

令和4年度中国地方電気通信消費者支援連絡会（第28回）開催報告

1 開催日時

令和5年3月9日（木）14時00分～16時16分

2 開催場所

中国総合通信局 会議室  
オンライン会議

3 議事

- (1) 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
- (2) 総務省、消費生活センター及び事業者間での意見交換

4 相談事例に基づく意見交換の主な内容

(1) 取り扱った主な内容

- ① キャンペーンの割引期間が1年間のみと知らずに格安スマホを契約  
ア 事例概要

大型ショッピングセンターの携帯ショップで格安スマホの乗り換えキャンペーンを行っており、店舗でスマホを数円で新機種にしてもらいMNPの契約をした。その後、自宅で店舗から渡された書類を確認したところ、キャンペーンの割引期間が1年間だけだったことが分かった。翌年度から利用料金が値上がりすることは知らなかった。騙されて契約させられたのではないか。

イ 論点

重要事項の丁寧な説明

ウ 事業者回答

高齢者を含め全ての顧客に対して、経験や知識に応じた丁寧な説明を行うように販売代理店を日頃より指導している。販売代理店への指導をさらに徹底していく。

## ② 要望に合わない光回線の変更契約

### ア 事例概要

通信会社の関連会社を名乗る代理店業者が自宅を訪問、他社の既契約の光回線について解約金や工事費用をキャッシュバックするとの説明で契約変更を勧められた。相談者は、高齢でインターネットは使わないためアナログに戻してほしいと要望したが、後日その代理店業者から書類が届き、光回線の乗り換え工事が行われた。

### イ 論点

高齢者に対する勧誘の際の配慮、代理店の不適切な勧誘に対する指導徹底、事業者の説明義務など行政の更なる対策

### ウ 事業者回答

販売代理店に対し、高齢者への対応の際は適合性の原則に基づき、本人以外のサポートを依頼すること、ゆっくり丁寧にわかりやすい言葉で説明を行うことなど、契約内容をより正確に理解してもらうよう指導している。販売代理店は顧客の要望に合わせた提案をするべきであると認識しており、改めて研修等で全代理店に向けて再周知を行い、徹底を図る。

### エ 総務省見解

総務省では、電気通信事業法及び関係省令等により、電気通信事業者が遵守すべき電気通信サービスにおける消費者保護ルールを定めるとともに、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」によって具体的な消費者保護ルールを明確化している。同ガイドラインにおいて、電気通信事業法第26条に規定する提供条件概要説明においては、適合性の原則に照らして適切な提供条件概要説明を行うために、電気通信事業者及び販売代理店は、利用者の知識及び経験並びに契約の目的に関する情報の収集に努めるとともに、高齢者等の利用者の属性をできる限りの確に把握することが重要であり、利用者のニーズを踏まえずに、特定のプランの推奨を行うことは不適切であるとしている。このようなルールについては、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」において継続的に遵守状況を確認・検証すると共に、特定のテーマ等について「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」等により、有識者の意見も踏まえ、必要な制度整備等を行っている。今後も、消費者支援連絡会での意見の他、消費者から寄せられる苦情の解析や各種調査による業務実態の把握、中長期的な効果の検証、新たな電気通信サービスの登場を踏まえた消費者保護ルールの在り方、新たな消費者トラブルや社会的課題等への対応策等を検討し、消費者保護ルールの必要な見直しを行う。

### ③ 高齢者へ最新型スマホを販売

#### ア 事例概要

軽度の認知症を患っている実家の高齢の父が近所のデパートに行った際、携帯電話販売店の店員に呼び止められ、携帯電話サービスの乗り換えと端末の買い替えを勧められた。同日店員から息子である私に電話があり、父親の携帯電話の買い替えについて家族の了承を貰いたいと説明された。父は高齢でありフィーチャーホンへの買い換えだろうと思い、了承して電話を切った。しかし、後で確認してみると、最新型スマホを購入していることが分かった。父は、販売店の店員にスマホを勧められフィーチャーホンを買えなかった、契約時に店員からスマホの操作方法を説明されたが複雑すぎて操作方法が覚えられないと言っている。高齢者が最新型のスマホ端末を使いこなせるとは思えない。

