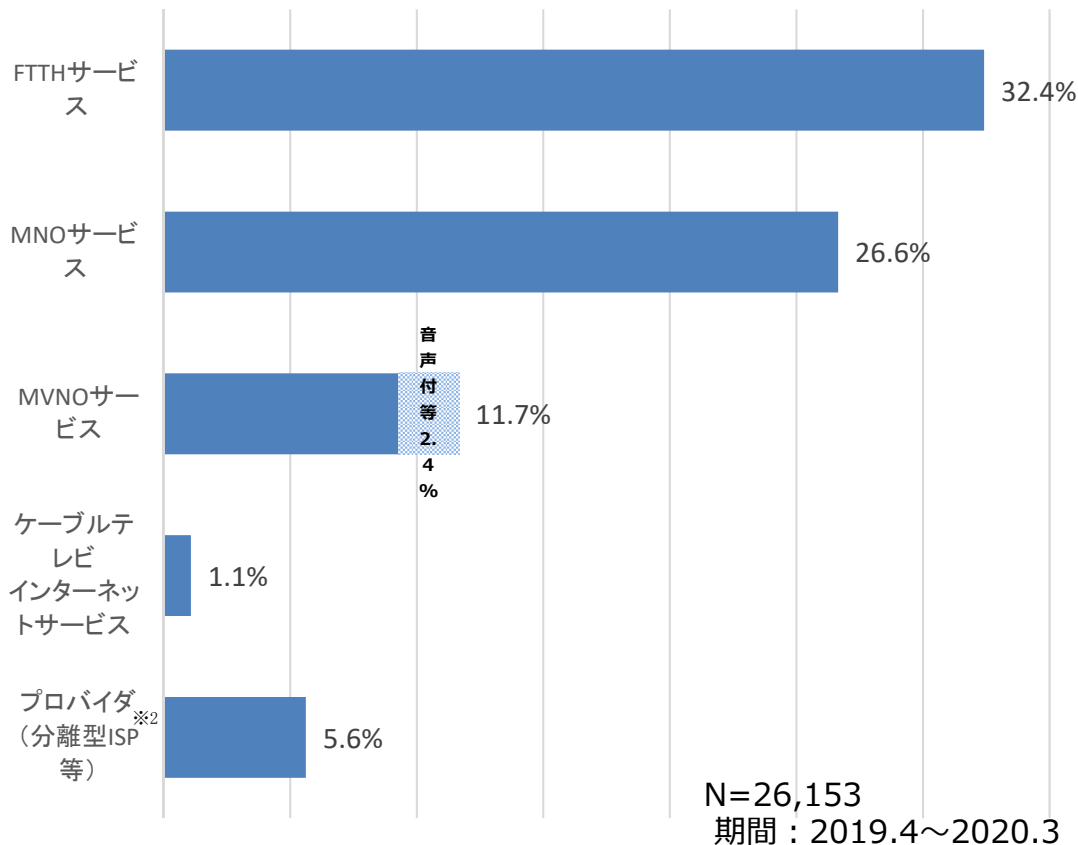


「電話勧誘における課題」について

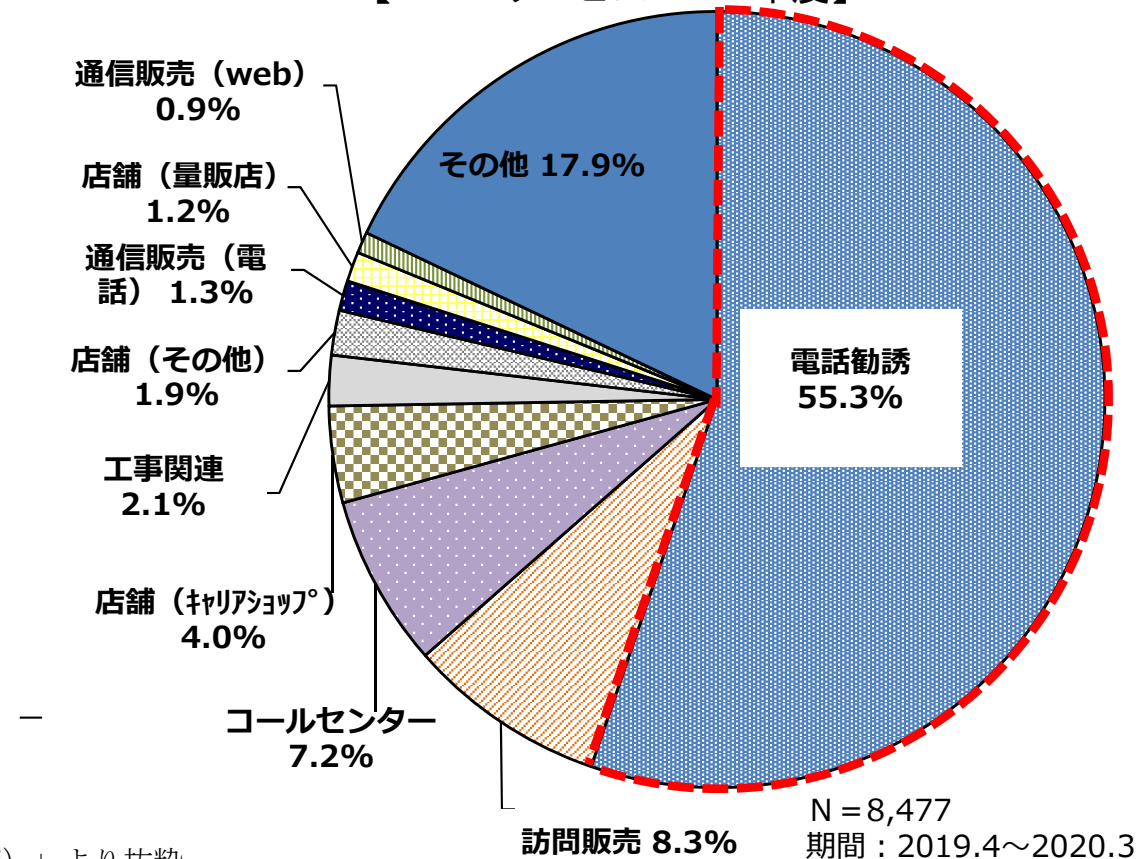
令和2年10月27日
事務局

- 第21回会合の説明資料で示したとおり、通信サービスに関して寄せられた苦情相談のうち、**全体に占める比率が最も高いのはFTTHサービスに関するもの(全体の3分の1程度)**であり、この傾向は第21回会合後に分析が完了した2019年度下半期についても同様であった。
- とりわけ、**FTTHサービスに関する苦情相談の起因となっている主な販路が電話勧誘(全体の約55.3%)**であることから、第21回会合でも議論されたとおり、電話勧誘の課題についてはより精緻な把握が必要と考えられる。

