

(社)日本ケーブルテレビ連盟における消費者保護に関する取組みの概要

1 営業活動及び広告表示に関するガイドラインの策定

- 日本ケーブルテレビ連盟では、平成20年3月19日、営業活動、広告表示に関するガイドラインを策定。
- 会員各社に送付するとともに、連盟各支部主催の営業責任者級等を対象とした説明会を開催。
- ガイドラインは、平成20年7月1日に施行。

■ 営業活動における視聴者保護に関する自主基準及びガイドライン

- ・ 有線テレビジョン放送事業者等に対し、地上デジタル放送に関する十分な説明、高齢者への勧誘におけるわかりやすい説明、再勧誘の禁止、苦情対応等を義務付け。
- ・ 日本ケーブルテレビ連盟に対し、苦情対応を義務付け、調査委員会の設置、実施状況の点検等についても規定。違反事業者には、理事長が指導・勧告を行い、又は再発防止計画の提出を求めることができる。

■ 広告表示に関する自主基準及びガイドライン

- ・ 有線テレビジョン放送事業者に対し、わかりやすい広告表示、虚偽・誇大広告の禁止、客観的事実に基づく比較表示、割引等に関する明確かつ適切な広告表示を義務付けるとともに、契約代理店による広告表示の適正化、視聴者からの苦情に対する迅速かつ適切な対応を義務付け。

2 「お客様相談窓口」の開設

- 日本ケーブルテレビ連盟では、平成20年2月4日、高齢者への視聴方法に関する説明の適正化や契約約款に關した有料サービスの説明など、消費者保護及び法令遵守の一層の徹底を図るため、また、視聴者・国民によるケーブルテレビの理解の醸成を図るため、「お客様相談窓口」を開設。
- 受付時間：毎週月曜日から金曜日(祝祭日を除く) 9:30～17:00 ☎03-3490-3830

営業活動における視聴者保護に関する自主基準及びガイドラインの概要

1 有線テレビジョン放送事業者等における取組み

- 地上デジタル放送に関する説明
 - ・ 地上デジタル放送の視聴を目的として消費者を勧誘する場合等には、地上デジタル放送を視聴するための代替手段や、その代替手段により視聴可能な時間帯・費用等を説明しなければならない。
- 高齢者への勧誘における説明
 - ・ 訪問販売・電話勧誘販売により、高齢者に勧誘を行う場合には、わかりやすい説明に特に留意しなければならない。
- 再勧誘の禁止
 - ・ 訪問販売・電話勧誘販売により勧誘を行った場合において、消費者から契約を締結しない旨の意思表示があった時は、3か月間は、当該消費者及びその同一世帯人に対し、訪問販売等による勧誘をしてはならない。
- 苦情対応
 - ・ 消費者からの問い合わせ及び苦情を適切かつ迅速に処理するため、お客様相談窓口を設置するものとする。
 - ・ 勧誘、契約の締結に関し苦情の申し立てがあったときは、速やかにその内容を調査し、必要に応じ、苦情を解決するために必要な措置を講じなければならない。

2 日本ケーブルテレビ連盟における取組み

- 苦情対応
 - ・ 消費者からの問い合わせ及び苦情を適切かつ迅速に処理するため、お客様相談窓口を設置するものとする。
 - ・ 勧誘、契約の締結に関し苦情の申し立てがあったときは、消費者の意向に反しない限り、事業者に対し、当該苦情の内容を伝達し、適切に解決するよう指導することができる。
- 調査委員会の設置、再発防止計画の提出の求め等
 - ・ 連盟は、事業者がガイドライン等に違反する行為を行ったとの疑義を有した場合、調査委員会を設置することができる。
 - ・ 調査委員会等は、事業者がガイドライン等に違反する行為を行ったと認められる場合は、理事長に報告しなければならない。
 - ・ 理事長は、報告を受けた場合には、事業者に対し、指導・勧告を行い、又は再発防止計画の提出を求めることができる。
- 実施状況の点検等
 - ・ 連盟は、ガイドラインの実施状況の点検、事業者への助言・指導を適切な方法により行うことができる。

有線テレビジョン放送事業の営業活動における消費者 保護に関する自主基準及びガイドライン

平成20年3月19日 制定
平成20年7月 1日 施行



1/10

～ 目 次 ～

第1章 総 則	第 1条 (目的)
	第 2条 (定義)
	第 3条 (氏名等の明示)
第2章 事 業 者	第 4条 (消費者への説明)
	第 5条 (地上デジタル放送に係る説明)
	第 6条 (高齢者との契約)
	第 7条 (再勧誘の禁止)
	第 8条 (禁止行為)
	第 9条 (契約の撤回)
	第10条 (問い合わせ及び苦情の対応)
	第11条 (苦情の解決)
	第12条 (苦情対応の見直し)
	第13条 (適用の範囲)
第3章 連 盟	第14条 (問い合わせ及び苦情)
	第15条 (調査委員会)
	第16条 (自主基準の遵守)

注) 自主基準とは条文をいう。ガイドラインとは、枠内の自主基準の趣旨を踏まえた逐条解説及び事例をいう。

2/10

平成20年3月19日

有線テレビジョン放送事業の営業活動における消費者保護に関する自主基準及びガイドライン

(社)日本ケーブルテレビ連盟

第1章 総則

(目的)

第1条 この自主基準は、ケーブルテレビ事業者の適切かつ健全な事業活動を維持しつつ、消費者の利益を不当に害する勧誘及び契約の締結を防止することにより、消費者の利益及びケーブルテレビ事業の健全な発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この自主基準において「消費者」とは、個人（事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く）をいう。
2 この自主基準において「事業者」とは、社団法人日本ケーブルテレビ連盟（以下「連盟」という）に加盟する有線テレビジョン放送事業者及び電気通信役務利用放送事業者をいう。

第2章 事業者

(氏名等の明示)

第3条 事業者は、訪問販売又は電話勧誘販売をしようとするときは、消費者に対し、事業者の名称及びその勧誘を行う者の氏名、勧誘をす

3/10

る目的で訪問又は電話をした旨並びに当該勧誘に係るサービスの種類を明らかにしなければならない。

(消費者への説明)

第4条 事業者は、消費者と契約を締結するに当たって、次の各号に掲げる事項（以下「説明事項」という）について、当該消費者に対し、説明しなければならない。

- 一 事業者の名称、住所
- 二 事業者の電話番号、電子メールアドレスその他の連絡先（電話番号にあっては問合せ及び苦情に応じる時間帯）
- 三 サービスの内容
- 四 当該消費者に適用される料金（一切のものを含む。以下この条において同じ）
- 五 料金の支払の時期及び方法
- 六 サービスの提供開始時期
- 七 料金の全部又は一部を、期間を限定して減免するときは、当該減免の実施期間及びその他の条件
- 八 契約締結の日から8日以内に、書面により当該契約を撤回することができる旨
- 九 次に掲げる事項その他の消費者からの申出による契約の変更又は解除の条件等に関する事項を定めているときは、その内容
 - イ 契約の変更又は解除をすることができる期間の制限があるときは、その内容
 - ロ 契約の変更又は解除に伴う損害賠償又は違約金の支払に関する定めがあるときは、その内容
 - ハ 契約の変更又は解除があった場合において、事業者が貸与した端末設備の返還又は引取りに要する経費を消費者が負担する必要があるときは、その内容
- 2 事業者は、原則として自主基準に係る説明事項をわかりやすく記載した書面（カタログ、パンフレット等を含む、以下この条において同じ）を交付して、前項の説明を行わなければならない。但し、消費者が、書面の交付に代えて、新たな情報伝達的手段として次のいずれかの方法により説明することを了解したときは、これらの方法によることができる。
 - 一 電子メールを送信する方法であって、消費者が当該電子メールの記録を出力することによる書面を作成することができるもの
 - 二 パソコン等に備えられたファイル（以下「申込者ファイル」という）に記録された説明事項を、電気通信回線を通じて消費者の閲覧に供する方法であって、消費者が当該ファイルの記録を出力することによる書面を作成することができるもの

4/10

- 三 消費者がファイルの記録を出力することによる書面を作成することができない場合に、パソコン等に備えられたファイル（以下「申込者ファイル」という）に記録された説明事項を、電気通信回線を通じて消費者の閲覧に供する方法であって、説明をした後、遅滞なく、説明事項を記載した書面をその者に交付するもの又は申込者ファイルへの記録がされた説明事項を、当該申込者ファイルに記録された時から起算して3ヶ月間消去し、若しくは改変できないもの
- 四 磁気ディスク、CDROMその他の記録媒体に説明事項を記録したものを交付する方法
- 五 ダイレクトメールその他これに類似するものによる広告に説明事項を表示する方法
- 六 電話により説明事項を告げる方法（説明をした後、遅滞なく、説明事項を記載した書面をその者に交付する場合等に限る）
- 3 サービス提供に関する料金の値上げその他消費者にとって提供条件が不利となる契約の変更に当たっては、前2項の規定（説明事項については当該変更に係るものに限る）に従う。

※ 第4条1項第2号の事業者の連絡先は、契約を推進する「営業部門」ではなく、例えば「お客様相談センター」等、社内の第3者的部署の方が、消費者に対し客観的・冷静な対応ができるために望ましい。

（地上デジタル放送に係る説明）

第5条 事業者が地上デジタル放送の視聴を目的として消費者を勧誘する場合、又は消費者が地上デジタル放送の視聴を目的に契約しようとする事が明らかな場合には、事業者は次の各号に掲げる事項（以下「地上デジタル放送に係る説明事項」という）について、当該事項を一般に知り得る限りにおいて、当該消費者に対し説明しなければならない。

- 一 当該消費者の居住する地域において、地上デジタル放送を視聴するにあたり、考えられる視聴手段
- 二 前号の各手段を取り得る可能性、当該各手段により地上デジタル放送を視聴可能となる時期及び当該各手段に係る費用の見込み

※ 地上デジタル放送に係る説明事項は、説明時に一般に取得可能な情報の提供を事業者に求めるものである。したがって、分からない場合には「分からない」旨を、確実な情報でない場合には「確実でない」旨を消費者に伝えれば足りる。逆に、分からないことを「分かる」と偽ったり、確実でないことを「確実である」と偽ったり、又は確実でないのに「確実でない」旨を告げなかったりすることは第8条で禁じられている。

