

平成 25 年 4 月 4 日
独立行政法人国民生活センター

モバイルデータ通信の相談が増加

- 「よく分からないけどお得だから」はトラブルのもと！ -

全国の消費生活センターには、モバイルデータ通信の回線契約や通信機器(以下、モバイルデータ通信)に関する相談が寄せられている。

モバイルデータ通信とは、屋内・屋外を問わず持ち運びができる無線 LAN ルーターを使って、無線の電波でインターネットに接続するもので、光回線や ADSL とは異なり回線工事をせずに利用できる。さらに、通信速度も高速化されており、利用金額も光回線や ADSL 回線と大きな金額の違いはなくなっている。その一方で、基地局の普及状況や障害物の有無等により必ずしも消費者が利用したい場所で確実に通信できるとは限らないという事情もある。

光回線や ADSL 回線からモバイルデータ通信への乗り換えを勧める勧誘が行われたり、スマートフォンやタブレット端末をはじめとしたさまざまな商品やサービスとセットで販売されたりしているが、契約後に使いたい場所ではつながりにくいことが分かり解約をしようとしても、一定期間の契約の縛りがあり、解約料を請求されてしまう場合もある。また、モバイルデータ通信の契約内容や仕組みを十分理解しないまま、セット販売されている商品やサービスの値引きが魅力で契約してしまい、「よく考えたら必要ないので解約したい」という相談にもなっている。

また、不意打ち的な勧誘を受けても、モバイルデータ通信の回線契約は、特定商取引法の適用がなく、クーリング・オフ規定の適用もない。

モバイルデータ通信の契約は、今後も利用者の増加が見込まれるが、消費者は、よく内容を理解してから契約する必要がある。トラブルの未然防止・拡大防止のために情報提供する。

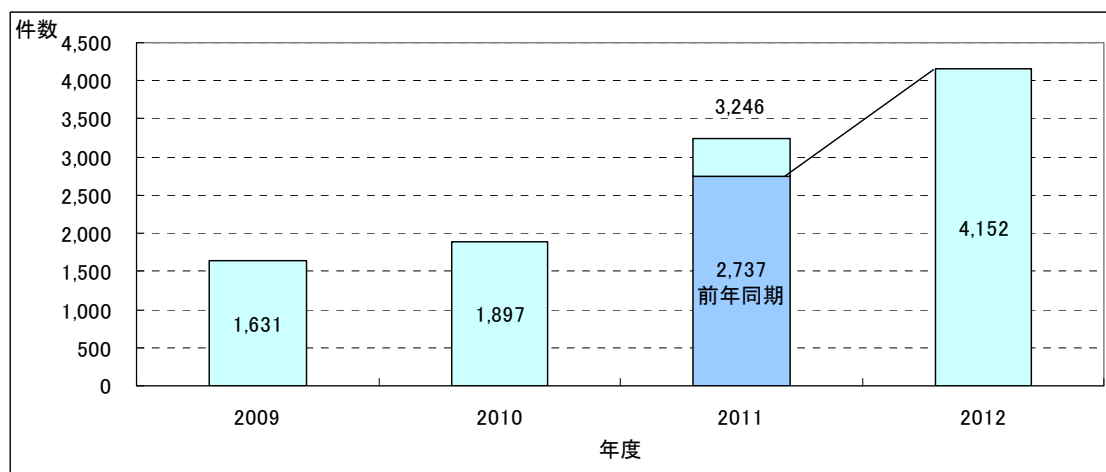
1. 相談件数

(1) モバイルデータ通信に関する相談件数の推移

PIO-NET¹に寄せられたモバイルデータ通信に関する相談件数が年々増加している。2012年度は、2011年度の同時期と比べ、約 1.5 倍の相談が寄せられている。

¹ PIO-NET (パイオネット：全国消費生活情報ネットワーク・システム) とは、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積しているデータベースのこと。「モバイルデータ通信」は、2009年度から集計を開始した。PIO-NET の「モバイルデータ通信」には、ルーターを使わない公衆無線 LAN の相談も含む。データは、2013年3月15日までに PIO-NET に登録されたもの。

