

消費者保護ルールの在り方に関する検討会 報告書 2025

2025年 8 月

はじめに	1
第1章 提供条件説明に関する利用者理解の向上	2
(1) 現状と課題	2
(2) TCA からの報告、検討会における構成員からの主な指摘	3
(3) 今後の対応	4
第2章 「頭金」の状況	6
(1) 現状と課題	6
(2) 事業者ヒアリングの結果概要	8
(3) 検討会における構成員からの主な指摘	10
(4) 今後の対応	10
第3章 据置型 Wi-Fi サービスの状況	12
(1) 現状と課題	12
(2) 事業者ヒアリングの結果概要	13
(3) 検討会における構成員からの主な指摘	14
(4) 今後の対応	15
第4章 報告書 2024 を踏まえたフォローアップ	16
1. 電話勧誘に関する適正性確保の在り方	16
2. オンライン契約における消費者保護の在り方	20
(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	21
(2) ダークパターンへの対応	22
(3) 契約手続の DX	24
(4) ナッジを活用した適切なプラン選択の推進	26
おわりに	28
これまでの開催状況	32

はじめに

電気通信サービスは、国民生活及び社会経済活動を支える基盤的インフラとして極めて重要な役割を担っており、その公共性は非常に高い。技術革新の進展やサービスの多様化により、利用者にとっての利便性や選択肢は大きく広がっている一方で、情報の非対称性や交渉力の格差といった構造的課題があり、利用者トラブルは絶えず発生している。

こうした構造の下で利用者が安心して契約できる環境を実現するため、これまで累次の電気通信事業法（昭和 59 年法律第 86 号。以下「事業法」という。）改正が行われ、契約前の説明義務・書面交付義務の導入、初期契約解除制度の導入など、制度整備が段階的に進められてきた。

各電気通信事業者は、こうした消費者保護ルールに基づき運用をしてきたところであり、総務省等に寄せられる苦情件数は近年は減少傾向にあるものの、様々なサービスや料金プランの登場も相俟って、引き続き一定水準の苦情が発生している状況にある。中でも、利用者が自身の契約内容を理解できていないというギャップから生じるものが多々見受けられているところである。

こうした苦情動向に鑑み、本検討会では、①提供条件説明に関する利用者理解の向上をトピックに設定したほか、利用者の誤認を招きトラブルが発生している②「頭金」の状況及び③据置型 Wi-Fi サービスの状況も取り上げ、2024 年 12 月からこれまで議論を進めてきた。

今般、④昨年の報告書のフォローアップも含め、4 つの各トピックの対応の方向性が定まったことから、本検討会における議論の経緯を含め、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2025」として取りまとめ、公表する。

本報告書の内容を踏まえ、関係事業者・関係事業者団体及び総務省において、適切な取組が行われることを期待する。

第1章 提供条件説明に関する利用者理解の向上

（1）現状と課題

利用者が通信サービスの契約をするにあたり、料金・サービス内容等の契約条件について十分に理解したうえで必要なサービスを選択することができるようにすることで、安心してサービスを利用することができるようにするため、2003年の事業法改正で電気通信事業者に対して提供条件説明を義務化する規律が導入、2015年の事業法改正で内容の拡充がされた。以降、各電気通信事業者は適宜対応を続けてきており、提供条件説明の一部を動画を使用して実施する、ユニバーサルデザインに配慮し視覚的に分かりやすい書類を作成するなど、電気通信事業者独自の工夫した取組も実施されてきたところである。

2023年度に総務省が実施したMNO¹サービスの实地調査（覆面調査）²結果の概要（第17回消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合／第59回消費者保護ルールの在り方に関する検討会合同会合「实地調査の主な結果」）によれば、提供条件の説明義務の対象となる項目のうち、例えば料金プランや通信料金（月々の費用等）について説明等がされていないとする割合は10%以下³と低い水準となっており、全体的な傾向として、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できる。

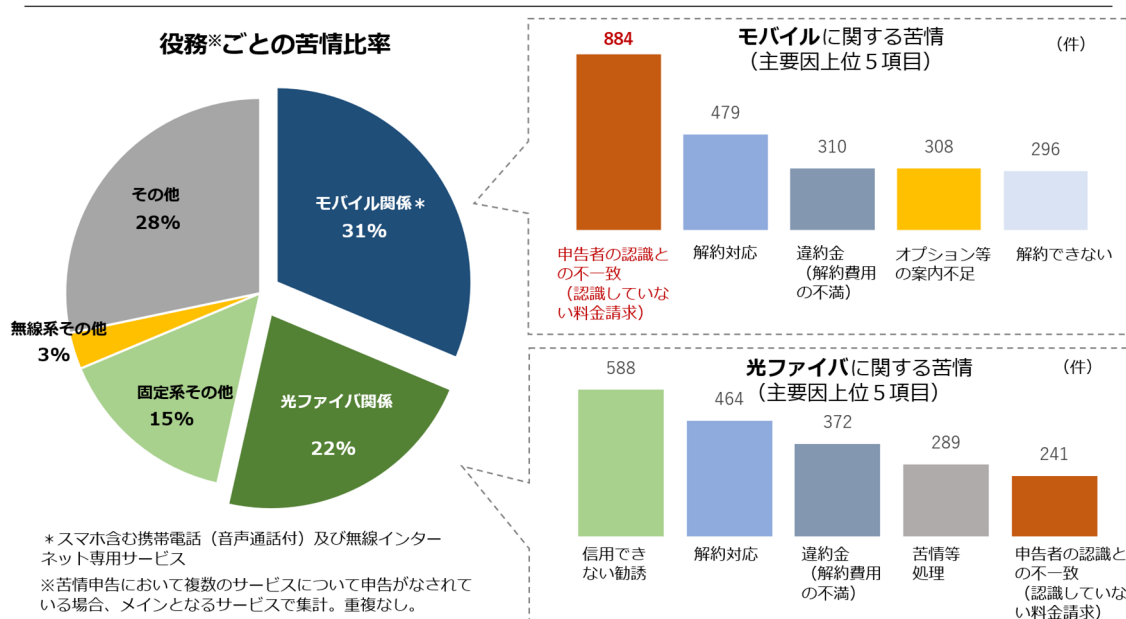
一方、2023年度に総務省等で受け付けた苦情について分析⁴を行ったところ、役務ごとの比率では、モバイル関係（携帯電話に関するもの及び無線インターネット専用サービスに関するものの合計）の苦情が31%と最も多くなっており、その内容については、「申告者の認識との不一致（認識していない料金請求等）」に関するものが最も多かった。上記の覆面調査の結果の評価及び苦情分析結果を踏まえると、各電気通信事業者の適切な提供条件説明の取組にも関わらず、利用者が理解しないまま契約をしているといったギャップが生じていると考えられる。

¹ 移動体通信事業者、Mobile Network Operator の略。（株）NTTドコモ、KDDI（株）、ソフトバンク（株）、楽天モバイル（株）が該当。

² MNO、MVNO（脚注20を参照）、FTTH（脚注12を参照）の各サービスについて、事業法第26条（同法第73条の3において準用する場合を含む。）に規定する提供条件の説明義務の対象となる項目のうち、料金プラン、通信利用制限、通信料金等（月々の費用等）、初期契約解除（確認措置含む）、契約解除（解除時費用）等に関する店舗等での説明・応対状況を覆面で調査するもの。

³ 例えば、料金プランについて、利用実態等の確認がなかった例：6%、利用実態等を踏まえない特定のプランを案内された例：3%、利用実態等を踏まえない特定のオプション等を案内された例：7%、通信料金等（月々の費用等）について、月々の支払額の説明がなかった例：8%、初月にのみ発生する費用（事務手数料等）の説明がなかった例：6%となっている。

⁴ PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）（脚注10を参照）及び総務省で受け付けた苦情（64,362件）のうち、約3分の1を無作為抽出して分析。



出典：第 61 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会（2024 年 12 月 4 日）

こうした状況を踏まえ、本検討会では、MNO を始めとする通信サービスの提供者（電気通信事業者）に対し、消費者団体等の有識者の意見を踏まえつつ、利用者の理解を向上させるための新たな取組の方向性を検討するよう促した上で、本検討会場で随時取組の方向性の報告を受け、議論を行うこととした。これを受け、電気通信事業者は、昨年 12 月以来、一般社団法人電気通信事業者協会（以下「TCA」という。）内で検討を行ってきたところである。

