

インターネット消費者取引連絡会（第25回）議事要旨

1. 日時：平成29年6月29日（木） 10時～12時
2. 場所：中央合同庁舎4号館共用220会議室
3. 出席者：別紙参照
4. 議題：オンライン動画配信サービス
 - (1) 発表
 - (2) 意見交換
 - (3) その他
5. 議事概要：
 - (1) について
 - ・ 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 五味様から「オンライン動画配信サービスの動向整理（資料1）」について説明。
 - ・ 独立行政法人国民生活センター 福井様から「映像配信サービス」に関する消費者トラブルについて（資料2）」について説明。
 - ・ 株式会社フジテレビジョン 野村様から「FODの概要（資料3）」について説明。
 - ・ 楽天株式会社 片岡様から「Rakuten SHOWTIMEについて（資料4）」について説明。

(2) について

(1) の発表を踏まえ、意見交換。主な発言は以下のとおり。

- ・ 消費生活相談の実態として、解約を忘れていた、または解約ができなかったため課金された等の場合、事業者伝えて返金の処理をさせるのか、それとも、それは自己責任であるとして終わらせるケースが多いのか、教えてほしい。
- ・ 無料期間終了後に有料となることを消費者が知っていたにもかかわらず、ただ解約することを忘れていて、1回も見えていないため払いたくないと相談された場合には、返金は難しいと考えており、請求どおりに支払っているケースが多いと考える。
- ・ 資料1のp.26において、困ったことがあった場合の相談状況の中で、「解決しなかった」が14.9パーセントとあるが、解決しない場合というのは具体的にどのような事例があるのか。
- ・ ユーザーの環境に起因するものに関しては、事業者としてはサポートが難しい。例えば、対応デバイスでない場合や、また、ISP（インターネット・サービス・プロバイダ）の速度の関連で、ユーザーのパソコンのパフォーマンスやネットワーク環境に合わせてビットレートを調整して配信するが、IT知識がないユーザーは低ビットレートで配信されたものをそのままの状態視聴を続けてしまい、画質が悪いまま視聴してしまうといった問題がある。
- ・ 日本で当社のサービスを申し込み、海外で見られないから見られるようにしてほしいという問い合わせがよくあるが、海外で配信するライセンスがないため、対応できない。
- ・ 解約関係の問題はどうか。ユーザーに利があるように対処されているという理解で良いか。
- ・ ケースバイケースだが、無料期間終了後に解約を忘れていたというケースでは、返金は難しいが、当月にそれ以上課金しないような対応は実施している。過去にさかのぼって返金してほしい

