

## FTTHサービス

- **【優】**は、優良事例として他の電気通信事業者においても取組が期待される事項(案)
  - **⇒太字下線** は、既に対応している事業者を除き、各電気通信事業者による改善・検討が求められると考えられる事項(案)
  - 文中、「～指摘済み」とある事項については、調査の過程で総務省より指摘し、各社において既に対応済み、又は対応中のものであるが、これらについては第2回会合後に改めて確認を行うこととしている。
- ※ 本資料は、現時点で明らかになった範囲での結果を示したものであり、電気通信事業者の業務運用状況について、本資料で指摘していない点が適切である旨を総務省として確認する趣旨ではない。

## 1. 説明書面の記載内容

- 説明義務の遵守の観点から各社の説明書面(説明に当たって消費者に交付しなければならない書面)の内容を確認した結果、料金、解約条件など法定の説明事項は記載されており、この点、法令上の明確な問題は認められなかった。

## 2. 適合性原則に基づく説明の方法(運用の方法)

- 利用者の知識、経験、契約目的に照らし必要な方法及び程度により説明しなければならないとする「適合性原則」の適正な実施の観点から各社の説明の方針を確認した結果、主に次のとおり、同原則を踏まえた説明を実施していると回答。

### 【利用者一般に対して】

- ・ 各社とも、属性把握に努め、必要に応じて、繰り返し説明を行う、難しい専門用語の使用を避ける、ゆっくり喋る、質問がないか確認するなど丁寧な対応を実施。
- 【優】1社において、利用者との対応における特記事項について履歴を残し、再度の対応においては、当該履歴を基に個々の利用者に合わせた対応を実施。

### 【高齢者に対して】

- ・ 調査を実施した18社中、12社においては、65歳から80歳の間で基準を設定、6社については、年齢基準ではなく利用者とのやりとりや所作から判断することとし対応。
- ・ 年齢基準の有無に関わらず、高齢者と判明した場合は、丁寧な説明や意思確認を重ねるなど慎重な手続を実施。
- ・ 電話勧誘を行う各社では、電話口での年齢確認のほか、年齢が不詳の場合は応答状況により該当性を判断。なお、高齢者と判明、判断した場合は、意思確認を重ねる、家族への確認を実施。

### 【障がい者に対して】

- ・ 店舗販売を行う各社では、障がい者該当性を本人申告や対応状況等により把握し、筆談や手話による説明や丁寧な説明、家族の同席の上で説明といった取組を実施。
- ・ 電話勧誘を行う各社では、応答状況により該当性を判断し、丁寧な説明や家族への確認を実施。

### 【未成年者に対して】

- ・ 未成年からの申込を受け付けている各社とも、親権者の同意を求める対応を実施。

### 【リテラシーの高い利用者に対して】

- ・ 多くの事業者が本人申告に基づき、説明の省略、最小限の説明に留める対応を実施。

- 運用の実態・運用方法の実効性について、事業者・行政ともに、継続的に注視していくことが適切である。

### 3. 料金等の説明

#### (1) 総支払額に関する説明

- 各社とも、個々の通信料金その他の経費に係る説明は実施していると回答。一方で、初期費用含めた請求開始時の総支払額、オプションサービスの料金等やキャンペーン適用を含めた毎月等の総支払額の見込みについては、説明書面等で必ずしも示さず、又は交付していないと回答。
- 店舗や訪問販売においては、パンフレット等を見せつつ、手書きで総額を書き込み手交することもあるが、必ずしもそのような対応が取られる仕組みとなっていないものではない。また、電話販売においては、総額を口頭で伝えるよう代理店を指導等している事業者が5社確認出来たが、その他の事業者は、電話口で個別の料金等を説明しているものの、総支払額については必ずしも説明しておらず、また、説明書面等でも総支払総額の記載は行っていない。なお、工事費については、現地の工事次第で費用が変動する場合がある。
- 店頭や訪問販売においては、タブレット端末上の、また、パンフレット等に掲載の料金シミュレーターを用いて想定支払額を説明する取組があり、現状、初期費用やオプションの料金、キャンペーン適用までを必ずしも網羅しているものではないものの、総支払額の理解形成を図る取組の一つとしては有効と考えられる。シミュレーターの導入や精緻化、利用の普及、といった更なる取組が期待される。
- FTTHサービスの苦情等を発生要因で見ると、「通信料金・割引の説明不足」は主要な要因の1つ。

