

電気通信サービス利用者懇談会事務局 御中

東京都消費生活総合センター
所長 永野 実

「電気通信サービス利用者懇談会報告書（案）」に関する意見について

日頃より東京都消費生活総合センターの事業にご理解、ご協力を賜り、感謝しております。

さて、貴懇談会におかれましては、電気通信サービスの利用者利益の確保・向上を図る観点から検討を行い、平成20年12月に報告書（案）をまとめられたところです。

東京都消費生活総合センターでは、消費者からの相談を受け付けて助言や情報提供等を行っておりますが、電気通信サービスに関して、さまざまな苦情や問合せが数多く寄せられています。

そこで、下記のとおり意見を提出いたします。

記

1 事後規制を前提としたルール の在り方

「事後規制に力点を置く競争ルールを前提としつつ、利用者利益の確保・向上のためのルールを設けるという制度」においては、ルール遵守を担保するために、ルールに違反した場合の罰則規定を設ける必要がある。総務省においては、ルールに違反した事業者に対する指導や処分を迅速かつ積極的に行う体制を整備するとともに、重大な違反行為を行った事業者に対して、一定期間の新規契約の勧誘、申込受付、締結行為の禁止を命じることができるよう電気通信事業法を改正すべきである。

また、事業者の虚偽説明や重要事項不告知などにより契約した場合には、消費者が契約を取り消すことができるようにするなど、民事的効果を伴う規定を電気通信事業法に設けていただきたい。今回の特定商取引法及び同法施行規則の改正によって、電気通信サービスについても、訪問販売や電話勧誘販売における消費者保護（クーリング・オフなど）は実現されるものと期待しているが、技術革新が目覚しく、料金・サービス体系の変更が頻繁なことから、一般消費者にとって大変分かりにくいサービスである電気通信サービスの特性に鑑みた、より踏み込んだ消費者保護措置を電気通信事業法において講じるべきである。

2 契約締結前の利用者向けの情報提供の在り方

現状の電気通信サービスの料金・サービス体系は非常に複雑で、消費者が各社の各サービスのメリット、デメリットを比較検討して選択することが困難になっている。消費者が適切な料金・サービス体系を選択できなかったことから高額な請求となるトラブルも多い。消費者の選択の幅の確保に留意しつつも、料金・サービス体系をもっと簡素化し、分かりやすくすることが望まれる。

広告においては、例えば、「1分間〇〇円で通話できます」と「10円で〇〇秒通話できます」など各社ごとに異なっている表現について、業界で統一を図り、消費者が料金を比較しやすいように

していただきたい。また、契約内容を変更した場合、新たなサービス内容が即日適用されるのか、翌月からなのか、各社の各サービスによって異なることがあるが、そのような分かりにくさについても業界で見直しを行い、消費者が適切な選択を行えるような環境を整えていただきたい。

3 契約締結時の説明義務等の在り方

契約締結時の事業者の説明不足により、後日、トラブルになっている事例は多い。したがって、重要事項を1枚から数枚程度にまとめた書面を作成して交付するなど消費者に分かりやすい説明を心掛けること、消費者にとっての不利益情報を強調するなど濃淡をつけた説明を行うこと、契約解除の手續等についても説明すべき事項とすることなど、消費者の視点に立って分かりやすい説明を事業者が行う必要があるとの報告書（案）に賛成である。事業者には、さらに説明の充実を図っていただきたい。

また、知識、経験等の消費者の特性に配慮して適正な勧誘を行うべきであるとする適合性の原則については、少なくとも速やかに「消費者保護ガイドライン」を改正して、未成年者に対してだけでなく高齢者等を含めて一般的に導入すべきである。いずれは電気通信事業法及び施行規則を改正して、適合性の原則を規定することが望まれる。

4 苦情処理・相談体制の在り方

消費者からの苦情申出に対して事業者が適正に対応しないことにより、トラブルが拡大している場合が見られる。消費者からの苦情については、まずはサービスを提供する事業者が責任をもって対応すべきであり、事業者にはより一層の相談窓口の充実を要望する。特に、オペレータ対応を行う電話窓口の設置が望ましく、電話回線数も営業規模に応じた十分な数を確保すべきである。

また、消費者トラブルの解決にあたっては、消費生活センター等との連携・協力が必要である。事業者は消費生活センターの意義をよく理解し、消費生活センターからの問い合わせやあつせん交渉に対して、真摯に対応すべきである。さらに事業者には、消費生活センター向け専用窓口の設置、消費生活センターとの意見交換会の開催及び積極的な情報の提供等をお願いしたい。

5 市場退出に係る利用者利益の確保・向上の在り方

事業の一部廃止に関して周知が行き届かなかつた消費者から、消費生活センターに苦情が寄せられる場合がある。事業の全部又は一部の休止・廃止の際には、1か月程度ではなくもっと長期の十分な期間、消費者のもとに届きやすい方法で周知することが必要である。また、主たるサービスだけでなくオプションサービスについても、休止・廃止の際には、広範囲かつ長期の周知を行うべきである。

なお、既契約者との契約内容を事業者が途中で変更しようとする際にも、十分な周知期間を設け、できるだけ既契約者の了解を得てから変更することが望まれる。