2019年度 サービス種別苦情件数割合

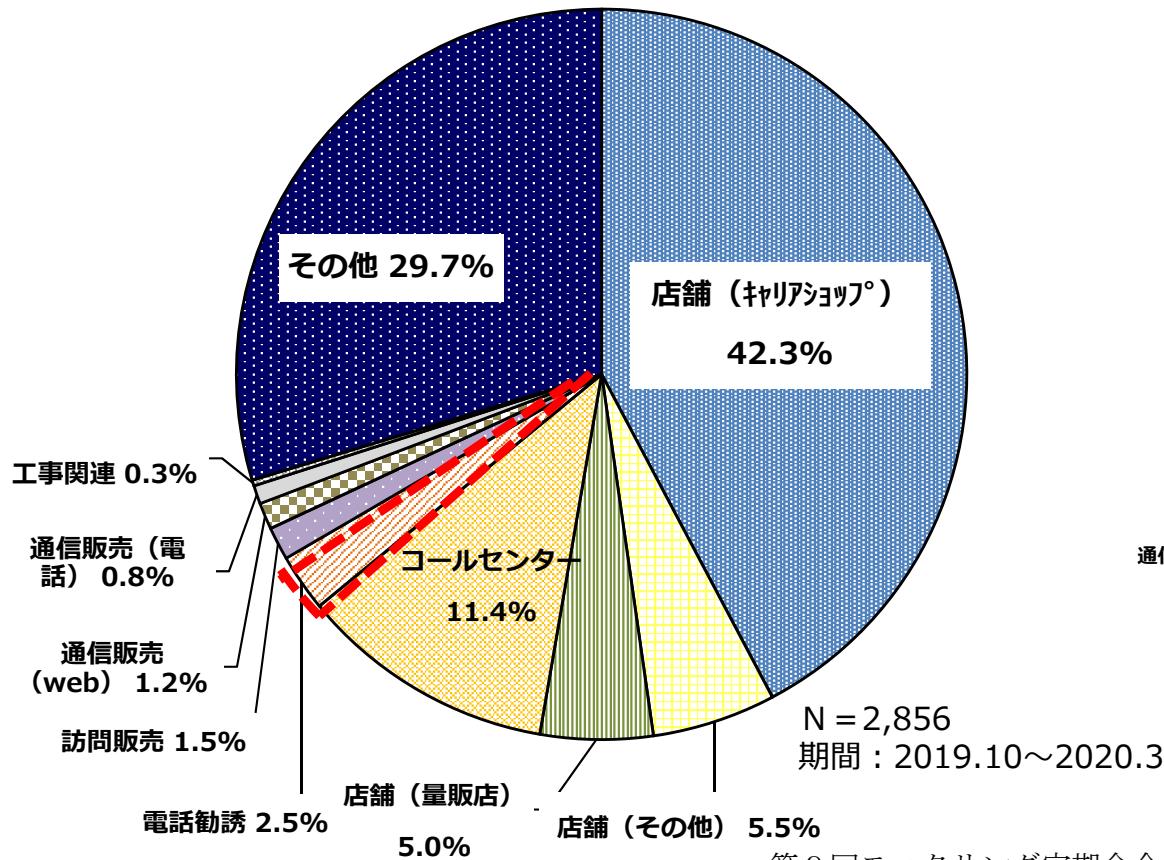


苦情相談の要因となったチャネル【FTTHサービス:2019年度】

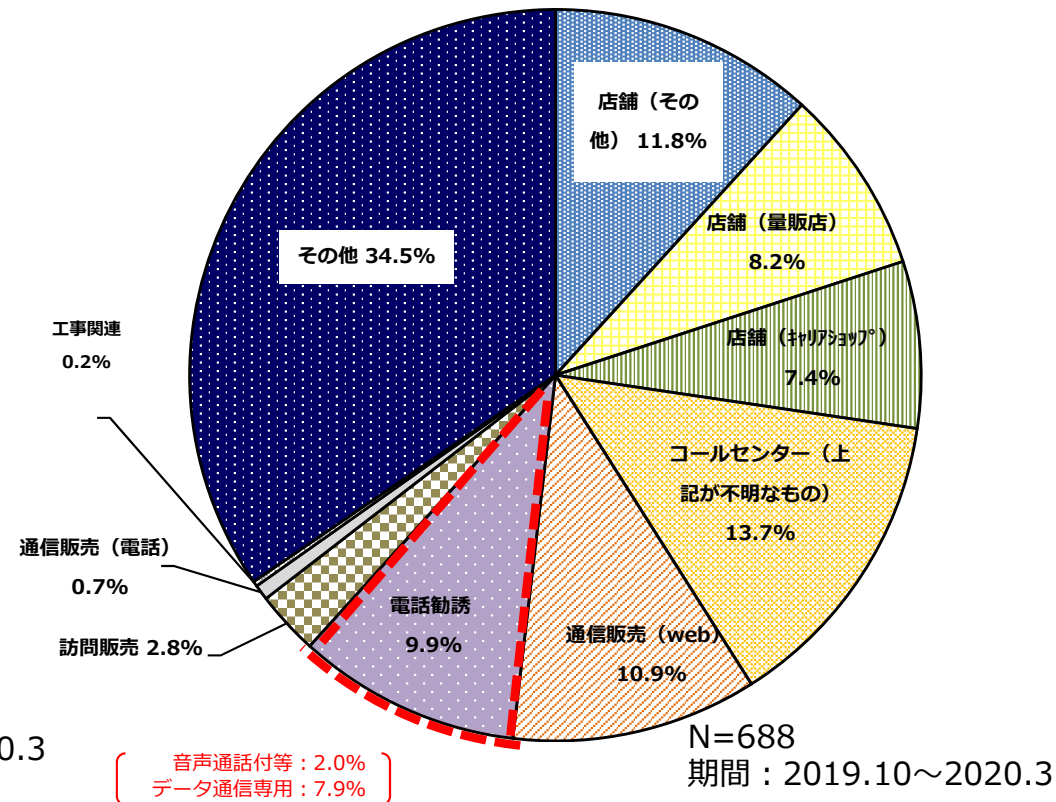


- FTTHサービス以外の主要通信サービスと比較すると、電話勧誘を起因として発生した苦情相談はMNOサービスでは約2.5%、MVNOサービスでは約9.9%と比較的少ない。
- このことから、通信サービスの電話勧誘の課題を精緻に把握するためには、まず、FTTHサービスの苦情相談を中心に議論を深めていくことが重要と考えられる。

<MNO>



<MVNO>



- 2019年度に全国の消費生活センターに寄せられた苦情相談（通信サービス以外の商品・役務等に関する苦情相談を含む）を販売方法で分類すると、「電話勧誘」は3番目に苦情相談件数が多い販売方法で、47,799件の苦情相談が寄せられている。さらに、「電話勧誘」に関する相談を商品・役務等ごとに見ると、「インターネット接続回線」（FTTHサービス等）に関する苦情相談が33.7%と最も多い（2位以下と大きな差がある）。
- このことから、他の商品・役務等との比較という観点でも、通信サービス、特にFTTHサービスの電話勧誘に関する苦情相談は分野横断で見たときにも大きな課題となっていると考えられる。

参考

表4 上位販売方法・手口別にみた相談の特徴（2019年度）

順位	販売方法・手口	件数	契約当事者の特徴	主な商品・役務等 (括弧内の数値は各項目計に占める割合)
1	インターネット通販	177,248	40歳代～60歳代、給与生活者	①健康食品（17.8%）、②デジタルコンテンツその他（16.2%）、③化粧品（11.4%）、④アダルト情報サイト（6.3%）、⑤商品一般（5.4%）
2	家庭訪販	49,139	70歳以上、無職	①新聞（9.1%）、②放送サービス（8.2%）、③電気（8.1%）、④屋根工事（6.3%）、⑤修理サービス（5.7%）
3	電話勧誘販売	47,799	70歳以上、給与生活者、無職	①インターネット接続回線（33.7%）、②商品一般（7.1%）、③電気（6.4%）、④健康食品（4.9%）、⑤デジタルコンテンツその他（4.3%）

