

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第 64 回）

1 日時：令和 7 年 3 月 27 日（木）10：00～12：00

2 開催形式：W e b 会議

3 出席者

○構成員

新美主査、平野主査代理、石田構成員、北構成員、木村構成員、黒坂構成員、近藤構成員、
長田構成員、西村構成員、森構成員

○オブザーバー

公正取引委員会、消費者庁、独立行政法人 国民生活センター、一般社団法人 電気通信事
業者協会、一般社団法人 テレコムサービス協会、一般社団法人 日本インターネットプロ
バイダー協会、一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会

○総務省

湯本総合通信基盤局長、大村電気通信事業部長、吉田総合通信基盤局総務課長、井上料金
サービス課長、安西消費者契約適正化推進室長、前田消費者契約適正化推進室課長補佐、
瀬島消費者契約適正化調整官

4 議事要旨

【新美主査】 消費者保護ルールの在り方に関する検討会第 64 回会合を開催いたしま
す。

本日は、森構成員から、御都合のため、途中で退席されるという御連絡をいただいております。

なお、本日の会議は、ウェブ方式による開催とさせていただきます。

それでは、議事に入りたいと存じます。第 1 に、提供条件説明に関する利用者理解の向上
に向けた検討状況についてでございます。

最初に、T C A の消費者支援委員長の岩沢様から御報告をいただきたいと思います。ど
うぞよろしくお願いいたします。

【T C A】 電気通信事業者協会でございます。

過去 2 回の会合で御説明しておりました、提供条件説明に関する利用者理解の向上に関
する取組につきまして、事業者間で一定の取組イメージを固めております。本日はそちら

について御説明をさせていただきます。

1 ページ目となります。こちらは今回の取組の枠組みのイメージの再掲となります。です
ので、詳細は割愛させていただきます。

次の2 ページ目を御覧ください。これまでの振り返りでございます。第 61 回の検討会
で、説明は受けたものの、理解ができていないといったことや、契約により支払額が幾ら
になるかが分かりづらいといった課題があり、それに対する具体的な改善提案をいただい
ていたところでございます。その後、第 62 回のときに、早急な取組の実行について皆様か
ら御指摘いただいていたところでございます。

3 ページ目でございます。ここまでの検討会での御議論、消費者団体様への個別ヒアリ
ングでの御意見等を踏まえて、電気通信事業者協会では以下のように考えているところ
です。

お客様がお店に御入店されて御契約に至るまでに、お客様の利用用途の確認、その後、
サービス等の御提案、続いて契約内容の再確認といった各段階がございます。この中で、
入り口のお客様の利用用途の確認ですが、ここについて次ページを御覧いただきたいと思
います。

4 ページ目でございます。入り口でのお客様利用用途の把握につきまして、利用者の通
信サービス利用目的や用途等は単一的なものではございません。一方、各社応対前の事前
ヒアリングをマニュアルに定めたり、ヒアリングシートを作成したりして、お客様の利用
用途等の把握に努めているところでございます。各社の取組については以下記載している
とおりでございますが、詳細は割愛させていただきます。

一方で、出口での契約内容の再確認についてでございますが、各事業者は説明書面や契
約書面の充実、媒体や表示について工夫を行ってきたところです。ただ、サービスの追加
に伴いまして交付が必要な書面が増えてきて、どれが本当に重要なのかというのが御認識
いただけていないと考えております。

例えばガイドラインで定められているような拘束期間における総支払額を説明する書面
など、従前から活用しているのですが、認知度や理解度が高いとは言えない状況にあると
ころです。

これらのものについて、できるだけ早い取組を今回求められていることを踏まえまして、
各社が既存の書面からこれらの契約内容と料金が明記されたものをピックアップして、お
客様へ最後に再提示する運用を実施することで、利用者理解の向上を図るようにしたいと

考えております。

具体的なイメージにつきましては、次のページを御覧ください。6 ページ目、新たな取組のイメージになります。左側のほう、現在、契約前の説明義務、書面交付義務などを踏まえて、多様な書面をお渡ししているところです。この中に料金や契約内容を特に記載した書面がございますが、その認知度は高いとは言えない状況でございます。これらをピックアップして再提示することで、改めて認識いただき、御理解の向上につなげていくという取組となっております。

以上で電気通信事業者協会の御説明を終わらせていただきます。ありがとうございます。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして、質疑応答に入りたいと思います。御質問のある方あるいはコメントのある方、発言希望の方はチャット欄でお知らせいただきたいと思います。どうぞよろしくお願いします。

北さん、どうぞ御発言、よろしくお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。御説明ありがとうございます。

コメントでございます。まず、ヒアリングの件につきまして、既に各社ヒアリングを実施とありますが、今、私の手元に数社のヒアリングシートがあります。これを見ますと、各社ばらばらなのですが、何を聞いているかという、まず来店目的です。これは機種変更なのか、MNPなのか、プラン変更なのか、故障なのかを聞いていまして、その後は、御家族の利用状況です。家族の中の、いわゆるねじれと言いますが、例えばドコモユーザーが来られて、家族でauを使っているとかソフトバンクを使っている人がいれば、そのねじれを発見して、家族丸ごと加入したほうがお得になりますよという勧奨につなげるわけです。同様に、インターネットの利用状況、ドコモ光とかauひかり、どこを使っていますか、他社を使っているならまとめたほうが安くなりますよという勧奨につなげます。あと電気もそうです。その他、エンタメ系、Netflix、Hulu、DAZN、何使っていますかとか、タブレット使っていますか、クレジットカードどこ使っていますか。要は、「お客様の利用用途の把握に努めています」と書かれていますが、ねじれの解消と、モバイル回線以外に何か売れるものがないかを把握することに努めているというのが実態です。

オンラインでの契約に比べて、ショップではプラスワン提案ができる。要は、オンラインで契約する方は、自分の目的だけの手続を終えて出ていってしまうので、ショップに来

られたお客さんには様々な商材が提案できる。その来店された方に対してたくさん売らないと、代理店に課された目標が達成できない。そこで、消費者の十分な理解がないまま、半ば無理販的な販売が行われてしまうということが実態だと思います。

ですので、既に各社ヒアリングを実施、利用用途の把握に努めているという書き方は、ちょっと違和感を感じざるを得ませんというのが一つ。

それから、出口での契約内容の再確認について、従前から、その日店舗で契約した内容が1枚にまとまっているペーパーを作ってほしいと要望しているわけですが、今回、既存の書面からピックアップして再提示するという御提案をされています。

今、私の手元に各社の契約申込書があるんですが、皆さんも御経験おありだと思いますが、枚数が多くて、字が細かくて、非常に分かりづらいですね。これを使ってピックアップされて再度説明されても、理解が促進されるとは思えません。フォーマットは各社ばらばらでいいので、1枚にまとまったペーパーをぜひ作っていただきたいと再度お願いしたいと思います。

以上です。

【新美主査】 コメントどうもありがとうございます。各社さんのアンケートの取り方とか契約書の内容について、いま一度検討してほしいというコメントだと思います。北さんのおっしゃることはなかなか大切なことだと思いますので、ぜひコメントとして受け止めていただきたいと思います。

それでは続きまして、木村さん、どうぞ御発言をお願いします。

【木村構成員】 主婦連合会の木村です。御説明ありがとうございます。

私も同様にいろいろ感じるところがありますが、スマホをはじめとするこういうツールは、本当に高齢者も当たり前利用するということをまず頭に入れて事業を行っていただきたいと思っております。

それで、入り口と出口に関する話ですけれども、先ほど御指摘がありましたが、重要な書類だけピックアップするのは、早急にといったことで、確かにすぐにできるとは思いますが、本当にこれは分かりやすいのかというのは私も懸念しているところです。幾らこれとこれが重要ですよと言われても、分かりにくいものを渡されたら、利用者は見る気になれないし、多分確認できないのではないかと思います。

もう少し言ってしまうと、本当に契約内容が複雑で、例えば店舗に行って、先ほども利用用途把握と資料にもありましたけれども、本当にプランも契約内容も複雑で、利用

者が理解できない契約内容がそもそもおかしいのではないかと私は常々思っておりまして、そこも含めて、早急にできることはすぐに、そしてきちんと検討して、利用者がきちんと契約内容を把握できるようにすること、それで、入り口、出口だけではなくて、利用している間もきちんと自分がどういう契約をしているのかということが分かりやすく把握できるようにしていかないと、トラブルは減らないと思いますし、それは利用者にとっても事業者にとってもマイナスな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。ユーザーの立場に立ってのいろいろな情報提供を考えるべきだというポイントだと思います。

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。よろしくお願いいたします。

私も北構成員のヒアリングの話で、その人の目的に合ったヒアリングが行われていない、事業者サイドのヒアリングになっているということは気になっているところです。

高齢者の場合ですと、使えなくなったとか、遅くなったとか、故障じゃないかということとで出向いていく方が、多いですが、端末を機種変することになった場合などは、その方がどういうものを求めているかという辺りをヒアリングしていただきたいと。消費者側のヒアリングをきちんとしていただきたいと思います。

それと、最後のところですけども、勧められていく中に、タブレット必要、セキュリティソフトも入れたほうがいいとか、スマートウォッチも勧められたりして、いい思っていたけれども、最終的に高額になっていたという方がいらっしゃいますので、契約内容の最終確認というところは、料金は月額幾ら払うとか、2年で返すプログラムだったら2年目以降はどうなるとか、払う月額料金が増えていくとか、1か月目に払う金額と2か月目からはどうなるかと、全ての契約がきちんと分かるようにしていただきたいと思います。あと確認ですけども、その段階で、ちょっとこれだと無理なので見直しますということとで、また元に戻って、これは要らない、あれは要らないということができないと、最終確認画面があっても、確認のシートがあっても仕方がないので、そういうことができるようになっているとは思いますが、確認させていただきます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、近藤さん、よろしくお願いいたします。

