

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2025(案)」に対する意見 及びそれに対する考え方

■ 意見募集期間：令和7年6月28日(土)から令和7年7月28日(月)まで

■ 意見提出件数：11件（法人・団体：7件、個人：4件）

■ 意見提出者：

(意見受付順・敬称略)

受付順	意見提出者
1	株式会社NTTドコモ
2	公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会
3	公益社団法人全国消費生活相談員協会
4	東京都消費生活総合センター
5	ソフトバンク株式会社
6	KDDI株式会社
7	楽天モバイル株式会社
—	個人(4件)

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2025(案)」に対する意見 及びそれに対する考え方

意 見	考 え 方	提出意見 を踏 まえた 案の修 正の有 無
総論		
意見0 報告書に賛同する。		
・当社はこれまでも端末価格の適正な表示や、契約前の重要事項の説明の徹底等、利用者理解の向上のための取組みを進めてきたところです。 ・本報告書案における各論点について、その検討の方向性を踏まえ、引き続き、適切に取り組むを進めていく所存です。 【株式会社 NTT ドコモ】	賛同の御意見として承ります。	無
第1章 提供条件説明に関する利用者理解の向上		
意見1-1 サマリーペーパーの作成に賛同する。		
サマリーペーパーの作成に賛同します。 作成にあたり、MNO各社がそれぞれの仕様で作成するのではなく、TCA がフォーマットを統一し、標準化されたフォーマットを用いてMNO各社が作成されることが、利用者の理解の向上という目的により資することになると考えます。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】 各社において、事前のヒアリングを実施しているとのことだったが、利用者の意向のヒアリングとはなっていないのではないかと意見もあった。利用者の意向を踏まえたヒアリングを行っていただきたい。その上で、契約の最終時には、契約書面の再提示ではなく、サマリーペーパーを作成して、消費者に契約内容の確認を行い、その時点で意向に沿った内容ではない場合は、契約内容の変更に応じていただきたい。また、契約内容が複雑で分かりにくいとも考えられるので、シンプルな契約プランをお願いしたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。 なお、サマリーペーパーの作成等取組の改善措置の検討等、TCAや各電気通信事業者において継続的に検討を行うとともに、総務省においても、引き続き苦情の動向を注視しながら、適切な措置を講じることが重要と考えております。	無
消費者の理解の向上に資する更なる取組として、サマリーペーパーの作成に賛同します。		

ただし、当該書面の記載のみが契約内容であると消費者が誤解することのないように努めるとともに、“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、消費者理解の向上に向けた各電気通信事業者の取組について、効果検証を継続的に行うことを望みます。 【東京都消費生活総合センター】		
第2章 「頭金」の状況		
意見2-1 報告書に賛同する。		
・頭金の訴求については、端末価格自体が安いという誤認に繋がらないよう、引き続き頭金の適正な表示と説明が求められているものと認識しております。 ・現在、端末購入プログラムと組み合わせた端末の実質価格の訴求が主流であることから、「頭金 0 円である」等の強調表示が併記されることで、新たな消費者の混乱や誤認に繋がらないよう、事業者が端末価格を表示する際の留意事項を整理いただくことを要望します。 【株式会社NTTドコモ】 当社では従前より店舗表示等において端末販売価格や支払総額を明確に表示するよう取り組んできております。また今回の議論を踏まえ、来店予約ページにおいても、店舗ごとに端末販売価格が異なる旨記載することを予定しております。 【ソフトバンク株式会社】 「(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」ことについて、賛同いたします。 なお、弊社においては、販売代理店が端末販売を訴求する店頭表示ツールについて、弊社から統一したフォーマットを提供しているほか、販売代理店が独自の表現を用いた店頭表示ツールを作成するケースにおいては、景表法や広告表示自主基準ガイドライン、弊社独自の広告表示ガイドラインに沿って事前にクリエイティブチェックを実施し、お客さまに誤認を招く表現とならないよう、総合的に判断しております。 そのため、「携帯電話事業者及び販売代理店に対し、こうした留意事項に関しての考えを示す」際や「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に頭金表示に関する内容を新たに規定する」際には、お客さまが端末販売価格そのものを誤認しないよう留意する`表示の適正性`と、これまでの事業者の取組みを踏まえた`ビジネス上の自由度`の観点について、バランスに配慮した記載となるようご検討いただきたいと思います。 【KDDI株式会社】	賛同の御意見として承ります。	無
意見2-2 表示の是正をすべき。		
消費者の一般的な理解・認識は、「頭金」として示された金額を支払えば、その後は、その金額を価格総額から差し引いた金額を残額として支払えばよいというものであり、「頭金」という言葉の携帯電話業界で	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。	無

