

## 消費者保護政策委員会（第6回）

令和8年4月6日

1 日時：令和8年4月6日（月）15:00～17:00

2 開催形式：Web会議

3 出席者

○構成員

平野主査、黒坂主査代理、青柳委員、浅川委員、牛房委員、木村たま代委員、木村嘉子委員、森委員、吉岡委員、吉永委員

○総務省

吉田電気通信事業部長、飯嶋料金サービス課長、内藤消費者契約適正化推進室長、久保田消費者契約適正化調整官

4 議事要旨

【平野主査】 皆様、お忙しいところお集まりいただきありがとうございます。定刻となりましたので、第6回情報通信審議会電気通信事業政策部会消費者保護政策委員会を開催いたします。

本日は、構成員10名のところ、お二人が後々参加されると伺っております。また、本日の会議は、ウェブ会議による開催とさせていただきます。

それでは早速、議事に入らせていただきたいと思います。

議題「DX、確認措置及びTCAの宣言を踏まえた取組のフォローアップについて」でございます。まず、議事の（1）事務局説明をよろしく願いいたします。

【内藤消費者契約適正化推進室長】 事務局でございます。皆様、本日もよろしく願いいたします。

事務局資料として、今、「資料1」と右肩についたものが投影されているかと思えますけれども、こちらと、参考資料として1、2もついておりますが、諮問関連の資料といたしまして、今投影されている資料1をベースに御説明させていただければと思います。

こちらのほうに審議会への諮問事項として5項目挙げさせていただいております。（1）から（3）につきまして、前回会合、中間論点整理の際にそれまでの議論を一旦整理させていただいているというところではございますけれども、今回の会合では、これまで扱っ

ていなかった(4)と(5)の部分について取り扱わせていただければと思っております。

(4)、トピックの4ですけれども、こちら、DXの進展を踏まえた対応といったところで諮問をさせていただいております、こちらは第1回の会合の際に諮問内容の説明として出させていただいた資料をベースにしたものでございます。現状と課題といたしまして、DXは新しいトレンドでございますけれども、AIも含めて最新の技術を利用するというところで、事業者さん、代理店さん、そして消費者、それぞれの関係者に大きな利便性をもたらすというところは皆様共通の認識であるように思っております。

一方で、オンラインで契約・解約等の手続をされる際に、人の説明がないとか、あと、画面の設計としてダークパターンのような話も最近指摘されております。そうした中で、オンライン化、電子化に固有のトラブルというところで、もしかすると消費者が正しく理解をしないままに手続を進めており、適切な意思表示が行われていないといった場合も想定されるのかなというところでございます。そうした中で、利用者にもたらされるメリット・デメリットにつきまして、プロアクティブな形で両者を比較検討することで、DXの取組を適切に進めていくことができると考えております。

検討のスコープ案のところ、こちらは第1回からの繰り返しにはなっておりますが、2点挙げさせていただいております。2点目は一般的な話といたしまして、今後想定される利用者トラブルにプロアクティブに対処していきましょうというところでございます。

1点目は、特にこれまでも議論を積み重ねてきている事項でして、契約書面の電子交付の原則化ができるのかといった議論になりますが、こちらの取組につきましてはトピックスとして特出しさせていただいております。また、赤字で小さく追記させていただいているところでございますが、前回の中間論点整理の際に、そうした取組を進める際に、サマリーペーパーといった説明の概要がコンパクトに記された一枚紙のようなものを作成する話と並行して、リンクさせた形で、議論を進めていけるとよいのではないのかといった御指摘も委員の先生方からございましたので、そうしたところも反映させていただいているところでございまして、そうした観点からも御議論いただければと思っております。

続いて、諮問事項でトピック5としているところ、こちら諮問させていただいた際にはその他として、市場環境の変化を踏まえた制度の再検討といったところで、特に具体的に内容を挙げていなかったところではございますけれども、今回、初期契約解除の制度の中で、特に移動体に適用される確認措置の現状を少し検証して、ルールの在り方を御議論いただければと思っております。

内容といたしましては、資料で赤枠で囲っているところがございますけれども、こちらにつきまして簡略に御説明させていただきます。モバイル、移動体のサービスについて、初期契約解除制度の例外的な措置といたしまして、各事業者が総務大臣の認定を受ける形で確認措置という制度が存在しておりまして、通信サービスだけでなく端末等も含めて解約ができるといったメリットがあるように認識しているところがございます。一方で、初期契約解除制度、こちらは期間内、通常8日でございますけれども、こちらであれば無条件で解約ができる一方で、確認措置制度につきましては、期間内であっても、電波の状況の問題とか法令遵守の基準に適合しない対応があったような場合といった形で、一定の条件が課されるといった部分もございます。

そうした制度のバランス的なものでこれまで成り立ってきたものが、昨今、違約金の上限規制の話とか、SIMロックの原則禁止が導入されたことで、制度が出来た当初と比べると制度・市場の環境が変化している中で、いま一度この制度のメリット・デメリットのバランスを点検するところが必要なのかなというところで今回諮問させていただいているところではございます。

その他、資料の赤枠の外のところがございます、今回の会合の議論の対象外ではございますけれども、モバイルに限らず固定系のサービスにつきましても、現状の初期契約解除制度の在り方について、今後もし検討の余地があるのであれば検討を深めていくといったところで、今後の論点として赤枠の外の1つの項目を挙げさせていただいているところがございます。

今回、これらのDXと確認措置の関係につきまして、事業者様からのヒアリングも予定しているところではございます。DXにつきましては、こういった形で活用されているのかといった業務の効率化・高度化のようなお話とか、契約手続のDXといったところで、オンラインの契約・解約手続ならではの固有のトラブルといったものへの対処、それと契約書面の電子交付をめぐる取組状況、そしてその他の取組としてダークパターンへの取組状況といったところで、事業者様からヒアリングできればと思っております。

また、確認措置につきまして、現状、MNO3社が対象となっておりますけれども、そちらの3社から、現状の取組について御説明、プレゼンテーションをいただくというところを予定しております。

最後のスライドに今回の各社のプレゼンの対象となっている事項について書かせていただいております。DXと確認措置が諮問事項でございます、その他、TCAの宣言を踏

まえた取組のフォローアップというところの記載がございますけれども、こちらは店舗での入り口と出口における接客、応対の向上の取組になります。こちら昨年の9月から取組の強化が始まっているというところがございます、そこから半年程度経ったというところで、そのフォローアップというところもMNOの4社様から今回いただくというところになります。今回、議論の対象となる事項が多岐にわたっているというところではございますけれども、事業者の皆様からのプレゼンテーションも踏まえて委員の皆様にご議論いただければと思っております。

また、こちらの資料には特に記載ございませんが、この後、DXにつきまして、有識者の委員の先生からのプレゼンテーションが事業者からのプレゼンテーションの前段としてございますので、そうしたものも踏まえた上で、御議論、質疑応答をいただければと思っております。

その他詳細は、参考資料にもろもろの現状の制度の状況とか、その背景となるデータ、情報のようなものもございますので、そちらを御覧いただければと思っております。

事務局からは以上でございます。

**【平野主査】** 御説明ありがとうございました。続いて、議事の（2）委員発表、DXに関する発表に入ります。

まず、ブレットポイントの1つ目としまして、株式会社日本総合研究所主席研究員／プリンシパルの浅川様から御説明をよろしくお願いたします。

**【浅川委員】** 日本総研の浅川です。よろしくお願いたします。

今、総務省内藤様から御説明ありましたように、DXの進展を踏まえた消費者保護ルールの在り方という議論に当たって、DXの進展の部分、かなり一般的な話になると思いますが、この後議論する際にベースとなるような基礎的な情報というところで共有させていただければと思います。お題として、通信業界及びその他業界というところで国内外を見た上で、ちょっと簡単な示唆的なところも含めて御説明させていただければと思います。

次のページお願いたします。この後の御説明ですけれども、青の四角3つ、3つの章構成でお話しさせていただければと思います。1つ目は、左上のまず、国内の通信業界というところでトレンド、DX・オンラインがどういうふうに進んでいるかという簡単なトレンドと、それがどう進んでいるのかというものの背景、それからダークパターンの実態というところでは。その次、下です。通信業界といっても、海外の部分でも同様に御説

明させていただければなど。もう一つ、右半分は、通信業界以外というところで、これは国内のみならずけれども、通信以外にも建設とか不動産といったところでオンライン契約、DXが進んでいる産業がございますので、その部分についてもお話しさせていただければなどと思っております。通信業界以外、それから海外の部分からは、簡単な示唆も含めてお話しさせていただければと思います。

次のページをお願いいたします。ここからは、3つのうちの一つ、国内の通信業界というところをお話しさせていただければと思います。

次のページをお願いします。これもMMDさんの公開されている資料から拝借したものですけれども、皆様御存じのとおり、契約プロセス、特に携帯電話はフルデジタル化が進んでおります。オンライン専用プラン、ahamo、povo、LINEMOといったところのオンライン専用プランが今、大体約1割を占めるまでに成長したと言われます。左側のパイグラフでいうと青の矢印をつけたところ、ここを足し合わせると1割ぐらいになっているというところなんです。背景としては、eSIMが標準化されているというところで即時開通が比較的当たり前になってきているというところと、あと、MNPのワンストップというところがそれなりに浸透してきたかなというところで、オンラインの乗換えハードルが低下したというところも背景の要因であると思います。

次のページをお願いいたします。こちらは参考で後ほど御覧いただければと思います。eSIM選択の増加傾向、それぞれ各所発表されているところがありますけれども、整理させていただいております。右半分は乗換え先です。新しく契約する会社の手続だけで完結する、表の中でいうと「不要」と書いた部分です。最初に、今の会社からMNP予約番号を発行してもらうという手順が、これが結構ネックになっていると言われておりましたが、そこがなくなってワンストップで行えるようになったというところは大きいかなと思います。

次のページをお願いいたします。そういった普及の背景の要因としていろいろ整理はありますが、主には国家的な戦略、それから法規制、企業利益、社会変容、そういったものが背景になって普及しているのかなと見ております。左上の枠は政治・行政によるデジタル化の積極推進というところで、政府による推進が業界全体のルールにやっぱり影響しているというところ。それによって値下げが進んでいる。先ほどありましたワンストップとか、あとはeKYCの法的な整備というところは非常に大きいと言われております。

右上は通信キャリアさんの戦略というところなんです。やっぱりオンライン化というのは、

企業様にとっては利益を左右する重要課題の一つとなりますので、そういったところで積極的な推進が進んでいくというところと、ある意味、物理的な店舗とリアルからのオンライン化というところで、膨大なリアルにまつわる物理コストの削減は大きいと言われてるかなと思います。

左下は、技術革新の部分です。オンライン化が進んできて、当初は難しい・不安という話もあったと思いますけれども、そういった障壁を技術で解決してきているというところもあると思います。あとは、マイナンバーカードがインフラ化してきたというところも大きいかなと思います。

右下は、ちょっと時間はたちますけれども、やっぱりパンデミックが生んだデジタル完結の常識化というところは、背景としては大きいかなと見ております。

次のページお願いいたします。普及に関しまして、やっぱりメリット・デメリットの整理は必要かなというところで、左半分がメリット、右側がデメリット。左側を御覧いただきまして、表の中の上段、消費者にとってのメリットと、企業社会的な視点からのメリットに分けて3つ、3つで整理しております。

