

令和 6 年度中国地方電気通信消費者支援連絡会（第 3 1 回）開催報告

1 開催日時

令和 6 年 9 月 2 4 日（火） 1 4 時 0 0 分～ 1 6 時 3 0 分

2 開催場所等

中国総合通信局会議室を拠点にオンライン会議システムを併用したハイブリッド方式で開催

3 議事

- （１）消費生活センターが受け付けた相談事例に基づく質問・要望
- （２）総務省、消費生活センター及び事業者間での意見交換

4 相談事例に基づく質問・要望の主な内容

（１）取り扱った主な内容

① 光コラボ業者の固定電話契約の解約

ア 事例概要

母の契約について 4 年前に光コラボレーションの事業者が提供する固定電話サービスに変更していた。電話勧誘販売の被害にあうので、令和 6 年 5 月に解約を申し出たが、当該光コラボレーション業者は、「1 年前の令和 5 年 7 月から「仕掛け」中」という状態が続いている。」と言って解約に応じない。

イ 論点

「仕掛け」の用語の意味

光コラボレーション事業者が解約に応じなかった理由

ウ 事業者回答

光アクセスサービスにおいて、契約事業者を含む他の電気通信事業者より番号ポータビリティ等の手続きがなされた場合、その処理が完了するまで契約変更注文が行えない状態となる。そのため固定電話サービスの解約の受付自体は行えても、実際に解約処理を行える時期は未定と回答したところである。

尚、本件における「仕掛け」で処理ができなかった事象については、後の調査で卸元のシステム起因によるものと判明したため、当社では詳細な確認は致しかねる。また、卸元からも直接消費者センターの担当相談員へ当該事象について説明済みと共有を受けているところである。

② スマホを乗り換えたが説明と違った

ア 事例概要

以前携帯電話会社 A 社の高齢者向けスマホを使い、月額利用料は夫婦 2 人

で約 4,000 円支払っていた。2023 年 1 月、夫とショッピングセンターに買い物に行った際、B 社から「月額利用料 990 円、スマホは 1 円で買える。」と勧められた。夫婦の通信料が 2,000 円になるなと思い、その場でスマホ 2 台を B 社に変更した。しかし、1 円で買ったスマホは操作が難しく、通話途中で途切れることがあった。また、月額利用料は 2 人で 7,000 円以上となり、勧誘時の説明と違うため解約し、A 社の高齢者向けのスマホに戻すことにした。

2 週間前、B 社から A 社に変えるために A 社の店舗に行き、B 社を解約することを伝え、「4 回線を解約するのですね」と言われ、初めて 4 回線も契約していることが分かった。090 で始まる夫と私が使っている 2 回線は A 社の店舗で解約できたが、店員から「端末が存在しない 080 で始まる 2 回線については B 社の店舗で解約するように」と言われ、B 社の店舗に行き 2 回線を解約した。勧誘時、利用料についての説明が違うことと、080 で始まる回線は契約した覚えがないため、既払金を返金して欲しい。

イ 論点

高齢者が提案を理解する事が難しい場合の契約
1 円スマホの提案に係る適合性の問題

ウ 事業者回答

本件は、端末が安くなる、キャッシュバックがあるなどのメリットがある提案ではあったものの、高齢の夫婦に複雑な提案となっており、結果、理解いただけていなかった。指摘のとおり、理解が及ばない状態であったのであれば、提案を差し控えるべきであった。代理店には高齢の方や障がいを持つ方には、顧客の状況に合わせたより丁寧な説明を行い、理解していることを確認の上、契約を進めるよう改めて指導した。

なお、1 円携帯というのは、価格のことを指しており、単に廉価な Android 端末で、操作性は基本的には他の Android 端末と変わらない。顧客が利用していたのが、高齢者向けのシンプルスマホだったため操作性が異なっていたものである。シンプルスマホを利用の顧客に通常の Android スマホを勧める際には、より注意が必要と考える。

③ 極端な値段設定のスマホの契約

ア 事例概要

スマホの画面が割れ修理不能とショップで言われたので機種変更を考えて家電量販店に行ったところ、携帯電話会社の担当者から声をかけられ「今なら乗り換えキャンペーンでお得に新しい機種を手に入れることができる。」と勧誘された。クレジットの審査が通れば自分だけ乗り換えてもよいと思っていたが、審査結果が出る前に夫や子供の乗り換えも勧められ、どんどん手続きが進んでいった。理解が追いつかないままタブレットにサインや

