

**電気通信サービス利用者WGにおける
検討事項に関する意見募集の結果
(確定版)**

(参考)

- 提出者は、消費者団体は「組織名」、消費生活センターは「総合通信局の所管地域」、個人は「個人」で表示している。

意見募集において寄せられた意見

第1 電気通信サービスの利用者保護に関する今後の検討課題について
(1) 電気通信事業者等による広告表示や勧誘行為などの契約締結前の利用者への情報提供、対応のあり方について
① 広告表示や不適正な勧誘を受けた経験、相談事例
【相談の傾向】
<ul style="list-style-type: none">○ 固定電話、光電話サービス、通信回線、プロバイダ、ケーブルテレビ等の訪問販売、電話勧誘販売の相談が増えています。 (かわさきコンシューマーネット)○ 寄せられる相談件数の増から、電気通信サービス改善の取組は効果が表れているとは思えない。(近畿)○ 新しい商品(光TV、ユーネクスト、フレッツTVなど)勧誘が頻繁。(中国)
【相談事例：電話勧誘(大手事業者を名乗る紛らわしい勧誘、事業者を名乗らない勧誘等)】
<ul style="list-style-type: none">○ 電話勧誘の相談においては、相談者が事業者名、代理店名や連絡先を記憶していない場合があります。勧誘に際しては、会社名や連絡先をきちんと伝え、消費者に記載するよう促すなども必要と考えます。(全相協IT研究会)○ 電話勧誘の相談では、相談者が事業者名、代理店名や連絡先を聞き取れない、あるいは告げられていない場合があります。勧誘に際しては、会社名や連絡先を消費者にきちんとわかるように伝えることが必要である。(全相協)○ <事例> 「今の電話契約よりも安くなる」とだけ電話での説明をされ、契約に至った。実際には元の契約よりも高くなった。 →実際には、プロバイダ契約と共に光回線契約をすることになっており、これまで電話の利用の少なかった相談者の場合、以前よりも費用がかかることとなった。 ●光回線の代理店からの勧誘であったが、勧誘時には、プロバイダのブランド名のみを前面に出し、消費者はそのブランド名が業者名と勘違いしていた。どこの代理店であるかの説明も不十分であり、実際の費用が以前よりも高くなっていることの明細で持って契約の取り消しを行ったが、消費者にとって十分な説明がなされているとは考えにくい。また、同事業者が発行しているパンフレットを入手したところ、光回線業者の代理店であることの記載は見当たらなかった。(近畿)○ 電話で勧誘してくる業者(プロバイダ契約など)が、大手の会社の代理店であることを強調され、販売店が一体どこなのかが分かり

にくいという相談があった。(中国)

○ 契約している大手通信業者の名前を最初に言われたので、聞いていたら、そのうち別会社だということが分かった。関連会社のようにだし、「安く利用できる」という説明をされたので契約した。しかし、長い時間色々説明され、内容はよくわからなかった。また、最初の電話で契約～工事日まで決まり、考える時間もなかった。(個人7)

○ 勧誘時、会社の名前や連絡先を知らされないまま契約したことになってしまい、書類が送付される前に取り消そうと思っても取り消せない。(中国)

○ 大手通信事業者と錯誤させる勧誘を受けた。(関東)

○ 大手通信会社の名前を出したので信用してしまった。(関東)

【相談事例：電話勧誘（執拗な勧誘、迷惑、威迫、困惑、虚偽説明等）】

○ 忙しい夕方に電話でしつこく勧誘され、仕方なく契約をしてしまったという相談があった。(中国)

○ 電話による勧誘で、断っているのにしつこく現在の月平均通信費用などを聞いたり、強引に案内を続けようとするケースが見受けられる。(関東)

○ プロバイダ契約のトラブル。電話勧誘がしつこい、断っても何度も電話がかかってくる、断ると勧誘者の態度が変わり脅迫めいた口調になった、など。(中国)

【相談事例：電話勧誘（資料請求で契約書送付、一方的な機器の送付当）】

○ 電話勧誘で「プロバイダ料金が安くなる。」「電話料金が安くなる。」と言われ断ったが、しつこく勧誘されたため、資料送付だけならと返事をしたら設定通知書が届いた。(関東)

○ 必要ないと断っていても、しつこく電話をかけてくるという相談があった。(関東)

○ 新しい商品（光TV、ユーネクスト、フレッツTVなど）勧誘が頻繁。安くお得（〇か月無料等）など利点ばかりの説明で、了解すると、契約したものとして書類が届く。(中国)

○ ネット接続サービスの電話勧誘がされ、申込みしていないのに契約になったトラブル。(四国)

○ 相談者（37才女性）電話でプロバイダについての質問に答えた。後日資料が届いたが契約済みとなっていた。自分では申し込んだ覚えがなかったので業者に電話をかけたが電話が繋がらなかった。(業者ともに〇社で、日本インターネットプロバイダ協会会員)(個人4)

【相談事例：電話勧誘（説明不足、適合性当）】

○ 光回線等の電話勧誘を受けたため、資料を送ってほしいという、資料はない、この電話説明のみだと言われた。(個人14)

○ 光回線、プロバイダ、ひかり放送についての勧誘電話が多すぎる。

消費者自身が必要としている場合、自ら業者に連絡をとり情報収集をしている事が多いと思われる。電話勧誘を受ける消費者の中には光回線等についてほとんど知識を持たない者もあり、電話での説明では「疑問点」さえも判らない。又、代理店の存在など、どこの事業者からなのかが受けた消費者が把握できていない。(個人12)

○ ご相談者から、毎月格安でパソコンとネットが利用できるという広告やTVのCMをみて興味をもっていたら、電話で勧誘され契約した。利用料は払うが、パソコンは自分のものになると思っていた。携帯電話と同じかと思った。チラシや電話の説明からは、レンタルだということは理解できなかった。また、広告や電話では代理店の名前しか記載や説明がないので、複数の業者が関わっているとはわからなかった。(個人7)

○ 相談者(70代男性)N社からマイラインについて電話で勧誘された。後日、書類が届いたが何かが書いてあるのか理解できない。書類に名前を書いて早く返送するよう何度も催促の電話があるので困っている。(個人4)

○ 料金体系がわかりにくい。

「他社より安い」「今使っている会社より安くなる」など言われるが、実際にはオプションが必要で他社より高くなった。(中国)

【相談事例：電話勧誘(その他)】

○ 電話勧誘で販売目的を隠匿して通信環境を聞き出す(個人5)

○ 電話勧誘の際に「検討したいから資料を送れ」と言ったら「資料は契約してもらわないと送れない」と言われたので契約(口約束)したが、送付資料を見たら契約する価値がなかったので解約したい、という相談もある。(中国)

【相談事例：訪問販売(不適切な説明、適合性)】

○ 家電量販店やレンタルビデオ店等の点等で声をかけられ、不意打ち的な勧誘により、目的ではなかった、契約をする事例を多数受けています。特定商取引法の規制では「キャッチセールス」として、訪問販売に該当し、契約の取消しやクーリング・オフの民事救済手段が備わっています。ところが、通信分野は同報の適用除外であり、不適切な勧誘の実態を事業者に伝え交渉をしても、救済に結び付けることは大変困難です。(個人13)

○ 7年前に訪販で通信回線ISDNの解約手続きがなされないまま、光通信回線を契約していた。(相談者はISDNが解約されてないとは知らなかった。光回線もISDNも同じ通信事業者)昨年12月に光回線とプロバイダがセットになったものがお得だと通信事業者

の営業から勧誘された。勧誘員は既に光回線契約があることを知っていた上で I S N D を光回線に変更させようと勧誘し、契約をさせた。
(光回線事業者とプロバイダは 2 回線とも同じ会社) 相談者は今の光通信回線契約の契約変更だと思っていた。しかし実際は I S D N の契約を解約して、新たな契約をさせていた。契約書を見ても変更になっているので、I S D N からの変更だとは判断できず、また勧誘者が意図的にうその記載をしていることもうかがえた。(契約者 81 歳、男性)(個人 2)

- 団地のみんなが加入しているから割引になると業者が訪問したので電話契約をしたら覚えのない業者との契約になっていた。どうなってるのか。大手電話会社が下請け会社を使って勧誘していました。消費者からみれば下請け会社しか見えていません。契約書も複雑でわかりにくいものでした。(個人 1)
- 当町は光ケーブル導入に伴い、インターネット接続サービス関連会社数社がセールスのため各家庭を訪問、セールスマンの契約時説明が不足のためか、契約解除をしたいと利用者の相談が数件に及んだ。利用者に対してわかりやすく、理解したうえで、契約をすべきである。(関東)
- 「現在の電話回線が光に移行するので使用できなくなるので電話回線工事が必要」「この周辺の回線がいっぱいになり、枠を広げるので工事した方がいい」等の事実と異なる勧誘を受けた、またはそれにより契約してしまったという相談を受けた。(関東)

【相談事例：店頭販売（セット販売）】

- インターネット回線（フレッツ光）の契約をすればパソコンを無料であげると勧誘された。実際は、回線の契約だけではなく、映像配信サービスや音楽配信サービスなどの契約も結ばれていた。(相談員の認識なく)(東北)
- 通信サービス契約をするとパソコン等が付いてくる(無料、500 円、安価で提供)など特典が強調され解約の条件等について詳しく説明されていない相談があります。店頭販売でも特典が大きく表示され、説明不足が見られます。(全相協 I T 研究会)
 - 通信サービス契約をするとパソコン等が無料や破格の値段で提供されるなど特典が強調され、解約の条件等について詳しく説明されていない相談がある。店頭販売でも特典の方が大きく強調され、解約した時のリスクの説明不足が見られる。(全相協)
- パソコンとデータ通信カードとのセット販売について解約料金の説明が分かりにくい。(四国)

【相談事例：店頭販売（無料表示による誤認等）】

- ケータイショップのガラス窓にポスターが張っており、「本体価格 0 円」と大きく書いてあった。その言葉通り、本体は 0 円だと思っていたが、解約すると本体の代金を請求されて不満だ。
実際の契約内容は、「2 年間契約を継続して割賦料金を 2 4 回払い終わると割引料金と相殺されて、実質 0 円になる」というものだが、

ポスターには「0円」だけが強調されていて、分かりづらい表記になっている。(関東)
【相談事例：勧誘方法不明（説明不十分、サービス複雑）】
○ アナログから地デジ変更に伴い、テレビ、電話セットの格安キャンペーンを勧められ、契約した。しかしあとで、2年の間に解約を申し出た場合は、解約料が発生することがわかった。自宅で担当者がチラシを見て説明してくれたが、チラシは置いていかなかった。担当者が持参したチラシには解約料が記載されているようだが、契約先が発行している「しおり」には解約料の記載はない。ホームページの約款に記載があるが、しおりにも記載が必要ではないか。」という相談があった。解約料の発生に関してはトラブルも多いので、説明や記載はしっかりとしてほしい。(個人8)
【相談事例：勧誘方法不明（メリットのみの強調）】
○ 必須オプションの料金説明をしないまま、基本料金についてのみ「他社より安い」と説明するのは問題。(中国)
【相談事例：広告表示（分かりづらい広告等）】
○ サービス内容が複雑で多岐にわたり説明がなければ分かりにくく、又事業者により用語が様々で混乱する。(関東)
【相談事例：広告表示（エリア）】
○ モバイル通信ー引っ越し先でも使えると言って契約したが使えなかった。(関東)
【相談事例：広告表示（メリット表示の強調）】
○ 広告やCMで「無料」「無制限」「使いたい放題」などが強調されており、消費者が通信サービスの種類や内容を理解していないまま、誤解して利用するトラブルがあとを絶たない。(関東)
【相談事例：広告表示（料金プランが複雑）】
○ 携帯電話本体の代金を分割払いにした際の、月々の割引が分かりにくいという相談があった。(中国)
○ 電気通信事業者間の顧客争奪競争のためか契約内容（価格プラン）が頻繁に変わり、自分にあった利用プランを選択できるほどの知識を持たないため、不利な契約の勧誘を受けていることすら、気付くことができない事案も多いと思われる。(関東)
【その他】
○ 不適切な勧誘がある。 <ul style="list-style-type: none"> ・目的とするサイトに登録したら、アダルト等目的外のサイトから広告メールが届くようになった。 ・目的外サイトからのメールが極端に多い。1日に数百通に及ぶ場合がある。(東海)

- CATV会社の「地デジに関する設備点検」のチラシに、多チャンネル放送の勧誘等をする可能性があることが全く書かれていない。(個人14)
- 出会い系サイト、パチンコ必勝法、競馬必勝法など、消費者の射幸心に付け込んだ詐欺的なサイトが氾濫している。本来、障害年金制度は受給要件を満たしたものが受給できるものであるが、「障害年金2級ゲット」と称し、あたかも当該マニュアルで紹介されているテクニックを使えば、障害年金2級に認定されるかのような表現をしている不適切な勧誘がある。(九州)
- ブロードバンド契約でテレビ番組配信サービスでBS・CSのサービスが付属するかしないかわかりにくいスマートフォンと携帯電話の機能が違うことがわかりにくい。(個人5)

② 広告表示や不適正な勧誘に対する電気通信事業者や行政における取組状況の認知度、効果について

【消費者視点に立った分かり安い広告・表示、用語集の作成の効果等（効果があった、評価するとの意見）】

- 以前に比べ、総合パンフレット等の文字のフォントが若干大きくなり、各事業者が対応していることは理解している。(個人14)

【消費者視点に立った分かりやすい広告・表示、用語集に関する改善意見等】

- 用語集が出来て、非常にありがたいと思ったが、用語集に書いてある意味が難しい。携帯電話会社が独自に作っている冊子、用語集の方が分かりやすい。消費者に向けた用語集をショップ等で閲覧できるように備えておくと消費者の理解を深めやすいと思う。(個人14)
- 電気通信事業者が技術的な専門用語に関する用語集を作成していることは知っていたが、「消費者視点に立った分かりやすい広告・表示に努めているか」というと、必ずしもそうとは言い難い。各社のパンフレットを見ると、重要事項の表記の文字が、まだ小さいと感じる。(関東)
- 広告については、ある程度知識を持った消費者が見れば分かるが、初めてネットを使ってみようという消費者が見ても理解出来ない。ビギナー用など"より親切"なパンフがあればと思う。(個人12)
- 事業者の団体に共通用語を利用しようと取り組んでくれているとのことだが、青少年から高齢者まですべての年代で理解できる表示を早急に求める。(個人3)
- 取り組みを始めていることは知っているし、理解するが、消費者の年代、利用歴・理解力などの元々のレベルの差までを勘案したものではないので、基本的な通信サービスの仕組みや事業者の違いなどの知識を学校教育や社会人啓発で行わない限り、トラブル減少に効果が表れるのは難しい。(関東)

- 通信事業者が契約時に消費者向けに作成している「安心ガイド」などから、情報提供に努めていることがうかがえる。しかし、トラブルの減少に効果があらわれているとは感じない。契約締結後、定期的なメンテナンスのお知らせを発信することはできないだろうか。（関東）
- 次々と新しいサービス提供があり、サービス内容は同じでも、通信事業者ごとに呼称が異なり、登録商標を取得しているものもあり、分かりにくい。（関東）

【助言者の育成の効果】

- ケータイアドバイザーなどの資格について総務省が後援しているが、受験者がどのくらいいるのか、携帯電話会社ショップの販売員、オペレーターなどの定着率が伸びたのかは疑問。（個人14）

【助言者の育成に関する改善意見等】

- 利用者に適正に助言を行うことができる者の育成制度として、「テレコムアドバイザー検定」「ケータイソムリエ検定」という検定試験が実施されていることは周知しているが、直接消費者に対応する販売店や代理店の販売員に普及しないと効果は上がらないと思われま。消費生活センターに相談が寄せられた時、相談員は電気通信事業者のお客様相談室と話し合いをするため、契約時の担当者が資格保持者なのか否かは確認出来ません。しかし、センターに寄せられる相談の大半が、勧誘時の説明の不備、契約後に消費者がサービスについて申し出た時の対応の不備に関するものであり、相談件数は増加の一方です。従って、残念ながら現状では資格制度がトラブルの減少に効果があるとは思えません。