【近藤構成員】 私は3年前に横浜から香川県に移住しまして、近所に、歩いて行ける

ところにはショップもないし、そもそも我がまんのう町にはショップがありませんので、隣の町に行って契約しないといけないということで、車を運転しない私は、昨年、初めてオンラインで契約の更新にトライしました。

そうしますと、電話でやり取りをして、かつ、契約書類は郵送で送られてくるんですが、今日はそれについて、どこと申し上げるのは申し訳ないですけども、そもそも契約書類の字がすごく小さいんですね。御契約いただいた約款はというのが、ホームページのURLが書いてあるんですが、紙なので、このURLを全部入力せよと言うのかと驚きました。

契約のもろもろの内容も、細かくは申し上げませんが、ほとんど外国語です。日本語ですよ。だけど、データシェアの利用は合計30ギガまでとか、分かる人は分かりますが、なかなかシニアには分かりにくいのではないかなと思います。

それで、支払い回数とかもろもろ書いてありますが、これを見て初めて私は、えっ、これが私の契約した内容なのかとびっくりしたような次第でございます。

ある程度経験のある私でも、間もなく70歳になりますけど、なかなか混乱するので、もうちょっと契約の書類を分かりやすいものに改善していただけるようにしていただけたらうれしいなと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、長田さん、どうぞ発言をお願いします。

【長田構成員】 長田です。ありがとうございます。

今までの委員の皆さんの御指摘、ごもっともだと思って伺っておりました。同じような話になりますけれども、まず入り口のところのヒアリングは、消費者側のニーズについてのヒアリングをすべきで、何を勧誘できるかというためのヒアリングは不要だなと感想としては思いました。

最後のところですけども、皆さん御指摘のとおり、そもそもある契約内容の読みにくい書類を、これとこれとこれというふうに見せていただくというよりは、私もずっと仕事をして、勤めていたというか通っていた頃、渋谷のショップなどでは、手書きで、契約者である私自身が気をつけなければいけないようなこと、それから、その頃はお試してみたいのがあって、1か月間お試しをして、その後、自動的に本契約になりますというような場合は、要らない場合は何月何日までに御連絡をお願いしますとかというのは、きちんと分かりやすく、そして大きな字で書いたものを最後に見せてくださいますと、これはお忘

れにならないようによろしくお願いしますみたいに言っていただいて、そのとき幾らになるのかとかということもきちんと説明していただいて、そういうことを実際にやっていらっしゃるショップもあるわけで、せめてそこを学ぶようなところまでは、きちんと基準を上げていただきたいなと思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

続きまして黒坂さん、どうぞ御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 慶應大学、黒坂でございます。

ほかの構成員の皆様とほぼ同じ話になってしまいますが、やはり今、長田構成員からもお話があったとおり、既にベストプラクティスに取り組まれているところ、独自にやられているところがあるのではないかと思いますので、それをまずしっかりと調べていただいて、共有可能なものは共有いただきたいということが一つ。

もう一つは、料金・契約内容をぱっと引っ張り出してきてということは、趣旨は分かりますが、まず消費者側から見ても、その前に説明されたことと改めて最後に説明されたことが一致しているかどうかで、分からないはずですね。なので、逆に混濁させないように説明の仕方が恐らく、これをやるにしてもあるだろうと。項目を絞るであるとか、あるいは、ここは後でもう1回説明しますねということを事前に言うであるとか、こういったことを少し丁寧に設計いただく必要があるだろうと思います。

これをきちんとやっていただくことは、消費者だけではなく、ショップの店頭の方々の便益にもつながっていく。つまり手間が発生してしまうわけで、もともと消費者行政の中で、いかに店頭の手間を減らし、消費者も、事業者の皆さん、ショップの皆さんも負荷を下げていくかということをやっていたところもありますので、ここが、もちろん新しいことをやる以上、マイナスになるということはなかなかないかもしれませんが、かといって、新しいことやるからプラスにいたずらに時間を増やしたり手間を増やしてもいいんだよということでもない。ここをきっちり工夫していただくということがないと、先祖返りすると思いますので、ぜひこの辺りは御留意いただいて設計いただければと思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは森さん、どうぞ御発言をお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。いろいろ説明方法の工夫ということをしていた

だいていて、先生方の御指摘のとおりだと思います。

私から申し上げたいのは、前回の繰り返しになりますけれども、説明の問題じゃない部分というのがあってと思います。パッケージの問題です。例えば、先ほど石田さんから、最後に幾らかかって、総額としてこうなんだということを示すべきであると。全くごもつともで、それをやっていただきたいと思います、そのとき、その最後に示す瞬間のことをお考えいただけますと、そこに、月額幾らです、終わりみたいなことではなくて、月額幾らですけれども、こういう条件で割引になっていって、解約したらそのときに残債が発生します、残債の計算はこれこれこうですみたいな話になりますと、結局それは最後に示していただいても分からないわけです。

なので、しっかり説明ということに関してはもうかなり高いレベルでやっていただいているのではないかなと思っていて、それがミステリーショッパーの結論でもあるわけですし、ちゃんとやっていただいている。しかしながら、消費者が分からないというのは、それは結局、なかなか説明していただいても中身が難しいと分からないというシンプルな問題があるかと思いますので、中身のほう、実態のほうをシンプルにさせていただくことが求められているのではないかなと思っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

ほかに御発言を御希望の方はいらっしゃいませんか。

今、最後の森さんのところにもありましたように、説明、情報提供をしっかりやっているかもしれないけども、それが本当に受け手の側にとって適切な情報が分かりやすく伝わっているかという点は、もう少し検討されるべきだということが言われていると思います。これは皆様方からの発言の中でもそうだったと思います。

私もいろいろところで講義したり講演したりしますが、中学生相手の講演と、大学生相手の講義と、それから大学院生の講義とでは、同じことを言う場合でも、かなりあれこれと工夫を凝らすということをやった経験があります。やっぱり分かってもらえる、誰に対しての情報発信かというのをまず考えていただくのではないかなというのが皆様方からのコメントだったと思います。この点、努力は多とするけれども、もう少し工夫してほしいという御要望が多かったと思います。

特にこのテーマについて、ほかに御発言がなければ、次の議題に移りたいと思います。

続いて2番目の議題といたしましては、報告書 2024 フォローアップについてでございます。

ます。事業者ヒアリングを開始したいと思います。質疑応答については、全ての事業者の発表が終わった後に行いますので、そのつもりでいただけたらと思います。

まず事務局から、ヒアリングの概要説明をいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

【前田消費者契約適正化推進室課長補佐】事務局でございます。資料2－1「事業者ヒアリング実施概要」を御覧ください。この場では、各事業者様をお呼びいたしまして、昨年取りまとめをいただきました本検討会の報告書2024の内容について、その後実施したガイドライン改正の内容も含めまして、各社対応状況についてヒアリングを実施します。

ヒアリング項目につきまして、1ページ目にお示ししてございます。まず1番目、電話勧誘に関する適正性確保の取組状況等についてでございます。こちら、前回会合の議論を踏まえまして、質問を追加をお願いしているところであります。

2番目以降が、オンライン契約に関する項目となっておりまして、まず利用者の適切な理解を促進する方策といたしまして、最終確認画面の設置を記載したところでございますので、そちらの対応状況。

そして3番目、画面がダークパターンとならないように留意した対応状況。

そして4番目、契約手続のDXに対する対応状況。

最後、5番目、ナッジを活用した適切なプラン選択の推進といたしまして、利用者同意の下、データ通信量等の利用実績を通知するサービスの提供に関する取組状況等について、各社から御説明をいただきます。

次のページに、本日お呼びいたしております事業者様をお示ししてございます。本日、一番最初に、東日本電信電話株式会社・西日本電信電話株式会社様からプレゼンいただきまして、以降、この順番で御説明のほどいただく予定としてございます。

事務局からは以上です。

【新美主査】ありがとうございます。

それでは、ただいま示していただいた順序で御発表いただきます。

まず最初に、西日本電信電話株式会社パートナー営業部門長の牧原様から御説明いただきたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

【西日本電信電話株式会社】NTT西日本の牧原でございます。では私のほうから、NTT東日本並びに西日本の取組について御説明を申し上げます。

次のスライドをお願いいたします。まず、本日の御説明の範囲でございます。前段

になりますけども、我々NTT東西では、お客様が安心してサービスを御利用いただけるよう、消費者保護ルールを遵守しております。

本日は、ヒアリング項目の中にもございましたが、販売代理店の電話勧誘を中心にお話をさせていただきたいと思っています。ちなみに、この対象のところにつきましては、主にビジネスで御利用される方ということを御認識いただければと思います。

では、この後、①、②、③、④の項目についてお話をさせていただきます。

次のスライドをお願いいたします。まず1点目です。電話勧誘を起因とする苦情の推移です。下段に構成員の皆様には詳細な数値をお示ししておりますが、結論から言いますと、書面交付義務など消費者保護ルール遵守に向けた取組を我々はしっかりやってきた結果、前期に比べて半数近く減少してございます。