⇒ 総支払額(合計金額)の見込みも明示し、これを記載した説明書面等を交付する運用を基本とするよう検討すべきではないか。

※ なお、検討に当たっては、消費者に分かりやすい形で情報提供がされるという観点を踏まえることが必要。

#### (2) 契約解除に関する説明等

- 契約解除の連絡や方法、条件等については、基本説明事項として契約の締結などに当たり説明が必要であるほか、説明書面への記載が必要であるが、各事業者とも契約解除の方法や違約金等については説明を行い、また説明書面にはそれらを記載。
- 苦情等傾向分析の中間報告におけるFTTHサービスの苦情等を発生要因で見ると、「通信契約の解約条件等の説明不足」は一定数を占めている。
- 運用の実態・運用方法の実効性について、事業者・行政ともに、継続的に注視していくことが適切である。

## 4. その他の説明事項等

### (1) 品質に関する説明

- ベストエフォート型サービスについては、規格上の最高伝送速度(規格値)の説明とともに、規格値にかかわらず伝送速度が低下することがある旨など、その品質に係る制限事項を説明する義務があるが、各社ともその旨を説明。
- 転用の場合、転用元サービスの規格値は、利用者がその変更を希望しない場合、そのまま引き継がれるが、各社とも規格値が引き継がれる旨は説明。

### (2) オプションサービス(代理店独自のものを含む)の説明

- 各事業者を確認したところ、
  - ・ FTTHサービスのオプションとしては、光IP電話やテレビサービスの勧誘がなされることが多く、勧誘に関心を示した利用者に対しては、サービス内容や料金等提供条件の概要を説明した上で契約意思を踏まえた対応を実施。
  - ・ また、FTTHサービスを転用により契約する場合であって転用前から光IP電話やテレビサービスを契約している場合は、回線の転用と併せてこれらのサービスも転用することをデフォルトとしているケースがあった。なお、その旨を利用者に説明して手続を実施。
  - ・ FTTHサービスの勧誘に合わせて、代理店が独自のオプションサービスを勧誘する場合もあるが、各事業者は、代理店において当該オプションサービスの提供元の名称や料金等を記載する書面を作成し交付するよう指導を実施。
- オプションサービスに係る苦情の一つとしては、身に覚えのないオプションサービスに契約させられていたというものが寄せられている。
- 運用の実態・運用方法の実効性について、事業者・行政ともに、継続的に注視していくことが適切である。

## 5. 料金請求に関する情報提供の方法

- 契約後(利用中)の料金等に関する情報提供については、各社は、デフォルトの設定で利用者向けのウェブサイトに請求情報を掲載。請求情報が掲載された時の通知は、電子メール又は書面により8社がデフォルトで実施しているが、残る10社はデフォルトでの通知を実施せず。

⇒ 電子メール(SMSを含む)での利用者への連絡が可能な場合は(※1)、デフォルトで(利用者が不要としない限り)、請求額が確定した時に利用者に電子メールでの通知を行う運用を基本とするよう検討すべきではないか(※2)(※3)。

※1: 電子メールの連絡が不可能である場合には、少なくとも、書面により通知を受けるという選択肢について、契約時の説明その他の機会を捉えて利用者に周知することが適切と考えられる。

※2: 検討に当たっては、消費者に分かりやすい形で情報提供がされるという観点を踏まえることが必要。

※3: デフォルトで書面により通知している場合まで行うべきとする趣旨ではない。

## 6. 自動更新時の事前通知

- FTTHサービスは、昨年11月から、自動更新に該当する更新契約について、自動更新される際の事前通知が義務づけられている。
- 事前通知の実施状況について各社に確認したところ、以下のとおり、一部において、法令又は消費者保護ガイドラインに適合しない運用方法となっていたことが判明。
- ・ 自動更新時の事前通知は、利用者への説明義務の一環であるので、書面送付又はSMSを含む電子メール等の利用者への(プッシュ型の)通知により行わなければならないとされているが、1社は、自社ウェブサイト上の利用者ページに自動更新が行われる旨を掲載することで通知に足りるとの解釈での運用方法となっていた。(当該事業者に指摘済み)

