



報道発表資料

電力・ガス自由化をめぐるトラブル速報！No. 14

令和元年12月20日
独立行政法人国民生活センター
消費者庁
経済産業省電力・ガス取引監視等委員会

電力・ガスの勧誘を受けた際には
契約先・契約内容をよく確認しましょう
—消費者庁が特定商取引法違反で行政処分も行っています—

平成28年に電力の小売全面自由化が始まり、その後、平成29年にはガスの小売全面自由化となり、小売事業に新規参入した事業者からの電気・ガスの供給が行われるようになってから、電気は3年半、ガスは2年半が経過しました。

こうした中、消費者庁においては、この分野で消費者を欺罔する勧誘については、特定商取引法に基づき厳正に処分を行っています。

(処分例)

- あくびコミュニケーションズ株式会社に対する行政処分（平成31年4月26日公表）
<https://www.caa.go.jp/notice/entry/015478/>
- ファミリーエナジー合同会社に対する行政処分（令和元年12月6日公表）
<https://www.caa.go.jp/notice/entry/018198/>

また、国民生活センター及び各地の消費生活センター等並びに経済産業省電力・ガス取引監視等委員会には、消費者の皆様からの相談が引き続き寄せられています。

そこで、国民生活センター及び各地の消費生活センター等並びに経済産業省電力・ガス取引監視等委員会に消費者から寄せられている相談事例を紹介するとともに、消費者の皆様へのアドバイスを提供し、電力・ガス料金等の広告表示と景品表示法上の考え方についても併せてお知らせいたします。