今度は、中身の話になりますが、主な苦情理由は、お客様への説明不足、それから接客対応時の不備、この2つに分けられますが、特にお客様への説明不足、この点については大きく減少していることを御報告いたします。

次のスライドをお願いいたします。今度は2点目、販売代理店への指導状況ということです。私ども、代理店に対して、お客様への説明不足あるいは接客対応上の不備を改善すべく、年2回CS研修を実施してございます。この中のお客様への説明不足の解消については、モニタリングによる実態確認、あるいは、往々にして発生しやすい高齢者対応についてを中心に取り組んでございます。

下段にその内容を模式化していますが、CS研修についてはこの5つの項目、それから先ほど申し上げましたモニタリングは、具体的に消費者保護ルールに関するガイドラインで定める対応ができているかどうか通話録音データで確認している。あるいは、高齢者対応については、架電時に年齢確認をしているかどうか、この辺りのチェックをしてございます。

次のスライドをお願いいたします。今度は、販売代理店へのモニタリング調査状況ということで、私ども主導の下、電話勧奨における対応についてモニタリングをしています。ここは構成員の皆さんには詳細が出ていますので、内容を御確認いただければと思います。

次のスライドをお願いいたします。今度は、販売代理店による販売二次代理店へのモニタリングということで書かせていただいていますけれども、具体的に優良事例が出ています。詳細は構成員の皆さんにお示しさせていただいていますが、AIを活用したことによって非常に効率的にできるという優良事例が出ていますので、この辺り、水平展開につな

げてまいりたいと考えてございます。

次のスライドをお願いいたします。4点目、販売代理店の適正性を確保するための措置ということです。ここにつきましては、先ほど申し上げていますお客様への説明不足の解消、それから接客対応上の不備の解消、この2点について取組をしてまいります。

C S研修において、苦情が少ない優良販売代理店の取組について水平展開をしておりますし、この辺り、具体的に解消ができるように、今のモニタリングチェックシートに、応対に関する項目を追加して、さらなる向上につなげてまいりたいと考えています。

下の表が、実際の代理店のお客様対応上の動きです。まず最初に、ニーズを把握する担当者がいて、その後クロージングをしていくことになる。それぞれのポイントで実施していることを記載しておりますのでご確認をお願いします。

次のスライドをお願いいたします。最後に、まとめでございます。私どもNTT東西としては、消費者保護の観点から、よりお客様に安心してサービスを使っただけのように、今後もガイドライン遵守を図るべく、しっかりと取組をしてまいります。

また、お客様に御満足いただけるサービスを提供していく上で、重要なパートナーである販売代理店、彼らともしっかりと連携しながら、さらなる改善に努めてまいります。

以上、NTT東西からの取組の説明とさせていただきます。御清聴いただき、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した。

それでは続きまして、ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社渉外室室長の中尾様から御説明いただきたいと思います。どうぞ中尾様、よろしくお願いします。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 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。発表させていただきます。

今回、電話勧誘の項目についての御説明になります。まず初めに、弊社に関しましては、F T T Hサービスの御提供をさせていただいておりますが、会社として、自社ショップですとか家電量販店様を持っているということではないというところで、サービスの拡販につきましては、自社のホームページでの販売に加えて、販売代理店への委託を行っております。

先般、2022年の省令改正におきましては、マニュアル類を改定し、対応してございます。こちらを販売代理店への周知ということで、現在、対応を行っております。

その後の変化というところにつきましては、新たな販売代理店の稼働に伴い、不慣れな

点から一時的に苦情が発生する事はございますが、その後、是正指導により抑制しております。

次のページをお願いいたします。販売代理店への指導体制というところですが、まずは代理店への研修の実施について御説明させていただきます。販売代理店へ委託を開始する際には、全ての販売担当者に対し研修の受講を義務づけております。法令変更があった場合、先般の省令改正等もそうですが、不定期で研修を実施しております。契約をしてから稼働するまでには必ず研修を受けるところになっております。右側の直近の研修実施状況というところで、構成員の皆様限りとなっておりますが、直近で行った研修の日程と代理店の参加数を記載させていただいております。

次のページには、具体的な是正指導のフローを構成員様限りで記載してございます。

次のページをお願いいたします。勧誘状況のモニタリングにつきまして、このページに記載してございます。弊社では、販売代理店に対する定期的な監査を実施しておりまして、法規定等の遵守状況を確認してございます。違反があった場合には改善指導を実施するというところになっております。

また、電話勧誘を行っている主要なサービスにつきましては、苦情の多い代理店経由でお申し込みいただいたお客様を中心に弊社から御連絡をお客様宛てに行いまして、不適切な対応がなかったかの聞き取りを行っております。

不適切な対応についての御申告があった場合には、内容を確認した上で代理店への指導を行い、悪質な場合には稼働停止などの処分を行っているところでございます。

また、配慮が必要なお客様への対応といたしましては、弊社では70歳以上を高齢者様と定義しまして、御契約時に高齢者様であると判断した段階で、御家族様が同席しての説明ですとか、別途御家族様へ御説明することを提案しているというところに加えて、当然ではありますが、意思疎通困難な方への勧奨は禁止しているというところになります。

次のページをお願いいたします。こちらが勧誘状況のモニタリングということで、監査フローを記載させていただいております。

次のページをお願いいたします。代理店における電話勧誘の適正化の確保のために講じている措置といたしましては、電話での勧誘を行う代理店に関してお困りごとがありましたら、専用の問合せ窓口にご連絡くださいということで、代理店入会相談ホットラインを設置して対応いたしております。

この窓口を周知してお電話いただくために、以下の対応を行っているというところにな

ります。こちらの勧誘に関するお客様の御意見を迅速に収集することで、苦情の件数を減らすということを目指してございます。

イメージと書いてある内容がお客様に露出させている内容となりまして、下段に書いてあります①、②、③というのが露出している場所になってございます。

次のページは、ヒアリング項目の各項目の御回答ということで記載させていただいております。

御説明については以上になります。

【新美主査】 どうもありがとうございました。

それでは続きまして、ビッグローブ株式会社渉外広報部長の村松様から御説明いただきますと思います。どうぞよろしくお願い致します。

【ビッグローブ株式会社】 おはようございます。ビッグローブ株式会社、村松でございます。

では御説明いたします。本日の御説明事項ですけれども、ページめくっていただきまして、主に5点、御説明できればと思っております。事前にヒアリング項目としては7項目ほどあったかと思っておりますけれども、資料の構成上、5つにまとめて御説明できればと思っております。

次のスライドをお願いいたします。まず、今回はF T T Hの電話による勧誘ということにフォーカスしての御説明になりますけれども、規律の導入前後及び前回の報告ですね、2023年11月以降の比率の推移ということで、実数は構成員の皆様方には表示しておりますが、数字としては横ばいという形になっております。

この数字の計算方法については、枠外の注釈に書いておりますけれども、苦情の比率の計算は、電話勧誘に関する苦情の件数に対し、もともとある分母の部分は、電話でお申込みをいただいた件数ということで計算をしております。苦情はいただきますが契約に至らなかったお客様というのも当然いらっしゃいますので、契約いただいた方の中でこの数字が実際に苦情だったということではなくて、実際には、電話をかけたお客様全てを対象とすると、この発生率はさらに下がってくるということだと思っております。

この絶対的な数字の多い少ないということをあまり議論するつもりはなくて、この推移が減っていつているのか増えていつているのかというところを見ないといけないんだろうなと思っておりますけれども、残念ながら現在の段階では横ばいという状況でございます。

横ばいの原因といたしまして、こちらに記載しておりますけれども、契約前の説明書面

を契約確認書という名前でお送りしてしまったという、これは当社のちょっとした手違いですけれども、それを見たお客様が既に契約をされてしまったという勘違いをされて、苦情に至ったというものもこの中に含まれておりますので、この点につきましては、書面の名称を変更したという対処をいたしております。

それから、苦情全体に占める代理店苦情の割合、こちらのほうに円グラフで示しておりますけれども、こちらに記載のと通りの比率となっております。

では、次のスライドをお願いいたします。電話勧誘の適正性確保のために講じている措置と販売代理店指導の状況ということで、こちらは1年ほど前に御説明した中身と大きく変わっておりませんが、今年度新たに開始した中身としまして、2番目の、ちょっと太文字になっておりますが、販売担当者向けまで対象を広げた研修ということで、これまでは業務管理者を経由して販売担当者への研修を行っていただいていたのですが、今後は事業者自身も販売担当者に研修をする必要もあるだろうということで、販売担当者への直接的な研修というものも新たに導入しております。

次のスライドをお願いいたします。電話勧誘を行っている販売代理店に対するモニタリング実施状況ということですが、これは従前から実施しておりますので、必要に応じてモニタリングを実施しておりますということなのですが、新たな取組といたしまして、モニタリングの結果によって、代理店に指導するだけではなくて、代理店の評価にもつなげていこうということで、成績に応じたインセンティブなんていうものも一部反映させていこうかなという取組を実施しております。

次のスライドをお願いいたします。苦情に至った原因ですが、ここは今さらという感じかもしれませんが、申し上げますと、電話勧誘の特性（難しさ）というものがあろうかと思えます。電話を聞いてもらうためのきっかけづくりが必要ですか、顔を見てお話ができないので、お客様が理解されているかどうかを表情から把握できない。または、電話に出ていただいた方が高齢者である確率が非常に高いというようなものが電話勧誘の難しさということで挙げられるかと思えます。それに対してきっちりとした対応ができていないので、安くなると言われたのに安くなっていないとか、事業者が変わるとは思っていなかった、高齢者からの苦情が多いということにつながっているんだと当社のほうでは考えております。