の使われ方は、消費者の一般的な理解・認識と異なっています。消費者とのトラブルを防ぐためにも、「頭金」に関する表示は、消費者の一般的な理解・認識に合致したものへと変更されるべきであり、表示の是正を要望します。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】 頭金という「名称」を変更すべきという意見に賛同します。頭金ではなく、「先払い金」や「ショップ手数料（ショップサポート料）」等に変更すれば、誤解をなくすことができると考えられます。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】 通信業界のいわゆる「頭金」については、長年の懸案事項であり、説明を尽くしても消費者の納得は得られないと思われ、「頭金」という名称を変更すべきと考えます。 端末販売価格（「頭金」を含む）の構造は利用者に理解されていないと考えられます。利用者が、端末販売価格や実質支払額を比較検討できるように表示・説明を行っていただきたい。また、総務省においては引き続きモニタリングを実施していただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】 店頭価格表示の明確化に賛同します。消費者が端末を購入する際に、端末販売価格や実質支払額等を正しく認識した上で判断ができるよう、店舗でのより明確な表示に向けた取組を望みます。 また、「頭金」表示が消費者に誤解を与えやすいことを踏まえ、「頭金」という用語の変更を希望します。 併せて、店舗ごとに端末販売価格が異なる旨を消費者がより確実に認識できるよう、総務省及びMNO各社における一層の周知・啓発を望みます。 【東京都消費生活総合センター】		なお、「頭金」を含む端末販売価格の表示については、本報告書において、携帯電話事業者各社に対してより明確に表示することを求めるとともに、総務省としても国民に周知・啓発を行うこととしています。 引き続き苦情の動向を注視しながら、適切な措置を講じることが重要と考えております。	
第3章 据置型 Wi-Fi サービスの状況			
意見3－1 報告書に賛同する。			
利用者の利用状況やニーズに合わない勧誘が行われていることがある。第1章と同様に利用者の意向のヒアリングを行っていただきたい。また、ルータの分割払いの額を毎月の通信費から割引される契約も多いが、契約内容が理解されていないケースも見られることから、契約金額総額、解約時の残債の説明等、消費者保護ガイドラインに則った提供条件の説明を行っていただきたい。契約の最終時には、サマリーペーパー等で契約内容の再確認をお願いしたい。 また、説明を尽くすだけでなく、レンタルではなく買い取りで契約すると解約した場合にルータを再利用できないことが多いので、ルータを再利用できるように仕様変更をしていただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】 消費者に対する適合性を考慮した説明のより一層の推進を望みます。 また、販売代理店における説明不足に関する苦情は当相談窓口にも一定数入っており、電気通信事業者の販売代理店に対する指導監督の徹底についても併せて希望します。		賛同の御意見として承ります。 電気通信事業者において電気通信事業法第27条の4に基づく媒介等業務受託者に対する指導等に適切に取り組むことが重要と考えます。	
		無	

