

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第31回）

令和3年6月14日

【新美主査】 それでは、皆さん、こんにちは。時間も参りましたので、始めたいと思います。本日はお忙しいところ、お集まりいただきまして大変ありがとうございます。ただいまから第31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に、ウェブ会議ということにさせていただきます。

なお、本日は平野構成員、長田構成員、西村構成員、それから森構成員、さらには大澤専門委員につきましては、欠席の御連絡を頂いております。

それでは冒頭、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。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。では、ウェブ開催に関する注意事項をまず御案内させていただければと思います。

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させていただいております。このため、意見交換の際など御発言に当たっては、皆さん、まずお名前のほうを冒頭に言及いただくようお願いいたします。

次に、資料につきましては、構成員の方々などにつきましては事前に資料を送付させていただいておりますので、こちらを御覧いただければと思います。また、傍聴の方につきましては、当検討会のウェブページのほうに資料を載せてございますので、こちらから御覧いただければと思います。

次に、御発言の皆さんいただく際につきましてですが、意見交換の際など時間を割り振っている際に御発言を御希望される方につきましては、事前にチャット欄で御発言なされ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、新美主査から御指名をいただくという形にさせていただいております。

また、ハウリングや雑音混入防止のために、発言の際には皆さんマイクオンにさせていただくのですが、発言をなさらない際にはミュートにさせていただくよう、お願いいたします。こちらで気づいた際にはこちらからミュートにすることもございますので、御留意いただければと思います。また、接続に不具合があるような場合には、速やかに再接続を試していた

だくよう、お願いをいたします。

このほか何かお困りの点などございましたら、チャット機能などで随時御連絡をいただければ、事務局のほうで対応させていただきたいと思っております。

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、議事次第に記載をされておりますとおり、資料の1から資料3、それに加えて参考資料1と2というふうにつけてございます。資料2-1につきましては、構成員とそして専門委員の皆様限りの部分がございますので、この部分について御言及される際には御注意をいただければと考えております。

また、参考資料の1につきましては、これは5月の28日に開催されました回での論点整理の案につきまして、この議論を踏まえまして、案を取りましたものでございます。

また、参考資料2につきましては、今回の議事につきまして、御欠席なさっている長田先生から事前にコメントを頂戴したものでございます。過不足等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】 どうもありがとうございます。

それでは、ここで議題に入る前に、前回の検討会にて専門委員の追加を御報告させていただきましたところ、前回欠席されておりました四谷の森法律事務所の齋藤弁護士が今日はいらしておりますので、一言御挨拶をお願いしたいと思います。

齋藤弁護士、どうぞよろしく申し上げます。

【齋藤専門委員】 皆さん、こんにちは。新美先生から御紹介いただきました齋藤でございます。よろしくお願いたします。

随分議論が進んでからお声掛けいただいて、参加をさせていただきますので、ちょっとした外れな発言等もあるかもしれませんが、その点は御寛容いただくということでよろしくお願いたします。時間ももったいないので、このくらいにさせていただきます。よろしくお願いたします。

【新美主査】 どうもありがとうございます。ぜひ積極的に御発言いただきたいと思います。

それでは、議題に入りたいと存じます。本日は3点議題となっております。1つは広告表示の適正化に向けた対応。これは事業者団体へのヒアリングになります。それから2つ目が論点整理に対する意見聴取ということで、これも事業者等へのヒアリングということにな

ります。第3番目が、携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和3年度調査）の3点になります。

質疑につきましては各議題ごとに行う予定にしておりますので、よろしく申し上げます。

まず、議題の1の広告表示の適正化に向けた対応に関して、電気通信サービス向上推進協議会、サ向協というふうに略させていただきますが、サ向協の花岡様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【花岡】 サ向協の花岡です。いつもお世話になっております。本日は広告表示の適正化への取組について、少し以前より間が空きましたので、御報告させていただきます。

御手元の資料はスライド2です。本日は事業者の店頭広告のチェックについての御報告を主に進めてまいります。

まず、経緯を振り返りますが、2018年の10月にこちらの消費者検討会等、有識者会議におきまして、事業者の店頭広告の表示に行き過ぎがあったり、条件つき最安値表示の際の条件記載が不十分なのではないかという御指摘、実際の写真なども踏まえて御指摘がありました。

また、同年11月には消費者庁から「携帯電話等の移動通信端末の販売に関する店頭広告表示についての景品表示法上の考え方の公表について」という文書が出ております。

さらに同年12月ですが、事業者による店頭広告の表示上のルール化を進めていただいております。こちらは、店舗の独自広告は原則として禁止しまして、実施する場合は通信事業者による事前の内容の確認を要するという運用になっています。

さらに翌年の6月に消費者庁からまた「携帯電話端末の店頭広告表示等の適正化について」というものが出ております。こういった店頭広告をはじめとする事業者の広告表示に関して、サ向協では、オレンジの囲みのところですが、2019年度から事業者による店頭広告のチェックを開始したのに伴いまして、当サ向協においても半年ごとのチェックの内容、結果、進め方等についてオーディットさせていただいております。

なお、広告表示アドバイザー委員会という組織がサ向協の中にございまして、委員長は、今日は御欠席ですが、平野先生にお願いしております。こちらへの報告も店頭での広告表示に関して行っております。

それでは、今回の直近の報告ですが、スライド4です。概括です。4事業者6ブランド合計で約8,000店舗、すなわち全ショップについてのチェックが行われまして、なお、今期からは、今期というのは2020年度下期でございまして、楽天モバイルとUQモバイル

の各キャリアショップも対象となっております。

違反が2件発見されております。これは2件とも事業者による事前チェックを得ていないショップ独自の広告が発見されたということで、発覚したのは、事業者による確認のシリアル番号の不記載から発覚したということでした。なお、2店舗とも過去の繰り返しということではなく、新たに今回違反が生じてしまったという店舗でございます。

なお、この違反の内容なんですけれども、表示の内容なんですけれども、表示内容そのものには問題がなかったと報告を受けております。ただし、運用に関しては違反でありますので、即時撤去が指示されているという報告をいただいております。

なお、頭金について、こちらの検討会も含めて多々議論いただいておりますけれども、頭金の表示に関しても各事業者とも確認しており、直近の半年間での問題はなかった。すなわち改善されているという報告をいただいております。

以上が概括になります。

こちらスライド5ですけれども、スライド5に関してあるのは、今、概括で申し上げた内容の細かい点ですが、ポイントは黄色のマーカーの部分、2店舗、2件ということですが、いずれも事前チェックを経っていなかったというものになっています。

続いて、スライド7へ進みますが、スライド7は過去の件数の推移を記載しております。黄色のマーカーの部分に目を転じていただければ、41店舗106件から始まりまして、今回の2店舗、2軒まで少しずつ減ってきておりますので、事業者の努力、それから店頭表示の努力というものが見て取れるのではないかと思います。

店頭広告のオーディットに関しては以上になります。

そのほかですけれども、サ向協は特に四半期ごとのアドバイザー委員会と広告表示検討部会の広告チェック、事業者の広告チェックを核といたしまして、いろいろな広告問題に取り組んでおります。

まず、トピックスとして、全事業者様に当てはまるというか、関係するのが、本年4月1日からの消費税総額表示が義務化になっているということです。正確に言いますと、義務化になったというよりは、今まで税抜表示でも許されたものの、それが特例で許されておりましたが、その特例が失効して、4月1日からは総額表示を書くことになっております。

ただ、総額表示だけを書きなさいという立てつけではなくて、税抜き、税込み併記というものも許されておりますが、この書き方に関しては注意が必要です。

スライド10ですが、記載されているのは財務省のホームページからの引用なんですけ

れども、税込み金額を書いて、税抜きを書く。これもよし。また、逆に、税抜き金額を書いて税込みを書くもまたよしということになっておりまして、この書き方を一步間違うというか、消費者に分かりづらい表示にすると、税込み金額がなかなか伝わりにくいという懸念はあります。

青囲みのところにそういったことが書いてあるんですが、税込み表記と併せて税抜き価格を表示することは認められますが、この場合は、税抜き価格を殊さら強調することによって消費者に誤認を与える表示となってしまうときには、総額表示義務を満たしているとは言えませんというふうに書いてあります。

消費者庁でも細かいものを出しています。

それから、こちらの委員会で以前、たしか黒坂先生からだと思うんですけども、音声による強調というものも十分に注意してくださいという御指摘ありまして、その後、2020年に改定いたしました通信業界の電気通信サービスの広告表示自主基準ガイドラインの中にも盛り込んでおりますけれども、音声を強調するときは、とてもそれはケアしなければいけないですよ、打ち消し表示や、そういった消費者にデメリットの情報に目が行かなくなる可能性がありますよということを注意として記載しておりますが、消費者庁も同じようなことを発表しております。

以上、スライド13になりますけれども、電気通信サービス向上推進協議会、通称サ向協では、広告表示アドバイザー委員会や広告表示検討部会、こちらの四半期ごとの広告チェック、テレビと新聞広告が中心でございますけれども、こちらで事業者が適切に総額表示を行っているかどうかは引き続き確認してまいります。

また、それ以外のその他の広告表示上の課題も、事業者や事業者団体と協力して適切に対応してまいりますということで、報告としては以上なんですけど、長田構成員からいただいている意見書に関してコメントしたほうがよろしいでしょうか、新美先生。そのあたりお願いします。

【新美主査】　じゃ、ちょっとそれを御案内します。今、サ向協さんから御説明いただきましたが、これに対しまして、あらかじめ、今日御欠席なさっている長田さんから事前に意見が提出しておりますので、事務局からまず代読していただければというふうに思います。その後、サ向協さんから回答をいただけたらと思います。まず、事務局から御案内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。また、サ向協花岡様、先に気

