

令和3年度北陸電気通信消費者支援連絡会（第24回）開催報告

1. 開催日時

令和3年3月8日（月） 13時30分から15時40分まで

2. 開催場所

WEB開催（一部実地）（実地開催場所：金沢広坂合同庁舎6階 第一会議室）

3. 議事

- (1) 総務省等の取組について
- (2) 消費生活センター、電気通信事業者等からの情報提供
- (3) 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) その他

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

3G携帯の現状と今後の動向について

ア 事例概要

ガラパゴス携帯電話が壊れたので、修理の依頼に店舗に行ったところ「携帯電話は直らない。ガラパゴス携帯の機種は2年待たないと入荷しない。スマートフォンであればすぐに使える。」と言われてスマートフォンにした。

イ 論点

3G携帯の現状と今後の動向について正しい情報の共有が必要である。

ウ 事業者回答

3Gサービスの終了に伴い、3Gしか対応できない携帯電話は使用できなくなる。3G携帯からガラパゴス携帯タイプのスマートフォン、折りたたみ式のボタンを押して操作できるような二つ折りの携帯も4Gで用意しているので、スムーズに移行できるように努める。また、その際、消費者にいくつかの選択肢を明確に提示している。

(2) 主な意見等

- 3G携帯から4Gや5Gのスマートフォンに移行する場合には、消費者側に十分な選択肢及び情報を与えるべきではないか。

(消費生活センター)

- 事業者側には、これまで以上に一層の適合性原則を念頭に置いた丁寧な説明、あるいは選択肢を提示して、きちんと決めてもらうという意識で、努力を続けてもらいたい。他方、消費者側についても、説明をしっかりと聞いてトラブルのないよう理解するよう努めることも必要である。

(学識経験者)

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) 取扱ったテーマ

「高齢者に対する通信サービスの勧誘及び利用に関する課題について」

(2) 主な意見等

- 一定年齢以上の高齢者に対しては、書面での申し込みを原則としてはどうか。また、契約については、生活環境を熟知する家族の同意を必須としてはどうか。さらに、特商法のクーリング・オフのように、書面において初期契約解除制度の記載については朱字と定めてはどうか。

(消費生活センター)

- 事業者には対面での相談窓口を要望したい。また、相談窓口へ架電した際、自動音声案内に従って操作後、オペレーターに繋がる場合が多い。高齢者にとって自動音声案内での操作方法が複雑で分かりにくい。事業者には直接オペレーターに繋がる電話番号の設置を要望したい。

(消費生活センター)

- 5Gについて、今後整備が進んでいくとは思いますが、石川県全土に環境が整うようにしていただきたい。

(消費生活センター)

- 商品や契約内容についての説明は、代理店や事業者は毎日のように説明している内容であっても、消費者は初めて聞く内容である。知識の差もあり、事務的で一辺倒な説明では高齢者の場合はなかなか理解できず、それがトラブルの原因になっている。対象の数ヶ月間だけオプション契約が無料で付いていて、何ヶ月後には有料になる場合、数ヶ月後には忘れてしまい、「そんな説明はきていない」とトラブルになる場合が多い。期間はこれだけ、数ヶ月後には有料に

なるということをつかりやすく書いて書面を渡すのがよいのではないか。

(消費生活センター)

- 通信関係の料金体系が複雑なために理解できないまま契約して、高額になってしまったという相談が多い。この方に売ってもいいのかどうかを説明の途中でもちよつと立ち止まって考えていただきたい。

(消費生活センター)

- 電話勧誘の場合に、書面を一方向的に送り付けるだけではなく、何らかのサインをして送り返してもらおうという作業をひと手間かけてもらえれば、契約した・しないのトラブルを回避できるのではないか。

(消費生活センター)

- 次から次へと事業者と契約して、二重、三重に払っている方もいるので、契約状況が一元的に分かるようなシステムができないものか。

(消費生活センター)

- 勧誘・説明を行う際には適合性の原則に配慮して、対応していくことが必要だと考える。

(事業者)

- 高齢者の相談件数が減らない傾向があるが、高齢者の人口比率が高くなっており、

ITをどうしても使いたいという方が増えている事実がある。このような事実に対して、いろいろな改善を含めて、高齢者が不利益にならないように対応してまいりたい。

(事業者)

- 代理店のやり方・説明方法もしっかり事業者側で監督する、教育するという体系づくりも大事なのではないか。さらに、各事業者側で用意しているプログラムがしっかり代理店のところで実行できているか、考える必要がある。

(学識経験者)

- 高齢者への対応については、適合性の原則にのっとり説明や契約の勧誘をしている。そのような場合に、いかに丁寧な説明を尽くしたとしても、顧客の知識、経験、契約目的に照らして、そもそも販売や勧誘を行ってはならない場面があるのではないかとすることを肝に銘じていただきたい。

(学識経験者)

- 契約において、事業者側だけでなく消費者側にも一定の努力義務が課されている。消費者側にも、契約が成立すれば義務や責任を伴うのだということをしっか

り理解してもらった上で、慎重に契約の締結に臨んでもらいたい。

(学識経験者)