

オンライン契約に関する論点整理(案)

令和6年3月25日
事務局

【現状と課題】

- オンライン契約において、一部の利用者は基本説明事項を読み飛ばす等適切な理解が形成されないまま契約を行っており、消費者トラブルが誘発されている可能性。
- 令和3年特商法改正では、通信販売の「詐欺的な定期購入商法」への対策として、最終確認画面等において一定事項の表示の義務付け等を措置したところ（※）。
※電気通信役務は特商法の通信販売に関する規律の適用対象外。
- 事業者ヒアリングにおいて最終確認画面の表示を行っていると説明のあった事業者もあったが、オンライン契約に関する実態調査では一定の利用者が最終確認画面がなかったと回答しており、利用者にとって適切な表示となっていなかった可能性。

【主な御意見】

- 改正特商法により導入された最終確認画面表示の義務付けは、利用者の理解を促すためにも重要。電気通信事業法においても同様の考え方を取り入れるよう検討すべき。（石田構成員、木村構成員）
- 特商法がアップデートされていく以上は、当然電気通信事業分野でのアップデートも必要。（森構成員）

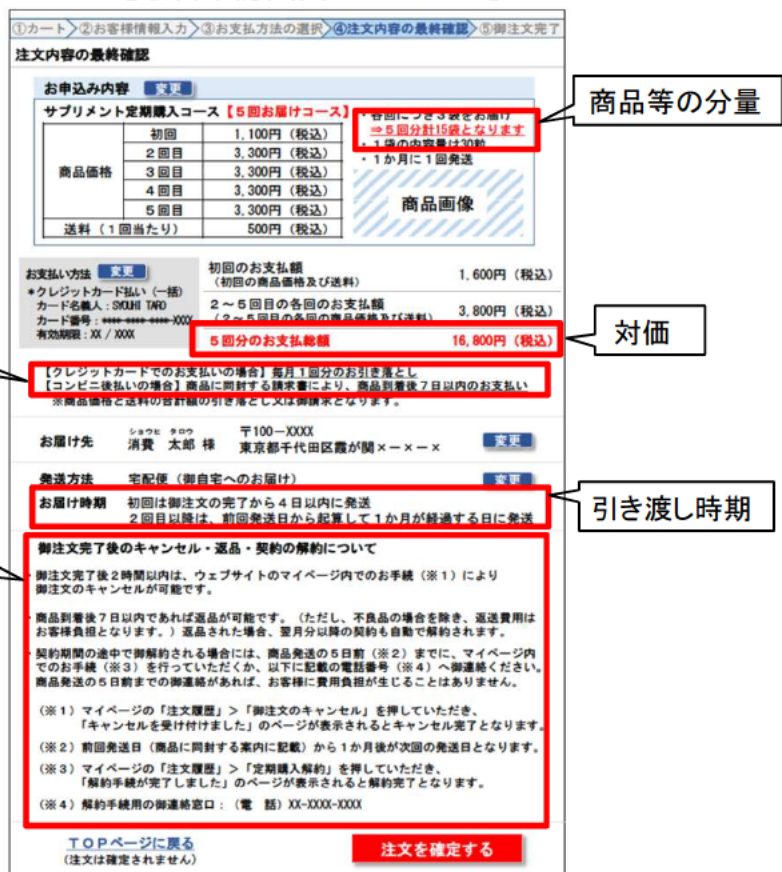
【論点整理(案)】

- 改正特商法で追加された最終確認画面における表示に関する規律を参考に、オンライン契約の最終確認画面において一定事項を表示することで、読み飛ばしを防止し、提供条件等の確認や適切なサービス選択を促し、消費者トラブルを防止すべきではないか。
- 事業者において既に最終確認画面表示を行っているところ、基本説明事項のうち特に苦情につながりやすい事項（例：料金（割引や端末等の料金等を含む）、通信品質や利用制限、書面による解除（初期契約解除等）を含む解約条件、苦情相談の窓口等）を表示・説明することが望ましい旨を「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、消費者保護GL）上で明記しつつ、事業者による適切な表示を推進していくこととしてはどうか。
※なお、特商法では、分量、販売価格・対価、支払いの時期・方法、引渡時期・提供時期、申込みの期間、申込みの撤回・解除に関する事項について表示を義務づけ。
- また、基本説明事項の記載方法については、消費者にとって、読みやすく、わかりやすくなるよう、事業者において不断の改善が必要ではないか。このほか、オンライン契約における利用者の適切な理解を促進する方策としてどのような取組・措置が考えられるか。