【東京都消費生活総合センター】		
意見3-2 解約すると残債が急に顕在化するビジネスモデルをやめるべき。		
据置型 Wi-Fi ルーターでは、以前携帯電話で苦情が殺到した月々サポートや月々割など割賦料金相当を割り引くといった販売モデルが引き続き行われています。携帯電話において、解約すると残債が急に顕在化するビジネスモデルは、解約時の心理的ハードルが高く、消費者の理解が得られず、トラブルになっていました。こうしたビジネスモデルを据置型 Wi-Fi ルーターの販売で復活させたことは問題です。P13・第 61 回検討会では、必ずしも必要とはしていないのに(不意打ち的に)ショップで勧められて理解不十分で契約したというトラブルが多く発生しているとも報告されています。携帯電話で既にやめているビジネスモデルはこちらでもやめることを要望します。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。	無
第4章 報告書 2024 を踏まえたフォローアップ 1.電話勧誘に関する適正性確保の在り方		
意見4-1-1 固定電話勧誘はすべて書面交付とすべき。		
契約内容確認書面の交付により、初期契約解除までの時間が事実上長くなり、適正化確保の効果があつたと評価します。ただし、代理店の中には、一方的に利用者の承諾があつたものとみなし、契約内容確認書面をSMS添付などするケースが見受けられます。電子交付自体を否定するわけではありませんが、固定電話への電話勧誘の場合、比較的高齢者が多いことに鑑み、固定電話勧誘はすべて書面交付とするなど、より一層厳密に対応すべきであると考えます。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。	無
意見4-1-2 法令に違反する事業者に対して行政指導を行うべき。		
電話勧誘の苦情については、法改正が行われ、事前に説明書面を送付するなどして説明することが規定されているが、苦情になっている事例では、こうした対応が行われていないものが多い。事業者には、代理店に対して法令順守を徹底させていただきたい。また、違反する事業者については、総務省において行政指導や行政処分を行っていただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	まずは、電気通信事業者において電気通信事業法第27条の4に基づく媒介等業務受託者に対する指導等に適切に取り組むことが重要と考えます。 引き続き苦情の動向を注視しながら、適切な措置を講じることが重要と考えております。	無
2.オンライン契約における消費者保護の在り方		
意見4-2-1 報告書に賛同する。		

当社は、これまでも各フォローアップ事項について遅滞なく必要な対応を行っております。こうした当社を含む各社の取組については、総務省殿から「取組が進展している」との評価を受けておりますが、今後も更なる改善に向けて引き続き必要な対応を進めてまいります。 【ソフトバンク株式会社】	賛同の御意見として承ります。	無
(1)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		
意見4-2-2 苦情の動向を引き続き注視すべき。		
オンライン契約については、各社で最終確認画面を設けているとのことだが、総務省においては今後の苦情の動向を注視していただきたい。また、今後は、オンラインでの解約も増加していくものと考えられることから、各事業者においては、解約についても消費者が誤認することのないよう分かりやすい画面を作っていただきたい。また総務省においては、アンケート調査やモニタリング調査で、解約時についても情報を集めて、問題があれば早急に情報提供し、対応について検討していただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	引き続き苦情の動向を注視しながら、適切な措置を講じることが重要と考えております。 解約の際の分かりやすい画面については、電気通信事業者への要望として承ります。	無
(2)ダークパターンへの対応		
意見4-2-3 MNO各社において、意図しないダークパターンに陥らないように努めるべき。		
意図的なダークパターンは用いていないとしても、意図しないダークパターンに陥ってしまうことが考えられます。電気通信サービスはサービス内容が複雑であり、MNO各社で統一的な標準を定めて、意図しないダークパターンに陥らないように努めることを要望します。 【公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。 引き続き、電気通信事業者において、適切な運用の検討を行うことが重要と考えます。	無
(3)契約手続のDX		
意見4-2-4 電子交付のデフォルト化を早期検討すべき。		
・当社は 2024 年 12 月から契約書面の電子交付の優先推奨の取り組みを全国に拡大しておりますが、現在に至るまで、当該取り組みに係る苦情は確認されていない状況です。 ・当社は引き続き、当該取り組みを適切に進める所存ですが、契約書面の電子交付のデフォルト化に向けて、他業界の状況も踏まえて早期に検討を開始いただきたいと考えます。 【株式会社NTTドコモ】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。	無