1. 相談件数

(1) 国民生活センター及び消費生活センター等への相談状況（PIO-NET¹より）

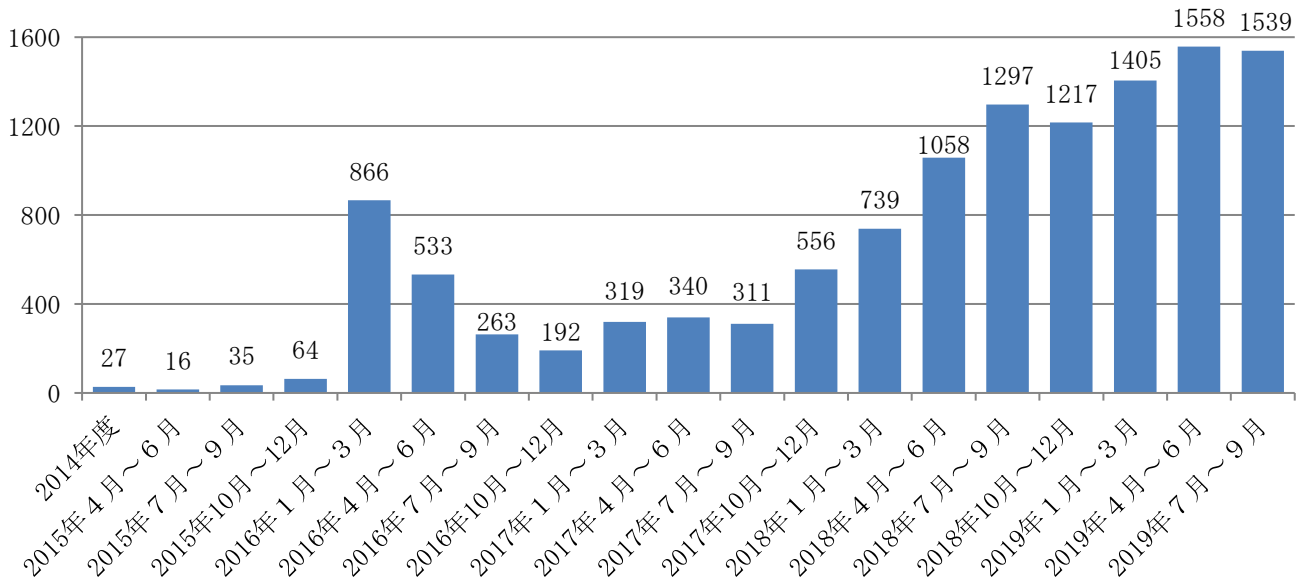


図1. 電力の小売に関する相談件数の推移²

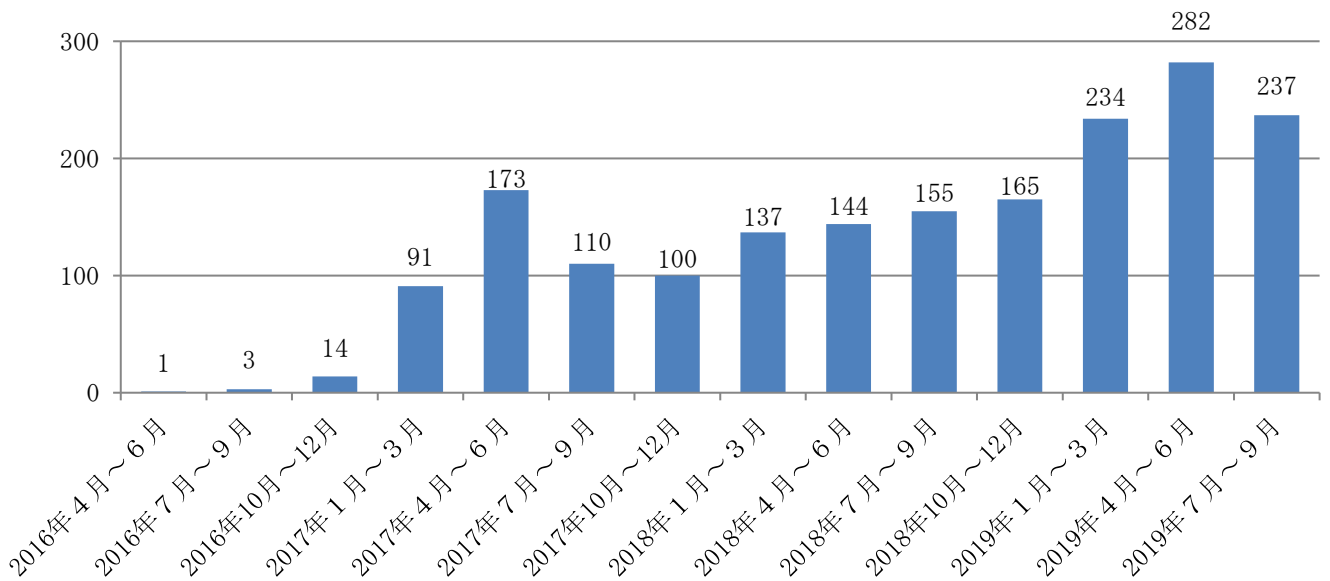


図2. ガスの小売に関する相談件数の推移³

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等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。本資料の相談件数は、令和元年11月30日までに登録されたデータである。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

