

電気通信サービス利用者懇談会（第6回）議事概要

1. 日時：平成20年10月16日(木) 16:30～18:30

2. 場所：総務省地下2階 第1～3会議室

3. 出席者：

(1) 構成員（五十音順、敬称略）

大橋 功、岸原 孝昌、北 俊一、桑子 博行、齋藤 雅弘、阪本 作郎、沢田 登志子、高橋伸子、立石 聡明、角田 真理子、松本 恒雄（座長代理）、長尾 毅、長田 三紀、平澤 弘樹、平野 晋、松本 正幸、宮内 良治、山上 紀美子、弓削 哲也、若林 亜理砂、榊原 啓治（加藤 薫 構成員代理）

(2) 総務省

桜井総合通信基盤局長、武内電気通信事業部長、安藤総務課長、淵江事業政策課長、古市料金サービス課長、田原電気通信技術システム課長、二宮消費者行政課長、菱沼事業政策課調査官、片桐電気通信技術システム課企画官、大村消費者行政課企画官

4. 議事要旨

(1) 電気通信サービス利用者懇談会における検討の方向性について、以下の資料に基づき事務局より説明があった。

資料6-1 「電気通信サービス利用者懇談会におけるこれまでの議論」

資料6-2 「電気通信サービス利用者懇談会における検討の方向性（案）」

資料6-3 「電気通信サービス利用者懇談会 参考資料」

構成員からの意見等は次のとおり。

（「2 契約締結前の利用者向けの情報提供の在り方」及び「3 契約締結時の説明義務等の在り方」について）

○ 構成員

資料6-2では、締結時の説明義務について、説明が不十分という意見と、契約書面が多すぎるという意見が併記されている。製造物責任法の「警告義務」に関しても同様のことがあり、警告が多過ぎると誰も読まなくなるといふことがある一方で、警告が無いと困るといったこともある。この相反する問題に対する最適値を明らかにする必要がある。一つの考え方として「ワイズメングループ」を作り、「この情報は書くべき」「ここは

○ 構成員

提供条件の説明義務は、条件を積極的に理解してもらおうというポジティブな事項。これまで紹介されてきたトラブルの事例を類型化すると、利用者にとって何が問題かということが見えてくる。例えば、「パケット料金が高額化する」「紛失や盗難の際に不正利用される」「エリア内とされているのに通話が出来ない」など、利用者にとってリスク・損失となる事項を第一に分かるようにすべき。そして、トラブル事例を踏まえて典型的な事例をネガティブ情報として伝えることによって、消費者が情報を入手し、判断することにつながる。

消費生活センターの相談事例を見ると、その点がはっきり認識されていれば、起きなかったのではないかと思う事例が多々ある。そういった観点で考えることも、説明義務の在り方に関わって来ると思う。

○ 構成員

実際にどのようなリスク・損失・トラブル事例があり、利用者にとってどの程度の損失を生じさせたかというところを具体的に検証し、今後の改善につなげていくことが重要と考える。

我々事業者は、全ての項目において努力義務があるのは間違いないと考えている。しかし、料金設定の内容で「時価のような物は駄目」といった話なら分かりやすいが、料金の額の算出方法の中身にまで立ち入って規制強化されるということになると、事業者としては疑問を持つ。我々が努力義務を果たしていく上で、具体的な事例を評価・分析していくことが重要と考える。

○ 構成員

説明義務との関係で言えば、適合性の原則が守られていれば、契約締結時の説明がかなり軽減される事例がある。適合性の原則が先にあれば、狭義の適合性の原則では、勧めてはいけない人が明らかになり、広義の適合性の原則では、その人にふさわしいものを勧めなければならないということになる。狭義のところをしっかりとっていけば、高齢者や子供に難しい説明をする必要も無くなるので、この関係を整理する必要がある。

ネガティブ情報ということについては、金融商品で言えば、保険商品は複雑で分かりにくいいため、注意喚起情報を書面で交付しなければならない。重要事項説明書も商品の特性に応じて、リスクの高い商品はより丁寧な説明が求められる。このように、段階をつけてルールを作るのが重要ではないか。資料では電気通信サービス全体について書かれているが、商品やサ

○ 事務局

現在のガイドラインでは、「表示速度は最高速度であり、保証されるものではない」「回線を複数の利用者でシェアするため、回線速度が低下する可能性がある」といった、ベストエフォートに係る説明方法について盛り込まれている。

