

令和3年度下半期電気通信消費者支援連絡会(第26回)開催報告

1. 開催日時

令和4年3月11日(金)13時30分から16時10分まで

2. 開催場所

北海道総合通信局 第一会議室及び Zoom によるハイブリッド開催

3. 議事

- (1) 総務省からの情報提供
- (2) 事業者・消費者団体からの情報提供
- (3) 消費生活センター等からの相談事例に基づく質問・要望
- (4) 意見交換(テーマ「販売代理店の勧誘に関する課題」)
- (5) その他

4. 消費生活センターからの相談事例に基づく質問・要望の主な内容

(1) 不適切な説明で勧誘された光回線

ア 事例概要

- 代理店から「ネットとスマホをセット契約すると安くなる」と光回線契約の電話勧誘があり承諾し、代理店に言われるまま、転用承諾番号を取得。モデム機器が届いたが、接続できなかったために娘に連絡したところ、他社との契約になっていて、料金も高くなっていることがわかり、解約を希望。
- 消費生活センターから電気通信事業者に連絡し、勧誘状況の調査を依頼。返答待ちのところ、代理店が勝手に相談者に連絡し、「センターの了解を取っている」と虚偽説明の上、「オプションを外せば安くなるので契約継続してほしい」と説得。相談者はセンターでのあっせん交渉を希望している旨代理店に伝え、再度センターから電気通信事業者に連絡し、苦情を伝えた。最終的に、事業者変更の手続きを取り、元の契約に戻す、違約金も免除するとの条件で合意・解約。

イ 論点

- ① 光回線の電話勧誘に関して、未だに「安くなる」「速くなる」といった勧誘トークが散見されるが、勧誘時に利用中の回線料金・速度の確認方法、転用承諾番号の取得に関する説明方法について
- ② 適切な苦情対応のためには、苦情対応部門から直接代理店等に確認すべきと考えるが、各社の苦情対応フローについて
- ③ 当該事例のように苦情処理方法に問題があると思われる場合、電気通信事業法の適用可能性について

ウ 事業者回答

【論点①について】

- 顧客との対話により現在の利用状況を伺い、料金メリットが得られるか否か確認の上、提案。確認できない場合、「安くなる」・「速くなる」といった断定的表現による勧誘に到ることがないように、代理店を指導している。
- 転用承諾番号は、光回線切替えに必要な番号として、顧客自身にて取得するよう案内している。

【論点②について】

- 本件は、カスタマーセンターへ苦情として寄せられたことを受け、営業部門より代理店へ勧奨当時の状況確認実施の際、申込に至った折の顧客の反応等から苦情に及ぶとは考えられなかったとの代理店側の見解から、強引な解約抑止に及ぶことがないよう、十分留意、配慮の上ご連絡、架電を行う前提で、営業部門が許可してしまった経緯を確認している。
- 顧客と会話の中で、勧誘時の説明や料金メリット等に改めて触れる場面があり、契約継続を促す目的ではないものの、結果的に解約したいという顧客の意思に速やかに対応するという配慮を欠く結果となり、重く受け止めている。
- 苦情受付に関する対応ルールについて、消費者センターからの苦情受付窓口は、カスタマーセンター部門が対応、獲得時の対応については、カスタマーセンター部門と営業部門が連携の上対応、営業部門は、必要に応じて獲得した代理店に状況確認をした上で、カスタマーセンター部門に報告、カスタマーセンター部門から消費者センターに回答しており、当社からの指示なく、代理店が顧客に連絡しないこととしている。

エ 行政からの回答

【論点③について】

- 電気通信事業法第27条において、電気通信事業者に対し電気通信役務又はその業務方法についての苦情及び問合せ(苦情等)の適切かつ迅速な処理義務を課しており、「電気通信事業法の消費者保護ガイドライン」第5章第27条関係において、苦情処理に係る基本的な遵守方法及び望ましい対応方法を示しているところ。

