

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」を踏まえた取組 に関する提言

令和 4 年 7 月 12 日
消費者保護ルールの在り方に関する検討会

はじめに

消費者保護ルールの在り方に関する検討会（以下「検討会」という。）では、2020 年 6 月より、電話勧誘における課題、ウィズコロナの時代における利用者対応の在り方、消費者トラブルの解決に関する更なる手法、販売代理店の在り方等について集中的に検討し、2021 年 9 月にその検討結果を「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021（以下「報告書」という。）」として取りまとめた。

その後、報告書を踏まえ、総務省において新たな措置が講じられるとともに、関係事業者等においては自主的な取組が行われてきた。

本提言は、検討会におけるこれらの取組のフォローアップを踏まえ、検討会として特に更なる取組を進めるべきと考える事項について、その考え方を整理したものである。総務省及び関係事業者等が本提言を踏まえ、適切かつ実効的な対応を講じることを強く期待する。

1. MNO の販売代理店における業務の適正性の確保

（1）報告書を踏まえて行われた取組

総務省において、「電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドライン」（以下「ガイドライン」という。）を改正し、電気通信事業者が設定する評価指標等が「適合性の原則」違反等を助長する可能性がある場合、適正かつ合理的な理由がない限り業務改善命令の対象となり得る旨を明確化したほか、「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」（以下「情報提供窓口」という。）の設置や WEB アンケートの実施等により状況把握が継続的になされている。

一方、MNO 各社においては、販売代理店に対する指導や監督が継続的になされているほか、販売代理店に対する手数料や評価においても一定の対応が行われた。また、販売代理店において動画等を用いた研修が定期的実施されたり、MNO 各社と全国携帯電話販売代理店協会との間で苦情縮減会議が定期的開催されたりするなどの対策も講じられた。

(2) 更なる取組を進めるべき事項

上記の取組にもかかわらず、総務省が実施したアンケートによると、2021年6月以降も、未だに広く不適切な行為が行われ、かつ、こうした行為は、行為者の判断に基づき行われるケースは少なく、MNOや販売代理店の営業目標、店長等の指示といった外的な圧力に起因して行われるケースが大半を占めていることが伺える結果となった。

また、情報提供窓口寄せられた情報では、携帯電話事業者が設定する現行の手数料や評価の体系では、利用者の利益よりも契約の獲得を優先せざるを得ないといった声や、目標値が高すぎるといった声があった。

MNO各社及び販売代理店において様々な対策が講じられたものの、上記の状況が続いていることやMNOの営業担当者が不適切な行為を黙認しているケースがあるとの指摘もあることを踏まえると、こうした状況を十分に改善するためには、これまでも行われてきた販売代理店に対する啓発・指導等の取組や、手数料や評価における従来の対応だけでは必ずしも十分と言えないと考えられる。

また、MNOが販売代理店に示す契約獲得等の目標値について、これが実質的には努力目標ではなく達成すべき目標の性格を有する場合、当該目標値が過大であったり、当該目標値の適正性・合理性についてMNOと販売代理店との間の認識にギャップがあったりすると、適合性の原則違反が助長され得ると考えられる。

さらに、新規契約獲得のために用いられる出張販売という形態は、不意打ち的な販売になりやすい面があるとともに、イベント会社等から派遣された応援スタッフが不適切な営業を行う事例があるなど、店舗販売と比較して消費者保護ルールに違反する営業が行われやすい面があると考えられる。

