

## 令和4年度東北電気通信消費者支援連絡会（第2回）開催報告

### 1. 開催日時

令和5年3月3日 13時30分から16時00分まで

### 2. 開催場所

WEB会議

### 3. 議事

- (1) 電気通信サービスの消費者保護に係る取組
- (2) 消費生活センターが受付けた相談事例に基づく質問・要望
- (3) 総務省、消費生活センター及び事業者間での意見交換
- (4) その他

### 4. 相談事例に基づく質問・要望の主な内容

#### ① 不適切な光卸の電話勧誘

##### ア 事例概要

76歳の女性からの相談。大手電話会社を名乗るところから、「電話料金が今より安くなる」と電話勧誘され、パソコンを使い大手電話会社のHPにアクセスするようと言われ、指示に従ったところ、我が家の契約内容が表示されたことから、大手電話会社からの電話に間違いはないと思った。

現在契約しているプロバイダのまま料金安くなるので、転用番号を取得するよう言われ、指示されるままパソコンを操作したが、会話が進むにつれ、今後の請求先は大手電話会社ではなく、別会社になると言われた。別会社に変更するつもりはないと伝えたが、後日書類が届くと言われ電話を終えた。

その後大手電話会社から、使用期限付きの転用番号がメールで届いたが、不審だったので何もしていない。それ以降、自宅の固定電話に様々な番号から電話がかかってきているが出ていない。書類は届いているが開封はしていない。

##### イ 論点

- ・ 販売代理店への指導等の徹底
- ・ 電話勧誘時の不適切な名乗り方

ウ 事業者回答

- ・ 代理店への勧誘方法の指導
- ・ 高齢者に対する電話勧誘の適合性原則の徹底

エ まとめ

ガイドラインに則した勧誘を行うよう、事業者の代理店指導の徹底

② 不適切な光回線の電話勧誘

ア 事例概要

現在契約している大手電話会社を名乗る電話があり、光回線の料金が安くなるので手続きをすと言われ承諾し住所や生年月日を伝えたが、話の途中で電話が切れてしまった。その後電話が来なかったので、着信のあった番号に何度も電話を掛けているが繋がらない。不審に思うのでキャンセルしたい。

イ 論点

- ・ 代理店への勧誘方法の指導方法
- ・ 不適切な勧誘を繰り返す事業者への行政指導

ウ 事業者回答

- ・ 代理店名への指導方法

エ まとめ

引き続き、事業者の代理店指導の徹底を期待

③ 不適切な光回線の勧誘

ア 事例概要

Wi-Fiでスマホを使用していたが、スマホ会社の光回線にすれば安くなると電話勧誘を受けた。  
安くなるというので話は聞いたが、契約する気もなく工事日も決めていない。契約書を書いた覚えもないのに『光サービス利用にあたって』と言うパンフレットのようなものが届いた。  
「止めたい、保留にして欲しい」と業者に申し出たが、担当者が契約について食い込んできて聞き入れてくれない。

イ 論点

契約当事者が「やめたい」と申し出ているのに受け付けないのは不当であり、消費者の申し出を真摯に受け止めて対応を望む。

## ウ 事業者回答

期間が経過しており詳細な確認はできなかった。

サービスや申込み内容の説明を行わず契約を行うようなことはない。また、お客様からのキャンセルの申し出を拒否することもない。電話勧誘時には、必ず「初期契約解除」について説明も行っている。また、開通前であれば無償キャンセルを承ることも伝えている。

しかし、結果として消費生活センターへのご相談になっていることを深く受け止め、販売代理店への指導をより一層徹底して参る。

## エ まとめ

ガイドラインに則した勧誘を行うよう、事業者の代理店指導の徹底

## ④ 不適切なプロバイダの勧誘

### ア 事例概要

自宅に大手事業者を名乗って「利用状況を確認する」等の内容の電話があった。光回線、プロバイダは他社を利用していたので不審に思いながら話を聞いた。その後、相手方に言われるがままパソコンを立ち上げて設定等を行ったが、電話の最後に相手方が自社のサービスを名乗ったのを聞いて、大手事業者ではないことを知った。その後、ネットを見ると相手方はプロバイダの提供会社と思われたものの詳しい情報は判然としなかった。自分は詐欺まがいのような電話で無理やりプロバイダを変更させられた。

