

令和元年度北陸電気通信消費者支援連絡会（第22回）開催報告

1. 開催日時

令和2年1月31日（金） 13時30分から16時30分まで

2. 開催場所

金沢広坂合同庁舎大会議室

3. 議事

(ア) 総務省等の取組について

(イ) 消費生活センター、事業者等からの情報提供

(ウ) 電気通信サービス相談事例等（下半期）に関する意見交換

4. 意見交換の主な内容

(1) 意見交換で取り扱った主な内容

①ホームセキュリティにおけるオプションでの回線契約について

ア 事例概要

電話勧誘で「光回線をやめて携帯電話の回線にすると料金が安くなる。その他は何も変わらない」と言われて申し込んだ。

勧誘を受けた回線契約はオプション契約であり、主契約はホームセキュリティとなるものであるが、ホームセキュリティについてパンフレット等での説明がなく、電話での説明のみが行われた。

電話工事終了後、本格的にモバイル回線に繋いだところ、動画は待機時間が長くその後回線が切れてしまう、チャットもできない、という状態となった。

イ 論点

ホームセキュリティは、パンフレットをみながらの説明がないと一般消費者は理解できない内容と思われる。なぜ、電話勧誘で販売するのか。

また、主契約がホームセキュリティシステムでオプション契約が回線契約のものについては、契約内容が消費者に十分理解されていない。

ウ 事業者回答

ホームセキュリティに関して、電話説明では理解が難しい消費者がいることを前提とし、説明内容の改定、説明するプランを限定する等の措置を行っており、引き続き消費者にご理解をいただけるよう改善に努める。

また、担当者が規定を逸脱し、本来行うべきインターネット利用状況の確認

や、通信量が一定数を超えた場合に速度制限を行う旨の説明が不足していたことが確認できたため、当該代理店に対して指導を実施した。

②誤った未払い情報の信用情報機関への登録について

ア 事例概要

カード利用ができなくなったことから、信用情報機関に照会をかけたところ、通信会社が未払い情報を登録したことがわかった。

通信会社からは全く督促もなく、未払い情報が登録されたため、処理結果を確認したところ、処理のミスが重なったことが原因だと判明した。

そこで、通信業者から信用情報機関に削除手続きをしてもらったが、カード会社からはクレジットカードの更新ができるかは約束できないと説明された。

通信会社側のミスで、誤った未払い情報が登録されてしまった場合の対応や補償について教えてほしい。

また、カードが利用できないことに、消費者が気づくまでに時間がかかった場合、通信業者の方で詳細な記録をいつまで遡って確認してもらえるのかを教えてください。

イ 問題点

誤った未払い情報が信用情報機関に登録された場合、通信業者から削除手続きをしてもらったとしても、カードの更新が可能とならない場合がある。

ウ 事業者回答

誤った情報が登録された場合は、発覚後速やかに登録情報の修正を行う。

補償等については、個々の状況に応じた個別の対応となる。

お客様の情報は、極力遡れるところまでは遡って対応している。

また、コールセンターでの対応履歴は、お客様からのご質問等にも備えて一定期間の保管を行っている。

③光コラボレーションサービスでのプロバイダの変更について

ア 事例概要

電話勧誘により利用料が安くなるといわれ、プロバイダをA社に変更する契約に応じたが、現プロバイダのB社との契約が光コラボ契約であったため、B社の契約を解約できなかった。

A社に対して、初期契約解除期間を過ぎて解約を申し出たところ、高額な違約金を請求された。

契約者は、光回線と光コラボの区別がつかず、光回線とプロバイダをそれぞれ別事業者と契約しているものと思っていた。

イ 問題点

相談者は光コラボの仕組みを理解しておらず、すでに光コラボを契約しているにもかかわらず、その認識がなかった。

事業者は簡単な質問をただけで、フレッツ光を契約していると思い込み、勧誘を続けた。

ウ 事業者回答

契約者の中でも特に高齢者においては、そもそもプロバイダと回線が一体型の光コラボを契約しているという認識がない場合があることから、光コラボに対しての理解不足が起きないように努めていく。