このため、

- ① MNOにおいては、新規契約の獲得だけでなく契約内容に対する利用者の満足度やその結果（例：継続利用率やオプションの実際の利用率等）も大きく評価されるよう評価指標を見直すなど、販売代理店が適合性の原則に則って契約を締結することが十分に促される仕組みにすべきである。
- ② MNOにおいては、契約獲得等について実質的に達成すべきものとしての性格を有する目標値を設定する場合は、その適正性・合理性について販売代理店との間の実質的なコミュニケーションを強化し、目標値の適正性・合理性について販売代理店の十分な納得を得るというプロセスが形式的なものとならないようにすべきである。また、総務省においては、実質的に達成すべき目標として設定された目標値が個々の販売代理店の能力や当該販売代理店が置かれている状況等に照らして過大であり、当該目標値により適合性の原則に違反した行為が助長される場合は、電気通信事業法第29条第1項第12号に基づく業務改善命令の対象となり得る旨をガイドラインにおいて明確化すべきである。
- ③ 出張販売を行う場合は、MNOにおいては、出張販売には店舗販売と比較して消費

者保護ルールに違反する営業が行われやすい面があることを認識した上で、販売代理店が丁寧に営業できるよう適切な支援を行うべきである。また、販売代理店においても、こうした認識の下で、適合性の原則に違反する営業が行われないよう、店舗スタッフによる再確認を行うなど丁寧な営業を行うべきである。

2. 苦情相談の処理における体制の強化

(1) 報告書を踏まえて行われた取組

検討会の下に「苦情相談処理体制の在り方に関するタスクフォース」（以下「タスクフォース」という。）が設置され、個別の事業者との間では円滑に解決に至らない消費者トラブルについて問題の切り分けや解決のモデルケースの提示等を行うことにより効果的に解決し得る体制の在り方について、4つの観点（(1)スコープ、(2)機能、(3)体制、(4)他機関との連携等）から検討が行われた。

タスクフォースにおいては、事業者団体の自主的な取組という形で新たな苦情相談処理体制の試行的取組（トライアル）を実施し、その状況や効果・課題等を検討会において継続的に検証することが適当である旨の報告書が本年6月14日に取りまとめられ、7月12日に検討会に報告された。

(2) 更なる取組を進めるべき事項

タスクフォースにおける検討結果を踏まえ、（一社）電気通信事業者協会（TCA）においては、新たな苦情相談処理体制の具体的な運用方法について速やかに検討に着手し、遅くとも1年以内を目途に運用を開始すべきである。また、（一社）日本ケーブルテレビ連盟（JCTA）においては、事業者団体として消費者の苦情を解決する仕組みとして既に「権利・法令遵守委員会」が設けられているところ、同委員会をタスクフォースの報告書を踏まえた形で運用すべきである。また、同委員会において取り扱われる事案が発生した場合は、当該事案の概要や当該委員会の考え方等について検討会に報告すべきである。

3. 改正電気通信事業法施行規則の適切な運用

(1) 報告書を踏まえて行われた取組

総務省において、本年2月に、①電話勧誘における説明書面を用いた提供条件説明の義務化、②利用者が遅滞なく解約できるようにするための措置を講じることの義務化、及び③解約に伴い請求できる金額の制限を内容とする電気通信事業法施行規則の一部を

改正する省令（令和 4 年総務省令第 6 号）が公布された。

また、同令が本年 7 月 1 日に円滑に施行されるよう、総務省において、事業者向け Q & A が公表されるとともに、事業者団体等を通じて広く電気通信事業者等へ周知が行われた。また、消費者団体や全国の消費生活センターへの周知も行われた。

（２）更なる取組を進めるべき事項

新制度の施行後当分の間は、十分に制度の周知が行き渡らなかった事業者等による新制度に違反する行為が行われる可能性がある。このため、総務省においては、引き続き周知・広報を推進して消費者の理解の促進に努めるとともに、販売代理店や卸先の電気通信事業者も含めて新制度が遵守されるよう法執行を徹底すべきである。

また、解約に伴い請求できる金額の制限については、新制度の施行前（本年 6 月 30 日以前）に締結された契約¹には当分の間適用されないこととされているが、この点に関し、電気通信事業法第 27 条の 3 が適用される電気通信役務に係る契約については、2024 年 1 月 1 日までに既往契約に対する適用除外規定が廃止されることとなっている。これを踏まえ、本件についても適用除外規定の廃止の時期について検討を行うべきである。