先ほどの料金設定についてのご意見に関する補足だが、「料金の額の算出方法が適正かつ明確に定められていないとき」というのは、何分使ったくらいになるというのが何処を見ても分からないという場合である。普通の事業者であれば料金の算出方法が記載されているはずであり、これがないというのはさすがに業務改善命令の対象になるのではないか。

○ 構成員

広告表示の在り方に係るガイドラインの見直しの必要性の部分について、電気通信事業者はガイドラインを遵守しているつもりのようなのだが、遵守しているのは、文字の大きさ等を規定したガイドラインの最後の附則の部分であり、ガイドライン本体の分かりやすい広告表示ということについては今ひとつで、結局は利用者に伝わっていないケースもあるのではないか。それを考えると、ガイドラインの見直しは必要であり、広告の在り方については別途、議論の場が必要と考える。

契約締結前の情報提供について、説明の中でネガティブな情報が提供されなければならないということのほか、相談事例は解約の場面で発生することになるため、解約手続きについても契約締結前に説明されるべき部分があるのではないか。例えば、2年を条件とした契約の場合、解約手数料を払わずに解約出来る時期が何時なのかなどを明確に説明する必要がある。2年ごとの契約が適切なのかについては、別途、議論させていただきたいと思うが、このように解約の際にデメリットがある場合には、契約前に説明が必要である旨、ガイドラインに書き込めればよいと思う。

○ 構成員

広告表示について指摘があったが、通信業界4団体では電気通信サービス向上推進協議会を設置して、協議会下のWGや広告表示アドバイザリー委員会で、どこが問題か、ガイドラインの見直しが必要か、という観点を含めて検討を進めている。

そもそも、電気通信関係の広告表示は、複雑で分かりづらいところに大きな問題があるのかなと考えている。今もご指摘があったが、お客様目線で分かりやすく、誤解を生まないような広告づくりが最も重要と考えている。この観点で考えると、現在の自主ガイドラインは、個々の規定につい

また、これまでの問題事案を分析した上で、何が問題であったか、特に広告表示で考慮すべきポイントは何か、ということを検討し、業界団体を通じて事業者にしかりと周知していきたい。

○ 構成員

資料は情報提供を中心に書かれているが、トラブルの原因は、周知された物を読まない利用者があること。我々としても、問題がある部分については、常識的な判断に沿った形にサービスの中身を改めていく必要があると思っている。例えば、解除料の問題で、2年というのは分かるが、それから先、3年、4年、5年と経てば、常識的には、解除料は安くなるか、無料になるだろうと思っていたら、まだ、同額の解除料であったり。また、パケット料についても、何十万、何百万というのは常識を越えている。こういったところを周知とは別に、サービスを変えていくということ、その姿勢も含めて、利用者のために考えていく必要があると思う。

○ 構成員

情報提供すべき、あるいは、現に情報提供されている事項といってもいろいろある。重要度に応じて段階分けし、書面や口頭での説明方法を差別化するといったことを事業者と消費者で考えてみるのが、一つの方向性ではないか。

(「4 契約締結後の解約等の在り方」について)

○ 構成員

電気通信サービスに関する法律関係は約款で規律されている。約款が、電気通信事業法の利用者の概念について、質や中身によって分けていないところに問題があると思う。具体的に言うと、大企業から子供、お年寄りに至るまで同じルールで民事関係を規律しているというのは、化石に近いのではないかと。利用者の実質に応じた区分けをする必要があるのではないかと。詳しく言うと、属性に応じて適用される民事ルールも異なってしまうべきではないか。これを法律で行うとなると難しいので、約款の内容を属性に応じて分けてしまう、例えば、約款の中に「こういう属性の当事者には、こういう法律関係が生じる」という形で特例を設けるとか、そういう工夫が必要なのではないか。それがないが故に、非常に拘子定規な法律関係を前提として紛争を解決することとなり、無理が生じる。約款を法律で何とかしようとするのではなく、このような考え方で約款を作っ

類似のケースでは、預金者保護法の成立を踏まえ、個人の預金者の通帳と印鑑の盗難については、同法におけるキャッシュカードの偽造・盗難時と同様の補償をするというように銀行業界が預金規定を改定した事例がある。このように、銀行業界は、利用者に応じて適用される約款の内容を書き分けていくといった努力を始めている。

解約において、SIMロックがあるが故に端末の売買契約と電気通信役務提供契約を切り離すことができないのは大きな問題ではないのか。例えば、エリア内で通話ができず、違う事業者なら通話ができるという場合、端末に汎用性があれば、端末の解約の問題が起こらない。解約のことも含めてSIMロックをどうするのか検討する必要があるのではないか。