² 2019年10月～11月の電力の小売に関する相談件数は522件である。

³ 2019年10月～11月のガスの小売に関する相談件数は63件である。

(2) 経済産業省電力・ガス取引監視等委員会の相談窓口への相談状況

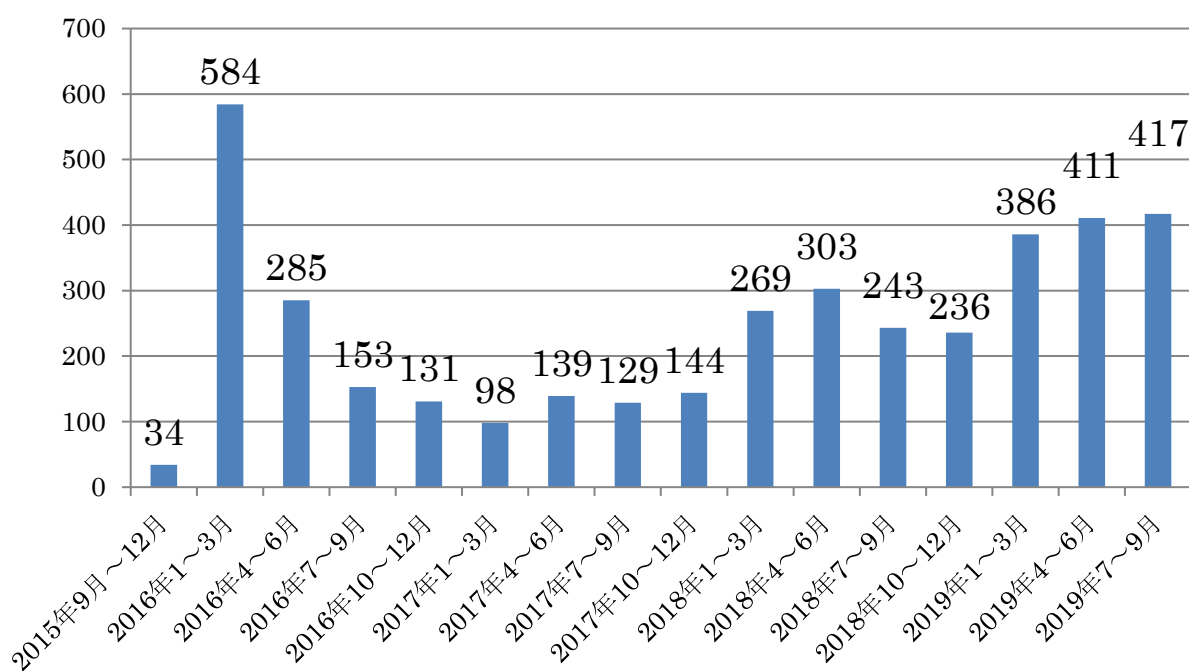


図3. 電力の小売に関する相談件数の推移（委員会相談窓口）

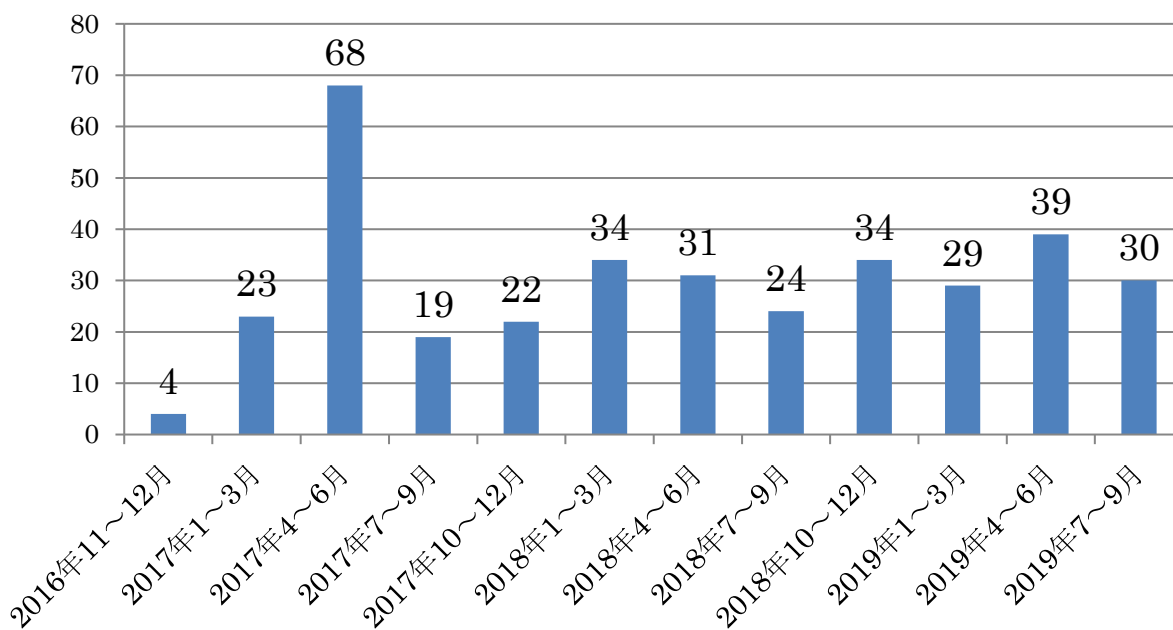


図4. ガスの小売に関する相談件数の推移（委員会相談窓口）

2. 相談事例

(1) 国民生活センター及び消費生活センター等へ相談された内容

【事例①：マンション全体で電力会社が変わると説明され、お客様番号を伝えた事例】

一人暮らしをしている息子に「住んでいる賃貸マンション全体で電力会社に変更になる」と電力小売事業者から電話があった。息子は「そんな話は聞いていない。契約関係は親が対応している」と反論したものの、「1週間前に回覧している。お客様番号だけでも教えてほしい」と言われ、お客様番号を伝えてしまった。その後、マンションの管理会社に確認をしたところ、マンション全体で電力会社を変更する予定はないと分かった。どうすればよいか。
(令和元年10月受付)

【事例②：電話勧誘販売で勧誘されて断ったものの、申込完了の書面が届いた事例】

契約している大手電力会社から、電気とガスの契約をまとめるのでガスの検針票を用意するよう電話がかかってきた。耳が遠いのでよく聞こえなかったが、早口で一方的に話し続けるので、質問を挟む間もなかった。そのため、内容が理解できないことを告げ、家族と相談するので資料を送って欲しいと伝えたところ、「この説明が終わったら申し込みになる。クーリング・オフもあります」と一方的に言って電話が切れた。後日、申込完了の旨が書かれた書面が届いたが、どうすればよいか。

(令和元年8月受付)

【事例③：契約先のガス会社から委託を受けたと言われたため、契約した事例】