（出典）独立行政法人国民生活センター
「P I O - N E Tにみる2019年度の消費生活相談の概要」

通信サービスの電話勧誘における課題の分析①

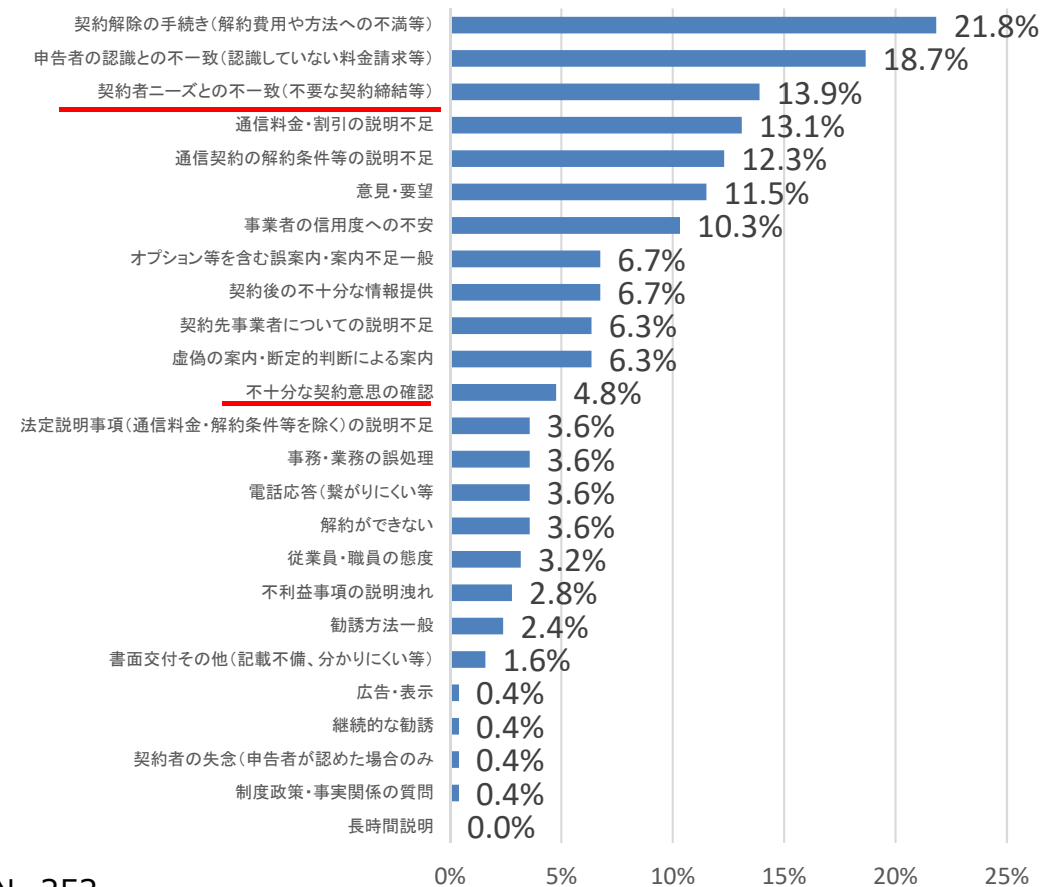
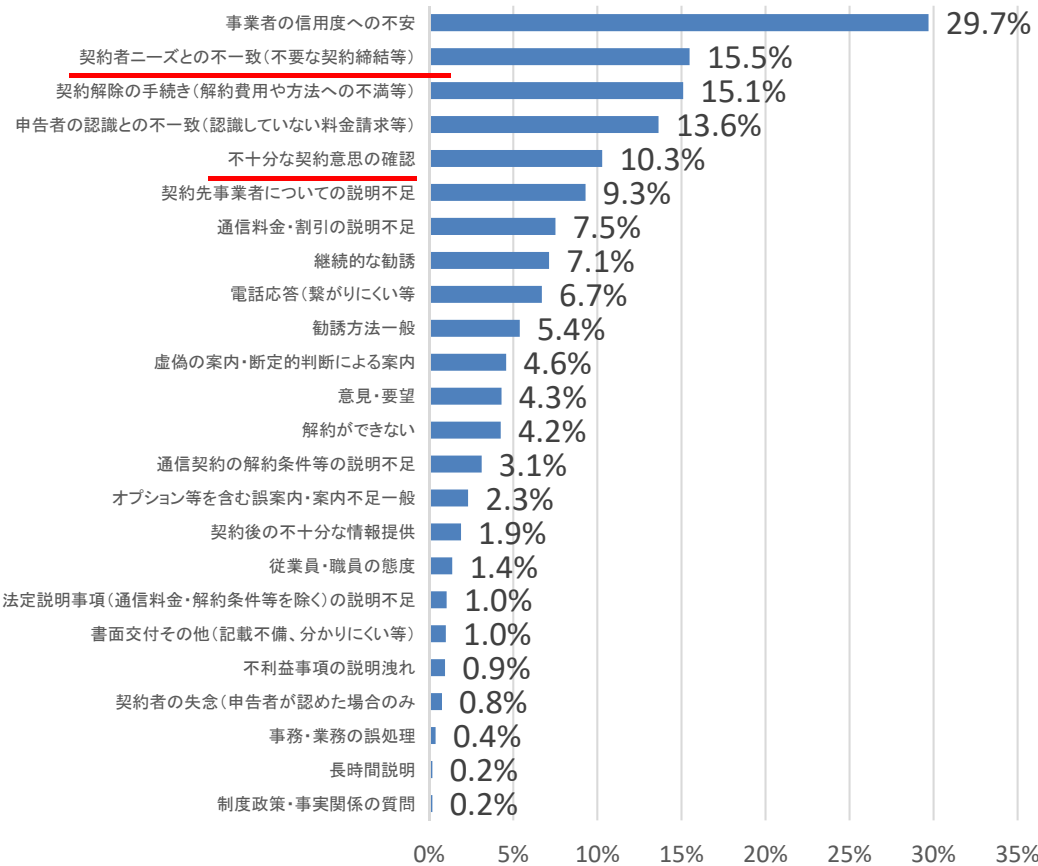
□ 電話勧誘を起因とするFTTHサービスに関する苦情相談₍₁₎の特有の問題点や対処について検討するため、店舗を起因とするFTTHサービスに関する苦情相談₍₂₎、MNOサービスに関する苦情相談₍₃₎及びMVNOサービスに関する苦情相談₍₄₎との間で「発生要因」を比較する。

苦情相談の発生要因から見える課題

※ 一件の苦情相談で複数の項目に該当するものがあれば、各項目(最大3項目)に計上しているため、合計は必ずしも100%にならない。発生要因が不明なものは、グラフから除外している。

