

論点整理 (案)

2025年4月23日
事務局

検討トピック1：

提供条件説明に関する利用者理解の向上

検討トピック2：

「頭金」の状況

検討トピック3：

据置型Wi-Fiサービスの状況

検討トピック4：

「消費者保護ルール報告書の在り方に関する検討会
2024」の指摘事項（電話勧誘、オンライン契約関係等）の
フォローアップ

検討トピック1：

提供条件説明に関する利用者理解の向上

検討トピック2：

「頭金」の状況

検討トピック3：

据置型Wi-Fiサービスの状況

検討トピック4：

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会 報告書 2024」の指摘事項（電話勧誘、オンライン契約関係等）のフォローアップ

検討トピック 1：提供条件説明に関する利用者理解の向上

現状と課題

- 各電気通信事業者の適切な提供条件説明の取組にも関わらず、利用者が理解しないまま契約をしているといったギャップが生じている。
- この状況を踏まえ、TCAにおいて利用者の理解を向上させるための新たな取組の検討を実施。下記の検討結果を報告。
 - ・ 入口での利用者の利用用途把握については、既に各社においてヒアリングを実施しており、引き続き継続する。
 - ・ 出口での契約内容の確認については、既存の書面から「契約内容と料金が明記されたもの」をピックアップし、契約の最後に再提示することで、利用者理解の向上を図る。

主な意見

- 入口でのヒアリングについて、利用者の目的に合ったヒアリングが行われていない、事業者サイドのヒアリングになっているのではないか。（北構成員、石田構成員、長田構成員）
- 契約書面自体が非常に分かりづらいため、それを使い再説明しても、理解が促進されるとは思わない。1枚にまとめたペーパーをぜひ作っていただきたい。（北構成員、長田構成員）
- 既に取り組みされているベストプラクティスを共有するなどし、説明方法の工夫をすべき。（長田構成員、黒坂構成員）
- しっかり説明しても契約内容が難しいと理解されない問題がある、契約内容をよりシンプルにすることが求められているのではないか。（木村構成員、森構成員）

論点整理（案）

- ▶ 昨年12月以来、電気通信事業者による自律的な取組として、消費者団体等の有識者の意見を踏まえ、**利用者の理解を向上させるための取組について検討したことは評価。**
- ▶ 一方で、具体的な取組として示された**“契約書面を再提示しての再説明”**については、書類自体が分かりにくく、その再提示だけでは利用者の理解の向上につながらないのではないかと指摘もある。
- ▶ 電気通信事業者においては、**“契約書面を再提示しての再説明”**に取り組んでいただきつつ、**電気通信事業者及び総務省において、引き続き苦情件数の推移や苦情内容の傾向を注視する必要があるのではないか。**この苦情動向を踏まえ、事業者において、必要に応じてこの取組の改善措置を継続的に検討していくことを促してはどうか。

検討トピック1：

提供条件説明に関する利用者理解の向上

検討トピック2：

「頭金」の状況

検討トピック3：

据置型Wi-Fiサービスの状況

検討トピック4：

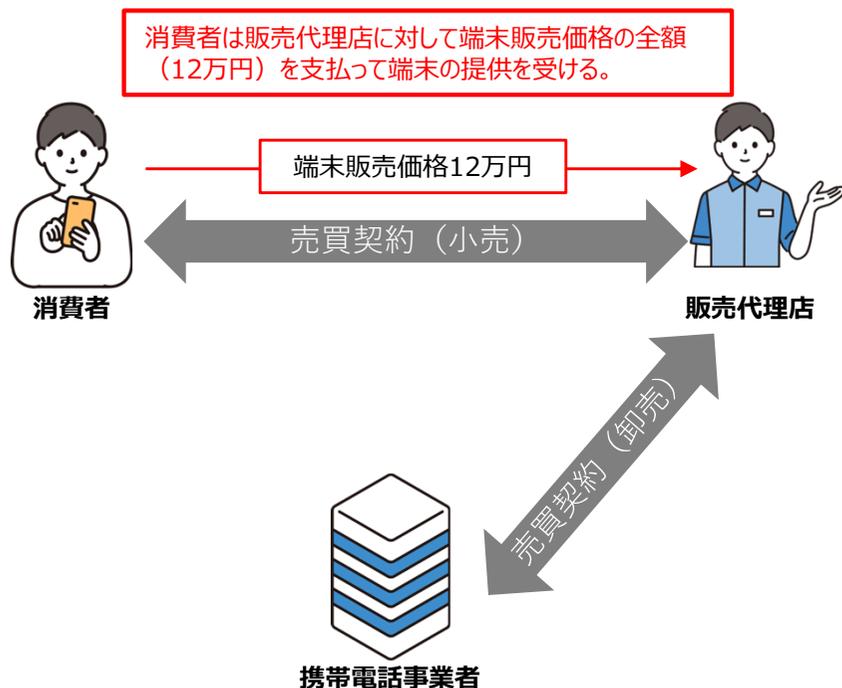
「消費者保護ルールの在り方に関する検討会 報告書 2024」の指摘事項（電話勧誘、オンライン契約関係等）のフォローアップ