## 7. 転用に係る不利益の説明

- 消費者保護ガイドラインにおいては、利用者がFTTHサービスの事業者を「転用」により乗り換えた場合、その直後に初期契約解除を行い、乗換え元のサービスに復帰を求めることが想定されるため、乗換え先事業者は、説明義務の履行に当たり、電話番号が変わる可能性があることや復帰に時間がかかる等、予想される不利益の内容を説明することが望ましいとされている。
- その点、
  - ・ 光卸サービスを転用により提供する各社(9社)においては、契約書面等で、各社、「転用前サービスに復帰するには新規の契約になる」あるいは「復帰出来ない恐れがある」と記載し、また、
  - ・ 6社は「電話番号変更の可能性」を、
  - ・ 4社は「工事(費用)発生の可能性」を、
  - ・ 2社は「復帰の手続は利用者が行う」ことを、
  - ・ 2社は「復帰に時間がかかる可能性がある」ことを記載し、
  - ・ 説明においては、「復帰するには新規の契約となる」、「復帰出来ない」、「資料をご覧下さい」などと案内している。
- 一方、実態面を確認すると、利用者からの復帰を希望する個別の申出に対応し、対応可能なものは復帰が行われケースもあり、更に、電話番号も変更にならず復帰となることもあると回答が見られた。
- 「転用」によりサービスを乗り換えたが、種々の事情により乗換え元サービスへの復帰を希望したところ、「電話番号が変更になってしまう」、「復帰に費用(工事費等)がかかる」といった事態になってしまったという苦情が見られる。苦情・相談の項目・観点における「解約の条件・方法」の割合は高く(第2位)、転用に伴う契約解除の苦情は多く発生していると考えられる。

⇒ 「転用」による事業者の乗換えに係る説明においては、元サービスへの復帰に際して、「電話番号が変更となる」、「費用がかかる」といった不利益が発生する可能性があることを、利用者に適切に伝えるよう検討すべきではないか。その際、「転用」が光卸サービスにおける各社共通の仕組みであることから、業界全体として、利用者への説明の在り方を検討するなどの取組を進めるべきではないか。

⇒ 「NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」(平成28年5月改定)で卸元の事業者から卸先の事業者に対し消費者保護の充実等の観点から当該ガイドラインの周知等を行うとされていることや、消費者保護の充実の観点を踏まえ、業界・光卸サービス提供事業者はもちろんのこと、NTT東西においても上記取組に必要な協力・連携をしていくことが重要ではないか。

## 8. 電話勧誘における説明

### (1) 電話による説明の了解等

- 電話勧誘において、説明事項を電話により告げる場合は、それを了解する旨の意思表示が消費者から明示的になされることが求められる。さらに、利用者が説明を受けた内容を確認できるようにするため、電話口での説明の後、遅滞なく、説明書面を交付する必要がある。
- 了解の取得状況について、電話勧誘を実施する各社に確認したところ、1社は、利用者への説明書面の送付後に電話勧誘を行うケースにおいて、利用者が当該説明書面を読んでいる場合に、そのことのみをもって電話による説明の了解は取得しないという、法令又は消費者保護ガイドラインの記載に必ずしも適合しない運用方法となっていた。(当該事業者に指摘済み。)
- 説明書面の交付は、料金や契約解除の方法等を記載した専用資料や、また、場合により、それに加えて重要事項説明書面やパンフレット等により実施しているとの回答が見られた。
- 【優】1社は、昨年11月から、その代理店が電話勧誘を行うに当たり、まず電話で利用者の関心度合いを見た上で、関心を持った利用者に対し説明書面を郵送して(又はダウンロードさせて)、日をおいて、再度、説明書面を手元に置いた状態で電話による説明を行うといった手順を実施している。