(2) 割引されていなかったスマートフォンサービス

ア 事例概要

- 高齢の親の携帯電話料金が高額だったため、委任状を持って、子がショップに確認したところ、担当者のミスで4年前の契約時から割引設定されていなかったことが判明。
- 消費生活センターより事業者に連絡したところ、内規に基づく返金提案があったが、相談者が納得せず、再検討を依頼。事業者より増額した返金案とともに、4年間も支払継続したのは追認であり、これ以上の返金はできないと連絡あり。相談者は納得できないが、法的手段まで利用するのは負担が大きいため、和解案を受け入れ。

イ 論点

- ① 事業者側の手続不備により、契約者が損害を被った場合の補償等の考え方について
- ② 契約当初の手続きミスであれば遡及対応すべきと考えるが、追認の考え方について
- ③ 内規の取り扱いについて
- ④ 省庁横断的な対応の検討状況について

ウ 事業者回答 (複数事業者からの回答を抜粋)

【論点①について】

- 顧客に瑕疵がなく事業者側に明確な不備があった場合には、それに見合う対応が必要と考える。
- 事業者側の不備により契約者に損害を与えるような案件については、損害内容にもよるが、事業者が提供するサービス利用料や工事費用を限度とし、原則事業者負担にて補償対応を実施している。

【論点②について】

- 本事例では、「4年間お支払いをいただいている間に、覚知する機会は何度もあったはず」の裏返しとして「追認」という言葉を使ったもので、明確な法的根拠をもったものではない。
- 料金発生を認識されていたことを示す要素の一つとして、顧客に支払いいただいていたことを伝えることはあるが、その一点をもって追認と判断し、返金を断ることはない。

【論点③について】

- 「内規」は、一定の判断基準として社内共有しているが、あくまでも基準であり、個々の状況によってはその基準にとらわれず柔軟に対処している。
- 様々なケースを想定し内規を策定しているが、イレギュラーなケースが発生した場合には、その都度状況を勘案し、内規を改正するなどの対応を実施している。

エ 行政からの回答

【論点④について】

- 総務省では、社会全体の環境変化を踏まえ、現行の消費者保護ルールでは必ずしも十分に電気通信サービスの利用者の利益の確保ができない点について見直しを行うため、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」を開催し、広告表示や販売代理店の在り方等様々な点について、消費者庁や公正取引委員会と連携して取り組んでいる。引き続き、消費者庁をはじめとする関係省庁と連携を図っていく。

(3) アナログ戻し契約

ア 事例概要

- 大手通信事業者を名乗る代理店 A から「光回線を使っていないのであれば、アナログ回線に戻すことで月々の費用が安くなる」との電話勧誘があり契約。工事が終了し、代理店 A に代行手数料、大手通信事業者にはアナログ工事費用を支払い後、大手通信事業者から光回線モデムとルーターの返却用袋が届き、返却。
- その後、届いた契約書面には代理店 A のほか、「事業者 B」も記載されており、勧誘時に特段説明のなかった「電話安心サポート」契約となっており、毎月料金の支払いが発生することを知った。
- 契約から半年ほど経過後、解約したはずの光コラボ回線の通信費用が毎月引き落とされていることに気づき、光コラボ回線事業者に問い合わせると、解約連絡は受けておらず、利用していない光回線費用を半年間も支払っていた。
- 相談者は解約等の対応は全て代理店 A の指示に従っており、モデムとルーターも返却していることから、光回線も当然解約になっていると思っていたが、実際は契約が継続されていた。解約になっていなかった原因についての説明を代理店 A に求めるよう助言。

イ 論点

- ① 事業者が、サポートサービス勧誘を行う代理店に課している説明義務、代理店の説明義務違反等を防止に向けた具体策について
- ② 消費者に対する光回線の解約の説明内容、アナログ回線に戻したにもかかわらず、光コラボ回線が解約されない事案について
- ③ アナログ回線提供事業者として具体的な対応について。
- ④ 行政として何等かの対応及び検討について
- ⑤ 誤解を招く勧誘について、総務省は消費者への注意喚起だけでなく、事業者へも強い勧告等について

