

## 令和5年度第1回東海電気通信消費者支援連絡開催報告

### 1 開催日時

令和5年9月15日(金) 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(「Teams」)開催

### 3 議題

- (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  
「販売代理店の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

### 4 相談事例に基づく質問・要望の主な内容

相談事例① 不意打ち的な販売になりやすい出張販売

<事例概要>

高齢である相談者が、イベントブースに出展していたキャリアショップにて、複数の店員にスマホと通信回線の契約を勧められた。その際、身分証やキャッシュカードの提示を求められたが、その理由について十分な説明もなく、言われるがまま契約してしまった。スマホと通信回線契約を解除したい。

<当日の議論において出た質問及び意見交換>

出張販売に関して、事業者①提出資料に、出張販売適正化に向けた協議の結果が掲載されている。これについて説明してもらいたい。(座長)

不適切な販売につながらない評価方法については、2022年8月に総務省から3つの要請があった。その3つ目が出張販売の適正化について。これに関して、事業者①としては5点の改善提案をした。これは大手キャリアに対する提案となる。

②出張販売用研修制度：出張販売と店舗販売をやっているとスタッフが足りない。そのため、イベントスタッフを雇ったりするのだが、そういった人たちが簡易な説明をするケースがある。これを防ぐために出張販売用の研修を用意し、外部

スタッフの人に受けてもらうという提案。

③常勤スタッフによる契約内容の再確認：契約内容の最終確認は正社員が行うこと。

④出張元店舗の掲出に：出張元店舗を明確に掲出すること。

⑤端末単品販売と回線付きとの価格の併記について。当然やるべきこととして記載。事業者にも前向きな回答を得ることでき、②、③、④については早急に取り組んでもらい、全店舗で実施をしているところ。①イベント会社事前審査（非推奨リスト整備）については、イベントスタッフが転売ヤーなどと繋がっているケースもあったことから、悪質な行為があったと苦情が入ったイベント会社については、各事業者の非推奨リストに掲載する。販売代理店がイベント会社を使うときには、事前申告制にし、非推奨リストに載っているイベント会社ではないか確認する。悪質な業者を業界から追い出す取組。現在、この取組をしているのは1社であり、年内に本格的な運用につなげられるところまで準備が進んでいる。（事業者①）

事業者①が把握している出張販売のトラブル件数は、このような取組をしてから減ってきているのか。（座長）

出張販売に絞ったトラブル件数の計上は行っていないので、恐らく減っているとしか答えられないが、業界全体で改善の取組を行っていることと、今年度は各社とも昨年度ほどの出張販売は行っていないため相対的に苦情件数も減っていると考えられる。（事業者①）

各事業者の方、座長の先生にも丁寧に事例について検討いただいたので、今後良い方向に解決に向かっていくのではないかと期待している。

（消費者相談関係団体①）

相談事例② アカウントの不正利用に伴う顧客対応（なりすまし契約への対応：不正確な本人確認）

<事例概要>

オンラインモールから身に覚えのない個人情報書換え通知及びアカウントの不正利用による高額な請求が届いた。オンラインモールの系列の携帯電話会社のお客さま相談室に連絡したところ、法務部で調査を開始し、今後支払い請求が来ても無視して良いと伝えられた。しかしその後、法律事務所から残債の一括請求を求める通知が届いた。オンラインモールからも支払いをするよう求められたが、当該契約に相談者は一切関与がなく、納得できない。

<当日の議論において出た質問及び意見交換>

最終的には返金という形で解決したが、そもそもなぜこのようなことが起きてしまったのかが疑問に残るところ。本人確認については、相談者は生粋の日本人であるにもかかわらず、商品譲渡時に宅配会社の受取人サポートサービスにて宅配会社の配達人が、受取人が提示した外国人在留カードを提示したことで、本人確認が成立してしまったとのこと。このように、存在し得ない在留カードで本人確認が成立してしまうのであれば、どんなトラブルでも起きえるのではないか。非対面での携帯電話取引時の本人確認について、注文時に自身が本人確認証をアップロードするか、商品譲渡時にしか行わない方法では、実質本人確認は機能しないということは想像できることである。こういったトラブルを防ぐために、どういう取組をお考えか教えてほしい。

