

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第33回）

令和3年7月12日

【新美主査】 それでは、皆さん、遅くなって申し訳ありません。本日は、お忙しいところ、お集まりいただきましてありがとうございます。

ただいまから、第33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は、例によって新型コロナウイルス感染拡大防止のため、ウェブ方式による会議ということで開催させていただきました。

なお、本日は平野構成員、西村構成員につきましては欠席の御連絡をいただいております。

まず初めに、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。よろしくお願いいたします。

【関沢消費者行政第一課課長補佐】 事務局を担当いたします総務省消費者行政第一課の関沢でございます。ウェブ開催に関する注意事項を幾つか御案内させていただきます。

まず、資料についてでございます。構成員の方々につきましては、事前に送付した資料を御覧ください。また、傍聴の方におかれましては、当検討会のウェブページに資料を公開しておりますので、そちらを御覧ください。

次に、御発言についてですが、御発言を希望される際には、事前にチャット欄に発言したい旨を書き込んでいただくようお願いいたします。それを踏まえ、主査から発言者を指名いただく方式とさせていただきます。御発言に当たっては、お名前を必ず冒頭に言及いただきますようお願いいたします。また、ハウリングや雑音混入防止のため、発言時以外はマイクをミュートにさせていただくようお願いいたします。接続に不具合がある場合には、速やかに再接続を試していただくようお願いいたします。その他、チャット機能等で随時御連絡いただければ、対応させていただきます。

続きまして、配付資料の確認をさせていただきます。配付資料は議事次第に記載されてございますとおり、資料1-1から資料1-3まで及び資料2-1から資料2-2まで、並びに参考資料1及び参考資料2となっております。参考資料2につきましては、構成員、専門委員限りの部分がございますので、御発言の際には御注意いただくようお願いいたします。

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、議事に入ります前に、7月1日付で総務省幹部の人事異動がございました。ここで二宮総合通信基盤局長、北林電気通信事業部長、林総務課長の順に、一言ずつ御挨拶をいただけたらと存じます。

まず、二宮局長から一言いただければと思います。よろしくお願いいたします。

【二宮総合通信基盤局長】 二宮でございます。7月1日付をもちまして総合通信基盤局長を拝命いたしております。よろしくお願い申し上げます。

【北林電気通信事業部長】 北林でございます。同じく7月1日付で電気通信事業部長を拝命いたしました。どうぞよろしくお願いいたします。

【林総務課長】 同じく7月1日付で総務課長を拝命いたしました林と申します。どうぞよろしくお願いいたします。

【新美主査】 こちらこそ、どうぞよろしくお願いいたします。どうもありがとうございました。

では、議題に入りたいと思います。

本日は、第1に携帯電話市場における広告表示の総点検等について、それから第2に報告書案について、この2点を議題としたいと思います。

まず、議題1の携帯電話市場における広告表示の総点検等につきまして、消費者庁の表示対策課長の南様、消費者政策課長の吉田様から御説明いただきたいと存じます。

それでは、よろしくお願いいたします。

【消費者庁】 御紹介いただきました消費者庁表示対策課長の南でございます。

それでは、早速でございますが、携帯電話に関する消費者庁の取組ということで、資料1-1に基づきまして御説明させていただきます。

大きく分けまして、携帯電話料金の低廉化に向けた二大臣会合の話と、あと消費者への情報提供、この大きな2つの点について御説明させていただきます。

まず、携帯電話料金の低減化に向けた二大臣会合について御紹介させていただきます。

消費者庁といたしましては、これまでも携帯電話の表示の適正化に向けた取組を行ってきたところでありまして、特にいわゆる頭金ゼロ円問題などは、総務省と昨年11月10日に連名で注意喚起を行ったりもしておったところでございます。そういった中におきまして、資料1-1の1ページを御覧いただければと思います。携帯電話料金の低廉化に向けた二大臣会合ということで、やはり携帯電話が国民の生活必需品となる中、家計負担の約4%

を占める携帯電話料金の低廉化に向けた環境整備を図るため、総務省、公取委、消費者庁が連携していきましようということで、総務省を所管されます武田大臣、それから公取委と消費者庁を御担当されます井上大臣、この二大臣会合というものを開きまして、携帯電話料金の低廉化に向けた取組ということを行ってまいりました。

1 ページ目の真ん中辺りに主な検討事項とありまして、3 つテーマがございますが、消費者庁としては、(2) 消費者による合理的な選択の促進、やはり携帯電話の料金表示というのは、消費者にしてみれば複雑で分かりにくいということがございますので、消費者が自分のニーズに合ったプランを選ぶことができる分かりやすい表示になっているかどうか、そういう観点から表示の総点検を行う、こういう取組を行ったところでございます。

具体的には、携帯電話の表示に関する総点検、どういったことを行ったか。大きく2 つに分かれまして、1 つは分かりやすい表示への対応を大手3 社に要請、もう1 つは非回線契約者に対する端末販売拒否に関する指導、この2 点を総点検の結果、要請したところでございます。

まず1 つ目の消費者にとって分かりやすい表示になっているかの総点検のところですが、2 ページ目を御覧いただければと思います。着眼点①とありますが、割引適用後の最低価格の強調表示。携帯電話におきましては、各種割引プランがあるわけですが、主な表示の内容のイメージというところを御覧いただければと思いますが、結局、割引が全て適用された後の最も安い料金のみが強調して表示されている。しかし、実際にはどのメニューを選ぶかによって割引料金が幾ら引かれるかは結果的にしか分からない、あるいはこういった強調表示があるんですが、どういうメニューがあるかはほかのページを確認しなきゃいけない、そういう問題がございましたので、分かりやすい表示をお願いしますよということを指導させていただきまして、右側でございますように各社のほうで一覧性がある形、基本料金は幾らです、割引のメニューは全てこれでございます、したがってどのメニューを選べばどういった割引が受けられるのか、これが分かりやすくなったということでございます。

次に、3 ページを御覧いただきまして、携帯電話とは別のインターネット、これとセットで御契約いただくとお得なんですということが強調されているわけです。これも左側に主な表示の内容のイメージがありまして、ネットとセットでスマホ利用料が割引、スマホ利用料が毎月1,000円割引と、スマホ利用料が割引を受けられるということは分かるんですが、じゃあ、ネットを使うからには、ネットのお金もかかるわけでありまして、実際、幾ら払わなきゃいけないのかとか、あたかも1,000円も割引を受けられるだけ、別途、費用

が発生するかよく分からないというような表示になっているということでもあります。これも分かりやすい表示をお願いしますと要望しまして、右側にありますように、修正後の表示のイメージとしまして、下のほうに赤枠で囲ってありますが、別途、インターネット利用料金が掛かりますというような注意書きがあつて、ああ、そうかと。セットで申し込めば、スマホ利用料は安くなるかもしれないけど、別途、インターネット利用料がかかるんだなというのがお分かりになるということでございます。

4 ページ目を御覧いただきまして、景品表示法は、これまで価格の話をしてきておりましたが、商品やサービスの内容についても誤認を与えてはいけない、こういう法律なわけでございますが、着眼点③としまして、5 G サービスにおいて提供される周波数ごとの性能や利用可能エリアということが書かれております。要は、主な表示の内容のイメージを御覧いただければと思うんですが、5 G、高速大容量、低遅延、多接続、利用可能エリア、5 G、4 G とあるわけですが、5 G エリアであれば、どこでも高速大容量、低遅延、多接続のサービスが提供されるのだというふうに見せつけるわけですが、実際、5 G については複数の周波数帯を使っているということで、各周波数単位の通信性能に違いがあるということでありまして、必ずしも利用可能エリアで同じような高速大容量が出るわけではないということがあります。したがって、そこも分かりやすくしてくださいというお願いをしまして、各社対応いただきました。5 G サービスの提供に当たっては、各周波数帯の性能の違いやサービスエリアが異なることを十分説明いただくような表示に変えていただいたというところでございます。

あともう1本の柱としまして、6 ページに飛んでいただきまして、消費者にとって分かりやすい表示になっているかの総点検、端末購入サポートプログラムの表示ということで、非回線契約者への端末販売拒否。表示上は必ずしも当該携帯電話通信事業者の回線を契約していない方、非回線契約者であっても利用することが可能であり、かつ、その旨、各事業者のウェブサイトにおいて表示されているんですが、3 番目に書いてありますように、実際、総務省のほうで覆面調査を行ったところ、相当程度の店舗におきまして表示と異なり非回線契約者への端末販売が拒否されていたといったことがあり、表示上は必ずしも当該携帯電話サービスの契約者でなくても端末が買えるかのように表示しているんですが、実際、お店に行ってみると、非回線契約者は販売してもらえなかった、拒否されたということがございましたので、これも指導させていただいたところでございます。

具体的な表示は7 ページ以降でございますが、左側に当該キャリアの契約をしているか、

していないかに関わらず、端末等のプログラムを利用できますと書いてあるんですが、実際は販売を拒否された事例が相当程度あったという事情でございます。

以上が表示に関する取組でございます。

【消費者庁】 9ページ以降で消費者への情報提供の取組について御紹介させていただきます。消費者政策課長の吉田でございます。

9ページを御覧ください。冒頭のところにございますように、令和2年12月に、10ページにその概要をつけてございますが、「自分にあった携帯料金プランになっていますか？」というリーフレットを公表してございます。その後、携帯事業者が本年3月に新しい料金プランを導入しましたこと等を踏まえまして、令和3年6月に携帯電話の利用状況に関する意識調査を実施いたしました。時間の関係で詳細の御説明は割愛させていただきますが、調査の結果につきましては資料1-2として本日配付をさせていただいております。

調査のポイントでございますが、消費者の乗換え状況、また、消費者が携帯電話サービスに望むことの2点をまとめさせていただいております。

まず、左側の乗換え状況でございますが、1点目でございますように、携帯電話を利用する人のうち約15%が新しい料金プランを発表した3月以降に実際に乗り換えたという結果がございます。また、2点目でございますが、乗換えしやすくなったと感じていらっしゃる方は38.5%、前回調査と比べますと増加した一方、分からないと回答した方も増えているという状況もございます。また、3点目でございますように、料金プランが分かりやすくなったと感じていらっしゃる方も、今回、25.4%に増加しております一方、一定数の方が分かりづらくなったと感じてもらっているということもございます。また、4点目でございますが、光回線ですとか電気、ガス、そういったほかのサービスとのセット割を利用している人や、セット割引をきっかけに契約変更したという方も一定数見られたところがございます。

右側でございます。携帯電話サービスに望むことといたしまして、1点目ですが、ナンバーポータビリティにつきましては約7割近い方が認知されているという結果が出ておりますが、SIMロックの原則禁止ですとか、ナンバーポータビリティの手数料の低廉化等につきましては、まだ3割ないし4割といったところに認知度がとどまっているという結果でございます。また、消費者の約半数が何らかのトラブル経験を持っていらっしゃるということで、特に問合せ窓口がつかない、そういったトラブルが多く見られたというところ

でございます。

この調査結果を踏まえまして、11ページに概要をつけさせていただいておりますが、今年6月29日に新しい啓発用リーフレットを公表してございます。ホームページにも載せてございますが、今後、全国の自治体の消費者相談を担当している部署ですとか、全国の都道府県の消費生活センター等にも配布をさせていただく予定となっております。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、ただいまの御発表につきまして、御質問等ございましたら、御発言ください。では、チャット欄で合図をいただけたらと存じます。よろしく申し上げます。

