（別添）

令和８年度北陸電気通信消費者支援連絡会（第35回）開催報告

１．開催日時

令和８年８月28日（金）　14時から16時30分まで

２．開催場所

実地及びＷＥＢ開催（実地開催場所：北陸総合通信局　第一会議室）

３．議事

（１）総務省からの情報提供

（２）消費生活センター、事業者団体等からの情報提供

（３）電気通信サービス相談事例等（上半期）に基づく質問・要望

（４）総務省、消費生活センター及び事業者間での意見交換

テーマ「電気通信サービスの消費者への説明の充実」

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 イベント会場で内容が分からないまま複数の契約

ア 事例概要

屋外で開催されていたイベント会場に出向いた際、携帯電話会社Ａ社の代理店Ｂが出店しており、勧誘を受けた。相談者は現在使用中のスマートフォンについて機種変更の予定があるため不要であると伝えたが、店員２人から「今契約した方が安くなる」「仮契約なのでいつでもやめられる」などと繰り返し勧誘され、タブレットへの署名及びクレジットカード情報の入力を行った。印刷された書類を数枚受け取ったが、書類を見るのを失念していた。

後日、友人に話したところ仮契約を不審に思われたため、契約中の携帯電話会社のショップで書類を確認してもらったところ、既に正式な契約となっていることを知らされ、消費生活センターへの相談を勧められた。

相談者は、仮契約と思って手続を行ったものであり、騙されたと感じているため契約を解約したい。

〔消費生活センターでの対応結果〕

センターで確認したところ、通信契約の他、光回線、オプションサービスの契約があることが判明した。代理店の勧誘方法に問題があり、相談者が契約の自覚がなかったため無償解約の対応を求めた結果、無事解約となった。

イ 論点

・「仮契約なのでいつでもやめられる」という説明がされたかどうか。
・印刷された契約書類は交付されたものの、複数ある契約の一部しか印刷されておらず、内容を十分に確認できる状態ではなかった。
・相談者は契約の内容がわかっていない。

ウ 事業者回答

通常の交付書面のほか、契約内容の要点をまとめた書面を用意している。電子版のみの交付を希望した場合であっても、65歳以上の顧客には当該要点書面を印刷して交付する運用としており、紙版を希望した場合には契約書面一式を印刷して交付している。

社内運用に反する対応が認められた場合には、当該代理店に対して必要な指導等を行う。

なお「仮契約」という手続きは存在せず、工事日を仮置きしたことについて、「仮契約」と誤認した可能性がある。

② 訪問販売でケーブルテレビのインターネットに意図せず契約

ア 事例概要

相談者宅を訪問したケーブルテレビ会社の代理店から、ケーブルテレビ回線の勧誘を受けた。相談者は契約しない旨を伝えていたが、代理店から、町内でケーブル引込み工事を進めており、ケーブル引込み工事とアンテナ撤去工事が無料であること、将来的に利用する際に便利であること、撤去したアンテナを１万円で下取りすることなどの説明を受けた。

相談者は、ケーブルテレビ会社のサービスの契約を行うものではないことを確認した上で、ケーブル引込み工事及びアンテナ撤去工事のみを了承し、アンテナ下取り代金の受取りに必要と言われて示された書面に署名押印した。

しかし、その後書面を確認したところ、プロバイダや回線事業者への解約手続に関する記載があり、通信サービスの乗換えを内容とする契約書類のように思われた。

相談者は、自身が通信サービス等を契約している場合には解約を希望している。

〔消費生活センターでの対応結果〕

センターから事業者に確認したところ、あくまでケーブル引込み・アンテナ撤去工事のみの契約であり通信サービス乗換えに関する契約ではないという回答だったが、改めて相談者の意向を伝えた結果、工事契約は無効として処理された。

イ 論点

・署名押印がケーブル引込み工事及びアンテナ下取り代金の受取りに必要との説明で行われたものであり、契約書類であるとの認識があったか。
・相談者が何の契約を締結しているのか把握していない。
・契約条件の説明が十分になされていなかった可能性がある。

ウ 事業者回答

本案件を他の代理店にも共有し再発防止を図ったほか、これまで隔週で代理店の代表者及び責任者と情報共有を行い、指導を実施していたところだが、今後は指導の機会を毎週設けることとし、代理店に対する指導・管理を一層強化していく。

エ 総務省見解

説明にあたっては、利用者にその契約内容を十分に理解してもらうことが重要である。総務省では引き続き電気通信消費者相談センターや各総合通信局、全国の消費生活センター等に寄せられた苦情相談を踏まえた随時調査や販売代理店への覆面調査等を実施し、消費者保護ルールの遵守状況をモニタリングし、実態把握に努める。