今後の対策といたしまして、先ほど申し上げました電話勧誘の難しさを踏まえた対策をしていこうということで、お客様の御利用環境を聴取する基本ヒアリングシートを新規に

整備して代理店で活用するというのを、来年度早々に取組を開始したいなと思って、今、検討を進めております。

具体的なイメージは次のスライドに記載しておりますけれども、こういった中身のものをヒアリング項目に加えて、説明漏れがない、お客様の利用環境に応じた御説明ができるようにという取組を進めてまいりたいなと思っております。

それから、高齢の方ですけれども、説明書面の代替的な手段、ショートメールで送ってもらうほうがいいという部分も含めて、高齢者の方へは、代替手段を選択された場合でも、書面の郵送を必須化ということにしたいと思っています。

最後になりますけれども、お問合せのA I 分析を試行中でございます。これはテレマに限らず、全ての販売方法でございますとか、コールセンターにお問合せをいただいた、クレームかどうかに関係なく、お客様からいただく全ての電話についてA I で分析を行って、その中から傾向ですとかを分析していくと。もちろん1件1件のお客様の対応は丁寧に行いますけれども、何かを解決していくというときには、より多数のデータを見ながら、何が原因なのかという根本的なものを見つけ出して解決していくということが必要で、これに非常に手間も時間もかかるものですから、A I を分析して、何かいい検証ができないだろうかというところを今、開始したところでございます。まだ開始したばかりなので、具体的にこういったことができたということは御報告できませんけれども、今後実施してまいりたいなと思っております。

簡単でございますが、以上のとおりとなります。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは続きまして、株式会社N T T ドコモの料金企画室長の大橋様から御説明をいただきたいと存じます。それでは大橋様、よろしくお願いします。

【株式会社N T T ドコモ】 N T T ドコモの大橋でございます。それでは、資料2－5に基づきまして、当社からの御説明をさせていただきます。

1 ページでございます。こちらから、固定系サービスの電話勧誘時における苦情の状況等について御説明をしております。

まず左側でございますが、ドコモ光の苦情の発生状況をお示ししております。数字で御覧いただきますとおり、省令改正前から現在まで、変わらず低い水準で推移しているところです。また、苦情に至る主な要因などを記載しているところでございますが、件数自体がそれほど多くないという状況ですが、このような形になっております。

右側は代理店への指導の状況として、対応マニュアルや電話対応専用書面などを用意して対応しているところです。

2 ページでございます。電話勧誘のモニタリングについて、こちらのスライドで御説明をしております。電話勧誘においては、全ての対応の録音をしております、全ての代理店に対して、ランダムで対応音声の提出をしていただいております、この内容を当社のほうで確認をしております。こういった取組を通じて、不適切な案内などは確認されていないというところです。

3 ページでございます。今後に向けてというところですが、当社の電話勧誘における苦情の発生状況は低い状況で推移しておりますけれども、引き続き電話勧誘の適正化の取組を進めてまいりたいと考えております。

今後の検討ですけれども、当社をかたる電話勧誘に関する苦情が一定程度発生しているところでして、我々のほうに、これは本当にドコモからの電話なのかということの事実確認の問合せも増加しております。また、業界全体として苦情が減少していないということ踏まえ、アウトサイダーも含めた適正化に向けた取組が必要であると考えているところです。

4 ページでございます。こちら、オンライン契約における最終確認画面に関する取組の御説明です。2024 年 11 月 1 日から最終確認画面を拡充しております。これまではお支払い金額や毎月のお支払い額をお示ししておりましたが、そちらに、特にユーザーに重要であると考えられるこちらの 4 項目ですね、通信品質や利用制限等について、改めてお伝えする画面を設けさせていただいております。

5 ページでございます。ダークパターンへの対応について御説明いたします。まずこちらは社内のチェック体制となっております。オンラインサイトを構築する際には、事業部門やシステム部門がまずどのような設計にするかというのを考えることになってきますけれども、それにおいては、お客様からのいろいろな声を踏まえた改善、並びに、右側になりますけれども、法務や制度の部門において法令の適合の確認などを行いながら、適切な画面をお示しするようにしております。

また、右下ですが、一般社団法人ダークパターン対策協会にも当社として加入いたしまして、業界全体としてこういったものが排除されるように取組をしているところです。

6 ページでございます。消費者保護ガイドラインにおいて望ましい例とされているものについて、項目ごとに当社の対応を記載しているものでございます。上段は 4 ページに記

載しておりました最終確認画面のものです。下段は、フィルタリングサービスについてはデフォルトで設定するという形のものでございます。

画面イメージは7ページのとおりとなっております。

8ページでございます。一方で、不適切な例ということで、こういったことをしないよという例示が幾つかござっております。料金プランや有料のオプションなどはデフォルトの設定では選ばないよといったようなことが示されておりますが、その内容に沿った対応をしているところです。

具体的には9ページ以降になりますけれども、料金プランのデフォルト設定はしないよあるとか、有料のオプションについては申し込まないよデフォルトにするよといったことを行っております。

10ページでございます。こちらにも割引の適用条件は隣接して記載するなどの取組を行っているところです。

11ページでございます。契約手続のD Xについて御説明いたします。まず、重要事項説明については、ウェブで来店予約をいただいた際に、動画で確認をいただくと、店頭において改めての説明を省略することができるような取組を行っているものです。

12ページでございます。電子交付の優先推奨についての取組です。こちら、消費者保護ガイドラインの改定を踏まえて、24年12月から全国で実施しておりますけれども、その際にガイドラインにおいて示された項目を留意の上、対応しているところです。まだ開始して間もないということもありまして、現時点で苦情等は確認できておりませんが、引き続き動向を注視しながら適切に対応してまいりたいと考えております。

13ページでございます。今申し上げた電子交付の優先推奨に関する留意点等について、重要事項説明ツールにおいてもこのように明示をして表示しているものでございます。

14ページでございます。最後に、ナッジを活用した適切なプラン選択の推進ということで、マイドコモのアプリにおいて通知をオンにしている方に対しては、先月のデータ通信量並びにご利用料金をプッシュで通知するというものを実施しております、こちらを御案内させていただいているものです。

当社からの説明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、KDD I 株式会社の渉外・広報本部副本部長兼渉外統括部長の山本様から御説明いただきたいと思います。どうぞ山本様、よろしくお願いします。

【KDDI】 KDDIの山本です。それでは、資料2－6で御説明させていただきます。

本日の御説明事項でございますが、スライドの1、5点でございます。これは事務局様からお示しいただいたテーマでございます。これに沿って御説明をさせていただきます。

スライドの2をお願いいたします。こちらは電話勧誘に関する適正性確保の取組状況という形でございます。ご高齢のお客様につきましては、口頭でのお申込みではなく、申込書の受領によって登録するという丁寧な対応を継続しております。

特に65歳以上のお客様、あるいは、口頭ではなく申込書の送付を御希望のお客様に対しては、電話で御説明した内容を記載した書面を送付し、押印済みの申込書を返送いただいた後に契約を登録するという丁寧な対応をしております。さらに、70歳以上のお客様には、これに加えて、ご家族様の同意を直接確認して、契約処理を行うという形を取っております。

スライドの3をお願いいたします。これは弊社、auひかりサービスの提供構造についてでございます。auひかりは、いわゆるアクセス回線を弊社が提供する一方、プロバイダーさんは、弊社を含めて複数社から選択可能になっております。これは多分、弊社だけではなく、他の固定ブロードバンドも同様かと思えます。

お客様の選択肢が増えるというのが、お客様にとってのメリットである一方、やはり複数になるとどうしても分かりにくいということになってしまいます。そうしますと、お客様は、問合せをしたいときに、どこに問合せをしたらいいのだろうかとお困りになることもございます。

したがって、問合せ窓口を説明書面や契約書面にしっかりと記載し、御説明するようにしております。例えばプロバイダー様が弊社でない場合の問合せが誤って弊社に入った場合は、しっかりと弊社のお客さまセンターにて適切な窓口を御案内するといった対応も行っております。

続きまして、スライドの4をお願いいたします。こちらは代理店様への対応でございます。代理店様に対しまして、弊社が独自に作成したルールブックで法令等の理解を深めていただくほか、電話勧誘の場合の音源のモニタリングをしております。また、代理店様が使用する電話番号をしっかりと弊社のほうで管理しております。

もしお客様からの苦情があった、それが代理店様の対応に瑕疵がある、こういったことが明確になった場合には、販売活動の停止や改善に向けた研修などを実施しております。

続きまして、スライドの5をお願いいたします。こちらは、先ほど申し上げました番号の管理で、お客様から申告いただいた番号が、弊社が保有している管理する番号に該当しなかった場合、いわゆる弊社代理店を名のるようなアウトサイダーといった場合は、厳正に対処してまいります。具体的には構成員限りとさせていただいてございます。

ページをめくっていただきまして、スライドの6をお願いいたします。こちらはオンライン契約における対策でございます。オンラインの場合は、最終確認画面を弊社としても設けてはいたのですが、なかなかお客様に認知されていないというところが一定数ございました。したがって、ユーザーインターフェース、利用のお客様の画面とか操作性などを改善するなどによって、認知度向上の取り組みを進めているところでございます。特にご注文内容の最終確認をお願いするというのをはっきりとお示しするという形で対応しております。

