

## 1. 「携帯電話サービス」

### ● サービス品質・提供エリア等の表示について

#### （通信速度）

- ・データ通信サービスの最大通信速度と実効速度の乖離については、カタログやホームページ上にて、最大通信速度（ベストエフォート）とは実際の通信速度を示すものではなく、「ベストエフォート型サービス」のため、回線の混雑状況や通信環境などにより、通信速度が低下、または通信できなくなる等、案内が行われている。
- ・他方で、一定の条件下で民間事業者が計測した実測値や、会員や利用者が参加した通信速度の実測値などによれば、多くの利用者が最大通信速度（ベストエフォート）と実測値の間に一定の乖離がある状況が指摘されている。

#### （人口カバー率）

- ・広告表示自主基準等においては、計測手法を説明することや、将来に渡る予定を記載する場合、現時点での人口カバー率を併記することとされている。現状、実際には人口カバー率は、事業者によって異なる算出方法が用いられている。
- ・一方、いずれがより実感に近い算出方法なのか、利用者視点からは容易に判別することができない上、異なる事業者のサービスを、同じ基準で比較することが困難とも指摘されている。

### ● 料金プランについて

- ・事業者において、多様なニーズへ対応する一方で、分かりやすさとバランスを取る工夫も行われている。他方で、ベースとなる料金プランに加え、一定期間の契約継続を条件とする割引サービス等のオプションとの組み合わせとなっているため、依然として複雑で理解が難しいとも指摘される。
- ・加えて、端末購入と通信サービスの契約の区別が不明瞭となっており、支払うべき料金の全体像が分かりづらく、端末購入に相当する割賦代金と通信サービス両方を含む請求額が、認識以上に高額となってしまう、苦情・相談につながる事例も指摘されている。

### ● 期間拘束・自動更新付契約について

- ・「解約月があるなら事前に通知してほしい」「自動更新は聞いていない」との苦情・相談も寄せられている。
- ・携帯電話事業者各社が、申込制、あるいは全員あてに送付する月々の請求額のお知らせにおいて、利用者に対するプッシュ型の通知として、更新時期のお知らせの実施を開始、あるいはお知らせをする方向で対応が進められている。
- ・他方、プッシュ型の通知の文面を、より分かりやすい記載とすべきとの指摘があるほか、幅広く希望者に届くよう対応することが課題となっている。

### ● 高額請求等に関する注意喚起

- ・海外渡航や、3G回線とWi-Fiの切替に関するもの等の思わぬ高額請求に関する注意喚起は、契約時の重要事項説明時にも注意喚起が行われているが、一層効果的な注意喚起の方策等を実施していくことが課題となっている。

## 2. 「モバイルデータ通信」

### ● サービス品質・提供エリア等の表示について（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

### ● 料金プランについて（「携帯電話サービス」と同様の現状と課題が指摘されている）

- ・セット販売について、契約内容全体を分かりやすく説明し、利用者が正しく理解できるための取組強化の必要性が指摘されている。

### ● 不適切な話法の是正について

- ・事業者において、代理店監査の強化等を通じた、不適切な話法の是正が行われる一方、依然、「光ファイバーよりも必ず速くなる」等の不適切な話法による勧誘に起因する苦情・相談も寄せられている。指導の徹底及び適合性の原則に沿った対応の強化の必要性が指摘されている。

### ● 解約に関するルール

- ・電波が入りづらい等、ワイヤレス・サービスの特性に係る理由で解約を希望する場合等があることから、購入後、短期間で解約に係るルールを設け、利用者に明確に案内するなどの取組強化の必要性も指摘されている。

## 3. 「光ファイバー」

### ● 販売・勧誘方法

#### （執拗な電話勧誘・訪問販売の禁止）

- ・同一のサービスについて、複数の異なる代理店等から執拗に電話勧誘が行われる、といった事例が指摘される。「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」において再勧誘の禁止がうたわれているが、末端の代理店までを含めた取組状況の確認・徹底が求められる。

#### （不適切な話法の是正）

- ・勧誘目的であることを伝えない等の事例が依然として多く寄せられており、法令及び業界自主基準の遵守の徹底の必要性が指摘されている。

#### （書面交付の徹底）

- ・電話勧誘時には、①申込み内容の確認、②連絡先の伝達、③工事前無償解約等の必要事項を確認した上で、サンキューレターを送付するよう業務プロセスの見直しが行われ、運用されている。

#### （高齢者勧誘）

- ・事業者によっては、高齢者の勧誘にあたっては、同居する家族等の承諾も得ることや勧誘チェックシートを用いて漏れのない確認・必要事項の伝達を行う等の取組も行われている。他方で、適合性の原則への配慮を欠いた事例も寄せられており、更なる取組の必要性が指摘されている。

