

# 2021 年度消費者・事業者懇談会 発言要旨

テーマ：「携帯電話サービスについて」

日時：2021 年 11 月 22 日（月） 午後 2 時から午後 4 時まで

場所：愛知県自治センター 5 階 研修室

## 1 開会

## 2 挨拶（愛知県 県民文化局 県民生活部 県民生活課長）

## 3 内容

### (1) 基調説明

#### ①『携帯電話サービスに対する総務省の取組について』

（総務省 東海総合通信局 情報通信部 電気通信事業課）

- ・電気通信サービスに係る苦情相談の現状について、2020 年度の P I O－N E T と総務省の苦情相談窓口寄せられた相談受付件数は約 8 万件で、前年度比減とはなっているものの高止まりの状況（相談件数全体の 8～9%）。いわゆる移動通信キャリアを指す「MNO サービス」については、通信料金の支払（心当たりのない請求等）に関する相談が多く寄せられた。また、格安 S I M・格安スマホ等と呼ばれる（通信キャリアから設備を借りて比較的安くサービスを提供している）「MVNO サービス」についても、料金関係の相談が多く寄せられた。なお、固定通信の光回線である「F T T H サービス」については、勧められて事業者等を乗り換えた場合に関する相談が比較的多い。
- ・総務省では、電気通信事業法における消費者保護ルールを定めている。電気通信事業者（以下、「事業者」という。）が提供する様々なサービスに関して、消費者の情報量は限られることから、法律において消費者保護に取り組むもの。契約時に事業者がやらなければならないこととして、提供条件の説明義務、契約書面の交付義務、不実告知等の禁止、勧誘継続行為の禁止、自己の名称等を告げない勧誘の禁止があり、販売代理店も対象となる。契約後も、初期契約解除制度や苦情等の処理義務といったルールがある。携帯電話などが普及し始めた 2003 年から整備しているルールで、随時見直しを行っており、スマートフォンが大きく普及した 2015 年にも見直している。
- ・初期契約解除制度が適用される契約の場合、事業者は契約解除できる期間や標準的な手順などについて契約書面において明らかにしなければならない。
- ・事後的な措置として、各行政規律に違反した事業者・販売代理店に対しては、報告徴収等を行い、違反が確認された場合には、行政指導（罰則なし）により改善を促した上で、それでも改善が見られない場合は業務改善命令等（罰則あり）による是正を行う。
- ・消費生活センター等との連携について、違反事例の端緒は、総務省の窓口のほか、都道府県・市町村の消費生活センター等とも連携しながら情報を集約し、必要に応じ

て事業者を確認をしている。また、消費生活センターが行う事業者との仲介・問合せ等にも必要に応じて連携をしている。

- ・総務省としてこれまでも様々な取組を行ってきたところではあるが、利用者に分かりやすく納得感のある料金・サービスの実現や事業者間の公正な競争の促進などに取り組むため、昨年「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」を公表した。このうちの「第1の柱」として、利用者の理解を助けるため、改正電気通信事業法の着実な執行（通信料金・端末代金の完全分離）、誤解を与える表記の是正（「頭金」問題等）、消費者の一層の理解促進、中古端末を含めた端末流通市場の活性化などを図ることとしている。消費者の理解促進のためには、「携帯電話ポータルサイト」を作成し、自分に合った料金プランを選んでいるか確認するポイントや乗換えの手順などについて啓発しており、一つの道標として参考にしていただきたい。
- ・各地域での取組として、2009年から、事業者等の関係者間で情報交換等をする「電気通信消費者支援連絡会」を年2回定期的に開催している。相談内容や課題は日々変わってくるので、適切に連携して取り組んでいきたい。