続きまして、スライドの7をお願いいたします。こちらはダークパターンへの対応でございます。ダークパターンにつきましては、社内のチェック体制のさらなる強化に取り組むとともに、特に社内の関連部門横断で対応方針を策定し、これを通信だけではなく、通信以外の領域、弊社が扱う様々なデジタルプロダクトがございまして、こういった部門にも拡大することを想定しております。

続きまして、スライド8、こちらでもダークパターンへの対応の続きでございます。特にガイドラインに記載いただいている望ましい例、それから不適切な例を踏まえて、既に対応済みでございます。

具体的には、先ほど申し上げました最終確認画面ですとか、料金とか品質、利用制限など、あるいは初期契約解除など、こういったところ、あるいは受付窓口などを分かりやすく表示することを心がけるほか、青少年フィルタリングなどについてもしっかりとデフォルト対応しております。

これは次のスライドの9と10、11、こちらに望ましい例、それから不適切な例への対応といった形で、先ほど申し上げました最終確認画面ですとか、フィルタリングについてはしっかりとデフォルトオンにするとか、あるいは、利用実態に関係のないような料金のデフォルトをしないようにすると。こういったところの取り組みを既に行っているところでございます。

続きまして、スライドの12をお願いいたします。こちらは契約手続のDXへの対応でございます。このスライドの内容は以前もプレゼンさせていただいたところでございますが、

オンラインとオフラインの併用といった形で契約手続を効率化するという取り組みでございます。

まず、お客様が来店される前に、オンラインで料金プランなどを事前を選択していただいて、事前にどんなプランが欲しいかとか、そういったことをあらかじめ御検討いただいた上で、店頭で御来店いただき、しっかりと気になるところをショップスタッフに重点的に御相談いただいております。こういったクイックお手続きというものをこれまでも提供しているところでございます。

スライドの 13 をお願いいたします。ここをしっかりとお客様に御案内できるように、お客様には、先ほど申し上げましたように、料金プランのシミュレーションですとか端末の選択ですとか、あるいは重要事項説明の内容などもできるだけ事前に御確認いただくということと、代理店様でもしっかりとこの辺りを漏れなく確認いただくように指導を徹底しているところでございます。

こういった取り組みによりまして、事前にお客様のほうで入力いただいた内容をしっかりと店頭でも確認いただく。御不明点がないかどうかをしっかりとお客様に対してショップスタッフからお声がけいただいた上で対応いただく。こういったことをしっかりとマニュアル化して対応しているところでございます。

続きまして、スライドの 14 をお願いいたします。こちらは電子交付の優先勧奨についてでございます。代理店様に対しまして、電子交付の優先勧奨の適切なトーク例をしっかりと周知しております。特に明示的な承諾をお客様からいただくように、さらに、マイページの閲覧方法をしっかりと丁寧に御説明いただく。こういった指導といいますか、代理店様に対して適切に対応いただくような取り組みを進めております。

一番下にも書いておりますけれども、お客様がどうしても紙を紛失してしまう、書面の場合はなくしてしまうということもございます。あるいはショップスタッフの負荷軽減ですとか、情報漏えいのリスク軽減にも寄与することから、弊社としましては継続して電子交付の優先勧奨を議論いただいて、早期に電子交付のデフォルト化を実現していただきたいと考えているところでございます。

最後、スライドの 15 でございます。これはナッジを活用した適切なプラン選択の推進についてでございます。まず、お客様の同意をいただいた上で、御利用状況の通知を行っております。また、これとは別に、様々なタイミングにおいて、お客様のご利用実績や料金プラン見直しの通知を御案内さし上げているところでございます。

特にお客様のご利用料金やデータ通信量の実績確定を通知させていただいております。その画面のイメージがこの左下のところがございます。こういったお客様の実績に基づいたご案内あるいは料金プランの診断、これは右側のほうでございますが、お客様に適切な料金選択をしていただくため、これもチャットなどを用意いただきさせていただいて、しっかりとお客様のニーズに合った提案をさせていただくという取り組みを進めているところでございます。

以下は書面での回答になりますが、本日のプレゼンは以上でございます。ありがとうございました。

【新美主査】 御説明どうもありがとうございました。

それでは続きまして、ソフトバンク株式会社の通信サービス統括部長の山田様から御説明をいただきたいと存じます。どうぞよろしくお願いいたします。

【ソフトバンク株式会社】 ソフトバンクの山田です。資料2-7に沿って御説明いたします。

1枚おめくりください。前回のヒアリングでもお示しいたしましたがけれども、私どもとしましては、お客様の声を真摯に受け止め、製品やサービスの改善に努めております。

1枚おめくりください。本日はフォローアップということで、この5点について順を追って御説明いたします。

1枚おめくりください。まず、電話勧誘に関する適正性確保についてでございますけれども、従前、当社につきましては、電話での御案内を希望されるお客様に限り、電話勧誘をこのような形で実施しておりまして、不意打ち的な電話勧誘は行っておりません。このように電話勧誘の形態をあらかじめ制限することで、苦情の発生率をできるだけ下げるように努めております。

1枚おめくりください。さらに、電話でのやり取りということで、そこは対面とまた異なって、表情が見えにくかったりということもございますので、御説明については十分気を遣う必要があるかと考えております。そういったことで、実際に電話勧誘の対応をする代理店様に向けましては、別途、電話勧誘のマニュアルを個別に整備したり、また、右側にあるような定期的なモニタリングを行うことで、品質の確保に努めております。

1枚おめくりください。次に、オンライン契約における利用者の適切な理解を促進する方策でございますけれども、まず、最終確認画面を設けると。これは当然ですけれども、そこでお示ししている項目としましては、やはりまずは料金、それと、問合せの多い事項

ということで、特に、いつ配送されるのかといった配送の件であるとか、あとは返品・交換確認措置、この辺りのものがオンラインの契約において問合せが多い事項となっておりますので、料金と併せてこのようなお客様の声を踏まえた上で再掲することで、スムーズなオンライン契約ができるような仕組みをつくることに取り組んでいるところでございます。

1枚おめくりください。ダークパターンへの対応ということでは、1枚イメージ図を貼っておりますけれども、特定の料金プランに誘導がなされない、フラットにということで、このようなお客様に誤認を与えないような表現に努めております。

また、この記載の方法につきましては、弁護士であるとか社内の法務部門、あとカスタマーサービスの部門等による社内チェックを行っておりまして、こちらは今後も継続して努めてまいります。

1枚おめくりください。契約手続のD Xということで、こちら、ドコモ様やKDDI様からも御説明がありましたけれども、当社につきましても、ショップ来店予約後に、重要事項説明等の動画の事前視聴を御案内して、お客様の御都合に合わせて店頭での説明を省略すると。そのようなことができるような御案内をしております。

1枚おめくりください。ナッジを活用した適切なプラン選択の推進という点につきましては、当社のサービスで料金プラン見直し診断というのがございまして、こちらにお申し込みいただいたお客様に、お客様の御利用状況を踏まえたおすすめプランの御案内を定期的に行うといったようなサービスを提供しております。こちらでお客様の実際の利用状況と料金プランのミスマッチをできるだけ防ぐような取組を行っております。

1枚おめくりください。再掲になりますけれども、9ページ目は、このような形で取り組んでまいりますので、引き続きいろいろと御指導いただければと思っております。

弊社の説明は以上です。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した。

それでは続きまして、楽天モバイル株式会社の渉外本部政策渉外室長の小田様から御説明いただきたいと存じます。どうぞよろしくお願い致します。

【楽天モバイル株式会社】 楽天モバイルの小田でございます。本日はこのような御説明の機会をいただきまして、誠にありがとうございます。資料2-8に基づきまして御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。当社が該当する消費者保護の在り方に関する検討会報

告書 2024 のフォローアップ項目として、5 点ございます。うち 1 点目については、弊社、固定系サービスにおいては電話勧誘を実施していないことから、残りの 4 項目を中心に御説明させていただきます。

まずは 2 点目、オンライン契約における理解促進に向けた取組について御説明させていただきます。6 ページ目をお願いいたします。当社では、お支払い金額に関する情報については、オンライン契約の途中で、常に画面内に表示するように設計してございます。加えて、最終確認画面においては、お客様からの苦情やお問合せ等が過去発生したことがございました受取方法ですとかお支払い方法等の事項を表示するという形にしております。その上で、お客様からのお申込み内容を最終確認画面で確認いただいた後に、重要事項説明等を表示し、お客様ご自身で重要事項について最終確認いただく。そういったフローの設計にしております。

次、お願いします。ダークパターンへの対応でございます。8 ページ目をお願いいたします。このページでは、ダークパターンに限らず、当社のウェブサイト政策における確認の体制について御紹介しております。

当社におきましてはウェブページの制作に当たりまして、第三者視点も含めた確認体制とすることで、表現をより分かりやすく、お客様に誤解が生じないようにということで継続して取り組んでございます。

具体的なところは、今、構成員限りという形にさせていただいておりますが、制作部門だけではなく、社外メンバーによるチェックのチーム、関連するバックオフィス部門がそれぞれ独立して確認するという、それから必要に応じて担当の経営幹部へもエスカレーションすると、そういった仕組みで進めてございます。

次のページをお願いいたします。続きまして、ガイドライン上で挙げられておりますダークパターン、望ましい例・不適切な例の取組状況について、順に御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。まず、オンライン契約における理解促進に向けた取組のところでは、先ほどのページと同内容になりますけれども、お支払いに関する情報を常に表示するというように対応してございます。

