

## 令和4年度第2回東海電気通信消費者支援連絡会開催報告

### 1 開催日時

令和5年3月6日(月) 14時から16時まで

### 2 開催場所

名古屋合同庁舎第3号館（名古屋市東区白壁 1-15-1） 7階共用会議室

※同時にWEB（「Webex」）開催

### 3 議事

- (1) 総務省からの情報提供
- (2) 事業者団体等からの情報提供
- (3) 総務省、消費生活センター及び事業者間の意見交換  
（テーマ「電話勧誘に関する課題について」）
- (4) 相談事例に現れた問題点に関する意見交換
- (5) その他

- (1) 総務省からの情報提供

#### <情報提供>

消費者支援連絡会配付資料1「2022年度上半期消費者保護ルール実施状況のモニタリングの結果」をもとに、総務省から情報提供が行われた（詳細は割愛）。

また、今年度上半期の東海電気通信消費者支援連絡会にて取り上げた事例について、総務省より補足説明があった。

#### <情報提供に関する質問>

●苦情相談件数について最近が高止まりから減少傾向であるが、これは国の対応や各事業者の代理店指導に寄与するものであり感謝している。しかし、消費者支援連絡会を通じて各キャリアに対し、販売代理店に関する情報を共有し、その都度各キャリアから販売代理店へ指導する状況が絶えないことは見ていても痛々しいところである。このようなビジネスモデルについて今後改善の余地はあるか。今や通信はインフラであり、販売代理店はそのような通信端末の駆け込み寺としての役割を持ち、利用者に対し説明責任の観点から丁寧に説明することが求められている。ただし、説明のために時間が取られることも事実であるため、こうした労働環境を踏まえ、販売代理店改革や中小企業を守る取組等につき何か検討され

ていることはあるか。(消費者相談関係団体)

←政府として、高齢者のスマートフォン活用に関しては既に事業として行っており、各キャリアの事業者にもご協力頂き、スマートフォン教室等を実施している。構図自体を大きく変えるものではないが、デジタルを進めていく上で弱者切り捨てをしない方針に沿って今後も進めていきたい。高齢者や障がい者の方からの相談を踏まえ改善していくことを通じて、彼らが利用できるようになることで、ゆくゆくは社会参画にもつながると考える。多様性がある中で多くの方が社会参画できるよう、総務省としても様々な取り組みを行っている。

代理店の構造については、事業者の経営効率の観点から見ると、各事業者が最も効率的に事業を進められる体制を整えているため、それに対し総務省からその構造自体を改善すべきと指摘することは困難である。(総務省)

←キャリアとしても地域の中で消費者の方と連携を取り、今までは主に端末売り、回線売りを行っていたが、今後はお客様にしっかり利用して頂くことに関して代理店もシフトしていくと考える。地域と連動してこのデジタル社会を歩んでいく。2月末にオンライン窓口を設けたことで、お住まいが少し離れた方でも、そのような窓口を通じて代理店に相談できる環境を設けている。(携帯事業者①)

●資料1(P.61)において、「電気通信事業者等による改善等の件数」表内に、「説明」及び「その他」という項目があるが、これらは一体何を指しているのか。(座長)

←事業者等において書面交付していない疑いがある等、法令違反行為の疑義案件については、該当事業者に対しどのように説明しているのかの録音にご協力頂き、マニュアルがあれば送付を要請している。改善については、例えば各事業者に掲載されているホームページの表記に誤記があればそれを修正させる、または改善させるよう要請し、その後事業者が対応すれば行政指導までは行わず見送っている。

説明とは、事業者が活動を行う際自社の名前を名乗っているか否かを確認し、名乗っている場合にはそこで一区切りつける。録音データから名乗っていることの確認が取れているため法令違反行為の該当性が低く、改善までを求めるものではない。

その他とは、説明確認等を各事業者に求めるもそれに対する回答がなく、期間が経過したものを指す。(総務省)

●販売代理店に関するルールが年々厳格化され、更には行政指導等も行っていく姿勢があることを踏まえ、最近の行政指導の件数について分かれば教えて頂きたい。(座長)

←ここ最近における行政指導は、電気通信事業法の利用者保護規律への違反に対し係る文

書による行政指導として1件行った。また、文書による行政指導までは至らないものでも、電気通信事業者等に事実確認し、必要に応じ改善を求める等の申し入れを半年間で200件以上行っており、90件以上の改善に繋がった。(総務省)