#### イ 論点

高齢者の契約時の配慮（家族の同意等）

#### ウ 事業者回答

店頭での契約時には、80歳以上の顧客を対象に、ご家族様の同伴を推奨し、同伴が困難な場合、電話により家族に確認を行っている。しかし、顧客が家族への確認等を拒否した場合や家族がいない場合などは家族確認がなくとも契約を行うことは可能としている。

本件は、家族への確認の際に顧客の認知症について申告がなく認識できなかったもの。なお、案内の内容について一部確認できなかったことも含めて総合的な判断により契約をキャンセルしている。

### ④ 高齢者の要望に合わないスマホの販売

#### ア 事例概要

80歳を過ぎた高齢者。携帯電話の他社への乗り換え及びスマホ端末の購入のため店舗を訪問。SNSと通話だけが出来ればいいこと及び身体的理由から重いスマホは使えないことを伝えた。時間の都合を伝えたにもかかわらず数時間待たされ時間が迫ったため、矢継ぎ早に説明を受けて理解できないまま、慌てて商品を受け取って帰宅した。帰宅後スマホを確認すると、重い端末で使い方も分からない。

#### イ 論点

高齢者の契約時の配慮（家族の同意等）

## ウ 事業者回答

店頭での契約時においては80歳以上の顧客を対象に、家族の同伴を推奨し、同伴が困難な場合、電話による家族確認を依頼している。しかしながら、顧客が家族確認を拒否した場合や、家族がいない場合などは家族確認がなくとも契約をすることは可能としている。

なお、本件に関しては違約金等なく通常解約で終了している。対応に時間を要したことについては、顧客の家族への確認がスムーズに行えなかったためである。

## ⑤ 光回線の通信速度に関する苦情

### ア 事例概要

賃貸マンションに居住し、光回線を契約。ネット広告に記載されている通信速度に比べ、特に夜間帯にネット状態がとても不安定になり速度がかなり遅くなる。ベストエフォートとは書いてあるが、それにしても遅すぎる。2年契約したので今解約すると違約金と工事費が発生する。実際の速度が広告の内容よりも遅く品質が悪すぎるので、違約金を払わず解約したい。

### イ 論点

光回線の通信速度に関する説明及び広告表記、ベストエフォート型サービスの広告表示に関する規制・改善の動向

## ウ 事業者回答

本件と同様の苦情が発生していたことは承知しており、対策を講じ、HPで周知を行っており、苦情は減少している。技術的に困難ではあるが、対策を検討し再発防止に努める。広告表記に関しては、混雑時等速度が低下する可能性がある旨を表記しているが、顧客に理解してもらえるよう表記方法等を検討し、改善に務める。

## エ 総務省見解

電気通信サービス向上推進協議会において、平成16年3月「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」が策定され、適宜見直しが行われている。このガイドラインの中で、ベストエフォート型サービスの速度に関する広告表示について規定されている。同ガイドラインでも特に留意するものとして挙げられたFTTHサービスにおける通信速度に係る苦情については、令和5年2月に開催された「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合（第14回）」において、「特定事業者に起因するものの影響が大きいものの、前年度下半期からの苦情割合の大幅な増加が認められた。この点を踏まえ、総務省、各事業者及び各事業者団体においては、苦情動向を注視し、適切な取組の実施が必要」とされたことを踏まえ、今後、改めて総務省から関係事業者団体に対し、情報を提供し、対応等を求める予定である。

## ⑥ モバイル Wi-Fi ルータの販売時の対応について

### ア 事例概要

ディスカウントショップの前で「既存契約の携帯電話料金が安くなる。タブレットをプレゼントする」と言われ、モバイル Wi-Fi ルータの機器の契約をしたが、機種代の分割払いを考えればかえって高いものにつくので、解約したい。販売担当者からクーリング・オフができると聞いている。申込書には8日以内であれば解約できるが手数料が必要と記載がある。