携帯電話端末販売の構造

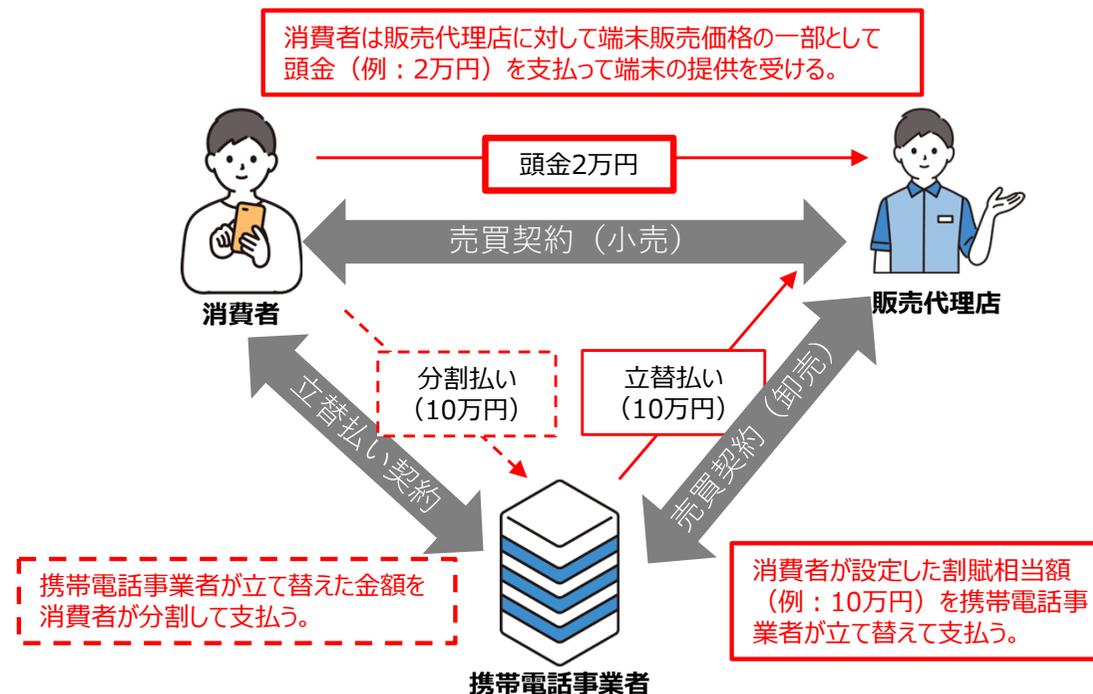
- 一般に、消費者が販売代理店から端末を購入する際の**端末販売価格（小売価格）**は、販売代理店において、
①携帯電話事業者から販売代理店へ提供する端末卸価格と②販売代理店が利益相当額として上乗せする額を合計額として設定。
 （例：端末販売価格（12万円）＝端末卸価格（10万円）＋代理店の利益相当額（2万円））
- 消費者の支払い方法による契約構造は以下のとおり。
 - （1）消費者が端末を一括購入する場合：**消費者は販売代理店との間で**売買契約**を締結。販売代理店に対して端末販売価格（12万円）を支払う。
 - （2）消費者が端末を分割購入する場合：**消費者は①販売代理店との間で**売買契約**を締結するとともに、②**割賦相当額***（例：10万円）に関して携帯電話事業者との間で**立替払い契約**（販売代理店への支払いを携帯電話事業者が立て替える契約）を締結。
 消費者は、**端末販売価格から割賦払い分を差し引いた額（2万円）**を頭金として販売代理店に支払い、**割賦払い分（10万円）**を複数か月に分割して携帯電話事業者を支払う。

※ 割賦相当額は、一般的に携帯電話事業者の設定する割賦上限額と一致している（この例の場合、理念上は12万円のうち3万円を頭金、残り9万円を割賦相当額とすることも可能であるが、一般に販売代理店は割賦上限額（10万円）に一致する額を割賦相当額としている。）

一括購入の場合



分割購入の場合



（例：端末販売価格（12万円）＝端末卸価格（10万円）＋代理店の利益相当額等（2万円）と想定）

(参考) 端末販売価格の設定状況

- ・携帯電話端末は、キャリアショップの店頭だけでなく、キャリアごとのオンラインショップ、家電量販店など様々な場所での購入が可能となっている。
- ・携帯電話端末の販売価格はショップによって個々に設定されるため、携帯電話事業者ごとに、また、同一の携帯電話事業者のなかであっても、店舗ごとに販売価格が異なっている。

