になる、光回線やモバイルルーターの通信速度品質にこれまで以上に興味を持つようになったことが一因として考えられる。

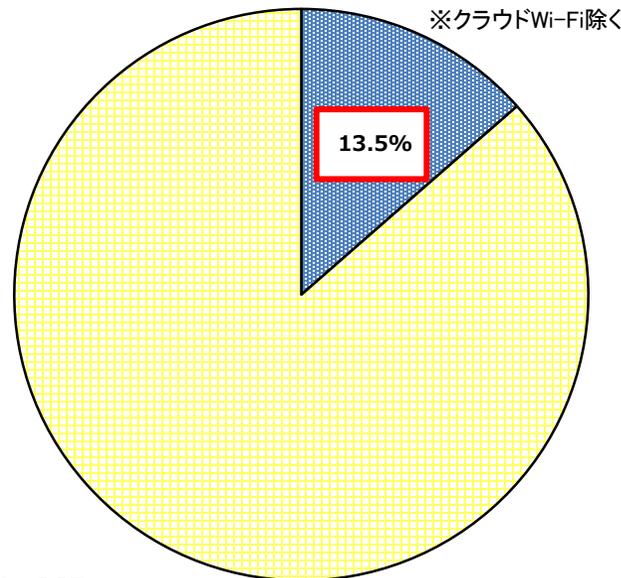
MNO



N = 3,523  
期間：2020.10～2021.3

(参考) 2019.10～2020.3では7.0%  
2020.4～2020.9では5.6%

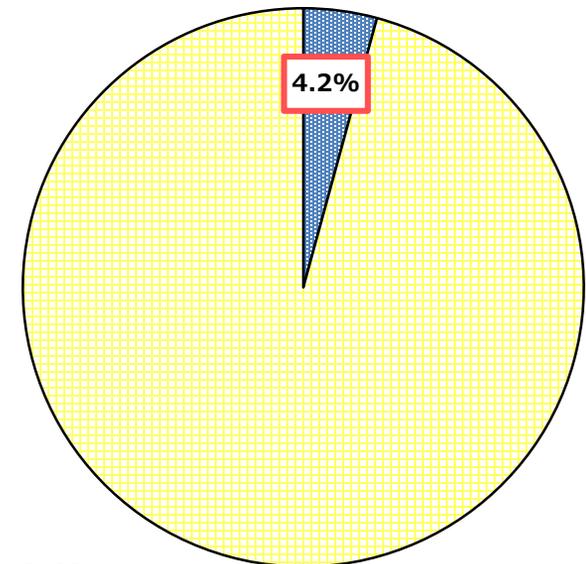
MVNO



N=665  
期間：2020.10～2021.3

(参考) 2019.10～2020.3では8.0%  
2020.4～2020.9では19.2%

FTTH



N=2,621  
期間：2020.10～2021.3

(参考) 2019.10～2020.3では2.2%  
2020.4～2020.9では5.1%

※2020年度下半期における苦情相談の総件数のうち苦情相談の「項目・観点」として、「ネットワークの繋がりやすさ、繋がるエリア」、「ネットワークの品質」のいずれかが選択(複数選択の場合は重複排除)された苦情・相談件数の割合。

- 2020年度上半期の電気通信消費者支援連絡会では、4箇所の総合通信局等において、「電話勧誘・訪問販売に関する課題について」とテーマを定め、消費生活センター・消費者団体、電気通信事業者及び総務省の間で意見交換を実施した。

※ 2020年度上半期の電気通信消費者支援連絡会は新型コロナウイルスの影響から書面開催形式をとった。また、上記の4箇所以外の総合通信局等においては、別のテーマで意見交換を実施している。

- このテーマについて、各地の消費生活センターや消費者団体等、約30の団体から以下のような意見が寄せられた。

## 消費生活センターから寄せられた主な意見・要望

### (トラブルの原因となっている事由について)

- ・勧誘に先立った「事業者名の名乗り」・「勧誘である旨の告知」の徹底がなされていない
- ・高齢者は複雑な電気通信サービスについて、電話勧誘等で契約内容を認識するのは困難
- ・事業者による代理店の管理・指導が徹底していない(トラブルの処理を代理店任せにする等)
- ・不意打ち性が高い勧誘方法であり、断りづらい
- ・事業者及び販売代理店の苦情相談受け体制に問題がある(契約後、問合せの連絡がとれない)
- ・断定的な勧誘・虚偽の勧誘が多い
- ・契約関係が複雑であり、どの事業者に勧誘されているのか、どこに問い合わせでいいのかわからない
- ・書面がわかりづらい
- ・オプションの勧誘がわかりづらい

5以上の団体から指摘あり

### (要望)

- ・不招請勧誘の禁止
- ・後確認の徹底・書面を参照しながらの説明の実施
- ・トラブルになった時に「言った・言わない」の争いにならないよう、勧誘時の録音を消費者に公開する義務

5以上の団体から指摘あり

## 第2章3－3. 關係

- 総務省では、電気通信分野における消費者利益の向上を目的として、消費生活センター、電気通信事業者、国等の関係者により継続的な意見交換を行い、消費者関係施策の一体的推進に取り組む場として、各総合通信局等において電気通信消費者支援連絡会を開催。
- 2020年度下半期の電気通信消費者支援連絡会では、5箇所の総合通信局等において、「電気通信サービスの苦情・相談処理体制の在り方について」とテーマを定め、意見交換を実施。

### 消費生活センターから寄せられた主な意見・要望

- ・ 通信サービスに専門性を置いた**第三者による紛争解決(ADR)機関**が必要  
※仲裁や調停を行わず、あっせん対応しか行わないADR機関であっても必要との意見もあった
…10程度の団体から指摘あり
- ・ **相談者が契約先・内容を認識していない**(契約内容の複雑さ等に起因)ために対応が困難
- ・ **相談員にとって、サービスの内容が高度・専門的**であり、事案の把握が難しい
- ・ 事業者において、**消費生活センター専用の窓口**を設置してほしい
- ・ **(一社)電気通信事業者協会が開設している相談窓口(コールセンター)**の拡充・PRが必要
 } 5以上の団体から指摘あり  
} 3程度の団体から指摘あり
- ・ 事業者ごとに様々な相談窓口があるが、消費者はまずどこに相談すればよいのか分からないということがある。**初期対応を一元的に行ってくれるような窓口**があった方がよいのではないか。
- ・ 現状、TCAの**相談窓口を案内することは少ない**。それはあっせん対象の事案が同窓口で対応するものとなっていないことやADRの制度が整備されていないことが原因にある。
- ・ MNOでは**契約締結等の手続きをオンラインで完結するようなサービス**を展開しているが、今後これらのプランについては相談件数の増加が見込まれる。これらのサービスを扱う事業者やTCAではさらに効果的な相談体制の充実が必要ではないか。