突然事業者が自宅に来訪し、「高齢者の料金負担を少なくするために来ました。ガスの契約を当社と結ぶと安くなります」と勧誘を受けた。契約しているガス会社を変えるつもりはないと伝えたところ、「その事業者から委託されて訪問しています」と説明されたので、安心して契約書にサインした。その後、訪問した事業者との関係を契約しているガス会社へ問い合わせたところ、委託している事業者はなく、高齢者の料金についての対策等もしていないことがわかった。契約を変えるつもりはないので、クーリング・オフしたい。

(令和元年11月受付)

(2) 電力・ガス取引監視等委員会へ相談された内容

【事例④：料金プランについて十分な説明がされていなかった事例】

ある時期から突然電気料金が高くなったのでおかしいと思い電力会社に連絡した。話を聞くと割引が3か月で終わるとのことだったが、そのようなことは説明されていなかった。

【事例⑤：電力会社の社名を名乗らずに営業が行われた事例】

勧誘員からもらった資料には「新電力事業者」とだけ記載されていて、具体的な事業者名は一切記載されていなかった。小売電気事業者や代理店等の説明もなかった。後々、契約の詳細について確認しようと思ったが他に連絡先となるような記載はなかった。

【事例⑥：電力料金もしくはガス料金が同じ月に複数回引き落とされた事例】

電気料金の請求が予告なしで引き落とされていて、契約している電力会社に連絡しても電話が繋がらない。やっとなついたら「これまで1か月遅れで請求していたが、今月から当月分の引き落としができるようになりました。」と事後的に説明されたが信用できない。

【事例⑦：電力事業を撤退する事業者から契約解除の通知が届いた事例】

現在契約中の電力会社から、電力事業を撤退するので電力会社を切り替えるようにとの案内を受け取ったが、どうすればよいか。何もしなかった場合には、電気が止められたりするのかな。

【事例⑧：一般送配電事業者から、送電を行う契約の解約予告が届いた事例】

地元の大手電力会社の送電担当部門から、その会社と小売電気事業者との間で締結している、電気を消費者に送るための契約について、小売電気事業者の契約不履行により解約するとの通知が届いた。通知の意味がよく分からないが、私は電気料金をきちんと払っているのに、電気が止められてしまうのだろうか。どうすればよいか教えてほしい。