(図1) モバイルデータ通信の相談受付年度別相談件数



2. 相談事例

(不意打ち性の高い勧誘)

【事例1：電話勧誘販売】今契約している光回線の関連会社だと思い安くなると言われて契約

自宅に電話があり「無線LANにしないか。現在の利用料金より2,000円安くなる」と説明された。契約している光回線と関係のある事業者だと思い申し込み、クレジットカード番号、携帯電話番号など伝え、モバイルデータ通信の契約をした。家族に話すと、契約している会社と今回勧誘された契約は関係がないこと、現在のプロバイダーを解約しなくてはならないことなど問題が多いため反対された。自分も冷静になると必要性を感じないので同日中に取り消しをしたいと電話をした。折り返し電話が来ると言われたが、電話がなかった。翌々日電話をしたら、コールセンターの人からは契約成立していないと説明されたのに、勧誘担当者からは「申し込みしているので解約する場合は解約料が発生する」と言われた。事業者の対応に不信感を持った。きちんと解約するにはどうしたらいいか。

(2012年12月受付 50歳代 女性 給与生活者 神奈川県)

【事例2：訪問販売】有線の回線が使いなくなると虚偽の説明による勧誘

一人暮らしのアパートに「電波の確認に来た」と訪問があったので、管理会社から依頼を受けた事業者だと思い家の中に入れた。事業者が「最近アクセスポイントが近くにできたので、有線は使いなくなる。モバイルデータ通信にすると料金も安くなる」と言うので、申し込むことにした。通信料は毎月約3,900円であった。契約書を書く時に、細かいところは「未成年が読むところで必要ない」と言われ、事業者に言われるままに各項目をチェックした。しかし、後で契約書をよく読むと「管理組合とは関係ない」と書かれていた。今までどおり有線が使えるのであれば、モバイルデータ通信の契約は必要がない。解約したいと思い、その日の夜に事業者に連絡したが「クーリング・オフはできない。解約すると違約金約4万円かかる」と言われた。解約したい。

(2013年2月受付 20歳代 女性 学生 東京都)

(不適切な説明)

【事例3：セット販売の際の虚偽説明】スマートフォンには必須であるかのような説明で勧誘

携帯電話ショップでスマートフォンの契約をした際、「家に無線 LAN があるか」と聞かれた。「分らない」と答えると、モバイルデータ通信の契約を勧められた。「これがなければ外で使用できないし、インターネットもつながらない。またこれがあれば使えるアプリも豊富になる」等と言われたので無線 LAN ルーターと通信契約を契約した。しかし、家には無線 LAN があり、スマートフォンだけでインターネットにつながることができたので、店に解約したいと連絡したところ、「解約料 9,000 円が必要。ルーターも買い取りになるため、今後 400 円を 25 カ月払わなければいけない」と言う。携帯電話会社本社に連絡したが、店と話をしよう言われた。本当に払わなければいけないのか。

(2013 年 2 月受付 20 歳代 女性 職業不明 和歌山県)

(セット販売)

【事例4：セット販売での価格の説明不足】得かと思い契約したが、得ではなかった

家電量販店のパソコン売り場で係の人に声をかけられ、無線 LAN ルーターを契約したらノートパソコンを 65,000 円値引くというセット契約を勧められた。欲しかったパソコンは約 16 万円で 65,000 円値引かれるとお得に感じたので契約した。しかし、後から書面を確認したらルーター代金の約 36,000 円を自分が支払うことが分かった。通信料とルーター代金の負担は値引き分より高額になるので、それであれば契約しなかった。すぐに通信できる状態だがルーターは未使用である。4 日前の契約なのでクーリング・オフできるのではないか。

(2013 年 1 月受付 40 歳代 女性 給与生活者 福岡県)