(消費者相談関係団体②)

書き換えの情報については名前と生年月日は変わっていないが住所は書き換えられていた。また、住所が書き換えられた際、メールに通知は届かなかったのかについては、届いていた。

お客様情報で、名義を変更したいという場合、お客様本人で変更することは出来ない。社員によって変更される。

当初の契約の時に提出された本人確認書類を元に、宅配業者にも本人確認を実施するよう求めているところ。本人確認に不備があったことをこちらで把握できなかったことで今回のようなトラブルが起きてしまった。(事業者②)

法務部で調査を開始したとの連絡があったが、その時に本当に調査を開始していたのか。(消費者相談関係団体②)

調査をしていた。また、クレジットカードについては、オンラインモールの会社のクレジットカードを利用していたところ、調査開始時に情報共有(モバイル事業とカード事業は別事業)をすぐに行うことが出来ず、結果的に返金まで半年かかったと言うところである。(事業者②)

商品については出荷停止・キャンセル手続きを進める旨の案内があったが、これは間違った案内だったのか。また、相談者はこの案内が間違ったものであることを知らず、非常に混乱していたが、間違った案内であることはいつ頃把握していたのか。

(消費者相談関係団体②)

これについては間違った案内であったと聞いている。また、消費者センターが斡旋に入ってから気づいた。(事業者②)

今後も在留カードでの本人確認や、宅配業者に基づく偽造された本人確認も通ってしまうということなのか。(消費者相談関係団体②)

このような事例があったと言うのは社内共有しているので、不正利用を防ぐため、一度審査を通った本人確認書類であっても、疑わしい者に関しては再度本人確認書類を提出してもらおう等の対応を取ることを検討している。(事業者②)

他の事業者で、今回のようなオンライン販売でのトラブルを防ぐために何か対策をしていたら教えてほしい。(消費者相談関係団体②)

他社と違う対策を特段しているわけではない。事業者②と概ね同じような本人確認の方法をとっている。今回のケースと一緒のトラブルは、全くないというわけではないが、多くもない。仮にこのような事案が起きてしまった場合には、不正と判断した場合には、個別柔軟な対応をしている。(事業者③)

本社に関しても、他社と違う対応をしている訳ではない。本人確認書類のアップロード eKYC による認証、当社 ID 情報によるログインによる本人確認など、簡単には手続きできないような認証方法を使っている。(事業者④)

アカウントのなりすまし対策について、当社アカウント情報で当社のオンラインショップにログイン、各種手続き、購入をしてもらっている。セキュリティ的に、このような事象が起きている認識はない。オンラインでの手続きの本人確認は、他社と一緒に遠隔の方法をとっている。(事業者⑤)

事業者②では SMS 認証による本人確認はなかったのか。また、eKYC による本人確認はあるのか。(消費者相談関係団体②)

新規契約のお客様だったので、SMS 認証による本人確認が出来なかった。また、eKYC については、本人の画像と本人確認書類を照合して、確認をするものである。端末を持っている場合 (e-SIM) であれば、すぐに開通できるが、物理 SIM を注文している場合は、すぐ開通できないため、お客様情報の変更の場合にはメールでお知らせすることとしている。(事業者②)

SIM カードを新規で購入する場合には、このような事案が起きてしまうということではよろしいか。(消費者相談関係団体②)

100%防ぐというのは難しいが、もし事例が判明した場合には適切に対応していく方針である。(事業者②)

### 相談事例③ 契約前の説明不足による工事契約トラブル

#### <事例概要>

訪問販売に来た代理店業者に光回線の勧誘を受け、光回線・地上波テレビ・電話の契約をした。後日、地上波テレビ用のアンテナを設置すると同時に、機器の延長保証を勧誘されたので、アンテナ工事費と延長保証代を支払った。

その後、従来は視聴できていた衛星放送が映らなくなったため、上記の契約を解除し、従来の回線に戻してもらった。アンテナ工事費と、延長保証代の返金を希望したが、一切返金できないとのことだった。