3. 消費者へのアドバイス

(1) 電気・ガスの料金のプラン及び算定方法をよく説明してもらいましょう

電力・ガス会社は、勧誘の際にプラン及び料金の算定方法について説明を行う義務があります。契約内容や料金の割引期間等の契約条件をよく説明をしてもらい、メリット・デメリットを把握したうえで契約をしましょう。また、電気・ガス料金が記載されている検針票等の料金の明細書は必ず確認するようにしましょう。

(2) 勧誘してきた会社と新たに契約する会社の社名や連絡先を確認しましょう

事業者から電話や訪問販売で勧誘を受けた場合、契約内容について問合せをする必要が出てくるかもしれません。相談事例をみると、大手電力・ガス会社を名乗って勧誘をするケースも見られます。どこの電力・ガス会社と契約しているかわからない、というようなことにならないためにも、勧誘してきた会社と新たに契約する会社の社名やその問合せ先を明確に確認することをおすすめします。勧誘の際には契約変更を決めたが、やはり止めたいという場合にも備え、電話番号等の連絡先を確認しておきましょう。

(3) 検針票の記載情報は慎重に取り扱いましょう

氏名（契約名義）、住所だけでなく **顧客番号⁴、供給地点特定番号⁵など検針票の記載情報は重要な個人情報です。**

これらの情報によって電力会社・ガス会社は契約を行っていますので、電話勧誘や訪問販売で情報を聞かれてもすぐ教えてしまわないように気を付けてください。

電気の検針システムが変わり、電気料金が安くなる等の説明がなされるケースも見られますが、スマートメーターを設置したからといって、それだけで電気やガスの料金が安くなるわけではありません。また、設置作業には検針票に記載された情報は必要ありません。設置を理由に情報を聞き出す事例が多いので注意してください。

(4) 契約を変更してしまってもクーリング・オフ等ができる場合があります

電話勧誘販売や訪問販売に関する相談が多く寄せられています。事業者から電話や訪問販売で勧誘を受け、電気やガスの契約の切り替えについて承諾した場合、法定の契約書面（クーリング・オフに関する事項など、法律で定められた事項を記載した書面）を受け取った日から8日以内であれば、原則としてクーリング・オフができます。事業者に言われるがまま契約してしまったとしても、慌てずに対処しましょう。法定の契約書面を受け取っていない場合でもクーリング・オフは可能です。

⁴ 電力会社・ガス会社が顧客に付している番号。

⁵ 電気やガスの供給地点毎に割り振られた番号で、当該供給地点を特定するために用いられます。

(5) 一か月間に料金が複数回引き落とされることは通常はありません

契約内容にもよりますが、電気・ガス料金が同月のうちに複数回引き落とされることは通常はありません。もし、複数回引き落とされた場合には契約先の事業者へ確認しましょう。確認が取れない場合や適切な説明がなかった場合には経済産業省電力・ガス取引監視等委員会の相談窓口へ情報をお寄せください。

(6) 契約している会社が事業撤退する場合等でもすぐには電気・ガスは止まりませんが、お早めに電力会社の切替え手続きを行ってください

電力会社が、消費者と締結している電力の供給契約を解除する場合には、契約解除日を明示した通知が事前に行われることになっています。また、供給契約が解除されたことを理由に実際に電力の供給停止が行われる前には、一般送配電事業者が供給停止日を明示した通知を行います。

さらに、小売電気事業者が事業撤退する場合のほかにも、電力会社の切替えが必要となる場合があります。小売電気事業者は、消費者に電気を供給するため、一般送配電事業者に送電を依頼する契約（託送供給契約）を締結しています。小売電気事業者が託送供給契約に基づく料金を支払わない場合等には、一般送配電事業者は、この契約を解約することがあります。この場合、消費者が小売電気事業者と小売供給契約を締結していても、電気の供給は停止されることとなります。