## ②『携帯電話販売代理店における消費者の安心のための取組』

（一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会）

- ・いわゆるキャリアショップを運営している全国の販売代理店が集まった団体。設立の背景として、2015年に電気通信サービスに関する苦情が対前々年比倍増とF T T Hを中心に急増し、電気通信サービス全体として問題視され、業界団体をつくって組織的に取り組むよう指摘を受け、当団体の設立に至った。当団体は6つの委員会で構成され、携帯電話店頭販売サービス向上委員会が一丁目一番地の仕事をしている。苦情収集・分析し、販売代理店横断的に検討・議論した内容を毎月キャリアに改善提案（P D C A）し、その結果を年2回の総務省モニタリング定期報告会において公表している。また、地域担当理事を設けており、東海担当は株式会社T Dモバイル。
- ・総務省が四半期に一度公表している携帯電話の契約件数は1億9,680万件（2021年6月末現在）で、人口を超えており、件数はまだ伸びている。MNO4社が87%を占めており、残りの13%をMVNOが占めている。MVOにおけるオンライン限定プランは、プレスリリースに基づき計算すると各社で構成比1～2%で、まだこれからかと思う。携帯電話のエコシステムについて、電波は有限であり、現状空きがないため、MNOはこれ以上増えず、4社で競合しており、その下にMVNOがある。そのため協調的寡占状態になりやすいことから、総務省からも是正を促されており、是正を繰り返している。端末販売の構成比としては概ねキャリアショップで67%、量販店等で13%と、圧倒的にキャリアショップで販売しているが、キャリアショップの99%はキャリアではなく販売代理店が運営している。当団体は一次店・二次店の85%が加盟しており、高い組織率となっている。キャリアショップは出店する場所をキャリアが決めるので、販売代理店は独自に出店できず、また、同キャリア内で商圈は競合しない（テリトリー制）。会社数で見ると、販売代理店1社で運営している店舗数については、加盟店の21%が1店舗のみで最も多く、全体の約82%は10店舗未満となっており、中小企業が運営していることが多い。一方で、ショッ

ブ数で見ると、100 店舗以上運営している会社が 8 社あり、全体の約 38%を占めていることから、リーディングカンパニーとして当団体においても中心的な役割を担っている。

- ・当団体の主な取組として、苦情縮減の P D C A サイクルとして 6 年間、18 万件以上の苦情収集、5 万件以上の現場からの改善提案、1,500 件以上のキャリアとの改善を地道に行っている。総務省とキャリアと一緒に官民協同で「あんしんショップ認定制度」を実施しており、派遣社員を含むスタッフ全員が消費者保護の教育を受けていることを証するステッカーを店頭に掲げ出している。また、消費者保護等の優良事例をヨコ展開するため、優良事例を競い合う「あんしんショップ大賞」を年 1 回行っている。月 1 回の啓発セミナー、会報誌の発行のほか、1 社 1 店舗の販売代理店では研修が困難であるため、当団体において新人研修・教育担当者研修等も行っている。ボランティア活動として「e ネットキャラバン」も実施している。
- ・苦情収集の仕組みについては、P I O - N E T に似ており、毎日クラウドに収集している。収集の際、どのカテゴリーに該当する苦情か自動で分類・分析される仕組みになっており、大分類・中分類・小分類のうち中分類（21 項目）が業界の主なキーワードとなっている。2020 年度は「契約手続き」、「料金プラン」に関する苦情が多い。
- ・苦情件数について、F T T H は減少しているものの、M N O は契約件数が増加していることもあり、なかなか減少せず、発生率も例年同水準となっている。分母が 1.7 億契約で年 3,000 万台超の販売台数があることや、青少年から高齢者まで全年齢が対象であることに加え、料金プランと端末代金とで体系が異なりそれぞれで「U30」、「残価設定プログラム」などが出てきていることなどから、一定の苦情はどうしても出てしまうし、今後も劇的に減るといえることはないかもしれない。しかしながら、困ったときに適切に救済・相談できるような場所であることが大事ではないかと考えている。その一例として、高齢者がスマホ操作で困ったときの問合せ先として、家族等身近な人に次ぐ 2 番目に販売代理店への来店が選ばれている。この点はパソコン業界とは異なる点であり、キャリアショップは既に高齢者にとって身近な駆け込み寺になれているのではないかと思う。これらを踏まえ、総務省の有識者会議においても「在りたい姿」を発表している。65 歳以上はスマホどころかインターネットすら利用していない方が約 4 割であること、中学 3 年生のスマホ保有率は約 7 割である一方で未だに小中学校の 8 割は校内持込み制限があつて学校では教えられないこと、行政の D X 化に伴うスマホの活用にあたって誰がデジタル教育を担うのかといったところで、リアルショップは「教える拠点」ではないかと思っている。地域の I C T 拠点・高齢者の駆け込み寺、そしてお客様に最適な提案を行える身近で安心な拠点を目指したい。「with コロナ」における W E B 手続きニーズ、オンライン限定プラン、世界一の高齢化率、社会全体の D X 化を支える人材、5 G ・ 6 G 時代における新サービス体験の場などのキーワードに関して、キャリアショップを活用いただきたいと考えている。有識者からも様々な応援をいただいております。「D X 化が進む中で販売代理店は砂漠のオアシスのような機能を担う」とのコメントもあったが、そうならいいと思う。総務省「デジタル活用支援推進事業」も店頭で行っており、直近ではコロナワクチン接種のオンライン申込みに関するサポートも全販売代理店に