#### <当日の議論において出た質問及び意見交換>

アンテナを取り付けたときの書面がきちんと交付されていたのか。

また、テレビサービスに関する詳しい契約内容を入会証に記載されているが、相談者は受け取っていないとのこと。クーリングオフの時に必要な受信者が支払うべき額の算定方法がわからなかった。事業者は、どんな書面をどこまで交付したのかを代理店に確認はしているのか。(消費者相談関係団体③)

アンテナについては、販売代理店が独自にアンテナ業者と提携を組み販売しているものである。アンテナ工事に関する契約書面については、しっかりと交付しているとアンテナ業者からの回答を得ている。質問いただいたクーリングオフについても、その書面に詳しい内容が記載されている。

回線契約の初期契約解除の算定については、当社から交付する契約書面に掲載されている。テレビサービスについては、テレビサービスの契約書面の方に掲載されている。

契約書面の交付において、初期契約解除についてどれほど説明されているかについては、事業者から代理店に指導していることとしては①初期契約解除の制度が使えるということ②この制度が使えるのは書面到着から8日以内であること③詳しいことは契約書面に書かれているからそちらを参照するように、とのことだった。

対面販売の際には説明内容をチェックシート方式にしており、お客様に説明しながらチェックをし、最終的にお客様から署名をいただく方法をとることで説明漏れ防止をはかっている。(事業者⑥)

他にもアンテナ工事に関する相談はあると申し上げた。今回は地デジのアンテナ。そもそも光回線になぜアンテナ工事が必要なのか。別の相談者からは、アンテナ工事をす

ると月々の料金が安くなるとの説明を受けたと伺っている。この方は、衛星放送、地デジ放送を見たいとのことで、結局アンテナは撤去したとのことだが、アンテナ設置のために壁に穴を開けられた。このアンテナ工事は本当に必要だったのか。御社としてはどうお考えか。(消費者相談関係団体③)

この問題は社内でも共有しているところである。推察の話にはなってしまうが、アンテナ工事についてはアンテナ業者と提携して提案しているのではないかと考えている。こういった提案をしているかは、新築の自宅については特に、インターネット回線で地上放送とセットでついてくる有料放送を視聴している人がいる。しかし、有料放送を視聴する機会が減り、有料放送の必要性を感じないといった場合に、有料放送を解除すると、セットになっている地デジ放送も見ることができなくなってしまう。そのため、有料放送を見ないお客様に関して、アンテナ視聴に切り替えるよう説明しているところから、アンテナ設置を進めている、という話を代理店から伺っている。

(事業者⑥)

テレビサービスは放送法の管轄であり、放送法と事業法と別々で初期契約解除の制度がある。総務省に放送法の初期契約解除について教えてほしいと問い合わせたところ、明確な指導を受けられなかった。(消費者相談関係団体③)

## 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) 取り扱ったテーマ

「販売代理店の勧誘に関する課題について」

### (2) 主な意見等

消費生活センターから寄せられた、不信感につながる営業手法と対応策としては、

- ・メリットのみでの断定的な提示については、デメリットや留意点も同時に説明する。
- ・事業者の変更が分かりづらい点については、勧誘目的や事業者名を明示する。
- ・事業者が個人情報を取得、スマホの代理操作については、代理操作をしない。
- ・消費者ニーズを店員がくみ取っていない、店側の利益を重視した販売については、代理店の営業手法の問題のみならず、代理店が事業者から契約件数で評価されるという評価制度にも問題がある。評価制度が変わらないと営業手法も変わらない。特典による不要サービスの提供や説明不足など弱い立場につけ込む営業手法も、この評価制度が根底にあるから起きることである。

今回は、①代理店の評価制度及び②代理店情報の公表の在り方について意見交換することで、不適切な営業手法の解決につながるのではないだろうか。

まずは、事業者①が不適切販売を抑止するための施策の導入を事業者に求めている。

こういった仕組みを要望しているのか、発表してもらいたい。(座長)

