

消費生活センターに対するヒアリング結果 (確定版)

(参考)

○ ヒアリング先は、総合通信局の所管地域で表示している。

消費生活センターへのヒアリング結果

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

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

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】

[全体的に増加傾向にあるとの意見]

- 全体としての傾向はやや増加傾向にある。(関東)
- 増える傾向にある。(関東)

[横ばい、減少傾向(一部サービス等の相談増加、不明を含む。)]

- 相談件数は横ばい。(北海道)
- 光回線の勧誘についての相談が増加。(北海道)
- 相談件数の動向や事例の傾向等の詳細について、現時点での回答は困難である。(北海道)
- 横ばい又は若干減少傾向だが、地デジ関連の相談が多くなってきている。(関東)
- 件数的には減少傾向(関東)
- 事前説明についての苦情は、おおむね減少傾向にあると思われる。(関東)
- 全体としてはほぼ横ばいです。(関東)
- 相談の傾向としては、全体として見極めにくい。最近、地デジ関連の相談が増えてきている。携帯電話の相談については、横ばい状態である。(関東)
- 減少傾向ではあるが、勧誘電話(光通信やマイライン)に関しては多くの相談電話がある。(関東)
- 相談件数は、例年と比べて増減はないものの、未だ数多く相談が寄せられている。(関東)

- 電話勧誘に関する苦情が多い。(関東)
- 傾向としてはほぼ横ばいです(関東)
- 全体の相談件数については、横ばい状態である。(北陸)
- 電話勧誘(特に代理店からの勧誘)に関する相談については、横ばい状態で推移しているが、広告表示に関する相談は減少傾向にある。(北陸)
- 相談件数は横ばい状態である。(元々、件数は多くない。)(北陸)
- 全体の相談件数については、横ばい状態である。電話勧誘に関する相談は増加傾向にある。(北陸)
- インターネット回線(FTTN等)等も電話勧誘(特に代理店からの勧誘)に関する相談は増加傾向にあるが、広告表示等その他の相談については減少している。(北陸)
- 電話勧誘は、電気通信サービス分野では少ない方だ。他の分野の販売の方がもっと苦情が多い。(東海)
- 不適切な勧誘については、増加傾向にある。(東海)
- 広告表示や勧誘行為などによるトラブル件数は、変化がない。相談件数が少ないことが理由かもしれない。(東海)
- 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。(近畿)
- 地デジに関連した光ファイバーの勧誘トラブルが今年に入って急増している。(近畿)
- 相談件数は減っている。ここ数年携帯電話の某社が多かったが、対応が非常に良くなり、全体として相談は減った印象である。(近畿)
- 相談者は若年層が減り、中高年、高齢者が増えている。(近畿)
- 電気通信に関する苦情・相談の総数は減っていないが、水濡れの苦情は減っている。(近畿)
- 架空請求のトラブルが減っているため、通信関係の件数は減っている。携帯電話関係の相談も減っている。(近畿)
- 携帯電話の通話料と端末の分割契約のトラブルは、以前より減っている。(近畿)
- 架空請求・不当請求については、周知活動等の成果として相談は減少してきたが、役務提供に関する相談件数は増加傾向にある。(中国)
- 相談の傾向としては、あまり変化がない。(中国)
- 電気通信サービスに関する苦情相談件数は大きな変動はない。(四国)
- 電気通信サービスに関する苦情は、増えてもいないが減っていないという感じである。(四国)

<ul style="list-style-type: none"> ○ 相談の増減は調べないとわからないが、減っているという感覚はない。(四国) ○ 相談件数は低減の傾向。そのかわり、地デジに関する相談が急増している。(四国) ○ 最近は広告についての相談は少なくなっている。(九州)
<p>【相談事例：電話勧誘（複数代理店からの勧誘）】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 複数代理店からの勧誘。一般的に大手の事業者名を言えば代理店の名前など覚えていない。事業者本体に苦情を入れても解決にならない状況。(北海道) ○ 複数の代理店から勧誘があるため、消センへの相談の際は、どの代理店と契約したかも不明であり、代理店を突きとめるまで時間がかかる。(工事日までに書面等を受け取っていないため、代理店情報は電話番号のみである。)(北陸) ○ 各電気通信事業者の広告表示や勧誘行為などの指導内容が、代理店末端まで届いていないと感じる。 電話勧誘は複数の代理店からあり、1代理店に断っても、他代理店から勧誘がありしつこい勧誘となる。消費生活センターではその実態がわからない。(九州)
<p>【相談事例：電話勧誘（大手事業者を名乗る紛らわしい勧誘、業者名を名乗らない勧誘等）】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ 電話勧誘で、回線に関する事業者が、大手電気通信事業者のみを名乗り、代理店である自社名を伝えない。まず、事業者がどのような立場で勧誘するのか、正確な事業者名も含め、消費者が理解できるような説明を徹底するべきである。(関東) ○ 勧誘では代理店が自社名を明確に伝えず大手電気通信事業者回線であることのみを強調するため、消費者に混乱を起こしています。(関東) ○ 光回線やIP電話等の勧誘において代理店であるにもかかわらず、大手電話会社だけを名乗り勧誘するケースがあります。光回線の電話勧誘が多く、特に今は地デジ関連でBフレッツとの契約で、863円でデジタルテレビが見られますとした内容のものが多いです。(関東) ○ NTT 東日本の名前で電話勧誘があるが、実際には代理店からの電話である。高齢者はNTTという名前を聞いただけで信用してしまう。(関東) ○ 大手電話会社の代理店と名乗ることで消費者を安心させ、大手電話会社と勘違いさせられて契約をしてしまったとする問合せが多い。(信越) ○ 代理店からの電話勧誘では、事業者名や商品名のみを伝えるため、消費者は信用してしまう。代理店からの勧誘と理解していないこ

とが多く、消費者は混乱する。(北陸)

- 大手電話会社を名乗る勧誘を受け契約したが、小さい代理店と契約したことが分かった。解約したい。(東海)
- 電話の営業の際、NTTの代理店は、代理店であることを言わなかったり、またNTTと誤解されるような名乗り方をしたりすることが多い。NTTは一つと思っている人が多く、NTTなんとかと言えばNTTと勘違される。(近畿)
- 会社名を名乗らず、商品名だけで勧誘する。どこの会社か分からない。(近畿)
- 地デジに関連した光ファイバーのセット勧誘が増えている。特に、代理店であるのにもかかわらず事業者本体であるかのように勧誘してくる行為は問題ではないか。(近畿)
- 代理店とは明示しないため、利用者の多くはNTTからの勧誘だと思っている。そのため、異なる代理店からの勧誘を、NTTが何度も行っているように思われている。(近畿)
- 一番多いのは、代理店からの勧誘。会社名を名乗らず。(近畿)
- 相談としては、NTTのサービスに関する訪問勧誘が依然として多い。内容もNTTから依頼を受けたかのような話術で、身分もはっきりしていないものもある。電話勧誘は、最初に名乗っているのだろうが、相談者からの話では、はっきり覚えていないことが多い。話の内容もお得感のみの説明が多く、実際は負担増になるケースもあった。(中国)
- 代理店からの勧誘でありながら、さも事業者であるかのような説明は問題である。(中国)
- 代理店にもかかわらず、あたかも本体事業者のような勧誘により消費者からの信頼感を得て、営業活動を実施していることで後にトラブルとなったケースが一定程度ある。(中国)
- 代理店による光サービスの電話勧誘に関する苦情相談が増えている。相談内容は代理店名を名乗らない、解約したいが連絡先がわからないというもの。(四国)
- 光電話の勧誘でサービス期間中なので工事無料というが、信用できる業者なのかどうか不安。(四国)
- 代理店が電話勧誘する場合、事業者名、勧誘の趣旨をはっきり説明せず、商品名と安くなることだけを何度もしつこく説明している。電話を受けた人もNTTなどとしか記憶にのこらず、解約を伝えることができない。代理店(2、3次)への指導ができていない。(九州)
- 商品名だけ言って、会社名を言わない。(九州)
- 代理店名をはっきり言わない。非通知設定での電話セールスがかかってくる。(九州)

【相談事例：電話勧誘（執拗な勧誘、迷惑、威迫、困惑、虚偽説明等）】 → 下線は高齢者関係（以下同じ。）

- 自宅に光回線の勧誘電話があったが、変更する気はないと断っても、執拗に説明を続ける。「光を拒否する理由を述べよ」等脅迫めいたことを言われた。何度も電話があるが、早口のため事業者名もよく聞き取れない。困惑している。（北海道）
- ネットプロバイダの電話勧誘がしつこい。（北海道）
- 勧誘電話を夜間にかけてくる。断ったのに資料を送付してくることがあった。（北海道）
- 光電話への強引な勧誘、料金が安くなるという迷惑勧誘。（東北）
- 単に電話料金が安くなるという勧誘と光の勧誘が多い。自宅にいるとかかってくる。断っても、他の代理店が電話をかけてくる。条件を比較されても、自分がそれに該当するかが分からない、相談員すら分からないので、高齢者には分かるはずがない。高齢者は今の電話の変化について行けない。
高齢者相手のヘルパーから聞いたが、高齢者のお宅にはNTTと思われるところから勧誘の電話がある。
- NTTコミュニケーションズ、YahooBB、トッパの（プロバイダ）代理店からの電話勧誘がしつこい。安さのみを強調するが、年配のライトユーザーは損をしたと感じている。大手企業名のみ名乗り、代理店名を名乗らないので、大手からの案内という印象を受けてしまう。また、消センが対応しようにも代理店名が分からず意図が伝わりにくい。インターネットはプロバイダとNTTと契約するため、NTTとタイアップしているような感じを受ける。〇〇〇からの勧誘に対しては、うやむやな返事をしていると、本部から契約申込み確認書とインストールCDが送られてくる。このCDをパソコンに入れると、5000円請求されてしまう。（国民生活センターからも情報が来ている。こちらでも10件と多い。）（東北）
- 強引であったり（契約していないのに契約書を送りつけるなど）、しつこい（断ってもまた電話してくる）勧誘が見受けられる。（関東）
- 代理店から勧誘電話が強引に、しつこく掛かってくる事例が多数ある。（関東）
- 電話勧誘を断ったのに、しつこく掛かってくるケースや高齢者でパソコンやデータ通信は必要ないと断っているにもかかわらず、しつこく勧誘してくる事例がある。（関東）
- 電話による勧誘がひどくて、同じ業者が1日に2回かけてきたということがあった。また、近くの業者と思って契約したら、北海道の業者だったということがあった。（信越）
- 勧誘の方法で、長時間勧誘、しつこい勧誘、特典がついているという急がせる勧誘、強引な勧誘、高齢者への勧誘の苦情がある。（N

TT光関係) (信越)

- 光回線の勧誘電話が同一業者から何度断っても掛かってくる。
判断力が弱くなった高齢者宅に、今の電話契約を変えると電話料金が安く得になる。契約変更の書類を送るから印を押して返送してくれと一方的に電話が来た。(信越)
- しつこい電話勧誘やこっちなら安くなるというような勧誘が多いという苦情がある。(信越)
- 内容が理解できないのに、早く判子を押してくれと、契約を急がせる。(信越)
- しつこい「ひかり電話」への勧誘の苦情相談が多く寄せられている。(信越)
- 高齢者への電話勧誘は依然として多い。(北陸)
- 代理店からの電話勧誘では、事業者名や商品名のみを伝えるため、消費者は信用してしまう。代理店からの勧誘と理解していないことが多く、消費者は混乱する。
- 相談事例のほとんどがインターネット回線 (FTTH 等) の電話勧誘 (特に代理店からの勧誘) に関する相談。(北陸)
- 代理店による強引かつ執拗な勧誘。説明不足により解約方法が分からない、電話しても繋がらないという相談が多い。(東海)
- 電話勧誘では、販売店名等は言わず、しつこく、何回でも架かってくる傾向は変わらない。(東海)
- 光テレビや光回線の勧誘が増加しており、断っても、何回でも勧誘される状況は変わらない。(東海)
- 「固定電話が安くなるサービスの勧誘電話が執拗にかかってくる。」「業者が『電話工事のお知らせ』とか『電話料金が安くなる』と訪問してきてひかり回線の強引な勧誘を受けた」「帰ってくれと言ったのに2時間粘られ根負けして契約した。」契約を望んでいない消費者にとっては不快で迷惑な勧誘である。(東海)
- NTTの代理店からの電話勧誘が執拗である。何度、断っても、また電話がある。(近畿)
- 光電話に関する電話勧誘が迷惑。(近畿)
- NTTの代理店からの光電話への変更を促す電話勧誘が執拗である。断っても、別の代理店からまた電話がある。(近畿)
- NTTのフレッツ光の電話勧誘が執拗である。強引なものも多く、中には居直り恫喝する代理店もある。有用性のみ繰り返し、名前を聞いても言わず、悪質である。(近畿)
- 特商法の規制では違反するような、再三にわたる勧誘が、先月から ADSL 契約の人向けに、フ- BB と NTT フレッツ光のセット勧誘がしつこくなっている。相談者から聞いた代理店は ((株) ○○)、インターネットで二次代理店 (販売員) を法外な値段で募集してい

る。確かにこのような二次代理店（販売員）を雇っていたら、しつこい勧誘も無くならないと思う。（近畿）

- ADSL がすぐにでも無くなるかのような口調で勧誘している。（近畿）
- NTTの代理店から、光電話に関する電話勧誘が多い。（近畿）
- 大手電話会社を名乗り、現在の電話料金が安くなると頻繁に電話がかかる。再三断ってもかかってくる。光電話の勧誘が頻繁にかかる。迷惑している。行政指導してほしい。（四国）
- 大手電話会社の名を名乗り、「電話もアナログからデジタルに変わる。デジタルになると電話が使えなくなる。今なら工事が無料でできるので、すぐ決めてほしい。」と言われた。あまりにも焦らすのでおかしいと思い、直接電話会社に確認したところ、電話が使えなくなることはないとのことだった。
大手電話会社から光電話への変更の勧誘電話がかかる。断わってもかかってくる。止める方法はないか。（中国）
- 光サービスの勧誘に関する苦情が多い。「電話が安くなる」からと勧誘がしつこく、強引である。（四国）
- 「光に変えないと電話がかけられなくなる」といった悪質な勧誘は見られなくなったが、ユーザの使用状況に関係なく、決まり文句のように誰にでも「得になる」と勧誘し、トラブルになるケースが多い。（四国）
- しつこい電話勧誘について、先方の電話番号が非通知であるため、苦情があっても対応できない。（四国）
- 勧誘電話がしつこくかかっている。（四国）
- メタル回線から光ファイバーへの変更を1週間に7～8回の勧誘（光電話）、断つてもしつこくかけてくる。（ヤフーBB）、断ったら違う電話番号でかけてくる、光テレビのしつこい勧誘（地デジ関連）。（九州）
- ADSL利用者に対する光への乗り換え勧誘にあたって、あたかも光が使えなくなるといった誤解を与えるセールストークが行われている。（九州）
- 電話勧誘がしつこい。断つてもかかってくる。（九州）
- 光サービスの勧誘がしつこいという苦情が多くなってきた。（九州）
- 不適切な勧誘に関しては、光サービスに関する電話勧誘の苦情相談が増加傾向にある。相談員個人としても一日に3回勧誘を受ける。（九州）
- 不適切な勧誘に関する苦情相談は、光サービスに関するプロバイダからの執拗な電話勧誘が増加傾向にある。（沖縄）
- 光サービスの勧誘に関する相談は増加傾向。相談員自らも一日2、3回受ける。あまりにも「機械的」な営業で「時間がないので」

と断ろうとしても説明を始めてしまい、困っているとの相談あり。

【相談事例：電話勧誘（資料請求で契約書の送付、一方的な機器の送付等）】

- 勧誘電話を受け、パンフレット送付の依頼をしたのに、モデムが送付された。勧誘は2次代理店、モデムは発送取扱い業者。契約もしていないのにキャンセル手続きや連絡先も良く解らない状況となった。（北海道）
- 特定の代理店・プロバイダーの苦情が多い。電話勧誘により送られた資料の中にIDとパスワードも送られてくるため、内容もわからず契約してしまった。（関東）
- 見るだけでいいからと言うことで、説明書だけ送ってくれと言ったところが、契約書が送られてきた。（信越）
- 光インターネットの勧誘電話を断ったけどモデムを送ってくる。（四国）
- 契約書を送りつけ、利用者が無視していたら契約設立を主張するケースもある。（四国）

【相談事例：電話勧誘（説明不足等）】

- 電話勧誘での説明不足がある。電話勧誘の説明が実際とは違うことがあるが、契約書が来てそれに気付く。（東北）
- 電話勧誘売でNTT代理店と錯覚させて営業を行っている業者があり（全国から電話が来る）、具体的に何から何へ変更させて、どのようなメリットが有るのか説明されない。（東北）
- 以前解約した事業者から電話による勧誘があって、いいのがあったので契約はしたが、書類が送られてきて、サインをして契約すると思っていたら、既にそのときには契約完了となっていて工事費が入っていて納得できない。（信越）
- カタカナとか横文字のわかりづらい言葉を、いろいろ一方的に言われてわかりにくい。（信越）
- 料金が安くなると説明されて別の契約にしたが、そちらの方がうまく繋がらない。（信越）
- 地デジ化に伴い、NTTの代理店からの光テレビとセットにした勧誘にまつわるトラブルが非常に増えている。電話による勧誘・契約なので契約者は十分に理解していない場合が多い。書面による確認も契約後となりトラブルになっている。（近畿）
- 電話勧誘についてであるが、執拗な勧誘は減少しているが、高齢者に対する勧誘でのトラブルが目立っている。（中国）
- 一次代理店、二次代理店からの電話勧誘における利点のみの説明であり不利益部分の説明が不足していることによるトラブルが増えている。（中国）
- 一定期間の利用が必要なものについて、途中解約時の違約金の説明が不十分である。（四国）
- 電話勧誘後に送られてくる資料も月額使用料の表示がなかなか見当たらず、最後の方に小さな字で記載されていた。月額使用料は一

<p>番判断基準になるものであり、わかりやすく表示する必要がある。(四国)</p> <p>○ 「安くなる」ということだけ強調して、内容について理解できるような説明がない。サービス内容があまりに細分化・複雑化しており、料金ひとつとっても他の事業者との比較が困難。(九州)</p>
<p>【相談事例：電話勧誘（契約成立に関する消費者の誤認等）】</p>
<p>○ 光通信の契約について、電話勧誘があり、契約は書面によるものと思い電話で軽い気持ちで契約すると言ったら、契約書が送られてきた。(関東)</p> <p>○ 利用者においても、口頭でも契約が成立することを知らずに安易に了承することも問題である。(中国)</p>
<p>【相談事例：電話勧誘（その他）】</p>
<p>○ 複数の携帯事業者を扱う代理店が、個人情報をも不正に扱って乗り換えを電話勧誘しているとの内部告発のような相談があった。しかし真偽は不明。(近畿)</p>
<p>【相談事例：訪問販売（強引な販売）】</p>
<p>○ 地域の高齢者宅に大手電話会社の子会社と名乗る業者が来て、強引な態度を取るらしい。玄関を開けると、片足の中に入れて閉めることができないようにするらしい。一人暮らしなので怖がっているが、やめさせることはできないか。(中国)</p>
<p>【相談事例：訪問販売（不適切な説明、適合性）】</p>
<p>○ 高齢者への訪問販売において、ケーブルテレビの契約の際に、事前説明時に相談者が理解していた金額と契約した金額とが違ったことでの相談があった。相談者としては、低価格の料金プランを希望しており、事業者側では新しく低価格の料金プランの設定があったにもかかわらず、一般に使用されるメニュー表にはその表示がなく、またメニューにない新しい料金プランについて何ら説明もなく、契約をしてしまった。相談者は、障害者で生活保護を受けており、正確な詳しい説明が必要であった。(関東)</p> <p>○ ひかり回線などが公営住宅にも導入されてきているが、理解不足を招く高齢世帯にまで強く勧誘する姿勢には疑問を感じる。(関東)</p> <p>○ 一次代理店、二次代理店からの訪問販売における高齢者向け携帯電話等の乗りかえや電話勧誘によるサービスメニューの変更で勧誘内容と実際には相違していたなどのトラブルが増えている。(近畿)</p>
<p>【相談事例：訪問販売（不要なサービスの締結）】</p>
<p>○ 訪問販売で、回線に関する事業者に、ひかり回線を契約するとプロバイダ料金が安くなり通信速度も速くなると勧誘された。忙しい時間だったのでつい契約してしまったが、不要な契約だったので取り消したい。(関東)</p>

- 訪問販売で、ケーブルテレビ事業者が、インターネットと併せて、地デジ及び有料コンテンツをセットで契約するとお徳だと勧誘するので、「映画見放題」のオプションを付けたが不要であった。(関東)

【相談事例：店頭販売（セット販売）】

- 80代の男性がスーパー等において出前販売と思われる業者が100円パソコンのセールスを受けたがパソコン代金については、月々の利用料からペイする等と解りづらい説明をしている。勧誘する際は、年齢、性別等を考慮して説明・勧誘を行うよう指導を望む。
- 店頭販売でデータ通信サービスを締結するとパソコンを無料にするとの勧誘を受けたて契約したが、帰ってから契約書の写しをみたら、割賦販売の対象物の明記がなく、一見してパソコンの割賦販売で購入したと思われる契約書の記載であったが、大丈夫かとの相談があった。
- 「100円パソコン」等データ通信の契約など、2年以内の解約は解約料が発生しますが、広告等の表示に解約料の記載がない等の相談事例があります。無料や格安で提供し、通信サービスを契約させるケースがあり、店頭での販売ですと熟慮期間がないまま契約するので、解約料の説明が十分にされていません。販売奨励金による販売会社と通信事業者の提携と思いますが、十分な説明が必要と思います。特に解約時の解約料の説明に対して配慮をお願いします。
事例として、「100円パソコン」と「データカード」を店頭で勧誘され契約、自宅で2週間利用したが、インターネットが繋がらず解約の連絡をしたところ、高額な解約料を請求されたケースがあります。
- 店頭キャンペーン商品がすぐに使えなかった。PCが使えない高齢者に対して、PCとセット販売をした。など店頭表示や勧誘時の表示がわかりにくい、説明不足等によるトラブルが多い。(関東)
- 広告が分かりづらいという電話はなかったが、相談を受けている中で、結果的に広告が分かりづらかった事が原因となっているものがあった。
(例)臨時販売所で100円パソコンを契約したが、違約金の説明がなかった。もし、説明があつたら契約はしなかったという相談事例
(例)携帯事業者の臨時販売所でパソコンは無料と言われたが、実際は割賦販売になっていた。(関東)
- 量販店において勧誘等を受け、たまたま契約してしまった。データ通信端末等を契約することによりPCが格安で購入できるので契約したが、中途解約するとPCの違約金が発生することが分かった。料金プランは複数あるが、PCとセットの場合には限定されたプランしか契約できないようになっている。説明が不十分。(北陸)
- テレビ契約など、まったく異なるサービスとのセット販売が問題である。安くなるからと不必要なものを契約させられ、解約しよう

としたとたんに、正規の値段だからと高額な請求をされることがある。(近畿)

- パソコンが安いと言われてインターネットサービスを契約したが、あまり利用しないので解約したところ高額の違約金が発生した。(四国)
- 代理店が好き勝手をしている感がある。電話機と関係ないものを付加して売っている。事業者本体はどう考えているのか。
- 回線契約とセットになった100円パソコンやゼロ円パソコンに係る解約に関する説明不足(パソコンの安さだけが強調されているが、結局ある面では割賦販売と同じ)(九州)
- イーモバイルの100円パソコンは、広告でパソコン100円が強調され、自宅がエリア外で使えないなどで解約する時、パソコン代を払わされるなどでトラブルとなる。説明不足も考えられるが、そもそも、このような100円パソコンの様な勧誘、販売方法が不適切ではないかと思われる。これでよい人はよいが、良くない場合の対応が問題。(九州)

【相談事例：店頭販売(説明不十分、サービス複雑)】

- 端末の分割払いなど、電話の契約内容が難しい。機種変の際、無意味とも思われるオプションサービスが勧められるため、更に契約が複雑化している。(東北)
- 販売店の対応にばらつきがある。本社に電話すると絶対説明しているはずだということであるが、相談者は聞いていない。多様なサービスがあるので、あまり訓練をしないで販売店に出ている人がいるのではないか。(関東)
- 郊外の祭事などにあわせて臨時に開設する店舗でのトラブルは、後日連絡が取れないこともある。自ら呼び込んでいるのだから、より気をつけて販売してほしい。(近畿)
- 海外パケット定額の新設は一定評価できるが、1日単位での課金の説明が小さく、操作も契約者がしなければならず分かりにくい。(九州)

【勧誘方法(不明)：無料表示等による誤認等、適合性、解約方法が分かりにくい等】

- プロバイダの勧誘において2ヶ月間無料で利用できるとの説明で契約したが、解約方法が分かりにくく、のちに請求された。(北海道)
- 「2カ月無料」とあるが、月の途中で契約した場合、翌月の末までだった等、無料期間が不明確との相談がある。(北陸)
- 勧誘の際、「無料」や「安くなる」等の部分を強調するため、消費者自身が契約しているものの、実際には何の契約をしたのか分かっていないことが多い。(北陸)
- 特に高齢者には、サービス内容も言葉も専門的で分かりづらく、理解できないまま契約に至っているのではないか。(北陸)

- 高齢者・障害者への勧誘もあり、サービス内容も分からず契約。料金が安くなるとの説明を受け契約したが、実際には安くはならなかった。(北陸)
- 契約する人(年齢等)に応じた説明がされないことによるトラブルである。(東海)
- 大手電話会社の光回線を利用したテレビ番組を配信するサービスに乗り換えた。24時間テレビを配信している、キャンペーンで2ヶ月無料、また、モデムデッキはリースがレンタルより安いとの説明を受け契約した。実際にはテレビ番組をビデオで撮影したものを配信しており使い勝手が悪く解約を申し出たらリース契約したデッキの代金を全額支払うように言われた。相談者はサービス内容、料金プランを十分にできていない、また、複雑なため2ヶ月無料というのも映像配信ではなく、音楽配信部分のみであったことが斡旋後判明した。(東海)
- 転居に際し、転居先は光サービスが提供できない箇所にもかかわらず、転居前と同等のサービスが提供できるような勧誘を行っていた事例がある。(近畿)
- ケーブルテレビ事業者は、地デジに関連して、高齢者に誤認させることが多い。(近畿)
- クーリングオフとの関係では、1カ月間無料と説明されて契約した場合、無料期間終了の1カ月後では、クーリングオフ期間の1週間を過ぎており、クーリングオフできない。契約時の説明が不足している。(九州)
特商法では、契約時は契約内容を書類で確認するが、電気通信事業法では口頭のみでの契約があり、トラブルとなる。高齢者など契約内容の理解がむずかしい。

【勧誘方法(不明)：希望しない不要な契約の締結】

- ケーブルTVについて、1～12が見られればよいのに電話、インターネット、多チャンネル等の契約をさせられた。(関東)
- インターネットを使用しない旨伝えたにもかかわらず、モデム等が送付された。(北陸)
- 3G移行に伴い無料3G携帯へ機種変更したら本来条件ではないオプションへの加入を求められた。オプションは必要ないはずと指摘するとどこもやっていると開き直られた。(東海)

【相談事例：広告表示(分かりづらい広告等)】

- 新聞の折り込みチラシで、インターネットを乗り換えると3万円のキャッシュバックがあるというので申し込んだ。1万円は受け取れたが、残金が渡されなかったため、問い合わせたところアンケートに答えるのが条件だと、初めて説明された。納得出来ない。(北海道)

- 国際電話を安くできるとした広告があるが、利用しないと通話料等は0円だが、10円でも利用すると管理費が200円かかったという事例もあり、事前の説明不足が考えられる。(関東)
- ソフトバンクBBのカタログを持ち帰って読んだが、説明がわかりづらい。NTTドコモのカタログはとてもわかりやすいが、ソフトバンク系はとてもわかりづらい。一般的に、データ通信系の事業者は契約する際に料金がわからない。相談員もカタログを理解できないものがある。また、重要な部分の記載が、字が小さくて読めない。(関東)
- 通話料無料はおかしい。料金プランに無料というのは存在しない。(信越)
- 現在利用しているプロバイダーより利用料金が安くなると電話勧誘を受け、案内チラシを送ってもらったが、今よりどの程度どうすると安くなるのか、案内チラシでは分からなかった。(信越)
- マンションでは、光回線に入らないとインターネットが使えなくなると、不適切な内容の広告があった。(九州)

【相談事例：広告表示（エリア）】

- イーモバイルはどこでも使えると宣伝している。(東北)
- ADSL通信とプロバイダー料金のセット契約で、通常の半額以下の料金表示がされていたが、問い合わせによって適用外地域があることが分かった。広告にはそのような表示はどこにも無く、「詳しくは、左下面のフリーダイヤルまで」のみであった。(東北)

【相談事例：広告表示（メリット表示の強調）】

- 無料や割安の料金表示のみが目立ち、実際は有料だったり割高。(東北)
- 無料期間や低価格のPCなどで消費者を誘い、十分に契約を理解させないうちに契約させるトラブルが多く見受けられる。(関東)
- 「携帯電話の方式が変わって使えなくなるので、機種変更してほしい」という携帯電話会社からのDMの「15,750円割引く」との表記に惹かれ、店に出向いた。店頭に出向いて気に入った商品の割引き価格を聞いたら、すでに割引き価格という。DMがあろうが、なかろうが同じ値段なら、わざわざ割引きを強調して店に来店させるのはおかしい。(東海)
- 「無料」の広告に乗せられて契約し、解約時に2年縛りの解約料で有料となり話が違うともめる。最初の「無料」の印象が強すぎて、利用者の一部には、その後の説明を正しく理解されていない場合がある。(近畿)

【相談事例：広告表示（端末）】

- 2台目の携帯電話として、1カ月前にスマートホンを購入したがパンフレットに待ち受け最大300時間とあるのに、1回目は60時間、2回目は192時間、3回目も60時間だった。