まず、大澤さん、御発言よろしく申し上げます。

【大澤専門委員】 法政大学の大澤でございます。報告、ありがとうございました。1点は感想で、1点は質問になります。

1点目ですが、このリーフレットの件ですけど、今、ホームページに載せていらっしゃるって、これから地方自治体などということですが、これは非常にいいパンフレットというか、私の母なんかも去年、携帯をスマホに変えたんですが、恐らく料金システムとかは全然理解できてなくて、結局、私がほぼ契約についていったりしたので、かなり難しくなっていて、高齢者はもちろんですが、私にとっても簡単ではなかったということがありますので、ぜひこれ、広げていただきたいと思っています。地方自治体で、例えば広報とか市報とか区報とか、そういうのに入れていただくとか、いろんな方法があると思うんですが、携帯電話ショップに置くのがどれくらい有益か分かりませんが、いろいろそういう方法を模索して、なるべく広く消費者に見ていただきたいと思っています。こちらは感想です。

もう1点は質問になりますが、6ページになりますけど、端末購入サポートプログラムの表示ということで、これは非回線契約者であっても利用できるというふうに3社とも確かに書いてあると思うんですが、これが実際、拒絶されたということで、これはお書きになっているので、もちろん、景品表示法上の問題もあるんですが、これが一体、どこに原因があるってというか、個別の店舗の営業方針とかで断ったところがあるということなのか、実際どういうことだったのか、もう少し詳しく伺いたいんですが、よろしく申し上げます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、ただいまの質問について、どちらからお答えいただけますか。

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

今の御質問については、これから報告書の代理店の部分について、報告書の案を御説明させていただきます。そこに少し出てくるかと思いますので、その際に御説明させていただければと思います。

以上でございます。

【新美主査】 では、大澤さん、後ほどでよろしいでしょうか。

【大澤専門委員】 はい、分かりました。すみません、先走りです。申し訳ありませんでした。

【新美主査】 それでは、続きまして、市川さん、御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶應大学、市川でございます。

まず、このように消費者庁さんも含めて携帯に関して取組を行っていただきまして、また、今日も分かりやすい御報告をいただきまして、ありがとうございます。

その中で、1点、御質問なんです。今日は時間の関係ということでございましたが、この意識調査は非常に大事だと思っております。今、このように消費者庁さん、総務省も含めて取組を行っている。それが結局のところ、どのような受け止められ方を消費者の方にされているかが問題でございまして、先ほどプレゼンの9ページのところでより浸透しているところとそうでないところをきちんと御説明いただきましたが、この辺はサイクルにしていくことが望ましいと思っております。このような調査をある程度、今後もまた続けていかれて、PDCA的に回されるというようなことをお考えでしょうかということをお伺いできれば幸いです。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、この点につきまして、事務局のほうからお答えよろしくをお願いします。

【消費者庁】 消費者庁でございます。コメントをいただき、ありがとうございました。

今日は時間の関係で、資料1-2のほう、割愛させていただきましたが、今まで総務省のほうでも意識調査に取り組んでいらっしゃいますし、我々、それを踏まえて、今回実施させていただきました。御指摘のとおり、しっかりフォローアップして継続的に把握していくということがとても大切だと思っておりますので、総務省とも御相談させていただきながら、検討してまいりたいと思っております。

ありがとうございます。

【新美主査】 はい、どうもありがとうございます。

齋藤さんと北さんから私の声が全然聞こえないということでございますけれども、私のほうもボリュームをマックスにしている、それでも届かないようでしたら、ちょっとまた対策を考えますが、しばらくお待ちください。

ほかに御発言、御希望の方がいらっしゃいましたら、チャットで合図をしていただきたいと思います。よろしいでしょうか。

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の報告書案についての議論に移りたいと思います。大部な報告書でございますので、第1章、第2章の1から3、第2章の4から5の3つに分けて御議論いただきたいと思っております。

まずは、第1章について、事務局より御説明をお願いします。

【片桐消費者行政第一課長】 事務局でございます。それでは報告書を御覧いただきたいと思っております。

まず、第1章に先立ちまして、3ページのはじめにを御覧ください。今回の報告書の趣旨でございますけれども、59行目にありますように、昨年来の新型コロナウイルス感染症の感染拡大の中での電気通信サービスを介した社会経済活動の急速な拡大、また、行政手続のデジタル化の進展、さらに、IoTの進展・深化といった社会全体の環境変化を踏まえて、今回、検討会において精力的な議論を重ねていただいたところでございますけれども、一定の方向性が得られたことから、本年の報告書として取りまとめを行うものということでございます。

それでは、第1章のこれまでのテーマのフォローアップについて御説明させていただきます。

81行目からでございますけれども、この検討会の前身であるWGでは様々なテーマを取り上げて議論をいただいたところでございますけれども、今回、その中でも一定の進捗が見られました3つのテーマについて議論の取りまとめを行うものでございます。

まず、93行目、1番目の手続時間等の長さへの対応でございます。

現状等でございますけれども、MNOサービスなどの対面接客の場面では、手続時間や待ち時間が長時間化しやすい傾向にありますため、利用者・電気通信事業者双方の負担になっている、こうした指摘が従来よりなされてまいりました。

こういったことに対しまして、108行目からでございますけれども、従来平均2時間を超えていた手続時間等が平均60分未満に短縮されたとか、2021年からはさらなる手

続時間短縮に向けた取組を始めていく予定ですか、セルフ手続に対応した店舗を拡大する予定ですか、あるいは、機種変更に必要な時間を15分短縮されたとか、こういった取組が事業者からなされてきたところがございます。

これを踏まえまして、135行目でございます。本検討会の考え方としましては、このテーマにつきましては、携帯電話ショップでの受付時間等について、その短縮に向けたMNOの取組は進展していると考えられることから、引き続き総務省において各社の取組をフォローアップすることが必要である、このようにさせていただいています。

144行目以降は広告表示の適正化でございます。

まず、現状でございます。電気通信事業者の広告表示につきましては、従来から事業者団体でございます一般社団法人電気通信サービス向上推進協議会——以下、サ向協と略させていただきます、が定めましたガイドラインに基づきまして、事業者団体が主導する形で適正化が図られてまいりました。

160行目以降を御覧いただければと思いますが、サ向協からは2019年度及び2020年度の店頭広告表示に関するオーディットの結果などについて報告がなされまして、これを踏まえますと、ガイドライン違反の広告表示の件数が大幅に減少したという結果が示されたところがございます。また、消費者の誤認を招くことが指摘されていた頭金表示につきましては、2020年11月に総務省と消費者庁の連名で注意喚起が行われました。この頭金表示について、事業者の自主的な取組が進んだところではございますが、前回の第32回会合において、頭金0円の表示がなされているチラシがあったということが紹介されたところでもございます。このほか、サ向協の広告表示アドバイザー委員会の委員でもある構成員から、学割の表現というものが一般用語としての学割と異なること、こういったことが大きな問題であるということで、数度にわたって指摘し続けている、という意見が示されたところがございます。加えて、先ほど消費者庁から、総点検の結果等について御報告をいただいたところがございます。

180行目以降は事業者等の主な意見でございます。まず、アの頭金表示についてでございますが、頭金に関して不適切な広告表示が行われたのは、各代理店への理解の浸透が不十分であったためと考えているといった御意見がございました。イの学割表示に関しては、7月下旬の会合までを目途に、MNO各社で対応の方針が決定される予定といった意見がございました。

こういったことを踏まえまして、本検討会の考え方でございます。まず、アの頭金表示に

ついてでございます。関係事業者による自主的な改善が進んだということは認められる一方で、不適切な頭金の表示が行われているということも判明いたしました。したがって、今回の不適切な表示が見られたMNOをはじめとする各社において、いま一度、自己点検を行うことが必要であるとさせていただいています。イのサ向協によるオーディットでございます。こちらについては、大きな成果を上げており、広告表示の適正化に向けた効果的な取組であると評価できるとしております。したがって、今後ともサ向協においてはオーディットを活用することが望まれるとしております。ウのサ向協の在り方でございます。こちらにつきましては、学割表示に関する意見が必ずしも迅速に処理されなかった、こういった旨の指摘があったということは、サ向協の活動に一定程度、改善すべき点があるのではないかと示していると考えられます。今後とも引き続きサ向協の下で電気通信事業者が広告表示の適正化を効果的に進めていくということを考えると、サ向協が適切に機能し続けることが前提となります。このため、この機会に改めてサ向協の活動自体に見直すべき点がないかについて再確認することが必要である。具体的には、サ向協において、活動の中で得られた知見や指摘が会員事業者との間の適切なコミュニケーションを通じて広告表示の適正化に活かされるよう、業務フローを再確認するとともに、本検討会においても、そのフォローアップを行うことが必要である、このようにしております。また、頭金のように、一般の感覚と異なる広告表現というものは、やはり消費者の誤解を招くおそれ大きいということがございますので、各事業者においては特に適正化を図られることが求められます。総務省におきましても、今後とも消費者庁と連携しつつ、広告表示の適正化に関して注視するとともに、必要に応じて消費者への情報提供等を行うことが必要であるとしております。

続いて、3番目のI o Tサービスの進展と消費者保護でございます。

まず、現状でございますけれども、一部のI o Tサービスについては、現行の消費者保護ルールをそのまま適用することが必ずしも適当ではない場合もあり得る、こういった観点から、前身のワーキンググループにおいて、総務省に対してI o Tサービスの市場動向について調査研究を行うということを求めたところでございます。

これを踏まえて、総務省において調査を行いました。具体的には3か国、アメリカ、フランス、韓国に対して、SIM搭載I o T製品の動向ですとか、280行目、ウのSIM搭載I o T製品の普及可能性、あるいは294行目にありますように、主な料金徴収方法、費用、ビジネスモデル、SIM搭載I o T製品が利用されている領域、こういったことについて調

査をしたものでございます。

これを踏まえまして本検討会の考え方でございます。現時点では、必ずしも具体的な課題が明らかになっていないということがこの調査から分かったものでございます。このことを踏まえれば、総務省においてI o Tサービスの進展に関して生じ得る消費者保護法上の具体的な課題についての洗い出しを引き続き進めることが適当であるとさせていただいております。

事務局からの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、ただいまの第1章につきましての意見交換に移りたいと思います。

この点につきまして、御質問、あるいは御意見ございましたら、御発言ください。チャット欄で合図をしてください。

齋藤さん、どうぞよろしく申し上げます。

【齋藤専門委員】 8ページのサ向協の在り方についてのところなんですけれども、アドバイザリー委員会が実際に設けられていて活動されているのは承知しておるんですけれども、学割に関する意見が迅速に処理されなかった、十分に機能していないという御指摘なんですけれども、どういうところに原因があって、このような機能がうまく行かないというふうなことが起きてしまったのか、ちょっとその辺の理由なり原因なりは、事業者さんから御説明いただくなり、あるいは総務省さんの分析の結果としてどういうふうなところに原因があるというお考えなのか、ちょっと教えていただければと思います。よろしく申し上げます。

【新美主査】 御質問、ありがとうございます。

それでは、事務局のほうからお答えいただけたらと思います。

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

こちら、分析というほどの分析ではございませんけれども、222行目を御覧ください。せっかく活動の中で様々な知見なり指摘というのが得られたかと思えます。これが会員事業者適切に渡って、そこでいろいろコミュニケーションを通じて実際の広告表示の適正化が図られていくということが適切なプロセスかなと思っているところ、それが今回、必ずしも十分にうまくワークしていなかった可能性もあるのではないかなということでございます。サ向協の活動自体が何か機能不全を起こしているというよりは、むしろ、こういった

ことを一つのきっかけとしまして、今後、より適正にこういった活動がなされるように、改めて業務フローを再確認するなど、そういったことをしていくことが適当かなというように分析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。

【齋藤専門委員】 よろしいですか。そうしますと、機能の問題、あるいは制度自体の問題というよりは、そこに関わる皆さんの姿勢なり、物の考え方、あるいはいわゆるアグレッシブさの問題とか、そういうことになるんでしょうかね。その点だけで結構です、お答えだけで結構です。お願いします。