トラブル防止のために、資格制度（育成制度）を総務省が後援しているのであれば、どのような効果が上がっているか否かを確認するため、各電気通信事業者に調査する必要があると思われます。その上で、効果が上がっていないのであれば、更に資格制度（育成制度）を有効にするためにどのような取組みが出来るのかの検討が望まれます。（かわさきコンシューマーネット）

- 提示された3点は必要であるが育成制度は必要なく、契約先通信会社が適切な助言をできるようにするのが本来の契約（個人5）

【行政、事業者の取組に対する評価】

- 知らなかったが、電気通信事業者に関しては、今まで規制の少なさが契約トラブルにつながっていたように思われるので、自主基準の改正や委員会の設置は、トラブルの減少に功を奏していると思う。（東北）
- 事業者・総務省の改善に向けた取り組みについては知らなかった。現状ではトラブル減少効果があるという実感はない。（関東）
- 取組がなされていることは知らなかった。効果についてもわからない。（関東）

- 事業者、総務省の取り組みがあることは承知しておりますが、知らない相談員も多いものと思われます。どの取り組みについても始まったばかりであり今後を期待します。(全相協IT研究会)
- 事業者、総務省の取り組みがあることは承知しているが、知らない相談員も多いものと思われる。どの取り組みについても始まったばかりであり今後を期待する。(全相協)

【行政、事業者の取組に関する改善点等】

- 知らなかった) それぞれの電気通信事業者による、情報提供のあり方に差があると思うので業界全体に徹底すべきではないかと思う。(東北)

③ 広告表示、勧誘等について、改善すべき点。

【取り組むべき課題：書面交付義務、再勧誘禁止】

- 電話勧誘販売の禁止などを含めた規制の強化(九州)
- 不招請勧誘の禁止を希望。(個人4)
- 高齢者に対する勧誘が特に相談として多く見られることから、適合性。通信回線契約・プロバイダ契約等を勧誘する場合、十分に説明がなされていない。広告や勧誘に誤認を与えるようなことがないように注意を払ってほしいが、任意でできないのなら、法律で規定するしかない。(個人2)
- 相談件数は減っていない。相談全体の中で依然として上位の件数を占めている。特商法に比べて消費者保護の観点があまりにも少ないことが問題である。(近畿)
- 契約時のトラブルは、むしろ増加している。契約書面の交付義務や説明責任について事業者側のルール作りが必要と思う。(中国)
- <相談事例> 「0円パソコン(モバイルデータ通信用のパソコン)」
 ショッピングモール内の出店で「0円パソコン」のポップ広告を見て、家にパソコンはあるものの、0円ならもう1台欲しいと思い、契約。その際「パソコンは0円だが毎月数千円の通信料はかかること」「規定の年数が経たないうちに解約すると違約金を払うことになること」は説明された。後日、自宅にパソコンと通信契約の書面が届いたが、パソコン代金は割賦と書いてある。0円パソコンという広告は問題ではないか。騙されたような気持ちで嫌になった。解約したい。(60歳代の相談者)
 <相談処理を通して気付いたこと>
 パソコンの割賦代金と同額が毎月通信料から割引される形になっているらしく、実質的には通信契約を解約しない限りパソコンの代

金を負担する必要はなく、また解約の際の負担の説明もされており、一定の説明義務は果たされているようにも思います。しかし相談者は、店頭での説明（パソコン0円、解約には違約金）と書面の内容（パソコン代金は通信料から割引、解約にはパソコン残額を一括払い）とではイメージがかなり違ったようで納得できない様子でした。

また、この事例では解約となりましたが、もし相談者がこのパソコンを使ってみていたら、また苦情が発生したのではと思いました。相談者はモバイルで使うためのパソコンが欲しかったわけではなく自宅で使うつもりで契約していました。パソコンが有り既にプロバイダ契約があること、自宅でのモバイル通信の電波状況がわからないこと等を考慮すれば、モバイル通信契約とセットのこの商品が相談者のニーズに合っているものとは思えませんでした。

<意見>

この事例に象徴されるように、通信関連の契約についてはかなり細かい説明や消費者側のニーズに合わせた提案が必要とされます。それにも関わらず、こうした出店や電話勧誘など、十分な説明が難しいと思われる状況での販売が行われています。契約相手である通信事業者と消費者との接点は書面が届いた時が最初というケースが多いので、「書面を受け取って返送してはじめて契約成立とする」「クーリング・オフを適用する」などの対応をしないと消費者の困惑や苦情は減らないのではないのでしょうか。（個人9）

○ 【勧誘行為について】

固定電話や光電話サービス、通信回線、プロバイダ、ケーブルテレビ等の、訪問販売、電話勧誘販売の相談が増えています。特に高齢者が電話で、「申し込めば電話料金が安くなる」と言われて、「安くなるのであれば」と思い、安易に了承したが、やはり不安なので断りたいが、何処に申し出たら良いか分からないという相談や、光回線の勧誘電話が頻繁にあり、迷惑している。断っても名前を変えて勧誘してくるので、何とか止めさせたい、という相談も増えています。このような相談では、勧誘してきた代理店名も分からないケースも多いのが現状です。

電気通信サービスに関しては、特定商取引法の適用除外とされたために、同法の再勧誘禁止規定が適用されません。適用除外とされたのは、電気通信事業法、約款及びガイドラインで適切に消費者保護が図られているということからです。

そもそも、サービスの仕組みや料金体系も複雑な電気通信サービスは、電話勧誘販売には馴染まないサービスだと思われます。特定商取引法の趣旨と同様に、電話勧誘に際しては、事業者名や担当者名等をきちんと名乗ること、又再勧誘禁止については、各代理店にも徹底指導され、消費者トラブルの防止に努められるよう要望します。（かわさきコンシューマーネット）

○ 電気通信事業者からの不適切な勧誘事例

大手通信事業者の正規販売の●●会社の▲▲と名乗る人が、相談者の近所まで光ファイバーが来るので電話も変えるよう何回も執拗に勧誘した。この時には、現在使用している電話が使えなくなるというような話もしている。相談者は電話を掛けないでと言ったが、その後も電話をしてきた。

この相談に対し、特定商取引法の電話勧誘販売が適用されると再勧誘禁止規定に抵触するという点で対処は容易である。ところが通信契約と機器の販売契約が一体になったものは同法の適用除外となっているので、事業者はこのような迷惑勧誘及び詐欺に近い勧誘をし易い。相談員がこのような特定商取引法の除外の法律（この場合は電気通信事業法）全てを把握することは大変である。電気通信事業法に分かり易く再勧誘規定を置くか、相談員向けに、同法のこの部分が再勧誘規定になるということを示して欲しい。（九州）

- 寄せられる相談件数の増から、電気通信サービス改善の取組は効果が表れているとは思えない。流通販売に偏る商品・サービスが、正に消費者個々の使用に適したものか疑問であり、消費者が理解できないまま、また誤解したまま契約したことが後日のトラブルの原因となり、その結果、消費者からは事業者や販売店の強引な販売を指摘することが多い。自由販売競争のなか、消費者を獲得するための広告の意味は理解できるものの、情報の伝達が主目的ある電気通信サービスにおいては、過剰や理解困難、不可解な内容を廃するなど、広告表示や勧誘に際しての基本ガイドラインなど、統一的なルール作りを検討されることが望まれる。（近畿）
- 一度の電話で長々と説明されても、すぐには理解できません。ましてや高齢者であればなおさらだと思います。電話勧誘の実態としては、最初の電話で、契約から工事日まで決められ、後から詳しい書面と申込書が届くというパターンが多くあります。消費者はすでに契約することに同意してしまったという事実と、送付された書面の内容が複雑で量も多いことから、よく読まずに申込書を返送して、そのままにしている人がほとんどではないでしょうか。トラブルの原因もこのようなところにあると感じます。（個人7）
- 単に、たくさんの番組が見られる、2ヶ月間無料との説明のみで、何の契約なのか、本来かかる料金の説明がない。解約についての説明もなく、契約の全体がわからない状況で、電話勧誘時に契約が成立するのは問題である。（中国）
- 電気通信事業法では総務省令で説明すべき事項が定められているが、契約内容がわからないという相談が入る。勧誘に先立っての概要書面交付があると良い。（個人14）
- 通信関係の言葉は、カタカナ言葉やわかりにくい言葉が多く、理解しにくい。また、同じことをあらわす言葉でも、業者によって表現が違うこともある。誰にでもわかりやすい表現で広告を行って欲しい。（個人3）

【取り組むべき課題：勧誘の在り方について】

- 電話勧誘については、資料の送付の了解のみを取るようにすること。資料を見て、必要であれば、消費者の方から電話をするなどの

取り決めが必要。(中国)

- 電話での勧誘の場合、口頭での説明だけで契約となってしまうので、書面で確認できるようにしてほしい。(中国)
- 電話による勧誘はやめてもらいたい。時間帯によっては老人のみで説明を受けても理解できない。また、「若い者が留守で」と言ってもくどく契約をすすめるケースがある。勧誘等は電話の手法は誤解のおそれがあるので訪問すべきである。(関東)
- (1) 取組 承知している。(2) 効果 あらわれている。(3) 不十分な点 高齢者に対し、特にインターネット関係においては通常の説明では理解不可である。2回3回とわかりやすく説明し、理解を求めること。業者は営利にとらわれることなく利用者の立場になること。営利目的であるからトラブルが発生すると考える。(関東)
- 店舗勧誘だけでなく、電話勧誘が多く行われているようなので、契約内容の説明が送付文書のみになるケースも考えられ、文書のみでの内容理解に不安がある。(関東)
- 携帯電話の申込時に割引サービスやオプションサービスの内容が分かりにくい。
 - ① 2ヶ月無料のオプションをつけないと本体価格が割引にならない。
 - ② 「このオプションをつけていいですね。」と承諾するのが前提となっているようなセールストークが使われると「No」、「いや」と言えなくなってしまう。例えば、「このオプションはどうかございますか。」といった聞き方が望ましいのではないかと。(関東)
- 総務省が、用語解説と情報の更新を頻繁に行ったり、呼称ではなくサービス内容を分かりやすく伝えるよう、事業者指導を行って欲しい。「用語集」だけではなく、複雑な通信分野の全体像を理解できるようなパンフレットをつくってはどうか。例えば、「地上デジタル、光回線、ケーブルテレビ、IP電話、有線と無線」などの相互の関係や、各機器との関係を、多くの消費者が正しく理解できない状態のまま、勧誘を受けたり契約を結んだりしていると思われる。(関東)
- プロバイダー独自のプランを、利用しやすい低料金として打ち出すものも見られる。自動掃除機や新品パソコンのレンタルとして、ワンコイン(500円)で利用できるとある。個別のカラーチラシにおいて高齢者と孫の写真付きで置かれている。申し込み易い金額とお値打ち商品の提示により、必要のなかった契約に目を引かれることも十分考えられる。それぞれが低料金であったとしても、複数申し込みによっては思わぬ高額になることも考えられる。契約時には、契約の中身の十分な説明として、手数料や最低利用期間の設定等を含め、高齢者であっても判断が可能なレベルの説明を望みたい。少なくともどこの代理店であるかは消費者が容易に認識できるような書面・パンフ・説明を望みたい。(近畿)

【取り組むべき課題：代理店への指導強化】

○ 【広告表示について】

総務省や、電気通信事業者等の取組みで、広告表示については以前より改善がされていると思います。しかし、携帯電話キャリアの直営店（代理店）ではなく、一般の販売店では顧客獲得のために、未だ消費者が誤解を招くような広告表示が見られます。例えば「0円より安い」というポップを販売店の店頭で見かけましたが、景表法に抵触するような表示だと思います。実際の相談においても、「新規で携帯電話の契約をする際、携帯電話機は0円という表示だったので申し込んだら、有料のコンテンツ2つと契約することが条件だった。仕方なく契約したが、不要なコンテンツは解約したい」という相談がありました。携帯電話キャリアは、直営店の指導だけでなく、販売店についても随時調査し、消費者の誤解を招くような広告表示や勧誘行為がないかを確認する必要があると思われまます。（かわさきコンシューマーネット）

【取り組むべき課題：広告の在り方について】

- 高齢化社会にそなえ、注意書きのポイントを大きくする（個人5）
- パンフレットの文字が小さい。ある携帯電話会社の総合パンフレットは重要なところは赤字で書かれており改善はされているが、23行にわたり、小さなフォントで注が付いており大変読みづらい。フォントを大きくする、改行する、解約時、変更時のトラブルを防ぐために、解約・契約変更、補償の可否などについては「但し書き」ではなく、上に大きく書くべき。パンフレットに業界共通の表示方法が必要。（個人14）
- 契約書（約款）面。たいへん文字が小さく読みづらい。すみずみまで目を通す利用者は少ないのではないか。読まなかったためトラブルになる例がある。大文字で読みやすく、特に重要事項は太字を使用する、または、赤字にする等改善するべきである。（関東）
- 電気通信サービスはそもそも内容が複雑で理解しづらい上、耳慣れない専門用語が並んでいる事が多い。利点や価格（安さ）ばかりが強調され、本当に必要なものかどうか判断できない消費者も多い。また、大切なことが小さく書かれていて気付かない事もある。電気通信サービスについて詳しくない消費者や高齢者でも理解できるような表示をお願いしたい。（関東）
- 電気通信サービスの領域は日進月歩で技術も利用範囲も内容も高度化・多様化しており、専門的である。相談員でも理解できている者は少数であり、消費者の方々が理解できるかを常に考えて関係者の方は対応していただきたい。用語がわかっても実際に利用してみないとわからない、感じられない不安・疑問があることを知ってほしい。（関東）
- 消費者視点と言うが、消費者のレベル・理解度は様々である。画一的な書面ではなくよりビギナー向けがあればと思う。（個人12）
- 無料や格安というメリット表示だけではなく、なぜ無料や格安で提供できるのか、またはその条件についても、わかるように広告し

ていただきたいと思います。(個人7)

【情報提供の在り方(料金プラン等)】

- 価格提示が細分化されているケースも多く、必要な金額がわかりにくい。各社に提示額に関して基準を作ってはどうか？(提示額は何かを含んだものなのかを決める何年契約が必要なのかを必ず分かりやすく明記する等)(関東)
- 通信料と端末価格を分離させて明確にすべき。(四国)
- 相談員が見ても携帯電話やプロバイダ契約の料金プランがどのようになっているか分かりにくい。高齢者などが見ても分かりやすいように改善してほしい。(中国)

【その他】

- 実体験に基づく光通信回線契約は東と西では通信事業者が違ふことがあり、東での契約を解約し、新たに西の契約をすることになった時に、相談員として勤務している者が電気通信事業者の説明を聞いても理解できなかった。お得なことばかり強調し、デメリットについては何も説明してくれなかった。こちらが質問して初めて答えてくれるという姿勢は問題である。(個人2)
- 多様な年齢層からの意見を聞くためにも、モニター制度を活用するなどして、消費者の視点を活用して改善に役立てるのも良いのではないか。(東北)
- 情報収集力の乏しい消費者への啓発をする。地域に出向いて通信サービスの話しをする。(関東)
- 広告をインターネットで配信する場合、1日に1通にする等規制を加えるのが良い。(東海)
- 詐欺まがいサイトの排除(九州)
- 無料サイトの増加 無料サイトから出会いサイト、詐欺サイトへの誘導の防止 出会い系サイト運営事業者の監督官庁への登録・認可制度の導入(信越)
- まだまだ消費者保護への取り組みは不十分だと思います。(個人1)