### ● 期間拘束・自動更新付契約について（「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

### ● 料金プランとその説明について（初期工事費の分割払いについて、「携帯電話サービス」と類似の苦情・相談が、セット販売について、「モバイルデータ通信」と類似の苦情・相談も寄せられている）

## 1 利用者視点を踏まえたサービス品質・エリア等の表示

- 主要各国の動向も踏まえ、広告や営業勧誘の際に示されるサービス品質・エリア等の表示が必ずしも実態を踏まえている現状ではなく、また事業者あるいはメディア等により、独自の調査結果が公表される等しており、利用者が適切にサービスを選択しづらく、利用者利便を損なうおそれも高まっている。

## 2 利用者のニーズに応えるサービス設計等の検討

### （料金プラン）

- 分かりやすさ・選びやすさを重視しシンプル化した料金プランの提供も行われている一方、依然としてオプション・端末割賦の代金との区別等、分かり易い説明が求められている。

### （期間拘束・自動更新付契約）

- 更新時期を認識しないまま、自動更新され、解約トラブルとなった事例が多く寄せられている。

### （利用者に分かりやすいサービス設計）

- 高度化・多様化・複雑化する通信サービス・料金プラン等を背景とし、誰でも利用できるようなシンプルな端末やサービスメニューの検討等、利用者の声・実情を踏まえたサービス設計を望む声がある。

## 3 販売勧誘の在り方の自己点検・確認

- 電気通信サービスが高度化・多様化・複雑化し、様々な新規サービスの投入による顧客獲得を目指した競争が激化するとともに、ワイヤレス・ブロードバンドの進展に伴う有線サービスと無線サービスの競合等も進展している。

## 4 事業者による代理店状況把握と指導の徹底

- 特に「光ファイバー」の電話勧誘関連の苦情・相談が多いことから、傘下の代理店の状況把握と指導の徹底について、「携帯電話サービス」、「モバイルデータ通信」を含め、業界全体として引き続き対策の強化を行う必要がある。

## 5 適合性の原則への配慮

- 電気通信サービスの高度化・多様化・複雑化に伴い、利用者が十分に理解しないまま契約を行い、トラブルとなる事例が高齢者等を対象に多く見られる。

- 広告表示や販売勧誘において、利用者が正確な情報に基づき契約が可能となる環境を整備する。
- 具体的には、実効速度の計測及び広告表示への活用が行われている諸外国等の国際動向を参照しつつ、利用者に分かりやすく情報提供の方策について、**広告表示等において実測値を表示・併記することも含め、所要の検討を進める。**

### （料金プラン）

- 契約割賦代金やオプション料金を明確に区別した上で、月額利用料見込みを示す取組の推進等、**分かりやすい料金プランの説明の実施を徹底する。**

### （期間拘束・自動更新付契約）

- 契約段階で分かりやすい説明を尽くすとともに、更新時期をお知らせする**プッシュ型通知の導入及び普及を推進するとともに、幅広く希望者に届く方策を検討する。**

### （利用者に分かりやすいサービス設計）

- 消費者の意見を聞きつつ、高齢者をはじめ、様々なリテラシーの利用者にとって容易に分かりやすいシンプルなサービスメニュー等についても検討していくことが望まれる。

- 市場動向の変化を踏まえ、電気通信事業者において、**営業・販売目標値が高すぎることで無理な販売勧誘活動を招いていないか確認する。**また、市場の動向と顧客ニーズの実情を踏まえ、望ましい販売勧誘の在り方を自己点検する。

- 二次以下の代理店も電気通信事業者と一次代理店が一体となって指導を徹底するとともに、対応が行き届かないことがないよう、適正な代理店以外とは契約せず、インセンティブも支払わないこと等を徹底する体制を推進することが求められる。
- **書面交付の徹底、サービス内容等を分かりやすく説明し、利用者の意思を確実に確認する仕組みを構築する。**

- 利用者利益の保護のために常に踏まえるべき原則であり、利用者の①知識・経験等に基づく判断能力、②経済的負担及び③サービス利用の目的あるいは意向を考慮することが必要である。
- サービス提供のあらゆるフェーズにおける実効性確保が必要である。

## 6 代理店連絡会等の設置

- 代理店は、様々な事業者のサービスをセットで販売することも多い。事業者が悪質な代理店に対して、ペナルティを課しても、当該代理店が、他の大手代理店の傘下へ移動し、活動を継続する可能性も高い。