ショップに苦情を申し出ると、メーカーのサポートセンターに苦情を伝えてほしいと言われ、連絡したが、待ち受け時間がバラバラなのはバッテリーに問題があるのではと申し出て新規交換された。交換の際、待ち受け間 300 時間というのはアメリカの環境であり、日本の電波状況では 2 日半程度だと言われ、パンフレットに偽りがあるので、詐欺だと申し出て返品を希望した。メーカーからの最終回答で、電話機に問題は無いので返品には応じられないと回答が来た。(北海道)

【相談事例：その他】

- 携帯電話の取扱説明書が同梱されていない。(東北)
- スマートフォンの広告が活発だが、携帯電話とスマートフォンの違いは分かりにくい。(東北)
- 家族等で複数の携帯電話を他社へ変更する際、契約日がそれぞれ異なっていると、解約時に違約金が発生してしまう問題があるのではないか。(北陸)
- 「無料サイトから知らず知らずのうちに有料サイトに入っていた」など、サイト、コンテンツ関係の問い合わせが多くを占めるようになった。(近畿)
- サイト内の広告等から勝手に悪意のあるサイトへ誘因され、被害に遭うという事例が最近多い。(九州)

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）】

- 広告に関する苦情相談はあまりない。事業者の努力の成果と理解。(関東)
- 事業者が取り組む分かり易い広告表については、0 円携帯の減少、地デジに関してケーブルテレビのセット販売等のトラブルが増加。取組の効果は見られるが、新たな事案が発生している（地デジ関連等）。 「用語集」の作成は評価できる。(関東)
- 取組みの効果なのか、最近では端末価格 0 円を強調するようなものなどは見当たらなくなってきた。用語集の作成は評価している。(関東)
- 用語集の作成は評価している。(関東)
- 広告の記載(文字の大きさ、色彩、配置)など改善が図られてきていることは見受けられる。(関東)
- 用語集の作成はありがたいので、今後はもっとシンプルなものをお願いしたい。(関東)
- 専門用語に関する用語集については役立ており、評価している。(関東)
- 用語集については、センター内での周知をしている。必要な取り組みと思う。(関東)

- 事業者が「広告に使用される技術的な専門用語に関する用語集」を作成されたことは、評価いたします。(関東)
 - 用語集は必要に応じて利用させていただいています。(関東)
 - 分かり易い表示・広告については効果が認められる。用語集は活用させて貰っている。(関東)
 - NTT ドコモのカタログはここ数年ですごくわかりやすくなった。事業者の取組みの成果であると思う。(関東)
 - 先日、配られた用語集は、手持ち資料として活用している。実際の相談は、契約の内容に関する事なので、用語集は参考としている。(東海)
 - 広告表示について、以前よりはデメリット面の表示も大きくなっていたり、金額が明示されたり改善されている。(近畿)
 - トラブル減少に効果があったと感じている。(中国)
 - 用語集については役に立っている。(四国)
 - 用語集は承知している。これらの取り組みはトラブルの現象に一定の効果があると思われる。(四国)
 - 用語集は活用している。(九州)
- (その他)
- 交渉時に有効に働いている可能性はある。(東北)
 - 取り組みについては理解している。使用時の利便性を中心とした広告・表示が多いように感じている。(東北)

【消費者視点に立った分かり安い広告・表示、用語集に関する改善意見等】

- 高齢者や情報弱者の理解力では次々と出てくる技術に対応が難しい。更に十分な説明と分かりやすい表記にして欲しい。(北海道)
- 用語集以前の方がいる。色々考えているのは分かるが、市民感覚から遠いところもある。(東北)
- 改善に向けた取り組みについては知っているが、不足は感じている。特に、利用者に有利な情報はフォントが大きいのが、不利な情報のフォントは小さく解りづらい、同じ大きさを記載されるよう望む。(東北)
- 改善に向けた取り組みについては知っているが、不足は感じている。特に、用語については一般利用者（特に高齢者）が理解できない表示が多いし、契約時に窓口職員が使う言葉にも専門用語が多いと感じている。
- 用語集の作成は良いことだが、できれば用語集より契約書及びパンフレットに使う用語を専門用語から分かりやすい言葉に代えることも検討すべき。料金や費用負担についての説明も多くなっていると思うが、実際に消費者が使用している物との関連性が分かりにくいと感じている。

専門用語集の作成や、育成制度の取り組みは良いことだが、契約者の理解度に応じた商品説明・勧誘（適合性の原則）にも時間と手間をかけるべきではないか。特に高齢者への配慮等は必要ではないか。（東北）

- MNPのメリットデメリット等、各社共通な情報や基準の作成公開願いたい。（関東）
- 事業者の分かり易い広告表示について、各社が努力しているのは認められるが、各社間の比較が容易にできるような 取組を期待したい。（関東）
- 用語集の作成は評価できるが、消費者にも提供（店頭などに置く）を希望する。また、最新版への更新も希望する。（関東）
- 広告の記載(文字の大きさ、色彩、配置)など改善が図られてきていることは見受けられるが、まだ改善の余地はあるので、改善に努めていただきたい。（関東）
- もっとシンプルなものに願いたい。（関東）
- 広告に関しては、改善されているが、字が小さくわかりづらいことがある。（関東）
- 用語集のなかでは、ICT の略語を普通に使われている。事業者等では意味が分かっているかもしれないが、消費者にはイメージが湧かない略語や似たような略語もあり、使い方に注意が必要である。（関東）
- 事業者の「消費者視点に立った分かりやすい広告・表示に努めること」について改善は見られますが、更に努力が必要と思います。（関東）
- 用語集の内容を見て、専門用語の多さ（専門家の方が分かった説明の仕方）を感じましたが、出来るならば、一般の 50 代の方や子ども向けの更にやさしい説明で、今後改訂に取り組まれますようお願いいたします。（関東）
- 事業者の取組として分かり易い広告・表示に努めることについてはさらなる努力をお願いしたい。（関東）
- 広告に関しては、改善されているが、カタログ等は字が小さく分かりづらいことがある。（関東）
- 用語集はあまり使ったことがなく、専門用語はネットで調べることが多い。ドコモが配布しているパンフレットは使っている。（関東）
- 契約やサービスの内容が複雑で、店頭での説明だけでは理解できない点が多々ある。フィルタリングについては、積極的な広報啓発を行ってほしい。（信越）
- 用語集は、資料として保存している。（東海）
- 広告表示については、事業者努力はされているものの、基本的に利用者視点に立った分かりやすい表示とは言い難く消費者は理解しがたい。（中国）

- 用語集はいただいたが、あまり活用する機会がない。(四国)
- インターネット関連の用語を説明せよと言われても相談員でも説明できない。中高年の相談者にとっては特に理解されていない。わかりやすくというのは、あくまでも専門家の立場から考えられたことではないか。小学生でもわかる程度に引き下げてほしい。(四国)
- 利用者がわかりやすくしようとしているのはわかるが、プランが多く、料金が細かく分かれ、高齢者等が理解するのは困難。(九州)
- わかりやすくなっているがメリットが強調されすぎ。(九州)
- 技術的な用語集は、これを見て広告を見る消費者はいないのではないかと。あまり効果が考えにくい。そもそも、広告に専門用語を使わないでほしい。
 広告に当たり、新しいサービスについても内容がわかるように表現することが必要。代理店でもわかっていない。(九州)
- 広告はイメージが先行し機能や仕組み、料金の説明が決定的に不足している。パンフや契約書は字を大きくする・字色をかえる等大事な部分に分かる様もう少し工夫をお願いしたい。店頭で販売員に質問しても適切な回答が無いことが多い。
- 「用語集」について総務省から提供され、相談員は行き渡っている。しかし一般消費者まで行き渡り、理解されているかどうかは疑問。(沖縄)

【助言者の育成の効果（効果があった、評価する等の意見）】

- テレコムアドバイザー試験についても評価できる。(関東)
- 育成支援については、それなりに効果があるかもしれない。(関東)
- アドバイザー検定の効果だと思いますが、au、ドコモの窓口レベルがアップしており、質問に丁寧に適切に回答して貰った。(関東)
- 育成制度には期待をしたい。(関東)

【助言者の育成に関する改善意見等】

- 取り組みと電気通信サービス契約時のトラブルの減少についての因果関係は、確認が困難であり、効果についての回答は出来かねる。(北海道)
- 周知方法の工夫が必要。(北海道)
- テレコムアドバイザーについては知名度が低く、効果はわからない。今後はさらなる周知が必要。(関東)
- 育成支援については、それなりに効果があるかもしれない。窓口でたらい廻しになることもあり、販売員等の育成は大切だが、どの程度のレベルまで育成するのか分かるように基準等を設けると良いのではないかと。(関東)

- 一定の効果はあると思うが、電話勧誘や訪問販売においては、まだまだ強引な勧誘がなされており、実感として取組みによりトラブルが減少しているという感じは受けない。(関東)
- 総務省の「利用者に適切に助言を行うことができる者の育成制度に対する支援」について、残念ながら周知されているとは思えません。全店で基準を定めることは良いことであり、信頼性も向上すると思われまます。また、販売員が最初説明したとことと違うといった苦情への是正にも繋がります。併せて、販売員に対しては、常に商品知識の向上が必要です。(関東)
- 総務省の育成制度に対する支援は、効果が不明。さらなる普及が必要。(関東)
- 販売代理店の勧誘方法には疑問を感じる。事業者の代理店指導はどの程度徹底しているのか、成果が感じられない。(近畿)
- テレコムアドバイザー検定はよく知らないし周りにいない。(九州)

【行政、事業者の取組に対する評価】

- 事業者及び総務省の取組は評価できると思います。(関東)
- 広告については、行政処分等により以前より紛らわしい表示はなくなっている。(中国)
- 事業者によっては、当センターを訪問し、サービス内容等の説明や情報交換を行い、具体的などころの理解が進み、相談者に対する対応が適切に出来、効果が出ている。他の事業においても訪問され、サービス内容等の説明や情報交換を行うよう希望する。(中国)
- 一定の効果があがっているが、まだ不十分。(近畿)
- 勧誘時等に事業者名や氏名等を名乗らないとの苦情は減少した。これは事業法 26 条における効果と理解。(中国)
- 悪質な勧誘が減ったのは取組みの成果ではないかと思う。(四国)

【行政、事業者の取組に関する改善点等】

- 当センター内の相談員の認知度としては、総務省の取組みの認知度は 1 割以下、事業者の取組みは約 3 割。もっと取組みを周知すべき。(関東)
- 家電量販店や通信機器販売店に、総務省や事業者の取り組みについて周知するパンフレットを置いてはどうか。(東北)
- 事業者・行政による取組がトラブルの減少に効果があったかは、センターでは判断できない。(北陸)
- 取り組みについての周知広報が必要である(東海)
- 一定の効果があがっているが、まだ不十分。(四国)
- センターから見て、電気通信事業分野は消費者保護の取組みが見えてこない。保険など他業界に比べて、消費者保護の意識、取組み

<p>が弱いと思われる。(四国)</p> <p>○ 相談件数が少ないため、取組みにより相談件数が減少したかどうかは判断しにくい。(四国)</p>
<p>③ 広告表示、勧誘等について、改善すべき点。</p>
<p>【取り組むべき課題：氏名明示、書面交付義務、再勧誘禁止】</p> <p>○ 電話勧誘については、口頭でのやり取りでも契約が成立するといっているが、電気通信サービスに関する契約については複雑であり電話勧誘では詳細までの説明は難しいと思われるので、契約の成立を書面により契約の締結時にすべきと考える。(東北)</p> <p>○ 電気通信事業者等は、電気通信事業法で事業社名やサービス内容等の説明が義務付けられているものの、電話勧誘や訪問販売において、消費者は勧誘されている契約内容を理解し難い。事業者には、特商法と同様の規制に加えて、契約に先立って契約書面等の交付を検討してほしい。(関東)</p> <p>○ 現在「電気通信事業法」には契約への影響を定めた規定は無いと思います。例えば、①クーリングオフ②解除の可否③解除事由等々。民事ルールの規定創設が早急に必要と考えます。(信越)</p> <p>○ 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)</p> <p>○ 会社名を名乗らず商品名だけを伝えて勧誘するパターンもあり、特商法と電気通信事業法では制約内容に違いがありすぎる。(近畿)</p> <p>○ 勧誘について氏名明示、再勧誘禁止など規程を作るべきである。(近畿)</p> <p>○ 消費者がゆっくりと考えて判断できるよう、クーリングオフができるようにすべき。そうすれば、事業者、代理店も強引な勧誘がしにくくなる。(四国)</p> <p>○ 特商法では、勧誘を断れば再勧誘することは禁止となっている。電気通信事業法でも再勧誘不可となればよい。(九州)</p>
<p>【取り組むべき課題：勧誘の在り方について】</p> <p>○ 電話勧誘時におけるトラブル防止策をより検討して欲しい。(関東)</p> <p>○ 勧誘のルールをきちんと守って欲しい。これからは、高齢者の勧誘ルールが必要と思われる。(高齢者が使えないものも契約させられている)。訴訟にもなっている2年更新については、更新期間をきちんと説明して欲しい。(最初の2年間だけと思っている相談がある) 定額サービスを申し込んだが、翌月から適用ということで、契約月に多くの料金が発生してしまった。説明の仕方が良くないのではないか。(信越)</p> <p>○ 電話勧誘に関しては、説明が不十分なケースが多い。メリットばかりではなく、デメリットもしっかり説明することが必要である。</p>

(北陸)

- 電話勧誘や訪問販売の際には、勧誘を始めるときに消費者が勧誘を聞く意思があるかどうか確認してほしい。(東海)
- 電話勧誘については、資料の送付の了解のみに限定し、資料を見て、必要であれば消費者から電話をするなどの取り決めが必要。(中国)
- パソコンなどとの抱き合わせ販売は消費者に誤解を与えるので、好ましくない。(四国)
- 最近の電気通信サービスは内容が複雑であり電話で内容を説明するのは無理ではないか。(四国)
- 高齢者は夜が早く、夜8時以降に電話されるのは迷惑である。電話勧誘は消費者の生活を考えるべきである。(四国)

【取り組むべき課題：代理店への指導強化】

- 事業者を確認したが、勧誘したのは代理店(二次・三次?)と思われることから、なかなか明確な回答が得られなかった、事業者には末端の代理店まで責任を持って指導すると共に、契約締結前に契約者に対して納得いく説明を行うよう指導を望む。(東北)
- 代理店と思われる業者からのしつこい・強引な勧誘のトラブルが多く見られるので、事業者の取組強化を希望する。(関東)
- 販売店、代理店まで自主基準(ガイドライン)が浸透しているか不明である。企業コンプライアンスの問題。(関東)
- 電話勧誘を代理店のみの責任にすることを認めず、これで最も利益を上げている事業者にも最も責任を持たせるべきではないか。(近畿)
- 行政や電気通信事業者の取り組みは、支援連絡会等で聞いている。実際に利用者に対応する代理店等(代理店、系列会社、工事請負会社などを含む)への指導不足によるトラブルが目立っている。営業活動が行える代理店等となるために必要な審査を厳しくする必要が思う。
- 事業者と代理店の関係が問題である。事業者は代理店を全て把握しているのか。代理店の指導を徹底して貰わなければ未然防止はできない。事業者各社は、電話番号から代理店が特定できるようにしてもらいたい。(代理店名が不明であっても、電話番号は分かっているケースが多い。)(北陸)
- 事業者から代理店(特に2次、3次代理店)への指導の徹底。(北陸)
- 電気通信事業者本体ではなく、代理店による強引な勧誘が目立っている。断っている消費者へは再勧誘しないように指導すべき。特に、高齢者に対しては、執拗な回数になっている場合も見受けられる。電気通信事業者は、代理店に対する監督を強化すべきだ。(東海)
- 販売店を含む代理店に対する教育が疑問である。相談の多くは、代理店が関連している。(近畿)

- 携帯ショップのマニュアルが統一されていないのか、販売店、担当者によって説明が異なることがある。代理店教育をしっかりすべきである。(近畿)
- 「お得ですよ」と強調する。例えば NTT から KDDI に契約会社が変わることは一切言わず、フェアでないやり方をしている。本体が代理店に注意すべきである。(近畿)
- 代理店制度が悪い。マイラインが始まったところから、増えている。代理店への成果主義が無茶な対応を招いている。(近畿)
- 電気通信事業者が代理店に対し、御客様へのサービス内容を伝えられるような教育研修体制が取られているか疑問がある。しっかりとした体制が必要。(九州)
- 事業者が代理店の実態を知らなさすぎる。代理店契約において契約解除条項をきちんとすべき。(九州)

【取り組むべき課題：広告の在り方について（デメリット表示の明確化等）】

- 広告で有利なポイントのみ強調し、リスク部分が小さく表示されているのは問題。負担になる費用は大きく表示する規制があれば良いと思う。(北海道)
- 広告等（テレビコマーシャルを含む）において利用者にとって不利益な情報の表示が他の情報の表示に比べてフォントが小さい。(東北)
- 必要事項や消費者に分かりづらい部分を「※」印等で示す場合、文字のポイントをもう少し大きくして欲しい。
テレビCMでメリットをアピールしている商品、サービスに対して、消費者はその部分だけを見て購入する事が多い。カタログ等でもデメリット情報は小さい字で書かれていること、説明不足から購入の意思決定に誤認が生じる。デメリット情報の表示の方法、販売促進の説明に義務付けなど必要と考えられる。(関東)
- 勧誘の際は、メリットのみが強調され、デメリット等の説明が不十分である。(特に量販店での勧誘は説明が不十分である。)(北陸)
- 「工事費無料」等のメリットのみを強調する勧誘が多いが、デメリット（適用除外や解約に関する情報）の説明が不十分である。
- メリット面を強調しすぎである。例えば「無料」等の文字が多き過ぎて、何が無料なのかわかりづらい。全て無料と思い込んで契約する消費者もいる。(近畿)
- 広告表示について、あまり改善されているとは思えない。安いことばかり強調されている。
特にテレビCMでは、「無料」という言葉が強調されているので、画面上で注意書きがあっても「無料」としか頭に残らないと思う。もう少し規制して欲しい。(近畿)

- 契約時の説明が不十分なため、誇大広告の印象がそのまま残り、広告のとおりと信じている利用者がいる。(近畿)
- 広告に関する苦情相談はあまりないが、テレビ等における利益強調は、消費者に誤解を生じる。今後、苦情相談が増加することを懸念。(中国)
- 利用者は無料という言葉に弱い。無料とする上での条件の記載が不親切(字が小さいなど)。改善をして欲しいと感じる。(中国)
- 未成年の場合、「無料」表示を全面に出すのはトラブルの元である。(四国)
- 広告に関する苦情相談は増加していない(消費者自らが気をつけているためと思われる)。ラジオCMでは一般消費者の利益部分のみ強調されている。(九州)
- メニュー変更については、安くなることを強調して変更を誘導しているが、家庭事情(利用状況)によっては必ずしも安くなるとは限らない。勧誘時や契約時については、利用状況や家庭事情を考慮することが必要でありこの点が不十分。(中国)
- パソコンが安いなど、消費者の誤解を招くような広告は避けてほしい。(四国)
- チラシ・パンフレットを見ただけでは利用者は理解することは困難。利用者の立場に立つならば、メリットだけでなく、そのサービスを利用する場合のデメリットや注意点も知らせるべき。(九州)
- 広告表示に関しては、一般消費者に対する不利益条件の文字が大きくなっており一定程度改善されてはいるが、なお表示が見づらく改善が必要。(沖縄)
- TVコマーシャルの内容が、メリットばかりを強調しています。例えば、携帯電話事業者が「海外パケット定額1,480円」のコマーシャルを繰り返していますが、「利用者は、定額パケットを利用するには自分で海外事業者を設定しなければなりません。」といった旨の利用方法や注意点をTV等の媒体で説明していただければ、消費者によりよく周知されるのではないのでしょうか。
- 携帯電話の広告のキャンペーン表示価格は、経費がそれ以上掛からないと誤解される場合があるので、分かりやすくしてほしい。(信越)
- 説明不足もあるが、過度に期待をさせる説明も多い。(信越)
- いついつまで無料というものがあるが、何月何日まで無料というような具体的な説明をして欲しい。2ヶ月と言われて今日までと思っていたら昨日までだったというような、ちょっとした行き違いのトラブルがある。料金が一切かからないというような利点ばかりを説明しているのではないか。(信越)
- 無料、キャッシュバックを強調し、詳細な説明、特にリスク説明が十分されていないと感じた。約款にサービス内容を詳しく書いて

かもしれないが、消費者に誤認されないよう広告・勧誘時の説明に十分な配慮が必要である。(東海)

- 携帯電話等は契約パターンが複雑化していて広告もわかりにくい。デメリット面も書いてはいるが、非常に小さな字でメリットにばかり注目されるようになっており、誤解を与えやすい。(近畿)
- 「無料」は、わかりやすい広告であるが、利用者は、そこに目を奪われ他が見えなくなる。どの業界もそうであるように、広告は、事業者にとって大切なことは大きく、利用者にとって大切なことは小さくアリバイ工作のように表示されている。(近畿)
- 広告や説明資料の文字が小さい。情報量が多いため文字を小さくせざるを得ないのかもしれないが、高齢者には見づらいのではないか。また、事業者は有利な部分を一方的に説明するため、消費者は内容を十分理解できないまま契約してしまう。相手の理解力に合わせた丁寧な説明が必要ではないか。(四国)
- 高齢者や知的障害者からの相談が増加している。特に高齢者向けでは、パンフレットの字が小さすぎる。字のポイントを大きく黒字で表記を。注意書きは赤字で。白内障を患っている高齢者でも読めるように。(九州)
- テレビでは「無料」と宣伝して画面上「一部コンテンツは有料」と表示されたので一定評価されるが、聞いただけでは気づかないので音声での案内も必要。無料といわれると本当に無料と思い込み使ってしまう人がいる。無料はあり得ないのでやめてほしい。(九州)

【情報提供の在り方】

- 機能性と併せ料金についても更に詳細に明確表示すること。(北海道)
- テレビ広告だけでは伝わらない部分のフォローをどこまでするのか。消費者が誤認したまま契約することのないよう、販売店側の努力が必要だと思う。(北海道)
- コマーシャルは、人気タレントばかり強調せず機能説明やモラル等もアピールすべきである。(北海道)
- 携帯電話の新聞折り込み広告は、機種が表示より新規加入による特典の表示が目立つ。費用の安さを1番に謳うより機種をメインに、費用は他の経費説明とともに説明表示したほうが解りやすいのではないか。(北海道)
- 複雑で分かりづらい通信事業の内容について、基本的な仕組みを理解できるようシステム等を図式化したり、広告の一部に説明のためのスペースを確保したりして欲しい。(関東)
- キャンセル可能期間の表示をして欲しい。(東北)
- 事業者の広告表示や相談対応において、消費者の立場に立った考え方で対応していただきたい。(東北)
- 無料と思って契約したが、月々割であって実質負担ゼロ円と言うことであって、消費者にも責任があるがわかりやすい説明をして欲

しい。(信越)

- 通信サービスの発展によって、新しい商品やサービスが提供されています。消費者はよくわからないまま利用すると、思わぬトラブルに発生することが多くなりますので、情報提供など十分な配慮が必要と思います。例えば、海外で定額パケットを利用する場合には、自分で事業者の設定を必要とします。空港内に総合窓口のようなものを設置して、携帯電話等の設定をチェックするようなサービスがあると、トラブルを回避できると思います。(関東)
- 速度が速いとした広告を出す時には、速さの目安となる説明を加えてほしい。相談者は、事業者の説明が十分理解できずに、説明で受けた時の速さの感覚と実際利用した場合の速さに差があって、トラブルの原因となっている。
利用者がどの程度の速さを求めているかを理解できる表などの資料を用意してほしい。
また、ベスト・エフォートの説明も分かりやすい広告を用意してほしい。例えば、契約の際には、この上限の料金であればネット検索も50件程度できると説明を受けたが、実際に検索してみると、最近のサイトはバナー広告とか様々な表記や画像が使われていて、容量が大きすぎて数件程度しか利用できないとした状況がある。(関東)
- 防水携帯ではパッキンの劣化、リアカバーやキャップをしていない場合は防水効果が無い旨の説明不足によるものと思われます。
電気通信事業者の広告にTVコマーシャルやパンフレット等があるがメリットばかりを強調し、デメリットについては字が小さいなど、見難い、目につきにくい箇所に掲載している等が感じられます。
例えば、防水機能のある携帯電話のCMがありますが、メリットばかりの宣伝で、実情は数カ月で水漏れ事故が発生することがあります。防水維持のためパッキングの取り替えが必要であることへの周知の徹底や防水機能のランク付けを明示するなど、防水機能が完璧であるかのような誤解を招くような映像は避けてほしいと思います。
また、購入時には「携帯電話は精密機械」であることへの説明を十分にお願ひしたいです。(関東)
- 「安さ」が強調されがち。実際に利用した時に、基本料+情報料+データ通信料などを含めていくらかかるのか、目安や標準的な明細書の例示などがあると良い。消費者も知識に差があるため、基本的な用語説明や料金内容等について、わかりやすいパンフレットの提供を要請したい。(関東)
- 料金体系が複雑で分かりにくい。機種が変わったり、料金体系が変わったりして分かり難いため、もっとシンプルな料金設定や表記をしてほしい。(関東)
- あらかじめ販売の際に、携帯電話は精密機械であることを、利用者に周知徹底してほしい。(関東)

- 広告の値段の記載についてはわかりやすくしてほしい。(東海)
- 以前よりはマシかもしれないが、専門用語を理解していない利用者にももっと分かり易い広告が必要。(近畿)
- 電気通信サービスは年々多様化、複雑化しており、万人にわかりやすい広告を作成するのは無理ではないかと思う。
「初めてご契約される方へ」とか、「高齢者向け機器をご契約される方へ」とか、ターゲットを絞っての告知で、自分がしようとしている契約を十分に理解してもらえるような仕組みが必要ではないか。(四国)
- 高齢者は、代理店の説明内容を理解できていない。パンフレット類ももっとわかりやすいものにしてほしい。(四国)
- 利用者にとってわかりづらい表示が多い。利用者には専門用語が理解できない。(四国)
- プランが多く、料金の表示が複雑。利用者が理解しにくい。(九州)
- 高齢者は情報が多すぎて自分の契約が分からない。(九州)
- 重要事項の確認が早口である、また、年代に応じた説明が必要。(九州)

【その他の意見】

- ショップで受ける説明と、量販店やスーパーのコーナーで受ける説明に差がある。どこで購入しても同レベルの説明が必要ではないか。(東北)
- 説明しても、利用者が理解しているかは別の問題である。十分な説明責任が果たされていない状況があると感じており、販売員の方には、相手がどの程度理解したかを良く判断して欲しい。(関東)
- 消費者が正しい知識を得られるよう、行政だけではなく事業者側においても、テレビCMで啓発を実施するなど、情報提供を積極的に行って欲しい。ゲームサイトのCMでは、無料の表示が目立っていた。最近は「通信料がかかる」旨の表示が出されるようになったが、利用者が誤認しないようCMによる啓発を図って欲しい。(関東)
- 不必要なオプションもあるので、本人がどのようなサービスを望んでいるのか、契約前の意向確認書などがあってもよいのではないのか。(信越)
- 2年しばりについては、通常の物の販売方法とは異質な感じである。(信越)
- 電話勧誘だけで契約が成立してしまうような事例が相談の中にあるようで、そのようなことは問題ではないか。
詳しい説明もないまま必要のないものまでつけられてしまうので、それらを注意してもらいたい。(信越)
- 消センへの相談の際、消費者自身が何を契約したのか分からないまま連絡してくる。結局、対面で書類を確認しながらの対応となる。

何を契約しているのか分かりやすい書面を消費者へ提供願いたい。(解約先も明示) (北陸)

- サービスの無料期間がある場合、事業者から有料になる前に、再度、契約の意思を確認してもらいたい。(北陸)
- 事業者自らが消費者の苦情対応を避け、消費者センターを利用しようとする傾向がある。消費者センターは事業者のお客様相談窓口ではないことを認識して欲しい。事業者の消費者相談窓口の充実が必要である。(東海)
- 在日外国人向けの説明が不十分ではないか。(東海)
- 代理店制度が悪い。特に2次代理店質が低下している。なぜ、事業者が直接営業しないのだろうか。(近畿)
- グリーの広告も無料が目立ちすぎる。多少は改善されたが、まだまだである。(近畿)
- 代理店との間で行った契約に対する解約の申出は、代理店ではなく、電気通信事業者で行っていることをもっと利用者が認識できるように表示してほしい。(中国)
- 電気通信は変化が速く、相談内容を理解するのが難しい。(四国)
- ゲームサイト内の広告が分かりにくく、悪意のあるサイトへの誘因であるにもかかわらず、ゲーム延長として知らずにクリックし被害に遭った相談が多い(特にグリー)。電気通信事業者は料金徴収代行するのであるから、公式サイトであれば広告のチェックは責任持ってやって欲しい。(九州)

2 契約締結時の利用者への説明義務等のあり方

(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

【相談の傾向】

[全体的に増加傾向にあるとの意見]

- 増えている。(関東)
- 増加傾向にあります。(重要事項の説明不足はない)(関東)
- 増加傾向にあり、中高年(50歳以上)からの相談が半数以上を占めている。携帯電話の割賦販売、2年縛り等の相談は減少傾向にある。(北陸)

[横ばい、減少傾向(一部サービス等の相談増加、不明を含む。)]

- パケットに関する高額請求相談は減少している。(北海道)
- 相談件数の動向や事例の傾向等の詳細について、現時点での回答は困難である。(北海道)
- 相談件数は横ばい。(東北)
- 若干の減少だが、内容は複雑になってきている。(関東)
- 相談件数はほぼ横ばい又は減少傾向(関東)
- パケットの定額制については効果が見られる。高額請求に関する相談は、比較的減ってきていると思われる。(関東)
- やや減少傾向(関東)
- 減少傾向にあります。(関東)
- 携帯電話の契約時のトラブルは格段に減った。代わって増えているのが、ひかりTVや光通信の電話勧誘に関するトラブル。(関東)
- 全体の相談件数については、横ばい状態である。(北陸)
- 相談件数については、横ばい状態である。(北陸)
- 相談件数については、横ばい状態であるが、携帯電話に関する相談(高額パケット請求、携帯電話の割賦販売等)は減少している。(北陸)

- 相談件数については、横ばい状態である。(北陸)
- 相談件数については、横ばい状態である。(北陸)
- 説明が不十分であったため生じたトラブルは横ばい。(東海)
- 電話勧誘における契約トラブルが増加傾向。(中国)
- 苦情相談は減少していない。(沖縄)