次のページをお願いいたします。青少年フィルタリングについてでございます。当社では、18 歳未満の御契約に関してはフィルタリングサービスを必須で付帯するというようにしております。このことにつきましては、契約プロセス中においてもポップアップ画面

で御説明の上で、必ず付帯しますということをお知らせする仕様としてございます。

次のページをお願いいたします。オプションサービスについてでございます。原則、選択肢のチェックが外れた状態をデフォルトとしてございます。申込者の合意なしには選択されない仕様としております。

一方で、過去に苦情等あった理由から、デフォルトでチェックが入っている一部のオプションサービスが従来ございまして、こちらについても早期に外すよう、現在対応中でございます。

また、サービスの内容の説明画面に遷移するリンクをチェックボックスの近くに配置することで、お客様が各サービス内容の詳細を確認した上で選択いただけるようということでも配慮している次第でございます。

次のページをお願いいたします。各キャンペーンにおける割引ですとか特典の適用条件等がございますので、冒頭に特に重要な事項を記載しまして、またその詳細をお客様御自身で確認いただける遷移リンクを近くに配置しておりまして、そういった形で配慮することとしてございます。

次、お願いいたします。プランや端末製品の表示についてでございます。当社はシンプルなワンプランのみ提供しておりますということで、プランについて1つしかないということでございます。端末については、ブランドごとに表示しておりまして、また、特段、我々として恣意的な配置はせず、発売時期順に表示するというルールにしてございますので、懸念事項として挙がっておりました、高額な端末が他の端末に比して著しく視覚的に目立つといった表示はしないこととしてございます。

次のページをお願いいたします。アカウント登録の有無やログイン状態にかかわらず、表示は同一としてございまして、それらアカウント登録が必要と誤認を与えるような表示もしてございません。

次、お願いいたします。続きまして、契約手続におけるDXの活用について御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。まず前提といたしまして、当社ではお客様から御要望あれば、ウェブページでの御案内と店頭での説明を併用する対応はもちろんのこと、お客様の御要望に基づいた御案内、契約手続きを行えるよう、柔軟な対応に務めてございます。その上で、契約書面の電子交付に際しましては、お客様に対して書面交付も可能である旨を適切に説明し、明示的な御承諾をいただくということで、こちらはタブレット端末等で

履歴を残す形で対応してございます。

契約書面につきましては、お客様のマイページからいつでも閲覧、それからダウンロード可能でありますけれども、加えまして、契約後、お客様からやはり書面で欲しいということでリクエストいただいた際には速やかに応じる等、適切かつ迅速に対応できるよう努めている次第です。

次のページをお願いいたします。最後に、ナッジを活用した利用実績に関する通知サービスに関する取組でございます。

次、お願いいたします。先ほどこちっと触れましたが、当社、プランが1つしかないの、どのプランを選ぶというところはありませんが、当社の料金プランに関しましては、データ利用量に応じて料金が決まっていくものでありますことから、現時点のデータ量が当月どのぐらいかというものに関して、リアルタイムで確認いただけるよう、専用のアプリですとか、あるいは同等のものが見えるウェブサイトを提供している次第です。

当社の御説明は以上でございます。

この後のページに、御質問項目に関する一問一答という形で載せておりますので、随時御参照いただければと思います。

当社の御説明は以上でございます。

【新美主査】 説明ありがとうございました。

それでは続きまして、一般社団法人テレコムサービス協会様から御説明いただきたいとします。まず最初に、MVNO委員会消費者問題分科会主査の井原様から、そして続いて、同じくテレコムサービス協会のFVNO委員会消費者問題分科会主査の岡本様から御説明をいただきたいとします。どうぞよろしくお願いいたします。

【MVNO委員会】 MVNO委員会、井原でございます。資料2-9に基づき、MVNOの状況について説明いたします。

2ページをお願いいたします。MVNO39社へ、以下の4点についてヒアリングを実施させていただき、12社より回答を頂戴しましたので、各社からの回答結果について説明いたします。

3ページを御覧ください。オンライン契約における利用者の適切な理解を促進する方策についてです。契約の最終画面は12社全てが対応しております。ただし、料金以外の内容については、最終画面ではなく、契約手続前に確認いただく重要事項で説明している事業者が多いという結果になっております。

4 ページを御覧ください。ダークパターンへの対応状況でございます。社内チェック体制については 10 社が対応しておりますが、第三者を交えた確認を実施している事業所はございませんでした。また、フィルタリングのデフォルト設定など、望ましい例についての対応は 5 社が対応中で、4 社が検討中、3 社が未対応という結果になっております。

5 ページを御覧ください。続きまして、不適切な例に対しての実施状況ですが、12 社全てが不適切な対応は行っていないという結果でした。なお、今回回答いただいた MVNO は、複雑なプランや条件などは設けておりません。また、MVNO はオンライン契約が中心であるため、契約フォームについて利用者自身で手続きしやすい設計となっており、契約後にトラブルが発生しないように工夫している事業者が多いと考えます。具体的な事例については次ページ以降で説明をいたします。

次のページをお願いいたします。こちらは、mineo と LIBMO の契約画面の一例でございます。続いて、7 ページを御覧ください。こちらは日本通信 SIM の契約画面の一例でございます。

今回お示した 3 社に共通する特徴としまして、1 つは料金プランが選びやすい。2 つ目、オプション選択時にデフォルト設定がなく、利用者の意思で加入・非加入が選択可能である。3 つ目、かけ放題オプションに関して、利用しないという選択が可能となっており、利用者がかけ放題オプションの加入忘れを防止する仕様となっております。

なお、3 社以外についても、今回回答いただいた 12 社のうち、4 社がかけ放題オプションについて、利用しないという選択が可能となっております。

8 ページを御覧ください。契約手続の DX です。まず、対面での契約時に店頭での説明と代替措置を併用している形での説明について、8 社が対応ありとなっております。なお、対応なしの 4 社につきましては、対面契約を実施しておりませんという状況です。また、8 社中 7 社が代替措置として店頭での動画説明を実施しております。

次のページをお願いいたします。契約書面の電子交付の優先勧奨についてです。10 社が優先勧奨を実施しており、また、10 社全てが苦情動向についての変化はないと回答しております。

次のページをお願いいたします。電子交付に関する閲覧及びダウンロード期間ですが、2 社が閲覧に関して期間を設けておりましたが、それ以外、契約期間中は閲覧・ダウンロードが可能となっております。また、解約後の対応につきまして、事業者ごとに閲覧期間は異なりますが、解約後も一定期間の閲覧は可能となっております。

また、物理的な書面を求められた場合の対応として、利用者の求めに応じて、郵送での対応を実施しているという状況でございます。

11 ページを御覧ください。ナッジに関するところですが、一定期間の電子通信量等の利用実績を通知するサービスの有無に関してですが、5 社から提供ありと回答いただいております。

12 ページを御覧ください。最後のページでございます。こちら、ナッジでもなく、対面対応になりますが、利用者のデータ通信や通話状況について利用者への説明を行っている MVNO の例です。右の図を御覧いただければ、3 か月間の通話実績に基づいて、かけ放題に加入していた場合、加入していない場合の利用料を具体的な金額で示しております。例えば一番上、6 月の場合、利用者が加入しているのは青色の網かけをされたフルかけ放題になります。最も安く利用できたのは 10 分かけ放題ということが分かります。しかしながら、7 月、8 月は、加入しているフルかけ放題が最も安いという結果になっておりますので、この利用者はフルかけ放題が最も適切であるということが分かります。

このように、利用実態に応じたシミュレーション結果を確認できるため、対面对応を利用した方は、9 対 1 でかけ放題の解除ではなく、加入をされる方が多いという結果になっているとのことです。

今回御説明させていただきましたとおり、MVNO はオンライン契約が中心であるため、お客様自身でプランやオプションを適切に選択できるように取り組んでおります。また、MVNO 委員会では毎月、消費者問題分科会を開催し、業界課題や好事例の共有など、引き続き業界全体での苦情縮減に向けた取組を実施してまいります。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、岡本様、続けてよろしく申し上げます。

【FVNO 委員会】 FVNO 委員会の岡本でございます。本日は、電話勧誘に関する適正性確保の取組状況について、委員会加盟事業者、電話勧誘を実施している 7 社から回答がございましたので、そちらについて御説明させていただきます。

まず、電話勧誘を起因とする苦情について、本規律の導入前後の変化といったところでございますけれども、おおむね減少傾向にあるということで、継続して苦情削減の取組を行っているということでございます。

続きまして、4 ページ目、苦情全体のうち、代理店に関するものの割合ということで

ございますけれども、代理店関連の苦情は、一定数あるものの、それほど多くないという回答でございました。

続きまして、5ページ目、代理店に電話勧誘等を委託している場合、どのような指導を行っているかといったところでございますけれども、研修であるとかトークスクリプト、販売ガイドライン、あとはモニタリングといったところで指導を行っているということでございます。

続きまして、7ページ目、勧誘状況のモニタリングを実施しているかといったところでございますけれども、こちらについては、各社、ランダムモニタリングを実施しているということでございます。

9ページ目、代理店における電話勧誘の適正性の確保のために講じている措置はあるかといったところでございますけれども、こちらについては、事業者後確による申込み意思の確認といったところ、あとは事後にはなりますけれども、モニタリングといったところで行っているようでございます。

11ページ目、苦情に至った原因をどのように考えているかといったところでございますけれども、こちらについては、減少傾向にあるとは言いつつも、一定数は苦情が発生しておりまして、要因としては、説明不足・理解不十分なまま契約になってしまったといったところが原因となっているようでございます。