不適切な販売につながらない評価方法については、2022年8月に総務省から3つの要請があった。

1つ目は、契約獲得数などで店舗を評価するのではなく、顧客満足度や継続利用率などを用いた評価方法に見直すべきではないか、という要請。2つ目は、販売の目標については、事業者と代理店で綿密なコミュニケーションを取るように、との要請。公正取引員会からも、通常の販売方法では達成しえない営業目標を設定することは、独禁法違反となりうるとの指針の見直しがあった。このことを受けて、事業者①としては、そもそもキャリアショップとは既存顧客の来店をベースとしたアフターフォロー拠点であるため、既存のお客様を大事にするという観点から、機種変更の契約件数を新規の契約件数と同等、あるいはそれ以上に評価する仕組みが大事なのではないか、という提案をした。(事業者①)

各キャリアの評価方法を教えてほしい。(座長)

販売代理店向けのガイドラインの整備。実地調査、覆面調査の実施、それに対するフィードバック。また、過度な競争を避けるため、MNP獲得指標を中心とする評価指標の設定をしない。(事業者②)

この話が出る前から随時ガイドラインの見直しは行っている。事業者①の提示した具体的な見直しに関しては、結論が出たわけではない。評価方法の話が出てから、社内で見直しを図っているところである。(事業者③)

販売に関しては関連法令、各種ガイドラインに則った教育を代理店に適宜行っている。評価制度については、消費者保護ルールに関する検討会においてもらった指摘事項などをもとに、制度の見直しを進めているところである。(事業者④)

2021年8月に適正な販売に向けた目標や案をあらかじめ提示、代理店が事前に意見できる仕組みを取っている。2022年10月 販売代理店が随時相談・意見を提出できる窓口を新設。形式的な運用にならないように工夫しているところ。2023年1月には、適合性の原則の意識を促進するため、キャリアショップに来店されたお客様にアンケートを実施。お客様の評価を代理店の評価として換算する。(事業者⑤)

代理店の調査日を指定し、その通りに来るとその時だけは調査に引っかからないように対策が出来てしまう。各事業者が行っている調査は、覆面調査なのか。

また、事業者③が行っている代理店とのコミュニケーションツールについてどのようなものか伺いたい。(座長)

調査をするという通知は行すが、対象店舗は通知しないことで、覆面調査という形を取っている。例年、総務省から説明不足が指摘された店舗に対して、覆面調査を実施しているが、今年度は全国の代理店を対象としてランダム調査も加えて実施している。

(事業者⑤)

監査に関しては、代理店との間で事前に実施日時を調整するため、覆面調査ではない。基本的な監査項目は事前に明らかにしているが、その場で気になった点などがあれば、追加質問を行っている。(事業者④)

覆面調査は数年前からやっていた。調査の内容は事前に伝えるが、いつその店舗に行くのかは伝えない。

代理店とのコミュニケーションツールとは、本社で取り組んでいることに対する現場で販売する販売クルーから、意見などをくみ上げるツール。日次で集計し必要に応じて改善に取り組んでいる。いただいた意見に対しては担当部門から回答する仕組みになっている。(事業者③)

毎月覆面調査を実施。内容は伏せて行っている。(事業者②)

事業者③におたずねしたい。消費者保護ルールのあり方に関する検討会の中でも、事業者と代理店とのコミュニケーションが実質的にとれているのかということが取り上げられた。実際、対等なコミュニケーションではなく、上から言われるだけと言う意見が出ている。こうした問題意識から生まれた取組のためのツールだと解釈していたのだが、実際のところ、こういった問題意識から生まれた取組なのか。(座長)

おっしゃっていたことも一部あるが、どちらかという、実際に販売している側の改善という意味合いが強い。(事業者③)

資料を拝見すると事業者①の苦情収集のシステムがあるとのこと(苦情が項目に分類されている)。自分たちは毎日文章で打ち込まなければならない。非常に画期的だと思う。このシステムについて、もう少し詳しく教えてもらいたい。

(消費者相談関係団体④)

事業者①は、業界の苦情を減らそうと言う趣旨で設立されたもの。よく寄せられる苦



情をクラウドで集められる仕組みを作っており、苦情内容を大分類・中分類・小分類に区別したうえで、苦情の主なキーワードである中分類を選択すれば、大分類は自動選択、より細かい苦情内容である小分類は中分類にあわせた候補が自動表示され、正確に分類・蓄積できる仕組みになっている。