令和3年特定商取引法改正について

- 通信販売の申込みに係る最終確認画面等において、
 - ①一定の事項（※）を表示するよう義務づけ
 - ②契約の申込みとなることや一定の事項につき、人を誤認させるような表示を禁止
 ※商品等の分量、対価、支払時期、引渡し時期、契約の解除に関する事項等
- ①、②に違反した場合には、いずれも、行政処分のみならず直罰の対象に。

【最終確認画面のイメージ】

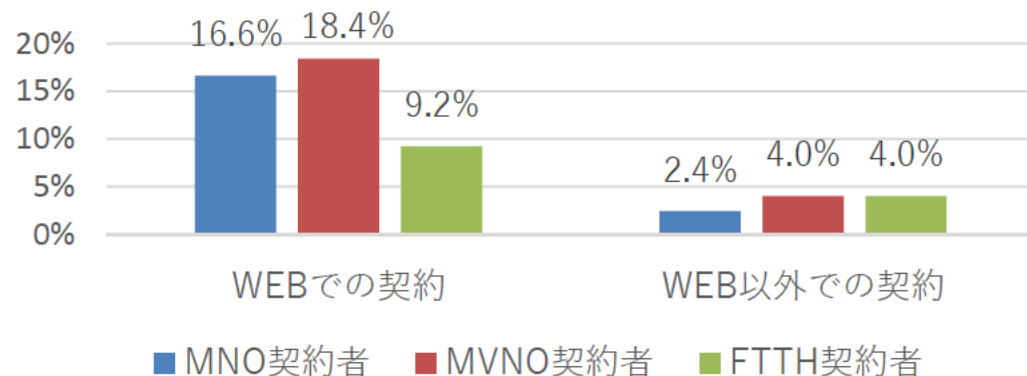


(出典)「令和3年特定商取引法改正について（通信販売の「詐欺的な定期購入商法」への対策）」
 (総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第53回）」資料)

利用者理解の状況

- WEB契約とWEB以外での契約で比較すると、説明を聞いていなかった（読み飛ばした）等と回答した割合は、WEBでの契約の方が高い。
- オンライン契約における実態調査においては、一部事業者では最終確認画面がなかったとする回答が一定見られた。

説明を受けた（確認した）内容について、
 どの項目も説明を聞いていなかった（読み飛ばした）等と回答



オンライン契約において、説明の最後に、必要な説明を実施したことや説明内容を理解していることについての最終確認画面があったか。

確認画面があり、チェックボックス等により、内容を 確認した上で自分で、画面上に直接チェックをした	0%
確認画面はあったが、チェックボックスはなかった	52%
確認画面はなかった	48%

(出典)「利用者アンケートの主な結果」、
 「オンライン契約における消費者保護ルールの遵守状況等に関する実態調査結果」
 (総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合（第16回）」
 消費者保護ルールの在り方に関する検討会（第54回）合同会合」資料)

【現状と課題】

- 事業者ヒアリングにおいて、一部事業者では、ダークパターンの防止に向けて社内体制を構築しているとの発表があった。
- 一方で、オンライン契約に関する実態調査では、ダークパターンについて、一定の類型が行われている実態が確認された（「事前選択」、「強制登録」、「隠された情報」等）。