### イ 論点

提供条件の説明、契約解除方法の説明

### ウ 事業者回答

提供条件については、提案時に説明資料の提示をおこない、回線契約及び端末の分割購入が伴う点については記載と口頭説明を行っており、確認の電話を行った時点では契約内容を理解されていたと認識していたが、後日電話やり取り時に認識相違が発生していた。販売時から認識相違が発生する可能性を意識し、説明の合間に質疑応答の時間を設け、理解度を確認しつつ慎重に説明を行うよう指導を行うこととする。

契約解除方法の説明については、配布している書面には様々な販売手法に対応している「初期契約解除制度」について掲載しているが、販売時および確認電話通話時はクーリング・オフに対応している旨の案内を行っている。

## ⑦ 契約時にスマートウォッチをプレゼントするというモバイル Wi-Fi ルータの契約

### ア 事例概要

量販店の外で、モバイル Wi-Fi ルータを契約したらスマートウォッチをプレゼントすると勧誘された。販売員に、現在契約している A 社の通信料金より総額で高くなると困ると伝えたところ、A 社の契約内容を変えれば数百円程度の値上がりで済むとの説明があり、契約することにした。その際、販売員が私のスマホを操作し A 社の契約を変更した。利用料金は口座引き落としによる支払いを希望したが、クレジットカード払いで登録されてしまった。その後、業者から確認の電話がかかり、販売員の指示どおり全て「はい」と答えた。後日、A 社の販売店でモバイル Wi-Fi ルータの契約の話をしたところ、勧誘方法が不適切で合算通信料は高額だと言われた。驚いて事業者に解約を伝えたところ、解約するならばスマートウォッチはプレゼントではないので、解約料金は 11 万円ほどだと言われた。どうしたらよいか。

### イ 論点

虚偽の説明、強引な勧誘、販売員への指導

### ウ 事業者回答

販売時のチェック体制については、契約確認書面の読み合わせ後に、本部担当から電話にて販売員の案内に齟齬が無いか確認し、契約確認書に内容認識相違ない旨の署名をしてもらっている。契約書面は当日顧客に交付し、8 日間はクーリング・オフにも柔軟に受け付けている。

なお、本件について、当社販売員が顧客のスマホを販売員が勝手に操作する事はなく、プラン変更やクレジットカード登録を勝手に行うことはない。販売時の確認電話についても実際に通話ログを確認し、本契約が Wi-Fi 端末とアップルウォッチの割賦契約である旨を明確に説明している。

指摘された箇所について誤解を招かないよう注意して販売に取り組むよう認識強化を図っていく。

- ⑧ ショップにスマホの操作方法を尋ねるため出向き、他社への乗り換え契約をさせられた

#### ア 事例概要

スマホの操作方法を尋ねるために購入した販売店に行ったが、色々な説明を聞かされよくわからないまま書類に署名をしてしまった。結局、スマホの機種変更はしていないが、今までの契約とは違う会社と通信契約をしており、元の契約にあったかけ放題のプランも外されていた。私は通話実態からかけ放題プランでないかと困る。販売店に元の状態に戻すよう要望したが、元に戻すとスマホ内のデータがすべて消えてしまうという趣旨の説明をされ、何もできなかった。元の状態に戻すことはできないか。

#### イ 論点

代理店への訪問趣旨と異なる営業、ニーズに合わない契約

#### ウ 事業者回答

相談事例について特定できなかったが、一般的に、料金プランの変更やサブブランドへの移行に際して、顧客が元々契約しているプランや利用用途を確認しながら、意向やニーズを踏まえた提案を行うよう販売代理店を日頃より指導しているところ。今後も販売代理店への指導を徹底する。

#### (2) 主な意見等（消費生活センター）

- これまでの経緯からみて、適合性に反している状況であるので、対応関係の記録がなくても、もっと良い対応があってもいいのではないか。
- お客様のニーズを本当に捉えていただいて契約をすすめていくことを徹底していただきたい。