【相談事例：無料キャンペーン、無料という表現に関するトラブル】

- 自宅を訪問され、電話の基本料金が安くなると言われて契約。その後プロバイダ契約も勧められた。「パソコンが壊れているので利用しない」と伝えたところ「今なら3か月プロバイダ料金はかからない。キャンペーン期間が終了しても料金はかからない」と言われてプロバイダ契約をした。しかしパソコンは壊れているので一切利用していない。
先日、利用料を確認したところ4か月目から通常料金よりも4千円ほど多い額が引き落とされていることに気付き業者に確認すると「プロバイダ料金はキャンペーン期間が終了すれば当然料金はかかります。そのような勧誘はしていない。担当者に連絡させます」といわれた。そのまま連絡がない。既に解約したが3か月分の返金を希望。(北海道)
- プロバイダと通信事業者と別々に契約されていると思っていない人がいる。
2ヶ月無料というのは契約した上でのことであり、2ヶ月間無料で使うことだけができると勘違いしている人がいる。(東北)
- 2ヶ月間無料ということを強調した契約トラブルが見受けられる。(関東)
- 「2ヶ月間無料だということでOKし、期間内に解約しようとしてもできず、料金請求を受けた」という事例が多い。(関東)
- 契約時、数カ月の無料期間を設けているサービスがあるが、契約時の説明が不十分なため、消費者は無料期間を経過している認識がなく、その後、料金請求があった際にセンターに相談してくる。(北陸)
- FTTHの契約の際、TVサービスは無料としながらも、必要なモデムのレンタル料が必要だったなど説明不十分による相談がある。(北陸)
- 「ひかりにしないか。今なら工事代無料、電話代も安くなる。町内でも7、8軒が切り替えた」と勧誘され、「インターネットは使わないし。パソコンを持ってない」と断ったにもかかわらず、「上京しているお孫さんが帰ってくれば使える」と説得され、契約。インターネットを利用するまで料金がかからないと思っていたら、毎月費用が発生することが孫の説明で分かった。聞いた話と違うし、申込書面にはパソコンを所有していることになっているなどの問題もあり、解約を申し出たが、「納得しての契約で、解約料が4万円かかる、

解約料を支払わない方法として、1万円で親戚宅に契約者を変更できる」と言われた。(東海)

- CATV会社によるテレビとのセット契約について、セットであれば工事費が無料との説明が十分でなく、セット契約後、一部(ネット接続のみ)解約すると工事費を請求された等の相談が増えている。(近畿)
- 光電話など、「セットがお得」と言われ、よくわからないまま契約してしまった。インターネットをしないのに結局セット料金を支払っている。(近畿)
- 光ファイバーの契約で地デジとのセット勧誘の中で、1ヶ月無料との説明があったので契約した消費者が、1ヶ月間はお試し期間であり1ヶ月後に即解約できると思っていてトラブルになった例がある。(近畿)
- 0円広告を見て来店。精算時に「無料なのは他社からの乗り換えに限るので0円にはならない」と言われた。広告のどこにも乗り換え限定の表示はない。契約に先走りすぎてキチンと説明していないのではないか。(近畿)
- 中古パソコンをプレゼントするというのでプロバイダ契約をしたが、故障して使えなくなった。新しいパソコンを購入する余裕はないので解約すると違約金が発生した。(四国)

【相談事例：割賦販売】

- 販売奨励金問題により利用者の携帯本体支払額が高額となったが(消費者にはまだ安い感覚がある)説明不足により、端末代金分割支払が理解されておらず解約時に残債精算でトラブルが生じている。(北海道)
- 機種代の割賦を理解しておらず、高額な解約料を請求された。(関東)

【相談事例：希望しない契約の締結の勧誘、締結等】

- 携帯電話の契約をしようとしたところ、デジタルフォトフレームとセットでなければ契約できないと説明を受けた。(関東)
- 他社の携帯とのメールのやり取りはしないため、ネット契約まで不要と伝えたが、ネット契約がされていた。(北陸)
- 携帯機種変更の際、フォトサービスを付加しないと購入できないと説明され、必要なかったが仕方なく契約。あとで付加しなくても良いとわかった。「抱き合せ販売」を指摘し、業者から代理店に問い合わせたが、そんな売り方はしておらず、あくまで相談者の希望との返答結果だった。もう少し代理店の教育をしてもらいたい。(東海)
- 半年利用した携帯電話機が壊れた時、SIMカードを入れ替えれば、電話番号もそのまま電話機の割賦金の残金も払わなくてよいと説明され契約したら、携帯電話を2台、契約したことになる。追加で契約した番号は通信していないが、基本料はかかっている。お客様相談室に相談したが、返金しないと言われた。(東海)

- 高齢の母の携帯を機種変更する際、全く必要のないネット関係のサービスの契約を強要された（有料で2ヶ月間）。つい最近も類似の相談が入った。（東海）
- 不要なオプションを強制的に付けられるという苦情が多い。（九州）

【相談事例：事業者側の説明不足等（国内サービス）】

- 料金割引システムと更新・解約手続きの説明不足。（東北）
- 光電話の勧誘において、料金が安くなる部分のみ強調し、電話機や周辺機器の料金、プロバイダー料金などを含めた内容の説明不足と電話機等の設置、プロバイダーの手続きの説明不足。（光電話に変更後、事業者のトラブル対応の電話番号が光電話に対応しておらず【一部のナビダイヤル等】、通話出来ないこともある）（東北）
- 固定電話料金が安くなると聞いて、新しい電話会社と契約した。以前の会社は解約したが、付加サービスが解約になっていなかったため、翌月に請求が来た。元の基本契約が消えたら全ての契約が消えるというのが、利用者の感覚である。
電話会社の契約を変えてもLCR機能を変更せずについて、前の会社から請求が来た方がいる。このあたりも説明すべき。（東北）
- 契約時の説明においては、デメリット（違約金、途中解約等）に関する説明が不足していると感じている。
解約する際は限られた期間に手続きを行わないと違約金が発生する事、及び途中解約に関する説明が不足している。（東北）
- 高齢の親が電話の契約するため立ち会ったが、特に重要事項の書面等は提供されなかった。と言う相談がある。（信越）
- 特定の固定回線と携帯電話の間は無料と言われて契約したが、10万単位で料金請求された事例あり。
割引プランに加入していないと無料にならないことが分からなかった。（説明不足、理解不足）
(例)IPone を割賦契約したが、端末を紛失してしまった。結果として、保証サービスがないため残金の支払いが残ってしまった。（説明書には記載があった。）（関東）
- デジタルフォトフレーム無料と説明されたので契約したが、通信料がかかることを説明されていなかった。解約を申し出たところ解約料を請求され不満。（関東）
- 説明員の説明不足、利用者の理解不足が原因のことが多い。特に高齢者は理解不足のことが多い。また、意思疎通が悪い場合がある。（思っていたより高かった。使い物にならない。など）（関東）
- スマート携帯とルータをセットで買うとデータ通信が無料になると言われてルータを買って使ったが、ルータを経由しないがために料金が発生した。（信越）

- 料金設定がわかりにくい、いろいろなプランがあって、無料の期間や解約によってどれぐらいの料金が発生するのかというようなことがわかりづらい。これらを説明されないまま、後から高額な料金が請求されてしまう。(信越)
- ショップ等において、利用者の希望を理解しないまま手続きしたためや間違った説明をしたことによりトラブルになったケースがある。(北陸)
- 一部の事業者で、お知らせメールの最初50文字までは無料と言われたが、初期設定自体が全部受信に設定されていたことにより、料金が発生していた。(北陸)
- FTTHの契約の際、IP電話を勧められたが、電話会社まで変更になることを知らされていなかった。(高齢者の場合、固定電話はNTTだけとの認識しかない。)(北陸)
- 説明不足で、スマートフォンのパケット料金が高額になったとの相談がある。
デジタルフォトフレームの本体は無料であったため契約したが、月々の通信料がかかる、通信状況が悪く利用できなかった等の契約時の説明不足が原因と思われる相談がある。(使用できないケースでも解約料が発生した。)(北陸)
- 携帯電話をPCに接続してネット利用をしたことによる高額請求、中途解約による違約金など、説明が不十分であったと相談されるケースが多い。(北陸)
- FTTH回線を契約。使用後に不要なサービスと分かったため、ADSLに戻そうとしたが、工事費が発生。(契約時の説明が不十分)
一部の携帯電話事業者において、メールの初期設定が自動受信となっていたため、迷惑メール等が全て受信されたことによりパケット代が高額になってしまった。(北陸)
- 光サービスの契約時に電話も今と変わらない料金で使えると聞いたので契約したら、電話料金が高くなった。(東海)
- 大手電話会社と光通信を契約。15ヶ月の継続利用を条件に初期費用無料とのことであり、転居の予定があったため中途解約について訊ねた。転居先が光通信を利用できないエリアの場合、解約料はいらぬとの説明であった。ところがその後転居し利用できないエリアとわかり解約を申し出たら解約料を請求された。電話会社は解約料が発生しない場合は当社が提供する光通信・ADSL等高速通信サービスすべてが利用できない場合に限り、契約時の説明が不十分ではないか。わかっておれば、他社のから大手電話会社の光通信に乗り換えなかった。(東海)
- 代理店では、消費者に対して、説明が少ないのではないかと。
 - ・販売員の能力の差もあるが、説明力が不足している。

- ・消費者への説明は、基本は、相対なので、双方が理解していればよいが、一方的な説明に終わっている場合も少なくない。
販売店の契約時における説明(特にパケット料金)不足が多い。(東海)
- NTT の代理店からの光テレビとのセット契約について、口頭による説明なので契約者が十分理解されずに契約してトラブルになる相談が増えている。(近畿)
- 携帯のオプションなど、契約後も変更できるものについてきちんと説明が必要。特に高齢者は、変更できる事を知らない場合が多い。
重要事項説明について、“やりました”で済ませてしまう。(近畿)
- 契約内容が複雑でわかりづらい。
 - ・安さの代わりに、2年契約で縛り、解約のことを十分に説明していない。
 - ・安くなるというプラス面のみで勧誘されている。電話会社が変わってしまうことを本人に伝わっていない。クーリングオフの制度が必要ではないか。
 - ・代理店の場合、解約しようとしても、何処と契約したか分からない。重要事項説明書も工事が済んでから渡している。
 - ・A社を止めB社に乗り換える契約の場合、B社が済んでいてもA社の工事がかかるということがある。業者の方が解約しておくと言っておきながら実際に解約されていなかった。大手はしっかりして欲しい。
 - ・携帯を購入するときに値引きする条件としてオプションに加入する必要があるが、オプションに加入した認識が無く、値引き期間が終わってから何か分からない料金が発生している。(近畿)
- 光ファイバーの料金体系がわかりづらく、「セット」「オプション」という言葉でいかにも安くなるかのように説明されて契約したら、実際には高くなっていったという相談があった。
契約はしたが、いつから契約(サービス)開始かを理解しておらずにトラブルになった例がある。相談者は、説明がなかったので当然のように契約当日から使用できると思っていた。(近畿)
- 販売店の従業員が未熟で、重要事項について書面に書いていることと、異なる説明をすることがある。
- 契約変更の際の料金の適用時期がわかりづらい。翌月から家族間通話が無料になるところを、説明不足で、当月から無料のつもりで利用し、思わぬ高額請求になったと相談事例がある。割引の計算方法わからない。本当に安くなっているのだろうか。(近畿)
- 電話勧誘でインターネットを光回線にする申込みをした。電話での説明から室内にアンテナを置く程度と思っていたが、工事に来て部屋の中で配線をし始めたので、そのことを話すと自分たちは工事を請け負っただけだと言われた。工事終了後、販売店に電話をして

も、今日、設定に行く際に説明すると話すばかりで、らちが明かない。賃貸アパートなので、釘などを打たれると困る。

・パケット定額制のサービスを利用していたが、近々他の携帯電話会社へ乗り換える予定があったので、定額制を解約し、利用した分を支払うことにした。最終日の24時までは定額だと聞いていたので時間ぎりぎりまで使用し続け、翌日からは使用をセーブした。それなのに4日間で3万円の請求があった。

・電話回線の変更を勧誘した業者の担当者に、電話回線を変更してもインターネットの接続は支障ないか確認したところ、インターネットの接続はそのままできると言われた。それを信じて何も準備していなかったが、電話回線が切り替わった瞬間からインターネット接続ができなくなり、業務に支障が出た。

・ナンバーポータビリティを利用して新規加入する際、1万円のキャッシュバックがあると思って契約したが、実際は、20歳未満・50歳未満の加入が条件だった。その条件の説明はなかった。自分は条件に外れると分かっていたら契約はしなかった。(中国)

- 電話勧誘によるインターネット通信回線を変更しようとする場合、契約がどの段階で成立したのかわかりにくい事。また、解約するときには当初知らされていなかったキャンセル料が必要になる事などでのトラブルが発生している。(中国)
- 新しい機種・新しいサービスを販売する際、メリットのみ強調し、消費者負担が増えることについての説明が不十分だったためトラブルになった。(四国)
- 契約時、ネットの動画サイトが問題なく見られるとの説明を受けて、データ通信サービスと頭金無料の格安パソコンをセットで契約。しかし実際には動画が途中で止まりまともに見られなかった。(四国)
- 「月額1000円は安くなると説明されたが実際はそうならなかった」、「工事が説明のあった内容と違っていた」などの相談があった。(四国)
- 光回線の変更に伴うトラブルで、説明されなかった費用を後日請求される事例。これらは契約締結時の説明が不十分のために、起きるトラブルと思われる。(四国)
- 代理店が正確な説明をしていない。安い面だけ説明し、他の条件を省略。メリットだけ強調して説明するため、後で聴いていないとのトラブルあり。(九州)
- 解約料、違約金の説明を受けていない例があった。
 - ・消費生活センターでは、特に量販店では説明が行われていないのではないかと思う。
 - ・代理店等での説明では、継続して使うとの前提での説明をされている感触であり、トラブルの原因となっていると思うので、敢えて

解約時の説明するようにする必要がある。

- ・無料との説明のトラブルでは、家族間通話料の無料が今月のみだったものが、無料が継続していると思っていた例があった。(九州)

【相談事例：事業者側の説明不足（国際サービス）】

- 国際ローミングサービス等の通信サービスの仕組みと料金設定についての説明が不十分なため、海外で利用後、高額な利用料を請求された事例。現在の利用料金より安くなる旨説明されたが、実際には割高なものであった事例。(関東)
- 海外でのトラブルがあった。メールの受信をしたら料金が高額になった。海外（タイ・ミャンマー）で使えると言うことで携帯を買ったが、海外から日本にかけた電話番号が非通知となってしまう、日本の方で電話に出してくれないので仕事等に支障が出た。説明書に書いてある場合もあるが、店頭での説明ではそこまで説明はしてくれない。(信越)
- 海外で利用可能な携帯端末であるとの説明を受けて契約したが、実施には海外で使用できなかった。(北陸)
- 海外に友人がいるので、海外とのショートメール利用を前提に利用料金を聞いたところ、無料という回答だったので契約したところ、無料は国内のみだった。利用者のニーズを十分理解しないで契約を行わせている。(九州)

【相談事例：電話勧誘】

- 電話料金が安くなると言われて申し込むような話になった。業者はこの電話で契約が成立したことになると言うが、内容がよくわからず不安。断りたい。(四国)
- 大手電話会社の代理店から電話があり、パソコンを500円でプレゼントすると言われ光回線サービスを契約。電話会社の工事が終了したがパソコンが届かず販売店に連絡しても電話が繋がらなくなった。その後、パソコンや無線LANが届いたがリース契約になっていることが判明。(申込時に販売店から契約書や資料が送られてきたがよく見ないまま申込書を記入して送り返していたが)あとで資料を見るとパソコンは500円でリースし、3年以内に解約すると違約金が発生するという内容だった。(四国)

【相談事例：エリア】

- 電波エリアを確認して買っているのに使えない。(信越)
- 無線を使ったインターネット（イーモバイル）でエリアになっていると言われ契約したが、自宅で使えなかった。(東海)
- 郊外のショッピングセンター内で、常設の店舗ではなく期間限定でセールスしている代理店から、プロバイダ契約すればパソコンを無料で提供するとの勧誘を受け契約したところ、自宅がエリア外だった。解約を申し出たところ7万円を請求された。幸い、エリア外が確認されて無料で解約できたが、代理店によってはこんな乱暴な勧誘が行われている。(九州)

- 電波が届かないに解約に応じないという事例がある。使えると思って契約するのであるから、使えないのであれば契約の不履行。(九州)

【相談事例：適合性】

- 50代女性、携帯電話からiPhoneへ変更。2段階定額を勧められたが、普段の通信料金が3,000円ほどなので断って、店員も大丈夫と言った。しかし、実際は思ったよりも1,000～2,000円ほど高い料金が請求される。解約を検討したが違約金がかかるとのこと。店員に相談すると、家族にWiFi加入者がいるので大丈夫と言うが、女性は理解できない。相手のレベルを考えて販売して欲しい。(東北)
- 事業者はマニュアル通りの説明はするが、高齢者等は説明を理解しないまま、契約してしまうケースが見受けられます。(関東)
- 電話勧誘の高齢者に対する苦情が多く見られる。また、契約が複雑で理解できず、契約してしまい、トラブルとなっているケースが多い。(関東)
- 施設に入っている軽度の知的障がい者に請求書が届いている。携帯電話らしいが本人は解約していると言っている。携帯電話機が分割払いでセット契約されていたもので、本人は理解していなかった。
 - ・基本料金内(980円)で大丈夫と言われて契約したのに、1,500円もの請求が来た。「高齢者に対する契約時の説明不足による相談。」
 - ・高齢なので、通話ができれば特別な機能が無くても良いと伝えたのに、様々な機能が付いていた。また、充電器も電話本体の置き型を希望したのに、挟み込む使いにくい物だった。これについて販売店に苦情を伝えても、何日も回答が無い対応だった。(信越)
- ネット回線の勧誘をうけ、「CDを入れればインターネットができる、お金はかからない」と言われて、工事をしてパソコンのセッティングされた。パソコンの電源の入れ方もわからず使えない。(東海)

【相談事例：消費者側の確認不足】

- 説明がされたか否かが不明な状況において契約し、請求が来て高額パケット料に驚き相談に来る者が多い。これらは、パケット定額制加入を推奨されながら、説明を良く聞いていないと想定される。(北海道)
- 消費者側の理解不足あるいは錯誤に基づく相談が多い。事業者にはもっと説明をつくすよう希望する。また、デメリットについてもきちんと説明してほしい。利用者側も、きちんと確認すべきである。(四国)

【相談事例：事業者、消費者側の主張が一致しない事案】

- 説明者の説明不足なのか、利用者の勉強不足なのか不明ですが、まだかなり相談がある。

- ・業者は説明したというが、相談者は聞いていないという事例。
 - ・光通信契約について、契約時は一社と契約する。一方、解約時は複数社と解約する必要があるが、その説明がされていないという事例。
 - ・電話代が安くなると言うので契約したらプロバイダー料がかかり、逆に高くなったという事例。
 - ・電話代が安くなると説明を受け、資料を貰うことにしたら、契約となっていた。解約したいが、3万円の違約金がかかるという事例。
(関東)
- ショップ及び店員において説明レベルが相違。消費者からその点は説明を受けていないなどの相談が絶えない。消費者視点に立った説明となっていない。また、消費者も問題であるが、契約書面等がないままでの口頭回答のみで契約成立することが問題。(中国)
- 契約時の提供条件に関する苦情相談は件数的に少ないものの一定程度ある。事業者(代理店)側は「説明した」と主張し、相談者は「説明を受けていない」との事例。(沖縄)

【相談事例：消費者が納得できないとの相談】

- 携帯電話の契約時に自動受話器設定の状態、渡されている。頻繁に来る迷惑メールも受信することになり、パケット通信料が請求され、納得いかない。(北海道)
- 携帯電話のパケット定額サービスを契約したが、定額を超える請求があり、業者に確認をすると、パソコンサイトを閲覧する場合は、定額にプラスされた別の設定金額があると初めて説明された。納得できない。(北海道)

【相談事例：契約、サービスの複雑化】

- 申込みにあたり、消費者が思い込むような料金体系にするには、必要とされる前提条件(コンテンツパックの加入等)をクリアすることなどとなり、消費者はそれに従い申し込みを行う。しかし、結果的には条件を全て満たしていないなどとして、希望どおりにならない。契約が更に複雑化している。
- 夫が契約したので、後日、妻も同じように申し込もうとしたら、適用されるプランに期限があり、戸惑ってしまった。(東北)
- 消費者が通信の仕組みを理解しておらず、結果どの会社とどんな契約をしているか分からず、解約しても請求が続くという相談が多い。それは「契約時の窓口は1本化されているが、解約時はそれぞれの事業者に連絡が必要」という点に起因している。(九州)
- 契約書の内容があまりにも複雑で説明を受けてもわかりづらいとの相談事例があり、契約書類を確認してみると5枚程度、相談員も詳しく確認してみないと理解できない内容。(沖縄)

【相談事例：契約期間の拘束】

- 携帯電話を2年以上継続使用の条件で契約し2年以上使用したので解約を申し込んだところ、契約は自動更新であり更新月以外の解約は違約金が発生すると違約金を請求された。更新月は請求書に記載されている様だが、紙請求書よりWeb請求に移行している状況下で、mail受信拒否者やNet環境を利用しない利用者には、把握する手段が無い。何年も前の契約月を記憶してはいない。(北海道)
- プロバイダ契約をして、解約するときに解約料が高い。契約の段階でどこかには書いてあるとは思う。本件は安いパソコンを買ってイーモバイルに2年契約で加入したものである(使って半年たった頃、プロバイダ料金が高いので変更するため解約を申し出たもの)。(信越)
- ADSL加入手数料無料、2ヶ月無料、モデムレンタル料無料とのキャンペーンがあったので、DTI(プロバイダ)から申し込むが、イーアクセス(プロバイダ)と契約することになるインターネットサービスを申し込んだ。数ヶ月で解約を申し出たところ24ヶ月契約となっていることが判明した。消センとの交渉後、解約に応じてもらったが、イーアクセスのキャンペーンを調べたところ20種類ほどあり、フリーダイヤルする先はもちろん、電話対応者の態度まで違う。理解しきれない販売方法である。また、重要事項をメールで送っている。(東北)
- 電話勧誘で2ヶ月間は解約無料と説明されたので映像配信の契約をした。しかし、解約期限の日に電話で解約を申し出たら、解約する場合、機器は一括で支払ってもらいたいと言われた。2ヶ月間は無料と思っていたので納得できない。(信越)
- 契約時の説明においては、特に解約時の手続きに関する説明が不足していると感じている。
2年契約に関しては、解約する際は限られた期間に手続きを行わないと違約金が発生する事、及び解約方法についての説明が不足している。(東北)
- 解約する期間(年月)が限定されていて、解約期間に解約しないと違約金が発生してしまう。解約期間や解約方法などについて、利用者が理解できるような十分な説明がなされていない。(関東)
- 2年縛りで安くなるのはよくわかるが、多くの方は最初の2年間だけが拘束期間と思っている。(近畿)
- 携帯電話、光サービスの2年契約など一定期間継続利用の契約に関する苦情相談が多い。相談内容は、解約手数料が高い、契約時に解約手数料の説明がなかったというもの。(四国)

【相談事例：セット販売】

- モバイルパソコンを低価格で販売すると勧誘しているが、実際の契約はパソコン代金が安いのではなく、通信サービスの契約であり、

<p>あたかもパソコンの分割料金がなくなった様に思える契約の事例があり、キチンと契約内容を認識させるような説明がない。(東北)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ パソコンとモバイル通信サービスのセット販売で、契約時に「どこでも繋がる」といわれて契約したが、実際にはつながらず、解約する場合も契約書には解約料の記載はあるが、販売店からは説明を受けていない事例。(関東) ○ セット販売(契約)を行う際の説明が不十分で、一方(パソコン)を解約した場合での他方(通信)の契約の縛りが発生しトラブルになった例がある。結果としては、契約時の説明不足であったことで解約が出来、パソコンについても店舗外の販売契約であったためクーリング・オフが出来た。 <p>(事例)</p> <p>「パソコン本体無料、通信料が月2,900円で2年間」と勧められて契約したパソコンの解約を申し入れたら、解約しても24回の支払いが残ると言われ、通信契約だからクーリング・オフはできないと言われた。(中国)</p>
<p>【相談事例：未成年者契約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 未成年者の虚偽書類による契約に対し、販売店の確認が不足、親が同行してない場合、電話による確認等も行われず販売された例があった。(北海道) ○ 親が同意していないのに、子どもが勝手に携帯電話を契約した。同意書の提出は出されているかもしれないが、実際には必ずしも親権者の同意が取れていない場合もあり、未成年者契約にかかる親権者の同意書の確認が不十分である。(関東) ○ ウィルコムで、学生向け0円キャンペーンというものがあった。契約者は未成年であり、親権者の確認書類はあるが電話での確認であり真偽は不明。0円の範疇についても説明していたとは思いますが、どこまで理解していたか不明。結局トラブルになり、未成年者との契約とのことで事業者が料金を負担することになった。代理店の説明義務、未成年者との契約方法について疑問が残る。(近畿) ○ 未成年の携帯の契約。親が知らないうちに同意書も記入され、契約が終了していた。高額な料金を払えなくなり、親から相談の電話があった。(近畿)
<p>【相談事例：コンテンツ契約】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 無料ゲームサイトに未成年や自立支援を受けている障害者がアクセスし、ゲームそのものは無料であるが、有料課金に気がつかず、どんどん利用してしまい、高額な使用料を請求されたという相談があった。(信越)
<p>【相談事例：端末に係るトラブル等】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯端末の高機能化によりカメラ機能等精密機器としての扱いが理解されていないため乱雑な扱いによる故障のトラブルがある。

<p>(北海道)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 家電量販店で、手持ちの充電器を引き続き使用できると説明されたので契約したところ、実際は使用できなかった。(関東) ○ 故障時の補償サービスの説明もないまま、料金だけが引き落とされてしまった。(信越) ○ スマートフォン等、操作が難しく使えない。(信越) ○ ショップで希望の機能付き携帯を購入したいと申し出でて購入し、使用の仕方が分からずショップに確認したら店員も使用方法が分からず、他店で確認したら機能がついていない携帯と分かった。(東海) ○ スマートフォンやルータ (Wi-Fi) に関してのトラブルが増えている。販売店が十分な説明を行っていないのではないか。(近畿) ○ 本来機能全てを説明するのが適当であるが、それが出来ないのであれば年代によって携帯の使用実態が違うので、契約時に年代にあった説明が必要。 携帯の機能が多すぎるので全部の機能の説明がなく、必要な人に必要な説明がされておらず苦情の原因となっている。(九州)
<p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 無料期間中に解約を申し出ても期間中は解約できない規約になっており、期間を過ぎてしばらくすると解約料が発生する。(九州) ○ 書面交付や、説明を受けた旨サインを求められたりしているが、それが逆に事業者のアリバイ作りに利用されている面もあるのでは。(九州)
<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> <ul style="list-style-type: none"> ○ 契約時の説明事項に、解約時手続を追加したことは評価できるガイドラインの改正により知識・経験等利用者の特性に応じた勧誘を行うことの推奨は評価できる。(関東) ○ 何年か前までは、この案件についての相談が多数寄せられたが、最近は相談をうけていないので、効果が現れていると思われる。(関東) ○ 解約の手続きに関する相談は減ってきている。表示がわかりやすくなったので高齢者等に関するトラブルは減っているが、なくなっていない状況ではある。(関東) ○ 解約先に関する電話はないので、効果はあったのではないかと思います。(関東) ○ 重要な事項をまとめた書面の交付については、効果はあると思います。また、注意喚起もお願いします。(関東)

- 重要事項に解約時の手続きを追加したことは効果があると思います。(関東)
- 以前に比べて携帯電話の相談は減ってきている。(関東)
- 携帯電話等のトラブルは、減少した。(近畿)
- 総務省の取り組みの成果は表れている。事業者への指導が成果になって表れているのではないかと。(近畿)
- 総務省の取り組みの成果は表れている。しかし、そもそも事業者自らが気づき改善すべきことである。(近畿)
- 重要事項等の説明については、事業法 26 条における効果は見受けられるが、説明方法に問題。(中国)
- トラブル減少に効果があったと感じている。(中国)
- 一定の効果があがっているが、まだ不十分。(四国)

【解約時の手続、適合性の原則に関する改善点】

- 消費者が購入する際、窓口になる担当者の質の向上が不可欠と思う。販売者のモラルの向上が必要と思う。(北海道)
- 通信の知識は人によってばらばらのため、低い方に合わせた説明が必要である。(東北)
- 携帯販売店では、マニュアル的な説明が主で、利用者の知識や経験の特性に応じた勧誘を行っているとは思えない。(東北)
- 様々な取り組みも末端の窓口対応者まで、指導が行き届いているのか疑問。年齢、知識を考慮した説明がされていない。(東北)
- 様々な取り組みも末端の窓口対応者まで、指導が行き届いているのか疑問。(東北)
- 取り組みが末端まで徹底されているかどうか疑問を感じている。特に契約・解約時の説明を代理店がしていない事が良くある。(東北)
- 当センター内の相談員の認知度としては、総務省の取組みの認知度は約 6 割、事業者の取組みは 3 割弱。(関東)
- 高齢者に対しては、聞かれたら回答するという姿勢ではなく、特に詳細に説明する。(関東)
- 政策としては評価できるものの、相談員に周知がされておらず、電気通信事業者やガイドラインが消費者センターの相談員にも理解できるよう、続けて冊子等での情報提供をお願いします。(関東)
- 通信契約の解約について消費者相談を受けていますが、そのような重要事項の記載している書面を保管していないケースが多く見受けられます。契約書や重要事項説明書を保管することが必要という認識を、十分に利用者に理解していただくよう窓口説明者の教育を望みます。例えば、窓口での説明時に書面の保管を促したり、また保管用の袋を提供したり、特に高齢者にはゆっくり、繰り返し説明することを望みます。(関東)
- NTTグループでは、インターネットの解約の際に、プロバイダーの解約手続きも必要である旨をハガキでお知らせするなど取り組