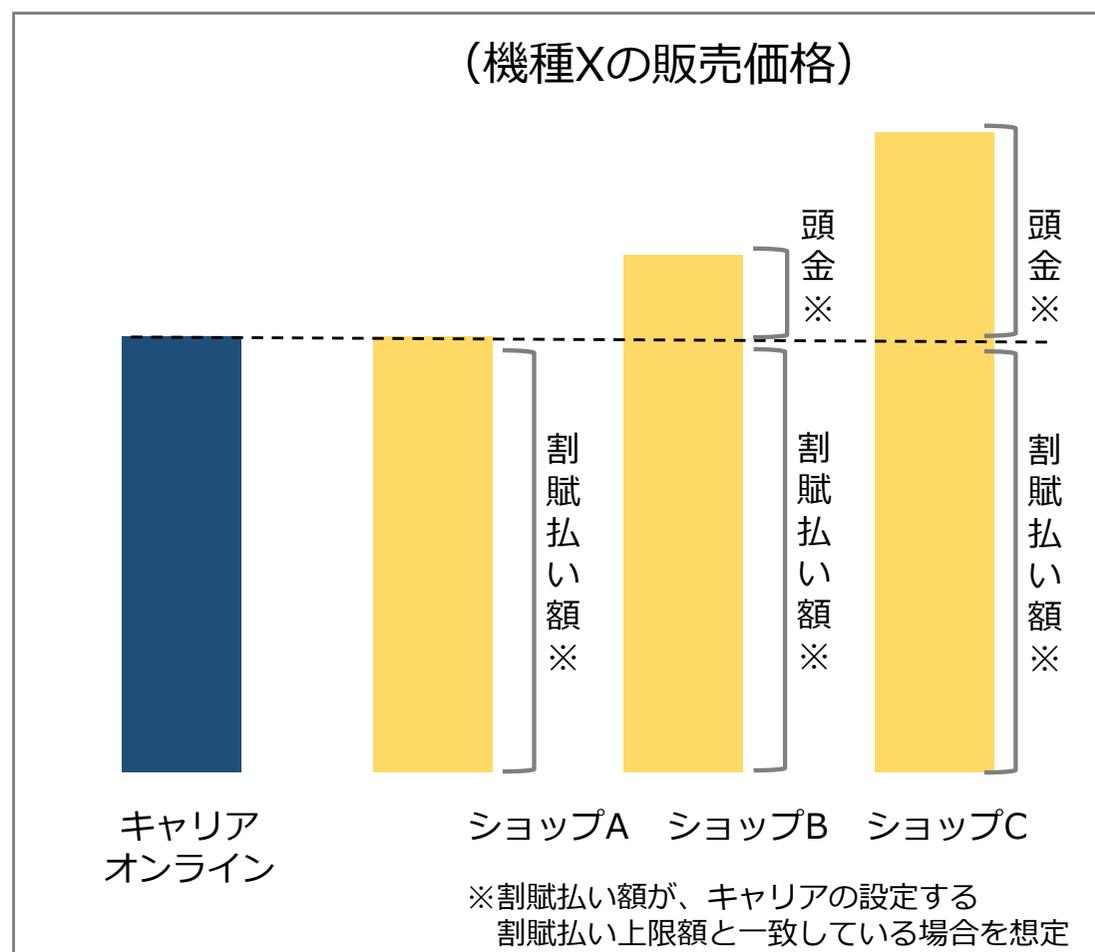
■各MNOオンラインショップにおける端末販売価格例

	iPhone16 (128GB)	Xperia10VI (128GB)
ドコモ オンライン	145,200円	74,140円
au オンライン	146,000円	74,800円
ソフトバンク オンライン	145,440円	69,120円
楽天モバイル オンライン	141,700円	68,900円
メーカー直販	124,800円 (apple公式)	64,900円 (SONY公式)

※各社HPより (2024年11月25日閲覧)

