

消費者委員会
消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討
ワーキング・グループ
第25回議事録

内閣府消費者委員会事務局

消費者委員会
消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討
ワーキング・グループ（第25回）
議事次第

1. 日時 令和3年2月3日（水）9:59～12:00

2. 場所 消費者委員会会議室及びテレビ会議

3. 出席者

（委員）

丸山座長、新川座長代理、山本委員長、片山委員長代理

（オブザーバー）

大石委員、大阪大学大学院法学研究科教授 清水真希子氏、京都大学法学系（大学院法学研究科）教授 原田大樹氏

（説明者）

一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事、電気通信サービス向上推進協議会明神氏

（事務局）

加納事務局長、渡部審議官、太田参事官、事務局担当者

4. 議 事：

（1）開会

（2）自主規制の活用についてのヒアリング

（3）閉会

《 1. 開会 》

○太田参事官 本日は、皆様、お忙しい中、お集まりいただき、ありがとうございます。

ただいまから、消費者委員会第25回「消費者法分野におけるルール形成の在り方等検討ワーキング・グループ」を開催いたします。

本日は、所用により、柄澤オブザーバーが御欠席との御連絡をいただいております。

なお、皆様にはウェブ会議での御参加をお願いしているところでございますが、本日、原田オブザーバーにおかれましては、別の御用件で東京にお越しですので、委員会会議室から御参加いただいております。

議事に入ります前に、配付資料の確認をさせていただきます。

お手元の議事次第に配付資料1、2ということで記載してございます。もし不足等ございましたら、事務局までお知らせください。

なお、本日の会議はウェブ会議での開催となります。公開で行いますが、感染拡大防止の観点から、一般傍聴者は入れず、報道関係者のみ傍聴していただく開催となります。

また、本日は、東京都における政府の緊急事態宣言発出の下、ヒアリング先の団体におかれましてもウェブ会議による参加をお願いしておりますので、もし回線が切れた場合などにはヒアリングの順番を変更させていただくことがございますので、あらかじめ御了承くださいますようお願いいたします。

議事録につきましては、後日、公開することといたします。

次に、ウェブ会議による開催に当たりまして、お願い申し上げます。

1つ目に、ハウリング防止のため、御発言いただく際は、マイクをミュートの状態にさせていただきますようお願いいたします。

2つ目に、御発言の際は、あらかじめチャットでお知らせください。座長に御確認いただき、発言者を指名させていただきます。指名された方は、マイクのミュートを解除して、冒頭でお名前をおっしゃっていただき、御発言をお願いいたします。御発言の際、配付資料を参照する場合には、該当のページ番号も併せてお知らせください。なお、御発言の際には、可能であれば、映像、カメラのマークのミュートを解除していただきましたら、どなたがお話しになっているのか分かりやすくなりますので、御協力をお願いいたします。

3つ目に、音声聞き取りづらい場合には、チャットで「聞こえない」、「聞こえにくい」など御記入いただき、お知らせいただきますようお願いいたします。

それでは、丸山座長、以後の議事進行をよろしくをお願いいたします。

○丸山座長 座長の丸山です。どうぞよろしくをお願いいたします。

本日の進行についてですが、途中で私の回線が切れた場合は、復旧するまでの間、新川座長代理に、新川座長代理の回線も併せて切れた場合は事務局に進行をお願いいたします。

《 2. 自主規制の活用についてのヒアリング 》

○丸山座長 それでは、本日の議題に入らせていただきます。

前回の会合では、自主規制の活用について、株式会社ネットプロテクションズ及び一般社団法人日本アフィリエイト協議会からヒアリングを行いました。

本日も、引き続き、実際に自主的取組を行われている団体のヒアリングを行いたいと思います。

本日の進行は、前半で一般社団法人日本クレジット協会に、後半で電気通信サービス向上推進協議会に、それぞれヒアリングをさせていただき、その後、委員・オブザーバーの皆様でヒアリングを踏まえた意見交換を行うという前回同様の形で進めたいと思います。

それでは、まず、一般社団法人日本クレジット協会のヒアリングを実施します。

本日は、参考人として、同協会の常務理事の寺嶋充様にお越しいただいております。本日は、大変お忙しい中、ありがとうございます。

それでは、15分程度でお話しいただきますよう、お願いいたします。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 おはようございます。

日本クレジット協会常務理事の寺嶋でございます。

それでは、早速でございますが、資料に基づきまして御説明をさせていただきます。

当協会の自主規制についてでございます。

2 ページ、目次をお開きいただけますでしょうか。当協会の概要、自主的取組の全体像、自主規制規則の内容について、自主規制の制定の過程と自主ルールを徹底するための対策、消費者相談対応について御説明をさせていただきます。

3 ページでございます。まず、当協会の沿革でございます。

昭和33年に、社団法人全国信販協会が設立されました。昭和42年には、社団法人日本クレジット産業協会、平成17年には、クレジット個人情報保護推進協議会が設立されまして、平成21年4月に、これら3団体が統合いたしまして、現在の社団法人日本クレジット協会が発足しているところでございます。

同年、平成21年12月には、割賦販売法に基づきまして、認定割賦販売協会の認定を受けているところでございます。協会の目的は、以下のとおりでございます。

4 ページでございます。認定協会の業務でございますが、割賦販売法35条の18第2項に規定されております。規則の制定、規則の遵守、状況調査、指導・勧告、苦情の処理、利用者等に対する広報、これらが当協会の業務となっているところでございます。

5 ページでございます。当協会の構成員でございます。第1種正会員をもって民法上の社員としているところでございますが、こちらにつきましても割賦販売法35条の18第1項に定める割賦販売

業者等ということで、440社が当協会の会員になっているところでございます。

組織率でございます。最下段の3つ目の○でございますけれども、包括信用購入あっせん業者は現在、登録事業者は253社でございます、当協会の会員は258社でございます。5社は登録申請中ということでございまして、当協会に既に入会申請をいただきまして、承認をしているところでございますけれども、経済産業省の登録が終わってから初めて正式な入会ということで、停止条件つきで承認しているという状況でございます。

個別につきましては、登録が145、会員が149。クレジットカード番号等取扱締結事業者は、登録が251社、会員が250社で、1社は廃業の予定で退会をしておりますので、100%の組織率でございます。

当協会のスタッフでございますが、全体で64名でございます。役職員が39名、契約・派遣社員が21名、出向者が4名となっております。

自主ルールの制定、調査処分等に関わるメンバーでございますけれども、8名在籍しております、うち3名はクレジット会社を退職された方の契約社員となっております。

また、消費者相談室でございますが、6名ございまして、うち4名は消費生活アドバイザーの資格を有する契約社員となっております。

6ページ、自主的取組の全体像でございます。

まず、考え方でございますが、クレジットシステムが国民生活におきまして利便性、安全性の高い決済手段として深く浸透している現状がございます。その機能を阻害しないようにするというのと、それから、御案内のとおりクレジット取引は多当事者間の契約でございますので、そういった取引特性に即したものに留意するというを基本的な考え方として対応しているところでございます。

7ページでございます。その取引の取組の方向性でございます。消費者被害の発生及びその拡大を最大限防止し、業界等の自主的取組と法令に基づく行為規制、行政措置、罰則並びに民事ルールとのベストミックスを実現するというを目標しているところでございます。

その取組に当たっては、3つに分けて整理しておりまして、法令で詳細かつ具体的に規定されている事項については、より詳細な基準、ルールが必要なもの。法令では事項は規定されているものの、詳細についてはある程度の裁量が認められているもの。それから、法令では規定されていないのですが、協会独自として規定するもの。この3点で整理をさせていただいております。

御質問の中に独禁法への工夫ということがございましたけれども、下の注にございますが、包括・個別信用購入あっせんの規則の目的のところ、最下段になりますけれども、会員の業務若しくは取引を不当に制限し、又は不公正な取引方法を許容するなど、公正かつ自由な競争を妨げてはならないということを目的の中に入れていただいております。

実際の独自ルールの規定に当たりましては、過去の行政指導等の実績について考慮すること。それから、内容的に競争制限にならないように意識をしながらルールを定めているところでございますけれども、それでも懸念のある場合には、弁護士の方に確認する、あるいは行政に確認するというので、独禁法については対応しているところでございます。

8 ページ、全体像でございますが、規則の分類でございます。まず、規則を作成、制定するということ。そして、それについてしっかり学ぶための研修に関するルール。それから、そうしたルールを遵守するための規則ということで、調査・処分に関する規則。トラブルの解決など苦情処理に関する規則。加盟店情報交換制度に関する規則。こうした体系で取り組んでいるところでございます。

9 ページでございます。それぞれのルールの目的、内容でございます。

包括信用購入あっせんと個別信用購入あっせんにつきましては、主な内容といたしましては、体制整備に関する事項、行為規制に関する事項等を定めております。

3 番目のクレジットカード番号等の適切な管理に係る規則では、カード番号等の適切な管理のための対策の基準について定めております。

4 点目のクレジットカード番号等取扱締結事業者の加盟店調査等に係る規則については、体制整備に関する事項と、行為規制といたしまして、加盟店調査の具体的な方法などについて定めております。

10 ページでございます。調査に関する規則ということで、法律に定めております法令等の遵守状況調査の実施方法について定めておるところでございます。

処分に関する規則でございますけれども、これについても法律に規定しております指導、勧告を科すに当たっての手法について、処分の種類といったものについて定めておるところでございます。

苦情等の処理に関する規則では、利用者等からの苦情の申出に対しまして、利用者等の利益保護と適正なクレジット取引の実現を図ることを目的といたしまして、この申出の範囲等について定めているところでございます。