## 第2章4. 關係

# 5Gの広告表示に関する米国の事例

○ 米国では、広告・消費者保護等についてのADR等を行う民間団体として**米国商事改善協会（Better Business Bureau (BBB) National Programs）**があり、**広告における表示**の問題点を、同協会の審査枠組を通じて**社会に公表**。

## 1 米国商事改善協会の枠組

広告についての争いは、明示的な表示だけでなく、暗黙の表示についても審査。

- ①NAD : National Advertising Division（全国広告審査局）。広告主は合意の上、広告表現の真実性・正確性の審査に協力し、その裁定に従うという自主規制の枠組。
- ②NARB : National Advertising Review Board（全国広告審議会）。NADに対する控訴裁判所的な枠組。  
 広告主や異議申し立て者がNADの判断に納得できない場合、その判断の再審査を求めてNARBに控訴できる。

## 2 米国商事改善協会においておける5G関係の審査案件例

事業者	AT&T	ベライゾン	ベライゾン	Tモバイル
問題となった表示	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5G Evolution（サービス名）</li> <li>• 5G Evolution, The First Step to 5G</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Most Powerful 5G Experience for America</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• マンハッタンのミッドタウンからデンバーのダウンタウンまで、あなたの5Gが提供するものを体験できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5Gは4Gと比べ信頼性が向上し、ダウンロードも高速化し、接続デバイスも増加。</li> <li>• Tモバイルの5Gは低バンドを使用。はるかに良いカバレッジ。</li> <li>• 他社の5Gは2フィート移動すると信号が落ちる。Tモバイルの5Gは、より多くの場所でより多くの人に届き、信頼性が高い。</li> </ul>
審査結果	NADが表示の中止を勧告。AT&Tはこれを不服としてNARBに異議申立を行ったが、NARBも同様に表示の中止を勧告。	NADが表示の中止を勧告。ベライゾンはこれを不服としてNARBに異議申立を行ったが、NARBも同様に表示の中止を勧告。	NADが表示の中止を勧告。	NADが表示の中止を勧告。

# AT&Tの「5G Evolution」

○ AT&Tは、**改良版4G**について「**5G Evolution**」、「**5G Evolution, The First Step to 5G**」という表示等※をCMで用いてきたところ、**競合他社であるTモバイルからNADに対して異議申し立てがなされた。**

※このほか、他社のネットワークに関して、「just okay is not okay」(大丈夫だけではだめだ)する表示を行っていた。

## 1 NADの裁定 (2019年12月9日)

○NADでは、裁定に当たり、AT&Tの広告について、問題の表示を次のとおり整理した。

・明示的な表示：

- ①AT&Tは「最高のワイヤレスネットワーク」、②「GWSのテストは米国最大のテスト」、
- ③競合他社のネットワークは「just okay」、④AT&Tは現在、「5G Evolution, The First Step to 5G」にある。

・暗黙の表示：

- ①Tモバイルを含む競合ネットワークはエンドユーザーでの性能に関してAT&Tのネットワークより著しく劣っている、
- ②競合ネットワークは性能と信頼性の許容基準を満たしておらず、消費者の考慮に値しない、である。

○裁定の内容

NADは、米国の最大のテストによる最高のネットワークの表示には合理的な根拠がある (ただし、**重要事項の修正は必要**) とし、「大丈夫だけではだめだ」という表示は競合他社を不当に貶めるものではないとした上で、

**「5G Evolution」と「5G Evolution, The First Step to 5G」の表示の中止を勧告した。**

これらの表示が、①5G技術のネットワーク又は、②4G LTEサービス以上の技術レベルを示すというメッセージを消費者が読み取りうる一方で、AT&Tが提供していない技術レベルを指す表示に当たり、消費者の誤解を招くとした。

なお、AT&Tが4Gネットワークを5Gの展開に向けて準備してきた手順を説明することは妨げないとした。

## 2 NARBの裁定 (2020年5月20日)

○AT&Tは「5G Evolution」、「5G Evolution, The First Step to 5G」の表示についての中止勧告を不服として、NARBに異議申し立てを行った。

○NARBの裁定では、AT&Tの当該ネットワークが、5GネットワークでないことについてはNAB同様に異議はなく、「Evolution」という用語が既に5Gに進化したと消費者が解釈する可能性があるとした。また、合理的な消費者が、「The First Step to 5G」は、「5G Evolution」と組み合わせられており、今後、より堅牢な5Gネットワークを約束しながら、5Gネットワークを推進する方法と解釈すると指摘した。

**結果、NADと同様に、「5G Evolution」と「5G Evolution, The First Step to 5G」の表示について、中止を勧告した。**

※出典：

- <https://www.bbbprograms.org/media-center/newsroom/nad-determines-that-at-t-has-a-reasonable-basis-for-its-qualified-best-wireless-network-claim-but-recommends-at-t-discontinue-5g-evolution-the-first-step-to-5g-claim-following-t-mobile-challenge-advertiser-to-appeal>
- <https://www.bbbprograms.org/media-center/newsroom/after-appeal-narb-recommends-at-t-discontinue-5g-evolution-and-5g-evolution-the-first-step-to-5g-claims>



※GWS: Global Wireless Solutionsのホームページにおける各社比較の図

# ベライゾンの「The Most Powerful 5G Experience for America」

○ ベライズンは、自社の5Gについて、「The Most Powerful 5G Experience for America」という表示をTVのCM※で用いてきたところ、競合他社であるAT&Tから、異議申し立てがなされた。

※スタジアムやアリーナで5Gを展開していることを宣伝する内容だった。

## 1 NADの裁定 (2020年5月13日)

○NADは裁定に当たり、問題の表示を整理した。

・明示的な表示：「Verizon is building the most powerful 5G experience for America.」（ベライズンは米国で最も強力な5G体験を構築中）