チェックを求められた。閉店間際になり、別の店員も来て手続きが進んだ。気がつけば乗換 3 台、新規 3 台の合計 5 台の契約をしており、1 台 8 万円、合計 40 万円となった。

2 年後に端末を返すことで残り 2 年間の支払いがほぼ免除されると聞いている。1 ヶ月 1 円、と言われたが、意味がわからない。40 万円もの契約をしたことを後悔している。8 日以内なら解約できると言われたのを思い出し、電話で解約したいと言ったが「この契約は該当しない。」と言われた。すべて解約して元の契約先に戻りたい。

イ 論点

キャンペーン期間において消費者が落ち着いて考える時間を与えること
端末の極端な価格設定

ウ 事業者回答

当社で行うキャンペーンは、長期のもの、短期のものがある。期間が決まっているのでその期間限定となるが、顧客の契約意思を確認して勧めるよう引き続き指導する。

なお、本件の端末販売に関しては、いくつか誤解があり、24 か月後の返却が必須条件ではなく、25 か月後も継続して利用することも可能である。当社が提供するサポートの基本的な仕組みは、48 回割賦の前半 24 回と後半 24 回を異なる金額に設定した上で、25 回目以降に端末を回収することで最大 24 回分の残債が不要となる仕様であり、この仕様は全店共通である。加えて、電気通信事業法の限度額の範囲で端末の割引を前半 24 回に適用させることで月々の分割代金が 1 円となっているが、もともと端末の価格設定は代理店の裁量であり、割引も代理店の収益の中から負担するため、当該割引を実施するか否かも代理店判断となり、それ故、店舗ごとに販売価格が異なるものである。

④ スマホの交換保証オプションについて

ア 事例概要

スマホが壊れたため、契約当初から有料で加入している交換保証オプションでの交換を事業者のサポートセンターに申請したところ、スペックが半分程度しかない他社製のスマホとの交換を勧められた。その機種では今までできた動画の撮影や編集作業ができないと言うと「交換機種は日によって変わる」と言われたが、毎日見ても変わらない。30 日以内に交換機種を決めないとサービスが受けられなくなるとも言われたが、交換保証オプションでは同一機種か同等機種と交換すると掲げているので、そのとおり交換してほしい。

イ 論点

同一機種か同等製品と交換する旨を示した端末保証の交換条件

ウ 事業者回答

今回の申告は、スマホ交換保証のオプションサービスに関するもの。

当該顧客の利用機種で、電源が入らない不備が発生し、当社スマホ交換保証センターへ交換のための問合せがあった。

同機種は発売開始から年月が経過している端末であり、また、在庫が枯渇していたため、当社基準（発売開始時期・画面サイズ・内蔵メモリ・バッテリー容量など）に基づき同等スペックとなる他社の機種を提案した。顧客としては、同一メーカーおよび動画編集における機能面を重視していたようで、当社からの提案機種に納得できず、消費生活センターへ相談した状況となった。なお、当社では顧客が編集機能に重点を置いているとの申告は特に受けていなく、消費生活センターからの情報提供により把握した状況。当初より当社基準における同等機種を提案していたが、顧客が希望している機能面を鑑み、当該顧客には同一メーカーの機種を交換品として提案し、了承を得た。

本オプションプランの案内に際しては、同等機種になる旨は説明しているが、さらにわかりやすい案内・表示に努めるとともに、実際に求償受付となった場合には丁寧に対応する。

エ 総務省見解

総務省では、電気通信事業法及び関係省令等により、電気通信事業者が遵守すべき電気通信サービスにおける消費者保護ルールについて定めるとともに、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」によって具体的な消費者保護ルールを明確化しているが、オプションサービスは、この対象となっていないところである。

今回の意見は改めて参考として承るが、今後も、本消費者支援連絡会で頂いた意見の他、消費者から寄せられる苦情の解析や各種調査による業務実態の把握、中長期的な効果の検証、新たな電気通信サービスの登場を踏まえた消費者保護ルールの在り方、新たな消費者トラブルや社会的課題等への対応策等を検討し、必要があれば消費者保護ルールの見直しを行って参る。