11 ページでございます。自主ルールと法令との関係でございます。まず、1 点目が法制の具体化というところで、包括、個別に共通するルールでございますけれども、社内規則で定めるべき事項等について規定しております。

包括固有のルールとしては、カードの再発行などの支払可能見込額調査の適用が除外されるケースなどの例示をしております。

個別信用購入あっせんのほうでは、加盟店調査の調査事項の具体的方法ということで、勧誘方法調査の方法、商品内容の調査の深度などについて定めております。

また、ルールの補充ということで、協会で独自に定めているものでございます。包括、個別に共通するものでございますけれども、与信審査における機微情報の取得制限ということで、国籍や本籍地といったものについては取得してはならないということを定めております。

また、取立行為に関する規則は、従来の59年の基本通達にあったものを規定しております。

3 点目は情報に当たって利用すべき「分かりやすく理解しやすい用語」の例示ということで、これにつきましては従来、省令で規定されていたところでございますけれども、その省令が廃止されたために自主ルールで規定しているところでございます。

個別のルールということで、包括につきましては、取引条件の事前開示、これは従来の通達にあったものでございます。

また、取引条件・契約条件に関する情報を分割して提供する場合の注意について記載をしております。

個別のほうでは、消費者による自動販売機に係る取引へのルールということでございまして、自動販売機は収入にもなるわけでございますので、基本的に複数購入すると個人事業主、商行為に該当するというので、この適用対象外になってしまうわけなのですけれども、最初の1台については個人の消費ということで、法が適用されるところでございます。これも過去に通達があったものでございます。

12ページでございます。ルールを制定するに当たっての会議でございます。

総会の下に理事会がございまして、その下に自主規制委員会、企画調整部会、各ルールを制定するための部会がそれぞれ下にぶら下がっております。部会で検討したものが企画調整部会に上がってまいりまして、自主規制委員会で審議するというところでございます。

この自主規制委員会でございますけれども、委員長は学識者でございます協会の理事の方になっていただいております。特別委員ということで、学識者3名、弁護士1名、消費者代表1名で構成しておるところでございます。

右側の審査委員会でございますけれども、処分案についての審議ということで、学識経験者の方で、現在は協会の方になっていただいております。構成は、学識者2名、弁護士2名、消費者代表者1名ということでございます。

御質問の中に、消費者、第三者の意見をどう反映しているのかということがございましたけれども、この委員の方を通じて消費者、第三者の意見を反映しているということで、ルールを作成しているところでございます。

13ページ、ルール作成のプロセスでございます。それぞれの部会で改正案を審議いたしまして、その途中で、検討の一環といたしまして、行政に対しまして法律解釈や適用範囲を確認するために確認というものを行っております。その確認を経た後、担当部会で改正を決定いたしまして、企画調整部会で調整、自主規制委員会で審議又は決議ということで、規則に関しましては、理事会で決議をしていただくことになっております。したがって、行政の確認というところにつきましては、当協会の決定プロセスには入ってはおおりません。

14ページでございます。遵守状況調査でございます。

調査の基本方針でございますが、業界の健全な発展及び消費者利益の保護を図るため、自主的にルールが遵守されるよう、会員企業の意識向上を図るということを目的にしております。

調査に基づく助言・指導を通じて、会員における消費者保護意識の向上と実践を促進するということ。それから、消費者被害の発生の未然防止及び被害が発生した場合の拡大防止に努めるということを目的としております。

調査は3段階ございまして、書面調査ということで、これは年1回でございます。業界の全体像を把握するということ。

実地調査でございます。おおむね3～5年を目途に実施をしております。個社の遵守状況の改善を助言すること。あるいは、消費者トラブル等の社会問題化を未然に防止するため、業界としての

改善点を洗い出すという観点から、実地調査を実施しているところでございます。

特別調査でございます。これは随時でございまして、悪質性が高く、社会問題化する可能性が高い場合の緊急対応、あるいは行政処分を受けたときに特別調査を実施するというところでございます。

また、処分から一定期間経過した後にはフォローアップ調査ということで、実際に指摘した事項が改善されているかどうかというところを調査しているところでございます。

御質問の中に、行政との連携という点がございましたけれども、行政の検査と当協会の遵守状況調査につきましては、毎年、調査結果を通じて業界の現状について共通認識を図るようにしているところでございます。また、法令解釈等について、必要に応じて適宜調整を行っているという状況でございます。

15ページでございます。処分についてでございます。

当協会の処分でございますけれども、基本的には実地調査等を通じて助言を行いまして、企業の意識向上を図ることを主眼に行っているところでございますが、その助言によっても改善が図られない会員企業に対しては、処分等厳格に対応するというところでございます。

法令・自主ルール違反、行政処分の事案、協会の名誉棄損行為に対しても処分ということになっておりまして、御質問の中に、他団体のルール違反の対応ということがありましたけれども、著しく信用を失墜するような行為がありましたら、この協会の名誉棄損行為ということで、これに関したものでございますけれども、こちらをもって対応していくということでございますが、現在までこの事例はございません。

基本的に、実地調査を発端とする案件以外は全部特別調査を実施しております。審査委員会での処分案での検討でございますけれども、まず、悪質性ということで、組織性なのか、その故意性があるのかどうか。重大性ということで、業界の信頼性への影響、あるいは消費者被害の状況といったものを中心に検討いただきまして、処分案は原則理事会で処分を決定しております。

権利の停止や社名公表を行うものについては、自主規制委員会で対応しております。

処分の内容でございますけれども、指導又は勧告、会員の権利停止・制限、除名の3種類でございます。

16ページでございます。調査、処分の実績でございます。御覧のとおりでございますが、処分につきましては、平成21年12月以降、行政処分を契機といたしまして、8会員に対して処分を実施しております。いずれも勧告及び社名の公表をしているところでございます。

御質問の中に、自主ルール違反と法令違反への対応というところがございましたけれども、実地調査の結果、判明したものにつきましては、全て法令に抵触する事案でございます。したがって、行政による措置との重複を調整することなく助言を行っているところでございます。

また、処分におきましても同様に、行政による措置との重複ということは特に調整をせずに、当協会が処分を決定しているところでございます。

17ページでございます。そうしたルールの研修ということで、どう徹底していくかというところでございますけれども、一般研修と役員研修がございます。一般研修は、割賦販売法及び自主ルー

ルを理解いたしまして、それらに基づいた業務を行うことができる人材を育成するというところで、3～5年を目途に定期的に受講することとしているところでございます。

一方、役員研修でございますけれども、自主ルールを遵守するために必要な社内体制の整備を行うための必要な知識を習得するというところでございます。

毎年度1名以上の役員が役員研修を受講するというところでございまして、ここにつきましては体制整備の一環といたしまして、協会の研修を受講する義務が規定されているところでございます。

自主ルールの遵守に関する質問で、特に資料のないものでございますけれども、1点目は自主ルールの遵守を促すために特に重要なものとしてはどのようなことを考えているかというところでございます。まず、監督官庁の法執行と協会の自主規制規則でございますが、お互いを補完する関係で運用しておりますことから、監督官庁の存在は不可欠だと考えているところでございます。

その中で特に重要な点でございますけれども、自主ルールが法執行における予見可能性を担保するものとして機能するというところ。それから、協会が各会員の業務内容に合わせて的確に業務の助言とアドバイスをできるようにするというところで、単なる法律の解釈だけではなくて、実務に合わせたアドバイスができるというところを念頭に置きながら対応しているところでございます。

また、構成員、アウトサイダーに対して何らかの対応をしているのかというところでございますが、冒頭御説明しましたとおり組織率が100%でございますので、アウトサイダー等を要することはほとんどございません。もし仮にアウトサイダーの方と対応するというところになりましたら、自主ルールの観点からは、他の事業者団体や国際ブランドなどの関連組織、あるいは業務委託元となる協会の会員を通じて対応するということが想定されるところでございます。

消費者相談についてでございますが、協会会員と何らかの契約関係が存在する場合には、その会員を通じて対応するというところ。もし何も関係ない場合には、他の行政機関、消費者センター等を紹介することなどで対応することが予想されるところでございます。

18ページでございます。消費者相談室の概要でございます。こちらも割賦販売法に基づいて消費者の苦情の処理に当たっているところでございます。消費者や消費者相談関連機関と会員企業とのパイプ役としての役割を担っているところでございまして、主な活動でございますが、情報提供・アドバイスということで、基本的な知識等の提供、助言、アドバイスを行っております。

また、会員への調査依頼ということでございまして、自主ルールに違反する疑いのある事案に関しましては、会員に対して事案の調査を依頼しまして、消費者と会員との自主的交渉によりまして円滑な解決を図っていただくことに努めているところでございます。

また、当協会の相談室でございますけれども、相談・苦情の和解案を作成し、当事者のあっせんを行う解決機関（ADR）ではございません。

あと、自主ルールがトラブル解決に役立ったケースはあるかという御質問があったのですが、直接的な事例は承知しておりませんが、消費者センターや弁護士等の方から自主ルールの解釈等について確認を求めてくるなどもございますので、こうしたケースを通じて自主ルールが解決に役立っているところはあるのかなと考えているところでございます。

19ページでございます。消費者相談の受付の状況でございます。御覧のとおりでございますが、

御質問の中で、自主ルールの効果が悪情の減少に表れたかどうかということでございましたけれども、特に自主ルールとの相関関係はないと考えておりまして、ここにも書いてございますけれども、てるみくらぶが倒産したときがございました。こうした大型加盟店が倒産したときなどは、その相談件数が増加するといった傾向がございます。