において無償で実施している。行政手続きの98%超を2025年までにオンライン化し、スマホ1つで行えるようにするとの議論もあり、早ければ来年度にマイナンバーカードがスマホと一体化するなど、スマホとの親和性は非常に高い。3～5年に一度、ほぼ全ての年齢層が端末買替えてキャリアショップを訪れるので、そのタイミングでマイナンバーカードの申請支援やスマホ搭載等設定のお手伝いをすることで、社会全体のDX化に貢献できるものと思う。店舗数はコンビニ、郵便局に次いで多い。ただ、店頭での不適切な対応について指摘を受けており、社会的な役割を担っていく上でも、不要なものを売りつけないといったことを徹底し、キャリアと販売代理店とでしっかりと生まれ変わっていかなければならない。「通信」がどのような形に変わっても、お客様目線で地域のICT拠点の役割を担っていけば、これからもリアルショップは必要とされる存在になれるだろうと思い、頑張っている。

### ③『MVNOサービス（格安スマホ等）に関する消費者トラブルの状況や業界の取組』（一般社団法人テレコムサービス協会）

- ・MVNOは、MNO（大手通信事業者）から通信設備を借りてサービス提供を行っている事業者で、サービスの内容・提供方法等がMNOと異なるため、MVNO委員会の取組として、利用者向けの告知や業界のガイドラインを作成している。また、消費者問題に関する情報提供・意見交換の場として、月1回ペースで消費者問題分科会を開催しており、消費者庁、警察庁、警視庁にもオブザーバーとして参加いただいている。「MVNO＝格安スマホ」だが、「格安スマホ＝MVNO」ではない。元々MVNOだった事業者がMNOに参入していることもあり、格安スマホを展開する事業者の一部がMVNOということになる。MVNOは全体で1,500社以上ある中で、MVNO委員会に加盟しているのは32社となっており、非加盟事業者に対してどのようにトラブルの状況等を伝えていくかが一つの課題となっている。総務省等と相談しながら改善を進めていく必要がある。
- ・使用できるエリアはMNOと一緒だが、通信品質や提供サービスが若干異なるなど複雑な面があるので、当協会では事前に確認いただくための注意とアドバイスを作成しており、10月22日更新している。また、青少年へのフィルタリングサービスに関する指針も作成しており、8月25日に更新している。
- ・MNOとの大きな違いとしては、ショップが少ないことや、サービス面では「通信速度・通信品質」。MVNOはMNOからアンテナも全て含めて通信設備を借りており、そこからインターネットに流れる部分にMVNOの設備を設置している。この設備投資を増やせば速度が速くなることとなるが、これを上手くコントロールすることが安いサービスを提供するポイント。通信速度が遅くなる時間帯があり、どの事業者においても昼休み中に利用するサラリーマンなどが多い概ね午後12時～午後1時に一気に低下し、場合によってはインターネットを開けないレベルになる。ただし、このことが問題ということではなく、利用者に対してしっかり説明して御理解いただくという取組が必要になる。この取組の一つとして、MNOの実効速度ガイドラインのMVNO版となるMVNO参考速度ガイドラインを策定した。事業者ごとの基準で速度を測るのではなく、第三者に依頼して計測し、公表するといったこ