【片桐消費者行政第一課長】 必ずしも皆様がアグレッシブでないというよりは、ある意味、コミュニケーションギャップが生じたのではないかと考えております。ですので、今回、これを奇貨として、実際、広告表示を良いものにしていこうと思われているのは事業者皆さん共通の思いだと思いますので、先生がおっしゃったように、必ずしも事業者が前向きでなかったというわけではないと思っているのですが、いずれにしろ、そういったことも含めて、改めてこの機会に業務フローの改善、再確認を通じて、この機能のさらなる活性化というのをやっていただきたいというところでございます。

以上でございます。

【齋藤専門委員】 ありがとうございます。

【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。

大澤専門委員は途中で退席されるというふうに伺っていますが、何か御意見等ございましたらお伺いしたいと思います、いかがでしょうか。

【大澤専門委員】 大澤ですけど、今のところまでは特にございません。

【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、いらっしゃいますでしょうか。

それでは、これもまた後ほど改めてということで次に移りたいと思います。

第2章の1から3についての議論に移りたいと思います。

この部分につきまして、事務局から御説明をよろしく申し上げます。

【片桐消費者行政第一課長】 事務局の消費者行政第一課長の片桐でございます。それでは、12ページの第2章、新たに追加したテーマを御覧ください。

339行目にございますように、2020年6月の第21回会合以降、本検討会ではこれまでのテーマのフォローアップに加えまして、新たに顕在化した課題について検討を行ってきたところでございます。

そのうち、まず、電話勧誘に関する課題でございます。

355行目以降が現状等でございますけれども、電気通信サービスの電話勧誘につきましては、口頭のみ説明では、なかなか利用者がその内容を十分に理解できないといったことがあるなどの問題が多く消費者トラブルにつながってきていると指摘されてきてございます。これに対しまして、いわゆる後確認といったものを行っている事業者もいらっしゃいます。また、事業者団体が主導する形で、高齢者に対して後確認に先立って説明書面を送付して、それに基づき契約意思を確認するといった取組も実施しているところです。こういった取組が行われている一方で、苦情相談も高止まりしている状況が継続しているというのが現状でございます。さらに、電話勧誘を通じてトラブルを生じさせている事業者には、事業者団体に加盟しないで、遵法意識も必ずしも高くない可能性がある事業者、この検討会では便宜的にアウトサイダーというように呼称しておりますが、こうした事業者が少なくないということでございます。実際に、近年、総務省が行政指導を行った事業者の多くがこのアウトサイダーに該当します。このような状況の中、電話勧誘に起因する消費者トラブルの改善に向けまして、消費者団体からは、不招請勧誘の禁止ですとか要式契約への変更、あるいは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といった制度改善要望というのが挙げられたところでございます。また、海外の事例としまして、勧誘電話拒否登録簿制度といったものを導入している国もございます。

こうしたものに対して事業者等からの主な意見でございますが、例えばインバウンドで申込みをいただいた場合については、お客様の要望を踏まえた形で適用除外を考えてもらいたいすとか、契約変更の場合でも規制されると利用者が望まない手続の煩雑化といった弊害が生じ得るといった御意見、あとは総合的に過度な規制とならないように規制範囲等を検討すべきといった御意見もございました。また、まずはアウトサイダーに対する法執行を通じて業界全体での法令の遵守を促すべきといった御意見もございました。アウトサイダーが多いため法制度による対応が適切なのではないかと御意見や、制度的措置の検討に当たっては、既に一定の成果を上げているTCAの取組をベースに議論すべきではないかといった御指摘もございました。

これらを踏まえた本検討会の考え方でございます。まず、基本的な考え方でございますが、

事業者団体等の努力にもかかわらず、引き続き多くの消費者トラブルが生じている要因としては、やはり電気通信サービスの電話勧誘といった販売手法の持つ内在的な問題、これに加えてアウトサイダーがあるといったことが考えられると思います。これらを踏まえ、業界団体等による自主的な取組の実施だけでは対処に限界があるということで、総務省において電話勧誘による契約に関し、さらなる制度的措置を講じて不適切な行為を抑止することが適当であるとしております。

具体的な措置でございますけれども、様々な措置が考えられますが、強い規制の導入は事業活動を過度に制約するということになりかねないため、制約が必要最小限になることが求められます。この点、説明書面を交付した上で、契約前の提供条件の説明を行うといったことの義務化については、T C Aで既に行われ、一定の成果を上げている取組の趣旨を踏襲したものですので、高い効果が期待されるものでございます。一方で、その他のものに比べて事業活動への制約も少ないと考えられます。したがって、まずはこれを義務化して、これによって十分な効果が見られない場合に、初めてさらに強い措置を検討するといったことが適当ではないかとしてございます。また、この義務化に際しては、利用者の利便性を低下させる可能性が高いと考えるものについては除外することが適当であるとしております。具体的には、インバウンドや契約変更でございます。まず、インバウンドについては、電話勧誘の持つ不意打ち性や覆面性といった性質は弱まって、かつ、利用者は電話により契約することを期待していると考えられますので、販売目的を隠匿するようなチラシ等によって利用者が架電するように仕向けられたような場合を除きまして、規定の対象外としてはどうかということでございます。次に、アウトバウンドであっても、契約変更については、契約に当たって知るべき情報の多くは利用者が既に知っていると考えられますので、電話勧誘の持つ不意打ち性や視認性の欠如といったものが問題になる場面は少なく、一方で速やかな変更が利用者の利益となる場合が多いと考えられるので、規制の対象外としてもいいのではないかとということでございます。

少し戻りまして、15ページの注9を御覧ください。こちらは海外の事例でございますけれども、こちらについて、先ほど今日御欠席の平野先生から英米法における詐欺防止法の観点で、若干、表現の適正化のコメントがありましたので簡単に紹介させていただきます。原文に対して、詐欺防止法の関係でございますけれども、「一定の契約に限り、書面化しなければ強制力を与えない（裁判所における救済を得られない）とするもので、米国ではほぼ全ての州において採用されている。」といった表現にしてはどうかということございました。

ので、御紹介させていただきました。

続いて、ウィズコロナの関係でございます。

まず、現状でございますけれども、昨年来の新型コロナウイルス感染症の拡大の中で、利用者が望む時期に解約できない、こういった苦情が多く発生したものでございます。この点、関東弁護士連合会からは、カリフォルニア州法ではウェブで契約を行うサービスについて、ウェブで解約手続を用意することが必須とされている、こういった旨の紹介がございました。このように、ウェブでの解約手続というのは、即時かつ簡便に解約できる手段ではあるものの、そのためには一定のシステム整備が必要となります。このため、必ずしも全ての電気通信事業者が対応できない可能性がある、こうしたことに対する留意は必要ではないかということでございます。また、構成員からは、ウェブ解約では利用者が解約に当たっての注意点を十分に理解できないおそれがあるのではないかとといった懸念も示されたところでございます。

また、対応端末に係る情報提供ということで、特に移動通信サービスにおいては周波数の対応状況等によりまして、申込み端末で携帯電話事業者の乗換えをしようと思ったときに、必ずしも乗換え先で端末が利用できないといった場合が存在します。このため、利用者の利便性向上の観点から、乗換え先において端末の利用可能性に関する情報が適切に提供されることが重要ではないかということで、特にこの点、競争検証WGにおいて議論がなされてきたところでございますが、こちらの検討会との合同会合でも議論が行われましたので、これについてこの検討会の報告書に記載させていただいているところでございます。

これらに関する事業者の意見でございます。まず、ウェブでの解約手続につきましては、多くの事業者におきまして、対応できる、または対応について検討中といった御指摘がございました。一方で、費用負担ですとか猶予期間、こういったことについての御指摘もございました。また、利用者への不利益事項の伝達が不十分になる可能性があるといったことから、ウェブでの解約手続の完了を義務化させることに反対といった意見もあったところでございます。

また、対応端末に係る情報提供につきましては、基本的には自社が販売する端末については情報提供しているといった意見や、自社の回線で利用可能な端末について、今後、公表する予定であるといった御意見、また、各社のホームページ等で既に公表しているといった御意見がございました。

これらを踏まえた本検討会での考え方でございます。まず、ウェブでの解約手続につきま

しては、早期の契約締結が事業者の利益につながるので、契約手続面ではこれを迅速に実現するための仕組みを整備するインセンティブというのは事業者に存在いたします。一方で、解約手続になりますと、逆に遅延が事業者側の利益になることもありますので、そのインセンティブというのは劣後するのではないかと考えられます。実際、電話が繋がらないことにより解約できないといったトラブルは同様の理由により契約ができないといったトラブルよりも多いという結果が得られております。しかし、解約は契約締結と同様に利用者の重要な意思決定であるということに鑑みますと、電気通信事業者は、解約手続が契約締結の手続と同程度に円滑に実施できる状態を確保しなければならない、このように考えるべきかと思えます。実際、こういったことが現状確保されないということを踏まえ、総務省においては、電気通信事業者に対して、特段の合理的な事情がある場合を除き、利用者が遅滞なく解約できるような手段を提供しなければならないといったことを義務化することが適当であるとしております。なお、解約手続についてもウェブで行えることが望ましいと考えられます。一般的に契約締結・解除には同一の手段が提供されることが適切であるというように考えられますので、特にウェブで契約が可能なサービスの解約については、可能な限りウェブでも解約できるようにするといったことが望ましいと考えられるかと思えます。ただし、ウェブによる解約を実施する場合は、不利益事項が十分に伝達できなくなるおそれもありますので、十分な重要事項の掲載など、情報提供の在り方については留意すべきとしており、そのためにも、既にウェブで解約を実現している電気通信事業者におけるベストプラクティスの共有が図られることが期待されるというようにしております。

続いて、対応端末に関する情報提供でございます。こちら、581行目以降でございますが、現在利用している端末を移行先でも利用可能か否かというのは乗換えにおいて重要な情報であると考えられますが、多くのMNOブランドにおいては、現時点では対応端末に係る十分な情報提供が行われておりません。しかし、MVNOの多くはこうした情報をウェブサイトに掲載しているということを踏まえ、MNOにおいて、これができないというのは考えにくいかと思えます。したがって、特にMNOにおいては、既に当該情報提供を実施している事業者の情報提供方法を先例としまして、自社のサービスに対応した端末の情報を適切に公表することが望ましいとしております。

続いて、3の消費者トラブルの解決に関する更なる手法でございます。これは全部で3つございます。

まず、初期契約解除制度の改善でございます。

現状でございますけれども、電気通信事業法の初期契約解除制度におきましては、移動通信は書面受領日、または役務提供開始日のいずれか遅い日を起算日としている一方で、固定通信については書面受領日を起算日としまして、8日以内であれば初期契約解除ができることになっております。移動通信の起算日が役務提供開始日となっている理由は、移動通信は実際に利用しないと想定している利用場所での利用可能性が分からないためです。ただ、通信品質の不確実性という観点では、移動通信のみならず、固定通信であっても、実際に利用を開始してみなければ、その品質が分からないということも多いため、FTTHサービスの通信相談に関する苦情というのも増加しております。それも、利用開始後に通信品質に不満を抱くことが増えているということもございます。また、通信品質以外についても、固定通信特有の事象としまして、当初予定したよりも工事のタイミングが大幅に遅れた場合、もともと利用を予定していた時期にサービスを利用できないといった苦情も散見されます。さらに、電話勧誘に関する消費者トラブルにおいては、消費者が契約をしたという認識がないまま、契約が成立したことに起因するトラブルが少なくございません。こうした場合、起算日を役務提供開始日にしますと、実際の工事の準備とか機器の発送等によって契約の成立に気づいて初期契約解除を利用しやすくなるといった効果も期待できます。このほか、初期契約解除に関しては、その期間について、電話勧誘に起因する消費者トラブルを縮減する観点から、延長すべきではないか、こういった要望が消費者団体よりございました。

