



悪質なロボコール撲滅に動き出した米国政府と通信業界

一般財団法人マルチメディア振興センター (FMMC)

情報通信研究部 研究員 高橋 幹

概要

米国では、自動音声案内を利用した電話勧誘、いわゆる「ロボコール」が近年急増し、消費者を悩ませ社会問題化しているため、米政府と通信業界が協力し「Robocall Strike Force」を結成するなど、悪質なロボコール撲滅に動き出したところである。日本でも最近、自動音声案内を悪用した不審電話が多発するなど、警視庁が注意を呼びかけており、今後、社会問題化するおそれがある。本稿では米国の最新動向を紹介する。

1. ロボコールが急増

米国では、自動音声案内を利用した電話勧誘、いわゆる「ロボコール」(Robocall)が近年急増しており、消費者を悩ませ社会問題化している。

アプリ開発事業者の「YouMail」によると、米国では一月あたり20億以上のロボコールが固定電話および携帯電話あてに発信されている。また、連邦取引委員会 (FTC) に寄せられたロボコールに関する苦情は2016年1~5月時点で過去最高の144万件以上に達している。

米国でロボコールは日常的に利用されており、警察や学校からの大雪警報や臨時休校の連絡、医療事業者からの処方薬に関するお知らせや、銀行が詐欺について警告する場合などにもロボコールが使われている。

ただし、ロボコールの中には、無料旅行の当選や、債務の減免を持ちかけるもの、米国国税庁 (IRS) をかたり現金の振り込みを要求したり、個人情報盗もうとするなど、詐欺まがいの電話も多く、こうした悪質なロボコールは消費者からFCCに寄せられる苦情のトップになっている。最近の傾向としては、高齢者が狙われるケースが増えている。民間調査会社ハリス・ポールによれば、詐欺的なロボコールにより、2015年に米国消費者の11%が何らかの金銭的被害を被っており、米国での被害総額は年間74億ドル(約7,880億円)にのぼる。

2. 消費者保護法とDo Not Call制度の概要

米国では既に1991年からロボコールを含む電話勧誘全般に一定の制限を設ける法規則が制定されている。連邦通信委員会 (FCC) の「Telephone Consumer Protection Act of 1991: TCPA」¹およびFTCの「Telemarketing Sales Rule」(1995年)は、緊急性を要する電話や事前の書

¹ 日本では、特定商取法の電話勧誘販売の規則がこれに相当する。

面による同意がある場合を除いて、固定電話および携帯電話（テキストメッセージも含む）への自動音声案内による電話勧誘を禁止している。また、これらの法律に基づき「電話勧誘お断り番号リスト制度」（National Do Not Call Registry）が導入されている²。

Do Not Call 制度は、電話勧誘を受けたくない消費者に、事前に電話またはオンラインで無料で登録してもらい、登録された電話番号への勧誘を禁止するもの。この制度は 2003 年より運用開始されており、維持管理は FTC が行い、法の執行は FTC、FCC、そして州政府が行っている。違反行為があった場合、消費者は、FTC や FCC に対して苦情申し立てを行うほか、事業者に対して訴えを提起することができる。

一方、電話セールスを行う事業者は、毎月、FTC が提供する最新の Do Not Call 登録者番号リストを入手し（1 エリアコードあたり年間 61 ドル（約 6,000 円）、全データへのアクセス料は 1 万 6,714 ドル（約 170 万円））、自らが管理する番号リストを更新し、登録者に電話勧誘を行わないようにしなければならない。また、電話セールス事業者に勧誘以外の目的でこのリストを使用することを禁止している。これらの規則に違反した場合、1 件の違反につき最高 1 万 6,000 ドル（約 165 万円）の罰金を課せられる。

しかし、Do Not Call 制度の前提となる TCPA には、抜け道につながる適用免除規定が設けられているため、しばしば混乱を招く原因となっている。商品の勧誘を目的とせず、情報提供のみを目的とする電話は適用外とされており、具体的には、政治団体、慈善団体、アンケート・世論調査、消費者との間に既存の取引関係が存在する会社（最後の取引行為があったときから 18 カ月の期間など）等の電話は認められている。このため FCC では、この適用範囲を明確化しようと動いている。