【事例5：セット販売による価格の虚偽説明】サービスと言われたパソコン等が有料だった

大規模催事会場で呼び止められて話を聞いたら、モバイルデータ通信を使えば今使っているスマートフォンの通信料が今より安くなると説明を受けた。自分と妻用に 2 台契約した。サービスとしてタブレット端末やノートパソコン、ゲーム機の中から選べると言われ、タブレット端末 2 台とノートパソコンを選んだ。先日改めて契約書を見たら、タブレット端末とノートパソコンは分割払いで購入したことになっているようだ。また、月額通信費は説明されたように安くない。昨日携帯電話ショップに行ったら、携帯電話の会社とモバイルデータ通信の会社が違うため、携帯電話でメールをするとモバイルデータ通信は使えず携帯電話会社の回線を使うので、パケット代がすぐに上限金額に達するということが分かった。契約時にそのような説明はなかったので不満だ。解約したいが分割の残債が高額で払いたくない。

(2013 年 2 月受付 30 歳代 男性 給与生活者 東京都)

(通信エリアの問題)

【事例6：通信エリアの虚偽説明】つながるエリアと確認したのにつながらなかった

モバイルデータ通信を職場で使いたかったので、契約前に事業者のホームページで職場がつながるエリアか確認し、さらに事業者に電話で、住所を伝え確認すると「電波が弱いかもしれないがつながる」と言われたので申し込んだ。しかし使用してみるとつながらなかった。すぐに事業

者のホームページにあったエリア改善要望の入力フォームに状況を書いて送った。その後返答も改善もされなかったが、事業者の窓口の電話がつながりにくかったので、時間がたってしまった。今月になって事業者に電話したところ、1週間電波状況を調べてつながらないことが分かった。解約したいと申し出たが解約料26,000円かかると言われた。事業者がつながると言ったので契約したので解約料には納得できないと伝えたところ、事業者はその電話の確認ができないと言っている。今、事業者からの回答待ちだが、無償で解約してほしい。

(2012年6月受付 40歳代 女性 給与生活者 島根県)

【事例7：エリアについての虚偽説明】LTEのサービスはまだ始まっていなかった

繁華街の店で、モバイルデータ通信を契約する際、近々引っ越し予定があると話したところ、担当者から「引っ越し先でもLTEが使える。LTEは速くて確実」などの説明があったので契約した。実際には引っ越し予定地ではLTEのサービスがまだ始まっていないことが分かった。カスタマーセンターに相談したが、3G回線なら現状でもつながり、3月にはLTEのサービスも始まると説明された。しかし、契約時の話と違うので解約したい。タブレットと無線LANルーターは無料でもらったが、2年間の縛りのある契約なので、普通に解約すると解約料が必要になる。解約料を払わずに解約したい。

(2013年1月受付 20歳代 女性 学生 東京都)

【事例8：分かりにくいエリア表示】△印のエリアでつながらなかった

自宅でもインターネットをしたいと思い、モバイルデータ通信を調べたところ、月額料約3,800円、40Mbpsで、自宅のエリアを確認したら△印であった。×印ではなかったのでつながるだろうと思い申し込んだ。後日無線LANルーターが届き設定をしたが、ルーターのランプが赤から緑に変わらずインターネットにつながらなかった。近所を車で回りランプを確認したがランプは赤のまま電波が届いていなかった。エリアマップで○印になっていたところで試したが、唯一電波が届いたのは、市役所の前だけだった。事業者には状況を伝え解約すると伝えたら違約金約17,000円を請求すると言われた。

(2012年12月受付 40歳代 男性 給与生活者 滋賀県)

(通信速度の問題)

【事例9：期待と異なる通信速度】広告の速度と実態が大きく違う

昨年モバイルデータ通信の契約をしたが通信速度がせいぜい200Kbps²くらいとかなり遅い。基本ソフト(OS)のアップデートも途中でできなくなってしまう状態である。ホームページには受信速度7Mbpsなどと書かれているが誇大広告ではないか。通信事業者に問い合わせると「ベストエフォート³なので」と言われた。無線LANルーターで電波状態はいいと確認しているので、そもそも回線を確保していないのではないかと思う。改善されないのであれば解約したいと業者に申し出ると、2年契約なので途中解約の場合は解約金が3万円くらいかかると言われた。高す