消費生活センターから業者に確認したところ、「消費者から同意が得られたらそこで契約成立となる。初期契約解除制度は消費者から同意が得られた日が起算日」との回答。

### イ 論点

- ・ 電話勧誘時の不適切な名乗り
- ・ 初期契約解除の起算日の正しい認識

## ウ 事業者回答

電話勧誘の際に都度会社名及び担当者名を名乗っている。今回該当お客様の音声ログを確認した結果、都度冒頭で会社名及び担当者名を名乗っていること、提供サービス名のお伝え、会社名及び弊社フリーダイヤル番号をご案内している部分ではお客様が復唱し恐らくメモを取っている音声が残っていた。

しかし、今回お客様ご申告内容のような状況が発生したため、再発防止のための対策を検討させていただく。

## エ まとめ

初期契約解除の起算日については、契約書面を受領した日を初日とする8日を経過するまでの間となっているので、よく法令やガイドラインを読

んで対応していただきたい。

自己の名を偽り、明確な契約の意思も確認しないまま契約に持ち込むのは、のちのちトラブルになることは明白。事業者は法令をよく認識するとともに、代理店への指導を徹底するようお願いする。

## ⑤、⑥ 事業者が把握していない代理店の勧誘

### ア 事例概要

相談者はケーブルTV会社のネット回線を無料で利用できる賃貸マンションに住んでいる。突然、勧誘者がケーブルTV会社を名乗り、「大家の了承を得ている」と相談者宅に訪問。マンションの設備点検と誤認した相談者は、勧誘者から「ケーブルTV会社の回線は通信障害で使えなくなる」、「キャンペーンで数万円かかる光回線の工事が無料なので、使わなくても光回線を引いておいた方がよい。光回線を利用しなければ月々の料金もかからない。全て無料」と、虚偽の説明を受け、光回線回線の契約をしてしまった。

契約先光回線事業者に、契約書の代理店名と勧誘者名が相違していること、経緯文記載の不実告知など勧誘の問題点と、相談者の無条件解約の意向を申し入れた。光回線事業者は、勧誘者は代理店ではなく、同様の相談が他にも入っているとして無条件解約に応じた。後日、光回線事業者から、県内全代理店の訪問販売を一時停止し、代理店指導を徹底する旨の連絡があった。

### イ 論点

- ・ 事業者、全ての代理店を把握していないのか。正規代理店が更に下のパートナー個人事業者に委託して勧誘することを認めているのか。
- ・ 一次代理店が個別に契約した無届の代理店の行為ではあるが、事業者は知らなかったとはいえ、事業者が代理店全体を管理すべきではないか。

### ウ 事業者回答

アライアンス先の販売員（該当一名）が当社で禁止している不適切なトークを利用してお客様に案内した後、無届の二次代理店にお客様を紹介した案件と思われる。

不動産関連等の企業が代理店のアライアンス先として、お客様からインターネット利用意向等を伺った後、代理店をご紹介いただくことがあるが、その際も回線に関する勧奨・申込受付をすることを禁止している。

本事案については、代理店側のアライアンス先の管理が不十分だったと判断し、当該アライアンス先からの紹介案件の受付禁止、一次代理店による県内の訪問販売を一次停止し、一次店経由で厳しく指導した。あたらためて代理店への周知および管理の徹底を行って参る。

## エ まとめ

本事例は、無届の代理店が行ったという明らかな法令違反で残念な事例。事業者は一次店が勝手にやって知らなかったということかと思うが、知らなかった済むことでない。

自社の商材がいつ、どこで、誰に売られているか把握するのは代理店業務の委託元として当然だと思います。他社も我がこととし、今一度ご自分の代理店を点検するようお願いしたい。