⑤ 家電量販店での通信回線の乗換勧誘について

ア 事例概要

①家電量販店にエアコンを購入しに行ったところ呼び止められ、「携帯電話の契約先をA社にするとエアコンの代金が7万円安くなる。利用料も安い。光回線の契約先もA社にすれば人気の最新スマホが安く入手できる」と言われ、午後1時から午後6時まで長時間にわたり説明を受けて両方とも契約手続きをした。当日は長時間の説明で疲れて頭が働かなくなっていたが、自宅で冷静になってよく確認すると、高額な年会費が掛かるクレジットカードに入会する必要がある、携帯の月額利用料も200円高くなる上に通話料金も

割高で、今まで無料だった夫婦間の通話も有料になることがわかった。また最終的にエアコンの値引額は4万円だった。非常に後悔しており、エアコンの値引分は負担するので携帯電話と光回線の契約を取り消すことはできないか。

②家電量販店で洗濯機を購入したところ、急に携帯電話会社とインターネット環境をA社に乗換える提案をされ、「契約したら最大9万円のポイント値引き」と言われた。妻が携帯料金の見直しを考えていたこともあり、夫婦の携帯電話のみB社からA社に乗換えて4万円の値引を受けた。手続きはすぐと言われたが2時間待ちだった。さらに子供のキッズ携帯はB社のまま利用可能と言われたが、カードの引落しは解除され、位置情報検索機能は引継ぎされず、自身のB社のカード関連の設定もおかしくなった。これに対し満足な説明は受けていない。急に提案して即決をせまる手口に納得できない。営業もかなり強引で、グレーゾーンな手口だと感じた。値引額は現金払いしてもクーリング・オフしたいが可能だろうか。

イ 論点

家電販売店における強引な勧誘、説明不足

ウ 事業者回答

本件は量販店での家電購入の際に同時に通信契約をすると、家電の割引をしたり、ポイントを付与する家電割引に関わる事案と考える。家電の購入の際の同時契約が前提のため、家電購入日に契約を判断する必要がある。その点が即決を迫ると捉えられた可能性はあるが、家電の購入を後日にすれば、後日の契約も可能である。

また、長時間の拘束とのことであるが、一般的に購入家電の選定、購入手続き、キャンペーンや割引の説明、通信サービスの注意事項に併せ、仮にスマホの契約等も同時となればサービスの説明の他、データ移行等様々な手続き、案内事項があり、長時間となる場合があるが、顧客の判断力を低下させるために意図的に長時間拘束をするようなことは決して行っていない。

いずれにしても、結果的にキャンセルとなる契約手続きに長い時間をかけるのは、顧客にとっても代理店にとっても利がないので、顧客にきちんと理解してもらえる提案となるよう、引き続き指導する。

⑥ 架けた覚えのない国際電話料金の支払いについて

ア 事例概要

毎月のスマホの利用料金が3,000円程度のところ、突然、6万円の口座引落しがあった。ショップに相談に行き、料金明細内訳書を取り寄せて確認したら、2023年11月11日に2回、スリランカの同じ電話番号に架電した記録があり、1回目は6秒間、2回目は4時間47分28.5秒間で、2件の通信料の合計が56,448円だった。2024年1月23日にショップに行き事情を話

すと、事業者の総合問合せ窓口に架電して、担当者と話をさせてくれた。担当者Aに「身に覚えのない国際通話料金を引落された」と訴えたところ当日の行動を確認され、「自宅で料理をしていた。スマホはカバンに入れており使っていない」と答えると電話を担当者Bに回された。Bからは「携帯会社には混線など不具合はなく、料金の払戻はできない。エリアの混線状況を調査することはできるが調査に1カ月程度要する」と言われた。自分は知らない電話には出ておらず、海外にも電話していないのに高額な料金を請求され、納得できない。

イ 論点

身に覚えのない国際電話の料金が発生する理由
身に覚えのない国際電話の料金返金の可否
国際電話の不正利用の対策
国際電話の設定解除が可能である場合の告知

ウ 事業者回答

・「身に覚えのない国際電話の請求」については、なにかしらの操作にて国際電話が発信されたことにより発生したものとする。例として、知らない電話番号から電話がかかって来てワンコールで切れる電話「ワン切り電話」に対して、着信履歴からかけ直すと出会い系サイトやアダルト系番組につながり、不当な通話料を請求されるといった手口への対策については、ホームページにて注意喚起を実施している。