・暗黙の表示：

①ベライゾンの顧客は、5Gのあるスタジアムやアリーナでウルトラワイドバンドで5Gの大容量を経験するため、より多くのストリーミングや歓声、投稿をする観客は一度に5Gを体験することができる

②ベライゾンの市場をリードする5Gの性能と「大容量」は、スタジアムやアリーナの外を含めて、現在5Gが提供されている又は今後提供される場所で、同社の顧客が利用できる。

③ベライゾンのミリ波での5Gサービス及び表示された性能上の利点(最も強力な体験、同時に何千人もの人々に表示された利点を提供する能力)は、ベライゾンの5G広告が示された場所で利用できる。

○結果、NADはベライゾンの証拠を検討して、ベライゾンの現在形での「最も強力なネットワーク」という表示を裏付けるには不十分であると判断して、

**「米国で最も強力な5G体験を提供している」という表示を中止**することを勧告した。

また、ベライズンが、宣伝されているスポーツ会場以外でのベライゾンの5Gサービスの提供範囲について、明確かつ目立つように開示（例：ベライズン5Gサービスは「一部の都市でのみ利用可能）することを勧告した。

## 2 NARBの裁定 (2020年9月1日)

○ベライズンは、「The Most Powerful 5G Experience for America」の表示についての中止勧告を不服として、NARBに異議申し立てを行った。

○NARBの裁定では、CMが、ベライゾンの5Gネットワークが米国で一般的に利用可能であることを伝えるのではなく、むしろ一流の5Gネットワークを構築することを約束していることを伝えていると結論付けるとともに、「最も強力な」という表示は広範な優越性のメッセージを伝えるものであり、

広告主がその表示を行うためには「強力な」という用語を消費者が理解していることを証明する必要があると判断して、

**結果、NARBと同様に、「The Most Powerful 5G Experience for America」の表示について、中止を勧告した。**

※出典：

- <https://bbbprograms.org/programs/all-programs/nad/nad-press-releases/nad-recommends-verizon-discontinue-the-claim-that-it-is-delivering-the-most-powerful-5g-experience-for-america-in-two-tv-commercials-advertiser-to-appeal>
- <https://bbbprograms.org/media-center/decisions-details/narb-recommends-verizon-discontinue-claim-building-the-most-powerful-5g-experience-for-america-but-finds-support-for-building-powerful-5g-claim>

# ベライゾンとTモバイルの暗黙の表示が問題とされた事例

○ ベライゾンは、自社の5Gについて、「マンハッタンのミッドタウンからデンバーのダウンタウンまで、あなたの5Gが提供するものを体験できる」という表示をCM※で用いてきたところ、競合他社であるAT&Tから、異議申し立てがなされた。

※ベライゾンのエンジニアが米国の様々な都市に立って、同社のネットワークの速度と容量について宣伝する内容が含まれていた。

## NADの裁定（2020年7月14日）

○NADは裁定に当たり、問題の表示を整理した。暗黙の表示として、ベライゾンの5Gサービスが全国の都市で広く利用可能であり、CMで提供されている速度が一般的に消費者が体験しているという点も挙げた。

○結果、NADは、ベライゾンのCMでの注釈（5Gウルトラワイドバンドは一部の都市と場所でのみ利用可能。5G対応機器が必要。カバレッジは異なる場合があり、CMで描写される全ての場所で正確に利用できるわけではない）は、明確でなく、目立たないものであり、表示を効果的に修飾・制限できないと判断した。NADは、**表示の中止を勧告し、現在のネットワークに関する重要な制限事項を消費者に明確かつ目立つように伝えるべき等と裁定した。**

○ Tモバイルは、自社の5Gについて、競合他社の4Gよりも高速であり、競合の他社の4Gや5Gよりも信頼性が高く、競合他社の5Gよりもカバレッジで優れるという表示をCM※で用いてきたところ、競合他社であるベライゾンTから、異議申し立てがなされた。

※科学者のビル・ナイ氏が、競合他社の5Gのカバレッジについて、バス停のベンチ程度に制限されている等とコメディ調で示すCMもあった。

## NADの裁定（2020年8月25日）

○NADは裁定に当たり、問題の表示を整理した。

・明示的な表示：

- ①5Gと4Gの違いは何か。5Gを使うと4Gよりも効率的に大量のデータを送信できる。つまりネットワークの信頼性が向上し、ダウンロードも高速になり、接続デバイスが増える
- ②Tモバイルの5Gは低いバンドの信号で構築されているため、壁を貫通することができ、建物や地下室ではるかによいカバレッジとなる
- ③Tモバイルの5Gは内外で機能するが、他社の5Gはあなたが2フィート移動すると信号が落ちる。Tモバイルの全国規模（nationwide）5Gは、より多くの場所  
でより多くの人に届き、信頼性が高い。Tモバイルは全国規模で最初かつ最大で唯一の5Gネットワークを持ち、どこよりも多くの人や場所にて提供されている。

・暗黙の表示：

- ①Tモバイルの5Gネットワークは、競合他社の4G及び5Gネットワークの両方より高速でより良く、信頼性が高い。
- ②Tモバイルの5Gは自社の4Gや競合他社の4G及び5GよりもTモバイルの顧客に大幅に優れた顧客体験を提供する。
- ③Tモバイルの現状の5Gは、一貫して、信号損失・信号強度低下・4Gへの切替えなし。

○結果、NADは、Tモバイルの5Gが、競合他社の4Gよりも高速であるという表示には裏付けがあると判断したが、**その5Gが競合他社の4Gや5Gよりも信頼性が高いという明示的な表示及び暗黙の表示について中止を勧告した。**合わせて、Tモバイルの5Gが競合他社よりも優れたカバレッジであるという表示には裏付けがあると判断したが、**従来から携帯電話サービスが困難な場所で一般的に利用可能であるという表示について中止を勧告した。**

※出典：

- <https://www.bbbprograms.org/programs/all-programs/nad/nad-press-releases/nad-recommends-verizon-discontinue-certain-5g-availability-and-speed-claims-in-two-tv-commercials>
- <https://bbbprograms.org/media-center/decisions-details/nad-finds-certain-t-mobile-5g-speed-and-coverage-claims-supported-recommends-modification-or-discontinuance-of-others-advertiser-to-appeal>