このように、急に停電になることはありませんが、一般送配電事業者からの通知の後には電力の供給が停止されることがありますので、早めに電力会社の切替え手続きを行ってください。

(7) 困った場合にはすぐに相談しましょう

電話勧誘・訪問販売での契約トラブルのほか、電気・ガスの小売供給契約を結ぶに当たり、制度や仕組みで不明な点や不審なことなどがあれば、経済産業省電力・ガス取引監視等委員会の相談窓口（03-3501-5725）または最寄りの消費生活センター等に相談してください。

※消費者ホットライン：「188（いやや!）」番

最寄りの市区町村や都道府県の消費生活センター等をご案内する全国共通の3桁の電話番号です。

4. 情報提供先

内閣府消費者委員会事務局（法人番号 2000012010019）

(参考)

電力・ガス料金等の広告表示と不当景品類及び不当表示防止法(昭和 37 年法律第 134 号)(以下「景品表示法」という。)上の考え方について

電力・ガス料金等の広告表示⁶において、例えば、契約をすれば、あたかも競合事業者が提供する電気・ガス料金よりも必ず安くなるかのような表示をしているが、実際には、請求される料金は個々の利用条件等に左右されるため、必ずしも安くはならず、場合によっては現在の料金水準よりも高額となるような場合があります。

また、例えば、契約をするだけで、特段の条件なく、割引やポイント還元等の特典が受けられるかのような表示をしているが、実際には、当該特典を受けるために必要な様々な適用条件が設定されており、単に契約をするだけでは、当該特典を受けられないような場合があります。

こうした表示方法により、料金その他の取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認されるときは、景品表示法上問題となるおそれがあります。

なお、適用条件等が広告表示に記載されていたとしても、例えば、文字が小さい場合、配置箇所が強調された代金の表示と離れている場合、いわゆる強調表示⁷と打消し表示⁸とが矛盾するような場合など、消費者がその内容を正しく認識できないような場合には、不当表示として問題となるおそれがあることに注意を要します⁹。

事業者においては、電力・ガス料金等の広告表示において、景品表示法違反のおそれのある行為が行われることのないよう十分に注意するとともに、広告表示において、適用条件等を明瞭に記載し、丁寧な説明を行うなど、一般消費者に対する適切な情報提供に努めることが求められます。

⁶ 景品表示法において規制の対象となる表示とは、顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品又は役務の取引に関する事項について行う広告その他の表示であって内閣総理大臣が指定するものをいう。内閣総理大臣が指定するものとは、「不当景品類及び不当表示防止法第 2 条の規定により景品類及び表示を指定する件」(昭和 37 年公取委告示第 3 号)において定められており、例えば、商品パッケージ、チラシ、ポスター、看板、放送、インターネット広告などのほか、口頭による広告(セールストーク)や、事業者による Twitter 等の SNS 上の表示も含まれる。

⁷ 「強調表示」とは、事業者が、自己の販売する商品・サービスを一般消費者に訴求する方法として、断定的表現や目立つ表現などを使って、品質等の内容や価格等の取引条件を強調した表示をいう。

⁸ 「打消し表示」とは、強調表示からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品・サービスを選択するに当たって重要な考慮要素となるものに関する表示をいう。

⁹ 「打消し表示に関する実態調査報告書」(平成 29 年 7 月公表)、「スマートフォンにおける打消し表示に関する実態調査報告書」(平成 30 年 5 月公表)及び「広告表示に接する消費者の視線に関する実態調査報告書」(平成 30 年 6 月公表)において、打消し表示の文字が小さい場合、打消し表示の配置場所が強調表示から離れている場合、打消し表示が表示されている時間が短い場合などには、一般消費者は打消し表示に気付かなかつたり、打消し表示に気付いたとしても強調表示と打消し表示を一体として認識することができなかつたりすることにより、商品・サービスの取引条件について正しく認識することができないことが実証されている。