まれていると思いますが、今も解約に関わる相談が寄せられています。事例として、インターネットを利用しないので、光回線とプロバイダーを解約したが、数か月に渡って不審な料金が引き落とされているのに気がつき調べたら、IP電話料金と分かりました。プロバイダーから電話会社に、解約の連絡をされていると思っていたためのトラブルなど、解約時の連絡忘れなどのトラブルが多発しています。

各事業者との契約であることを、周知させるための努力が必要と考えます。例えば、カスタマーセンターなどでの解約手続きの説明に際し、回線契約とプロバイダー契約の双方について、解約の手続きが必要である旨の説明を徹底することをお願いします。(関東)

- 知識・経験等の特性に応じた勧誘について、高齢者に対しては分かり易い言葉で説明をお願いしたい。(関東)
- 利用者のレベルに合わせた対応ができる知識と経験を持つ人材が少ないと思われる。新しい製品発売に合わせて多機能性や契約プラン等をすべて把握しているか疑問である。利用者のレベルに合わせた説明を努力されたい。(関東)
- 消費者の知識等に応じた説明が不十分であると思われる。(北陸)
- 高齢者にサービス内容や解約条件について、説明はされていても十分に理解されていないのではないか。(北陸)
- 消費者に応じた説明が不十分であると思われる。(北陸)
- 全くパソコンの初心者に対し、不招請勧誘を行い、ネット回線の通信契約と端末の割賦販売契約の2本立ての複雑な契約を交わすことは、トラブルに繋がりやすい。適合性に配慮してほしい。(東海)
- 高齢者に対しては、一律的な説明でなく、時間をかけた説明をしてほしい。(東海)
- トラブルの被害者は社会的弱者（障がい者、高齢者等）が多い。社会的弱者には勧誘を行わない等の自主規制はできないか。(近畿)
- 契約時の対応は、利用者の特性を意識した対応ではなく、マニュアル、ノルマを意識した対応としか思えない。(近畿)
- 総務省の取組は有効であるが、十分には行き渡っていないのでは。(近畿)
- プロバイダ契約時に一体で他社のサービスにも契約したならば、解約のときも同時にされるべきではないか。そうでなければ、そのことを明示する必要がある。利用者の多くは、一体になっている複数の契約は、一体で解約されるものと思っている。(近畿)
- メニューや契約内容が複雑な状況の中、マニュアル的な対応は消費者が理解できない。(中国)
- 訪問販売等の不招請勧誘においては、代理店が活動する場合が多く十分な説明が果たされるか疑問であり、その結果トラブルの原因となっているものがある。携帯電話の店頭販売では、かなり説明は改善されてきているが、説明不足によるトラブルは依然多い。(中国)
- 代理店等の対応に不満を感じる。特に、高齢者への説明は不十分と感じる。(中国)

- 消費者保護ガイドラインについて、ガイドラインの規定が事業者の勧誘、契約時の説明にどのように反映されているのか検証が必要。例えば、利用者の特性に応じた勧誘を行うことが推奨されているが、それが事業者の営業マニュアルや実際の勧誘に反映されていれば、トラブルは起きないはずである。高齢者に対する勧誘など、利用者の特性に応じた勧誘が十分に行われているとは思えない。(四国)
- 高齢者には説明がなかなか伝わらない。良いところばかり強調して説明するので、違約金などの説明が伝わらないのではないかと。(四国)
- 説明をしたことが利用者が理解したことになっていないため、後になって聞いていないとなっている。電話勧誘での契約で、十分な説明がされていず、トラブルとなる場合がある。(光電話、ネット)(九州)
- 利用者の知識・経験等の特性に応じた勧誘については、事業者も心がけていることは理解するが、見た目ではわからない場合も多いのでどこまで対応できているか疑問。(九州)
- 高齢者が利用するとは思われない付加サービスが利用者の特性を考慮されないまま契約されている。とても利用者の立場にたっているとは思われない。(九州)
- 高齢者への説明にあたっては、必要最低限これだけは知っておいてほしい項目を抜き書きして時間をかけて説明してほしい。高齢者は、「はい」「はい」と答えていても、実際は理解していないことが多い。まして、若い店員が単純にマニュアルどおり話しても、高齢者には理解できていない。さらに、カタカナ表記が多いため、頭には入っていない。そのことが、後で、「聞いていない」というトラブルを生むことになっている。(九州)
- 電器店等代理店は本来業務の片手間で説明を行っているので、説明が少ない実態となっており、それがトラブルの原因となっている。(九州)

【その他】

- 2年間の特約については、説明を受けその場では納得していたが、実際利用してみると繋がりにくく利用できないことから解約している。利用できないので解約したにも関わらず、違約金を支払わなければいけないことについて、納得されていない。(関東)
- インターネットを利用できない人には、HP掲載事項と同等の情報を提供できる体制を構築する。(関東)
- フィルタリングについては、以前に比べて消費者の認知度が高くなったように感じるが、依然として説明不足によるトラブルが後を絶たないことから、取組みの効果が十分に発揮されているとは言いきれない。(関東)
- 電話勧誘の場合、利用者の知識・経験等を確認して勧誘することは難しいのではないかと。(北陸)

- センターが介入することで減額されるケースがあるが、消費者からの直接の苦情には対応されていないようである。(北陸)
- 高齢者に対する契約は、本人ではなく、周りの人を同席させるべきだ。(近畿)

【書面交付に関する効果等 (効果があった、評価するとの意見)】

- 書面の交付についても評価できる。(関東)
- 重要事項について書面で交付する効果はある。書面について、分かりやすく説明をしてほしい。また、ポイントを絞るとか、デメリットがあるものについてはその点も加えてほしい。(関東)
- 総務省、事業者の取組について、その主旨はよいと思うので推奨されたい。しかし、十分な効果は見受けられない。(関東)
- 携帯電話ではサイン、書面交付を行っているので契約トラブルは減少しているが、固定電話は電話勧誘が多く、トラブルが多い。(関東)
- 重要事項をまとめた書面の交付については効果あると思います。(関東)
- これら事業者等の取り組みにより、トラブルの減少の効果は現れていると感じている。(四国)

【書面交付に関する改善点等】

- 重要な事項をまとめた書面についても、利用者の年齢、知識を考慮したものが理想的である。重要事項は契約者により千差万別なので、工夫が必要であると思う。(東北)
- 重要な事項をまとめた書面についても、利用者により重要事項は異なるのではと考える。例えばトラブルが多い順で掲載する等の工夫も必要では。(東北)
- 重要事項等の説明部分については、まだ字が細かいところもあり、また、2 ページにまたがっていることもあって、見難いものになっている。(関東)
- 高齢者などに対する一部不十分な対応がある。もっと丁寧な説明を希望する。(関東)
- 重要事項は必ず書面で交付する。書面に書かれている内容でも、特に重要なことは口頭で説明する。(関東)
- 請求書や領収書等明細書が有料にて発行されている現状では、重要な事項を繰り返し認識していただくよう更なる努力をお願いします。(関東)
- 重要事項の書面の交付の際は、口頭でも十分な説明を行ってほしい。(特にデメリットとなる点) (北陸)
- 各社統一様式の契約書を作るべきだ。契約は、必ず、書面を残すことが必要だ。(東海)

- 一枚の契約書に、数社の契約内容（プロバイダー、回線等）が並記されている。契約者は、1社との契約と誤解しやすい。契約者分の契約書を作成することが必要である。電話のみによる契約は止めて、書面契約が必要である。（東海）
- 固定系のトラブルは増加傾向なので、口頭の契約は認めずに書面での契約を義務づけるなどできないか。（近畿）
- 重要事項については、説明をするだけでは意味がない。相手が理解するような説明を義務づける必要がある（特商法では規定されている）。（近畿）
- 契約者にキチンと伝わっていないのではないか。（近畿）
- 電話での不招請勧誘を規制すること、特商法で定められた重要事項を記載した書面交付の義務付けが必要ではないか。（四国）
- 契約書、重要事項説明書共に相変わらず字が細く分かりにくい。（九州）
- 重要事項説明書の書面交付は行われている模様。しかし、事業者によっては店員が十分な説明を行わず「こちらにサインして下さい」的な対応で終わっている場合もあるようで、適切に対応されているのかは疑問がある。（沖縄）
- 重要事項説明書の署名と交付が直ちに説明義務を果たしているのかは疑問がある。他業種でもこのような制度はあるが、事業者の自己防衛とならないような対応が必要。（沖縄）

【その他】

- 契約時には説明しているだろうが聞いていない。同様にあまり多くの書類にしても読まないと思定されるが、販売側のリスクは減る。（北海道）
- 交付されても読まない。販売業者も熟読していないことが多々見受けられる。（北海道）
- 契約書類が遅れて届く場合も多い。（量販店での出張販売等）（東北）
- 書面の交付はしているようであるが、契約者が理解しているかは別。（九州）
- 代理店等で重要事項説明書面を渡すこととなっているが、渡していない量販店の例がある。
 - ・店窓口で実際に読み上げて確認することは効果がある。
 - ・自分の契約の内容がわからない方がいる。窓口で書面で確認することは効果がある。（九州）
- 「説明した、理解した」と念書を出したケースも、販売員が「分かりましたね」と勝手にチェックを入れたという苦情もある。（九州）
- 重要事項の書面交付については有効と考える。ただし逆にその書面を「証拠」としてとられる可能性もあり、あまりマニュアル的な対応だと「特性に応じた勧誘」とならないことが懸念される。（沖縄）

③ 契約締結時における説明に関する改善点等について

【取り組むべき課題：書面交付、クーリングオフ】

- クーリングオフの対象外とされている契約は、金融法、宅地建物取引業法などのように、他の法律で規制をかけていることが多い。通信事業法は、その点が乏しい。(東北)
- 電気事業者の自主的な取組より法制化した方が消費者がわかりやすいと思う。(関東)
- 電話勧誘や訪問販売時、口頭による説明だけでは、事業者の説明不足や消費者の理解不足で誤解が生じる。契約内容に関する書面交付の義務付けや、電話勧誘の場合には消費者が契約をしたという認識を持つために契約書面等に署名をして返送するなどの工夫が必要と思われる。(関東)
- クーリングオフの適用除外であることが問題である。電気通信事業法のなかで、特定商取引法なみに利用者保護に関する法改正をお願いしたい。(近畿)
- 電気通信事業法には民事ルールがない。民事ルールが規定されれば、問題解決がもっと容易になるのではないか。クーリングオフの対象になれば、事後の対応に効果が期待できる。(近畿)
- 特商法の適用もしくは準じた扱いをするべきであり、特に電話での勧誘については、電話先での契約成立とするのではなく、契約書面を交付し、確認を行った後に契約成立となるようにすべき。(中国)
- 高齢者は理解したようで理解していない場合が多いのでクーリングオフの適用を希望する。(九州)
- 電話勧誘でのトラブルを防ぐためにも、契約締結時には書面交付の義務付け必要。(九州)

【取り組むべき課題：契約方法の在り方等】

- 契約者は購入するのに精一杯で、説明を聞いているが理解できていない。それが後に、聞いていないと感じるようになる。理解できない人の救済が必要。契約者は重要事項説明書を見ていない。店舗が混雑しているため、事業者は説明とサインを急がせがち。WiMAXは2週間ほどモニター機を貸し出してくれる。他社も検討して欲しい。(東北)
- 契約書の記載内容が複雑で分かりづらい、シンプルにする必要があるかと考えます。(利用者の中には、事業者が契約書をわざと複雑にすることにより、トラブル発生時の責任回避を図っているのでは？との意見もあります。)(東北)
- 電気通信の分野が日々高度化している現状のためかも知れないが、直接消費者と対応する販売店(販売員)の知識が不足がちと思える。分からない同士で、複雑な契約を結んでいる怖さを感じている。(東北)

- 電話勧誘により契約に至った場合、提供条件等の説明も不十分で無理である。電話勧誘後、書類送付により契約に至るべきである。(消費者に考える時間が必要。)(北陸)
- 電話契約が成立したとしても、契約締結は書面により行うことによりトラブルが少なくなるのではないか。(北陸)
- NTTぶららの契約方法は、苦情が多い。当初から、正式契約という表明をはっきりすべきである。消費者は、当初は試用期間との認識が多い。(東海)
- 販売店や代理店の強引な契約が目立つ。メリット面ばかりを強調し、デメリット面は軽く流しているようだ。(近畿)
- 特に解約に関しては、契約時点で口頭と書面でしっかりと説明してほしい。契約書も高齢者には読めないような小さな字になっているので重要なところは分かり易く改善してほしい。
スマートフォン等については、販売員も理解不足とを感じる面がある。従来の携帯電話とは違うということを契約者にしっかりと説明しておくべきではないか。(近畿)
- 携帯のプランを選ぶのは利用者である。どれが得か、どちらにするか利用者に選択させることもなく、担当者が勝手に決めている。すべて説明をしていると時間が足りないのかもしれないが、特に料金については明確に周知するべきである。(近畿)
- 電話勧誘では契約内容等の説明はされているものの、書面等がない状況であり、消費者は理解不十分のまま契約している。消費者も問題であるが、契約書面等ないままでの口頭回答のみでの契約成立のあり方には問題。(中国)
- 説明方法の改善が必要。代理店教育についても、消費者目線で実施してほしい。(中国)
- マニュアルどおりの説明をするのではなく、高齢者など消費者の特性(ペース)に合せた説明をしてもらいたい。電気通信サービスはプランが複雑すぎて、消費者が理解できない。(四国)
- トラブルになりそうなところを重点的に説明することが大事。また、利用者の特性に応じて説明内容を変えることが必要。(四国)
- ユーザーのニーズにあった販売手法の徹底。売り手と買い手の知識の差が大きいことを売る側が認識する必要あり。(九州)
- 契約の締結があいまいな例があった。電話で資料送付との連絡が、実は、契約となっていた。
 - ・普通の契約は、書面でやり取りを行い成立との意識と思う。
 - ・契約は、ポジティブな(意識して書面を作成するなど)作業手続きで成立することがよいと考える。ネガティブな(〇〇しなかったら成立など)手続きではトラブルとなる。(九州)

【取り組むべき課題：未成年者契約】

- 未成年者の契約に際しては、両親の確認を取った上で契約されるよう求めたい。
約款上は、両親のどちらかに了解を得られれば契約できるものであるが、両親の確認が取れるような対応をお願いしたい。(関東)
- 中高生が販売店の説明もよくわからないまま契約してしまう事もある。親が同席しないと購入できないくらいの規制が必要ではないか。(近畿)

【取り組むべき課題：説明方法の在り方、内容等】

- 3ヶ月無料という場合、有料期間に入る際書面送付などで日にちをはっきり教えて欲しい。(東北)
- 電話機器の代金を分割払いにして通話料金とセット販売する場合、機器代金の説明のほか、解約した場合の機器代金についての説明が不足しているのではないのか。(信越)
- 一般消費者に分かり易く説明する工夫が必要。消費者に理解していただくことが重要です。(事業者の説明の仕方、消費者の知識向上が必要)(関東)
- 光インターネット等を契約する時、契約時は一社でできるのに、解約時は複数の会社に手続きが必要な場合がある。
契約時に十分な説明(契約一覧など)をして欲しい。これらは説明員の説明不足・利用者の理解不足によるものと思われる。(関東)
- 携帯電話の2G携帯電話の廃止によって長年利用されていた方が、3G携帯電話に移行を余儀なくされました。3G携帯電話は、画面等の充実アップになっていますが、一方パケット料金が多額になるなど、思わぬ経済的負担になったと不満を主張する相談がありました。携帯電話の通信方式も時代と共に変化しますが、利用者を切り捨てることとなりますので、休廃止する際は、十分な事前周知と契約時の説明、従前のサービスとの違いについて十分に説明する必要があると思います。(関東)
- サービス等についての説明を行う際、一定の基準を設け事業者間によって差がないようにしてほしい。(関東)
- 携帯電話を購入し通信契約を交わす際には、契約者に重要な条件である「解約料」について、もっと丁寧な説明をお願いします。また、「解約料」のかからない契約の解約月については、更新月だけが対象となる契約条件を撤廃するよう望みます。(関東)
- 携帯電話等の契約では、オプション契約が多すぎる。説明ができないほど、オプション契約の種類が多い。整理すべきだ。
・電気通信サービス以外の分野に比べて、契約内容が複雑すぎる。(東海)
- 契約内容が複雑でわかりづらい。「安くなる」を強調するが、安くなった実感がない。(近畿)
- 高齢者や外国人にもわかりやすい平易な説明が必要(専門用語を多用しない)。また、音声ガイダンスについても、不親切である。
最後にはオペレーターに繋がるよう義務づけてほしい。(中国)

- 利用者の利用状況に関係なく、誰にでも「安くなりますよ」という説明・勧誘をしていることがトラブルの原因になっている。高齢者に電話勧誘で内容を理解してもらうのは無理ではないかと思う。(四国)
- 料金表の内容が理解しづらい。(九州)
- 回線、プロバイダ、IP 電話、光テレビなど多数の業者が存在し契約形態が複雑で分かり難い。契約時には業者名や連絡先、解約時の連絡先や手続き方法など理解できる書面等を作成して交付してほしい。(九州)
- 契約コース、オプション等が多いこと、マニュアルは厚く分かりにくいので、分かりやすい説明書を作ってもらいたい。(九州)

【取り組むべき課題：適合性】

- 高齢者については誰かの付き添いありで契約する必要がある。(北海道)
- 療育手帳を持っている知的障がい者が、携帯電話を何台も契約している場合があった。対面販売の場合、もう少し配慮できないか。(信越)
- 提供条件を書面で交付されていますが、口早く説明をされると高齢者等はよく聞き取れないという相談事例があます。高齢者からは、特に光回線、CATVに関する相談が寄せられており、相談件数的にも例年横ばい傾向にあります。
出来るならば、契約者の年齢や能力等の実情にあった説明をお願いしたいと思います。
・「インターネットを利用しない」「テレビを見ない」高齢者に対し、光回線のIP 電話やケーブルテレビの多チャンネル契約など、不必要な契約を押しつけるケースが見られます。高齢者の特性に対応した説明や苦情への対応をお願いします。(関東)
- 一部 ID パスワードなど入力しなくてもサイトにログイン出来るしまうことが問題だ。障害者や未成年者が利用することがわかっている場合は、利用料の上限制度があることを、窓口で理解できるまで説明することを義務付けて欲しい。(信越)

【取り組むべき課題：利用者への情報提供、啓発活動】

- 紙請求書の有料化や Web 化となり事業者からの周知が伝わりにくい状況となっている。Mail 受信拒否の顧客や Net 環境の無い顧客に確実に伝えるべく周知の手段の検討が必要である。(北海道)
- 書類を渡して「読んでおいてください」という対応では説明が不十分な高齢者の契約が今後増えると思われる。事業者が「教室」を開く等して知識を広める必要がある。(九州)
- 注意事項としてトラブルの原因となりがちな事例を Q & A 形式にして作成し契約時に渡すなど工夫が必要。(沖縄)

【取り組むべき課題：携帯電話契約の一定の制限について】

- 携帯電話を本人が契約できない状況に至り、身内の老人の名義を利用し何台もの契約を販売拒否されるまで繰り返し、期間を空け再度繰り返す。犯罪に使われる可能性が有る者に対する販売拒否も強化すべきである。(北海道)
- 保険業の様に事細かに提供条件等を書面による確認が必要である。携帯電話が欲しい者は、欲しいとなったら多様化した細かな条件説明など聞く耳を持っていない。携帯電話は全国民に行き渡りシェア拡大の時代は終わった。正常な顧客に正しい対応をし、説明も聞く気の無い客には、販売するべきではない。「自己責任で使用する事」を意識させる時代に移行すべきである。(北海道)

【取り組むべき課題：利用に当たっての安全性】

- 子供のトラブルも多いので配慮や防止策を望む。(北海道)
- 親名義の携帯電話を高校生などの未成年に使用させる場合、親へのフィルタリング等の周知徹底がされていないので、親が放置しないよう、未成年者に使用させる場合の義務を課すことができないか。(関東)
- フィルタリングについても、その場で事業者と親が子供に伝えながら契約できることが理想である。(近畿)

【取り組むべき課題：営業、企業活動】

- 事業者の契約・儲けありきの体制を改めるべき(東北)
- トラブルが生じた場合の事業者窓口対応についての苦情相談が多いため、まずは良く聞いて丁寧に対応してほしい。(関東)
- 加入させようという説明だけで他の説明をしないので、あとあとのトラブルになっている。(信越)
- 事業者は、説明責任を果たしているとは言えない。大げさな無料広告に対する利用者の期待と実際の契約内容とのギャップが埋められていない。利用者にも問題はあるが、結果的に無料意識がずっとあり、後で条件の多さに気付き苦情につながる。販売店の店員のレベルアップを図らなければならない。質問に対する回答がずれていることが多い。ここのレベルを上げれば苦情は減る。電話は契約後長いお付き合いになるのだから、入り口段階、販売時の対応が非常に重要であることを理解するべきである。(近畿)

【取り組むべき課題：代理店等の指導、監督】

- 若い販売員は、ノルマ重視で説明や確認が不足の傾向が強いと感じる。(北海道)
- 説明が不十分であったため生じたトラブルも増加傾向。代理店により対応が違っていることもある。代理店の説明不足は、従業員が知らないこともあり教育が必要である。(東海)
- 販売店では、説明事項が多すぎるので、対応できないのが現状ではないか。また、販売員は、重要事項が何かということの認識は少ないのではないか。(東海)

- 重要事項以外は聞かれなければ説明しないという販売店の姿勢が多い。(近畿)
- 事業者は、代理店教育をもっとしっかりやってほしい。代理店側も、最新のサービスについては知識が不足していることが多い。(四国)
- 代理店は、利用者から積極的に質問しないと説明しない事項も多い。きちんと説明するよう指導して欲しい。(四国)
- 代理店等となるための審査基準を厳しくする必要があると思う。契約締結後の対応も同様に代理店等によるトラブルは多い。(中国)
- 事業者の窓口担当者の、消費者の立場に立った商品や契約内容、価格等の説明についての意識や知識、スキルの一層の向上対策が必要。(四国)
- 契約時の際の説明がなされない事例がある。ショップ店員の資質に左右される傾向がある。(沖縄)
- 携帯電話の「2年間は解約金が発生する」などの一般利用者にとって不利益となる事項の説明が不足している。事業者はショップ店員を訓練し、デメリット面の情報提供にも力を入れて欲しい。(沖縄)

【その他】

- サイト運営業者等の適正を誰がするのか。クレジットカード決済の場合に登場する会社が多すぎる。ワンストップ窓口を設けて欲しい。(北海道)
- 利用者と携帯電話のメーカーが直接話せないのが不満。代理店は「直接は話せないことになっている。」と説明するだけであり、利用者としては、代理店でわからなければメーカーに直接問い合わせたい、という自然な欲求がある。(四国)

3 契約締結後の対応のあり方

(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
【相談の傾向】
[横ばい、減少傾向（一部サービス等の相談増加、不明を含む。)] ○ 件数は、横ばい。(北海道、北陸、東海) ○ 最近では減ってきたが、説明されたエリアにも関わらず自宅で使えないとの相談が多かった。(東北、沖縄) ○ 若干の減少傾向だが、依然として多い。また、複雑化している。(関東) ○ インターネット回線（F T T H等）の電話勧誘に関する相談は増える傾向にある。(北陸) ○ 携帯電話の高額パケットに関する相談は減少している。(北陸、中国、四国、沖縄) ○ 電話勧誘による契約の解除を除けば減少傾向にある。(北陸) ○ 不適切な説明により契約をしたものの解約をしたい等の相談は、増加傾向にある。(東海) ○ サービスメニューが想定していたものと相違したこと等で解約する場合、違約金が発生するケースの苦情相談は絶えない。(中国) ○ 契約後のトラブルも契約時の説明不足によるものが多い。(中国) ○ サービスメニューが想定していたものと相違していたこと等で解約する場合、連絡先へ連絡しても繋がらない、或いは解約を申し出てもサービスメリットを強調して執拗に継続を促されるという相談が一定程度ある。(中国)
【相談事例：説明不足、不適切な説明（全般）】 契約時に聞いた話と実際が違うなどのトラブルが多い。
○ 複雑な契約体系を十分な説明をしないで、利用者が理解しないまま手続きに入ったために起きている相談が多い。(関東) ○ 携帯電話でメインとサブで2つの電話番号が持てるサービスがあり、契約時はメインとサブの電話番号を入れ替えできると言っていたが実際にはできなかった。販売店ではそんなことは言っていないとのこと。(東海) ○ 契約時の録音や、重要事項の説明の後の説明を受けた旨のサインを苦情処理の盾にして対応されることがある。(近畿) ○ メールが無料と言っていたのに有料だった。(近畿) ○ 現在契約している事業者とは別の通信会社で新たに1回線を契約した。契約時の説明では契約書以外は特に書類を書くことは必要ないということだったが、実際はいろいろな書類が必要だとわかった。当初の説明と違うので解約したいと伝えたところ、違約金が発

<p>生すると言われた。支払う必要があるのか。(中国)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯でアメリカに電話をかけたが請求書を見て初めて通話料の値上げを知った。安くなる宣伝はするが値上げの告知はしないのか。(携帯電話申込み時の重要事項説明では料金改定はHP上での告知で足りるようだが、気付く人は少ないのではないか。)(四国) ○ 電話料金が安くなるというので契約したが、後日メールアドレスが変更になることがわかり、解約したいとの相談。変更契約に関する話をせずに、強引に契約して後でトラブルになるケースが多い。(四国) ○ 契約確認書では、データ通信を利用しない場合、月額2900円と明記されているが、実際は、従量プラン月額300円がかかる。(説明の仕方の問題?)(九州) ○ 内容はクレジット払いの支払方法が違うなど、契約時に説明を受けていたサービス内容が異なるとの苦情相談は少ないながらも。(沖縄)
<p>【相談事例：2Gから3Gへの移行】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 第2世代携帯が無くなることについて周知されてきているが、「まだ使えるのに、なぜ廃止になるのか」という相談あり。なぜ、無くなるのかについて、きちんと説明し、理解を得て欲しい。第2世代携帯が廃止される旨の通知が初めてきた時期には相談件数も多かった。(関東) ○ 機種代を2年間払い終えたところに第2世代の携帯なので今後使えなくなるとの通知が来た。2年前の契約時には全くその説明がなかった。業者は以前からメールや文書で知らせていると言うが、忙しく請求明細しか見ていなかった。仕事に使っている携帯なので使えなくなると困る。(四国) ○ 使い方などやっと慣れたところに事業者から次世代携帯に代えるよう頻繁に連絡がある。事業者に問い合わせても謝罪の言葉もない。(四国)
<p>【相談事例：通信エリア】 エリア内だと説明を受けて契約したのに、自宅等で使えない。エリア外は想定される自体だが、納得のいく説明をしない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 携帯を購入したが自宅では圏外になってしまい利用できない。(関東2、東海) ○ SBM端末が畑や山の陰で使えないとの苦情が多い。(北海道) ○ 利用可能との説明を受けモバイルパソコンの契約を行ったが、通信できなかった。(東北) ○ イーモバイルとの契約にあたり、エリアマップで自宅が使用できることを十分確認した上で購入したにもかかわらず、接続できな

った。(東北)

- 契約時に自宅もエリア内だとの説明を受けて契約したが、自宅で繋がらないのでカスタマに相談したが、調査もしないで、「電波の性質上、エリア内でも繋がらない場合がある」と回答されるが、エリア図を示して説明するのだから、ある程度責任を持つべきでないか。(東北)
- 事業者相談すると、「電波を利用しているのに周辺の環境でエリア内でも利用できない場合がある。」と回答されるが、相談者は郊外に住む方で周りにビルも建物もない」といっており、説明に苦慮していた。(東北)
- 鎌倉市で親の介護をしている方が、事業者の携帯電話が鎌倉市で利用できるとした説明を受けて契約したが、使用できなかった。事前にエリアの調査をお願いしたが、調べてもらえなかった。後に調査したところ、販売店での虚偽の説明を認めたが、時間がかかり債権が回収業者に回ってしまった。(関東)
- PCモバイルで、通信エリア外ではないのに、強引に買わされたが、自宅では繋がらない。(関東)
- 契約したいと思っている携帯電話のサービスエリアを、提示された地図で確認したところ、境目に近いエリアだった。ショップで「大丈夫か」と確認を求めた上で契約したが、実際には使用できない状態であった事例。(関東)
- 受信状態が悪く(ホーム)アンテナを設置したが、改善しなかったが料金を請求された。(最終的には解約した)(ドコモ)(信越)
- 利用ができるエリアということで契約したが、繋がりにくい場所がある。(信越)
- 自宅が携帯電話の圏外、ホームアンテナが必要であったが有料であった。(北陸)
- 自宅で使えるといわれ、圏外で通じなかったという相談は多い。対処されない消費者も多いと認識している。三重の地方では通じない地も多いようだ。購入したら通信サービスを受けられて当たり前との認識があるが、どんな取組をしているのか教えてほしい。(東海)
- 電波が入らず、使用できない場合がある。想定される事にもかかわらず、その場しのぎで後の対応を考えていない。(近畿)
- ドコモと同じエリアと説明されたが実際はエリアが狭かった。(四国)

【相談事例：エリア外による解約トラブル(移動系)】繋がらないため解約したいのに、解約に応じない・違約金を請求されることへの苦情が多い。

- 家電量販店で、パソコンを購入し、モバイルデータ通信の契約をした。サービスエリアだと言われて契約したが、室内に電波が届かず使用不能。解約を申し出たが違約金を請求された。(北海道)
- ワンセグ付きの携帯電話を契約したが、自宅でワンセグが映らなかったとの相談があった。(東北)