## ⑦ 通信料金・割引の説明不足

### ア 事例概要

スマホの機種変更のためショップへ行った際、「タブレット型端末機が無料です。いつでも解約してもよい。解約後はタブレット型端末機をもらえ、基本料がかからず自宅のWi-Fiで使える、スマホ機種代も安くなる」と店員から勧誘され契約した。後日、タブレット型端末機を解約したいとショップへ伝えたところ「タブレット型端末機は24回の分割払い。割引で実質無料のキャンペーン対品です。見積書に0円と書いてないのであれば、今日タブレット型端末機を返却し残債の支払いがある。契約時の動画視聴後に、質問しないのであれば契約内容の同意したことになる。」と言われた。無料だと何度も説明されていた、実質無料という違う回答に納得できない。契約書はwebであり、見積書は見つからない。店舗でもその時の見積書は破棄したという。動画視聴で同意になると分からなかった。タブレット型端末機は返却し、解約したい。残債は支払う必要はあるのか。

### イ 論点

無料という勧誘で店舗独自のサービスとして提供されていたようだが、webの契約書から判断できず苦慮した。契約内容を分かり易く表示していただきたい。動画で確認する説明だけではなく、消費者へ何のための視聴なのかをきちんと伝えていただき、視聴後に質問はないかと等のフォローもお願いしたい。

### ウ 事業者回答

店舗独自のお値引きが契約者に十分ご理解いただけていなかったこと、値引きの金額に誤りがあったことが起因と考えられる。店舗独自施策については、事業者に求められているものと同様にわかりやすい説明に努め、お客様にご理解をいただくよう指導している。動画についてもご指摘の通りであり、改めて周知して参る。

## エ まとめ

店舗独自のサービスについても、店舗が勝手にやっていることだということではなく、それが法令やガイドラインから逸脱したものでないか確認すべき。勧誘にもタブレットが無料、動画見ただけで契約成立などと契約を考えている方に誤解を与えるような点もあり、説明に問題が多いと思

われる。事業者からも指導をお願いしたい。

## ⑧ 不適切な無線インターネットサービスの勧誘（出張販売）

### ア 事例概要

ショッピングモール内の展示販売コーナーで声をかけられて、期間拘束のあるモバイルデータ通信契約とモバイルWi-Fiルーターの申し込みをした。期間は3年間でルーターの代金は3年使えば実質無料とのことだった。帰宅後、4,500円と説明された月々の代金がありお得ではなかったことやネットで調べた事業者の評判が悪かったので解約しようと思った。展示販売コーナーの前を通りかかったときに「キャンペーンをやっています」と声をかけられたが、何の商品を売っているのかは外見上わからなかった。説明を受けてモバイルWi-Fiの販売だとわかった。

### イ 論点

- ・ 展示販売はショッピングモールなどで行われているが、販売商品の明示をすることや、契約に際しては解約条件、特約などをわかりやすく説明していただきたい。
- ・ キャンペーンなど特典を強調するばかりではなく、解約条件など消費者にとって不利益になる部分も適切に説明していただきたい。

### ウ 事業者回答

- ・ 販売商品はお客様が自由に触っていただけるよう、実際に展示を行い、声かけについてもキャンペーン内容を明確にお伝えするように社内でも取り決めている。また、解約条件、特約については以下3点で案内し、ご了承いただいたお客様にお申込みを頂いている。
  - ① 書面を使用した現場担当スタッフによる説明、②契約内容を図解したスライドショー、③ ①、②を行ったうえで当社コールセンターからの内容確認ただ、結果お客様からの声もあったことから、各セクションに今回の内容を共有、スタッフの再教育を行う。
- ・ 人と方法を変えて3回契約確認を行っている。また、初期契約解除制度とは別に当社独自の返品制度（端末の返品も10日間可）を用意しており、3回確認時にご案内を行う決まりになっている。今回の内容を共有、スタッフの再教育を行う。

### エ まとめ

出張販売は店舗販売のカテゴリーになっているようだが、状況を考えると、ショッピングモール等で突然声をかけられる、訪問、電話販売のような不意打ち性の高いものと思われる。キャッチセールとほぼ同じなのではないか。そのため電話勧誘、訪問勧誘と同等の扱いが必要ではないか。また、事業者においても、トラブルの多い出張販売には法令やガイドラ

インを守るよう更なる指導をお願いしたい。

## ⑨ 契約時の説明不足

### ア 事例概要 「頭金」の表示について（契約時の説明不足）

携帯端末を購入。販売店から商品引き渡し日を知らせる電話を受けた際、「15,000円の頭金を持ってきてください」と言われた。契約時、端末本体の代金は分割払いにしていたはずなのに、頭金については一切説明なく、電話で当然のように言われて混乱した。