・電気通信サービスの提供条件として契約約款を定めており、当該契約約款の規定に基づき料金を請求している。顧客が管理する携帯電話から発信された通話料金については、料金明細上に記録されている契約の回線を用いた通信接続の記録を根拠として、すべての顧客に同じ条件で料金を請求している。現在、当社では、かけた覚えがないとされる国際電話料金の支払いについて返金の要望に応じることができていないが、かけた覚えがないということを確認する手段がないためであり、今回の指摘を受けて改めて社内で検討している所存。

・日本国内から海外へ電話をかける場合は該当の契約が必要。携帯電話からの発信を阻止するには該当の契約を解約いただきたい。なお、該当の契約の解約をしても海外からの着信を阻止することはできないため留意いただきたい。また、某ブランドの国際電話サービスは申し込み手続き不要で付帯されるが廃止はできないところである。

顧客への「ワン切り電話」についての周知については、ホームページや、ショップに設置しているデジタルサイネージにて折り返し発信に対する注意喚起を実施している。今後、「ワン切り電話」以外の身に覚えのない国際電話番号からの着信とその電話番号への折り返し発信についても注意喚起していく。

エ 総務省見解

今回の意見は参考として承る。今後も、本消費者支援連絡会で頂いた意見の他、消費者から寄せられる苦情の解析、新たな消費者トラブルや社会的課題等への対応策等を検討して参る。

⑦ スマートフォン及び回線の複数契約

ア 事例概要

A 社スマホを所持していたので A 社のショップへ行ったところ、店員からスマホの画面が割れていることを指摘され、新しくスマホを購入するとともに回線を切り替えた。その後、B 社を利用している姉妹へのメール送受信がうまくいかず、キャリアが異なることが原因だと考え、B 社のショップを訪問したところ、新規契約を勧められ、新たなスマホと新規回線を契約した。

しかし、これまで使用していたスマホと操作性が異なり使いにくかったため、翌日、解約を申し出たが既に契約済みのため高額な解約料が必要だとの説明を受け、解約せずに退店した。B 社の SIM は、A 社のスマホへ入れて使用しており、B 社の使用していない端末を含めて、スマホ 3 台を所持している。知人から消費生活センターへ相談するよう助言を受けた。

イ 論点

複数契約の妥当性、適合性の原則

ウ 事業者回答

当社においては、すべての顧客に利用いただくサービスの内容を理解いただけるよう、顧客の知識や経験等に配慮した説明に努め、特に、高齢の顧客へ説明する際には、顧客の意向や状況を考慮した分かり易い説明に努めている。また、顧客の要望やニーズに合わせた通信プランや機種を提案するように代理店に対し周知指導をしている。特に 65 歳以上の高齢者の顧客には、店頭での端末操作方法のサポートを中心に丁寧な対応・確認を心がけている。

本件については、相談概要に記載のとおり、顧客より事業者を変更してから B 社へのメールが出来なくなったとの相談を受けている。対応した店舗スタッフが、再度元の事業者へ戻る方法を案内したが、元の事業者へ戻ることは希望せず、当社での新規契約を希望したことから、今回の契約に至っているものである。また、改めて端末を購入すると 2 台持つことになるため、SIM のみでの契約もできることを案内したが、元の事業社とは 2 年後に端末を返却する契約になっているため、2 年を超えて利用できる端末を購入したいとの希望だったので、2 台スマートフォンを所持することは理解した上での契約だと認識している。

また、契約の翌日に解約を申し出たことについて、店舗へ確認したが、電気通信事業法上の「確認措置」としての申告はなかったので、解約申出に基

づいて通常の解約受付を行っているところである。

エ 総務省見解

総務省では、電気通信事業法及び関係省令等により、電気通信事業者が遵守すべき電気通信サービスにおける消費者保護ルールについて定めるとともに、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」によって具体的な消費者保護ルールを明確化している。

消費者保護ルールでは、利用者の知識及び経験並びに契約締結の目的に照らして、利用者に理解されるために必要な方法及び程度で提供条件概要説明を行わなければならないとする、いわゆる適合性の原則を定めており、電気通信事業者等においては、利用者のニーズや利用者の属性（高齢者、未成年者、障害者等）を踏まえて、適切に説明することが求められる。

また、「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」において継続的に消費者保護ルールの遵守状況を確認・検証するとともに、特定のテーマ等について「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」等により、有識者の意見も踏まえ、検討し、必要となる制度整備等を行っている。