遣って御発言いただきありがとうございます。

参考資料の2のうち1ポツで長田先生から、サ向協さんのプレゼンに関係をする事前の御意見をいただいておりますので、こちらのほうで代読をさせていただければと存じます。

タイトルは「電気通信サービス向上推進協議会の取組について」というふうになってございます。内容は店頭広告表示の課題は2018年に指摘されたものであり、当然、その対策結果が出ていて当たり前です。その後、電気通信サービス向上推進協議会として、注力して活動している課題について御紹介いただけるとよかったですと思いました。

広告表示アドバイザー委員会委員としては、直近の大きな課題として捉えているのは、通信事業者の皆様が使われる「学割」という言葉への違和感であり、数度にわたってそのことは指摘しております。他業界で使用される学割とは大きな意味の違いがあること、また、使用する者によって学割適用の範囲が違うことが大きな問題であると指摘しています。

例えば、JR東日本での学生割引乗車券については、対象はJRから指定を受けた中学・高校・大学・専修、各種学校の学生・生徒の方となっています。しかし、通信事業者が使用する学割の対象は、学生であることを条件にせず、年齢だけを条件設定にしており、かつ設定年齢もまちまちです。せめて明確にするために、U25、U18等のサービス名称にするべきだと考えます。

徐々に各社で検討していただいているものと思いますが、できるだけ早くルール化が必要だと考えます。今後も事業所の皆様は他社との差異を際立たせるための競争や工夫は必要だと思いますが、業界独自の言葉を安易に使うことのないよう、留意いただきたいと思っております。

以上が長田先生から事前にいただいておりますものの1ポツでございます。

また、この御意見に関しましては、あらかじめ、本日同じように御欠席されている平野副主査からも、同じく広告表示アドバイザー委員会の委員を兼ねておられるお立場から、同意をするという旨のコメントを事前にいただいていることも併せて申し上げたいと思っております。

以上でございます。

【新美主査】 それでは、御紹介ありがとうございました。

それでは、ただいまの長田さんからの意見について、サ向協さんからお答えをいただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【花岡】 かしこまりました。ただいま御指摘いただきました学割の名称に関しては、大

きな論点として、学割と言っている、学生割引と言っているのに学生を要件としていない、年齢条件だけである、一方で学生を要件とするようなサービスの立てつけともなっていないということでした。

これに関しましては、主として、今、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクが展開している学生資格を要件としていない現在の学割サービス、こちらに関しては、学割の名称変更、それから学割という実際の名称に沿った適用条件に変更するなど、幾つかの解決方法があるというふうに事業者のほうでは考えておまして、アドバイザー委員会の指摘に沿って、各事業者で対応を現在検討しておるところでございます。

なお、今回の広告表示アドバイザー委員会が7月下旬に予定されておまして、今回の広告表示アドバイザー委員会までに一定の具体的な対応方針を出すということで、各事業者及び事業者団体のほうからの報告をいただいております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございました。

それでは、ただいまのサ向協さんからの説明について、御質問あるいはコメントございましたら、御発言をお願いしたいと思います。チャット欄において御合図いただけたらと思います。よろしくお願いします。

それでは、黒坂さん、どうぞ御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 慶応大学、黒坂でございます。手短かに発言させていただきます。コメントです。

先ほど御説明の中でも触れていただいたとおり、動画広告における音声の部分について、かなり率先して御理解、御対応いただいていることを含め、様々な取組について前進していらっしゃるということについて、賛同し、引き続きよろしくお願ひしたいというようなものでございます。

サ向協の皆様、釈迦に説法ではありますが、根拠法も持ちながら取り組んでいる言わば共同規制の主体として、様々なことに取り組まれていくお立場にあらうかと思ひます。何でもかんでも先んじてということをおもひますけれども求めものではありませんが、先般、消費者行政については、特にこの通信分野、かなりいろいろなところから注目を集めているところもあると思ひますので、引き続き、それこそダークパターンであるとか、いろいろな検討が必要だと思ひますので、御検討のほどよろしくお願ひいたします。私からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございました。

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。店頭広告についてのオーディット結果の御報告ありがとうございます。

私もショップに行くたびにチェックしていますが、非常によくってきたと思います。

一方で、私、この店頭広告以上にテレビCM等における条件付き最安値表示に強い関心を持っていて、この後、御報告いただく公正取引委員会さんの報告書でも、条件付き最安値広告について、それを強調せず、消費者が料金計算をしやすい表示を行うことが望ましい、とあります。

こちらについてのオーディットの状況について、今、お話しできることがあれば教えていただければと思います。恐らく次のサ向協さんの会合で議論されることなのかなと思いますが、もし何かコメントがあればお願いします。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

サ向協さん、可能ならばということでの御質問ですが、お答えできる範囲でお答えいただけますでしょうか。いかがでしょうか。

【花岡】 かしこまりました。御回答申し上げます。

条件つき最安値表示に関しては、今般の公正取引委員会の資料の中にも盛り込まれてはおりませんが、こちらの有識者会議をはじめ、それから昨年年末から出ています消費者庁の携帯電話会社の広告表示の総点検というものがございまして、そちらにも条件つき最安値表示のことは大きな課題として出ております。

2020年、昨年の広告表示自主基準ガイドラインの改定するときにも大分細かな指示を入れているんですけども、特に最近の事業者のテレビ広告に関しましては、条件つき最安値表示を記載する場合には、まず、割引の前の価格、定価というんでしょうか、割引前価格を表示し、そこからどういう割引がなされた上での最安値になっているのかというのをテレビ広告の中でも明示するようにしております。

それに伴って、多少文字が多くなってしまっている傾向にはあるんですけども、テレビ広告においても、今、条件つき最安値表示の場合には、可能な限り条件を消費者の皆様方に示すような方向で各事業者努力しております。

また、それを四半期ごとの広告表示アドバイザー委員会のチェックにおいてもチェックしているところでございます。以上になります。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、齋藤さん、どうぞ御発言をお願いいたします。

【齋藤専門委員】 どうもありがとうございます。御報告を拝聴いたしまして、どうもありがとうございます。

学割の点が問題になっているので、そこに関連してですけれども、先ほどの御報告を踏まえますと、学生かどうかではなくて、別の観点からの割引なり、その割引に関する表示のルールを検討なさっているというふうに伺いましたので、ぜひその際に併せてお考えいただきたいほうがいいのかなと思う点ですけれども、具体的には来年の4月1日から成年年齢が引き下げられます。

現在は二十歳が成年ですけど、18歳になりますので、恐らく学生かどうかということを取り払って、年齢によって、例えばこの割引等のプランをおつくりになるとすると、成年年齢の引下げについてどのように取り扱っていかれたらいいのか。それから、その場合の表示等の在り方について、ぜひ適正な、トラブルが起きないように、そういうルールを検討していただきたいなというのを、お願いを込めて発言をさせていただきます。

それからもう1点ありまして、先ほど黒坂先生からも御指摘ありましたけど、口頭、これ表示が今問題になっているんですけど、表示の中には、例えば景表法上の指定では口頭による表示も表示に含まれますので、もうちょっと具体的に言うと、勧誘ですね。勧誘の文言として口頭でなされる場合も、これ表示に含めて考えられるわけですが、これまでの議論を拝見していると、あまりその辺は問題視されていないように思います。

特に現場といいますか、繁華街で特に取次店などを見てみますと、販売員がプラカードを持って、通行者に対して声をかけて、それで取引の説明を始める。具体的には店舗から離れて声がけをし、呼び止めて、店舗に同行する。特商法で言うところのキャッチセールスに当たるような場面というのをしばしば私自身も目にします。目にするたびに、自分が本を書いているものですから、これキャッチに該当するんだけどなというふうに思うこともあったりしますので、その辺も含めて、ルールを御検討いただくとトラブルが減るんじゃないかなと思いますので、よろしく願いいたします。

【新美主査】 どうもありがとうございます。前者の成年年齢が変わることも大事なコメントだと思いますので、今後の議論の参考にしたいと思います。

そのほか御発言希望の方はいらっしゃいませんか。よろしいでしょうか。それでは、どうもありがとうございます。

それでは、議題の2に移ります。議題の2は論点整理に対する意見聴取ということでござ

いまして、まずは、NTT東日本の村田様から御説明をいただきたいと思います。よろしく
お願いします。

【村田】 NTT東日本の村田でございます。本日はよろしくお願ひいたします。私のほ
うからは、消費者保護に向けたNTT東西の取組について御説明をいたします。

1 ページ目を御覧ください。NTT東西では、お客様が望まない御契約の防止、お客様自
らサービス品質の確認を行える環境づくりとして、記載の取組を行っております。本日はそ
の中から、①から⑤として、次ページ以降で御説明をさせていただきたいというふうに思い
ます。

2 ページ目を御覧ください。お客様が望まない契約の防止の取組として、まず、電話勧誘
における取組を御説明いたします。電話勧誘は、お客様にとって場所を選ばず手軽に提案を
聞くことができるなど、メリットがある一方で、お客様が意図しない勧誘が生じ得る、契約
内容が口頭のみでは分かりづらいという課題がございます。

それに対してNTT東西では、以下の取組を行っております。1つ目は、勧誘不要のお客
様への勧誘禁止として、記載のとおり、お客様から勧奨不要のお申出をいただいた場合、お
客様に同意をいただいた上で、委託先等へその旨を共有することで、勧誘不要のお客様への
再勧誘を禁止するというものでございます。

2つ目は、説明書面送付後の再説明として、電話勧誘した後、お客様から仮申込みをいた
だいた場合、説明書面を郵送して、その書面を御手元に置いていただきながら再度説明をさ
せていただき、了解をいただいて本申込みをするというものでございます。また、併せて御
高齢のお客様からの申込みにつきましては、御家族に対する再説明を必須化するというよ
うな取組も行っております。