消費者にとっては、24時間いつでも即時開通できるとか、固定費の削減、手続の簡略化は明らかなメリットだと思いますし、企業社会にとっても、大幅なコストカットとか、最近ですと環境負荷の低減にも寄与していると思います。あとは、デジタル化によって契約ミス等の軽減というところにも寄与している。

逆に、デメリットの部分、右側です。特にお年寄りの方にとっては、対面相談の不可というところはデメリットとして挙げられますし、便利な反面、デジタル格差が拡大しているとも言われております。企業にとっては、店舗が減る、コスト削減という側面はありますが、ある意味、店舗を介してマーケティング、ブランディング構築がこれまでなされてきたわけですが、その部分が希薄化してくるというところで、ある意味ブランドロイヤリティの低下もデメリットとして語られるようになってるかなというところと、あとは、この後ダークパターンの説明をさせていただきますが、やっぱり不正契約のリスクもはらんでくるというところはデメリットの一つとして挙げられるところかと思っております。

次のページをお願いいたします。ダークパターンの実態というところで4点で整理しております。いろいろ整理の仕方がありますが、一番上、Roach Motel、いわゆるゴキブリホイホイ型というところで、入ったはいいですけども、なかなか解約メニューに行き着きにくいような形になっている場合があるというところ です。

2段目は Sneaking で、デフォルト・オンという言い方をすることもありますがけれども、結構、月額料金とかオプションみたいところで最初からチェックが入っているようなケース、そういったところも見受けられると。

それから、Confirm shaming というところは、日本語で書くとちょっときつくなりますけれども、感情的脅迫というような言い方をされたりします。解約ボタンを押すと、損する道を選ぶといった、自尊心を傷つけるような文言、自尊心とか、解約したらこんなにもったいないですよとか、こんなにデメリットがありますよみたいなどころをにおわせて、選択しにくくなっているようなケースも見受けられるというところ。

あとは、偽の緊急性というところで、リロードするとリセットされる嘘のカウンタータイマーみたいなどころですけれども、あと何秒以内にみたいなどころでせかすことによって有利誤認みたいなどころにつながってしまうというようなところがあるというところで、大きくはこういった4つのようなダークパターンが実際に上がってきているというふうになってきておりますというところでは。

次のページをお願いいたします。ここからは、駆け足で恐縮ですが、2つ目の固まりというところでは。今簡単に国内の状況を説明させていただきましたけれども、海外の部分も同様に整理しております。海外といたしましても広いですが、主に欧米を見ております。

次のページをお願いいたします。こちらは欧州のほうを1枚で整理しております。字がちょっと小さくて恐縮ですが、左の一番濃いところ、契約の普及実態というところで、欧州はかなりやはり新規契約・MNPのオンライン比率が伸びてきているというところで、EU全体でいうと45%から60%、半分ぐらいは進んでいると言われております。その中でも、以前からDX先進国と言われていたようなエストニアとか北欧系、デンマーク、フィンランドでは、オンライン経由の契約がもう80%以上を占めているというところで、物理的な店舗は、高齢者向けの対面相談とか、複雑なビジネスの説明の場、契約の場に限るといったような運用がなされています。あとは、eSIMの寄与というところ、オンライン契約者のうちの70%以上はeSIMを選択と言われており、こういった普及が実際に進んでいるというところでは。

背景的な要因は、薄い水色の部分で書いておりますけれども、EUDIウォレット、電子ウォレットによるデジタル・オンボーディングが進んでいるというところで、それによって手続は相応に削減されるというところであったり、また、適格電子署名が活用されて

いるというところで、電子ウォレット内で法的拘束力のある署名が可能になるというところで、格段に紙の書類やPDFへのサイン、郵送のプロセスが削減されることが進んでいると言われております。欧州というところで、越境契約。例えばドイツのウォレットを使ってフランスのOrange、フランスの携帯電話会社と即時契約ができるといったところも背景要因としては後押しになっているというところではあります。

それから、主要キャリアのデジタル・オンリー戦略というところではあります。右側に、ちょっと細かいですが、日本で言うLINEMOとかpovoといったような形のものが各キャリアさんから出ておまして、契約からサポートまで100%オンラインで行われるといったようなデジタル・オンリーサービスがそれなりに普及しているというところも後押しになっていると言われております。

次のページをお願いいたします。米国も同様に整理しておりますけれども、米国も新規契約のオンライン割合は半分近くに達していると推定されております。米国でもデジタル・オンリーブランドが進んでいるというところも欧州と同様というところではあります。

背景もかなり欧州と似通ってきますが、少し違うのは、eSIM専用モデルによる契約体系の激変というところではあります。一つは、米国版のiPhoneは14から物理SIMスロットを廃止しているというところで、日本よりも少し先行したというところと、あと、Try Before You Buyというところで、オンライン上でアプリをダウンロードするだけで、現在のキャリアを解約せずにある一定期間無料で乗換えを検討している先のキャリアの通信・通話が体験できるというところではあります。これは結構、米国とか広い地域というのは、本当に替えたときに電波が入るの、入らないのみたいなところが障壁になって、今までは店舗に行っていたところがオンラインで済むようになってきているというところでは、米国の少し特徴的なところかなというところではあります。

それからあと、本人確認というところでKYCの推進というところが背景になっている。これは似たようなところではあります。

あと、ビジネス変化というところを書いておりますが、オンライン化によって、新たなビジネス戦略への転換が進んでいると言われております。例えば、一番下の店舗ショールーム化。今までは複雑な契約とか高齢者対応といったところではありますが、むしろ店舗だからこそというところで、ゲーミングであったり、VR体験であったり、そういう体験施設にビジネス戦略とかモデルを変えて、そういった場ですよというふうに変換してきているというのが一つの特徴かなというところを思っております。

次のページをお願いいたします。ここで普及の背景要因を欧米をまとめて整理しております。これまで説明しておりますので、分類的には、左側、青い部分、ハードウェアのそれなりに強制的な移行があったというところと、あとは公的デジタル身分証の義務化が進んでいる。先ほど説明しましたT r y & B u yモデルの定着も一つの大きな要因だと思っております。それから、欧米におきましても、デジタル・オンリーブランドがどんどん出てきている。特に新興勢力はそこに力を入れているというところが背景になっているかなと思います。

次のページをお願いいたします。ダークパターンの実態というところで、左側はEU、右側は米国という整理をしております。日本とそんなに大きくは変わらない整理かなと思っております。左側、視覚的干渉というところで、高額プラン等を派手に目立つようにして、そこでボタンを押しやすそうにしているというところとか、しつこさ・煩わしさという、分かりやすい形、勧誘ポップアップを執拗に表示するみたいなところ、また、罪悪感あおりというところで、それは少し説明しました、「私は損をすることを選びます」的な選択肢の表現の仕方が出てくるというようなところ。米国のほうも、R o a c h M o t e l、ゴキブリホイホイ型であったり、あとはコスト隠しというところで、広告では安価に見せているけれども、結局、最終場面では、隠れた手数料が小出しに重なってくるというところであったり、あと、右下、デフォルト・オンというところ、これも日本と同様にこういったところが見られているというところがございます。

次のページをお願いいたします。これは日本の通信業界への示唆というところで整理されております。利便性と、勝手に選択されている状況、強制的選択の境界線をやっぱりしっかり明確化しましょうとか、あとは、入り口だけではなくて出口、その公平性を担保しましょうといったところ。それから最後、デジタル身分証（マイナンバーカード）活用によって透明性を確保しましょうといったところが、ベースとしては重要な示唆となるのではないかと見ております。

次のページをお願いいたします。ちょっと駆け足で恐縮ですけれども、最後の固まりになります。ここまでは通信業界のお話ですけれども、通信業界以外というところで15ページをお願いいたします。日本の国内ですと、オンライン契約が進んでいる業界としては、不動産、建設・リフォーム、製造業、金融業といったところで、売買・賃貸契約、下請・請負契約であったり、あと受発注、それから各種ローン契約といったところの電子化が進んでおります。

次のページをお願いいたします。こちらのダークパターンとしては、幾つか出ております。不動産業の場合、情報の隠蔽・偽の喫緊性というところで、おとり物件で来店誘発したり、架空の閲覧者数表示をして即時契約に結びつけるとか。建設業は、デジタル化の強制というところでは、建設業界は、2024年問題で効率化が進んでおりましたけれども、そういった中で、特定の有料システムの導入を強制に促していくとかそういったことも聞いてきているというところ。あとは、製造業のスニーキングといったところは、先ほどの御説明と同様です。金融業も、金融サービス等の契約において、結構お金に関するところですので、誘導・恥の植付けみたいところで、選択せざるを得ない、選択しやすくなっているというようなどころが見えてきているというところがございます。

次のページをお願いいたします。各業界いろいろ取組はありますが、共通的にその対応策として3つ整理しております。やっぱり法規制・行政の介入というところで、例えば改正消費者契約法等で強化するとか、あとは自主規制も各種進んでおります。ガイドライン等というところが、私なんかが見ていると、特に不動産業界みたいところはしっかりしたものがそろってきているのかなと思います。あとは、AIが進んでおりますので、レギュレーションテック、リーガルテックというところで、例えば契約書のAIによる診断をするとか、自社にとって不利条項をAIで可視化するみたいなどころが進んでいるというところで、テクノロジー、規制、行政介入といったところが一体的に進んでいるというところは共通的な対応かなと見ております。

次のページをお願いいたします。ここは最後、示唆というところで書いております。これも通信業界に対してもいろいろなことが言えると思いますけれども、一つは入り口と出口というところで、契約と解約の完全な対称性というところ。真ん中は、結構、デジタルですので、最初のオプションみたいなどころがついているというところで、デフォルトの設定は、便利な側面はありますが、倫理的にちゃんと見直しましょうという点も重要だと思います。あとは、便利ではありますが、その分隠れてしまうところもありますので、情報の非対称性をしっかり解消しましょうというところがポイントになるかなと思っております。

すみません、かなり駆け足になりましたけれども、以上、私のほうからの説明とさせていただきます。ありがとうございました。

【平野主査】      ありがとうございました。それでは早速ですが、次に続いて、ブレットポイントの2つ目、株式会社企代表取締役、慶応義塾大学X D i g n i t yセンター副

代表、黒坂様、御説明よろしくお願ひいたします。

【黒坂主査代理】 黒坂でございます。私から10分ほどお時間いただきまして、「消費者行政とDXに関する小考察」としてお話をさせていただきます。

次お願ひいたします。会社名はクワダテと読みます。あと、大学のほうはクロスディグニティーと読みます。一昨年、2024年の夏に立ち上げまして、山本龍彦ほか共同代表が何人かおりまして、私は副代表として、Dignityというのは尊厳ですけれども、テクノロジーを人文科学の観点からいかに手懐けていくのかということ議論しようというような取組でやっている組織でございます。その他もろもろいろいろやっておりますが、今日はこの辺りは割愛させていただきます。

次お願ひいたします。DXのお話をするに当たって、そもそもDXとは何なのかということ暫定的に仮留めさせていただきます。というのは、AI時代になっても、結局この定義が揺らいだままになっているかなと私は感じているからです。