## 8. 電話勧誘における説明(続き)

### (2) 契約事業者に関する説明等

- 電話勧誘を行う光卸サービスを提供する各社に対して、電話勧誘時のサービス提供事業者に関する説明状況を確認したところ、利用者に誤認、誤解が生じないよう、提供事業者名を必ず名乗るなど、利用者の誤解を避ける取組を行っているとの回答。
  - ※ なお、光卸サービスは、NTT東西のFTTHアクセスサービスの「卸売」を受けて提供するため、事業者によっては、勧誘の際、販売経路を問わず「NTT東西の回線を利用する」といった形でNTT東西の名称を用いて説明する場合があるが、契約先事業者についての誤解を生んでいる可能性があるため、説明の際の留意点となる。
- 利用者の誤認、誤解を避けるため、代理店マニュアルにおいて、「提供事業者名を必ず名乗る」、「(転用の場合)提供事業者が変更となることを説明」、「NTT東西と誤認するような説明を禁止」といった規定を設け、適切な勧誘を行うよう代理店指導を行っているとの回答。
- FTTHサービスの苦情等を発生要因で見た場合、「事業者の信用度への不安」、「契約先事業者についての説明不足」が大きな割合を占める。
- FTTHサービスの苦情等を発生チャネルで見た場合、第1位は「電話勧誘」となっているが、電話でのやりとりだけで契約締結にまで至ることがあることを十分に利用者が認識していないとの指摘がある。

⇒ 光卸サービスについては、NTT東西が契約先事業者となるのではなく、光卸サービス提供事業者が契約先事業者となる旨、また、NTT東西からの連絡であるとの誤解やNTT東西のサービスメニュー変更等との誤解を招かないよう改めて説明を徹底すべきではないか。

※ なお、訪問販売においても同様に対応することが適当(店頭販売も引き続き留意)。

⇒ また、(電話(口頭)で利用者から契約の申込み又は承諾を受ける際は、そもそも一般的に、契約内容が適切に説明され、かつ、利用者の申込み又は承諾の意思が明確に表示されていることが前提になると考えられるものであるが、)利用者に対して、電話(口頭)での申込み又は承諾となる旨の説明を徹底すべきではないか。

※ なお、光卸サービスであるかを問わない。

## 8. 電話勧誘における説明(続き)

### (3) 説明内容の確認

- 電話による勧誘を行う各社においては、契約事業者や料金等費用、契約解除の方法等について説明を行っているとの回答。
- 利用者が説明内容を適切に理解しているかを確認する手段について、電話勧誘を行う各社に確認したところ、事業者又は代理店からの再度の電話により、契約意思と合わせて申込内容の確認(いわゆる「後確認」)を実施。
- 8社は、代理店の電話勧誘による申込について、電気通信事業者自らの後確認により、最終的な契約意思の確認を行っている。各事業者は契約時トラブルの減少に効果があったと評価しているほか、販売現場の実態を踏まえた代理店に対する指導や、代理店に対する研修時の事例としてフィードバックすることが可能となるとも評価。
- FTTHサービスの苦情等について発生チャネルで見ると、「電話勧誘」、「訪問販売」が大きな割合を占め、その要望内容は「契約解除」が第1位となっている。また、苦情等のうち発生要因として「不十分な契約意思の確認」、「虚偽の案内・断定的な判断による案内」の項目に分類されているものでそれぞれ見ると、いずれも「電話勧誘・訪問販売」が「その他店舗、コールセンター等」の約2倍高い割合となっている。

⇒ 代理店による電話勧誘により新規の契約(※1)を結ぶ場合は、契約意思を再確認するため、電気通信事業者自らの責任による後確認の実施を基本とするよう検討すべきではないか。また既に、自らによる後確認を実施している電気通信事業者も改めてこれを徹底すべきではないか(※2)(※3)。