(2) 契約締結時の利用者への説明義務等のあり方について

① 契約締結時に不十分な説明を受けた経験、相談事例

【相談事例：事業者側の説明不足等】

- 説明不足に起因するトラブルが最も多く、携帯電話・サービスなどの例からも、販売代理店がどこまで理解して消費者に説明しているのか疑問に思える。契約時に説明済の確認を消費者に署名等で取ったことを後日のトラブルで主張し、解決できないといった相談も多い。電気通信事業者による指導は十分に果たしていただきたいが、事業者自身に対する苦情へと繋がるという問題意識が低い販売店もまだまだ多いと思われる。また半数以上が 60 歳以上からの相談で、理由者の特性に応じた勧誘・販売、説明に気をつけていただきたい。(近畿)
- 契約時に、解約時の連絡先・連絡方法(契約時の申込先とは異なっている)について説明されず、関連する書面もなかったために、消費者が誤った方法で解約の申込をし、解約されていると思っていたが契約が続いていたというトラブル。(東北)
- 電話勧誘でフレッツ光回線契約を締結した消費者が、解約時に通信事業者にしか解約手続きを行わなかったため、プロバイダ料金の引き落としが止まらなとセンターに申し出た事例があった。消費者は通信事業者とプロバイダ、2社と契約していた意識が全くなかったため、解約が完了している通信事業者に何度もプロバイダ料金のことを申し出ているが、取り合ってもらえなかったとのことであった。契約時に、どのような契約を何社と行うのかという明確な説明があれば、このようなトラブルは回避できるのではないかと考える。(関東)
- 高齢者がインターネットを利用したく電話勧誘でブロードバンド契約をしたが、思うように機器を使用できず3カ月で解約。ひかり回線契約は解約したが、プロバイダーとテレビ番組配信契約が解約されず引き落としが続いた。(個人5)
- インターネットに係る契約は、業者が複数に及ぶ内容であるが、その事を消費者はほとんど理解していない。(個人12)
- 高齢者の方には電話回線、プロバイダ等の複数の契約になっていることや違約金がかかること、またそれぞれ契約相手が違うことがあること等複雑な契約になっていることが理解できていません。十分な説明が必要です。(個人1)
- 携帯電話が2年毎の契約で、更新時に解約を申し出ないと、解約料が必要であることの説明を受けてないとのトラブル。(四国)
- 「携帯端末を2年以内に解約すると解約料がかかる」との説明は一切なかった。申込書面に記載はあるが、自分の契約についての解約料を口頭で説明してくれないので分からない。これでは説明とは言えないと思う。(相談事例B)(関東)

- 解約時の料金について全く説明がなかったという相談があった。(中国)
- 電話勧誘、訪問販売での勧誘での行き違いのトラブルがある。店頭での契約でも、解約を申し出た場合、携帯電話購入時の説明と異なり解約料・端末残債を請求されたというトラブルがあり、説明に誤解があるものと思われる。(個人14)
- 契約の際の説明がない、あるいは不十分といった苦情等は、枚挙にいとまがない。(九州)
- (1) 相談あり (3件)
 (2) 業者の説明不足のためわからないまま利用者は契約をしている。後日になってから契約解除をしたいと申し出ている。理由はいづれも契約時は理解できなかったもの。業者はじっくり時間をかけて説明すべきである。業者の営利目的だけであると良い結果にならない。(関東)
- 不明な点を聞いても、担当者は「大丈夫です」と言うばかりで具体的に教えてくれず不安。(関東)
- 複雑なサービスの説明を受けたが理解できず、「トータルで4千円安くなる」と言われたので契約し、確かにその部分だけ見ればその通りだったが、全体としてみたら支払総額が大幅に増えた。(関東)
- スマートフォン契約時、電池交換の対応が無く本体交換となる旨の説明が無く、本体交換後数ヶ月後に料金が発生したことを知りトラブル発生。携帯電話の契約時に販社から送信されるメンテナンスや交信などのメール(無料分)も有料分と合わせてパケット量として数字が計上されることが説明されていないためのトラブル事例あり。(中国)
- 契約解約時のことについて全く説明を受けてないという相談があった。(中国)

【相談事例：電話勧誘】

- 相談は複数受けているが、60代以上からの相談が多い。電話勧誘でのメリットだけに惹かれ、契約に同意するが後から信用性やデメリットなどに気付き「やはりやめたい」という内容が多い。(個人12)
- 電話勧誘での、プロバイダ事業者からの説明の多くは、全く一方的で、事業者マニュアルに沿っているためか、特に高齢者の場合は事業者の名称(ほとんどが、カタカナで耳になじまない上に、早口で何を言っているのかわからない)すら、契約後に書面が送付されるまでわからないという相談が多くあります。口頭の説明では、「言った」「言わない」となり、相談者の言い分の立証に苦慮します。一消費者として「説明いただいた内容をファクシミリで送ってほしい」とプロバイダ事業者にお願いし、検討後のキャンセルについても快く応じていただいた経験はありますが、高齢者等にはそのような対応を求めることは困難と思われれます。(個人13)

【相談事例：不必要と思われる契約の締結の勧誘】

- 7年前に通信回線 I S D N の解約手続きがなされないまま、光通信回線を契約していた。(相談者は I S D N が解約されていないとは知らなかった。光回線も I S D N も同じ通信事業者) 昨年 1 2 月に訪販で光回線とプロバイダがセットになったものがお得だと通信事業者の営業から勧誘された。勧誘員は既に光回線契約があることを知っていた上で契約をさせた。(光回線事業者とプロバイダは 2 回線とも同じ会社) 相談者は今の光通信回線契約の契約変更だと思っていた。しかし実際は I S D N の契約を解約して、新たな契約をさせていた。締結時に I S D N を光通信回線契約になる説明がなく、契約書を見ても変更になっているので、I S D N からの変更だとは判断できず、また勧誘者が意図的にその記載があった。2 回線契約になることを説明してもらっていない。交付書面も複写の方を交付されているが、複写が薄く、文字の判読ができない。(契約者 81 歳、男性)(個人 2)
- パソコンが何をやるものか理解できていない高齢者に対し、プロバイダ契約を結ばせたという相談があった。また、料金プランについても説明が分かるようにされていなかった。(中国)
- 賃貸アパートに住む外国人留学生が、「大家の許可がでている」という言い方で、訪問販売による光ファイバー契約の勧誘を受け、契約をしなければいけないと誤解し契約してしまった。(九州)

【相談事例：希望しない契約の締結等】

- 携帯電話の契約時に本人の望まないオプションにキャンペーン中だからと半ば強制的に入らされたトラブル事例あり。(中国)
- 携帯電話機契約の際、オプションサービスを申し込まないと契約できない、といわれたという苦情が複数ある。実際は契約できないのではなく、安く契約するためにはオプション契約が必要になるのだが、説明が不十分である。(個人 1 4)
- 契約時に自分は特に必要と感じていないのに、有料のオプションサービスをつける事が前提となっていて、つけないと携帯端末の価格が高くなると説明された。オプションサービスは翌月になれば解約できると言われたが、うっかり解約手続きを忘れると翌月以降も料金がかかるので、消費者不利益ではないか。(相談事例 C)(関東)

【相談事例：適合性】

- 事業者の説明が懇切丁寧でも、それを理解できるだけの知識や能力に問題がある高齢者や障害者の方々からの苦情はある。つまり消費者のレベルを無視した説明義務では、トラブルの発生を防ぐことはできない。(関東)

【相談事例：電話勧誘】

- 「インターネット値下げのご連絡ですが」と電話があり、結局は契約すると通信事業者やプロバイダが変わることがわかった。勧誘の説明に問題があるのではないかとこの相談や、勧誘時説明不足という相談が多くあります。改善を求めます。(個人 8)

【相談事例：セット販売】

- 電話代が安くなるとの勧誘電話により、高齢の利用者が契約内容を良くわからずに新たな電話会社と契約したり、パソコンが安く手に入るとの売り言葉に乗り、プロバイダー契約をしたが、解約希望時には聞いていなかった違約金が発生するなどのトラブルがあった。(個人3)
- 通信端末に付帯して他の商品も契約する形式になっているものについて、主に販売事業者の説明が不足し、消費者にとって有利誤認するケースがあるのではないかと(例えば、データ通信カードとパソコン、ゲーム機などのセット販売や、通信カードにさらに携帯電話をセット契約させて、パソコン等付帯物を契約する、といったケース)。販売実態としては、パソコンが契約の一部であることを、契約者が正しく理解に至らない状態で契約しているものもあり、あたかも無料のおまけであるように説明されたという苦情を担当したことがあります。付帯物であるパソコンについて、書面の交付がなく、解約料についてのわずかな説明があるだけで、口頭での説明も不足しているため、通信機器が家では使用できない等のトラブルになってから、パソコンが契約の一部分であり、解約に際してパソコンの費用負担を求められるケースについて、他の相談事例の中でも見受けられました。(個人14)
- データカードを他の商品とセット購入。あまり使わなければデータ通信料は月額約3千円といわれたが、少しでも使うと上限7千円になる。(個人14)

【相談事例：エリア】

- 通信可能距離について
「インターネット回線が突然使用できなくなり、回線会社で調べたら距離が問題と言われた。契約時には通信可能と言われた距離なのに納得いかない」という相談があった。(関東)
- 携帯電話の契約の前に、当事者の居住地が不感地帯であることが十分に説明されなかったためのトラブル事例あり。(中国)
- 自宅内の携帯電話の電波状況の改善で、携帯電話会社から室内に接続機器を設置しブロードバンド契約をすると料金も安くなると説明され、固定電話回線契約を解約して新たに携帯電話会社の固定電話回線で契約したが、工事後携帯電話が対応機種でないことがわかった。解約すると解約料を請求すると説明あり。
 - ・ 転居前事前に契約継続できる建物であることを通信会社に確認して転居したが、建物の3階までひかり回線が架設できず、契約継続できず、解約料を請求された(個人5)

【相談事例：端末】

- スマートフォンを購入したがイメージと異なる（不具合が多い、電池の減りが早い）。常に電波をやり取りしていること、使いたくなければ「手動」設定にすること等が説明されていない。また、従来の携帯電話の高スペックとして売られているので、メールと通話しか利用しない人が契約し、使いこなせないのが普通の機種と交換して欲しいとの苦情もある。（個人14）
- 防水携帯で水濡れ・腐食する(真水での防水であることがわかりにくい)。（個人14）

【相談事例：高齢者に対する説明】

- 電気通信サービスは日々新たなサービスが開発され、それに伴って機器も多機能になっています。最も顕著なサービスが携帯電話サービスと携帯電話機だと思われませんが、今や携帯電話は小学生から高齢者までが利用しています。消費者も購入時に自分にとって適合したサービス、機器かを十分選択する必要があると思いますが、消費者には理解し難い機能や料金体系があると思います。特に高齢者の相談では、未だ携帯電話機が割賦契約になっていることへの理解がなく、解約時に機器の割賦残債があることに納得されないケースもあります。（かわさきコンシューマーネット）
- 高齢者や仕組みが分からないと言っている人に対しても勧誘している。（中国）
- 高齢者への勧誘時に十分に説明し理解を得られたと販売店・代理店が認識しても、高齢者の理解されていない、誤解されている現実がある。「0円」（販）初回分割支払い金（高）端末代金 等（四国）

【相談事例：未成年者の契約】

- <事例> 高校生の娘が、携帯電話の契約をしようとした。ショップに一人で出向いたところ「親の同意がある」との説明はあり、一旦親に話しはしたもののそのままであった。すると突然携帯会社のものだという人物から自宅に電話がかかり、父親が対応、「〇〇さんのお宅ですか」と聞かれ、続いて「お年はおいくつですか」と聞かれた。とっさに答えてしまったところ、娘に取り次がれ「終わった」とのことであった。その後、突然携帯会社から、娘の携帯利用代金が3ヶ月分滞っているとして代わりに支払ってほしいと連絡が来た。同意書に記載した覚えもない。自分が記載したことになっているのであれば、その同意書を確認したいと主張したが、「契約者である娘の同意がないと出せない」と言われた。自分が書いたことになっているものの確認ができないことと、携帯電話の契約に際して、親の確認であるとの電話での説明もなかった。納得できない。
 - 今回の事例では、同意書を偽造した可能性があったものの、事業者の契約時の確認が不十分であったと思われる。何の為の電話であるのかの説明・更には同意書に「万一支払いが遅滞することがあれば、その解消に努力する」という記載もある為、実質的に子供が支払えない場合、親への請求は必至である。ならば、その旨の確認もすべきではないだろうか。

●また、自身が記載したことになっている「同意書」の情報開示も「契約者」の確認を盾に一旦断られた。センターからの事情説明によって対応してもらったものの、自分が記載したものの確認すら出来ないと言うことになる。(中国)

【相談事例：サイト等】

- ・「無料」と思っていたのに有料であった。
 - ・ポイント使い切りで交信は遮断されると思っていたのに、交信ができてしまった結果、お金を多額に使ってしまった。
 - ・有料であるという表示が分かりにくいサイトが多い。(東海)
- 相談者にも問題があるが、未成年者がオンラインゲームを利用するため、年齢を20才以上で登録。未成年者が利用することも多いので、未成年者利用について注意喚起すべき。(四国)

【その他】

- 相談員自身が、何を契約し、どのような条件なのか把握できていないことが多く、請求書が届いてからトラブルとなっているケースがある。(東北)
- 電話回線工事で1週間ネット不通で、自営業に支障あり。その旨の説明がなかった。(個人12)
- 一人暮らしの高齢者宅にBS放送の電話勧誘があった。契約は断ったつもりでいたが、リモコン操作を試してみましようと言われ、言われるがままに操作をしたら契約になり、後日書類が送られてきてわかった。本人は契約したという意識がないため、高齢者に対してはリモコン操作のみの契約は向かない。(個人11)
- 一人暮らしの大学生の息子のところへBS契約は地デジTVがあれば義務だからと言われ、契約をした。しかしBS放送は見えないのに契約しなければならないのか。義務と言えるのであろうか。(個人11)
- 電話で居住区のケーブルTVがアンテナ線を使わずに見れると電話で勧誘。試用期間の1ヶ月は一切費用がかからないと言われた。FAXでチラシ(A4一枚)を送ってもらったらY社のADSL回線を使ったBというプロバイダであった。チラシにケーブルTVのことが書いていないので何故かを問うが契約締結後に交付する取扱説明書には書いてあると言い張った。後日ケーブルTVは見れないと判明。(個人4)
- 今より安くなると言われ、すすめられるまま契約したが実際は料金が高くなっていた。無料期間終了間際にモデムを引き取りに来ると言っていたが、取りに来ないため料金を払い続けている。(中国)
- 地デジの点検というチラシをみて点検日を予約。点検の後、住所氏名を書いたところ、ケーブルテレビの多チャンネル放送・ネット・