また、契約後にもアフターフォローを行い、契約に問題がないかを確認することも必要と考える。

電話勧誘に関しては、いろいろなリーフレットを作成したり、代理店に十分な説明をするよう周知している。

エ 総務省見解

光コラボレーションサービスについては、そのサービスの複雑さや認知度の低さに起因する消費者トラブルが数多く発生しているところ、事業者団体においては光コラボレーションモデルの事業者変更・転用に関する消費者向け「図解リーフレット」を作成し、NTT東西を通してコラボ事業者、国民生活センター等へ配付し、消費者への理解を促進している。

事業者団体のこのような取組を支援すること及び必要に応じた制度設計によって、誰でも安価で簡単にインターネットが利用できる仕組みを構築することを目指している。

④スマートフォンの本体価格について

ア 事例概要

スマートフォンの本体価格はどこで契約しても同じと思っていたが、通信キャリアの店頭で買った際に、本体代金に含まれない頭金がかかった。

店頭で「頭金」の趣旨を尋ねると「店頭での丁寧な説明やアフターサポートの充実のために、契約時にお支払いいただくもの」との説明があった。

聞かなければ何の説明もなく支払うことになる。「頭金」の性質が、一般概念と異なるので、きちんと説明すべきである。

イ 論点

スマートフォン本体の代金に含まれない「頭金」とは、こういった性質のものなのか。なぜ、「頭金」という名称としているのか。

「頭金」に関して、事業者側の説明が不十分なのではないか、また消費者への十分な周知がなされていないのではないか。

ウ 事業者回答

端末の販売価格は、各販売店で設定しており、「頭金」は、販売店が設定した端末販売価格の一部であり、その有無や金額を含め、各販売店が設定している。

契約の際には、お客様に内容が適切に伝わるよう、販売店に対して専門用語を使わずに分かり易い言葉で説明するよう指導している。

機器代金総額および「頭金」について、書面に記載してお渡しするようにしている。

⑤ショッピングセンターでの出張販売・イベントでの販売について

ア 事例概要

ショッピングセンターで、「パソコンやタブレットが無料でもらえる」と声をかけられ、契約内容をよく理解しないままに、契約に至るケースがある。

また、他社からの乗り換えを勧誘され、「解約料は当社が負担する」と声をかけられる場合があるが、特典のみを口頭で伝えられ、契約内容を理解しないまま契約にいたるといったケースもある。

イ 問題点

ショッピングセンターでの出張販売やイベントでの販売において、最初に無料や特典を強調しすぎると、後で通信料や解約料など契約内容の説明をしても、相談者が理解できないまま契約に至る場合がある。

通信料や解約料等については、よりわかりやすく別途書面等を用意するなど対策が必要ではないか。

ウ 事業者回答

ショッピングセンターでの出張販売やイベントでの販売においても、販売店の店頭での説明と同様に、重要事項の冊子などを用いて説明を行うように指導している。

契約書面の交付については、Web上での交付または紙での交付を選べるようにしており、店頭と同様の対応をおこなっている。

(2) 主な意見等

- スマートフォンの端末代金において、「頭金」という表現を使うと誤解が生じる。手数料を取ることは全くかまわないので、わかりやすく、手数料であれば「手数料」という表現にされた方がいいのではないか。

(消費生活センター)

- ショッピングセンターでの出張販売において、「パソコンやタブレットが無料でもらえる」ということには何か条件がある。その条件をしっかりと説明すれば、不用意な契約は少なくなるのではないか。

(消費生活センター)

- 基本的には、消費者が契約の内容を正確に理解していないというのが一番の問題であると思う。今後も事業者側に努力をお願いして、契約内容のよりよい理解に資するようなシステムの構築をはじめとした努力をお願いしたい。

(学識経験者)