(1) <苦情相談の発生要因【FTTH電話勧誘】>

(2) <苦情相談の発生要因【FTTH店舗】>

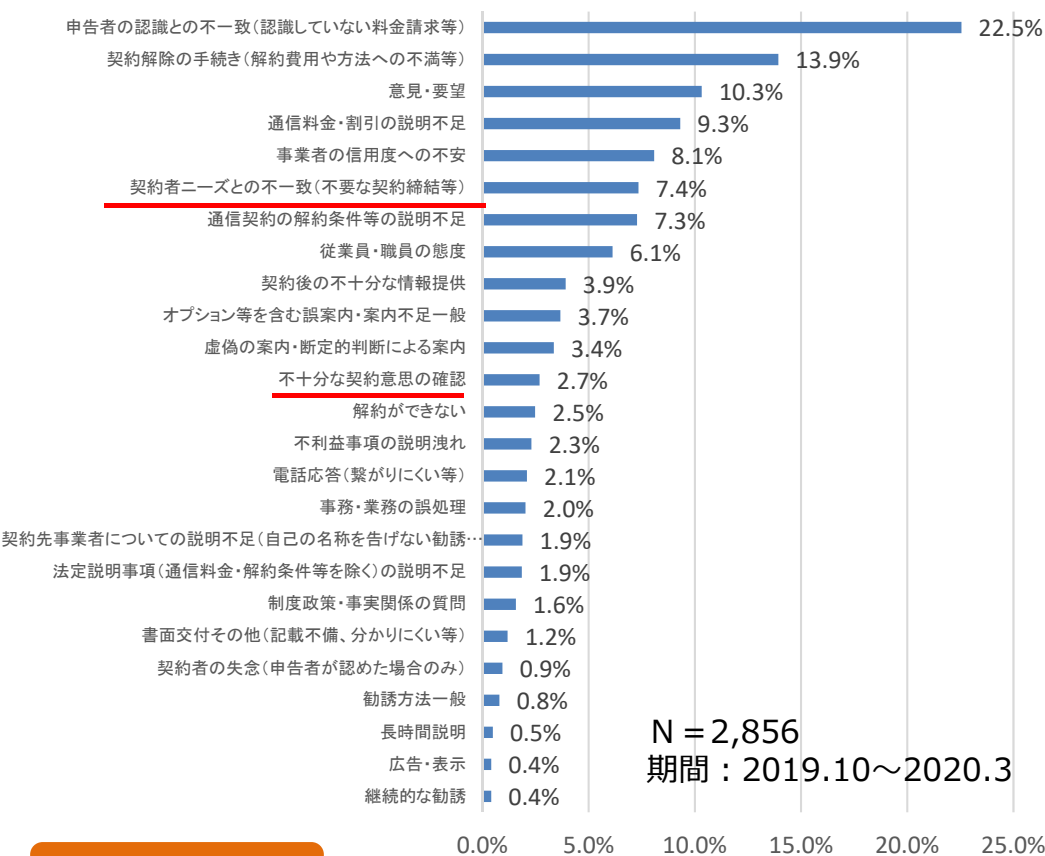


N=2,118
期間：2019.10~2020.3

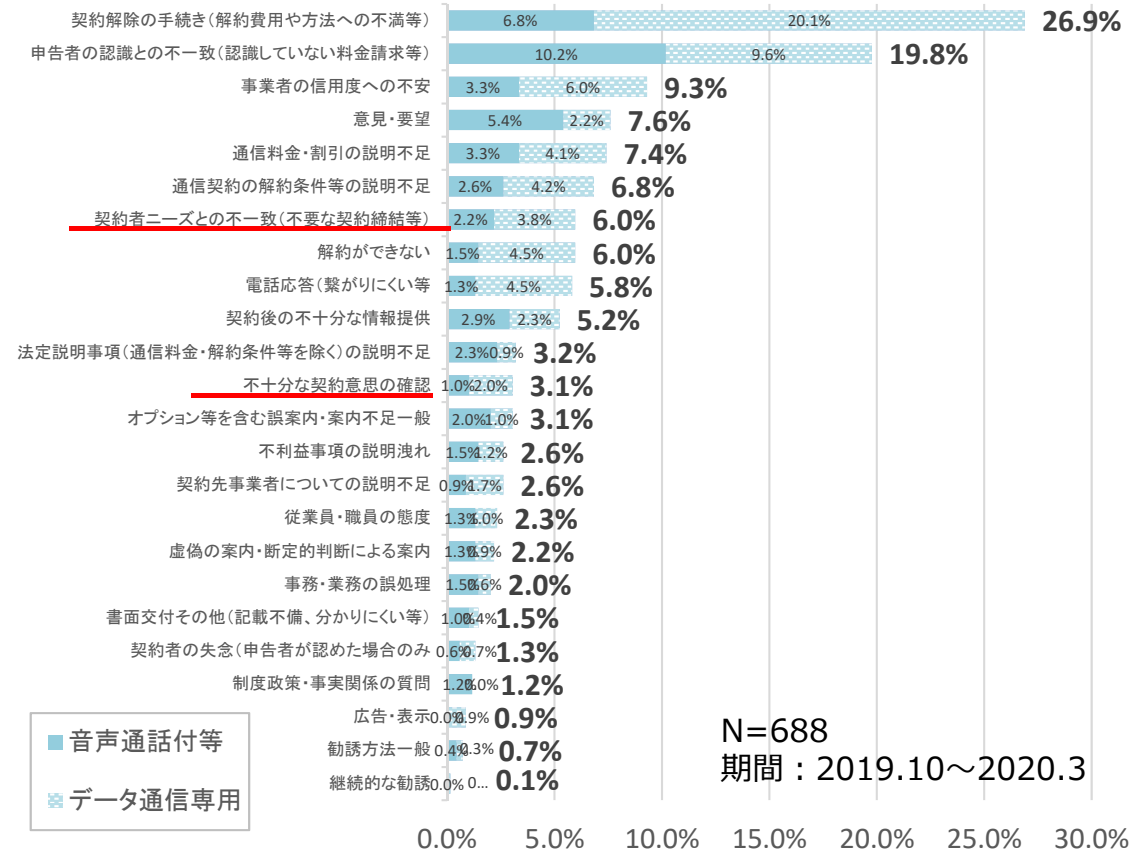
N=252
期間：2019.10~2020.3

通信サービスの電話勧誘における課題の分析①(続き)

(3) <苦情相談の発生要因【MNO】>



(4) <苦情相談の発生要因【MVNO】>



分析結果①

上記比較から、電話勧誘を起因とするFTTHサービスは、他と比較した場合に「契約者ニーズとの不一致(不要な契約締結等)」「不十分な契約意思の確認」といった発生要因が上位を占める傾向にあることが分かった。

これは、第21回会合で指摘したように、通信サービスの電話勧誘では、「利用者が説明資料等を視覚的に確認しないまま口頭の合意のみで契約が成立する」という性質を持ち、利用者の理解度が十分に高まらないまま契約に至るおそれがあることを裏付けていると考えられる。