これに対する事業者等の主な意見でございます。まず、起算日の変更に関しては、工事前であれば、書面交付後、8日後以降にも無償解除に依拠しているといった御意見がございました。また、起算日の変更に賛同する御意見もございました。一方で、実際にこのような制度変更が行われた場合に、工事費とか卸元への負担など、様々な費用負担を事業者が負うことになるといった強い反対の意見もあったところでございます。また、初期契約解除可能な期間の変更につきましては、これは慎重な検討が必要だといった御意見が多数ございました。

以上を踏まえまして、本検討会の考え方でございます。まず、起算日の変更につきましては、先ほど申しましたように、これを変更することによって、3つの効果が得られると考えております。1つが実際にサービスを利用して通信品質を評価した上で初期契約解除制度を利用できるようになるということ。2つ目が工事の遅延等により希望する時期にサービスの利用ができない場合にも初期契約解除制度を利用できるようになるということ。3つ目が契約を認識していない消費者にとっても利用しやすくなる。こういった効果でございます。この点について、先ほど申しましたとおり、事業者へのヒアリングでは妥当性につい

で賛同する意見があった一方で、やはり負担増について強く懸念する意見もあったところ
でございます。また、開通工事が行われる前であれば、現時点においては無償での解約に応
じるといった意見が多数見られたところでございます。

以上を踏まえますと、先ほど申しました効果のうち、まず2つ目の工事日の関係ござい
ますが、これは既に多くの事業者が自主的に実施しております工事前の無償解除、この取組
を行うことで同等の効果が得られるのではないかとございまして。次に、上記③の
電話勧誘の関係でございますけれども、こちらは先ほど電話勧誘における課題の提言とし
て申し上げました書面を用いた事前説明の義務化、これによって問題のケースが大きく減
少するというふうにご期待いただけますので、これにプラスして初期契約解除の起算日を変更し
たとしても、それによってさらに得られる効果は必ずしも多くないのではないかと考えら
れます。また、①のサービス品質の評価に関しましては、通信速度に関する苦情相談、実は
利用初期というより、むしろ利用中に相当数発生しているといったことがございまして。これ
を踏まえますと、後ほど申します期間拘束の在り方の解決策によりまして、より合理的に利
用者が解約できるようにすることで対処することも考えられるというところでございまして。
このように、初期計画解除の期間に変更することによる効果というものは、別の措置によっ
て、相当程度、代替できると考えられます。また、一部の事業者は、これに対しては強い懸
念を持っているというところでございまして、これらを踏まえますと、この件につきまして
は、まずは電話勧誘における課題及び期間拘束契約に関する制度見直しの効果を注視しま
して、必要に応じて改めて検討するといったことが適当としております。

続いて、初期契約解除可能な期間の変更でございます。初期契約解除が可能な期間の延長
については、今、申しましたとおり、既に一部の事業者で行われております工事前の無償解
除の取組というのをベストプラクティスとして、各事業者において同様の取組が行うよう
にできないか検討するといったことが望ましいのではないかとしております。

続いて、期間拘束契約の在り方についてでございます。

現状でございますけれども、現在、我が国の一般消費者向けの電気通信サービスにおいて
は、サービスの種別を問わず、多くの電気通信事業者が期間拘束契約というのを設定してお
ります。この表にありますとおり、2年を超えないものが多くありまして、2年を超えるよ
うなプランを提供している事業者であっても、例えば一番右の表のところに※印で書いて
あるように、2年以下のプランを併せて提供している、こういった場合が少なくないという
ことでございます。

一方で、720行目以降でございますけれども、期間拘束契約に関しましてはサービスの品質に満足できないといった理由から、契約を解除したいと考えても、高額な違約金の存在により解約できず、トラブルに至るといったケースが生じております。例えば、2020年度の苦情相談の件数では、解約の条件（解約費用等）の占める割合というのは、調査をした全てのサービスにおいて比較的高い割合となっております。また、期間拘束契約に関連して、解約の誤認や解約忘れといった問題も発生してございます。利用者が解約したと思っていたスマートフォン契約が実際には解約されておらず、全く使っていないにもかかわらず、1年半にわたって利用料が徴収されたといったケース等でございます。近年、請求をインターネット上で閲覧する形が一般化しているということを踏まえますと、こういったことも益々生じやすくなっているのではないかと考えられるところでございます。

続いて、期間拘束契約に関するこれまでの検討状況でございます。期間拘束契約につきましては、2015年頃から様々な形で検証が行われております。当初は、自動更新されないプランの導入といった方向性が示されたということでございます。また、2018年から主にモバイル市場における競争促進の観点から議論が行われまして、2019年の電気通信事業法改正によりまして、指定する電気通信事業者の携帯電話サービスについて、行き過ぎた囲い込みの禁止として、拘束期間及び違約金の上限が設けられたところでございます。さらに昨年、固定電気通信市場における競争上の課題として期間拘束契約が取り上げられまして、違約金が不要で解約できる期間を3か月未満にするということは、電気通信事業法上、問題となる行為に当たる旨、ガイドラインで示されたところでございます。

こうしたことを踏まえまして、事業者等の主な意見でございます。まず、見直し全般に関しては、スイッチング円滑化の観点で対処することが必要ではないかといったことや、固定ブロードバンド市場全体で撤去工事費の抜本的な見直しが前提ではないかといった御意見もございました。また、現在、卸元から契約解除料というものが請求されているようで、これが請求されなければ廃止してもよいという意見がございました。違約金が高額であるものは見直しが必要といった意見があった一方で、短期契約では収益が発生しないですとか、期間拘束なしプランも用意しつつ、期間拘束プランを提供するというは利用者にメリットがあるのではないかといった御意見もございました。また、期間拘束契約は割引を行いつつ、投資回収を行うための重要な手段であるといった御指摘もあったところでございます。

続いて、拘束期間についての意見でございます。一概に一定の期間を決めることは難しい

といった御意見。極端な長期コースは利用者にも事業者にもメリットが薄いといった御意見。拘束期間については利用者の意向により選択できるようにすべき、こういった御意見がございました。

違約金の額につきましては、事業者に明確な原因があれば、違約金については柔軟な対応をすることが考えられるといった御意見、著しく利用者の期待値を下回るかどうかは個人の主観で判断されるべきではないといった御意見、期待値を下回るか否か具体的な判断基準の制定は非常に難しいといった御意見がございました。また、違約金の額が逸失利益を下回る現状において、違約金の上限を定めることは過剰規制に当たるのではないかとといった御意見がございました。また、違約金の上限額について、学習塾等とは事業構造が異なるため、これと同じ考え方を採用することは不相当といった御意見がございました。工事費等は違約金と性質が異なるために別個に考えるべきといった御意見のほか、逆に工事費等も違約金に含めるべきといった御意見もございました。

解約の誤認や解約忘れについては、解約忘れが起こる可能性は減少しているといった御意見、定常的な利用有無の把握を実現するのは非常に困難という御意見、システムの改修等に莫大な時間と費用を要するという御意見があったところでございます。

これらを踏まえた本検討会の考え方でございます。

まず、アの期間拘束契約に対する基本的な考え方でございます。まず、期間拘束契約自体は違法性がないので、必ずしも否定すべきものではないと考えられます。しかし、電気通信サービスは契約締結後の状況の変化に適応する要請が大きいサービスと言えまして、特にベストエフォート型のサービスは不確実性がある一方で、そのリスクは基本的に利用者側が負う形となっております。このため、この負担に係る不均衡は契約期間が長期化すればするほど拡大するということになります。また、電気通信事業分野の技術革新の速さや情報の非対称性といったことによって、利用者は必ずしも契約時には将来を見越した合理的な選択を行うことができないといったことがございまして、これを前提にしますと、契約時に利用者が納得の上で期間拘束契約を締結した場合であっても、事後の状況変化の結果、トラブルが発生するということも考えられます。実際、こういったトラブルというのは発生しているところでございます。以上を踏まえますと、利用者利益の確保を図るためには、単に拘束のあり・なしプランを併せて用意することだけでは十分ではなく、利用者による解約という選択肢が不当に制限されないようにすること、すなわち拘束期間、または違約金の額に一定の制約を設ける必要があるのではないかといたことでございます。

続いて、拘束期間についての考え方でございます。消費者保護の観点から、当然、期間は短いほうが望ましいのでございますが、他方、この期間の長短というのは、まさに期間拘束契約というビジネスモデルの自由度に直結するものでございます。このため、拘束期間に対する制約をルール化しようとした場合は、この点について十分に配慮しつつ、電気通信事業者による多様なサービスを促進しつつも、利用者利益を不当に阻害しないような期間の上限について定めるということが必要になります。ただ、残念ながら、今般の議論においては、この点について妥当な基準を導き出すというところまでは至りませんでした。一方、EUではユニバーサルサービス指令におきまして、24か月を超える期間拘束契約を認めておりません。我が国においても、先ほど申しましたとおり、実際、拘束期間を24か月以下に設定している事業者というのは、これは電気通信サービスの種別を問わず、多数ございます。また、24か月を超える期間を設定している事業者においても、24か月以下の期間を拘束するプランを併せて提供しているといった場合が少なくございません。こうしたことを踏まえますと、24か月を超えるプランの提供というのは、事業者にとっては必ずしも必要不可欠とまでは言えないのではないかと、そうであれば、消費者保護の観点から、拘束期間を24か月以内にすることが望ましいとは言えるのではないかとこのところでございます。

続いて、違約金の額でございます。先ほど申しましたとおり、基本的に期間拘束契約を禁止はしない。また、拘束期間についても厳格な上限を設けないとすれば、利用者の合理的な選択が不当に制約されないようにするためには、制約金の額について一定の制約を設ける必要がある。そのときの考え方としては、大きく2つあるかなと考えられまして、1つは事業者側に著しい帰責基準があるといった場合には無償で解約できるようにするといった形。もう1つの選択肢としては、解約理由のいかんを問わず、違約金の上限を設けるといったこととでございます。

(ア)の無償解約できるようにすることについてでございます。こちらについては、一部事業者からは前向きな発言がございましたけれども、やはり基準を客観的に定めるための十分なデータ、これが現時点においてはそろっていないということを踏まえますと、現時点においてこの考え方を採用するのは時期尚早ではないかなということとでございます。

一方、(イ)の違約金の額に上限を設けることについてでございます。この考え方を採用する場合、上限をどの水準にするかというのが一番の問題になろうかと思っております。この点、先般、論点整理の段階で特定商取引法に規定されている特定継続的役務、ここで学習塾とか家庭教師について、1か月の授業料相当分にするといったことが参考になるのではないかと

というふうにしたところでございます。これに対しては、事業者からも業務形態が全く異なるので参考にならないのではないかといたした御意見がありましたし、また構成員の方からもそういった御指摘を多々いただいたところでございます。

このため、この趣旨を確認しました。そうしたところ、この趣旨というのは、中途解約に伴い事業者側に生じる損害の額を将来の役務提供に対する移行準備費用と捉えまして、向こう1か月に予想される役務提供に対応するために必要となる平均的経費等を念頭に置いて損害賠償等の額の上限を定めているということでございます。そうであれば、電気通信サービスにも十分応用できるのではないかなということでございます。

また、1か月を基準とする考え方は、他の分野においても用いられております。例えば労働者を解雇する場合の予告手当、これは30日分以上の平均賃金とされておりますし、また、不動産の賃貸借契約において、1か月分の家賃を払うことで契約を解除することが可能である場合が多いということでございます。