### イ 論点

令和2年11月10日、総務省及び消費者庁が共同で「携帯電話業界における「頭金」の表示や端末販売価格に関する注意喚起」を行っている。この中で、携帯電話業界独自の「頭金」という用語の用法について、利用者の立場に立った是正を求めることとされているが、本事例のように、消費者の誤認を招く事態が未だ生じていることを鑑みると、依然として課題が残っていると思われる。

販売店等において、現状、「頭金」の説明がどの程度されているのか、業界内における指導状況などをご教示願う。また、「頭金」についての説明が不十分だと思われる場合、確認措置制度が適用されるのか。

### ウ 事業者回答

商品販売における「頭金」に関する広告表示について、以下の通り適切に表示を行う様取り組んでいる。

#### 1. 商品価格を表示する場合には明瞭に記載する

- ①商品の支払総額は、一括購入における支払総額となる様、表示する
- ②分割払いに関しては、支払総額/頭金/分割支払い額をそれぞれ記載する

#### 2. 頭金の表示に関する注意事項

- ① 頭金自体を「売り」にするような表示は行わない
- ② 頭金の表示は「分割払いにおける頭金及び分割支払い額」としての表示に限る
- ③ 一括購入の場合に頭金が生じるとの誤認を招く表示を行わない

各取り組みについては毎月確認をおこない、表示ルールの順守に努めると共に、万が一、不適切な表示が発生した場合には、全店に改めて周知を行い、表示ルールの順守徹底を図っているところ。

また、総務省「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」においても、販売代理店ごとに端末価格が異なることについて、携帯電話事業者による周知が適切に行われるようフォローアップを行うこととされていることを踏まえ、公式ホームページの製品ページ及び総合カタログ製品ラインナップページに「※機種種の販売価格は、店舗ごとに異なります」と掲載することで、お客様向けに周知を行っている。

なお、先述の通り頭金の表示ルールについては、お客様に誤解を与えることのないよう周知指導徹底しているが、「頭金」は端末価格の一部であるところ、端末価格については販売代理店が自由に設定できるものであるため、頭金の設定の有無や額を含めて端末価格金額の指定等を行うことはない。

頭金の説明について、「電気通信事業法 消費者保護ルールに関するガイドライン」における説明義務にはあたらないと解釈しており、確認措置制度は適用していないが、端末販売価格についてはお客様に誤認を与えないよう掲載することをルール化している。

万が一不適切な電話勧誘が確認された場合は、事実確認のうえ対応するので、お客様相談室に相談願いたい。

いただいた意見等については、TCAなど関連する団体や他通信キャリアとも情報連携しながら、必要に応じた対策を検討して参る。

## エ まとめ

これまでも、頭金という表現に対する注意喚起はあった。あらためて消費者が誤解するような表現は改善していただくよう求めたい。

## ⑩ 3G携帯からスマートフォンへの乗り換え時のトラブル（高齢者のデジタルデバイド解消の取り組み）

### ア 事例概要

契約しているA社から、3G携帯をスマホに乗り換える時に使えるクーポンが届いていたので、近隣のショップに出向きスマホを契約した。しかし、使い方がよくわからず、スマホでラジオ番組を聞こうとしたがよく聞こえない。A電話会社のサポートセンターに架けて遠隔操作でサポートをしてもらったところ、スマホが壊れていることが判明した。昨日、ショップに出向き別機種に交換してもらいラジオは聞けるようになったが、3G携帯でできた、花の写真から花の名前を検索したり、QRコードを読み取ったりすることができなくなり、とても不便を感じた。再度、サポートセンターに相談したが「これ以上は難しい」と言われた。「3G携帯の方が使いやすかったので、お金がかかっても戻したい」と言っても「できない」と言われた。近隣のショップに行くにも、タクシーで往復6000円程かかる。どうしたらよいだろうか。