（2）TCA からの報告、検討会における構成員からの主な指摘

① TCA からの報告

TCA からの報告を通じて確認された新たな取組の内容は以下のとおり。

【入口】での利用者の利用用途の把握
（既存の取組）ヒアリングシート等のツールを用いた利用者とスタッフの対話を通じて、各社においてヒアリングを実施している。 ・ 応対前の事前ヒアリングの実施【(株) NTT ドコモ】 ・ タブレット端末等で応対前のヒアリングを実施【KDDI (株)】 ・ 応対前の事前ヒアリングの実施。ヒアリングツールの作成、提供【ソフトバンク (株)】 ・ 定められたヒアリングシートを必ず使用【楽天モバイル (株)】 各社共通の取組として、新たに利用用途を踏まえた応対の向上に関する宣言を実施する予定。 < 「TCA 宣言」の要素（案） > ・ お客様の来店目的や利用用途を踏まえた最適なサービス・商品の提案に努めます ・ お客様の知識や経験に配慮した応対を行います ・ 配慮が求められるお客様に対しては、より一層丁寧な応対に努めます 等
【出口】での契約内容の確認
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

する運用の工夫から開始。
利用者への伝え方の観点においても、引き続き TCA 内での事例共有を通し、MNO 各社の取組改善を継続的に図る。
運用開始後の対応
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。

② 構成員からの主な指摘

- 現状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、電気通信事業者サイドのヒアリングになっているのではないか。
- 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。
- 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。
- 契約書等の表現を利用者が分かりやすい平易な言葉にすべき。
- 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。
- これまでの自律的な取組が評価されていることを踏まえ、利用者理解の向上の取組も含めて、取組の効果の検証を早急に実施する必要がある。
- 契約の最後に、書面の再提示やサマリーペーパーの提示がされたとして、その段階で、利用者が自ら契約内容を変える等の見直しができることが当然求められる。
- 検討してきたことを MNO 各社がどのように具体化していき、何が実現できたのかということまで見ていく必要がある。

（３）今後の対応

TCA からの報告では、利用者の利用用途把握のため、既に各社においてヒアリングシート等のツールを用いて利用者からのヒアリングを実施しているところ、今般の検討の結果、利用者理解の向上を図るための新たな取組として、利用用途を踏まえた応対の向上に関する宣言を実施するほか、出口での契約内容の確認において、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とするといった報告があった。さらに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としてサマリーペーパーの作成等を引き続き検討するとの報告もあった。

本検討会としては、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したい。一方で、構成員からは、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の指摘もあったところである。

まずは、各電気通信事業者においては、今回の検討の末に取り決めた“利用用途を踏まえた応対の向上に関する宣言”を着実に実施するとともに、“契約書面を再提示しての再説明”等にも早急

に取り組むことが求められる。そして、その運用開始後の状況については、電気通信事業者及び総務省において、苦情件数の推移や苦情内容の傾向を注視しつつ、これらの取組の効果の検証を引き続き行うことが求められる。その上で、電気通信事業者においては、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）を検討するなど、利用者理解の向上に資するような取組・工夫を継続的に実施していくことが期待される。

第2章 「頭金」の状況

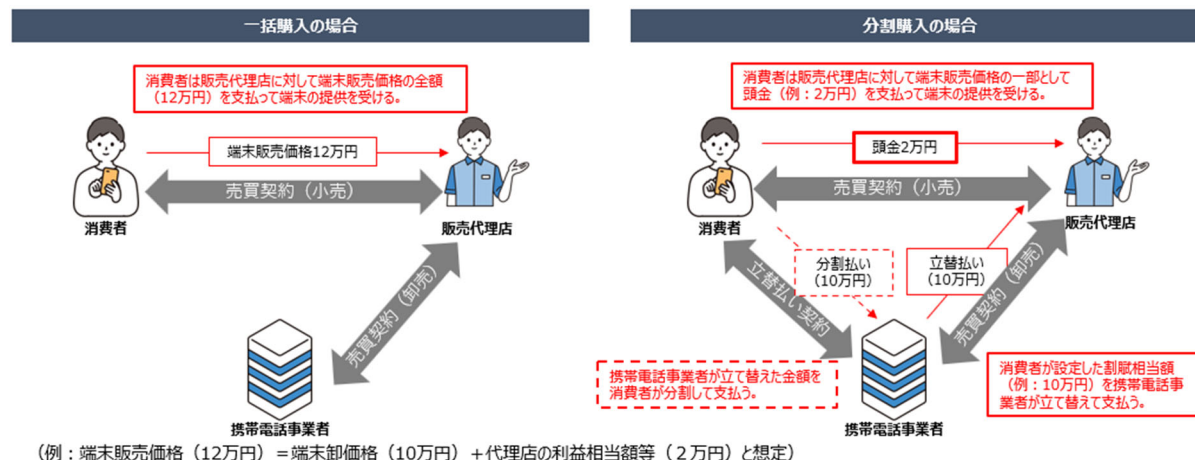
(1) 現状と課題

スマートフォンなどの携帯電話端末は、主に MNO の直営店・オンラインショップのほか、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・家電量販店等で販売されている。

販売代理店が運営するショップでは、携帯電話端末の端末販売価格（各店舗における割引適用前の価格とする。以下同じ。）は、各販売代理店により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⁵と②販売代理店が利益相当額等として上乗せする額を合計額として設定されている。

こうした販売代理店が運営するショップで利用者が端末を一括で購入する場合は、利用者は販売代理店との間で売買契約を締結し、販売代理店に対して端末販売価格（例：12 万円）を支払う。他方、利用者が端末を分割で購入する場合は、利用者は販売代理店との間で売買契約を締結するとともに、割賦払い額（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）を締結することとなる。それらの契約に基づき、利用者は、端末販売価格（例：12 万円）から割賦払い額（例：10 万円）を差し引いた額（例：2 万円）を頭金として販売代理店に支払い、割賦払い額（例：10 万円）を複数か月に分割して携帯電話事業者に支払う構造となっている。

（参考）携帯電話端末を購入する際のイメージ



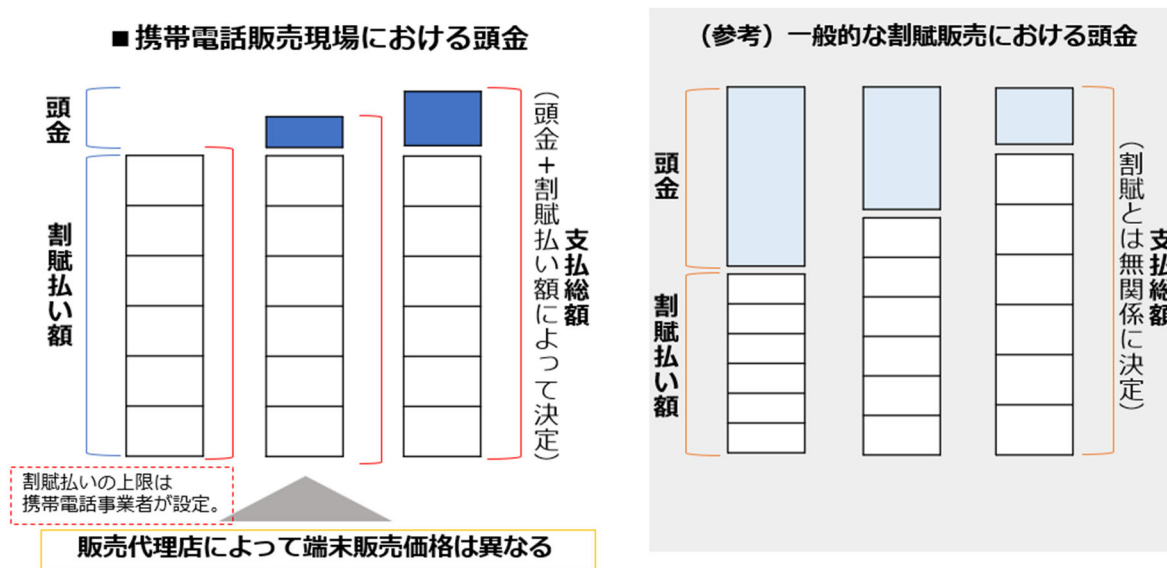
なお、携帯電話端末を購入する際の割賦払い額は、利用者が与信限度額の範囲内で自ら割賦払

⁵ 販売代理店における携帯電話端末の販売価格の設定に関連しては、公正取引委員会が「携帯電話市場における競争政策上の課題について（令和3年度調査）」（2021年6月）において、「MNOのオンライン直販価格と販売代理店の仕入価格が同額とされている状況では、MNOから各種支援金等が支払われないとMNOのオンライン直販価格を下回る価格で端末を販売することが困難であり、後日支払われる各種支援金等の額が予測できない場合においては、販売代理店はオンライン直販価格を下回る販売価格を設定することができないことが多いと考えられる。」こうした「販売代理店に対する端末の取引方法を通じて、実質的にMNOが販売代理店における端末の販売価格を拘束していると判断される場合には、独占禁止法上問題となるおそれがある」旨指摘している。

これを受け、例えば（株）NTTドコモでは、販売代理店への卸価格がオンライン直販価格を下回るように価格設定をしている。（「販売代理店との取引の適正化など」に関する公正取引委員会からの点検・改善要請への対応＜2021年10月13日＞）