いという要望に対しては、間違っ二重に契約したケースでは返金に応じるが、ただ解約を忘れていた場合は、返金は稀である。

- ・ スマートフォン等の契約時にオプションとして契約した場合について、資料2のp.6に挙げられているが、通常の契約とは返金の考え方が異なる。消費者はそもそもスマートフォンの契約に來ただけであり、オプションとしてつければスマートフォンが安くなるからと勧められ、見たくもない動画配信サービスを契約するケースがある。この場合には事業者も消費者も無料契約期間を超えてまで契約をする意思がないため、通謀虚偽表示で無効となるのではないかと考えている。また、情報共有まで、総務省による電気通信事業法の消費者保護ルールの改正があったが、平成28年度にモニタリング調査を実施しており、本調査結果でも、発生別の原因で見ると、オプション関係の苦情が2番目になっており、消費者保護ルールのガイドラインでも、無料契約期間の終了前にメールで通知することが望ましいとされている。
- ・ 店頭にて契約する際に、電気通信事業者が、オプションとして契約を勧める際に、解約についてもちゃんと説明しているのか、説明していたとしても消費者にしっかりと理解できるように説明できているのか疑問である。また、資料1（参考）のp.9に、定額見放題の利用が85.2パーセントとあるが、定額見放題のシェアが高いのは日本独特のことか、海外でもそうなのか。
- ・ 資料1のp.7に米国の市場規模を記載してあるが、全体約100億ドルのところSVODが80億ドルとなっており、海外でも主要な形態といえるのではないか。
- ・ システムを変えた際に不具合が発生することは仕方ないが、その際にサポートがとても混雑してしまい、今すぐ見たいと思っている消費者は、サポートにすぐにつながらないと不安になってしまう。また、解約をしようと思った消費者が、ログインができないために解約できないケースがあるが、ログインできない消費者へのサポートをもっと手厚くしてほしい。
- ・ 平時であれば、電話オペレーターは2、3名で足りるが、非常時に対応できる人間を用意できる体制の構築は今後の課題だと思う。
- ・ 消費者相談を受けている中で、最近オンラインの動画配信の相談が少しずつ増えてきた。悩ましいのは、解約したはずなのに請求されたという相談。「解約」の方法が分かりにくい。ボタンを押すとワンステップで解約できるのか、解約した場合、「解約されました」と表示されるのか。これらがはっきりしていると解約できたという認識がしっかり持てるのではないか。また、電話での相談の場合、事業者は解決するまで対応を継続しているのか。不具合が起きた時に、スマートフォンは画面が小さいため、どこに不具合の解決方法が記載してあるのかが分かりにくいいため、画面構成を工夫してほしい。
- ・ まず解約についてだが、ワンクリックで解約とはならず、確認画面をはさんで、「解約する」を押すと、「解約されました」との画面が出る。電話でも最後までサポートしている。
- ・ ワンクリックで解約とはならず、解約ボタンを押した後に確認画面が入り、完了画面が出れば解約となるため、電話で相談を受ける際は、その完了画面を確認できるまでサポートしている。アカウントを忘れて解約できない場合、クレジットカードの番号を管理する専門の担当がいるため、電話にてその番号を聞き取ることで、ユーザーがアカウントに登録しているメールアドレスを忘れていても課金をストップする、代理で解約手続きをする等の対応をしている。高齢者の場合には解決に時間がかかることがあるが、根気強く電話にて対応している。解約についても分かりやすい記載を心がけているが、それでも分からない人のために、分からないことが

あつたらすぐに電話番号が表示される画面構成にしていきたい。

- ・ 無料期間が終了する前にメールを送付することは、海外のオンラインサービスでは当たり前の話ではなく、法的義務もない。消費者は海外の事業者に対しても、日本の大手事業者と同様の期待値で接することでトラブルになっている場合も多い。このようなトラブルの発生を防止するためには、消費生活センターや国民生活センター等消費者と直接接する立場の者は、有料期間に入る前にメールで通知されることが当たり前ではなく、事業者が親切でやっているだけであること、基本的には契約内容や解約のタイミングについては自分で気をつけなければいけないことを認識させるように誘導することも必要と思う。
- ・ 資料1のp.25に、困ったこと等の内容として「速度制限」とあるが、事業者に対しては速度制限に関する相談は多いか、また、相談された場合は、対処しようがないのか。
- ・ ほとんど問い合わせはないが、当社のサービスの場合、ユーザーが若いため8割がスマートフォンユーザーとなっており、スマートフォンユーザーの3割が低速で見られるモードを利用しているため、ユーザー自身がしっかり対策していると感じている。参考まで、通常モードでドラマを1時間見ると大体500MBのデータ通信量になるが、キャリアの標準容量が7GBであるため、14本見るだけで上限に達してしまう。
- ・ 動画の視聴はWi-Fi接続時に限るとしてデフォルト設定を行い、Wi-Fi接続がないときには「今はWi-Fiに入っていないが大丈夫か」とアラートを流す設定にすることで、モバイル回線を使用していることを認識させる注意喚起をしている。また、若年層を中心にスマートフォンによる動画視聴は急速に拡大しており、当社の調査では、スマートフォン利用率は資料1の調査結果よりも高くなっている。
- ・ 当社も同様にアプリで「Wi-Fi環境でないが大丈夫か」とのアラートが出るようになっている。また、一部コンテンツはダウンロード可能なため、自宅のWi-Fi環境でダウンロードして外出先等で見ることもできる。仮に通信速度で障害が出た場合、クライアントの通信状況を分析できるツールがあるため、過度にバッファリングが起こっている場合等はケアをする、返金する等の対応を行っている。
- ・ 当団体のデータでもスマートフォンの動画利用率は資料1の調査結果より高いものになっている。今後スマートフォンの画面解像度がますます上がっていくにしたがって、データもますます大きくなっていくことが予想されるため、事業者には注意喚起を進めてほしい。
- ・ 無料期間が終了する前に事業者からメールを送付しても、消費者がメールを見ないという問題がある。消費者は複数のサイトに登録していることが多い上、迷惑メールも含め様々なメールが届くため、メールを見ない、または見忘れてしまう。色々なサイトに登録することの危険性や個人情報の管理、メールをしっかり確認すること等、消費者の意識を変えていくことも必要ではないか。また、海外事業者には、特定商取引法に定められた事項の記載がない等、日本国内のルールを守っていない事業者が多いが、日本の良い事業者の取組を見せることで、同様の取組をするよう促す、また、最低限のルールを守らせる等していかなければならない。
- ・ 当社のサービスの利用者はスマートフォンの利用者が多いため、スマートフォンのオプション契約は行っているが、無料サービスを止め、最初から有料にすることで、不要な人は最初から選択しないことができるようにしている。
- ・ 海外の事業者が明らかに日本向けに営業を行っているにも関わらず特定商取引法を守ってい