5/10

（高齢者との契約）

第6条 事業者は、訪問販売又は電話勧誘販売により、高齢者の消費者に勧誘を行う場合においては、当該消費者への分かりやすい説明を心がけるよう特に配慮しなければならない。

※ 高齢者の判断の基準は難しいが、概ね70歳代を目処とする。
国民生活センターからは、70歳以上の苦情件数が最も多いとの指摘あり。（平成18年度苦情件数：2,180件〔平成19年12月25日記者発表資料〕、内年代別苦情件数：70歳以上34.3%、60歳代21.3%）
したがって、例えば70歳代の親族等の同居者のいない高齢者と契約する場合には、判断能力を上同等複数の者が確認してから契約するなどの配慮をすること。
また、即時の契約ではなく申し込みを受けた後、日を改めて訪問するなどして、契約の意思を再確認した後に契約する。

（再勧誘の禁止）

第7条 事業者は、訪問販売又は電話勧誘販売による勧誘を行った場合において、消費者から契約を締結しない旨の意思を表示された場合には、3ヶ月間以内の期間又は事業者が定める3ヶ月以上の期間は、当該消費者及び当該消費者と同一の世帯に属する者に対し、当該契約の締結について訪問販売又は電話勧誘販売による勧誘をしてはならない。但し、同一の世帯に属する別の消費者から、特にサービスの説明のための訪問要請の意思表示があった場合は、この限りではない。

※ 契約を締結しない旨の意思を表示した者に限らず、当該消費者と同一の世帯に属する者に対し、勧誘をしてはならないとするのは、ケーブルテレビが基本的に世帯に対して提供されるからである。例えば、消費者Aに加入しない旨告げられ、Aと同一の世帯に属する者Bより加入する旨を告げられたとしても、サービス提供はBのみならずAを含む世帯全体に提供され、その料金も同一の会計から支払われることが通常である。

※ 本条において、「当該契約」とは、消費者が締結しない旨の意思を表示した契約のことである。「多チャンネルサービスに加入する気はない」と告げられた場合には多チャンネルサービスが、「お宅の会社とは契約する気はない」と告げられた場合には、全てのサービスが「当該契約」となる。

6/10

※ 本条は、一定の場合に訪問販売又は電話勧誘販売による再勧誘を禁止するものであって、訪問や電話自体を禁止するものではない。

※ 消費者の契約を締結しない旨の意思表示は次の通り大別される。

(ア) 特定の内容の契約締結を拒む場合

- ①条件を付けなくて拒む場合
- ②条件付きで拒む場合

(イ) 内容にかかわらず契約の締結を拒む場合

- ③条件を付けなくて拒む場合
- ④条件付きで拒む場合

(ウ) 訪問や電話自体を拒む場合

- ⑤条件を付けなくて拒む場合
- ⑥条件付きで拒む場合

①にあたる例として、「多チャンネルサービスに加入する気はない」と告げられた場合には、多チャンネルサービス以外のサービスについては勧誘することができる。なお②にあたる例として、「今日は忙しいので、多チャンネルサービスに加入する気はない」と告げられた場合には、日を改めれば再勧誘することができる。

③にあたる例として、「お宅の会社とは契約する気がない」と告げられた場合には、他に勧誘できるサービスがないのだから、禁止期間内は訪問や電話自体を控えた方がよい。なお、④にあたる例として、「今日は忙しいので、お宅の会社とは契約する気がない」と告げられた場合には、日を改めれば再勧誘することができる。

(ウ) にあたる例として、「もう来なくてくれ」は「一切の契約をする気がない」と告げられたものと解して、③又は④と同様の取扱いとすべきである。なお、単に「結構です」と告げられる場合等、消費者が何を拒んでいるのか漠然として分かりづらい場合は、良識に基づいて判断すべきであるが、それにもかかわらず「当該契約」について消費者の意思が不明確な場合には、再勧誘は必ずしも禁止されない。

7/10

(禁止行為)

- 第8条 事業者は、勧誘に際し、契約の申込みの撤回又は解除を妨げるため、説明事項及び地上デジタル放送に係る説明事項につき、消費者に不実のことを告げ、又は故意に事実を告げない行為をしてはならない。
- 2 事業者は、契約を締結させ、又は契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、消費者を威迫して困惑させてはならない。
- 3 事業者は、契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げずに、営業所等以外の場所で呼び止め同行させ、又は営業所その他特定の場所へ誘引した消費者に対し、当該契約の締結について勧誘をしてはならない。

(契約の撤回)

- 第9条 事業者は、消費者が、契約締結の日から8日以内に書面により当該契約を撤回する旨を伝えた場合においては、これを拒むことができない。
- 2 前項の場合において、事業者は、当該契約の撤回に係る損害賠償若しくは違約金又は既に提供されたサービスの対価を消費者に請求することができない。
- 3 前二項の場合において、工事並びに撤去及び原状回復にかかる費用は、消費者の負担とすることができる。

(問い合わせ及び苦情の対応)

- 第10条 事業者は、消費者からの問い合わせ及び苦情に誠実に対応しなければならない。
- 2 事業者は、前項の目的を達するため、消費者からの問い合わせ及び苦情を適切かつ迅速に処理するため、お客様相談窓口を設置するものとする。

(苦情の解決)

- 第11条 事業者は、消費者から勧誘及び契約の締結に関し苦情の申立てがあったときは、速やかにその内容を調査し、必要があると認める

8/10

ときは、当該苦情を解決するために必要な措置を講じなければならない。

(苦情対応の見直し)

第12条 事業者は、消費者から申し立てられた勧誘及び契約の締結に係る苦情が、適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及びその資質の向上その他の必要な施策を講ずるよう努めるものとする。

(適用の範囲)

第13条 この章の規定は、事業者の委託を受けた者によってなされる場合にも適用する。

第3章 連盟

(問い合わせ及び苦情)

第14条 連盟事務局は、消費者からの問い合わせ及び苦情に誠実に対応しなければならない。

2 連盟事務局は、前項の目的を達するため、消費者からの問い合わせ及び苦情を適切かつ迅速に処理するため、お客様相談窓口を設置するものとする。

3 連盟事務局は、消費者から勧誘及び契約の締結に係る苦情の申立てがあったときは、速やかにその内容を調査し、必要があると認めるときは、当該苦情を解決するために必要な措置を講じなければならない。

4 連盟事務局は、消費者から勧誘及び契約の締結に係る苦情の申立てがあったときは、当該消費者の意向に反しない限り、事業者に対し、当該苦情の内容を伝達し、適切に解決するよう指導するとともに、必要に応じ、調査を行うことができる。

5 連盟事務局は、本条に規定する苦情の解決をコンプライアンス委員会に委嘱して行わせることができる。

(調査委員会)

第15条 連盟事務局及びコンプライアンス委員会は、事業者がこの自主基準又は法令に違反する行為を行ったとの疑義を有した場合、その調査のための委員会(以下「調査委員会」という。)を設置することができる。

9/10

2 調査委員会は、理事、支部長、連盟役員、事務局長及び弁護士から複数選任するものとする。

3 連盟事務局若しくはコンプライアンス委員会又は調査委員会は、必要に応じ、事案に係る消費者及び事業者その他関係者から事情を聴取することができる。

4 連盟事務局若しくはコンプライアンス委員会又は調査委員会は、事業者がこの自主基準又は法令に違反する行為を行ったと認める場合には、その旨を理事長に報告しなければならない。

5 理事長は、前項の報告を受けた場合には、当該報告に係る事業者に対し、指導若しくは改善勧告を行い、又は、この自主基準若しくは法令に違反する行為の再発の防止を図るための計画の策定及びその提出を求めることができる。

6 理事長は、前項の計画を受理したときは、これを検討して意見を付し、適切な範囲で公表することができる。

(自主基準の遵守)

第16条 連盟は、自主基準の遵守に資するため、この自主基準の実施の状況の点検並びに事業者への助言及び改善指導を適切な方法により行うことができる。

以上

10/10

有線テレビジョン放送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

平成20年3月19日 制定
平成20年7月 1日 施行



0

～ 目 次 ～

第1章 総則	第1条 (目的)
	第2条 (適用)
	第3条 (定義)
第2章 有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する通則	第4条 (基本的な遵守事項)
	第5条 (分かりやすい広告表示)
	第6条 (虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示)
	第7条 (比較表示)
	第8条 (料金等に関する広告表示)
	第9条 (無料又は割引キャンペーンに関する広告表示)
	第10条 (提供開始までの期間に関する広告表示)
	第11条 (サポート体制に関する広告表示)
第3章 有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する基準	第12条 (有線テレビジョン放送サービスに関する広告表示)
	第13条 (有線テレビジョン放送サービスの料金等に関する広告表示)
第4章 雑則	第14条 (広告媒体ごとの留意事項)
	第15条 (契約代理店による広告表示の適正化)
	第16条 (見直し)

2

平成20年3月19日

有線テレビジョン放送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

(社)日本ケーブルテレビ連盟

◆はじめに

有線テレビジョン放送事業者が、多種多様な有線テレビジョン放送サービスを一般消費者に提供するに当たり、一般消費者が、各自のニーズに適したサービスを適切に選択することができるようにするためには、広告において適正な表示を確保していくことが重要となっている。特に近年、有線テレビジョン放送サービスが利用者の日常生活に不可欠な基盤となりつつある中で、料金メニューやサービス内容の複雑化・多様化が進んでいることから、一般消費者にとって、より分かりやすい広告表示に努めていくことが必要となっている。

こうした現状を踏まえて、平成19年9月より、(社)日本ケーブルテレビ連盟内の「法・制度委員会」下に「コンプライアンス委員会」を設置し、「有線テレビジョン放送サービスの広告表示基準の策定に関するワーキンググループ」において広告表示に関する自主基準及びガイドライン(案)を策定。平成20年3月19日開催の連盟支部長会議で同案が承認された。

本自主基準は、有線テレビジョン放送事業者が行う有線テレビジョン放送サービスの広告表示の適正を確保するための指針となるものであるが、各有線テレビジョン放送事業者が本自主基準を適切に遵守することができるよう、各規定の逐条解説及び事例を示すなど本自主基準の趣旨をより明確化することを目的として、本ガイドラインを策定するものである。