20ページでございます。消費者向けの啓発活動ということで取り組んでいるところでございます。

1点目がクレジットの健全な利用についての理解促進ということで、主に若年層を中心に活動をしているところでございます。各種のパンフレットを無償配布するとか、新聞、雑誌で啓発する、あるいは協会のホームページで情報提供するというところで、19年度は月間で20万件のアクセスがございました。

また、特に力を入れているのが学校へのクレジット教育でございます。昭和59年から実施しているところでございまして、実態調査や講師派遣、教材の提供を行っているところでございます。19年度では、教員向けの勉強会を全国で13地区開催しております。また、講師派遣では14か所、授業への講師派遣ということで、大学、高校、中学等にも派遣しております。教材の提供、あるいは教員向けの解説本なども作成しております。実際のクレジットカードの見本なども作成して、触ってもらうようなものもつくって、配布をしております。

また、消費者関連機関との連携ということで、消費者センター、消費者協会との情報交流を行うとか、市民講座への講師派遣、相談員研修への協力といったことを行っているところでございます。

あと、その他の質問としてあった点について、御説明をさせていただきたいと思っております。

悪質なお試し商法についての質問がございましたけれども、当協会の相談室の相談状況でございますが、消費者の方が「ネット通販」や「クーリング・オフ」などでネットで検索した結果、当協会の相談室の存在を知って相談に申し出てくるというケースも多くございます。それでもお試し商法に関しましては、月間で5件以下の受付と少なくなっておりまして、その内容のほとんどが代引きやコンビニ払いとなっております。

また、こうした悪質なお試し商法の加盟店の排除ということでございますけれども、例えばこれらの取引の現契約につきまして、特商法等において不適切取引として措置が講じられることになりましたら、当協会といたしましても、カード会社に対して適切な措置を求めていくことになりまして、その場合には、当協会としてもきちんと対応していきたいと考えているところでございます。

その他の質問で、自主的な取組の中で行政や他の団体、民間機関と連携していることがあるかというところでありますが、消費者啓発活動の一環といたしまして、全銀協、貸金業協会、日本クレジットカード協会とともに消費者信用関係団体懇談会というものを開催しております。各機関が行う消費者啓発活動の状況を共有するとともに、毎年11月を消費者信用関係団体共同キャンペーン月間といたしまして、共通のロゴを用いまして、それぞれの団体が多重債務防止等の啓発活動を行っているところでございます。

自主的な取組に関しての透明性を図るための工夫でございますけれども、先ほど自主規制の制定のところでも御説明しましたとおり、第三者の参加を求めて、その方を通じて意見を反映しているということ。それから、自主ルールにつきましては、セキュリティ上問題があるものを除きまして、

一般に公開しているというところで、透明性を図っているところでございます。

自主的取組に関しまして、課題と感じていることがあるかということでございますが、これはあくまでも個人的な意見になってしまいますけれども、会員の人事異動等で担当が替わった場合に、法令知識を継承していくことに課題があるなど感じているところでございます。会員会社でも社内規則あるいはそのマニュアル等をきちんと定めているところでございますけれども、それを運用していくのは人でございますので、そうした人の知識の承継というところが課題にあると感じております。

もう一点が、加盟店と消費者間のトラブルについてでございますけれども、その原因の存否や評価について、当事者でないクレジット会社が判断することは難しい面があるなどいうところを課題として感じているところでございます。

長くなってしまいましたが、当協会の説明については以上でございます。

よろしく願いいたします。

○丸山座長 ありがとうございます。

それでは、これより25分程度、質疑応答の時間とさせていただきます。ただいまの御説明を踏まえまして、御質問、御意見等のある方は、御発言をお願いいたします。御発言をされる際には、まず、チャット欄に御投稿ください。

それでは、原田オブザーバー、よろしく願いいたします。

○原田オブザーバー ありがとうございます。京都大学の原田でございます。

そんなに難しい質問ではないと思うのですが、4点ほどお伺いしたいことがございます。

第1点目は、組織率が極めて高い、アウトサイダーがほぼいないということなのですけれども、アウトサイダーがほぼいないことに何か理由があるのかどうかということです。つまり、業界の特性上そうなのか、あるいは他に何か理由があるのかということをお伺いしたいと思います。

2番目は、自主規制ルールの中で法規制のルールを補充するものを紹介していただいて、それは非常に興味深い内容なのですが、紹介していただいたものの多くはもともと省令であったとか、もともと通達であったものを自主規制ルールにしたという御説明であったと認識しております。もし、省令や通達でないものについて何かルールの補充で作成されたものがあれば、そのような実例を教えてくださいというのが2番目の質問です。

3番目の質問は、遵守状況調査についての補充の説明で、行政の検査とは適宜調整しているというお話だったかと思いますが、適宜調整しているということは、組織的な調整、つまり、行政機関、監督官庁と今年はこの会社に行こうなどということをおらかじめ調整しているわけではなくて、それぞれ別々に動いていて、情報をたまに交換しているという程度の調整だと理解してよいかということです。

最後に、自主規制ルールを担保するものとして処分があるということは分かったのですが、苦情の対応に生かされている直接的な事例はないという御説明があったかと思いますが、その直接的な事例がないという理由は、そもそも苦情対応の中で何か自主規制ルールを使って解決策の提案なりをすることがないから直接的な事例がないということなのか、自主規制ルールが紛争解決との関

係であり意味を持っていない、そもそも内容的に意味を持っていないということなのか、あるいは他に理由があるのかということをお伺いしたいと思います。

以上です。

○丸山座長 ありがとうございます。

それでは、お答えのほうをお願いしてよろしいでしょうか。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

まず、1点目の組織率の高さのところでございますけれども、経済産業省のほうに登録されている事業者が100%当協会に入っております、行政のほうも協会に入るように勧めていただいているというのがありますけれども、したがって、アウトサイダーがないということで、登録事業者は100%加入しているところでございます。

それから、法令遵守状況調査のところでございますけれども、私の発言がしっかり聞こえなかったかもしれませんが、行政とはそうした調整等は一切しておりません。

苦情のところでございますけれども、特にその事例は承知していないということなのですけれども、実際にどう解決したのかということまでは調べておりませんので、もしかしたら当協会のルールがそういうものに役立っているケースもあるかもしれないということで、御回答させていただいたところでございます。

○丸山座長 法規制の補充という点についてはいかがでしょうか。

もともと省令だったものが自主規制になっているという御発言があったのですが、省令でないものでそういった例があるのかといった点はいかがでしょう。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 多くがそうした、例えばそこでも話をさせていただきました分かりやすい用語の解説等は省令が廃止されたものでございます。それ以外、過去の通達にあったものなどで規定しているものがございます、当協会独自でというところではございます、機微情報の取得制限といったものについては協会の独自で定めているところでございます。

○丸山座長 もし、原田オブザーバーのほうから確認があれば、了解であれば了解ということで、確認をお願いできますでしょうか。

○原田オブザーバー ありがとうございます。

私のほうからはこれで結構です。

○丸山座長 分かりました。

それでは、新川座長代理からよろしく申し上げます。

○新川座長代理 新川です。ありがとうございます。

大変充実した協会としての活動をしておられて、改めて感心しているところです。

不案内ですので教えていただきたいのですが、大きく一つは、こうしたクレジット分野でも、国際的な取引に関わって様々な問題、課題が起こっているのではないかと感じておりますが、この辺り、協会として諸外国の関係機関あるいはこうした自主規制との関わりということについてはどのように取り組んでおられるのか。もしありましたらお教えいただきたいというのが1点目でございます。

2つ目に、自主規制ルールの作成というか制定に当たりましての手續は非常に慎重に、また、様々な御意見を聞きながら進めておられる点も感心しながら聞いていたのですが、同時に、こういう自主規制ルールについては、論点によりましては相当程度幅広く多様な御意見を聞いていく必要もあるケース、特に先ほど機微情報等々のお話もございましたけれども、その範囲を具体的にどのように規定していくのかといった点については、難しいところもあるのではないかと勝手に想像しております。

この辺り、協会で設置された委員会は、そうした専門性に対応できるような組織体制のようなものを柔軟にと言うのであればですけども、必要に応じて組み替えていくとか、組み立て直していくとか、何かそういう運用の仕方をしておられるのか。あるいは、そもそも幅広くクレジット分野の御専門の方が集まってきておられる、そういうルール制定体制のようなものができているのだということなのかというのが2点目の論点です。

3つ目に、自主規制ルールの適用に当たって、特に調査や処分という手順を取っておられるわけでありまして、実地調査をしておられます。こういう実地調査等について、調査員が現地に行かれるということだったのですが、この調査に当たる方は、やはりそれなりの専門性が要求されるのかなと思っております、この辺り、協会としてどういう方、どういう専門性を持っているのか、あるいはどういう経験を持っておられるのか、また、プロパーでそういう専門的な職務を持っておられるのかがちょっと気にかかっておりまして、この調査の実施の仕方やそのための体制整備といったことについて、3点目にお伺いしたかったということでございます。

最後に、ちょっと大きな話になるかもしれませんが、自主規制ルールの在り方について、協会としてこういうルールの在り方を考えていくときに、もちろん問題が起こって、それに適切に対応するということがあると思っておりますけれども、お話の中でも予見可能性というか将来の問題を一定見据えながら、ある意味ではこうした取引自体がそれぞれのマーケットの工夫次第で次々に変わっていくところもあります。こうした今後起こり得るであろうトラブルに対する備えというか、そうした情報収集や議論をもしされておられるのであれば、そうした仕組み、あるいはそれに向けての備えみたいなものがあればお教えいただきたいというのが最後の質問です。