現時点における我が国の電気通信市場の状況を踏まえますと、今、申しました例と比較して、より事業者の利益を保護するといった必要性はないのではないかと考えられますので、電気通信サービスにおいても違約金の額の上限を1か月分のサービス利用料相当額とすることには合理性が認められるのではないかとしております。なお、違約金の額の多寡というのは、期間拘束契約における中途解約率を下げるための一手段にしかすぎません。先ほど「拘束期間」についてはビジネスモデルの自由度に直結すると申しました。一方、「違約金の額」は、あくまでも中途解約率を下げるための一手段でございます。例えば他のインセンティブの付与ですとか、さらにはサービス自体の魅力を高めるといったほかの方法を組み合わせることによって、これまでどおり利用者を自らのサービスに引きとどめるといったことは十分可能性ではないかとしております。また、違約金の上限を1か月分のサービス利用料相当額としますと、月額利用料の多寡によって違約金の額が変わってきます。サービスの提供に係る費用は基本的に月額利用料によって賄われるということに鑑みますと、基本的に事業者は自分のサービス提供に係る費用が適切に考慮された違約金を設定できる一方で、月額利用料と比較して違約金を著しく高額にするといったビジネスモデルは排除されることとなります。まさに、こうしたビジネスモデルこそが特にトラブルを誘発するおそれ大きいということでございますので、これを排除できるという意味においても、こうした形で違約金の上限を設けるのは、利用者利益を確保する上で合理的と考えられるのではないかとしております。

続いて、工事費用等の扱いでございます。これについては、固定通信サービスにおける引込線の工事費など、他に転用できない設備に関する費用が生じる場合がございますけれども、この費用については、通常発生する費用を除いて利用者に求償する一定の合理性を有すると考えられますので、スイッチングの円滑化の観点も踏まえた上で求償できる合理的な範囲をルール化した上で、違約金と別個に求償できるということが適当ではないかということでございます。

続いて、制度の適用に関する留意点でございます。こちらは事業者によっては料金体系の変更とかシステム改修などが必要になりますので、新たな制度の適用は新規契約に限るとともに、その導入に向けた一定の準備期間を設けることが適当としております。以上を踏まえて、総務省において違約金の額についてのルール化を図ることが必要としております。なお、卸電気通信役務に契約解除料を設定している事業者においては、この新しいルールがルール化された後は、それを前提とすることが必要になります。すなわち、これを前提とした上でもなお、契約解除料が適正かつ合理的と言えない限りは、業務改善命令の対象となり得るということに留意が必要ということを念のため書いているところでございます。

最後に、解約の誤認や解約忘れについての考え方でございます。サービスの利用料が電気通信サービスの対価である以上は、電気通信事業者の当然の責務として、利用者が電気通信サービスの提供を受けている認識がないにもかかわらず利用料金を払うといったことがないように適切に対処する必要がございます。具体的には、契約時や解約時に丁寧にしっかりと説明するということがマストでございますが、これに加えまして、例えば利用者に対して契約しているサービスの情報を定期的に通知すること等々の方法が考えられるということでございます。ただ、事業者の事業規模とかサービス形態が多様であるということに鑑みますと、現時点で特定の方策を義務づけるということは適当ではございませんので、事業者においてはそれぞれのサービス提供形態等を踏まえて、これらの措置を含め、実現可能かつ効果的な措置をしっかりと講ずることが望ましいのではないかということでございます。

3-3、苦情相談の処理の在り方でございます。

現状としましては、苦情・相談件数が増加傾向でございます。これを踏まえて、TCAは2015年からコールセンターを運用していますし、また、ケーブルテレビ連盟におきましても、2008年から相談窓口を運用して苦情相談を受け付けてございます。このように事業者団体による苦情相談窓口の受付体制は一定程度整備されているのですが、消費者団体や有識者から、さらに専門性を有するADR機関のようなものを設置することの必要性が

指摘されているところでございます。その理由としては、電気通信サービスのトラブルでは、被害者多数、被害額が少額といったものが多いので、訴訟にはなじまない一方、トラブル解決のモデルケースを示すということが極めて効果的だといったことが挙げられています。また、サービスが専門的であり問題の原因を把握しづらい、関係者が複数いるため責任主体を確定できないといった理由から、消費生活センターでは解決が困難なケースが多い。さらに、消費生活センターでは個々の事案について対応するため、同一トラブルに対し多数の相談が寄せられるような場合は十分に対応できないといったことが理由として挙げられています。また、今後、先進的なサービスが消費者に本格的に浸透していきまると、トラブル自体もさらに多様化、複雑化すると考えられます。こうしたトラブルに適切に対処するためにも、関係する事業者を適切に整理して、問題の切り分けを行うということが重要になると想定されるところでございます。

これに対する事業者等の主な意見については、費用負担も含めて丁寧な議論が必要といったもの。課題を深掘りした上で、幅広く課題への対処方法や対応主体等について丁寧かつ慎重な議論が必要といったもの。ADRの導入に当たっては、対象の在り方、運営体制、運用費用の考え方を中心に慎重に議論を重ねた上で導入の判断を行う必要があるといったもの。こうした御指摘がなされたところでございます。

これを踏まえた本検討会の考え方でございます。苦情処理の現場等からは、現状の苦情処理相談の枠組みでは解決が困難な事案があるということの見解が示されております。今後、先進的なサービスが消費者に本格的に浸透していくことで、消費者トラブルがさらに多様化、複雑化していくことが見込まれますので、これに効果的に対処するためには、個々の事業者による適切な対応に加えまして、業界における自主的な取組が一層進むということが必要でございます。具体的には、個々の事業者が個別の苦情相談や既存の国民生活センター等によるADRに対して適切に対応するといったことに加えまして、事業者団体においても個別の事業者との間では円滑に解決に至らないようなトラブルを効果的に解決するため、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を提示できるような体制を構築する必要があるとしております。この体制については、ADR機関とするのも一案ではございますが、いずれにしろ、個別の事業者を超えて業界として対応することで効果的に解決できるような課題を特定した上で、これに対応するための最適な体制について検討する必要があるとしております。こうした取組は、事業者や事業者団体等の前向きな協力なしには円滑に機能しませんので、既存の枠組みの活用も視野に入れるなど、業界への

過度な負担にならないように留意しながら、消費者と事業者の双方に利益をもたらす仕組みとなることに配慮することが肝要としております。以上を踏まえて、こうした検討を集中して行うために、本検討会の下に苦情相談の処理の在り方について検討するタスクフォースを設置して、来年の夏を目途に一定の結論を得ることが適当であるというふうにしております。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは、ただいま説明いただいた部分についての意見交換に移りたいと思います。質問、あるいは御意見ございましたら、御発言よろしくをお願いします。

じゃあ、大澤さん、よろしくをお願いします。

【大澤専門委員】 大澤ですけど、私、本日この後、授業がございますので、4時半頃に退出しなければいけませんので、すみません、お先に失礼いたします。

【新美主査】 どうぞ。

【大澤専門委員】 4点あるんですが、1点目が15ページのプラン変更の部分については適用、アウトバウンドの場合でもサービスに関する契約変更については除外する、規制の対象外とするということですが、こちらについて、消費者の利益変更になる場合に限るとか、少し絞る必要はないかというふうに疑問に思っております。プラン変更とかオプション契約追加解除というのは、私もそんなにこの分野に詳しいわけではありませんが、こういう場合が実際あるか分かりませんが、例えば消費者にこういうのはいかがでしょうかと、こういうプラン変更どうですかといったときに、一見、消費者に有利になるように見えて、実は消費者の負担額が高くなってしまいうような場合とか、そういうものに誘導するというのは、実際あるか分かりませんが、それはやはり避けなくてはいけないと思いますので、消費者の利益変更になるような場合であれば除外するとか、もう一段、縛りをつける必要はないでしょうかというのが意見になります。

2点目ですが、19ページの解約をインターネットサイトで受け付けるという件は、これは私は前向きに検討していただきたいと思いますが、既に構成員の先生方から御指摘があったということですけど、ウェブ解約で不利益事項が十分伝達できなくなるおそれがあるというのは、これは確かに私も同感です。ですので、例えばウェブによる解約サイトにこういう事項は表記しなければいけない、この時期に解約すると違約金がかかりますよとか、今日、7月12日ですけど、今日解除しても8月1日からになりますので、残りの2週間分は

払ってくださいとか、実際どうなっているか分かりませんが、そういったことはきちんと表示する義務を、これをどういう形で設けるかというのはありますけど、法改正であれば、重要事項の一つとして設ける必要があると思っております。これが2点目です。

3点目が、いわゆる2年期間拘束の話になりますが、まず一つの方向性として、月額料金の1か月分とすることについては賛成いたします。もちろん、前回の会合でほかの役務提供と違うところがあるという御批判が事業者からあったというのは承知していますし、もちろんサービスの内容は確かに違うと思うんですが、他方で、なぜじゃあ、こういう解約金が、トラブルが起きるかという、事業者側から結局、将来に向けた設備投資とか、そういう経費というのがかかっているんです。なので、一定期間、消費者を拘束し、かつそれを途中でやめた場合には違約金を取らないと投資費用が回収できないということなんだと思うんですが、じゃあ、なぜそうなっているかという、本来、設備投資費用とかそういうものは、あるいは中心である対価ですね、ここで言うと月額料金に反映、それがサービス利用対価なので、そういう投資額も含めて月額料金に反映してしかるべきところ、そうすると、しかし、月額料金が高くなってしまって、もちろん、消費者にとっても負担が大きい。そういったところで、本来の価格ですね、月額料金との兼ね合いで、多分、こういう解約金とかそういうものを外に出す形でお金を取っているというふうに認識しています。もし間違いがなければですが、そうすると、例えば割引額も、今、50%とか半額とか、結構すごい金額を引いているかもしれませんが、そもそも物すごく大幅に割引をして、しかし、長年拘束し、かつ途中でやめた場合には解約金を取るというのがビジネスモデルとして、もちろん、駄目だとは言いませんけど、そうすると、そもそも中心である対価自体をあまりに安く設定し過ぎて期間拘束しているんじゃないだろうかということも、個々人でも解約金の問題、もちろんあるんですが、あと期間拘束期間の問題も、今回の方向性には基本的に賛成しますが、しかし、そもそも論として割引の仕方ですね、半額とかかなり安く割引をしていること自体が、つまり、本来取れるべき対価を取れていないということであれば、その設定自体が、いわゆる中心条項とかって言っていますが、問題なのではないかというふうに考えます。

最後になりますが、ADRについてで、30ページから始まるところで気づいたところで、基本的には方向性としては、ぜひ検討をする必要があると思っております。これ、御指摘がございましており、特に今後、IoTとか5Gのサービスなどが増えてくることで、やはりかなりこの分野のトラブルが専門性のある方によって解決をしないとうまく行かないという可能性は十分あると思いますので、前向きに検討いただきたいというふうに思っております。

ます。非常に興味を持っておりますが、ただ、幾つかやはりその際も考えなきゃいけないことがあるのではないかと考えています。まず、途中で出てきていますけど、いわゆる既に例えば国民生活センターですとか、あるいは東京都の紛争解決委員会とか被害救済委員会と名のつくものがあります。私、これらの委員、東京都のほうもかなり長年担当していますけど、私自身がこれまでこういう通信サービスに関するあっせんとかをやった経験がなくて、何とも言えないところもあるんですが、確かに東京都とかあるいは国センのADRで通信サービス系で特に専門性の高いものが来たときに、これはなかなか判断が難しいなと個人的には思う一方で、実際のところ、国民生活センターとか東京都のADRとのすみ分けをすべきかどうかということも含めて、既に国民生活センターとか東京都にこういうADRがある以上は、それと別に専門的な苦情処理機関をつくることの意味というのは考える必要があると思います。東京都の被害救済委員会自体は年に10件弱ぐらい受け付けていて、通信サービスは私、あまり見たことはありませんけど、それはそれなりにかなり機能していますし、法的な考え方も十分、報告書で示していて、これ実際の解決だけではなくて、やはり今後の方向性なども示して非常に有意義だと思いますので、非常に魅力的な制度であると思います。やはりそれらとの切り分けというのは必要になってくるかなと思います。

