

2007年7月31日

経済産業省商務情報政策局
商務流通グループ 消費経済政策課
パブリックコメントご担当部署 御中

〒150-0031
東京都渋谷区桜丘町 3-24
カコー桜丘ビル 6階
社団法人
日本インターネットプロバイダー協会
行政法律部会 部会長 甲田博正

事務局電話 03-5456-2380
電子メール info@jaipa.or.jp

「産業構造審議会消費経済部会特定商取引小委員会中間取りまとめ」に対する意見

頭記中間取りまとめにつき、意見募集の場を設けていただきありがとうございます。

今回の意見募集に際し、会員事業者から寄せられた意見を取りまとめの上別紙のとおり提出いたしますので、よろしくお取り計らいますようお願いいたします。

(別紙)

1 指定役務制の廃止の方向性について（電気通信事業法との関連）

私ども ISP 事業者等の電気通信事業者は、通信という極めて公共性の高い業務を扱っていることから、電気通信事業法により業務方法に詳細な規定がおかれています。

電気通信事業者は原則として届出または登録を受けることが義務付けられているほか、消費者保護ルールとしては提供条件の説明（法 26 条）、苦情の処理（法 27 条）、退出の場合の利用者への周知（法 18 条）などの規定が既に整備されているところです。

特に重要となりうる提供条件の説明については、省令および総務省策定の「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」により詳細の規定が具体的に行われており、電話、インターネット接続サービスなどの消費者の皆様身近なサービス全般について、利用できるサービスの内容、料金の額、契約解除に関する事項などの詳細を、わかりやすく記載した書面や web ページ等により説明することが義務付けられています。

説明の内容については、消費者の皆様にとって重要な事項（期間限定の割引プランにあってはその詳細や制約、ADSL サービスについてはその速度の表示のしかたなど）を具体的に列挙しています。その一方で、説明が過度に複雑にならぬよう、例えば電話料金について多数の区分がある場合には一般消費者の利用が見込まれる代表的な対地等の区分について説明するなど、電気通信サービスの実態に合わせた表示内容の整理が行われています。

私ども電気通信事業者は、これら法令の規定を業界団体において各事業者に周知するとともに、「電気通信サービス向上推進協議会」において、「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」を作成するなど、消費者の皆様安心してサービスをご利用いただけるよう努力しております。

また、各事業者とも消費者の皆様からの問合せや苦情には誠実かつ迅速に対応することはもちろんのこと、近年ではこうしたカスタマ・リレーションへの取り組みも各社競いながら充実させているところです。

万一消費者の皆様との間で契約等に関してトラブルが発生し、各社の対応にご満足いただけなかった場合でも、電気通信事業法に基づき総務大臣への意見の申し出

(法 172 条)をすることができ、関係事業者は総務省に対し事実関係および改善策を報告するよう求められることや、業務の方法が適切でない認められる場合は業務改善命令が発出される(法 29 条)など、所管庁における事後的な監督も既に厳格に整備されているところです。

さて、電気通信サービスの勧奨・契約の形態は、携帯電話等が店頭での対面販売を行うなどの事例のほかは、多くが電話またはインターネットからの申し込みで行われることが通例となっており、仮に指定商品制が廃止されれば多くは通信販売として新たに規制の対象となるほか、電話勧誘による加入勧奨なども一部事業者では行われており、この場合は電話勧誘販売として新たに規制の対象になるものと存じます。

しかし、電気通信サービスについては既に電気通信事業法がこのような勧奨方法を念頭に詳細な説明義務を課しており、これは消費者保護ルールとして十分機能しているところです。消費者保護ルールの拡充の方向性を否定するものではありませんが、現状詳細な規制が行われているところに加えて新たに特商法の規制を設けることは、特商法が対象となる商品・役務に共通する一般的な(逆に言えば、特定の役務の特徴を取り入れることができない)規定である以上、各事業者にとっても、また広告表示等に接する消費者の皆様にとっても煩瑣になりかねず、ひいては電気通信サービスの迅速・簡便なご提供に支障が生じることとなりかねないものと考えます。

当協会といたしましては、電気通信サービスについては、現行の電気通信事業法等の法令および官民のガイドライン等により消費者保護ルールが確立していることから、屋上屋を架すことになる特定商取引法の二重規制を避け、少なくとも電気通信事業法における登録または届出を行っている事業者については、事業法等の遵守を前提に特定商取引法の適用対象外としていただくよう要望いたします。

なお、会員事業者から寄せられた個別の問題点を、次項に整理させていただきます。

2 各事業者から寄せられた個別の問題点について

各事業者から寄せられた個別の問題点や要望については、以下のとおりです。

- 通信販売の規制が及ぶとなれば、広告等に価格を表示する場合に、役務の対価、役務提供対価以外に購入者等が負担すべき金銭の内容および額などを全て表示

する義務が生じるところ、IP電話の通話料金等のように、利用者の利用実績に基づき、しかも対地や時間帯等により異なる料金が適用されるサービスについては、そのすべてを表示することは現実的でないので、消費者が利用する代表的な料金等を示せば足りるとする事業法施行規則の規定のほうが現実に即している。