² bpsはデータの通信速度を表す単位で1秒間に転送できるデータ量を表す。1Mbps=1000Kbps。

³ 最大値は決められているが、必ずしもその値を達成することは保証しないサービスのこと。

ざるのではないか。納得できない。インターネット上に私と同様の不具合に関する書き込みも多数ある。

(2013年1月受付 30歳代 男性 給与生活者 福島県)

3. 問題点や課題

(1) 不意打ち的な勧誘

もともと積極的にモバイルデータ通信を契約するつもりのない消費者は、モバイルデータ通信についての知識があるとは限らず、事業者の説明をうのみにしやすい。また、お得感を強調して勧誘されれば、安易な契約に結びつきやすい。よく理解せずに契約してしまったとしても、多くの場合、一定期間の間に通信契約を解約すると、解約料がかかる料金体系になっており、簡単に解約ができるわけではない。事業者によっては、契約から一定期間内の無償解約に応じている場合もあるが、すべての事業者がそのような対応をしているわけではない。

1) 電話勧誘や訪問販売であっても特定商取引法の適用がない(事例1、2)

2012年度は電話勧誘販売の相談が急増した(図2参照)。一般的に、電話勧誘販売や訪問販売は、特定商取引法で規制されているが、モバイルデータ通信の回線契約に関しては、特定商取引法の適用除外⁴であり、クーリング・オフ制度などの規定が適用されない。しかし、販売方法の不意打ち性という点では、ほかの商品・サービスとなんら変わらない。相談件数をみても、電話勧誘販売や訪問販売では、店舗購入や通信販売と比較して「販売方法」の割合が高く、販売方法に問題のあるケースが目立つ(図3参照)。

さらに、電話勧誘販売の事例からは、以下のような問題点が見られる。

① 耳から入る情報だけで理解するのが難しい契約

電話勧誘販売の場合、消費者の手元に資料を送付したうえで説明をしているケースは少ない。サービスの内容だけでなく、セット販売になったときの金額や、解約の条件などを耳から聞く情報だけで理解することは難しい。勧誘している事業者の名前ですらきちんと把握できていないケースも少なくない。

② 消費者は電話だけで契約が成立するという認識がない

電話でのやりとりで契約が成立することがあるが、書類が送られてきて、それを返送してから契約成立になると思っている消費者も多い。特定商取引法の適用になる取引であれば、契約成立後でも書面が交付されてから8日間はクーリング・オフができるが、前述のとおりモバイルデータ通信の回線契約については特定商取引法の適用がない。そのため、消費者が思っている以上に電話でのやりとりが大きな意味を持ち、「契約成立になっているとは思わなかったのに、解約料を請求された」というトラブルになりやすい。

③ 電話でクレジットカード番号を伝える方法が消費者に不安を与えやすい

電話勧誘販売の場合、電話でクレジットカード番号を伝えることで決済手続きも完了することが多い。今まで取引をしたことのない事業者が電話のやりとりだけでカード番号を教える