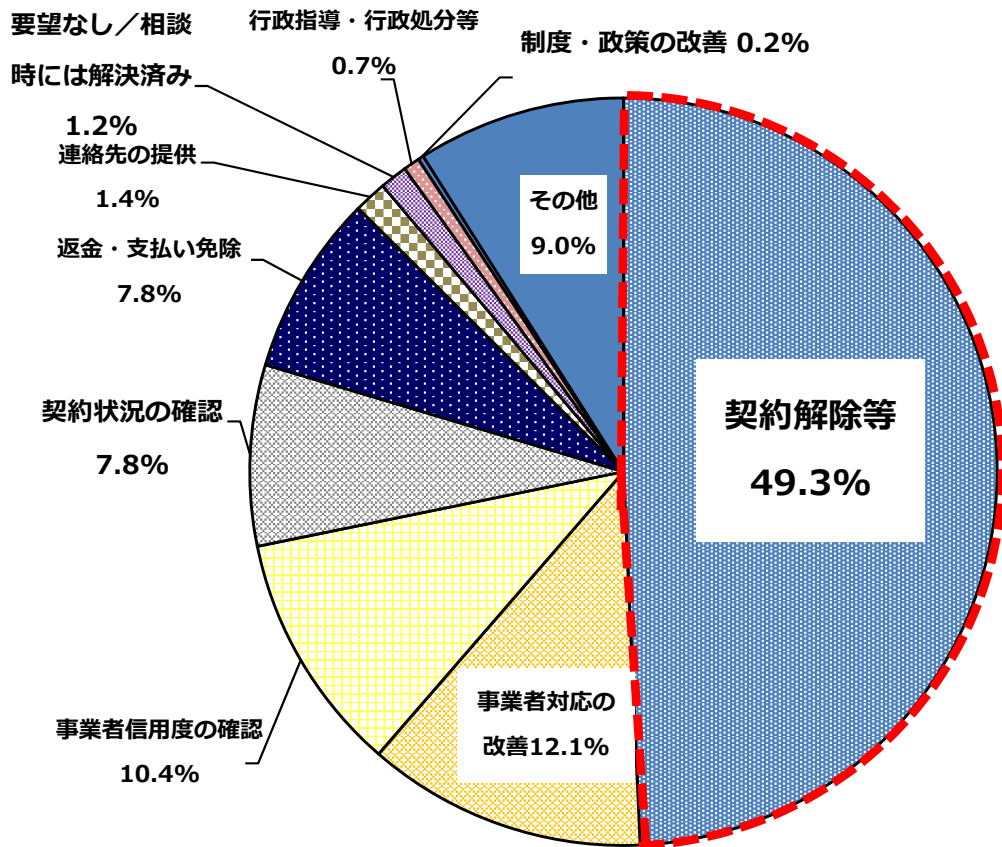
また、電気通信事業者が販売代理店を用いて電話勧誘を行う場合、いわゆる「後確認」が実施されているはずであることを踏まえると、これが適切に行われていない可能性があるのではないか。

□ 次に、電話勧誘を起因とするFTTHサービスに関する苦情相談⁽¹⁾と、店舗を起因とするFTTHサービスに関する苦情相談⁽²⁾、MNOサービスに関する苦情相談⁽³⁾及びMVNOサービスに関する苦情相談⁽⁴⁾との間で「要望内容」を比較する。