やや古い資料になりますが、経産省がDXについてまとめられたものをそのまま引用させていただきます。その定義によると、デジタルイノベーションがまず最初にある。これはアナログとか物理空間にあるデータになってないもの、情報、これをデータ化していくというようなことです。それが大体できると、次にそれを使って何かをするというデジタルイノベーションという営みがあります。データ化された様々な実空間にある、あるいは人間の振る舞いを業務プロセスに落とし込んで、業務プロセスのデジタル化を進めていくということです。これらが成熟していくと、デジタルトランスフォーメーションが達成されて、組織横断とか製造プロセス全体のデジタル化が進むのだというふうにここでは規定されています。

次、お願ひいたします。ところが、私の考えですけれども、今の定義は間違っていないものの、DXは本当にそれで完了なのかというと、かなり違うのではないかと考えています。そもそもデジタル化というのは非常に深遠な営みであると私は考えております。なぜならば、デジタルイノベーションという一番最初の入り口のところが、まだ全然終わってない、何もできていないに等しいぐらいです。

今日はほとんどの方がオンラインで参加されていらっしゃると思いますけれども、ただ、オンラインでいらっしゃる方々も、必ず物理的な存在として自分の部屋やオフィスで参加されていますし、あるいは、コロナが終わって一堂に集まろうということもしているわけですが、そういった物理的な状態を今我々が全部デジタルの情報としてお互いデジタ

ル化し共有して、どんな状態なのかということを理解して話しているということはほとんどないわけです。ほとんどの情報は実は欠損している状態です。

ですので、デジタル化を考えて、DXを考えるときには、ずっとこの営みは続くという前提の下に行かなければいけない。だとすると、デジタイゼーションの次にデジタルイゼーションがあり、デジタルイゼーションの次は何なのかというと、いきなりDX完了ではなく、デジタルイゼーションした後に何が来るのかということだと思います。

例えば、デジタルツインをつくろうみたいなことが通信業界ではいろいろなところでソリューションとして議論されていますが、私は今日の文脈でいうと、オートメーション、すなわち業務の自動化をデジタルイゼーションの次のステージとして皆さん目指しているのだろうと、あるいは消費者もそういう受け止めをしているのだろうと含意しているところでもあります。デジタルで業務を置き換えていって、できる部分に関しては業務を自動化する、ないしはその業務そのものがなくなっていくということを目指していく、こういう営みではないかと考えているわけです。

次お願いいたします。では、業務の自動化とは何かをもう少し分解しますと、大きくは2つあるのかなと思っています。まずは完全な業務自動化、2つ目が部分的な業務自動化です。1つ目は、従来人間が中心となって担っていた業務を機械によって完全に置き換えて、人間が介在する余地がもうないというような状態を目指しているということです。ただし、この完全というのは一体どういうことなのかということの定義には実際に幅があります。完全業務自動化ということは業界とかいろいろなところでいろいろな議論があるものの、何が何によって置き換えられると完全なのかということは曖昧なところもあります。

携帯電話販売とか携帯電話の契約とかということを見ると、ほぼ完全な自動化ということはまだ未達の状態だろうと。オンライン完結が大分増えてきたところはある、業務プロセスの中で量は増えてきていますが、完全なところまで到達しているというものはないだろうと考えられます。

では、何なのかというと、2つ目のところ、部分的な業務自動化、つまり機械によって業務の一部が置き換えられている状態です。この場合、業務に関連する当事者、直接的なステークホルダー、サービスを提供する人たちが業務を担う者として残っているということのを是認する状態です。さらに言えば、機能性や経済性の観点から、あえて積極的に人間を残しておくということも合理的に選択されるということでもあります。

ただし、この自動化の部分をどのように増やしていくのかということがこの部分的な業

務化では指向される場所ですので、例えば、今我々が携帯電話契約をするときにも、消費者の来店予約とか手続サポート、あるいは空き時間に動画を見てもらって理解を深めてもらう、こういったこととか、バックヤード側の業務支援とか、こういったところはどんどんデジタル化の領域が増えているわけです。

先ほどのお話の中でもナッジの話がありましたが、自動化とナッジは何が違うのかということ少し触れます。ナッジというのは、ユーザー、この場合、システムのユーザーですので消費者、事業者、代理店等を問わずシステムを使うユーザーですが、その人たちが自覚していない気づきを提供して、その人たちの行動変容を促すことを目指した機能だというふうに考えられます。具体的にもう少しシステムの的に申し上げますと、プリフェッチとかレコメンデーションという言葉が当てはめられるわけですが、こういった機能を実現していくことがナッジであるというふうに考えられます。

今、我々は生成AIをチャットボットとしてChatGPTとかを盛んに使っているわけですが、あれも一つのナッジに近いところです。UIに対話という構図を使っていて、実際我々がプロンプトを入力すると、タタタタッとあたかも画面の向こう側に人間がいるかのようにメッセージを送ってくれるわけですが、これを用いて納得感を高めようとしている。こういった取組を今我々は普通のものとして受け入れています。逆に言うと、これによってハルシネーションでだまされるみたいなことも発生しているわけです。

7ページに飛んでいただければと思います。ここから私が2年ほど前にお話しさせていただいた、この委員会の前身の検討会でお話をさせていただいたものをそのまま持ってきています。ナッジとは何かということは、ある程度行動科学的な定義がもう定まっているところでもあります。今日は説明は割愛いたしますから、この辺りを御覧いただければと。

次のページ、8ページ目、ちょっと古いデータですが、世界的に通信業界で使われていますし、新しい事例については、先ほど御説明があったところで、もう既にいろいろなところで使われているわけです。

9ページ目をお願いいたします。ところが、ナッジだけでは実際には誘導が利かないということが、実は結構いろいろなところでやってみた結果、出てきているわけです。なので、ナッジすること、ナッジして行動変容するとき、変容してもらおうとインセンティブがあるというような状態、ナッジとインセンティブを組み合わせることが現実的には使われることが多いというわけですが、ここに大きな課題があるというのが10ページ目

で整理したものでございます。

ナッジとインセンティブというのは非常に強力なタググですので、これを適正に使わないと、いろいろ誤認させてしまうとか、不利益変更に導いてしまうことがあるわけです。これは下側、赤で書いてあるような話です。ですので、そういう闇に落ちないために、ナッジによる消費者の啓蒙で、インセンティブはどこまで許容されるのかというようなことを消費者目線では考える必要がある。これは2年前に提起したものでございますけれども、現在も正直変わっておりません。

ただ、業務自動化を進めていく中で業務プロセスそのものを見直していく必要があるときに、このナッジを積極的にあたかも人間が行っているかのように導入していこうということが当然のように入ってきますので、常に注意しなければいけないということだと思っております。このアプローチがいろいろある、対策の方法がいろいろあるというのは先ほどのお話もありましたし、規制というアプローチももちろんあれば、体系的なアプローチもあると。これを今試行錯誤して世界中で考えているという状態だということでございます。

6ページ目に戻っていただければと思います。このページが私の最後のまとめです。業務の自動化というと、どうしてもいろいろな観点で課題がありそうだと思う方が多いかと思いますが、私の立場としては、業務の自動化は基本的にどンドン前に進めるべきだと考えております。

これは黒いところ、真ん中辺りに書かせていただいておりますけれど、社会システム、情報システム含めてシステム一般の話として、現在の我々が生活している社会におけるシステムというのは、複雑なシステムを複雑に組み合わせることで成立しています。こういった複雑掛ける複雑な状態でシステム全体を人間だけで安全に制御することは合理的ではない。もっと言うてしまうと、多分人間の能力をもう超えているので、不可能であると考えなければいけないわけです。

複雑な業務、複雑掛ける複雑でより複雑さが増していく業務であればあるほど自動化を進めるというのが、現在の安全思想の原則だと言えます。これは例えば旅客機のようなものもそうですし、自動車そのものも既に人間の手に負えないぐらいいろいろな部分で自動化されている。自動運転という以前に、今我々が普通に乗っている車は、もう本当にコンピューターと機械の固まりであると考えていただいてもいいだろうと思います。

一般的にさらに考えますと、こういった複雑なシステムを成立させるデジタル技術によ

る自動化は、データによって成立しています。さらにそれは、品質の高いデータ、フレッシュなデータとか検証可能なデータが必要になりますので、データエコシステムによって成立・構成されていると考えるべきであろうと。適正なデータの獲得にはDXが不可欠である。これは先ほど一番最初のステップはデジタルイノベーションだと申し上げたとおりですので、DXが不可欠である以上、DXは原則として推進するべきだと考えます。

しかし、だからどんどんやって野放図にすればいいんだということでは全くなく、フェールセーフの設計が必須なわけです。これがなかったら、もう人間の知恵は何もない、阿呆であるという話です。では、そのフェールセーフをどのようにつくっていけばいいのかということを下の2つの枠で書かせていただいています。

ここで私が申し上げたいことは、実は枠内の内容もさることながら、この2つの枠の違いです。左側は、あらかじめ検討すべき、すなわちバイデザインで考えるべきポイントだと思っています。例えば、エラーを検知できるシステムであること、あるいはエラーからユーザーが救済される、例えばコントロール+ZでUndoができるみたいなイメージですけれども、そういうようなこと。あるいは、そういったエラーが発生しないようにそもそも業務改善、ビジネス・プロセス・リストラクチャリング、BPRがあらかじめ出来ている、設計されているというようなこと。さらに、フォールバック、すなわち、システムが機能不全を起こしたときに、1つ前のプロセス、例えば人間がもう1回業務をぎりぎりやりますよ、戻しますよというようなことができるかどうか、こういったことがバイデザインとして必要になってきます。

一方、やってみてからでないといけないこともあるわけです。これが右側、DX／自動化の取組を進めながら検討すべきポイントの例だと思っています。例えば、説明可能性を確保するというようなこと、あるいは透明性を確保するということが、この2つは実は結構難しい峻別ですけれども、私の考えは書いたとおりです。この2つを実現することは当然必要ですし、作って動かしながらどれくらい説明可能性を高めていくのか、いざというときに監査ができるような透明性を持つていくのかということを作った後に改善していくということが必要だろうと。

あと、当然、テクノロジーの変化に伴って、ついていけない、嫌だよという人間がいろいろなところで発生します。この人たちを排除するのではなく、どうやって取り残さないようにするのか、抵抗感を払拭していくのか、こういったことが必要で、大体の場合、目的が不明確であるとか、説明が足りないとか、挙動が不安定だとか、こういったところで

我々はこのテクノロジーが嫌だなど思うわけですから、こういったところをできるだけ磨いていく、こういった営みも当然必要になってくるだろうと思っています。

まとめますと、自動化は必ず必要ですが、フェールセーフが必ずやはり必要である。そのときに、最初から考えましょう、バイデザインで考えましょうというポイントと、やってみなければ分からないけれども、やってみてから必ず改善していきましょうという、このポイントがあると考えています。こういった点に御留意いただいて取組を進めていただくといいのではないかと考えております。