いの額を決定するものではなく、携帯電話事業者の設定する割賦上限額（一般的に、携帯電話事業者によるオンライン直販価格と同額）に一致していることが一般的である⁶。即ち、携帯電話業界における「頭金」は、端末販売価格の一部を最初に支払うものではあるものの、実態としては、あらかじめ定められた「割賦払い額」の上乗せの額を示す性質となっており、「頭金」の額によって各販売代理店における端末販売価格が決定される形となっている。従って、「頭金」の額によって「割賦払い額」が変動することではなく、一般的な「頭金」の構造⁷とは趣旨が異なるものと考えられる。

（参考）携帯電話販売現場における頭金と、一般的な割賦販売における頭金のイメージ



この「頭金」の構造や店頭等での表示の在り方については、2020 年の競争ルールの検証に関する WG 及び 2021 年の消費者保護ルールの在り方に関する検討会において、これまでも総務省における議論・取組が行われてきた⁸ところである。

2020 年 10 月に取りまとめられた「競争ルールの検証に関する報告書 2020」においては、販売代理店の店頭広告が、一括払いであっても「頭金」が必要となる等と誤認を与えるような表示になっており、利用者の混乱を招いているとの指摘があった。同報告書では、今後の方向性として、事業者及び販売代理店において、「頭金」を一般的な用法に限定して用いるべきであり、例えば一括購入時に「頭金」が生じるかのような表示や、端末価格自体が安いことを訴求するための「頭金」表示をしない等広告表示の見直しが必要であること、利用者が比較することなく高い価格が

⁶ この例の場合、理念上は、例えば端末販売価格の 12 万円のうち、3 万円を頭金、残り 9 万円を割賦払い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払い額として提示としている。

⁷ 一般的に、頭金とは、住宅や自動車等の高額の方を購入する際に支払いを割賦払いで行う場合において、契約の成立時に販売価格の一部として支払うまとまった金額のことを指すものとして用いられており、多くの場合、利用者が、与信限度額の範囲内で自ら割賦払いの額と頭金を決定する。携帯電話端末を購入する際の「頭金」も、端末販売価格の一部として支払う金額を指すものではあるものの、多くの場合は携帯電話事業者によって割賦払いの額が、販売代理店によって「頭金」の額が予め設定されているため、利用者が与信限度額の範囲内で自ら割賦払いの額と頭金を決定するものではない点で一般的な用法と差異が生じている。

⁸ 「競争ルールの検証に関する報告書 2020」（2020 年 10 月 27 日）

「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」（2020 年 10 月 27 日）

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」（2021 年 9 月 10 日）

設定された端末を購入することとなり、不利益を被るような混乱が生じないよう、事業者及び総務省においては、販売代理店ごとに端末価格自体が異なっている可能性があることを利用者が認識できるよう適切な周知等が必要であることが示された。

同時期に公表された「モバイル市場の公正な競争環境の整備に向けたアクション・プラン」では、総務省は、当該報告書 2020 の指摘を踏まえ、販売代理店における表示が利用者の立場に立ったものに是正されているかどうか、消費者庁とも連携しながらフォローアップを行い、必要に応じて是正を求めていくという取組の具体的な内容を提示した。

その取組の一環として、2020 年 11 月、総務省は消費者庁と連名で、携帯電話業界における「頭金」の表示や端末販売価格に関する注意喚起をする文書を発出⁹した。この注意喚起においては、携帯電話業界では他業界と異なり、あらかじめ定められた「割賦払い額」の上乗せという意味で「頭金」という用語が使われていること、「頭金 0 円」が殊更に強調された広告に注意すること、店舗ごとに携帯電話端末の販売価格が異なること等が盛り込まれた。

こうした取組から約 1 年後、消費者保護ルールの在り方に関する検討会において、「頭金」に関する表示については、総務省及び消費者庁による注意喚起等により、関係事業者による自主的な改善が進んだと認められる一方、一部 MNO の販売代理店では、いまだに不適切な「頭金」の表示が行われていることが判明し議論が行われた。その結果、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」（2021 年 9 月 10 日）において、MNO 各社において、今一度自己点検を行うことが適当であると示された。

過去の議論と、それを踏まえた MNO 各社の対応により、2023 年度までで頭金に関する苦情件数は減少したものの、消費者団体等へのヒアリングや PIO-NET¹⁰及び総務省に寄せられる苦情分析の結果を見ると、現在でも店舗ごとに端末販売価格が異なることを知らないことに起因する苦情や、販売代理店において、利用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、あるいは利用者が理解するために必要な説明を尽くしていないことに起因する苦情が一定程度発生している状況である。

以上を踏まえると、利用者が端末販売価格（「頭金」を含む。）の構造を正しく理解するために必要な表示・説明が店頭等で必ずしも十分に行われておらず、それにより利用者に誤認が生じている状況が続いていることが課題と考えられる。そこで、本検討会においては、「頭金」の表示・説明の現状について MNO に確認を行うとともに、「頭金」の額により店舗ごとの端末販売価格が異なってくることに利用者の認知の状況を調査することで、必要な対応策について検討することとした。

（２）事業者ヒアリングの結果概要

第 62 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会（2025 年 2 月 5 日）において、MNO 4 社

⁹ 「携帯電話業界における『頭金』の表示や端末販売価格に関する注意喚起～携帯電話端末の購入を検討している方へ～」（2020 年 11 月 10 日）

¹⁰ 全国消費生活情報ネットワークシステム。国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベース。消費生活センター等では、商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、利用者からの相談を専門の相談員が受け付け、公正な立場で処理を行う。

(<https://www.kokusen.go.jp/map/>)

((株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)) を対象とする事業者ヒアリングを非公開で実施した。その結果、預託販売を基本とし一律で頭金を設定していない楽天モバイル (株) を除く 3 社から、端末販売価格が店舗ごとに異なることの利用者への周知や、MNO における「頭金」の表示に関するルールの徹底、「頭金」の説明に関する指導の徹底等の販売代理店に対する指導等を実施しているとの発表があった。

ヒアリング項目と各社からの回答の概要は以下のとおり。

■利用者への周知 「販売店ごとに端末価格が異なる」旨をどのように説明しているか。
・ ウェブページ、カタログ等で周知【(株) NTT ドコモ】 ・ 店頭 POP、ウェブページ、カタログ等で周知【KDDI (株)】 ・ 店頭 POP、ウェブページ、カタログ等で周知【ソフトバンク (株)】
■販売代理店への展開事項 販売代理店で端末販売をする際に使用する店頭表示ツール（プライスカード等）は、貴社から統一フォーマットとして提供しているか。
・ 販売代理店に対して、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を展開【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)】
■書面上の表示 書面上に総額、割賦相当額、頭金の表示があるか。
・ 総額、割賦相当額、頭金を記載【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)】 ・ 割賦相当額、頭金を記載。総額は任意【ソフトバンク (株)】 ・ 総額、割賦相当額を記載（端末購入プログラム利用の場合）【楽天モバイル (株)】
■「頭金」の表示適正化の取組 2020 年から 2024 年現在に至るまで、貴社で行った「頭金」の表示適正化等に関する取組とその概要。
< 「頭金」の表示に関するルールの徹底 > ・ 「頭金」単独訴求の禁止【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)】 ・ 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【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)】 ・ 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【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)】 < 定期的な販売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【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)】 ・ 表示と頭金の設定額が一致しているかを定期的に確認【KDDI (株)】
■販売代理店に対する指導 販売代理店に対し、いわゆる「頭金」について、どのように契約時に説明すべきとしているか。
・ 「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【(株) NTT ドコモ】 ・ 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

【KDDI（株）】

- ・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」であると、お客様へ説明するよう周知【ソフトバンク（株）】

（３）検討会における構成員からの主な指摘

- 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、この仕組みをより分かりやすく説明する努力を重ねていただくことが重要。
- 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販売代理店に勧めることは可能か。
- 総額表示（割引適用前価格）と実質負担額（割引適用後価格）の表示を義務づけてはどうか。シンプルな価格表示をすることが望ましい。
- 総支払額がいくらになるのかについて、グラフのような視覚的な表示を使って説明するよう販売代理店に指導・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。
- 頭金の仕組み自体を変えるべき。
- 頭金という「名称」を変更すべきではないか。

（４）今後の対応

MNO 各社へのヒアリングを踏まえ、各社が作成し販売代理店に提供しているプライスカードや店頭広告等のフォーマット等については、過去の議論を踏まえた取り決めに即して作成されていることが確認された。

一方、総務省において、MNO 4 社の販売代理店における端末販売価格の調査を実施したほか、携帯電話端末の購入に関する利用者へのアンケート調査を実施したところ、店舗ごとに端末販売価格が異なることを認識している利用者は半数以下¹¹であった。

そうした状況を踏まえ、携帯電話事業者及び総務省においては、利用者が端末を購入する際に、その端末販売価格や実質支払額を認識した上で購入の判断ができるよう、以下の事項に取り組むことが求められる。