※1 契約事業者が変更されない場合は除く。

※2 確認内容については、サービス形態や販売実態を踏まえて検討することが適当である。

※3 なお、代理店が行う訪問販売についても、同様に対応することが適当である。

## 契約書面での記載及び契約書面の交付

- 書面交付義務の遵守の観点から各社の契約書面の内容を確認した結果、10社の書面において、法令や消費者保護ガイドラインの記載に適合しない部分があることが判明。(当該事業者に指摘済み。)
  - ・不適合の例
    - ① 初期契約解除に係る記載について、例えば、「書面による解除が可能との記載がない」、「電話による解約方法のみを書面で案内」、「通常の解約時の請求を超えた対価請求額を設定等、対価請求額の記載が不適切」など、記載の不足、不適切な事例が9社の書面にあった。
    - ② 1社において、電子交付の承諾を取得せずに、書面記載事項の一部(初期契約解除の標準的な手続の記載)をウェブサイトのみに記載し、利用者には当該ウェブサイトを案内することで代えていた。
    - ③ 1社において、サービス提供開始の予定時期に関する説明を記載せず。
- 書面の「一覧性の確保」については、表形式を採用する、類似項目をまとめる、書面のサイズを拡大(A3化)し一様にするなどの回答があった。「一体性の確保」については、契約書面以外の別紙を含め一式で交付、重要事項説明書を入れ込んだ冊子形式とするといった取組を行っているとの回答があった。書面の分かりやすさの観点からは、図表の活用、文字の大きさについて、8ポイント化、利用者の閲覧が多い連絡先等の文字のポイントを上げる、書面を多色刷りとする等の取組が行われていた。なお、各社は、利用者からの意見等を受け見直しを行っているとのことであり、今後も分かりやすい書面作りを目指し改善を実施するとのことである。
- 書面の電子交付は4社において実施。

## 1. 解除方法の運用

- 初期契約解除制度は、契約書面の受領日を初日とする8日間が経過するまでの間に、利用者が契約解除を行う旨の書面を発することにより、事業者の合意なく契約解除を行うことができるものであるが、それに加えて、事業者独自の取組について確認したところ以下のとおり。
- ・ 【優】書面のほか、電話(1社)やファクシミリ(1社)による方法も書面に記載し解除申出を受付。
- ・ 【優】1社においては、契約書面受領日よりサービス提供開始日が遅い場合、後者を起算日とした8日間を初期契約解除の期間として運用。
- ・ なお、「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準及びガイドライン(第2版)」(平成27年1月、電気通信サービス向上推進協議会)を踏まえ、多くの事業者において、初期契約解除期間である8日間を経過した場合でも、工事前(又は工事予定確定前等)であれば無償でのキャンセルを実施。

## 2. 初期契約解除に伴う費用負担

- 初期契約解除に伴い利用者に請求できる額に関し、工事費用及び事務手数料の上限を対価請求告示で規定。
- 一部、書面上で対価請求額の記載が上限額を超えるなどの不適正な記載があることが判明したが、実際の運用を確認したところ、関係各社とも、実際の運用においては、工事費用及び事務手数料を対価請求告示で規定された上限額を超えて請求したことはない、又は無償での対応を実施との回答。
- ・ 【優】1社においては、改正法施行以前からの取組を継続し、工事費用の対価請求額を上限額である25,000円(一戸建て住宅)に比し半額以下の9,500円に抑えている。
- また、請求できるサービス利用料は、契約解除までに提供されたサービスの対価に相当する額であり、消費者保護ガイドラインでは、定額制のサービス利用料に関し、原則として日割り計算により精算されることが合理的であるとしている。この点、各社に確認したところ、10社が月額利用料の日割り計算で請求。
- ・ 【優】8社は月額利用料の対価請求を行っていない。

- 代理店指導等措置義務では、電気通信事業者は、代理店に対し、契約の締結等の媒介等を行う代理店業務の手順等に関する文書(以下「手順等文書」という。)の作成、代理店職員等に対する研修等の実施、監督措置の実施などの措置を講じなければならないことが定められている。これについて、媒介等業務が適切に行われることとなっているかという観点等から運用方法を確認したところ、下記のとおり、各社から、一定の措置を講じている旨の回答を得た。
- 運用の実態・運用方法の実効性については、事業者・行政ともに、継続的に注視することが適切である。

## 1. 手順等文書(マニュアル)の状況

- 特に改正後の電気通信事業法の遵守の確保との関係で媒介等業務が適切に行われることとなっているかという観点等から、各社の手順等文書の概要について確認したところ、電気通信事業法に基づく消費者保護ガイドラインの解説、業務運営、顧客対応上の留意点などを含む内容としているとの回答を得た。また、転用によるFTTHサービスの勧誘を行う電気通信事業者については、契約先事業者に係る誤認を防ぐトーク上の注意点を含む勧誘方法等について記載していると回答があった。
- 分量は十数ページから百数十ページ、更新は3ヶ月毎や1年毎の定期更新を実施するとの回答があったほか、サービスの追加・変更、販売業務の見直し等を踏まえた随時更新を実施している。