- 契約後、自宅で受信できない相談が多くなっている。ただし、最近は状況によっては事業者側で解約等の相談に乗ってもらえる場合がある。(関東)
 - 携帯電話の契約後、接続できないために解約を申し出ても解約できないとした相談がある。(関東)
 - 同じ事業者のまま携帯電話端末を別のメーカーに買い替えたところ、これまで家で利用できていたものができなくなってしまった。また、解約を望んだが、違約金が発生すると言われた。(関東)
 - 携帯電話やデータ通信サービスは、電波を利用するサービスなので、利用者の使用状況や住環境によっては「パソコンや携帯電話が使えない」「回線が繋がらない」「速度が遅い」「どこなら見られるのか」等の通信サービスに対する不満が多くあります。それは、窓口の説明が利用者に理解できるよう説明していない可能性があります。また、Wi-Fiが繋がらない原因として、建物が障害となっていたケースがあり、事業者が事前に細かく調査するなどの対応が望まれます。その間の利用料請求にも納得できない相談者もいます。ある一定のレベルに達していない場合は、解約料の請求をしない、基本料金等を返金するなどサービス対応をお願いしたいと考えます。(関東)
 - 新しく購入した携帯電話が、頻繁に圏外表示になって使えないと購入店に言っても、店頭で状況が確認されないと交換はできないと言われた。という相談がある。(信越)
 - 契約後すぐに引越することを説明し、通信可能エリアと確認してモバイルデータ通信契約をしたが、自宅で利用できなかった。規定通りの解約料を請求され納得できないという相談があった。(東海)
 - サービスエリア内であると言われたのに接続できず、相談するとルータを購入するようにいわれただけで解約には応じてくれない。(近畿)
 - イーモバイルのエリア確認がいい加減であるにもかかわらず、利用者の自宅がエリア外で解約しようとする、高額な解約金がかかる。消センとして文書を発送したこともある。(近畿)
 - 電波が入らないのに解約料をとるのは如何なものか。契約の不履行であり、そもそも契約が成立していないのではという相談が最近多い。訪問販売ではないがクーリングオフの対象としてもらいたい。(九州)
- 山間部でADSL無しの地域の方が、無線LANを利用する携帯を契約され使えなかった。相談され、消費生活センターが取り持ったことで解約できた。消費生活センターが入らなければ解約できたかはわからないものであった。(九州)

【相談事例：エリア外による解約トラブル（固定系）】 光回線の契約をしたが、繋がらないことに伴うトラブル

- 光電話加入後に転居したが、転居先では使えなかったため、有料でメタルに戻すことになった。(東北)
- 光回線の契約をしたにもかかわらず、つながらないということで解約したものもある。(東海)
- 店頭販売でパソコンを購入し同時に光ファイバ契約をした場合、つながらない等の理由で通信契約の解約を申し出ても、パソコンは解約できずにトラブルになる事例があった。(近畿)

【相談事例：解約（全般）】 電話で解約の申し入れをしたのに解約されていないこと、解約手続の煩雑さに関する苦情が多い。

- 携帯電話の解約について電話で解約を申し出たら了解されたので、解約になったと思っていたところ、請求書がきた。書面が必要だったようだが、電話で説明されなかった。(関東)
- 携帯電話の解約について海外赴任のため、2年前にショップに出向いて解約を申し出たのに解約されていなかった。請求書の発行は有料のため希望しておらず、引き落とし口座が残高不足になるまで気がつかなかった。(関東)
- ネットの不具合で解約したが、解約の手数料を請求されて納得できない。(信越)
- 1年たったらいつでも解約できると言われたが、1年たって解約しようとしたら、2年たたないとダメと言われた。(信越)
- 会社を変更したが、解約した会社からの請求が止まらない。(信越)
- 契約後に電気通信事業者の態度が横柄になり、解約するというケースもある。(東海)
- ドコモのファミ割 MAX が、2年単位で契約されるので解約できるタイミングが制限され、解約出来ない。初めの2年間は納得していたが、その後のことは説明がなかったとの相談があった。(近畿)
- 契約期間が2ヶ月程度では、解約時に高額がかかるので、我慢して使っている例があった。真面目な方は、その条件で契約したとの意識があり、使えないなどでも我慢される場合がある。その方は、友人から消費生活センターを聞いて相談された。相談時期が早ければ消費生活センターが入り解約できたと思われる例があった。(九州)
- 解約時に手続きに時間がかかる。解約手続き中でも、日割りで料金を取られる。(九州)
- 解約までに相手が次々変わる。(イーモバ：20人)(九州)
- プロバイダとの契約解除がメールでしかできない。(九州)

【相談事例：2年契約約束、契約自動更新】 解約期限、更新時期の周知が不十分。

- ドコモのファミ割 MAX が、2年単位で契約されるので解約できるタイミングが制限され、解約出来ない。初めの2年間は納得していたが、その後のことは説明がなかったとの相談があった。(近畿)

- 携帯各社の2年縛りについて、期間を1日でも過ぎると解約料が発生し苦情となっている。期日の周知が必要。(九州)
- 2年以内の解約についての条件等の説明は未だ足りないと思うし、解約料をとるという料金設定もおかしいと思う。(九州)
- 自動更新の契約は、更新時期の案内がわかりにくい。案内が請求書に小さく表示された例がある。また、自動更新の契約で解約料を9,900円など取るのもおかしいのでは。(九州)

【相談事例：複数契約の解約トラブル】 回線サービスとプロバイダ契約など、一部のサービスの解約漏れがあり、トラブルとなる。

- サービスの解約の際に、プロバイダの解約の亡失に係るトラブルは依然としてある(請求書が1箇所から送付されるため、1事業者との契約としか理解していない。)(北陸)
- 複数のサービスを契約している場合、消費者は解約したという理解であっても、一部のサービスが残っておりその請求に係わる相談が絶えない。(中国)
- 光テレビの契約は1本で出来るが、解約については回線とプロバイダを別々に解約しなければならず、混乱が生じている。解約窓口を1本化すべき。(九州)

【相談事例：無料期間経過後のトラブル】 利用意思が曖昧なまま料金請求される、途中解約したくても連絡できないため有料利用となった。

- インターネットが安く利用できる機器を無料で試さないかと電話で勧誘を受け応じたが、その後入院治療することになり、送られてきたモデムは開封せずそのままになった。無料期間が経過したと料金を請求されるが、有料利用を承諾した覚えなく、納得いかないと相談を受けた。有料利用意思の確認が曖昧なまま工事が進められ料金の請求がされているようであり、センターから接続業者に問い合わせ、無料期間、契約・解約の手続きについて電話でどのような説明がされているのか、訊ねた。当方一切関知しない、勧誘にあたっている営業員に委ねているのか、代理店が掌握しているのかも不明との、接続業者の回答であった。(東海)
- 2か月無料といわれ契約したが、途中で解約しようとして電話が繋がらず2か月を経過してしまい料金発生。(九州)

【相談事例：通信サービス契約とパソコンとのセット販売トラブル】 解約時の違約金に関するトラブルが多い。

- 「0円パソコン」の契約を行ったが、解約しようとしたら、高額な請求を受けた。(東北)
- 無料パソコンや100円パソコンを利用した通信回線契約について、通信回線契約であることが分かりにくく、回線契約は必要ないので解約を申し出ると、高額な違約金を請求される。(東北)
- 量販店での抱き合わせ(PC・ISP、回線等)により格安にしているところによるトラブル(特に高齢者は理解できないまま契約

に至っている。) (北陸)

- モバイルデータ通信端末とパソコン付き通信の契約時に住所を伝え、山が近い地形である事を伝えたところ「たぶん、大丈夫でしょう」と言われたが、自宅に入ると使えないので、利用できない。高額な解約料もかかり、接続状態が悪いことがわかっていたら契約はしない
- いわゆる 100 円パソコンの機能が悪く解約したいが解約料が高い、といった相談も一時多かった。(近畿)
- スーパーで声をかけられモバイル通信専用のノートパソコンを 1 台 100 円で購入した。子どもも欲しがったので説明を聞くと、「2 台目は使用しなければ通信料はかからない。キャンペーンは今日が最後で残りは数台しかない。」と契約を急がされた。2 台目は使っていないのに請求があったため、説明が違うので解約したいと申し出ると、解約料が 6 万円以上かかると言われた。(中国)
- ホームセンターで週末しか販売しないような形態でのパソコンと通信カード一体販売で、エリア内ということで契約したが実際は使えなかった。パソコンはクーリングオフ出来たが、電気通信契約は無料解約とならず料金を取られた。元々ネットが繋がっての料金であるので、通信費の支払いも免除が当然。役務の提供が出来ないのであれば無料解除できるようにしてもらいたい。(九州)
- エリア外などで、解約にあたりパソコン代が高額となった。(九州)

【相談事例：オプション契約の強要】

- IP 電話になるなら契約しないとはっきり言っていたのに、プロバイダ契約を勧められ、結局オプションで IP 電話になっていた。苦情を伝え無料の部品を送付してもらったが、あわなかった。次は自分で量販店で購入するようと言われた。(東海)
- 「スーパーの簡易店舗で、携帯本体無料・テレビもプレゼントとのキャンペーンがあり契約した。帰ってから契約書を確認すると電話機は分割払いで、通話機能だけで良いと言っていたにもかかわらず、プランが付加されていた。説明が全く無かったので解約を申し出たが応じてもらえない」と相談があった。センターが助言をし、利用者が再度交渉したが応じないため、センターから直接お客様相談室に処理を求めたところ解約できた。(近畿)

【相談事例：オプション契約の解約】

- 八ヶ月前程前当該店ショッップで機種変更した。実際は必要がなかったが販売員から「月 630 円のこのコンテンツの契約をすれば、それを使わなくても結局手数料等が安くなる、解約は携帯で簡単にできる、一ヶ月後に解約すればいい」と説明された。1 カ月後携帯電話画面で必要ないオプションサービスをカットする申し出をしたので、もう解約になっていると思っていた。ところが今日請求書を確認し、630 円がずっと引き落とされていたことがわかった。当該社に電話し「このコンテンツは別の 2 社に直接電話して手続きし

なければ解約できない」と初めて知った。(北海道)
【相談事例：電話勧誘】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 電話勧誘にて、インターネット接続や映像配信の勧誘をするときに、不十分な説明や誤った表現をしたために、モデム等が送られてきて、その時点でようやく何らかのサービス契約をしたことが分かったり、意図していたものと違う契約だったと気づく事例が多い。(関東) ○ 電話で通信費が安くなると勧誘されたが、実際には安くならなかった。(信越) ○ 電話勧誘により申し込んだ FTTN 等サービスについて、解約時に工事費等が必要となったとの相談が多い。(北陸) ○ 電話勧誘の場合、消費者自身が何を契約したのか不明なため、センターとして契約内容を理解し解約の手続きに至るまで時間を要することが多い。(北陸)
【相談事例：訪問販売】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 訪問販売で、携帯電話を法人契約すれば安くなるというので3台置いて帰られた。後で考えると3台も必要ないので解約したいという相談があった。(近畿)
【相談事例：高齢者、未成年、障害者など適合性】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 高齢者・障害者やサービスを必要としていない方(高齢者等でネットを利用していない方等)への勧誘が行われている。(北陸) ○ 未成年者が複数の携帯電話回線の契約を、アルバイト感覚で請け負ってしまうケースがある。振り込め詐欺に利用されるなどの恐れもあり、親の同意書など親権の確認が不足しているように思える。(関東) ○ そううつ病の方が複数台契約してしまっていて、入院後に親が解約に行ったが、1台電話機が見つからなかったため、解約してもらえなかった。(最終的には解約できた)(信越) ○ ○ 療育手帳を持参して契約した弟が、契約時に理解できず、使うこともできない、いろいろなオプション契約をさせられた。補佐人である者が解約に出向くとオプションの請求は取り下げられたが、違約金を請求された。(東海) ○ 高齢者の携帯利用者の多くは、通話のみか簡単なメール程度である。しかし料金体系のしくみがわからないので販売店の言われるがまま、必要のないプランで契約されている。(近畿) ○ 契約後何かトラブルが生じ電話をいただくが、現状についてうまく説明できない、質問の仕方がわからない方が多い(特に高齢者)。

(近畿)

- パソコンを使ったことがない人に「皆さん使ってますよ。」と勧誘し、高齢者には全く分からない。生活状況、利用状況を確認した上で勧誘すべきではないか。(近畿)
- 高齢者が電話勧誘を受け「料金が安くなるから」と契約したが、その子どもが契約内容を見てみると決して安くないことがわかり、相談を受けて解約までつなげた事例など。(沖縄)

【相談事例：代理関係】

- 契約後、統合失調症になった場合、家族が申し出ても解約ができない。(東北)
- 入院していて回復の見込がない人の解約をしようとしたができなかった。(信越)
- 高齢者・知的障害者・聴覚障害者の解約にあたり、消費者センターが手伝おうとしても、本人確認を理由に応じてもらえない。(東北)
- 高齢者の親のために、成人である子供が携帯を契約させるが、その後、病気・滞納などのトラブルがあった際に、高齢者は身分証明書を持っておらず、対応が困難になる。柔軟に対応できないか(東北)

【相談事例：料金関係】

- 契約時の説明と実際の利用料の請求額が違っていた。(北海道)
- 無料期間経過後に突然高額な料金請求を受けた。(東北)
- 利用制限を設定したが、これを超えて請求がきた事例がある。(関東)
- 通信の開通確認もしていないのに、いきなり料金請求された事例もある。いつの時点から料金がかかるのか、はっきりしてほしい。
- 料金の関係で、定額で契約したのに予想外の金額を請求されて、どういう使い方をしたのか履歴の開示を求めたが、問い合わせ先で開示できる、できないと対応がまちまちである。(信越)
- プランを変更したのに前の料金がそのまま引き落とされる。(信越)
- 請求が複雑である。ネット、電話、テレビをまとめると安くなると言うが実感できず、中にはかえって高くなったケースもある。(近畿)
- 安くなるからと説明されて契約したが、安くなっていない。かえって高くなった印象があると言う苦情が多い。(近畿)
- 無料と言われて契約したら、工事は有料であった。無料を誇張しすぎでは。(近畿)
- 「無料」と説明したからには無料にしないと納得しない消費者もおり、センターによる斡旋は不調に終わることもある。(近畿)

- プランを変更する場合、単にネット回線が変われば料金が安くなるという説明だけでなく、具体的にどのようなケースの場合、どのくらい安くなるかなどの説明がないためのトラブルが発生している（自分の思いとの乖離）。（中国）
- 無料といわれたフォトフレームが通信料は有料だった（四国）
- 携帯電話の保証期間中に、利用者の責任ではなく故障しても、データ移行について料金を請求されることに納得がいかない。（九州）

【相談事例：定額料金の適用、高額パッケージ】

- 変更契約により、定額制に加入したときの適用時期が事業者によって当日からであったり、翌月からだったりしているためトラブルが発生している。（東北）
- 一時より、料金が高額になるトラブルは減少したと思うが、携帯のWeb利用でまだ起きている。（東北）
- 定額プランに入っていなかったため、パッケージ通信料が高額になった事例も多い。特に、無料ゲームサイトの利用による高額請求が多い。（ゲームは無料であるが、パッケージ料金がかかることを知らないのだからさらなる周知が必要。）（関東）
- 契約した日から定額のパッケージ料金が使えると思ったのに、契約の3日後からの利用であることが後で分かり、高額な請求が来た。（信越）
- パッケージ料金の適応時期がわかりにくい。誤解から思わぬ請求になりもめることがある。（近畿）
- パッケージ定額制を申し込んだのに、販売員のミスで適用されておらず17万円の請求があった。ミスは認めるものの遡っての定額制適用をしてくれない。（近畿）
- パッケージ料金に対する一般消費者の理解が低く、パッケージ定額制に入っているが毎月の請求明細に記載されているパッケージ料金を見て「こんな料金になっているが本当か」といった相談がある。（沖縄）

【相談事例：回線速度（ベストエフォート）】

- いわゆる100円パソコンの回線速度について、ベストエフォートとは理解しているが、説明との違いが大きすぎる。つながらないとかすぐに切断されるという相談が未だに多くある。契約前にある程度の速度は説明するとか、想定外の速度であれば即解約できるとかの方法はないだろうか。（近畿）

【相談事例：端末の故障等】

- 水漏れ等携帯端末の故障等のトラブルも多い。（関東）
- マナーモードが勝手に初期の設定になってしまい非常に使いにくい（ソフトバンク）。設定方法については、付属の取説には記載が無

- く、1000円で購入する取説には記入してあるとのこと。ショップに聞いたが、店員も知らなかった。(信越)
- 古い携帯が壊れ、音声再生が出来なくなった。保証書には製造打ち切り後、部品は6年間保有と記載されてある。ところが部品はすでになく修理不可であった。相談者に納得できる説明もなかった。(東海)
 - 携帯電話の機能をHPで調べて、対応機種を購入したが、実際にはその機能が使えなかった。現在HPの説明が正しいのか照会中である。
 - スマートフォンの販売に関し、期待したサービスと異なっていたので解約したいとの相談がサービス開始時に多かった。これまでの携帯電話とスマートフォンとは機能が異なることを事前に説明されていれば、このようなケースは防げたのではないか。(近畿)
 - 新製品の耐久性が低くなっている。特に防水携帯に水ぬれシールに関する相談が急増している。(近畿)
 - iPhoneの機能について販売員の説明した機能(GPS追跡機能)が使用できなかったため解約を申し出たが、解約出来ずにトラブルになる事例があった。(近畿)
 - 通常使用での機器の故障が発生した場合、規約をたてに無償交換に応じてもらえなかったことがある。(中国)
 - 防水携帯の相談は充電を、ホルダーを利用せず、側面端子から行ったところ水濡れを起こしたというもの。事業者は防水携帯の充電はホルダーを利用してほしいということであるが、それならばそのように説明すべき。(四国)
 - 故障の場合、保険が効くという話であったのに、実際は効かなかったという事例。(四国)
 - 故障したので同一機種の別の端末に交換してもらった。ところが今度はその端末がやはり故障したので、追加料金を支払ってもよいから別の機種にしてほしいと申し出ても、認めてもらえない。さらに故障の原因についても説明がない。(九州)
 - 携帯の機器の不具合での対応の例では、相談先が電気通信事業者か、メーカーか不明な例がある。基盤を交換するにも対応に時間がかかり、不具合が解消せず、消費生活センターを経由した対応で機種交換とした例があったが、このような対応は如何なものかと考える。(九州)

【相談事例：問合せ先トラブル(事業者、端末メーカー、販売店間のたらい回し)】

- 契約後、携帯電話が物理的に壊れたようなときにメーカーに言うと言われ、販売店に行くと言われ、販売店に言うと言われ、メーカーに行くと言われ対応がスムーズにいかなかった。(信越)
- PCモバイルで、自宅で接続状況が悪く事業者へ解約を求めたところ、販売店へと言われた。(北陸)
- ソフトバンクで、使えなく解約を申し出たところ、代理店とソフトバンクでたらい回しになった例がある。契約上では、御客様は代

理店との契約なので、ソフトバンクは逃げた。(九州)
【相談事例；海外での利用】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 海外で使えるとの説明であったが、「中国で使えなかった」との苦情があった。(北海道) ○ 海外パケットで 40 万円という高額のパケット料を請求された。(関東) ○ 海外での料金に関する相談が多い。国際ローミングの説明が分かりにくい。海外で利用した場合、高額になってしまったという相談がある。(関東) ○ WiFi は海外でも通信料が無料だということで契約して利用していたら、エリア外では、有料となっていて高額な料金を請求された。(関東) ○ 海外で使えると言われたが使えなかった。(東海) ○ 海外パケットが高額との相談があった。海外パケット定額の契約であったが、海外で定額対象外の通信事業者キャリアに繋がり使っ てしまい高額となった。販売店が説明しておらず、御客様は対応方法を知らなかった。高額への対応はされた例がある。(九州)
【相談事例：利用者側の自己都合によるもの】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 「機種が気に入らない」「使い勝手が悪い」等自分勝手な理由による相談は受けた。(北海道) ○ プロバイダ A 社に電話で申し込んだ後、気が変わり、B 社に申込みの相談をおこなった。B 社は A 社については、キャンセルできると言っているので、解約しようとしたが、A 社は契約が成立しているため、キャンセルはできないと言う。(東北)
【その他】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 業者の宣伝効果で消費者の携帯機能に対する期待が過剰に思える。(北海道) ○ 迷惑メールを着信して、高額な料金を請求されて不満。(ドコモ)(信越) ○ 機種交換時、一部データが消失する旨の説明が無かったとの相談。(信越) 相談内容 ○ 修理の際にデータが抹消されてしまい、事前説明が無かったことから慰謝料に発展した相談。(信越) ○ 携帯でサイト利用が無料と書かれていたのでアクセスしたら、いつの間にか有料のアダルトに入っ てしまい、高額な金額を請求され たという相談が多くある。(信越) ○ 料金の支払い方法は銀行引き落としが一般的であるが、記帳するまで手続き漏れによる過払いに気付かない。カード引き落としも同 様。このため、高額な、無駄な金額を支払ってしまうことがある。(近畿)

- 購入した携帯電話が他店舗では無料であることが分かり、なぜ有料なのか問い詰めたところ、解約・返金となった。その際、10日分の料金が発生しているが、一旦、銀行引き落としをした後、返金する約束だった。しかし、いつまで経っても返金がなく、連絡しても、調査中なので後日連絡すると言う。(中国)
- 一般に、契約時にトラブルが生じるものは、契約後においてもトラブルとなる頻度が高いと感じる。
以下に特異な例を示すが、結果としては、4月販売後の機種変更が無料での対応となり解決した。
(事例)
携帯電話第3世代への機種変更で無料対応機種の種類が不十分な対応であった。
職場内に持ち込む携帯電話はカメラ機能不可のため、カメラ機能無の機種を契約していた。今まで通知がくるたびに、ショップに相談して「2月末にカメラ機能無の機種が発売される」という情報を得たので待つことにしていたが、その機種が4月末発売に変更になったことが分かった。コールセンターに苦情を申し入れたら、「一旦期間内に無料機種に変更しておき、4月発売後に有料で機種変更してもらえない」と言われた。(中国)
- サポートがあるということで契約したが、サポートが十分でなく、インターネット接続ができなかった、サポートセンターへ電話しても自動応答でなかなか担当者につながらないため相談ができないという苦情があった。
- トラブルについて、利用者が直接事業者に電話をしたが思うようにならず、相談員が間に入ると解決したという事例があった。(解約に関するもの)(近畿)

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)

[効果があった、評価できるとの意見]

- トラブル減少に効果がある(北海道、関東、北陸、中国、四国、九州、沖縄)
- トラブル全体を見れば事業者の取組による効果は不明であるが、携帯電話事業者による救済措置については効果が出ていると思われる。(北陸)
- 本取組みは、トラブル減少への効果を期待するものではなく、あくまで未然防止のための事前説明の徹底が必要と感じる。(関東)
- 一部の事業者を除き、ショップ等でも柔軟な対応が行われているようである。(北陸)
- 携帯電話の高額パケットトラブルについては、事業者の取組により相談件数は減少している。(北陸)

- 遡っての定額制の適用等による改善は見られる。(北陸)
 - パケットの高額請求について1ヶ月前遡って、定額制を適用可能にするようにしたことは評価できる。(関東)
 - 定額制に加入せず、思わぬ高額請求になった場合などの個別事案に即した対応については、携帯電話会社のHPに掲載されているように、1回だけは定額制として料金減額に応じていることは良いと思いますので、今後も更なる対応をお願いします。(関東)
 - 定額料金の適用は、苦情件数を減らしている。(関東)
 - 高額パケット料金については、多少、減少しているが、電気通信事業者の努力の成果かもしれない。しかし、現状でも、トラブルは発生している。(東海)
 - 高額パケット請求の相談が一時期、たくさんあった。高額料金だということを知らずに、使っていたものだが、電気通信事業者の判断で、事態は収拾された。(東海)
 - 携帯電話の高額パケット請求等、以前から頻繁にあるトラブルは対応がスムーズになっている。(近畿)
 - 携帯電話の高額パケット請求に関しては、事業者が遡及して定額制を適用するなど対応してくれるので、相談はあるがすぐに解決している。(近畿)
 - 勧誘が不適切な場合は、事業者はキチンと対応してくれている。(近畿)
 - 電話勧誘による説明不足での解約希望については、消費生活センターで斡旋すると解約できるように事業者も努力してくれている。(近畿)
 - 端末に係わる保証トラブル及び高額パケット料金に係わるはトラブルの減少については、事業者努力の成果と理解している。(中国)
 - 最近、高額パケットの相談が減っているのは事業者の取組みの結果と思われる。(四国)
 - 問題解決に効果があり、また、重要なことであると考えるが、勧誘・契約段階での十分な対応が第一。(四国)
 - パケット料金の相談については減少している。事業者として問題意識を持てば改善可能。(九州)
 - 高額パケット料金に関する苦情相談の減少については事業者の取組による効果と考える。(沖縄)
- 【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)】(エリア関係)**
- 携帯電話が繋がり難いとした相談があった際に、一時期前まで、各事業者からは基地局の設置が難しいとした説明があったが、フェルトセルなどにより改善されることは良いことである。(関東)
 - 中継用の無線局(フェルトセル)が増えることにより、反比例して相談件数が減ることが期待でき、効果があるものと思える。(関東)

- 繋がるか否かについては、端末の貸し出しをして事前に調査するなどの対応を図ってくれる場合もあるが、事前の調査に応じるなどの説明が不足している。取り組みとしてもっとアピールして欲しい。(関東)
- 携帯電話の圏外の改善は見られる。(北陸)
- 自宅において携帯電話の電波が入りにくい場合、ホームアンテナの設置等の対策方法があるが、事業者はもっとPRした方が良いのでは。(東海)
- つながりにくいとの苦情相談では代理店の契約時における説明に問題があると思われるが、「つながらない」の度合いもあり、対応は難しいと考える。事業者によってはホームアンテナ等による対策を行っている。なお基地局整備によりつながらないエリア自体は減少していると思われる。(沖縄)

【電気通信事業者が個別対応する取組に対するに関する改善意見等】

- トラブル減少に対する効果は良く分からない(北海道、信越)
- トラブル減少に対する効果は不十分(北海道)
- 対応は、ある程度分かっているが、事業者や営業所間で対応に差がある。(東北、関東)
- 即時対応と言っても、調査に時間が掛かりすぐに使いたい携帯でトラブルが長期化する場合がある。(北海道)
- 高額パケット請求に対し、遡って定額料金の適用は受けたが、事業者の態度が高圧的であり余計な不満が発生した。(北海道)
- キャンセルや定額料金の適用などは、トラブル解決の効果があるが、トラブルを解決する前にトラブル発生を防ぐことが重要。そういう点では事業者の更なる自助努力が必要と考える。(東北)
- 定額プランで申し込まなかったときで、多く使ってしまったような場合、さかのぼって1月ぐらいは遡って定額プランに戻してくれるらしいが、使用した料金はいったん支払うような形になってしまうので、引き落とす前に話すことができればいいと思います。(信越)
- 高額請求の場合でも、異常な料金となったら、消費者に知らせるシステムがほしい。(東海)
- 高額パケット料などの個別対応については、相談した人は救済されるが、知らないまま支払っている人もいるのではないか。きちんと周知すべきである。電気通信事業者は、一定のトラブルに対しては、個別事案として対処しているが、消費者に公平になるようにしてほしい。(東海)

【勧誘、説明の適正さについて】

- 説明事項の説明が適切だったかどうか、判断が難しいのではないかと。言った、言わないになるのではないかと。(東北)
- 事業者は、消費者が何を求めているか十分に聴くことが望まれ、丁寧な説明が必要である。(東海)

【電話勧誘】

- 電話契約は、契約締結後に消費者に対して、書面を郵送したり、メールでお知らせしたりして、必ず、消費者が再度、確認できるようにすべきである。(東海)
- 電話契約によるトラブルの立証責任は、電気通信事業者が負うべきである。(東海)

【代理店】

- 販売店、契約会社が消費者相談として誠実に対応しない時があり、現場での温度差を感じる。(北海道)

【トライアル利用】

- 契約する前に通信可能かどうか確認できる方策が必要(機器の貸し出し等)。(関東)

【消費者自らかからの相談で解決しない】

- トラブルになったとき、センターに相談した人はセンターが斡旋に入ることによって解決することが多いが、相談しなかった人は泣き寝入りになるのかと心配。特に、窓口をたらい回しにされている人はゼロにはならない。(関東)
- 消センが介入すれば解決するが、消費者のみで解決しないのは何故か。(北陸)

【その他事案】

- 光ファイバに関する契約等最近多いトラブル事例については、スムーズな対応をしてくれない。(近畿)
- 違約金の問題については、契約時での消費者に対する十分な説明が必要。説明方法に問題。(中国)

③ 契約締結後の対応についての改善点【全般】

- 説明不足(加入・解約)があげられます。料金体系が複雑なため、基本料金プラスオプションの図による説明書、など口頭説明と合わせて行うと良いかと思われまます。(北海道)
- 各事業者への指導監督と事業者から各営業所の監理の徹底。(東北)
- トラブルになった場合に、契約者の言い分を良く聞いて、その処理において可能なこと不可能なことを、理由を含めて契約者にしっかり説明をして欲しい。(関東)
- 各事業者の保有する対応事例を分析して、トラブル防止に必要な説明事項を整理し、対象となるユーザーに契約時に十分に説明する

ことが必要である。(関東)

- 契約内容を契約時にチェック表等で料金・機能その他を確認しても一方通行で利用者の意志が介在せず、その時点ではあまり意味がない。端末に使わない機能が多すぎるのも原因。(九州)
- 契約のみに偏っているため、解約時等の顧客対応が不十分。(北陸)
- 総務省からも、携帯電話会社からも、そんなことは「センターに相談しろ」といわれたとの消費者からの苦情が入る。事業者であれば最後まで対応するのが当たり前。コンプライアンスに欠けないか。(東海)
- 契約者の判断力や知識の不足に乗じた契約は問題である。
- センターにも同一名の会社に対する相談数も多いので、総務省、消センで連携を取って実態の把握に努めて欲しい。(近畿)
- クレームについては、その原因が消費者側にあると断定できない場合は、消費者の視点に立って対応すべき。(中国)
- 本来、消費者が内容を完全には理解しにくい商品・サービスであるとの認識に立った契約締結後の個別対応が各事業者求められる。(四国)