なお、当社116等のコールセンターへインバウンドでお申込みいただいた場合につき
ましては、お客様からのお申込みであることや、お客様からの通話の中で申込みを完了させ
たい、あるいは早期にサービスを利用したいという声を踏まえまして、再説明することにつ
いては省略をしております。

続きまして、3 ページ目を御覧ください。お客様が望まない契約の防止の2つ目として、
初期契約解除制度の取組について説明をいたします。

左の下の図にありますように、契約の複雑性・不意打ち性の考慮の観点を踏まえ、お客様
から初期契約解除のお申出があった場合には、書面到着日から8日間において無償での解
約に対応しております。また、工事前であれば、8日間に限らず、無償で解約に応じており

ます。

右下にありますように、工事日以降に初期契約解除が可能になることにつきましては、現在の契約の複雑性・不意打ち性の考慮に加えて、新たにサービス品質の確認期間の用意という趣旨を加えることと考えております。なお、この趣旨にのっとって実施する場合には、工事費、利用料は御負担いただくものと考えております。

4 ページ目を御覧ください。こちらは契約後にお客様自らサービス品質の確認を行える環境づくりの取組として、通信品質、速度の見える化の取組について御説明をいたします。

お客様のパソコン等の利用端末等により環境に違いがありますので、通信品質、速度をお客様自ら御確認いただける測定サイトを御用意しております。具体的には、左の下のイメージ図のようなものがございますが、お客様のほうで必要情報を入力いただくと、右の下にありますように、利用端末からインターネット、利用端末からNTT東西フレッツ網の2種類の測定区間で速度を測ることができるというものでございます。

なお、速度が出ない等でお困りの場合には、Web113というサイトでもお客様の環境改善の御相談を受け付けさせていただいております。

続きまして、5 ページ目をお願いいたします。こちらはサービス品質の期待値を下回る場合の対応として、ウェブによる解約受付を準備しておりますが、それについての御説明でございます。

NTT東日本では2020年の7月よりウェブによる解約受付を開始しております。解約までの流れといたしましては、右にありますように、お客様がNTTのホームページにあります解約のお申込みフォームに必要情報を入力いただき、当社で受付内容を確認させていただきまして、不備がなければ当社ビル内でサービスを停止し、回収キットをお客様に送付させていただいて、お客様が機器を取り外していただいて、回収キットに入れて返送いただく。このような取組でございます。このように、お客様の意思によってウェブで解約できる環境というものを整えさせていただいているところでございます。

なお、NTT西日本につきましても、ウェブによる解約受付につきましては検討中でございます。

続きまして、6 ページ目をお願いいたします。こちらは料金プランとして提供しているにねん割等の利便性確保についてのものでございます。NTT東のにねん割や西の光はじめ割につきましては、一定の御利用をお客様にお約束いただくことにより利用料の割引を行うものであり、それぞれ一定数のお客様に御選択をいただいている状況でございます。

なお、利用期間の途中で解約される場合、解約金は頂いておりますけれども、増速等でプラン変更する場合や、NTT東西会社間、海外、あるいは光の提供エリア外への転居等の場合につきましては、解約金は頂いておりません。

解約忘れ防止等に向けた取組といたしましては、右下に記載のとおり、従前より更新月の2か月前までにお客様へメールまたは書面にてお知らせをしていることに加えまして、更新期間を2か月から3か月に延長するといったような取組につきまして、21年の7月1日より行ってまいる予定でございます。

最後7ページ目を御覧ください。まとめでございます。情報通信産業において、お客様の選好の中心は、通信サービスからコンテンツ、アプリケーション、端末へ移行しており、様々なプレーヤーにより多様なサービス、ソリューションが提供されております。加えて、新型コロナウイルス感染症の拡大により、非接触、オンライン化の御要望が高まっております。

このように市場環境が変化して、サービスの多様化、契約の複雑化や対面での御説明機会の減少等が起きている中では、安心してサービスを御利用いただけるような取組や、サービスの利便性、品質の向上に対する取組が一層求められておると考えておりまして、お客様からの御意見、御要望に耳を傾けていくことがより重要になっていると考えております。

NTT東西といたしましては、オンライン化等のサービスの申込みや手続の利便性向上を進めるとともに、お客様への分かりやすい御案内、通信品質の見える化、端末からクラウドまでのポータルサポートの充実等を行っていくことで、これからもお客様に御満足いただけるサービスを提供していく考えでございます。

私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、続きまして、ソネットの中尾様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

【中尾】 ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社でございます。御説明させていただきますので、表紙をおめくりいただきまして、2ページ目を御覧いただけますでしょうか。まず、本日は、こちらに記載してございます項目について、弊社の考え方を御報告させていただきます。

もう1枚、ページをおめくりください。3ページ目になります。まず、IoTサービスの進展と消費者保護の項目になりますが、こちらにつきましては、弊社といたしまして、IoTサービスにつきましては今後も様々な用途で発展していくことが予想されてきますので、

課題の洗い出しを行う上でも、イノベティブな製品ですとかサービスの提供、普及の妨げにならないように留意していただく必要があると考えてございます。

続きまして、4ページ目をめくりいただけますでしょうか。電話勧誘における課題につきましての考え方でございます。さらなる苦情削減に向けた対策の検討については、懸念点が幾つかございますので、こちらに留意いただきながら段階的に議論を行うなど、十分議論をしていただいた上で慎重な対応が必要であると弊社としては考えてございます。

主にユーザーの利便性への影響というところにつきまして、3点述べさせていただきます。まず、インバウンドでの申込みですとか自社ユーザーへの案内、電話申込みを希望されたユーザーといった、トラブルが少ない領域についても、一律に規制されることがございますと、ユーザーが望まない手続の煩雑化等の弊害が生じる可能性があると考えまして、これらの電話での連絡手段を希望するお客様については対象から除外する必要があると考えます。

2点目ですが、このチャネルのみの接点しかないユーザー様にとっては、ほかのよりよいサービスを知る機会を失うといった、選択肢を狭めることにつながる懸念がございますので、また、電話口で急いで契約をされたいというニーズへの配慮も必要と考えております。

3点目ですが、例外的に口頭で契約を行う手段を残していただくですとか、書面交付には電子的な交付を認めるなどの考慮をしていただく必要があるのではないかと考えてございます。

続きまして、5ページ目をおめくりいただけますでしょうか。こちらウィズコロナの時代における利用者対応の在り方ということで、ウェブの解約につきまして述べさせていただきます。

回線契約の解約時に、契約に基づいて、例えばIP電話と一緒に解約されるですとか、ユーザーが意図しない解約というものが同時に行われることもユーザー様の理解によっては想定でき得るため、事業者としてはユーザーの不利益にならないように説明を尽くす必要があると考えます。ですので、一律にウェブ解約を可能とするべきと定めることには懸念がございます。

続きまして、6ページ目をおめくりいただけますでしょうか。消費者トラブルの解決に関するさらなる手法というところで、①初期契約解除制度の改善というところになります。こちらにつきまして、固定通信はモバイルとは異なる部分として、速度測定をした場合にPC側のスペックに結果が依存するという傾向がございますので、環境はモバイルと固定で大

大きく異なるものと考えますが、弊社では個別の事情をお伺いして、品質に関連する理由での解約を希望されるお客様へは柔軟に対応を行っているところでございます。

初期契約解除の起算点を役務提供日とする論点につきましては、工事費以外にも、サービス提供のために卸元や中継事業者から提供を受けて、準備を行って、既に提供に際し、B to Bでは課金の始まっている回線費用も含めて、事業者にとって開通後の解約というのは負担が大きい部分がございます。ですので、実施する場合には、このあたりの整理、例えば事業者からユーザーに対して適正な費用を請求できるようにするですとか、卸元に対して負担軽減の対策を求められるようにする、こういった配慮が必要になるのではないかと考えております。

8日間の日数の延長につきましては、特商法と異なりまして、接続サービスとオプションサービスとで解約できる期間が異なるなど、制度によってずれが生じる可能性がございますので、慎重な検討が必要かと考えております。

続きまして、②の期間拘束契約における課題ですが、期間拘束そのものにつきましては、固定回線の契約については様々なパターンを選択肢として提供することにより、自身で契約期間を選択できる状況ということであれば、長期利用を約束することで安価な料金での利用が期待できるというユーザーメリットがあると考えております。

例えば、戸建てですとか賃貸住宅といった、居住されている形態によりまして、許容できる回線サービスの契約期間が異なることが想定されますので、契約期間がない、期間拘束のないプランも含めて、事業者が用意した上であれば、2年ですとか、2年を超える契約期間についても、選択肢の1つということで、ユーザーが自身に合ったサービスを選択できるものと考えてございます。

続きまして、8ページ目、期間拘束契約の課題2でございます。違約金についての部分でございます。著しく品質の期待を下回るというところでの解約につきまして、この著しく品質の期待を下回るという定義が個人の主観で判断されるべきではないというふうに考えますが、仮にそういった形での解約がされる場合については、違約金の多寡によってコントロールするのではなく、サービス提供直後に工事費やサービスを利用した日割り料金等のかかる費用をお支払いいただいて、一定期間に関しては違約金無しで解約できるという手法で行われるべきと考えます。

また、加入時にこういった一定期間の救済策という仕組みが手当てできるのであれば、その後の環境変化のリスクについては、先ほどの居住期間ですとか、そういったものを勘案し