とを定めている。当該ガイドラインに基づいて 2020 年度に 2 社が計測うち 1 社が結果を公表、2021 年度は現在 4 社が計測うち 2 社が公表しており、今後もっと増やしていきたい。2020・2021 年度いずれもイオンリテール株式会社が HP で計測結果を公表している。「昼間の通信速度は遅い」ということを店頭等で事前に説明すれば、利用者も理解した上で契約することとなるので、トラブルの縮減につながるものと考えている。

- ・音声通話トラブルについて、最も多いものは高額通話のトラブル。一つは操作ミス、もう一つは独自の通話アプリに起因するものだが、結果的には操作ミスということになる。現在、MVNO委員会として、重要事項説明における注意喚起のほか、先ほど説明したアドバイスの内容を更新している。切断忘れへの注意喚起について、10 月 22 日にアドバイスに文言を追記しているが、終話ボタンを押し間違えて通話が切断していないというケース。発生要因は大きく 2 つあり、いちばん多いのはお互いに高齢者の場合、終話ボタンではなく双方がホームボタンを押しているもの。どちらか一方が終話ボタンを押していれば切断されるが、中には充電しながら通話状態が継続して数十万円もの通話料金が発生することもあるため、通話の終了方法を HP で案内している事業者もある。もう一つは、公共施設等への通話について、保健関係のセンターに営業時間外に電話をした際、自動応答装置が固定電話側で自動切断されていなかったケース。固定電話でトラブルが発生することは想定していなかったが、当該施設にはできれば自動切断機能を入れていただきたい旨のお願いをした。総務省のモニタリング定期報告会でも説明したが、皆様にも是非御協力をお願いしたい。
- ・大きなポイントとして、独自通話アプリについては、今年 4 月から、MNOの協力によって、独自通話アプリを使わなくてもMVNOでも割引通話ができるサービス（オートプレフィックス）が開始されている。従来MVNOでは独自アプリで通話すれば通話料金半額あるいは通話し放題といったサービスとなっており、独自アプリではない通話には割引が適用されなかった。今年 4 月からは、MNOに特殊な番号（プレフィックス）を付与していただいて、独自アプリで通話しなくても割引が適用されるサービスを実施していただいている。まだ全てのMVNOでやっているわけではないが、大手MVNOでは徐々に当該サービスを始めており、今後はアプリの操作ミスによるトラブルは発生しなくなるのではないかと考えている。システム改修を伴うため投資が必要ではあるが、利用者にとって非常に安心なサービスだと思うので、取組を進めていく予定。

#### ④『T C A相談窓口の受付状況及び広告表示に関する自主基準について』

（一般社団法人電気通信事業者協会）

- ・NTT民営化により競争が自由化され様々な事業者が参入したことから、業界の健全な発展等に資するため、1987年に設立された団体。ネットワーク設備を持っている事業者を中心に48社から成る。協議組織として複数の委員会があり、消費者支援委員会の下に苦情相談対策検討部会（2021年現在12社）がある。この中で相談窓口の運営や消費者トラブルの対応について検討している。
- ・消費者トラブルが最も多かった2014～2015年に、業界団体としての自主的な取組と

して、お客様からの相談を受け付ける「T C A相談窓口」を設置した(2015年4月)。会員事業者が提供するサービスの問合せに対する助言を行う機関として運営しているが、お客様は当団体の会員事業者か分からないと思うので、一般的な問合せとしてできる限りの案内をしている。会員事業者への問合せの場合は、ケースによって事業者に取り次ぐこともある。相談員は、消費生活アドバイザーの資格保有者や、事業者のコールセンター等経験者が中心となっており、受付時間は開設当初から少しずつ拡大して現在午前9時30分～午後5時としている。当団体及び各会員事業者のHPに掲載しているほか、消費生活センター等にリーフレットを配布したり、リスティング広告(検索連動型広告)を実施するなど、効果的な認知度向上に努めている。