報告書 2024 において「中期的に契約書面の電子交付による利用者トラブルの増加が見られなければ、利用者の利便性向上の観点から、電子交付をデフォルト化することを検討すべきである。」とされている中、「各社とも契約書面の電子交付に関する苦情はほとんど発生していないことを確認」できております。 その上で、「契約書面の電子交付の優先勧奨による利用者トラブルは、一定の期間経過後の状況も確認する必要がある」とされていますが、「デジタル社会の実現に向けた重点計画」等、社会全体のデジタル化を推進する取組が行われていることも踏まえ、継続して議論し、早期に電子交付デフォルト化を実現すべきと考えます。 【KDDI株式会社】		
「事業者へのヒアリングにより、各社とも契約書面の電子交付に関する苦情はほとんど発生していないことを確認できた」(P26)とあるとおり、昨年8月 20 日に「消費者保護ルール の在り方に関する検討会報告書 2024」が公表されてから本年3月 27 日に「消費者保護ルール の在り方に関する検討会(第 64 回)」において同報告書のフォローアップとして当該ヒアリングが実施されるまでの約7ヶ月間に契約書面の電子交付に関する苦情はほとんど発生していないことから、「利用者トラブル防止のための取組を追加的に実施」(P26)するなど「利用者トラブルを防止する措置」(P25)が適切に講じられ、効果的に機能していると考えております。 つきましては、「総務省においても、引き続き苦情動向について注視・検証していくことで、契約手続、さらには解約手続も含めた手続き全体の DX の推進に向けた方策を(略)検討していくことが求められる」(P26)とされていることを踏まえ、契約書面の電子交付のデフォルト化を早急に検討して頂くことを要望致します。 【楽天モバイル株式会社】		
意見4-2-5 消費者に合わせた方法で書面交付を行うべき。		
契約書面の電子交付の優先勧奨については、一定期間経過後の状況を確認する必要があるとのことだが、マイページで自身の契約内容を確認することもできない高齢者の相談が寄せられていることから、消費者にあわせて書面交付をする必要があると考えます。 また、事業者ヒアリングによると、2 社については契約書面の閲覧及び、ダウンロードが可能な期間が限定されていました。契約書面は解約時にも確認すると考えられるため、契約内容は解約するまでマイページで確認できることが必要と考えます。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	いただいた御意見については、今後の参考として承ります。	無
その他		
意見5-1 事業者が自主的に分かりやすい説明をするよう促すべき。		

契約が消費者の認識と一致していなかった場合、錯誤による取消しの対象となる可能性があることを消費者や事業者周知し、事業者が自主的に分かりやすい説明をするよう促すべき。 【個人1】	いただいた御意見については、本意見募集の対象外ではありますが、今後の参考として承ります。	無
意見5-2 違法行為が確認できた場合、厳しい対応をすべき。		
携帯キャリアは現在4社であるが、一部の販売代理店などが強引な手法で消費者からふんだくってやろうとする事例が未だに散見される。 違法ではなくても、特に認知能力の低い人を狙って、大量のオプションを付けたり、そっちに誘導することは日常茶飯事だと思う。 総務省は国民生活センターなどを通じてそうした被害者の声を多数聞いているにも関わらず、キャリア4社に嫌われては困るからか、まともに問題解決に向けた対応をしてこなかったと感じる。 違法行為が確認できた場合、1度目は当該販売代理店への指導や是正勧告(公表)、2度目には必ず課徴金(最小限見積られる被害額と同額)を課すといった厳しい対応をすべきだ考える。 【個人2】	いただいた御意見については、本意見募集の対象外ではありますが、今後の参考として承ります。 引き続き苦情の動向を注視しながら、適切な措置を講じることが重要と考えております。	無
意見5-3 「モバイル回線(料金)と光回線(料金)の分離」を検討項目に入れるべき等。		
(概要) ・「抱き合わせ契約」 ・ 端末代金が不明瞭 ・ 提供条件説明に関して ・ Wi-Fi ルータ ##### ★ この報告書(案)は、【消費者保護ルール】として、肝心な事が抜けている。 ★A★ 「抱き合わせ契約」に関する消費者保護の視点が無い！ 以前、「(新規契約の)携帯端末代金を、(既存契約者を含めた)通信料金にて賄う」と云う契約手法が横行した。 これは概ね排除された。(一部MNOの特定端末では契約しないと販売しない等、残っているが・・・) しかし・・・ 手を変え、品を変えて、「抱き合わせ契約」が横行している。 「抱き合わせ契約」をしなかった場合のモバイル回線の基本金額に比べ、 「抱き合わせ契約」をした場合の割引額が、4割？5割に達するケースもある。 すなわち、「抱き合わせ契約をした人の割引額」を 「抱き合わせ契約をしなかった人の基本料金」で賄う構造である。 『モバイル回線』との「抱き合わせ契約」で多いのは、『光回線』である。	いただいた御意見については、本意見募集の対象外ではありますが、今後の参考として承ります。	無