ていただいて、契約期間を選択する時点で、お客様によってコントロールができるものであるとと考えております。

続きまして、9ページ目、期間拘束の3ですが、ほかに転用できない工事費の回収などを、違約金とは別に考えることにつきましては、弊社では現状でもそれぞれ区別して対応を行っているところでございます。

また、解約忘れにつきまして弊社では、契約期間の満了が近づいた際のメール送信等、注意喚起を行っているところではございますが、日常的な通信の有無を監視するという点では、特に利用していなくても通信が発生していたりですとか、どこまで通信を能動的に見るかという部分もございまして、利用していない状況と判断するのは困難であるというふうと考えてございます。

最後に、苦情相談の処理につきまして、ADR等への項目でございまして、費用負担の在り方なども含めまして、業界団体を中心に、今後丁寧な議論が行われる必要があると弊社では考えてございます。

以上で弊社の御説明を終了いたします。ありがとうございました。

【新美主査】 ありがとうございました。

それでは、続きまして、T C Aの大橋様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いたします。

【大橋】 電気通信事業者協会の大橋でございます。では、資料2-3に沿いまして、御説明をさせていただきます。

右下にページ記載してございますが、1ページを御覧ください。今回、論点整理多岐にわたっておりますが、主に業界全体に関わる論点に関しまして、協会内で議論いたしまして、協会としての意見を御説明申し上げます。具体的には、以下でハッチングしてある電話勧誘及び苦情相談の処理の在り方の2点について申し上げます。

では、2ページを御覧ください。電話勧誘における課題についての当協会の意見でございます。まず初めに、当協会の最近の取組でございまして、特に苦情の多い傾向にあった高齢者に対する光回線サービスに関する代理店によるアウトバウンドでの電話勧誘というところに焦点を当てまして、書面をお送りした後に、後確認の御連絡を行うといった施策をT C A加盟社において行っているところでございまして、苦情の低減に一定の成果を上げているところでございます。

こちらの取組につきましては、昨年の10月の第26回の検討会において御報告させて

いただいたものでございます。

それを踏まえまして、論点整理において、業界団体等による自主的取組には限界という記載がございますが、こちらについては、業界団体に属さない事業者、いわゆるアウトサイダーというものによる活動が適正化されないことが大きな要因であると考えております。

したがって、この課題への対策といたしましては、まず、現時点で法令に違反している事実があれば、そういった行為をしているアウトサイダーに対して、法執行をしっかりと行っていくということをもって、業界全体での法令遵守を促すことがまずは重要であるというふうに考えているところでございます。

加えて、制度による対応を検討する場合については、規制を行うことによるお客様の利便性であるとか、あと、事業者の営業活動への影響を含めて、総合的に過度な規制とならないように、規制の範囲等を検討いただきたいと思いますと考えております。

具体的な例を幾つか挙げておりますけれども、申込みの意思のあるお客様が書面の手続を経ることによって、御希望される利用開始の時期に間に合わなくなってしまうような事例を幾つか列挙しておりますので、御確認をいただければと思っております。

3 ページでございます。参考といたしまして、当協会の相談窓口に寄せられている光回線、かつ電話勧誘の苦情件数の推移をお示ししております。2017年の全体の苦情の件数、F T T H かつ電話勧誘の苦情の件数を100とした場合の指数で表しておりますが、苦情の件数は減少傾向になっておりまして、そのうち、さらにT C A の加盟事業者に関するものはより減少傾向にあるという状況でございます。

4 ページを御覧ください。苦情相談の処理の在り方についての論点に対する当協会の意見でございます。まず、苦情相談の処理の在り方について検討する際には、まず苦情相談の処理に関する課題をより深掘りする必要があると考えております。

具体的には、どのような事業者において、どのような役務に対してそういった課題が発生しているか。それは単一の役務もしくは複合したものであるか、件数とか内容、そういったものについて定量的かつ客観的な深掘りをした上で、幅広く課題への対処方法や対応主体等の検討を行うべきであると考えております。

仮に、新たにADRを設置することを検討する場合には、扱うこととなる事案の範囲、どのような事業者が主に関係してくるかといったことであるとか、利用者がその運営を担う機関を信頼できるかという中立性の観点なども踏まえまして、運営主体の適正性や所掌、人材確保、あと費用確保等について、慎重かつ丁寧な議論が必要であると考えております。

ADRの話とは少し離れますが、当協会におきましても、検討会において苦情相談の処理の在り方についての議論があるということも踏まえまして、相談窓口の状況につきまして、昨年の検討会においても御報告したところでございますが、受付状況とか対応の実態を改めて確認いたしまして、TCA会員事業者に関する苦情相談の解決に向けて、より実効性のある取組を検討してまいりたいと考えています。

5ページ以降になりますが、論点整理の幾つかのトピックにつきまして、今回、協会としての統一の意見としては出しておりませんが、個社で発表の機会のない事業者から個別に意見をいただいておりますので、そちらを掲載させていただいております。こちらについては、詳細は割愛させていただきますが、主にウィズコロナ時代における利用者対応の在り方に関するものです。

6ページには、初期契約解除制度の改善に関する意見、7ページ、8ページにおきましては、期間拘束契約に関するものということで、個社の意見を御紹介しております。

発表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、続きまして、JAIPAの木村様から御説明をいただきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

【木村】 日本インターネットプロバイダー協会、JAIPAの木村と申します。よろしくお願いいたします。

それでは、資料2-4に基づきまして、消費者保護ルールの在り方に関する検討会第30回論点整理につきまして、当協会のインターネットユーザー部会を中心にまとめた内容を発表させていただきます。

1枚おめくりいただきますと、2ページ目でございますが、今申し上げた趣旨が書いてあるわけなんです、当協会の会員は、主に固定通信、特にFTTHにおけるインターネット接続サービスの提供事業者、光コラボを提供している事業者も含まれますが、こちらの意見になります。

1ページめくりください。3ページ目になります。まず、2の(1)電話勧誘における課題について説明申し上げます。上の黒い四角で囲まれているところが論点整理で、前回の論点整理でございます、その下の段にあります青い四角で囲まれているところが当協会のインターネットユーザー部会を中心にまとめた意見になります。

その下に、意見を集約する段階で各社から寄せられた意見で、代表的なものを幾つか提供しております。まず、電話勧誘における課題に関して、論点整理では①から⑤まで、不招請勧誘の禁止から始まって、④の説明書面の交付、準備交付といったことの義務化と、段階的に厳しめに、一番厳しいのが①、その次が②というふうに考えておりますが、4段階出されております。

私どもとしましては、一律に電話勧誘を制限することは、事業者からの情報提供による消費者の知る機会を喪失することにつながるため、対象となるサービスや行為などを慎重に検討する必要があると考えています。

また、事業者団体や関係団体における取組が進展していることを踏まえ、具体的措置の段階的導入などの検討をお願いしたいというふうに思っております。段階的導入というのは一番緩めの④から始まって③、それでも駄目なら②①というふうなイメージと考えております。

下の意見につきましては、今言ったことが中心でございますけれども、アウトサイダーなどの点を考慮すると、やはり業界の自主基準ではなくて、事業者による後確認の事務化ですとか厳罰化、そういう法制度面での徹底化ということが解決に近いのではないのでしょうか、そういったことが書かれております。

また、これ全般にも言えることなんですけれども、事業者の規模に関わらず、対応には結構負担がありますことから、暫定的な対応をお許しいただくとか、準備期間を設けていただくということは要望するところでございます。

次は4ページ目でございます。これは2の(2)ウィズコロナの時代における利用者対応の在り方についてでございます。論点整理におきましては、契約の対称性ということで、ウェブで契約が可能なサービスについては、ウェブでの解約を可能とすべきではないかと、そういうことでございました。

私どもとしましては、青い四角の中にありますとおり、ほぼ賛同するというところでございまして、申込み形態に合わせた対応を行うことは望ましいと思います。ウェブで契約が可能であれば、ウェブでの解約も可能であるということだと思えます。ただ、事業者の対応には負担が生じますから、一定の準備期間をいただきたいというふうに思っております。

参加者からの意見につきましても、論点整理に賛同する意見とか、今申し上げたような暫定的な対応ですとか準備期間などをいただきたいということはございました。

次のページ、5ページ目でございます。これは2(3)消費者トラブルの解決に関するさ

らなる手法として、初期契約解除の制度の改善についてでございます。ここでは私どもは特に気になりますのは、論点整理の①にありました実際にサービスを利用して通信品質を評価して、初期契約解除の利用というところでございます。工事の遅延等の場合もあるんですけれども、実は、次のページにも一部またがるんですが、電気通信サービス向上推進協議会の自主基準のガイドラインの中で、10年ぐらい前から工事前無償解約というのがございます。ですから、実質的に工事前であれば、たとえその工事が半年先であっても無償解約ができるようになっておりますので、消費者は、この自主基準ガイドラインを遵守している事業者については、ほとんどの大手事業者はそうなんですけれども、ほぼ守られているというふうに思っております。

ただ、このアウトサイダーの事業者がそういった工事前無償解約を実施しているかどうかについては、ちょっと私どもはあずかり知らぬところでございます。

初期契約解除が可能な期間を契約の書面の受領から8日間というのは短いということでございますが、今申し上げました無償解約であれば、決して短くはないと。実際に工事というのは1か月から数か月先のことになります。長いと、最近ですと、時期によっては半年かかるということもあると聞いております。

逆に、これは私の考えですけど、8日間を仮に16日とか30日に延ばしても、その間に工事が終わっていなければ、あまり延ばした効果で消費者は保護されないというふうに考えます。

私どもの意見につきましては、青いところでございますが、品質に関しては事業者起因に限らず、いろんな原因があります。これは総務省様の別な研究会、市場検証会議ですとかブロードバンド基盤の会議でも、通信品質、特に速度の問題については説明申し上げたところでございますので、参考にしていただければと思うんですけれども、何とも言えないというか、思っていたほど速度が出なかったから初期契約解除する、そういったことはとても難しいというふうに考えております。