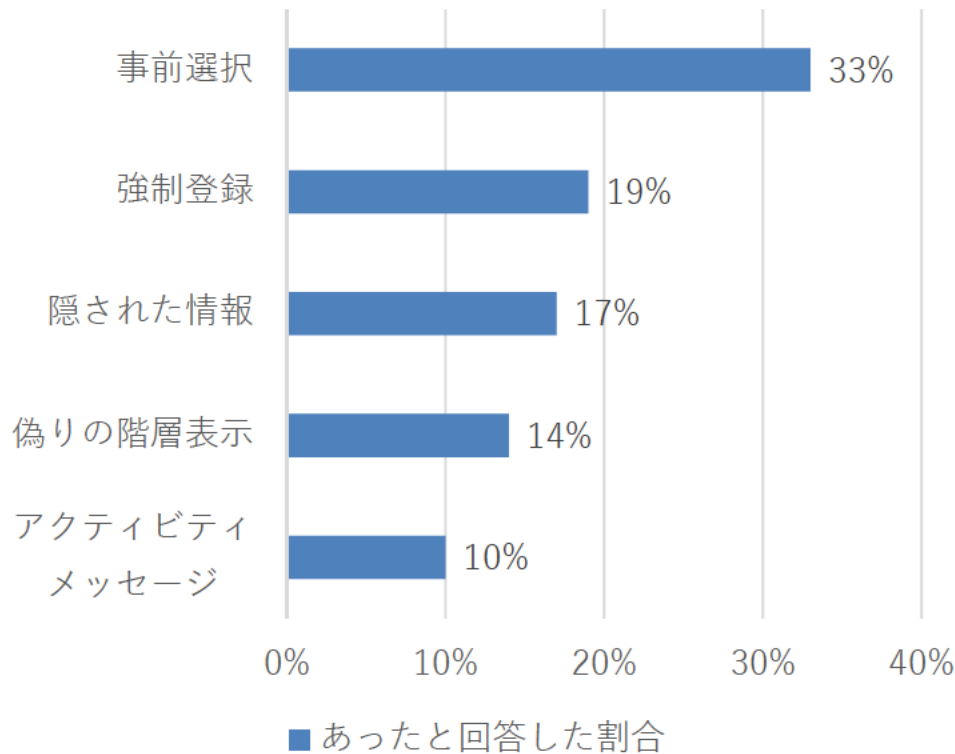
【主な御意見】

- 消費者に誤認を与える広告や表示については、表示規制による対応が必要である一方、利用者利益の侵害がグレーであるダークパターンについては、先回り規制にならないよう事業者による自主規制によるアプローチを検討すべきではないか。適正なナッジである状態とディセプティブな状態をしっかりと見極めていく、そのための実態把握を詳細に続けていくことが必要。（黒坂構成員）
- ダークパターンの中にも悪質性の高いものとそうでないものが存在。例えば、「事前選択」類型では利用者有利なものもあり、その線引きが必要。（森構成員、平野構成員）
- ナッジによる誘導の方向性について、そのよしあしについて、あまり十分検討されていないんじゃないかという懸念あり。（森構成員）
- 電気通信の契約はジェネラルな分野に比べると特殊性があり、それに見合った不実表示、欺瞞的な表示に対する強い規制を、電気通信事業法でかけていくということも一案ではないか。（森構成員）
- 今後顕在化しそうな問題として、情報過多により、利用者が判断するために必要な情報を大量の情報に埋もれさせるような行為もある。また、フェールセーフ（安全性によった設計）やアンドゥ（取り消し）の考え方も取り入れる必要。（長谷川有識者）
- ダークパターンに陥らないためのチェック体制について、社内の目だけではなく、第三者のチェックも入れる形が望ましいのではないか。（長田構成員）

【論点整理(案)】

- いわゆるダークパターンについては、直ちに利用者の利益を侵害しているとの断定が難しく、また、今後新たな類型が登場する可能性もある。
- ビジネス上の自由度の確保と利用者利益の確保のための実効性のある対応を両立させる観点からは、各事業者において社内でのチェック体制の構築や第三者を交えた確認等の取組を促すとともに、事業者又は事業者団体による自主的な点検の実施を含む自主的な規制の導入に向けた検討を促してはどうか。
- また、総務省においても継続的にモニタリングを行い、同様の問題による消費者トラブルが一定生じるようであれば、法令による規律の導入を検討することとしてはどうか。
- いわゆるダークパターンの類型うち、事例として多く見られた「事前選択」については、青少年フィルタリングなど法令等により対応が求められているものもある。一方で、例えば、加入が任意かつ料金が発生するもの(例：端末購入サポートオプション、故障オプション等)については、利用者の利用実態や意思の確認をせず、事前に選択しておくことは、事業者が利用者の選択を操作するものとして不適切であると考えてはどうか。
- また、このような一定存在が確認された類型については、消費者保護GL上でどのような場合に不適切となるのか考え方を明示してはどうか。