<p>電話の契約であった。点検に対するチェックと想っていた。点検と勧誘の境目があいまいである。(個人14)</p> <p>○ マンション光回線導入の訪問勧誘があり契約。2週間後映像配信サービスを「無料」と勧誘。事業者に勧誘方法について抗議の電話をしたが、「代理店のやったこと」といわれた。(個人14)</p> <p>○ 【提供条件の説明不備・ケーブルテレビ】</p> <p>引越してきた場所が電波障害のため、ケーブルテレビの契約が必要と言われ申し込んだ。その際、衛生放送のチャンネルも契約するプランしかないと言われ、仕方なく衛生放送も申し込んだが、最近近所の人から衛生放送の契約はしなくても良いと聞かされ、驚いてカスタマーセンターに問い合わせたら、「衛星放送の契約は条件ではなく、説明の不備はない」と言って応じてくれない、という相談があります。本件のように自らサービスを望んだのではなく、居住地の環境で必要に迫られてサービスを申し込むような場合は、消費者は事業者の説明を一方向的に信じて契約するケースが多いと思われまます。契約時に消費者が申し込んだサービスについて、契約の動機等も含めた確認があると、本件のような誤解はなかったと思われまます。(かわさきコンシューマーネット)</p>
<p>② 契約締結時における説明に関する電気通信事業者や行政の取組状況の認知度、効果について</p>
<p>【解約時の手続、適合性の勧奨の追加等に関する効果等（効果があった、評価するとの意見）】</p>
<p>○ 効果があると思う。(信越)</p> <p>○ 多少の効果はあると思う。(東海)</p>
<p>【解約時の手続、適合性の原則に関する改善点】</p>
<p>○ 効果はあらわれている。ある業者は、「重要事項説明書」の15項目をチェックし利用者に交付しているが、形式的なチェックで、利用者側にたつてのチェックではないと思料される。(関東)</p> <p>○ ある程度の効果はあると思うが、それ以上に新しい商品・新しいサービス・新しい価格プランなどが強調されているので、トラブル減少にはつながりにくい。とはいえ、これらの取り組みは大変重要である。(関東)</p> <p>○ 店頭でパソコンとプロバイダ、ネット通信をセットで販売される場合、解約手続きはプロバイダ、通信契約とそれぞれ別の手続きが必要であるという説明が、未だ徹底されていないと思われまます。セット契約の場合は、契約時と解約時に解約手続きについて必ず説明をし、消費者がセットで解約出来たと思い、利用していないサービス料金を支払ってしまう不利益がないように望みます。(かわさきコンシューマーネット)</p> <p>○ 説明義務のあり方の追加事項として、解約時の手続きが含まれることに期待したい。とくに、電話勧誘での締結にあたっては、解約</p>

時の説明を同時に行うと消費者の契約に対する理解が深まるのではないかと考える。(関東)

- 高齢者が内容をよく理解しないまま契約してしまう相談も相変わらず寄せられ、家族から解約させたいと連絡が入る場合もあります。消費者の知識、経験等に応じた説明を行うべきと考えます。(全相協 I T 研究会)
- 高齢者が内容をよく理解しないまま契約してしまう相談も相変わらず多く、家族から解約させたいと相談が入る場合もある。消費者の知識、経験等に応じた説明・販売を行うべきと考える。(全相協)
- 利用者の知識・経験に応じた勧誘を推奨しているが、電話で相手の状況を把握するのは困難と思われる。理解していない消費者は、「自分が何について理解していないか」さえ判らない。そもそも電話勧誘には適さないのでは。(個人 1 2)
- 本人が理解不足であったなら契約させない、親族の同意を取るなどの取り組みを願います。そして是非契約内容のわかりやすい契約書面の交付義務の規定を設けて頂きたいと思います(個人 1)。
- 電気通信サービスの勧誘時に、利用者の特性に応じた勧誘を行うよう推奨しているという点だが、関連するトラブルの数は依然多いように思う。推奨ではなく、罰則規定を設けることが望ましいのではないか。(東北)
- 知識、経験等の特性に応じた勧誘に関し、漠然としており、利用者の理解を図りにくいように思われる。又、書面も簡潔に・分かりやすくまとめられる必要を感じる。(関東)
- 例示された 3 点は特に必要である。(個人 5)
- 消費生活センターへの相談件数が増加しているため、トラブルの減少に効果があらわれているとは思わない。(中国)
- 取り組みをしているとは思えないほど、解約・勧誘の際のトラブルや、説明不足から生じるトラブルの件数が多い。(中国)
- より徹底してされるべきと思う。特にネット回線の電話勧誘(映像配信のオプション等も加えて)などについてはトラブルが続いているように思う。(四国)
- 事業者・総務省の改善に向けた取り組みについては知らなかった。現状ではトラブル減少効果があるという実感はない。(関東)
- 相談件数減少などの、相談現場での目に見える効果になるまでには至らない。(個人 1 4)
- 特典が強調され解約の条件等について詳しく説明されていない相談が多く見られます。特に初期費用を無料にしたり、通信サービスと通信機器やパソコン等のセット販売などの場合は条件として契約期間が定められ、途中で解約するとキャンセル料や商品代金が請求される場合が多くなっています。解約時の条件については、消費者が理解できるように十分な説明が必要と考えます。(全相協)(全相協 I T 研究会)

【書面交付に関する改善点】

- 契約時に店頭で、料金プランなど様々な説明がされる。「重要事項の説明」としてチェックボックス等が設けられた契約書がわたされ、同時に様々な説明書きも手元に届くが、実際のところ、どの内容が「重要事項」なのか、消費者にはわかりにくいのではないだろうか。「数枚程度の書面にして渡す」取り組みとのことであるが、消費者は本当に理解できているのだろうか。疑問。(近畿)
- 重要事項をまとめて書面を交付する際に、口頭でも十分な説明が必要と思う。(東北)
- 電話勧誘販売の場合契約書に署名しないため、契約したという認識がなく、交付された書面を見ないで放置してしまう傾向がある。(個人14)
- 利用上知っておく必要のある重要な事項のみをまとめた書面を交付せずに勧誘が出来る点。(個人4)

【その他】

- 総務省の担当者に問い合わせたところ、「法律に基づき、各社に説明が足りない点の改善や、代理店への指導を申し入れている。特に契約25か月目に解約料がかからなくなることは、文面では分かりにくいので、図で描くよう申し入れて改善した業者もある。書面の記載の分かりにくさは、意見を頂いた時に、その都度、業者へ改善を要請したい」とのことだった。(関東)

③ 契約締結時における説明に関する改善点について

【取り組むべき課題：制度面】

- 明らかに適合性に欠けるような勧誘行為で契約がされたような場合は、契約の取り消しが出来るような民事ルールが整備されないと、トラブルの減少に繋がらないと思われます。(かわさきコンシューマーネット)
- 契約締結時の説明ではなく、勧誘・商品説明時に早めに知らせしてほしい情報があるのではないか。無料お試し期間やクーリング・オフ制度の導入も考えてほしい。(関東)
- 説明不足が多いと感じる。書面交付義務やクーリングオフについて電気通信事業法の改正や事業者側の自主ルール作りが望まれる。(中国)
- 訪問販売にせよ、電話勧誘販売にせよ、契約書を見ても自分の契約がどのようなものか分かりにくい。電話勧誘で申し込みをしたら、契約解除ができないことは消費者にとってとても不利益である。事業者も通信契約にはクーリング・オフができないから適当に事実不告知や不実告知をして契約させるような事例が多発する。だからこそ、電気通信事業法にも書面交付義務とクーリング・オフの規定を設けてほしい。また不備書面を交付した場合、クーリング・オフの起算日が起こらないようにしてほしい。(個人2)

- 契約内容を理解した上で契約できるように契約前に概要書面の交付の義務付けを求める。また、通信サービスにもクーリング・オフ制度の導入を求める。(個人3)
- 電話勧誘を行おうとする事業者は契約締結前に利用上知っておく必要のある重要な事項のみをまとめた書面の交付を義務化する。(個人4)
- 契約内容、サービス内容、解約条件等について分かりやすく書かれた書面を、契約時に交付すべきと思う。(契約者が、自分で契約内容を確認・理解できるように)。現状交付されていても内容不足、分かりにくいものが多いように思う。記載内容を定め、様式を示す等した方がよいかと思う。(四国)
- 契約時に十分な説明がなく、特に解約する場合の説明が十分でないために、消費者が不利益を被る場合が見られる。契約書の交付時に、解約時の案内を書面で交付することを義務化してほしい。(個人2)
- 電話だけで契約させるためトラブルに発展しやすい。電話勧誘の後、消費者の請求に応じて資料を無料送付すべき。(中国)
- 電話勧誘販売においては、口頭での契約締結を認めるべきではなく、文書もしくはWEBでの契約を義務付けること。(九州)
- 電話勧誘の場合、契約者が交付された書面に署名し返送するという仕組みを導入してほしい。
- 通信サービスの契約内容は電話で説明を聞くだけではとても説明を受けきれない複雑な契約である。電話での勧誘後に必ず概要書面を送り、消費者がその内容に納得した上で契約に進むよう、法整備を求める。(個人3)
- 契約関係が複雑なので、1契約で複数の契約がある場合には消費者に分かるように契約先を明確にして説明をしてほしい。書面交付義務ができれば、すべての規約をわかりやすく明記することになると思われる。(個人3)
- 業者の不実告知による契約解除の場合、他業者に支払うべき回線工事費などについては不実告知を行った業者が負担するよう法律で明記すべき。(個人4)

【取り組むべき課題：契約方法の在り方等】

- 一応のカタログ、見積書などは置いていくものの、個々のニーズにあった説明はどこにもなく、具体的な工事の仕方や回線、この部分がこのように安くなるなどの価格に関する事は手書きのメモで済ませ、それを消費者に渡さず持ち帰ってしまう事業者がいる。消費者は「事業者がこのように言ったので契約した」と言うが、客観的な証拠が何もない事は問題であると思う。(関東)
- 通信も保険と同じように仕組みや契約内容が複雑ではないかと感じます。そのような複雑な契約内容を、一回の電話だけで消費者に説明し、理解してもらうことは困難です。そこで、生命保険協会などが作成している「契約のしおり」などのように、基本的な契約内

- 容や注意点などについて統一された案内書の作成や、関連事業者間で説明義務を果たすなど連携モデルの実施をお願いします。(個人7)
- 重要事項説明書、契約書に赤字赤枠で大きく、「お読みください」「保存してください・要保存」「問合せ先電話番号」を書く。キャンペーン等で解約料のかかる期間等がある場合、「解約料〇〇円」、「解約料不要で解約可能な日、〇月〇日～」等契約者本人用に具体的数値を勧誘員が書き込んだものを配布する。家電製品の保証書のように保管を促すよう口頭でも伝える。(個人14)
 - 契約成立時点がID・パスワードを入力した時点である等、消費者には分かりにくい契約がある。(四国)
 - 契約に係る説明が不十分であり、契約内容についての見解の相違があった。書面は、契約後にサービスの申込書として契約先から送付されているが、当該契約内容が確認できるよう、契約時に分かりやすい契約書の交付ができないか。(九州)

【取り組むべき課題：説明方法の在り方、内容等】

- 消費者みずから通信事業者との契約締結の意志が明確な時は、目立ったトラブルの相談は少ない。不意打ち的な電話勧誘等での契約は消費者の契約内容に関する知識が乏しいことを念頭に置いて説明を行ってほしい。(関東)
- サービスを売る側としてはメリットを誇張する方向に走りがちだが、契約においてはデメリットの確認に重きを置くようにすることでトラブルを防ぎたい。(関東)
- 相談員と言う仕事をしているものでも、通信の契約内容の複雑さから、書面を一読するだけですぐに内容を理解することは難しいです。一般の方や高齢者の方であれば、電話で1回説明されたり、送られてきた書面を見るだけで、理解するのは困難ではないでしょうか。このような理由からも、電話で勧誘後、書面が送付されたとしても、さらに、その書面を用いて、電話または口頭で説明することを義務として頂きたいと思います。(個人7)
- 携帯電話のパケット定額制について、使用者が中高生でなくても定額制の仕組みがあることを誰にも説明してほしい。(中国)
- (相談事例Cについて) 事業者の相談窓口担当者は、「消費者にオプションサービスを強引に勧めることは推奨していない」との返答だった。しかし、販売の現場では実際にオプションサービスを付けることが契約の条件となっている。消費者側が自由に選択できず、問題だと思う。(関東)
- 通信端末に付帯して他の商品も契約する形式になっているものについて、主に販売事業者の説明が不足し、消費者にとって有利誤認するケースがあるのではないかと、というケースについての意見です。例えば、データ通信カードとパソコン、ゲーム機などのセット販売や、通信カードにさらに携帯電話をセット契約させて、パソコン等付帯物を契約する、といったケースについてです。販売実態としては、パソコンが契約の一部であることを、契約者が正しく理解に至らない状態で契約しているものもあり、あたかも無料のおまけで

あるように説明されたという苦情を担当したことがあります。付帯物であるパソコンについて、書面の交付がなく、解約料についてのわずかな説明があるだけで、口頭での説明も不足しているため、通信機器が家では使用できない等のトラブルになってから、パソコンが契約の一部であり、解約に際してパソコンの費用負担を求められるケースについて、他の相談事例の中でも見受けられました。端的に申し上げますと、事業者は解約に際しての違約金説明を今より丁寧に行うこともさることながら、付帯物を契約の一部に含める際は、消費者に対し通信端末と付帯して有償の商品を契約する旨を明示し、通信料金等を含めて、消費者に支払させるという事実を明確に伝えなければならないと思われまます。消費者にとっては、事実が明らかになることで、選択の幅が広がることになると私は考えます。つまり、料金負担を大きくして付帯物のついた契約をするのか、通信端末のみを契約するのか、判断がしやすいのではないのでしょうか。（個人15）

【取り組むべき課題：適合性】

○【パソコンとプロバイダのセット契約】

突然「パソコンをやったら面白いですよ」と電話があった。「高齢なのでできない（80歳）」と断ったが、「高齢でもやっている人はたくさんいる」と勧誘された。説明は難しく理解できなかつたし、費用についても分からなかつたが、本当にパソコンができれば楽しいだろうと思って承諾してしまった。

数日後、パソコンが配達され5000円請求されたので、配送料かと思って払った。その後電話会社からも機材が配達されたが、何に使うものかさっぱりわからない。一人暮らしで、身近に教えてくれる人もいないので、パソコンが使えない。そのうえこれまで2000円程度だった電話料金が5000円に増えてしまった。解約を申し入れたが、違約金が3万円かかると言われ、困っている。

本件は電話勧誘で新たに増えてきた相談です。

電話で通信サービスを勧誘する場合、相手が勧誘するサービスに適合性があるかどうかの確認が先ず大切です。知識及び経験は、ある程度電話でも確認出来ることだと思われまます。従って適合性に欠ける消費者への強引な勧誘は絶対に避けるべきです。特に本件のようなセット契約を勧める場合、おまけのようなパソコンの説明よりも、解約制限のあるプロバイダ契約について、料金及び解約料の説明を尽くすべきです。その上で、特商法の趣旨と同じく、電話勧誘で契約した場合は、遅滞なく書面を交付することや、消費者から一定期間は無条件解約出来る権利が必要だと思われまます。（かわさきコンシューマーネット）

○ 利用者の知識のレベルに応じた説明が必要と思う。（東北）

○ 高齢者が増えるにあたり、経験と知識に合わせた説明が必要、ただし高齢者の契約を拒否することなどないよう配慮すべき（個人5）

【取り組むべき課題：代理店の指導等】

- 携帯電話・サービスの例として、機能やサービスの多様化に伴い、料金システムやサービス内容が複雑化し、すべてを理解することは消費者には困難であり、事業者や販売代理店の説明が頼りです。当然、消費者は提供される利便性を優先して契約します。そこには消費者が見逃してしまう事実も存在し、事業者側には十分な初期説明義務が存在します。情報化促進は誰にも簡単に共有されることが必要ですが、しかしマニュアルのためのマニュアルという作法だけでは、トラブルは解消できず、優良な販売教育とともに的確な人員配置が求められます。(近畿)

【取り組むべき課題：利用者への情報提供等】

- 契約・解約時の説明すべき事項について、消費者の知識が少ないように見受けられるので、消費者への周知も大切と思われる。(東北)

【その他】

- 沢山の機種から顧客のニーズに合わせた商品を案内できるよう、ケータイアドバイザー制度などをもっと活用してほしい。(個人14)
- 契約をし、回線手続きを取るまでに数社（回線工事、回線手続きは別会社）との関わりがあり、工事期日の変更や回線手続きの要請は本人が行わなければならない。担当者が責任をもって手配するようにできないか。(九州)
- 「重要事項説明書」に例文、逆に利用者用重要事項説明書なるものを備え、各項目ごとに利用者が業者をチェック、確認をして納得する方法をとるようにする。(関東)