【取り組むべき課題：代理店への指導強化】

- 寄せられる相談内容に特に変わりがなく、件数についても大幅な減少となっていないことから、事業者がどの程度の改善への取り組みがされ、それらが販売店に伝わっているのかが不明であり、事業者からの一方通行で終わっているのではないか。販売などの守られない場合は、販売店解約等の罰則的方法はできないのか。(北海道)
- 契約締結後に契約者が、よく分からない事への説明を求める等、事業者が対応すべき事態が起きた時、直接対応する窓口の説明や対応が、クレームを呼ぶ事も少なく無いので、販売窓口に対する教育を考慮しても良いのではないか。(東北)
- 携帯電話は基本的に対面で購入するので、説明が丁寧になったが、消費者には事業者の窓口と量販店の窓口の違いがわかっていない。量販店での対応は専門店に比べ若干対応が悪いように感じる。(関東)
- 契約締結後に窓口に来る人は何らかの不具合があって来る。しかし、店員の対応がマニュアルどおりで誠意が見られないとトラブルになっている。マニュアルはもちろん必要だが、基本的な接客対応の他に、個々の相談にも十分説明ができるよう学んで欲しいと思う。(関東)
- 通信事業者は一部でも利用状況があれば、利用可能であったとして料金を請求します。一方利用者は、高額な精密機械である携帯電話やデータカード等を購入したにもかかわらず、希望したサービスが受けられないと不満を訴えることとなります。カスタマーセン

ターなどでは、自宅で利用できない場合、伝搬状況を調査して、その結果、解約に応じているケースもあるが、販売店はまったく解約等に応じない場合があります。初期対応が十分に行き届いていないこともあり、販売店（員）への教育が必要です。（関東）

- 販売店では通信機器の技術的なトラブルについてもよく把握し、顧客に余分な負担をかけることのないようにしてほしい。（東海）
- 販売店は、契約本数を上げることが目的になっている。（東海）
- 契約に関して、販売店の店員と消費者とのやりとりが原因で解約トラブルも生じている。このような場合、販売店は、直接、消費者に対して、消費生活センターを紹介するが、もっと、販売店で対処してほしい。（東海）
- 代理店による電話勧誘について、事業者としてもっと責任を持つべきである。（北陸）
- 未成年が使用する携帯に対し契約者である親に無断で各種制限を解除する代理店がある。（近畿）
- 代理店による行為は、事業者の責任であるという姿勢を忘れないでほしい。（近畿）
- 代理店教育についても、消費者目線で実施してほしい。（中国）
- 代理店等となるための審査基準を厳しくする必要があると思う。契約締結後の対応も同様で代理店等によるトラブルは多い。（中国）
- ショップ、代理店等販売員が製品に詳しくなく、スキルにばらつきがあるのが問題。（九州）
- 携帯電話契約の場合、自宅がサービス圏外かどうかについては事業者もかなり敏感になっているが、データ通信を利用したい人にとっては、その端末をメインで使う場所がどこかといった点にも販売店側は配慮が必要。仕事場がエリア外だったという相談を受けた事例があり、そうしたことも想定しておく必要あり。（九州）

【取り組むべき課題：解約手続】

- 加入時に解約、オプションサービス終了等の説明は必要であるが、解約後、郵送で内容確認を行うことはできないか。（北海道）
- 契約時にオプション料金に関する説明が及び解約時の説明が十分に行われていないと思われる。オプション解約等で電話で済む場合と店頭に行って行う場合が解りにくいのではないか。（北海道）
- 解約手続きの窓口が複雑で、利用者には分かりにくい。（料金請求は一本化されているため、利用者は1社としか契約していないと思いを込んでいる。）（北陸）
- 解約時の電話回線が不十分で繋がりにくい。十分な回線を確保してもらいたい。（北陸）
- 一つのサービスに関連して、複数の事業者と契約している場合、解約時に一つの事業者に申し出ることで他の事業者の解約もできようにしてもらいたい。（北陸）

- 契約後にオプション契約を解約することでトラブルが発生する。解約は、自動解約も検討すべきだ。(東海)
- 解約方法については、もっとわかりやすくすべきである。また、連絡先については、例えば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)
- 契約時にワンストップサービスができるのであれば、解約時にもワンストップサービスができるようにすべき。また、解約用の電話がつながりにくいなど、意図的に解約を引き延ばそうとしていると疑いたくなる。(九州)

【取り組むべき課題：無料期間】

- 無料期間を設けているサービスについて、有料の期間になる際には契約を継続するか確認が必要ではないか。(北陸)
- 無料期間を設けることはよい取組であるが、期間経過後自動で本契約に移行するものがあり、このことを知らずトラブルになる事例がある。しっかり事前に説明(理解させる。)する必要あり。(九州)

【取り組むべき課題：クーリングオフ】

- クーリングオフの規定を設けてほしい。(東北、関東、東海、北陸、東海、近畿、九州)
- 自宅で使えないと相談しても、「モバイルでの利用が目的なので、自宅で利用できない事を理由にした解約(違約金無しの解約)には応じられない」と回答されが、契約者はエリア図みて、自宅でも、出先でも使えると思っけて契約している。エリア図の信頼性及び消費者保護の観点方から、当該契約に関してはクーリングオフの対象とすることを望む。(東北)
- 特定商取引法では、電話勧誘や訪問販売には、8日間のクーリングオフが認められているが、電機通信事業法等の役務は同法の適用除外である。業界団体の自主基準で8日以内の契約撤回制度をもうけているが、工事費は消費者の自己負担。8日以内に工事を完了すると、契約解除しても消費者が当該工事費を負担することになる。特商法に準じた考え方を採用し、契約から8日以内は、原状回復費用は事業者が負担する等の運用を考慮してほしい。(関東)
- クーリングオフは、電気通信サービスの契約でも導入すべきである。この場合、消費者が利用した利益相当分については、当事者のバランスを考慮すべきである。消費者にも契約という緊張感が必要である。(東海)
- 電気通信サービスでもクーリングオフが必要だ。布団やエステは、返品できる。電気通信サービスでも、消費者が利用したサービスの負担を考慮するという方法もある。(東海)
- ネット回線契約や携帯電話の契約で、「クーリングオフできないのか」という相談を受けることがよくある。クーリングオフ対象外であること、準ずる規定が設けられているのであれば、そのことを事前に説明してほしい。(東海)

- 特商法の適用除外であるのなら、特商法に準じる内容を事業者要充分理解させておくべきだ。(近畿)
- 1円パソコンは、電気通信役務の契約のおまけならともかく、解約時に商品代が発生するものであるから独立した商品としてクーリングオフの対象としてもらいたい。(九州)

【取り組むべき課題：適合性の原則（全般）】

- 契約者の判断力や知識の不足に乗じた契約は問題である。(東海)
- 総務省から事業者に対して相談者に応じた説明等対応をするように指導して欲しい。(東海)
- 契約者が知的障害者であるのかどうかの確認を徹底願いたい。(関東)
- トラブルになるのは、特にお年寄りが多いので、負担が無く契約解除ができるようにすべきではないか。(信越)
- 説明はされても、あくまで義務的であり、相手の理解度をくみ取り、説明するなどの対応が必要と感じる。(近畿)
- 契約時の説明について、マニュアルどおりではなく、利用者に応じた説明（例えば、防水携帯利用者には防水携帯に関する事項）をすべきである。(四国)

【取り組むべき課題：エリア（移動系）】

- やはり繋がる電話を用意してほしい。(関東)
- 電波が繋がりにくい苦情を受けた場合、一部では対応されているようだが、調査改善を積極的にして欲しい。(関東)
- 販売の時のエリアの説明を本当に注意を払っていただきたい。長野県の場合、山手の地域とかがあるので、販売店で注意を払って欲しい。エリアになっていても建物の関係とかで繋がりにくい場所もあるので、そのようなところはこまめに調査をしていただきたい。契約するときは住所とかもわかるので、きめ細かく調査をしていただければと思います。(信越)

【取り組むべき課題：その他（携帯、固定サービス）】

- 十分なサービスが得られない場合（ネットサービスの通信速度等）、解約時の違約金等、消費者に不利益にならないようにしてもらいたい。(北陸)
- ネット接続をした携帯電話については、消費者の申し出がない限り、原則として定額制が適用されることにした方がよいのではないか。(関東)
- 複数契約の場合に、契約した携帯電話が振り込め詐欺に利用されないように、対策をお願いしたい。(関東)
- 故障対応について、利用者への説明（水漏れ、外装部分が無償対象外であるなど）の徹底を希望する。故障の原因究明を行っている

のであれば、利用者にそのことを説明してほしい。(関東)

- 携帯電話の普及が地球規模で進んでいることに伴い、国内居住の外国人への対応にもより柔軟に対応できる顧客サービスの充実を期待したい。(関東)
- 無料ゲームのパケット料に対する対応が各社まちまちであるので消費者の立場にたった基準を作って欲しい。(関東)
- 大手携帯電話会社の中で、ソフトバンク社は ACAP に参加していないので、是非参加していただきたい。(関東)
- 苦情が出た場合は、販売業者は公式サイトでも回収代行を中止して欲しい。(信越)
- 新規契約に対してのサービスが手厚すぎる。(SBMの乗り換え15月無料など。)(九州)
- 携帯電話が故障したため製品に詳しい製造メーカーに技術的なことを尋ねたいができない。携帯会社に不信感があるのが背景と思われるが、直接製造メーカーと対応できる仕組みが必要と思う。(九州)

【取り組むべき課題：説明、情報提供の在り方】

- 子供の携帯トラブル、デジタルコンテンツ購入、オンラインゲーム、アダルトサイト、出会い系など子供が巻き込まれる環境にあることを大人(親、学校)の認識しておらず、防止策も足りない。子供に限らず大人も金銭感覚がデジタル化、バーチャルな感覚になっており、多重債務に繋がることもある。情報教育をもっと深く、恐ろしい部分もあることを一般に知ってもらいたい。中央で頑張っている、末端の田舎の販売員の意識まで届いていないし、消費者も同じ。(北海道)
- 契約内容に「使えなくなる場合がある」旨の表現は、如何なものかと思う。電気通信事業者の逃げと受け取れる。せめて、「使えなくなる場合は相談に応じる」などが電気通信事業者として求められる態度ではないか。(九州)

【その他】

- 相談が特定の業者(SBM)に偏っている。(北海道)
- 決済代行業者との間での関わりが不透明なケースが多い。ツールとしての電気通信機能だけでなく利用に係るあらゆる事業者とのネットワーク(ネット事業者、代行業者、カード発行業者等)の構築も必要ではないのか。(北海道)
- 親が制限を付けて子供に携帯を与えても、子供は知識があるため、それ以上のことをしてしまう。(東北)
- 高齢者の親のために、成人である子供が携帯を契約する場合、関連づけをできないか？(東北)
- 未成年者が親の同意書を偽造して契約したものを解約できないのはおかしい。(法律とかではなく普通に考えて)(信越)
- 利用方法で(違法)サイトがなければ、それらの被害に遭わないですむのと思う。事業者は場所だけ提供しているだけではあるが、

チェックをする必要はある。事業者はチェックをしていると言っているが、チェックしているのかと疑うようなバナー広告、ちょっと触ればすぐに入れて、開いたがためにウイルス感染してしまっってセキュリティ排除の手続をしなくてはいけない、このような場合、専門の窓口を照会したりしている。(信越)

- 有料の場合は、有料サイトに入る前に必ずきちんと契約を交わすルールを守らない事業者が多いので、罰則を強化して欲しい。(信越)
- 携帯電話の未成年者の契約に際し、未成年者が親の同意を得たかのようにみせて契約した場合、親が気がついて解約したいと申し出たところ、違約金の問題があり解約に応じられないと説明された。これらに関する相談では、事業者が解約に応じるケースもあるが、回答を保留されることがあるので消費者視点にたったルールを設けるなどの対応を求めたい。(関東)
- 未成年の解約、死亡者の解約について分かり易い基準作成を希望します。(関東)
- 最近、デジタルコンテンツの相談が多く、楽天などとのホットラインを開設してほしい。(関東)
- 請求書が有料化になったことへの不満の相談や弁護士からも有料化することへの疑問視がされています。契約社会の在り方やサービス提供事業者の考え方が従前と変化する現状では、サービス内容が異なってきたりしている社会変化を利用者に理解していただくのは難しいです。
- 新しい商品の導入に対して、トラブルが発生する可能性があるならば、素早い対応をお願いしたいと思います。(関東)
- 相談窓口が分かりにくく、電話が繋がらない、たらい回しにされる等の相談があるので、相談体制の拡充を願います。(九州)

4 苦情処理・相談体制のあり方

(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
【相談の傾向】
[横ばい、減少傾向] ○ 相談件数は横ばい（北海道、北陸 5 件、沖縄） ○ 相談件数は多い（関東、東海） ○ 減少傾向（関東 3 件、東海、近畿、中国 2 件） ○ 長期化複雑化の傾向（北海道） ○ 繋がりのおさは減少傾向（関東） ○ 携帯電話の水濡れ、修理対応の相談は以前に比べると減ったように思う。（東海） ○ 事業者の相談対応は、以前より良くなっているが、まだ対応に関する苦情は受けている。（近畿） ○ 以前に比べ、事業者の対応は、良くなったと感じる。（中国） ○ 相談窓口を設け、代理店等だけの対応にしていることは評価できるが、代理店等に苦情や相談した場合、中には、その際の説明等の対応が不十分であったことからトラブルに発展した例もある。（中国） ○ 電話勧誘窓口とカスタマーサポートと 2 つの窓口で情報が共有されていないことによる不適切な回答やその対応に対する苦情相談は一定程度ある。（中国） ○ 「対応はしてくれたが内容がわからない」や「HPを見たが連絡先がわからない」などの相談は一定程度ある。（中国） ○ 過去に苦情が多発したことにより改善が図られている事業者もある。（沖縄）
【相談事例：相談窓口の電話対応（繋がらない）】
○ 一般の相談窓口が繋がらない。（北海道、東北、関東、信越、北陸、東海、近畿、中国、四国、九州） ○ 携帯電話の購入時に販売店で使用方法は専用窓口にお問い合わせるよう言われたが、電話がつながらず、困惑している。（北海道） ○ 苦情相談電話の受付窓口で電話しても話し中が多かったり、繋がってもガイダンスにより、待たされるケースがあると苦情が寄せられている。事業者の説明では、受付窓口には十分余裕があるとの説明されるが実態として疑問がある。（東北）

- 苦情・相談窓口と繋がらないといった相談が多い。事業者の窓口担当が少ないのではないか。(関東)
- 光テレビの無料期間が過ぎると自動的に契約締結となるが、無料期間内に解約しようと連絡しても、電話が繋がらないという相談が多い。また、電話が繋がっても、解約に関する対応がスムーズに行かないことも多い。(関東)
- 新興の事業者においては、窓口の対応が追いついていないように思える。電話が話し中で繋がりにくいことや、事業者の窓口で対応しきれないものが、当センターに寄せられてくる。(関東)
- 携帯電話のサポートセンターのつながりが悪い(信越)
- ADSLを解約しようとしたが、月末に解約したかったがなかなか繋がらず苦慮した。(消センで対応)(信越)
- 特に、無料期間を経過するために解約の電話をしようとしても繋がらない。(北陸)
- いつ電話しても話中、音声ガイダンスに従っていく操作が大変といった苦情が多い。お客様相談の職員と窓口、電話回線を増やすべきである。(東海)
- 訪問や電話勧誘でのことで、連絡先は分かっても、何回かけても話中で繋がらないことがある。(電話勧誘の際は、発信専用での連絡となっている場合がある。)連絡先が分かっているにもかかわらず繋がらないのでは、意味がない。改善すべきである。(中国)
- メーカーの方でも相談窓口があるが、いつも話中で繋がりにくい。問い合わせに対する対応が悪い。(信越)
- 相談電話でオペレーターに通じない。機械の対応のみでは、相談者の不満へつながる。(九州)
- 一般消費者からの苦情では音声案内で最後までたどりつけない・最後までたどりついたが結局繋がらない事例はある。(沖縄)

【相談自営：電話対応(その他)】

- 高齢者はガイダンスが使えない。(北海道、北陸、四国)
- 音声案内なのでわけがわからない(東海)
- 電話の案内が自動応答のところが多いが、高齢者は操作が分からずオペレータまでたどり着けない。(四国)
- 電話の対応がたらい回し(関東2件)
- 事業者の消費者向けの電話番号が、ナビダイヤルのため#記号が使えず【ダイヤル式電話でかけた場合】相談できない場合がある。(東北)
- プッシュ式対応でダイヤル式の場合はできないという相談も以前あった。(東海)
- 話をまともに聞いてくれない(東海)

- 担当者がころころ変わり、照会にかかる（東海、中国）
- 苦情受付のコールセンターの対応が人によって違うことがトラブルの一因となっていると感じる。代理店等に苦情や相談を行った上で、問合せを行っている場合などマニュアルの対応だけでは、限界のある問合せについてもマニュアル通り回答するため、さらなる混乱を招いているケースがある。（中国）

【相談事例：メールのみの対応】

- 受付がメールだけであり、メールを送っても中々返事がこないとの相談がある。（東北、関東、東海2件、四国）
- メールでの相談しか受け付けない事業者がいる。「しかるべき対応を図っています。」とした回答しかなく、本当に人が対応しているのか疑いたくなることもある。（関東）

【相談事例：窓口対応、説明方法の悪さ】

- 利用者に対し納得できる説明に至らずに、結論のみを押しつける事業者説明の苦情を受ける。特に若い説明者に多い傾向。利用者は納得できていないため不満だけが残る。
- 事業者のコールセンターでの受け応えで、機械的な対応が取られてたため、消費者センターに相談してくるケースがある。（関東）
- 解約したはずの携帯電話の料金を請求されたので問い合わせたところ、調査に2週間かかると言われ不満。（関東）
- カスタマーセンターなどに連絡をいれると、画一的な受け応えによりきめ細かな対応が感じられず、相談対応については、結局、地域の販売店が応じているような状況となっています。センターから地域の販売店へと対応が回されることにより、対応が遅くなるケースも見受けられる（関東）
- 機種のパフォーマンス・故障に対する苦情への対応が遅いと感じる。相談者としてはたらい廻しされている感じを受ける。（関東）
- 窓口で対応する人が、相談窓口らしからぬ対応である。（特に若い担当者）（信越）
- カスタマーセンターの対応が、利用者の目線でない。（九州）
- カスタマーセンターがマニュアルどおりの対応しかしないので利用者には不満が増大。（九州2件）
- 電気通信事業者の対応の仕方への不満が消費生活センターに寄せられる。（九州）
- 事業者の相談窓口への問い合わせでは相談者は怒っておりなかなか説明を聞かない場合が多い。センターに相談があった場合に説明すると理解され、「このような説明を事業者が行えば理解できたのに」といった事例がある。（沖縄）

【相談事例：端末】

- 特定のボタンが取れてしまうような故障に対して、テストもしているのですが、使用者がぶつけたのではと言われた。(信越)
- 水道水でぬらしてしまった携帯をショップに持って行ったところ、ショップから本社には水に濡らしていないと言うことで伝わったという事例で、本社の方は水で濡らしたものとして訂正を受け入れてくれないというようなトラブルがあった。(マニュアルどおりの対応であった) (信越)
- 携帯電話のショップに相談に行ったが、3回行ってもわからないと言われた。(信越)

【相談事例：移動系の苦情対応、傾向等】

- イーモバイルからモニター機を借りて、電波が弱いものの自宅で使用できることを確認した上で契約した。数ヶ月は使えたものの、その後、電波を自宅で捉えられず使えなくなったので相談したところ何の回答もない。調査検討するそぶりすらない。苦情相談体制のあり方を改善して欲しい。(東北)
- 相談者が購入された機種が家の中でつながらなかった。相談者が特に高齢であるとか、いわゆるクレマーではなく、一般的な人であるとセンターでは感じたが、業者は相手にしなかった。センターから事業者の行政対応窓口へ連絡。はじめその窓口でも相談者の話を否定。また調べてほしいと申し出てはじめて調査をしてくれた。問題ではないか。(東海)
- 携帯電話の請求金額が多いので明細を確認したら、利用した覚えのない項目があった。窓口にお問い合わせすると、「TV電話、パソコンに接続しての利用や操作ミスではないか。」と言われたが、パソコンはないし、TV電話の操作もできず、変わったことはしていない。(中国)
- データカードでインターネット接続をしている。途中でフリーズするので業者に郵送し点検をしてもらったが、問題はなく、パソコンが悪いという。業者のアドバイスに従ってパソコンを初期化したのちにインストールしようと思ってもできない。再度苦情を言ったが、約束の時間に返事がない。(中国)
- 携帯電話の定額制を利用。先月まで月額2千円程度の支払いだったが、今月は1日でパケット通信をかなり使ったので料金を照会し、1日の利用料金を聞き書き留めた。翌日もう一度問い合わせたら、同じ日の金額を200円ぐらい高く案内された。200円の差は大きい。当該社のショップを数軒回ったり、当該社お客様窓口にお問い合わせ、数時間かけて理由を再三聞いたが、納得いく説明がなかった。最後はお客様窓口の責任者が「システム上、請求に時間差が発生することがある」と言うので、さらに問い詰めたら「自分はシステムの責任者ではないので、システムの詳細まで説明できない」とのこと。システムの担当者から納得いく説明をしてほしい。当該社が利用料金に少額ずつ水増し請求しているのではないかと憤りを感じる。(北海道)

- 携帯電話の不具合で機種交換するためオプションの解除を確認したら、担当者は解除したと即答。しかし、その後、新たに機種交換した際、契約状況を確認したら、オプション契約が継続になっていた。これは1年間無料だったので料金発生はないが、もし気づかなかつたら今後の料金負担がでてくる。担当者の解約確認ミスは許し難く、しかも電話での謝罪だけ。料金に関わることなのに、それだけの対応で良いのか。納得できず、何度かカスタマーセンターに連絡。担当者は電話でしか謝れないとの一点貼りで、さらに苦情を言うと、20分ほど担当者が黙り込んだり、軽い口調ではいはいと返答するので、電話で誠意をもって謝ると言われても誠意は伝わらない。(北海道)

【相談事例：固定系の苦情対応、傾向等】

- トップ(ハイビット)の苦情が半年で36件中6件。特に違約金請求案件が多い。(関東)
- 有線テレビ(データ通信系)はNTTの代理店への苦情が多い。(関東)
- NTT西日本は、事例ごとに担当が多岐にわたり対応が不十分である。社内でたらいまわしされることもある。(近畿)
- NTT西日本は代理店に対して、弱腰である。2次代理店の対応が悪く斡旋に入った件で、話し合いの場を持ったとき、2次代理店との契約関係がないことを理由に、非は認めても、全く力になってもれえなかった。(近畿)
- NTT西日本は窓口が多く、担当者にたどり着くまでに時間を要する。苦情処理の体制としては不十分である。(近畿)
- 電話機の移転工事の契約をし、大手電話会社の代理店が工事に来た。やってもない工事代金の請求があったので代理店に苦情を言うと、請求は取り下げると返答があった。しかし、また電話会社から請求書が届き納得できない。(中国)
- 直集型固定電話の契約をしていた。転居に伴い電話会社の変更をしようと思い、元の電話会社に解約の電話をした。しかし、請求が止まらなかったため、銀行で引き落としを止めてもらい、同社に内容証明郵便を送ったが返事がなかった。その後も請求書が届き内容も分からず不審だ。(中国)
- 苦情等を連絡するフリーダイヤルがほとんどつながらない。(トップ)(九州)

【消費生活センター対応に関する問題点】

- 料金トラブルの際にホットラインに電話したが、消費者相談員とは話ができないと一方的に切られた。(SBM及びau)(北海道)
- 地区担当から本社に誘導されたが、当該相談対応は地区が担当であると、本社担当が相談に乗っていただけない事案があった。(東北)
- 自社で対応せず、消費者センターに連絡するように言われた。(東北)

- 難聴者の相談において、本人でないため相談対応していただけない場合があった。(東北)
- 相談者からの相談をコールセンターに連絡したところ、直接お客様とお話をするというのでお願いしたところ、消費センターと個人に対する答えが相違していた(高額請求 消セン→分割可、個人→分割不可)。(関東2件)
- センターを介して事業者へ問い合わせても、「個人情報なのでセンターには答えられない」旨の回答される事例もある。(関東)
- コールセンターに連絡したところ、後ほど連絡するとのことであったが、その後何の連絡もない。(関東)
- 高額請求を受け減額してもらえたのはよいが、返金先の口座番号については、消費生活センターを経由すると間違いのもとなので、直接事業者に電話したところ、いったん消費生活センターに相談した件については、直接相談を受けることができないと言われた。(関東)
- プロバイダ等で相談窓口が話中で繋がりにくいことが多い。(北陸)
- 消費生活センターが扱うと電気通信事業者は、解決しようとする。(東海)
- 相談員から事業者に苦情の連絡をすると、対応はしてくれるし、折り返しの連絡もあるが、マニュアルどおりに答え、マニュアル以外の事は、答がかえってこない。(近畿)
- プロバイダの連絡先がわかりにくく、対応が難しい。(近畿)
- 消費生活センターからの電話に対しては、即答はせず、必ず一旦預かりとなる。(九州)
- 小規模市町村にあっては、「消費生活センター」という名称を持った組織がないが、そういうところに対してはカスタマーセンターが相手にしない傾向がある。(九州)
- 消費生活センターが事業者との間に入った場合、本人でないので対応できないとする事業者もある。確かに消費生活センターであると事業者側から確認してもらって構わないので当事者としての対応をお願いしたい。(九州)
- ドコモでは苦情相談に消費生活センターを案内する例があり、電気通信事業者の対応としては如何か。(九州)
- 一部の携帯会社は消費生活センターが苦情処理機関と思っている。本来苦情対応については当該携帯会社が行うものであり、消費生活センターはその解決のお手伝いを行っているものであることを認識していただきたい。現在、事業者は消費生活センターとのホットラインがあるから苦情対応は消費生活センターが行うものとの認識しているのではないか、しかし、苦情対応は本来事業者が行うものである。(九州)
- US ENでは、消費生活センターからのやり取りでも毎日対応者が変わる。好ましくない印象を持つ。(九州)

- 以前にはセンターから相談窓口で連絡すると「代理店に連絡してくれ」との対応があった。(沖縄)

【その他】

- 相談者の住所をネットから削除してほしいとした相談があった。違法・有害情報センターにも情報を提供しながら、事業者にも削除を求めたが、対応は遅かった。(関東)
- ゲームサイト会社とのトラブルについて、提携携帯電話会社がおざなりな対応しかしない。改善してほしい。(中国)
- ネット販売では、特商法での表記を大きく。特商法の表示を見れば、出店者の住所、氏名、連絡先がわかる。(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

【ホットライン設置の効果等（効果があった、評価するとの意見）】

- 電気通信事業者として、消費者との間に生じるトラブルの救済において、これらの取り組みが一定程度の効果があるものと思われるが、一層の改善に努めていただきたい。(北海道)
- ホットラインの整備後は、すごくやりやすくなった。相手も話を聞いてくれる。(東北)
- ホットラインについては充分活用させていただいており、助かっている。(東北)
- トラブル減少の効果が高いとは思わないが、トラブルが起きた時の対応にとっても役立っている。(東北)
- 消費者センター専用の通信事業者連絡窓口を設置していただき感謝しております。
「消費者センターと電気通信事業者間のホットライン」はよく利用させていただいております。(関東)
- ホットラインは評価できる。今後は更に多くの事業者が参加されるのを望みます。(関東)
- 電気通信事業者への苦情等の電話対応は、きちんと出てくれて、丁寧に対応している。(関東)
- 電気通信事業者への苦情等による電話の対応は、きちんと丁寧に対応している。某一部の電気通信事業者がもっとしっかり対応してもらえれば、苦情相談件数は確実に減る。(関東)
- ホットラインが整備されたことにより、相談対応がスムーズに行くようになった。(信越)
- センターへの専用窓口を開設している事業者のスムーズな対応により、解決までのスピードアップに繋がっている。(北陸)
- 電気通信事業者と消費生活センターとのホットラインは、非常に好評であり、意味がある。(東海)
- 事業者のホットラインは非常にありがたい。無いと困る。(近畿)
- 概ね事業者は、相談窓口を設定されているので、話がスムーズに進む。(近畿)

- ホットラインは役立っている。事業者からの説明については一部の携帯電話会社が定期的に来て情報交換を行っている。(四国)
- ホットラインが設置され、対応も以前に比べ早くなったと感じている。(九州)

【ホットライン設置に関する改善意見等】

- 些細な照会であってもホットラインに電話すると、「一次受付なので、回答は後ほど担当者する」との回答をいただくが、後ほど担当者から電話を頂くと短時間での回答をいただけるケースが多く見受けられる。(東北)
- 苦情相談が減少傾向にあるのは、事業法 27 条の効果や事業者におけるホットライン整備など努力の成果と理解しているが、対消費者目線ではまだ、不十分。(中国)
- 一定の効果があがっているが、限界がある。(四国)
- センター直通も大切だが、センター介入前の企業の対応についても、消費者からの苦情に真摯に対応して欲しい。(東北)
- センターを通じての対応であれば、事業者もある程度応じてもらえるが、個人で直接事業者に相談した場合はわからない。要望として、個人対応の場合もセンターと同様に対応してほしい。(関東)
- 消費生活センターと電気通信事業者間のホットラインの整備はまだ不十分と感じる。電話での受け付け窓口の設置などについて、改善を求めたい。(関東)
- 苦情相談以外の問い合わせに対して即答できる体制（担当者に電話を転送する等）をつくることはできないか。(東北)
- ホットラインは、契約の仕組み等を確認はできるが、消費者トラブルの減少に影響するものではない。(関東)
- 大手事業者でも専用窓口がないところは、窓口を開設してもらいたい。(北陸)
- センター向けの窓口が整備され、センターからアプローチしやすくなったが、最初から消費者に対し同様の対応をされればよいのではないか。(北陸)
- 担当制を設けていない事業者があり、電話の都度、担当が異なるため、一から説明しなければならない。(北陸)
- 消費生活センターと電気通信事業者との間のホットラインの充実が良いが、消費生活センターがトラブルを扱う前に、当事者間で解決してほしい。販売店や代理店は、消費生活センター任せにしないでほしい。(東海 2 件)
- センター専用のホットラインが設けられておらず不便を感じる事業者がある。(東海)
- 大手メーカーでは、消費生活センター専用の電話回線も持っている。(東海)
- 事業者のホットラインに電話したのに、個別案件は個人情報を含んでいるからと取り合わない事業者があった（数回断られた）。

(近畿)