以上、よろしく願いいたします。

○丸山座長 では、お答えをお願いいたします。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

まず、1点目の御質問の国際的などというところで、自主規制について諸外国との連携のようなどころでございますけれども、特に当協会として諸外国と連携あるいは対話をしているところはございません。

2点目の幅広い意見ということで、例示を挙げさせていただきました機微情報のところでございますけれども、個人情報のところに関しましては当協会も認定個人情報保護団体になっておりまして、協会独自の個人情報保護指針も定めております。そういったことから、協会の理事には個人情報に非常に詳しい方も入っていらっしゃいますし、幅広く弁護士の方もいらっしゃいますので、今、起きている対応とかも、意見を取り入れながら自主ルールの策定等に努めているところでござい

す。

3点目の御質問が、実務の専門性というところでございます。遵守状況調査でございますけれども、実際にカード会社さんの現場で実務を経験したことがある方、現在、3名の方に契約社員として調査に加わっていただいております、その調査員の方と職員がペアを組んで調査に行くというところでございます。

職員につきましては、定期的な人事異動等で対応していくということになるわけでございますけれども、それなりに勉強期間と現場での実績等を積み上げながら対応しているところでございます。また、嘱託職員で協会にいた者もこちらの調査に加わるということで、そういう意味で、幅広く経験を有している者がこの調査に加わっているところでございます。

予見可能性というところで御質問があった点につきましては、基本的には行政による監督がございます。割賦販売法、省令、監督の基本方針が定められておりますので、それに適切に対応していくということで、予見可能性を持ったルールにしているところでございます。今後マーケットが広がっていったら、いろいろな取引が出てくる。それによるトラブルというところまで想定した予見可能性ではございません。現在の割賦販売法の中で決められている法令行為等についてどう対応していくのかというところでの予見可能性でございます。

以上でございます。

○新川座長代理 ありがとうございます。

確認ですけれども、最後の話も含めて、ある意味では、協会としての御活動は、法令が一定方向づけられているという枠組みの中で、逆に協会として自主的に動いていかれるという法令の枠組みがきちんとあった上でという印象でよろしいのでしょうか。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 そのとおりでございます。

行政のほうでも検査をしてやっているわけでございますけれども、当協会のほうとしては、会員の皆様に対して、適正な方向に持っていただくための助言、アドバイスを中心にやっております、その行政と当協会の両輪で、会員企業の方々がより適切な業務を行えるように、そういう方向に持っていくというところで考えておまして、基本的には割賦販売法の中での範囲でございます。

○新川座長代理 ありがとうございます。

○丸山座長 それでは続けて、片山委員のほうからよろしく願いいたします。

○片山委員 御説明、どうもありがとうございました。

大変詳しく説明していただいて、協会の全体像が大変よく分かりました。ありがとうございました。

私のほうからは3つ質問をさせていただきたいと思います。4つになるかもしれません。

1つは、今、新川委員のほうから御質問のありました調査の関係なのですが、16ページに遵守状況調査の一覧表を挙げていただいておりますが、この表は書面調査、実地調査等、調査全ての件数の合計と見させていただいたらよろしいでしょうか。

あと、実際に処分に至ったのは8件という話だったかと思いますが、それ以外の実地調査がこれ

までにどれぐらいあったのか、年平均で何件くらいというところで状況をお教えいただければと思います。

2つ目が、消費者からの相談室への問合せや相談に対する対応の関係で、19ページに件数の表を挙げていただいています。この中で知識等についての問合せも多いと思うのですが、相談・苦情と問合せの比率が分かりますでしょうか。

それから、消費者相談室へ寄せられた情報が、協会全体、例えば他の部会や新たな自主ルールの策定にどういう形で反映されるのか。相談室への情報が全体で共有されるような仕組みがつくられているのかどうかということもお教えいただければと思います。

3つ目ですが、大変膨大な活動といたしますか、多様な活動を少ない人数でやっていた感じでした。協会としては、更に調査人数を増やすとか、規模を拡大するというお考えもありませんか、それとも、今のこの状態で協会としてやっていくことで十分か。どう申し上げればいいのか、活動として更に広げたいとお考えか、これで適正だとお考えか、その辺のところの御意見を聞きしたいと思います。よろしく願いいたします。

○丸山座長 それでは、御回答をお願いします。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

まず、1点目、16ページの遵守状況調査のところでございますが、こちらに書いてあるのは全部実地調査に行った件数でございます、書面による調査は全社に対して毎年1回行っているところでございます。

それから、消費者相談室への相談の問合せ等の状況でございますけれども、約8割が問合せ、アドバイスや情報の提供でございます。

部会でそうした消費者相談の対応について全体で共有しているかということですが、毎年、消費者相談報告書という形で、1年間の相談の内容を分析したものをまとめておきまして、当協会の中、それから関係部会等で共有しているところでございます。

4点目の少ない人数ということでございましたけれども、現在440社が会員でございますが、平成28年の改正で新たにカード番号等取扱締結事業者という方が当協会の会員として入ってくるようになりました。約50～60社ございまして、そういったことから会員企業も増えてきたということでございますので、そここのところについては適切な対応をしていかなければならないなということは考えておきまして、今後、規模の拡大ということも視野に入れながら、進めていきたいと考えているところでございます。

以上でございます。

○片山委員 ありがとうございます。

1点だけ、実地調査というのは一般調査の実地調査と特別調査の実地調査があると思うのですが、その合計と見たらいいですか。それとも、特別調査の中の実地調査と理解したらいいでしょうか。

何度もお聞きしてすみません。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 当方の回答が不十分で失礼いたしました。

一般の遵守状況調査でございます。行政処分を受けたところに対しまして特別調査を実施いたし

まして、その結果、8会員に対して処分をしているというところでございます。

○片山委員 ありがとうございます。

御丁寧に御説明いただき、どうもありがとうございます。

○丸山座長 それでは引き続き、清水オブザーバーから御質問をお願いいたします。

○清水オブザーバー 今日は大変興味深い話をどうもありがとうございました。大阪大学の清水と申します。

私のほうから幾つかのことをお伺いさせていただきたいのですが、まず1点目としましては、この自主ルールに関しては外部に対する公表をされているかどうかという点です。今、ホームページを拝見した限りにおいてはうまく見つけられなかったのですが、外部、つまり会員以外の者に対してもこれを公開しているかという点について教えていただきたいと思います。

2点目としましては、9ページのスライドのところルールの内容について触れられておりますけれども、例えば行為規制に関して、こちらはいわゆる伝統的な意味での禁止規定のようなもの、つまりこのような行為をしてはならないとか、このように行為しなければならないとか、そのような規定なのか、それとも、例えば加盟店管理とか調査とかをするときにはこれこれこのような活動を行うことが望ましいというような努力義務的なもの、あるいはベストプラクティス的な内容の規定も含まれているのかというところについてお伺いしたいと思います。

3点目について、スライドの6ページ目のところで、白い四角の中がポイントだと思うのですが、1つ目のところで、販売信用が膨大な数の加盟店を介して取引が行われる点で消費者金融と大きく異なるということ、2つ目のところで、悪質加盟店について述べられているのですが、ここからも分かるように、要するに協会としては、クレジット会社が悪質加盟店あるいは悪質とまでは言えないかもしれないけれども適切とは言えないような加盟店に関して管理をするところにポイントがあるのだと思います。そこで、まず、1つ目の消費者金融と大きく異なると思われるところのポイントは、どの点を捉えてそのように書かれているのか、少し御説明いただくと有り難いと思います。

あと4点目としまして、加盟店管理に関して、協会としてはあくまでクレジット会社の協会であるから、クレジット会社に対して指導をして、そこを通じて加盟店を管理するということなのか、それとも、例えば何らかの形で研修をしたり、あるいは啓蒙したり、そのような形でもいいのですが、加盟店のほうに直接アプローチする部分があるのか。

この4点について教えていただきたいと思います。よろしくお願いします。

○丸山座長 お願いいたします。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

もしかしたら見にくかったのかもしれないのですが、自主ルール規則についてはホームページのところで公表させていただいております。

2点目の質問でございますけれども、行為規制等について努力義務かどうかというところで、情報提供とか加盟店調査の方法とか、そうした具体的な方法を規定しているところでございまして、努力義務ではございません。

また、消費者金融というのは今、千数社あるかと思うのですけれども、そういう会社に限定されているところがございますが、販売信用のところについては加盟店の数がそもそも大変膨大でございまして、日々なくなったり、新しく増えたりと、そうした会社が大変出てきているところがございます。

行為規制というところは、加盟店の店頭で実施されておりますので、その点については考慮して、してはいけないというところがございます。

それから、加盟店に対して指導するかというところがございますけれども、加盟店はあくまでも当協会の会員ではございませんので、指導はしておりません。クレジット会社を通じて、加盟店に適切な行動を取っていただくような指導をしているところがございます。

以上でございます。

○清水オブザーバー どうもありがとうございました。

○丸山座長 ありがとうございます。

ほか、御質問はございますでしょうか。

すみません、時間もないところなのですが、私のほうから少しだけ確認をさせていただきます。

加盟店調査に関してなのですが、御説明から理解したところでは、何か新たな商法とかで苦情とか相談が増大したとしても、特商法などを通じての行政庁の対応をまずは待ってから、加盟店に対してどういう対応を取るのかの基準を自主規制で考えるというように、まずは加盟店に対しては、割と行政庁の対応を待ってから対応策を考えるといった理解でよろしかったのかという点と、もう一つは、他の金融機関とか銀行とかとの共同というお話が出てきたのですけれども、決済の手段が多様化している現在において、加盟店情報の共有ということは考えられているのかという2つの点を教えていただけますでしょうか。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