オンライン契約における実態調査において、 一定程度見られたダークパターン類型とその割合



事前選択 (デフォルトチェック) のイメージ

- セキュリティ

セキュリティパック 購入しない

- 各種サブスクリプション

動画配信サービス 購入しない

- ご契約内容

・ 20Gプラン
・ 端末代金 初期費用 153,250円

通話オプション
 保証パック
 サポートサービス

オプション合計 3,250円

オプション等が事前に選択された状態になっている。

選択する前から各項目にチェックが入っている。

隠された情報のイメージ

●▲キャンペーン適用で、

月額基本料金 **最大** 3ヶ月無料※

※キャンペーンの申込みにあたっては、当社の専用アプリをダウンロードの上、事前にマイページ登録が必要です。電話等での申込みは受け付けておりません。
※月額基本料金の他に指定オプション1,000円/月が別途必要です。2年自動更新プランの場合、契約期間満了月以外での解約には解除料3,000円が必要。詳しくはこちらをご参照ください。
※通話従量制、ナビダイヤルなど一部対象外サービスあり。
※キャンペーンが適用されるのは、契約後2ヶ月経過後の請求より対象となります。
※【適用例】本キャンペーンのほか、家族割引3回回線適用および当社指定のクレジットカードでの支払いを設定された場合、●▲ポイントが最大3,000ポイント加算されます。
※解約については、当社「の解約専用チャットからのご連絡のみ受け付けております。解約専用チャットは、当社の専用アプリをダウンロードすることをご利用いただけます。

重要と思われる情報が小さい文字または目立たないように記載されている。

(出典) 「オンライン契約における消費者保護ルールの遵守状況等に関する実態調査結果」
(総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合 (第16回) / 消費者保護ルールの在り方に関する検討会 (第54回) 合同会合」資料)

【現状と課題】

- アフターコロナへの転換、利用者行動の変容を踏まえ、利用者利便の更なる向上に資する契約手続のDXの推進が必要。
- 2023年5～6月、NTTドコモは、契約書面の電子交付の優先勧奨に関するトライアルを実施。実施規模、期間は限定的であるも、電子交付により消費者トラブルが誘発されているとは言えない結果であった。

※電気通信事業法では、利用者の承諾を得れば契約書面の電子交付が可能。

- また、事業者ヒアリングでは、オンラインにて提供条件の概要説明を実施したうえで、店舗で契約手続を行うなど、店舗での契約手続に関する利用者負担の軽減に努めているとの発表もあった。

【主な御意見】

- 契約書面の電子交付について、契約期間が短い場合、不具合が起こらないのではないか。少し長い目でトライアルを続けていけば良いのではないか。（長田構成員）
- 電子交付はぜひ進めていただきたい。必要があれば、後日、紙の書面を交付するというのであれば、何ら問題ない。DXやデジタルシフトを進めていくということ自体は、時代の趨勢であるのと同時に、最終的には消費者の便益、全体の便益にもつながっていく。（黒坂構成員）
- 電子交付のほうを進めていくことに一定の力点を置いて、どのような方策が良いかいろいろなことを試していくのが良いのではないか。媒体を超えて利用者の利便性の向上の観点から考えるのが良いのではないか。（市川構成員）
- 契約書面の電子交付について、承諾率に年代別にそれほど有意な差が見られなかったことを踏まえると年代別の配慮は必要なのかどうかは要検討。（北構成員、森構成員）
- 契約書面の電子交付について、マイページ等の充実が必要。契約書面のオンライン上で閲覧できる期間は契約期間中いつでもとするのが適切ではないか。（木村構成員、長田構成員）

【論点整理(案)】

- 契約書面の交付について、電子交付を優先的に勧奨することによる消費者トラブルは、一定の期間経過後の状況も確認する必要があるところ、引き続き優先勧奨を進めつつ、その状況を確認してはどうか。また、優先勧奨による消費者トラブルの防止に当たり、どのような担保措置が必要か（閲覧・ダウンロードの可能期間、紙での書面交付を追加的に希望する場合の取扱い、高齢者等への対応 等）。担保措置が必要な場合には、電子交付の優先勧奨について許容される旨と併せて消費者保護GL上で明示することとしてはどうか。
- その上で、中期的に電子交付による消費者トラブルの増加が見られなければ、電子交付をデフォルト化することを検討することとしてはどうか。また、その際には、優先勧奨の際の担保措置を参考に一定の措置を担保してはどうか。
- オンラインにて提供条件の概要説明を行ったうえで店頭で契約を行うといったオンラインとオフラインを併用した契約手続は、店頭での負担感軽減など利用者にもメリットがあると考えられる。ただし、オンラインで確認した事項について店頭で質問を受けた場合には適切にこれに対応する必要がある。このほか注意すべき事項はあるか。注意事項がある場合には、オンラインとオフラインを併用した契約手続が許容される旨と併せて消費者保護GL上で明示することとし、事業者における横展開を図ってはどうか。