▲通信事業者（オンラインショップ）ごとに販売価格が異なっている。

■店舗ごとの端末販売価格の違い（イメージ）



▲店舗ごとに販売価格が異なっている。

(参考) 携帯電話端末の店頭価格調査の結果

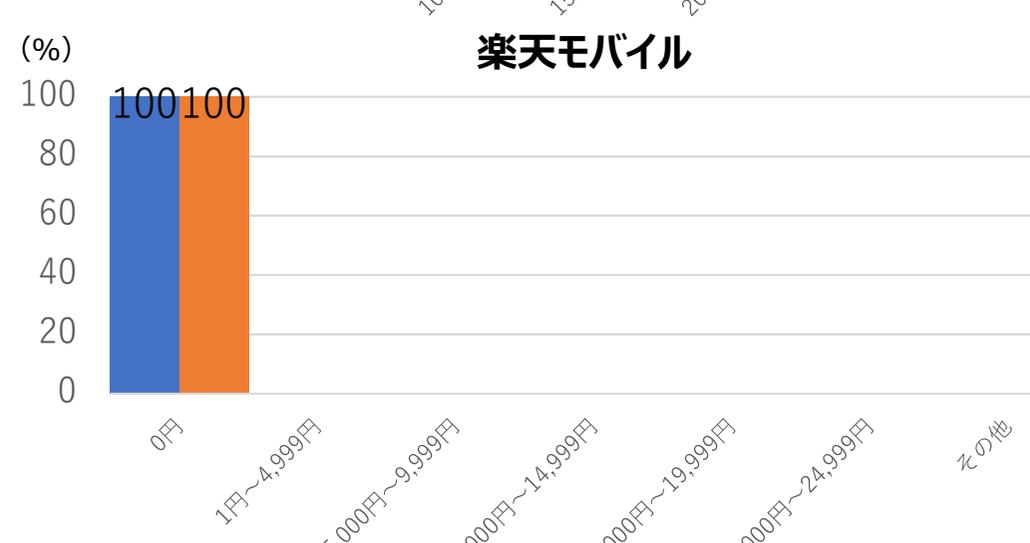
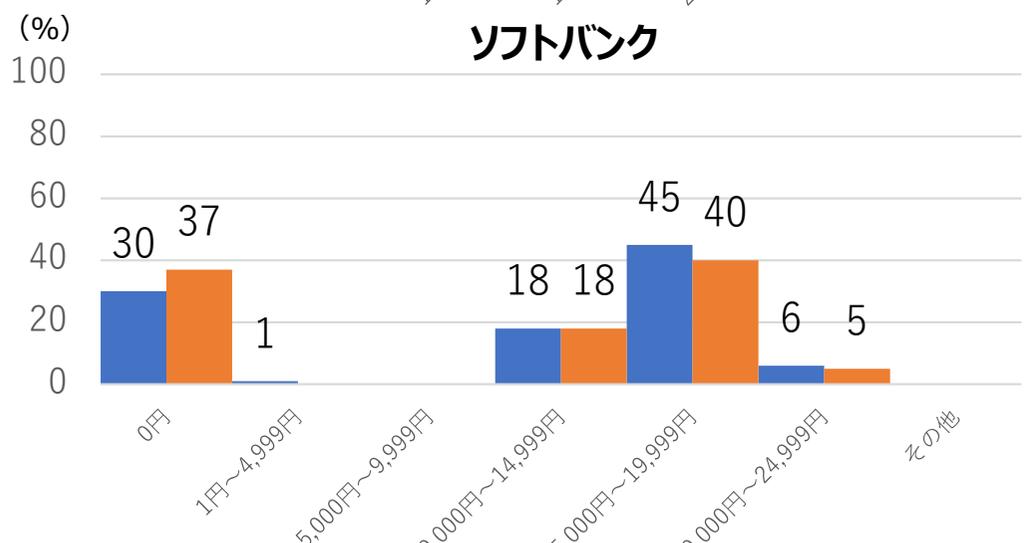
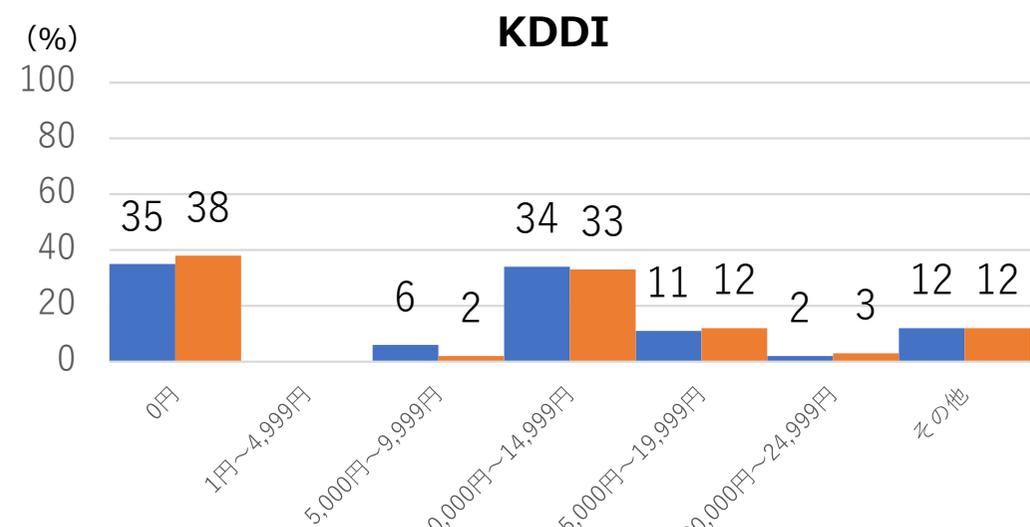
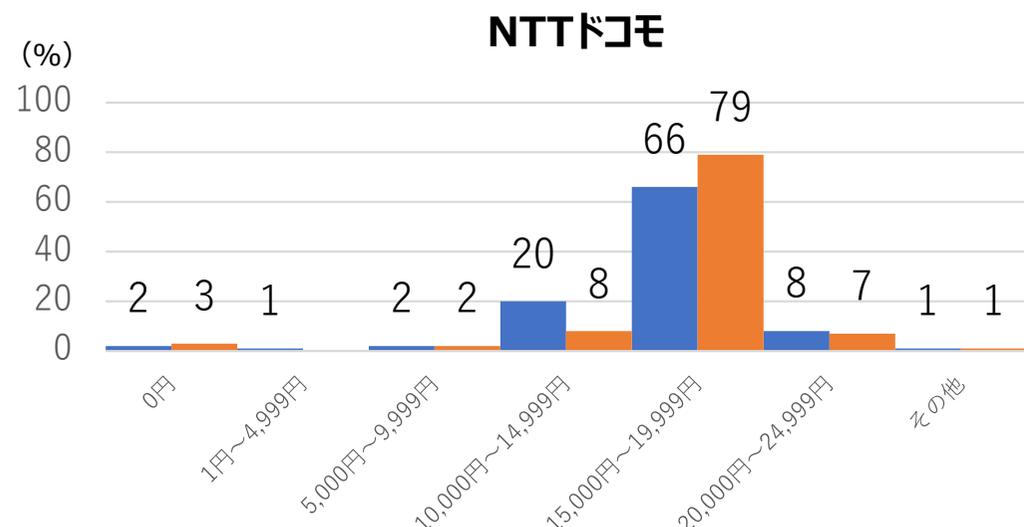
■ 携帯電話端末の販売価格に関する電話調査を実施。オンライン販売価格との差額 (= 頭金の額) は以下のとおり。

実施時期 : 2024年12月

調査機種 : iPhone16、Xperia10VI

調査方式 : 電話調査

調査対象 : MNO 4 社の販売代理店を調査対象とし、各社につき100店舗を選定。
 全国10ブロックごとに人口比率に応じ調査店舗数を設定。



■ iPhone ■ Xperia

検討トピック2：「頭金」の状況

現状と課題

- **店舗ごとに端末販売価格**（キャリアからの端末卸価格と販売代理店が上乗せする利益相当額の総額）**が異なることを消費者が認識していないことにより、気づかないうちに比較的高値で端末を購入している場合があり**、それに起因する消費者からの苦情も一定程度発生するなど、問題が顕在化しているところである。
 - * MNO 4 社の販売代理店における店頭価格調査と携帯電話端末の購入に関するアンケート調査を実施。
結果、店舗ごとに端末販売価格が異なることを認識している消費者は半数以下であった（第62回会合参照）。
- また、端末販売価格を構成する頭金について、消費者が誤認する可能性がある不適切な説明をしている代理店も見受けられる状況。

主な意見

- **頭金がどういうものなのか、それによって端末料金が店によってどう変わるのか理解されていないことが問題**。名称の前に、この仕組みをよりわかりやすく説明する努力を重ねていただくことが重要（黒坂構成員）
- **実質の支払総額を比較して選ぶことができるのか**というところが問題。広告表示のところに実質支払総額を表示していくよう代理店に勧めることは可能か。（石田構成員）
- **総支払額がいくらになるのかについて、帯グラフのような視覚的な表示を使って説明**するよう代理店に指導・監督することは可能か。（西村構成員）
- 頭金という表記を変更すべきではないか。（石田構成員、北構成員、木村構成員、平野構成員、森構成員）