- 受付状況については、2021年度上期においては対前年比約40%増となっており、応答率は95%前後を維持している。コール数は全体的に増えている中で、苦情の比率は低減傾向にある。会員事業者に関する問合せは全体の約7割。サービス別に見ると携帯電話が約6割、固定通信が約3割、それ以外の携帯電話と合わせて使うコンテンツやキャリア決済など付帯サービスが約1割となっており、携帯電話が多くを占めている状況。内訳を見ると、携帯電話に関しては「料金」に関するものが多く、次いで「商品・サービス」となっている。なお、F T T Hサービスについて、電話勧誘に対する苦情相談が最近多く見られる。
- 相談窓口における日々のお客様対応を基に、通報・相談・取次のデータを一定期間集積して、お客様満足度向上に向けた対策・取組を検討しているほか、事業者同士でも対策等を検討している。2016年に、高齢者のお客様への丁寧な対応に関する自主基準を設け、全国携帯電話販売代理店協会とも連携しながら、65歳以上のお客様には高齢者専用のチェックシートを基に説明をすることとしており、さらに80歳以上のお客様に対しては家族へのアプローチとして、家族の同伴を推奨したり、家族への電話確認をしている。
- 広告表示に関しては、「電気通信サービス向上推進協議会」という会議体をつくり、当団体だけでなく、テレコムサービス協会、日本インターネットプロバイダー協会、日本ケーブルテレビ連盟(電気通信4団体)で連携しながら、適正化に向けて取り組んでおり、具体的には2004年に「広告表示の自主基準・ガイドライン」を定めている。例えば各媒体共通ルールとして、注釈表示は訴求表示に対して文字サイズ7分の1以上を原則としており、一般的にお客様が視認できる最低限のレベルを守らなければいけないこととしている。また、テレビについては、訴求画面を2秒以上表示することや、1行30文字以内にするなどの客観的な基準を設けている。テレビ広告と新聞広告を対象に、四半期ごとに、会員事業者全社のCMをチェックしている。広告表示検討部会において予備審査を行い、その後広告表示アドバイザー委員会において本審査を行う。予備審査にあたっては、電気通信4団体のほか、消費者団体、日本広告審査機構(J A R O)にも参加いただいている。本審査にあたっては、弁護士や大学教授など有識者、消費者団体の代表者に参加いただき、お客様にとって誤認のないような広告になっているか確認している。最近多い事例として、例えばお客様に有利な料金しか訴求していないものや、文字には書いてあるもののナレーションにおいて省略されているものなどお客様の印象には残りにくいものが

指摘を受けている。このほか、キャリアショップの店頭広告に関する指摘を受け、2年前から、自主的にMNO 4社で各ショップの店頭広告をチェックして、当団体にて結果を取りまとめ、電気通信サービス向上推進協議会に報告する体制を構築している。これによって、2019年度上期には41店舗で不適切広告が発見されたところ、2021年度上期は1件となっており、健全化を図っている。

## (2) 情報提供（愛知県 県民文化局 県民生活部 県民生活課）

### ア 愛知県消費生活モニターアンケートの結果について

年に一度、愛知県消費生活モニターを対象にアンケートを実施しており、今年度は「携帯電話サービス」をメインテーマに実施したので、その結果を抜粋して紹介する。

「自分に合った料金プランの選択状況」、「携帯電話サービスに関わるトラブル等」、「安心して利用するために必要なこと」について紹介。そのほか、アンケート結果の詳細は以下を参照。