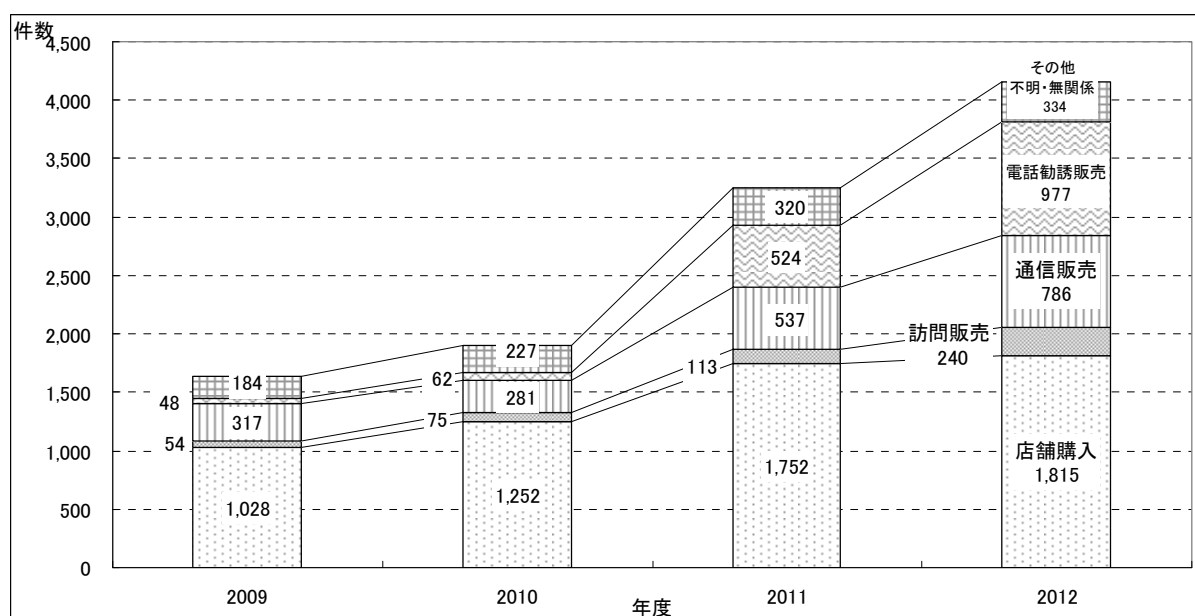
⁴ 特定商取引法第26条第1項8号ニにより、適用除外とされている。

たことに不安を覚え、解約をしたいという相談も少なくない。不正利用をされるのではないかとカード番号を変更する消費者もいるほどであり、その申し込み方法自体が苦情につながっている。