○ 構成員

解約時の重要事項説明はあって良いと思う。しかし、利用者の属性に合わせた説明・約款の取扱いを含めて、我々はコストに配慮せざるを得ない現状がある。どこまでのところをやれば、現状の中で対応できていくのか、あるいは我々の努力の中で解決していくのかを評価せざるを得ない。誤解を恐れずに言えば、少額だから良いだろうと言うつもりはないが、金融業界と電気通信業界を比較すると、法人取引は別として、取り扱う金額の大きさがかなり違う。

また、我々の場合、高額の料金請求になってしまった、あるいは、違約金が発生してしまったといった場合に無理矢理回収したという事例は、恐らくない。クレームをしなければ返金をしないという問題があることは理解しているが、実際には個別に解決させていただいている。全体の枠組みの中で、一律の規制もしくはルールというのは採りづらい局面もあるのかなと思う。その意味では、属性に応じたカスタマイズについて、我々も努力していく必要があると思う。

○ 構成員

複数のネットワークサービスのオプション契約があることを忘れてしまい、支払いを続けている場合がある。例えば、販売現場において、使わなないかもしれないサービスを、端末が安くなるからと店員に勧められて契約する場合。代理店はネットワークサービス等売ることによって手数料が入り、ユーザーも安くなるのならば、ということで契約する。ユーザーに説明してないかと言えばそうではなく、きちんと説明はしている。そういうことが現実にはあるので、実態に即した議論が必要である。

○ 構成員

我々も、各種サービスの解約率をウォッチしており、必要のないネットワークサービスが実際に売られていて、解約率が異常に高い場合には、代理店にどういう売り方をしているのか調査をしている。ただ、販売店の売り方にどこまで事業者として関与できるかは問題がある。

民事効についてだが、事業者として必ず料金を取るんだということではなく、代理店が説明義務を果たしていなかった場合、例えば、エリア範囲外だった場合、錯誤無効ということで、端末代金・ネットワーク料金含めて遡及して返納している。

パケット料金については、思いもよらぬ高額請求になることがある反面、実際に使っているのは事実であるので、契約の取り消しとはせず、定額プランに入っていれば数万円まではいかに4,000円で済んでいたという場合には、4,000円の契約に入ったことにしている。本来入るべきプランを説明不足で誤ったときは、なるべく、制度で決めている最適な料金を適用することとしており、一律に何でも契約がなかったことにするわけではない。このようなケースバイケースをマニュアルに定めて運用している。もし仮に、法律として後押しするのであればよろしいかなと思う反面、そもそも聞いていなかった消費者の言うことを事業者は全て聞きなさいといった強制力のあるものになると、事業者としてもかなりのリスクを負うことになる。

○ 構成員

今の最後の発言の部分は、法律論的にはなんとでも理屈がつけられる。契約を遡って適正な料金を反映させることもできるし、契約は遡って取消になるが、使用しているのだから、不当利得としてその料金相当額の請求が可能とも考えることができる。

先ほどから出ている、不要なオプションを付けて高くなってしまっているというケースは、電気通信サービスだけではなく、保険が典型であり、それ以外の一般的な取引でもよくあることなので、個々だけの問題ではないと思う。説明の中で十分な説明がなかったために余分な契約をさせられたということであれば、先ほど議論したルールの話になるし、オプションを付けてみたが、結局、長期間使わず、不要な料金を払っていたといった場合には、余分な部分を解約する機会が早い段階で与えられる、もしくは、気づく仕組みを取り入れることによって、一種、お試しの使い方をするのではないか。

○ 構成員

先ほどの話であるが、SIMロックを外すことで諸問題が解決するかというと、事業者間で方式や周波数が異なっており、事業者を乗り換えるこ

○ 構成員

電気通信事業法など行政が命令するような法律をイメージしているわけではなく、民事関係の法律関係として規律ができるような約款の規定を、それぞれの事業者の考えに応じて作成して貰えば、ルールが明確になって良いのかなという提案である。

また、SIMロックがあるために、新しい汎用型の商品が入って来ず、大きな障害になっている。これは、メーカーも本音では思っている。これがなくなって、メーカーの意識が変わり、それがリンクするようになると、皆さんがおっしゃるようなことは解消するのではないか。