- 総務省からの用語集があれば便利程度だが、相談窓口一覧は役立っている。(近畿)
- ホットラインに電話しても内容を聞くだけで、対応ができていないパターンがある。(近畿)
- 小規模事業者との連絡先整備を希望。(九州)
- 窓口は整備してもらったが、対応はまだまだ以前と変わらない。柔軟な対応を希望する。(九州)
- 消費生活センターからのホットラインについてはそれなりに対応していただいており一定評価。ただ、相談内容が事業者全体で共有され、同様の相談に生かされているかという疑問。(九州)
- 電気通信事業者の対応で、消費生活センターとの窓口を設置するのは、消費者から見て対応を言えるのか。消費者からは、たらい回しの感じがあるのではないか。(九州)
- 事業者とのホットライン設置については効果がある。ただし、これは消費生活センターに対する効果であり、受け付けた苦情相談の内容によると一般消費者への対応は「担当者が毎回変わる」「たらい回し」など従来どおり変わらない。(沖縄)

【消費者支援連絡会についての効果等（効果があった、評価するとの意見）】

- 支援連絡会のような会議の設定は、非常に良いことである。各事業者が出てきて、対策について各社横並びになるよう自覚してもらい、改善すべきところは改めてもらう良い機会だと思う。(関東)
- 連絡会等で直接事業者等の話を聞くことができる機会は貴重であり、今後も開催して欲しい。(関東2件)
- 電気通信事業者も参加しているので、取組みの効果は十分にあると認識している。(関東)
- 電気通信消費者支援連絡会は、消費生活センターと電気通信事業者が同じテーブルで話し合えるので、意義がある(東海)
- 電気通信消費者支援連絡会は、いろいろな情報提供があり、良いことだと思っている。県では、県庁が参加するが、出先の消費生活センターでも情報が届くので、利用している。(東海)
- 連絡会で、電気通信事業者の発言が直接、聞くことができ、また、電気通信事業者がそれぞれ努力する姿が見られる。1対1の関係より、同じテーブルでの論議の方が前進しやすい。(東海)
- 電気通信消費者支援連絡会により、継続的な情報提供を得ることができ、今後も、継続する価値がある。(東海)
- 消費者支援連絡会の場は非常に有意義である。(近畿)
- 消費者支援連絡会について、今回から学識経験者が入ったことは、双方の意見をまとめてくれるので非常に良かった。(近畿)

- 支援連絡会は非常に有効である。現場関係者の顔つなぎにもなる。また、変化の激しい業界であるため、苦情も変化するので、最新の情報を理解する上で有効である。これからも続けてほしい。今回から、有識者の座長を設けられたが、これもわかりやすく非常よかった。(近畿)
- 各社、発言した意見、聴いた意見を、その場限りではなく、持ち帰り検討し実践に努めていると思われる。(近畿)
- 最近、電気通信の苦情が減っているのは、こういった取り組みや、繰り返し事業者に苦言してきた成果の現れではないか。そういった意味でも会議は続けるべきである。(近畿)
- 消費者支援連絡会は有意義である。特に今年度から学識経験者が座長として参加されたが、理解不足を補ってくれて分かり易くてよかった。(近畿)
- 消費者支援連絡会に（現在は構成員になっていないが）是非参加したいので検討して欲しい。オブザーバー参加をしたことがあるが、構成員として参加したい。(近畿)
- 支援連絡会は、公の場で事業者と直接やりとりできることが大きい。(近畿)
- 前回の支援連絡会から座長を設置したが、選任された座長は非常によかった。事業者側、利用者側両方に精通しており、適切に助言され、非常にわかりやすい進行であった。(近畿)
- 電気通信消費者支援連絡会については、行政、消セン及び事業者が構成メンバーとして情報交換が出来ることから有意義である。(中国)
- 支援連絡会において、事例を共有できること、専用窓口の案内など、情報交換等ができることは、大いに助かっている。支援連絡会の相談事例と同様の事案があり事業者への対応も円滑にできた。(中国)
- 消費者支援連絡会については、電気通信事業者との意見交換の場として評価。(四国)
- 消費者支援連絡会は知らなかった。当市で開催するのであれば是非参加したい。事業者とは一部の携帯電話事業者（ドコモ）が来て意見交換しており、相談解決に役立っている。(四国)
- 電気通信消費者支援連絡会の取り組みについては評価している。(九州)
- 電気通信消費者支援連絡会の開催については行政が間に入ることで各事業者の対応に効果があると思われる。連絡会における各事業者のサービス説明も有効。(沖縄)

【消費者支援連絡会に関する改善意見等】

- 消費者支援連絡会議において、事業者側の商品説明に多くの時間を費やし、本来の意見交換の時間が不足した。(東北)
- 支援連絡会のその後が知りたい。(近畿)
- 消費者支援連絡会は年1回程度で充分ではないか。(近畿)
- 消費者支援連絡会に参加しても、意見交換だけで具体的な進展があるように思えない。1年に何回も長時間会合に参加する意味がない。(近畿)
- 総務省の所管事項は理解するが、支援連絡会の意見交換としては、ものたりない、もう少し踏み込んだ発言があってもいいと思う。(近畿)
- 説明の時間を短くして、もっと意見交換の時間を増やしてほしい。(四国)

【消費生活センター向けの説明会の効果等（効果があった、評価するとの意見）】

- 説明会も、知識を得ることができるので、役立っている。(東北)
- 支援連絡会、相談員向けの説明会も評価しますが、今後はデモを含んだ説明会（講習会）を希望します。(関東)
- 電気通信事業者の消費生活センター相談員向けの説明会は実施されていない。今後は説明会の開催を希望する。(センター側の受け入れ態勢も要検討)(関東)
- 相談員向けの説明会については、当センターで実施していないが評価する。当センターで実施する場合には、相談員の時間調整や予算的に難しいかもしれない。(関東)
- 説明会は利用したい。それにより相談の減少に繋がると思われる。NTT東とドコモには、情報交換に訪問いただいている。(関東)
- 相談員向けの説明会については、2年ぐらい前に実施した。国際電話に関するトラブルがあった際にも、説明に来てもらっており、各事業者からの協力を得られている。(関東)
- 電気通信事業者から相談員向けへの説明会は、まだ実施されていないので希望したので受け入れ態勢を検討します。また、昨年、一般の消費者を対象に電気通信事業者（ドコモ）が、説明会を開催し、好評であった。(関東)
- 通信分野は専門用語や機器、通信方式など、特に研修が必要な分野になります。日々、通信サービスも変化していきますので、今後もお願ひしたいと思います。(関東)
- NTTドコモは、ショップで消費者向け説明会を開催しているが、センターに来たことはない。各自業者からセンター向けの説明会の開催を希望する。(関東)

- NTT ドコモと KDDI には定期的にセンターへ来てもらい、実際の相談やトラブル対応等について情報交換を行っている。事業者との情報交換は必要。(関東)
- 相談内容が複雑化しており、相談員向けの説明会には期待。(九州)

【消費生活センター向けの説明会に対する改善要望】

- IT関係の相談に対し消費生活センターでは、原因は何処にあるのか、何処と問題解決に向けた話し合いをすれば良いのか等、問題発生がシステムが理解出来ない。問題の事例ごとに原因究明と対策についての資料や講習等を行っていただきたい。
(出会い系サイトでなぜ高額請求となるか、何処で料金が発生しどの様に請求され支払われているのか不明)
(2G携帯→3G携帯に機種変更を目的として3G携帯のSIM無し新品端末を購入したが、2GからのSIMが対応出来ず無駄な買い物をした。なぜ、使えないのか?なぜ、使えない物が販売されているのか?販売させない策はないのか?) (北海道)
- 各地での説明会があればその周知をもっとしてほしいし、その中で質問の場を設けてほしい。(九州)

【その他】

- 事業者の訪問によるサービスメニューの説明や苦情相談の傾向等の聞き取りが行われているが、全事業者ではない。(中国)
- 一部の携帯電話事業者は定期的に説明に来ている。(四国)
- 相談員向けの説明会は沖縄では実施されていない。事業者の戸別訪問による新たなサービス等の説明及び苦情相談の内容の聞き取りが行われている。(沖縄)
- 京都府主催で苦情処理研修会を行っているが、電気通信事業者の方も定期的に参加されていて、非常に有意義である。(近畿)
- 消費生活センターに携帯会社の商品・サービスメニューの説明に定期的にくられるが、困ったときに教えてもらえればいいことなので、不要であり筋違いである。(九州)

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】

- 各事業者の相談窓口のコンプライアンスをあげていくよう、利用者の声を反映していただきたい。(関東)
- マニュアル通りの通り一遍で悪い印象を受ける時がある。相談者一人一人に耳を傾け、丁寧な対応を期待する。(関東)
- 事業者と消費者の間で、消費者の希望する相談が必ずしもかなえられるとは限らないが、事業者はできることとできないことを丁寧に説明する必要がある。(東海)

- 苦情処理は、その体制を考える以前にまず販売時の体制を整えることが重要である。苦情処理の前に苦情にならないことを考えるべきである。(近畿)
- 事業者は様々なサービスをあわせて行っている。電気通信事業のサービスのみを対象にするのではなく、サービス全体を総合的に対応しなければ、利用者の理解は得られない。(近畿)
- 通信業界は苦情を減らしたい、現状を改善したいと本当に思っているのだろうか。(近畿)
- 消費者の視点に立った対応はなされるようになってきているが、本社、支店、代理店などにより対応が異なることがある。本社に連絡をした者は減額や無償といった結果となり、何も言わなかったものとの不公平感がある。そのような対応ではまずいのではないか。消費者視線にたった対応に心がけてほしい。(中国)
- 消費者の立場に立った対応を第一とする各事業者の姿勢が何よりも重要。(四国)
- 電気通信事業者の苦情相談対応としては、御客様からの苦情相談窓口を開設したのみでは終わりではないとの認識を持ってほしい。(九州)
- 電気通信事業者の業界として、利用者からの苦情・相談を受け付けて解決する仕組みが必要。(九州)
- 苦情処理や相談体制の在り方について、業界で苦情処理や相談体制の団体を作って、消費者からの対応を業界内で解決する必要があると考える。電気通信事業者も各種あるが、全体的に網羅して作り、インターネット、携帯、各サービスなど専門の処理体制を整え、また、法的な判断対応に弁護士との連携も考えられる(九州)。
- 消費生活センターに案内することが苦情、相談処理ではないと考えます。(九州)
- 消費者からの対応窓口は、各技術やサービスにも明るい方とし、ADRの対応となるように。(九州)
- 本来は「消費生活センターに持ち込ませない」取組が必要なのではないか。(沖縄)
- 他業種(例えば食品業界)では事業者のお客様相談センターの苦情相談事例を社内にフィードバックし商品の改善につなげるなどの取組が行われている。通信業界は販売代理店が多く、難しいとは思いますが、代理店など末端までどうつなげ、苦情相談事例を社内にどうフィードバックされるのかなど、なお一層の改善が必要。(沖縄)

【行政への要望、評価】

- 消費者センター向きの話では無いことや難しいことは、総合通信局にかけるように言っているが、その後どうなっているかが分からない。(東北)

- 電気通信に関する消費者トラブルについて、消費生活センターから総務省への情報提供の仕組みを作ってほしい。(九州)
- 都合のいいことばかりいう業者に対し何か規制できないものか。(近畿)
- 総務省は(他の省庁に比べて)消費者問題の取り組みについて、真摯に取り組んでくれているので評価できる。(近畿)

【取り組むべき課題：事業者側における苦情相談体制】

- メールのやりとりではなく、電話で対応して欲しい。(東北)
- 消費者向けの電話は、【録音音声対応ではなく】オペレーターが取り次ぎを行えるような体制とすべき(特に高齢者は対応が難しい)。(東北)
- 利用者側(年齢、知識等)の状況に合わせた対応が取れる窓口体制を作るべき。(東北)
- 相談窓口(業者の連絡先)を解りづらいとの苦情が寄せられている。トラブル防止及び苦情の改善のためにも対応窓口は広く広報・明示すべきと考えます。(東北)
- 相談窓口の案内が、音声案内では本当に対応してもらったのか疑問に思う。できれば、直接オペレーターが対応する窓口を設置してもらいたい。(北陸)
- 相談窓口が音声案内の場合、高齢者には利用しづらい。(最初からオペレータの対応が望まれる。)(北陸)
- 相談できる電話相談窓口をもっと整備してほしい。(関東)
- 消費者が携帯電話事業者のコールセンターへ電話しても、結局詳しい説明を受けられず、消費生活センターへ苦情がくることが多い。消費生活センターを経由しなくても、直接対応できる体制を整えてほしい。(関東2件)
- ユーザーへの対応として、行政から苦情があれば対応するが、直接の苦情はコールセンターで切り捨ててしまうのでは、行政窓口を利用することになる。お客様相談室の連絡先を消費者へ積極的に開示して欲しい。(関東)
- 携帯電話会社、SNS提供事業者、ゲーム会社などの契約関係は複雑であり、請求に関するトラブルが起きると交渉が難航する。電気通信事業者は、複数の事業者が介在する契約で、トラブルが生じた場合の対応窓口を明確にすべきと考える。(関東)
- 電気通信事業者の一部は、メールでしか相談を受け付けないので、直接話しがしたいと希望される相談者が多い。人の対応が必要である。(東海)
- お客様相談室の人員を充実して、電話をつながりやすくしてほしい。(東海)
- 電気通信事業者は、自社の相談窓口をもっと、充実してほしい。電話対応以外に何か、方法はないのか。(東海)

- 相談窓口がメールのみなので、電話対応もできるようにすることが必要。(東海)
- メール対応のみの事業者があるが、苦情処理の体制として明らかに不十分である。(近畿)
- ヤフーのメール対応は何とかならないものか。(近畿)
- 連絡については、電子メールのみの事業者も存在し、コールセンターを全ての事業者が設置しているわけではない。消費者からは、直接、電話連絡したいとの要望が多数ある。
- 電話の連絡先を公開していないのは体制として不十分(近畿)
- au の窓口一元化について、相談のノウハウが集約し精度が高まり効率的でよいと思う。一方、現場からは遠くなるので、きめ細かさという点では苦しいが、メリット面を期待したい。(近畿)
- 連絡先について、消費者からは、直接、電話連絡したいとの要望が存在することから、コールセンター等の設置の義務化を希望。(中国)
- 連絡回線を増やすとか連絡の取れる体制とすべき。(中国)
- 消費者がコールセンター等で納得できない場合の措置として、事業者と消費者間における交渉窓口の設置を希望。(中国)
- もっとオペレータにつながりやすくできないか。(相談員は電話交換手ではない。)(四国)
- HPを見てもお客様相談の電話番号がわからない電気通信事業者がある。お客様は自分で事業者と話をし、納得のいく説明を聞きたいと思っている。担当者と話ができる窓口を用意し、お客様にわかりやすく案内すべきである。(四国)
- 相談の手段がメールか郵送のみのものもある。消費生活センターに対しても同じであり不十分。(九州)
- ネットやサイトの苦情連絡について、連絡先がメールだけとなっており、迅速な連絡が取りにくい。(九州)

【取り組むべき課題：電話対応の改善点】

- 電話をかけるたびに毎回担当者が違い、最初から同じ事を説明するようになる。相談窓口を充実させて欲しい。(東北2件)
- 相談窓口は担当者制としてもらいたい。(毎回、担当者が異なる事業者では、話野継続性がなく、一からの説明が必要となり解決までに時間を要する)(北陸)
- 一般消費者の電気通信サービスに関する知識は様々であり、事業者の相談窓口での対応は、もっとわかりやすい説明に努めて欲しい。また相談者は困って電話をかけている訳であり、あまりにも「マニュアル的」な対応で誠意が見られず、トラブルの原因となっている。センターから問い合わせしてもわかりにくく難しい表現を使う場合があり、「業界的」との印象。(沖縄)

【取り組むべき課題：代理店指導、対応者の能力】

- 窓口対応職員のスキルアップ（苦情以外の一般的な問い合わせについては即答できる程度の知識を有する者）を図ることを望みます。（東北）
- 契約に係る説明についても、契約後の相談対応についても電気通信事業者側において知識に乏しい者が対応していると思われるので、早急に対応すべき。（東北）
- 直轄代理店だけでなく、代理店を名乗るすべての業者に対して適切な指導を取れる体制を作るべき。（東北）
- 事業者の苦情処理、相談体制において解決に至るまでに適切で迅速な処理がなされていれば、利用者からの他機関等への再相談は減少するはずだが、未だに通信サービスに関する相談は様々なものが持ち込まれる。是非、適切な窓口対応のできる人材育成をお願いしたい。（関東）
- 代理店に勧誘時の状況や勧誘方法を確認するため、連絡したことがありますが、対応の悪さに驚きました。提携されている通信事業者の指導を、お願いしたい。（関東）
- 販売の代理店で対応が悪いところがある。（信越）
- 電気通信事業者の代理店は、消費者とトラブルが発生しても自ら解決する意思が弱い。（東海2件）
- 二次、三次の代理店になると対応が不十分と感じる時がある。（近畿）
- 事業者は、代理店に対しもっと強く対応してほしい。（近畿）
- 代理店に対して、行政は規制できないのか。（近畿）
- 代理店に対する規制がなぜできないのか。二次、三次代理店は禁止すべきである。（近畿）
- 事業者から代理店等への指導（教育が不十分）を徹底して欲しい。教育不足によるトラブルが多いため。また、逆に、代理店等に寄せられた苦情等を事業者へフィードバックし、その対策について検討・共有化することが重要と感じる。（中国）
- 販売代理店を事業者が適切に指導していればなくなると思われるトラブルが多い。販売店教育を徹底してほしい。（九州）
- 事業者は、一般利用者への苦情相談の対応を改善するため、代理店への指導を徹底していただきたい。（九州）
- 販売代理店の対応が良くない。事業者からの指導が行き届いていないと思われる。（沖縄）

【取り組むべき課題：高齢者対応の充実】

- 高齢者の方への配慮は必要（専門用語は使わない。極力平易な言葉を使うなど）。今後も今いっそう取り組んでほしい。（中国）

<ul style="list-style-type: none"> ○ 今後、高齢者が増加し、相談が増えることから、高齢者が相談しやすい仕組みを検討すべきである。(四国) ○ 高齢者は自動応答での相談は困難であり、最初からオペレータが対応できるようにしてほしい。(四国)
<p>【取り組むべき課題：消費生活センター向けの窓口の充実】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ プロバイダについてもホットライン等専用相談窓口を設ける必要がある。(北海道) ○ 大手事業者とのホットラインは整備されてよいが、プロバイダ等小規模のところとの連絡がすぐつながらない。(九州) ○ プロバイダーに上位の窓口がない。最初から説明していかなければならない。消セン等の専用の窓口を希望。(九州)
<p>【各事業者への要望】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ NTT西日本に対して、利用者は業界最大手として期待が大きい分、不満も大きくなる。(近畿) ○ 利用者がNTTに代理店の苦情を言っても、把握していない代理店もあり、これに対しては対応できないとのこと。それで済ましているNTTの対応、その仕組みが問題。(近畿) ○ 事業者は、代理店が関与している苦情に対して、第三者的立場で対応している。(近畿) ○ 利用者は代理店と契約しているのではない。事業者と契約している。にもかかわらず問題が起こると代理店に責任を押し付けて、自ら対応する姿勢が乏しい。(近畿) ○ ソフトバンクで、消費者への対応不足を同社の担当に言ったところ、苦情相談対応の現状は社の方針と言った。同社の状況を見ると、もうCSRの発想で消費者への対応をされる時期が来ているのではないかと思う。(九州) ○ 携帯電話事業者からも利用上のトラブルに関して情報提供する姿勢がほしい。(九州)
<p>【その他】</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ コンビニ窓口で料金支払いを行うと、内部処理に時間がかかって、未納の扱いを受け赤い封筒が来る。そこで、例えば子供の滞納について、親権者が代わりに問い合わせても答えてもらえない。(東北) ○ 出会い系サイトの利用者は、間に決済代行会社が入っていることを知らない場合が多い。しかも決済代行会社は、国外の場合が多く、問題をさらに複雑化させている。契約の段階で決済代行会社の名前、連絡先などを明確にして欲しい。(信越) ○ 契約者の自己責任の問題も有るとは理解しているが、複雑なシステムを把握してもらうため、対消費者への説明会等の充実を図ることが必要かと思われます。(東北) ○ 責任分担に絡むが、利用者がどの段階でトラぶっているのか理解できないほど仕組みが複雑になっている。(九州)

○ 携帯電話の不具合、故障について、製造メーカーと話せない。相談処理に支障がある。(九州)

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

(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】
○ 携帯電話2Gから3Gへの移行に伴う問い合わせが一定程度あったが、相談は非常に少ない。
【相談事例：2Gから3Gへの移行】
○ 4～5年前であるが、プリペイドカード携帯電話に加入。有効期限が切れたが、第二世代携帯は今年度しか利用できないと言われたが、事業者（販売）から利用停止のメール等が一切ない。（北海道）
○ 2Gのサービス停止に関しては、相談苦情が多数寄せられましたが、利用者側としては、現在の機能で十分満足しているにも関わらず、まだ十分使える携帯電話サービスを停止することへの不満が大多数でした。また、周知の方法についてよりも、事業者側の理由によるサービス停止であれば、端末代、手数料を含めて事業者負担でやるべきとの意見が多かった。（東北）
○ 相談窓口対応者の知識・説明技量に差があり、満足な説明をいただけないことがあるとの苦情があった。（東北）
○ 企業の一時的な都合で中止されるのは納得できないという苦情がありました。（信越）
○ 第2世代携帯電話のサービス廃止については、一時的なサービス廃止であること、端末まで代えないといけない等といった相談がある。（北陸）
○ 携帯電話2Gの終了では、何でやめるんだというような相談があった（東海）
○ 携帯電話の2Gから3Gへの変更は、意味がわからず、トラブルもたくさんあった。（東海）
○ 2Gのサービス廃止に対する苦情は受けているが、周知については特に問題ないと思う。（近畿）
○ 電波が2Gから3Gになり今の電話機が使用できなくなると案内が届いているが、居住地では3Gの電波が入らない。電話会社に基地局を建設してほしいと言ったが、建設する予定はないと回答があった。2ヶ月ほど前にセンターであっせんしてもらい、電波が入る方法を検討すると事業者から回答があったが、まだ連絡がない。（中国）
○ 事業者の都合による機種変更の呼びかけについて、利用者に金銭的負担を求めるのはおかしいという苦情があった。（四国）
○ ソフトバンクの2G携帯のH22年3月終了時に、2Gから3G移行対応期限後の4月に代理店に行かれて、気に入った移行対応商品が無いとの例があった。電気通信事業者は数回に渡り周知していたが、お客さまの対応が遅かった。別機種にて対応となった。

(九州)
【相談事例：その他】
<ul style="list-style-type: none"> ○ 今まで無料で携帯電話料金の請求書が送付されていたのに、今後はエコを理由にネットによる請求に切り替わる。21円割引されるが、請求書が必要な人には52円請求されることになる。自分は高齢者でネットは使えない、エコと言いながら業者の経費削減に違いない。途中で有料にする契約が有効か、業者側の勝手な強引誘導が許されるのか。(東海) ○ auの請求書有料化について相談があったが、事業者の周知が不十分というわけではなく、当たり前のようにあったサービスがなくなることに対する苦情であった。(近畿) ○ 高齢者にとっては、案内文書の文字が小さく、理解していないケースがある。(北陸) ○ 相談窓口対応者の知識・説明技量に差があり、満足な説明をいただけないことがあるとの苦情があった。(北海道)
② 電気通信サービスの休廃止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
【改善要望】
<ul style="list-style-type: none"> ○ サービスの開始時に休廃止の詳細について、1枚のペーパーにするなどの措置をして、消費者へ十分に説明を行うなどの対策を検討してほしい。(東海) ○ 事業の休廃止時にユーザーに混乱がおきないように、業界内で対応を検討して欲しい。(関東) ○ サービスの休廃止により不測の不都合が生じないように、注意喚起やその後のフォロー体制を整えて欲しい。(関東) ○ 携帯電話の世代交代の際は、利用者の利便性を考えると、使い慣れた携帯電話がそのまま使えるような方法を考えてもらいたい。(北陸)
③ サービスの休廃止に関しての改善点
<ul style="list-style-type: none"> ○ 電気通信事業者等は、消費者に提供しているサービス等の休止・停止に関して、原則として1カ月前までに周知するとされているが、その手段としては、事業者のホームページに掲出する等の方法が認められている。事業者が顧客にハガキ等の通知をしていることも了解しているが、消費者によっては、ホームページ等のデジタル環境に馴染まない者も多いことを踏まえ、今後も書面による通知等を行ってほしい。(関東) ○ 携帯電話がMOVAからFOMAに切り替わる。事業者は数年前から周知を図っているが、消費者が気づかない場合がある。対象者には個別にお知らせを発送する等、対策が必要。(関東)

- 購入契約時に、一般的なこととしてサービスの休廃止がありうることを口頭で伝えておく方が良いのではないか。(関東)
- 最近では Web で料金明細等を確認する機会が多いので、Web の明細画面にもその旨の記載があるとわかりやすい。(関東)
- 休廃止の周知方法として、インターネット掲載やダイレクトメールを利用しているが、これだけでは利用者への周知は不十分と感じる。(中国)
- 当初、サービスを前提に消費者は契約しており、その一方的な休廃止は、本来、消費者が納得できるものではないという前提に立った姿勢(事前周知は当然であり、また、トラブルになった場合は十分な説明を行い、理解を得ること)が各事業者に強く求められる。
【四国】

【その他】

- 携帯電話を持てばネットが出来ることが当たり前との感覚は、高齢者を置き去りにした契約変更といえないか。センターに入る通信関係の苦情は非常に多く、その対応は難しい。相談者が、充分納得できる対処を要望する。(東海)
- 高齢者やインターネットの不得意な人にとって不利な契約改正とならないよう、通信業を監督する行政機関で規制ができないか。
(東海)

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

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

【安全・安心系サービスの認知度等】

- ヒアリング対象とした消費者相談センター全てにおいて、既知との回答あり。
- 有効な手段。トラブル防止に役立っていると思う。(関東、四国)
- 携帯電話は身近なツールとなっており、携帯電話を利用した災害サービスは非常に良いこと。(沖縄)
- 災害時の情報提供や緊急地震速報など、実際に体験したことがあります。それまでは知りませんでしたが、貴重な情報周知であると思います。(関東)
- 各種サービスは、知っているが、消費者への周知までは行っていない。(東海)
- 相談員は理解しているが、一般消費者は理解しているのか疑問。(中国、沖縄)
- フィルタリングサービスについては相談員として学生対象とした教室を開催するなど取組を進めてきている。(沖縄)

【相談事例：フィルタリングサービス】

- アダルトサイトに接続してしまった後、両親又は本人から相談を受けている。相談内容を確認すると、フィルタリングされていない場合が多い。(関東)
- フィルタリングに関しては、原則設定であるが、出会い系サイトの被害者の多くはフィルタリングを外している。(関東)
- 親の理解が不足しているためか、高校生がフィルタリングを外してトラブルになったとの相談がある。(信越)
- 子供に対するフィルタリングサービスは浸透していて理解が深まっているが、大人は知らない人も多い。相談者にフィルタリングを勧めることがあるが、設定の仕方が分からないと言われ困ったことがある。(近畿)
- フィルタリングをかけていたが、子供がうまくくぐり抜けて危険なサイトに入ってしまったという相談があった。(近畿)
- 親が契約時に設定したフィルタリング等を販売店が子供の言いなりになって、勝手に解除して問題になることがある。(近畿)
- フィルタリングサービスについては、親が子どもの言いなりで外してしまうケースが多い。(四国)

- フィルタリングサービスでは「必要なサイトへのアクセスが制限され使いにくい」、「フィルタリングをかいくぐって迷惑メールが入る」との声を聞く（九州）

【相談事例：迷惑メール、その他】

- 迷惑メールそのものの相談は少ないが、悪質サイト又はアダルトサイトに誘導するようなメールによる相談は増えている。（関東）
- 法律で制限されたので、迷惑メールは減った。（関東）
- 携帯電話の事業者の公式サイトにも無料サービスを装いながら有料サイト複数に契約するよう誘導するものがある。（近畿）
- 出会い系サイトの被害相談、特にグリーから誘引される詐欺の相談が非常に多い。（九州）

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）】

- 安全・安心サービスメニューをトップページに置く、自分達で解決出来る機会が増加する事が期待できる。（北海道）
- 携帯端末取得や回線契約時に、サービス利用方法について、デモ機等を使用して解説するような方法は分かりやすいと思う。（東北）
- 子供やお年寄りにも分かり易いサービス等の説明をお願いしたい。（関東）
- 安全・安心といった面で、各事業者を利用して販売・サービス提供している会社に対する対策が必要である。（関東）
- 迷惑メール防止サービス、災害伝言サービスについてもパンフレット等でもっと分かり易く説明した方がよい。（関東）
- 実際の利用方法などについて具体的に PR し、一層の周知をお願いしたい。（関東）
- 確認画面など、ある程度パターン化したものが必要。（信越）
- 使い方などのシステムの設計について、利用者の利便性を考慮したものが望まれる。（信越）
- サービスが周知され、市民の認知度も上がってきていると推定されるが、老若男女が使いやすい仕組み作りについて、検討の必要があるのではないかと思う。（東海）
- 高齢者や子どもも簡単に操作出来るのが基本。事業者においては、操作性等について配慮してほしい。（中国）
- 消費者に対する各事業者窓口での積極的周知・誘導が重要。（四国）
- 自分の携帯電話の安全レベルがどのあたりかいつでも把握できるようなメニューがあれば便利。（九州）
- 契約時に分かりやすい説明書を1枚紙で渡す、或いはテレビコマーシャルの中でサービスの存在を周知する等必要。（九州）
- 総務省又は事業者団体等信頼すべきHPで被害事例の速報を流したり、迷惑メールの典型的な文章・内容の注意喚起を行う。（九州）