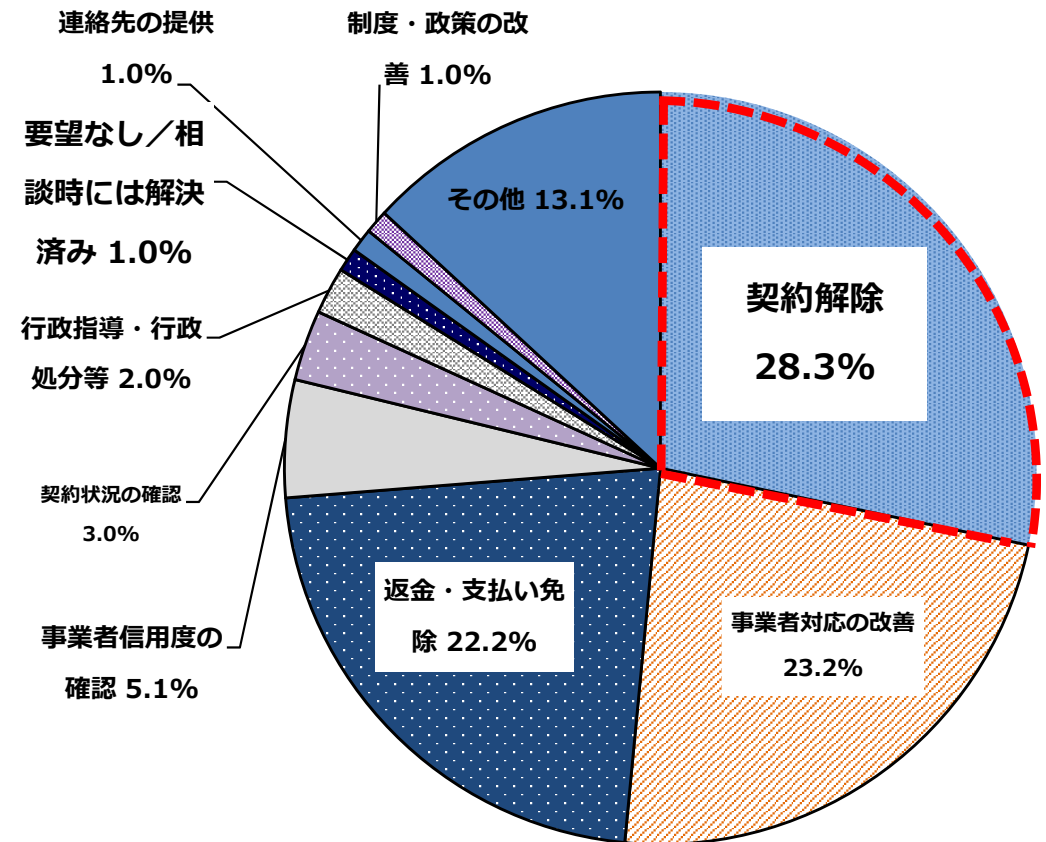
苦情相談の要望内容から見える課題

(1) <苦情相談の要望内容【FTTH電話】(利用中)>

(2) <苦情相談の要望内容【FTTH店舗】(利用中)>

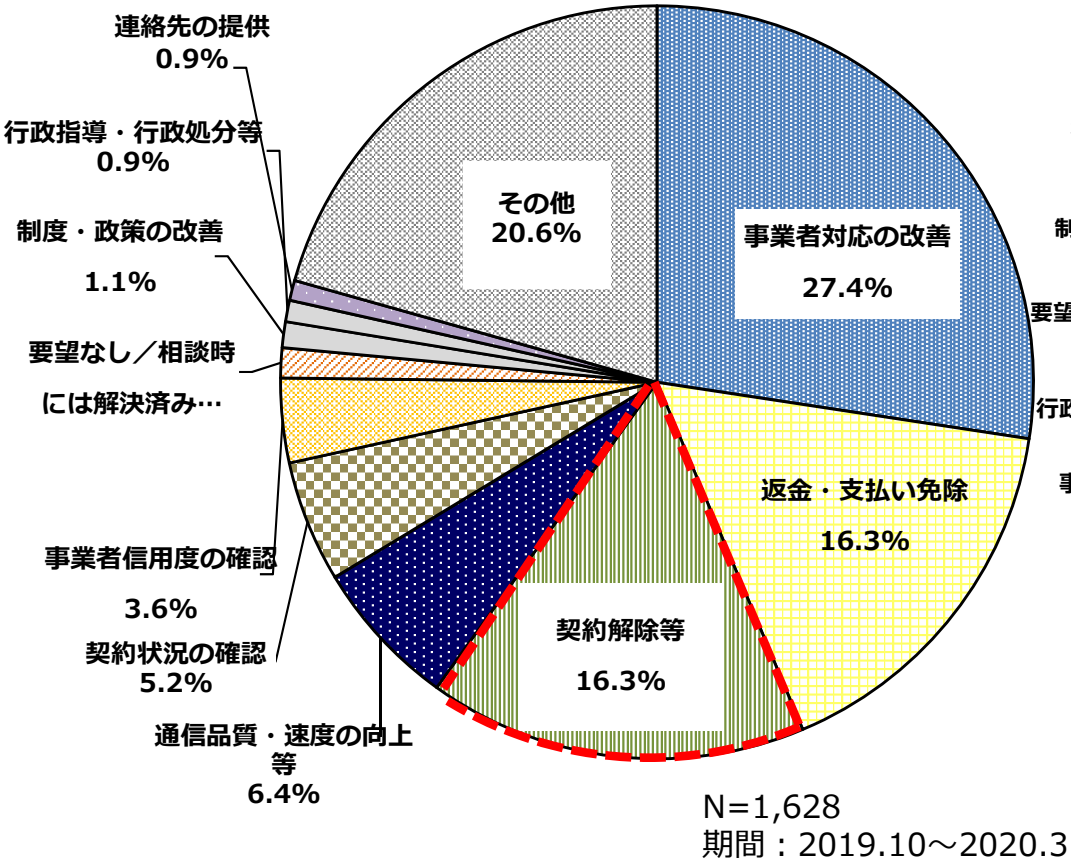


N=422
期間：2019.10~2020.3

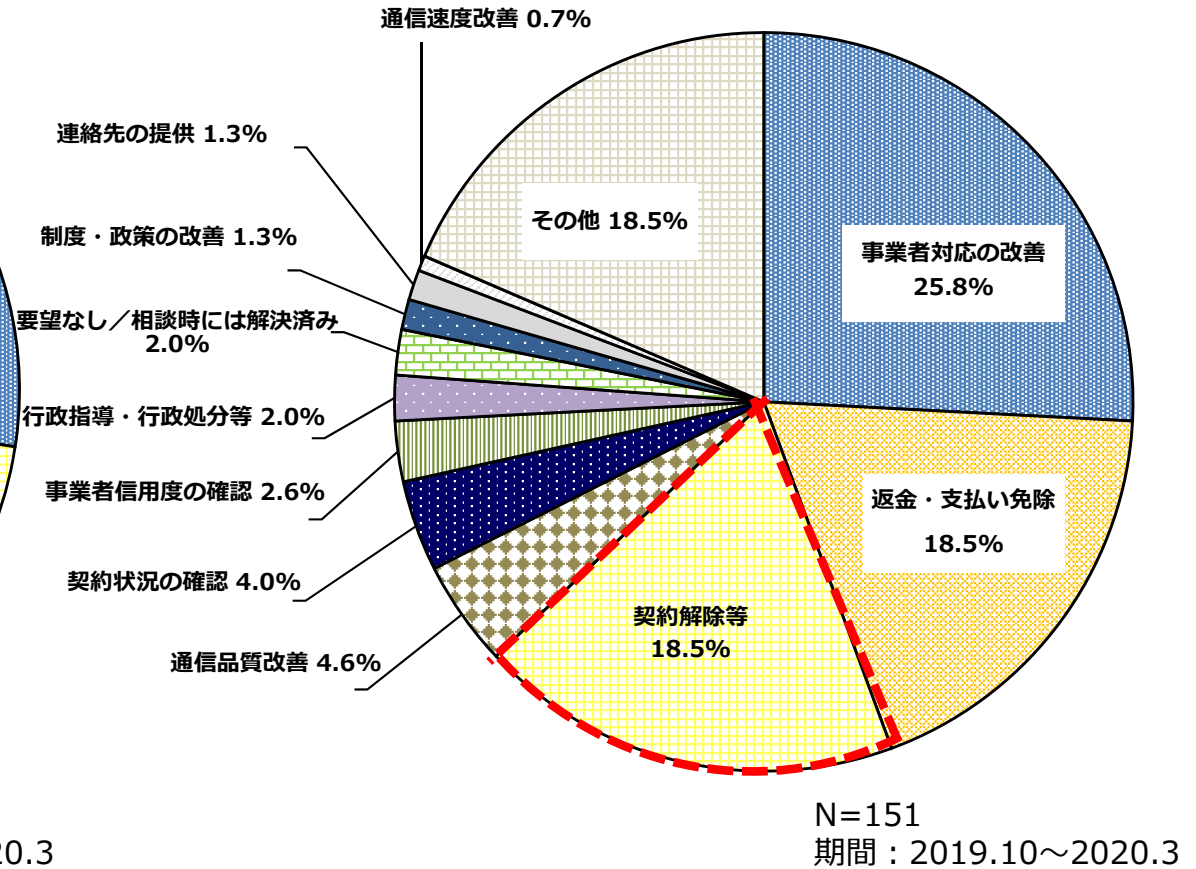


N=99
期間：2019.10~2020.3