○ 構成員

特定商取引法におけるクーリングオフは、電話販売や訪問販売といった不意打ちによる契約や、虚偽の説明があった、重要事項の告知をしていなかった、といった場合に実行可能なものだと思う。「電気通信サービスは、その特性に鑑み対象とされていない」とされているが、どういう意味か。今回の改正にあたり、政令のネガティブリストにのる対象となっているのかどうかは分からないが、指定商品・指定役務制ではなくなった以上、まだ、その対象となる可能性は残っているだろうし、むしろ、事業法のところで確保されるのならば、特商法の対象から外れることもあるのかもしれない。現実には電気通信サービスにおいて不意打ちの販売があるのだから、その場合にはクーリングオフを適用しても良いのではないか。

○ 構成員

「その特性に鑑み」とは、「電気通信事業法で保護されているから必要ない」という趣旨なのか、それとも「不意打ち性はないから」という趣旨なのか。

○ 事務局

現在の特定商取引法は、ポジティブリストになっており、政令で指定されたものが対象になるが、指定役務に電気通信サービスは指定されていない。改正後、ネガティブリスト化したときにどうなるのかは、法律が公布されてから1年半後に施行されることになっており、現在検討中と聞いている。

現在、なぜ電気通信サービスがクーリングオフの対象とされていないかという、利用者は公共性の高い電気通信サービスをすぐに利用したいと思う一方で、クーリングオフの対象になると、工事料金・通信料金が8日間でもかなり高くなるため、それを懸念する事業者が契約から8日間サー

○ 構成員

工事した後にクーリングオフとなると、原状回復させるとダブルに費用がかかる。このため、事業者の対応としては、クーリングオフ期間が経過しないと工事ができないといった状況も出てくるかもしれないと思う。

○ 構成員

それは、利用者が自主的に申し込んだ場合には駄目だろう。あくまでも訪問販売や電話勧誘の場合が特定商取引法の対象であり、先程の説明にあった、すぐ利用したい人がいる等々とは議論が異なるのではないか。

○ 構成員

特定商取引法のクーリングオフは、問題のある取引分野の、一定の勧誘形態を対象としているもの。このため、事前規制が強かった電気通信分野では積極的な勧誘は行われず、問題はほとんどなかったという経緯から、クーリングオフの対象になっていなかったと思われる。

しかし、最近では、電気通信分野においても非常に積極的な勧誘が行われており、特定商取引法の対象となっていれば、クーリングオフの対象となるであろう勧誘のトラブルが相当増えてきている。それが社会的に見過ごせない状況にあるのであれば、一定の類型についてはクーリングオフ等の民事ルールを導入するということもあり得ると思う。全ての取引についてクーリングオフ等を導入するというのではなく、トラブルの実態を見て、どういう類型でどのような問題があるのかにより、クーリングオフにするのか、一定の取消権にするのかなどをさらに検討していくことになるのではないか。

○ 構成員

家庭・街頭（無店舗）・電話でというもので、現にトラブルが相当あるかどうか前提になる。慎重に見て、本当にクーリングオフが必要なほど存在するのであれば、考える必要があるのではないか。

一方、使ってみたが役に立たないといったタイプについては、不意打ち型ではない、新しい制度を導入するにしても別の理由付けが必要だろう。

（「5 苦情処理・相談体制の在り方」及び「6 紛争処理機能の在り方」について）

○ 構成員

消費生活センターの規模や人的・物的資源の量は、センターによって千差万別である。東京都のように電気通信専門の相談員が居て日々研究しているところもあれば、相談員自身が週に1回しか来ないようなところもある。このため、消費生活センターの相談員のリテラシーを底上げすることが重要である。ADRの利用も指摘されているが、ADRについての認識は人それぞれであり、役に立つと考える人もいれば、役に立たないだろうと考える人もいる。相談現場や情報提供レベルで解決する事例はたくさんあるのだから、相談窓口で消費者の相談・苦情処理やあっせんに関わる人員や設備を底上げしていく努力をぜひお願いしたい。

○ 事務局

総務省では、今までも在京の消費者センターや事業者と意見交換する機会があり、少なくとも窓口を把握していた。今回、地方へのヒアリングも含めて意見を頂戴したところ、地方の場合、そもそもどこに連絡したら良いのか分からず、直接事業者に連絡しても一般と同じ扱いになり、消費生活センターからの電話と認識されず、解決につながらないということもあったように思う。このため、地方での情報交換の機会を設け、相手を知るといったことが必要になるのではないか。

