

意見募集等結果の概要

■ 消費生活センターに対するヒアリング

1 実施期間：10月20日～11月12日

2 ヒアリング実施数：81センター

（内訳）都道府県：48センター（うち分室2箇所）

市：33センター（うち政令市19センター）

■ 意見募集に寄せられた意見

1 実施期間：10月19日～11月18日

2 意見数：42件

（内訳）消費生活センター：27件

個人：15件

合計 123件

1 電気通信事業者等による広告表示や勧誘行為などの契約締結前の利用者への情報提供、対応の在り方について

□ 広告、勧誘に関する相談は、全体的な傾向としておおむね「減少」「横ばい」の状況。

□ 勧誘時における相談事例の傾向

(1) 「代理店」の「電話勧誘」による「F T T H (光回線)」に関する相談が多数。

(2) 迷惑、紛らわしい、悪質な勧誘行為の存在等

- ・ 複数代理店からの勧誘
- ・ 大手事業者のみを名乗る紛らわしい勧誘、業者名を名乗らない勧誘
- ・ 資料依頼だけで、契約書の送付、一方的な機器等の送付
- ・ 執拗・迷惑な勧誘、脅迫、虚偽の説明による勧誘
- ・ 電話勧誘における複雑な電気通信サービスの説明の限界

□ 広告に関する問題点

(1) メリットのみが強調された広告等による消費者の誤認が発生

- ・ 有利なポイントのみ強調し、デメリット、リスク部分の説明、表示が不十分。
- ・ 無料期間や低価格のP Cなどで消費者を誘い、契約内容の説明が不十分。
- ・ 分かりづらい、字が小さい 等

□ 電気通信事業者、行政の取組に対する評価

(1) 電気通信サービス向上推進協議会作成の「用語集」を活用しているとの評価が寄せられている（最新版への更新などの改善要望もある。）。

また、電気通信サービスの広告には専門用語が多い、デメリット表示が小さいなど利用者視点に立った分かりやすい広告とは言えない実態がある旨の指摘多数。

(2) テレコムアドバイザー制度の認知度は低調だが、期待する意見もある。

□ 広告表示、勧誘等に関する改善事項

(1) 特定商取引法に準じた規制（氏名明示、再勧誘の禁止、書面交付義務）の導入

(2) 知識、経験等の特性に応じた勧誘の励行（特に高齢者）

- (3) メリット強調だけでなく、デメリット部分の十分な表示、説明が必要
- (4) 代理店の指導、代理店従業員への教育の強化
- (5) 消費者の電気通信サービスの理解の向上に資する電気通信サービス内容の基本的仕組みの紹介 など

2 契約締結時の利用者への説明義務等の在り方について

- 契約締結時の利用者への説明義務等に関する相談は、全体的な傾向としておおむね「横ばい」の状況。しかし、相談内容が複雑化しているとの指摘がある。

- 契約締結時の説明義務における相談事例の傾向

契約締結時の説明義務等に関するトラブルは多様であり、トラブルを類型化すると、以下のとおり。

- (1) メリット（「無料」、「無料キャンペーン」）面を強調するが、サービスの内容、解約などの条件についての説明の不十分さが要因と考えられるトラブル
- (2) 不要なオプション契約等希望しない契約の締結等によるトラブル
- (3) 利用者の知識、経験等の適合性の原則を踏まえた対応が不十分な場合を含め、主に事業者側の説明不足が要因と考えられるトラブル
- (4) 利用者側の理解不足及び事業者側の説明不足が要因と考えられるトラブル
- (5) 事業者は説明した、利用者は説明を受けていないと主張が相違するトラブル 等

- 電気通信事業者、行政の取組に対する評価

- (1) 解約時の手続、適合性の原則の推奨について効果が現れているとの評価がある一方で、利用者の知識や経験の特性（特に高齢者）に応じた対応がなされているとはいえない等の問題の指摘多数。
- (2) 重要事項についての書面交付がトラブル減少に効果があるとの評価がある一方で、字が細かい、「ここにサインをください」との形式的な対応で終える場合がある、また、利用者の知識や経験を踏まえた書面作りなどの工夫が必要であるとの意見もある。

- 提供条件の説明に関する改善事項

- (1) 事業者の自主的な取組より、特定商取引法に準じた規制（書面交付義務）の導入
- (2) 知識、経験等の特性に応じた説明の励行（特に高齢者）
- (3) 移動サービスにおける一定期間のモニター機貸与後の契約締結の実施
- (4) メリット強調だけでなく、デメリット部分の十分な説明の実施
- (5) 代理店の指導、販売員への教育の強化、説明事項の多さによる販売員