#### <情報提供に関する意見>

●総務省からの話を踏まえ、特定される販売代理店の数はピークを過ぎて年々減少傾向にある。このような問題は数年前から顕在化してきており、総務省だけでは処分できないことも重々承知している。しかし、今回の件が特定商取引法事案となったときにおいては総務省では対応できないため、管轄である消費者庁がその問題解決に寄与して頂きたい。

総務省からの報告は素晴らしい。報告内容から見ても、全ての消費生活センターのPIO-NETをもとに分析していると見受けられる。我々も週末相談等を通じて日々分析を行っているところではあるが、結果的には総務省と同じ意見だと考えている。今後も各事業者に対する指導・対応は適宜実施して頂きたい。(消費者相談関係団体)

●日頃は販売代理店について批判や苦情を述べることもあるが、その反面、高齢者や障がい者など、手助けやサポートが必要な方へ適宜対応を行っているのは地域の販売代理店の方であることも重々承知している。

販売代理店の方々が消費者に対し時間をかけてサポートして頂いていることに感謝する一方で、昨今の端末契約についてはWeb申し込みで行う方も増加している。Web上の申し込みであれば頭金不要かつ代理店を経由しないため便利ではあるが、これらの状況を踏まえると、代理店の収益はきちんと確保されているのか疑問に感じている。

販売代理店に対し、強引な勧誘は控えて頂くよう日々発言しているが、このような状況下では代理店の収益が芳しくないためにそのような無理な勧誘・契約をせざるをえない実態にあるのではないかと懸念する。各キャリア事業者においては、自社直営Webサイトからの契約が効率的であり、むしろその傾向のために、各代理店は経営面で苦境を強いられているのではないかと懸念する。我々の立場上、販売代理店の指導に関して強く要望する場合もあるが、その反面、デジタル面で市民を支えているのは販売代理店であることも十分認識している。これらを踏まえて各キャリア事業者においては、管轄する販売代理店を丁寧に指導して頂きたい。(消費生活センター等)

#### (2) 事業者団体等からの情報提供

本議題における各事業者団体からの情報提供は、消費者支援連絡会実施に先立ち既になされていたため、時間短縮の都合上資料配付のみとした。

#### <情報提供に関する質問>

●資料4「電気通信サービスに係る相談等の状況」2.(2)に記載されている「スマートフォンの転売」に関する相談事例について、もう少し具体的に説明して頂きたい。(座長)

←本事例は電気通信事業者が販売促進を悪用し副業の一環で行っているものである。今回に限らずネット上では副業と称してこのようなトラブルが生じている事態が他にも点在しており、かつ、消費者側が悪用している事実が悩ましい部分である。

今後、各消費生活センターにこのような事例に関する相談が寄せられた場合には、その都度きちんと消費者教育を行うよう努める。なお、消費生活センターへ寄せられる相談は、副業関連に関するものも多く、その場合は副業を行うことで自らが加害者になる可能性がある点も啓発している。

上記のような転売の事例以外に、例えば回線やSIM契約締結によるポイント付与についてもトラブルが生じている。以上のことを踏まえ、これらの問題は事業者と消費者団体ともに連携しつつ削減いくべきだと考える。(消費者相談関係団体)

←本事例を含めこのようなトラブルは昨今非常に問題である。改正法施行前はキャリア毎に「2年縛り・4年縛り契約」やSIMロックが存在していたため、転売はしにくかったが、改正法施行後はこのような契約やSIMロックが禁止され、転売しやすい状況になってきており、組織化された転売も横行している。加えて、改正法の抜け穴と言われているが、端末単体値引きは規制がないため、各販売代理店においては新規契約獲得のために極端な端末廉価販売を行っている店舗が多い。以上のような背景を踏まえ、反社の資金源になっていることも疑われ、このような問題は非常に深刻なものと考えている。(事業者団体①)