消費者保護の立場から、「携帯端末(代金)と通信料金の分離」を行ったように、「モバイル回線(料金)と光回線(料金)の分離」を検討項目に入れるべきである。

★B★ 端末代金が不明瞭

店頭で「月々98円」等と『廉価誤認』を与えるPOPが目立つ。

参考: <https://buzzap.net/images/2025/07/21/xperia/01.jpg>

あるいは、「2万円割引」等と割引金額のみを表示したPOPも存在する。

参考: <https://buzzap.net/images/2025/07/27/yamada-denki-au/02.jpg>

参考: <https://buzzap.net/images/2025/07/25/docomo-iphone16-pro-max-secret/01.jpg>

このような消費者に誤解を与えたり、判り難かったりするPOPは総務省で規制しては貰えないだろうか？

消費者が最も知りたいのは【支払い総額】と、【返却が条件か否か】である。

そして、【返却しなかったときにどうなるか？】である。

報告書では「頭金」についてかなり述べられているが、今、最も多い端末の購入形態は、返却(買戻し)を前提とした月賦支払いではないだろうか？

最も多い端末の購入形態で、消費者に判り易い説明が求められるし、それについて検討するのが重要では無いだろうか？

例えば、先の「月々98円」も、返却(買戻し)を前提とした月賦支払いで、その条件として、端末代金に追加して別途に端末保証料を支払う事が前提となっている。で、あるならば、「端末代金と端末保証料(保険掛け金)の合計額」を提示すべきであるし、返却をしなかった場合の残債が幾らであることを明示すべきである。

これ等を行わないから、消費者に『廉価誤認』を与えるし、トラブルの元になる。「実質負担額」と記載されたPOPであっても、「端末保証料(保険掛け金)」を含んだ金額では無いのが問題である。(個人的には、詐欺の一種だと思う)

一消費者である私が望む表示方法は、

(a)「支払い総額」を最も大きな文字サイズ且つ明瞭な色彩を使用して「必ず表示」する。

(b)「支払い総額」が返却(買戻し)を前提とする場合は、(必須条件であるならば)

端末保証料(保険掛け金)も含め且つ、返却が必要な旨を「支払い総額」と同じ文字サイズ且つ同じ色彩を使用して「必ず表示」する。

(c).返却(買戻し)を前提とする場合は、(月々の)端末代金のみの表示は不可。 端末代金(月賦)と端末保証料(保険掛け金)との合計額での表示は可とする。 (d).返却(買戻し)を前提とする場合は、返却直前の残債を、上記(c). と同一の文字サイズ且つ同一の色彩で表示する。 是非、総務省ならびに電気通信サービス向上推進協議会の「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」関係各位にて検討して頂きたい。 まずは、上記2点をコメントします。 続いて、報告書に記載されている事柄について、コメントする。 ◆. 提供条件説明に関して 「MNO各社の提供条件説明は概ね適切に行われている」と評価するのは、誤りである。 何故なら、「利用者が理解しないまま契約をしているといった」状況が生じているからである。 調査手法は適切だったか？ 「総務省が実施した MNO1 サービスの実地調査」の調査手法が適切であったのか？ 調査手法が不適切だったために、「提供条件説明は概ね適切／不適切」の判断に誤りが出たのではないか？ まず、調査対象は適切だったか？ 利用者が契約を行うのは、MNO の直営店・オンラインショップのみならず、MNO から委託を受けた販売代理店が運営するキャリアショップ・家電量販店等である。 調査対象は、当然ながら契約割合が多い店舗形態に対して行うべきであるが、契約割合の調査や、実地調査の対象店舗形態の選定がなされたのか？ 次に、実地調査において、「説明不要」のオプションはどの様に評価したのか？ 利用者が契約を行う時、店舗説明員から「説明が必要ですか？ 不要ですか？」と訊かれ、その訊き方が、「説明不要」との応えを誘導する様な場面に遭遇したことがあるが、実地調査では、その様な場合、どの様に評価したのか？		
---	--	--