検討トピック2：「頭金」の状況

論点整理（案）

- MNO各社は、利用者に交付する帳票の作成、店頭における端末販売代金の表示（頭金に関するものを含む。）、販売代理店への指導マニュアルの作成に際して、総務省等における過去の検討の経緯を踏まえることとしており、概ね適切に履行されている。
- 一方で、ユーザーアンケート調査においても、依然として店舗ごとに端末販売価格が異なっていることを利用者が認識していない旨が示されており、それにより、気づかないうちに比較的高値で端末を購入していることがあることが対処すべき課題として顕在化している。
- その他、事業者のマニュアル等に沿わず、頭金について利用者が誤認する可能性がある不適切な表示や説明を端末販売時にしている（あるいは消費者が理解するために必要な説明を尽くしていない）販売代理店も一部に見受けられる。

- ▶ 店舗ごとに端末販売価格が異なっていることを利用者がより確実に認識できるようにするため、携帯電話事業者に対し、その周知を強化することを促してはどうか。具体的には、各社のHPから来店予約をする際のページに掲示するなど、利用者の目に留まる場所に掲示することを求めてはどうか。
- ▶ その上で、店舗ごとに端末販売価格が異なっていることについて、総務省が実施するユーザーアンケートの結果を通じ、携帯電話事業者による周知の取組の成果を継続的にモニタリングすることとしてはどうか。
- ▶ また、総務省から、店舗ごとに端末販売価格が異なっていること等の注意喚起を再度行ってはどうか。
- ▶ 頭金の性質について、利用者が誤認をする可能性がある不適切な表示や説明をしている販売代理店も一部に見受けられることから、総務省から携帯電話事業者に対し、販売代理店に対する指導の徹底を要請してはどうか。

(参考) <頭金>MNOヒアリング結果概要

【共通質問事項】

	(株) NTTドコモ	KDDI (株)	ソフトバンク (株)	楽天モバイル (株)
消費者への周知	HP、カタログ等で、販売店ごとに端末販売価格が異なることを周知	店頭POP、HP、カタログ等で、販売店ごとに端末販売価格が異なることを周知	店頭表示等で、販売店ごとに端末販売価格が異なることを周知	頭金を設定していない
代理店への展開事項	プライスカードや価格訴求広告物に対する指定フォーマットの展開	プライスカードや価格訴求広告物に対する指定フォーマットの展開	プライスカードや価格訴求広告物に対する指定フォーマットの展開	
総額、割賦相当額、頭金に関する書面上の表示	総額、割賦相当額、頭金を記載。	総額、割賦相当額、頭金を記載。	割賦相当額、頭金を記載。総額は任意。	総額、割賦相当額を記載。 (端末購入プログラム利用の場合)
MNOにおける「頭金」の表示に関するルールの徹底	<ul style="list-style-type: none"> 「頭金」単独訴求の禁止 一括購入の際「頭金」を支払う必要がない等誤認を招く表示の禁止 分割購入における分割支払い金と「頭金」の内訳記載の遵守 	<ul style="list-style-type: none"> 「頭金」単独訴求の禁止 一括購入の際「頭金」を支払う必要がない等誤認を招く表示の禁止 分割購入における分割支払い金と「頭金」の内訳記載の遵守 	<ul style="list-style-type: none"> 「頭金」単独訴求の禁止 一括購入の際「頭金」を支払う必要がない等誤認を招く表示の禁止 分割購入における分割支払い金と「頭金」の内訳記載の遵守 	
定期的な代理店への確認の実施	「頭金」を表示する訴求物について定期的に確認	<ul style="list-style-type: none"> 「頭金」を表示する訴求物について定期的に確認 表示と頭金の設定額が一致しているかを定期的に確認 	「頭金」を表示する訴求物について定期的に確認	
販売代理店に対する「頭金」の説明に関する指導	「販売代理店が独自に設定する販売価格の一部であり、分割払いの場合の店頭でお支払いいただく額」と定義し、お客様へ説明するよう周知。	販売代理店に対して、頭金の正しい概念を理解し、お客さまに適切に説明するよう指導。	頭金は「分割払いで購入する際、端末・付属品の代金とは別に、店頭で支払う機種代金の一部」と説明	

(参考) 端末販売価格が異なることの掲示の現状 (各社HP抜粋)



●ホーム> 製品



※ 機種の販売価格は、店舗ごとに異なります。

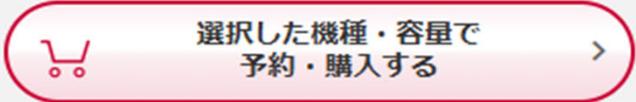
※ Apple、Appleのロゴ、AirPlay、AirPods、Apple Music、Apple Pay、Apple Pencil、Apple TV、Apple Watch、Ceramic Shield、Dynamic Island、Face ID、FaceTime、iBooks、iPad、iPhone、iTunes、Lightning、Magic Keyboard、MagSafe、ProMotion、Siri、Touch ID、TrueDepth、True Toneは、米国および他の国々で登録されたApple Inc.の商標です。iPhoneの商標は、アイホン株式会社とのライセンスにもとづき使用されています。App Store、Apple Arcade、AppleCare+、Apple TV+、iCloudは、Apple Inc.のサービスマークです。TM and © 2025 Apple Inc. All rights reserved.