おわりに

本提言において示した事項に対する総務省及び関係事業者等の取組については、検討会において引き続きフォローアップしていくこととする。

その際、MNO の販売代理店における業務の適正性の確保については、従来の WEB アンケート調査や情報提供窓口を通じて得られる情報に加え、販売代理店に対して検討会が直接ヒアリングするなど、より多面的な手法により検証される必要がある。また、従来の調査手法についても、事業者等による提案を踏まえて改善される必要がある。

苦情相談の処理における体制の強化については、今般は、TCA 及び JCTA に更なる取組を求めたが、将来的には、こうした取組が横展開されることが望ましい。したがって、電気通信事業分野における他の事業者団体においても、タスクフォースの検討結果や今後の検討会における議論を踏まえ、利用者からの苦情相談を適切に処理できる体制を構築していくことが期待される。

改正電気通信事業法施行規則の適切な運用については、総務省において事業者の遵守状況を適切にモニタリングするとともに、その結果等も踏まえ、必要があれば適時適切に見直すなど、引き続き消費者保護の確保に向けた取組を進めていくことが期待される。

¹ 2022 年 6 月 30 日までに締結された契約や、その契約の更新契約、その契約の提供条件の範囲内で変更された契約又はその契約の軽微な変更契約

「キャリアシヨップ店員に対する アンケート調査」関係

アンケート回答者の属性

- 本アンケート調査は、MNOの販売代理店施策が現場のショップスタッフにどのような影響を与えているかの参考とするため、**2022年1月**に、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、ワイモバイル及びUQスポットのショップの**現職又は離職後1年以内のスタッフを対象**としてウェブ調査会社を通じて実施したものの。
- 回答者の属性情報は以下のとおり。

【勤務先の系統】

| | n | % |
|------------------------|-------|-------|
| 全体 | (425) | |
| ドコモショップ | 107 | 25.2% |
| auショップ | 109 | 25.6% |
| ソフトバンクショップ(単独) | 50 | 11.8% |
| ソフトバンクとワイモバイルのデュアルショップ | 53 | 12.5% |
| ワイモバイルショップ(単独) | 45 | 10.6% |
| 楽天モバイルショップ | 33 | 7.8% |
| UQスポット | 28 | 6.6% |

【地域】

| | n | % |
|------|-------|-------|
| 全体 | (425) | |
| 北海道 | 21 | 4.9% |
| 東北地方 | 23 | 5.4% |
| 関東地方 | 167 | 39.2% |
| 中部地方 | 62 | 14.5% |
| 近畿地方 | 82 | 19.2% |
| 中国地方 | 27 | 6.3% |
| 四国地方 | 5 | 1.1% |
| 九州地方 | 37 | 8.7% |

【現職と離職者の割合】

| | n | % |
|-------------------|-------|-----|
| 全体 | (425) | |
| 現職者 | 197 | 46% |
| 離職者(直近一年以内に離職した者) | 228 | 54% |

【年齢】

| | n | % |
|---------|-------|-------|
| 全体 | (425) | |
| 20歳～29歳 | 211 | 49.6% |
| 30歳～39歳 | 186 | 43.8% |
| 40歳～49歳 | 12 | 2.8% |
| 50歳～59歳 | 12 | 2.8% |
| 60才以上 | 4 | 0.9% |

【役職】

| | n | % |
|--------------------------|-------|-------|
| 全体 | (425) | |
| 店長 | 52 | 12.2% |
| 副店長 | 54 | 12.7% |
| フロアマネージャー/フロアアドバイザー | 118 | 27.8% |
| 一般スタッフ | 177 | 41.6% |
| 設定・相談専門スタッフ(スマホアドバイザーなど) | 19 | 3.8% |
| その他 | 8 | 1.9% |