【 <https://www.pref.aichi.jp/soshiki/kenminseikatsu/monitor-en3.html> 】

### イ 愛知県の消費生活相談の概要について

- ・2020年度に愛知県及び市町村の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談は48,091件で、前年度に比べ3,468件（7.8%）増加した。2021年度直近6か月（4～9月）では20,258件で、前年同期に比べ6,052件（23.0%）減少した。直近6か月の相談で最も多かったのは、架空請求はがきなどの「商品一般」に関するもので、次いで「化粧品」と続き、「健康食品」、「賃貸アパート」、「娯楽等情報配信サービス」の順となっている。
- ・「携帯電話サービス」に関する消費生活相談は、近年700～900件前後で推移している。直近6か月の相談では、前年同期に比べ423件（3.4%）減少した。主な内容としては、契約・解約や価格・料金に関する相談が寄せられている。

## (3) 意見交換

- ① 携帯電話サービスについて疑問な点、不安な点について
- ② 起こり得る消費者トラブルやトラブル防止に必要な取組について
- ③ その他（業界や行政への質問、意見）

### ○消費者

- ・契約時に「一定期間無料の容量増量オプション」を勧められ、契約した。しかし、無料期間終了後に解除方法が難しかったり、解除を忘れてしまうと不必要なオプション料金を支払い続けることになる。無料期間終了時に、継続するか否かを選択できる手続を消費者に通知（メールや手紙等）する仕組みがあると安心。
- ・新料金プランが発表された時に、旧料金プラン加入者は、新プランに乗り換えた方がメリットがあるのか判断することが難しい。電話で問い合わせると、ショップに

来店しないと相談ができないとのことであった。電話連絡で手軽に相談できるシステムが欲しい。また、ショップに行くとタブレットで全ての説明がなされ、新旧プランの比較が分かりづらいので、画面提示だけでなく紙でも提示して欲しい。

- ・中古端末を含めた端末流通市場の活性化について説明があったが、個人情報や金銭取引情報が残っているので、不要になった携帯電話を安全に処理する方法を知りたい。

## ○消費者

- ・高齢者に対する料金プランの説明の仕方について少し疑問があった。キャリアの携帯電話を使っていた母が、「もうすぐ3Gのサービスが終了する」とのことで慌ててスマホに変えたところ、料金体系が理解しにくかったようで、その際に不要な有料サービスを付けていたり、オプションの解約方法が理解できないなど、母には必要のないプランになっていた。
- ・我々消費者は、積極的にスマホ教室に参加したり料金プランを毎月確認する、あるいは高齢者も参加できる方法を考えたり、家族が料金プランを確認することがまずは必要なことだと思った。業界に対しては、必要なサービスか判断できるように、料金や契約期間、解約料についての説明など、高齢消費者の理解を助ける取組をより充実させて欲しい。行政に対しては、例えば病院の待合室に消費生活情報「あいち暮らしっく」を設置するなど、普及啓発に努めて欲しい。
- ・各社で決められている「8日以内キャンセル」（初期契約解除制度）についての普及方法についても考えて欲しい。

## ○消費者

- ・料金プランに関して以前から複雑だと思っている。細かい契約内容を限られた時間で読み込める人は少ないのではないかと感じつつ、契約書に署名はするものの、ふと不安になる。消費者は自身で署名しているので、トラブルになった場合は事業者と比べて弱者なのではないかと感じることもある。
- ・消費者としては、契約内容を理解できないときには、一時保留にして、先ほど紹介のあった相談できる窓口を知っておく必要がある。業界に対しては、安易に契約を求めないことや、また、家電購入時の保証加入を引き合いに出すと、やはり容易な仕組みではないので、分かりやすいシステムを作って欲しい。行政に対しては、非営利団体等の相談窓口とも連携を強化できたらいいと感じた。
- ・キャリアで通信障害が起きた場合、謝罪はされるものの、例えば通信が12時間ストップしていて使用できなかったとしても、その分を割戻した返金はないものかと思った。おそらく契約書に記載されていることと思うが、解約の際は日割り金額で支払っているので、それと比べると腑に落ちない感がある。
- ・先ほども説明があったが、やはり格安スマホについて、特に高齢者は、違いがよく分からず上手く乗り換えられない人もいるのではないかと感じている。私自身が家族に説明することも難しい。