## 2. 電気通信事業者による研修の実施状況

- 販売現場に対する研修は、消費者保護ガイドラインの解説から、事務処理手順や顧客対応、サービス概要の説明などを内容として実施。
- 形式は、代理店関係者を集めた集合研修や電気通信事業者のスタッフが販売店を訪ね研修実施するもの、また、eラーニング形式といったもの、更に、これらを組み合わせて数ヶ月毎に実施。

### 3. 不実告知等の禁止及び勧誘継続禁止の遵守状況

- 不実告知等の禁止については、手順等文書において規定し、また、研修において指導を行っているとは回答。また、電気通信事業者の問合せ窓口に入る利用者からの苦情や相談を受けて、代理店における電話勧誘時の録音等を確認し、販売現場における勧誘状況を把握。必要に応じて代理店に対する個別指導を実施。
- 勧誘継続禁止については、各社とも、代理店で受け付けたものも含め、勧誘継続を望まない者をデータベース化して、販売現場にフィードバックさせていると回答。
  - ・フィードバックは、代理店を含む営業現場に共有する、又は、販売代理店が所持する勧誘先リストを電気通信事業者において確認し該当者を除いている。
  - ・不実告知等の不適切な勧誘を未然に防止するため、1社においては、代理店契約を結ぶ場合は、3ヶ月間を仮契約期間として、その間の販売活動の状況をモニタリングし、問題がないことを確認の上、正式な契約とする運用を実施。

### 4. 監督措置の実施の方法

- 監督措置に関し、各社においては、定期的に、また、勧誘トラブルが発生した際には随時に、販売現場での業務状況等について確認を実施。
  - ・電話勧誘を行う電気通信事業者においては、代理店を含め、電話勧誘の録音を実施し、監督措置の実施において活用しているとは回答。
  - ・訪問販売においては、契約のキャンセル率により代理店の営業状況を確認し、必要に応じ指導を実施。
  - ・自社において勧誘録音システムをクラウドで構築し、本システムを利用する代理店における通話録音を、当該事業者が直接オンラインで確認できるよう措置。

**⇒ 電話勧誘に係る苦情割合が高いことを踏まえ、電気通信事業者は、代理店業務の実施状況を定期的に確認するため、代理店における電話勧誘通話記録の定期的なサンプル調査を実施し、業務改善に活かす仕組みとするよう検討するべきではないか。**

## 5. 苦情・問合せの受付等の方法

- 苦情・問合せの受付等の方法について確認したところ、電話による苦情等の受付を実施している。
  - ・ 各社とも、利用者からの問合せについては対応記録を残し、その内容については、集計し分析することにより、苦情の原因や傾向を把握するよう努めている。
  - ・ 集計・分析の結果は、幹部に報告、定期会議で報告、社内関係部署に共有し、業務改善に役立てる。
  - ・ 顧客対応窓口のオペレーターにフィードバックし、また、研修用資料として活用し、顧客対応の向上に役立てる。
  - ・ 応答率を計測し、顧客対応窓口の体制を適正化する取組も見られる。
- なお、コールセンターでの対応が発生元となる苦情等が一定数存在し、その苦情等を発生要因で見ると、「その他誤案内・案内不足一般」が最も高い割合となっている。
- 利用者からの電話等による苦情等の内容を受けて適切に業務改善を行うことの継続が重要と考えられる。

## 1. 改善・検討事項【案】

### ① 総支払額の明示・交付

⇒ 総支払額(合計金額)の見込みも明示し、これを記載した説明書面等を交付する運用を基本とするよう検討すべきではないか。

※ なお、検討に当たっては、消費者に分かりやすい形で情報提供がされるという観点を踏まえることが必要。

### ② 料金の請求情報に関する通知

⇒ 電子メール(SMSを含む)での利用者への連絡が可能な場合は(※1)、デフォルトで(利用者が不要としない限り)、請求額が確定した時に利用者に電子メールでの通知を行う運用を基本とするよう検討すべきではないか(※2)(※3)。