### (3) 総務省、消費生活センター及び事業者間の意見交換 (テーマ「電話勧誘に関する課題について」)

資料9「テーマに関するご意見(電話勧誘に関する課題について)」をもとに、以下のよう  
な質問や意見交換が行われた。

#### <資料に関する質問>

●2022年7月に行われた消費者保護ルールの改正により、契約者側から書面不要の意思表示がある場合を除き、原則書面交付が義務化され、加えて、提供条件の説明も義務化された。これらについて、実際はどのくらいの方が書面交付を希望し、説明を聞いているのか。また、この7月の改正を受けて勧誘方法や説明方法について変化はあったか否か、各事業者の皆様  
に伺いたい。(座長)

←元々自社基準として、契約者が高齢者の場合には書面交付の上説明を行っていた。7月改正以降はそのルールに従い、年齢に関係なく契約者に対して行うようにしている。書面案内についても、契約者からの断りがある場合を除き、原則送付している。(電気通信事業者①)

←7月改正を踏まえ、書面交付を原則としている。書面交付に関してここ最近では弊社のお客様相談室から特段ご指摘を頂いてはおらず、また、電話勧誘時においても、書面による説明を念頭に置いて行うようにしている。書面案内は契約者から断りがある場合を除き、原則送付している。(携帯事業者①)

←元々、契約者が高齢者の場合には書面交付の上説明を行っていたが、7月改正以降はそのルールに従い、年齢に関係なく契約者に対して行うようにしている。書面案内についても、契約者から断りがあるといった特別な事情を除き、原則送付して契約者に受け取って頂いている。(携帯事業者②)

←7月改正以降、事前に書面交付の上電話勧誘を行っている。電話勧誘については販売代理店から後確認の上、弊社のコールセンターにて契約者に対し意思確認も行っている。(携帯事業者③)

←7月改正に伴い、以前は高齢者中心に書面交付を行っていたものについて、年齢問わず書面交付の対応に切り替えている。書面交付後には確認の連絡もするように心がけている。契約者が若い方の場合、説明書面を紙ではなく電子媒体を希望されているときは、弊社ホームページ上掲載のパンフレットや動画コンテンツを案内することもある。(電気通信事業者②)

←ケーブルテレビ業界全般において言えることでもあるが、基本的には、契約者に了解が取れたらサービス説明資料を郵送する。その後その資料が届いているかの確認を取り、その確認が取れて初めて契約案内を行っている。(事業者団体②)

←弊社でも書面交付は行っており、7月改正以降はそれに従い書面交付または電話での説明を契約者に選んで頂き、それに応じて対処する。そもそも弊社の回線サービスにおいては電話勧誘のコースはごくわずかである。後確認については改正以前より行っている。(電気通信事業者③)

●書面交付が原則であることは良いとして、例外規定の解釈については、どのような場合に例外とされるのか。(座長)

←原則は説明義務として書面交付すべきであるが、例外的な代替手段として CD-ROM やメール、SNS、電話勧誘等が考えられる。7月改正以前は契約者が契約内容を十分に理解しないままその契約について了承してしまい契約が成立することで、これにより電話勧誘等の苦情が増える事態に陥った。これらの対策については厳格な手段から順に、不招請勧誘の禁止や書面を要する様式契約の実施、更には事前書面交付が考えられる。特に事前書面交付であれば可視化されるため、これにより少なくとも不意打ち性や突発性については排除でき、事態の悪化を防ぐことにもつながる。

一方で、電話やその他代替手段による説明については書面交付が不要のため、一定の利便性があることも事実である。以上を踏まえ、契約者・利用者が「書面での説明不要」という了解の意思を対外的に明示する場合においては、例外的に書面交付義務までを求めるものではないという解釈として考える。(総務省)

#### <資料に関する意見>

●昨年度の施行規則改定によって提供条件概要説明は、説明事項をわかりやすく記載した書面を交付して行うことが義務付けられているが、契約内容が複雑なこともあり実際はほとんど交付されていない。今回の改正を踏まえ我々消費者側からすれば、説明書面交付の義務化により、いかなる場合も交付が前提と認識してしまう。したがって勧誘する場合には、まず説明書を勧誘する相手方に送付し、勧誘する旨の一報を入れた上で行う必要があるのではないかと思料する。加えて、消費者側は書面交付が事業者に義務づけられていることを理解していない、かつ、説明書の内容も多いため全て理解することは困難である。電話勧誘は各販売代理店が行うためその契約のメリットしか伝えられないことも特徴である。その流れで消費者が電話勧誘の際に契約内容の説明まで求めることは必至である。