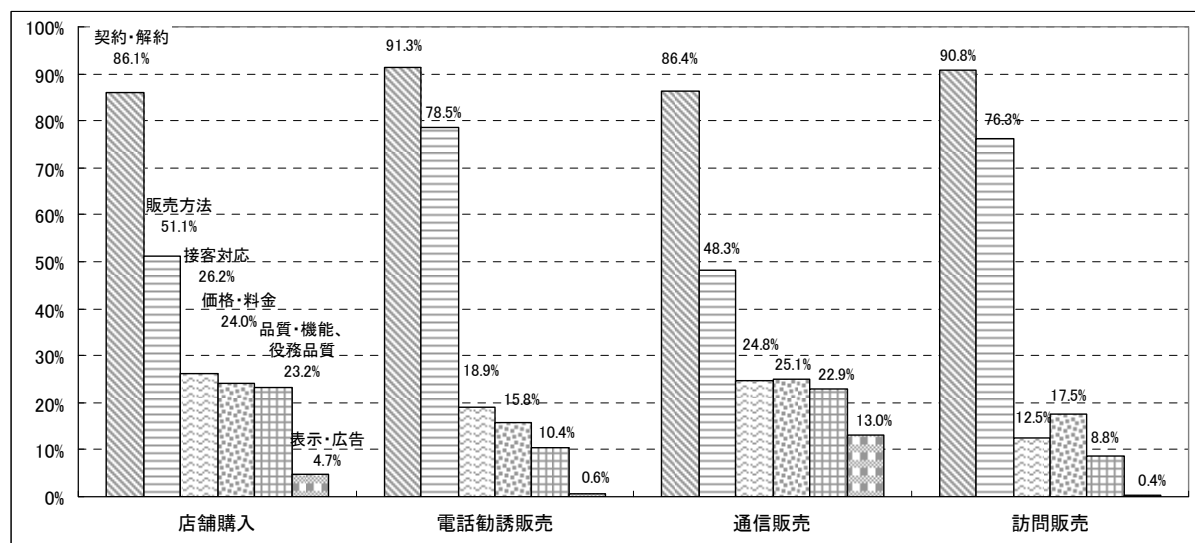
2) 店舗契約であっても、不意打ち的な勧誘がされている

モバイルデータ通信は、店舗での契約（PI0-NET では店舗購入）の相談件数が多い（図2 参照）。一般的に店舗契約は不意打ち性が低い取引形態であり、特定商取引法の対象にもされていない。しかし、モバイルデータ通信に関しては、店舗契約であってもほかの商品を購入するつもりで出向いた際にさまざまな割引やキャンペーンで勧誘されてセットで契約するなど、もともと契約をするつもりのない消費者に対して不意打ち的な勧誘がなされているケースも多い。店舗契約だから問題がないわけではない。

（図2）年度別の販売購入形態



（図3）販売購入形態別の主な相談内容別分類（2012年度、相談内容別分類は複数回答項目）



*割合は、各販売購入形態の件数を100%とした割合。

(2) 不適切な説明で勧誘（事例3）

スマートフォンを契約する時に、モバイルデータ通信も契約しないとスマートフォンが使えないと誤解させるような勧誘など、契約の必要性について虚偽の説明や行き過ぎたセールストークがされている事例がみられる。

また、エリアや通信速度についても、不正確な説明や虚偽の説明をしているケースもあった。

(3) セット販売や割引で契約が複雑化（事例4、5）

モバイルデータ通信とあわせて契約することで、無線 LAN ルーターやほかの商品・サービスを割り引いたり、キャッシュバックをしたりしていることが多い。このような販売方法には、以下のような問題がある。

1) 通信契約についての契約意識が希薄になり、消費者が冷静に判断できない

消費者は、割引やキャッシュバックにひかれて、通信契約をすることのメリットデメリットが冷静に判断できていない。最初に消費者が費用を払う必要がなかったり、特典が付いていたりする（しかも、その特典の金額が大きい）と安易な契約にも結びつきやすい。

また、そもそも通信料が月々数千円の契約にもかかわらず、最初に数万円という高額な割引ができるという仕組みを理解しにくいことに加え、事業者が割引等を強調して販売することが、消費者を冷静に判断できなくさせる。これがトラブルを引き起こす、大きな原因の一つとも考えられる。

2) 価格の仕組みが理解しにくい

セット販売にすることで、通信料金から商品代金を割り引き商品代金は実質無料とするなど、契約の内容が複雑で、その内容が分かりにくい。また、販売時にセットの商品やサービスが無料と説明を受けたのに、実際には有料で、分割でその代金を支払うことになっていたりなど、事業者側が割引のシステムについて不十分な説明をしているケースもある。

(4) 実際に利用するまで品質が分からない。「ベストエフォート」型のサービスであり、必ずしも消費者の期待通りにならない（事例6、7、8、9）

回線工事がなく、無線 LAN ルーターを入手し自分で接続することがほとんどのため、事業者が電波の状況を確認してくれるわけではない。契約後に「使えない」「速度が遅い」ことが分かり解約しようとしても、通信契約の解約料や端末代金の分割払いの残金などを請求され、解約がしにくい。その背景には、エリアや速度の表示や説明の問題がある。

1) エリアの問題

モバイルデータ通信の場合、使いたい場所で使えるとは限らない。利用したい場所が明らかにエリア外であれば、最初から契約しないという判断ができる。しかし、そうではない場合には、実際に使用してみないと分からない。本契約前に、試しの機器を借りることができる場合もあるが、そのようなサービスを行っている事業者ばかりではない。そのため、消費者が頼りにするの

は、エリア表示であるが、そのエリア表示で通信可能となっていて、実際に利用する場所に電波の障害物があったり、利用者が多いなどの条件によってつながらないということがありうる。

2) 速度の問題

利用している場所の環境や混雑具合により、通信速度が遅くなることもある。通信速度として表示されている速度は、規格上の最大速度であり、その速度を保証するものではなく、通信事業者も「ベストエフォートのサービス」として事前にそれを告知している。