① 端末販売価格に関する表示について

（い）店頭価格表示の明確化

構成員からの指摘にもあったように、必要に応じてグラフを用いるなどすることで、利用者にとって視覚的に分かりやすい表示を行う必要がある。携帯電話事業者においては、ウェブページのほか、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よう取り組んでいくことが求

¹¹ 総務省が 2024 年 12 月に実施した利用者へのアンケート調査によると、同一キャリアの同一機種であっても、店舗ごとに端末販売価格が異なるものと考えた割合は 42.0%であった。（2022 年 10 月以降にスマホ端末を自分名義で店頭にて購入した 18 歳以上の男女を対象に実施。調査実施時期は 2024 年 12 月 14～17 日。Web アンケート。有効回答件数 1,000 件。）第 62 回消費者保護ルールの在り方検討会（2025 年 2 月 5 日）会合資料参照。

められる。

(ii) 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を明示

上述のとおり、各店舗での端末販売価格は、各携帯電話事業者が設定する割賦上限額（各携帯電話事業者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、販売代理店が「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。総務省においては、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ことが必要である。

(iii) 事業者横断での取り決めの検討

(i) 及び (ii) の事項も含め、頭金表示の明確化・適正化のため、電気通信サービス向上推進協議会においては、「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ことを検討することが求められる。

② 端末販売価格の周知・啓発

(i) MNO 各社のウェブページにおける周知・啓発の強化

現在も MNO 各社は店舗ごとに端末販売価格（割引適用前）が異なる旨を各社ウェブページに掲示しているところではあるものの、必ずしも視認性が高くない箇所への掲示にとどまっていた。今回の議論を踏まえ、店舗ごとに端末販売価格が異なる旨を利用者がより確実に認識できるようにするため、携帯電話事業者においては、各社ウェブページの来店予約のページに掲示する等、利用者の目に留まる場所に掲示することを検討されたい。

(ii) 総務省による注意喚起

総務省においては、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（2020 年 11 月）をベース）を再度行うことを検討すべきである。

③ 継続的なモニタリングの実施

総務省においては、引き続き利用者への用語のアンケート等の実施を通じ、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表示の明確化や周知・啓発の取組の成果を継続的にモニタリングすることが重要である。

第3章 据置型 Wi-Fi サービスの状況

（1）現状と課題

据置型 Wi-Fi は、携帯電話ネットワークにつながった Wi-Fi ルーターであり、契約後、速やかに家庭内等に設置し、モバイルブロードバンドによる高速通信サービスを利用することができるものである。回線開通のための工事・手続が必要となり契約から使用開始まで日数がかかる FTTH¹²サービスと比べ、契約後に「コンセントに差すだけ」で使用を開始できるため、利便性が高いサービスとしてユーザーを獲得してきた。

一方で、据置型 Wi-Fi サービスの契約は、一定の契約期間のもと、当該契約期間を通じた分割払いにより端末（Wi-Fi ルーター）を購入し、その分割払いの額を毎月の通信費から割引される（端末の購入による追加の費用が実質的に発生しない）形で行われているが、利用者がそうした契約の内容（契約期間や支払に関する条件）について正しく理解できていない可能性がある。実際に据置型 Wi-Fi サービスに関しては、総務省の地方機関である総合通信局等で実施している電気通信消費者支援連絡会¹³において、複数の利用者トラブルの実例が消費生活センター¹⁴等から寄せられている状況にある。

こうした状況を受けて、PIO-NET 及び総務省で受け付けた苦情相談について総務省で分析を行ったところ、「よく分からないまま契約した」、「契約直後の解約に関するトラブル」、「端末の残債に関するトラブル」等、契約期間や支払に関する条件の説明をよく理解しないまま契約している場合が半数以上と多く見受けられたところである。

以上を踏まえると、据置型 Wi-Fi サービスについては、店頭での表示も含め、契約期間や条件に関する説明を利用者が契約時に理解できておらず、それが解約時のトラブルへとつながっていることが課題と考えられる。そこで、本検討会においては、主に契約時の説明及び解約時の対応の状況について関係電気通信事業者を確認した上で、必要な対応策について検討することとした。

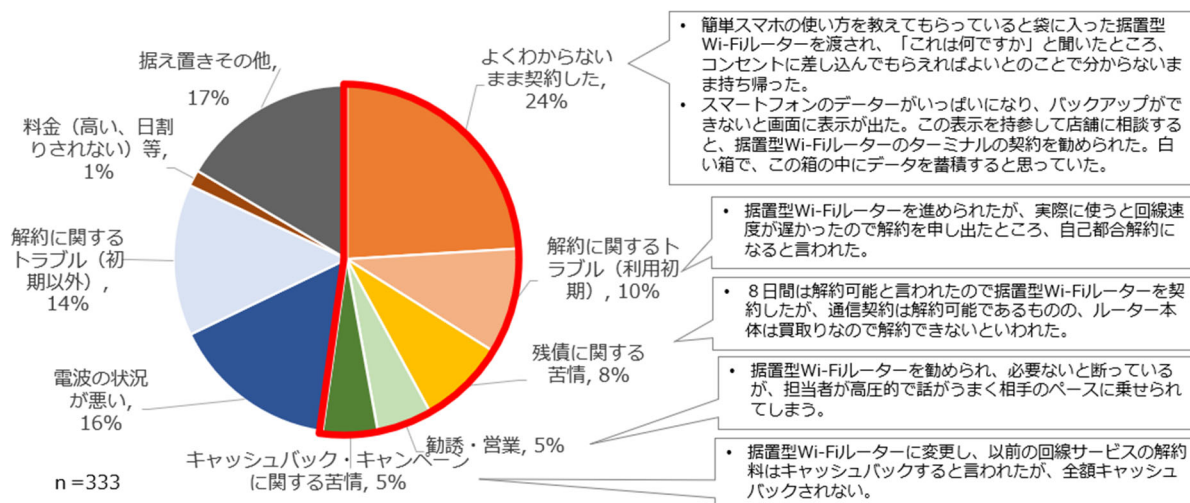
¹² いわゆる光ファイバのインターネットサービスであり、利用者の共同住宅等内では VDSL（銅線）や LAN ケーブルを用いるものも含む。Fiber To The Home の略。

¹³ 総務省の地方機関（総合通信局等）が主催するもので、各総合通信局等が、管轄する地域の消費生活センターや電気通信事業者が集まり意見交換を行うもの。基本的に年に2回実施されている。

¹⁴ 商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問合せなど、利用者からの相談を専門の相談員が受け付け、公正な立場で処理にあたる場。全国に設置されている。

- ・据置型Wi-Fiサービスの苦情の動向を見ると、“よく分からないまま契約した”“契約直後の解約に関するトラブル”“端末の残債に関するトラブル”等、契約時の条件等の説明を理解しないまま契約している場合が半数以上と多く見受けられる。

※2023年度にPIONET及び総務省で受け付けた苦情相談件数（64,362件）の約1/3（19,036件）を無作為抽出したものから、関連する文言（「据置き」「据え置き」「各社の据置き型Wi-Fiルーターサービス名」等）で検索したものを分析



出典：第 61 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会（2024 年 12 月 4 日）

（2）事業者ヒアリングの結果概要

第 62 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会（2025 年 2 月 5 日）において、MNO 4 社（(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)）を対象とする事業者ヒアリングを非公開で実施した。その結果、MNO4 社いずれからも、販売代理店における据置型 Wi-Fi サービスの勧誘に関するマニュアル等の展開、販売代理店に対する据置型 Wi-Fi サービスの説明に関する指導等を実施しているとの発表があった。

ヒアリング項目と各社からの回答の概要は以下のとおり。

■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

販売代理店で据置型 Wi-Fi サービスの販売をする際に使用する店頭表示ツール（プライスカード等）は、貴社から統一フォーマットとして提供しているか。

- ・ 提供している【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、楽天モバイル (株)】
- ・ 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、販売代理店にてプライスカードを作成）【ソフトバンク (株)】

■販売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

実質 0 円を訴求しすぎしていないか等、販売代理店が勧誘を行う際のマニュアルはあるか。

- ・ 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、販売代理店向け WEB サイトにて展開・管理を実施【(株) NTT ドコモ】
- ・ 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に努めている【KDDI (株)】
- ・ 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【ソフトバンク (株)】

・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【楽天モバイル（株）】
■販売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 貴社から販売代理店に対し、据置型 Wi-Fi サービスの販売に際して、どのように契約時に説明すべきとしているか。
➤ 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／設置先住所でのみ利用可能である旨【(株) NTT ドコモ】 ・ホームルータープラン5Gの対象機種／位置情報を取得する旨／設置先住所でのみ利用可能である旨【KDDI（株）】 ・設置先住所でのみ利用可能である旨／環境により実効速度は変化し得る点等【ソフトバンク（株）】 ・回線速度／サービスエリアの制限【楽天モバイル（株）】
➤ 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【(株) NTT ドコモ】 ・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【KDDI（株）】 ・解約時・機種変更時には月月割の適用が終了となる点等【ソフトバンク（株）】 ・端末の価格や割引額等を説明するように指導【楽天モバイル（株）】
➤ 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【(株) NTT ドコモ】 ・解約後に割賦残債の支払い義務が残ること、ならびに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【KDDI（株）】 ・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【ソフトバンク（株）】 ・解約後も端末残債の支払義務が残ることを説明【楽天モバイル（株）】
➤ その他
【楽天モバイル（株）】 ・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