(3) 契約締結後の対応のあり方について
① 不適切な説明や期待していたサービスと異なることなどから契約を取り消したいと感じた経験、相談事例
【相談事例：説明不足、不適切な説明（全般）】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 電話勧誘で通信料が安くなると説明され申込みますが、使えない番号があったり、電話会社が変わる契約だと後で知り解約したいという相談があります。(全相協 I T 研究会) (全相協) ○ 「プロバイダ料金が今より安くなる」「キャッシュバックがある」などのメリットのみを強調されて契約したが、実際は異なっていた。(関東) ○ デジタルフォトフレームの通信料が無料である旨、事実と異なる説明を受けた。(九州) ○ インターネット回線（フレッツ光）の契約をすればパソコンを無料であげると勧誘された。実際は、回線の契約だけではなく、映像配信サービスや音楽配信サービスなどの契約も結ばれていた。(相談員の認識なく) (東北)
【相談事例：エリア、通信速度】
<ul style="list-style-type: none"> ○ パソコンとデータ通信カードをセット契約。使用可能ということで契約したのに、電波が弱く使えなかった事例。(四国) ○ 通販でプロバイダとモバイルパソコンを契約したが通信状態が悪いので解約したい。(個人 1 2) ○ パソコンの「通信速度が速くなる」との説明により契約したのに、速度がむしろ遅いという相談。事業者もマニュアルでは、そのような断片的な表現は絶対にしないことになっていると反論され交渉に苦慮しています。(個人 1 3)
【相談事例：セット販売等での違約料金に関するトラブル】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 無線型のネット通信サービスと激安パソコンの抱き合わせ販売 知識が少ない消費者に対し「どこでもつながる」と説明したが、引越しをしたらつながらなくなってしまった。解約するならば高額な解約料かパソコンの値引き分を払えと要求。(東海) ○ 相談の中には、「通信サービスとパソコン等をセットで契約し、つながらないなどの理由で解約を伝えたら、高額なキャンセル料(パソコン代金等商品代金)が発生した」という相談があります。(全相協 I T 研究会) (全相協) ○ 携帯電話会社の店頭でパソコンを無料で販売していたので購入したが一ヶ月通信料が高く解約を希望。違約金がかかると聞き驚いた。納得できない。業者の対応に不満。(個人 1)

○ 光電話とプロバイダ契約をすれば無料で中古パソコンをあげると言われて契約。契約期間内にパソコンが壊れ、解約を申し出たが、高額な解約料必要なので期間満了までネットができないのにプロバイダ料金を払うことになった上、廃棄料までかかった事例。(四国)

【相談事例：解約手続き】

○ 「携帯電話の解約を申し出、業者から書面を送付すると言われ、届いた書面に記載し返送したが、クレジット会社から料金が引き落とされていた。」という相談がありました。その他に、「解約を申し出たが、利用料の引き落としが続いていた。」という相談が多く見られます。解約時の対応について改善を望みます。(個人8)

【相談事例：契約相手方】(大手企業だと思っていたらそうではなかった)

○ 電話勧誘で、販売代理店名を聞き取れず、大手電気通信事業者と思いこんでいたという声が多く寄せられている。(中国)

【相談事例：端末】(端末の機能が思ったものと違った、説明と違った、自己の環境では使えなかった等の相談がある。)

○ 携帯電話店で、欲しかった機種にはある特定機能が付いてなかったため、販売員に機能付きの機種を探してもらって契約した。しかしその機種も機能付きでなかったため苦情を言ったところ、現在その機能付きの機種は販売していないとのことだった。それなら元々欲しかった機種に変更してほしいと言ったが、変更はできないと断られた。(中国)

○ 独居の高齢者が訪販で携帯電話機を購入した。電話機の使い方が分からず、コールセンターに電話したが機械応答のため対応が出来ず、日数が経過した。全く使っていないが、残債・解約料を請求された。(個別14)

○ 誰でも簡単に使えると説明された携帯電話だったが、海外での時刻設定が自動で行えなかった。故障かどうかはわからず手動でやってほしいと言われたが面倒。(関東)

○ 不適切な説明があったか否かは不明でも、期待したサービスが利用できなかったり、使いにくい、操作が面倒、条件によって使えないなどの苦情が増えていると感じる。特に第4世代のスマートフォンや海外携帯電話サービスなどで説明や広告で利用できると思ったり、料金体系などでのトラブルが発生していると思う。(関東)

【相談事例：料金関係、解約料】

○ 高齢者が携帯電話を契約した後の請求が予想以上に高額で契約変更したいと望んだケース。(東海)

○ 他社より安くなると言われたが、必須オプションを付けると実際は現在の会社のほうが安かった。(中国)

○ 電話代が安くなると電話勧誘で勧められ、費用はいらぬといわれたのに、変更にあたり解約した電話会社から請求された事例。(四国)

- 電話回線変更の費用説明がなかったため解約したい。(個人12)
- 相談者(62才視覚障害者の男性)、月々のプロバイダ利用料が今利用している業者より安くなると電話勧誘を受け契約。3日後届いた書面をみると実際は安くならず、すぐに解約を申し出たが契約後であったため5千円の違約金を請求された。(個人4)
- 独居の高齢者宅に、地デジの点検に訪問したケーブルテレビ社員が地デジ視聴可能に工事を行った直後、多チャンネル放送等を勧め契約。月額利用料が高額なのに気づきすぐに解約を申し出たが、6か月分の利用料を解約料として請求された。(個人14)
- 【ケーブルテレビ】
住んでいるマンションに突然「マンションがケーブルサービスに加入したので、地デジの説明をしたい」と来訪した。既に地デジ対応テレビを使っていると伝えると、「当社のケーブルテレビを契約すると、色々な番組が楽しめます」と勧められたので安易に契約した。しかし、番組表を良く見ると、あまり興味のある番組がない。2日後に解約の申し出をしたが、解約料が必要と言われた。(かわさきコンシューマーネット)

【相談事例：高額パケット】

- 契約者の父親に通話とメールのみの使用のみ許可されてた中学生が写真付きメールを友人と交わしたところ高額なパケット料金が発生し、父親から苦情。写真送信がパケット料が発生することが理解されず。(個人5)
- 携帯電話の料金プランを安いものにしていたのに、10万円近く請求されたので、業者に問い合わせたが、利用されているので支払ってもらおうと言われたという相談があった。(パケット料金の説明不足による高額請求トラブル)(中国)

【相談事例：適合性】

- 7年前に訪販で通信回線ISDNの解約手続きがなされないまま、光通信回線を契約していた。(相談者はISDNが解約されていないとは知らなかった。光回線もISDNも同じ通信事業者)。昨年12月に光回線とプロバイダがセットになったものがお得だと通信事業者の営業から勧誘された。勧誘員は既に光回線契約があることを知っていた上で契約をさせた。(光回線事業者とプロバイダは2回線とも同じ会社)相談者は今の光通信回線契約の契約変更だと思っていた。しかし実際はISDNの契約を解約して、新たな契約をさせていた。
締結時にISDNを光通信回線契約になる説明がなく、契約書を見ても変更になっているので、ISDNからの変更だとは判断できず、また勧誘者が意図的にうその記載があった。
2回線の契約があることに気付かずにいたが、料金の2重引き落としが続き、通信事業者に連絡したが、説明もないまま放置されて

いた。通信事業者を消費生活センターに呼び、相談者と三者会談をして事実確認をしたところ、勧誘した営業は高齢者でも光通信回線を2回線契約することもあるので、勧誘に問題はないと言い放った。しかし相談者はメールくらいしかパソコンを使用しておらず、2回線必要がないので、1回線は取消を希望。取消となった契約は2年間の縛りがあったようで、プロバイダから違約金5250円の請求があった。違約金請求があることを通信事業者は分かっていたが、説明もせず、相談者に払わせようとした。(契約者81歳、男性)(個人2)

【その他】

- 現在、電話での勧誘の会話だけで口頭で契約がなされているが、通信事業の契約は大変複雑であり、しっかり内容を理解してできていないことがある。契約後書面が届き、思っていたことと違っていると苦情になるケースがある。(個人3)
- インターネット接続サービス関連会社から電話での加入勧誘があったが、「年寄りで説明をうけてもわからない。」と答えたが、契約したことになっているのではと心配してしまった。との相談事例あり。業者も一言「契約には関係ない。」と回答すべきである。(関東)
- 特に出会い系サイトのトラブル(「〇〇〇万円をあげる」という言葉を信じてやりとりを続けてしまう等)。(東海)

② 契約締結後の対応に関する電気通信事業者や行政の取組状況の認知度、効果について

【電気通信事業者が個別対応する取組に対する効果等(効果があった、評価するとの意見等)(高額パケット等)】

- パケット定額制にせずパケット料金が高額になった場合など、個別迅速に対応されることが多い。(一部されない事業者もある)。(個人14)
- パケット定額制を利用せず、高額な請求になった場合、パケット定額制に加入し、1回のみパケット定額制に沿った料金になる対応を始めたと聞いている。トラブルの減少につながると思う。(関東)
- このような対応がないと、高額請求に対して消費者が救済されない。(個人12)
- 効果があると思う。(東北)
- 効果あり。(関東)

【電気通信事業者が個別対応する取組に対する改善意見等】

- 相談員なのである程度知っているが、事業者や担当者によって対応が違うので、業界としての統一したトラブル解決への取り組みをしてほしい。総務省も業界団体ももっとトラブルに対して敏感になり、対応策を迅速に講じてほしい。(関東)
- 取組みは知っている。消費者が直接販売店に相談を持ち込むのであれば、センターが受けるトラブル件数の減少になると思う。

ただ、販売店が消費者が理解するまで説明するか、また消費者が契約時の説明をどこまでしっかり聞いて覚えていられるかに疑問が残る。販売会社の相談窓口の案内をしっかりと周知し、窓口オペレーターが確実に対応できるよう教育することが必要。(中国)

○ 取組が周知される必要があるように感じる。(関東)

○ そもそも定額制等ほとんどの加入者が利用し、高額な請求のならないよう手当てしているのであるならば、料金体系を見直すべきではないか。(信越)

○ 通信料金(パケット料金)の定額制については、ある程度消費者にも周知されてきたために、トラブルの件数は減少していると思われます。しかし、新たにパソコンとモバイルデータ通信のセット契約で、定額制の額にランク(約3,000円~7,000円)があり、勧誘時は最も安い定額制で利用出来るような説明をして、実際は最も高額な定額料金が発生しているという相談や、普段あまり携帯のネット利用はしないのでパケット定額制の契約をしていなかったが、機種変更をしたら突然高額な通信料が発生するという相談も寄せられています。

このような相談では、同じようなケースでも事業者ごとに対応が違い、更に担当者によって対応が違うのが現状です。一部の事業者の取組みではなく、ガイドライン等で、定額制の説明がなかったために、高額な通信料が発生した場合は、最初に限り定額制の料金で対応するというような指導が望まれる。

また、定額制にランクがあるような料金体系の場合には、どの程度の利用で、どの定額制になるのかという目安の表示と説明が必要です。(かわさきコンシューマーネット)

○ パソコンの売買は契約時に終了しているので値引き分を要求するのはおかしい。販売時「どこでもつながる」と説明したのはうそであった(つながらないエリアがある)ので、解約料を求めるのもおかしいと交渉したが、ごくわずかな譲歩しか得られなかった(販売員が退職していて証明できないという理由)。対応は人によってケースバイケースの印象があり、おかしいと感じる。(東海)

○ そのような対応がされればありがたいが、どこまで徹底されているのか疑問。例えば販売店やコールセンターへの相談で即そのような対応がされるようになっているのか。「高額なパケット通信料を請求されている」という相談があると、電話会社が定額料金を適用して解決するケースが多い。それ自体は前進だと思うが、個別の案件によっては、キャンセルによる措置が妥当な場合もあると思われるので、安易に定額料金で解決しないように注意が必要である。(九州)

○ 携帯電話で定額制に加入していなかったために高額請求になった相談について、初めての場合は定額料金で対応されていることは相談の早期解決となっています。しかし、勧誘時の説明不足については、「事業者が解約の申し出をしたら高額なキャンセル料がかかる」と

分かった。解約条件等について説明がなかった。」等の相談については、消費者が説明不足を伝えても対応されていないことが分かります。(全相協 I T 研究会) (全相協)

- 取組については知らない。効果についてもわからない。(関東)
- トラブルの減少に効果があると感じない。(中国)

③ 契約締結後の対応について、その他気付いたこと

【取り組むべき課題：クーリングオフ】

- 高齢者に対し本人が契約をためらっているのに強引に契約をさせていました。本人は高齢のためなかなか業者への電話がつながりにくく解約の申し出方法がわからないと相談にこられました。電気通信サービスにもクーリングオフ制度を設けていただきたいと思いません。(個人1)
- 電話勧誘、訪問販売での契約でもクーリングオフの適用がないため、トラブルになる。業界ガイドラインなどで8日以内の解約制度があっても、その期間内に工事をしてしまった場合は、工事費等を支払うことになる。8日以内に解約を申し出た場合、工事費の原状回復費用を業者負担にすべきと思う。(個人14)
- 業法(電気通信事業法)が定められている為、電話勧誘の場合でもクーリングオフの対象にならない。(高齢者が良くわからず、安くなるなどの説明を受けて承諾してしまうケースがある。)(関東)
- 電気通信サービスは特定商取引法の適用除外となっていますが、電話勧誘も多く、十分内容を理解しないまま電話で申込み、よく考えたらやめたいとの相談も多くなっています。高齢者が内容を理解しないまま電話や通信回線等の契約をするケースも見られます。
また、「電気通信事業法」では、電話勧誘で申込んだ場合、遅滞なく書面交付となっていますが申込をしたあとに詳しい書面が届くのは順番が逆と考えます。電気通信サービスは、1つの契約に様々な事業者が関わり契約内容が非常に分かり難いサービスです。やはり、書面を見て内容をよく理解してから契約とすべきではないでしょうか。
少なくとも、特定商取引法と同等のクーリング・オフの規定が必要と考えます。(全相協 I T 研究会) (全相協)
- クーリング・オフ制度の導入(九州)
- 契約申込後、契約書面の交付、通信環境の確認や操作能力の確認をする重要事項説明と実地の確認し、その後契約成立、契約成立前の無条件解約またはクーリングオフの適用等が必要。(個人5)
- 突然電話で説明され、複雑な通信の契約が成立してしまうことに、無理があると考えます。特商法にクーリングオフが規定された背

景を考えましても、通信契約に於いても、電話や訪販による契約にはクーリングオフが必然だと考えます。(個人7)

- 電気通信事業法は消費者被害を直接救済するための条項がなく、他の法律を利用せずには問題解決ができないのになぜこれで十分とするのか理解できない。せめて電話勧誘などの販売方法によっては契約について熟考し、無条件で解約できる期間を消費者に与えるべきである。(個人4)

○【スマートフォン】

2か月前、機種変更に際し、スマートフォンの契約をした。外では使用できたが、家の中では通話もメールも出来ない。ショップに申し出たら、電波状況の改善のための工事を勧められたが、工事完了は約2か月先になると言う。また、機器そのものも、起動不良が起きたり、途中で電源が落ちるなど不具合が頻発する。解約したが、解約には機器代48,000円が必要と言われた。

【0円パソコンとデータ通信】

自宅でネットの通信講座を受けたいと思い、店舗に行き、担当者に自宅のネット環境と利用目的を伝えた。担当者から0円パソコン付きの定額制のデータ通信を勧められ契約した。しかし、自宅で接続したが繋がらず申し出たが、調査の結果、店舗は建物自体、無線ラン接続されるが、自宅は環境がないため接続出来ないことが分かった。解約には解約料が必要と言う。

このように、勧誘及び契約時に、サービスの内容や環境に伴うリスク説明等が明確にされなかったために、思ったサービスが受けられず、トラブルになる相談も多く寄せられます。

特に現在は携帯電話やスマートフォンなども外で利用するだけでなく、家の中で固定電話の代わりに利用する消費者が多くなっており、事業者もこのような利用状況に則した、サービスの質の説明と、リスクに関する説明が求められます。特にベストエフォート型のサービスは、必ず消費者がリスクを理解できるような説明が必要です。