- 個別の事業者や代理店のみでは解決できない課題が顕在化していることから、事業者及び代理店間で情報共有ができる場を設け、自主基準の遵守徹底、具体的な苦情・相談の削減に向けた取組、悪質な代理店への対処等に係るルール作り等を行う。

## 7 業界団体としてのコールセンターの設置

- 電気通信事業は、市場規模が拡大し、国民の生活に密接に関わるとともに、サービスが高度化・複雑化し、苦情・相談も増加傾向にある中、業界を挙げての取組が要請されている。

- 業界としての責務を果たしていくとの姿勢で、直接的に利用者からの苦情・相談状況を把握し、透明性を確保しつつ、適切な対応を行い、業界全体としての消費者保護に係る取組の底上げをはかるため、業界共通の消費者対応窓口の設置を検討する。

## 8 消費生活センターとの連携

- 国民生活センターの電子掲示板等を通じた情報提供、消費生活センターの相談員向けの講習会への講師派遣等の取組を継続し、両者の連携が引き続き図られている。

- 引き続き、各種チャネルを通じて、密な情報交換・要望の交換等を行い、両者の連携強化を図ることが望ましい。

## 9 利用者リテラシーの向上

- 複雑化・多様化・高度化する電気通信サービスの現状に鑑み、利用者リテラシーの向上が期待される。また、利用者の側において注意すべきことについても留意が必要である。

- 抜本的なサービスメニューや対応を具体化し対応するほか、利用者への注意喚起やリテラシー向上に向けた周知啓発や教育機会の充実を図っていくことが必要である。
- 利用者においても、最低限必要な対応を行うことにより、契約内容等について自ら理解するよう努めることが必要である。

## 10 制度的な対応の検討

- 業界団体における自主基準等に基づく取組にも関わらず、苦情・相談が劇的な減少を見るには至らなかった。このため、利用者からの苦情・相談の件数が依然多い傾向にあり、従来の延長線上にある取組のみでは十分ではない。

- 利用者からの苦情・相談件数が高止まり傾向にあることから、従来の延長線上にある自主的な取組だけでは足りず、電気通信事業法における消費者保護ルールを見直し、所要の規定を設ける等の制度的な対応の検討に着手すべきである。

## 11 新たな取組と自主基準等の継続的な見直し

- 取組の効果について、継続的な検証を行い、所要の対応を行っていくことが必要である。

- 提言される具体的な取組を推進し、苦情・相談を減らす努力を継続する必要がある。
- 各社ごとに、苦情・相談件数等を把握し速やかにPDCAサイクルを通じて改善対応可能な体制を整えとともに、業界全体の取組状況を定期的に把握し、自主基準の見直し等も含めて検討することが望ましい。

## 第1章 「スマートフォン プライバシー イニシアティブ」を踏まえた対応

- ① 業界団体等におけるガイドラインの検討
- ② スマートフォンの利用者情報等に関する連絡協議会
- ③ スマートフォンの普及の進展と利用者情報をめぐる問題

## 第2章 アプリケーション等のプライバシーポリシーに関する対応状況と課題

- ① アプリケーションのプライバシーポリシーへの対応状況
- ② アプリケーションのプライバシーポリシーに関する課題と対応
- ③ 情報収集モジュールに関する課題
- ④ 関係事業者における取組
- ⑤ アプリケーション提供サイト等における連絡通報窓口

## 第3章 アプリケーションの第三者検証の在り方

- ① 概要
- ② アプリケーションの検証・透明性向上等を通じた安心強化の取組
- ③ 利用者情報に関する第三者検証
- ④ 今後の具体的措置

## 第4章 利用者及びアプリケーション提供者のリテラシーの向上

- ① 基本的考え方
- ② 一般利用者向けの情報提供・周知啓発
- ③ アプリケーション提供者向けの周知啓発

## 第5章 国際協調に向けて

- ① 米国
- ② 欧州
- ③ 韓国における検討の動き
- ④ 国際連携の推進に向けて

## 第1章 スマートフォンのアプリケーション利用における現状と課題

- ① スマートフォンのアプリケーション利用における現状
- ② スマートフォンのアプリケーション利用における課題

## 第2章 スマートフォン時代に適応したフィルタリング環境の整備

- ① スマートフォンの普及に伴うフィルタリング環境
- ② スマートフォンのフィルタリング環境の一層の整備のために必要な対応

## 第3章 スマートフォン時代に適応したリテラシー向上の取組

- ① スマートフォン時代に適応したリテラシー向上に関する現状と課題
- ② 地域の自主的なリテラシー向上活動の展開

## 第4章 ソーシャルメディアガイドラインの普及促進

- ① ソーシャルメディアガイドラインの現状
- ② ソーシャルメディアガイドラインの普及促進に向けて