（３）検討会における構成員からの主な指摘

- 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。
- 利用者の想定やニーズに合致した勧誘をすべき。
- 不必要な契約の苦情については、契約時の改善が必要である。
- 端末が買い取りであるならば、残債が分かるようなペーパーを配布するなど、利用者が端末は無料ではないということが分かるような仕組みを取り入れる必要がある。
- （提供条件説明に関する利用者理解の向上に関する取組と関連して、）携帯電話の契約等と同様に、契約の最後のサマリーのところで、総額や中途解約時の残債の有無を明確にして利用者に理解してもらうことが必要である。

- 電気通信事業者による説明の精度の向上により、本当に苦情が減少するのか注視する必要がある。通信料金の値引きで端末料金を回収しているという構造は、かつての携帯電話販売の議論をする中でみられたものと同じようなものではないか。

（４）今後の対応

ヒアリングの結果を踏まえると、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¹⁵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（その後に解約する際に高額の残債の支払いを求められることで発覚）も見受けられる¹⁶ことから、店頭での表示を適切に行うとともに、契約解除の条件を含む基本事項の説明を利用者のニーズ等を踏まえて適切に実施するよう、電気通信事業者において、販売代理店への指導を徹底する必要がある。その際、利用者理解の一層の向上を図る観点から、電気通信事業者において、第 1 章で記載した「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本件に取り組み、基本事項の説明の際の工夫など、必要な措置を講じていくことが望ましい。

その上で、総務省の「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「消費者保護ガイドライン」という。）において、解約時に発生する残債等の条件について契約時に明確に説明すべき旨反映することが望ましい。

¹⁵ 据置型 Wi-Fi サービスも、いわゆる「8 日以内キャンセル」（事業法第 26 条の 3）の対象となる。ヒアリングしたところによると、（株）NTT ドコモと KDDI（株）は確認措置（電気通信事業法施行規則第 22 条の 2 の 7 第 1 項第 5 号）、ソフトバンク（株）と楽天モバイル（株）は初期契約解除の対象として運用している。

¹⁶ 据置型 Wi-Fi サービスを契約する際には、通信契約と端末購入契約が合わせて行われることが一般的である。据置型 Wi-Fi サービスを提供している MNO 4 社のうち、一部は、契約期間中は端末支払代金が実質 0 円となるキャンペーンを実施しており、こうした場合に、「端末支払代金が実質 0 円」と言われ購入したものの、通信料金は別途かかることを理解せず購入してしまったという苦情や、解約の際に通信契約は解除できたが、端末購入契約は解約できず高額な端末の残債が残ってしまったという苦情が申告されている。

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

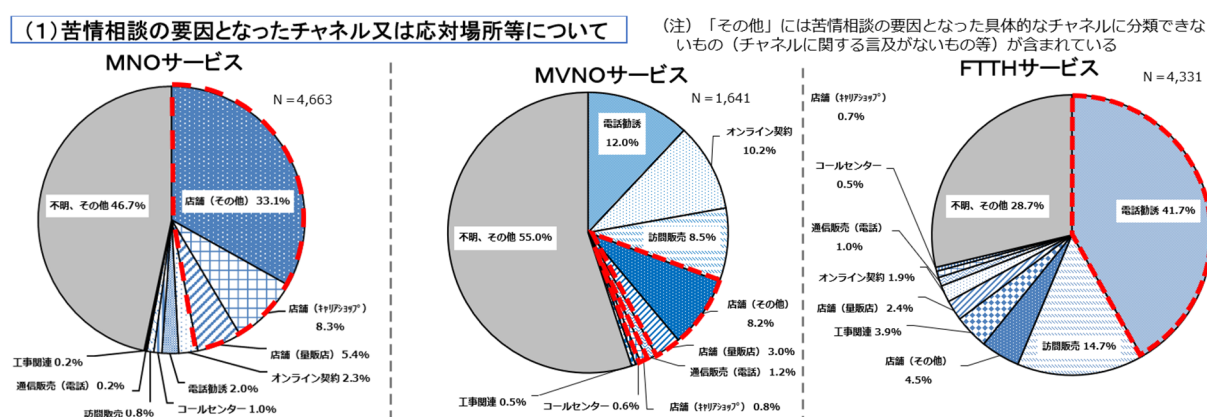
光ファイバ等のいわゆる FTTH サービスは、店舗やオンラインだけでなく、電話・訪問販売等のチャンネルで契約することが可能となっている。電話による契約に関しては、契約に至るまでのフェーズでトラブルが多く発生しており、苦情相談件数の大きな割合を占めてきたところである。このような状況に対応すべく、2022 年に事業法施行規則を改正し、電話による契約時には、説明書面を用いた提供条件説明を行うことを義務化した。

当該改正の施行状況と評価を行った「消費者保護ルール の在り方に関する検討会報告書 2024」（2024 年 8 月 20 日）では、“事業者において規律に不適合な対応は見られず、複数の事業者から苦情が減少しているとの回答もあり、利用者トラブルの防止に一定の効果があつた”とされた。

一方で、同報告書では、当時の苦情相談の傾向分析を踏まえ、“FTTH サービスにおける電話勧誘においては適正性の確保が急務”ともされており、

- ・事業者において、引き続き、販売代理店も含め、電話勧誘の適正性を確保すること
- ・総務省において、販売代理店の対応も含めて苦情の動向を注視することが必要とされた。

なお、2023 年度の苦情相談の分析結果（第 17 回消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合／第 59 回消費者保護ルール の在り方に関する検討会合同会合「苦情相談の傾向分析の結果について」）においても、FTTH サービスに関する苦情相談の件数は MNO サービスに次いで多く、その要因の 4 割超を電話勧誘が占めている状況¹⁷である。本検討会においては、現状確認のため、改めて現在の苦情動向の分析をするとともに、電気通信事業者の電話勧誘の適正性確保等の取組状況についてのヒアリングを通して、電話勧誘の適正性確保の在り方について検討を行った。



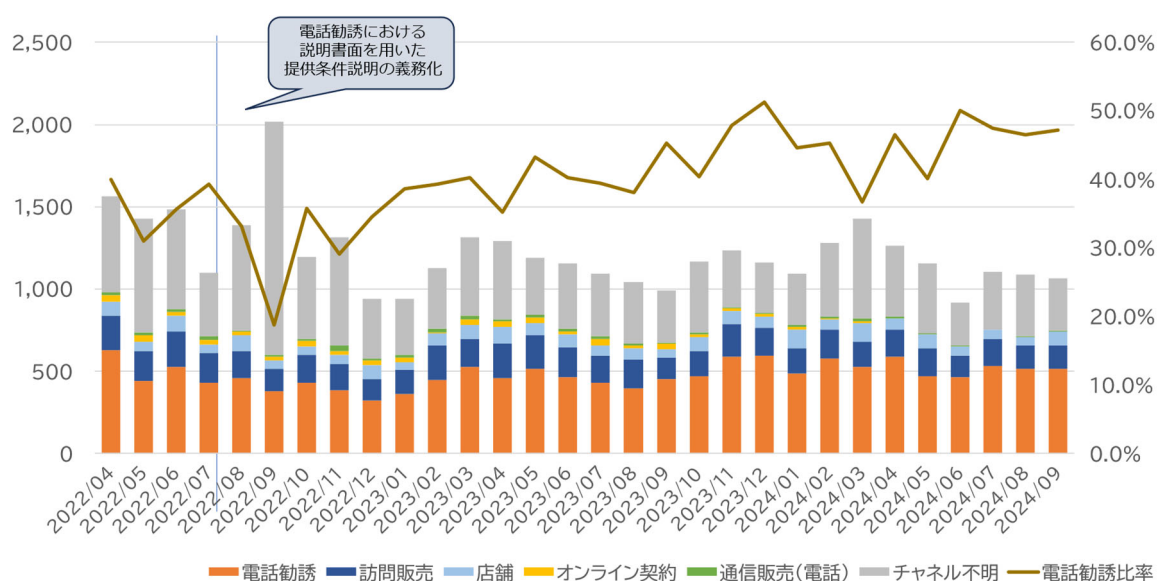
出典：第 17 回消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合／
第 59 回消費者保護ルール の在り方に関する検討会合同会合（2024 年 7 月 5 日）

¹⁷ 2023 年度に PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）及び総務省で受け付けた苦情全体（64,362 件）のうち、約 3 分の 1 を無作為抽出して分析したところ、MNO サービスに関する苦情が 4,663 件、FTTH サービスが 4,331 件であった。なお、2023 年度の契約数は MNO サービスが 1 億 8,755 万件、FTTH サービスが 4,035 万件となっており、契約数比では FTTH の苦情の割合が高いことがうかがえる。