注) 自主基準とは条文をいう。ガイドラインとは、枠内の自主基準の趣旨を踏まえた逐条解説及び事例をいう。

第1章 総則

第1条 (目的)

本自主基準は、一般消費者を対象とした有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する具体的指針を示すことにより、適正な有線テレビジョン放送サービスの広告表示を確保し、もって一般消費者が安心して有線テレビジョン放送サービスを選択することを可能とするとともに、有線テレビジョン放送事業に対する一般消費者からの信頼に応えることを目的とする。

3

本自主基準は、有線テレビジョン放送事業者が行う適正な有線テレビジョン放送サービスの広告表示を行うための指針となるものであり、各有線テレビジョン放送事業者が本自主基準に沿った広告表示に自主的に努めることによって、一般消費者が安心して有線テレビジョン放送サービスを適切に選択し、利用することができるようにするとともに、有線テレビジョン放送事業に対する信頼を確保することを目的とするものである。

第2条 (適用)

本自主基準は、有線テレビジョン放送事業者(以下「事業者」)が行う一般消費者(マンション管理組合その他一般消費者と同等の配慮が必要な者を含む。)を対象とした有線テレビジョン放送サービスの広告について適用する。

2 本自主基準にいう広告とは、一般消費者を誘引するための手段として行う以下のものをいう。

- 一 カタログ、パンフレット類、チラシ類その他これらに類する物による広告
- 二 新聞、雑誌その他これらに類する物に掲載する広告
- 三 テレビCM、ラジオCMその他これらに類する広告
- 四 インターネットのウェブページに掲載する広告
- 五 ポスター、看板その他これらに類する物による広告
- 六 口頭による広告
- 七 その他情報を提供するための媒体を使用した広告

3 本自主基準に関して作成されるガイドラインは、自主基準と同一の意義を有するものとする。

4 本自主基準は、各有線テレビジョン放送事業者が有する法令上の権利を何ら制約するものではなく、かつ、各事業者が行う取引その他の行為を不当に制限するものではないものとする。

本条は、本自主基準の適用対象範囲、ガイドラインの位置づけ及び本自主基準と各事業者の権利との関係について定めるものである。
(1) 第1項は、本自主基準の対象となる有線テレビジョン放送サービスの範囲を定めるものである。本自主基準を規定する趣旨は、料金メニューやサービス内容の複雑化・多様化が進んでいることに鑑み、一般消費者が、各自のニーズに適したサービスを適切に選択することができるようにするために、適正な広告表示を確保することにある。したがって、対象とするのは、まずは一般消費者を対象とした有線テレビジョン放送サービスの広告であるが、適正な広告表示の確保については幅広く対象とすることが望ましいことから、マンション管理組合その他一般消費者と同等の配慮

4

が必要な者を対象とした有線テレビジョン放送サービスの広告についても対象とするものである。具体的には、集合住宅向けのケーブルテレビ導入に関する説明文などがこれに該当する。

(2) 第2項は、対象となる広告媒体の範囲を定めるものである。有線テレビジョン放送サービスは様々な広告媒体により広告、宣伝されているが、できるだけ多くの広告媒体を対象とすることにより、適正な広告表示を確保することが適切である。したがって、例えば、街頭で有線テレビジョン放送サービスの勧誘の際のセールストークがわかりづらいために後でトラブルになることが問題となったこともあることから、このような店頭・街頭等での勧誘の際のセールストークや電話勧誘の際のセールストークを含めて（第6号）、幅広く対象とするものである。

又、各号に具体的に規定されているもの以外で本自主基準の対象となる広告媒体としては、以下のものが該当する。

- ・ダイレクトメールの郵送による広告
- ・電子メールを利用した広告
- ・（店頭などでの）ビデオ放映による広告
- ・パソコン等の機器への入会用のプログラムファイルのプレインストール
- ・車両などを活用した広告（路線バスのラッピング広告等）

(3) 第3項は、本自主基準に関して作成されるガイドラインは、単なる本自主基準の解説ではなく、本自主基準と同一の意義を有するものとなる旨を明確化したものである。

(4) 第4項は、本自主基準が、第1条に規定する適正な有線テレビジョン放送サービスの広告表示を確保すること及び有線テレビジョン放送事業に対する一般消費者からの信頼に応えることを目的としており、当該目的を超えて、各事業者が有する法令上の権利を何ら制約するものではなく、かつ、各有線テレビジョン放送事業者が行う取引その他の行為を不当に制限するものではないことを確認する規定である。

第3条（定義）

本自主基準において使用する用語の定義は、次の各号に定めるとおりとする。

- 一 「有線テレビジョン放送サービス」とは、有線テレビジョン放送法第2条第1項に規定する有線テレビジョン放送を提供する役務をいう
- 二 「契約者」とは、事業者との間で、当該事業者から有線テレビジョン放送サービスの提供を受ける旨の契約を締結している者をいう
- 三 「オプションサービス」とは、有線テレビジョン放送サービスのうち基本サービスに付随して提供される有線テレビジョン放送サービスをいう
- 四 「映像媒体」とは、テレビ放送、映画その他の映像を伴う媒体をいう
- 五 「音声媒体」とは、ラジオ放送その他不特定多数の公衆を対象とする音声のみによる媒体をいう

5

六 「インターネット媒体」とは、ウェブサイト、パナーその他のインターネット通信を用いる媒体をいう

七 「印刷媒体」とは、新聞、雑誌、ポスター、宣伝用バルーンその他文字、デザイン等を印刷した媒体をいう

本条は、本自主基準において用いる用語の定義を定めるものである。

第2章 有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する通則

第4条（基本的な遵守事項）

事業者は、関連法規を遵守し、公正かつ公平な広告活動を行うものとする。

- 2 事業者は、一般消費者に誤認を与えるような表現を広告表示に用いないものとする。
- 3 事業者は、本自主基準の定めるところに従った広告による情報のみでは、個々の消費者が十分にサービスの内容を理解できないおそれがある等、さらに多くの情報を提供が必要であると認められる場合には、広告以外の手段も活用して必要な情報を提供するものとする。
- 4 事業者は、未成年者による有線テレビジョン放送サービスの節度ある利用の確保に十分配慮して、広告表示を行うよう努めるものとする。
- 5 事業者は、一般消費者から寄せられる有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する苦情又は問合せに対し、迅速かつ適切に対応するものとする。

本条は、事業者が有線テレビジョン放送サービスの広告表示を行うに当たっての基本的な遵守事項を定めるものである。

(1) 第1項は関連法規の遵守に関する規定であるが、広告表示の適正化に関する関連法規としては、まず「不当景品類及び不当表示防止法」（以下、「景品表示法」という。）がある。同法では、不当表示として「優良誤認」と「有利誤認」を禁止している。「優良誤認」とは「商品又は役務の品質、規格その他の内容について、実際のもの又は当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示」のことであり、「有利誤認」とは「商品又は役務の価格その他の取引条件について、実際のもの又は当該事業者と競争関係にある他の事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認されるため、不当に顧客を誘引し、公正な競争を阻害するおそれがあると認められる表示」である。

不当表示であるか否かは、「一般消費者に誤認されるおそれ」があるかどうかにより判断されるものであり、誤認した結果として、一般消費者に何らかの損害が生じることまでは必要とされず、一般消費者に誤認される蓋然性（誤認されることが十分に予測できる状況）があればよい

6

とされている。又、表示と実際のものとの食い違いのみならず、表示から受けることとなる一般消費者の認識が実際のものと食い違う場合にも、不当表示とされる。同法の考え方を示したものとして「不当な価格表示についての景品表示法上の考え方」（平成12年6月30日（平成14年12月5日改訂））、「比較広告に関する景品表示法上の考え方」（昭和62年4月20日）が公正取引委員会から示されているほか、「消費者向け電子商取引における表示についての景品表示法上の問題点と留意事項」（平成14年6月5日（平成15年8月29日改訂））も同委員会から示されている。

なお、これらの関連法規は有線テレビジョン放送サービスに限らず、一般的に広告表示に適用があるものである。本自主基準はこれらの関連法規も踏まえつつ、有線テレビジョン放送サービスの特徴や有線テレビジョン放送サービスの広告に特有の課題に対応する形で規定したものである。

- (2) 第2項は一般消費者に誤認を与えるような表現を広告表示に用いないものとする旨を基本的な遵守事項として規定するものである。「一般消費者に誤認を与える」とは、景品表示法の「優良誤認」及び「有利誤認」（前述）を意味するものであり、具体的に如何なる広告表示が「一般消費者に誤認を与えるような表現」となるかは個別具体的に判断される。

なお、例えば、以下のような広告表示は「一般消費者に誤認を与える」ものに該当する。

事例4-1：地上デジタル放送を視聴するには、地上デジタル放送に対応した機器を用意する必要があるにもかかわらず、「加入すればご視聴になれます。」と表示する場合

- (3) 第3項は広告以外の手段を活用して、一般消費者が各自のニーズに適した有線テレビジョン放送サービスを適切に選択することができるようにするため、積極的な情報の提供を行わなければならない旨を規定したものである。

又、詳細な料金表やサービスの仕組み、Q&Aなど広告には表示しきれない情報も積極的に情報提供しなければならない。

- (4) 第4項は未成年者による高額利用等のトラブルを防止するよう十分に配慮するよう努める旨を規定したものである。特にVODサービス、PPVサービスは、未成年者が利用料を顧みることなく購入・利用してしまい、結果として利用料が高額になるなどのトラブルが考えられる。

こうしたトラブルが発生しないよう、広告表示においても、未成年者による節度ある利用の確保に努めるものとする。

- (5) 第5項は広告表示に関する一般消費者からの苦情等に対して適切に処理すべき旨を規定したものである。広告表示は、一般消費者が各自のニーズに適したサービスを適切に選択することができるよう、その適正を確保していくことが必要であるが、その意味で、一般消費者からの苦情や問合せには真摯に耳を傾け、より適切な広告表示に努めていく必要があることから、同項を規定したものである。

第5条（分かりやすい広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの技術的専門性に鑑み、有線テレビジョン放送サービスの広告において、可能な限り平易な言葉を使用するとともに、サービスの仕組みや品質及びその他の基本的な事項については、以下の事項を遵守した上で、正確で分かりやすい表示を行うものとする。