ウ 事業者回答

【論点①について】

- サポートサービス契約勧誘にあたって①提供サービス内容、②サービス契約は義務ではないこと、③契約書面が自宅に届くので顧客に確認いただくことを義務と課している。契約書面確認後、不明な点があれば、代理店若しくはサービス販売元の事業者まで連絡するよう伝えている。
- 説明義務違反等が理由で顧客が納得できない、支払いいただけない場合は手数料相殺として、代理店が料金負担としている。

【論点②について】

- 解約手続きは原則、消費者。工事案内時に、光回線契約状況を聞き取り、その後の手続きの流れを説明している。新規契約者については、事前に本事例のようなトラブルが散見されている旨を案内し、断りいただくか不安な点があればカスタマーサポートや最寄りの消費者センターまで相談いただくよう案内している。
- 既契約者についても、問い合わせ内容に限らず同様の注意喚起やまた、同内容を記したチラシの送付を行い被害に遭われる方を1人でも多く減らせるよう対策を講じている。
- 既に被害に遭われてしまった顧客に対しては、問い合わせいただいた消費者センターの相談員と内容をすり合わせの上、経済的な困窮など考慮すべき点があれば解約金の分納、減額、免除対応を行うケースもある。

【論点③について】

- 総務省・国民生活センター・消費生活センターをはじめとした消費者団体との情報共有に加え、消費者保護の観点から、8月以降、公式ホームページへの掲載、SNSへの投稿、申し込み受付時、工事派遣時等を通じて、注意喚起を実施。報道発表や取材対応等も関係機関と連携のうえ、地域メディアへの情報発信を実施。新聞や雑誌、TV、ネット記事等での配信につなげるなど、インターネットを使わない顧客層にも、注意喚起が届くよう水際対策に努めている。

エ 行政からの回答

【論点④について】

- 昨年より、光回線契約を結んでいる利用者に対する「アナログ戻し」に関する電話勧誘について、苦情相談が総務省に寄せられていることを踏まえ、昨年11月に注意喚起を実施。依然として高齢者を中心にトラブル相談が寄せられていることも事実であり、総務省としては、引き続き関係省庁・機関と連携し、対応を検討していく。

【論点⑤について】

- 対象事業者が「アナログ戻し」について、アナログ回線提供事業者との契約を勧奨するとともに、自社の「サポートサービス契約」を勧奨する形がとられているが、アナログ回線提供事業者からの委託を受けておらず、また、本件「サポートサービス契約」は、(アナログ回線提供事業者の)電気通信役務の契約締結に付随する形で電気通信事業者(アナログ回線提供事業者)が契約の締結又は媒介等を行っていないため、「付随有償継続役務」に該当しない。このため、電気通信事業法の消費者保護ルールの対象外となり、11月に注意喚起を実施したところ。勧告等については御意見として承る。

(4) 高齢者への不要なタブレット契約勧誘

ア 事例概要

- 半年前に、携帯電話ショップでタブレットの勧誘を受けた。タブレットは以前から既に使用しており、2台目は不要と断ったが執拗な勧誘を受け、根負けして契約。
- 結果、支払い料金が月額 15,000 円位から 30,000 円近くに増えてしまい困っている。携帯ショップに行き、支払い内容を見てもらったが、電話番号問合せを多く利用しているようだ。また、「あまりタブレットを使わないようにしてはどうか」と言われたが、解決にならず、タブレットの解約を申し出たが、まだ 6 ヶ月経っていない」と言われ断られた。

イ 論点

- ① 電気通信事業法第 27 条の 2 第 3 号(勧誘継続行為の禁止)に基づき、再勧誘の禁止を販売代理店に対して指導徹底について
- ② 電気通信事業法施行規則第 22 条の 2 の 3 第 4 項(適合性の原則)に基づき、契約者のネット環境などの利用実態を重ねて確認し、不要な契約を防止について
- ③ 高齢者の契約には家族の同意を得るなど、即決契約回避について