申し訳ございません、イヤホンが外れてしまいまして1点目の質問がうまく聞き取れなかったのです。

○丸山座長 では、繰り返します。

1点目の質問というのは、加盟店などに関して新たな商法とかで苦情とか相談が増大しているという状況があるときに、御説明によりますと、そういう場合でも、まずは特商法とか行政の対応を待ってから考えるということで、自主規制のほうで前倒して積極的に加盟店に関する調査の基準を改めるとか対応を考えるということは、あまり行っていないという理解でよろしかったでしょうかというのが1点目でした。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

全て待つということではなくて、現在も加盟店の消費者の保護に欠ける行為があるときには、カード会社のほうでも情報を集めて適切な対応を求めるとか、いろいろな行動をしておりますので、こうした悪質取引が出たら、その規定に合わせて何か対応していくということであって、現在でも、そうしたよくない加盟店の行為に対しては、適切な対応を取るよう指導をしているところがございます。

2点目の御質問は加盟店情報について、限定的な情報でございますので、当協会の会員の中で情報共有させていただいているところでございます。

以上でございます。

○丸山座長 ありがとうございます。

他に御質問などはございませんでしょうか。

大石オブザーバーから、よろしくお願いいたします。

○大石オブザーバー お忙しいところすみません。1点だけ確認になります。

11ページにあります協会の主な自主規制についてのところで、行政庁の通達等が外れたものについては自主規制にするというお話だったのですけれども、ここのところをもう少し詳しく教えていただきたいくて、行政庁が外したかということは、それは十分に行われているからということ以外したと思うのですが、それでもそれを自主ルールに持つてくるということは、それは協会側としては十分ではないということで、更に自主ルールに加えられるのか、その辺りのところを1点だけ教えてください。

以上です。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

従来、通達という形でいろいろな行政指導がなされてきたわけでございますけれども、通達というものはなくなったのですが、当協会会員の中でも引き続き対応しているもの等について定めさせていただいているということでございます。

○大石オブザーバー では、自主的に協会として取り入れているということでいいのですね。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 はい。例えば先ほどお話ししました分かりやすい用語の例というところでございますけれども、確かに省令から外れたのですが、各会社ばらばらにいろいろな用語を使ってしまうと、消費者の方にとって何なのかということが分からなくなってしまうものですから、こうしたものについては協会が引き継いで、消費者の方に分かりやすくということを含めて、ルールとして定めているところでございます。

○大石オブザーバー ありがとうございます。

○丸山座長 ほか、質問は大丈夫でしょうか。

それでは、一般社団法人日本クレジット協会寺嶋様へのヒアリングはこの辺りにさせていただければと思います。

本日は、大変お忙しい中、御出席いただきまして、誠にありがとうございました。

それでは、説明者を交代いただきますので、委員・オブザーバーの皆様は、準備が整うまで少しお待ちください。

○一般社団法人日本クレジット協会寺嶋常務理事 ありがとうございます。

(一般社団法人日本クレジット協会退室)

(電気通信サービス向上推進協議会入室)

○丸山座長 それでは、次に、電気通信サービス向上推進協議会のヒアリングを実施します。

本日は、参考人として、同協議会の明神浩様にお越しいただいております。

本日は、大変お忙しい中、ありがとうございます。

それでは、15分程度でお話しいただきますよう、お願いいたします。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 電気通信サービス向上推進協議会の明神でございます。本日は、このような機会を設けていただきまして、ありがとうございます。

総務省では発表する機会があるのですが、内閣府様では非常に緊張するところでございます。怒られたためししかないということ。

今日は、私ども電気通信サービス向上推進協議会について御紹介させていただきたいと思います。

資料を見ていただきまして、2ページ目、目的ということで、基本的には電気通信というサービスを活用している人の消費者トラブルとかを解消するために自主基準をつくったり、様々な不具合等の対策を練っているところでございます。この辺りは総務省の消費者行政課というところと主に一緒になって運用しているところでございます。

構成員としましては、当時、総務省がつくりました通信関係4団体で構成しています。

3ページを見ていただけませんか。4団体といいますのは、多分皆さんは御存じだと思いますが、1つ目は電気通信事業者協会、これはTCAと言われまして、大手キャリア、ドコモとかNTT、ソフトバンク、KDDIが入っている団体でございます。

もう一つは、テレコムサービス協会。これは当時二種とか特二というのがございました。その団体として、主に通信を借りて事業としているところであったり、代理店などが所属しています。

日本インターネットプロバイダー協会。これはプロバイダーの協会として、インターネット接続事業を主に行っている会社が集まっているところでございます。

4つ目は、日本ケーブルテレビ連盟。これはケーブルテレビ会社が集まっているところです。

主にこの会員で、800社ほどがこちらの加盟団体の中の会員となっております。

私どもの出先が、総務省が消費者行政に力を入れる前からありまして、消費者トラブルを防ぐということで起こっております。

資料にはございませんが、ガイドライン等の作り方について少し説明させていただきたいと思っております。

私どものガイドライン等の作り方は何通りかございますが、1つ目が、総務省から依頼があって、それに対して、例えば今でしたら電気通信事業法の消費者保護ガイドラインに沿ったものの運用ガイドラインをつくって運用したり、もう一つは、消費者トラブルや様々なことが起こったところの自主的なガイドラインをつくって、これはパブコメを通じて決定するもの。それをもって各団体の事業者にも周知徹底しております。

最後に、これは非公開というものがございまして、運用するため、主に事業者のみに渡すガイドラインでございます。事業者に渡しているというのは理由が1つだけありまして、もちろん他の方に見られたら困るというのも大きいのですが、消費者がこれを見ると、逆手に取ってそれを活用して悪用されることが頻繁に起こっておりますので、これを紹介していないのがございます。

最後に、ガイドラインというのは私ども協議会ではつくって運用しておりますが、ある程度運用が進んで、各団体とか個社で運用が始まりますと、役目を終えて、そのガイドラインをやめていく

傾向にございます。現在行っている関係としましては、広告表示というところ。テレビ広告とか新聞広告のガイドライン、自主基準だったり、実効速度。これは、キャリアさんが測定する速度が消費者のパンフレット等の速度と違うという課題がありましたので、この2つの関係をしております。

いろいろな委員会とかの名称が非常に長ったらしいので、右のほうにコメントしておりますので、そちらのほうを御参照ください。

あと、この表の中で水色のワーキング等は、役目を終えて閉じているところでございます。

4ページに移っていただけますでしょうか。1つ目が苦情相談、当時これが多くて、いろいろな通信トラブル、特にキャリアさんの0円広告などがたくさんありました。あと、セット販売とか抱き合わせ商法がありまして、これがいろいろな活動をしているきっかけになりまして、消費者向けの連絡先であったり、あとは相談員向け。10年ぐらい前当時、事業者と相談員というのは仲が悪くて、連絡先が分からないということで、これを国センさんに提供している相談員向け連絡先リストでございます。

あとは、重要事項説明。今では当たり前のように、店頭に行きますと簡単な3ページぐらいの重要事項説明書のダイジェスト版がございます。当時は50ページぐらいの長いものがありまして、消費者が分かりにくいということで、ダイジェスト版をつくっております。これもキャリアさんが自分たちで独自につくるようになったということで、今は廃止しております。

勧誘に関する自主基準。これは電話勧誘や訪問販売、店頭販売における消費者トラブルを防ぐという意味でつくった自主基準でございます。これも下の図にありますように、各団体が窓口をつくったり、相談対応するようになりまして、もう一つは総務省が消費者保護ガイドラインというものを独自につくりました。消費者保護ガイドラインの前につくられていたものですので、消費者保護ガイドラインがそれを網羅しているということで、これは役目を終えておるものでございます。

もう一つ、御紹介としまして、5ページを御覧ください。テレコムサービス協会といひまして、これは特に最近コラボ事業、光回線網を持つ大手事業者から、光回線を卸して回線を売る事業者の会社がございます。500社ぐらいあるのですが、これのトラブルが多いということで、テレコムサービス協会内で、事業者への各種重要事項ツールをつくっております。重要事項を説明するときのやり方やトーク集、後確認。電話勧誘したときに、はいはいと言っても本当にちゃんと契約したかどうか分からないので、再度、別の人から連絡をして、契約を確定するような作業があったりします。

あと、高齢者というのが、80歳以上、70歳以上の高齢者に対してのトーク集であったり、NGトーク集。これはいろいろな言葉で、〇〇（大手通信事業者）から来たとかという詐欺的なものはあるのですが、〇〇（大手通信事業者）グループということで〇〇（大手通信事業者のグループ事業者）が勧誘すると、〇〇（大手通信事業者）と勘違いしたりするので、それ防ぐためのNGトーク集をつくっております。

一部は国民生活センターに御提供しておりますが、一部は悪用されるおそれがあるので、事業者のみに渡しているものもでございます。

次に、広告表示に関する活動でございます。6ページを見てください。主に2つをしております

て、広告表示の自主基準をつくっております。CMやテレビ広告、新聞広告の文字が分かりにくいとか詳細が書かれてないということがございます。電気通信サービスの広告表示に関する自主基準をつくっております。これを運用しているところです。

もう一つは、広告表示の確認体制です。これは後ほど説明いたしますが、四半期に1回、各団体を通じてCM若しくは新聞広告を提出いただき、それを第三者機関で確認するということがございます。広告表示検討部会というのは有識者の集まり。広告表示アドバイザリー委員会というのがございまして、これは大学の教授や消費者センターの方、広告に関する会社の方が集まって、委員会を開いております。アドバイザリー委員会の委員長は今、中央大学の平野晋教授¹にやっております。