長くなりましたが、私からは以上です。ありがとうございました。

**【平野主査】** ありがとうございます。それでは、T C A宣言を踏まえた取組のフォローアップ及びD X、確認措置について、各社から御発表をいただきます。事業者様及び団体様ごとに発表いただく内容が異なりますので、資料1の中の5ページ目、先ほど事務局殿から御説明がありましたけれども、タイトルが「ヒアリングの進め方」というページを御覧いただいて、各事業者殿、また、団体殿の担当の範囲というのがそこに記載されておりますということです。

それでは、議事の(3)事業者ヒアリングに入ります。まず、①としまして、株式会社N T Tドコモ、経営企画部料金企画室長、株式会社N T Tドコモ様から、T C Aの宣言を踏まえた取組のフォローアップとして、資料4-1について御説明をお願いいたします。

**【株式会社N T Tドコモ】** プレゼンの機会をいただきまして、ありがとうございます。それでは、資料4-1に従って御説明させていただきます。利用者理解の向上に向けた取組状況についてです。

1-1を御覧ください。昨年の消費者保護ルールの在り方に関する検討会で御議論いただいた内容を踏まえまして、大きく2つ新たに取組を開始しております。一つは、お客様の利用用途の把握の再徹底、もう一つが契約内容の再提示の取組というところで、2025年9月から開始をしております。1点目について、左下、資料のところで示しておりますけれども、こちらのT C A宣言を踏まえまして、代理店に対して利用用途の把握の再徹底の周知・依頼をしております。2点目、契約内容の再提示につきましては、契約内容の最終確認時に契約内容や料金が記載された書面を再提示しまして、要望に応じて再度説明を実施することで契約者の理解促進を図ることができるようにということで運用を変更しております。

具体的なイメージにつきましては、次のスライドでお示ししております。こちらの図の

左から2つ目のところ、「ドコモからのご案内」という重要事項の説明ツールの最後の裏表紙の面のピンク背景部分において、スタッフからの説明は御理解いただけましたでしょうか、もし御希望のお客様がいらっしゃったら再度御説明させていただきますので、御不明点をございましたらお気軽にスタッフへ申してくださいということを書いており、こちらで御希望がある方には再度御説明をさせていただくという運用を実施しております。

次のスライドです。こちらは9月から運用を開始しておりまして、スタッフにどのような声があるのかというところをこちらのスライドで御紹介をしております。店頭スタッフからは、再提示の運用を評価するという声が基本的には多かったです。良い点としまして、今までも最終確認をしていたけれども、重要説明事項ツールに赤く目立って表記することで意識が上がって、案内漏れが防げますというような声とか、もしくは再確認をするタイミングが明確化されたということで、お客様からも声をかけやすくなったのではないかと、そのような声もありました。

一方で、改善を求める声もございまして、もう少し再提示する帳票をお客様目線で分かりやすくしてほしいというような声もございました。こういうような声も踏まえまして、ドコモとしましては、契約内容や料金を1枚の書面でももう少し分かりやすくできないかというようなことを検討しているというところとなっております。

4-1につきましては以上となります。

**【平野主査】** ありがとうございます。引き続き、今度はDX及び確認措置といたしまして、資料4-2について御説明をよろしく願いいたします。

**【株式会社NTTドコモ】** それでは、続きまして、4-2につきまして、御説明をさせていただきます。確認措置とDXの活用状況についてです。

スライド1枚目です。確認措置の状況についてですが、確認措置につきましては、法令にのっとり、対応を実施しているところです。確認措置の適用には厳密な要件があるわけですが、そちらの適用対象とならない場合であっても、お客様の申告内容に応じて確認措置に準じたという形で対応を行うなど柔軟な対応を実施しております。

次のスライドです。DXの活用状況について、対お客様、対スタッフの2つの方向で次の2枚のスライドで御説明させていただきます。まず、対お客様についてです。契約手続についてですけれども、基本的には店頭でお手続きいただけるものにつきましては、原則、全てオンラインでも手続可能となっております。また、2023年の2月からドコモのオンライン窓口を開始しておりまして、移動通話等でオンライン手続のサポートや各種相談も可

能となっております。オンラインで手続をされたいけれども少し不安だというような方も一定いらっしゃると思いますので、そういった方に、オンラインでの手続ということを選択肢として提示できるようなものになっているのではないかと考えております。

次のスライドは、対スタッフへのDXの活用として2つの取組を御紹介しております。まず、1ポツ目ですけれども、こちらは具体的な応対時のスタッフのサポートとしてAIを活用しているものでして、お客様の契約の状況とかアンケートの結果からAIが御案内内容や御説明内容を自動生成しまして、スタッフの応対をサポートします。これにより、スタッフスキルの平準化を図ることができているのではないかと考えております。2つ目、スタッフ不足や習熟度のばらつきを改善するためのAIを相手としたロールプレイング訓練ができるシステムについて、こちらは2025年10月から運用を開始しているものとなっております。

それでは、おめくりいただきまして、右下の4ページ目、オンライン手続の苦情動向についてです。こちら、御覧のとおりとなっております。苦情の内訳としましては、チャットに関連した内容やサイト表示、キャンペーンに関する苦情が多くなっております。

スライドをめくっていただき、5ページ目です。ダークパターンへの対応に関する社内のチェック体制についてです。オンライン契約手続において画面を新しく作る時、それから画面を変更するときには都度、ダークパターンに限らずですが、各種法令にのっとりた設計となっているかということについては、社内の法務部門や電気通信事業法を所掌している私たちのような制度部門による確認を実施しています。ここで、法令にのっとりたかどうかというだけではなくて、お客様に分かりやすくなっているのかというような観点でも助言を行っております。また、お客様の声を踏まえた設計につきましては、CS部門からも提案等をさせていただいております。

最後に御紹介させていただくのが、契約手続のDX（電子交付優先推奨）についてです。当社でトライアルをさせていただいた電子交付優先推奨の取組は、2024年12月から全国に拡大をしております。全国に拡大するに伴いまして、よりお客様に安心して便利に電子交付を活用いただくために、重要事項説明ツールを改版しまして、ウェブでの閲覧期限等を明示しております。具体のイメージにつきましては次のスライドで御紹介しますけれども、取組開始以降の苦情についてもほとんど発生していないという状況となっております。

最後のスライドは、重要事項説明ツールの改版の内容の御紹介となっております。左の赤い枠組みのところにあるように、電子交付と紙とどちらでもお選びいただけますという

ふうに明示をした上で、よろしければ電子交付をお勧めしていますというふうにしております。その下のところに閲覧可能期限について54か月と記載しているほか、80歳以上の方については、そうは言っても原則紙でお渡ししますよということ、また、紙が必要になった場合には後日書面でもお渡し可能ですよということで御安心いただけるような記載もしております。

また、右のほうで御紹介しておりますのは、契約書控えの確認方法が分からないという方もいらっしゃるかもしれませんので、こちら、ステップごとに御案内させていただいております。安心して電子交付をお選びいただくような工夫をしているところでございます。

以上となります。

【平野主査】 御説明ありがとうございました。それでは、続きまして、②、KDDI株式会社シニアディレクター、渉外・広報本部副本部長兼渉外統括部長、山本様から、TCAの宣言を踏まえた取組のフォローアップとして、資料5-1について御説明をまずお願いいたします。

【KDDI株式会社】 KDDIの山本です。それでは、資料5-1で御説明させていただきます。

まず、スライドの1枚目でございます。こちらはTCAの取組の概要の振り返りでございます。こちらは、お客様への対応全体、特に真ん中にある「ご提案」というところの前の段階、利用用途のヒアリングからしっかりやりましょうという取組、それからもう一つ、ご提案した後、契約内容の再確認する、こういう3つのステップでしっかり対応するというものでございます。

続いて、スライドの2をお願いいたします。こちらは、そういった取組をまずTCAとして令和7年9月1日より開始すると公表されております。弊社では、このTCAによる発表に向けた準備として、その前、8月20日に全ての販売店へ、この画面の右側のほうになります。事前に周知、注意喚起を実施しております。具体的には、お客様自身でしっかりと重要事項を御理解いただくためのチェックとか、再度御確認いただきますとか、あるいは高齢のお客様には、御家族に内容の確認、内容をしっかりサポートするというようなことを取組として販売店に対して周知を行っております。

続いて、スライド3を御覧ください。こちら赤枠内は構成員限りになっておりますが、再提示の書面内容でございます。契約の内容の再確認でございますが、当日、店舗で御契

約いただいた料金プランとかオプション、それから購入機器等の内容について要約したものの、これはいわゆるサマリーです。こちらを特に料金の変動の推移、特に料金が変わるタイミングについてしっかりとお客様に御理解いただけるように、分かりやすいペーパーを御用意して記載しているところでございます。

こちらの取組のフォローアップについては以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。それでは引き続きまして、DX及び確認措置としまして、資料5-2につきまして御説明をよろしく願いいたします。

【KDDI株式会社】 それでは、資料5-2でございます。最初にDX、そして続いて、確認措置という順番で御説明をさせていただきます。

スライドの2を御覧ください。これはこれまでの活用の状況でございます。従来より弊社としては、オンライン・オフラインを併用したクイックお手続き、これは画面の左側でございますが、これは主に店舗対応でございます。お店に来ていただく前に、事前にお客様に内容を確認いただくと、こういった取組が左側。それから、右側のほうはオンラインになります。お客さまセンターとかオンラインショップにおけるチャットサポート、こういったところでもDXを活用しております。お客様の場合は、AIによるチャットがいいとか、あるいはやっぱり人間のコミュニケーターがいいですとか、この辺りはお客様にご選択いただいて、それぞれこの下のほうにあります。My a uのチャットとか、LINEとか、ウェブとか、こういったいろいろなツールを使ったチャットサポートにも対応しているという内容でございます。

続きまして、スライドの3を御覧ください。こちらは特にオンラインショップにおける新たな取組の御紹介でございます。なかなか店舗に足を運ぶことが難しい、といった御事情がおありの場合などは、オンラインの利用が求められるわけでございます。特に画面の左側、オンライン購入アドバイザー、これは例えば専任スタッフとお客様と、あるいは別にお暮らしになられている御家族の方、これを同じ画面を見ながら専任スタッフと相談をしながら、お客様の具体的なお悩みとかそういったものに御対応するというものが左側でございます。

右側のオンライン購入AIアシスタント、こちらはお客様のほうでAIチャット、あるいはスタッフに聞く、これも選んでいただいて、やはりAIのほうの方がむしろ気楽だというお客様もいらっしゃいますので、こういった場合にチャットを活用いただくと、こういった形でお客様のニーズに対応しております。

続きまして、スライドの4を御覧ください。こちらは、お客さまセンターでの新たな取組についての御紹介でございます。電話とチャットの特徴を融合したオンラインサポート、生成AIとデジタルヒューマンを組み合わせた取組でございます。auサポートAIアドバイザーと申します。今までは電話とチャットで対応しておりましたが、やはりどうしてもチャットでは文字入力の手間だ、あるいはどうしてもテキストだとなかなかうまく合わない。こういったことのために、ちょうど今から1年前、昨年3月でございますが、電話とチャットを掛け合わせた新感覚サポート、人間らしさを兼ね備えたAIアドバイザーで気軽に相談できるといった取組を始めております。