今回の意見は改めて参考として承るが、今後も、本消費者支援連絡会で頂いた意見の他、消費者から寄せられる苦情の解析や各種調査による業務実態の把握、中長期的な効果の検証、新たな電気通信サービスの登場を踏まえた消費者保護ルールの在り方、新たな消費者トラブルや社会的課題等への対応策等を検討し、必要があれば消費者保護ルールの見直しを行って参る。

（２）主な意見等

- 光コラボ業者の固定電話契約の解約について、光コラボ事業者と卸元との関係性、仕事の流れがどうなっているか、消費者や消費者センターも非常に分かりにくい状況。特に、光コラボ事業者が「仕掛け」という、インターネットで検索しても出てこない言葉を使い、消費者の解約はスムーズにいかない事が現実起こっており、そういった分かりにくい説明が大きな原因。コラボ事業者と卸元とのスムーズな連携を今一度、確認、強化頂きたい。（消費者団体）
- 極端な値段設定のスマホについて、48回の分割で前半の24回がーヶ月1円という事に驚いている。こうした金額が代理店の裁量で決定できるということは、体力のある代理店でないとできないと思う。長期契約等、ずっと毎月お金を払っている顧客よりも、乗換えて安い端末を手にする一部の顧客だけが得をする、こういったサービスはどうかという疑問が常にある。（消費者団体）
- スマホの交換保証オプションについて、消費者がどういう基準でオプションをつけるのか、事業者の製品が進化していく中で考えていく必要がある。また、修理に対してのオプションが各社バラバラで、何かしらの標準化というものが、事業者のイニシアチブでもいいので行われることが必要と感じている。（消費者団体）

- 家電量販店での通信回線の乗換勧誘について、家電量販店で勧誘した者がかなり強引であったと思うが、かなりそういった事例はあると思う。勧誘者の説明不足があったと思うので、本來說明すべき事項はきちんと行い、その上で最終的に意思確認をきちんと行っていただきたい。(消費者団体)
- 架けた覚えのない国際電話料金の支払いについて、一切配慮しないという事業者と、半額は減額する事業者、そういった対応が実際にある。その違いが消費者にとっては納得できないと思うところ。今後、事業者間で足並みを揃えていただきたい。(消費者団体)
- スマホを乗り換えたと説明と違ったことについて、高齢の方が理解してもらえない状況であれば提案を差し控えるべきだったというところは指摘のとおり。今後、高齢の方、障害をお持ちの方など配慮が必要な方に対しては、顧客の状況に合わせた丁寧な説明をするように引き続き販売代理店を指導する。(事業者)
- 高齢者の契約について、80 歳以上の場合、家族への確認の案内を必須としている。顧客から拒否されたケースや、家族がいないようなケースで確認が取れない場合、契約をしないということではなく、顧客に理解してもらっている状況であれば、契約に至る事もある。(事業者)
- 代理店の一ヶ月 1 円の価格設定について、安いというところを訴求して顧客に来てもらい代理店を運営する事も一つの考えであるため、体力がないところが全くできないという話ではないと考えている。代理店の経営方針の問題と考えている。(事業者)
- 端末の販売価格は、電気通信事業法 27 条 3 の運用に関するガイドラインに則り、利益の提供上限額の範囲内で行っている。それで、端末の価格については、卸の価格は決まっているので、その中から割引等組み合わせて、型落ちや少し古い機種であれば廉価版という形で提供できるので、そういう端末であれば割引を組み合わせて、月々1 円の分割払いという端末を提供できる可能性はある。(事業者)
- 電気通信事業法上の「確認措置」について、顧客の権利に近いものであるので条件が当てはまれば当然実施できるものである。それによってブラック情報といった顧客に不利益が生じるということはない。(事業者)
- 架けた覚えのない国際電話について、顧客のかけ間違い、あるいは折返しでかけさせられてしまうといったケースもあると思う。発信していた通話料金というのは、やはり基本的には請求するというのは第一であり、そのようにしている。ただし、顧客に色々話を聞いたところで個別の対応も行うことがあるというレベルでの対応である。(事業者)