## 第2章5-1. 関係

## ① キャリアショップ店員へのアンケート調査(2021年3月)

目的 MNO各社の販売施策の販売現場への影響の把握

対象 MNO各社のショップの販売員 421名(ドコモショップ 103、auショップ 103、ソフトバンクショップ(単独) 52、ソフトバンクとワイモバイルのデュアルショップ 52、ワイモバイルショップ(単独) 52、楽天モバイルショップ 31、UQスポット 19)

## 【調査結果】

- これまでの勤務の中で利用者のニーズや意向を丁寧に確認することをせずに※上位の料金プランを勧誘したことがあると回答した者は4割強存在した。

これ以外の商材(高額なスマートフォンやオプション、アクセサリ等)に関する勧誘と併せると、多くの回答者は**利用者のニーズや意向を丁寧に確認することをせずに勧誘を行ったことがある**という結果が見られた。

※ 通信サービスの勧誘に関しては、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」において、「利用者のニーズを踏まえずに特定の料金プランの推奨を行うことは不適切」としている。

- こうした営業の要因について確認したところ、販売代理店の上司や経営層からの指示や目標を理由とした者も多かったものの、**各キャリアが設定する営業目標を理由とした者が4割強存在した。**
- 自由記述の中でも、概ね、次のような声が見られた(実際に得られた声を事務局が要約したもの)。

- キャリアの営業目標に従わないと経営上不利になることが、多少強引な勧誘に繋がることもあった。
- 営業目標の達成のためには、(利用者の属性上)明らかに関心のなさそうな商材でも積極的に勧誘することがあった。
- 営業目標の達成の有無が自分の給与にも影響する。

② 端末単体販売に関する覆面調査 (2020年12月～2021年2月)

目的 店頭での非回線契約者に対する端末単体販売(端末購入サポートプログラムの提供を含む。)の実態

対象 携帯大手3社(ドコモ、KDDI、ソフトバンク)の販売代理店

【調査結果】

➤ 覆面調査の結果:

NTTドコモは22.2%、KDDIは29.9%、ソフトバンクは9.3%

➤ 事業者の自主調査の結果:

NTTドコモは3.3%、KDDIは1.3%、ソフトバンクは2.3%



➤ 非回線契約者への端末販売が、販売代理店の現場において徹底されていない

➤ 事業者は、そのような現場の実態を十分に把握・指導できていない。

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク
覆面調査で販売拒否が確認された店舗の割合	22.2%	29.9%	9.3%
各社の調査で販売拒否が確認された店舗の割合※1、2	3.3%	1.3%	2.3%

※1 一部の事業者においては、店舗への調査を現在も継続している。

※2 メインブランドのキャリアショップ及び量販店のうち、同時に契約申込みを受け付けることのできる数が3以上の店舗数 (NTTドコモ:2,482店舗、KDDI:2,547店舗、ソフトバンク:2,641店舗)を分母として計算。

### 1.非回線契約者への端末販売拒否時の説明

- ・ キャリアそのものの方針であり、他のお店でも購入できない。
- ・ (店舗の)方針で回線なしは現状受付出来ない。
- ・ 直営店ではないため、受付できないシステムになっている。
- ・ 単体購入はできない。回線契約が付随することはルールで決まっていて、キャリアで販売する端末はシムロックがかかっている、もし仮に販売することになっても、端末販売をシステムで登録する事が物理的に不可能である。
- ・ お店ではそのようなサービスはなく、もしかしたらネットではできるのかもしれない。
- ・ キャリアのセンターに確認したところ、端末だけ購入できる店舗はあるが限られている。量販店ではできず、できるとしても一部のキャリアショップのみ。扱っている店舗が限られているため、一度ショップに電話をして確認するしか方法がない。

### 2.非回線契約者への端末購入サポートプログラム加入拒否時の説明

- ・ 回線契約をした方向けの分割プログラムのため、端末のみ購入時は不可能。
- ・ 店舗でルールを決めていて、当店では分割払いの購入はできない。
- ・ 端末購入だけの分割購入は、上長に確認したうえでできない。  
(友人ができたと言うと、) ショップ独自のキャンペーンではないか、当該店舗ではできない。
- ・ ネットに出ているものと実店舗では規格が違う、オンラインでの特殊な何かはあるかもしれないが、店舗の我々にはわからない。
- ・ 端末はアクセサリと同じ部類に扱われるため、回線契約しない場合の分割払い購入はできない。

### 3.その他(通信契約の締結やメーカー直販での購入を推奨する説明)

- ・ 他社からの乗り換えであればここから更に割引が入るため、端末を購入したいということであれば、正直乗換えた方が安い。
- ・ 回線契約をせずに端末購入をするなら、割引がないのでアップルで買った方がいい。

## 各社の端末購入サポートプログラムの状況

## スマホおかしプログラム (NTTドコモ)

開始時期 : 2019年6月1日  
 対象 : 回線契約者  
           回線契約者以外※1  
 プログラム利用料 : なし  
 買換要件 : なし