## ○消費者

- ・家族が格安スマホを利用していたところ、いつからか引落先がキャリア（別会社）となっており、口座を変更する際の連絡先が分かりにくく、また、変更時には「手続きは不要」と案内されただけで変更後の連絡先の案内がなかった。当該スマホ解約の際、加入時とは異なり、スマホの解約だけでなく、退会手続きとネット接続の解約も必要で、面倒であった。1時間程度電話をかけ続けてようやくつながり、手続きに関する説明を受け、改めてHPで退会手続きを行った際、何ページにもわたる説明文の最後に「退会後にネット接続の解約をしないと費用が発生し続ける」との注意書きがあった。今回は辛うじて見つけられたが、次回もできるかと思うと自信はない。
- ・キャリアスマホ購入時に不要なコード支払いカードも発行され、店員からは「使わないなら破棄を」と言われたが、なりすまし被害に遭った経験があることから不安。当該キャリアも偽メールへの注意喚起をしているが、消費者は騙されかねない。カードそのものを破棄しても決済サービスの仕組み・情報は残るはずなので、悪用されかねず、不要ならば発行自体をやめるべきではないか。未然防止のため、消費者にとって不要なサービスは抱き合わせない、あるいは消費者が選択できるようにする必要があると思う。
- ・各社格安プランが出てきたが、価格だけでなくデータ容量や通信速度、電話使用の有無など比較すべき項目は複雑多岐であるため、より比較しやすいように案内の工夫をして欲しい。総務省の「携帯電話ポータルサイト」ではどのような比較ができるのか。また、保険相談窓口のように各社プランを比較・相談できる相談窓口があるとよいのではないか。

## ○公益社団法人全国消費生活相談員協会中部支部

- ・消費者の皆様の御意見はまさしく日頃の消費生活センターの相談内容そのものである。
- ・消費生活相談員からは、高齢者がショップに行く際には必ず家族がついて行くよう案内している。スタッフは必要事項を全て一生懸命説明してくれているが、高齢者はなかなか説明についていけないので、できれば家族が隣で見守れるとよい。また、携帯電話の特性として、家電製品とは異なり、端末本体のほか、アプリや各社の様々なサービスが付随する。クレジットや電子マネーが内蔵されていれば財布にもなる。そのため、①電化製品の面、②アプリ・サービス面、③財布面の3点について注意しなければならない。特定のキャリアがこれら全てを責任をもって管理し、消費者に個別に連絡することは業態上かなり難しく、自身の自己責任において包括的にチェックをしなければならない側面がある。愛知県は「あいち暮らしっく」等で啓発しているが、本当に知っていただきたい方になかなか情報が届かないという事情もあろうかと思うので、総務省や消費生活センター等がリアルタイムで消費者にどのように周知していくかが今後の課題である。
- ・使用後の携帯電話の廃棄については、「捨てる」という手段もある一方で、SDGsの観点から「売る」という手段もあるものの、売る際にもトラブルは多い。消費生活相談員としては業者を選ぶ必要性やリサイクルといった手段などについてアドバイスしているが、消費生活センターだけではなく、先ほど「これからはキャリアシ

ショップも駆込み寺になり得る」との説明もあったので、行政と連携しながら消費者にきちんと情報提供していけるプラットフォームのようなものができたらいいのではないかと思う。

### 〈キャリアショップにおける電話相談、説明時の紙面提示について〉

#### ○一般社団法人携帯電話販売代理店協会

- ・電話相談についてはキャリアショップ独自に取り組むものではなく基本的には各キャリアのサービスメニューかと思うが、コストもかかるので難しいのではないかと思う。一方で、最新のプレスリリースによると、「スマホ購入アドバイザー」を設置してオンライン購入に関する相談ができるサービスを提供するキャリアもある。
- ・説明に用いる媒体については消費者側に選択権があり、紙での説明を希望する場合は必ず紙で説明しなければならない。説明時にはスタッフからタブレット・紙の希望を聞いているので、その際に紙を選んでいただければと思う。