14ページ目、適正化の取組にもかかわらず、苦情が減少しない実情についてどう考えているかといったところですが、各社、苦情削減に向けて様々な取組を行っているようでございまして、今後についても継続的な代理店への研修・指導を各社工夫していくといったところになります。

FVNO委員会からは以上となります。

【新美主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、9団体、9者から御説明いただきましたが、それにつきまして、御質問あるいはコメントがございましたら、よろしくお願いします。発言希望の方はチャット欄でお知らせください。どうぞよろしくお願いします。いかがでしょうか。

それでは木村さん、どうぞ御発言をお願いします。

【木村構成員】 木村です。御説明ありがとうございます。

質問として3点お願いします。

まず1点目ですけれども、高齢者対応をそれぞれされているという御説明で、それは大

変ありがたいと思っているのですが、私の周りでも、89歳、ばりばり現役で通信を活用なさっている方がいらっしゃるぐらいで、本当に当たり前に皆さんお使いになっているという感じです。これはソニーさんとKDDIさんにお伺いしたいのですが、高齢者は、どちらも70歳以上ということで、家族に確認をするということですが、私の周りでも、高齢一人暮らしで、お子さんがいない、配偶者もいない、親戚もいないんですという方が結構いらっしゃるのですが、継続の契約のときはそのまま、例えば70歳過ぎても契約していられると思うのですが、例えば新規にプランを変えたいとか、そういうときに、家族確認というか、できない場合はどういう対応をされているのか、教えてください。

2点目はビッグロープさんにお伺いします。説明書面を高齢者の方に送っているということで、この高齢者というのは何歳からですかということと、あと、高齢者以外の方も希望すれば書類はいただけるのでしょうかということです。

3点目、ドコモさんにお伺いしたいのですが、プッシュ通知をされているということですが、これはデフォルトでプッシュ通知をされているのでしょうか。それともやはり利用者が、自分でセッティングをしなければいけないのでしょうか。

以上、3点、お願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、質問の順序で、まずソニーネットワークコミュニケーションズさんの回答から始めていただきたいと思います。よろしくお願いします。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 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。木村先生、御質問ありがとうございます。御高齢者様からの御連絡、今回御質問いただいた内容というのは、既存の契約を変更したいよというような御連絡をいただいた際の対応ということで理解いたしました。

こちらの場合は、高齢者様対応について、プッシュ型で御案内するときなどは70歳以上の御説明というのは御案内するということですが、お客様から契約を変えたい、プラン変更したいというような明確な御申告があった場合には、そのまま受付をしているということになります。

あくまで、こちらから御連絡するような場合とお客様から御希望いただく場合で対応が異なるということになっております。

以上です。

【木村構成員】 新規の場合はどうですか。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 新規の場合は、70 歳以上のお客様に対しては御家族様への御案内を御連絡しておりますが、御家族様がいらっしゃらない場合というのが……。

【木村構成員】 いらっしゃらない場合です。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 今回の御質問になると思いますが、その場合、柔軟に対応というのが実情というところではございます。

【新美主査】 それでは続いて、KDD I さん、よろしくお願いします。

【KDD I 株式会社】 KDD I でございます。御質問ありがとうございます。

弊社の場合、今お示しいただいているプレゼンのスライド 2 の内容でございますが、まず前提として、このプレゼンの内容は、新規ですね、電話勧誘ですから、不意打ちではないですけれども、突然電話をして、応答されたお客様が高齢者の場合についての御説明でございます。

70 歳以上のお客様に対して御家族様の同意を直接と書きましたが、同居の御家族の方がいらっしゃらない場合、これはさすがに確認は取れませんので、ご本人様の確認、つまり、この上に書いた 60 歳以上というところで扱うと。なので、しっかりと内容を記載した書面をお客様にお送りし、これは 70 歳であっても、その場合はしっかりと書面で御本人の意思を確認した上で登録するという対応をしております。

以上でございます。

【新美主査】 木村さん、よろしいでしょうか。

それでは続きまして、ビッグロブさんに質問がありますので、よろしくお願いします。

【ビッグロブ株式会社】 ビッグロブでございます。御質問ありがとうございます。

御質問いただいた高齢者の方への説明書面の郵送の件ですけれども、70 歳以上の高齢者の方ということで実施を検討しているという状況でございます。ですので、そんなに長く検討はかかるものではございませんので、可及的速やかということで検討しております。

それから、高齢の方ではなくても、書面による送付を希望ということであれば、当然のことながらお送りしているという状況でございます。

以上でございます。

【新美主査】 それではドコモさん、どうぞお答えください。

【株式会社NTTドコモ】 NTTドコモでございます。当社の資料 14 ページに書かせていただいておりますが、データ量の通知においては、利用者の同意の下ということで、

あくまで同意をいただいた方に対して表示をすることとしております。デフォルトとしてはオフということになります。理由としましては、利用量や利用料金というのは、プライバシーに配慮して、デフォルトオフという形にさせていただいているものです。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

木村さん、よろしいでしょうか。

【木村構成員】 ありがとうございます。

ドコモさんに追加で、デフォルトではないということですが、こういうことがありますよという御案内とかは利用者にされるのでしょうか。

【株式会社NTTドコモ】 店頭で対応いただいた際には、いろいろな形でこういう利用料金を通知する仕組みがありますので、必要に応じて御案内させていただいているものです。

【新美主査】 ありがとうございました。

【木村構成員】 分かりました。せっかくのいいものなので、知らないで利用していない方がいるのはもったいないと感じました。

それともう1点、意見ですが、ダークパターンについて、それぞれ皆さん対応されていると思いますが、ただ、やっぱり私が見ている限り、分かりにくいものですか、あと、どうしても事業者さんは、これは仕方がないのかもしれませんが、やっぱり売りたいものとか結ばせたい契約を全面に出してこられるので、ちょっと使いにくいとか誤解を招くのではないかという画面が見られますので、ぜひ利用者視点で検討を今後も行っていたければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、平野さん、どうぞ御発言をお願いします。

【平野主査代理】 中央大の平野でございます。ビッグロブ殿の6ページですかね、質問させていただきたいと思います。電話勧誘というのはやっぱり顔が見えない難しさがあるという、上の段落の2番目のブレットポイントですね、これはほかの事業者さんもおっしゃっていて、重要なところかなと思いました。その下の段落の最初のブレットポイントで、安くなると言われたっていうのも、これもまた事業者さんでこういう苦情があるというのは結構多いんだろうと。

質問は次の7ページでございまして、対策としてこのヒアリングシートを使うと。これはとてもいいことだと思います。AIの世界なんかでも、AI任せにしておいたらまずいので、最後に人間がチェックしますというのが、有意な、ミーニングフル（meaningful）なチェックをするためにはヒアリングシートを使う、そうでないとどうしても[AIの予測、推奨、又は判断等に対して]いいかげんに同意してしまうという問題があるので、いいと思いますが、質問は、ここに、べからず集というか、ブラックリスト的なものは入っていますでしょうかという質問でございまして。例えば、安いというようなことを安易に言わないだとか。

これはなぜそういう質問をするかという、我々の業界だと大学入試の試験監督という仕事がありまして、そうすると、そのときのべからず集というのがちゃんと冊子になっていて、こういうことをやっちゃいけないよなんていう、受験生への配慮があって、こういうのをやっぱりみんな知った上で苦情を抑えていくという、問題が起きないようにする。その辺はやられているのかなという質問でございまして。

以上でございまして。

【新美主査】 それはビッグローブさんということによろしいですか。

【平野主査代理】 他社さんも、全部と言えは全部なんですけど、既にやっていらっしゃるところもあると思うんですけど。

【新美主査】 それでは、まず名宛人だったビッグローブさんからお答えいただいた後、各社さんに簡単にお答えをいただきたいと思います。

それでは、どうぞよろしくお願いします。

【ビッグローブ株式会社】 ビッグローブでございまして。御質問ありがとうございます。

基本的には、安くなるに限らず、このトークは駄目ですよというものをNGトーク集という形で例を出して、販売員の方には指導しているという状況でございまして。仮に安くなるということを言う場合には、先ほど御指摘いただいたヒアリングシートでお客様の環境を伺った上で、幾らのものが幾らになるから安いんですよと、安くなりますよという根拠をちゃんと明示するというで安くなるというワードを使うのであればNGではございませんけれども、単に安くなるという言葉に関しては、NGワード集の中で取りまとめていると思います。

以上でございまして。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、あと発表順に伺いますが、まずNTT西日本の牧原様、何かございましたらよろしくお願いします。

【西日本電信電話株式会社】 NTT西日本、牧原でございます。今、ビッグロブさんがおっしゃられたのとほぼ同様の対応をしまして、加えて、我々、定期的にモニタリングをしていますので、その中でそういったNGワードを発出していないかどうか、確認させていただいているという状況でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、ソニーネットワークコミュニケーションズの中尾様、よろしくお願いします。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 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。弊社も、代理店に配布しておりますマニュアル類に、NGに該当する項目については記載させていただいております。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それではNTTドコモの大橋様、よろしくお願いします。

【株式会社NTTドコモ】 ドコモでございます。資料にも示しておりますとおり、応対マニュアルの中でそういった勧誘の方法等については、良い例、悪い例も含めてお示ししているものでございます。また、応対の録音のチェックということで、モニタリングもさせていただいているものです。