(参考) 契約手続のDXの推進

契約書面の電子交付に向けたトライアル

- NTTドコモは、2023年5月1日から同年6月30日まで、契約書面の電子交付に向けたトライアルを実施。その後、トライアル結果を踏まえ、契約書面の電子交付の優先勧奨による「苦情の増減影響」、「電子交付選択増加の効果」について検証を実施。
- トライアルの結果として以下の報告あり。
 - トライアル実施店舗における電子交付新規承諾率は50%強と全国店舗平均を約10%上回る結果となった
 - 2023年5-10月（トライアル期間+4カ月の苦情収集期間）で電子交付に起因する苦情は発生していない

オンラインを活用した契約手続

- KDDIは、オンラインで料金プラン等を事前に選択し、店頭で迅速かつ簡単に手続が可能となる「クイックお手続き」を導入。
- 契約手続について、オンラインを活用することで店舗での負担感軽減に寄与する可能性。

「クイックお手続き」(KDDI)のイメージ



事前にプランを組み立て

気になるところはスタッフに相談

サクッと手続きが完了!

(出典)「事業者ヒアリング (KDDI株式会社)」
(総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会 (第53回)」資料)

契約手続とオンラインの活用イメージ



店舗での
負担感軽減

※プランや重説については、
不明点等のみ店舗で確認
(場合によってはオンラインで
複数店舗が連携して接客)

現状の対応イメージ

全年齢共通

ご契約書類は紙でのお渡しか、
電子交付かお選び頂けます。



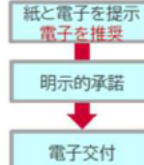
電子交付を推進する対応イメージ

65歳未満の場合

紙での交付と電子での交付のどちらか
をお選び頂けます。
特段のご要望がなければ電子交付と
させていただきますがよろしいでしょうか？



一定のリテラシーがある
65歳未満の利用者の場合は、
紙面と電子を等しく提示のうえ、
電子交付を優先的に推奨し
署名により承諾取得



65歳以上の場合

従来通り紙面での交付を原則として運用

(出典)「電子交付の更なる推進に向けたトライアル実施結果のご報告」
(総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会 (第52回)」資料)

【現状と課題】

- NTTドコモ、KDDI、ソフトバンクは、2021年からオンライン専用プランを提供。販売チャネルをオンラインに限定することで安価となっている。同プランにおいて、苦情・問合せを行う際はオンラインチャットでの対応が求められる。
- オンラインでの契約者は、トラブルが生じた場合、事業者への問合せをしなかったとする回答がオンライン以外での契約者に比して高い傾向にあった。また、今後、オンラインでの契約を行わないとする理由として、トラブルが生じた際にどこに問い合わせればよいかわからなかったとする回答も一定あった。

【主な御意見】

- オンライン専用プランの場合、苦情や相談の処理方法は基本的にチャットに限られるとのことであったが、これにより利用者からの相談の声があげづらくなったり、利用者が相談することをあきらめてしまうおそれもあるのではないか。（近藤構成員）

【論点整理(案)】

- 事業者において、オンライン契約（含むオンライン専用プラン）における苦情・問合せの窓口や使用方法を適切に案内することが引き続き求められる。
- オンライン専用プランであっても、単純な問合せを超えた苦情について、オンラインのチャットのみで対応する等により、実質的な解決を図らない場合には、苦情等処理義務を果たしていると言えないことを消費者保護GL上で明示してはどうか。