※ Android は Google LLC の商標です。

(参考) 端末販売価格が異なることの揭示の現状 (各社HP抜粋)



●ホーム> iphone> iphone16e



※ 表示価格はXiから5Gの契約変更と同時に、ご購入いただく場合の価格です。

※ 表示価格はドコモオンラインショップの販売価格です。

※ 機種の価格は店舗によって異なります。

※ 分割支払金(1~23回目)は1回目のみお支払額が記載と異なる場合がございます。

12か月目*3にいつでもカエドキプログラム*1を利用*2する場合のお客さま負担額は43,230円です。

*1 対象機種を残価設定型24回払いでご購入いただくとともに本プログラムにご加入いただく必要があります。

*2 本プログラムを利用するには、ご返却時に未払金がないこと、機種に故障・水濡れ・破損・改造などがなく正常に動作することをドコモにおいて確認できること、dポイントクラブ/ドコモビジネスメンバーズに加入されていること、そのほかドコモの査定基準を満たしていることが条件です。

*3 プログラムに加入した翌月を1か月目とします。

【分割払いについて】

実質年率：0% 支払期間(回数)：26か月(24回)

※ 掲載している分割支払総額は、2025年3月19日(水曜)現在の価格です。

※ 上記の金額は、すべて税込です。

KDDI

● トップ > スマートフォン・携帯電話

スマートフォン・携帯電話

Android | iPhone | 料金・割引 | サービス・機能 | エリア | キャンペーン



トップ > スマートフォン・携帯電話

スマートフォン・携帯電話

※機種の販売価格は、店舗ごとに異なります。

iPhone 16 Pro

Apple iPad air

Apple Intelligenceのために設計。



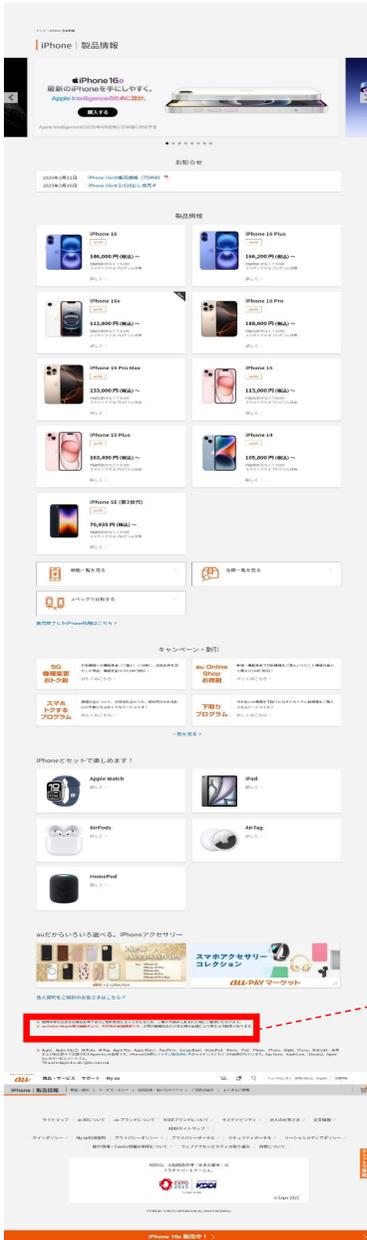
スマートフォン・携帯電話 | au

iPhone | 製品情報 | au

(参考) 端末販売価格が異なることの揭示の現状 (各社HP抜粋)



● トップ > iPhone | 製品情報



※ 機種本体の正式な価格はお客さまのご契約状況によって異なるため、ご購入手続きに進まれた後にご確認いただけます。

※ au Online Shopの販売価格および、割引後の価格情報です。実際の機種代金のお支払額は店舗により異なる可能性があります。

(参考) 端末販売価格が異なることの掲示の現状 (各社HP抜粋)

ソフトバンク

●ホーム> iphone> iphone 16e【予約・購入】



料金プランと合わせた金額をみる

- ・機種代金は、店舗ごとに異なります。なお、表示価格はソフトバンクオンラインショップおよびソフトバンクショップ（直営店）で購入する場合の価格です。
- ・実際のお手続き内容によって金額は異なりますので、購入前にご確認ください。
- ・ソフトバンクオンラインショップでは、基本プラン（音声）または基本プラン（データ）以外のお申し込みは受け付けておりません。
- ・ソフトバンクの回線契約がなくてもご購入いただけます。ご希望のお客さまは各店舗にてお求めください（一部例外あり）。SIMロック解除のお手続きは、サポートページをご確認ください。[詳細をみる](#) >

[iPhone 16e【予約・購入】](#) | ソフトバンク

ソフトバンク

●ホーム>スマートフォン・携帯電話>製品情報



機種代金は、店舗ごとに異なります。なお、表示価格はソフトバンクオンラインショップおよびソフトバンクショップ（直営店）で購入する場合の価格です。

検討トピック1：

提供条件説明に関する利用者理解の向上

検討トピック2：

「頭金」の状況

検討トピック3：

据置型Wi-Fiサービスの状況

検討トピック4：

「消費者保護ルール報告書の在り方に関する検討会
2024」の指摘事項（電話勧誘、オンライン契約関係等）の
フォローアップ

検討トピック3：「据置型Wi-Fiサービス」の現状

現状と課題

- 利用者が契約時の条件や端末価格等の説明をよく理解しないまま契約していることに起因する苦情が一定程度発生している。

主な意見

- 説明が理解できていない。年齢層に応じた説明等、工夫をしてほしい。（木村構成員、西村構成員）
- ユーザー想定やニーズに合致した勧誘をすべき。（石田構成員、北構成員、新美構成員、西村構成員、森構成員）