このような事態がまかり通るのであれば、書面交付義務の目的が不明である。我々に寄せられる相談は苦情が多く、そのほとんどは契約の説明時にどのような説明がなされたか覚えていない人が大半である。そのような事例では大抵の場合、契約に関する説明はその契約時の1回しかなされていない。以上より、書面交付については1回目の契約時には必ず行い、2回目以降の契約については契約者の選択性にすることを意見として申し上げたい。

(消費生活センター等)

●当所に寄せられた相談において、電子メールで説明事項を送信している事例はあるが、説明書面が交付された事例は確認できなかった。電子メールでの送信がされた事例において消費者自身がその方法を選んだ認識がない状態であり、そもそもそのような書面が存在していたか否か知らない契約者が多い。過去に、ある事業者団体の代理店から説明書面が送られてきたことが1件だけあった。しかし契約者はそれを契約書面と勘違いしていた。このような事例を踏まえ、どのような目的で交付するのか説明をし、それが何の書面なのか一目

見てわかるようにして頂きたい。(消費生活センター等)

●実際に書面を交付した件数や、契約者から「交付不要」の意思表示があり書面交付以外の方法による説明実施の件数について確認し、提示して頂きたい。(消費生活センター等)

●事業者の皆様には、消費生活センターから指摘があった、実際に書面を交付した件数や契約者から「交付不要」の意思表示があり書面交付以外の方法による説明実施の件数について、次回の東海電気通信消費者支援連絡会開催までに調べて頂きたい。(座長)

#### (4) 相談事例に現れた問題点に関する意見交換

今回のテーマとして取り扱われている電話勧誘と並んで問題視されており、かつ、相談事例にも記載がされていたことを踏まえ、この議題では出張販売について取り上げることとした。

##### <出張販売に関する取り組み>

参考資料2「出張販売に関するアンケート」を元に、事業者団体①より出張販売に関する取り組みの説明が行われた(詳細は割愛)。

##### <取り組みに関する質問>

●出張販売において店舗での応対と比べてどのようなトラブルやクレームが生じているのか。ヘルパーの方はかなり専門的な知識が要求されることが考えられるが、ヘルパーを雇う場合は専門知識をもつ業者の方に依頼しているのか、どこに依頼しているかを伺いたい。(座長)

←出張販売が始まる前から販売ヘルパーを使うことはよくあり、出張販売においても以前から付き合いのあるイベント会社を使用することが多い。しかし、最近は需要の高まりもあり、これに目を付けた新規参入も増えている。特に成果報酬型のイベント会社は無理販につながる可能性もあり要注意と考えている。我々の大切なスタッフがこのような会社にヘッドハンティングされるようなケースもでてきている。(事業者団体①)

●我々に寄せられる相談でも出張元店舗名の記載はされているが、出張販売先とは離れた場所にあり、高齢者においてはその元の店舗にまで行くことが難しい方もいる。各販売代理店において何か区割り等はされているのか。(消費生活センター等)

←基本的に各店舗の立地は（同一キャリアの店舗同士が競合しないよう）商圈が被らないようになっており、出張販売もその商圈の範囲内で行われる。また、出張販売を行う場所はキャリアの事前了解が必要であり、越境して行う場合はキャリアから許可が下りないため可能性は低いと思われる。例えば東京の店舗が神奈川県にまで出向いて出張販売を行うことは認められない。（事業者団体①）

●販売代理店と契約者におけるトラブルとして、当時契約に関する説明を行ったその担当者に対し、その後再度説明を要求するも、その担当者が既に異動もしくは退職しており、その代理店に居ない場合、各キャリアの事業者からは「説明は代理店が行う」と回答があり、各販売代理店も「その担当者は既に不在のため内容については確認できない。」と、はぐらかされる。この点はカスタマーハラスメントを踏まえ、担当者を守るために当該トラブルに関与した担当者をあえて異なる店舗に異動させ、その紛争から遠ざけるような対処を意図的に行っているかのように見受けられる部分もある。この実態につき回答できる範囲で説明頂きたい。（消費生活センター等）