また、工事に関してもただの工事ではなくて、FTTHですと、それにIP電話がついていたりとか、いろいろサービスが付随したりもしますので、事前調整とかが結構かかっております。なかなか難しいところでございます。

次のページ、6ページ目は今の続きでございます。不招請勧誘に限って初期契約解除の変更について議論すべきであるということを私どものほうでは申し上げております。

そのほか、部会参加者の意見としましては、先ほど申し上げました通信品質、いろんな要

因で変わる、そういったことがございます。これは私見でございますけれども、1ギガbpsのサービスで使ってみたら、夜に100メガbpsしか出なかった。だから解約するといふのを半年後に言われたとしたら、それはかなり悪用の危険性があるんじゃないかなといふふうにちょっと思っております。

工事前無償解約につきましては、先ほど申し上げたとおりでございます。

次のページ、7ページ目でございます。これは期間拘束契約における課題についてでございます。期間拘束契約、拘束期間に関する制約、あと違約金の額に関する制約、そういったものについて、なかなか提供形態はいろいろございまして、一律に考えることは難しいといふのが主要な意見でございました。

また、違約金についても、環境等によっていろいろまた違うということで、違約金の上限についてもなかなか難しいので、慎重な検討をお願いしたいということでございました。

あと、解約の誤認とか解約忘れ等により、使っていないサービスで課金がされているのではないかということで、そういったものは確認した上で通知したりするというような、もともとそういう御提案もございましたけれども、ブロードバンドサービスで特に固定になりますと、携帯と違ひまして、利用者が実際に通信を行っているかどうかということを確認する仕組みを持っていない事業者というのも多うございます。そういったときには、そのためにわざわざ通信がされているかどうかというのを確認するというのは、利用者の同意を得た上でも、通信の秘密の問題というのもございますし、私どもとしては設備が必要だとか、なかなかありましてハードルは高いといふふうに考えております。

また、次のページにもちょっと補足がございますけれども、8ページ目でございます。事業者は利用者の方をID番号でもって管理しております。1人の方が複数のIDを持って、複数のサービスを契約されておりますと、1つのサービスが解約されても、ほかのサービスについてIDがあるかどうかというのを名寄せするというのは非常に難しゅうございます。それはちょっと難しいということでございます。

次のページ、9ページ目でございます。最後になります。苦情相談の在り方でございます。ADRというふうな御提案もございました。ただ、ADRの制度の導入につきましては、対象とするもの、あるいは運営体制、運用コスト、そういったものでいろいろ慎重に議論する必要があるといふふうに考えております。これは私どもの考えでございます。

ちょっと長くなりまして申し訳ありません。以上になります。よろしく申し上げます。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいま御発表をそれぞれいただきましたが、これにつきまして御質問あるいはコメントございましたら、発言をお願いいたします。チャットにて御合図いただけたらと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

それじゃ、市川さん、どうぞ御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶応大学の市川でございます。まず、各社さん、各団体さん、今回のテーマについて真摯に御回答いただきまして、ありがとうございます。

私はコメントでございまして、毎度、論点多岐にわたっていますが、4つの点について、それぞれ各社さん、各団体さんの御意見を拝見しての私の所感を述べさせていただきます。

まず、電話勧誘についてですけれども、NTT東西さん、きちんと取り込まれていることを場合分けして御紹介いただいておりますし、ほかの方々も一律に今回問題になっていることの範囲を超えて、問題に対して変な形で対応するのはよろしくないというふうにおっしゃっており、それ自体は何らか手を打つべきだというふうに整理をされているものというふうに受け止めました。

2つ目、ウェブ解約というふうにとまめられていますが、いわゆる「入り」の契約と「出」の解約の場に非対称性があるのか悪いのかというお話については、JAIPAさんの御意見にも書かれていましたけれども、基本的に何か例外的な事項がない限り、そこはバランスされている、同じ入りと同じ出の場所は確保されているべきだということをおっしゃっている方も多いうふうに受け止めておりまして、そういう形であるべきだと私も考えます。

3つ目、初期契約解除制度の改善というポイントになっているところでございますけれども、ここは幾つか御指摘あったように、それぞれコストの原因となるところがタイミングとずれるというのは御指摘のとおりだと私も思っておりまして、また、ここは慎重にやらないと競争環境を変えてしまうことが大きい場所だと思っております。また、この初期契約解除制度については、手前の電話勧誘やあるいはウェブの契約の状況が改善すると、一緒に改善できたりするということがありますので、ここはきちっと状況を見て考えるべきではないのかなというのが私の意見でございます。

最後の1点、ADRに代表される苦情処理相談のお話ですけれども、皆さん御指摘のとおりでして、主体、体制やコストを抜きに、ただあったらいいよね、だけでは進まないというのはそのとおりでございます。ただ、皆さん検討の仕方、検討はきちんとしていくということに関しては御賛同賜っているのではないかと思いますので、そこを踏まえて今後検討し

ていくことが大事なのではないかというふうに考えました。

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。

それでは、続きまして、石田さん、御発言をお願いします。

【石田構成員】 全国消費生活相談協会の石田です。ソニーネットワークコミュニケーションズさんの電話勧誘における課題について意見なんですけれども、確かに電話勧誘のこの5項目、不招請勧誘の禁止というところから始まると、結構事業者さんとしては大変なのかと思うんですけれども、インバウンドでの申込みについて、これは対象から除外する必要があるのではないかと書かれているんですが、よくある事例として、チラシとかコマースシャルとかを見てお問合せをしようということで電話をかけた。その電話でいろいろ説明されて、申し込んだといったような場合については、そもそも知識があるわけではないので、これも含めてインバウンドでの申込みと言われてしまうとそれは難しい、これを除外となると難しいのではないかと思います。

やはり書面で確認して、それによって申し込むという様式契約化とか、書面交付の上で契約の説明を行うことが必要なのではないかと思います。

それと、NTTさんはネット上での解約を既に受け付けているということで書かれていましたので、確認してみましたところ、解約についてチェック項目を入れるようになっていまして、電話は使えなくなりますが、大丈夫ですかとか、それとか、工事の残債が残ることになります、大丈夫ですかとあったので、いいのかなというふうに思ったんですが、TCAさんの参考の各社の意見というところの5ページに書かれていたのは、例えば、残債をその方だと幾らになりますよとか、2年縛りの期間の途中だと解約料は幾らになりますよといったようなものまで表示すると、そのコスト負担が大変になるという意見があったんですけれども、NTTさんにお伺いしたいんですけれども、そこまでネット上の解約のときには出てくるのかをお伺いしたいと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。じゃ、前者はコメントというか、御指摘で、後者の質問、これNTT東日本さんのほうでよろしいですね、石田さん。

【石田構成員】 はい。

【新美主査】 それじゃ、NTT東日本のほうからどうぞ御回答をお願いします。

【村田】 NTT東日本の村田でございます。御指摘のように、ウェブ解約した際に、具体的な残債の金額等々については、今、表示できるような形にはなっておりませんので、御意見等をいただければ、また検討して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】 石田さん、よろしいでしょうか。

【石田構成員】 はい。ぜひ検討していただきたいと思います。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして、中込さん、どうぞ御発言をお願いします。

【中込専門委員】 中込です。よろしくお願いいたします。消費者トラブルに迅速かつ効果的に対処するためということで、苦情相談の受付、助言に加えて、問題の切り分けや解決のモデルケースの提示なども行い得る体制を構築するということの検討に賛成したいと思います。具体的には、ADR、裁判外紛争解決手続をつくるということを選択肢として考えていくのがよいのではないかと考えております。

その上で、ADRで実際どのような解決が示されるのかということが共有されないと、なかなか議論が進みにくいのではないかなと考えておまして、電気通信事業について必要な専門知識を有する人たちで、中立公正な解決案ということをどのようなものとしてイメージするかということで、例えばですけれども、2つぐらい仮想事例をつくって議論をするということを検討していただければと思って、そういう意見を述べているところでございます。

例えば、1つは損害賠償請求が認められるような可能性がある事案の中で、どういうふうにお互い譲っていただくかということを検討する。もう一つは、損害賠償はちょっと認められないけれども、不満を感じていることは分かるということで、消費者の納得を目指すとしたら、どういう説明があり得るかというような、具体的なイメージをADRがつくるかどうかということの議論を進める上で、途中経過として具体的な事例を検討してみたらいかにかという発言でございます。以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。具体的なイメージをつくるということは大事な御指摘だと思いますので、今後の議論の参考にさせていただきます。

それでは、続きまして、木村さん、御発言をよろしくお願いいたします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。

まず1点目はNTTになのですけれども、電話勧誘では口頭でいろいろな勧誘が理解できるかどうか、いろいろ分類なさって、確かにそうだと思ったのですけれども、ここで1点

疑問がありまして、従来の電話というのは、災害時のときに使えるということで、まだまだお持ちになっている方多いと思うんですけれども、そういった従来の電話の解約というのは電話でできるのでしょうか。それとも、これはケースがいろいろあるとは思いますが、解約したいというときに、どういうふうな対応されているのかというのは疑問に思いましたので、御説明いただければと思います。

2点目なんですけれども、解約忘れということで、利用者というのは契約をいつしたのかというのはなかなか覚えていないということも多いので、2年の契約の前後にいろいろお知らせいただくというのは大変ありがたいと思うんですけれども、解約を忘れてしまうということもありますので、メールだけではなくて、そういった方に対して今後さらに周知が必要と思いました。