① 現状の評価（現在の苦情動向の分析）

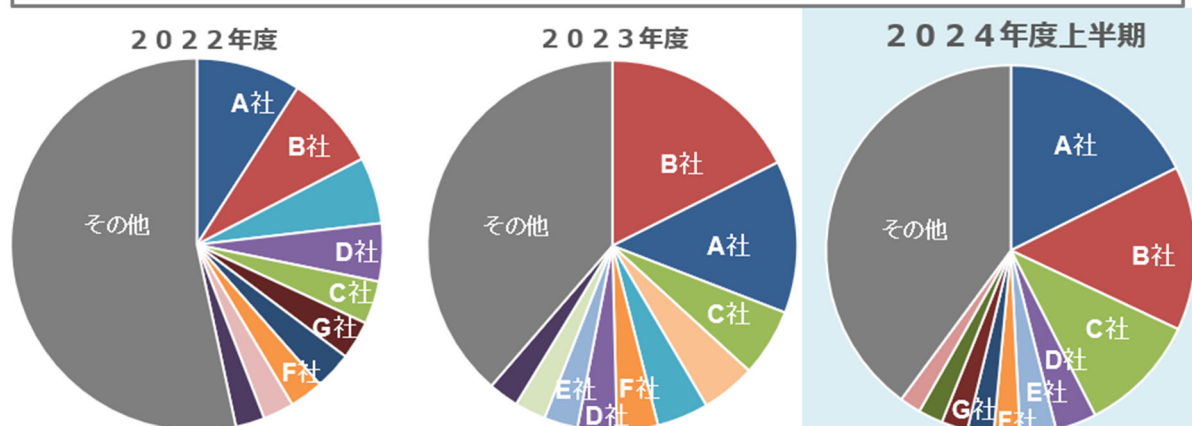
FTTH に関する苦情動向の分析（第 18 回消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合／第 63 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会合同会合「FTTH に関する苦情相談の傾向」）によれば、FTTH に関する苦情をチャネル別に分析すると、件数・割合ともに電話勧誘が多い状況。電話勧誘における説明書面を用いた提供条件説明を義務化した 2022 年 7 月以降、一時的に件数が減少したものの、現在は概ね義務化以前の数値と変わらない状況が見受けられる。

2024 年上半期の苦情相談をチャネル別にみると、電話勧誘に関するものは約 46%と最も多い。電話勧誘に関する苦情相談について、電気通信事業者別に見ると、上位 10 社で全体の約 5～6 割を占めており、一部の電気通信事業者に苦情が集中している状況がうかがえる。



※苦情全体の1/3を抽出して分析

➤ 電話勧誘に関する苦情相談について、事業者別に見ると、上位10社で全体の約5～6割を占めており、一部の事業者に苦情が集中している状況がうかがえる。



出典：第 18 回消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合／
第 63 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会合同会合（2025 年 3 月 4 日）

要因別に電話勧誘の苦情件数を見ると、“信用できない勧誘”と、勧誘に端を発する“解約対応”に関する苦情が最も多くなっている。また、不実告知・事実不告知による勧誘、自己の名称等を開

示しない勧誘など、法令上の禁止行為にあたると思われる苦情相談も見受けられる。

② 現状の評価（事業者ヒアリングの結果概要）

第 64 回消費者保護ルール の在り方に関する検討会（2025 年 3 月 27 日）において、電気通信事業者及び事業者団体を対象¹⁸とするヒアリングを実施した。

その結果、電話勧誘を起因とする苦情の動向は、一部の電気通信事業者で時期により増減はあったものの、概ね横ばいまたは減少傾向であったとの発表があったほか、各社工夫した取組を行っているものの、引き続き電気通信事業者が把握できていない販売代理店の悪質な営業行為への対策や、いわゆるアウトサイダー¹⁹も含めた適正化への対応が必要である旨発表があった。

ヒアリング項目と各社からの回答の概要は以下のとおり。

■苦情動向 電話勧誘を起因とする苦情について、本規律の導入前後、前回の報告（2023 年 11 月）以降でどのような変化があるか。
・減少傾向【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）、（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会】 ・横ばい【ビッグロープ（株）、（株）NTT ドコモ、ソフトバンク（株）】 ・時期により増減あり【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】
■販売代理店指導内容 販売代理店に電話勧誘等を委託している場合、どのような指導を行っているか。
・研修の実施【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）、ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）、ビッグロープ（株）、（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会】 ・マニュアルの整備【ビッグロープ（株）、（株）NTT ドコモ、KDDI（株）、ソフトバンク（株）】 ・法令改正内容の情報提供【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）】 ・悪質な代理店への契約停止等の措置【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】 ・問題発生時の代理店指導【ビッグロープ（株）、（株）NTT ドコモ】 ・電話対応専用書面の展開【（株）NTT ドコモ】
■販売代理店の勧誘状況モニタリング 販売代理店に対して、勧誘状況のモニタリングを実施しているか。している場合はどのように実施しているか。
・販売代理店への定期監査の実施【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）、ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）、ビッグロープ（株）、ソフトバンク（株）、（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会（一部事業者）】 ・フォローコールによる勧誘内容の確認【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】 ・通話記録の確認【ビッグロープ（株）、（株）NTT ドコモ、KDDI（株）、（一社）テレコムサ

¹⁸ 第 64 回会合におけるヒアリング対象（電話勧誘関係）は次のとおり。

東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）、ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）、ビッグロープ（株）、（株）NTT ドコモ、KDDI（株）、ソフトバンク（株）、楽天モバイル（株）、（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会

¹⁹ 電気通信事業者団体に加盟せず、遵法意識も必ずしも高くない者。当検討会報告書 2021 より、便宜的に「アウトサイダー」と呼称している。

ービス協会 FVNO 委員会】
■適正性確保のための措置 販売代理店における電話勧誘の適正性の確保のために講じている措置はあるか。
・ 会話手法等に重点を置いた研修の実施／一次販売代理店から二次販売代理店への OJT 等の実施促進【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）】 ・ 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【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】 ・ 高齢者への丁寧な対応【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）、ビッグロープ（株）、KDDI（株）、（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会（一部事業者）】 ・ 監査結果からの指導の実施（ペナルティを含む）【ソフトバンク（株）】
■苦情に至った原因の分析 貴社で把握している苦情（特に電話勧誘に起因するもの）について、苦情に至った原因をどのように考えているか。
・ 接客対応上の不備に起因【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）】 ・ 説明不足、誤解を与える説明【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】 ・ 理解度の把握が困難であること、高齢者が対象になりやすいこと【ビッグロープ（株）】 ・ 勧誘電話自体を希望しないケースがあること、説明内容に関する認識の相違の発生【（株）NTT ドコモ】 ・ 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がある／アウトサイダーを起因とした苦情申告も見受けられる【KDDI（株）】 ・ 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【ソフトバンク（株）】 ・ 勧誘電話自体を希望しないケースがあること、誤案内・説明不足等（一部事業者）【（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会】
■今後の対応 昨今の貴社の適正化の取組にもかかわらず、苦情が減少しない実情をどう考えるか。今後どのように対応していくか。
・ 接客品質の向上に重点を置いた取組【東日本電信電話（株）・西日本電信電話（株）】 ・ 販売代理店による説明を補完する取組の実施、相談体制の構築、悪質な販売代理店への措置【ソニーネットワークコミュニケーションズ（株）】 ・ ヒアリングシートの新規整備、高齢者への対応強化【ビッグロープ（株）】 ・ アウトサイダーも含めた適正化への対応が必要【（株）NTT ドコモ】 ・ 販売代理店への指導強化【KDDI（株）】 ・ 今後も既存の取組を引き続き実施【ソフトバンク（株）】 ・ 電気通信事業者が把握できていない販売代理店の悪質な営業行為への対策（一部事業者）【（一社）テレコムサービス協会 FVNO 委員会】

③ 検討会における構成員からの主な指摘

- 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。
- 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。

- アウトサイダーを含め、問題の生じている販売代理店を明確に特定し、苦情数が一部の電気通信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。

④ 今後の対応

事業者ヒアリングでは、販売代理店に対する定期的な研修の実施または電話勧誘時の販売規定等を記載したマニュアルを販売代理店へ周知しているとの回答がほとんどの電気通信事業者から得られた。

また、ほとんどの電気通信事業者において、販売代理店に対する定期的な監査または通話記録の確認等により販売代理店に対する勧誘状況のモニタリングを実施するなど一定の取組が実施されている点は評価できる。また、一部の電気通信事業者においては、契約後に申し込み意思を再度確認する等、高齢者に対して丁寧な対応を実施しているとする回答も見られた。

一方で、現在の苦情動向の分析で示したとおり、電話勧誘を発生チャネルとする苦情相談は高止まりしており、さらに電気通信事業者別に見ると、苦情件数の上位 10 社で全体の約 5 ～ 6 割を占めており、一部の電気通信事業者に苦情が集中している状況がうかがえる。