MNO各社のオンライン専用プランの概要

2023年10月末時点

	NTTドコモ (ahamo)	KDDI (povo2.0)	ソフトバンク (LINEMO)
提供開始日	2021年3月26日	2021年3月23日 ^{※1}	2021年3月17日
料金 (月額 (税込))	20GB 2,970円 100GB 4,950円	基本料0円 データ追加 例：3GB 990円・20GB 2,700円 (利用可能期間30日間) ^{※2}	3GB 990円 20GB 2,728円
契約 チャネル	オンライン	オンライン (専用アプリが必要)	オンライン
契約時の サポート	チャット (ボット、有人)、 ビデオ通話	チャット (ボット、有人)	チャット (ボット、有人)
問合せ等の方法	チャット	チャット	チャット
ショップでの 問合せ等の可否	一部可 [※] 新規、変更時のみ手続 きを有料でサポート (3,300円 (税込) /回)	不可	不可

注：楽天モバイルについては、オンライン専用プランの提供なし。

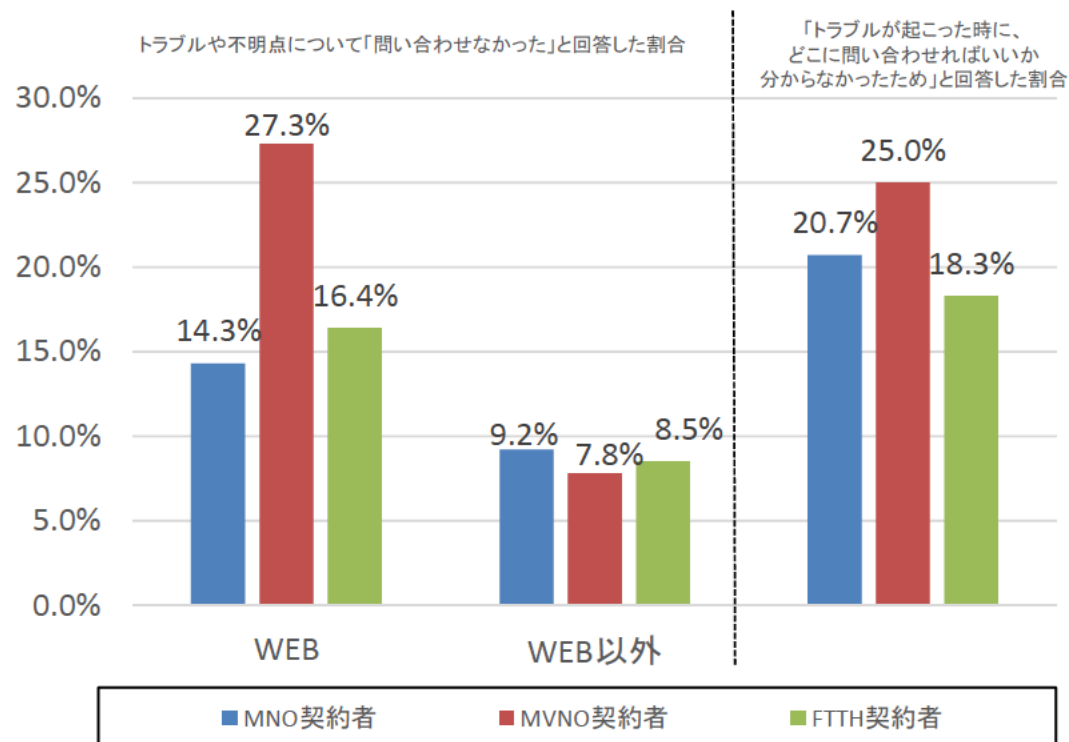
※1：povo1.0の提供開始日。

※2：povo2.0では、容量や利用可能期間の異なるデータオプションを提供。

(出典)「消費者保護ルールの現状と課題」
(総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第51回)」資料)

トラブル・不明点の問合せ状況

- WEBとWEB以外での契約で比較すると、トラブルや不明点について「問い合わせなかった」と回答した割合はWEBでの契約の方が高い。
- また、今後はWEBで契約申込みをしないと考える理由において、「トラブルが起こった時に、どこに問い合わせればいいのか分からなかったため」との回答が一定程度見られた。



(出典)「利用者アンケートの主な結果」
(総務省「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合(第16回)」/
消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第54回)合同会合」資料)

【現状と課題(解約後のマイページの閲覧)】

- 解約とともに、オンライン上のマイページの閲覧ができなくなり、契約や支払状況の確認ができない、オプションの解約を忘れたとする苦情相談が多くみられるとの声がある。