次に7ページ、広告表示に関するガイドラインの特徴がございます。主に私どものガイドラインは2つ特徴がありまして、通信サービス特有の広告表示について、実例を交えた規程集となっております。料金プランが分かりにくいということがありましたので、料金プランの実例を出したり、割引サービスの書き方、通信エリアはちゃんと表示するとか、速度表示、ベストエフォートについてのちゃんとした説明をするということ。あと、比較表示、文字サイズ・記載の位置とかも細かく決めているところでございます。

これをガイドラインに基づきまして、先ほどの有識者会議の広告表示アドバイザリー委員会で検討し、問題のあるところは注意するというところを行っております。

もう一つは、各行政処分です。総務省、内閣府、消費者庁から指導があったところに関して、説明を求めて、パブリックコメントを受けて、それをガイドラインに反映したりという作業を行っております。

次に、8ページに移っていただきますと、最近の広告表示に関する活動でございますが、平成16年からスタートしております。最近は平成30年1月に改定しております。特にウェブ広告や条件つき最安値の更新、これは条件があるのにちゃんと書いていないものを規定するものでございます。

下のほうに書いている図は、広告表示ガイドラインの運用の仕方でございます。まず、ワーキンググループがございます。そこでガイドラインの中身を検討します。事業者へ照会して、パブコメをして改定という流れになっております。パブリックコメントをしておりますが、ワーキンググループ、委員会に関して、総務省がアドバイザーとして入っております。

次に、9ページに移っていただきまして、これが先ほどの参照、広告表示自主ガイドラインを作成した後の運用方法でございます。

テレビ広告は、今、全国レベルのものしかございません。新聞広告に関しては、基本的には全国紙ということで、基準が決められております。1つ課題になっているのは、ウェブ広告に関してはこの規定とするところがございませんので、なかなか難しいところだと思っております。

あと、広告表示検討部会で予備審査をします。これは本数が多いですので、丸一日かかります。予備審査の上、アドバイザリー委員会というところで予備審査を受けた数十本のCMを再度見てもら

¹ 中央大学 国際情報学部長 教授

います。指摘を受けて、問題があるという指摘とか、問題はないという指摘がございます。

問題がある事業者に関しては、再度、アドバイザー委員会の中身をフィードバックする仕組みを取っております。

次に、10ページに移っていただきますと、広告表示の次の実効速度に関する活動をしております。もともとキャリアさん、携帯電話事業者、ドコモ、ソフトバンク、KDDI、auがカタログの表示速度、100Mbpsとかが出ますと書いておるのですが、実際、消費者が使ってみるとその速度が出ないという現状がありました。そこで、その現状を打破するために実測をしたらどうかということで、総務省の中で委員会が設けられました。実測をするという方向で検証をし、ガイドラインが作成されました。これは総務省作成のガイドラインもあります。

私どもとしましては、総務省のガイドラインを運営するような仕組みを持っておりまして、実効速度適正化委員会というところで運用しています。ここの座長は情報セキュリティ大学院大学の廣松毅客員教授²で、あとは有識者で構成しております。アドバイザー委員会の平野教授も、こちらのメンバーとして参加していただいております。

これは公平を期すために、ある一つのインターネットに接続しているサーバーの中にデータを入れまして、各キャリアさん、au、ソフトバンク、ドコモが測定します。これは実質1,500か所をコンピューターがランダムに選んで、人間が測定するというものでございます。

最初はかなり怪しまれたということがございまして、住民からの通報がかなりありまして、笑い話ではございませんが、通報を避けるために、ちゃんとした者ですということで、許可証とかユニホームとかをつくったりしたのが当初でした。この実測値を平均的に表示した表示方法がガイドラインに定められておりますので、これを基にカタログやウェブの広告を作成していただいております。

MNOの速度ガイドラインがございます。長いので省略しておりますが、総務省がつくられたものです。総務省のガイドラインでは細かいところの指定がなく、運用上難しいというところがございますので、測定運用ルールというのは事業者内で作って、キャリアさん4社が一緒になってつくったものが運用ルールとしてございます。

もう一個、最近ではMVNO、au、ソフトバンク、ドコモの回線を借りて事業をする事業者、Mobile Virtual Network Operatorというものが増えておりまして、よく格安スマホと格安SIMと呼ばれているものでございます。これのガイドラインも協議会の中でつくって、運用を始めております。キャリアの速度と実際は違いますので、参考速度という形で表記を変えております。

あと、各種測定上の課題の解決ということが委員会の中で行われまして、先ほどの通報されるところか、測定できなかった場合にどうするかとか、測定場所に指定されたところが人のいないところとか、そういうところで課題を解決していくということでございます。

最後に、広告表示に関しては広告表示アドバイザー委員会に移譲されており、こちらのほうで広告表示に問題がないかをチェックして、問題があればフィードバックしていただくという流れに

² 情報セキュリティ大学院大学 客員教授、独立行政法人日本学術振興会 人文学・社会科学データインフラストラクチャー構築推進センター センター長

なっております。

早走でしたが、私ども協議会の説明を終わらせていただきます。

どうもありがとうございました。

○丸山座長 ありがとうございました。

それでは、これより25分程度、質疑応答の時間とさせていただきます。ただいまの御説明を踏まえ、御質問、御意見等のある方は、御発言をお願いします。御発言をされる際には、チャット欄に御投稿ください。

それでは、新川座長代理より、よろしく願いいたします。

○新川座長代理 新川でございます。今日はありがとうございました。

最先端の分野で様々な工夫をしながら、自主規制あるいは適正な運用、事業運営ということで進めておられることがよく分かりました。

本当に様々なガイドラインをおつくりにならないといけないということで、工夫しておられると思いますが、ガイドラインそのものは、御説明の中にもありましたように、本当にマーケットや事業者、技術、あるいは消費者など、それぞれの変化にいかに対応して、組み替えていくかがポイントかなと思いつながりながら聞いていましたけれども、ガイドラインを変更していかれるというときに、そのきっかけや重要度、緊急度の辺りの御判断は何か基準を持っておられるのか。あるいは、いろいろな苦情が出てきたり、アドバイザー委員会等々での議論があったりということがベースになるのか、このガイドラインを変更される時の背景というか条件というか、あるいはこれまでの変更の際のきっかけ、それを促進した要因などについてお教えいただければというのが1点目です。

それとの関連で、ガイドラインそのものの必要なくなったという御判断もしておられました。必要なくなったということをどのように確認してやめておられるのかというのがお伺いしたかったというのが2点目です。

3つ目に、こうした自主規制をされていこうというときに、パブリックコメントをやっておられますが、具体的なパブコメの方法というかやり方、それから、もし可能であれば、そのパブコメはどのような御意見があって、それに応えてどのようにガイドラインを変えていかれたのか。あるいは、もしもお示しいただけるような例があればお願いしたいというのが3つ目です。

最後にしますけれども、ガイドラインの中で非公開にしておられて、悪用のケースがあるということでしたが、特に悪用される場合の懸念のあるガイドラインは、もちろん一般的な言い方で結構なのですが、少し具体的に事例などをお教えいただくと理解しやすいということです。

以上4点、よろしく願いいたします。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 明神でございます。御質問ありがとうございました。

まず、1つ目の御質問のガイドラインの基準等のところですが、どこから情報源が来ているのかがあります。1つ目が、総務省から依頼があるということがございます。もう一つが、各官庁等から注意とか行政指導を受けている場合の情報があります。これをガイドラインに反映するかどうかはまた別途決めるのですが、その他、国民生活センターで特に増えているトラブルがあれば、こち

らを情報源とします。もう一つは、いろいろな公共機関、団体機関からの情報もちちらに使います。

たまにあるのですけれども、非常に緊急性の要することに関しては、直接いろいろなところから依頼があつて、それを動かすことにしております。特に新聞をにぎわすような出来事には、ガイドラインはつくっておきませんが、別途私どもがつくっているものに自殺関係のガイドラインがございます。あとは、SNSで非常にトラブルが頻繁に起こっている場合は、急遽、こういうガイドラインが出ます。

緊急性に関しましては、どういう基準かというのは、まず、新聞等ににぎわして、緊急性が高いというのを判断したときに、委員会のある主なる人に確認をして、緊急性があるのであれば、そのまま委員会を開いて活動します。通常、緊急性がないものに関しては、その所属の委員会やワーキングがございますので、そこで検討の土台に上げるということになっています。

もう一つが、必要がなくなったガイドラインはどういう基準かということでございますが、ガイドラインもたくさんありますと、事業者も正直なところ運用が難しいということがございます。世の中にあるガイドラインを見ると、どっちが正しいか分からないものが結構出ているようです。

私どもとしては、基準は1つだけです。官庁等が法律化したとき。それが私どものガイドラインに盛り込まれているときに、私どものガイドラインをなくす一つです。

すみません、もう一個あります。私どものガイドラインが各事業者団体のガイドラインに反映されたときに関しては、私どものガイドラインの運用をやめます。これが基準となっております。

そういうわけで、なかなかやめられないものもございます。

あと、ガイドラインを変更したときのパブコメ等の方法ですが、総務省関係の団体だったということもございますので、総務省のプレスのほうにパブコメを出します。記者クラブに出すことと、ウェブで周知するという。もう一つは、各団体を通して周知して、パブコメの確認をしていただく。この方法でパブコメが行われ、最終的には事務局に全データが戻ってきますので、全データが出たところで、その該当するガイドラインを運営している委員会を開きまして、その中で精査して、最終的に決めていく流れになっております。