【累計の勤続年数】

| | n | % |
|-----------|-------|-------|
| 全体 | (425) | |
| 3ヶ月未満 | 29 | 6.8% |
| 3～6ヶ月未満 | 62 | 14.6% |
| 6ヶ月～1年未満 | 129 | 30.4% |
| 1年～2年未満 | 91 | 21.4% |
| 3年～5年未満 | 55 | 12.9% |
| 5年以上10年未満 | 35 | 8.2% |
| 10年以上 | 24 | 5.6% |

※ WEBアンケートの結果であり、母集団の属性（現職と離職者（離職後1年以内を対象）の比率、販売代理店の構成比等）が必ずしも実態を反映したものではない点、アンケート対象者は、基本的には販売代理店により雇用され指示を受ける立場にあり携帯各社と直接取引する立場にないという点、アンケートの回答内容は、キャリアショップ店員個人の経験等に基づくものである点等には留意が必要。

- 「キャリアショップ店員に対するアンケート調査」（2022年1月実施）では、**2021年6月以降も不適切な勧誘が広く行われていることが伺える結果**となった。

【アンケート結果（抄）】

2021年6月以降、利用実態に合わない、あるいは利用実態を確認せずに上位の料金プラン等を推奨したことがあると回答した者は3割、不要と思われるようなオプションやアクセサリを推奨したことがあると回答した者はそれぞれ3割、2割であった一方、こうした勧誘を強く行ったことはないと回答した者は4割に満たなかった。

- また、**こうした行為は、行為を行った者の判断に基づき行われるケースは少なく、外的な圧力**（携帯各社や販売代理店の営業目標、店長等の指示）**に起因して行われるケースが大半を占めていることが伺える結果**となった。

【アンケート結果（抄）】

こうした営業の背景について確認したところ、店長や上司からの指示（5割）、販売代理店の経営層からの営業目標（6割）、キャリアからの営業目標（4割）が、自己判断（1割）を大きく上回った。

（自由記述において見られた声の例）

- ✓ 営業目標を期限内に達成しないと店の存続ができなくなる。
- ✓ 毎朝の朝礼で個人の目標達成具合が読み上げられる。自分だけ契約を取っていないと居場所がなくなる。

- 販売代理店における適切な営業の確保に向けては、**携帯各社において指導や監督が行われているほか手数料体系上も一定の対応**がなされている。また、**販売代理店においても、動画等を用いた研修が定期的に実施**されたり、携帯各社と全国携帯電話販売代理店協会との間で**定期的に苦情縮減会議が開催**されたりするなど、**一定の対策が講じられている**。

【第38回会合における全国携帯電話販売代理店協会提出資料及び第39回会合における各社資料】

「携帯電話販売代理店に関する 情報提供窓口」関係

2021年9月10日、総務省のホームページ上に「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」を開設し、販売代理店における不適切な行為や、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標等の情報を収集。



総務省トップ > 政策 > 情報通信(ICT政策) > 電気通信政策の推進 > 電気通信消費者情報コーナー > 携帯電話販売代理店に

携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口

携帯電話事業者の看板を掲げる「キャリアショップ」は、消費者にとって身近な窓口としての役割を果たしています。キャリアショップの99%は、販売代理店によって運営されていますが、今後携帯電話の必要性がますます高まる中、消費者がそこで安心して契約等を行えることは非常に重要です。

しかし、一部の販売代理店において、消費者のニーズを丁寧に確認しないまま契約を結ぶ、法令に違反した対応を行うといった事案が見られ、それが、電気通信事業者と販売代理店との間の委託契約に起因する場合があります。

本情報提供フォームは、こうした販売代理店における不適切な行為や、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標、指示、圧力、不作為等があった場合に、その情報を総務省に提供していただくことを目的として設置したものです。

なお、提供していただいた情報については、必要に応じ、消費者庁や公正取引委員会とも共有します。

入力欄

- 必須項目に記入がないと送信できません。
- 文字化けを防ぐため、半角カタカナ、丸文字、特殊文字は使用しないで下さい。

1. どのような情報を教えてください。(一つを選択)【必須】

(1)「適合性の原則」違反関係
(例:利用者のニーズを踏まえずに大容量プランやオプション等を勧めること。)