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) 取り扱ったテーマ

（２）主な意見等

ア 消費者団体、事業者からの意見

- ネット契約をした業者に解約を申し出て、その解約はスムーズに行ったものの、プロバイダ契約が残ってしまっていた事例がある。業者が二つあるというのをすっかり忘れていて、一カ所解約すると安心してしまうというケースは誰でも起こり得る。改めてプロバイダ契約も解除しないと、その料金が続くというような情報提供もその度ごとに行っていただきたい。（消費者団体）
- 最近何でもオンラインで、通販でも全てネットというものが非常に多く、それだけトラブルも多い。オンラインでの契約は、最終確認画面の保存が非常に大事になる。自身が契約をした内容を忘れてたり、よく読んでいない者も多いので、「これが契約の最終確認画面である。」等、事業者のほうで後々のトラブルを防ぐためにも、顧客への注意喚起ということで、例えば赤い文字で「この画面は保存しておいて下さい、契約の大事な内容です。」等の文言をつけていただきたい。（消費者団体）
- コールセンターを縮小している事業者が非常に多いが、よくかかってくるのが、非常に怒りとともに「電話で解決できない、電話で話ができない。」旨の電話。特に高齢者の方はネットに慣れておらず、何か困ったことがあれば電話で解決したいと思っている。なるべくなら顧客が自分の力で電話で解決できるように、ある程度コールセンターの方も人数を確保して対応していただきたい。（消費者団体）
- オンライン契約にシフトしている現状であるため、分かりやすく、顧客が間違わないところに重点を置き、サイトの構成について、顧客が確認するチェックポイントにポップアップを出す等、重要なところは注意喚起をしっかりと行い、顧客が間違わずに手続きができるよう、工夫に努めていきたい。（事業者）
- 電話の要望は感じているが、コールセンターについては人材確保の面からも難しいところがあり、その辺を確保しつつも、デジタル化を進めてより顧客の利便性を高めていきたい。（事業者）
- ウェブサイトの定期的な見直しとして、年に数回、全体のチェックをかけて、顧客視点で伝わりやすく表示できているか確認しており、必要に応じて改善を行っている。オンライン契約でのトラブル発生防止の取組みや、基本的な説明事項を確認しない契約者の取組みについては、ウェブ申込みフォームの各ページに、お客様センターの電話番号を掲載して、いつでも相談できるようにしている。また、顧客のメールアドレスを登録すれば、今後の流れや、今回申し込んだ受付内容についてメールを送付し、再確認をしてもらうといった取組みを実施している。（事業者）

- オンラインでの契約は、気軽さ、顧客の立場からの自由度、利便性が高いため、今後も拡大すると思慮。そのため、分かりやすい仕組みを作り、提供する事が一番大事。その仕組みの例として、申込みをするときに、現状どういう注文のステータスであるか視認しながら手続きを行うことが必要。基本的なところとして、非常に見やすいレイアウトにするよう努めている。アフターフォローに関しては、電話のサービスも当然であるが、この頃はチャットに関して、機能性や時間性等に好評を受けている。そういった電話のサービス、チャットのサービス含めて、総合的にきちんとしたフォローを続けていきたい。(事業者)
- 重要な説明事項に関して、顧客自身がチェックボックスでチェックできる形で、どのような契約をしているのか認識して進めていくことが大切である。(事業者)
- オンライン契約に関わる使いやすさの向上は重要であると認識しており、マイページの充実や、各契約手続きでの視認性の向上、自己解決のための仕組み等、使いやすくしている。加えて、顧客の理解度に合わせたサポートの提供も重要であると認識している。分かりやすさ、使いやすさ、両面で充実したサービスサポートの提供ができるよう進めていく。(事業者)
- オンラインの場合の本人確認について、通常の例として、契約時には、身分証になるものをアップロードする仕組みがある。その時に、例えばコピー等は受け付けられない形で対応している。(事業者)
- 高齢遺族による、亡くなったデジタルネイティブの子息の契約解除について、ブランドによっては電話の窓口等はないが、書面のやり取りで遺族の方とやり取りする仕組みはあり、解約の手続きはできる。(事業者)
- 光回線サービスの解約の際、プロバイダ契約の解約も必要になる旨の注意喚起について、解約時に伝えるようにしている。また、ウェブでも見れるようになっている。(事業者)