各社取組を実施しているにもかかわらず苦情件数が減少しない現状に鑑み、引き続き電気通信事業者による適正性確保の取組が求められる。

また、一部電気通信事業者からは、いわゆるアウトサイダーを含めた適正化への取組が必要との意見もあったことから、構成員からは、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務めるべきとの意見もあった。総務省においては、引き続き苦情動向を注視するとともに、不適切な販売を行っている電気通信事業者への対処を強化していくことが求められる。そして、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が求められる。

2. オンライン契約における消費者保護の在り方

2023 年 11 月から 2024 年 6 月までの検討会において、オンライン契約における消費者保護の在り方をテーマに議論を実施し、「オンライン契約における消費者保護ルール等の遵守状況等」、「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」、「ダークパターンへの対応」、「オンライン専用プランでの苦情処理」、「契約手続の DX」、「その他」の各トピックについて議論の結果を報告書 2024 として取りまとめるとともに、それを踏まえた消費者保護ガイドラインの改正（2024 年 10 月 28 日）などの成果につなげたところである。

本検討会では、上記各トピックのうち、報告書 2024 で引き続き状況を注視する必要があると整理された項目を中心に、消費者保護ガイドラインに明示した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ついて電気通信事業者からヒアリングを行うとともに、有識者の意見を踏まえ確認を行った。

事業者ヒアリングの概要

第 64 回消費者保護ルールの在り方に関する検討会（2025 年 3 月 27 日）において、次の電気通信事業者および事業者団体に対しヒアリング項目に沿って実施した。

- 対象

（株）NTT ドコモ、KDDI（株）、ソフトバンク（株）、楽天モバイル（株）、（一社）テレコムサービス協会 MVNO²⁰委員会

- ヒアリング項目

（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
・オンライン契約において、最終確認画面を設け、基本説明事項のうち特に苦情につながりやすい事項（料金、通信品質や利用制限、初期契約解除を含む解除条件、苦情相談の受付窓口等）を再度表示することへの取組状況
（２）ダークパターンへの対応
・社内のチェック体制の構築や第三者を交えた確認等の取組状況 ・消費者保護ガイドラインに記載の望ましい例・不適切な例に対する電気通信事業者の対応状況（消費者保護ガイドラインの項目ごとに回答）
（３）契約手続の DX
【オンライン・オフラインを併用した契約手続きの DX】 ・利用者の希望に基づき、口頭での説明と代替措置を併用する形での説明/その際の利用者トラブル防止のための取組の実施状況（利用者に対しどのような案内をしているのか、販売代理店に対してどのように指導しているのか） 【契約書面の電子交付の優先勧奨】 ・優先勧奨の実施状況（明示的な承諾の取得、ウェブページの閲覧及びダウンロードが可能な期間、契約後に利用者に物理的な書面の交付を求められた際の対応、その他講じている利用者トラブルを防止する措置等
（４）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、一定期間のデータ通信量等の利用実績を通知するサービスの提供に関する取組状況

（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

① 消費者保護ガイドラインの改正（2024 年 10 月改正）の概要

報告書 2024 において、電気通信サービスにおいても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、読み飛ばし等による適切な理解のないまま契約することを防止し、提供条件等の確認や自身のニーズに合ったサービス選択を促し、利用者トラブルの防止に努めるべきであるとされた。

これを踏まえ、以下のとおり消費者保護ガイドラインを改正した。

- 誤操作による申込みや適切な理解のないまま契約することを防止するため、利用者が申込

²⁰ 仮想移動体通信事業者、Mobile Virtual Network Operator の略。自らは電波の割当てを受けず、電波を割り当てられた携帯電話事業者（MNO）からネットワークを借りて、いわゆる格安スマホやモバイル Wi-Fi ルーター等向けに独自のサービスを提供する事業者のこと。

み内容の最終確認を行うことができる画面（最終確認画面）を設ける等の工夫を行うことが求められる旨追記。

- 【望ましい例】として「ウェブページからの契約の申込みを受付ける場合、最終確認画面を設け、当該画面において基本説明事項のうち特に苦情につながりやすい料金、通信品質や利用制限、初期契約解除を含む解除条件、苦情相談の受付窓口等を分かりやすく再度表示すること。」を明確化。

② 現状の評価（事業者ヒアリングの結果概要）

■最終確認画面の設置

オンライン契約において、最終確認画面を設け、基本説明事項のうち特に苦情につながりやすい事項（料金、通信品質や利用制限、初期契約解除を含む解除条件、苦情相談の受付窓口等）を再度表示することへの取組状況

- ・ 従来から設けている【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)】
- ・ 設けている【ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会】
- ・ 最終確認画面に再表示する項目の見直しを実施【(株) NTT ドコモ】
- ・ UI を改修するなどの最終確認画面の認知度向上の取組を実施【KDDI (株)】
- ・ 料金のほか、配送や確認措置についても再掲【ソフトバンク (株)】
- ・ 最終確認画面で重要事項説明等を表示【楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会（一部事業者）】

- ヒアリングを実施した全ての電気通信事業者において最終確認画面を設けており、一部の従来から最終確認画面を設けている電気通信事業者においては、最終確認画面に再度表示する項目について、消費者保護ガイドラインの改正により見直しを実施するなどの対応が見られた。
- また、一部の電気通信事業者においては、最終確認画面で重要事項説明等を表示するなどの方法が取られていた。

③ 今後の対応

各電気通信事業者とも、最終確認画面を設けていることを確認できたことから、各社の取組は進展していると考えられる。一方で、再度表示する項目は各電気通信事業者で異なっている状況であり、一部の電気通信事業者においては重要事項説明と最終確認画面を兼ねている例も見られた。各電気通信事業者においては、苦情動向を踏まえ、特定の苦情が多く発生する際等は、再度表示する項目を見直す等の取組を行うことが望ましい。総務省においても、引き続きオンライン契約における苦情動向を注視していくことが求められる。

（２）ダークパターンへの対応

① 消費者保護ガイドラインの改正（2024 年 10 月改正）の概要

報告書 2024 において、電気通信サービスのオンライン契約についても、ダークパターンの存在が指摘されたことから、電気通信事業者、事業者団体による自主的な点検の実施を行い、より

広く不適切な事例の有無について確認を行い、その結果を踏まえて、必要となる対応や自主規律への反映を検討するとともに、継続的にモニタリングを行うべきとされた。

また、一定存在が確認された類型については、消費者保護ガイドライン上でどのような場合に不適切となるのか、その考え方を明示し、電気通信事業者の適切な対応を促し、利用者の利益に支障を生じないよう適切に措置を講ずるべきとされた。

これらを踏まえ、以下のとおり消費者保護ガイドラインを改正した。

- 利用者がウェブページで基本的説明事項の確認やプラン選択を行う場合には、視覚効果やウェブページのデザイン等が、人々の判断を誤らせ、また、行動を操作する、いわゆるダークパターンとならないよう留意することが求められる旨追記。
- 一定存在が確認された類型について、【望ましい例】と【不適切な例】として例示。

【望ましい例】

- ・ ウェブページからの契約の申込みにおいて、法令上求められる青少年フィルタリング等について、申込むことを既定（デフォルト）の設定としておくこと。

【不適切な例】

- ・ ウェブページでの基本説明事項の表示や料金プラン・サービス選択において、以下のよう設定・表示を行うこと。
 - －利用者の利用実態や意思の確認なく、あらかじめ特定の料金プランや有料オプションに申込みを行うよう既定（デフォルト）の設定とすること。
 - －割引や特典の適用条件などの重要な情報を割引額等に比して視覚的に不明瞭に表示すること。
 - －利用者の利用実態や意思と関係なく、高額なプランや製品が、他のプラン等に比して著しく視覚的に目立つように表示すること。
 - －オンラインで料金プラン等の確認をするだけにもかかわらず、利用者にアカウント登録を強制すること、また、登録が必要と誤認を与えること。
 - －他の利用者の料金プラン等の選択状況等について、誤認を招く情報を用いて表示すること。

② 現状の評価（事業者ヒアリングの結果概要）

■ダークパターンへの対応
・ 社内のチェック体制の構築や第三者を交えた確認等の取組状況
・ 社内関係部門による確認を実施【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会（一部事業者を除く）】
・ 消費者保護ガイドラインに記載の望ましい例・不適切な例に対する電気通信事業者の対応状況（消費者保護ガイドラインの項目ごとに回答）
・ 適切に対応済み【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)】
・ 概ね対応済み（一部対応中）【ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会（一部事業者を除く）】

- ヒアリングを実施した概ね全ての電気通信事業者において、オンライン契約手続きにおける画面を構築等する際に社内の関係部門（法務部門等）による確認を経るなど社内のチェック体制を構築していた。