続いて、スライドの5を御覧ください。こちらはさらなる改善でございます。先ほどauサポートAIアドバイザーについて御紹介しましたが、どうしても定型AIでは会話が成立しにくいといった課題がございます。こういった課題を解決するために、この画面の右側でございますが、これまでの対応実績を基に開発した自律型AIエージェントによる対応、これを本年3月、取組を開始しております。先ほどのものは主だった通信サービスには対応しておりますが、こちらはau Payとか、Payカードとか、まずは慎重に導入をして、徐々に主なサービスへ拡大していきたいと考えております。

続いて、スライドの6を御覧ください。こちらは、オンライン手続に関する苦情への対応でございます。お客様からの苦情とか相談というのはいろいろありますが、まず左側は、名義貸しについての、苦情というよりも相談が多いです。やはり特殊詐欺とか闇バイトとか、意図せずに犯罪に巻き込まれてしまうようなことが多々ございますので、これは店頭だけではなくオンラインショップでもこういったことの注意喚起をしているというのが左側でございます。

一方、右側、こちらは、お客様の苦情、お問合せ、これは特に手続とか、請求金額の確認、こういったものが中心になりますが、これも先ほどから御説明しておりますように、電話、チャットサポート、あるいはオンライン購入アドバイザー、こういったものを組み合わせてお客様に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7、こちらはダークパターンへの対応でございます。内容は構成員限りにさせていただいておりますが、消費者保護ルールやダークパターン対策協会のガイドラインなどを参考にして、弊社においても社内のガイドラインを策定しております。先ほど浅川先生からお話のありました、特に入り口と出口、この両方をしっかりとカバーするようなガイドラインを策定しております。

続きまして、スライドの8を御覧ください。これは契約書面の電子交付の優先勸奨でございます。特に販売代理店に対しまして、適切なトーク例の周知、画面左側でございますが、こういったものは推奨、こういったものは駄目と、特にお客様の御意向を確認することが大事だということを周知しております。画面の真ん中、これは明示的な承諾の取得をしっかりとやるようにというところ。それから、画面右側でございますが、マイページの閲覧でしっかりと大事なことは確認できますといったことを丁寧に御案内しているところでございます。

電子交付の優先勸奨に関して苦情申告というのはほとんどないという状況でし、お客様の重要な紙を紛失するリスクやショップスタッフの負荷の軽減などにも寄与すると考えております。よって、早期に電子交付のデフォルト化を実現すべきと考えております。

続いて、スライドの9を御覧ください。こちらは販売代理店におけるDXの推進でございます。特に人員効率化を図るために、複数店舗間でのリモート接客システム。これはどういうことかといいますと、こちらも構成員限りになっておりますが、分かりやすく言いますと、お客様がショップに来られたときに、画面越しで専門スタッフがご対応すると、そういった取組をしております。右側のほうは特にカスタマーハラスメント対策ということで、録音システムを採用しているところでございます。

続きまして、スライドの10をお願いします。これはさらなる展開ということで、次世代リモート接客プラットフォームに弊社としては取り組んでいます。特に多様化するライフスタイルということで、お客様が遠隔で接客を受けることが可能になる。特に人口減少・高齢化という社会的課題、労働力不足などの課題解決にも貢献するというところで、ショップでの対応ということだけではなくて、画面左側にありますけれども、電気・ガスとか診療とか金融とか様々なニーズにお応えできるようなプラットフォームを弊社としては用意していきたいと考えております。

続きまして、スライドの11。ここからは、DXではなくて、2つ目の確認措置でございます。確認措置につきましては、お客様向けに、ホームページ、これは画面左、それから重要事項説明、これは画面真ん中です。それから、契約書面、これは画面右側です。こういった具体的な内容を記載して、丁寧に御説明しているところでございます。

続きまして、スライドの12をお願いします。こちらは、お客様がショップとかお客さまセンターに対して確認措置について問合せをいただく場合も、しっかりとお客様に丁寧に対応できるようなマニュアル、ショップスタッフ向けとか、いわゆるコミュニケーター向

けのマニュアルとか、こういったものを用意して、お客様に丁寧な説明ができるようにしているというものでございます。

最後のスライド、13をお願いします。これは電波状況ではなくて、特に店舗での説明が十分でないといったような、法令遵守が本当にできているのかどうか、こういったものをお客様からお問合せ等があった場合の、本当はどうだったのかといったことに対して、しっかりと弊社が店舗へ確認し、お客様へ御説明した上で、丁寧に対応するといったことに取り組んでいるところでございます。当然でございますが、販売店のコンプライアンス違反が確認できた場合は、早急に指導等、改善するという取組を行っております。

弊社からの御説明は以上となります。

【平野主査】 御説明ありがとうございました。それでは早速ですが、次の③、ソフトバンク株式会社渉外本部通信サービス統括部約款・サービス部部長のソフトバンク株式会社様から、まずはTCAの宣言を踏まえた取組のフォローアップとしまして、資料6-1に関連して御説明をよろしくお願いいたします。

【ソフトバンク株式会社】 では、ソフトバンクの平田から、資料に基づいて御説明させていただきます。

まず、資料6-1、こちらにつきましては、書面再提示の取組というところについて御説明をさしあげます。まず、これまでの2社さんのところでもお話がありましたとおり、TCAにて2025年9月1日付で「利用者理解の向上のための取組について」というような宣言がなされております。

弊社では、そこに先立ちましてというか、9月1日に向けて、今構成員限りとなっておりますが、この9月1日の以前、8月20日に社内に対して、利用者の理解向上につながる各種情報が記載されている書面を最後に再提示するという運用を同月から開始しております。その資料に記載しているとおり、料金の一覧とか支払い内容の目安をお客様に再提示をさせていただいて、「内容について、御不明点はございませんか」といったようなヒアリングをして、もし万が一何か不明点あるようであれば、その場で解決して、しっかり御契約いただくというような運用を進めているところでございます。

それから、もう1点、TCAの宣言とかとは関係なく以前からなんですけれども、弊社では特に高齢者もしくは未成年の方に対しては、電子交付を希望された場合でも、弊社では「かんたん帳票」と呼んでいる契約の内容の抜粋したものを印刷でお渡しするような運用をしております。もちろん今のペーパーレス化の流れの中には改めてどうなのかという

話はあるつつも、より理解を深めていただくというところの重要性に鑑みて、こういった運用をしているところでございます。

まず、こちらについては説明は以上となります。

【平野主査】 ありがとうございます。続いて、DX及び確認措置としまして、資料6-2の御説明を引き続きよろしくお願いたします。

【ソフトバンク株式会社】 では続きまして、資料6-2に基づいて御説明をさせていただきます。

まず、いつも弊社では最初に御説明させていただいておりますけれども、我々としては、まずお客様の声をしっかり真摯に受け止め、製品やサービスの改善につなげていくというような取組を続けております。この考え方に基づいて、各DXの活用状況とか、ダークパターンへの対応状況、確認措置についてというところで御説明をさしあげます。

まず、DXの活用事例についてです。まず、重要事項説明等の事前オンライン視聴みたいなものを御案内させていただいており、店頭でもデジタル技術を使った御説明等を行っているところです。また、各種契約手続に関してはオンラインでできるというところについても、継続して実施しているという状況でございます。

それからまた、申込み時のお客様の利便性向上のために、チャットボットを活用したお問合せ対応とか、あと、オンラインの契約手続というのはどこまでつながっているのかというのは見えにくいみたいなどころがありますので、手続の全体が可視化されるような取組というような工夫を順次しているところでございます。オンラインで御契約される方というのはやはりリテラシーの高い方がやはり多いというようなどころもございますので、今、弊社内ではオンライン手続に関する苦情というのは非常に少ない状況となっております。

続いて、ダークパターンの対応状況についてです。ダークパターンへの対応については、従前より最終確認画面を設けて、料金等の問合せの多い事項を再掲しております。また、ダークパターンとならぬように社内チェック、右側の資料にございますが、弁護士や法務部門、CS部門、各部門をまたがって社内チェックする体制を整えており、これを継続していく予定でございます。

それから、確認措置、最後です。まず、確認措置ということで、キャンセルを申し出ていただいた場合については、こちらについては、お客様の状況をお伺いさせていただいて適切に対応しておりますし、状況に応じて柔軟な対応を実施しているところでございます。

また、SoftBank Airと呼ばれる据置き型のWi-Fiサービス、こちらについては、確認措置ではなくて、初期契約解除制度の対象でございますが、通信契約のキャンセルだけではなくて端末返却についても自主的に受け付けをしており、引き続きお客様の利便性の向上に努めているところでございます。

再掲になりますが、引き続き、弊社といたしましてはお客様の声を真摯に受け止めて、各種サービス・製品等への改善につなげていきたいと考えております。

私からの御説明は以上となります。

【平野主査】 御説明ありがとうございました。それでは引き続きまして、次は④、楽天モバイル株式会社渉外本部政策渉外室長の小田様から、まずはTCAの宣言後の取組状況につきまして、御説明をよろしく願いいたします。

【楽天モバイル株式会社】 楽天モバイルでございます。本日は御説明の機会をいただきまして、ありがとうございます。では、弊社からまず、TCA宣言後の取組状況ということで御説明させていただきます。

3ページ目をお願いいたします。TCA宣言後の当社における取組状況についてでございます。お客様においてサービス内容や提供条件を御理解の上で安心して御利用いただけるよう、御来店目的とか用途について丁寧にヒアリングしまして、最適な御説明、御提案を行うということに努めております。そして、全てのスタッフがこれらの取組を実践できるように、マニュアル整備とか研修等を通じて現場での徹底を図っておる状況でございます。

具体的な取組を一部簡単に御説明させていただきます。まず1つ目としましては、お客様のニーズを正確に把握するため、ヒアリングツールを当社のほうで用意しまして、御案内を行っております。

2つ目としまして、お客様御自身の御利用状況に合わせた料金プランを具体的にイメージできるようにということで、料金シミュレーションを用いた御案内を行っております。弊社におきましては、主要なプランとしては、最強プランというデータ通信の利用量に応じてプランの料金が変わっていくという、そういったプランを提供しておりますので、それに当てはめるとお客様はどういった料金になるかということイメージいただけるようなツールを用意している次第です。

3つ目に、耳の不自由なお客様とか口頭での御説明だけですと把握が難しいという、そういうお客様に対しても、筆談等多様なコミュニケーションでの御案内を行っている次

第です。

4つ目、お客様に合わせまして、専門用語を避けまして、ゆっくりと丁寧な言葉遣いでお客様のペースで話すような説明を心がけるようにということで、ロールプレイを含めてスタッフのトレーニング等を行っているところでございます。

次のページをお願いいたします。御参考までとして、提供条件の御説明内容に対する理解度を高めることを目的として、店頭での接客におきましては、契約手続の最後に御契約内容の再確認として、主要なサービス内容とか料金、注意事項等を改めてお客様に提示しております。左側は御契約いただいた通信料金・内容のサマリーでして、右側が具体的な料金が幾らかというところの説明になります。

次めくっていただいて、左側が端末購入の詳細でして、右側がオプションサービスの詳細ということで、この4枚を使って再確認いただくという、そういった手続を行って、お客様から不明点等があれば、再度御説明させていただくと、そういった取組を行っている次第です。