### 〈高齢者への丁寧な対応について〉

#### ○一般社団法人電気通信事業者協会

- ・高齢者のお客様への丁寧な対応については、本当に課題だと思っている。携帯電話サービスにおいては、ただいまの「紙ではなくタブレットで処理されるのでよく分からない」、F T T Hサービスにおいては「電話勧誘で口頭でサービスの提供条件等を説明されてもよく分からない」といった御意見がある。業界団体の議論の中では、電話勧誘であっても書面で渡すべきではないかなど、特に高齢者への取組を充実させる必要があるのではないかと考えている。当団体の自主基準は5年前、3年前に見直しを行っており、これからもチェックシートの活用や家族へのアプローチについての案内を徹底したい。ただ、タブレットを活用した接客など、店頭での受付方法も少しずつ変わってきているとことがあるので、見直しの必要性等、強く課題認識を持って取り組んでいきたい。

### 〈MVNO等の比較、解除手続等について〉

#### ○一般社団法人テレコムサービス協会

- ・MVNOとしてということではないが、現在、総務省主導のもと、「スマホ乗換え相談所」を全国4か所に開設して実証実験をしている。関東3か所、関西1か所で、東海地区にはないが、相談者に対して公平公正に適切な事業者や料金プランを案内する事業。相談者の希望内容を入力すると複数候補が出てくるので、その中から自身に合った通信サービスを選んでいただけるようアドバイスし、契約手続きまで行っている。実証実験は今年度で終了し、来年度からは本格的にビジネスとして事業展開される予定と聞いている。
- ・比較サイト等が作成されているもののまだ分かりづらいといった御意見も多いが、2021年度から業界はかなり変わってきており、実際に料金プランとしては以前よりもかなりシンプルになっている。また、解約に関しても、一部MNOでは既に始まっているが、基本的には解約料が廃止や低減されてくると思われる。たくさん調

べてから契約しないと消費者にとって不利になるのではないかと心配があったかと思うが、状況は変わってきているので、少し安心していただければと思う。

- ・比較が難しいという点については、MVNO委員会のWEBページに事業者の比較をつくろうか検討しているところだが、営利団体ではなく一般社団法人としてつくるので、「○」や「×」で優劣をつけるのは難しく、結果的には利用者自身が判断できるような内容のものになるかと思う。総務省の携帯電話ポータルサイトからも当該WEBページにリンクできるよう準備を進めている。

#### 〈携帯電話ポータルサイトについて〉

##### ○総務省 東海総合通信局

- ・携帯電話ポータルサイトは総務省HPに掲載しているものだが、行政の立場から個別ニーズに応じておすすめのサービス・事業者を具体的に案内するというところまでは難しい。自身が何を契約していくら支払っているのか分からないと適切なプランを選択することができないので、まずはそういった点や一般的な乗換え手続きなどを案内して、少しでもお手伝いできればと思っている。

##### ○公益社団法人全国消費生活相談員協会中部支部

- ・各社で決められている「8日以内キャンセル」（初期契約解除制度）の普及について、本当に必要なことだと思う。一般的には訪問販売や電話勧誘においてクーリングオフ制度の無条件解除が適用されるが、これは初期契約解除制度とは異なるものだという点を多くの消費者に周知する必要がある。つまり、契約は簡単にやめられないということ。説明不足や電波障害もあろうかと思うが、説明は各社きちんとやっており、電波障害は滅多にない。問題は、消費者が理解できる説明だったかという点で、それを自ら立証することは難しいので、まずは消費生活センターに相談していただきたい。
- ・全国携帯電話販売代理店協会から説明のあった「今後も苦情は劇的に減らないかもしれないが、困ったときに適切に救済できる・相談できることが大事ではないか」という点は、事業者だけでなく、行政も同じ。どんどんデジタル化が進むので、団体のeキャラバンや消費生活センターの出前講座でいくら啓発しても、相談は減るものではない。困ったときにどこへ相談するかと言えば、一般的には「188」（いやや）で消費生活センターに相談するよう是非PRをお願いしたい。

## 4 閉会