一方、訪問販売で契約した事例のような場合でも、電気通信サービスの契約は特定商取引法の適用はありません。しかし、本件のような訪問販売による不意打ち性のある契約は、消費者が契約を熟慮する期間は必要です。消費者契約法の適用はあり、不実告知や不除去による契約の取り消しは有効ですが、それだけでなく特定商取引法の趣旨と同じく、一定期間は無条件解約が出来る民事ルールは是非望まれます。(かわさきコンシューマーネット)

【取り組むべき課題：解約手続き】

- 無料期間が過ぎたら有料になるが、無料期間だけ使用してやめる場合、返送すればよいと思っている人が多い。何も連絡せず返送して、支払いを巡りトラブルになっている。また、電話をかけても繋がらない場合、放置し、トラブルになっている事例もある。解約方

法については、もっとわかりやすくすべきである。電話番号と文書の送付先をあわせて明記してはどうか。(中国)

【その他】

- 電気通信事業者の対応にばらつきがあること、海外からの参入事業者に対して総務省や業界団体などが対応できていない点などの改善をしてほしい。(関東)
- わかりやすい、納得できるパンフレットや案内書を用意すべき。電気通信サービス関係の説明書やパンフレット等は文面がむずかしいものがある。(関東)
- 携帯電話の中途解約に伴う違約金と消費者契約法の関係について、今後の動向を見守りたい。(関東)
- すべての契約者に0円から始まるパケット定額制を導入すべきだと思う。(個人14)

(4) 苦情処理・相談体制のあり方について
① 適切または十分な苦情対応がなされなかった経験、相談事例
【相談事例：相談窓口の電話対応】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 解約したいと思って、電話をするがいつも話し中で電話がつかないという相談があった。(中国) ○ 「電話がなかなかつかない」との相談が相変わらずある。(個人9) ○ 消費者が事業者の問い合わせ先に電話しても込んでいてなかなか通じない。消費者対応部門の充実を求める。(個人3) ○ 「電話での相談窓口がない」との相談が相変わらずある。(個人9) ○ 解約についての窓口・担当者が一定しておらず、架電するたびに担当者が変わっていた。(東北)
【相談事例：対応の悪さ】(たらい回し、マニュアル的対応)
<ul style="list-style-type: none"> ○ 全く覚えのないパケット代の高額請求に対し電気通信事業者に調査を求めたが、定額制の適用等減額処理を提示しただけであり、消費者の要求に対しては時間ばかり引き延ばされ、窓口にお問い合わせでもたらい回しにする、問題解決意識の全くない事業者に関する相談を受けた。(関東) ○ 「契約をしたプロバイダと話がしたいのに、回線の件だという回線会社に回される。たらい回しにされる(フリーダイヤル)」という相談があった。(関東) ○ 携帯電話の公式サイトであるゲームの件、未成年の子供が保護者の携帯電話でSNSサイトの運営する無料ゲームにアクセスし、アイテムを購入した。減額交渉の場で、携帯電話会社は収納代行、SNS会社は決済を代行しているのみ、ゲーム会社はゲームを作っているだけという。責任の所在があいまい。(個人14) ○ レンタルパソコンと通信の契約が一体になった契約で、パソコンが故障した際、勧誘してきた代理店に電話をしたが、たらいまわしにされ、どこに問い合わせればいいのかわからなかった。(個人7) ○ インターネット上でプロバイダーに登録直後、やはり契約破棄したいと考え、直接電話を掛けたら違約金を払わなければ解約できないと言われた。サービスを利用していないのにおかしい と言う事例。(関東) ○ 最近の事業者の苦情処理・相談体制は、カスタマーセンターなどが地方や海外にあり、利用者とのやりとりがマニュアルでしか行われていないためその対応の不備な点が苦情として消費者センターに入ってくる。事業者の相談体制の見直しが必要であると思う。(関東)

○ 消費者からの「カスタマーセンター、コールセンターがマニュアル通りの一方的な回答以外しないので話し合いができない」などの苦情は相変わらずあります。(個人9)

○ **【モバイルデータ通信の解約】**

2年前に契約したモバイルデータ通信を解約しようと思い、電話した。その際、「使用しない月は0円、最大でも4,200円になるプランがあるのでどうですか」と勧められた。しかし、これまでのプランは解約する、新しいプランは検討して、入る場合は再度連絡すると伝えていた。しかし、その後2か月間利用料金が引き落とされていた。苦情を申し出て、返金を求めたが、「録音を確認したが、明確な解約申し出がないので返金できない」と言う。

【プロバイダの解約】

4年前に電話勧誘でプロバイダの契約をした。1年前に失職し、サラ金業者の返済等でプロバイダの料金が3か月支払えず、事業者は「支払い困難なので解約したい」と申し出た。しかし、このままでは解約出来ないとわれ諦めた。もう1年間分の料金を支払っていないが、何とか解約したい。このように消費者が事業者から苦情も含めた相談をした時に、説明の不備や、対応がマニュアル通りで、相談者一人一人の話に耳を傾けると言う気持ちが足りなかったのではと思われる相談が多く寄せられています。消費者にも契約責任は当然ありますが、消費者の相談窓口の担当者には、トラブル原因が何処にあったのかを丁寧に聴き取り、対応するよう要望します。(かわさきコンシューマーネット)

【相談事例：技術的なトラブルへの対応】

○ 契約上の問題ではなく、製品不良・通信不良などの技術的なトラブルへの対応が悪い。製品メーカーと直接交渉できず情報も入らないため、技術的なトラブルの可能性の場合、時間と手間が非常にかかり、通信事業者経由の説明では技術的な質問の回答にならないこともあった。(関東)

○ 苦情を受ける窓口となったショップの人が技術的な知識がなくデータを移動する際に不備があった。(関東)

【センターからの事業者への連絡について】

○ 消費生活センターで受けた相談に関し、事業者へ連絡したところ、個人情報があるので、センターではなく直接契約者と話し合いますと言われた。契約者はセンターに相談し、了承の上業者に連絡していることを伝えたが、聞き入れてもらえず。(内容に特別個人情報上の問題はないと思われる。)事業者の対応は問題と思います。(個人8)

○ 解約について相談者の受けた印象をそのまま文章にして内容証明を送ったが、「事実と異なる。」として書き直しを指示された。(東北)

- 大手情報通信事業者のお客様相談室に、インターネットオークションに関する相談で明らかに犯罪に該当すると思われる事例がありました。相談者から送られたメールのコピーを事業者相談室にファックシミリにてご覧いただきたい、ダメであれば郵送したい旨を伝えましたが、どちらも拒否されたため、電話口で手紙を読み上げ、解約の交渉をお願いいたしました。それまで、1か月近くの解約交渉には応じていただけなかったのですが、文中に「総務省に実態を情報提供したい・・・」という内容があったためか、その後すぐ「特例として」解約となりました。特商法関係では、所詮、悪質事業者と言われるような事業者でも、相談者の手紙を受け付けないというところはまずありません。日本を代表するような大手事業者がこのような消費者対応を行っていることは大変に問題ではないかと考えます。(個人13)
- 電気通信事業者のお客様相談室に消費者からの相談について確認したところ、「12時半にかけなおしてほしい。」と言われたことがあった。なぜなのかと質問すると、「これから昼休みだから。」との返答であった。その姿勢には、幻滅させられた。(関東)
- 消費者から相談を受けても、相談員自身が複雑な相談内容を理解するのに時間がかかる状態であり、問題点を的確につかみ、事業者に伝えることが大変難しい(個人3)

【その他】

- 苦情等なし。(関東)
- 7年前に訪販で通信回線 I S D N の解約がなされないまま、光通信回線を契約していた。(相談者は I S D N が解約されてないとは知らなかった。光回線も I S D N も同じ通信事業者) 昨年 12 月に光回線とプロバイダがセットになったものがお得だと通信事業者の営業から勧誘された。勧誘員は既に光回線契約があることを知っていた上で契約をさせた。(光回線事業者とプロバイダは 2 回線とも同じ会社) 相談者は今の光通信回線契約の契約変更だと思っていた。自分が 2 回線の契約があることに気付かずにいたが、料金の 2 重に引き落としが続き、相談者が通信事業者の勧誘した営業に連絡したが、説明もないまま放置されていた。プロバイダにセンターからも苦情を伝えたが、「その問題は処理している」と言って何ら説明をすることなく、電話を切られた。プロバイダに電話するとプロバイダ契約が 2 契約されていることが分かった。このままでは 2 重払いの原因が分からないので、通信事業者を消費生活センターに呼び、相談者と三者会談し、事実確認したところ、勧誘した営業は高齢者でも光通信回線を 2 回線契約することあるので、勧誘に問題はないと言いつつ放った。しかし相談者はメールくらいしかパソコンを使用しておらず、2 回線必要がない。個人使用においては光通信回線を 2 回線引く必要は通常ない。通信事業者は自分たちの問題勧誘があったことも認めず、今までの 2 重契約分についても補償することなく、自分たちの落ち度は一切認めなかった。1 回線は取消。取消となった契約は 2 年間の縛りがあったようで、プロバイダから違約金 5 2 5

0円の請求があった。違約金請求があることを通信事業者は分かっていたが、説明もせず、相談者に払わせようとした。(契約者 81 歳、男性) (個人 2)

- 出会い系サイトにおけるサクラ行為が疑われる相談 (信越)
- 出会い系サイトに対して、郵便で苦情を申し出ようにも、郵便が届くことは稀で、仮に送達されたとしても、苦情に対して一切対応しない。また、こちらからの架電に対し「折り返し連絡する」と回答するが、折り返してこない。(九州)

② 苦情処理、相談体制に関する電気通信事業者、行政の取組状況に関する認知度、効果について

【取組に関する認知、効果等】

- センターから相談室に連絡した際は、適切に対応して頂いています。(個人 1 2)
- これらの取組みについてトラブルの減少に効果があるかどうかについては、効果はあると思われませんが、取組みが始まったばかりであり今後に期待するところです。(全相協 I T 研究会)
- これらの取組みについてトラブルの減少に効果はあると思われるが、取組みが始まったばかりで今後に期待する。(全相協)
- 消費生活センターと事業者のホットライン、相談員向けの説明会などについては知っている。(関東)
- 効果はあると思う。(東海)

【ホットライン設置の認知度、効果等】

- ホットラインについては相談に活用させて頂いています。(全相協 I T 研究会)
- ホットラインについては現場の相談で活用させて頂いている。(全相協)
- 消費生活センターと電気通信事業者間で、連絡が密に取られていれば迅速な対応が望め、良いと思う。(関東)
- センター専用の窓口を設ける事業者が多く見られるので、相談処理がスムーズに行える。非常にありがたい。(関東)
- ホットライン整備により事業者と連絡が取りやすくなった。(四国)

【ホットラインの設置に関する改善意見等】

- 消費生活センターと電気通信事業者間のホットラインについては、多くの事業者がホットラインを整備されています。しかし、ホットラインが整備されていることがトラブルの防止に繋がるのではなく、ホットラインでいかに事業者が消費生活センターの相談員の申し出内容を、真摯に受けて止めてもらえるかが重要です。事業者間の温度差だけでなく、各担当者によっても対応が変わるのが現状です。センターが事業者に相談を繋ぐ時は、殆どが相談者の申し出に合理性があると感じる場合です。従って、本来は消費生活センター

からホットラインで申し出て初めて対応されるのではなく、消費者が自ら申し出た時に、同じ対応が必要なのです。センターがホットラインで申し出た内容と同様トラブルが、一般の消費者の申出がカスタマーセンターに届いていないかを継続的に確認して、対応に不備がないように切望します。(かわさきコンシューマーネット)

- 消費センター専用相談窓口がある業者もあるが、周知が不十分。過去に通知が来ているかもしれないが、センターの職員及び相談員は異動するし、そのセンターとして初めてトラブルになった業者の連絡先を調べるのは大変。HPに載せられない理由はあるだろうが、せめて通常相談窓口で案内をすべき。(中国)
- 消費生活センター専用電話を設けていただいていることについては、ありがたいと思う。このような専用電話の設置については、もっと多くの事業者に取り組んでもらいたい。また、窓口で電話して担当から折り返しが時間を要する場合がある。(九州)
- 消費者センター専用のホットラインはありがたい。電話番号すらわからないネット事業者が多くあってもなかなか通じないのは困る。(関東)
- センターとのホットラインのある通信事業者に関しては相談を受けた場合に迅速に対応できますが、ホットラインのない事業者の場合、まず窓口を探すのに手間がかかり、その後も「たらい回し」になったりと、対応に時間が取られ苦慮します。今後も積極的に取り組んでいただければと思います。(個人9)
- ホットラインについては相談現場で大変助かっている。但し、以下のようなケースがまだある。
 - ・複数社にわたるトラブル解決に向けてA社がB社ホットラインに連絡したが、「この番号はセンター専用」と断られた。
 - ・消費者団体「消費者相談窓口」が相談あつせんのため連絡し、「センター専用」と断られた。
 - ・センターからかけても、オペレーターに契約者本人からかけてほしいといわれる。(個人14)
- 消費生活センター専用の窓口がある事に関しては大変助かっているが、事業者より「この部分は相談者から直接お問い合わせ願いたい」と言われ、相談者は担当者名提示もなく一般的な「お客様窓口」しか教えてもらえず、その都度オペレーターに一から説明し、挙句折り返し連絡まで数日かかる、の繰り返しで全く話し合いが進まない。また、消費生活センターから架電しても相談者に説明するような一般論にとどまり、個々の相談に対応する問題意識に欠けている。(関東)
- 一般の消費者への対応についても、その都度、コールセンターの担当者が代わるのではなく、その消費者の苦情処理の担当を決めた方がよいのではないか。(九州)
- ホットラインの事業者相談窓口については、掲載されている事業者数が限られています。より多くの電気通信事業者とのホットライ

<p>ンの整備をお願いいたします。(全相協 I T 研究会) (全相協)</p> <p>○ センターとのホットラインについては、消費生活センターと業界団体との意見交換の場をもうけ、双方の誤解を解いていくことに尽きる。(個人 1 4)</p>
<p>【消費者支援連絡会についての認知度、効果等】</p>
<p>○ 総務省における取組みとして、地方版電気通信消費者支援連絡会の開催は、現場の相談員の意見が反映される場として期待している。(全相協) (全相協 I T 研究会)</p> <p>○ センターと通信事業者の方との情報交換の機会をもっともてればと希望いたします。(個人 1)</p>
<p>【消費生活センター向けの説明会の認知度、効果等】</p>
<p>○ 相談員研修の講師として、事業者サイドの諸処の事情を話して下さり、事業者の苦労や立場等の理解が深まった。双方の信頼関係が深まれば、消費者トラブルは減少するのではないかと考える。(関東)</p> <p>○ 事業者による相談員向けの研修会等については、「複雑で分かり難い通信サービスの仕組みや契約関係が良く分かり良かった」との意見を聞いています。(全相協) (全相協 I T 研究会)</p> <p>○ 相談員向けの説明会等を各地で開催して欲しい。(東北)</p> <p>○ 事業者における研修について、継続して研修をお願いいたします。また、全国各地で開催されることを希望いたします。(全相協 I T 研究会) (全相協)</p> <p>○ 時々刻々と変化していく通信事業について、相談員が詳しく学べるよう、総務省、事業者事業者はセンター向けの研修をより一層充実させて欲しい。(個人 3)</p> <p>○ 通信機器は日進月歩であるので相談員の研修体制は必要 (個人 5)</p>
<p>【消費生活センター向けの説明会に関する改善意見等】</p>
<p>○ 事業者による相談員向けの研修会等については、消費者目線にはなっていない等の声も聞かれます。(全相協 I T 研究会) (全相協)</p> <p>○ ホットラインなどが設けられたことは評価できるが、総務省や事業者の説明会はいつも一方的なもので業界や事業者に入るトラブル事例の原因調査や解決方法などを解説するような取り組みも行ってほしい。(関東)</p> <p>○ 総務省と電気通信事業者と消費生活センターとの連絡会や説明会の開催は、直接トラブルの実態を伝えて、改善を求められる良い機会だと思えます。しかし、これまでのような事前にトラブル事例を提出し、各事業者に回答を求めるだけでなく、その後にそれぞれの</p>