(2)「通信料金と端末代金の完全分離」違反関係
(例:通信契約がない場合に端末の販売を拒否することや、「通信契約と端末のセット販売」又は「新規の通信契約」を条件に2万2千円(税込み)を超える利益を提供すること。)

(3)その他

2. 関係する電気通信事業者を教えてください。(複数選択可)【必須】

(1)NTTドコモ

(2)KDDI(au)

(3)KDDI(UQモバイル)

(4)ソフトバンク(ソフトバンク)

(5)ソフトバンク(Y!mobile)

(6)楽天モバイル

(7)その他:

3. 具体的な内容を教えてください。(4000字以内のテキスト。法令違反事実や法令違反を助長すると思われる理由も記載してください。)**【必須】**

4. 頂いた内容を電気通信事業者に開示しても良いですか?(一つを選択)【必須】

- (1)そのまま開示しても良い
- (2)開示は希望しない
- (3)一部を開示しても良い

5. 総務省からあなたに連絡を差し上げても構いませんか?(一つを選択)【必須】

- (1)はい
- (2)いいえ

6. 最後に販売代理店の所在地を教えてください。(一つを選択)【任意】

- (1)北海道
- (2)東北
- (3)関東
- (4)信越(長野県・新潟県)
- (5)北陸(富山県・石川県・福井県)
- (6)東海(岐阜県・静岡県・愛知県・三重県)
- (7)近畿
- (8)中国
- (9)四国
- (10)九州
- (11)沖縄

以下の「総務省プライバシーポリシー」を熟読し同意の上、「同意する」ボタンを押してください。

▶ [総務省プライバシーポリシー](#)