ウ 事業者回答 (複数事業者からの回答を抜粋)

【論点①について】

- 従来、再勧誘の禁止を周知・指導しているが、指摘を踏まえ改めて徹底する。
- 代理店に対しては、サービスを勧誘する際に顧客から断られた場合、勧誘を止めるよう指導している。

【論点②について】

- サービスを勧誘する際には、顧客の利用状況や意向を踏まえ、ニーズに沿ったサービスを提案するよう、代理店を指導している。
- 店舗での契約締結の際は、適合性の原則に則った内容となるよう手続きマニュアルを作成し、定期的な研修を直営店及び販売代理店のスタッフ向けに実施している。
- 契約者が明らかに不要な契約を実行しようとしている場合は、その必要性について説明しているが、契約者の他社サービス契約状況を漏れなく把握する事は難しいと考える。

【論点③について】

- 80 歳以上の顧客が単身で来店された際は、電話による家族への契約内容の説明と確認や、家族同伴での再来店を依頼している。80 歳未満の顧客についても、理解度を確認しながら、必要に応じて家族確認等を実施している。
- 65 歳以上のお客様への対応手順をガイドラインとして定めるとともに、全スタッフに対してガイドラインへの理解度テスト(オンライン)を実施し、高齢者への接客品質向上に努めている。

(5) 料金体系の説明不足

ア 事例概要

- ガラケー利用者であった相談者が、代理店から通話料金が無料との説明を受け、同社との通信サービス契約締結とともにスマートフォンを購入。その後、高額な料金請求をされた。
- 代理店に問い合わせたところ、通話料金が無料となるのはアプリを利用した場合とのこと。スマートフォンのアプリ一覧に入っていたが、初期画面には当該アプリのアイコンが表示されておらず、代理店の従業員からは、アプリの利用を説明したはずで、当該アプリを消費者が削除したのではないかと強くいわれた

イ 論点

- ① 特定アプリの利用を条件として通信サービス内容や料金の条件について消費者(特に高齢者やスマートフォンを初めて購入する消費者)に対して説明を行う場合、代理店に対して具体的にどのような工夫を行うように指導しているか。
- ② 電気通信事業者各社は、消費者からの苦情に対して、苦情を申し出た個人や内容を特定して苦情の記録を行っているのか。

ウ 事業者回答（複数事業者からの回答を抜粋）

【論点①について】

- 店頭での契約時において、高齢の契約者に限らず全ての顧客に対し、チェックシートを用いて、契約内容に齟齬がないか確認し、意図しない契約内容とならないよう配慮している。特に 65 歳以上の契約者については、対応手順のガイドラインを設け、顧客のペースに合わせた会話を意識する等、丁寧な対応を行うようスタッフへ指導している。
- 80 歳以上の契約者には業界自主基準をもとに親族の同伴を推奨している。今回の事案の特定アプリを使った場合に通話料無料になること、また通話無料対象外となる場合の注意点については、契約時に重要事項説明書やチェックシートを用いて丁寧に説明し、アプリの使用方法等の情報が記載されたガイドブックの該当箇所に付箋などで印を付け、手交することで、顧客に通信サービス内容や料金について理解いただけるよう努めている。

【論点②について】

- 全ての顧客からの問い合わせをデータベースにて記録・保管しており、コールセンターの対応者が過去のお問い合わせ状況を確認できる仕組みになっている。また、問い合わせや要望内容について定期的にお客様相談室で分析し、顧客対応及び提供サービス等の改善に取り組んでいる。
- 消費生活センターや一部の契約者からの相談をお客様相談室にて承り、一元的な対応・管理を行っている。顧客情報に関しては、万が一の情報インシデント防止のため、社内のルールとして「お客様情報提供ルール」を設けており、契約者本人からの同意を確認の上で対応し、情報を厳格に管理している。契約内容や対応履歴も体系的な一元管理を行っているため、再度の問い合わせなどについても対応可能としている。