論点整理（案）

- ▶ MNO各社は、販売代理店への指導マニュアルの作成、解約対応等について法令に則った対応をしている。
- ▶ **ただし、特に実質0円といった内容でキャンペーンを行っている場合など、利用者が高額な端末販売価格を認識しないまま契約しているケース（その後解約する際に残債が高額となって発覚）も見受けられることから、契約解除の条件を含む基本事項の説明が利用者のニーズ等を踏まえて適切に行われるとともに、店頭での表示も適切に行われるよう、電気通信事業者に対し、販売代理店への指導を徹底するよう促してはどうか。**
- ▶ また、利用者の理解の一層の向上を図るため、「検討トピック1：提供条件説明に関する利用者理解の向上」に関する取組の一環としても、電気通信事業者において必要な対応を講じてみてはどうか。その上で、必要であれば、総務省の「消費者保護ルールに関するガイドライン」において、解約時に発生する残債等について明確に説明することが望ましい旨反映することも検討してはどうか。

(参考) <据置型Wi-Fiサービス> MNOヒアリング結果概要

【共通質問事項】

	(株) NTTドコモ	KDDI (株)	ソフトバンク (株)	楽天モバイル (株)
販売代理店に対するプライスカードのフォーマットの提供状況	提供	提供	提供していない ※店頭表示に関する社内ガイドライン遵守を要請のうえ、代理店にてプライスカードを作成	提供
代理店が行う据置型Wi-Fiサービスの勧誘に関するマニュアル等の整備状況	店頭訴求において、実質0円が強調されすぎないように手順書を定め、代理店向けWEBサイトにて展開・管理を実施。	お客さまの通信環境を踏まえたご提案を行うよう、業務マニュアルを作成し、指導。 プライスカードの統一フォーマットを作成し、展開。販売代理店が実質0円を強く訴求することがないよう努めている。	機種代金が無料といった誤認を招く案内をしてはいけない等、具体的な例示を含むマニュアルを展開。	実質0円キャンペーンはしていないが、「月額プラン料金0円」等のキャンペーン期間中には、店頭表示ツール等を用いて、端末料金を含めたお客様の負担額について説明するよう定めたマニュアルがある。
代理店が行う据置型Wi-Fiサービスの説明に関する指導内容	<ul style="list-style-type: none"> ● 制約事項の説明 ・ベストエフォートの通信品質及び帯域制御 ・登録した設置場所のみで利用可能 ● 端末価格の説明 ・月々サポートの概要および解約時は割引終了する旨 ● 通信サービス解約時の端末残債の説明 ・総額および解約後に割賦残債が残る点についてもマニュアルに記載。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 制約事項の説明 ・ホームルータープラン5Gの対象機種 ・位置情報の取得 ・契約住所以外での利用禁止 ● 端末価格の説明 ・端末価格や割引額、分割支払金の残高を説明するよう指導。 ● 通信サービス解約時の端末残債の説明 ・解約や、対象プラン以外に変更または廃止された場合に、割引を終了する旨帳票を用いて案内すること 	<ul style="list-style-type: none"> ● 制約事項の説明 ・設置先住所でのみ利用可能 ・環境により実効速度は変化し得る点等 ● 端末価格の説明 ・解約時・機種変更時には月月割の適用が終了となる点等 ● 通信サービス解約時の端末残債の説明 ・通信サービスの解約後も割賦残債の支払義務が残ることを説明 ● その他 ・契約が必須と誤認させないようにすること 	<ul style="list-style-type: none"> ● 制約事項の説明 ・回線速度 ・サービスエリアの制限 ● 端末価格の説明 ・端末の価格や割引額等を説明するように指導 ● 通信サービス解約時の端末残債の説明 ・解約後も端末残債の支払義務が残ることを説明 ● その他 ・初期契約解除に基づき解約を受付していること ・端末に関してもご契約後一定期間、返品・返金を受付していること

検討トピック1：

提供条件説明に関する利用者理解の向上

検討トピック2：

「頭金」の状況

検討トピック3：

据置型Wi-Fiサービスの状況

検討トピック4：

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会 報告書
2024」の指摘事項（電話勧誘、オンライン契約関係等）の
フォローアップ

検討トピック4：報告書2024のフォローアップ

現状と課題

- 電話勧誘について、適切な代理店の指導や勧誘状況のモニタリングの実施により電話勧誘の適正性の確保をしているとの回答がほとんどの事業者から得られた。また、一部の事業者では、高齢者への追加的な対応を実施していた。アウトサイダーを起因とした苦情申告が一部見受けられるといった回答も見られた。
- オンライン契約におけるダークパターンへの対応について、ガイドラインに記載の例については適切に履行しているとの回答がほとんどの事業者から得られた。最終確認画面については、一部の事業者で重要事項説明で兼ねているといった回答が見られた。
- 契約書面の電子交付に関する苦情動向について、優先勧奨の開始前後での変化は見られない、電子交付そのものに関する苦情はほとんど発生していないと回答がほとんどの事業者から得られた。

主な意見

- 各社とも電話勧誘における一定以上の取組を実施しているとのことだが、実効性を上げていく必要がある。きちんと法令遵守されることが必要。（平野構成員、石田構成員）
- 申込みに至らなかったケースも含めて、どういう電話勧誘がされているかの把握に力を入れることが必要。（長田構成員、黒坂構成員）
- アウトサイダーを含め、問題の生じている代理店を明確に特定し、苦情数が一部の事業者に偏っている状況があれば、社名公表等の措置の検討が必要な段階に来ているのではないか。（黒坂構成員、森構成員）
- 各社ともダークパターンへの対応はしているようだが、いまだに誤解を招き得る画面が見られる。利用者視点で今後も検討してほしい。（木村構成員）

論点整理（案）

- ▶ 昨年10月のガイドライン改正で記載したオンライン契約の項目は、MNO/MVNOにおいて概ね適切に実施されている。
- ▶ 電話勧誘については、各社の取組にもかかわらず苦情件数が減少しない現状に鑑み、引き続き事業者による適正性確保の取組を求めているかどうか。
- ▶ 総務省は、引き続き苦情動向を注視。その結果、苦情が増加する/高止まりが続く等の状況が続くようであれば、追加的規制の導入を検討することとしてはどうか。