### イ 論点

高齢者は使い慣れたものに愛着を感じ、新しいものに対してうまく馴染めない傾向にあるが、3Gサービスの提供が終了すれば、否が応でも4Gに乗り換えることになる。

- ・3G携帯からスマホに乗り換えるお客様に対するサポートがあれば教えて欲しい。
- ・要望として、高齢者がスマホに乗り換える前に、「3Gの携帯でどのような機能を利用しているか」を聞き取り、できるだけ機能を継続して利用



できるように、スマホの設定と使い方の説明をして欲しい。

#### ウ 事業者回答

これまでもお客様のご利用用途などお聞かせ頂いた内容を基に適切な携帯電話をお勧めするように指導しているところ。

また、65歳以上の高齢者のお客様に配慮し、適合性の原則を踏まえ、店頭での端末操作方法のサポートを中心に丁寧な対応・確認を心がけており、携帯電話やスマートフォンでの基本的な操作（電話をかける・受ける、メールの送受信、インターネット閲覧）についてご不明な点が無いかについて確認している。

更には、機器操作が不慣れな高齢者の方も安心して使い続けていただけるよう、引き続きコールセンターや店頭にてサポートしている。なお、有料のサービスとはなるが、スマホに関するさまざまなお悩みをサポートする仕組みも設けている。

なお、高齢の方や機器操作に不慣れな方はもちろんのこと、小中高生のお子様やその保護者向けの安心安全にスマートフォンをご利用いただくための講座等、幅広い世代の方のお困りごとやニーズに添ったスマホ教室を開催している。

これからも全てのお客様にご利用いただくサービスの内容・必要性が理解されるよう、お客様の知識や経験等に配慮した説明に努め、特に、ご高齢のお客様へ説明する際には、お客様のご利用状況やご意向などを考慮した分かり易い説明に今後も努めて参る。

#### エ まとめ

国においても、デジタル社会にともなって「一人も取り残さない」というキャッチフレーズもあると思うが、実際は高齢者がデジタル機器の操作が困難であることは事実だと思う。

国及び事業者の方は、このようなニーズは意外に多いものだということ再度認識し、高齢者にも優しい端末の開発やデジタルの啓蒙にご尽力いただきたい

### 5. 総務省、消費生活センター及び事業者間での意見交換の主な内容

#### (1) 取扱ったテーマ

電話勧誘に関する課題について

#### (2) 主な意見等（消費者団体から）

- ① 安くなる・IP化などの不実告知、大手事業者を思わせる名乗り等
- ② 高齢者への適合性の原則に則した説明方法の徹底、インターネットを必要としない者への光回線の勧誘禁止
- ③ 説明書面に基づく勧誘の徹底

④ 昨年7月省令改正以降の相談は減少

⑤ 新手のアナログ戻しの増加

(会議での意見)

- ・7月の省令改正以降も、実際には説明書面が後になっているパターンも結構ある。
- ・高齢者のトラブルが発生したときに、説明書面を交付しているからとか、初期契約解除の期間中に解約しなかったから、ということではなく高齢者への特性にあわせて柔軟に対応いただきたい。
- ・高齢者の説明書面の場合、文字は8ポイント以上など守ってはいるが、高齢者に字が小さいと指摘されたこともある。専用のものは用意している。
- ・高齢者では、65歳以上についてはチェックシートに基づいて、家族の了解をとらせていただくといった方法でチェックをしたり注意を払って対応している。
- ・高齢者に特化した書面は用意していないが、契約の意思を示したときに、カタログ、重要事項説明書類、開通にあたっての補助書類を送り、それを元に説明したうえで意思を確認するなどステップを踏んでいる。
- ・電話勧誘については、これまでもいろいろと議論してきた。現場のセンターではやはり高齢者の問題であるが、やはり最初に問題に触れるのはセンターであるから、この会議や総務省を通じて、より一層法律やガイドラインを遵守していただきたい。引き続きセンターからの相談にのっていただき、高齢者がより安全に使っていただけるようお願いしたい。

(まとめ)

普通の電話勧誘よりも電気通信サービスの電話勧誘は複雑でわかりにくいということが、事業者は誰なのか、何を売っているのか、わかりにくいというのが問題を生じさせていると思う。すぐには難しいと思うが適合性の原則にのっとった説明を徹底いただき、一層の法令・ガイドラインの遵守を求めたい。

以 上