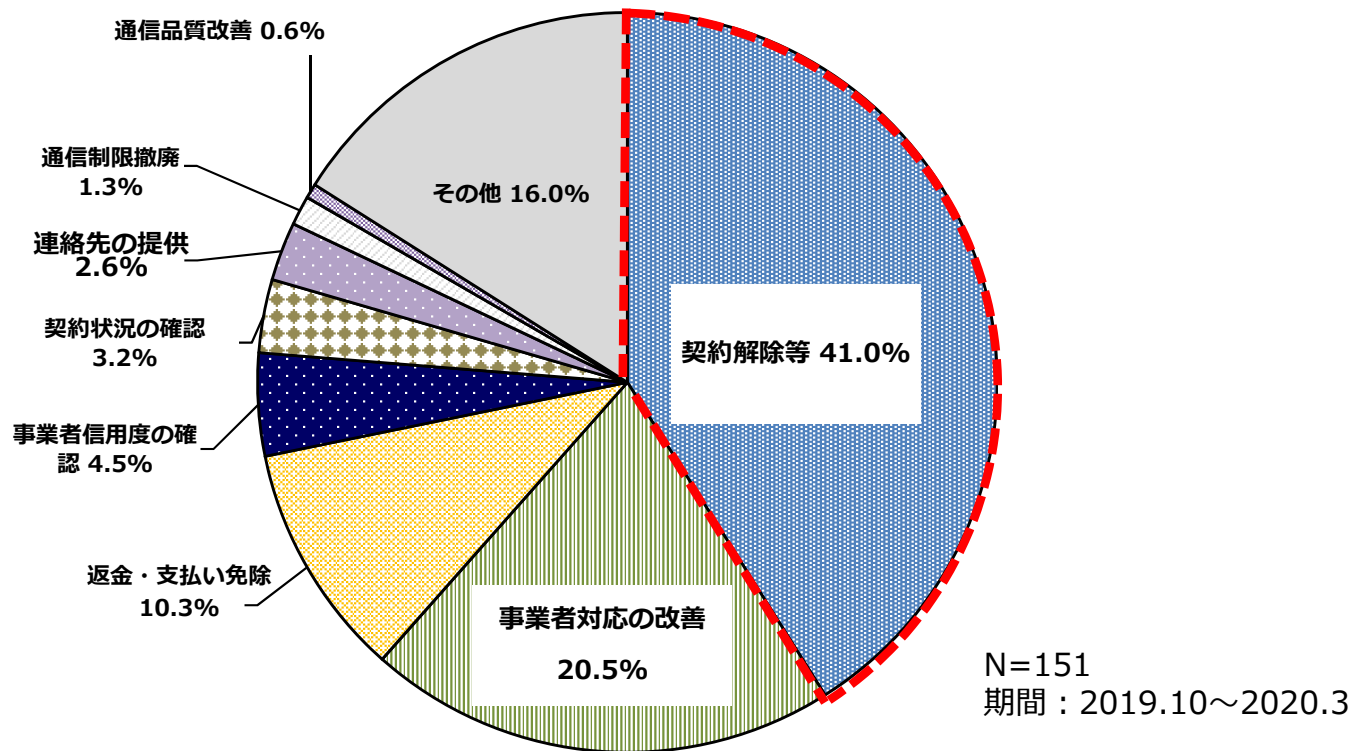
(3) <苦情相談の要望内容【MNO】(利用中)>



(4-1) <苦情相談の要望内容【MVNO音声付等】(利用中)>



(4-2) <苦情相談の要望内容【MVNOデータ通信専用】(利用中)>



分析結果②

電話勧誘を起因とするFTTHサービスを他と比較した場合、利用中における要望内容として「**契約解除等**」が多くの割合を占める傾向にあることが分かる。「利用中」とは、概ね初期契約解除が可能な期間の終了後であることから、この結果からは、契約締結後、一定期間経過後に契約の解除などを希望する者が多いといえるのではないかと推察される。

これを踏まえると、通信サービスの電話勧誘では、**利用者が継続利用を許容し得ないほどの認識の齟齬の下で契約に至ったケースが多い**といえるのではないかと推察される。

また、利用者が契約を締結したこと自体や契約の内容について、一定期間経過後のタイミング(料金の引き落とし時など)まで気づかず、**初期契約解除が可能な期間を逸してしまったケースも多い**といえるのではないかと推察される。