ないのであれば、消費者庁が指導勧告して従わせるべき。

- ・ 1ドル解約サイトと呼ばれる悪質な手口のサイトがある。スポーツ中継等、無料で海外の動画が見られるとしているが、利用規約には5日後に自動的に有料会員になると記載されており、最初からクレジットカード番号を登録させている。しかし、利用規約は英語で記載されているため、消費者は読まないことが多い。5日以内であれば解約はできるが、解約のために1ドル支払うことが必要な仕組みになっている。自動更新サービスは海外では当たり前であるが、日本ではあまりなじみがなく、最近になって普及してきたのではないか。
- ・ 動画サイトにアップされている違法動画を削除する等の取組を徹底的に行っているが、海外のサイトには、違法動画そのものは配信せずに、配信を受けるにはクレジットカード情報等を求めるといったものがある。タイトルしか使われていないために、著作権侵害とならないため、動画サイトの運営者に削除してもらえない。
- ・ 2年位前に、海外の違法動画をアップしている事業者が、違法動画を集めてアップしていた人に違法動画をコピーされてしまったため、プロバイダーに対して発信者情報開示をしたというケースがあった。違法動画を集めてアップすることは著作権侵害で違法であるが、海外の違法動画をアップしていた事業者も違法であり、情報開示には応じないようすると申し送りをした。
- ・ 著作権侵害サイトが増えているが、その目的の大半はお金のためであり、消費者から騙し取るものもあるが、広告収入を目当てにしているものもある。手口としては、違法動画をアップロードして、同サイトに関連する正規サイトを広告することで、広告収入を得るものである。業界団体としては、プラットフォームを提供しているブログの会社やサーバー会社、著作権団体と連携しながら、こうしたサイトを排除する取組を行っている。動画の配信事業者も、広告の出稿先の確認を行い、問題のあるサイトである場合、広告資金が回らないよう利用しないでほしい。著作権侵害サイトに広告を載せること自体は違法ではないが、違法行為を助長し、違法サイトの資金源につながるものであるため、動画の配信事業者も協力してほしい。
- ・ 動画サイトに飛びっかけとして、お小遣いサイトがあるが、これはアフィリエイトか。未成年者がゲーム内コイン等を貰いたくて指定された動画サイトに登録し、無料期間中に退会したはずが退会になっておらず料金が発生したという相談もある。
- ・ アフィリエイトである。業界団体としては、大手ポイントサイトやJIPC（日本インターネットポイント協議会）のような業界団体と協議・連携しながら、悪質なポイントサイトを排除する取組を行っている。また、アフィリエイト事業者間でも、広告出稿先として適切なサイトと不適切なサイトの選別も行っている。しかし、最近はアプリ型のお小遣いサイトがあったり、出たり消えたりを繰り返す事業者を受け入れてしまっている広告代理店がある。広告を出す側は悪質なポイントサイトに広告を出したいとは思っていないが、広告を運用・委託している広告代理店や仲介会社が、数を増やすために勝手に悪質なサイトに広告を出していることがあるため、ブラックリストやグレイリストを作成し、著作権団体に情報を提供する等している。また、最近では、マスコミが悪質なお小遣いサイトに広告を出している広告会社名を実名で出すようになってきているため、広告主側もポイントサイトをしっかり選んだりポイントサイトを抱える広告代理店や仲介会社に広告を出すのを止めようという機運が高まっている。こうしたネット広告出稿側の取組により、今後は悪質なポイントサイトの数を減らしていけ