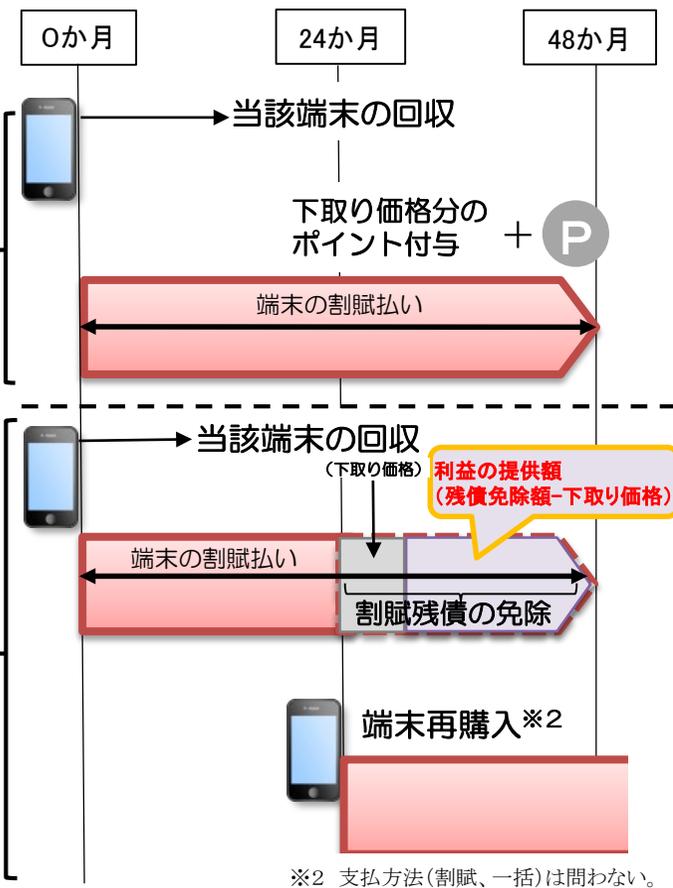
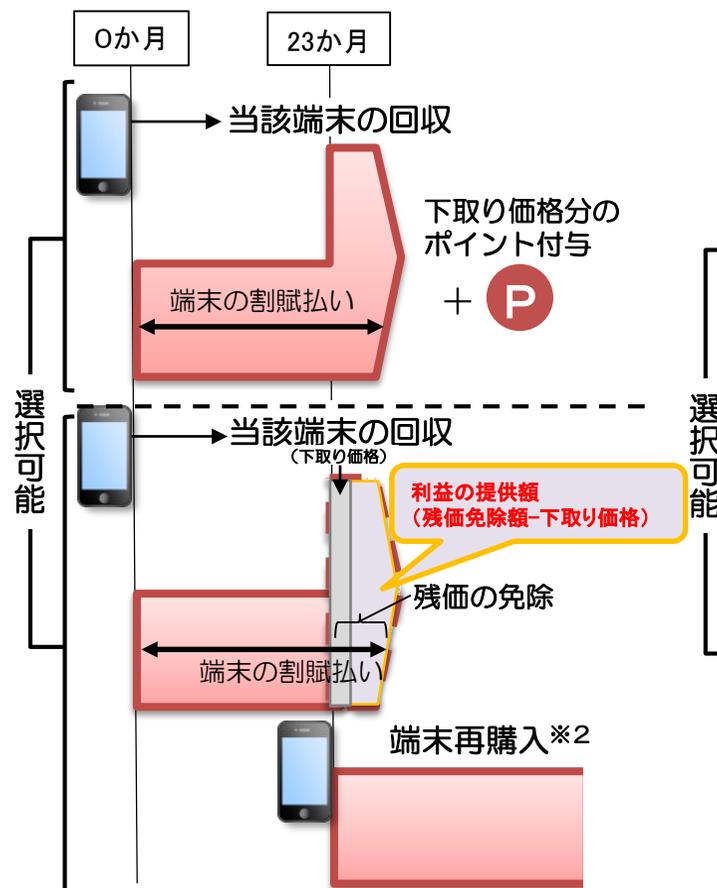
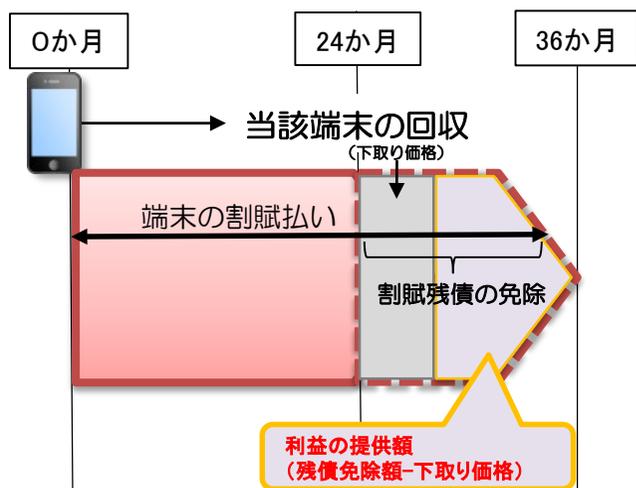
※1 2020年3月18日より開始

## かえくプログラム (KDDI)

開始時期 : 2020年2月21日  
 対象 : 回線契約者  
           回線契約者以外  
 プログラム利用料 : なし  
 買換要件 : なし  
 (残価免除の場合には、  
 端末再購入が必要)

## トクするサポート+ (ソフトバンク)

開始時期 : 2020年3月27日  
 対象 : 回線契約者  
           回線契約者以外  
 プログラム利用料 : なし  
 買換要件 : なし  
 (残債免除の場合には、  
 端末再購入が必要)



※2 支払方法(割賦、一括)は問わない。

## 通信契約と端末のセット販売

**利益提供の規律適用**  
(2万円の値引き上限)

※ ドコモ、KDDI、ソフトバンク等の利用者への端末販売

規律の対象

利用者

セット販売

## 端末単体販売

**利益提供は自由**  
(2万円の値引き制限なし)  
例: 量販店のSIMフリー端末販売

規律の対象外

利用者以外

端末単体販売

規律の対象外

## セット販売と端末単体販売

**同条件であれば利益提供は自由**  
(2万円の値引き制限なし)

例: NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクの端末購入サポートプログラム

「同条件」と言うためには、利用者以外にも等しく提供されていることが必要。

- 非回線契約者に対する端末販売拒否が行われている場合には、回線契約者に対して行われる端末購入を条件とする利益提供は、すべからず事業法第27条の3で規律している2万円上限に含まれることになる。

## 回線契約を条件とした利益提供の例

## 端末購入サポートプログラムによる利益提供※

(価格は、税別に割り戻して記載)

利益提供額  
(上限2万円)

NTTドコモ

**5G WELCOME割**

(20,000円)

+

最新スマホでもおトクにもてる!

**スマホおかえしプログラム**

(9,407円)

=

**29,407円**  
(9,407円超過)

KDDI

au Online Shop お得割  
対象機種をご購入で機種代金から  
**最大22,000円割引** (税込)

(20,000円)

+

機種代金の分割支払金のうち、  
最終回分のお支払いが不要!\*

**かえトクプログラム**

(26,636円)

=

**46,636円**  
(26,636円超過)

ソフトバンク

iPhone 12・iPhone 12 Pro も対象!