3. ロボコール撲滅に動く米政府と通信・IT業界

さらに、Do Not Call 制度の効果についても疑問の声があがっている。2003 年の制度導入の初年度は 5,026 万件以上の電話番号が登録され、2015 年 9 月 30 日現在は 2 億 2,284 万件以上に達しているが、同時に苦情件数もうなぎ登りとなっており、2015 年のロボコールを含む勧誘電話全般に対する苦情件数は 357 万件であった³。

苦情が減らない理由として、発信者情報を偽装できる「Caller ID Spoofing」と呼ばれる技術が普及したことによって、着信拒否が難しくなっていることや、海外のコールセンターから米国の消費者にロボコールをかけるケースが増えていることが考えられる。そもそも制度を遵守するような合法的な企業はともかく、詐欺グループなどはこの制度を全く意に介していない。

この状況に対して FTC や通信事業者、端末メーカーはただ黙って手をこまねいているだけではなく、独自にロボコール対策に取り組んでいる。例えば、FTC は賞金付きコンテストを実施している。2013 年に開催した「Robocall Challenge」では、違法なロボコールをブロックできるシステムを開発した企業に対し合わせて 5 万ドルの賞金を授与した。また、端末メーカーや

² 日本でも内閣府消費者委員会の特定商取引法改正専門調査会において、日本版 Do Not Call 制度の導入について検討がなされたが、委員間で意見の一致がみられず、導入は見送られた。

³ FTC, National Do Not Call Registry Data Book for Fiscal Year 2015

アプリ開発者側でも、ロボコールをブロックする機能をデフォルトでスマートフォンに搭載するようにしたり、スマートフォンで利用可能な着信拒否アプリを開発したりしている。

また、FCC と米議会でも、ロボコール規制強化に乗り出しており、米国の大手通信事業者に協力を呼びかけている。2015 年 7 月には、FCC のトム・ウィーラー委員長は、米国の大手通信事業者が加入者の求めに応じてネットワーク設備上でロボコールをブロックできるツールを導入することは何の規則にも抵触しないと明言。通信事業者に対して、消費者にロボコール・ブロックツールを無料提供するよう強く要請した。その結果、ネットワーク上でのブロックは加入者が求める通話までブロックしかねないとし、FCC の規制強化に反対していた通信・IT 業界も、ロボコールの取締りで政府に協力することを表明した。

2016 年 8 月に、AT&T やベライゾンなどの大手通信事業者、グーグルやアップル、アマゾンなどの大手テクノロジー企業等 30 社は悪質なロボコール撲滅に取り組む連合体「Robocall Strike Force」(RSF)⁴を結成し、RSF 議長に AT&T のランドール・スティーブンソン CEO が就任した。8 月 19 日には FCC との第 1 回会合を開催し、RSF は、①ロボコールのブロックを目的とした広範なソリューションの開発および普及促進、②発信者情報の偽装を防止する技術標準規格の策定、③国外から発信されるロボコールを特定する「Do Not Originate」の作成などに合意した。RSF は、10 月 19 日までに具体的な計画を FCC に報告する。

4. 最後に

日本でも、自動音声案内を悪用した不審電話が発生している。警視庁によると、2016 年 2～6 月に NTT や郵便局などをかたる自動音声案内で、現金の支払いや個人情報の提供を求める電話が急増しているとし、注意を呼びかけている。米国と比べると被害規模はいまのところ大きくないが、今後は日本でも社会問題化するおそれがあり、消費者を保護するため技術開発と制度整備が求められる。

⁴ 参加メンバーは、米 AT&T、米ベライゾン、米 T-モバイル、米 US セルラー、米アップル、米アルファベット、米マイクロソフト、米アマゾン、米コムキャスト、米チャーター・コミュニケーションズ、米フロンティア・コミュニケーションズ、米クアルコム、米シリウス XM、カナダのブラックベリー、英国の BT、韓国の LG 電子、韓国のサムスン、フィンランドのノキア等、30 社以上。