- 一 レイアウト、文字の大きさ、配色等に配慮すること
- 二 注記をするときは、本体標記に併記するなど、できるだけ本体に近接した場所に表示すること
- 三 問合せ先・連絡先を表示すること
- 四 事業者の名称を表示すること

本条は、有線テレビジョン放送サービスが特に技術的専門性があることに鑑み、有線テレビジョン放送サービスの仕組みや品質及びその他の基本的な事項については、一般消費者にとって、わかりやすい広告表示を行うべき旨を一般的規定として定めたものである。

「有線テレビジョン放送サービスの仕組みや品質及びその他の基本的な事項」とは、例えば、以下の事項が該当する。

- サービス
 - ・サービスの仕組み又は内容（例えば、同軸ケーブルや光ケーブルを利用した有線によるテレビジョン放送サービス等）
- 品質
 - ・サービス品質（衛星回線の状況、悪天候等、気象条件により地上波放送は視聴可能にもかかわらず、BS/CS放送が視聴できないことがある等）
- その他
 - ・料金体系や具体的料金（コース別料金／機器種別料金、一時金の有無等）
 - ・割引料金がある場合の適用条件（申し出る必要の有無、対象期間、適用内容等）
 - ・有線テレビジョン放送サービスの料金以外に利用者が負担する必要があるもの
 - ・解約時の条件等（例えば、最低利用期間の制限や撤去費用・解約費用がある場合に、その旨等）

- (1) 第1号は、レイアウト、文字の大きさ、配色等に配慮して、明瞭な表示を行うべき旨を定めるものである。これらの配慮が足りない場合には、必要な事項が表示されていたとしても、一般消費者が見づらく、内容を理解できないことがあり、不当表示となるおそれがある。

「レイアウトに配慮する」とは、重要なポイントとなる事項が目立たない場所に表示されていたり、関連情報が離れた場所に表示されていたりすることのないようにするという趣旨である。

「文字の大きさに配慮する」とは、文字が小さくて見づらい、視認できないことのないようにするという趣旨である。

文字の大きさは、広告媒体ごとの特性を踏まえて、一般消費者にとって見やすい文字の大きさという観点で対応しなければならない。

なお、例外的に比較的小さい文字で広告に表示し得る事項としては、例えば、

- 料金の支払方法
- 掲載内容の基準となる日（例：「記載内容は、○年○月現在のものです。」）
- 加入特典についての注釈
- 商標についての表示

などが該当する。

「配色に配慮する」とは、例えば、白色の書面の上に銀文字やピンク文字を使用したり、パステルカラーの背景色の上に同系色の文字や白抜き文字を使用するなど、背景と文字とのバランスが不適切で見づらくなることや、多彩な色を使用し文字が目立たなくなることなどがないようにするという趣旨である。

- (2) 第2号は、注記をするときは、できるだけ本体に近接した場所に表示することとし、離れて表示されることにより分かりにくい表示となつてはならない旨を定めるものである。第1号と同様、これらの配慮が足りない場合には、必要な事項が表示されていたとしても、一般消費者が内容を誤認するおそれがあり、不当表示となり得る。

離れて表示されて分かりにくい場合としては、他のページ（画面）はもちろんであるが、同一ページ（画面、紙面）上であっても、あまりにかけ離れている場合も含まれる。但し、例えば携帯端末などの狭いスペース上に無線テレビジョン放送サービスの広告を表示する場合には、例えば「注意事項！」などの分かりやすい文字列からリンクにより、別画面に注記を表示することも認められる。なお、注記を本体標記に併記することが困難な場合としては、表示時間が限られる広告媒体や表示スペースが限られる広告媒体により広告を行う場合が考えられるが、この場合の対応については、第19条（広告媒体ごとの留意事項）を参照。

- (3) 第3号は、広告表示を見た一般消費者が、さらにサービス内容の詳細を問い合わせたり、表示内容を確認したりすることができるよう、問合せ先を表示することとする趣旨である。

表示する問合せ先・連絡先の例としては、

- 受付窓口の電話番号と受付時間
- ウェブで問合せを受け付けている場合のURL
- メールアドレス
- FAX番号

- 郵送先（住所）

などが一般的であると考えられるが、このほかにも例えば、

- 無料又は割引キャンペーンを実施する場合における特設窓口
 - 技術（故障）対応、コンテンツ対応等々の部門ごとの専用窓口
- などが該当する。

- (4) 第4号は、表示されている無線テレビジョン放送サービスの提供主体について、一般消費者が明確に理解できるようにすることを目的とする。なお、表示方法としては、正式名称、通称、ブランドロゴ等により特定可能な程度に表示するものとする。

第6条（虚偽、誇大等の表現を用いない広告表示）

事業者は、無線テレビジョン放送サービスの広告において、一般消費者がサービスの特色全体を正確に把握できるよう、以下の事項を遵守して、一般消費者に誤認されやすい表現を用いない広告表示を行うものとする。

- 一 一般消費者の利益となる事実のみを強調しないこと
- 二 一般消費者の不利益となる事実についても表示すること
- 三 無線テレビジョン放送サービスの利用についての重要な前提条件又は制約条件を正しく表示すること
- 四 特定の利用形態・契約状態等にある契約者のみに適合する事実について、あたかも他の契約者又は全ての契約者に適合するかのよう誤認されるおそれのある広告表示を用いないこと
- 五 客観的事実に基づいているものであっても、他社の信用失墜にわたるもの等で、広告全体の趣旨から見て、あたかも比較対象のサービスが実際のものよりも著しく劣っているかのような印象を与えるような広告表示を用いないこと

本条は、第4条及び第5条と並んで、一般的規定として設けるものであるが、特に虚偽、誇大等の広告を行わないようにすべき旨を定めるものである。

- (1) 第1号は、一般消費者の利益となる事実、すなわちメリット情報のみを強調しないようにする旨を規定するものである。広告の性格上、メリット情報を積極的に表示することは当然のことであるが、それだけを強調しすぎることとなれば、一般消費者がサービス内容を正確に理解できないことになってしまうことから、第2号に規定するようにデメリット情報もあわせて表示する必要がある。
- (2) 第2号は、一般消費者の不利益となる事実、すなわちデメリット情報についても表示すべき旨を規定するものである。特に、不利益となる事実

については、その視認性にも注意し、第5条(分かりやすい広告表示)第1項第1号「レイアウト、文字の大きさ、配色等に配慮すること」を十分考慮するものとする。一般消費者が有線テレビジョン放送サービスを選択する際の判断のために重要となるデメリット情報を表示しない場合には、一般消費者を誤認させるおそれがあり、不当表示となり得る。

「一般消費者の不利となる事実」としては、例えば、以下のような事項が考えられる。

- 月額利用料金以外に負担すべき経費がある場合に、その旨
 - サービスが未提供のエリアがある、又はエリアによって一部サービスが利用できない旨
 - 無料又は割引キャンペーンの適用がある場合、その適用条件
 - 割引料金の適用がある場合、その適用条件(適用対象となる利用者の範囲、適用となる料金項目等)
 - 解約期間制限がある場合、及び、解約料、解約時の撤去費用等、月の途中で解約しても月額料金がかかる場合に、その旨
 - 利用できる機器の制約がある場合、その旨
 - 他社が提供する付加機能や割引サービスの利用ができなくなる等の制約がある場合、その旨
- (3) 第3号は、有線テレビジョン放送サービスの利用についての重要な前提条件又は制約条件を正確に表示すべき旨を規定するものである。これらの前提条件及び制約条件は、消費者がサービスを選択するに当たり、重要な判断基準となるものであることから、表示及び当該表示の正確性が要求される旨を定めたものである。
- (4) 第4号は、一般消費者の不利とならない事実についても、当該事実が適合する契約者の範囲について誤認されるおそれのない表示を行う旨を規定するものである。一定の事実が適合する契約者の範囲が、特定の利用形態・契約状態等にある契約者に限定されている場合には、当該事実が適合しない契約者又は全ての契約者に適合するかのように誤認されるおそれのある表示を用いてはならない。
- (5) 第5号は、客観的な事実に基づく場合であっても、当該表示が他社の信用失墜にわたるもの等で、広告全体の趣旨から見て、あたかも比較対象のサービスが実際のものよりも著しく劣っているかのような印象を与えるような表示を禁止する旨を規定するものである。

第7条(比較表示)

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの広告において、他の事業者が提供する有線テレビジョン放送サービスと同等のサービスとの間で、料金、品質、取引条件等の比較を表示するときは、以下の事項を遵守するものとする

- 一 客観的事実に基づく根拠によるものであることを示すこと
- 二 社会通念上、同時期、同等のサービスとして認識されている他の事業者が提供するサービスに関するデータを使用する等比較の方法が公平、公

正かつ妥当なものであること。又、特定の競争事業者のサービス料金と比較する場合には、当該競争事業者の名称を明示すること

- 三 「業界No.1」「当社だけ」「最高品質」等の表現は、客観的事実に基づく場合に限ることとし、又、客観的事実に基づく根拠によるものであることを示すこと

本条は比較表示を行うときの遵守事項を定めるものである。

比較表示を行おうとするときは、一般消費者の誤認を防止するために、第1号から第3号までの3つの要件を定めている。

- (1) 第1号においては、比較表示を行う際には、客観的事実に基づく根拠によるものであることを示すべき旨を定めている。具体的には、「〇〇の調べによる。」等の記載をするものとする。具体的に表示すべき事項(具体的な数値又は根拠)としては、例えば以下のような事項が該当する。

- 比較を行った内容(データ)の基準となる日(例:「比較料金は、〇年〇月現在のものです。」)
- サービス提供料金を比較する場合のキャンペーン料金や割引サービスの適用の有無(キャンペーン料金を適用した料金を表示する場合にはその旨、割引サービスを適用した料金を表示する場合の割引サービスの名称)

又、比較を客観的に実証するためのデータ等については、事後に検証を可能とするため、当該広告を終了した後も、最低6ヶ月間は保有しておくなければならない。

- (2) 第2号においては、比較するサービスは、原則として比較時において提供されている、同等のサービスを対象とすることが必要であり、そうでないサービスを比較対象とする場合は、その相違等を明瞭に表示することが必要である旨を定めている。

