

論点整理（案） （提供条件説明／頭金について）

2025年5月28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：

「消費者保護ルールのある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

※前回第65回会合を踏まえて加筆修正

- 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。その上で、各社共通の取組として、新たに利用用途を踏まえた対応の向上に関する宣言を実施。
- ・ 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。
- ・ 運用開始後の利用者の苦情の動向等を注視し、利用者理解の向上に資する更なる対応（サマリーペーパー等）を引き続き検討する。

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と。（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枚にまとめたサマリー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、木村構成員）
- 各社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）
- 契約書等の表現を分かりやすいものにすべき。（平野構成員、近藤構成員）
- 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と。（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、“**利用用途を踏まえた対応の向上**”、“**契約書面を再提示しての再説明**”等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と。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（サマリーペーパーの作成等）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ある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

現状と課題

※前回第65回会合を踏まえて加筆修正

- 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、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。
＊ 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。
- 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（頭金を支払うことにより割賦払いの額が減少すると誤認させるような説明）をしている、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）
- 支払総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。業界全体で共通した表示についての取組の検討が必要ではないか。（西村構成員）
- 頭金の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）

論点整理（案）

※前回第65回会合を踏まえて①の各項目を追加

- ▶ 利用者が誤認しないための取組として、①**端末販売価格（割引適用前）に関する表示をわかりやすいものにする**こと、②**端末販売価格（割引適用前）についての利用者の理解を深めるための周知・啓発を強化**することが考えられる。

①端末販売価格に関する表示

- ▶ **端末価格表示**（HPのほか、店頭に掲示するプライスカードや広告等）において**端末販売価格（割引適用前）**や**支払総額（割引適用後の実質負担価格）**をより明確に表示することを促す。【事業者の取組】
- ▶ これまでの議論等を踏まえ、**店頭広告等において頭金の額を強調表示する際に留意すべき点（端末販売価格（割引適用前）を明記する等）**を再度確認することを検討。【総務省の取組】

*各店舗での端末販売価格は、各キャリアが設定する割賦上限額（各キャリアのオンラインでの端末販売価格に概ね一致）に、分割払いで購入する場合にその場で支払う金額（頭金として各店舗が設定）が上乗せされた形で設定されている。このような状況において、“頭金の額が他店と比べて安い（例：頭金0円である）”と訴求することは、店舗での端末販売価格が安価であると訴求することとなるが、こうした訴求（店頭広告等における頭金の強調表示）をする際には、利用者が端末販売価格そのものを誤認しない（例：端末販売価格が0円であると誤認しない）よう留意することが必要である。

- ▶ **頭金表示の明確化・適正化のため、サ向協の「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」の中に関連の内容を新たに規定**することを検討。【事業者・販売代理店の取組】