【新美主査】 ありがとうございます。

続きましてKDDIの山本様、よろしくお願いします。

【KDDI株式会社】 KDDIでございます。弊社も、プレゼンスライドの4ページでお示したところでございますが、独自のルールブックを使って指導しておりまして、その中にやってはいけないことをしっかり明記して、教育しているところでございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

それではソフトバンクの山田様、よろしくお願いします。

【ソフトバンク株式会社】 当社の御説明資料の4ページにありますとおり、当社におきましても、守らなければいけないこと、やっては駄目なことというのは、マニュアルに記載して指導を行っております。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

続いて楽天モバイルの小田様、よろしくお願いします。

【楽天モバイル株式会社】 楽天モバイルでございます。楽天モバイルにおきましては、電話勧誘自体を実施していない状況でございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

続きましてMVNO委員会の井原様、よろしくお願いします。

【MVNO委員会】 MVNO委員会、井原でございます。MVNOも、各社ヒアリングをさせていただくと、基本的には電話勧誘を行っていないという状況でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

FVNO委員会の岡本様、いかがでしょうか。

【FVNO委員会】 FVNO委員会、岡本です。ヒアリングを行った結果でございますけれども、各社、モニタリング等で実施しているということでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

平野さん、よろしいでしょうか。

【平野主査代理】 ありがとうございます。そうすると、苦情が少ない事業者さんはもう効果が出ていると。じゃあ、苦情の多い事業者さんとかどうなのかなという、その辺の実効性を上げていただくことも必要かもしれませんが、意見でございます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは続きまして、長田さん、御発言をよろしくお願いします。

【長田構成員】 長田です。ありがとうございます。ソニーネットワークコミュニケーションズさんに教えていただきたいのですが、資料の中に苦情の多い代理店という表現が出てきています。その苦情の多い代理店というのは、どこか特定の社をおっしゃっているのか、それはいろいろと変わっていくものなのか分からないですけど、その苦情の多い代理店に対して、契約解除など、何かそういう対応をされたことがあるのかどうかというのを教えていただきたいと思います。

【新美主査】 それでは、ソニーネットワークコミュニケーションズから何かございましたら、よろしくお願いします。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 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。苦情の多い代理店につきましては、消費者センター様から御申告いただくですとか、事案をこちらで精査する中で、複数回出てくるものというところを調査しております。そういったものを表現してございます。また、その結果、指導を行っても改善の見込みがない場合には、契約解除というところは、実績も含めて、ございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。

長田さん、よろしいでしょうか。

【長田構成員】 解除したこともあるということは分かったのですが、全体にいろいろ対応はされていたとしても、具体的に苦情がすごく減りましたというふうにはまだ、そういうお話ではなかったと思うのですが、苦情の多い代理店からの勧誘に対して申込みをしてきた方にいろいろ質問されている、それはそれでそういう意味があるのかもしれませんが、申込みに至らなかったケースも含めて、どういう勧誘をされているのかというのを、電話を聞いたりはしていらっしゃると思いますが、もう少しそこに力を入れていただくことも大切なのかなと思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。コメントとして受け止めていただきたいと思います。

それでは続きまして、黒坂さん、よろしくお願いします。

【黒坂構成員】 慶應大学、黒坂でございます。1つ質問しようと思っていたんですが、今、長田構成員から御質問があったやり取りとほぼ同じことでしたので、コメントだけさせていただきます。

私から、皆さん多分同じお考えだと思いますけれども、各事業者の方々や業界団体の方々、一定以上の取組を今していただいていると思います。それはそれなりに効果が出ているところもあるのだらうと思いますが、残念ながら、アウトサイダー問題がまず非常に、やればやるほど大きくクローズアップされていくということだと思っています。すなわち、やはり問題を起こしている代理店であるとか事業者の方々、委託先の方々というのがある程度特定されていき、そこは相も変わらず問題を起こし、なおかつ、ここで議論されているようなことが必ずしも届かないというような状況にあるだらうと。

これを、手間や負担がかかることだとは思いますが、やはり問題の特定に徐々に進まなければいけないだろうと。すなわち、そういった代理店をもっと明確に特定し、その問題、今、長田さんがおっしゃったような問題を詳細に把握し、それでもどうもならないようであれば、それを世の中につまびらかにしていく。これは恐らく総務省なり、この検討会の役割になっていくと思いますが、そういったところに進まざるを得ないところまで近づきつつあるかなと思います。

ですので、ここから先は、これまでの営みは続けていただきつつ、本当に問題が起きているところがどこなんだ、バイネームでは何なんだというようなところに近づくべき段階に来ているのかなと理解いたしました。御一考いただければと思います。

以上です。

【新美主査】 コメントありがとうございます。

それでは続きまして、石田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【石田構成員】 石田です。よろしくお願いいたします。

そもそも電話勧誘販売の場合は、事前に書類を送って、それを見ながらの説明ということになるわけですが、ビッグローブさんのところのヒアリングシートというのは非常に重要なと思います。ここがしっかり分かるか、分からないかで、よく御相談であるのは、自分の家の状況ですね、どんな光で、どこと契約して、幾らぐらい払っているとか、そういうことがしっかり分かっていない方が契約してしまっているというような例が多いので、この環境聴取用の基本ヒアリングシートというのはとても重要だと思います。それで、ぜひこれを実施していただいて、説明書面を郵送して、いいですよと言われた方にも必ず送って見ていただくということが必要かと思います。

電話勧誘の場合ですけれども、これで説明いいですよおっしゃったとしても、少し話を聞いただけでも、この方、全然理解されていないというのは分かると思いますので、必ず書面を送って、内容を確認しながら契約していただきたいですし、その方がそれでも分からないということであれば、御家族の確認を取るとか、年齢に関係なく書面で契約をしていただきたいと思いました。

あと、ソニーネットワークコミュニケーションズさんのところですが、代理店における電話勧誘の適正化の確保のために講じている措置ということで、代理店入会ご相談ホットラインをつくるんですかね、これから。じゃなくて、これは既にあるということでしょうか。題名が何で代理店入会ご相談ホットラインなのかなと思ひまして、中を読めば、

代理店さんに対する御相談・苦情相談窓口だというのは分かりますが、もう少し分かりやすい内容のほうがいいかなって。代理店さん用の相談窓口みたいにも一瞬見えてしまうかなという気がしました。

あと、代理店さんではなくて、その下の②のところに、今年の3月より、電話勧誘によって御加入いただいたお客様には、弊社からSMSで連絡をしていますというところですが、昨今、フィッシングメールとか詐欺メールが多いものですから、SMSできたものについて、そういうものが多いのでアクセスしないという方も多くなっているのかなと思いますので、そういうものと間違われないように、分かりやすく、何か苦情がありましたら御連絡くださいというような形だとは思いますが、していただけたらいいかなと思います。そういうところに入ってきたものについては、極力すぐに全体にフィードバックして、苦情がないようにと思いました。

あと、すみません、ソニーネットワークコミュニケーションズさんに、これは代理店さん用の苦情相談窓口ですが、このほかに全体として苦情相談窓口というようなものは設けているのでしょうか。

【新美主査】 それでは、ソニーネットワークコミュニケーションズさん、どうぞお答えいただけたらと思います。

【ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社】 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。御意見頂戴いたしまして、ありがとうございます。

ホットラインの名称の見直しですとか分かりやすさというところは、社内で検討させていただきたいと思います。

あと、SMSを開いていただけるような取組ですとか、この辺も始めたばかりですので、確認をしながら、改善に向けて見直しを適宜やっていきたいと思います。

代理店入会に関するご相談窓口以外につきましても、サービスに関する苦情等、通常のサポート範囲で承っており、ご連絡をいただければ対応いたします。

以上になります。

【新美主査】 石田さん、よろしいでしょうか。

【石田構成員】 分かりました。その窓口は1つということで、そこからの相談になるということですね。ありがとうございます。

【新美主査】 ほかに御発言御希望の方はいらっしゃいませんか。よろしいでしょうか。

【前田消費者契約適正化推進室課長補佐】 新美先生、恐れ入ります。事務局でございます。森先生からコメントをいただいておりますので、朗読させていただきます。

【新美主査】 お願いします。

【前田消費者契約適正化推進室課長補佐】 森先生からのコメントです。

各社、有効な取組を実施されていると思いますが、運用のさじ加減や成果達成が迫られる度合いなどでその結果は大きく変わり得ると考えます。苦情数が一部の事業者に偏っている状況があれば、全体の数が減らないことを条件に、社名公表する等の措置が必要になるのではないかと思います。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。森さんからのコメントということでございました。

今日の御議論を聞いていて、幾つかそれぞれの論点がありますが、皆さんが一番関心を寄せたのは、電話勧誘、どうするのかというところが一番多かったように思います。私もお話を伺っていて、相手が理解したかどうか分からないということを事業者さんも承知しているということは、これは非常に大きな意味を持っておりまして、電話勧誘に基づいて契約が一体いつ成立するのか、どうやったら成立するのかというのは、各社さん真剣に考えていく必要がありますし、法律問題としてもこれは大変重要な問題だと思いますので、やっぱり電話勧誘そのものによる契約成立、少なくとも電話サービスに関してどう考えるかというのはまとめていかなければいけないだろうと感じました。これは今後の課題だと思います。

特にほかに御意見、御質問ないようですので、今日の議事は以上とさせていただきたいと思います。

熱心な御議論をありがとうございました。それから、各事業者さんも丁寧に御対応いただきまして、ありがとうございます。

よりよい消費者サービスができるようなルールづくりについて、また議論を深めていきたいと思います。どうもありがとうございました。これにて失礼いたします。