当社におけるT C A宣言後の取組状況については以上になります。

【平野主査】 ありがとうございます。引き続きまして、次は確認措置の認定は楽天モバイル様は対象ではないと伺っておりますので、続いて引き続き、D Xの活用状況について御説明をよろしくをお願いいたします。

【楽天モバイル株式会社】 続きまして、弊社のD X活用状況について、資料7-1で御説明させていただきます。

次のページをお願いします。D Xの活用状況、それから契約手続のD X状況、そしてその他取組状況という順序で御説明させていただきます。

ページを2つ飛ばして、D Xの活用状況について御説明させていただきます。当社におきましては、お客様御自身で各種手続を行っていただける専用アプリ「m y 楽天モバイル」を提供しております。このアプリを通じまして、新規契約、利用明細の確認、各種契約内容の変更、さらには解約手続とかM N P等も可能になっております。この「m y 楽天モバイル」によりまして、お客様御自身でいつでも待ち時間なく手続を行うことができる環境を整備することで、利便性、それから顧客満足度向上に寄与していると、そういうふうにご考えております。また、当社におきましても、コンタクトセンターにおける解決が容易な対応案件の対応工数をオペレーター現場のほうで削減しまして、逆に非常にお客様と膝詰めでお話しして解決しなければいけないようなお困り事とか御相談への対応に注力できる

と、そういったことで運営体制の最適化を実現できている次第です。

店舗での契約手続におきましては、主にタブレット端末を用いまして、対面での御説明を原則としております。御説明さしあげた内容とか契約内容を記載した書面をお持ち帰りいただく対応としております。なお、お客様から御希望があった場合には、タブレット端末ではなくて、紙面を用いた御説明も当然ながら対応させていただいているといった次第です。

それから、店頭におきましては、オンラインでの接客も、端末を用意しまして御提供しています。こちらはビデオ通話を使いまして、オペレーターの者と相談しながらお手続きただけるといった「お申込みサポート」を導入しております。これによりまして、店舗が非常に混雑している際でもお客様の待ち時間短縮に貢献していると、そういった取組でございます。

次のページをお願いいたします。次に、当社のお客様コンタクトセンターの取組について御説明させていただきます。お客様のお問合せに対しまして、電話対応に加えましてAIのチャットボットが対応したお問合せ対応を実施しております。チャットボットは当然ながら24時間365日御利用いただけまして、お客様の疑問とか問題を迅速に解決するということを目指しております。これによりまして、お客様御自身で自己解決を促進しまして、コンタクトセンター側においては混雑緩和に貢献していると、そういった取組でございます。

AIチャットボットで問題解決に至らないお客様につきましては、速やかに有人チャットに移行しまして、専門のオペレーターが引き続き対応するということで、お客様が確実な問題解決ができるようにということを取り組んでまいります。

次のページをお願いいたします。続いて、契約手続のDXでございます。

次のページをお願いします。オンラインでの契約・解約における苦情の類型等を構成員限りで左側にお出ししておりますというところです。利用者のトラブルを防止するために、お客様が料金確認とか、御契約内容の変更、それから解約手続を円滑に行えるよう、当社の「my 楽天モバイル」アプリを提供してございます。お客様はアプリを通じまして御自身の契約状況や利用状況を確認いただけると、そのよう手続もしていただけるといったものでございます。アプリを御利用いただいても問題解決がしない、あるいは何らか別の問題が発生する、それからそもそもアプリのログインとかがうまくいかないと、そういったお客様につきましては、コンタクトセンターにてしっかりサポートさせていただくと、そ

ういった構えになってございます。

次のページをお願いいたします。契約書面の電子交付につきましてです。全てのお客様に電子交付の書面閲覧、それからダウンロードを可能としております。その上で、お客様御自身の御意思に基づきまして、紙面交付、紙のほうが欲しいということであれば、我々のほうで提供さしあげると、そういった取組をしております。お客様の選択画面におきましては、電子交付をデフォルトとする優先勧奨を実施しておりますが、当然ながら、後日でも紙面で欲しいというお客様に関しましては、御連絡いただきましたら郵送にてお送りさせていただくと、そういったことも対応してございます。それから、電子交付をさせていただいた書面につきましては、基本的に閲覧期間の制限はなくて、お客様はいつでもウェブページ、あるいはアプリから閲覧、それからダウンロードができるということで、当社として仕組みを提供してございます。

次のページをお願いいたします。その他取組状況についてでございます。特にダークパターン関連ということでまとめさせていただいております。当社におけるウェブサイト、それからアプリ等の画面制作につきましては、情報の正確性、それから適法性の確保の観点から、第三者視点も含めて多角的に確認するという体制を構築しております。詳細は構成員限りとさせていただいておりますが、制作部門だけではなくて、社外メンバーによるチェックとか、関連するほかの部門も独立した形でそれぞれチェックをしまして、クロスチェックをした上で公開すると、そういった流れになってございます。その確認要素の一つとしまして、ウェブサイトとかアプリにつきましても、ダークパターンとなり得る表現がないかということについてもあらかじめ確認した上で、利用者向けに公開するというところでルールとしまして運用としても実施している次第でございます。

当社からの本日の説明は以上でございます。ありがとうございました。

**【平野主査】** 御説明ありがとうございました。それでは続きまして、⑤ソニーネットワークコミュニケーション株式会社渉外部渉外室室長、中尾様から、DXとしまして、資料8について御説明をよろしくをお願いいたします。

**【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の中尾と申します。そうしましたら、弊社の御説明をさせていただきたいと思っております。時間も限られているので、御説明に進ませさせていただきます。

まず、右肩1ページ目でございます。まず、契約・解約及び利用者トラブルに関するDXの取組について、御説明をさせていただきます。弊社では、デジタル技術による利便性

の向上と、有人対応への円滑な連携を両立する体制を構築しております。契約・解約手続きにつきましては、オンラインで受付を行いまして、チャットボットやFAQを活用することで24時間体制の自己解決の導線を整備しております。また、お客様情報のデータベースと連携した動的な案内を行い、解決に至らない場合には、会話履歴を引き継いだ上で有人チャットへ接続しております。

一方で、ITリテラシーなどの差異によりまして内容が十分に伝わらず、苦情につながるケースがあることを課題として認識しております。今後は、生成AIの活用も検証し、より、理解しやすい説明手法の実現を目指してまいります。

2ページ目になります。次に、販売体制及び代理店管理に関する取組を御紹介いたします。販売代理店向けの研修コンテンツをeラーニング化し、受講状況をシステムで一元管理する取組を行っております。また、代理店がお客様の申込みステータスを確認できるシステムを提供し、適正な進捗管理を支援しております。説明品質の面では、口頭説明のばらつきを防ぐため、テキストや動画による説明を提供し、品質の標準化を図っております。併せて、お客様御自身の端末で内容を確認し、申込みを完結していただく仕組みにより、意図しない契約の抑止につなげております。

3ページ目になります。続いて、契約書面の電子交付及びウェブ表示に関する取組です。ウェブ販路では、契約内容を即時に確認できる利便性から、電子交付の優先勧奨を行っております。申込み時には、約款等を表示した後、申込み確定ボタンのすぐ上に同意チェックボタンを配置し、見逃しの防止措置を講じております。なお、電話勧誘では電子交付は行っておりません。契約後はマイページにていつでも閲覧・ダウンロードが可能で、解約後も一定期間はこれを確認できる仕組みとしております。また、消費者様の誤認や意図しない契約を防ぐため、景表法等に準拠した当社独自のガイドラインを策定・運用し、ユーザーインターフェースの改善を継続しております。

以上、御報告になります。

**【平野主査】** ありがとうございます。続きまして、⑥テレコムサービス協会MVNO委員会消費者問題分科会主査でいらっしゃいます井原様から、資料9、DXとしてMVNOの取組状況につきまして、御説明をよろしく願いいたします。

**【テレコムサービス協会MVNO委員会】** それでは、テレコムサービス協会MVNO委員会の井原でございます。資料9に基づきまして、MVNOの取組状況について説明します。

2から6ページは、テレサ協やMVNO委員会の概要となっていますので、説明は割愛いたします。

7ページを御覧ください。契約等におけるDXの取組状況について、MVNO各社へヒアリングを実施し、14社より回答を頂戴しました。

その説明をさせていただきます。8ページを御覧ください。DXの活動状況、特にオンラインでの接客や契約手続のデジタル化について説明します。14社のうち提供済みまたは一部提供としている事業者は、合わせて10社となっております。効果としては、利便性の向上や店舗・電話手続の削減による業務の効率化が挙げられます。一方で、課題も浮き彫りになっております。非対面ゆえに、重要事項の読み飛ばしリスクやICチップ読み取り等の操作ハードルといった、ITリテラシーの壁による理解不足が課題となっております。

9ページを御覧ください。利用者トラブル防止におけるDXの活用についてです。チャットボット等のDX活用の導入状況は、6社が既に提供を開始しています。効果としては、24/365の対応が可能になったことで、ユーザーの疑問を早期に解消し、サポート部門の負担軽減に大きく貢献しています。しかし、運用現場ではコストと制度のバランスが課題となっております。

10ページを御覧ください。オンライン手続における苦情の類型を整理しております。苦情の内容は、難解な用語や導線の不透明さといったUIに関するものから、キャンペーン条件や重要事項の読み飛ばしによる、情報提供・理解不足などです。その他課題として、MVNOは事業者によって規模が大きく異なり、また、提供方法も異なっている場合が多いため、現状では事業者ごとに苦情の定義やカウント方法、分類基準がばらばらであり、利用者トラブルの全体像を定量かつ客観的に可視化・比較することが極めて難しいという状況です。実効性のある消費者保護施策を検討するために、今後、報告様式や種類の標準化、統計管理の徹底を業界全体で促していく必要があるかと考えております。

11ページを御覧ください。利用者トラブルを未然に防ぐための具体的な措置についてです。現在は申込み時の多段階確認や解約時の導線明確化などUI・UXの工夫が主流となっています。具体的には、重要事項を読み飛ばさないように、「理解しました」のチェックボックスを必須とするロジックや、マイページのトップに解約リンクを設置し、完了までのステップを可視化するなどの対応が行われております。

12ページを御覧ください。契約書面の電子交付の状況です。ヒアリングの結果、契約書面の電子交付については各社が実施済みです。多くの事業者が優先的に電子交付を推奨し

ており、ウェブ申込みフォーム上でのチェックボックスによる明示的な同意取得が一般的です。なお、電子交付に起因する苦情は、全社共通で発生していないという結果でした。また、閲覧期間ですけれども、マイページを通じて、解約後も3か月から13か月といった長期にわたり閲覧・ダウンロードが可能な環境が構築されております。

13ページを御覧ください。最後に、ダークパターンへの対応でございます。14社のうち8社が既に対応済みと回答をしております。各社とも非常に高い意識を持って取り組んでおります。事業者対応例を紹介します。中立的で透明性の高いUI設計を基本方針とし、事業者都合のよい選択肢をあらかじめ選択しておく事前選択の回避や、解約・退会手続の簡素化の実施、また、利用者の意思決定を不当に誘導したり、誤認を招くような強調を避けることでユーザーが自身の意思で適切に選択できる環境づくりを実施してなどが挙げられております。