ただし、ガイドラインができて各事業者が納得しないと運用できませんので、悲しいかなガイドラインは規制がございませぬので、ある程度、自主的に事業者に動いていただかないといけないところがございます。そのために、事業者に対して確認して、それでオーケーであれば公開して、運用を始めます。

あと、非公開のことに関してです。非常に言いにくいのですけれども、どんなことかという、1つ例を取りましょう。テレコムサービス協会が出しているNG集がございます。これはひっくり返すとNGがなくなるので、例えばこのようなものがあります。〇〇（大手通信事業者）と言わないとかです。〇〇（大手通信事業者）のほうから来たとかは言わないとか、〇〇（大手通信事業者）グループは名乗らないとか、いろいろ書いているのですが、それはよく考えるとその抜け道がございまして、それをうまく使っている人がいます。

中身は御説明しにくいのですが、ちょっと頭の切れる人を見ると、すぐに使われてしまうということがございます。

なぜこんな運用をしたかといいますと、実際つくったガイドラインとルールが悪用されていることがございましたので、その防止としてやっております。

話せないところがございますが、以上の御回答でよろしかったでしょうか。

○新川座長代理 お話しになりにくいところまで、ありがとうございました。

○丸山座長 次に、原田オブザーバーのほうから質問をよろしくお願いします。

○原田オブザーバー 京都大学の原田でございます。

本日は、大変貴重なお話をありがとうございました。

私のほうから2点ほど、いずれも先ほどの御質問と関わっていることなのですが、第1点は、ガイドラインの執行といいますか、ガイドラインがきちんと遵守されているかどうかということについては、どのように評価されているのか。あるいは、そもそもそのような評価をすることはないのかということですか。

先ほど、法令に取り込まれた場合と事業者団体のガイドラインに反映された場合にガイドラインを廃止するという御回答があったかと思いますが、そもそもガイドラインをつくるのが協議会の働きの中心であって、そのエンフォースメントについては、むしろ構成4団体のほうがやっているという理解なのか、それとも、協議会のほうでも、ガイドラインがどの程度実効性を持っているのかということについて、評価をしているということなのかということですか。

先ほど、広告の表示については、例えば新聞とかテレビCMを定期的に見ているということだったのですけれども、他のガイドラインについてはどのような評価方法を取っておられるのかということをお教えいただければと思います。

2点目は、これもお答えしにくいかもしれないのですが、先ほどの悪用のことで、悪用しているのは消費者なのか、別の事業者というか構成事業者ではない事業者が悪用しているということなのか。先ほどの例ですと他の事業者が悪用しているように聞こえたのですが、消費者が悪用するということもあり得るのかということも併せてお伺いできればと思います。

以上です。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 ありがとうございました。明神でございます。

御質問2点、ガイドラインの執行に関してでございますが、評価をどうしているかということです。広告表示に関しては、先ほど申し上げたような体制で評価をしております。その他のガイドラインに関しましては、勧誘に関するところに関しては、もう私どもは廃止してしまったのですが、アンケートを取ったり、定期的に数が減っていたかということを確認します。特に消費者支援連絡会という総務省の消費者支援用の会議体におきましてトラブルが検出されていなければ、運用はうまくいっているのだと思います。ただ、トラブルが減らないときは、再度周知方法を考えたり、検討するというPDCAは一応回しております。

私どものガイドライン、協議会はガイドラインをつくることは目的ではなくて、消費者トラブルを減らすということが目的です。それには事業者と相談員、消費者との円滑な動きが必要ですので、そのためにどうしてもガイドラインが必要になったという経緯がございます。だから、消費者トラブルが減ったり、円滑にものが動くのであれば、これは廃止します。

国民生活センターとのミーティングも昔はありましたけれども、これも各事業者がよく行くようになりましたので、今のところ運営しておりません。

実効性の確保で投げっ放しのものがあるのではないかとありますが、それは申し訳ないですが、ございます。大きなガイドラインに関しては評価をしますが、小さい運用に関しては事業者任せるところがございますので、投げっ放しの部分もございます。

2点目は悪用に関してですが、非常に言いにくいです。とある事業者さんとお話をしたところ、悪用に関しては消費者や事業者というよりも、代理店の一営業がやっている場合があります。中身は出せませんが、おっしゃるとおり私どもに所属していない人たちと消費者間。ちょっと歯切れが悪いですが、以上でよろしかったでしょうか。

○原田オブザーバー ありがとうございます。

先ほどの運用面のことについては、構成4団体との関係では、構成4団体がエンフォースメント、ガイドラインをちゃんとやっているかどうかを確認するという役割を果たすことは特にはないということで、事業者が見ているということなのでしょうか。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 4団体を通じて事業者には確認しております。その報告を協議会が受けているということになります。ただ、すごく重要なガイドラインに関しては、運用がきちんと行っているかということで、各4団体所属の事業者と直接連絡して、そちらをフィードバックしてもらうようにしております。

以上でございます。

○原田オブザーバー 分かりました。ありがとうございます。

○丸山座長 ありがとうございます。

御質問を待つ間に、私も確認をさせていただきたい点があるのですが、電気通信事業のこの領域の自主規制に関してなのですが、電気通信事業法の改正を見ていると、まずは自主的な対応や自主的な取組をされてから、しかしながら目的達成に不十分な点があるということで法改正に至るという経過も結構あるのではないかと見ておりました。

そこで確認なのですが、ガイドラインが役割を終えて、個社に任されることも多いとおっしゃっていたので、全事業者、MNOやMVNOが足並みをそろえて継続的な自主ルールとかガイドラインをつくって、そういったガイドラインが守られているかどうかを継続的に一緒に取り組んでいくのが何か難しい面があるのでしょうか。法改正のワンステップの自主的な取組であって、それが法改正が行われると、役割を終えるということかなと思いましたが、継続的な自主的取組、ガイドラインの策定、そして執行、不遵守のところに制裁を与えるといった枠組みづくりが難しい側面があるのかという点、お答えできれば教えていただければと思いました。

お願いいたします。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 お答えいたします。非常に難しい質問ですね。

継続的な遵守の仕組みですが、まず、総務省のガイドラインができたからやめたというわけではなくて、本来、自主的な取組で法令化をしてほしくなかったという本音はあります。法令化してしまった上のところで、法令化したのだから、その下で新しいガイドラインを事業者はやってくださ

いということにしております。

おっしゃったように、事業者と共だってガイドラインを運用するところは非常に難しいところにして、大枠はオーケーですが、細かいところは多分ほとんどNGになりますので、大枠、最大限決められるところだけ決めて、皆さんで守っていかうというスタイルにしております。

かゆいところに手が届かないところがあるのですが、協議会自体に強制的な執行権がございませんので、そのような方法でなるべくうまく回るように運用をしております。

このような御回答でよろしかったでしょうか。

○丸山座長 ありがとうございます。

それでは、引き続き片山委員から質問がございますので、よろしく願いいたします。

○片山委員 御説明ありがとうございました。委員の片山です。

私から1点だけ教えていただきたいのですが、ガイドラインを改定されるというお話を聞きました。その仕組みもお聞きしたのですが、改定が必要だという議論があつてから、実際に改定をして、報道発表まで行くのに実際どれぐらいのスピード感でやっておられるのかということと、それがそれぞれの所属団体に浸透するのにどのような方法で浸透させておられているのかという辺りはいかがでしょうか。

よろしく願いします。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 明神でございます。

ガイドラインのスピード感ですね。これは非常に悩ましいところとして、問題が提起されて、委員会で改定案をつくります。それをパブコメにかけるとのことですが、改定が終わるまでに大体2～3か月がかかります。パブコメの期間が長いというのはございますが、ガイドラインの改定を決めるのが1～2か月かかる場合がございます。計3か月ぐらいで新しいガイドラインを改正して出すということになります。

その後の周知ですが、これも各団体を通して、各事業者に周知徹底することと、いろいろな協議会の会議の場で説明することとです。それが浸透できているかどうかの確認体制は、確認しておりませんで、広告表示に関しては、次の四半期でちゃんと広告に反映しているかどうかという確認になります。

以上でございます。

○片山委員 ありがとうございます。よく分かりました。

○丸山座長 それでは、続けて大石オブザーバーから質問をよろしく願いいたします。

○大石オブザーバー 大石です。御説明ありがとうございました。

私は本当に基本的なところを質問させていただければと思います。

消費者のためにいろいろなガイドラインをつくってくださっているというのは大変よく分かったのですが、広告と実効速度というのが今、メインのお話で、消費者から見たときに、電気通信サービスというところが一番気になっているのですけれども、今回、所属団体のところに携帯電話の販売店の協会のようなものが入っていないために、ここについては電気通信サービス向上推進協議会とは全く別のところで取り組まれることになっているのかというのが1点。

そういう意味で、広告表示と実際の契約はすごく関連があると思うのですが、そういう販売店との話し合いの場のようなものは別途あるのかどうかという、この2点について教えていただくと有り難いです。

お願いいたします。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 明神でございます。

確におっしゃるとおり、広告は契約に結びつきます。私どもの広告表示に関しては、契約、主にお客さんが買うというきっかけづくりのところのガイドラインになっております。

契約に関してどこでしているかというのがございます。もともと勧誘に関する自主基準というところで契約については書いておりました。重要事項の説明の仕方とかです。これは総務省の規定もできましたので、そこに対して4団体のほうで各自ガイドラインをつくって、運営しております。