※1: 電子メールの連絡が不可能である場合には、少なくとも、書面により通知を受けるという選択肢について、契約時の説明その他の機会を捉えて利用者に周知することが適切と考えられる。

※2: 検討に当たっては、消費者に分かりやすい形で情報提供がされるという観点を踏まえることが必要。

※3: デフォルトで書面により通知している場合まで行うべきとする趣旨ではない。

### ③ 「転用」に係る不利益の説明

⇒ 「転用」による事業者の乗換えに係る説明においては、元サービスへの復帰に際して、「電話番号が変更となる」、「費用がかかる」といった不利益が発生する可能性があることを、利用者に適切に伝えるよう検討すべきではないか。

その際、「転用」が光卸サービスにおける各社共通の仕組みであることから、業界全体として、利用者への説明の在り方を検討するなどの取組を進めるべきではないか。

⇒ 「NTT東西のFTTHアクセスサービス等の卸電気通信役務に係る電気通信事業法の適用に関するガイドライン」(平成28年5月改定)で卸元の事業者から卸先の事業者に対し消費者保護の充実等の観点から当該ガイドラインの周知等を行うとされていることや、消費者保護の充実の観点を踏まえ、業界・光卸サービス提供事業者はもちろんのこと、NTT東西においても上記取組に必要な協力・連携をしていくことが重要ではないか。

## ア 契約先事業者に関する説明等

⇒ 光卸サービスについては、NTT東西が契約先事業者となるのではなく、光卸サービス提供事業者が契約先事業者となる旨、また、NTT東西からの連絡であるとの誤解やNTT東西のサービスメニュー変更等との誤解を招かないよう改めて説明を徹底すべきではないか。

※ なお、訪問販売においても同様に対応することが適当（店頭販売も引き続き留意）。

⇒ また、（電話（口頭）で利用者から契約の申込み又は承諾を受ける際は、そもそも一般的に、契約内容が適切に説明され、かつ、利用者の申込み又は承諾の意思が明確に表示されていることが前提になると考えられるものであるが、）利用者に対して、電話（口頭）での申込み又は承諾となる旨の説明を徹底すべきではないか。

※ なお、光卸サービスであるかを問わない。

## イ 説明内容の後確認

⇒ 代理店による電話勧誘により新規の契約（※1）を結ぶ場合は、契約意思を再確認するため、電気通信事業者自らの責任による後確認の実施を基本とするよう検討すべきではないか。また既に、自らによる後確認を実施している電気通信事業者も改めてこれを徹底すべきではないか（※2）（※3）。

※1 契約事業者が変更されない場合は除く。

※2 確認内容については、サービス形態や販売実態を踏まえて検討することが適当である。

※3 なお、代理店が行う訪問販売についても、同様に対応することが適当である。

## ⑤ 代理店に対する監督措置の実施の方法

⇒ 電話勧誘に係る苦情割合が高いことを踏まえ、電気通信事業者は、代理店業務の実施状況を定期的に確認するため、代理店における電話勧誘通話記録の定期的なサンプル調査を実施し、業務改善に活かす仕組みとするよう検討すべきではないか。

**2. 優良事例** 【案】

- ① 利用者との対応における特記事項について履歴を残し、再度の対応においては、当該履歴を基に個々の利用者に合わせた対応を実施。
- ② 代理店が電話勧誘を行うにあたり、まず電話で利用者の関心度合いを見た上で、関心を持った利用者に対し説明書面を郵送して（又はダウンロードさせて）、日をおいて、再度、説明書面を手元に置いた状態で電話説明を行う。（昨年11月より開始）
- ③ 初期契約解除に関し、書面のほか、電話やファクシミリによる方法も書面に記載し解除申出を受付。
- ④ 契約書面受領日よりサービス提供開始日が遅い場合、後者を起算日とした8日間を初期契約解除の期間として設定。
- ⑤ 初期契約解除に伴う工事費用の対価請求額を告示で定める上限額の比し半額以下に抑制。
- ⑥ 初期契約解除に伴うサービス利用料の対価請求を行っていない。