そして、今のと関連しますが、今回、こういうADRを仮につくるときに、対象となるものはどこを指すのかということです。例えば単純に消費者からの個々の苦情を受け付けるということまで含めて考えているのか、それとも、例えばこれは東京都とか国センの場合はそうなっていると思うんですけど、やはり一定程度の量の苦情があるような、同種、同業者に対して同じような苦情があるというときに、それらの被害を集団的に解決するというのが国センとか、あるいは東京都の委員会の意味もあると思っています。それと全く同じように、要は一定程度、被害者が出ているような苦情が集まったものに対してのみADRの対象にするのかとか、そういったことも恐らく今後検討していく必要があるのではないかと考えています。

以上になります。ありがとうございました。

【新美主査】 4点にわたるコメント、大変ありがとうございました。

続きまして、近藤さん、発言を御希望のようでございますので、どうぞ。

【近藤構成員】 近藤は今日は総務省にお邪魔して参加させていただいております。

今日の報告書、大変、今までにも増して非常に具体的で、対処の方法も書いてあって、大変感銘を受けました。私、今、引っ越しのため、ケーブルテレビで利用しているテレビと電

話の解約に大変苦勞しましたことを御報告申し上げます。どういふことかといひますと、最初、電話をせよといふので電話をすると、混み合っているのではウェブでせよといわれるのでウェブをみると、やはり私のケースではウェブでは足りないのでは電話をせよといわれて、ウェブと電話をたらい回しにされた上に、結果として更新月ではないから違約金も高額に取られることになりました。やはりウェブで完結せよと事業者の方がおっしゃるなら、きちんとそれで完結できるように事業者の方もホームページをつくっていただきたい。いかに解約せず済むよいかといふ企業的な努力をなさっていることは分からないでもないんですが、本当に引越しといふやむを得ない事情で解約をしなければならない消費者のことをもう少し御配慮いただきたいといふふうに切に思ひました。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。これはまさに御自身の経験からのコメントだと思ひます。

続きまして、森さん、御発言お願ひします。

【森構成員】 はい、ありがとうございます。4点、申し上げます。

まずは電話勧誘ですけれども、429行目のところでは。具体的な措置の導入の前どころです。具体的な措置の導入には私は賛成なんですけれども、ちょっと留保はあるんですが、具体的な措置のイの手前、アのところ、基本的な考え方として、428、429、430で、これらを踏まえれば、業界団体等による自主的取組の実施だけでは対処に限界があると考えられる。本件について抜本的な改善を図るため、総務省において、電話勧誘による契約に関し更なる制度的措置を講じ、不適切な行為を抑止することが適当であるといふことで、これも結構だと思ひますが、ただ、総務省において制度的措置を講じるという前のところに、総務省において、引き続きアウトサイダーに対する厳格な法執行を行うとともにといふようなことを入れていただくべきではないかと思ひます。やはり本件は、アウトサイダーの問題と現行制度の問題と両方あるといふことが確認されているわけなんですけれども、アウトサイダーのほうがめちゃくちゃするといひますか、悪いと思ひますので、そちらもアのところを書いていただきたいと思ひます。

もう1点は、制度的措置、イのほうなんですけれども、15ページの456行目からですが、先ほどの大澤先生の御意見に全く賛成でございます、アウトバウンドのときに許容する契約変更、457ページにプラン変更やオプション契約の追加・解除等とありますけれども、まず、知るべき情報の多くは利用者が既知といふことなんですけれども、プラン変更の場合

もオプションの場合も、変更後の契約、オプションとして追加される分というのは、これは既知ではない、未知のものであったわけですので、不意打ち性がないわけではないということです。ですので、有利変更の場合に限るといふ御提案がありましたけれども、これは非常に割り切ったいい御提案だと思いますけれども、そのことも含めて一定の限定をつけませんと、これはうまく回らないのではないかなというふうに私も思います。

その次は、違約金期間制限のところでした、まず、29ページについて申し上げますが、違約金の上限額、904行、905行の辺りですけれども、1か月分のサービス利用料相当額とすることに賛成です。これは何がいい期間なのかということについてはいろいろ御意見があるだろうと思ひまして、あと、また大澤先生のような不適正な競争の観点からのお考えもある、これも全く御指摘のとおりだろうと思ひます。ただ、もう一つ、我々として考えるべきは、期間も拘束して、自ユーザーを1回獲得した当たりの利益が高いと、獲得費用をかけてもいいということになるわけですね。獲得費用をかけてもいいところがやはりいろんなところの問題につながってきているわけでごさいます、すぐやめちゃうので、そんなに獲得に費用をかけられない、強引な勧誘できないというところ、すぐやめちゃうから、あまり獲得費用をかけられない、そういう形で回すのがいいのではないかなというふうに思ひます。913行、914行のところ、月額利用料に比して違約金を著しく高額に設定することで利用者の解約を阻害するというビジネスモデルは排除されるというふうにありますけれども、これに含まれるのかもしれませんが、そういった方向に移っていくことが適切なのではないかなと思ひますので、1か月に賛成ですということです。

最後に4点目ですけれども、これはちょっとお書きくださいということではないんですけれども、これは期間拘束つきの契約の更新の話ですから、期間拘束はまた更新されれば、そのとおりに乗っかってくるわけなんですけれども、すみません、違約金の話からまた期間拘束の話に若干戻りますが、期間拘束はそのまま乗っかってくるわけですけれども、以前からこの検討会では期間拘束のロールオーバーという問題を議論してきたのではないかなと思ひますので、今々、また課題としてくださいと、このタイミングで申し上げるわけではないんですけれども、最初の期間拘束によって契約事務手数料が回収できているんだとすれば、自動更新の場合には期間拘束のロールオーバーがなくてもいい、2度目の期間拘束がなくてもいいのではないかなということをごさいますので、ちょっと申し上げておこうと思ひます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。4点にわたるコメント、的確です。それぞれ森さ

んの意見は大澤さんと重なるところもありますので、後でまとめて事務局からお考えがあれば発言していただくことにしたいと思います。

それでは、続きまして市川さん、御発言よろしく申し上げます。

【市川構成員】 慶應の市川でございます。私のほうから2点、コメントでございます。

1点目は電話勧誘のところございまして、私、前回、今回でいう15ページの電話勧誘拒否登録簿制度の導入あたりについて力点を置いてお話ししたかと思いますが、この報告書にありますとおり、その前段として、前回はTCAさんのほうから御説明ございましたけれども、説明書面を交付の上で説明を行うということの義務化ということには私も賛成するものでありますので、このようにお進めくださればというふうに思いますというのが1点でございます。

もう1点は、先ほど森先生がほぼおっしゃってしまったんですけれども、森先生が3点目におっしゃった期間拘束の違約金のところでございます。ページで言うと、27、28ぐらいでございますが、まさに競争のほうのお話はかつて、これも29ページにお書きになっておりますが、ここでお話がありましたけれども、ここについて、一定の違約金を考える、上限を考えるとということの妥当性について議論されていますが、こちらの書き方について、私も賛成するものでございます。

たまたまアメリカでバイデンさんがこの前、大統領令を出しておりましたが、そこにアーリー・ターミネーション・フィーということで、まさにこのお話が出されていて、消費者のコンシューマー・アビリティ・トゥ・イグジット・ザ・コントラクト、どうやって契約を抜けられるかというコンシューマーの自由のことが話されていまして。そこで大体、12か月に対して1か月分、得をする、損をするぐらいのあたりが先ほどの森先生のお話でありましたけれども、かけていいコストとの見合うところとして書かれていまして、それはよく考えると、我々が一段階前に議論して決めました、行き過ぎた期間拘束のときの長期利用割引等の条件というのも、よく考えますと、あのときも年1か月という話をしていました。そういう意味で、いろいろな競争と消費者の自由の保護のところは混ざるところで、考え方も難しいところではございますが、今、事務局から提出されている規模というのは、一定の合理性があるのではないかとこのように考えております。

加えて、工事費用等ごとの違約金とは別に求償できるということもきちんと書かれていますので、正しい意味で、先ほど森先生も御指摘の914、915行ぐらいのところに書かれている、こういう競争はしていただきたくないということを規律上示すということは、

消費者保護という観点から妥当なのではないかというふうに考える次第でございます。

以上、コメントでございます。

【新美主査】 今度は、中込さんをお願いするところでしたね。中込さん、御発言よろしくをお願いします。

【中込専門委員】 中込です。ありがとうございます。

報告書案、全体的に賛成なんですけれども、特に29ページ、900行目辺りで期間拘束契約の違約金の額に上限を設けるということについて、電気通信以外の分野についても目配りをして、30日という期間拘束について、例えば労働法における労働者保護が強く要請されている分野でさえ、解雇予告手当が30日とされているということですか、それからまた賃貸借契約の関係は、これは消費者契約法9条1号の「事業者に生ずべき平均的な損害」ということの解釈をした裁判例を参考にしたものと思いますけれども、幅広く目配りをしていただいている、そういう意味でも説得力が高いものになっているのではないかという意見でございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

次は齋藤さん、御発言、どうぞよろしくをお願いします。

【齋藤専門委員】 ありがとうございます。発言をさせていただきます。

全体的には今回の報告書の方向で、特にこれは困るとか、これは反対だということを申し上げるところはなくて、実現していただくようにお願いしたいと思っておりますが、大澤先生、それから森先生御指摘のところで、私、古い報告書を見ているので、ページが皆さんとずれてしまうかもしれませんが、まず、電話勧誘のインバウンド等の例外をどのように設定するかについては、大澤先生、あるいは森先生おっしゃったようなところもきちんと踏まえて、やはり除外は例外ですので、除外は厳格にという法律の解釈及び制度をつくる際の原則にのっとって考えていただきたいと。その場合に、自分が一生懸命勉強しているからではないんですけど、特商法の請求電話勧誘とか請求訪販では、かなり実例が積み重なっていますし、裁判例もそこそこ出ていますので、その辺の要件などをやはり参考にしながら、厳格に考えていただきたいと思っております。ただ、森先生指摘のように、電気通信サービスの場合には条件の変更等、そういうようなもので、特商法の取引類型における場合とちょっと違う場面において、この電話勧誘の問題が出てくることもあるので、その辺も踏まえながら、整理していただければというふうに思います。

それからもう一つは、光回線の諸契約の解除の仕切りですけれども、私はやはりモバイルと同じようにサービス提供時かなというのが論理的には正しいと思っています。制度的にも整合性があると思っています。事業者さんのほうで工事費等の負担について、いろいろ差し障りがあると、支障があるということは理解していますけれども、むしろ、その辺は事業者さんの間で解決していただく方向で努力をいただくべき問題ではないかと思っていますので、それをエクスキューズにして、消費者に対して契約の仕切りの点について、不利益な取扱いになるような結論をあまり積極的に目指すべきではないというふうに思っていますので、その点も御配慮いただければというふうに思っています。

それから、解約ですけれども、ウェブで契約できるのにどうしてウェブで解約できないんだというところですが、非常に概括的なお話ですが、どうもこの分野の解約をめぐる議論に参加していると、民法プロパーの問題と、それから行政規制の問題が非常に絡み合っていて、そこをきちんとまず一旦は区別して議論をされてないんじゃないかというような印象を持つことが非常に多いです。まず、そもそも解約手続を縛るということについて、明確な形でこれが合意の内容になっているかということは、ちょっと私、時間もなかったのできちんと各事業者さんの約款なり規定を調べて申し上げていないので、私の認識が誤っているかもしれませんけれども、解約のほうについて、具体的に契約内容になるような形で、例えば改正民法の定型約款のような形で明確に合意内容になっているということが、まず、民事ルールとしてそういう前提でよいのかということがちょっと疑問に思っています。そうだとすると、あとは解約の自由があるという前提であれば、そこは意思表示の問題ですから、立証ができたかどうかということで本来でしたら解決がつくわけですけれども、そうではなくて、行政的なルールとして解約手続をどうするかということについては、やはりまた違う考え方もあるだろうと思いますので、ちょっとその辺の法領域の制度の違いとか、それぞれの原則はどうなのかということ、それからそれを踏まえて、消費者の利便性とかその辺になってくると、これは行政的な規制の問題というふうに考えますので、そういう問題の整理もしていただいたほうが、視点としてはいろんな考え方が入ってきてよいのではないかと思います。