の対応不全の改善

- (6) 書面を交付しても読まない利用者への対策
- (7) 消費者の電気通信サービスの理解の向上に資する電気通信サービスに関する周知啓発の実施 など

3 契約締結後の対応の在り方について

- 不適切な説明や期待していたサービスと異なることによる契約取消に関する相談の傾向は、おおむね「横ばい」の状況。
- 契約締結後における相談事例の傾向
 - (1) 移動系サービスの相談事例が多い（通信エリア、セット販売に係る解約トラブルに関するものなど）。
 - (2) 電話勧誘（ＦＴＴＨ）による契約の解約、説明を受けた内容と実際のサービスが違ふことによる解約、違約金に関する相談が多い。
 - (3) 主なトラブル事例は以下のとおり。
 - ① 携帯電話の通信エリア図では自宅は範囲内になっているのに、自宅がエリア外。
 - ② 説明が不適切・不十分と考えられるケース
 - ・「料金が安い」「無料」と説明を受けたが、「安くなっていない」「無料でなかった」。
 - ③ 解約手続に関する説明が不適切・不十分と考えられるケース
 - ・いわゆる「１００円パソコン」との通信サービスのセット販売における契約の解約に関するトラブル。
 - ・通信サービス契約を解約しても、コンテンツ契約は別に解約する必要があることへの説明不足、認識不足。
 - ④ 手続きの簡素化
 - ・高齢者、障害者の手続において、本人以外による手続緩和。
 - ・複数サービスの契約について、契約はワンストップで出来るのに、なぜ解約はサービス毎に個別に行わないといけないのか（インターネット回線とＩＳＰの契約など）。
- 電気通信事業者、行政の取組に対する評価
 - (1) 電気通信事業者による個別対応への認知は行き届いてはいないが、取組自体は「トラブル減少に効果がある」と評価。
 - (2) パケット定額に加入していないでパケット料金が高額になった場合などに定額制料金を遡及適用するなど迅速に対応されることが多い。
- 契約締結後における対応に関する改善事項
 - (1) クーリングオフの導入
 - (2) 特商法（クーリングオフ）適用外であることの周知実施

- (3) 事後救済よりも、事前説明の徹底が重要。契約締結時だけでなく、解約時の顧客対応の充実も必要。
- (4) 事後の個別対応における公平性の確保（申し出ない利用者は救済されない）。 など

4 苦情対応・相談体制の在り方について

□ 事業者の苦情対応に関する相談件数は、「横ばい」「減少」の状況。苦情対応は以前に比べて良くなっているという評価。

□ 苦情対応等における相談事例の傾向

(1) 「苦情窓口（電話が）繋がらない」などの受付体制に係る指摘が最も多く、「対応がマニュアル的で、利用者視点に立ったものではない」など、苦情対応の悪さに係るものが続く。具体的な例は、以下のとおり。

① 苦情受付体制の不十分さ

- ・コールセンターに繋がらない、繋がるまでに時間がかかる。
- ・音声ガイダンスによる案内は、高齢者には操作が大変。
- ・メールのみの問い合わせで、口頭での相談が出来ない。

② 苦情対応の悪さ

- ・マニュアルに沿った機械的な対応、横柄な対応による悪印象。
- ・対応する担当者がコロコロ変わり、状況説明を毎回することは煩雑で「たらい回し」の感がある。
- ・特に複数事業者が介在するサービスにおいては、事業者間で「たらい回し」される例が多い。
- ・代理店は自らトラブル解決しようとする意思が欠如する傾向。

③ 消費生活センターへの対応

- ・一部の事業者で、消費生活センターを相談窓口として紹介する例がある。
- ・消費生活センターが間に入ると、解決しようとする。

□ 電気通信事業者、行政の取組に対する評価

(1) 事業者と消費生活センター間のホットラインは、高い評価。より多くの事業者が設置するよう要望がある

(2) 事業者による説明会の開催は、地域内によっても認知度が異なる。説明会が開催された消費生活センターでは評価する声が多い。また、事業者側の事情も知り、相互理解が深まった等高く評価する意見がある。

(3) 総務省の「消費者支援連絡会」も開催継続、参加意向が強く、評価も高いが、「意見交換する時間が短い」など実施方法に関する要望がある。

□ 苦情対応、相談体制に関する改善事項

(1) ホットラインの整備は評価するが、まず事業者において消費者からの苦

情に真摯に対応することが重要

- (2) 電話対応の義務付け及び問い合わせ窓口（連絡先）の積極的な開示・案内
- (3) オペレーターの増員等による「繋がる」コールセンターの整備
- (4) 複数事業者が介在するサービスにおける相談・苦情処理窓口の一本化
- (5) 販売店・コールセンターにおける対応者のスキルアップによる苦情対応の向上 など

5 電気通信サービス休廃止等に係る利用者利益の確保・向上の在り方

- (1) 周波数再編に伴う携帯電話の2Gから3Gへの移行手続き、請求書の有料化について問い合わせがあるものの、その他の相談事例は殆どない。
- (2) 3Gへの移行手続きは数度に渡る周知は行われているが、利用者が理解出来ていない場合が多かったため、周知方法に工夫が必要ではないか。

6 電気通信サービスの安全・安心系サービスの利用促進について

- (1) サービスの存在や内容について、相談員は理解し評価しているものの、一般消費者に浸透しているかは疑問の声が多い。
- (2) 災害時の情報提供サービスについては、周知、啓発に努めることが必要との意見も多かった。
- (3) 利活用促進のために取組むべきこととしては、以下のとおり。
 - ① 安全系サービスのサービスメニューをトップページに配置、確認画面のパターン化・統一化による操作性の向上。
 - ② 災害時の情報提供サービスについては、待受け画面への表示など統一した基準の作成、契約時等における周知の実施。
- (4) 有害サイトへのアクセスを一定回避するために効果がある「フィルタリングサービス」に関する意見が多く寄せられ、そのほか通話料制限サービスや迷惑メール対策サービスなど、個別のサービスについては改善が必要という意見があった。