それで、私が以前相談を受けた事例があるのですが、自分が何の契約したか忘れてしまったので、解約をしたいと思ってショップに行ったのですが、結局ショップのほうでもあまり相手にしてもらえなくてということで、主婦連に相談に来られた方がいらっしやいまして、やはりそういった利用者が何を契約したか分からないという、大変複雑な契約というか、問題もありますので、実際2年なら2年、3年なら3年という契約があると思うんですけれども、きちんと契約者とのコミュニケーションを取っていただくことを今後もしていただきたいと思えます。

3点目は、これに関してなんですけれども、今後の苦情処理について、利用者がよく分かっていないですとか説明ができないということも多いと思えます。事情や環境など細かいことが人によってまちまちですし、それを聞き取って、きちんとどういうふうにするかということ相談に乗ってもらえるような機関というのが必要だと思います。

では、それは事業者のお客相談室にすればいいじゃないかという話もあるんですけれども、そこは事業者のほうで理解してくれなかったりですとか、あと逆に、事業者に言い負かされてしまって、まあまあああって感じでそのまま契約を続けてしまっているということも聞いておりますので、そこはADRという形がいいのか、それともどういう形がいいのかは今後の検討だと思えますけれども、きちんとした斡旋までしてもらえるような、そういった仕組みが望まれるのではないかと思います。以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。2点目、3点目はコメントということですが、1点目はどちららにお尋ねということでよろしいでしょうか。

【木村構成員】 NTT東さんをお願いいたします。

【新美主査】 NTT東日本さんですね。それじゃ、どうぞよろしく申し上げます。

【村田】 NTT東日本でございます。今、通常のアナログの電話の解約につきましては、116のコールセンター、あるいはウェブ上で受付をさせていただいておりまして、可能でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、黒坂さん、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 黒坂です。2点ございます。

1つは、ソニーさんの御発表の4ページ目のスライドでございます。これ発表されたのがソニーさんでいらっしゃるのです、何となく名指しっぽく聞こえてしまうかもしれませんが、ソニーさんに限らず、同じ考えをお持ちの事業者の皆様へ共通してということで、意見といいますか、私の態度表明という形でございますが、インバウンドでの申込みの場合は、手続煩雑化の弊害が生じる可能性があることから、書面の対応であるとかということについて対象から除外するということをお願いしたいというような御依頼だったと思います。御依頼というか、御意向だったと思いますが、私はこの点については反対を申し上げたいと思います。

インバウンドであるがゆえに、消費者が商品のことについて従前によく理解しているというわけではありません。むしろ分からないがゆえに、積極的な関心を持っている状態で問合せをしてくるというようなことも容易に想像されますし、実態としてそういうことが多いのではないかというふうに思います。もちろん、世の中のあらゆる商材でこのような原則でなければならないということは必ずしもなくて、消費者が明らかに自分が必要としている商品の特性であるとか条件であるとかということ、ほかに誤認する余地がほぼないというような商品を取り扱う場合にこの限りではないという可能性はあるかと思いますが、こういった通信サービスに関して、今そこまで状況がシンプルになっているものではないということは、これは事業者の皆様自身もよくよく御承知のことだろうというふうに思います。

したがって、こういったインバウンドだからいろいろなことを緩和する、勘案するというようなことについては、私は理屈が通っていないというふうに考えますので、これは反対というふうに申し上げたいと思います。これが1点目でございます。

2点目が、JAIPAさんの資料で6ページ目になりますか。VDSL等があつて、シェアードアクセスであるとかVDSL等で状況がいろいろ変わっていくのでというようなこと

があらうかというふうに思います。これ、事業者のお立場としては、私も業界のことをいろいろお手伝いしたり、御相談に乗ったりする立場でもありますので、理解はできる場所もなくはないです。とりわけ事業者間で複数事業者がまたがってサービスを一体的に最終的に提供する形態であるがゆえに、責任分界点の考え方であるとかについて整理しなければいけない問題で、複雑であるというようなことは分かるのですが、消費者保護の観点からいうと、それは事業者側の都合であって、消費者は通信サービスが欲しい、一定の品質のものを期待して、それをお金を払って提供を受けているのであるということが大前提であらうかというふうに思います。

ベストエフォートサービスの常にここは課題ではあるところではありますが、ただ、一方で、ベストエフォートだから何でも事業者の複雑な都合に消費者が従わなければいけないということではないということ、以前からも指摘されていることであらうかというふうに思いますので、ここについても、こういった様々な環境があることは現実としては承知しながら、だから全てにおいて、その環境に応じて事業者が免責されるであるとか条件が緩和されるということでは必ずしもないということをお願いしたいというふうに思います。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、齋藤さん、御発言をお願いします。

【齋藤専門委員】 ありがとうございます。今、黒坂先生の御発言お聞きしていて、ほぼ同感だというふうに感じました。ちょっと深追いするようで申し訳ないんですが、2点ほど発言させてください。

後ろから行きますけれども、インバウンドの点ですけれども、私も黒坂先生と同感でありまして、類似の制度としては、何度も言って申し訳ないんですけど、特定商取引法の電話勧誘販売のところで、特商法の規制の適用除外が26条に規定があるんですが、その中で、いわゆる請求電話勧誘と言われているものが適用除外になっています。この請求という文言の解釈については、判例としては、電話勧誘ではなくて、訪問販売の請求方法についての判例なんですけど、残念なことに判例集に載っていないので、ちょっとなかなか皆さんのお目に触れないんですが、ただ、東京高裁が具体的に、その相手方と具体的な商品の売買あるいは役務の提供についての契約条件まで詰められた状態で、例えば自宅に来てください、あるいは電話をかけてくださいというふうに要請をした場合は適用除外になるけれども、そうではなくて、提供されるもの、あるいはサービスの内容についての情報の収集として説明を受け

ると、その受けた内容を踏まえて、契約の意思決定をするような状態で請求した場合には、これは適用除外の請求に当たらない、こういう判断を東京高裁がされておいて、これは確定をしています。この判例を踏まえて、消費者庁は通達をもって、この請求の解釈をかなり限定をしたものに変えているんです。変更しています。

したがって、そういうような実態を踏まえますと、同様に、インバウンドだから適用除外にしてくれというのは、私はそれはそうではないというふうに考えております。その点では黒坂先生とほぼ同意見だというふうに思います。

それから、次は質問なんですが、今の点にも関連をしますけれども、例えばソニーさんは、いわゆる回線サービスとプロバイダーサービスを、提供形態が様々なものを使いになっていて、この組合せ、順列組合せみたいなこの組合せが非常にバラエティーに富んでいて、お客さんとの関係では一体その顧客がどの組合せでどのサービスの契約になるかというのはかなり個別性が高い。そうしますと、先ほどの御発言の中に、例えば違約金や工事費の負担等との関係でいうと、事業者間の負担との関係でいうと、消費者に関するルールを決めてしまうのは困る、こういう御発言だったと思うんですが、ちょっとそれは黒坂先生の御意見と同じように、逆ではないかと。

市川先生のお話の中に、これは競争環境を決めることになるという御指摘がありましたけれども、むしろ対消費者との関係で法的なルールまできちんと書くのがいいかどうかは別にして、基本的なルールとして競争環境はこれが適正なんだということを決めた上で、あとは事業者間で、その中で適正なルールをお決めいただくということが可能なかどうか。見通しの問題としてそれを対応していただけるのかどうか、この点についての御意見をまずソニーさんにいただきたい。

それから、JAIPAさんの御報告の中にも同じような指摘がされています。スライドでいうと7ページのところに、提供形態が卸と継続と自前設置によって、例えば改修の時期が一概に同じではないということから来る問題点をクリアにしなきゃいけない、こういう御指摘がありました。同じだと思うんです。ソニーさんが同様のサービスを提供されているので、したがって、競争環境に関する適切なルールを対消費者との関係できちんと規定さえすれば、玉突きじゃないんですけれども、それが事業者間の適切なルールに反映されるという見通しをお持ちなのかどうか、申し訳ないですけど、ソニーさんとJAIPAさんにその点についての御発言をいただきたいと思います。

むしろ最近問題になっている、これプラットフォームの1つなんですね。ですので、そう

いう観点も含めて御意見をいただきたいと思います。よろしくお願いたします。

【新美主査】 ありがとうございます。御質問、ソニーさんとJ A I P Aさんに出ておりますので、それぞれ順次お答えいただきたいと思います。

それでは、まずソニーさんからどうぞ御発言ください。

【中尾】 ソニーネットワークコミュニケーションズでございます。今、御指摘いただいた点、幾つかあったと思うんですが、まず、インバウンドとアウトバウンドの部分につきましては、消費者苦情の原因というところが、アウトバウンドで主に起こっているということから、苦情で問題に上がっていないインバウンドにも一律に規制を課すというところまではいかなるものかというような趣旨で記載をさせていただいたところでございます。御指摘いただいた内容につきましては、御意見として理解いたしました。

事業者間のルールと消費者保護のルールとの関係性につきましての御質問につきましては、基本的にルールの内容にもよるかと思いますが、消費者保護のルールがあり、それに対してどう事業者間で対応するのかというところにつきまして、事業者のほうで工夫するといえますか、準拠するという順番であるということについては、これまでの規制等についてもそういったところになっていたかと思えます。

弊社のほうで御説明させていただいた内容につきましては、こういった部分も整理した上で、慎重に御議論いただきたいという趣旨でのご説明をさせていただいたところでございます。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それじゃ、J A I P Aさん、どうぞ御発言ください。

【木村】 J A I P Aの木村でございます。インバウンドの件につきましては、私どもは特に主張してないんで、省かせていただいてもよろしいでしょうか。

その上で、黒坂先生からお話がありました6ページ目の品質のところ、ベストエフォートだからといって免責されるわけではない、全てが免責されるわけではないというのはそのとおりだと思います。