テレコムサービス協会というところだと、MVNOの委員会であったり、MVNOコラボの委員会がございますので、そこで運用しております。

販売に関しましては、もともと私どもの中に代理店の連絡会がございました。当初から販売代理店は問題になっていたのも、そういう連絡会がございまして、そこからいろいろ話し合っ、携帯電話代理店協会というところが何年前にできて、携帯電話の販売店の消費者トラブルや契約に関しては、そこで様々な取組をしております。他の団体でやっているところに関しては、私どもはしなくなるという傾向があります。

昨今、携帯電話以外に固定系の代理店に関して課題が上がっていますので、この辺は要件等のところかと思えます。

以上でございますが、よろしかったでしょうか。

○大石オブザーバー ありがとうございます。

それはまた別途ということで、了解いたしました。

ありがとうございます。

○丸山座長 他に御質問等はございませんでしょうか。

予定した時間は来ておりますが、大丈夫でしょうか。

それでは、新川座長代理、よろしく申し上げます。

○新川座長代理 すみません、1点だけ追加でお教えいただきたいのです。

この協議会さんはいろいろな団体で構成されているのですが、同時に、各官庁とも緊密に連携を取っておられるということですが、そこで具体的な連絡の仕方とか、協議会としての公式の協議の場、あるいはいろいろな日常的な御連絡とかがあると思うのですが、実態として、よりよくガイドラインの運用や新たな課題の対応だとかを進めていかれる上で、連絡体制みたいなもの、あるいは公式の協議、非公式の協議等々を含めて、どういう体制が取られているのか。少し実際の運用等を含めてお教えいただくと理解が進むのですが、いかがでしょうか。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 明神でございます。

まず、連絡体制につきましては、各ワーキング、委員会、サブワーキング等に、事務局が4団体から1～2人います。その事務局がワーキング等を面倒見えています。基本的に外部からの連絡に関

して、協議会全体は私のほうでいいのですが、各1つずつの事故の対応や広告に関しては、その事務局宛てに送っていただくと連絡が取れるようになっていきます。

会議体の運営に関しては、これも他の団体の会議体と一緒にして、事務局を中心に資料をつくらせて、座長とか委員長に資料を提供して、それをチェックして、最終的に委員会のメンバーを招集して、議論して、結果を出すという流れをしております。

ということで、事務局がいるので、事務局に連絡いただくと、そのホットラインはつながるようになっていきます。

以上でございます。

○新川座長代理 分かりました。

具体的個別の問題についての対応、法改正などを含めた大きな枠組みの議論、それぞれ一応区分けをして議論ができるような体制になっているという理解でよろしいわけですね。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 そうです。

○新川座長代理 ありがとうございます。

○丸山座長 他に御質問等はございませんでしょうか。

それでは、電気通信サービス向上推進協議会明神様へのヒアリングはこの辺りにさせていただければと思います。

本日は、大変お忙しい中、御出席いただきまして、誠にありがとうございました。

それでは、御退室いただきますので、委員・オブザーバーの皆様は、準備が整うまで少しお待ちください。

○電気通信サービス向上推進協議会明神氏 どうもありがとうございました。失礼いたします。

(電気通信サービス向上推進協議会退室)

○丸山座長 それでは、残りの時間で委員・オブザーバーの皆様で意見交換を行いたいと思います。

これまでの御説明を踏まえて、今後の検討に当たって参考となると思われた点や課題になると思われた点、あるいは、今後のヒアリングの調査、検討に当たっての御意見でも結構ですので、御意見のある方は御発言をお願いいたします。御発言がある際は、チャット欄に御投稿いただければと思います。

今回も100%の組織率であって、自主ルールというものに関し伝統的に蓄積のあるクレジット協会と、電気通信サービスにおける自主ルールの位置付けが少し難しい印象があったのですが、異なる特徴があったように思えます。皆様のほうから何か御意見等はございますでしょうか。

それでは、新川座長代理よりよろしくお願いいたします。

○新川座長代理 新川でございます。

御発言がないので、感じたところを幾つかと、今後もう少し丁寧にフォローしたほうがいいかなと思った点があります。

1つ、特にクレジットのほうの話で、従来、行政指導の改革があって、行政手続の改正でいわゆる行政指導というのが大きく組み替えられていくということがありましたので、この辺り、ある意味では行政指導に取って代わる業界自主規制みたいな形になっているところがありました。これを

今後の運用の中でもどのように理解していったらいいのかというのが一つ。

もう一つは、法令改正等々で、これは今日の両方のお話にもありましたが、法令改正でこうしたガイドラインあるいは自主規制そのものの性質をカバーしたり、あるいは逆に自主規制に委ねたりというところのメカニズムを、どういう条件、どういう環境だとそういうことが起こるのかということを確認していく必要が改めてあるなと思いました。

3つ目に、今日興味深かったのは、こうした自主規制をしていく、ガイドラインをつくっていくというときに、今日はパブリックコメントという話をいただいて、これは難しいなということで、改めて感じたのですけれども、これまで専門家あるいは第三者的な意見をどのように入れていくか、消費者意見を入れていくかみたいなことでは議論をしてきたのですが、こういうパブリックコメントのようなものの値打ちとか価値みたいなものをどのように考えていったらいいのか。業界やその周辺領域ではないところからの意見みたいなものも可能性としてはあるのか。この辺りも含めて、こうした幅広い御意見の入れ方も今後検討していく必要があるなと改めて思った次第です。

以上3点だけ、気がついた点、また、今後の議論の中で深めていただければということで、お話をさせていただきました。

以上です。

○丸山座長 ありがとうございます。

今回、電気通信関連の協議会からのヒアリングを実施できたわけなのですけれども、私自身は、自主規制の果たしている役割が全部同じなのかは気になるところでございまして、お話に出てきましたように、法改正を行うステップ的なところで、まずは自主的な取組でやらせてくれということでガイドラインをつくるといったお話も出てきたので、クレジット協会で行っているような調査・遵守状況も確認するような自主ルールと、電気通信業界で行われていた自主的取組において違いがあるのではないかとというのが気になったところでございました。この点については、もしかすると今回の協議会よりは、電気通信事業協会での取組と総務省の検討会との関係まで分析しないと、明確には分からないかなといった印象がございました。

ほか、委員の方から自主ルールの作成プロセス、あるいは自主ルールが有効に機能する要因等に関して、今回のヒアリングに関連してコメントや御意見がある方はおりますでしょうか。

それでは、清水オブザーバーからよろしく願いいたします。

○清水オブザーバー 清水です。

今日はとても興味深いお話をお伺いすることができました。感想ですけれども、1点目は、今、丸山座長がおっしゃっていたことにも関連するのですが、自主規制が果たす役割は多分多様で、1種類ではないだろうということで、法令化との関係についてももう少し分析的に考える必要があるという点について、非常に共感するところです。先ほど新川座長代理からも御指摘があったところですが、そこは興味深いと思っております。

そのときに、これはただの印象論で何か裏づけがある意見を述べるわけではありませんが、一つは、法令化をする前段階のところで、まだあまり実務がきちんと判明していないとか、立法事実的なところが分からないとか、どういうルールが望ましいかが分からないというような段階のところ

で自主ルールをつかって、そこで確認しながら法令化に進めるというのが1つの在り方としてあるのかなと想像しています。それが、先ほど丸山座長がおっしゃったステップということのかなと思います。

他方で、文献等でよく指摘されるのは、先ほども明神様がおっしゃってございましたけれども、自主ルールというのは行政庁によるルールができればできないようにというか、要するに、法制化されないように策定する場合があるということです。

その場合ですと、先に述べた場合とは少し方向性が違うのかなと思っておりまして、この電気通信の業界での自主ルールが個別にどういう役割を果たしているのかというのは興味深いと思っています。

今日伺った印象では、これは本当に印象論ですけれども、3つの階層、つまり、行政のルールと協議会のルールと各構成団体のルールがあって、3つの階層の間を1つの規律が割と柔軟に移動するというか移管するというか、そのようなイメージがあるのかなと感じました。

つまり、協議会で最初につくったガイドラインが一部法制化するとか、あるいは、場合によっては恐らく事業団体によって、事業分野によって必要なルールが違うために、各構成団体のほうでそれぞれ別々にルールが策定され、それによって協議会のルールが要らなくなるとか、そのような3つの階層間での規範の移動みたいなものがあるように感じまして、その点は非常に興味深いと思いました。

もう一個のクレジットに関係することですけれども、この点につきましては、新川座長代理がご質問されたことが私も伺いたいと思っていたことだったのですけれども、国際的なところとの関係があまりないということで、そこは非常に印象的に伺ったところでございます。クレジットカードについては特に、国際的に利用されるものですので、これに関してどのようにルールが整理されるのかということについては、もう少し情報があると興味深いのではないかと感じた次第です。

以上です。

○丸山座長 ありがとうございます。

他に御発言はありますでしょうか。大丈夫でしょうか。

それでは、本日もヒアリングを行うことができまして、自主ルールと法令との関係であるとか、上位下位団体、個社がある場合のルールとの関係など、そういった視点も得られたと思いますし、業界によっては国際ルール等の関係を見なければいけないのではないかと御指摘もいただいたところでございます。

それでは、本議題については以上としたいと思います。

本日は、御議論いただきありがとうございます。

最後に、事務局から事務連絡をお願いします。

《 3 . 閉会 》

○太田参事官 本日も、大変御熱心に御議論いただきましてありがとうございました。

次回の会合につきましては、確定次第、改めて御連絡させていただきます。

以上でございます。

○丸山座長 それでは、本日はこれにて閉会とさせていただきます。

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した。

会議画面の赤色アイコンを押していただき、御退室いただければと思います。

以 上