③ 電話勧誘による光回線事業者変更時のキャンペーン

ア 事例概要

半年ほど前、相談者は見知らぬ事業者から「光回線に変更すると料金が安くなる」との電話を受け、事業者変更の検討を承諾した。その後、代理店担当者から電話で説明を受け、１年間契約を継続すれば、従前の契約先に対する解約料及び約３万円をキャッシュバックするとの説明を受けたため、契約を決めた。

また、２か月無料のオプションサービスを複数付加することが条件であったが、有料契約へ移行する前に代理店から解約案内の連絡を行うとの説明を受けたので、応諾した。後日、契約書面を受領し、口座振替として手続を行った。

通信サービス自体に問題はなかったものの、代理店からオプション解約に関する案内はなく、有料契約へ移行した後、口座から料金が引き落とされていることに気付き、相談者自身で解約手続を行った。相談者が代理店に苦情を申し出たところ、相談者が登録していた代理店の電話番号とは異なる番号で複数回連絡していたと説明があったが、相談者は納得していない。また、従前の契約先に対する解約料については、契約書面にキャッシュバックに関する記載が見当たらないことから、約束どおり支払われるか不安を感じている。

イ 論点

・キャッシュバック条件のオプション解約手続きについて、契約時に説明のあった代理店からの解約案内が行われたか。
・キャッシュバックの条件や申請方法についても契約書面等に明記されるべきではないか。

ウ 事業者回答

事業者が顧客特定のために調査したところ、代理店における個人情報の保存期間である半年を経過していたため確認できなかった。

キャッシュバック特典については、通信事業者が提供するものと代理店独自に提供するものがあり、本件については、後日、代理店窓口において、キャッシュバック受取手続が適切に行われていること及び振込予定時期について案内している。

また、オプション無料期間終了時の連絡については、見知らぬ電話番号からの着信を顧客が警戒する場合があることを踏まえ、関係者への注意喚起を実施した。

説明書面の交付については、書面送付後の口頭説明又はウェブ等による代替説明のいずれかを顧客が選択でき、代理店による電話説明は録音・保管しているため、説明の有無や書面交付手続の実施状況を確認可能になっている。

④ 電話勧誘による通信回線の二重契約

ア 事例概要

相談者は、「モデムを交換するだけで現在の通信料金が半額になる」との営業電話を受け、内容を検討した上で手続を行った。

しかし、機器交換ではなく新たな通信サービス契約であったことが後に判明した。相談者は従前の契約が残ったままとなり、結果として二重契約の状態となった。また、通信料金も半額になるとの説明を受けていたが、実際の負担は２倍に増加している。

相談者が解約を申し出たところ、解約料を支払うよう言われた。相談者は、営業電話の際に新規契約であるとの説明は受けておらず、騙されたと感じている。

〔消費生活センターでの対応結果〕

センターが事業者に対して相談者の申入れ内容を伝達した。事業者は契約時の経緯について項目ごとに細かく聞き取り、指摘事項があればその都度内容を確認した。その後、事業者から、相談者の申入れ内容を全て受け入れると回答があった。

イ 論点

・「モデムを交換するだけ」「通信料金が半額になる」という説明が実際の契約内

容と一致していたか。
・新たな通信サービス契約であることや、既存契約の解約が必要であることについて十分な説明がなされていたか。

ウ 事業者回答

代理店の対応状況を調査したところ、顧客は代理店からの電話勧誘を受けて、了承後に、光回線サービスの申し込みを受けたとしている。その際、新規契約であること、工事の立ち合いが必要であること及び従前の回線については顧客自身で解約手続を行う必要があることについて説明し、了承を得ていたことを確認したとしている。

料金については、代理店特典の適用条件としてオプションサービスの申し込みが必要であり、無料期間終了後は別途料金が発生すること及び不要な場合は顧客自身で解約手続を行う必要があることを説明していたとしている。

一方で、顧客に対する説明が十分でなかった可能性があり、顧客の反応を確認しながら丁寧な説明を行うよう代理店を指導する。

電話勧誘によるトラブル防止のため、顧客の利用環境や利用料金等を確認するためのヒアリングシート及び説明漏れ防止のための確認項目を整備し、代理店に対してこれらを使用するよう指導していく。

エ 総務省見解

代理店に対しては、電気通信事業者において電気通信事業法第２７条の４の規定に基づき媒介等業務受託者に対する指導等に適切に取り組むことが重要である。

電気通信事業者や販売代理店に対して、法令・ガイドラインの遵守徹底を求め、適切な法執行に取り組んでいく。

また、総務省の有識者会議（消費者保護政策委員会）では、６月に一次報告書（案）を取りまとめ、法令遵守を確保するための措置の在り方として、指導等措置義務の実効性の確保の在り方を検討していくこととしている。