- 通信販売の規制が及ぶ場合、新たに事業者の電話番号の表示義務が課せられ、これは通常事業者に電話による対応を求めるものと解される一方（経済産業省特定商取引法に関する説明のwebページでは、「事業を行う上で、消費者からの問合せへの対応などのため、電話番号を広告に表示することが必要」、「一般常識として夜間など営業を行っていない時間帯については、留守番電話等を利用することは構いません。」と解説していることから、経済産業省においては消費者への電話による対応を義務付ける意図を持つものと解される）、現行の電気通信事業法施行規則(22条の2の2第3項第3号)においては、「電気通信事業者の電話番号、電子メールアドレスその他の連絡先及び電話による連絡先にあつては苦情及び問合せに応じる時間帯」と規定するにすぎず、対応を行う方法については各事業者の判断に任されている。

電気通信事業のうち、特にホスティングサービス、webメール、SNSなどのサービスについては、料金が極めて低額であることも多く、そのような事業者では通例として問い合わせをメールや掲示板のみで受け付けることを当初から双方了解の上サービスを提供している。このようなサービスはそもそも利用者が既にインターネットを利用していることが前提であり、電子メールなどで迅速かつ誠実に問い合わせに応じる限り、必ずしも電話による問い合わせを受けなければならない必然性はない。電気通信事業法施行規則の規定は、電気通信事業のこのような実情を鑑み制定されたものである。

仮に他のオールドビジネスと同様に電話による問い合わせへの対応を義務付けた場合、事業者によっては新たにコールセンターなどの体制を整備したり、1人ないし数人で運営する小規模な事業者にあつては受付台に新たに専任の事務員を常駐させる必要が生じるなど、非常に多大なコスト負担を強いることとなり、ひいては低廉な価格でのサービス提供が困難になるなど、結果として消費者にとってデメリットとなる弊害が生じるおそれがある。

このようなことから、消費者からの問い合わせへの対応については、迅速か

つ誠実に対応を行うことを前提に、提供する役務にふさわしい方法の中で、引き続き事業者の判断で自主的に選択するものとされることを要望する。

- 電話勧誘販売の規制が及ぶ場合、事業者には新たに再勧誘の禁止が課せられることとなる。現行、電話により新規サービスの加入勧奨を行う事業者にあつては、いわゆるテレマーケティング事業者（以下「テレマ事業者」という。）に顧客開拓を外注することが広く行われているところであり、その場合はテレマ事業者が準備する名簿により勧奨の電話をかける（その場合、テレマ事業者の名簿は成約した場合を除き ISP 事業者に渡らない。）ことが多い。

特定商取引法による再勧誘禁止はテレマ事業者ではなくサービスを提供する事業者に及ぶため、テレマ事業者を複数利用している場合や、契約の途中でテレマ事業者を変更するような場合には、再勧誘を断った消費者の名簿の整備等に問題が残る。

また、テレマ事業者の側からみても、複数の電気通信事業者の新規開拓を受注することが通例であり、どの消費者がどの電気通信事業者に関する勧誘について再勧誘を断ったのかなど名簿を整備する必要性が新たに生じる。

仮に電話勧誘販売の規制を行うにしても、テレマ事業者の名簿を利用した加入勧奨を行う仕組みには大きな影響が生じることが予想され、再勧誘をしないことの体制の整備等に時間がかかると考えられるため、改正法の公布後、施行までの周知期間を1～2年程度要するのではないか。

- 電話勧誘販売や訪問販売の規制が新たに行われる場合、役務の対価、役務提供対価以外に利用者が負担すべき金銭の内容及び額などを記載した書面の交付義務が新たに及ぶところ、IP電話の通話料金のように利用者の利用実績により料金が算定されるサービスや、対地や時間帯等により異なる料金が適用されるサービスについて、それらをすべて記載した書面を交付することは現実的ではない。電気通信事業法施行規則では、これら複雑な区分を有する料金については一般消費者の利用が見込まれる代表的な料金区分で足りるとした上、方法についてもチラシやDMの交付、webページの閲覧や記録媒体の交付などを認めているところであり、事業の実態に即した事業法の規定に準拠するほうが、結果的に消費者にわかりやすく提供条件等を説明することができる。
- 特にブロードバンド回線の提供にあたって、電話勧誘販売や訪問販売の形式をとる場合、いわゆるクーリング・オフの規定が新たに及ぶこととなるが、一般

的に新規の回線の敷設には事業者側に相当のコストを要するものであり、そのコストはある程度の期間電気通信サービスを利用することを前提に事業者の投資として行っているものである。クーリング・オフが適用となる取引の場合、対象期間は契約上の地位が非常に不安定であることから、費用のかかる工事等への着手を書面交付から8日以上後に延ばすなどの反射的効果が予想されるところであるが（このこと自体はクーリング・オフの制度趣旨に照らし、消費者の解約権を妨げるようなものではない）、電気通信サービスは迅速かつ簡便な手続で利用できることが望ましく、特に「迅速な利用開始」については利用者のニーズも高い。将来に向かって契約を解約できることは当然としても、契約の当初に遡って取消すクーリング・オフまで強力な消費者保護ルールについては、電気通信サービスがほとんど全ての国民の生活インフラになっている実情に鑑みれば、かえって消費者全体のデメリットにつながるおそれも懸念されるため、現行の電気通信事業法による説明義務等の遵守を前提に、適用の対象としないことを要望する。