事業者と話し合いの場を持ち、センターと事業者とで、より踏み込んだ意見交換が出来るような、二部制方式等も有効なのではと思います。(かわさきコンシューマーネット)

【その他】

- 利用者と業者のトラブル防止のため担当社員（アルバイト等不可）の教育を徹底し、親切、ていねいな人材を育成することが必須である。社員の育成により営業成績もアップするのでは。(関東)

③苦情処理、相談体制について、改善すべき点

【電気通信事業者の相談体制（全般）】

- 事業者は一度で解決できない問題の起こっている消費者に対し、窓口オペレーターに回すのではなく担当者を付けるべきだ。また、消費生活センターに入ってほしいと言うなら、連絡はセンター一本にしてもらわないと業務が進まず、かつ相談者が混乱する。
 - ・事業者全体として問題解決にあたってほしい。「それは購入店舗で」「それは請求部門で」など、責任放棄ともとれる対応に終始する事業者いる。相談者にとっては一事業者と契約関係にあるのだから、「情報通信事業者」として誠意ある対応をお願いしたい。
 - ・契約者自ら調査をお願いしているのに、「個人情報保護」等を理由に着手しない等、法律を詳しく知らない消費者に対し不適切に利用するのは問題であると思う。
 - ・パケット代や接続先等、請求の根拠となる情報は事業者が一手に握っているにも関わらず、申し出があってもその情報を開示しない事は問題である。消費者側が立証できる事は限られている。(関東)
- 契約者が苦情を伝えても、迅速に対応されない。情報の格差と交渉力の格差が通信契約では顕著になることを踏まえてほしい。また、お客様窓口で苦情を伝えても、対応は各担当ベースになるので、何ら事実が判明せず、いたずらに時間がかかるだけである。相談窓口が形だけでなく、体制の見直しをして、苦情処理に迅速に対応してほしい。苦情のたらいまわしもよくみられるので、改善してほしい(個人2)
- 「たらい回し」は利用者にとっては、特に不愉快なものである。利用者側にたった適切な窓口業務の推進をはかってもらいたい。業者側として大きな責務である。(関東)
- 勧誘してきた窓口は代理店1つだけなのに、トラブルや解約手続きになると、ネットや電話、映像配信、レンタル機器など問い合わせや申し出先が多数になり、消費者が混乱する実情があります。また、消費生活センターがあっせんや説明をもとめる場合も、多数の業者と交渉しなければなりません。そのため、解決までに時間もかかります。入口は入りやすく、出口は複雑でなかなか出られないよ

うな、苦情処理体制は問題ではないでしょうか。(個人7)

- 多数の主体が関係する電気通信サービスのトラブルの発生時における責任分担を明確にしてほしい。(信越)
- 契約の窓口が1つならば、関係事業者間で責任分担を明確にし、相談や苦情処理窓口も1つにすべきだと考え、共通の相談窓口の設置が必要だと考えます。(個人7)
- メールで苦情を申し出た場合、受理確認メールを自動返信する仕組みにしてほしい。更に「受理番号・〇日以内に連絡する」等の記述があることが望ましい。(個人14)
- 事業者によっては、相談窓口で契約者が来室し本人確認できても回答は自宅の電話にするとの処理になる。高齢者の場合自宅で回答を得ても要領を得ず、何度も来室することになった。相談室で処理できるよう配慮がほしい(個人5)
- 通信事業契約のトラブルの場合電話では本人確認ができないと言われ、来室していただくが、事業者相談窓口が込み合い処理に時間がかかる場合がある(個人5)
- 迅速な回答・処理のため、フローチャートなどで流れを図解化することにより、相談がスムーズに運ぶのでは無いかと思う。(東北)

【取り組むべき課題：電話対応の改善点】

- コールセンターへの電話が機械音声で識別されるとしても、選択肢の中にオペレーターにつながる項目を必ず設けてほしい。(個人14)
- 窓口オペレーターでは分からないことが多い。
 - ・相談電話に電話すると毎回違うオペレーターにつながり、オペレーターの指定ができないこともあるため、継続した相談にならない。
 - ・窓口オペレーターが自社のサービスや事業について知らないことがある。(中国)

【行政への要望】

- お客様相談窓口の電話がつながりにくい、かけ方がよくわからない、つながっても説明がわかりづらい等は、多くの消費者の声である。契約させられたらそれで終わりと思っている業者が多いように見受けられる現在、お客様相談窓口を充実させるべく指導を徹底することが必要ではないか。(東北)
- 販売員にきちんとした教育をせず、売上げ欲しさに何とでも言う現場を放置している通信事業者に対して調査・指導をしていただきたい。泣き寝入りしている消費者がたくさんいると思われるし、社会のモラルとしてもこういったことがまかり通るのはおかしいと感じる。事業者には苦情への適切な処理をお願いしたい。(東海)

【取り組むべき課題：代理店の対応等】

- 携帯電話については、販売店内で解決できそうな軽微なトラブルも、解決できなかったと相談されることがある。また、販売店に行くことなく最初にセンターに相談を持ち込まれることもある。販売店でしっかり苦情を聞ける体制作りをすべき。また、販売店に直接相談しにくい状況があるのではないか。(中国)
- 携帯電話・サービスの例として、所有者は事業者・販売代理店・2次代理店の違いは問題ではなく、初期交渉を行う代理店が十分な知識を有していることが重要で、最初に説明がされなかったかという不信感が問題を拡散するケースがあり、ホットラインの整備に伴いさらなる積極的な個別事案の情報交換も密に展開されるべきと考えます。(近畿)

【業界全体の取組について】

- これまでのように、電気通信サービス事業者ごとに苦情・相談体制を整備するだけでなく、サービス分野ごとに、業界団体を設立して、会員事業者の苦情に対して助言や指導が求められるような体制を是非望みます。(かわさきコンシューマーネット)
- 最近、携帯電話関連の相談で、クレーマー的な消費者の過剰とも言える主張に対し、契約の取り消しがされるなど事業者の対応に疑問を感じる事例が散見されます。消費者にも責務がありますし、恣意的な判断ではなく、業界としてもルール作り等取り組んでいただきたいと思います。(個人13)

【その他】

- 電気通信事業法には消費者保護のルールが守られなくとも民事規定がないために事業者は消費者保護ルールを守っていない。特に高齢者の勧誘について特に見受けられる。(個人2)
- めまぐるしく変わる通信事業サービスの提供において消費者側も苦情があっても、うまく伝えられずに放置されるケースも多く考えられる。サービスの契約内容がわかりやすく説明されることが望ましい。(関東)
- 最近では、“クレーマー”と呼ばれる消費者が増えていることから、事業者もその対応に苦慮されていることと思うが、クレーマーか善良な消費者なのかを見分ける力を、消費生活相談員も事業者も養っていくことが必要であると考えます。(関東)

(5) 電気通信サービスの休廃止等に係る利用者利益の確保・向上のあり方について
① 電気通信サービスの休廃止に係る事前周知に関し、適切な対応が取られていないと感じた経験、相談事例
【相談の傾向】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 相談事例無し。(東北)(中国)(関東)(近畿)(関東) ○ 1年以内に、周知が「1か月」未満の相談事例はない。(個人14)
【相談事例：第2世代携帯電話サービスの終了】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 長年使ってきた携帯電話サービスを終了するが、使用可能な電話機に無料で交換するので手続きをして欲しいという通知が届いた。ショップに手続きに行ったところ、全て無料だと思っていたら、充電器代だけは支払ってほしいと言う。一方的に使える電話を使えなくするのは、電話会社に契約違反ではないか。このような、これまで利用していた通信サービスが、突然休廃止することに対する相談は、サービスが廃止される度に、必ず寄せられる相談です。事業者の通知そのものを受け取っていないという相談から、廃止する理由が納得できないという相談等、やはり説明の不備に対する相談が大半です。(かわさきコンシューマーネット) ○ 某携帯電話会社の携帯電話が使えなくなると聞いたが本当かという問い合わせがありました。一方的な利用停止は納得できないとのことでした。電話会社から利用者に対し十分な説明を行ってほしいと思います。(個人1)
【相談事例：光回線サービスの終了】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 現在利用している光回線のサービスを1年後には終了するのに伴い、新規回線契約者には工事費は免除になるが、一年未満に解約すると工事費を請求すると言う。そもそもこれまでの光回線サービスの代替サービスであれば、新たな条件を付けるのは納得できない。(かわさきコンシューマーネット)
【相談事例：提携している外国の事業者の休廃止】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 外国人が日本・母国双方で通信状態のよい国際ローミング対応携帯電話を選択したが、契約から間もない時期に母国の通信会社で当該通信規格を停止にした。他の通信規格では通信状態が悪い為解約希望だが、端末残債・解約料請求される。(個人14)
【その他】
<ul style="list-style-type: none"> ○ マイラインを解約したら、解約前の電話会社への連絡ができなくなり解約を確認できず(個人5) ○ 安くなると言われ、プロバイダを変更。電話では、パソコンやテレビの映像配信サービスを利用していることは話していたのに、工

事後、映像配信サービスが利用できなくなった。契約書を見たら映像配信サービスは含まれていなかったが、休止する前に確認してほしかった。(個人7)

② 電気通信サービスの休廃止

【効果、改善要望】

- 効果はあると思う。(東海)
- さらにPRを、各種メディアを活用し、周知徹底をはかられたい。(関東)
- サービス休廃止の利用者への事前周知義務があるといっても、「サービス終了のお知らせ」が届いた利用者が理解しやすいものでなければ、一方的なお知らせになってしまうのではないか。(東北)
- 周知に1か月は短いせめて3カ月の期間を要する(個人5)
- 電気通信サービスは、それぞれ消費者が契約時に他社のサービスと比較検討した結果、自分の利用に適したサービスとして選択して利用しています。従って、そのサービスを事業者の都合で廃止する場合は、事前通知する期間の問題、また通知の仕方だけでなく、あらゆる契約者が納得出来るような分かり易く、具体的な説明が必要です。またサービス終了の特に、事業統合等によりサービスを変更して、条件が異なるような場合は、必ず契約者が通知を確認出来るような方法を検討する必要があると思われます。(かわさきコンシューマーネット)
- 契約前に消費者がどのようなサービスを利用していたのか、契約後同じようなサービスを受けることが出来るのか、確認することを説明義務として頂きたいと思います。利用者は、複雑な通信サービスの仕組みを理解していないケースが多く、今の会社が出来るサービスなら次の会社も同じようなことをしているのだから、当然出来ると思いがちです。また電話勧誘の場合、こちらから聞かなくても、電話で勧誘してきているのだから、当然確認するだろうと思っているところもあります。業者の常識と消費者の常識のズレから来るトラブルにも対応していただきたいと思います。(個人7)
- このような消費者にとって分かりやすい取り組みを続けていただきたいと思う。(関東)
- 取り扱った事例がないので、現況では十分なのでは？(関東)

③ サービスの休廃止に関し、改善点等

- サービス休廃止によるメリット・デメリットは何なのかを具体的に示し、あまり知識がないと思われる世代の利用者でもわかりやすい説明・記載が必要だと思う。(東北)

- 利用者に周知されるよう徹底されたいと思う。(関東)
- 急に電気通信サービスが休廃止するような場合、事業者HPが閉鎖されるような場合は、引き続き総務省HP(トップページ)で周知してほしい。(個人14)

【その他】

- 電気通信事業法第18条第3項の後段「～利用者の利益に及ぼす影響が比較的少ないものとして総務省令で～」とあるが、利用者にとっては、大切な物品等もあるので、物品名についてはその都度公表してはどうか。(関東)

第2 電気通信サービスの安全・安心系サービスの利用促進について

① 安全・安心系サービスの認知状況

【安心・安全系サービスの認知度等】

- 未成年者が携帯電話を契約する際、携帯電話事業者がフィルタリングサービスについて説明するようになり、利用者が増えたと思われる。今後も利用者への喚起を求める。(個人3)
- 一部は利用している。しかし、消費者にはまだまだ認知も利用方法などの理解も低いと言わざるを得ない。(関東)
- 携帯電話会社のフィルタリングサービス、迷惑メール防止サービス。災害時の情報提供として緊急地震速報、災害伝言サービスを提供していることを知っているが、十分に機能していないと思われる。特に高校生の場合にはフィルタリングサービスの利用率が低く、スマートフォンではサービスすらない。(個人2)
- 年少者や高齢者へ、消費者被害や災害など対処方、有益な機能の利用促進がさらに展開していくことを期待します。(近畿)
- フィルタリング、迷惑メール防止については知っていた。利用者にもかなり知られていると思うが、災害時の情報サービスについてはあまり知られていないのでは？(四国)

【相談事例：フィルタリングサービス】

- 携帯電話会社のフィルタリングサービス、迷惑メール防止サービスについて、親の携帯電話をそのまま子供に使わせていたり、子供に言われてよくわからないままフィルタをはずしてしまいトラブルになった相談もあります。フィルタリングサービスについて十分理解されていないと思われます。(全相協IT研究会)(全相協)

② 安心・安全系サービスの利活用促進のために取り組むべきこと

【利活用方法(全般)】

- 利用方法が複雑ではないことが必要だと思う。(関東)
- サービスの提供をより一層使い易くできないか。高齢者でも簡単な操作で、情報を収集できる機器の開発を願いたい。(緊急時にあっても即活用できる、扱いに誤りのないもの)(関東)
- 携帯電話・パソコンともネットのトップページにフィルタリングや災害情報の掲示を義務づける(個人5)

- iモード等を立ち上げたら、すぐサービスをダウンロードできるような画面作り。(中国)
- 情報収集やトラブル回避の方法として有効であると思うが、契約時やCMなどで消費者に啓発してほしい。(関東)
- 利用者の身になったシステムの構築が必要だと思う。(東北)

【利用者への更なる周知が必要】

- CM等でのお知らせが有効かと思われます。(全相協IT研究会)(全相協)
- フィルタリング、迷惑メール防止サービス、災害時の情報提供として緊急地震速報、災害伝言サービスを提供していることをテレビCMなどでもっと広報し周知して欲しい。(個人3)
- 有効なものなので周知を図ってほしいと思います。(個人1)
- 販売店や個別DMでの周知。(中国)
- 通信リテラシー教育が必要。事業者が、メルマガ、コマーシャル等で行うことが望ましい。(個人14)
- 契約時の説明が必要。パンフレットのみでは見ない人も多い。テレビ等での宣伝もしてほしい。(関東)
- サービスが受けれることを知らない人が多くいるので、PRが大切である。(中国)

【災害時の情報提供サービスについて】

- 例えば、災害伝言サービスに関しては、「登録してあるはずだが、いざというときの使い方がわからない」などという利用者が多いことと思う。普段から災害時のシミュレーションができるようなサービスがあればと思う。また、携帯電話会社によってそれぞれの利用方法が異なるため、難解になることもあるため、災害時や緊急時などは携帯電話会社によらず、一律の操作方法でサービスを受けることは不可能であろうか。(東北)
- 災害時の情報収集に関しては、携帯電話機種などによって差があり、またその存在を知らない消費者も多いと思われる。非常に有効なサービスであると思うので、広く知ってほしいと思う。(関東)

【フィルタリングに関する改善点】

- 携帯電話会社の周知努力が足りないと思う。新規契約や機種変更の時にしっかりと説明してほしい。非出会い系サイトでの児童のトラブルに巻き込まれないようにフィルタリングサービスのサービスの在り方も考えてほしい(個人2)
- 携帯電話の契約時にフィルタリングサービスのことについて利用者に対し、詳しく説明をすることが大切であると思う。(中国)
- 「青少年インターネット環境整備法」により、18歳未満の子供のための携帯電話等の購入、使用させる時は、保護者は事業者こそ