【主な御意見】

- 解約後、オンライン上のマイページが閲覧できなくなり、過去の契約内容や支払状況が不明になるといった相談が寄せられている。解約後、一定の間、確認できる期間が必要なのではないか。コンテンツサービスの解約忘れ等の苦情もある。(石田構成員)
- 解約後のオンライン上のマイページの確認について、できないならできない、できるならできる、いつまでできるということは、きちんと利用者に説明すべきではないか。(木村構成員)

【論点整理(案)】

- 個人情報の保有の観点から、長期間にわたり閲覧可能とすることはかえって利用者利益を害する可能性。解約時の説明として、閲覧可能期間等について適切に説明することを事業者に促してはどうか。

【現状と課題(ナッジを活用した適切なプラン選択)】

- オンライン専用プランをはじめ、携帯電話事業者の提供プランは多様となっている。一方で、利用者の乗換意向は限定的。

【主な御意見】

- 適切なタイミングでインセンティブを伴ったナッジを活用することでより利用者に望ましい行動変更を促すことができるのではないか。例えば、契約後1年のタイミングや端末サポートプログラムが切れるなど契約を意識するタイミングで、利用実態を踏まえた契約プランの変更を事業者から促してはどうか。(黒坂構成員)

【論点整理(案)】

- ナッジの活用を念頭に利用者の適切なプラン選択を促す取組を検討してはどうか。具体的には、利用者の同意の下、契約後一定期間経過後に当該利用者の利用実態に基づき、より安価になる等の利用者にとって有利なプラン紹介を事業者が能動的に行うことが考えられないか。

解約後のマイページの閲覧に関する苦情相談の例

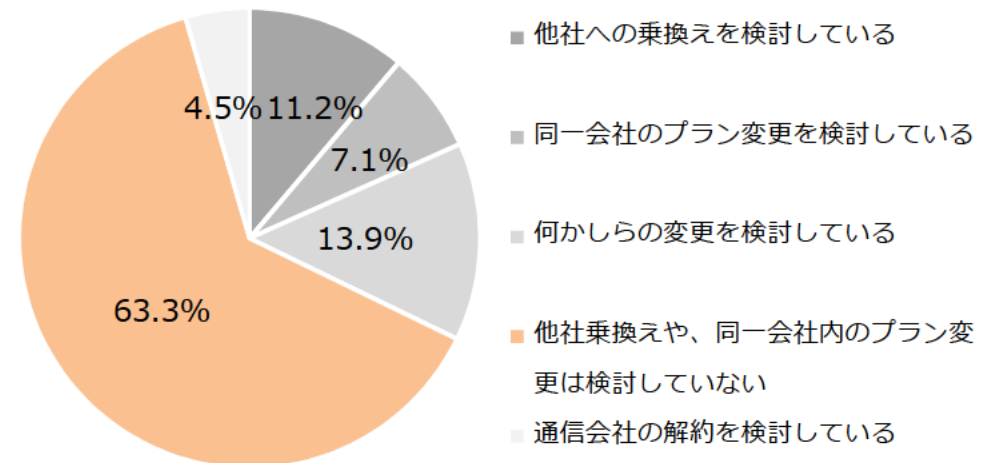
- 光回線の申込みをし、宅内工事は完了したが、宅外工事が後日となった。宅外工事の予約が取れない状態が長く続いたため、契約をキャンセルをするため、電話にて光回線が開通していないこと、契約が成立していない旨を伝えると、**マイページでわかると言われた。しかしその後、申込みキャンセルのメールが届き、解約になったのでマイページが見られない。**
- (法人契約に関する苦情) 050番号を取得し、たが、電話を使用することがほとんどなかった。**マイページにログインしたところログインができなかったため、事業者にお問い合わせると解約になっていた。2ヶ月間電話の発着信がなかったため自動解約となったとの説明を受けた。**
- **解約したと思っていたが請求が続き、法律事務所から受任通知等が届く。マイページにログイン出来ない。**