（２） 主な意見

① イベント会場で内容が分からないまま複数の契約

〇仮契約という用語が出てきているが、そもそも仮契約というものはないという認識を持っていただきたい。

（学識経験者）

③ 電話勧誘による光回線事業者変更時のキャンペーン

〇成約時に対応を行った際の個人情報の取り扱いについて、半年を保管期限としているが、契約後半年以内に発覚する場合は対応可能であるとしても、半年を超えてから初めて問題が判明する事例も考えられるため、検討が必要。

（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）取り扱ったテーマ

「電気通信サービスの消費者への説明の充実」

（２）主な意見等（オプション及びキャンペーンについて）

〇必要のないオプションの付与が非常に多い。特に電話勧誘などでオプションや割引を強調されて契約するケースが多く、内容を理解していないことが多い。事業者には、内容理解のためにはきちんと書面を交付し、消費者が必要かどうか選択できるようにしていただきたい。また、オプション自体が本当に過剰ではないかということで、これを規制することも検討していただきたい。

（消費生活センター）

〇県外の特設会場で携帯電話会社から安くなると言われ、乗り換えを強引に勧められ、５Ｇ対応のＳＩＭカードを購入したが、自身のスマートフォンに対応しておらず使用できなくなった。解約はできるが県外の店舗まで向かわなければならず、多額の交通費や時間がかかり納得できないという相談があった。消費者が遠方の店舗に出向かなくても手続きができるような仕組みが必要。

（消費生活センター）

〇スマートフォンの乗り換えをきっかけとして、実はオプション契約をしていたことが分かったという相談を受けた。乗り換えのときに初めてその契約がわかり、２、３年料金だけをずっと払い続けていたというもの。特に店舗での契約においては、説明事項が非常に多く、オプション契約に関する説明があったとしても消費者の中でその説明が埋もれてしまうため、きちんと認識できるような説明をお願いしたい。

（消費生活センター）

〇オプションサービスやキャンペーンについては、メリットだけでなく適用条件や月額料金、解約方法なども含めて理解してもらうよう説明することを基本としている。契約時には、毎月の支払い額やオプション内容を一覧で確認してもらい、特に高齢者には理解度に

応じた丁寧な説明に努めている。また、代理店が独自に販売しているサービスもあるが、個別の帳票を手交し、サービス内容、料金、課金開始日、無料期間の有無や解約条件、問い合せ先等を記載したものを手交している。

（事業者）

〇基本的には適合性の原則を意識してご提案している。その中で、高齢者に対するオプションを付けすぎという指摘をよく受ける。店頭の有料のサポート、セキュリティのサービス、自宅で随時更新可能な据え置き型 Wi-Fi 等の必要だと思われるものの提案をしているが、結果的に自宅に放置されているケースもある。そのため、スマホ教室、店頭でのスマホサポート、要予約ではあるがショップで説明可能な仕組みもある。契約前には、見積もりの段階では、端末価格、加入プラン、オプションを一覧にして合計金額を視覚的に確認できるようにしている。

（事業者）

〇オプションの提案時には適合性の原則に則った提案をするように心がけている。また、契約後にはチェックシートを用い、契約者とスタッフ間に認識の齟齬がないよう、料金や契約内容の擦り合わせを行っている。解約の場合は、解約で生じるデメリットも含め説明している。

（事業者）

〇各キャリアは適合性の原則には十分配慮した説明を店頭では行っているが、オプションが多く、契約が過多になるというのは指摘の通りであり、サマリーペーパーなどを手交し契約内容を退店前に再度リマインドができればと考える。なお、解約を前提にした不要なオプション契約は、端末を少額でも安くしたい、キャッシュバックがあれば契約したいという顧客もあり、様々なケースによって生じる。契約後まで理解を留めるという点で工夫が必要と感じており、事業者と協力し日々店頭のオペレーションを改善していきたい。

（事業者団体）

〇電気通信事業法では、基本説明事項にオプションは含んでいない状況であり、今後、消費者保護政策委員会の方で検討が進められる予定。工事費の割引やキャンペーンの規制につきましては、電気通信事業法の目的である公正な競争の促進と利用者利益を保護する観点を踏まえて、今後の参考とさせていただく。

（総務省）

〇事業者の意見は概ね共通しているが、適合性の原則は、既に全ての事業者が認識されている。また、消費生活センター側も認識されているが、これは一つの進歩なのかなと思う。問題はオプション契約であるが、どこまでニーズに応えられるかが一つポイントになるか