の旨を申し出て、事業者からフィルタリングが提供されることになっていますが、保護者の申し出があれば解除できます。そのため、子供の要望で安易に解除した結果、アダルトサイトにアクセスして不当請求を受けるというトラブルがあります。また、パソコンは家族で共有しているために、子供が親の留守の間に、有害なサイトにアクセスしていたという相談も寄せられます。

更に、フィルタリングから漏れた、青少年有害情報もあることは相談の内容から確認出来ます。

① 法律で規制するのであれば、フィルタリングが有効に機能するよう、有害情報の監視を継続して実施する必要があると思われます。

②保護者がフィルタリングの解除を申し出てきた時に、子供が有害情報にさらされるリスクをきちんと説明することと共に、保護者のネットリテラシー向上のため、教育現場での啓発活動が望まれます。(かわさきコンシューマーネット)

○ フィルタリングサービスや迷惑メール防止サービスに関してある程度の効果はあると思うが、整備の目をかいくぐってアクセスしてくる悪質な業者が多数いる事も事実であり、さらなる整備をお願いしたい。

・なりすましメールが簡単に出来てしまう事について、何か根本的な対策があればと思う。(関東)

○ 取組については知っている。携帯電話でのフィルタリングサービスが、親主導ではなく子供主導で行われてしまうことは問題。(個人14)

○ 中高生の利用するサイトでフィルタリングにより利用できなくなり、フィルタリングの利用を嫌う傾向がある。対応を求めたい(個人5)

【その他】

○ 家庭や教育の場での取組を充実させること。(東海)

③ 安心・安全系サービスに関し、その他気付いたこと

【スマートフォン】

○ スマートフォンはパソコンと同様であり、ウイルス対策やアップデートが必要であることの周知をしてほしい。また、携帯電話フィルタリング対象外であることも周知してほしい。(個人14)

【その他】

○ 携帯電話の公式コンテンツを利用する場合、暗証番号省略設定にしていると、通販・ゲームアイテム購入時に包括的に省略されてしまう。不便にはなるが、包括的な省略を禁止してほしい。コンテンツごとに省略できるようにしてほしい。(個人14)

○ 出会い系サイト運営業者に対して、安易に事業者の許可を与えないよう検討していただきたい。(中国)

- 電子マネー機能の付いた携帯電話機の盗難や紛失だけでなく、不正利用などが起こらないための安心サービスや知識をもっと教えてほしい。迷惑メール防止サービスの強化も合わせて要望したい。(関東)
- 迷惑メールの送信側を取り締まる方法もより充実して欲しい。(関東)
- ネットの中には「アダルトサイト」や「出会い系サイト」など、悪質事業者が跋扈している。フィルタリングなどの防戦だけではなく、警察関係者とも連携して、違法な事業者はきちんと排除するという方向で、検討してほしい。(関東)
- 海外留学の娘が、海外使用可の携帯電話の契約をした。途中でプランを変更し、新しいチップを入れたところ、全使用者のメールのやり取りが削除されていなかった。業者に連絡したが重要性の認識が薄かった。今後に不安だ」という相談がありました。(個人8)

第3 その他の課題

【複数事業者が関与するサービスの契約について】

- <電話回線利用停止時におけるインターネットの利用確認について>（プロバイダの解約）（東北）

【勧誘について】

- NTTの代理店のネット接続勧誘がしつこいと苦情が複数ある。NTTは顧客情報を流しているのではとの声もある。情報管理体制の見直しを求めたい。（東海）

【回線と物品のセット販売について】

- 一見安価な端末が手に入るようだが、実際は利用料に価格転嫁されることになっており、多額の解約料がかかる場合もあり、利用者が有利誤認しやすいのではないか（四国）

【サービスの周知】

- サービス内容を周知されるように努力を続けていただきたい。（関東）

【適合性の原則について】

- 携帯やパソコンは、子供から高齢者まで年代に関係なく利用されるようになりました。
反面、契約内容や使用方法の複雑さから、契約はしたもののどうしたらよいのかわからない、誰に聞いたらいいのかわからないという相談も多く聞き来ます。このような現状を踏まえ、契約時には利用者の年齢確認と、60歳以上が契約、又は利用する場合、適合性の原則も含めた消費者保護のルールに沿ったガイドラインを設けていただきたいと思います。（個人7）
- 通信の知識がほとんどない高齢者への勧誘は相変わらず多く困っています。「契約を了承したが、やめたい」と思っても業者名や連絡先がわからない、内容が良く分からない、などの相談も多くあります。大手通信業者の代理店である場合が多いと思われます。適合性の原則も含めた消費者保護のルールに則した勧誘と代理店の指導をお願いします。（個人8）

【高額パケット使用料について】

- 「使ったのだから支払え」と請求され、その根拠を求めても「自社データ上に残っているから」と言うだけで、その内容に関して全く詳細が分からず、使用していない事を消費者が証明しようとしても対応しない事業者の態度は問題。事業者側の手違いや第三者による不正使用も考えられるのに、確たる証拠も提示しないまま一方的に使用者に請求することが許されている事が不思議である。消費者

からの求めがあった場合には事業者は開示・調査を行うべきだと思う。また、膨大なデータを全て保存することは不可能だと思うが、ある程度たどっていける道筋だけでも残す方法がないのか、情報通信に係る業界全体で考えていただきたい。（関東）

【端末について】

- 道路交通法で運転中携帯電話の使用は禁止されているが、今だ片手は携帯電話を使用し、運転中のドライバーが数多い。車種や機種によっては Bluetooth システムやハンズフリーを備え付けているが限られている。開発の必要性があるが、カーラジオを FM と携帯電話のFMがマッチできるような工夫できないものか。カーラジオは標準装備されているもので、携帯電話からFM波を発することはできないものか。マイク等の装備が必要となるが、安全運転推進の一環となるのでは。（関東）

【決済代行会社を通じたクレジット契約についての問題】

- 迷惑メール等から出会い系サイトに誘導され、相手とのメールのやり取りのため、高額なサイト利用料が発生する相談があります。多くは海外の決済代行会社が入ったクレジット払いとなっています。また、匿名性のある電子マネーも使って支払っている相談者も多く、救済が難しい相談になっています。サイト事業者は、総務省に通信事業者としての届出をしていますが、トラブルについて交渉しても、出会いの場を提供しているだけで、内容には関知していないと主張します。また、総務省でもこのような相談については、サイト利用契約の問題やクレジット契約の問題であり、電気通信サービスの問題ではないとしています。しかし、相談内容から考えても通信サービスを使って契約であり、一体の問題と考えます。経済産業省とも連携して何らかの対応をお願いいたします。（全相協 I T 研究会）（全相協）

【フィルタリングサービスについて】

- スマートフォンやSIMロックが解除された時の携帯電話等の新たなデバイスにおいて、フィルタリングサービス等は、どの事業者が提供するべきなのかを早急に検討が必要です。（かわさきコンシューマーネット）

【「携帯電話利用料金 不払者情報交換制度」について】

1. 現行の制度概要
 - (1) 「携帯電話利用料金 不払い者情報交換制度」は、1998年（平成10年）の「電気通信事業における個人情報保護に関するガイドライン」において定められ、1999年（平成11年）4月から取り扱いが開始されている。
 - (2) 同制度は、契約期間中の請求料金の不払いに基づいて契約解除され、契約解除後も引き続き不払いがある契約者の情報を携帯電話事業者間で交換するものである。携帯電話事業者（以下「事業者」という）ではその情報を契約申込受付時の加入審査に活用している（料金

不払いの再発防止等を目的)。

(3) 事業者間では契約申込受付時の加入審査において、交換された情報に合致し、「10万円以上等の高額不払いや2社以上に渡っての不払い」の場合は加入謝絶対象としている。ただし、この場合であっても、不払い防止対策として一定額の預託金を支払う場合は加入を引き受ける(救済措置)。

(4) 具体的な交換対象情報は、契約解除後も引き続き不払いがある契約者の氏名・生年月日・住所及び当該電話番号や不払い状況等であり、契約解除後5年以内の間、登録及び交換される(期間経過後は自動的に抹消)。

(5) なお、契約解除後も引き続き不払いがある契約者であっても、事業者と訴訟中の者や破産者(破産免責制度の適用者)等は交換対象外となるが、事業者と紛争中で料金不払いの者は交換対象となる。

2. 制度及び取り組み上の問題点

(1) 契約者に対する周知不足が考えられる。

① 同制度の実施目的等は一定理解できるが、契約時点で同制度内容を認識していない契約者が多いという実態が伺える。

② これは事業者において同制度をホームページや携帯電話の利用説明書(ハンドブック等)で告知しているものの、契約締結時の説明など、積極的な周知取り

組みの不足が起因しているものと考えられる。

(2) 料金請求内容に争いがある場合、運用によっては契約者側が萎縮することがある。

① 料金不払い者に対する支払い督促等通知では、同制度の告知も行われているが、同制度を認識していない契約者(上記(1)の周知不足に関連する)においては、唐突な告知ともなる。

② このため、そもそも料金請求内容に疑問があり、事業者にお問い合わせや紛争中であることによって不払いが発生している契約者の場合に、同制度の適用を懸念し、萎縮してしまい納得のいく交渉を断念すること(泣き寝入りの)が懸念される。

(3) 交換対象者の見直しの必要性が考えられる。

① 請求料金内容に疑問等があることから、事業者にお問い合わせや紛争中であることによって不払いが発生している契約者については、同制度の対象外とすべきと考える。

② 料金不払いの理由の如何を問わず、画一的に交換情報の対象とすることで、請求料金内容への疑問等に関する正当な主張・問い合わせ等を、事実上妨げているケースがある。

(4) 事業者間での異なる運用実態が懸念される。

① 交換された情報に基づく契約申込受付時の加入審査方法（加入謝絶対象とする高額不払いの金額水準や預託金水準等）や交換情報の対象者の範囲等については、各事業者の運用判断に委ねられていることが伺える。

② 契約者間での不利益防止と円滑な制度運用に向けては、事業者間での統一的な取扱いの実施と統一的な問い合わせ窓口の設置等も必要と考えられる。

(5) 制度の効果測定・検証も必要と考える。

制度実施後、10年間を経過している中で、その効果検証と、より効果を高めるための改善検討の必要性も考えられる。

3. 制度及び取り組み方法の改善等対策（案）

(1) 料金不払い者情報交換制度の周知強化

① 携帯電話契約締結時の説明において、「料金不払い者情報交換制度」についても個別に説明し、契約者に対して、契約締結時当初から十分に周知をはかること（支払い督促時の告知等における威迫効果の解消も考慮）。

② また、この契約者への事前周知により、契約者の不注意等による料金不払いの防止や効果的な制度運用につなげていくこと。

(2) 請求料金に関する問い合わせ等の円滑な実施に向けた措置の設定

請求料金に関するの詳細確認・問い合わせ期間中や紛争期間中は、「基本料金の支払い」をもって善良な契約者と見なし、不払い者扱いとしないこと（交換情報の対象者から除外）。

(3) 請求に関する問い合わせ用の統一フォーマット等の設定

① 請求料金に関する契約者からの迅速な問い合わせに向け、問い合わせ時に必要な情報や資料項目、問い合わせ先を明確化し、周知すること。また、それらの内容が盛り込まれた統一的な問い合わせ書面を設定すること。

② なお同書面は、あくまでも円滑な問い合わせ用であり、各社は同書面受領後、同書面に基づき迅速な個別事情の精査等を行うものとする。（同書面の提出をもって、救済措置の適用等を約束する位置付けのものではない）

③ 上記内容をもって、各事業者間の取扱いの統一化もはかること。

(4) より効果的な制度運用当に向けた、定期的な検証等の実施を検討すること。（消費者機構日本）

【「イー・モバイル株式会社の通信契約における長期契約割引」の取り扱い改善について】

○ 1. 長期契約割引制度の概要

(1) イー・モバイル株式会社の長期契約割引は、2年間の通信契約の締結によって割引を適用する料金プランで、例えば「スーパーライトデータプラン にねんMAX」の場合は、69,600円が割引される。

(2) この長期契約割引は、契約者のパソコン購入等の初期費用に関する負担低減を目的に設定し、販売代理店の立替払いにより、パソコン購入代金等の初期費用から割引くことで契約者へ支払っているということを、同社では説明している。

2. 制度仕組み上の問題点

(1) 割引額を販売代理店が立替払い（パソコン購入等の初期費用に充当）した上で契約者へ還元する取り扱い・仕組みとしていることによって、同じ通信プランを契約した場合は、確実に、同じ割引額が契約者に還元されているものなのか確認できない。

(2) 割引額を直接、契約者へ還元する仕組みとしなかった理由が不明瞭である。

3. 制度及び取り組み方法の改善等対策（案）

契約者へ還元した割引額を、契約者が確認できる仕組み・取り扱いを設定すべきと考える。

具体的には、「割引額と対応したパソコン等の機器購入等費用が確認できるように通信契約申込書に記載する」又は「同内容が記載された書面を通信契約締結時に契約者へ配布する」などの補完対応を行うこと。（消費者機構日本）

【未成年者の携帯電話契約に係る「親権者同意書」の問題点について】

○未成年者が契約申込者となって携帯電話の新規契約を締結する際には、親権者等は携帯電話事業者から「親権者同意書」の提出を求められます。

○この「親権者同意書」は、各携帯電話事業者が共通して「新規契約の同意」と「新規契約締結後に未成年者が自由に各種変更（料金プラン・付加サービスの変更、契約解除、利用停止等）を行うこと等に対する同意」を一つの条項に盛り込んだ「包括同意条項」を定めています。すなわち、親権者等は、新規契約の同意と未成年者が将来的に自由に各種契約変更等できることを同時に同意するということになります。

○そのため、未成年者が自由に契約内容を変更・追加等した結果、思わぬ高額な利用料金を請求される下記のようなトラブルが起きています。

<トラブル事例>

- ・高校生の息子が親に内緒で携帯電話の契約内容を変更し、高額のパケット料金の請求がきて困惑している。
- ・携帯電話から契約内容が変更できるようになったことを知らされず、子供が勝手に契約変更し、高額の利用料を請求さ

れた。

・娘名義の携帯電話に携帯電話会社から連絡があり、娘がオプション契約をした。無料期間経過後も継続契約しており料金を徴収され不満だ。

○親権者等が包括同意条項に同意後は、未成年者は自由に経済的負担が増える通信料金プランへの変更や通信付加サービスの追加、携帯電話機の機種変更等を行うことができ、利用者である未成年者の支払い能力を超える利用料が発生する可能性があるため、「親権者同意書」は未成年者保護に欠けます。

○また、民法第5条1項は、未成年者等が主体となる契約において、親権者等の同意を要件として未成年者等の保護を規定しているのに、これに反すると思われま。 (消費者機構日本)

【その他】

○ 電気通信サービスに関する相談を受けた時に、センターより各事業者に相談を繋ぐと「〇〇〇は常識の範囲です」と言われることがあります。しかし、現在電気通信サービスは老若男女を問わず、利用するサービスになっています。事業者の考える常識と、全ての利用者の常識は同じではないという認識を新たにした上で、全ての利用者にとって有益なサービスの提供が望まれます。(かわさきコンシューマーネット)

○ 電気通信サービスに関連する事業者がますます多岐にわたり、増大していくと思われる。また、足元を見れば、機器としてのハードの安全性(電磁波なども含む)も気になる。金融サービス面も含め、広範囲で多層のサービスを提供している業界については消費者庁に司令塔になってもらうべきではないだろうか。(関東)

○ 利用者の情報収集力に差があることへの対応(フォロー)について、検討していく必要がある。(関東)

○ 通信契約の技術進歩に知識と法律が追いつかず。通信で提供されるサービスも多様化。事業者毎での通信サービスに乖離があるので第三者機関による通信事業を包括した啓発機関が必要。(個人5)

○ 高校生の息子がWi-Fi機能を持つポータブルゲーム機でネットに接続し不当請求を受けたという相談を受けた。これらの機器についてもWGで検討していただきたい。(個人4)