また、地方の消費生活センターへの支援については、消費者行政の一元化に伴う政府の方針として、内閣府を中心に財政的措置も含めて検討がなされていると聞いている。

○ 構成員

今まで多くの論点・意見が出されてきたが、これを制度的なものに結びつけるのは難しいし、立法的な解決はそう簡単に結論が出る話ではないと思う。実際に起こっている相談事例を分析し尽くすことが大切。何度か話に出たが、各事業者の対応にかかっているところもあって、もちろん事業者が努力していることもよくわかるが、それでもなお起こるトラブルをどう考えるか、さらに、どう対処していくかを検討するプロセスが必要。資料の疑問系の論点は、事業者が答えを持っているべきもので、「これに関してはこういう対応をしているので立法的な措置は必要ない」「この部分は欠けている」などに見える形で議論する機会が必要だろう。それは今すぐではなく、いろいろな事例を集め、それを有識者で検討する機会を今後設ければ良いと思う。

また、相談窓口のたらい回しを避けるために、実験的に電気通信サービス関連事業者のワンストップの相談窓口を1～3年の間設置するのはどうか。その窓口は、メールや電話で24時間対応であるのが望ましい。もちろん、どのくらいのコストがかかるかなどについては想像がつかないし、

○ 構成員

10年近く前、金融業界も規制緩和で複雑な金融商品が増加した。これに伴って発生したトラブルの対処については、業界が自主規制の法定化と処理コスト負担を嫌がり、事業者団体が自主的に裁判外紛争処理をすすめることになった。ところが、いまだにADRは実現していないし、相談窓口のワンストップも実現していない。金融審では性善説に立って、事業者の自主的取組に期待したのだが、ちゃんとしている事業者は自社で対応可能。そもそも、迷惑をかけるのは事業者団体に所属しない事業者である。2000年9月から金融トラブル連絡調整協議会を作り、金融庁が窓口になって多くの事業者団体が加盟しているが、紛争解決の自前の機関は一つもふえていない。現在、金融審に戻して法制化や金融に特化した機関をつくる検討を行うところに来ている。そういう経緯を見てきた私としては、性善説に立って理想形を目指すことには、にわかには賛成できない。

○ 構成員

相談現場に届く事例を見ると、説明は十分されているかもしれないが、それを理解できているかが一番のポイントではないかと思う。要するに事業者にとっては当たり前のことかもしれないが、消費者にとって初めての横文字の言葉は理解できない。トラブルは、解約時の金銭的な問題として出てくるので、契約時に複数契約したもののうちの一つの契約の解約の申し出があった時、窓口が他にも解約する必要があるものがないか等について確認するようにマニュアル化するだけでも違うのではないか。

苦情対応でも、事業者にメールをしても返信されない等、さまざまなトラブルがあるので、しっかりとした苦情体制が必要ではないか。業界団体に365日24時間対応する機関は必要ないと思っている。消費生活センターというある程度認知された相談窓口があるので、まずは相談してもらいたい。日進月歩の技術革新の中で相談員が対応できない場合には、ぜひ

○ 構成員

利用者懇談会に参加されるような電気通信事業者は、概ね相談窓口が充実している。しかし、電気通信事業者の中にもいろいろあり、電話相談窓口もなければ事業者自体の電話番号さえ分からない場合がある。事業者による解決が第一義とすれば、電話相談窓口の整備から始めて、消費生活センターとの連絡体制を構築する必要のある事業者が多いのもこの業界の現状。

○ 構成員

消費者庁を創設して相談員を拡充していくという話があるが、相談員は諸々のトラブルを一手に引き受けるので、複雑な金融や情報通信の分野では事業者から情報提供していただく必要がある。金融業界では相談員研修を事業者負担で行っているほか、事業者が使用している分かりやすい相談処理マニュアルを全国の消費生活センターに送付している。作成段階で相談員の意見も入れており、相談業務に活用しやすい。全国相談員協会はそういう経験を積んで、自ら金融商品についての相談対応マニュアルも出して、またそれを全国の消費生活センターに配っている。今日配布されているドコモのQ&Aを進化させ、色々な商品・サービスをカバーした相談マニュアルを作るなどしてはどうか。情報通信に関しては、金融分野のような失敗をしないためにも、スピード感を持って取り組んで欲しい。苦情・紛争を無くす努力をし、それでも生じた場合には迅速に被害を回復するような活動をし、未然防止のために消費者への情報提供を密にするという様に、一生懸命取り組んでいる事業者が消費者から評価されるようになるのが理想形だ。事業者のみならずにはそういう競争をしていただきたいと思う。