と思うが、あまり意味のない無駄な契約をしても仕方がなく、事業者側も必要性を十分に把握し、丁寧な説明でトラブルの回避をお願いしたい。

（学識経験者）

（３）主な意見等（高齢者への対応について）

〇高齢者は新しい技術について学ぶ機会が少なく、年齢相応に判断力が低下していることがありトラブルになることが多い。このような方が社会で孤立しないように、高齢者の特性を考慮に入れたサービスの提供や丁寧な説明がショップなどで行われるとトラブルが減ると思っている。80 歳前後の相談者で、若年層の店員の説明のテンポに相談者がついていけなかったという事例があった。店員が相談者の了承の上、1.2 倍速で説明用動画を流した。しかし、相談時に確認すると、動画の内容が何も分からない、２倍速に感じたと言っていた。高齢層と若年層で特性が違うことに気を付けて説明していただきたい。

（消費生活センター）

〇高齢者にはより丁寧に対応するように、代理店に指導している。仮に理解していないと思うようなことがあると、スタッフが２人で対応し理解度を確認したり、この点は大丈夫かと都度確認したり、確認回数が多いと問題になるかもしれないが、より丁寧な対応を心がけている。80 歳以上の方に関しては家族に確認し同意を得る、もしくは、顧客の意向を踏まえ、家族への説明を行うことも原則としている。

（事業者）

〇高齢者には、聞き取りが難しければ、説明用の動画の速度を遅くして確認いただくことも取り組みとして必要。なお、通常店舗にいる店員は若年層が多いので、内部展開用の高齢者の特性を動画にしたものを研修材料として提供等を行っている。

（事業者）

〇その日に契約せず検討するとか、不明な点があれば再度来店するなど、この取り組みはなかなか難しいが、相談員はそれらも契約の際の注意点ということで話をすることも有効。説明から契約までその日にやってしまうということについては、理解が追い付かないこともあるため、キャリアショップには何度でも来店し、何度でも確認いただきたい。

（事業者団体）

〇関係する事業者は主にオンライン契約だが、一部の事業者では店頭での契約を行っている。店頭販売の際は、顧客の理解度を確認するために、相互確認用のチェックシート、アンケート、契約内容の最終確認を行い、契約内容の認識の齟齬が起きないように取り組んでいる。高齢者に対しては、オンライン契約の場合でも、電話サポートにおいて専門用語を避け、ゆっくり伝え、理解度を確認しながら説明するといった柔軟な対応を行ってい

る。また一部の事業者では、オンライン契約の手続きが困難な方向けに書面の手続きや代替手段を用意するという、デジタルディバイドへの配慮といった対応も進めている。

（事業者団体）

（４）主な意見等（電話勧誘について）

〇電話勧誘契約で相手が自身の契約先の事業者ではなく、勧誘事業者であることを消費者が理解できていない事例が多い。勧誘時、事業者名を名乗ることを求めたい。事業者に対して、「電話勧誘販売時、契約者の年齢確認を義務付ける」、「契約時に契約書面送付前に電話勧誘時の説明内容について、契約先が変わることや、データ通信利用料金などが発生することなどについて理解できているか、又誤認がないか電話を入れて確認する」、「契約中は電話が必ず繋がる事業者カスタマーサポートの設置を義務付ける」という規制が必要。事業者の説明に虚偽があった場合等に解約する際は、通信契約であっても特定商取引法の電話勧誘販売時の規定を使えるようにしていただきたい。

（消費生活センター）

〇消費者保護ルールに関するガイドラインに基づいてしっかりと名乗り、法令順守をする形で顧客に書面送付や確認を丁寧に行っている。特に代理店については、これらを周知するための勉強会も設けており、万が一不適切なところがあれば、事実確認をしてしかるべき対応をしてまいりたい。

（事業者）

〇電話勧誘に当たり、勧誘目的をしっかりと伝え、社名を名乗り、契約内容、料金、解約条件等についてご理解いただけるように説明を行っている。書面の交付は、原則としては説明書面を交付して、そちらを用いて説明する運用をしている。代替手段を希望された場合は、そちらの方法で説明をするが、口頭で説明の場合でも後日書面を送り、改めて確認する機会を確保し、認識齟齬の防止に努めている。