サービスの性質上、速度を保証するのは難しい面があるのであろうが、一方で「高速通信」とうたわれているにもかかわらず、どんなに遅くて消費者の期待したサービスが受けられなくても、「ベストエフォートだから仕方がない」と高速通信ができる前提の通信料金を支払わなければならないということになると、消費者は納得がいかない場合もある。

3) そもそもキャパシティー（回線容量）の問題

消費者からは、事業者がどれだけの回線容量を備えているのかを知ることができない。もともと設備に対して利用者が多いとすれば、なおさら速度は遅くなり、思ったようなサービスが受けられないということになりうる。現状では、契約書やパンフレット、ホームページなどに記載されている情報だけで消費者が判断しなければならず、慣れない消費者にとっては選択の難しいサービスである。

4. 事業者への要望

トラブルの多くは、表示方法を含めた販売方法の問題やそれから派生した問題である。事業者団体および事業者では、不適切な勧誘を行わないよう自主的な取り組みをしている⁵ところであるが、トラブル防止のために、さらに以下のことを要望する。

(1) 勧誘に際しては十分な情報提供と分かりやすい説明をすること

消費者の知識レベルに合わせた分かりやすい説明と、利用目的や利用方法を確認したうえで情報提供をしてほしい。

(2) 虚偽説明などの不適切な勧誘や、通信の契約であるという認識が希薄になるような販売方法は是正すること

販売店・代理店を含め、虚偽の説明など不適切な勧誘が行われることがないよう、適切な管理をしてほしい。また、キャッシュバックや割引を強調することで消費者が冷静な判断ができないことが多い。もし、通信事業者から販売店・代理店に対する契約者獲得時の奨励金や手数料がこのような販売方法につながっているのであれば、適正な販売につながるような仕組みを検討してほしい。

⁵ 電気通信サービス向上推進協議会では、①「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」や②「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準」を策定している。なお、①については、改定作業中であることが、同協議会のホームページでも告知されている。

(3) 何らかの方法で事前に通信状況が試せるようにするか、消費者が申告した利用場所ではない・つながりにくい場合には、消費者の負担がなく解約ができるルールの検討をすること
事前に利用したい場所で電波の状況を実際に確認できれば、トラブルが回避できると考えられる。

そのような仕組みを提供することが難しいのであれば、可能な限り、利用シーンを事前に確認し、例えば自宅等の特定の場所で利用すると回答している消費者に対しては、その場所で電波状況が悪い場合には、消費者の負担なく解約ができるようにしてほしい。

(4) 通信可能エリアはより分かりやすく、通信速度はより実態に即した表示にすること

実態に近い業界統一の表示基準や測定方法を策定し、すべての事業者でそれを使ってほしい。また、「ベストエフォート」など消費者側がリスクとして知っておくべきものなのに、用語の意図が消費者に伝わりにくいものは、より伝わりやすい表現を検討してほしい。

5. 消費者へのアドバイス

(1) 安易に事業者に返事をしないこと。必要がなければ、きっぱり断ること

割引やキャンペーンなどで、契約の時点で消費者が支払う費用負担が少ない場合には、特に消費者も安易に契約しやすい。通信契約は、法律によるクーリング・オフ制度はなく、解約については事業者ごとの対応に委ねられている。安易に事業者の勧誘に了承せず、必要がなければ、きっぱりと断ること。

(2) 通信エリア内であっても、つながりにくい場所もある。サービスの特性やリスクを踏まえて契約すること

契約前には、利用したい場所が通信可能エリアかどうか必ず確認をすること。通信可能エリア内であっても、利用する場所によってはつながりにくい場合もある。ある特定の場所でしか利用するつもりがないのであれば、そのリスクも踏まえて検討してほしい。

その際、試しの機器を借りられるサービスがないかどうか、それが無い場合には、電波がつながりにくい場合に何か対応策があるのか、解約する場合の条件などを事業者を確認しておくこと。