#### 5 テーマに関する意見交換の主な内容

##### (1) 取り扱ったテーマ

電気通信サービスの利用者への情報提供の在り方

##### (2) 主な意見

各消費生活センターからは、「相談現場において事業者と消費者側の認識の齟齬について何が原因と考えられるか。そして、認識の齟齬を解決しトラブルを未然に防ぐために、行政、事業者、消費者にどのような取組が必要と考えられるか、又は期待されるか。」という観点、各事業者からは、「説明の際に認識の齟齬が生じないように行っている取組。そして、今後、行政、事業者、消費者にどのような取組が必要と考えられるか、又は期待されるか。」という観点から意見交換を行った。

① 消費生活センター等の実情、意見

- 高齢者は、安い料金やメリットがある料金について最初に認識しようとする。事業者側は、どのような条件の場合の料金であるか分かりやすく説明してほしい。(消費生活センター)
- 料金が安くなるセールストークは、誤認に繋がる可能性はある。勧誘された側は、既に契約している事業者からの勧誘と思ったが、実際には、別の事業者へ契約変更されていることがあった。(消費生活センター)
- 事業者側が考える料金が安くなって便利なプラン等の通信サービスと、消費者があらゆる面で望む料金やサービスとのマッチングが行き違っていることからトラブルが多く発生している。事業者側は、消費者のニーズをしっかりと把握して、プラン構成について誤解を与えないような説明をしてほしい。そして、消費者はどのように使用していくのかをよく考えて、サービス内容を選定してほしい。こうした意識を持ってトラブルを減少していくことが大切である。(消費生活センター)
- 消費者への対応をしていると、事業者側の説明は、相談者にとっては正確に理解されていない状況となっている。事業者側は、契約にかかる説明資料について、表や番号付け等表記方法を工夫して消費者へ分かりやすくしてほしい。また、代理店に対しては、このあたりの指導を徹底してほしい。(消費生活センター)
- 契約について、消費者の認識と事業者側の説明内容が相違することでトラブルに発展するのではないか。消費者に対しては、ニーズ把握や適合性の原則を含めて、基本的ルールに従った料金やサービス説明が必要である。(消費生活センター)
- 事業者側は、メリットの説明をしても、デメリットの説明をきちんとしていないのではないか。事業者側は、消費者の既設契約と比較したり、プラン変更によるメリット・デメリットが把握できるようにしたりして、消費者に分かる説明できる仕組みづくりをしてほしい。(消費生活センター)
- コロナ禍の状況では、高齢者にとってスマホが役立っている。事業者側は、消費者に対して、利用内容を絞るような実態把握と齟齬のない契約してほしい。(消費生活センター)
- 契約・サービス等の説明は、口頭以外に分かりやすい書面による説明をしてほしい。(消費生活センター)
- 書面説明では、契約内容の理解が追いついていないお客様がいる。図説や動画による説明を多く取り入れてほしい。(消費生活センター)
- 高齢者は、一定水準の知識をもっているとは限らない。契約内容認識の確認は、書面でチェックボックスを活用しながら、お客様が納得した契約となる等、やり方を考えてほしい。(消費生活センター)
- 契約行為はオンライン化が進み、お客様相談対応は電話やオンラインが多くなっている状況であるが、高齢者のために対面対応の環境を続けてほしい。



(消費生活センター)