又、特定の競争事業者のサービス料金と比較する場合には、当該競争事業者の名称を明示することが原則であるが、例えば事業者名よりもブランド名、サービス名、コース名、プラン名の方が一般消費者に浸透している場合などもあることから、必ずしも事業者名に限らず、一般消費者が比較対象サービスを容易に認識し得るような名称を明示しなければならない。競争事業者名を明示することは、一般消費者にとって比較の対象となるサービスを適切に判断できることとなるばかりでなく、比較対象となるサービスを提供する他の事業者にとっても、当該比較表示が不適切である場合に反論を行うことが可能となるなど、事業者間の公正な競争の確保のためにも必要なことである。

なお、比較表示の考え方については、「比較広告に関する景品表示法上の考え方」(昭和62年4月20日)が公正取引委員会から示されている。

- (3) 第3号は、「業界No.1」「当社だけ」「最高品質」等の最上級及び優位性を意味する用語の使用基準を定めるものである。最上級及び優位性を意味する用語は、必ずしも、その使用を禁止しているわけではない。しかし、これらの用語を使用する場合は、当該有線テレビジョン放送サービスの品質等の特徴が、一般消費者のサービス選択上有用とされるだけの価値あるものであることが客観的に判断されるものでなくてはならない。

最上級及び優位性を意味する用語としては、本号の「業界No.1」「当社だけ」「最高品質」のほか、「世界一」「日本一」「抜群」「画期的」「業界初」「世界初」「トップ」「最高クラス」「最速」「最大級」「最薄」「最軽量」「シェアNo.1」「サービス内容No.1」「充実度No.1」などがあるが、これらの表現は、必然的に比較を伴う形となるので、事実であることを十分確認のうえで表示し、一般消費者の誤認や競争関係にある他事業者の反論を招かないものとしなければならない。これらの表現を用いる場合には、具体的な数値又は根拠を示すことが必要であるが、根拠としては、例えば、新聞や雑誌に掲載されたデータ、自社や調査会社による調査結果の紹介等がある。

第8条（料金等に関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの料金に関する広告において、「大幅値下げ」「最低価格」「最も安い」「初期費用無料」等、料金の安さを強調する表現を用いる場合は、客観的事実に基づく場合に限ることとし、又、安さの程度について具体的数値又は根拠を示すものとする。

2 事業者は、以下の有線テレビジョン放送サービスの料金等に関する広告を行う場合、それぞれ以下に定める事項を明確かつ分かりやすく表示するものとする。

- 一 割引（セット料金等を含む。）についての表示を行う場合は、当該割引の適用対象、期間、別途要する費用及び条件（特に、当該割引が適用されるために、一般消費者にとって不利な条件が付されるときは、その旨）
 - 二 当該サービスの提供を受けるために要する経費のうち通常利用者が負担する必要があるものであって当該サービスの料金に含まれていないものがあるときは、その旨及び負担すべき主な料金項目を表示するほか、代表的な金額例を示すなど、可能な限り実際に要する標準的な料金の額
- 3 事業者は、料金等に関する広告表示を行う場合には、媒体ごとに別表5に規定する表示方法に従って表示するよう努めるものとする。

本条は料金に関する表示を行う場合に遵守すべき事項を定めたものである。

- (1) 第1項は、安さを強調する表現は、客観的事実に基づく場合に限ることとし、又、安さの程度について具体的数値又は根拠を示すべき旨を定めるものである。安さを強調する表現としては、「大幅値下げ」「最低価格」「最も安い」「初期費用無料」のほか、「格安」「特別価格」「断然安い」「全国（又は地域）最安値」等があるが、これらの表現を用いる際は、同号の規定を遵守する必要がある。
- (2) 第2項は、割引表示をする場合及び有線テレビジョン放送サービスの料金以外に通常利用者が負担する必要がある経費がある場合につき表示すべき事項を規定したものである。
 - ① 第1号は、割引表示を行う場合に、当該割引の適用対象等を明確に表示すべき旨を定めるものである。割引についての表示は、一般消費者が広告を見て通常のサービス提供の場合に比較して割安感を抱くこととなることから、一般消費者を誘引するには効果的であると考えられる

13

が、実際の割引の適用対象となる範囲（例えば、サービス料金の割引において、基本料、機器レンタル料などの項目に割引が適用されるのか等）、割引期間（例えば、「3ヶ月割引」という場合、申込日から3月後の同日までなのか、申込日を含む月を1日目と起算して3月日までなのか等）、適用対象者（新規加入者のみ対象になるのか、既加入している者も対象になるのか等）等を明確に表示する必要がある。なお、ここでいう「割引」には、いわゆるセット料金を含むこととする。例えば有線テレビジョン放送サービス料金とインターネット接続サービス料金や電話料金などをセットで一般消費者に提供するようなケースも含まれることとなる。

② 第2号は、有線テレビジョン放送サービスの料金以外に通常利用者が負担する必要がある経費がある場合には、それを表示すべき旨を定めるものである。

有線テレビジョン放送サービスにおいては、サービス料金に含まれていない経費を含めて、通常利用者が負担する必要がある経費が多々あるなど、非常に複雑な料金体系となっており、一般消費者にはきわめてわかりにくくなっている。したがって、一般消費者が安心してサービスを選択することができるよう、当該サービスの提供を受けるために要する経費のうち通常利用者が負担する必要があるものであって当該サービスの料金に含まれていないものがあるときは、その旨及び負担すべき主な料金項目（初期費用（新規登録料）、機器使用料、機器レンタル料、工事費（解約時の工事費を含む）等）を表示するほか、代表的な金額例を示すなど、可能な限り実際に要する標準的な料金の額を表示することとするものである。なお「代表的な金額例」としては、例えば最も多くの利用者に適用がある金額等、合理的な例示を用いることが適当である。

(3) 第3項は、一般消費者がサービスを選択するにあたり料金等が特に重要な事項であることから、当該事項を表示する場合の具体的なポイント数等については、媒体ごとに別表5の定めに従って表示するよう努めることを一般的規定として定めたものである。

第9条（無料又は割引キャンペーンに関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの広告において、無料又は割引キャンペーン（ポイント還元等の値引きを含む。以下同じ。）の実施に関する表示をするときは、以下の事項に留意するものとする。

一 当該キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申込み期間を明確に表示して、一般消費者に誤認を与えることのないようにすること

特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切な表示に留意すること

二 無料又は割引キャンペーンに係る一般消費者との契約が、当該キャンペーン期間経過後の通常のサービスと別個の契約の締結であるのか、又は、当該通常サービスと同一の契約であって当該契約の最初の一定期間のみ料金を免除又は割引することを内容とする契約の締結であるのかを明確

14

- に表示し、無料又は割引となる期間が終了した後、特別な手続を必要とせずに通常のサービスに移行するときは、その旨を明らかにすること
特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者に誤認を与えることのないよう、通常のサービスに移行する手続の有無等が明らかになるよう適切な表示に留意すること
- 三 無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときは、当該過去の料金として、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金を用いるものとし、又、当該期間中に適用される料金と将来の料金との比較表示を行うときは、キャンペーン終了後に実際に適用する予定であるなど、十分な根拠のある料金を用いること
- 四 無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）には、その旨を表示するものとする

本条は、無料又は割引キャンペーンの実施に関する広告表示の際に留意すべき事項を定めるものである。

有線テレビジョン放送サービスでは、昨年、無料又は割引キャンペーンを実施する事業者が多く見られるが、キャンペーンの表示が十分でないことにより、一般消費者が内容を誤解してサービスを利用し、後になってトラブルになるというケースが考えられることから、詳細に規定するものである。

(1) 第1号は、キャンペーンにより無料又は割引となる期間、当該キャンペーンが適用される料金項目及び当該キャンペーンへの申込み期間の表示を明確に行うべき旨を定めるものである。これは、キャンペーン内容に関して適切な表示がなされず、結果として、キャンペーン内容が有利なものであるかのような誤認を一般消費者に与えることとならないようにするためである。

特に「最大〇ヶ月無料」という用語を用いる等により、個々の消費者ごとに無料となる期間が異なる場合には、その旨が明らかになるよう適切な表示に留意する。

(2) 第2号は、無料又は割引キャンペーンに係る契約と当該キャンペーン期間経過後の通常サービスとが、別個の契約の締結であるのか、又は、同一の契約であるのかを明確に表示すべき旨を定めたものである。これは、一般消費者から、「無料キャンペーンの後、通常のサービスに移行するために何らかの手続があると思っていたら、いつの間にか本契約になっていて、料金が引き落とされていた」といった苦情・相談が考えられることから、一般消費者がそのような誤認をすることのないようにするためである。

特に、「お試し」「無料体験」「モニター」等の用語を用いる場合には、一般消費者が通常のサービスに移行するために手続が必要であるという誤認を生じるおそれが高いと考えられることから、手続の有無について適切な表示に留意する。

(3) 第3号は、無料又は割引キャンペーン期間中に適用される料金について、過去の料金又は将来の料金との間の比較表示を行うときの注意事項を定めるものである。キャンペーン期間中に適用される料金と過去の料金との比較表示を行うときに、当該過去の料金として適用実績のまった

15

くない料金又は短期間しか適用した実績のない料金を「通常料金」等相当期間にわたって適用されていた料金であるとの印象を与えるような名称を付して比較対照料金に用いるときは、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。又、「当該期間中に適用される料金」と「将来の料金（期間終了後の提供料金）」との比較表示を行うときは、キャンペーン期間終了後も「将来の提供料金」を実際に適用する予定がないにもかかわらず、「当該期間中に適用される料金」と「将来の提供料金」を比較対照料金に用いると、一般消費者に、実際のものよりも有利であるとの誤認を与えるおそれがある。したがって、キャンペーン料金の比較表示については、最近相当期間にわたって実際に適用されていた料金又はキャンペーン終了後に実際に適用する予定の料金など、十分な根拠のある料金を比較対照料金として用いる必要がある。

(4) 第4号は、無料又は割引キャンペーンの適用対象となる一般消費者が限定される場合（例えば、新規加入希望者のみを対象とし、他のサービスプランの既加入者であってプラン変更を希望する者は対象としない場合等）には、その旨を表示すべき旨の規定があるが、一般消費者が当該キャンペーンが誰にでも適用があるものと思ってサービスを選択するケースが多いと考えられることから、キャンペーン適用対象となる者が限定される場合には、対象となる者の範囲をわかりやすく表示する。

