

第22回 電気通信番号政策委員会

# 一般消費者の立場から考える 固定電話番号を利用する転送電話

平成30年5月30日

主婦連合会 事務局長 河村真紀子

# 一般消費者（＝最終消費者）から見た 固定電話番号を利用する転送電話サービス （着信転送の場合）



- 信頼性（該当地域に電話の相手の拠点があることが確認できている、あるいは電話の相手を個人的に知っているすでに信頼関係がある場合を除く）
- 地理的識別
- 料金の妥当性（様々なケースが考えられる）
- 通話品質
- 
- 上記のような、消費者がその消費行動（通話料金を支払って電話をかけること）において暗黙に「取引条件」や「社会通念」として認識しているものが、その通りに得られない（但し一律にすべてではない）

# 一般消費者（＝最終消費者）から見た 固定電話番号を利用する転送電話サービス （発信転送の場合）



- 信頼性（該当地域に電話の相手の拠点があることが確認できている、あるいは電話の相手を個人的に知っているすでに信頼関係がある場合を除く）
- 地理的識別
- 料金の妥当性（様々なケースが考えられる）
- 通話品質
- 
- 上記のような、消費者がその「消費行動」（この場合通話料金はかからないが、電話を受信するサービスを得るために基本料金等を支払って電話を契約している）において暗黙に「取引条件」や「社会通念」として認識しているものが、その通りに得られない（但し一律にすべてではない）

## 転送電話はイノベーション？

- ▶ 03や06などの固定電話番号の信頼性を利用する（実際はそこに事務所はない）とすれば、それは消費者の誤認を期待するサービス
- ▶ 信頼性や経済力があたかもあるかのように見せる
  - 嵩を増す
  - 立派であるように装う

これは商売をする人と消費者との間の古典的な問題であり  
イノベーションや技術革新とは関係ない



## 消費者相談員、消費者系弁護士を中心とした会合で出た主な意見（消費者相談の現場の意見）

- ▶ 電話が何度も転送されていて、固定電話以外のサービスの場合、問題が発生した際の追跡等が難しくなる可能性があるのでは（追跡の結果、契約時に提示された運転免許証が偽造だったことが判明したケースもあったが、固定電話であったので、少なくとも最後まで追跡はできた）。
- ▶ にせAmazonなどから送られてくるメールには、連絡先の電話番号として03番号が書かれていることが多い。固定電話番号は信用がある、と認知されているためと考えられる。
- ▶ 過去に携帯電話を利用するヤミ金融の被害が多数出ていた時期があったが、当時は、連絡先の電話番号が携帯電話ではなく固定電話の場合は、登録事業者と考えられるのでまず問題はないと考えられる、との考え方で対応していた。転送電話で固定電話番号を利用可能となると、固定電話番号であっても安心できないことになる。

## (つづき)

- ▶ 03や06で始まる番号の利用ニーズについては、あたかも東京や大阪に事務所があるかのように見せかけた、ということではないか。東京や大阪は、他地域よりも地価も高く、一定の資金力がなければ事務所を構えることは難しい。このため、03番号を利用＝資金力のある企業、というイメージを無意識に持つからではないか。このため、実際はそうでなくても、資金力を有する企業であるとのイメージを与えることが可能。粉飾決算に似ているかもしれない。
- ▶ 固定電話番号を転送電話で利用したいニーズはあるであろう。例えば、法人の住所は都心になっているが、法人登録だけを行っているケース、バーチャルオフィス等を利用しているケース等。しかしこれらが悪徳業者の温床になっている側面もあり、固定電話番号の信頼性が失われる。どこまで求めるかについては段階があると思うが、転送電話において、ちゃんと住所があること、そこに建物があること、回線が引かれていること、電話端末が設置されていること、個人(本人)がそこにいること、個人を特定することができ、追跡できることが必要である。
- ▶ 怪しい会社の場合、事務所が実在せず、偽の住所が書かれているため、郵便物は届かないが、電話は転送されているため、どこにいるかはわからないが、電話だけはかかるといったケースもある。

## 消費者トラブルの現場の意見から 見えてくるもの

- 通常取引が事業者と消費者で交わされる場合、名刺、パンフレット、物品の発送元、契約書類、領収書などで、住所と電話番号はセットで表示されるはずで、拠点が電話番号が示す住所でない場合に、真実の住所と電話番号（転送利用の固定番号）を示すことにメリットがないことを考えると、拠点がいない場合の需要の多くに、虚偽の住所を使うなど悪質なものが含まれることが推測される。

つまり・・・転送電話に一定の利便があるとすれば

- 通常は固定電話で着信、発信ができる人がその場から離れているときに、転送ができる場合。（但し、個人の場合は発信転送の利便は確認できていない）
- 固定電話での着信、発信がその番号の地域でできない（回線と端末がない）者が利用するのは、「利便」ではなくある種の「偽装」といえる



- 日本の市民が長年かけて培った O A B ~ J の信頼性や地理的識別をサービス契約者は「利用する」ことでメリットがあるが
- 一方最終消費者は利用されることによって、信頼性や識別性を裏切られるだけでなく、信頼性・識別性は損なわれていく
- やがては信頼性、識別性を消失させる（装う目的は遂げられなくなり、サービスの需要も消える）というビジネスモデルであり、消費者としては容認しがたい

# 最終消費者に不利益のないサービスとは

	純粋な利便性としてのメリット (サービス契約者、消費者双方のメリット)	「装う」目的でのメリット (サービス契約者のみのメリット)
着信転送	担当者が会社の拠点に不在のときに、留守番電話や不在にならず、電話がかかる。	どこにいても、固定電話番号の地理的識別性と社会的信頼性を利用して、取引を有利にすることができる。
発信転送	会社の拠点の固定回線の番号を発信番号とすることで、受けた消費者が、知らない人ではなく、ある会社からかかってきたことがわかる。	どこにいても、固定電話番号の地理的識別性と社会的信頼性を利用して、取引を有利にすることができる。



ここに絞られるべき

## 最終消費者も納得するかたちとは？

- ▶ 0 A B～Jでの転送は、その番号の地域で、固定電話が着発信できる者の利用に限るべきである。言い換えれば、電気通信事業法および番号規則が固定電話番号に定めている諸要件を満たす利用が可能な者のみが、その番号を使った転送を行うことができるという整理である。

## 最終消費者も納得するかたちとは？ (つづき)

- それ以外の者 すなわち、その番号地域で固定電話の着発信が行えない者 = 地域内に固定電話回線につながった端末を持たない者は、0 A B ~ J 以外の、消費者の誤認を招かない番号を利用して転送サービスを受けるべきである。
- この整理は、転送サービスの技術としての利便性をいささかも損なわないと考える。
- 消費者団体としては、このような提案が実現するためのルールの整備を早急に求めるものである。