(参考) <電話勧誘>ヒアリング結果概要

赤枠内は構成員限り

	NTT東日本・西日本	ソニーネットワークコミュニケーションズ	ビッグロープ	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	FVNO委員会
電話勧誘を起因とする苦情の動向	減少傾向	時期により増減あり	横ばい	横ばい	—	横ばい	おおむね減少傾向
代理店に電話勧誘を委託している場合の指導内容	<ul style="list-style-type: none"> 研修の実施 法令改正内容の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> 研修の実施 悪質な代理店への契約停止等の措置 	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルの整備 研修の実施 問題発生時の代理店への指導 	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルの整備 電話対応専用書面の展開 代理店への指導 	マニュアルの整備	マニュアルの整備	研修・勉強会の実施
代理店に対する勧誘状況のモニタリング	<ul style="list-style-type: none"> 一次代理店への定期監査 一次代理店から二次代理店への定期監査を促進 	<ul style="list-style-type: none"> 代理店への定期監査 フォローコールによる勧誘内容の確認 	<ul style="list-style-type: none"> 代理店への定期監査 通話記録の確認 	通話記録の確認	通話記録の確認	<ul style="list-style-type: none"> 代理店での自主的な監査 外部委託による監査（半期ごと） 	<ul style="list-style-type: none"> 通話記録の確認 監査の実施（一部事業者）
電話勧誘の適正性確保のための措置	<ul style="list-style-type: none"> 会話手法等に重点を置いた研修の実施 一次代理店から二次代理店へのOJT等の実施促進 	<ul style="list-style-type: none"> 電話勧誘を行っているサービスに関する問い合わせ専用窓口の設置 高齢者への丁寧な対応 	高齢者への後確認の実施	—	高齢者への丁寧な対応	監査結果からの指導の実施（ペナルティを含む）	後確認の実施（一部事業者）
苦情に至った原因をどう考えているか	接客対応上の不備に起因する苦情への更なる取組みが必要	説明不足、誤解を与える説明	<ul style="list-style-type: none"> 理解度の把握が困難 高齢者が対象になりやすい 	<ul style="list-style-type: none"> 電話自体を希望しない 説明内容に関する認識の相違 	<ul style="list-style-type: none"> FTTHの構造的な特徴やauひかりが複数ISPと協業していることで、混乱を招いている可能性 アウトサイダーを起因とした苦情申告も見受けられる 	キャンペーン条件等の提供条件の十分な理解がなされなかったこと	<ul style="list-style-type: none"> 電話自体を希望しない 誤案内、説明不足等（一部事業者）
今後の対応について	接客品質の向上に重点を置いた取組	<ul style="list-style-type: none"> 代理店による説明を補完する取組 相談体制、悪質な代理店への措置 	<ul style="list-style-type: none"> ヒアリングシートの新規整備 高齢者への対応強化 	アウトサイダーも含めた適正化への対応が必要	<ul style="list-style-type: none"> 代理店への指導の強化 	今後も既存の取組を引き続き実施	事業者が把握できていない代理店の悪質な営業行為への対策（一部事業者）

※楽天モバイルは電話勧誘は実施していない。

(参考) <オンライン契約等>ヒアリング結果概要

	NTTドコモ	KDDI	ソフトバンク	楽天モバイル	MVNO委員会
最終確認画面を設け、特に苦情につながりやすい項目を再度表示すること	<ul style="list-style-type: none"> 従来より設けている 再表示項目の見直し 	<ul style="list-style-type: none"> 従来より設けている 認知度向上の取組 	<ul style="list-style-type: none"> 設けている 配送や確認措置について再掲 	<ul style="list-style-type: none"> 設けている 最終確認画面で重要事項説明等を表示 	<ul style="list-style-type: none"> 設けている 重要事項で説明している場合がある（一部事業者）
ダークパターン					
社内のチェック体制の構築等	社内関係部門による確認				社内関係部署による確認 (一部事業者除く)
ガイドラインに記載の望ましい例・不適切な例に対する対応状況	適切に対応済み	適切に対応済み	おおむね対応済み (一部対応中)	おおむね対応済み (一部対応中)	おおむね対応済み (一部事業者除く)
契約手続のDX					
優先勧奨の実施状況	<ul style="list-style-type: none"> 実施している。 ウェブページの閲覧期間は交付後54ヶ月 80歳以上の高齢者には原則紙交付 	<ul style="list-style-type: none"> 実施している。 契約内容の最新情報はマイページで確認可、契約書面のウェブページ閲覧等は6ヶ月間 ウェブページ閲覧方法を記載したチラシ配布 	<ul style="list-style-type: none"> 実施していない。 電子契約書面は契約期間中いつでもマイページから閲覧可能 未成年や高齢者への簡易印刷書面の交付必須 	<ul style="list-style-type: none"> 実施している。 ウェブページの閲覧等は契約後いつでも可能 	おおむね実施している。 (一部事業者除く)
契約書面の電子交付に関する苦情動向	ほとんど発生していない				
口頭での説明と代替措置を併用する形での説明/その際の消費者トラブル防止のための取組の実施状況	併用可能	<ul style="list-style-type: none"> 併用可能 代理店向けマニュアルの整備、指導 	併用可能	<ul style="list-style-type: none"> 併用可能 代理店向けに指導 	おおむね併用可能 (一部事業者除く)
ナッジを活用した適切なプラン選択の推進					
利用者の同意の下で、利用実績を通知するサービスの提供	利用者の同意を得て、アプリでのプッシュ通知	利用者の同意を得て、メール等で通知	利用者の同意を得て、メールで通知	利用者によるアプリおよびWebでの確認	一部事業者にて実施