○ 構成員

事業者の苦情処理の強化、消費生活センターに対する事業者の支援については異論がなかったと思う。

○ 構成員

今回配布させていただいたQ&Aは、2001年から全国の消費生活セ

勉強会はまだまだ不十分な部分もあると思う。意見交換会は上期・下期の年2回行っている。こういった取り組みをもっと強化していきたい。

(「7 電気通信事業者の市場退出に係る利用者利便の確保・向上の在り方」その他)

○ 構成員

利用者懇談会は、利用者の定義から始まった。利用者とは消費者も含むし、B2Bのビジネスをしている事業者も含んでいるとの話だったと思う。資料において、B2Bの利用者については、電気通信事業紛争処理委員会の拡充を念頭において書かれていると思うが、それ以外是对消費者中心になっているとの印象を持っている。B2Bにも多くの問題があるのだが、利用者懇談会では詳細に検討される機会がなかったため、今後は、B2Bの利用者の検討という形で続けていくことが必要ではないか。

契約締結に際して、個別のサービスに関する適切な情報の提供が必要であるが、情報通信では契約が複雑で、サービスがどれに該当するか分かりにくく、比較がしにくい点がある。特定のサービスについて理解することだけではなく、比較して選択することで競争が成り立つのだから、自主的な取り組みか制度化かは分からないが、何らかの形で選択が可能なような検討をしていただきたい。

アメリカのフランチャイズの情報提供の場合には、もの凄い情報提供の義務があって、その上に必要な情報をフォーマット化してダイジェストとして提供することが義務付けられている。これを規制として実行するかは別だが、何らかの中間的な解決方法があるのではないか。

○ 構成員

B2Bの話が出たが、Bを2つに分けて考えた方が良い。一つは、エンドユーザーとしてのBの問題。もう一つは、電気通信サービスを異なったレイヤー間で営んでいる事業者相互間における問題。ここで特出しされているのは、異ったレイヤー間での事業者間の紛争についての電気通信事業紛争処理委員会の拡充や、債権保全措置であり、この二つの問題については、この場で議論するのはあまり相応しいテーマではないような気がする。一方、エンドユーザーとしてのBの方は、比較的近い論点があるような気がする。

○ 構成員

共通化して考えられるならばそれでも良いと思う。エンドユーザーとしてのBであっても個別の問題は生じるのではないか。だとすれば、後に抽出していく作業が必要になるのではないか。

○ 構成員

先ほど発言のあった約款を分けるという話も、BとCでは違うところがあるからということだと思う。

○ 構成員

利用者リテラシーについてであるが、電気通信サービスの特徴として、説明の言葉が難しい、サービスの名前でイメージするものがそれぞれ違ってしまふといった点がある。そういう意味での言葉の整理がされると随分と良くなるのではないかと思う。現状、保険では色々も行われているが、約款などで使われている言葉も整理されるとよいと思う。

○ 構成員

情報提供に関する議論の中で、詳細にすると量が多くなってしまふという話があったが、金融での取組を申し上げると、重要情報について紙の大きさや級数を決めてしまい、「保険の重要情報はA3版の両面で何ポイント以上で提供しなければならない」というように金融庁の監督指針で決められている。そうすると、事業者側のメリットが大きい複雑なオプションが付いた物をセットで提供することが難しくなることがある。このように、情報提供ルールについて工夫することで、一般の人が安心して利用できるような商品・サービスの提供体制を作ることは可能だと思う。金融商品の場合、イギリスでは、当局がリーグテーブルを作り、一般の人が利用し易い商品の比較情報を提供している。電気通信サービスは、一般の人に欠かせないものが多いのだから、最低限のもの、マニアックに使いたい人へ提供するものを切り分けてルール化することも必要ではないかと思う。

保険業法のクーリングオフは、一般的には309条の8日以内の「店舗外」の保険契約である。ところが、規制緩和の中で銀行や郵便局が変額年金保険等を銀行の窓口で販売したことで相当なトラブルが発生したため、クーリングオフ制度を見直そうとのことで、「保険会社の店舗外」、例えば銀行代理店で購入したケースもクーリングオフが適用されるように法律改正をしている。このように、トラブルに応じたきめ細かな対応も必要ではないかと思う。

- (2) 消費者庁関連法案について、「資料6-4 消費者庁関連法案について」に基づき事務局より説明があった。

(3) その他

次回、第7回会合は、本日の議論を踏まえて作成する報告書案を議題として開催予定。日時・場所については別途事務局より連絡することとした。

—以上—