第10条（提供開始までの期間に関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの広告において、契約の申込みからサービスの提供開始までの標準的期間に関する表示をする場合であって、引込工事や宅内工事等の遅れにより表示された期間内にサービスの提供を開始することができないおそれがあるときは、その旨を表示するものとする。

本条は、契約の申込みからサービスの提供開始までの標準的期間に関する表示について、表示された期間内にサービスの提供を開始することができないおそれがあるときは、その旨を表示すべき旨を定めるものである。これは、申込みから利用できるかのような表示をすることにより、実際のものよりも有利であるとの誤認を一般消費者に与えるおそれがあるためである。

このほか、標準的な期間を表示するか否かにかかわらず、例えば、申込みからサービスの提供を開始するまでのフローを時系列にして図示するなどにより、サービスの提供を開始するまでのだいたいの期間が消費者にわかるように努める。

第11条（サポート体制に関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの広告において、電話等によるサポート体制について表示する場合には、客観的事実に基づく具体的な内

16

容を表示するものとし、十分な根拠なくサポート体制の充実ぶりを強調した表示をする等、一般消費者の誤認を与えるような誇大な表現を用いてはならないものとする。

本条は、事業者のサポート体制に関して適切に表示すべき旨を定めるものである。
有線テレビジョン放送サービスは、技術的専門性が高く複雑であることから、サポート体制の充実ぶりに関する広告表示は、一般消費者がサービスを選択する際の判断要素の1つと考えられる。こうした状況の中、十分な根拠なくサポート体制の充実ぶりを強調する広告表示を行うことは、一般消費者の誤認を与えるおそれがあることから、誇大な表現を用いてはならないものとする。

第3章 有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関する基準

第12条（有線テレビジョン放送サービスに関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの広告においては、有線テレビジョン放送サービスの料金プラン名称、チャンネルラインナップ、料金、工事等について一般消費者に誤解を生じることのないよう明確かつ適正に表示するものとする。

本条は、有線テレビジョン放送サービスの広告表示に関して、適切に表示する旨を定めるものである。一般消費者が有線テレビジョン放送サービスを選択する際、誤認を招くことのないよう、商品内容や工事の有無、料金プラン等、適切に表示すること。

特に地上デジタル放送を視聴するためにサービス内容を十分理解しないまま、あるいは内容を誤解して有線テレビジョン放送サービスの申込みをし、後になってトラブルになるケースもあることから、一般消費者に、誤解が生じないよう適正な表示に留意する。

具体的には、以下のような事例は不適切である。

事例12-1：どのプランに申し込んでも地上デジタル放送が視聴できるにもかかわらず、限定されたプランに申込まないと地上デジタル放送が視聴できないかの如く高額なプランに誘導するような表示。

第13条（有線テレビジョン放送サービスの料金等に関する広告表示）

事業者は、有線テレビジョン放送サービスの料金等に関する広告においては、第8条に規定する事項を遵守するほか、有線テレビジョン放送サービス料金プラン、工事費、利用料金、割引サービス、ポイントサービス、オプションサービス（オプションチャンネルサービス、VODサービス、PPVサービス等）に関する表示をしようとする場合には、別表1から別表5に定める事項について、一般消費者に誤解が生じることのないよう明確かつ適正に表示するものとする。

2 事業者は、前項に定める事項について表示を行う場合には、媒体ごとに別表5に規定する表示方法に従って表示するものとする。

(1) 第1項は、有線テレビジョン放送サービスの料金等に関する広告において一般消費者に誤解が生じることがないように適正に表示すべき事項を定めるものである。但し、一般消費者に誤解が生じることがなければ、別表1から5に定める事項について、必ずしも網羅的に表示しなければならないものではない。

(2) 第2項は、本条で表示すべきものとして定められている事項については、一般消費者がサービスを選択するにあたり特に重要な事項であることから、当該事項を表示する場合の具体的なポイント数等については、媒体ごとに別表5の定めに従う旨を定めるものである。

具体的には、以下のような事例は不適切である。

事例13-1：有線テレビジョン放送サービスの広告において、様々な制約条件があるにもかかわらず、その旨を非常に小さく表示し、料金の安さのみを強調して表示する場合。

事例13-2：有線テレビジョン放送サービスの割引サービスに関する広告において、当該割引サービスに加入可能な料金プランは一部に限られるにもかかわらず、その旨を明示しないで割引サービスの訴求を行うこと。

事例13-3：有線テレビジョン放送サービスの割引サービスに関する広告において、最大の割引率のみを表示したうえで、当該割引率が適用される加入年数や違約金等の条件を明示しない場合。

第4章 雑則

第14条（広告媒体ごとの留意事項）

事業者は、映像媒体や印刷媒体などの表示時間やスペースが限られる媒体で、有線テレビジョン放送サービスの広告を行うときは、本自主基準で表示すべき旨定められた事項を一部変更又は省略することができる。但し、一般消費者の誤認を招くことのないよう、本自主基準の趣旨を踏まえるとともに、各広告媒体の特性に合わせ、適切な表示を行わなければならない。

2 事業者は、インターネット媒体により広告表示を行う場合、常に最新の内容を正確に表示するよう、特に配慮するものとする。なお、パナー広告については、以下の全ての要件を充たすパナー広告のリンク先に有線テレビジョン放送サービスの内容又は取引条件に係る重要な情報が表示されている場合、当該広告表示が本自主基準を遵守しているか否かはリンク先の表示と併せて判断するものとする。

- 一 パナー広告の文字列に、リンク先の表示内容が分かる表現が用いられていること
- 二 パナー広告の文字列が、文字の大きさ、配色等に配慮し明瞭に表示されていること

3 事業者が、音声媒体により有線テレビジョン放送サービスの広告を行う場合についても、本自主基準が適用されるものとする。但し、音声媒体に適用することが性質上困難な事項については、自主基準の趣旨を踏まえ適切な表示を行うものとする。

本条は、表示時間や表示スペースなどが限られる広告媒体における広告やインターネット媒体による広告等における遵守事項を定めるものである。

(1) 第1項は、表示時間や表示スペースが限られる広告媒体における広告の際の遵守事項を定めたものである。

テレビCMなどの表示時間が限られる広告媒体や、新聞・雑誌等の紙面の一部に掲載する広告、ポスター、看板などの表示スペースが限られる広告媒体により、有線テレビジョン放送サービスの広告を行うときは、本自主基準に定める事項のすべてを表示することは困難であることから、一部変更又は省略することができるものとする。

ポスター、看板などのほか、表示スペースが限られる場合としては、

- 携帯電話・PHS端末向けの電子メールによる数行程度のテキスト広告
- 販促用ティッシュペーパーに同梱するチラシ などがある。

又、一部変更又は省略することができる事項としては、

- 「大幅値下げ」等の安さを強調する料金表示における根拠
- 割引料金の表示における、割引の適用対象、期間、別途要する費用及び条件

19

- キャンペーンの実施に関する表示における、適用期間、適用される料金項目、適用対象となる者などがある。

上記に従って自主基準に定める事項を一部変更又は省略した場合、本来表示すべき事項を一部変更又は省略することによって一般消費者の誤認を招くこととならないようにするため、本自主基準の趣旨を踏まえて、各広告媒体の特性に合わせた適切な表示に十分配慮することとするものである。

又、本条の規定により、本自主基準に定める事項を一部変更又は省略した場合、本自主基準で表示すべきものとして定められている事項の詳細について、店頭に備え置くカタログ、インターネット上のホームページ等、一般消費者がより詳細な情報を得ることができる手段を提供しなければならない。

例えば「お問い合わせは、電話サポートセンター（〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇）へ」「詳しくは、当社ホームページ（http://***.***.co.jp）をご覧ください。」などの表示を明瞭かつ分かりやすい表示方法により行うものとする。

なお、サービスもしくはプランの名称のみ又はそれにサービス内容を抽象的に形容する文言を付したのみを表示する場合には、本自主基準において一定の表示をすべきものとする旨の規定は適用されない。但し、名称に必要表示事項の具体的な内容が含まれる場合にはこの例外は適用されない。

サービス内容を抽象的に形容する文言には、例えば「基本料が半額の/3割安い」などは含まれない。

(2) 第2項は、インターネット媒体による広告表示の際の留意事項を定めるものである。インターネット媒体により有線テレビジョン放送サービスの広告を行うときは、一般消費者が最新の情報を閲覧することができるよう、常に最新の情報を表示するとともに、表示内容の更新日を正確に表示することにより、適切にサービスを選択することができるようにする。なお、ウェブページ上ではリンクを活用することにより多くの情報を表示することが可能であるが、一般消費者が見落としてしまわないよう、リンク先に重要な情報を表示するときは、当該リンクの文字列に、リンク先の表示内容が明確になるような表現を用いるほか、リンクの文字列の文字の大きさや配色等に配慮する。

具体的には、広告全体の記述の文脈にもよるが、携帯電話やPHS等のように画面の大きさに制約があるものでないにも拘らず、リンクの文字列として単に「注意事項」と記載するだけでは適切でない。適切な表示として、以下のようなリンクの文字列の表示がある。

- 「料金の詳細はこちらへ」
- キャンペーン詳細情報
- 「提供エリア検索」

又、パナー広告は、ごく小さなスペースで広告表示を行うものであることから、具体的な内容は当該パナー広告のリンク先において、本項の規定の趣旨を踏まえて、適切に表示する必要がある。

20

(3) 第3項は、音声媒体により有線テレビジョン放送サービスの広告を行う場合について定めるものである。音声媒体による広告は、視覚的に認識を伴わないため、主に映像媒体、印刷媒体、インターネット媒体等の視覚的認識を伴う広告を適用対象とした本自主基準を全て適用することは困難である。そこで、音声媒体についても、原則として本自主基準が適用されるものの、性質上適用が不可能な事項は適用されず、但し、本自主基準の趣旨を踏まえた上適切な表示を行わなければならないとしたものとする。

第15条（契約代理店による広告表示の適正化）

事業者は、当該事業者の有線テレビジョン放送サービスの提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理を業として行う者（契約代理店）が行う広告表示の適正を確保するため、契約代理店に対し、本自主基準に従った広告表示を行うよう、適切に指導するものとする。