それから時間もないので、もう一つで最後にしますけれども、ADRについては私が報告をさせていただいたので、そのときに述べたことが私の意見の趣旨ですので繰り返しませんけれども、できればこの分野に特化したADRができればいいなというふうに思っていますし、それを目指すべきだと思っています。そこまで至らないのであれば、大澤先生の御

指摘にもありましたけれども、ただ、大澤先生の御指摘の中で、やはりちょっとそこは違うのではないかというのは、国民生活センターのADRの性格については、都センのほうの紛争解決委員会とやはり基本的な性質が違うということになります。どちらかといえば、国センのADRは個別紛争の解決ということに軸足をかなり置いているということになります。前に報告しましたけれども、事業者の皆さんが個別紛争の解決ではあっても、他の契約者との関係で合意はできないということを主張なさるケースが非常に多かったというのが私の10年の経験ですので、であれば、特化したADRができないのであれば、国民生活センターのADRを仮に活用するとすれば、そこに積極的に解決に向けた努力をしていただくという、事業者の皆さんのルールなり、基本的な考え方の転換なり、それをぜひ図っていただくような方策を検討していただきたいと思います。

ちょっと時間もありませんので、ほかにも言いたいことたくさんありますけど、このくらいにさせていただきます。

どうもありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございます。なかなか法律家として考えなきゃいけない点を指摘いただきまして、ありがとうございます。

続きまして、長田さん、御発言をお願いします。

【長田構成員】 長田です。よろしいでしょうか。私も時間の関係上、どうしても申し上げたいことに絞りたいと思います。

これまで各委員の先生方からの御指摘、ごもつともだなと思って伺っていました。電話勧誘のところなんですけれども、今回、(エ)で行きましょうということなんですけれども、この中で説明書面を交付の上でというふうにさらっと書いてありますけれども、これは不招請な形で電話勧誘があった場合の説明書面の交付ですので、基本的には紙の書面できちんと交付をすべきではないかと考えてます。電気通信事業法上でも電磁的書面を認める、或いは特商法も今回の改正で同意のもとで電磁的書面を認めるということですが、ただでも分かりにくい分野ですので、ここは基本的には紙の書面での交付が適当だということとはどこかに書いていただければいいなというふうに思っています。

それと、先ほどから大澤先生、森先生から御指摘があったアウトバウンドでの契約変更の場合なんですけれども、これもやはり自分でそういうふうにしたいと思って自分から申し出ているわけではなく、いろいろな勧誘の中で私はどこどこ契約しているんですという場合、じゃあ、こういうのはどうですかというふうになるような話の流れだと思いますので、

ここも慎重に消費者にとって不利なことが起こらないようにきちんと書いておいていただくのがいいなというふうに思っています。

加えて、ADRについては、齋藤先生の御指摘に全面的に賛成です。

以上です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

続きまして、木村さん、御発言をお願いします。

【木村構成員】 木村です。あまり重ならないところで発言したいと思います。

まず、電話勧誘についてですけれども、いろいろ問題を起こしているのはアウトサイダーというお話なので、利用者から見ると、アウトサイダーの見分け方というのはどうしたらいいのかなって思います。できればきちんとした事業者さんと契約したいと思うので、そういうところをどうしたらいいのかなというのが1点、疑問に思いました。

それから、違約金についてなんですけれども、私も1か月という上限が適当かなと今の段階では思っています。先ほど近藤構成員からもお話がありましたけれども、引っ越しなどで解約せざるを得ない場合ですとか、いろいろと技術が新しくなりますから、違うサービス、新しいサービスにしたい場合が出てくると思うんですね。ですから、やはりそういった場合を踏まえて、なるべくなら解約時には消費者に負担が行かないようにしていただきたいと思っております。そして、やはりよいサービスでしたら、そんなにみだりに解約しないと思うのでね。ということも含めて、やはり上限金というところは検討しないといけないと思います。

それから、最後になりますけれども、30ページのところですが、937行目からサービスというところで、事業者さんと私たち、サービスを提供していただいて、契約を結んでいるわけですよね。事業者さんは私たちにどういったサービスを提供してくださっているのかというコミュニケーションというのが今後ますます必要になっていくと思います。どんどん契約が複雑になっていきますし、電磁的になってきますと、本当に消費者は何の契約をしているか分からなくてトラブルがますます増えると思います。やはりトラブルを未然防止するためにも、そういったことが今後必要になってくると思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

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】 石田です。よろしくお願いします。

電話勧誘のアウトバウンドについては、大澤先生以下、先生方の御発言に賛成いたします。

2番目にウェブ解約についてなんですけれども、ウェブ解約につきまして、19ページのところに既に行っている事業者のベストプラクティスの共有が図られることが期待されると書いてあったんですけれども、前回の会議において既に行っているところにお問合わせをしたところなんです、質問もしたところなんですけれども、FTTHに関しましては苦情はないと。モバイルに関しましては分割残とか違約金、解約金なども表示しているということでも分かりやすくなっているかなと思いますので、ぜひこういったところの方法等も共有していただいて、ウェブで解約の場合は分かりやすい内容にさせていただけたらと思いました。

それと、工事費のことなんですけれども、期間拘束の違約金の箇所で工事費について書かれております。工事費については、違約金とは別途で考えるというのには賛成です。ただ、ここに書かれておりますのが多分、初期にかかる工事費のことだと思うんですけれども、実際に解約するとき撤去費用というのがかなり高額な事業者さんがいて、やはり乗換えにちゅうちょするというところもあるかと思っておりますので、ここに合理的な範囲をルール化した上でと書かれているんですけれども、撤去費用についてもやはり同じような考えであるというようなことも入れていただけたらいいのかなと思いました。

最後に、解約忘れについては、いろんところでかなり解約忘れとか、解約したはずなのに引き落とされているという苦情なんかが散見されていたかと思っておりますので、30ページのところにこういうものというふうに規定するのではなくてということで、事例がかなり書かれていましたので、とてもよかったというふうに思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それではたくさんの御指摘、コメントをいただきましたが、一々答えることは難しいかもしれませぬので、簡単に事務局から今伺った意見について、何かコメントがあったら御発言をお願いします。

【片桐消費者行政第一課長】 事務局です。ありがとうございます。簡単にポイントを絞って答えさせていただきたいと思っております。

まず、森先生から御指摘いただきました総務省の執行の関係ですが、原案にも最後になお書きで書いているのですが、そこがちょっと分かりにくかったようでございますので、場所

も含めて再検討したいと思っております。

続いて、電話勧誘による契約に係る規制の適用除外に関し、適用除外となるアウトバウンド等に一定の限定が必要だといった御指摘については、御指摘を踏まえて、一定の場合を除くとか、何らか限定の趣旨が盛り込まれるような形で修正するというのはあるかと思っております。

あと、最後、石田先生から御指摘のありました撤去費用の関係でございますけれども、こちら、撤去費用も含めての考え方でございますが、その点について、明確になるように加筆するという点については検討させていただければというふうに思います。

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。

今、言ったような点で、今後、さらに詰めていきたいと思えます。

続きまして、最後になりますが、第2章の4及び5についての議論に移りたいと思えます。時間も限られておりますけれども、若干の延長をお許しいただいて進めたいと思えます。

それでは、事務局からこの部分について、御説明よろしくお願ひします。

【片桐消費者行政第一課長】 事務局でございます。

まず、33ページ目、5Gエリアの利用者への訴求についてでございます。こちらは、昨年8月に既存の4G等で使用している周波数帯について5Gに転用できるとなったことで、消費者の誤認を招いてはいけないということから議論が行われたものでございます。

こちらについては、34ページ目、1072行目から御覧ください。本検討会の考え方でございますが、各社、新周波数帯と転用周波数帯について色分けしているマップを作成しております。このように取組が適切に進められていると考えられますので、引き続き適切に取り組む必要があるとさせていただいております。

続いて、販売代理店の在り方でございます。こちらは5月28日に出させていただいた論点整理とほぼかぶっておりますので、要点のみ簡単に御説明いたします。

まず、現状等については、販売代理店の現状がありまして、その状況が今、環境変化によって大きく変わっているということから、1126行目でございますけれども、従来のビジネスモデルは転換期を迎えているのではないかとございまして。

一方で、1128行目、販売代理店に求められる役割でございますけれども、1141行目にありますように、身近な窓口としての機能、これは環境変化があつたとしても、引き続き必要不可欠なものであると考えられるとしております。

こうしたことを踏まえまして、本件について検討し、総務省においては調査をしたところでございます。具体的には、キャリアショップ店員へのアンケート調査や端末単体販売に関する覆面調査、また、1197行目でございますけれども、販売代理店の運営法人へのインタビュー調査等を行いました。こうした調査を踏まえた各事業者からの御意見については、基本的にはこういった指摘を踏まえて前向きに改善するといったものが多く寄せられたところでございます。

また、41ページ目を御覧ください。1293行目にありますように、本件については公正取引委員会におかれましても調査が行われていますので、こちらについて内容を抜粋しております。

以上を踏まえまして、43ページ目、本検討会の考え方でございます。

まず、調査結果の分析でございますけれども、先ほどの大澤先生の御質問にも関連しますが、適合性の原則違反、あるいは端末の単体販売に関する規定の違反、これについての要因を分析したというものでございます。いずれも販売代理店側において、こうした規定が存在するということは重々承知しているという中で、こういった事案が生じたということは、こういった法令違反をしてもなお販売を優先させる何らかの動機づけや構造的な要因があるのではないかと考えるのが自然ではないかといったことございまして、それぞれインタビュー調査でも、そうしたことに繋がり得るファクトについての証言があったところでございます。

こういったことも踏まえまして、46ページ目を御覧ください。措置すべき事項とございます。大きくは2点ございます。まずは、アの委託契約と事業法との関係の整理ということで、これまで、電気通信事業法上、委託手数料はどうかといった評価が必ずしも行われておりませんでした。今回の調査結果ないしは分析結果を踏まえますと、手数料の評価基準等は、その内容によっては法令違反を助長し得ると考えられるということでございます。もちろん、販売目標を通じて販売促進を行うこと自体は一般的に許容されるものでございますが、もしこうした評価基準等が適正かつ合理的でなく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、これは業務改善命令の対象になりますので、こういったことを総務省においてはガイドライン等で明確化することが必要であるとしております。特にこういった蓋然性が高いと考えられます2点、具体的には①、②でございます。例えば高額プランの獲得率を評価する指標等は、明確な違反類型として特定する必要があるとしております。

これに加えまして、47ページ目の1434行目でございます。継続的な確認体制の整備

ということでございます。これも最初の消費者庁からの御説明に対する御質問にもございましたように、法令違反が助長される要因は様々であり、かつ手数料自体、非常に複雑だったりします。このため、総務省において、1449行目でございますけれども、通報窓口の設置ですとか実態調査等を通じて、実際の販売現場において法令違反が疑われる行為が行われているか否かといったことをしっかりとモニタリングすることによりまして継続的に確認することが適当というふうにしております。

こうした取組について、エでございます。48ページ目の1469行目、総務省だけでなく、公正取引委員会、消費者庁と協力しながら、緊密に連携して進めていくことが適当だとしております。