同意する 同意しない

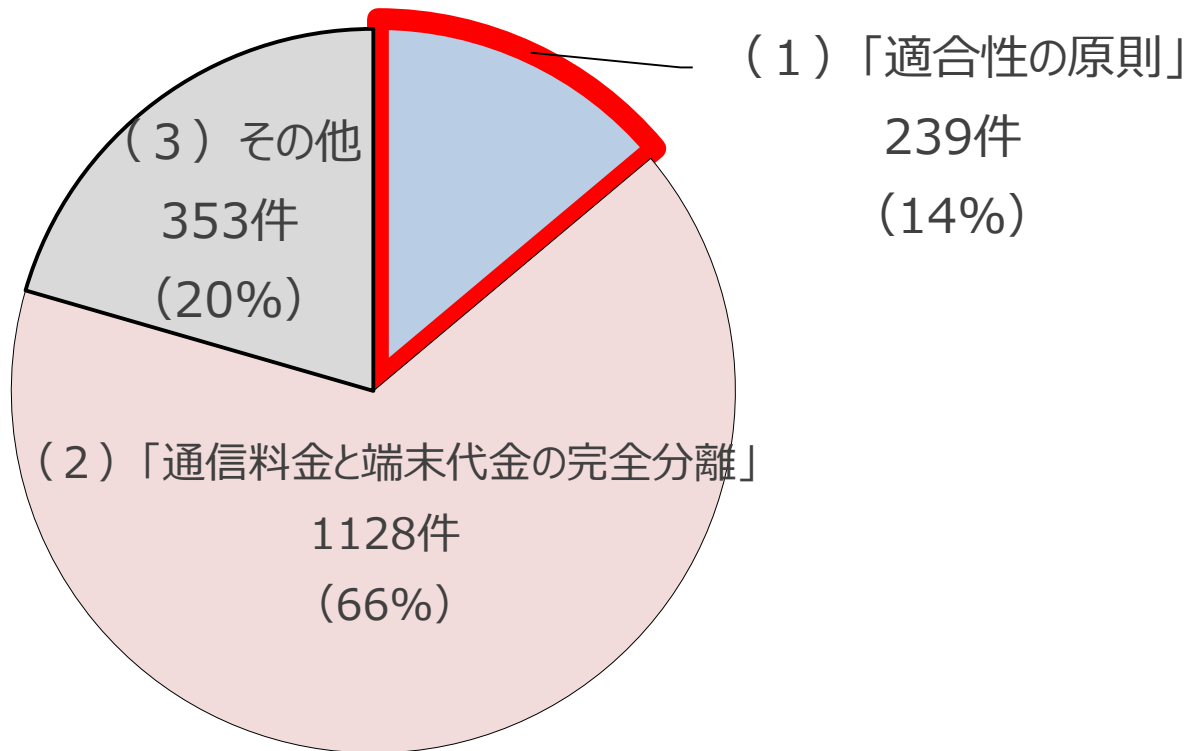
記入内容の確認

クリア

https://www.soumu.go.jp/form/common/agencyinfo_form.html

- 2021年9月10日（開設日）～2022年7月1日に寄せられた情報は1,722件。
うち「(1)「適合性の原則」」に関する情報は239件。
- 販売代理店の所在地は、関東（45%）、近畿（17%）、東海（12%）の順に多い。

1. 情報属性



2. 販売代理店所在地

| | | |
|--------|-----|-----|
| (1)北海道 | 53 | 3% |
| (2)東北 | 106 | 6% |
| (3)関東 | 767 | 45% |
| (4)信越 | 36 | 2% |
| (5)北陸 | 22 | 1% |
| (6)東海 | 205 | 12% |
| (7)近畿 | 291 | 17% |
| (8)中国 | 77 | 4% |
| (9)四国 | 33 | 2% |
| (10)九州 | 99 | 6% |
| (11)沖縄 | 7 | 0% |
| 無回答 | 26 | 2% |

- 総務省に寄せられた情報を踏まえると、現行の手数料や評価の体系では、利用者の利益よりも、契約の獲得を優先せざるを得ないといった声があった一方、携帯各社からは、利用者の意向に沿った営業を促す一定の仕組みを設けているとの回答があった。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- お客様満足度を上げてポートインを上げないと代理店あて支援費は入らない。ポートインを上げてれば、満足度がどんなに低くても表彰され、代理店あての運営支援金も多くもらえる。
- オプション等の加入率の評価指標が設定されている。この指標が不十分だと、キャリアから代理店に指導が入り、インセンティブを決める指標が下がるため、利用者ニーズに合わないオプション等を案内するしかない。

- オプションサービスについて、利用者の関心等を踏まえて提案すること自体は望ましいが、関心がある消費者が必ずしも有料で契約する意思があるとは限らないことに留意する必要がある。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- とあるコンテンツが好きかどうかという質問に対し、好きと答えたら同コンテンツの有料配信サービス（月額料金あり）に加入させられていた。

- また、目標値が高すぎるという声が寄せられた一方、目標値を設定している事業者からは、当該目標値は過去実績や直近の市場環境等を踏まえて適正に設定している旨の回答があった。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- キャリアから求められるポートイン評価指標が高くなっている。達成しないとショップに入る支援費が減ってしまう。ショップの運営を継続するには、利用者ニーズを逸脱した提案をせざるを得ない。
- 行き過ぎた目標が設定され、お客様に意図しない提案や販売をお断りするケースがまだまだ散見される。

- **出張販売**は、店舗販売と比較して**不意打ち的な販売になりやすい面がある**と考えられる。また、イベント会社から派遣される**応援スタッフが不適切な営業を行う事例がある**など、**店舗販売とは異なる種類の事案が発生**すると考えられる。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- 家族（高齢者）が、出張店舗で、携帯を無料で新しくすると言われたとのことで機種変更をしてきた。後日、キャリアに確認したところ、料金が2倍以上になっていることが分かったが、料金増等の説明はなかった。
- お客様が「追加で新規契約はしたくない」と頑なに断っているのにも関わらず、イベントで入っている業者が無理矢理契約させており、それを私達が登録している。毎週末、複数台、このような契約をさせられている。