イ その他関係団体等からのコメント

- 特にコロナ禍以降、身近になったオンライン契約の実態がよく分かった。通信関係の契約に限らず、オンラインで契約はできるが、トラブルが発生した場合にオンラインで対処できない消費者が多い傾向を日々相談の現場で目の当たりにしている状況。未然防止の観点から、ネットリテラシーを含めた消費者教育、消費者ケアの啓発の必要性を痛感している。また、特にオンライン上の表示については、お得さが強調されていて、解約についての内容が目立たない表示も残念ながら存在する。各通信事業者においては、今回浮き彫りになった問題点や課題を真摯に受け止め、改善策を検討、構築することを強く希望する。合わせて監督官庁である総務省には現状のトラブルを踏まえた法整備の見直し等早急に着手していただきたい。今後もオンラインの契約は増加すると思われる。今回の議論を通じて、全てにおいて、分かりやすさを伴うことが利便性の向上につながると確

信している。(消費者団体)

- まだ訪問販売が多いが、ウェブでの申込みを行う年齢層も増えているため、丁寧な説明とフォローの体制の構築をしっかりと行う必要がある。また、その確認方法を徹底させることが一番大事と考えている。オンライン、オフラインを含めてハイブリッドでの契約も、今後トラブルがないように構築していく必要がある。これからウェブでの契約もオンライン含めて、顧客とのトラブルがないように、業界全体で努めて参る。(事業者団体)
- 基本的にウェブ契約という形で行っていないため、店頭での手続きが中心となるが、店頭で行っている中でも、説明内容について理解してもらえない場合があるため、ウェブについてはなおさらであると考えている。店頭でも重要事項を必ず説明しなければならないことが大変多いため、説明の中で顧客の耳にきちんと入っているのか、説明の中で思うこともしばしばある。いわゆるウェブで言うところの、これが読み飛ばしのような状況になっているのではないかと思う。そういった際には一気に説明するのではなく、細かく説明を区切って、ここまでは理解してもらえるか、大丈夫かというような形で、顧客の顔を見ながら、店頭であるため、その利点を生かしながら工夫して分かりやすい説明に努めていきたい。(事業者団体)
- ウェブサイトの広告表示及びオンライン契約での申込画面の表示について規制の検討状況については、消費者保護ルールのあり方に関する検討会報告書2024として検討結果が公表されている。この中で、オンライン契約における利用者の適切な理解を促進する方策についての最終確認画面表示を設けること、それから当該画面において苦情につながりやすい一定の事項を再度表示することが望ましい旨を消費者保護ガイドライン上で明記し、事業者による適切な表示を推進していくべき旨触れられている。また、ウェブページのデザインについても、人々の行動を操作し得る、いわゆるダークパターンについて一定程度存在が確認された類型について、消費者保護ガイドライン上でどのような場合に不適切となるのか、その考え方を明示し、事業者の適切な対応を促すべき旨、触れている。総務省では、この報告書2024の前に、これらを盛り込んだ消費者保護ガイドライン改正案について、現在意見募集を行っているところである。また、今後も消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合において、継続的に消費者保護ルールの遵守状況を確認検証して参る。(総務省)
- オンライン契約時の本人の徹底を求めたい旨の意見について、携帯電話不正利用防止法に基づき、携帯電話事業者は契約の相手方の氏名、住居及び生年月日等の確認が義務付けられている。また、国民を詐欺から守るための総合対策及びデジタル社会の実現に向けた重点計画も踏まえ、同法に基づく本人確認方法の見直しについて、関係省庁間で検討を進めているところである。総務省としては引き続き同法等の関係法令を適切に執行して参る。(総務省)

ウ まとめ

- 各消費生活センター、各事業者、各関係団体から、数々の多角的な意見をいただいた。この中で消費者側の非常に辛い思いであるとか、事業者側からの不断の努力もあり、各関係団体の抱える実情、そういったものが今回の議論を通じて分かってきた。
- 各消費センターからはより分かりやすい表示であるとか、リマインド、そして誤解を与えないような販売方法、そういった要望が寄せられた。
- 事業者からは、そういったものに対する取組み、できるだけ分かりやすいものにしていきたいという不断の努力が垣間見えた。
- 電話での対応も、こういった情勢からすると、チャットや AI を用いた回答に進んでいくと思われるので、電話だけではなかなか解決できないという状況が進むのではないかと思う。そういった中でも、やはり全て消費者のレベル、リテラシーに応じた対応というものを各事業者において進めていただきたい。
- 各消費者センターからの質問や要望が今回多数出されたので、それを踏まえて各事業者においては、さらなる取組み、対応を進めていただきたい。

以 上