（事業者）

〇原則は書面を送付するが、代替手段を希望されれば対応している。電話勧誘時にはまずは代理店名をきちんと名乗る、事業者のサービスを提供しているという目的を伝えることを徹底するようにしている。契約の意思があった後は、別の担当者から再度確認作業をし、この電話記録を必ず残すようにしている。その中で苦情があった場合には、案内した内容、確認した内容を調査可能であり、その他、代理店の録音を確認し、対応に問題がないかということを随時確認する仕組みを設けている。なお、全ての契約者ではないが、一部契約者に架電し、契約の意思確認、認識違いがないかを確認する取り組みも行っているが、その中で認識違いがありキャンセルになるケースもある。

（事業者）

〇自社のコールセンターおよびお客様センターから、契約している顧客に対して、他のサービス等をご案内するという電話勧誘はある。既契約者になるので、追加で他のサービスを希望される場合は、訪問し、詳細説明を行っている。

（事業者）

（５）主な意見等（キャリアショップでの対応について）

〇残価設定型スマートフォンについて相談があった。内容は、２年間払えばあとの支払いはなしといったメリットばかりが強調され、２台を契約したが、２年後の他社に乗り換えた際にその２台を下取りに出してしまった。後にスマホの機器代 18 万円の請求があって、そのとき初めてスマホを返却しなければいけなかったということが分かった。契約時にそのショップではそんな説明を受けていない、高額で納得がいかないという内容の相談である。残価設定型は、契約自体も非常に難しいと思うが、より丁寧な説明が必要である。また、消費者の方もよく理解した上で契約することが必要。

（消費生活センター）

〇社会全体の高齢化などから、個人が長期間自身の契約内容を把握しておくことにも限界があり、何等かの方法で契約者本人の同意のもと通信契約だけでなく、電気、水道など契約データを一本化しデータベース化できたらよい。

（消費生活センター）

〇残価設定型スマートフォンは、ご指摘いただいたとおり、複雑というご意見をいただいている。今後も説明ツールの見直し、改善に取り組んでいるが、ご意見を参考に、より良い、分かりやすい説明に努めていきたい。電話対応はチャットボットなども進めているところも一部あるが、インフォメーションセンターにて有人のコミュニケーターにつながるところも用意している。

（事業者）

〇店舗のスタッフへの定期的な研修はもちろんのこと、それ以外にも定期的に視察を行い、場合によっては覆面調査を行い、違反の有無、サービス向上の定期的な確認を行っている。重大な違反等あれば指導し、コンプライアンス違反がないように努めている。コールセンターでは、一部ＡＩの回答などもあるが、有人でのオペレーターの対応も行っており、案内できる体制は整えている。

（事業者）

〇データベース化について、あくまで参考の話になるが、現在マイナンバーカードとマイナ

ポータルをデジタル庁で進めている。マイナポータルで各事業者が自身のサイトと連携することで、契約者が自身の情報を見にいくという基盤は整っている。また、事業者の対応について、総務省では、電気通信消費者相談センターや各地方総合通信局、全国の消費生活センター様に寄せられた苦情相談などを踏まえて、随時調査や販売代理店への覆面調査を実施している。順守状況をモニタリングして、必要な措置を実施するので、今後とも法令順守をお願いしたい。

（総務省）

６．座長総括

○　通信契約の締結は、従来は対面によるものが主であった。しかし、近年は勧誘を契機とした電話による契約やオンラインによる契約など、契約方法が多様化しており、これに伴い、それぞれの方法に固有の問題が新たに生じている。各方法に共通する問題点としては、事業者が消費者・顧客のニーズを正確に把握しているか、ニーズに適合したサービスを提供できているか、過剰なサービスになっていないかといった点が指摘されており、事業者側と消費者側の認識に齟齬があるのではないかという点が大きなテーマであった。この認識の齟齬を解消するためには、契約内容に関する適切な説明と情報提供が不可欠である。

各事業者においては、適合性の原則を含む消費者保護ルールの整備や各種の取組により、消費者保護に関する措置が高い水準で標準化されていると感じた。今後は、代理店に対する監督・指導などに加え、AI 技術などを活用し、消費者保護方策の質の更なる向上を目指していただきたい。

また、契約の締結に際して虚偽の説明や情報提供をしてはならないことは言うまでもないが、判断が難しい事案も見られた。消費者にとっての利点を強調するだけでなく、不利益となる情報も提供することで、消費者による適正な意思決定を促していただきたい。

一方で、消費者の側にも問題解決に向けた自助努力が必要である。消費者への啓蒙活動に当たっては、安易に契約せず冷静によく考えてから契約するといった契約の重要性、契約文書をすぐに処分しないといった契約文書の重要性、さらに契約内容を理解するよう努めることを強調していただきたい。もちろん、消費者が契約内容を理解するためには、事業者による平易な言葉での説明が不可欠であり、ご協力をお願いしたい。

（学識経験者）

以上