説明は以上でございます。MVNO委員会では、引き続き業界全体の課題の整理を行い、問題改善に向けた議論や情報提供を実施してまいります。以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。続きまして、⑥テレコムサービス協会FVNO委員会消費者関係タスクフォース主査でいらっしゃいます岡本様から、資料10、DXに関する取組について、御説明をよろしくお願いいたします。

【テレコムサービス協会FVNO委員会】 FVNO委員会の岡本です。そうしましたら、資料10に沿って御説明させていただきます。

まず、4ページ目になります。FVNO委員会の各社にヒアリングを実施しまして、記載の8社から回答がございましたので、そちらについて御報告させていただきます。まず、勧誘、販売、契約、解約におけるDXの活用ということで、8社中4社がDXを活用しているということです。

続きまして、活用方法としては、店舗での申込みとか、オンラインでの契約手続、あとは、問合せ窓口の対応等で活用している状況で、業務効率のアップとか処理速度の向上といったところで効果が出ているということです。

一方で課題になりますけれども、高齢者だったり、リテラシーの低いユーザーへの対応という部分が難しいといった点や、FTTHサービスですと、利用する建物など環境によって複雑な案内が必要になったりといったケースがあることから、利用者が自己解決できるような継続的な改善が必要というところ、また、開発コストや運用コストが発生する部分が課題となっております。

続きまして、8ページ目、利用者トラブルを防止するための取組というところで、こちらは8社中6社が実施というところでは、クレームの要因分析とか、あとは問合せ窓口のチャットボット、また、FAQの自動案内といったところで活用されているということです。利便性の向上、対応時間の短縮といったところで効果が上がる一方、次のページの課題の部分ですけれども、チャットボットの回答精度が低いといったところや、複雑な案件への精度の部分といった問題がございますので、回答内容の継続的な改善が課題となっております。

続きまして、10ページ目、オンライン契約・解約における苦情についてです。オンラインで起こっているクレームは、年間数十件程度ということでございます。また、利用者トラブルを防止する措置の状況としましては、チャットボットで解決できず有人対応へ移行するケースが一定数発生していますので、そういった部分の自己解決率向上に向けて継続的な改善が必要といったところ、あとは、オンライン手続の透明性の向上といったところで、契約・解約時に迷わないよう、ページ内のナビゲーションを簡素化したり、あとは手続完了までのステップを明確にすることでトラブル防止に努めているといったところがございます。

続きまして、契約書面の電子交付に関してです。こちらは8社中3社が実施ということで、3社ともウェブ申込みでウェブでの承諾ということでございました。

最後に、ダークパターンへの対応状況です。こちら8社中3社が実施ということです。契約プランについてお客様が選択できるような対応を取っているというところと、あとは解約・退会等の簡素化といったところを対応しているという状況でございました。

FVNO委員会からは以上になります。

**【平野主査】** 御説明ありがとうございました。それでは、皆様、続きまして、議事の(4)に入りたいと思います。2つに分けて、まず前半としまして、TCAの宣言を踏まえた取組のフォローアップ、これについて質疑応答をしまして、その次に、DX及び確認措置に関しての質疑応答というふうに分けていきたいと思います。

それでは、まず皆様、最初のほう、TCAの宣言を踏まえた取組のフォローアップについて、御質問がある方は、御発言、またはチャットに書き込んで最初にお名前を入れていただいております。

木村嘉子先生ですね。御意見ですか。よろしくお願ひします。

**【木村（嘉）委員】** すみません、木村嘉子と申します。御説明ありがとうございました。

た。

T C A宣言ですけれども、M N O 4社において横断的に検討を進めたというT C A宣言を拝見し、各社の既存の取組がよく分かりました。それを発展させたヒアリングシートとか、より丁寧な説明を行っていかうという姿勢を評価いたします。

そこでさらに一歩進めて、私、前からサマリーペーパーと何度も申し上げていますが、T C Aが中心になってサマリーペーパー、全く同じものができなければ、統一するのが難しいという御意見もあると思いますが、せめて項目の順番をそろえるなどの作成について、T C Aによる推進をお願いしたいと思います。そうでないと、総務省による声かけになってしまうと思いますので、まずはT C A主導でT C A宣言を進めていただきたいと思いません。

以上です。ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。内容というよりも項目だけでもせめてという、共通化という御指摘も前回ありました。ありがとうございます。

【木村（嘉）委員】 ありがとうございます。

【平野主査】 木村たま代先生、お願いします。

【木村（た）委員】 主婦連合会の木村たま代です。私も同様に、サマリーペーパーはT C A主導で、なかなか難しいこともあるのでしょうけれども、先導して作ってほしいと思っております。各社の取組が、大変いろいろ工夫しているのはよく分かりました。ただ、契約時の説明だけではなくて、帰宅後に契約を確認できるように、やはりサマリーペーパー、加えてマイページなどにもきちんと掲載して、P D Fで印刷できるようになるとさらにいいと思っております。

各社について、意見と質問ですけれども、まず、ドコモさんとソフトバンクさんは、再提示ということですが、再提示は、後から、帰ってから分かりにくいのではないかと思います。

K D D Iさんは、別紙ということで理解してよろしいのでしょうか。説明の中にありますが、そのような受け止め方をしました。

それから、ソフトバンクさんには回答をお願いしたいのですが、「かんたん帳票」を希望者に、未成年者や高齢者に渡すということでしたけれども、そうではない方が希望した場合に渡すことはあるのかとか、今後、とても分かりやすいのであれば、契約時に皆にサマリーペーパーのようなものとして渡すことは検討されていないのかということと、この内

容はウェブでマイページで確認できるかということをお返事をお願いしたいと思います。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。それでは、順番で、ドコモ様とKDDI様、最後にソフトバンク様、それぞれ御回答よろしく申し上げます。

【株式会社NTTドコモ】 NTTドコモ、福山です。木村たま代先生、御意見ありがとうございます。再提示ということで一度御説明した内容の紙をお見せして御説明するということでは分かりにくいということで、スタッフからもそのような意見もありましたところですので、私たちでも分かりやすいものが作れるように今検討しているところです。ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。KDDI様、よろしく申し上げます。

【KDDI株式会社】 KDDI、山本です。木村たま代先生、御質問ありがとうございます。弊社の再提示書面、これは契約書面とは別紙になります。契約書面は大事なことが網羅されておりますのでかなり細かい内容になりますが、今お示ししているものは、別にもう少しサマライズしたものにいたします。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。それでは、ソフトバンク様、よろしく申し上げます。

【ソフトバンク株式会社】 まず、御質問いただきました弊社の「かんたん帳票」について、希望された方にお渡しすることは可能かということについては、こちらは御希望があればとか、あと、お客様の御様子とかを拝見してお渡しできるというような状況になっております。

また、ウェブでの確認についても、もちろんマイソフトバンクとかいわゆるマイページのところに同じものを格納しておりますので、そちらで御確認いただくことが可能です。

私からは以上になります。

【平野主査】 ありがとうございます。牛房先生ですね。よろしく申し上げます。

【牛房委員】 どうも御説明ありがとうございます。昨年度の9月にTCAの宣言をされて、その宣言に関連する取組を始められていますがこれによる効果、たとえば、苦情が減ったとかについて、現時点で分かるようであれば教えていただければと思います。

【平野主査】 順番でドコモ様から申し上げます。

【株式会社NTTドコモ】 牛房先生、御質問ありがとうございます。今御指摘いただきましたように、こちらの運用開始が9月であるということもありまして、まだ数字として苦情の縮減効果までは確認できるような状況にはございませんが、今後も取組を継続した上で、引き続き、苦情の推移、苦情の内容等について注視をしていきたいと考えております。

【牛房委員】 ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。次に、KDDI様、よろしく申し上げます。

【KDDI株式会社】 KDDI、山本です。牛房先生、御質問ありがとうございます。今ドコモ様が回答されたこととほぼ同じような趣旨になりますが、まだ現時点で集計はしっかりと、特に差分という形での分析までには至っておりません。引き続き注視してまいります。ただ、感覚としては少なくとも増えているわけではないという状況だと思います。

以上です。

【牛房委員】 ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。ソフトバンク様、引き続きお願いいたします。

【ソフトバンク株式会社】 弊社も前の2社さんと同じで、現時点で数字的なものは何か取れているものではございません。一方で、今後取れるのかという話ですけれども、我々、他社さんもそうだと思いますが、お客様への説明の取組は、このペーパーの話だけではなくていろいろな取組を各社やっているものですので、この書面再提示の効果でどこまで何が来たかというのを明確に出すというのはなかなか難しいところはあるのかなというところは考えております。ただ当然、苦情は削減していくべきだということの思いは変わりませんので、引き続き様々な取組を続けていきたいと考えております。

【牛房委員】 どうもありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。楽天モバイル様。

【楽天モバイル株式会社】 楽天モバイルでございます。

弊社におきましても、現時点、具体的な数字として、このぐらい苦情が縮減できたとかそういう効果が見えている状況ではございません。一方で、当社においては従来よりも契約内容についての説明は非常に丁寧にということでスタッフに周知とか教育等をやったところ、各社での共通の足並みそろえての取組ということで非常に一段また意識を高めて取り組んでいるところがございますので、そういう意味では、苦情の縮減として、スタッフの意識向上の観点では、主観的でございますが、効果が一定あったのかなと捉えておるところでございます。

以上です。

【牛房委員】 どうもありがとうございました。

【平野主査】 ありがとうございます。今手が挙がっておりますのが、森先生ですね。お願いいたします。

【森委員】 ありがとうございます。私は意見ですけれども、ちょうど2つありまして、一つは、木村嘉子委員からお話がありましたT C A宣言の内容です。この内容に従って皆様、しっかりした説明、より分かりやすい御説明等にしっかり努めていただいている、状況は間違いなくよくなっていると思います。

木村さんの話ではないですけれども、できるだけサマリーペーパーを統一フォーマット化していただけないかということは、私のほうからも申し上げたいなと思っています。そうすると、透明性が高まる、非常に高くなる一方で、いろいろ、それだけ見て判断されては困るというような御意見もあるかとは思いますが。

ただ、やはりそういったことは、世の中の的にも、例えば食品成分表示なんかでは行われているわけです。原材料表示は、厳密には質量の多い順番に書かなければいけないことになっております。そうしますと、商品自体の様々なバリエーションというか色合いというかそういうものは捨象されてしまって、捨て去られてしまって、1番、小麦粉、2番、砂糖みたいなことになってしましますが、そうしていただくと非常に消費者として分かりやすいです。

また、通信契約の場合、消費者が興味を持っていることというのは、もちろんそれは人によって私は3番ですとか、私は2番ですとか、私は1番ですとかあるかもしれませんが、ベストファイブなりベストテンなりで見れば、それはかなり共通している。みんなが10番のうち必ず3つに興味がある、必ず2つに興味がある、私は7つに興味があるというレベルでは、みんな大体10個の中に収まっているのではないかというようなそういう考え方ができるのではないかと思いますので、ぜひそれを実現していただきたいと思えます。サマリーペーパーにおけるフォーマットの統一ですね。今は長い重要事項説明になってしまっているので、ある意味、重要事項説明が形骸化しているのでそれを分かりやすいサマリーにして、統一フォーマットを目指していただくのがいいのではないかと思います。