2 事業者は、契約代理店に対して、有線テレビジョン放送サービスに関する正確な情報の速やかな提供に努めるものとする。

本条は、契約代理店による広告表示の適正化のための施策について規定するものである。

(1) 第1項は、契約代理店による広告表示の適正化のため、事業者が契約代理店を適切に指導すべき旨を定めるものである。

本自主基準は、事業者を対象とするものであるが、有線テレビジョン放送サービスの広告活動や営業・販売活動については、契約代理店も行っていることから、これらの契約代理店が行う広告表示の適正を確保することが必要である。したがって、これらの契約代理店についても、本自主基準の趣旨を踏まえて、広告表示を行うよう、有線テレビジョン放送事業者が契約代理店を適切に指導すべき旨を規定するものである。ここでいう契約代理店とは、事業者の有線テレビジョン放送サービスの提供に関する契約の締結の媒介、取次ぎ又は代理を業として行う者である。

具体的な指導の方法としては、例えば、

- 広告や営業活動を行う従業員向けのマニュアルの作成
- 定期的な研修の実施
- 契約代理店が独自に作成したチラシ類についても同自主基準に照らして問題がないものとなるよう、その適正の確保に努めることなどがある。

(2) 第2項は、契約代理店による広告表示の適正化のため、事業者が、契約代理店に対して、有線テレビジョン放送サービスに関する正確な情報の速やかな提供に努める旨を定めるものである。

第16条（見直し）

一般消費者が安心して有線テレビジョン放送サービスを選択することができるよう、有線テレビジョン放送サービスの広告表示の現状を踏まえて、適宜本自主基準の見直しを行うものとする。

本条は、本自主基準の見直し規定である。有線テレビジョン放送サービスは次々に新しいサービスが登場し、又、新しい料金プランが設けられるなど、今後ともその複雑化・多様化が急速に進展していくことが予想される。したがって、一般消費者が今後とも安心して有線テレビジョン放送サービスを選択することができるようにするため、有線テレビジョン放送サービスの広告表示の現状を踏まえた自主基準となるよう、適宜本自主基準の見直しを行うものとする旨を定めるものである。

別表1 有線テレビジョン放送サービス料金プランに関する事項

表示事項	
(1) 有線テレビジョン放送サービス料金プランの内容に係る事項	有線テレビジョン放送サービス料金プランの名称
	その他有線テレビジョン放送サービス料金プランの内容に係る重要な事項（有線テレビジョン放送サービス利用料に係る事項についてはそれぞれ別表2、3及び4にて定めるものとする）
(2) 有線テレビジョン放送サービス料金プランの申込み及び利用に係る前提条件又は制約条件	契約者の年齢等により、有線テレビジョン放送サービス料金プランの申込み前提条件又は制約条件がある場合には、その事項
	有線テレビジョン放送サービス料金プランの申込み（変更の申込みを含む）に関して、当該有線テレビジョン放送サービス料金プラン（又は変更後の有線テレビジョン放送サービス料金プラン）が適用される時期に条件がある場合には、その事項
	有線テレビジョン放送サービス料金プランの利用にあたり、併用不可能な料金プランその他のサービスがある場合には、その事項
	上記のほか、有線テレビジョン放送サービス料金プランの申込み及び利用に係る重要な前提条件又は制約条件がある場合には、その事項
(3) 通常利用者が負担する必要があるものであって、有線テレビジョン放送サービス利用料に含まれていないもの	

別表2 有線テレビジョン放送サービス利用料に関する事項

表示事項	
(1) 有線テレビジョン放送サービス利用料の内容に係る事項	有線テレビジョン放送サービス利用料が適用となる料金プランの名称
	有線テレビジョン放送サービス利用料の額
(2) その他有線テレビジョン放送サービス利用料に関する重要な事項	

別表3 割引サービスに関する事項

表示事項	
(1) 割引サービスの内容に係る事項	割引サービスの名称
	割引サービスの利用に費用が必要な場合にはその額
	割引率あるいは割引額(契約内容、契約年数、利用方法等により割引率(割引額)が異なる場合には、その事項)
	割引の対象に制限がある場合(契約内容、契約年数、利用方法により割引サービスの適用の有無又は割引率(割引額)が異なる場合には、その事項)
(2) 割引サービスの申込み及び利用に係る前提条件又は制約条件	契約者の年齢等により、割引サービスの申込み前提条件又は制約条件がある場合には、その事項
	割引サービスの申込み(変更の申込みを含む)に関して、当該割引サービス(又は変更後の割引サービス)が適用される時期に条件がある場合には、その事項
	割引サービスの利用にあたり、併用不可能な料金プランその他のサービスがある場合には、その事項
	上記のほか、割引サービスの申込み及び利用に係る重要な前提条件又は制約条件がある場合には、その事項
(3) 契約者からの申し出による割引サービスの解除に関する条件	契約者からの申し出による割引サービスの解除に関して、その適用がされる時期に条件がある場合には、その事項
	割引サービスの解除に伴い違約金(契約解除料等その名称を問わない)の支払いを要する場合には、その事項

別表4 オプションサービス（オプションチャンネルサービス、VOD サービス、PPV サービス等）に関し表示すべき事項

表示事項	
(1) オプションサービスの内容に係る事項	オプションサービスの名称
	オプションサービスの利用に費用が必要な場合にはその額
	オプションサービス利用料の額
	その他オプションサービスの内容に係る重要な事項
(2) オプションサービスの申込み及び利用に係る前提条件又は制約条件	オプションサービス申込み（変更の申込みを含む）に関して、当該オプションサービス（又は変更後のオプションサービス）が適用される時期に条件がある場合には、その事項
	上記のほか、オプションサービスの申込み及び利用に係る重要な前提条件又は制約条件がある場合には、その事項

別表5 「自主基準ガイドライン」の広告表示基準

媒体区分	表示区分
テレビ	<ul style="list-style-type: none"> ■露出秒数：2秒以上 ■文字の大きさ：文字安全フレームの左右の幅で1行30文字までとする。 ■なお、1画面30文字以上を表示する場合は2秒以上の露出とし、視認できる露出時間を確保するものとする。
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> ■問い合わせ先を明示する。 「詳しくは『会社名』へ」
新聞	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ：8ポイント以上
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： 純広は8ポイント以上、記事広は本文と同等の大きさ
屋外広告 （駅附帯看板を含む）	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ：標準導線の視認性に対し明瞭に判読できる大きさで表示する。
交通広告	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： B3サイズ未満＝8ポイント以上 B3サイズ以上＝14ポイント以上
w e b	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： 表示可能スペースを考慮し、判読できる大きさで表示する。
ポスター	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： B3サイズ未満＝8ポイント以上 B3サイズ以上＝14ポイント以上
チラシ・リーフレット・ツール	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： 表示可能スペースを考慮し、判読できる大きさで表示する。 文字が小さくなってしまふ場合は朱書きまたはアンダーラインなどの工夫をする。
総合カタログ	<ul style="list-style-type: none"> ■文字の大きさ： 表示可能スペースを考慮し、判読できる大きさで表示する。 文字が小さくなってしまふ場合は朱書きまたはアンダーラインなどの工夫をする。

重要事項説明書の業界標準

平成21年〇月〇〇日策定

平成21年〇月〇〇日施行

社団法人日本ケーブルテレビ連盟
コンプライアンス委員会

○ はじめに

「重要事項説明書の業界標準」は、地上デジタル放送推進全国会議の策定した「デジタル放送推進のための行動計画（第9次）」において、「ケーブルテレビ業界として…、営業活動に携わるすべての者が契約前に契約に係る重要事項を適切に説明できるよう、重要事項説明書等の業界標準を策定し、事業者の利用に資する。」との計画が盛り込まれたことを踏まえ、各ケーブルテレビ事業者が視聴者等に誤解を生じることのない適切な営業活動を行うために必要な取組の一環として、2008年3月に当連盟が制定した「有線テレビジョン放送事業の営業活動における消費者保護に関する自主基準及びガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）等に関して、ケーブルテレビ会社がお客さまと契約するに当たって使用する「重要事項説明書」に盛り込むべき事項を業界標準としてまとめたものです。提供するサービス内容の詳細については、各ケーブルテレビ事業者によって異なりますが、「営業コンプライアンス遵守にあたっての標準的な説明事項」とお考えいただき、総務省からも要請されている「適切な営業活動を行うために必要な取組」の一環として、本資料を参考として、各ケーブルテレビ事業者において「重要事項説明書」を作成する際にご活用ください。

〇〇〇（ケーブルテレビ事業者名等）の提供サービスに関する 重要事項説明書

- ※1 表現は必ずしも本資料に記載の表現に縛られるものではない。
- ※2 ◎の部分は、「業界標準ではないが、こうした規定を設ける場合の記載例」であることを意味する。
- ※3 事業者は、原則として、本資料を参考に地域・各社にあうように修正した重要事項説明書を作成し、それを交付して説明すること。

● お問い合わせは^{注1}

事業者名

住所

電話番号

ホームページ URL

問い合わせ先メールアドレス

^{注1} ガイドライン第4条第1項、第2項。裏面等の記載も可とする。

1. ご契約にあたり

- ① 未成年者のご契約は、親権者（法定代理人）の方の同意が必要となります。

加入申込書連絡先欄に親権者の直筆にてお申込を行うことへのご署名、ご捺印をお願いいたします^{注2}。

- ② ご高齢者とのご契約は、お申込をお受けした後、再度、契約の意志を確認させていただきます^{注3}。

- ③ 加入申込の撤回について

加入申込の日から起算して8日以内に、文書によりその申込の撤回または該当契約の解除の申し出を頂いた場合、加入申込の撤回を行うことができます^{注4}。（利用・購入済みのPPV、VOD サービス、・・・は除きます）