【フィルタリングサービスについて】

- フィルタリングが不確実。フィルタリングの穴を子供達は知っている。アドレスやIPの直打ちで入れるサイトがある様だ。技術的な対策が更に必要。(北海道)
- フィルタリングサービスがあっても、使いたい青少年は虚偽書類を作ってもフィルタリングを外す。最終的には本人のリスク管理のみである。(北海道)
- 未成年者等に対するフィルタリングサービスの普及について、事業者としてもサービスを利用しないことによるトラブルの危険性やフィルタリングサービスの内容、利用点について、利用者に対してより理解されるよう啓発に取り組んでいただきたい。(北海道)
- 保護者、教師等への広報が不足していると感じている。(東北)
- 意図せずアダルトサイト等に登録、請求される被害が多く、消費者の自己防衛だけでは防ぎきれないことも多い。プロバイダや通信事業者による、フィルタリング対策を強化する必要があるのではないかと感じる。(東北)
- PC、スマートフォン等のフィルタリングの無料化を要望する。(関東)
- 小中学生から架空請求についての深刻な相談を受けていることから、注意喚起などを徹底してほしい。(関東)
- フィルタリングサービスは、学校関係者や保護者、児童、生徒以外にも周知が必要だと感じる。全国的に講座を実施して欲しい。(関東)
- フィルタリングにかからないサイトが問題となっている。きめ細かなサイト調査が必要だと感じる。一般的な安全なサイトから悪質サイトに繋がるケースもあり、その対応を図る必要がある。(関東)
- 当センターでは、学校用にチラシを作って被害にあわないように周知をしたり、フィルタリングの利用を促したりしているが、フィルタリングを利用しないこともあり、携帯電話の初期設定でフィルタリングをかけるような取り組みをお願いしたい。また、引き続き、利用者への周知をお願いしたい。(関東)
- フィルタリングについては、万全ではない旨、十分な周知をしてほしい。(フィルタリングを適用した端末から悪徳商法のサイトに入ってしまった事例があるため。)(関東)
- 違法有害情報のフィルタリングサービスなど、今後として青少年の安全・安心利用のために、ホワイト・ブラックリストを活用した対応の充実を図るとともに、親子への安全な携帯電話の利用について、e-ネットキャラバン等の継続した研修が必要と思います。(関東)

- 教育現場等の周知啓発が必要。(関東)
- フィルタリングをしているからと安心してしまうことで、誘導されて違うサイトに入ってしまう、高額な料金請求を受けることもある。フィルタリングが万能ではないことも知らせて欲しい。(関東)
- 事業者からも利用者に対して有害サイトについての注意喚起をしっかりと欲しい。(関東)
- 消費者に、なぜフィルタリングが必要なのか宣伝してほしい。(信越)
- フィルタリング等は、高齢者や高校生に対する周知が必要である。携帯電話を使う本人が知らない意味がない。(信越)
- フィルタリングとかのサービスが提供されているが、実際に使う子供たちと親のギャップがあり、行き届かない、よくわからないところがあるのではないか。店で携帯を買うときに、必ずフィルタリングを義務づけることは難しいかもしれないが、わかりやすい方法で設定の方法などの説明をしてくれれば良いと思います。(信越)
- フィルタリングサービスの機能強化、機能向上のより有害サイトを見られないようにする必要がある。(東海)
- フィルタリングは現在、一般サイトの広告にまでは対応できていないとの事であった。広告サイトとしてアダルト画面を閲覧できることを制限するように対策してほしい。(近畿)
- フィルタリングサービス等については、サービスそのものの周知、説明の徹底が必要。(中国)
- 周知・啓発活動はされていると思うが、もっと周知・啓発を行うべき。子供たちや高齢者の方々が犯罪に巻き込まれないようにするためには、情報通信に関する教育がもっと必要ではないか、また、携帯電話の場合は、基本仕様として導入し、購入時にサービスの選択ができるように改善すべき。(中国)
- 未成年者契約の同意確認が、電話のみで行われている事例が見受けられており、(フィルタリング設定の)実効性確保のため、必ず店頭で対面にて確認するように配慮してもらいたい。(中国)
- 青少年への取り組みについては、学校の授業の一環として取り組んでもよいのではないかと思う。それだけインターネットは普及しており、社会問題(出会い系犯罪)を回避する上でも教育現場での取組は必須と考える。(中国)
- 出会い系サイトに係るトラブルは、依然として多い。フィルタリングは必要。しかし、利用が少ないために犯罪に巻き込まれている。基本義務とすべきと考える。(中国)
- フィルタリングについて、法令で義務づけられているのも関わらず、本人(未成年)の希望により簡単に外しており、このことが犯罪に繋がっている。親の認識が無いことも原因であるので、契約時に親権者に対しフィルタリングの重要性、犯罪に繋がること等の

啓発が必要。(四国)

- 児童・生徒のネット被害状況を見ると、フィルタリングサービスについて、保護者が真剣に取り組む必要がある。(九州)
- 電気通信事業者は自社のサイト内の規制を厳しく、悪いサイトを遮断する責務がある。(九州)
- フィルタリングサービスについては子ども名義であれば有効だが事例では大半が親名義。「子どもが使ってしまい」という相談は相変わらず多い。親の意識向上につながる取組が必要。(沖縄)

【迷惑メールについて】

- 迷惑メールの「総務省警告」をopenにすべき。消費者生活センターでは「迷惑メールセンター」を案内しているが、措置状況が全く見えない。(北海道)
- 迷惑メールの相談窓口についてはもっとPR必要。(九州)
- オプトインになったことは周知不足と思う。(九州)
- 迷惑メール転送システムは操作が複雑で高齢の方に電話で説明するのが難しい。(九州)
- 迷惑メールの多さに比べると、いわゆる措置命令の実績が少ないのでは。発信元を特定する困難性は理解しているが。(九州)

【災害時の情報提供サービスについて】

- 災害情報時は、緊急を要することが多いため、より身近に利活用してもらうべく、存在自体の周知に力をいれるべきではないか。(携帯画面での目立つ表示など)(東北)
- 災害時情報の提供サービスについては知っていて、以前利用していたが、パケット代が高くなるので、今は利用していない。定額制で利用している場合は、利用されているかも知れないが、使われていないケースもあるのではないか。(関東)
- 地震速報、災害伝言サービス提供については、まだ十分な周知がなされていないと思う。
- 災害伝言サービスは少し使いづらい。もっと簡便に使用できるよう工夫がほしいところである。
- 災害時のサービスは高齢者が使えるかが課題。一つのボタンでつながることが理想ではあるが、待受画面への表示など統一した基準を設けることが必要だと思う。(沖縄)
- 災害時サービスについては、いざというときに実際使用できるかどうかは課題と認識。単純明快な方法(例えばボタン一つで使える、画面のショートカットを義務づけるなど)が必要と思われる(一律な対応は厳しいとは思うが)。(沖縄)
- 災害関係サービスについては広く周知するなどの取組が必要だと思う。(沖縄)

【通話料制限サービスについて】

- 安心利用で、金額で通話が切れるので安心ですと販売店で説明されるが、実際に切れるのは、通話終了後や利用が終了後で高額な請求がされることがある。(北海道)
- 子供の通話料を制限したくリミット契約にしたが、通信料金の請求額が多く確認したら、停止までに約3時間必要、通話料金がリミット金額に満たない場合は発信でき、リミッターがかかるまでリミット料金に関係なく通話できると説明された。何の為のリミッター契約か。(東海)
- 各社リミットプランが整備されたことに対し評価したい。(九州)

【その他】

- 有料のメール交換サイトで、2つ問題がある。1つは意志と関係なく出会い系に誘導されてしまう(懸賞サイト等から)、2つめは悪質な出会い系サイト(お金をあげる等)があるが、それらを自動的にカットできるようなことはできないか。(信越)
- 出会い系サイトは、登録制にするなど審査を厳しくして欲しい。メール一通500円かかり、かなりの金額になる。消費者が落ち込んでいるときにつけ込む。何か規制があればありがたい。(近畿)
- 電子消費者契約法に違反するサイトは運営できなくするための法整備やシステム的に運営できなくするための対策を取る。電子消費者契約法に違反したサイトの契約は成立していないこと、支払の必要はないことをテレビやラジオなどメディアでもっと広く周知すべき。(東北)
- 直接アダルトサイト等にアクセスする人は少ない。懸賞や占いのサイトから誘導される例がほとんどである。(関東)
- 災害時に繋がりにくくならないよう、環境を整えて欲しい。(関東)
- 安易に個人情報やカード番号を入力しないようにと注意喚起して欲しい。(関東)
- 公式サイトでも悪質なサイトが入り込んでいるので監視を十分に行って欲しい。(関東)
- キッズホン、ラクラクホンがそれほど普及していない。かえって、使用方法の指導を充実させていくことが必要。(契約時に講習会を受けることを義務づけるなど。)(九州)
- 一般消費者は、どうも「携帯サイトの運営者はしっかりした会社」だと安心してしまう傾向があり、出会い系やヤミ金のサイトにつなげてトラブルとなった事例があった。より一層の周知が必要。(沖縄)

③ 安心・安全系サービスに関し、その他気付いたこと

- サービスの多様化に伴い、想定外の被害にどう対応していくのか。専門窓口の設定があればと思う。(北海道)
- 未成年者が使用する携帯電話の契約時には、各種サービスの説明や当該サービス利用について、使用者である未成年者と保護者に十分な説明を義務付けるだけでなく、官民一体となった通信リテラシー教育の普及啓発を推進すべきと思われる。(関東)
- 業者はパソコンから一斉配信で請求メールを送っているのに、消費者にはパソコンからメールの拒否ができることをもっと積極的にお知らせしたほうが良い。(信越)
- 通信に対しあれこれ規制することは、そのことについての苦情にはつながるが、何もしないとどんどん悪用され返って利用者から苦情が増え続け問題になるのではないか。(近畿)
- 携帯電話においては、容易な操作性への対応が必要。(中国)
- 最近の携帯電話は機能が複雑化しすぎて、特に高齢者には使いづらいとの意見が多数ある。それは消費者センターの相談員も同じであり、最近では相談員もついていけないことも多い。相談員にもわかりやすいマニュアルの作成等を望む。(四国)

【青少年による電気通信サービスの利用についてについて】

- フィルタリングサービスについては、子供を悪質サイトから守るためのとのコンセプトで広報される事が多いですが、子供に限定することなく、全ての消費者に対しネットを安全に使える手段である事を広報すべきと考える。(東北)
- 親よりも子供が詳しいため、(フィルタリングは)効果がないことがある。(近畿)
- センターで、弁護士会と高校がタイアップして、セミナーを行っている。自分で契約できる年齢になる前に、少しでも役立つことを目的にしている。(近畿)
- (無料サイトなど)友達が大丈夫だったから・・・とマネをして利用しても、何か条件が違えば料金が発生したり危ない目にあうと訴えていくことが大事。(近畿)
- 真面目な子供が、有料サイトなどにひっかかって自分を追い詰める事を避けたい。被害者だから声を出して良いという、門戸を開ける事が重要ではないか。(近畿)
- 監視の是非の判断は難しいが、子供を守るための対策は重要である。(近畿)

【出会い系サイト、違法サイトについて】

- 違法なサイト運営を行っている事業者を撤退させる方策を考えて欲しい。(東北)
- 出会い系サイトの苦情が1日に数件ある。M i x i、グリーからカモを見つけて、芸人をかたるサクラメールを送り、有料サイト

を使わせる。カード決済ならばカード会社に連絡をして、請求を止めてもらうことも可能である。しかし、料金前払い制を取っていたりすると対応が難しくなる。悪質サイトの情報を交換しても、次々とサイトを立ち上げては、移っていく。業界の自浄の働きを望む。(東北)

- アダルトサイトや出会い系サイトに対する何らかの手だて、取組みが欲しい。この案件の相談を受けない日がないほど事例が多い。(関東)
- ワンクリック詐欺、アダルトサイト等の相談対応が多数ある。これらサイトに行かないさらなる対策を希望します。(関東)
- パソコンとか携帯で、有料という認識がないまま、進んでいったら、出会い系もしくはアダルト系に登録されて代金を請求されたとか、そういう行為をしていないのに架空請求されたというような相談がほとんどである。その中で、お金をあげるとかが魅力になって、250万円(150万円ほど取り返した)ほどクレジットや電子マネーで決済した30歳の女性とか、158万円(148万円を請求取り下げ)くらいクレジットで決済した42歳の男性がいた。(信越)
- 迷惑メールや無料のゲームサイトから、巧みに出会い系サイトに誘導され、高額請求を受けたことによる相談は依然として多い。(最近では、コミュニティサイトを利用したものも多く、被害に気づきにくい。)(北陸)

【その他】

- 子供が家族のクレジットカードを勝手に利用し、友人にもカード番号を教え、利用させたという相談があった。インターネットでのカード利用時の認証をもっと厳しく規制する必要がある。(北海道)
- ネットや携帯サイトの画面の中で、広告ばかりが表示され、目的の記述が見つからないことがある。広告画面の割合に定めはないのか？(東北)
- 無料ゲームの広告で一部有料というのが小さすぎる。(信越)
- 架空請求の相談については、携帯電話会社からも問題のある行為であるので支払う必要がない旨、利用者に説明してほしい。相談件数としては、以前に比べて半分程に減ってきているが、携帯電話に関しては請求が増えてきている。(関東)

第3 その他の課題

第3 その他の課題

【クーリングオフの導入】

【クーリングオフについて】

- クーリングオフについては必要と思われる。商品の場合は、8日間であるが、電気通信サービスは、目に見えないものであるため8日間では短い。(信越)
- 電気通信サービスについては、クーリングオフ対象外であるので、エリア内であると言うことで契約したらエリア外であった、または、電波状態が悪いということがあり、利用者は使いたくて契約しているのに使えないということで、消費者が思っている部分と法律がうまくかみ合っていないのではないかと。利用者に法律を説明するが、なかなかわかってもらえない。利用者からすれば履行されないわけであって、契約は取り消しであるのに、解約料が発生するのはおかしい。しかし、業者は最低契約期間を経過しないと料金がかかるという業者の説明だけでは納得できない。5000円とかの解約料で弁護士は使えないので、そこで消費者が泣き寝入りをしている。消費生活センターとすれば、非常に歯がゆいところである。(信越)
- 電気通信サービスの場合は、利用者側では8日程度では判断が難しいところではある。事業者とすれば、1ヶ月とかにしてしまうと大変であり、また、端末に傷がついたり難しいところがある。(信越)
- 契約的締結後、自分の期待していたサービスではなかったなどの事例がある。これらの消費者を救済するためクーリングオフと同等のサービスを期待します。(関東)

【電話勧誘について】

- 高齢者の場合、電話勧誘により、サービスが必要かどうかの判断がつかないまま、契約に至るケースや、サービスの内容を理解しないまま契約に至るケースが多く、その後、そこまでのサービスは必要なかった等の相談がある。電話勧誘においては、サービスのメリット・デメリットをはっきり提示してもらいたい。(北陸)
- 電話勧誘については、可能であれば事業法において、或いはガイドライン等において勧誘（特に電話）のあり方を検討してほしい。(中国)
- 電話勧誘等における口頭での契約成立のあり方に問題。最低限、特商法に準じた書面契約が必須。(中国)
- 「光回線プロバイダの電話勧誘に資料の送付を承諾したら、申し込みありがとうと書類が送られてきた、契約とされたのか」といっ

た相談が、いまだに寄せられる。いつの時点で契約が成立するのか、契約に拘束されるのか、申し込みの撤回はどの時点まで可能な
のか、明確に説明してほしい。(東海)

- 特定商取引法の適用除外であるため、消費生活センターによる行政指導等が出来ない。行政指導が出来ないのであれば、契約時・勧誘時等にもっと消費者保護に関する規制をすべきである。

そもそも特商法の適用除外となっているのは、他の法律で消費者が保護されているから除外されているはずである。しかし他の適用除外の法律と比べて電気通信事業法はあまりにもひどい。電気通信事業法の中で指導等できないのであれば、適用除外から外すべきだ。特定商取引法を適用させると、即刻、業務停止になるようなパターンの相談が非常に多い。業務停止になって困るのは消費者なのだから、電気通信事業法の中で特商法に準じた消費者保護の条文を盛り込むべきではないか。(近畿)

【事業者の姿勢の改善について】

- 課題第 1、第 2 を含め、消費者あつての企業であるとの前提に立った消費者対応が何よりも重要。(四国)
- どうしても事業者の方が立場が上になる。利用者と事業者が対等の立場にならないと解決出来ない場合が多いので事業者は対等の立場になるよう努力すべき。(九州)
- 業界団体として被害の救済を含めた民事ルールを取り込んだコンプライアンスを作成するべきと思う。(近畿)
- 現在、各事業者ごとのサービス面の多種多様さのみが強調されているようなきらいがあるが、社会インフラとしての役割を認識した業界全体としての取り組みが必要である。(関東)
- 「派遣社員がしたこと」と代理店若しくは通信事業者が対応しないケースがあったが、どんな契約であれ通信事業者が契約主体としてトラブル解決に当たってほしい。(九州)

【消費者教育について】

- 事業者及び代理店等の教育は当然、消費者目線で実施充実させることが必要であるが、これとは別に消費者に対しての教育も必要である。トラブルの原因には、事業者の説明等が不十分であるのか、消費者が適当に聞いていたのか定かではないが、いずれにしても事業者と消費者との話が食い違っていることが多々見受けられる。消費者も説明を聞くスタンスや契約行為など安易に捉えている傾向にある。消費者に対する教育の充実が必要不可欠。(中国)
- 事業者として、消費者教育をもっと重視するべき。インターネットのことや契約内容などを含め行うことでトラブルの解消にもつながるのではないか。(中国)

- 消費者教育を充実して欲しい。(事業者においても消費者教育の充実に取り組んでいることは承知しているが、より恐ろしさを知るためのシュミレーションを多用するなど、工夫が必要と思われる。) (関東)

【高齢者・障害者対策】

- 知的障害者の対応にあたって、点字のパンフレット、手話による受け応えなどを望みたい。(関東)
- 高齢化対策として、高齢者に対し何をやっておいたらいいのか、保管の必要な書類は何かなどの説明仕方について十分な検討をお願いしたい。(関東)
- 契約締結の際に高齢者(認知問題等)、契約弱者(精神的疾患等)にどの様に対応していくか立会者の義務付け義務等の検討が必要である。(北海道)
- 一般的に重要事項の説明は書面でされているが、視覚障害者に書面を渡して重要事項は説明したと言われても義務を果たしているのか疑問である。障害者に対する対応も今後考慮して欲しい。(近畿)
- 高齢者であっても、メール→絵文字、ネット検索など使い始めるとレベルアップを望んでいる。事業者にとっても売りっぱなしではなく、パケット代の収益増にもつながる。便利な使い方をレクチャーできる場があれば良いと思う。(近畿)
- 高齢者の場合、通話だけ、通話+メールだけの利用が多い。希望しない機能がついていることにより、トラブルとなるケースが多いことから、端末自体に、希望する機能だけを付けられる、または、除いた端末の販売が出来ればトラブル回避に繋がると感じる。(中国)

【青少年対策について】

- 事業者は、契約者が大人(親)の場合は、フィルタリングなどの青少年の安心安全にかかる説明をしないため、その携帯を子供が使用し、フィルタリングがかかっていないため、トラブルに巻き込まれる例が発生している。このことから、事業者は、契約者はもちろん、使用者についても確認し、使用者が青少年の場合は、安心安全にかかる説明を行うようにすべきと考える。(中国)
- インターネットの危険性やモラルの問題、端末機能等、販売店での説明以外に親の責任として子供を守る教育が出来る様、契約時にDVD等を付ける等、問題点を親子で理解出来る手助けが必要と感じる。(北海道)

【料金体系について】

- 消費者にわかりにくい割引サービスを廃止して誰の目にも明らかな料金の仕組みを作ってほしい。事業者間の料金の比較がひと目でできるようにしてほしい。割引サービスは消費者に得になっていない。(東海)

- 料金体系複雑なので解りやすい体系にしてはどうか。例えば、通話とメールはセットで5段階とか。(北海道)
- 利用者立場に立った料金体系(より低価格)、サービスの向上をお願いしたい。(関東)

【その他、料金について】

- 一般家庭での携帯電話など電気通信に支出する割合が大きい。料金の引下げに努力してほしい。(東北)
- 情報通信の課金の仕組みがわかりにくい。多様化する情報サービスの課金体制について明確に示すことができるよう取り組んで欲しい。(関東)
- 電話会社からの使用料の支払い明細は、以前から非常に分かりにくいと言われているのに、なぜ、高齢者でも分かるような内容に変えていかないのか。(信越)
- 身に覚えのない携帯電話の料金請求に関する相談があるが、通話記録等の保存期間や開示情報は各社バラバラなようなので、数ヶ月でデータがなくなってしまうと幹旋が難しくなる。膨大なデータ量となることは理解しているが、通話記録の保存期間等を含め指針を示してもらいたい。(北陸)
- いわゆる無料ゲーム会社の料金徴収について、ドコモは徴収代行しているが、ゲーム会社の支払いが滞納すると携帯電話そのものの通話もストップさせるのはおかしいのではないかと。携帯電話の料金は支払う意志があるのだから、通話機能は止めるべきではない。それぞれの契約形態をしっかりと整理すべきだ。

【2年拘束の契約について】

- 契約時の2年間しほりに関して、2年以降解約月以外は解約金が発生することは契約者の「困り込み」ではないかと、との苦情相談が寄せられている。(沖縄)
- 家族等で複数の携帯電話を他社へ変更する際、契約日がそれぞれ異なっていると、解約時に違約金が発生してしまう問題があるのではないかと。(北陸)
- 携帯電話の「2年縛り」等については、事業者からの更新前の確認もなく自動更新されるため、消費者は理解していないことが多い。解約時期を逃すと違約金が発生してしまうのは問題ではないかと。(北陸)

【契約について】

- 電気通信関係はセット契約が多く、一つ一つの契約形態が曖昧なパターンが多い。モバイルであれば、端末と通信料のそれぞれの契約はどうなっているのか、光ファイバであれば、通信とテレビと工事費はどうなっているのか、それぞれの取引を明確にして契約す

<p>るようにしないと解約の時のトラブルの原因になる。早急に整理することを望む。(近畿)</p> <p>○ 何より「分かりやすい契約書、説明書」の作成を望みます。(九州)</p>
<p>【解約について】</p> <p>○ 家族等で複数の携帯電話を他社に変更する際、契約日がそれぞれ異なると解約時に違約金が発生してしまう。(北陸)</p> <p>○ インターネット上の契約については、解約方法が分かりづらいものがほとんどである。無法地帯であったインターネット上の世界が、徐々に規制されてきているのは知っているが、これだけ生活に浸透している現在ではもうすこし踏み込んだ環境整備が必要ではないか。何らかの法規制をお願いしたい。(近畿)</p> <p>○ 解約時のリスクだけの説明等重要なものは別に説明する必要がある。(東海)</p>
<p>【サービス理解のための手段について】</p> <p>○ サービスの多様化により、取扱説明書がより複雑になり、誤解を招きやすい記載内容になっている事例があった。使い方がより複雑になれば、誤って通信料が発生するなどのトラブルが発生することが予想される。(沖縄)</p> <p>○ 新しい機能、サービスを理解し、使いこなせる人は一部である。大半の消費者はその機能やサービスを使いこなせない。用語も理解できていない。そのために、高額な料金請求にびっくりしたり、だまされたり、誤解したりと様々なトラブルに巻き込まれる。消費者が理解しやすい用語での説明をお願いしたい。(関東)</p> <p>○ 携帯電話の利用契約や、パソコン等のインターネット利用に際して、固定電話の回線契約とプロバイダ、光回線においては、映像配信サービスも含んだセット契約になっているものもあり、契約が複雑化している為、より商品の理解を得るためにも、ショップ内で回線利用が体験できる場所の設置などが必要と思われる。(東北)</p>
<p>【代理店教育について】</p> <p>○ 代理店によって、対応が違うのは従業員の質の問題であり、1次代理店～3次代理店等全ての代理店で説明が一律にできるような教育が必要である。(東海)</p> <p>○ 販売員、代理店の知識格差が大きい。知識の平準化に努めてもらいたい。(九州)</p> <p>○ 代理店の対応の悪さによるトラブルが多いことから、代理店の教育が必要と考える。代理店も契約でだれでも出来るのではなく、基準を設けるべきと考える。(中国)</p>
<p>【行政の対応について】</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ 複数の省庁が関わるトラブルは、今後、増えると思われるが、一元的な窓口がほしい。(東海) ○ 契約の話は民一民の問題といわず、総務省も斡旋の機能を持ってもらいたい。(九州)
<p>【消費者支援連絡会について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者支援連絡会での事業者からの最新の状況説明は有効ではあるものの、意見交換の時間が短縮されるのはもったいない。(近畿) ○ 事業者の説明が長く、難しい。また、なかなか本音が出てこない。センターとすれば、苦情に対してどのように事業者が回答するかというところを期待している。(信越) ○ 個別の問題をどこまで聞いていいのか考えるところである。(信越)
<p>【消費者の被害者意識について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 消費者庁が組織され、消費者が「消費者の権利」を意識し始めた。しかし、ちょっとした自己責任の範囲であっても被害者意識に転換される傾向。消費者は、交渉を優位に進めるために消費者センターを巻き込む等「意味のはきちがい」による権利乱用が散見される。消費者庁が出来た事により良い面もあるが、悪い面も多い。(北海道)
<p>【クレジットカード債権について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ クレジットカード決済に伴い、様々な業者が介入している。契約が複雑すぎる。(北海道)
<p>【携帯電話のシムロックフリー化】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 対応を検討中とは聞くが、各社の乗り換えが可能となるよう、早急に対応して欲しい。なお、その際パケット通信の割引や乗り換え時の不利益部分などの注意点を充分説明することが必要。(東北)
<p>【Wi-Fi のエリア拡充について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ イーモバイル、ソフトバンクのw i f i がそれなりに使えるようになってきたが、W i M A Xはまだまだ。(東北)
<p>【公衆電話の減少について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 公衆電話が減って、不便になっている。(東北)
<p>【相談員のレベルアップについて】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 技術的な話があると話が進むにつれ、難しくなる。消費者庁に研修費なら使用可能な基金がある。会議に合わせて研修を行い、この基金を活用できないか？(東北)
<p>【ワンクリック請求、架空・不当請求について】</p>

- 相談件数は減っている傾向にあるが、相談件数の全体に占める割合が多いので、引き続き対策を必要としている。CM、マスコミ、市街地のポスターなどで目にする機会を増やして欲しい。(関東)
- 架空請求等が多いが、コンテンツについては事業者は直接関係ないために解決策がないのが現状である。(東海)

【携帯電話端末について】

- サービスの多様化に伴い、携帯の利用も多様化している。ゲームをしているとフリーズするという相談があり、調べてみると回線の問題ではなくゲームソフトとの関係で機種によってはフリーズするものがある、とのこと。このような事例が多数寄せられれば事業者では対応できず直接メーカーに問い合わせたほうが早いことも考えられる。(九州)

【インターネットオークションについて】

- インターネットのオークションでは、消費生活センターも個人販売は対処できない。事業者販売が対処できる範囲である。総務省の関係でも、領域が複雑化していることは、理解できるが、窓口の一元化が望ましい。(東海)

【サイト事業者の規制等について】

- インターネットのサイトに関するトラブルが極めて多いが、公式サイトについては電気通信事業者によるコントロールが一定可能であるものの、それ以外のサイトは野放し状態である。サイト業者に対する規制等のシステムの検討が求められる。

【出会い系サイトについて】

- 一つの相談が非常に複雑化し、長引く傾向がある。なんとかならないだろうか。(近畿)
- 情報通信の関係で、今一番問題化しているのは、出会い系サイトのさくら商法である。届出事業者であるこれらの業者について何らかの規制ができないものか。(近畿)
- 一つの相談が非常に複雑化し、長引く傾向がある。電気通信事業者なのだから、なんとか規制してほしい。(近畿)
- 出会い系のトラブルが多い。事業者である一面があるなら、そこから何らかの指導は出来ないものか。(近畿)
- 出会い系サイトやネットオークションなどネット上でのトラブル相談が絶えない。これらは電気通信役務提供サービス外であり、総務省所管外と理解しているが、ネット全体で考えれば総務省も全く関係がないとは言えない。当該トラブルの対応として、新たな法整備により明確化するとともに、関係省庁が連携した対応をすることが望まれる。(中国)
- 出会い系サイトによる高額請求のトラブルが依然として多い。迷惑メールが発端となり、出会い系サイトへ誘導されているようであるが、問題のある事業者や無届の事業者を取り締まってもらいたい。また、利用内容が不明確なため、事業者には通信記録を一定期

間保持することや、利用者からの申し出に基づき通信記録を開示することを義務化すべきである。(北陸)

- 当該社は管理運営会社として、いくつものレンタルサーバーを持ち、出会い系サービスを行っているが、所謂サクラを使って消費者からメール代を取っており、100万円程取るとの相談が寄せられている。相談があり当該会社や決済会社を通じ対応するも、のらりくらりとされ、困っている実態がある。新聞報道もされ海外のサーバや決済の仕組みでわかりにくくしている。当該社についての連絡、相談を消費生活センターから九州総合通信局に行ったところ、レンタルサーバーの役務提供の届出電気通信事業者として電気通信事業法手続きでは問題ないとの回答であった。消費者からの相談対応として、当該社は問題があると考えますが、電気通信事業法での対応では意味がない。何らか電気通信事業法でも指導等の対応ができないか。(九州)
- 出会い系サイト、アダルトサイト、占いサイト、芸能人情報サイト等で無料のページから年齢確認で突然入会や契約させられるというトラブルが多い。(東北)

【その他】

- NTTの民営化、通信事業の自由化、競争原理の導入などの改革が十分に機能していない。NTT独占時代は、その是非はともかく、今のような苦情はなかった。(東海)
- 事業者が有料サイトの集金代行をしている仕組みがそもそも問題発生の原因ではないか。(近畿)
- 消費者センターに持ち込まれる問題の多くは世代性別を問わずインターネットに関連したものである。事業法の枠を超えていることはわかるが、そのインターネットの仕組みを健全化することで、世の中全体が良くなっていくのではないか。(近畿)
- 苦情の割合は、契約前の苦情が約43%、契約時が18%、契約後が15%ぐらい、苦情、相談体制が23%、サービスの休廃止が1%ぐらいとなっている。(長野県内の消費生活センターの数字)(信越)
- 消費者庁をもっと強化すべきである。(東海)
- SNSサイト内でのトラブルに対する事業者の対応への不満の相談が多い。(東北)
- 電気通信サービスにおいても、NITE(製品評価技術基盤機構)の様に、問題が発生した場合、飛んで来るぐらいの対応体制を希望する。(北海道)