昨年春に、とあるクラウドサービスのモバイルルーターの会社で、事故じゃないかと思われるぐらい、ほとんど速度が出ないというような事案がございました。ああいったもので救おうと私どもも思っているわけではございませんが、ただ、なかなか、どこまでがベストエフォートとして認められる範囲であって、どこからは駄目だというところの線引きが非常に難しいというふうに考えておりますので、もう少し慎重な議論が必要かなというふ

うに考えております。

それから、齋藤先生から御指摘ありまして、私どもの7ページ目の一番上のところ、提供形態、卸、接続、自前設置によって回収の時期が違い、一概に一定の期間を決めることが難しいと。私ども不可能とは言うておりませんで、一概に一定の期間を決めることが難しいということでございます。ですから、提供形態によって期間が変わるとか、もう少し詳細な内容で消費者間の問題の整理ができれば、事業者間での整理というのは考えられる余地はあるかもしれませんというところによろしいでしょうか。

【新美主査】 齋藤さん、今のお答えでよろしいでしょうか。

【齋藤専門委員】 ありがとうございます。時間もありませんので、大変貴重な御意見、参考になりました。ありがとうございます。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

かなり突っ込んだ議論をしていただいております。私も黒坂さん、齋藤さんの御発言を聞いていて感じたんですが、やっぱりベストエフォートというのは何なのかというのは一遍もう少し考えていく必要があると思うんです。ベストエフォートという言葉の中で、何の品質保証もしないというのが当たり前になっているのはおかしいんです。今JAIPAさんがおっしゃったように、とんでもない事故はとてそんなことではありませんと言っていると。どっかでここまではベストエフォートの問題で、ここからはそうは言えないというラインが事業者さんにもあるんじゃないのかと。それを明確にしたら案外、これが大体通り相場の品質だということになるんじゃないのかという気もするんです。

その意味では、黒坂さん、それから齋藤さんの話を伺っていて、この辺がどうも1つのブラックボックスになっているなというふうに思いました。これは今後ますます議論をしていく必要があろうかと思えます。

ほかに御発言御希望の方はいらっしゃいますでしょうか。よろしいでしょうか。

それじゃ、この議題については以上にさせていただきますして、続いては議題の3、携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和3年度調査）に移らせていただきたいと思います。

こちらは報道でもありましたけれども、6月10日付で公正取引委員会から発表されました「携帯電話市場における競争政策上の課題について」に関する御説明をいただくこととなります。代理店の在り方をはじめとして、我々研究会のテーマに関連する内容であることから御発表いただくことにしたものでございます。

公正取引委員会の事務総局経済取引局調整課長の小室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。

【小室】 公正取引委員会調整課長の小室でございます。それでは、本日は、先週6月
10日に公表しました「携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和3年度調
査）」につきまして、御手元の資料3の概要資料に基づいて御説明させていただきます。本
日はこのような機会をいただきまして、誠にありがとうございます。

公正取引委員会におきましては、昨年10月より平成30年度調査、これも同名で「携帯
電話市場における競争政策上の課題について」という報告書だったわけでございますけど
も、このフォローアップ調査を実施しておりまして、平成30年度調査報告書のフォローア
ップ事項と、それから新たな競争政策上の課題について、調査、検討を実施しまして、実態
調査報告書を取りまとめたところでございます。

御手元の資料3の3ページに調査対象、調査項目について列挙しているところでござい
ます。今申し上げましたとおり、平成30年度報告書のフォローアップ事項と、それから新
たな競争政策上の課題と大きく2つに分かれております。

調査結果の大まかな方向性でございますけども、今回の実態調査の結果につきまして、
1つ目の平成30年度報告書のフォローアップ事項、こちらのほうにつきましては、その多
くは、総務省さんにおかれて実施しておりました電気通信事業法等の改正によりまして、制
度面ではおおむね改善されているという評価をさせていただいているところでございま
す。

他方、MNOの3社、ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさんが提供している端末
購入サポートプログラムの運用について、適正に行うべきではないかといった運用面の課
題がまだ残っていたということでございました。

それから、また新たな競争政策上の課題の1つとして取り上げました、先ほども言及がご
ざいましたけども、MNOと販売代理店との取引につきましては、MNO3社による販売代
理店の評価制度、それから携帯電話端末の販売価格の設定方法、それから販売代理店の独自
商材の取扱いに関しまして、独占禁止法上問題となり得る実態も確認されたということ
でございました。

本日、報告書全体につきましてはなかなか大部であり、時間も限られておりますので、こ
の消費者保護ルールの在り方に関する検討会でも多く触れられておりました端末購入サポ
ートプログラムの話、それから販売代理店との取引との関係を中心に御説明させていただ
ければと考えております。

また、総務省さんのワーキング・検討会におかれましては、別途競争ルールの検証に関するWGにおいても今後、報告書の内容を説明させていただければと考えているところでございます。

それでは、端末購入サポートプログラムの関係でございますけれども、資料につきましては、4ページの通信と端末のセット販売のところを御覧いただければと思います。こちらにつきましては、先ほど申し上げましたとおり、総務省のほうで令和元年に電気通信事業法を改正しまして、手当てがされていますが、他方、端末購入サポートプログラム、皆さん御案内のとおり、端末を安く販売するプログラムでございますけれども、これは通信契約を結ばなくても利用できるにもかかわらず、そのことを知らない消費者が多いことが、私どものアンケートで分かりました。

報告書におきましては、そういった状況ですと、結局、このプログラムが事実上通信と端末のセット販売を条件として端末を大幅に値引く方法と評価される場合は独占禁止法上問題となるおそれがあると指摘させていただきまして、このプログラムが通信契約を結んでいない者でも利用できることを分かりやすく積極的に周知し、通信契約者と同様にこのプログラムを使えるようにして、通信と端末の分離を徹底することが競争政策上望ましいと指摘させていただいているところでございます。

関連しまして、6ページでございますけれども、将来的な端末の下取りや同じプログラムへの加入等を前提としたプログラム、いわゆる4年縛りでございますけれども、こちらも総務省のほうの法改正の結果、通信契約者を対象にした4年縛りはなくなっているということでございますけれども、端末購入サポートプログラムにおいて、消費者が通信契約を結んでなくても利用できることをしないで、このプログラムを利用している人がほとんどであるといった状況におきましては、割引を受ける場合には端末の再購入を条件としているMNOの方々がいらっしゃるわけですが、これが結局、そのまま通信契約を継続させることになってしまって、報告書ではこういった消費者の契約変更を断念させる、選択権を事実上奪うものと判断されれば独占禁止法上問題となるおそれがあるということを指摘させていただくと同時に、割引の条件として端末の再購入を課す条件は削除することが競争政策上望ましいと指摘をさせていただいているところでございます。

そのほか、SIMロックの話ですとか中古端末の流通についても指摘をさせていただいているところでございますけれども、そこは説明を省略させていただきまして、続きまして、新たな競争政策上の課題のところのMNOと販売代理店との取引の関係について、御説明

をさせていただければと思います。

資料3の中では14ページからの説明にございますので、御覧いただければと思います。こちら、販売代理店の問題につきましては、MNOと販売代理店との取引につきまして、評価制度、それから携帯電話端末の販売価格の設定方法、それから独自商材の取扱いの3つの問題があるのではないかとということでございまして、まず14ページ、評価制度でございすけども、MNOの皆さんは各販売代理店を一定期間ごとに評価し、当該評価に応じて、販売代理店に支払う手数料のランク等を決定する評価制度を設けているということでございすけども、これにつきまして、報告書におきましては、MNOは取引上の地位が販売代理店に対して優越している場合があると考えられ、その場合に必要な限度を超えて、販売代理店と契約条件に係る交渉を十分に行うことなく、一方的に変更することなどによって不利益を与える場合は、独占禁止法上問題となるおそれがあると指摘しているところでございます。

また、大容量プラン等の料金プランの販売契約数などを過度に重点的な項目として位置づけますと、これによって販売代理店がこれを必要としない消費者に対し、過度に勧誘してしまうおそれがあり、それは消費者が最適な料金プランを選びやすい競争環境を整備するという観点からは望ましくないと指摘をさせていただいているところでございます。

続きまして、15ページで、携帯電話端末の販売価格の設定方法でございすけども、MNOの仕様の端末の販売に当たりましては、当該端末を割賦払いで販売する場合、割賦払いの上限額の設定はMNOのほうが設定しているということでございすけども、その上限額を上回る金額で消費者に販売しないようMNOから要請されている、こういった声が一部の販売代理店からございました。

報告書におきましては、以上のような要請を行っている場合があること、また、販売代理店は、MNOのオンラインの直販価格と販売代理店の仕入価格が、同額とされている状況におきましては、MNOさんのほうから各種支援金等が支払われないと、MNOのオンライン直販価格を下回る価格で端末販売することというのは事実上困難であって、こういった場合の後日支払われる各種支援金等の額が予測できない場合においては、販売代理店はオンライン直販価格を下回る販売価格を設定することができないことが多いのではないかと考えられるということで、こういった取引方法を通じまして、実質的にMNOが販売店における端末の販売価格を拘束していると判断される場合には、独占禁止法上問題となるおそれがあると指摘をさせていただいておりまして、こちらにつきましては、そういった販売価格

の拘束につながるおそれがある取引方法について、見直しを行うことが望ましいといった指摘をさせていただいているところでございます。

それから3つ目、16ページでございますけれども、独自商材の取扱いでございますけれども、販売代理店が端末以外の商材をMNOを通さずに独自で仕入れまして、店舗で販売することについて制限されているという声が一部の販売代理店からございました。