対象機種に、他社からのりかえすると  
**端末代金が21,600円割引** (税込)

(19,636円)

+

最新スマホも超——おトク

トクするサポート+

(23,127円)

=

**42,764円**  
(22,764円超過)

※ 端末購入サポートプログラムの利益提供額は、残債免除額から返却時の端末下取り価格を引いた額となる。現時点で、iPhone12(64GB)の下取り価格は決まっていないため、残債免除の最大額からiPhoneXR(64GB)の現在の下取り価格(ポイント付与額)を引いた額を参考として記載している。

③ 販売代理店の運営法人へのインタビュー調査 (2021年3月頃)

目的 MNO3社と販売代理店の委託契約の実態把握

対象 3社の販売代理店の運営法人

【調査結果】

- 販売代理店のオーナーへのインタビューの結果から得られた証言のうち、主なものを再整理すると次のとおり(項目立てなどは4/26の消費者保護検討会及び競争検証WGの合同会合で公表した結果とは必ずしも一致しない。)

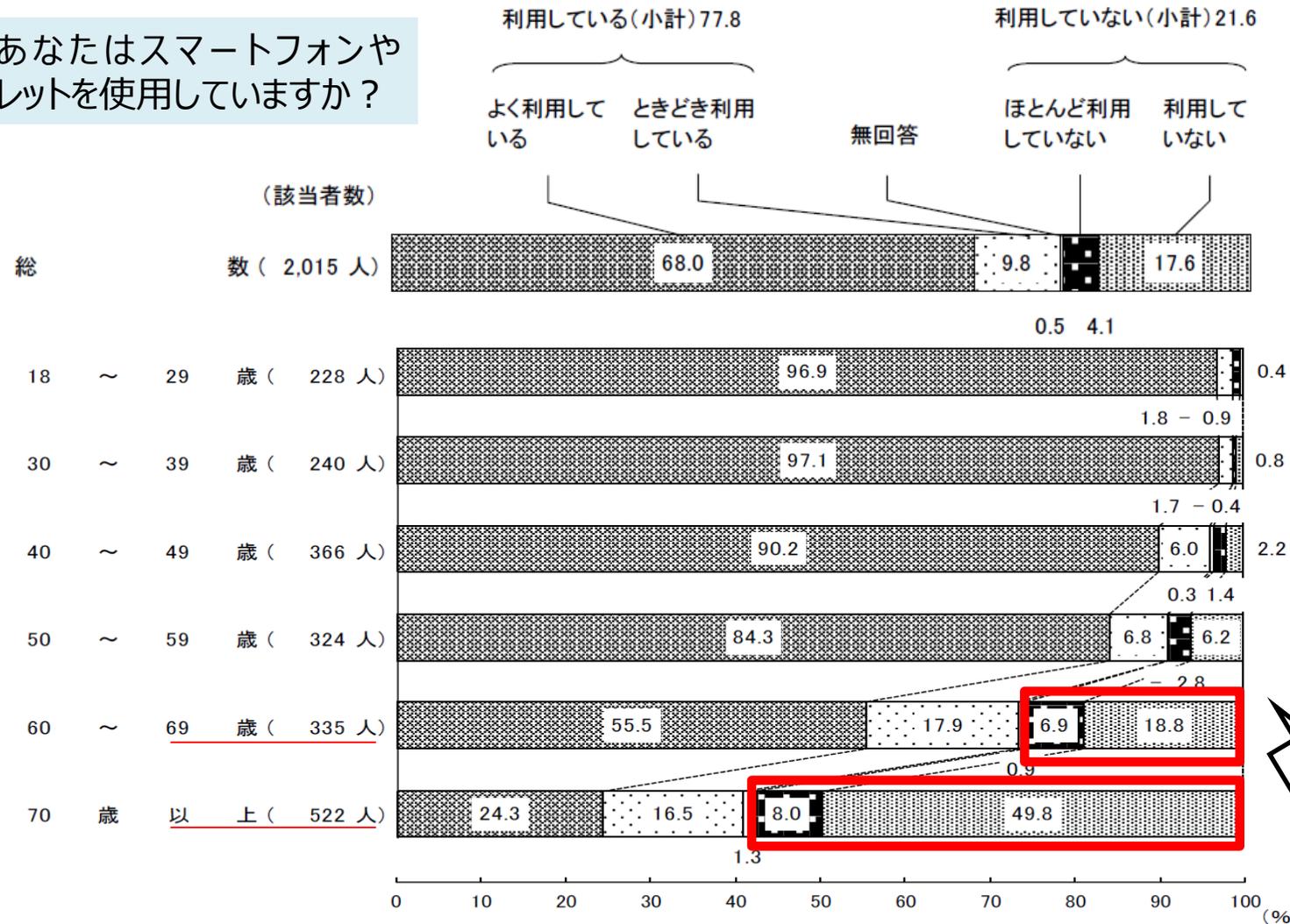
	主な証言	備考
手数料・経営全般	<ul style="list-style-type: none"> <li>代理店の手数料は、数ヶ月に一度示される「手数料指標」に従って決定</li> <li>代理店の収入は、<b>販売目標の達成率で支給額が大きく変動</b></li> <li>成績不良の場合には<b>大半の手数料停止や強制閉店が行われる</b>場合あり</li> <li>2キャリアは、評価に「<b>相対評価</b>」を採用し、<b>同系列の代理店間で競争</b></li> <li>ショップの開店や数年毎のリニューアル等、<b>数千万円規模の投資が恒常的に発生</b></li> <li>2キャリアは、<b>大容量プランの獲得に偏った評価基準あり</b></li> </ul>	「強制閉店」が契約上可能なのは2キャリアに限られるが、3キャリアとも成績不良店に対する大半の手数料の停止が可能。
端末販売関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>代理店への<b>端末卸価格がMNO自身の直販価格に一致</b></li> <li>代理店の<b>卸価格への上乗せ代金(いわゆる頭金)が事実上禁止</b></li> <li>回線契約を伴わない<b>端末販売単体への手数料はないか、あっても僅少</b></li> </ul>	いわゆる頭金の禁止は口頭での指示が大半である模様
独自商材の取扱関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>2キャリアは、<b>販売代理店の独自の商品・サービスの取扱を全面禁止</b></li> </ul>	他の1キャリアは許可制を採用
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>手数料指標上、<b>多種多様な商材を獲得しなければならず、接客が長時間化</b></li> </ul>	

## 第2章5-2. 関係

# (参考) 高齢者におけるデジタルデバイドの現状

- 2021年1月22日、内閣府広報室より「情報通信機器の利活用に関する世論調査」を公表
  - 期間：2020年10月1日～11月15日
  - 対象：全国18歳以上の日本国籍を有する者3,000人（有効回収数：2,015人）
  - 目的：情報通信機器の利活用に関する国民の意識を把握し、今後の施策の参考とする。