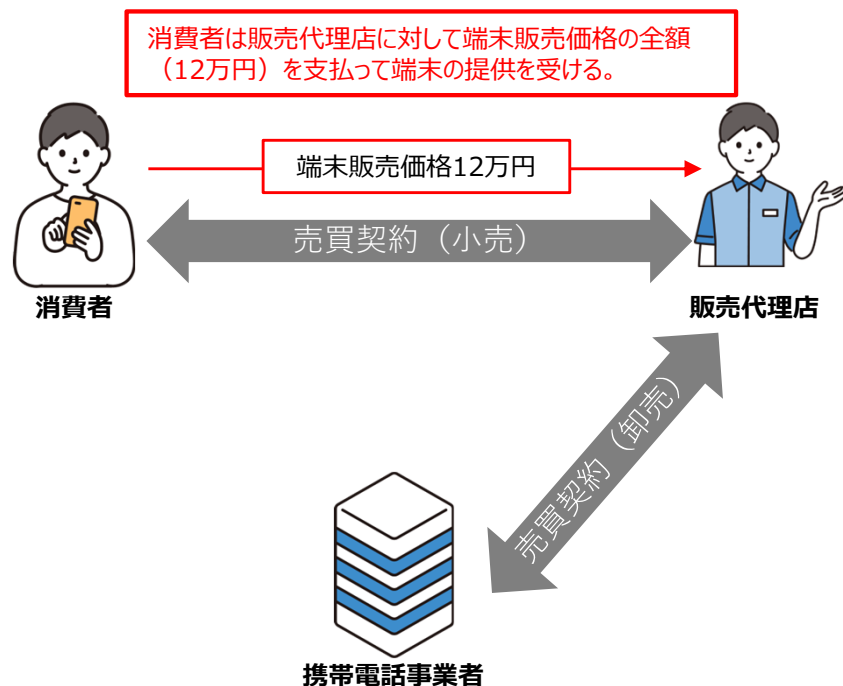
②端末販売価格の周知・啓発

- ▶ **店舗ごとに端末販売価格（割引適用前）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**することを促す。【事業者の取組】
⇒ 各社HPの来店予約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**することを求める。
- ▶ **総務省において、店舗ごとに端末販売価格（割引適用前）が異なっていること等についての注意喚起（総務省・消費者庁の注意喚起（令和2年11月）をベース）**を再度行うことも検討。【総務省の取組】
- ▶ **総務省において、引き続きユーザーアンケートの実施を通じ、店舗ごとに端末販売価格（割引適用前）が異なっていることへの利用者の認識を調査**することで、**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。【総務省の取組（フォローアップの一環）】

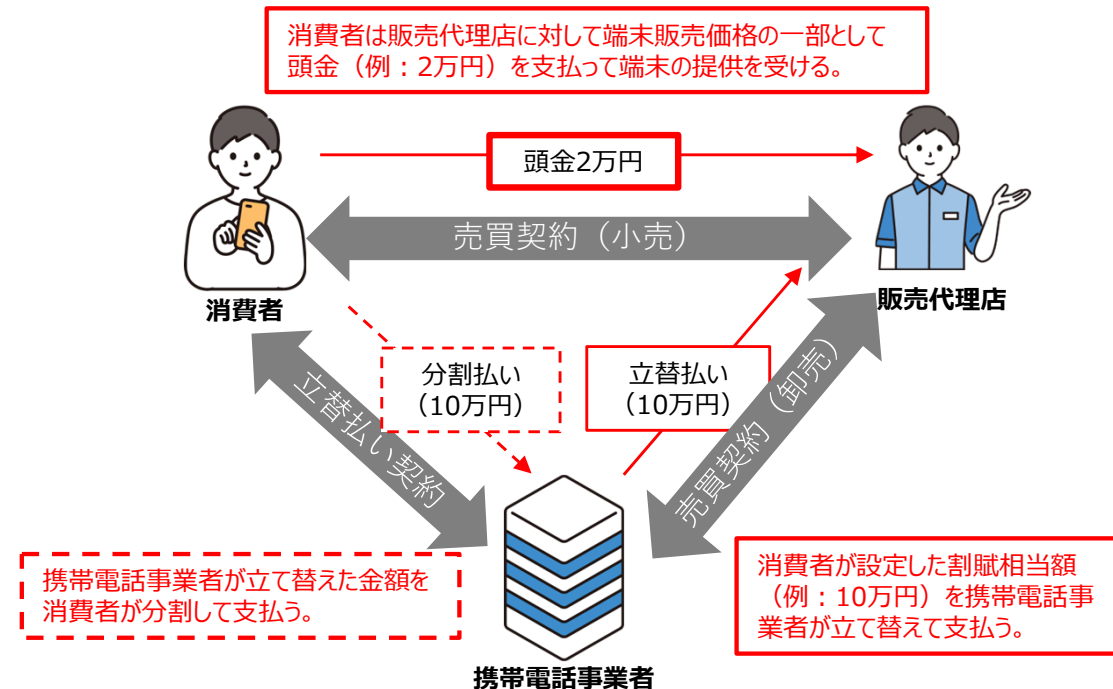
- 一般に、消費者が販売代理店から端末を購入する際の**端末販売価格（小売価格）**は、販売代理店において、
①**携帯電話事業者から販売代理店へ提供する端末卸価格**と②**販売代理店が利益相当額として上乗せする額**を合計額として設定。
(例：端末販売価格（12万円）＝端末卸価格（10万円）＋代理店の利益相当額（2万円）)
- 消費者の支払い方法による契約構造は以下のとおり。
 - (1) 消費者が端末を**一括購入**する場合：消費者は販売代理店との間で**売買契約**を締結。販売代理店に対して端末販売価格（12万円）を支払う。
 - (2) 消費者が端末を**分割購入**する場合：消費者は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に支払う。