報告書におきましては、こういった状況を踏まえまして、MNOが不当に販売代理店に対し自己の商品と競争関係になる商品の取扱いを制限する条件をつけて取引することは問題となるおそれがあると、このように指摘をさせていただいているところでございます。

以上の販売代理店の問題につきましては、今回は実態調査ということでございますので、独占禁止法違反の有無について、報告書におきましては判断をしていないというところではございますけれども、報告書にも書かせていただきましたが、公正取引委員会といたしましては、引き続き、MNO3社によるこの評価制度が合理的であるかどうかを検証するとともに、MNOによる販売代理店に対する独占禁止法上問題となるおそれがある行為が行うことがないように注視していくこととしているところでございます。

最後、資料3の17ページでございますけれども、公正取引委員会といたしましては、引き続き、携帯電話市場における動向について注視していくとともに、独占禁止法違反に対しては厳正に対処していく。

それから、この分野におきましては、引き続き、総務省さん、それから消費者庁さんと連携させていただき、携帯電話市場における競争環境の整備に取り組んでいくこととしているところでございます。

また、報告書の公表後でございますけれども、MNO3社、ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさんに対しましては、この報告書の内容を説明いたしまして、販売代理店の問題など報告書で指摘している事項につきまして、自主的な点検の励行、改善、それからその対応の進捗状況の報告などを求めることとしておりまして、これにつきましては、先週6月11日から14日にかけて、今申し上げましたMNOの3社の方々に対しましては、報告書に従って自主的な点検や改善を行うよう要請を行ったところでございます。

以上、駆け足ではございましたが、報告書の概要について説明させていただきました。引き続き総務省さんとも連携して、携帯電話市場における競争環境の整備に取り組んでいきたいと、このように考えているところでございます。

私からの説明は以上でございます。

【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、ただいまの御説明に関しまして、御質問等ございましたらよろしく御発言ください。チャットにて合図をお願いします。

それじゃ、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。御報告ありがとうございました。

御説明がなかった中古端末と端末の修理についての質問と、代理店評価制度についてコメントがございます。

まず、中古端末につきまして、8ページに独禁法上・競争政策上の考え方のところ、「MNOが以下のような行為を行った場合には独禁法上問題となるおそれ」とあります。この主語をMNOではなくて、「キャリアとエクスクルーシブな契約を行っている仲介事業者」に変えた場合も同様に独禁法上問題となるおそれがあると考えてよろしいのでしょうか。また、この点につきまして、公取さんで実態を確認されましたでしょうか。

2点目です。端末の修理につきまして、9ページ目に、「現在、端末メーカーは第三者修理業者から純正部品の供給に関する依頼がない、第三者修理業者による修理では製品の品質や安全性が担保できない懸念がある等の理由により、純正部品を提供していない」とありますが、この2つの理由は、アンドなのか、オアなのか。つまり、純正部品の供給に関する依頼が全くないということなのか、あるいは依頼があっても、品質や安全性への懸念があるから提供していないということなのでしょうか。

また、端末メーカーは、日本国内で販売されている全ての端末メーカーにヒアリングされたのでしょうか。一部の端末メーカーなのでしょうか。以上確認させてください。

それから代理店評価制度へのコメントです。14ページに「大容量プラン等の販売契約数の評価基準において、過度な重点項目として一番づけることは望ましくない」とありますが、皆さん御案内のとおり、一昨日の東洋経済オンラインの記事によれば、KDDIが新たに高額な端末の販売に対して評価を高める成績評価制度を打ち出しました。

私も早速auの販売代理店さんに確認したところ、それは事実であって、大容量プランがやっと除外されたと思ったら、今度は高額なスマホをお客様に勧奨しなければならないのかとぼやいていました。ほぼ同様の評価制度はソフトバンクさんも従前から運用しています。

こうなってきますと、まさにイタチごっこでありまして、いよいよ通信業界も金融業界と

同様に、顧客本位の業務運営に大きくかじを切るときが来たのではないかと考えます。本来キャリアさんによる代理店の評価に外から口出すなんていうことはできないわけですが、これが結果として顧客に不利益を生じさせるようなものであった場合、つまり顧客本位ではない場合には、それは望ましくないものとして指導し、見直されるべきだと私は思います。ぜひこの点につきまして、論点案に加えていただきたいと思います。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。後者の点、非常に重要な点ですので、これは論点案の中で入れる方向で検討、準備をしていただきたいと思います。前者2点、質問が公取のほうにございましたので、小室さん、お答えいただける範囲で結構ですので、よろしく願います。

【小室】 公正取引委員会、小室でございます。御質問ありがとうございます。可能な範囲でお答えさせていただきたいと思います。

すいません、先ほど中古端末の流通とそれから携帯電話端末の修理については説明を省略させていただいて失礼いたしました。報告書で指摘させていただいていることが8ページと9ページに書いてあることございまして、今回の実態調査の中で、中古端末の修理と携帯端末の修理の中では、我々もいろんな業者に対して書面調査であるとかヒアリング調査を行っているわけなんですけども、直ちに独占禁止法上問題となるというような実態、これは確認されなかったということではございますけども、中古端末につきましては、30年度の報告書、それから令和元年に私どもが調査を行っていますが、令和元年と今回につきまして、総務省さんとも合同で調査を行わせていただいたところでございますけども、こちらにつきましては、こういった行為を行った場合には独禁法上問題となるおそれがありますということを明示させていただきました。

併せて、携帯電話端末の修理のほうにつきましても、こういったことをどうすれば独禁法上問題となっていくということを明示させていただいたところでございます。

御質問の点でございますけども、仲介事業者がこういうことをやった場合も問題になり得るかということでございますけども、報告書におきましては、明らかにMNOを主語といたしまして考えたというところではございますけども、考え方といたしましては、販売価格を指定したりとか、売却先を制限するという点については、市場の状況によりますが、ある程度同様に問題となると考えられると思います。報告書自体はそこまで明記しているものではないと思いますが、基本的な考え方はそういったものと考えていただいても結構ではないかなと考えているところでございます。

それから、修理のほうでございますけども、端末メーカーを全て確認したかという点でございまして、こちらのほうはもし間違っていたら、また訂正させていただくことがあるかもしれませんが、基本的には国内で取り扱っている端末メーカーについてはおおむね網羅させていただいているというふうに認識しております。

取りあえず御質問に対する回答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、市川さん、どうぞ御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶応の市川でございます。今、北先生が相当程度重なるところをお聞きくださったので、コメントだけになります。

まず、公正取引委員会さん、御説明ありがとうございます。まず、14ページになりますが、評価制度という販売代理店、代理店制度の中でもその中身に入るところの調査及び評価のことを扱ってくださったことを評価いたします。これとともに、同ページの一番最後、まさに競争政策上の考え方、かつ電気通信事業法が期待する公正な競争と利用者保護に関わるところですけれども、消費者が最適な料金プランを選びやすい競争環境を整備するという、一定程度、政策的に競争環境をつくっているというところについて踏み込んでこのように書かれたということは、先ほど公正取引委員会さんから、総務省さん、消費者庁さんと今後とも連携してというお話がありましたが、この辺のところは今後間違いなくポイントになってきますので、ぜひこの形でウオッチすることを続けていただきたいというふうに思っております。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに発言がございませんでしょうか。よろしいでしょうか。

それじゃ、事務局のほうから補足があるということですので、よろしく御発言をお願いします。

【雨内消費者行政第一課課長補佐】 すいません、事務局でございます。ありがとうございます。

1点、先ほど北先生から御指摘いただいた論点に顧客本位の内容を加えるという点でございまして、論点自体は案が取れてございますので、報告書の案をこれから検討させていただく中で、そういった内容を書き加えるように準備をし、御相談申し上げようと思っておりますので、1点補足でございました。何とぞ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。

ほかに御発言御希望の方いらっしゃいませんか。

【小室】 公正取引委員会から一言補足させていただいてよろしゅうございますでしょうか。

【新美主査】 お願いします。

【小室】 ありがとうございます。先ほど市川先生のほうからも、大容量プラン等についての評価基準において過度に重点的な項目となっているという、これは引き続き確認していく必要があるんじゃないかというような御指摘があったかと思います。

これにつきまして、先ほども申し上げましたとおり、私どもといたしましても、販売店の問題、評価制度と、それから携帯電話端末の販売価格の設定方法、それから独自商材の取扱いにつきましては、独占禁止法上の問題となるおそれがあるという指摘と、それから競争政策上の指摘、この両方につきまして、MNO 3社の皆様に対しては、自主的な点検、改善、それからそれに基づく報告について要請を行ったところでございますので、その中において、この総務省の検討会と同様に、見直しなり点検、改善、報告を求めていくということになると考えておりますので、その中で一定程度の改善が期待されるんじゃないかと考えているところでございます。以上、補足でございました。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかに御発言ございませんでしょうか。あるいは全体を通じてでもよろしいですが、御発言がございましたら、どうぞチャットにて御合図ください。よろしいでしょうか。

それじゃ、本日は論点整理についてヒアリングを行ったところですが、このヒアリング結果に関して、追加の御意見あるいは御質問がございましたら、この後、事務局から意見照会シートをお送りしますので、そちらに記載していただきますようお願いいたします。

最後に、次回検討会のスケジュール等につきまして、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。次回の会合の日程につきましては、6月22日火曜日の朝10時から12時、ウェブ会議にて開催をいたしたいと思えます。詳しくは当検討会のホームページにございます開催案内を御確認いただければと存じます。以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございました。

それでは、これで第31回会合を終了したいと思います。本日は御熱心な御議論ありがとうございました。また、わざわざ御説明いただいた事業者の皆様、それから公正取引委員会

の方々に厚く御礼申し上げます。どうもありがとうございました。