問：あなたはスマートフォンやタブレットを使用していますか？



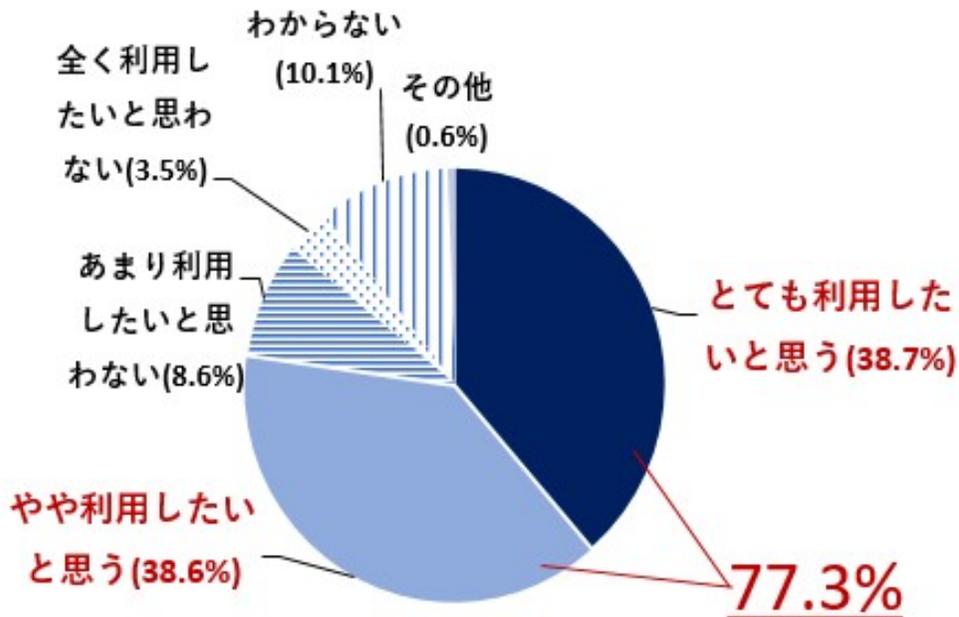
60歳台の25.7%、70歳以上の57.8%がスマートフォン等を利用できていない

## (参考) 行政手続のオンライン利用に関する課題

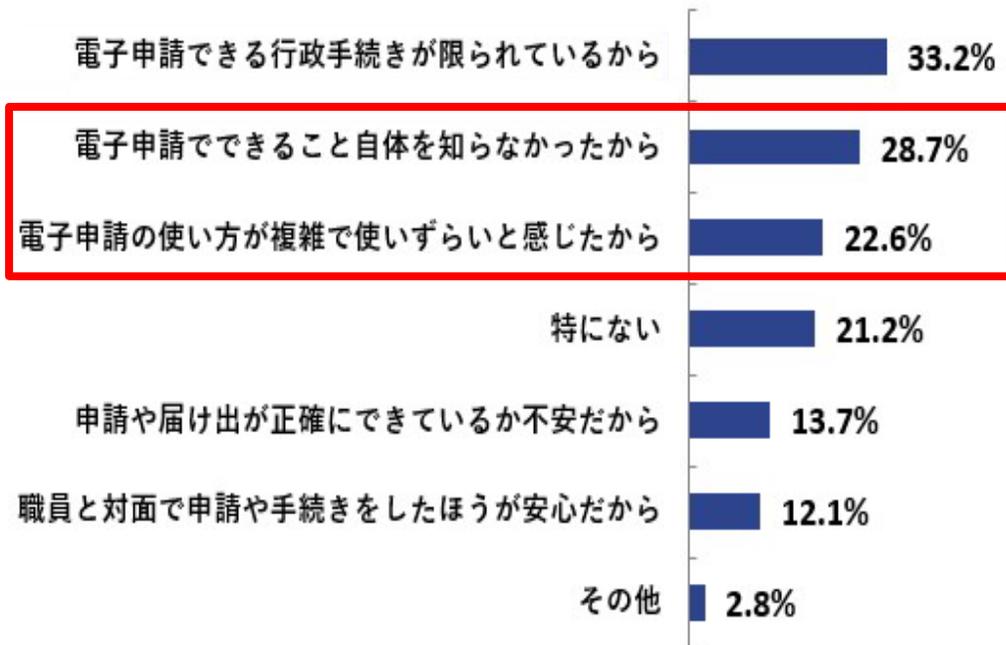
### 【行政手続きのオンライン利用：ニーズと課題】

- 新型コロナウイルス感染症により、「人と接触を避ける」オンラインでの行政手続きのニーズは高い。
- 他方、「電子申請でできること自体を知らない」、「電子申請の使い方が複雑」等の理由により、オンラインによる行政手続きの利用が浸透していない。

#### Q3.行政手続きがオンラインで完結するサービスを利用してみたいと思いますか？ (n=1089)



#### Q6.これまで、行政手続きの電子申請サービスを使わなかった理由はなんですか？ (n=742) ※複数回答



## 1. デジタル社会の実現に向けた改革の基本方針 (抜粋)

<2020年12月25日閣議決定>

### Ⅱ. デジタル社会の将来像

#### 1. デジタル社会の目指すビジョン

(略) 今般のデジタル改革が目指すデジタル社会のビジョンとして「デジタルの活用により、一人ひとりのニーズに合ったサービスを選ぶことができ、多様な幸せが実現できる社会」を掲げ、これに向けた制度構築として、IT基本法の全面的な見直しを進める。このような社会を目指すことは、「**誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化**」を進めるということにつながる。

## 2. デジタル・ガバメント実行計画 (抜粋)

<2020年12月25日 閣議決定>

### 10 デジタルデバイド対策

デジタルデバイド対策に関する取組としては、例えば、総務省において、オンラインによる行政手続・サービスの利用方法について、高齢者等が身近な場所で相談や学習を行えるようにする「**デジタル活用支援員**」について、**2020年度(令和2年度)中に検討及び実証事業を行い、2020年度(令和2年度)中に開始**する。あわせて、NPOや地域おこし協力隊など地域の様々な主体と連携した地方公共団体による地域住民に対するきめ細かなデジタル活用支援についても、支援員の枠組みを活用しつつ、促進する。