※ 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

7

- ・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。

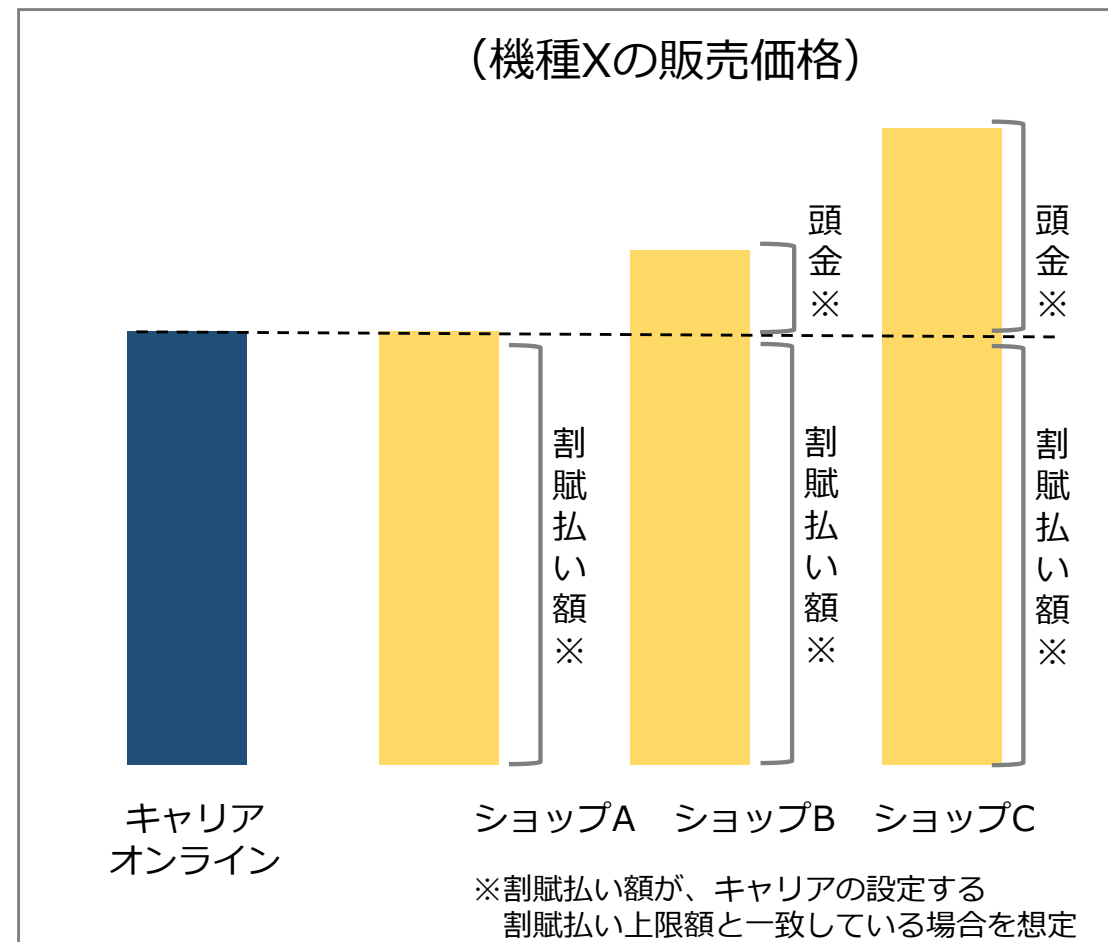
■各MNOオンラインショップにおける端末販売価格例

	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

8

■ 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。