複数の代理店が同じシステムに入力する仕組み。苦情の原因を把握できている店長か副店長が入力する。また、その苦情が解決できたのか、解決に金銭負担があったのか、ということもデータを取っている。さらに、同じような苦情が二度と起こらないようにするために、対応策を併せて入力してもらう。

その上で、毎月キャリア別に販売代理店の店長が集まった会合を開いて、特に良いとされた苦情の改善提案についてキャリアに検討を依頼する、という流れを繰り返し返している。

(事業者①)

このシステムは全店舗にあるのか。(消費者相談関係団体④)

全店舗ではなく、大手の販売代理店60社ほどが対象。それでも3000店舗ほどが入力することになる。(事業者①)

行政が代理店に直接支援(補助事業など)することは考えてないのか。報告書2023の中でも、代理店を監督している事業者に対して、適正な監督を求める指導を強化している、との指摘があったが、こういった議論になっているかを教えてほしい。(座長)

直接的な支援ではないが、TCAと安心ネットを運営している。

監督・指導については、ガイドラインに反映していくための対応をしている。今年度の消費者保護ルールの検討会などを踏まえて、事業者に協力を求めていく方針。(総務省)

現行のガイドラインでも行政は事業者を監督しなければならないとなっており、それでも問題は引き続き起きていることから、今後さらなる指導をするということになる。それだと、従来と行うことは変わらないと思うのだが、あえて報告書に書くというのは、何か特別な意味があるのか。(座長)

今までガイドラインに指摘された部分を明確化していなかったから、具体的な指導が出来ていなかった、ということではないが、明確化することで事業者に対してのフォローアップの可否を注視していくということ、また、広範な事象が見受けられることから、それらに対する責任を代理店のみならず、事業者、行政にも求めるということをも

示している。より強い指導が入ることを示唆する。(総務省)

## 6 会議内で出たその他の質疑

### ①販売代理店届出制度の届出番号の交付について

代理店の届出番号の公表情報を見ても、どこのキャリアの代理店かわからない。届出番号と代理店の名前・法人番号だけで、具体的な情報が少ない。誰がどこの代理店をやっているのか明確ではない。代理店情報として、こういった情報を具体的に追加することを検討しているのか、教えてほしい。(消費者相談関係団体④)

「媒介等の業務に係る電気通信役務」及び「媒介等の業務に係る電気通信役務を提供する電気通信事業者」の情報を加える等を検討している。これについては、省令改正などの対応が必要になるので、今後、消費者保護ルールの検討会などを踏まえて、最終的にこういった情報を掲載するかを決定することになる。現時点で明確な答えを出すことはできない。(総務省)

一般の人は代理店の届出番号が公表されているということはそもそも知らないケースが多い。消費者の人と共有していくべきなのか、迷うところではある。  
(消費者相談関係団体④)

代理店の情報を消費者にわかりやすくするために、消セン側としては逆にこういった情報を載せてほしいか。(座長)

代理店の中には、(委託元の)法人名をきちんと書いてあるところもある。同じようにやれば、誰が売っているのかは明確になるはず。(消費者相談関係団体④)

情報リテラシーが備わっていない個人の代理店をどうするか、という議論が定期会合でも上がっていた。これについてはどうなったのか。(座長)

こちらについては、これから検討していく段階である。(総務省)

### ②TCAの運用状況について

TCAで相談窓口調整手続きが7月に開設された。これに関してはとても期待している。TCAの方に運用状況を聞きたい。相談員の中では、これはADRになるのではないか、との声もあるが、そこまでの役割はないのか。TCAの方がいらっしやらないの

で、総務省から意見を聞きたい。（消費者相談関係団体④）

検討会を通じて7月から運用開始。最初はスモールスタートでということになった。今の時点で始まったばかりで運用状況はお話できないが、今後状況については報告していきたい。（総務省）

必要であれば今後の連絡会でTCAの方をお呼びして、直接運用状況について報告してもらいたいところである。（座長）