5. 総務省、消費生活センター及び事業者間の意見交換の主な内容

(テーマ「販売代理店の勧誘に関する課題」)

【消費生活センター】

① 販売代理店による勧誘に関する消費者トラブルは、どのようなものが多いか

- 光回線の電話勧誘においては説明不足や虚偽説明に関わるトラブル。また、事業者変更したことで、携帯電話と光回線のセット契約が解約され、通信料金の負担が増えたといったトラブル。
- 未成年者を含む大学生や 20 代前半の一人暮らしの若者に、賃貸の管理会社関連と思わせたり、契約する必要があると思わせたりして、強引に勧誘するトラブル。
- 光回線からアナログ回線(又はその逆)への変更時、説明不足により、変更前の回線の解約が行われていないといったトラブル。又はサービス内容が不明なサポート契約を消費者に説明することなく契約させられているといったトラブル。
- キャッシュバックキャンペーンに惹かれて契約したが、いつ、どのタイミングでキャッシュバックを得られるのか分からず、勧誘した代理店の連絡先も分からないトラブル。
- 携帯電話ショップで、年齢や利用状況、支払い額の希望等、消費者の意向に合わせた契約プランが適切に案内されていないトラブル、不要なオプション、タブレット端末などを勧めているトラブル。

② 事業者(団体)・行政には、どのような対応が求められると考えるか

- 勧誘の際には基本料金だけでなく、割引やオプションなどの契約状況の詳細を確認した上で比較・提案していただきたい。プランや料金がわかりやすく記載された書面の交付と、必要に応じて交付後に事後確認を行うことも検討していただきたい。問い合わせの電話が繋がりにくいとの相談も多いため、特に高齢者などが簡単に問い合わせできる体制も整備していただきたい。
- 不意打ち的な電話勧誘の性質上、消費者(特に高齢者)が十分に理解できていない契約トラブルが現に発生していることから、事業者には代理店に対して指導監督を徹底していただきたい。
- 契約書類を送る際には代理店名とキャッシュバックキャンペーンのチラシ等も併せて送付されたい。
- 本年4月より、成年年齢が引下げられ、親権者同意なく携帯電話の契約可能となるが、経済基盤のない18歳の高校生など若年成人にもわかりやすく説明いただきたい。特に、支払いが滞ることにより個人信用情報機関に滞納情報が登録され、一定の移動系通信事業者間で不払い者情報が交換され、将来にわたり多大な影響を及ぼすことになるので、丁寧に説明いただきたい。

【電気通信事業者】

① 傘下の販売代理店に対する指導等を徹底するためにどのような取組を行っているか

- 媒介等業務受託者の届出に関する措置(届出制度)について、電気通信事業法等の関係法令、消費者保護ルールに関するガイドラインおよび、業界自主基準「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準およびガイドライン」を順守するよう独自のガイドラインを定めており、届出義務の履行を促進している。
- 契約書面への届出番号印字をシステム化している。システム非設置店は届出番号のゴム印を押印し、後日届出番号が記載された契約書面を郵送している。
- 代理店に対し、定期的に監査やモニタリングを行い、適切な勧誘がなされているかを確認を実施し、代理店の勧誘行為に問題があったと相談が寄せられた場合は、速やかに事実確認を行い、万一、不適切な点があれば、是正や再発防止の指導を行っている。
- 特に高齢者の苦情が課題となっていることから、より丁寧な説明の取り組みに努めており、80歳以上の契約者には家族同伴来店を推奨し、同伴が難しい場合は、電話確認を実施のほか、65歳以上の契約者には、印刷した紙による書面交付を実施(電子版も同時交付)
- 光回線やホームwifiを電話や訪問販売による契約者には、家族確認や後確認に加え、さらに自社コールセンターから直接「サンキューコール」の取り組みに努めている。