3番目は、説明員の説明方法が適切だったか？ 利用者に理解を与える「説明」と成っていたか？ 単なるマニュアルの「朗読」で、利用者が理解せずとも「説明した事とする」と、していなかったか？ ◆. Wi-Fi ルータ Wi-Fi ルータ の一部に、SIM ロックが掛っている。 (据置型と云うより、可搬型＝モバイル Wi-Fi) 消費者としては、スマホの仲間(モバイル端末)との認識なので、 スマホ同様に、SIMロックは掛けるべきではない。 スマホで、SIMロックが禁止されている事を知っている消費者は一定数存在するが、Wi-Fi ルータ にSIM ロックが依然として残っている(スマホとは異なる)事を知る消費者は非常にまれである。 消費者に誤解を与えない為にも、Wi-Fi ルータ に SIMロックは掛けるべきではない。 「よく分からないまま契約した」の中には、「スマホと同様(SIMロックは無い)」と思って契約した者も居る のではないか？ 以上。 【個人3】		
意見5-4 サービス終了に伴う消費者保護等		
★ 今回の、消費者保護ルールの在り方に関する報告書(案)には、 【サービス終了に伴う消費者保護】に関して、何も触れられていない。 3Gサービスが K社、S社と段階的に終了し、来年3月末で N社のサービスも終了する。 同様の事が、近い将来に4Gサービスでも起こるであろう事は想像に難くない。 故に、「3Gサービス終了に対して、十分な消費者保護がなされたか？」の検証をすべきではないだろう か？ 「消費者(3G契約者)ないがしろになっている」と、消費者の立場から私が感じた率直な感想である。 特にそれを感じたのは、端末の乗り換え施策である。 ★ 乗り換え端末の選択肢が(殆ど)無い！	いただいた御意見については、本意見募集の対象外ではありますが、今後の参考として承ります。	無

「3Gサービスの終了」は、消費者の希望では無い。 で、あるならば、十分な消費者保護があつて然るべきである。 サービス終了に伴い、乗り換え端末のあるにはあつたが、その端末は、幹旋毎に、2機種からの選択しか認められないのが殆どだ！ 直営店やオンラインショップで、10？20機種ものラインナップを揃えているのに、「3Gサービスの終了」に伴う端末幹旋は、たったの2機種！それも、機能を絞り込んだ【廉価機種】のみである。 例えば、3G携帯であっても、車の運転中に Bluetooth ヘッドセット での通話は可能である。 ところが、(過去の例であるが)N社が幹旋したのは、Bluetooth 機能の無いモデルであつた。 勿論、幹旋以外のモデルを選択する事は可能ではあるものの、その機種変更の端末代金は、例えば「22歳以下の新規契約者」に比べて、数倍？十倍以上の費用が必要になった。 何故、3Gサービス開始当初から10年以上も、毎月毎に通信料金を支払っていた既存契約者が、未だ、1度も料金を支払った事のない者よりも、多額の端末代金を支払わなければ成らないのだろうか？ 私は、「消費者保護」として、次のルールを提案する。 ・サービス終了に当たっては、(現在も行われている様に)乗り換え端末を幹旋する ・乗り換え端末は、該当の通信事業者が直営店やオンラインショップで扱っている、すべての機種から消費者が選ぶ事を保証する。 ・サービス終了に伴う交換の端末代金は、それ以外の全ての購入方法の中で最も安価な代金と同等か、それ以下とする。(例:22歳以下、番ポ 等の販売施策の金額と同等か、それ以下) ・サービス終了に伴う交換の端末代金は、いわゆる総務省の規制(新機種の値引き額:4万円以下,或いは 2万円以下などや、最終入荷後1年で半額まで、2年で8割引きまでなど)の対象外とする。 ・「無償での譲渡を許可する」との一文を記載する。 以上。 【個人4】	
---	--

※取りまとめの都合上、いただいた御意見は要約等の整理をしております。