② 事業者の取り組み（主な意見）

- 適合性の原則に配慮し、与えるべき情報を誤解のないように、正確に伝えることが重要である。メリット強調だけでなくデメリットも伝えて、消費者の齟齬が生じないように努めていく。（事業者）
- この支援連絡会を活用して、お客様へ説明するポイントの精査やノウハウを刷新して、消費者対応を向上していく。（事業者）
- 認識齟齬防止の取り組みは、行政も周知宣伝等活動していく必要がある。（事業者）
- 認識齟齬が生じないような取り組みとして、お客様の理解度に応じた丁寧な説明、視覚的な案内を実施している。（事業者）
- お客様から分かりにくいとか説明不足であった場合は、代理店等に注意指導やペナルティを科すなど、お客様対応を日々改善している。  
しかし、柔軟な対応をしても、お客様から「分からない」という意思表示がなければ丁寧な説明等の対応ができない。  
消費者センターへは、安易な契約や認識不足のまま契約となったケースがあれば、相談者に対しこうした問題が起きないように注意するなど、再発防止へのご協力をお願いしたい。（事業者）
- お客様に対してニーズ把握のためのヒアリングやITリテラシー等の把握した上での丁寧な説明をすることによって、事業者側とお客様と相互理解が深まるようにしていきたい。（事業者）
- お客様への説明は、書面・オンライン・動画等、各種ツールを駆使して分かりやすいものとしているが、お客様から見れば、説明時間が長くなるということにもなる。決められた時間の中で分かりやすく的確に伝えることについて、これからも追求してお客様へ提供したい。（事業者）
- 高齢者へは、チェックシートの活用だけでなく、親族同席といった契約者本人のサポートをしてもらう形を実施する。（事業者）
- 契約内容説明は、動画だけでなく、スタッフからのメモ書きや重要事項説明書にマーカーを付ける等、ビジュアル的に分かりやすいものをお客様に渡している。（事業者）
- 具体的な対策や工夫している点、各事業者の取り組みの例（事業者）
  - ・各種サービスや料金について、昨年、説明冊子を新たに実施した。
  - ・代理店も含めて、契約確認をした後日、お客様へ契約意思確認をしている。
  - ・電話勧誘等の営業において、重要事項説明の書面発送以外に動画配信、SNS配信を実施しており、お客様希望により、さらなる電話説明を実施している。
  - ・契約時に、お客様に対して、契約内容認識確認や重要事項説明書の中にあるチェックシートを用いて確認を実施している。

- ・契約時にアンケートを実施している。このアンケートを元に利用実態や希望、必要事項を確認し、お客様へサービス提案するようにマニュアルを作成している。
- ・契約内容説明は、重要事項説明書で丁寧に説明している。
- ・お客様の希望どおりの契約となっているかどうかの把握は、契約中・契約後の適切なタイミングでチェックシートを用いて実施している。
- ・Webでの契約では、ホームページでポップアップやチェックボックス等を用いて、お客様へ確認を促している。
- ・重要事項説明は、冊子内の説明でかなり取り入れた。特に、トラブルになりやすいところや絶対に認識していただきたいところは、別途チェックリストを用いてお客様の認識を確認している。
- ・契約内容説明には動画も活用しており、説明時間短縮を図りつつ、より印象に残るようにしている。
- ・分かりやすい説明方法として、店舗内でタブレットを用いた図説を活用している。また、待ち時間を利用して動画説明をしている。

### ③その他関連団体等からのコメント

- 高齢者のお客様へは、適合性の原則を基本として、お客様の知識や経験に基づいて、丁寧な説明対応を心掛けることが基本である。

もっと丁寧な接客が必要であり、今後も現場の皆様頑張ってもらうようお願いしたい。(事業者団体)

- 認識の齟齬が生じるのは、消費者の意向を十分確認せずに介入していくことや、適合性の原則に反しているような契約勧誘が原因である。

消費者が自ら積極的に契約する意思を持たない方への説明は、消費者から見れば、説明内容について頭に入っていかなかったり、理解できなかったりしている。

Web契約については、キャンペーンは大々的に大きく書かれているが、キャンペーンに適用される条件や解約時の不利益部分について、わかりやすく表示されていないため、消費者は、後で失敗したというトラブルとなる。

こういったトラブルとならないように、ネットでの広告については、分かりやすい表示、明確に理解できるような表示、不利益な部分がしっかり分かる表示、そして、これらが一目で分かるような表示、こうしたところを事業者側は、十分検討して対応していただきたい。

高齢者へのスマホ契約が大変問題となっており、高齢者にいろいろ説明されても、理解するまでに時間がかかることや理解されにくいことがある。

高齢者対して来店目的以外の望まない契約をしないようなルールづくりを、事業者側をお願いしたい。(消費者団体)