(略)

以上を踏まえ、各府省は、行政のデジタル化に当たっては、全ての国民にデジタル化の恩恵を届けることができるように、デジタルデバイド対策に取り組む。

# 令和2年度 実証事業

- 令和2年度、総務省にて、デジタル活用支援の担い手、実施体制等を検証するために実証事業を実施
- 全国11箇所で、様々な実施主体や支援対象等の説明会・相談会を実施

## ＜事例①会津若松市の取組＞



※昨年10月の説明会の模様

実施団体代表	(株) エヌ・エス・シー (※携帯電話販売代理店)
その他実施団体	会津若松市
実施地域	福島県会津若松市全域
支援員の属性	① (株) エヌ・エス・シーの社員3名 ② 会津大学の学生3名、高齢者1名、若者1名
講座内容	Wi-Fiのつながり方、データ通信量、QRコード読み取り、セキュリティ、アプリのダウンロード (COCOAで実践)、マイナンバーカード・健康保険証利用 等
主な支援対象者	スマホ所有の高齢者

## ＜事例②福井市の取組＞



※昨年10月の説明会の模様

実施団体代表	グラスITフィールズ (株) (※地元ICT企業)
その他実施団体	福井市、(有) ハートブレーン
実施地域	福井県福井市全域
支援員の属性	① グラスITフィールズ (株) の社員1名 ② 福井市公民館会員、スマホサークル講師等5名
講座内容	Wi-Fiのつながり方、Googleアカウント取得、LINEの使い方、マイナンバーカードの申請 等
主な支援対象者	① スマホ所有の高齢者 ② 聴覚障害をお持ちの方

- 令和3年度は、携帯ショップ等を中心に全国1,000箇所程度（注）での実施を計画
  - 類型A： 携帯キャリアのように全国に拠点を有している**全国展開型**
  - 類型B： 地方公共団体と連携して、公民館等の公共的な場所で実施する**地域連携型**  
（予算額 9.3億円 執行団体を通じて携帯ショップ等の事業実施主体に補助）
- 本年3月までに執行団体を公募・決定し、**6月頃から段階的に講習会を実施**
- 3月末に有識者による「アドバイザリーボード」を立ち上げ、今後5年間の計画等について議論  
（3月23日、第1回アドバイザリーボード開催）

（注） 令和3年度の箇所数については、積算上1,000箇所としてきたが、現在精査中。

## <実施スキーム>



- 携帯ショップでは、現在、高齢者等を対象とした「スマホ教室」を開催している。  
（例えば、ドコモは約2300店舗で実施、講座の内容は主にスマートフォンの基本的な利用方法）
- 「スマホ教室」等の場も活用して、現在のスマートフォンの基本的な利用方法の講座に加えて、総務省の国庫補助によるデジタル活用支援事業として、新たに**スマートフォンによる行政手続等に関する講座**を実施する。

（なお、地元ICT企業や社会福祉協議会等が事業実施団体となる類型Bの場合は、スマートフォンの基本的な利用方法の講座も補助対象とする。）

## <携帯ショップにおける「スマホ教室」>



### ① 現在の講座の例 （スマートフォンの基本的な利用方法）

- 電源の入れ方、ボタン操作等
- 電話のかけ方、カメラの使い方
- インターネットの使い方
- メールの使い方
- 地図アプリの使い方
- LINEなどSNSの使い方
- オンラインショッピング、スマホ決済

### ② **スマートフォンによる行政手続等に関する講座**

- マイナンバーカードの申請方法、利用方法
- マイナポータル、カードの健康保険証利用
- マイナポイントの申込み方法
- e-TAXの利用方法
- 医療機関におけるオンライン予約・診療



## 「デジタル活用支援アドバイザーボード」の設置

- デジタル活用支援の実施に当たり、KPIや計画の策定を行うとともに、幅広く事業内容・進捗状況について助言等を行う、有識者による「デジタル活用支援アドバイザーボード」を設置
- 3月23日に第1回会合を開催、5月にKPIや計画を策定・公表する予定  
(その後も事業内容・進捗状況について継続的に議論し、それを踏まえ事業の改善を行う)

### 検討事項(案)

- ① デジタル活用支援の目標(KPI等)及び事業展開計画(方針)の策定
- ② デジタル活用支援推進事業の評価
- ③ デジタル活用支援推進事業の改善策

### 主な構成員(候補)

氏名	所属等
安念 潤司	中央大学大学院法務研究科教授
北 俊一	株式会社野村総合研究所パートナー
瀧 俊雄	株式会社マネーフォワード執行役員CoPA・Fintech研究所長
長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
若宮 正子	特定非営利活動法人 ブロードバンドスクール協会理事

その他、地方公共団体、携帯キャリア・代理店、関係省庁（内閣府番号室、厚労省、文科省等） 等

# 「スマホ乗換え相談所」に関する実証

- スマホの料金体系は複雑であり、自分のライフスタイルにあった事業者・プランを選択することが難しい。また、スマホの乗換の手続きは既存のサポートが十分でない場合もあり、特に高齢者等の場合、契約者本人がご自身で完了することが困難。

- 利用者に対し、**中立的な立場**で対面による相談を受け付けてサポートを行う「**スマホ乗換え相談所**」に関する**モデル事業**を実施する。

【令和2年度中にプロジェクト実施主体を公募し、令和3年度夏以降を目途に店頭での実証を開始予定】

- ✓ 令和3年度はモデル事業として実施し、運営主体やスタッフに求められる要件、課題等を抽出。
- ✓ モデル事業以降、ビジネスベースでの事業展開を促すとともに、認定制度や資格制度等の必要性を検討。

<主な機能>

- ① 利用者のライフスタイルにあった事業者・プランの提案
- ② 乗換手続き等の契約サポート
- ③ 契約後のフォロー（SIMの差し替え等）

実現イメージ（案）



利用者 ←→

- ・利用者向けプランの相談
- ・契約時のサポート
- ・契約後のサポート

等

**スマホ乗換え相談所**  
**（仮称）**

（想定される実施主体）  
携帯販売代理店、中古ショップ、小売店／量販店など

←→

- ・各社のプランを利用者に提示

携帯電話事業者

- A社
- B社
- C社
- D社
- ・
- ・
- ・