続いて、48ページ目以降、今度は販売代理店に期待する新たな役割の観点でございます。今後、DX化が進展していく中で、地域のICT拠点としての役割が販売代理店には期待されるのではないかということでございます。

これに対しても、1508行目以降から事業者等の主な意見がございまして、多々ありますが、基本的には前向きな検討の意見が多数でございました。

これを踏まえまして、50ページ目、(3)の本検討会の考え方でございますが、販売代理店による創意工夫の促進という意味では、地域のICT拠点として販売代理店が十分に役割を果たしていくためには、少なくとも意欲のある代理店の、独自商材の取扱いも含めた創意工夫を可能な限り尊重していくような仕組みがあることが望ましいということでございます。もちろん、MNOが独自商材の取扱いを制限する背景には、かつて独自商材が利用者との間でトラブルになったということがございますので、無限定で許容するというのは合理的ではないのですが、例えばブランドイメージを傷つけないといった一定の合理的な制約を前提にして、一定程度、独自商材の取扱いを許容するといったことは、創意工夫を促進する観点から望ましいのではないかとしております。

また、地域のICT拠点としてのさらなる活用という意味で、総務省が今実施しているデジタル活用支援推進事業に加えて、販売代理店のさらなる活用方策について検討することが適当であるとしております。

最後に、51ページ目の「おわりに」でございます。ここでは基本的に業界における自主的な取組に焦点を当てております。やはり技術速度が非常に速い分野でございますので、この報告書が出た後も継続的に新たな課題が出てきて、その都度、対処の必要性が生じるということかと思っております。こうした新たな課題に迅速かつ効果的に対応するには、やはり事業者

や事業者団体が課題を適切に認識し、必要に応じて行政と協力しながら自主的な取組を進めるということが極めて重要だということでございます。特に事業者団体には、行政が制度的措置を講じる前に、業界横断的な自主的な取組を促進するなど積極的に活動し、自浄作用を機能させていくことを期待するとしております。この検討会では、今後、この報告書の提言を踏まえた新たな措置や、事業者等の自主的な取組を通じた自浄作用が適切に機能するかをフォローアップしつつ、必要に応じて新たな課題について検討を行うこととする、このようにさせていただきました。

事務局からの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、ただいま説明のございました部分について、御質問、御意見ございましたらお願いいたします。

まずは黒坂さん、どうぞ御発言お願いします。

【黒坂構成員】 慶應大学、黒坂でございます。私からは意見が2つと事務局への質問が2つございます。

まず、意見のほうから申し上げます。ちょっと冒頭のほうに戻ってしまいまして恐縮なんです。1つ目、11ページのI o Tの話です。行番号で言うと、329から335の辺り。御趣旨は全面賛同でございまして、もう既に着手いただいて、今回も御報告いただいているんですが、諸外国の動向については、引き続きぜひ検討を深めて、分析を深めていただきたいというふうに考えております。これは、諸外国が幾つか先行事例を持っているということもございまして、もう一つは、そういった外国からI o T機器が消費者の手元にダイレクトに、場合によっては直接的に届けられ、サービスを提供される可能性というのが今出ているというような状況だろうというふうに考えます。ですので、この辺りについて、海外と消費者が直接向かい合い結び合うというような状況が発生し得るというようなことも踏まえ、この辺りについて、ぜひ検討を深めていただきたいというふうに考えるものでございます。

コメントの2つ目ですが、50ページ目、ここから最後、御説明いただいたところになりますが、意見としてまず申し上げます。50ページ目の1561から1565、代理店の「地域のICT拠点」としての更なる活用、ここも意見として事務局の考えに賛成するものでございます。本件、非常に重要な節目を迎えているところだろうというふうに考えておりました。この後、とりわけ地方、人口が減少しているようなところを含めて、デジタル・トランスフォーメーションを世の中で進めていくに当たって、恐らく駆け込み寺のような存在に

こういったショップであるとかがなっていかなければいけない、そういうことが期待されている状況で、一方で採算性が必ずしも見込めないというときに、どのように我々はこのキャリアショップを社会の言わば公共財のような形として位置づけていくことが可能なのかというようなことも含めた議論が、それが是か非かということも含めてですけれども、もはや必要な段階に来ているだろうというふうに考えますので、こういったことも含めてぜひ検討を深めていただきたいというふうに考えております。

続きまして、事務局への質問、2点ございますので、お願いいたします。ページ番号で言うと46ページ目に当たります。行番号で1415辺りですね。ここは今回、非常に重要なポイントになろうかと思いますが、①で高額プランの獲得率を評価する指標／その獲得の有無で評価が大きく変動する指標というところがあります。御説明の内容については理解していると思っておりますが、ここで大きく変動するという大きいという形容詞が使われていること、ここが非常に重要ではないかというふうに私は考えます。といいますのは、高額プランであるとか高額商品を販売することによって、言わば事業者の方々が一定程度、通常よりも多いインセンティブを獲得するということ、これそのものは経済行為として必ずしも否定され得るものではないというふうに私は思っています。ですので、ここではどのような大きな変動というのが問題視されるのかということが重要だろうと思っております。この点について、事務局が現時点でどのようにお考えなのか、つまり、この大きい大きさというものをどういうふうに考えておられるのかということについて、御意見をいただきたいということが質問1つ目でございます。

2つ目、ごめんなさい、時間の関係で続けさせていただきます。質問2つ目は、その次のページ、47ページの行番号1449辺り、ほかのところにも若干出てきますが、通報窓口の設置であるとか通報制度を導入するというようなことです。これも趣旨については、私は全く異論はございません。共感するところがございますが、一方で、本件に限らず一般的に、とりわけ公益通報なんかがそうだと思いますけれども、本当に通報者の利益が守られるのか、不利益な状況に置かれないのかということについては、非常に厳格かつ丁寧な運用が求められるところだというふうに思います。ですので、こういった通報窓口をつくり、様々な情報を収集していくということは、ぜひ積極的に進められるべきだという前提の下に、通報者をどのように保護していくのか、あるいは通報の体制をどのように考えていくのか、この点について事務局の御意見をいただければと思います。

私からは以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それじゃあ、2つの質問がありますので、事務局から答えられる範囲で結構ですので、お答えください。

【片桐消費者行政第一課長】 事務局でございます。

まず1点目、大きさでございます。これは、業務改善命令の対象となるのは、業務が「適正かつ合理的ではない」ということが前提になります。したがって、大きさの判断というのは、この大きさが適正かつ合理的かどうか、それがちゃんと説明できるかということが一つのメルクマールになるのではないかと考えてございます。

もう1点、通報窓口の関係でございます。こちら、おっしゃるとおりでございます。窓口に通報したことで通報者に不利益があつてはならないと考えてございます。現時点において、通報窓口をどのようにするかはまだ決まっておりますが、御指摘の点がしっかり確保されるよう、慎重に検討していきたいと考えてございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

今のは黒坂さんだったかな、市川さんだったかな。

【黒坂構成員】 黒坂でした。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、続きまして市川さん、御発言をお願いします。

【市川構成員】 市川でございます。ありがとうございます。

私からはコメント1点でございます。黒坂先生の意見の後ろ側と質問の頭側と重なるところがあるんですけれども、販売代理店のお話でございます。ページで言うと45ページぐらいからになります。まず、方向性につきましては、MNOと販売代理店との構造、それぞれに生じるインセンティブについて踏み込んで書いていただいて、また、公正取引委員会さんとも組んでいる形で書かれていて、このような取りまとめでよろしいかというふうに思います。その上でですけれども、行で言うと1382と1403ぐらいなのですが、基本的に経済行為としてフランチャイズであったり、垂直統合であったり、こういう代理店、あるいは販売店の形を組んで、どういうふうに経済利益を追及するかというお話と、電気通信事業法上守らなければならない話というのは、インセンティブ上、普通にやると相反し得るというのがこのポイントだと思っています。この相反するところをどう考えるかということと、もう一つ加えまして、注41とかに書いてあり、また、50ページの独自商材の話にも書かれていますが、MNOさん自身が販売をするということも出てきている中で、こ

の競争関係と電気通信事業法の保護法益をどういうふうに守ってもらうかというのは非常に易しくない、フランチャイズの歴史を見ても、そうそう易しくはない世界に入ってきているのかなというふうに思っております。その意味でも、今おまとめになられているとおり、47ページのイの継続的な確認体制の整備—ある一定のことを叩きますと、ほかのところが出るみたいに、多分、いろいろたちごっこが続いていくと思いますので—を整備するということと、今もうなされていますけれども、48ページにありますように、公正取引委員会さん、消費者庁さんとかなりタッグを組んで動かないと、こっちを叩いていいのか、あっちを叩いていいのか分からないというようなことが出てきてしまうように思います。易しくない世界で、かつ、黒坂先生もおっしゃったように、ほかの法益となりますが、地域の拠点としてどういうふうに残していくかみたいなことも入ってきますので、まさに何の法益をどこでどう守ろうとしているのかということを整理して進めるということがより大事になってくるというふうに考えております。

以上、コメントでございます。

【新美主査】 コメント、ありがとうございます。

それでは、時間もあれですので、石田さん、最後の発言者として御発言いただけたらと思います。よろしくをお願いします。

【石田構成員】 どうもありがとうございます。

販売代理店の在り方についてなんですけれども、36ページのところで販売代理店に求められる役割というのをすごくしっかり書いていただいてありがとうございます。その中で、やはりこういうことがとても重要だというふうに思います。本当に身近な窓口で消費者が駆け込むところはキャリアショップさんになるんだろうと思いますので、ぜひこういうことが求められているということで、それに対して、ドコモさんが次のページに、今後、高齢者のサポートを行う上でリアルショップのサポート機能は重要で、販売代理店がこうした役割を担っていくことが期待されることから、その役割の変化を踏まえた支援を行ってまいると書いています。そしてまたKDDIさんも、今後、高齢者だけでなく、高リテラシー層も含めたサポートを行う上でリアルショップのサポート機能は相当重要と、このように書かれておりますので、ぜひ、キャリアさんにおいては、こういったような消費者へのサポートを評価項目にさせていただいて、こういうサポート体制がしっかりしているショップがたくさんできるというようなことがあるといいなと期待しております。意見です。

【新美主査】 どうもありがとうございます。

様々な御意見いただきました。どうもありがとうございました。

報告書全体を通じて見てみますと、第2章の1から3のところで様々な御意見ございました。これにつきましては、先ほど事務局から答えさせていただきましたように、一定の考え方をお示ししましたが、これを踏まえて修正ないしは加筆をした上で、パブリックコメントにかけるための案を作成していきたいと思います。パブリックコメントのための案につきましては、私、座長に御一任いただきまして、事務局と相談の上、まとめたいと思いますが、そのような手順でよろしいでしょうか。

異議がございましたら御発言をお願いいたしますが、途中で退出された先生方は皆さん一任しますということで御支持をいただきましたが、今日御出席していただいている先生方、それでよろしいでしょうか。

それでは、御一任いただけるということで、手続を踏まえていきたいと思います。9月をめどに最終的に報告書をまとめますが、そのためのパブリックコメントについては、後ほど事務局から合図があると思います。

本日の議事はこれまでとさせていただきます。皆様におかれましては、非常に熱心に御議論、御検討いただきました。大変ありがとうございます。

それでは、事務局から連絡事項がございますので、よろしく願いいたします。

どうぞ事務局からお願いします。

【関沢消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。

本日御議論いただきました報告書案につきましては、準備ができ次第、30日程度のパブリックコメントを行わせていただき、次回会議にて御報告させていただく予定です。

次回会合の予定につきましては、別途、事務局からお知らせいたします。

以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

また、今日、私のパソコンの調子が必ずしもよくないようで、音声が途切れ途切れになったことを改めておわび申し上げます。

これにて第33回の会合を終了したいと思います。本日は大変ありがとうございました。これにて失礼します。