- ◎ 着工済みの工事費等の負担を視聴者に求める場合

「ただし、引込工事、宅内工事等を着工済み、または完了済みの場合はその工事に要した費用及び原状回復にかかる費用を負担していただきます。」などと追記^{注5}。

- ◎ 加入申込書の記載事項の不備等によりサービスの停止、工事のキャンセルなどを行う場合

「加入申込書の記載事項に不備（名義、捺印、・・・）がある場合、設置工事完了後であってもサービスを停止させていただくことがございます。」

「加入申込書が弊社へ未到着の場合、既にお約束させていただきました工事をキャンセルさせていただく場合がございます。」などと追記。

- ④ ご契約に関わる問合せ・苦情につきましては、弊社お客様センター（電話：0000-00-0000）へご連絡ください^{注6}。

注2 ガイドラインには特にないが、一般的には極めて重要。

注3 ガイドライン第6条。具体的には、再度ご訪問、管理者による再確認などを行うこととなる。

注4 ガイドライン第9条及び第4条第8項。8日を超過した申し出をどう扱うかについては、各ケーブルテレビ事業者における判断となる。

注5 ガイドライン第9条三項。現時点では完全なクーリングオフではない。工事費等を利用者に負担させるか否かについては、ケーブルテレビ事業者の判断。（ガイドラインをそのまま適用するか、また実際の運用をどうするかはケーブルテレビ事業者判断であり、内容に応じて変更。）

注6 ガイドライン第10条第2項。

2. サービスについて^{注7}（※ケーブルテレビ事業者により異なるため、各社において記載。別紙併用も可。）

- ① 視聴者が加入可能サービスの名称、種類・品質、提供エリア、料金、提供開始時期は必ず明記。キャンペーンがあるときは適用期間、適用範囲、適用対象等のキャンペーンの条件も明記。

○ 地上デジタル放送の視聴について^{注8}

a 地上アナログ放送の視聴について

地上アナログ放送は 2011 年 7 月 24 日をもって終了し、地上デジタル放送へ移行いたします。
（総務省発表）

（アナログ放送終了までは、アナログテレビでもテレビ放送を視聴いただけます）

b 地上デジタル放送の視聴方法について

(a) お客さまご自身で地上デジタル放送を視聴する場合（主に戸建にお住まいの方）

UHF アンテナの設置が必要になります。（既に UHF アンテナを設置済みの場合は不要）

あわせて、地上デジタル放送波受信チューナーもしくは地上デジタルチューナー内蔵テレビが必要となります。

※ お住まいの地域、建物内のテレビ配線、その他施工方法、接続機器などによりましてはご視聴いただけない場合がございます。

(b) 弊社に加入して地上デジタル放送を視聴する場合

弊社から貸し出すデジタルセットトップボックス（STB）を接続したテレビでは、地上デジタル放送のほか、BS デジタル放送、CS デジタル放送がご視聴いただけます。

ご利用にあたり、加入金や機器の設置工事費および月額利用料が必要となります。

3. お支払について^{注9}

- ① お支払方法は、お申込頂いた金融機関口座もしくはクレジットカードによる自動支払いといたします^{注10}。

◎ 支払が確認できないときにサービスを停止することがある場合

「口座もしくはクレジットカードによりお支払が弊社で確認できない場合は、サービスの停止をさせていただきますのであらかじめご了承ください。」などと追記。

^{注7} ガイドライン第4条第3項、第4項、第6項。

^{注8} ガイドライン第5条。地デジ視聴方法はケーブルテレビだけではないことをご理解いただいているかの確認が趣旨である。

^{注9} ガイドライン第4条第5項。

^{注10} 受付可能な支払方法をすべて記載。

【口座支払の場合】^{注11}

- a 口座振替の場合は、お申込頂いた口座より毎月〇×日を基本とし、金融機関休業日の場合は翌営業日となります。
- b ご請求させていただく毎月の利用料に変動があった場合、弊社よりお客様に対し引落通知書をお送り致します。
- c 引落口座を変更される場合は、所定の書類をお送りさせていただきます。設定には1～2ヶ月お時間を頂きますのでお早めにご連絡いただきますようお願い致します。

【クレジットカードの場合】

- a クレジットカード会社の場合は、各クレジットカード会社によって請求日が異なりますのでカード会社より届きます請求書にてご確認願います。(弊社からはお送りいたしません。)
- b ご登録いただきましたクレジットカードの有効性をクレジットカード会社に確認させていただきます。
その際、結果が「無効」と判定した場合は弊社よりその旨のご連絡とあわせ、他のお支払方法の設定をお願いしております。
- c クレジットカードについてのお問合せは、ご契約者さまのお名前・ご住所・電話番号をうかがった上で、後日、書面にて回答を郵送させていただきます。
- d クレジットカード番号の変更を希望される場合は、別途所定の申込書にてお申し出下さい。

【引落通知書について】

初回の請求時および、ご請求金額が前月と異なる場合発行いたします。

NHK団体一括支払いを2ヶ月払いでご契約されている場合は、NHK受信料以外の金額に変動があった場合に発行いたします。

4. 解約について^{注12}

- ① サービスの解約を希望される場合は、解約を希望される月末の〇日前までに弊社までご連絡下さい。

書面による手続きをさせていただきます。

所定用紙（解約申込書など）は、弊社へご連絡いただければご契約者様へお送りいたします。

- ◎ 電話サービス解約時の番号移行に関する注意事項を記載したい場合

「電話番号を変更先事業者で継続して利用されることを希望する場合は、変更先事業者へご連絡ください」などと追記。

- ◎ 最低利用期間に関する取決めを記載したい場合^{注13}

注11 ガイドライン第4条第5項。支払時期の説明は必須。

注12 ガイドライン第4条第9項。

注13 ガイドライン第4条第9項イ、ロ。最低利用期間を設けている場合には、条件を明記。残料金を負担いただく部分の説明が重要。

「サービスの最低利用期間は、サービス開始月を含む〇ヶ月です。〇ヶ月以内に解約された場合は、残余の期間に対応する金額（消費税含む）を一括してお支払いいただきます」などと追記。

② 解約月基本料金^{注14}

〇〇サービス

停止した日にかかわらず1か月分の利用料をいただきます。（一例）

△△サービス

解約日までの日割した利用料をいただきます。（一例）

※利用料とは、基本料金＋コース料金となります。（一例）

③ 解約時には、撤去費用がかかります。撤去費については、●ページをご参照ください^{注15}。

◎ 解約時における撤去工事に関して、広い意味での注意事項がある場合

「撤去工事の際は、弊社技術員がお客様のお宅にうかがわせていただき、機器などを撤去させていただきます」

「お客様ご自身での撤去は、弊社の施設にノイズなどの悪影響が出る原因となり、ほかのお客様にご迷惑がかかりますので、ご自身での設置機器等のお取り外しは決して行わないでください」などと追記^{注16}。

◎ 解約の際の機器の取扱い、貸与機器に関する返却がない場合の損害金の取扱いについて記載したい場合

「加入契約約款および規約により解約の場合、直ちにSTBやモデム等の機器一式を返却していただきます」

「また、返却のない場合には〇ページに記載しております損害金をお支払いいただきます」などと追記^{注17}。

5. コース変更について^{注12}

コース変更する際には、工事が伴う場合がございます。そのため、変更までにお時間がかかる場合もございますので、お早めにお申込ください。

コース変更は月単位となっております。月の途中からの変更がお受けできない場合がございますのであらかじめご了承ください^{注18}。

工事が伴う場合、別途工事代が発生いたします。詳しくは弊社までお問合せください。

※テレビサービスやインターネットサービス・電話サービスを新たにお申込みもしくはご解約される場

注14 ガイドライン第4条第9項。解約月の基本料金等の取扱いについて明記。

注15 ガイドライン第4条第9項。撤去費用がかかる場合に必ず記載。

注16 ガイドライン第4条第9項。広い意味での注意事項があれば、明記。本項は特に双方向対応設備の場合である。

注17 ガイドライン第4条第9項ロ。解約の際の機器の取扱い、貸与機器に関して返却がない場合の損害金等の取扱いについて、必要に応じ明記。

注18 変更可能な時期の記載は必須。

合は、コース変更の手続きとは別になります。お手数ですが、弊社までご連絡いただけますようお願いいたします。

6. 一時停止について^{注12}

- ① 一時停止（休止）を希望される場合は、希望される月の○日以上前までに弊社までお申し出ください^{注18}。

利用されている有料チャンネル（※1）、サービス（※2）も含め一時停止（休止）させていただきます。

※1 （特定のチャンネル名）について停止を希望される場合は、別途お客様より〇〇カスタマーセンターへご連絡いただけますようお願いいたします。

※2 （特定のサービス名）について、有料サービスは自動的に一時停止（休止）となりません。利用を停止されることを希望の場合は別途お手続きいただきますようお願いいたします。

- ◎ 一時停止可能な期間に制限がある場合

「一時停止（休止）の最長期間は○ヶ月となり、再開後○ヶ月間は一時停止をお受けすることができません。また、期間満了した場合はサービスおよび利用料について自動的に再開となります」などと追記^{注19}。

- ◎ 一時停止（休止）期間中に料金が発生する場合

「一時停止（休止）期間中は下記の月額料金が発生いたします。あらかじめご了承ください」
「電話サービスの場合、サービスの休止・中断はできますが中断中であっても基本料金がかかりますのであらかじめご了承ください」などと追記（料金を記載）^{注20}。

- ◎ 一時停止（休止）期間中における貸与機器に関する取扱いについて記載する場合

「一時停止（休止）期間中は、当社から貸し出しております機器につきましてお客様の保管となります」などと記載。

7. サービスの再開について^{注12}

- ① 〇〇サービス

一時停止（休止）受付時にお申し出いただきました期間満了後自動的に再開とさせていただきます。

期間満了前の再開および一時停止（休止）期間の延長については、別途弊社までお申し出ください。

^{注19} 一時停止可能な期間に制限があれば必ず記載。

^{注20} 料金がかかる場合には、必ず記載。

② 有料チャンネル・有料サービス

サービス再開後も視聴および利用を希望される場合は、別途お申し込みいただきますようお願いいたします。

③ NHK団体一括支払い

一時停止(休止)開始の時点でNHK団体一括支払いについて解約手続きをさせていただきます。再開後も引き続きNHK団体一括支払いを希望される場合は、NHK団体一括支払いへ再度お申込いただきますようお願いいたします。

※ お客さまへの効果、地域特性等を各事業者において勘案の上、本書末尾等に以下の記載を検討

(社)日本ケーブルテレビ連盟では、加盟事業者による消費者保護の一層の徹底を図るとともに、視聴者・国民の皆様のケーブルテレビに対する理解の醸成を図るため、「お客様相談窓口」を開設し、お客様からのご相談を承っています。

Tel03-3490-3830 毎週月曜日から金曜日(祝祭日を除く) / 9:30~17:00