(3) 価格だけでなく自分の利用環境や目的に合わせて検討し、サービスの内容を十分に確認すること

モバイルデータ通信契約は、勧められて受動的に契約するようなサービスではなく、自分の利用環境や利用目的に合わせて、十分調べてから契約すべきものである。割引などの目先の利益にとらわれず、今後支払う料金についても十分に検討すること。

また、事業者によって、通信速度の制限、その他さまざまな制約がある場合もあるので、契約前に、契約内容やサポート体制などを確認する。

(4) トラブルになった場合は、最寄りの消費生活センターに相談すること

事業者によっては、契約から一定期間は、無償で解約を受ける期間を設けていることがあるた

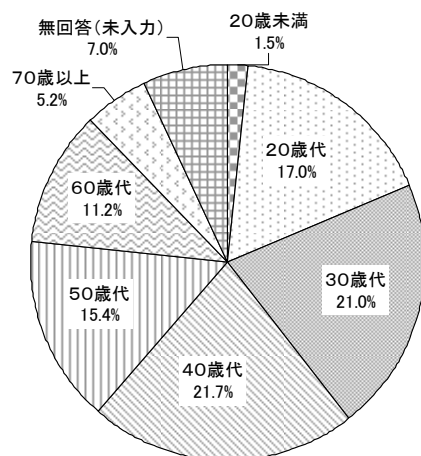
め、まずは事業者に連絡してみるとよい。また、虚偽の説明など、問題のある勧誘を受けた場合は取り消しができる可能性がある。事業者に相談しても解決しない場合には、最寄りの消費生活センターに相談する。

6. その他相談の特徴

(1) 契約当事者の属性 (2012 年度)

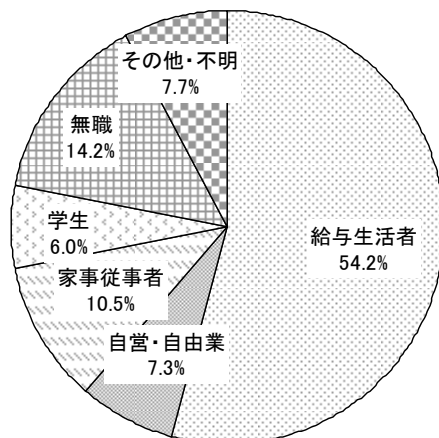
①年代

20～40 歳代の割合が多く、比較的若い人の相談が多い。



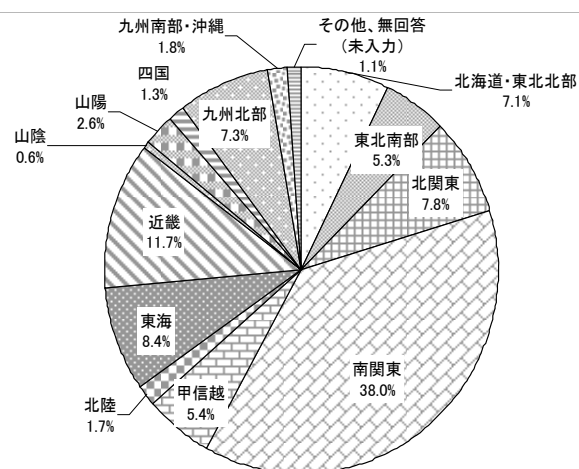
②職業

給与生活者が半数を占める。



③地域

関東地方に相談が多い。中でも東京都の居住者の相談件数が、全体の約17%と突出している。



④性別

男性が2,350件(56.6%)、女性が1,729件(41.6%)で、男性がやや多い。

(2) セットで販売されている商品・サービスの例

セットで販売されているものは、前出事例のほか「引っ越しとセットで契約するとキャッシュバックする」「冷蔵庫、洗濯機、テレビ、携帯型音楽プレイヤーの割引」などがあった。

7. 要望・情報提供先

要望先

- ・電気通信サービス向上推進協議会

情報提供先

- ・消費者庁消費者政策課
- ・総務省総合通信基盤局消費者行政課
- ・消費者委員会事務局