

消費者保護ルールの在り方に関する検討会資料2020年10月27日

# 通信サービスの電話勧誘における 問題点について



公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会（NACS）  
ICT委員会



1

# NACS及びICT委員会の紹介

# NACSについて

- 設立は1988年、2011年に公益社団法人に認定
- 消費生活に関わる日本最大の専門家集団（消費生活専門資格保有が入会条件）、全国7支部で約2400人の会員がいる。
- 地方創生SDGsプラットフォーム（内閣府地方創生推進事務局）にも参画している。

目標：消費者と企業・行政をつなぎ、「持続可能な消費社会の確立」を掲げて消費者市民社会の実現を目指す。

会長：河上正二 副会長：大石美奈子、永沢裕美子

会員：消費生活相談員、企業の消費者部門の人、その他と様々。構成員の多様性がNACSの特徴  
他団体と比較して民間企業、団体所属の比率が高い。

退職後に自治会長や民生委員、金融広報アドバイザー等を拝命し多方面で活躍する会員も多い。

- 活動：◆消費者トラブルの解決 週末電話相談、ConsumerADR（解決サポート）、消費者なんでも110番  
◆消費者教育 講師派遣事業（学校講師派遣、一般講師派遣）、テキスト作成  
◆行政・企業・団体等との連携

# ICT委員会について

2018年8月 NACSの特別委員会「ICT特別委員会」として発足

2020年6月 本部の委員会「ICT委員会」となる

委員会の目的：

新しい生活様式によりコミュニケーション手段としてオンライン化が進展する中で、誰もがICTの利便性を享受し、安全・安心に使いこなせるように、消費者の立場から行政の施策などに対し提言し、かつ消費者へリテラシー向上の普及を図る。

- ・ 啓発用冊子「はじめてのスマホ」作成
- ・ 高齢者のICTリテラシー向上のための啓発コンテンツ作成

# 2

## 電話勧誘時の問題点について

# 1. 勧誘時のセールストーク

電話の冒頭で

「〇の光を使っていますよね」「安くなるプランが出ました」

## 【問題点】

消費者は、プランが変わるだけと誤認する。契約先まで変わるとは思わない。

→ “安くなるプランなら話を聞いてみるか” との気分になる。

誤認したままで話を聞くので、その次に「プロバイダが変わるだけです」等と言われても、特に気にはならない。

契約先が変わりどこになるのか、どこの回線を使うのか、冒頭で説明すべきでないか。

## 2. リスクを明示しない説明

興味を持った消費者に、「安くなる」と料金プランについて説明するが、HPなどに記載されている基本プラン料金だけの案内をする。

### 【問題点】

2015年2月開始の光コラボ以降、携帯電話料金（MVNOの格安SIMを含む）とセット割、電気料金とのセット割等の割引セットプランが増えた。

実際には、契約変更で割引特典が無くなり、利用料金が前より高くなる場合がある。

また、前契約の解約により分割払いだった工事費をまとめて請求される場合もある。

→それらリスクについて、消費者は電話口では思いつかない。高くなったと気づくのは、サービス開始後に利用料を請求されてからが多く、トラブルになりやすい。

虚偽説明でないが、料金が高くなる場合もあると例を挙げて注意喚起すべきではないか。

### 3. 契約の承諾をその日のうちに取り付け、その後説明書面と契約書面交付のタイミングが一致

- ① 最初に説明した人から説明を受け、口頭で契約する意思を示す。  
▼
- ② 当日中に上司と思しき人からの電話で、契約の承諾を確認される。  
業者名と担当者名、電話番号を告げられるが、代理店名だけである。  
▼
- ③ 説明書面、契約書面交付

#### 【問題点】

説明書面もないままに口頭の説明だけで承諾を取る。

③の説明書面交付は①の後。承諾を取る前に交付し、書面を見てもらいながら説明すべき。

## 4. 新規参入（？）の販売代理店が多い

光コラボ事業者とその販売代理店だけでなく、NTT東西ではないFTTHから光回線卸売を受けたFVNOの販売代理店のトラブルが多い。

### 【問題点】

- ・ 電話勧誘の基本を知らない業者が多く、勧誘に先立ち、業者名、氏名、契約締結の目的と商品についてきちんと説明しない。
- ・ 業者名、電話番号を聞いても、HPも作っていないような小さな業者が多いため、消費者が相手先業者の確認をできない。電話も繋がりにくい。

特に電気通信サービスは、どこの回線を使い、どこと契約するか、勧誘しているのはどの立場の業者か、業者が複数でわかりにくい。きちんと説明してから本題に入ってほしい。

## まとめ：NACSとしての要望点

- 電話勧誘の場合の説明順を徹底する。  
説明書面の交付 → 再度説明と質問した上で意思確認→契約書面を交付
- FVNOは販売代理店の管理を徹底する。FTTH業者もFVNOをマニュアル等で指導する。頻繁に問題を起こすようであれば代理店を切るくらい徹底してほしい。
- 初期契約解除期間を過ぎても契約締結過程に問題があったと認められる場合には誠実に対応し、事業者の責任で原状回復する。
- 電気通信サービスの不招請勧誘は原則禁止にする。
- 複雑化している通信業界の事業者間の関係（通信会社、代理店等のつながり）を消費者にもわかりやすく周知してほしい。



公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)