そうしないと、またその次の段階では、皆さんがおっしゃっているように、パッケージ

問題というのが出てきて、これはもう説明をいくらきちんとやろうとも、契約の中身自体が複雑過ぎるのだと。したがって、契約の中身自体に介入して、それをシンプルなものにしていこうというふうに一段階進んだ規制になってしまいますので、まずはその表示において、シンプル化・統一化を図るということを目指していただくべきではないかなと思います。

それと若干関係しますが、先ほど、ペーパーを希望者の方には渡す、属性に関係なく渡すというお話がありました。これも大変結構なことで、今は、いわゆる属性的脆弱性といいますが、高齢者とか若年者とかそういった属性による脆弱性、これはもちろんなくなっているわけではなくてあるわけですが、それに加えて、普遍的脆弱性、認知能力の限界とかそういうものが非常に強調される傾向にありまして、誰もが例えば高齢者でなくても、やはり非常に複雑化していて分かりにくいとか、あるいは、黒坂さんのお話にありましたように、オンライン契約によってよくも悪くもナッジが仕込まれてしまうというような状況にありますので、誰もが脆弱性を持つ状況にあるかなと思いますので、希望者にはみんな渡しているよとおっしゃっていただきましたけれども、これは非常によいことだと思いました。

もう一つ、すみません、2つと言って3つお話ししてしまいますけれども、契約の説明の中身について店舗のスタッフの方と相談をされるという話がありました。ドコモさんですかね。これも非常にいいことなのでぜひやっていただきたいと思います。私の感覚としては、あるいはほかの委員の方もかなり共通だと思いますけれども、やはりフロントラインの店舗スタッフの方とヘッドクォーターの認識がずれている部分はどうしても避け難くあると思います。

ですので、今回は説明内容についての協議みたいなことにはなりませんけれども、それを通じてこれはどう思うか、この説明方法を使えばこれはいいのではないかとか、そういう議論をスタッフの方としていただくことによって、実際問題、消費者の目の前に立って、「この人、果たして分かって聞いているかな」と思いながら説明するのはその彼らですから、そこと相談をしていただいて、そうするともしかしたら思いもよらぬ発見もあるかもしれませんけれども、そこでディスカッションしていただくのは、説明の向上のためには非常に意味のあることではないかと思いました。

以上です。

【平野主査】 貴重な御意見ありがとうございました。ということで、残りの時間を使

いまして、最後のDX及び確認措置、これについての御発表に関する御質問、御意見が委員の皆様あれば、よろしくお願いいたします。

吉永先生、よろしくお願いいたします。

【吉永委員】 吉永と申します。各社皆様、御説明ありがとうございました、前半の御説明も大変参考になりました。

私から伺いたいのは、確認措置、それから関連して初期契約解除制度、こちらのほうについて御発表いただいたのは、ドコモさん、KDDIさん、ソフトバンクさんの3社だったと思いますので、そちら対象でお伺いさせていただきたいと思います。すみません、どこの会社だったかというのを正確に覚えてないですが、確認措置のところの御発表の中で、確認措置というのは、これに当たって解除ができる場合が限定されている、電波が届かないとかだったと思いますけれども、そういった要件があるが、厳密に当たらなくても対応しているというお話があったりとか、あと、初期契約解除制度のほうになると、こちらは通信契約には適用できて、端末にはそれは当たらないけれども、端末返却も自主的に受け付けているんだというようなお話があったところでして、私、法律をやっているのですが、何となく面白い現象だなと思って伺いました。

つまり、法律をつくる人間としては、何となく企業さんの利益なんかもバランスを取ってせつかく要件を厳密にしたりとか効果を絞ったりとかしていますが、現場だともしかしたら、制度が幾つか種類があって、こっちだと何か要件を絞れるんだ、だから、解除に応じなくていいんだというルールがあっても、何か現場ではそれを使いにくいのかもしれないとか、解除についても、この契約は解除できるけれども、この契約は解除できませんよというような対応というのが何か現場だとコストを生じるのかなというふうな感想を持ちました。

少しざっくりした質問の仕方です申し訳ないですが、そういう私の感想というのは企業さんとしてやっぱり感じるものでしょうか。つまり、制度が分かれていると、それは企業さんの利益というか、解除されない範囲を確保しようと思ったことだけでも、逆にコストを生じさせてしまうということはあるものでしょうかということについて少しお話を、できる範囲で構わないので、聞かせていただくと大変ありがたく思います。どうかよろしくお願いいたします。

【平野主査】 ありがとうございます。画面を見ますと、恐らくドコモ様とソフトバンク様かな。ドコモ様、どうでしょう。自主的に、条件を満たしていなくても確認措置対応

していますと。それをしないと苦情が増えてかえってコスト高になるとか、区別するのが困難な現場で、それがコストですとか、何かそのような背景等があれば御教示いただければと思います。よろしくお願いします。

【株式会社NTTドコモ】 吉永先生、御質問ありがとうございます。私の把握している範囲では、今おっしゃっていただいたような、かえってコストが生じているというようなことは生じていないかなと思います。基本的には、こちらの確認措置の適用対象なのか対象でないのかというところでしっかりと分けた上で対応するというのが原則の対応になっております。そうは言ってもいろいろな個別の事情がございますので、この個別の事情を見ると、さすがにこれは確認措置に準じたような対応をさせていただくのが、ほかのお客様との関係においても別に公平性を害しないといえますか、そういったことで対応できるだろうというようなものは柔軟な対応をしているのですが、その範囲にとどまっておりますので、今の制度の運用のところでは何か困っているようなところがあるというわけではないというのが、当社の現状かなと考えております。

【吉永委員】 そうすると、柔軟な対応といったときに、かなり柔軟なものを想像してしまいましたが、むしろ「準じた」というほうに力点があるというふうに理解をいたしましたけれども、そういうことですかね。

【株式会社NTTドコモ】 そうですね。多くのものを柔軟に対応していますというよりは、個別のケースによっては、ただもう、これは確認措置の適用対象じゃないから駄目だと突っぱねるのではなくて、そうではない対応をすることもございますというようなニュアンスでございます。すみません、説明が足りず。

【吉永委員】 ありがとうございます。

【株式会社NTTドコモ】 ありがとうございます。

【平野主査】 引き続きソフトバンク様のA i rの件で何かございますか。

【ソフトバンク株式会社】 ソフトバンクの平田でございます。弊社のほうは、そういう意味だとドコモさんと少し状況が違うかなというところもあります。どちらかというところ、今吉永先生がおっしゃっていただいたような一つ一つ使い分けるところよりも、S o f t B a n k A i rもモバイルも同じ店頭で受けているというところがございまして、その中でのオペレーションの統一化とか全体的なお客様への説明、例えば何でモバイルはできるのにA i rはできないとか、そういったような問合せに対応を考えると、統一運用にしておくほうがいだろうというのが現時点での状況です。

もちろんこの確認措置とか初期契約解除の制度が導入されたときには、こういったようなお客様のお申出があるかというのが分からなかった状況だったので、なるべく厳格に対応できるようにというようにお話を多分させていただいていたと思いますが、実際オペレーションしていく中で、思ったほど無理なキャンセル要求みたいなものというのは発生してないよねというようなところが見えた中で、全体のオペレーションとして落ち着いていたというふうに御理解いただければと思います。

以上になります。

【吉永委員】 ありがとうございます。御事情大変よく分かりました。ありがとうございました。

【平野主査】 あと、KDDIさんは、何かあれば御意見等を参考でいただければと思いますが、どうでしょう。

【KDDI株式会社】 KDDIでございます。弊社としまして、先ほどドコモ様からお話がありましたとおり、初期契約解除、それから確認措置、それぞれ制度の目的がございますので、基本的にはその目的なりルールに基づいて対応させていただく。とは言うものの、個別の個々のケースに応じて、個別にどうしても検討せざるを得ない場合については、個々に判断するという対応をさせていただいております。

以上です。

【吉永委員】 ありがとうございます。

【平野主査】 ということですね。あとはお三方。時間の関係でどうしましょう、順番でいくと、木村たま代先生、木村嘉子先生、最後に浅川先生ですが、木村たま代先生、どうでしょう。ありますか。

【木村（た）委員】 すみません、よろしいですか。今日もう時間過ぎていますね。すみません。

先ほどのソフトバンクさんの「かんたん帳票」の件は、私が返答できなかったのですがぜひ契約者全員に渡すようなシステムに変えていただきたいと思います。

あと、DXに関してですけれども、苦情が少ないと各社さんの説明にありましたが、オンライン手続が一般化されると、リテラシーの高い人ばかりではなくて、苦情が増えるのではないかと私は懸念してしまっていて、そこの対応を今後どうしていくのかということも今後お願いしたいと思います。

それから、契約されたいオプションがマイページの中に広告で出てきます。どこの事業

者さんとは言いませんけれども。やっぱりこれはダークパターンであると思います。ダークパターンというのは悪徳事業者だけではなくて一般事業者にもありますので、利用者目線での対応をしていただきたいです。

もう一つは、初期契約解除と確認措置についてですけれども、あの当時、これは消費者保護の第一歩だと施行されましたけれども、結局見直しがないまま10年経ってしまいました。状況も変わっていますので、ぜひ私は見直しが必要だと思っています。

利用者として、苦情として相談はしないまでも、やはり不安なことはまだすごくありますし、分からないまま利用している方は多いと思います。そういった方は、何か変だなと思っても、自分が悪いからと不満を抱えたまま利用していると思います。そうした方を救うためにもぜひ見直しをしていただきたいと思います。

以上です。

【平野主査】 御意見、御要望を伺いました。ありがとうございました。

浅川先生は退室されたということで、最後のお一人なので、木村嘉子先生、よろしくお願ひします。

【木村（嘉）委員】 すみません、木村嘉子です。よろしくお願ひいたします。

確認措置についての御報告ありがとうございます。実は確認措置による契約解除というのはいまだに物すごく分かりにくく、消費生活相談現場でも、これが確認措置による解除の対象か否かと右往左往することがあります。各社の御報告を拝見すると対応しているとの御回答ですが、消費生活相談現場では、解約したいという御相談ばかり入るので、確認措置とは何ぞやという御説明をしたり、適合性の原則から、心を鬼にして悲しい気持ちで、御希望に沿えないという御説明もしているという実態があるということをお分かりいただきたいと思います。そしてまた、代理店は、キャリアに確認措置による解除を認めてもらえないと死活問題になることもあるので、この分かりにくい仕組みを今後再検討していく時期に来ているのではないかというのが私の意見です。

それからもう1点、DXに関してです。各社とも、オペレーターの格差解消や、顧客への適正なサービス紹介などにAI・DXが役に立つというご意見には大賛成です。しかし、木村たま代さんがおっしゃったように、消費生活相談現場では、デジタルデバイドの問題があります。超高齢社会なのでシニアからのご相談が増えていることからAIを使っても、AIだからこそ、AIチャットとのやり取りで不慣れであることをキャッチして、オペレーターに替わるという仕組みをどんどん構築していただきたいと思います。

以上です。ありがとうございました。

**【平野主査】**

皆様、貴重な御意見、御質問等ありがとうございます。積み残しの部分がもしあれば、事務局のほうに電子メール等でいただければと思います。

それでは、本日これにて閉会したいと思います。御協力、御参加ありがとうございました。