←高い離職率が販売代理店の共通の経営課題であるため、弊団体発足当時から、販売員の定着率を向上させるための委員会を設けている。例えば（上場している）家電量販店等と比べると、平均勤続年数が非常に短い。待遇改善を施してもなかなかこの状態が変わらない。またカスタマーハラスメントや悪質クレームも、アンケートを通じてみるとキャリアショップの方が深刻な状況であり、この部分の改善は急務である。したがって、質問の回答としては担当者を異動させているのではなく、実際に退職しているケースが多いと思われる。（事業者団体①）

#### <取り組みに関する意見>

●出張販売においてはやはりその場の雰囲気によって流されて契約する場合がある。我々が調べた範囲でも、あるキャリア事業者においては毎月何回も出張販売を行っている。販売戦略が絡むため回数を減らせと言うつもりはないが、各キャリアの事業者の皆様におかれては今後より一層丁寧な説明をお願いしたい。（消費生活センター等）

●弊社としてもお客様にご迷惑をおかけしてはいけないことを念頭に、引き続き丁寧な説明を行うよう努めてまいります。昨今では店頭における販売いわゆる「待ち」のスタイルでの販売においては伸び悩んでいる状況にあり、そのため出張販売を行っていることも事実である。今後も引き続き精進してまいります。（携帯事業者①）

●大前提として、販売代理店はその地域のお客様と我々事業者とをつなぐ大切なパートナーである。また、昔とは異なり販売代理店は店舗でお客様を待っているだけでよい状況では



ない。このような前提を踏まえ最も重要なのは、お客様に喜んで頂くことであると考えている。販売代理店が出張販売を行いたいとの要望があればその出張販売方法がお客様にとって喜んで頂けるもの、信頼して頂けるものである限りは弊社としても応援したいと思っている。

しかし、残念ながら一部で不適切な販売があることは認識しており、そのような場合には厳しい処置を施している。具体的には、お客様アンケートを通じて各販売代理店の評価を行っている。例えば 1 人のお客様に対しスマートフォンを何台も販売するような販売手法を行った販売代理店に対しては販売時の状況を確認している。(携帯事業者②)

●以前は出張販売に関する明確なルールが定まっていなかったが、今回このような提言を頂いたこともあり、今後は各キャリアの事業者の方とも連携して対応することで少なからず従前よりは適切な販売ができると思料する。確かに、一定数の苦情が寄せられていることは事実であるため、今後はそれを踏まえてより改善していく必要があると考える。

(携帯事業者③)

●そもそも弊社における出張販売の件数は非常に少ない。弊社では出張販売は届出制であり、接客を行うのは代理店スタッフのみと厳しく規定しており、ヘルパーの方が接客を行うことはない。弊社ではシニア向けのスマートフォンの販売がないことも踏まえ、説明についてはより一層丁寧に行っていくよう心がけていきたい。(携帯事業者④)

●現在高齢化がかなり進んでいるが、その高齢者にとってもスマートフォンは今や必需品である。我々も仕事柄サポートセンターを運営しているがそこには「スマートフォンの使い方がわからない、連絡先がわからない」というように多くの高齢者が殺到している状況である。この状況を踏まえ我々もボランティアを募っており、シニアの方が同じシニアの方に対しスマートフォンの使い方を教えていることもある。スマートフォンの使用方法等を教えることについて、ボランティアとは言わないまでも、シニアの方をグループ分けして、各自ご対応頂けるような制度を設けて頂きたい。

高齢者の中には店舗まで行くことが難しい方もおり、それが後々トラブルに発展する可能性もある。シルバー人材センターのようにその地域の中で互いに支え合う組織を作り、地域に割り振って頂きたい。販売代理店の方におかれては、どの方にもどのような説明が必要かはその人の教え方次第ではあるが、特に 70 代 80 代の方へは操作方法等を教えることが難しい部分もあるため、その方向けの説明方法やスキルアップ研修、マニュアル作成についてご検討頂きたい。事業者というよりは、その地域の人材を活かす仕組みを検討して頂きたい。

(消費生活センター等)

●高齢者の方に対し、各キャリアの事業者及び販売代理店にもご協力頂き、デジタル活用支

援推進事業の一環として、スマートフォンの操作方法等についてレクチャーや講習会を行っている。販売代理店がない地域についてはシルバー人材センターやその他 ICT 事業の皆様にご協力頂いている。今回の件に関連し、要望があれば自治体と相談の上、総務省までご連絡頂ければ行政の立場から適宜サポートしていきたい。(総務省)