るのではないか。

- ・ 広告関連事業者の団体として J I A A（一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会）というものがあり、海外のものも含めサイトの透明化が問題になっている。また、アドネットワークに広告を出してしまうとその後どこに配信されるか分からないという問題があるため、関係者と連携して対策をとっていきたい。動画サイトに違法な広告が増えていることも認識しており、不正を起こす業者を取り締まる適正な方法についても、関係者と早急に対応したい。
- ・ 消費者があまりに高いものを求めてきているようには感じる。事業者の日々の努力で日本のサービスレベルが上がってきていることが背景にあると思うが、消費者教育も行っていく必要があるのではないか。

以上

第 25 回インターネット消費者取引連絡会関係者一覧（敬称略）

○消費者庁

かわち たつや
河内 達哉
つるその たかお
鶴園 孝夫
きよき みほ
清木 美帆
やまぐち まさと
山口 正人

消費者政策課 課長
消費者政策課 国際室 室長
消費者政策課 政策企画専門官
消費者政策課 主査

○関係行政機関（国・地方）

いわさか ひろし
岩坂 博
ぬまじり ひろかず
沼尻 宏和
さがら ともひろ
相良 智弘
おおせき なおと
大関 尚人
いちかわ みつひろ
市川 光弘

警察庁 生活安全局 情報技術犯罪対策課 課長補佐
警察庁 生活安全局 情報技術犯罪対策課 係長
総務省 総合通信基盤局 電気通信事業部 消費者行政第一課 事務官
経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 係長
東京都 生活文化局 消費生活部 取引指導課 課長代理（表示指導担当）

○事業者団体

やしる しゅういち
八代 修一
いしかわ やすひろ
石川 康博
きはら たかまさ
岸原 孝昌
てらだ しんじ
寺田 眞治

公益社団法人 日本通信販売協会 消費者相談室長
公益社団法人 日本通信販売協会 消費者相談室 相談員
一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム 専務理事
一般社団法人 モバイル・コンテンツ・フォーラム
コンテンツプロバイダ委員会 消費者担当
日本アフィリエイト協議会 代表理事

かさい ほくと
笠井 北斗

○消費者相談関係団体等

さわだ としこ
沢田 登志子
はらだ ゆり
原田 由里
さくらい おさむ
櫻井 修
ふくなが さつき
福永 さつき

一般社団法人 EC ネットワーク 理事
一般社団法人 EC ネットワーク 理事
東京都消費生活総合センター 相談課 課長代理（相談担当）
東京都消費生活総合センター 相談課 消費生活相談員（主任）

○オブザーバー

もり りょうじ
森 亮二
こ み たかし
五味 崇
しらふじ かおる
白藤 薫
ふくい あきよし
福井 晶喜
いのうえ りゅういち
井上 竜一
かたおか やすこ
片岡 康子
はまだ おさむ
濱田 修

弁護士法人 英知法律事務所 弁護士
三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究事業本部 主任研究員
三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング株式会社 政策研究事業本部 主任研究員
独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第2課 課長補佐
独立行政法人 国民生活センター 相談情報部 相談第2課 課員
楽天株式会社 消費者政策課 シニアマネージャー
楽天株式会社 通信&メディアカンパニー ショウタイム事業部
ヴァイスジェネラルマネージャー
楽天株式会社 通信&メディアカンパニー ショウタイム事業部
ユーザーコミュニケーション課 シニアマネージャー

とみなが むつこ
富永 睦子

のむら かずお
野村 和生

株式会社フジテレビジョン

コンテンツ事業局コンテンツ事業センターコンテンツデザイン部 副部長

えだね としき
枝根 聡樹

株式会社フジテレビジョン

コンテンツ事業局コンテンツ事業センターコンテンツデザイン部