(出典)令和5年度における総務省受付の電気通信サービスに係る苦情相談からの例。

他社の通信サービスへの乗換えに関する意識調査

- 現在利用している通信会社からの乗換え検討について、乗換えやプラン変更等を検討していないとする回答は6割を超えた。

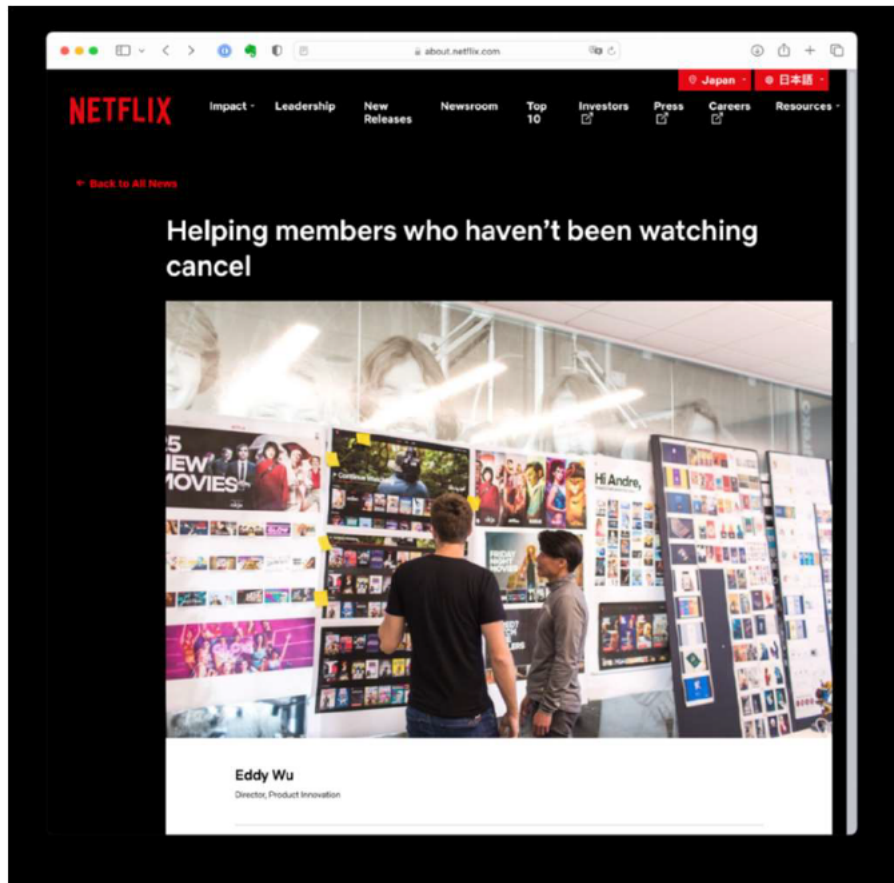
現在利用している通信会社からの乗り換え検討



(出典)MMD研究所「2023年9月 通信サービスの乗り換え検討に関する調査」(2023年10月27日)
<https://mmdlabo.jp/investigation/detail_2282.html>

Netflixの利用実態のない利用者への通知

- 米Netflixは、一定期間アクセスのないユーザーに対してメールを送付し、アカウントをキャンセルするかどうか確認し、反応がなければキャンセルすると発表（2020年）。
- 入会后1年以上使っていないか、2年間使っていないユーザーが対象。キャンセル後、10か月はプロフィールや視聴履歴などを保存。



(出典)「ダークパターンとはなにか」(総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第53回)」資料)

他業種でのプラン選択に関する情報提供の例

- 契約後（1年程度経過時）や端末サポートが切れる等、消費者が「契約」を意識するタイミングでのナッジが重要。
- 契約時のナッジの提供：火災保険や自動車損害保険の契約時の申込書（下図）のように「インセンティブも含めて消費者が直感的に理解できる契約プランの比較」があってもいいのではないか。

The image shows a screenshot of a Japanese insurance application form. The form is titled '保険種別' (Insurance Type) and '物件 専用住宅' (Property: Dedicated Residential). It contains several sections for selecting insurance plans and amounts. Red circles and arrows highlight specific areas: a 'はい' (Yes) button, a 'いいえ' (No) button, and a '実印' (Seal) area. The form includes a table for 'ご意向のプラン' (Intended Plan) with columns for 'プランA' and 'プランB', and rows for '保険期間' (Insurance Term), '保険料払込方法' (Insurance Payment Method), '建物' (Building), '家財' (Contents), and '個人賠償責任' (Personal Liability). The bottom section includes a '別増引' (Additional Charge) table and a 'ご希望のプラン' (Desired Plan) section.

(出典)「ナッジとダークパターンの小考察」(総務省「消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第53回)」資料)