- 消費者保護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は、一部の電気通信事業者においてすべての事項について対応済みとの回答を得られた。【(株)NTTドコモ、KDDI(株)】
- また、それ以外の電気通信事業者（一部MVNOを除く）においても、概ね対応済みであり、対応中の事項についてもシステム改修等を経て対応予定である旨の回答を得られた。

③ 検討会における構成員からの主な指摘

- 各社ともダークパターンへの対応はしているようだが、分かりにくいものや、電気通信事業者にとって売りたいものや契約等が全面に出されることによって誤解を招き得る画面が見受けられる。利用者視点での検討を今後も行ってほしい。

④ 今後の対応

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、消費者保護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電気通信事業者から得られたことから、各社の取組は進展していると考えられる。

一方で、ダークパターンについては、今後も新たな類型が登場する可能性もあると考えられることから引き続き、総務省においては継続的にモニタリングを行い、利用者トラブルが一定生じるようであれば適切な措置を講ずるべきである。

加えて、電気通信事業者における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について、概ね全ての電気通信事業者で対応が確認できたことから、各社の取組は進展していると考えられる。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、引き続き各電気通信事業者等において対応を継続することが望まれる。

（３）契約手続のDX

① 消費者保護ガイドラインの改正（2024年10月改正）の概要

報告書2024において、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ころ、検討会において、優先勧奨による利用者トラブルの中期的な動向を確認していくこと、また、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とされた。

これらを踏まえ、以下のとおり消費者保護ガイドラインを改正した。

- 利用者に対して、電子交付を優先的に勧奨することは妨げないが、書面による交付も可能である旨を適切に説明したうえで、電子交付について明示的な承諾を取得することが必要である。また、電子交付を優先的に勧奨する場合には、契約書面への記載が義務付けられている内容が表示されたウェブページの閲覧及びダウンロードを一定期間可能とするほか、契約後に利用者に物理的な書面の交付を求められた際には応じるなど、利用者トラブルを防止する措置を講じることが望ましい旨記載。
- 電子交付を優先的に勧奨する場合には、契約後に利用者から物理的な契約書面の交付を求められた際には応じることを望ましい旨記載。

- なお、電子交付を優先的に勧奨する場合には、契約中は一定期間、記載事項の閲覧及びダウンロードを可能とすることが望ましい旨記載。
- また、例えば、利用者がウェブページにおいて基本説明事項の一部を確認し、その後、店頭へ赴いて残余の基本説明事項の説明を受けたうえで契約を行う場合など、利用者の希望に基づき、口頭での説明と代替措置を併用する形で説明を行うことは許容される。この場合において、利用者からウェブページにおいて確認した事項について、再度店頭での説明を求められた場合には、適切に対応することが求められる旨記載。

② 現状の評価（事業者ヒアリングの結果概要）

■契約書面の電子交付の優先勧奨	
優先勧奨の実施状況／講じている利用者トラブルを防止する措置等	
・実施している【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会（一部事業者を除く）】 ・実施していない【ソフトバンク (株)】 ・80 歳以上の高齢者には原則紙交付【(株) NTT ドコモ】 ・ウェブページ閲覧方法を記載したチラシ配布【KDDI (株)】 ・未成年や高齢者への簡易印刷書面の交付必須【ソフトバンク (株)】	
ウェブページでの契約書面の閲覧及びダウンロードが可能な期間	
・交付後 54 ヶ月【(株) NTT ドコモ】 ・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。【KDDI (株)】 ・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【ソフトバンク (株)】 ・電子契約書面は契約後いつでも（契約終了後を含む）マイページから閲覧可能【楽天モバイル (株)】	
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【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会】	
■オンライン・オフラインを併用した契約手続の DX	
利用者の希望に基づき、口頭での説明と代替措置を併用する形での説明/その際の利用者トラブル防止のための取組の実施状況	
・併用可能【(株) NTT ドコモ、KDDI (株)、ソフトバンク (株)、楽天モバイル (株)、(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会（一部事業者を除く）】 ・販売代理店向け指導の実施【KDDI (株)、ソフトバンク (株)】 ・マニュアルの整備【KDDI (株)】	

- 一部の事業者を除き、多くの電気通信事業者において、利用者に対して電子交付の優先勧奨を実施している。
- 契約書面のウェブページ閲覧期間は、各電気通信事業者（一部 MVNO を除く）において 6 ヶ月以上の期間を定めている場合や、契約期間中はいつでも閲覧が可能との回答もあった。
- また、契約後に物理的な書面の再交付を求められた際も適切に対応しているとの回答が

概ね全ての社より得られた。

- さらに、一部電気通信事業者においては、高齢者に対しては電子交付を求められた場合であっても原則紙交付とするなど、利用者トラブルを防止する措置を設けている例が見られた。
- 契約書面の電子交付に関する苦情は、各電気通信事業者ともほとんど発生していなかった。
- 利用者の希望に基づき、口頭での説明と代替措置を併用する形での説明は各電気通信事業者（一部 MVNO を除く）において実施していた。
- また一部の社では、同手続における留意点（Web 等での確認状況、不明点の有無の確認等）をショップスタッフ向けのマニュアルに記載するなど利用者トラブル防止のための取組を実施していた。【KDDI（株）】

③ 検討会における構成員からの主な指摘

- DX の取組においてはトライ・アンド・エラーが発生することが想定できる。更なる DX の推進に応じたトラブルの対応を進めるために、発生するトラブルをしっかりと考察して、前に進めるための検証を進めてほしい。
- 乗換契約の際には契約だけでなく解約の手続きもある。契約時の DX だけでなく、解約時の DX についても検討してほしい。

④ 今後の対応

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。一方で、報告書 2024 においては、「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。」とされているところ、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。

そのうえで、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電気通信事業者とともに検討していくことが求められる。

また、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についても、概ね適切に実施されていることが確認できた。一部の電気通信事業者では、販売代理店への指導等において留意点を示すなど利用者トラブル防止のための取組を追加的に実施している例が見られた。こういった取組についても電気通信事業者において横展開されていくことが望ましい。

（４）ナッジを活用した適切なプラン選択の推進

① 消費者保護ガイドラインの改正（2024 年 10 月改正）の概要

報告書 2024 において、電気通信事業者が提供するプランが多様となっている一方で、利用者のプラン変更や事業者変更の意欲は限定的となっており、利用者自身が自身に適したプラン選択をより促す必要があるとされ、ナッジを活用した適切なプラン選択の必要性、重要性について指

摘があった。

これを踏まえ、消費者保護ガイドラインを改正し、契約後の情報提供において効果的と考えられる措置の例として次のとおり明示した。

- 利用者の適切なプラン選択の一助となるよう、利用者の同意の下で、一定期間のデータ通信量等の利用実績を通知するサービスを提供すること。

② 現状の評価（事業者ヒアリングの結果概要）

■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、一定期間のデータ通信量等の利用実績を通知するサービスの提供に関する取組状況

- ・利用者の同意を得て、アプリでのプッシュ通知を実施【(株) NTT ドコモ】
- ・利用者の同意を得て、メール等で通知【KDDI (株)、ソフトバンク (株)】
- ・利用者によるアプリ及び Web での確認【楽天モバイル (株)】
- ・一部事業者で実施【(一社) テレコムサービス協会 MVNO 委員会】

- ほとんどの電気通信事業者において、利用者の同意を得て、メール等、アプリでのプッシュ通知等により利用実績を通知するサービスを提供している。
- 一部の電気通信事業者においては、通知サービスではなく、利用者自らアプリ及び Web での確認を必要としている。

③ 検討会における構成員からの主な指摘

- 利用者の同意の下で利用実績を通知するサービスは良い取組であるため、知らないで利用できていない人がいるのはもったいない。

④ 今後の対応

利用者の同意の下で、一定期間のデータ通信量等の利用実績を通知するサービスの提供について適切に取り組んでいることが確認できたことから、各社の取組は進展していると考えられる。

電気通信事業者においては、引き続き利用実績を通知するサービスを提供するとともに、利用者にとって効果的な通知が行われるよう取り組むことが望ましいと考えられる。これにより、利用者が自発的に適切なプランを選択し、プランの見直しが行われることが期待される。

おわりに

本検討会では、昨年 12 月以来、提供条件説明に関する利用者理解の向上、「頭金」の状況、据置型 Wi-Fi サービスの状況、報告書 2024 のフォローアップ（電話勧誘、オンライン契約における消費者保護の在り方）について現状の確認と今後に向けた議論を行い、本報告書を取りまとめた。

提供条件説明に関する利用者理解の向上については、TCA から、電気通信事業者間の自律的な議論の成果として、契約内容と料金が記載された書面等を説明の最後に再提示・再説明する等の取組を実施することが報告されたことを受け、その速やかな実施とその後の継続的なモニタリングと改善措置の検討の方向性を取りまとめた。

「頭金」については、店頭等での端末販売価格等の表示に関する取り決めや、店舗ごと端末販売価格が違うことについての利用者への周知等の実施についての方向性を取りまとめた。

据置型 Wi-Fi サービスについては、特に端末の売買契約が発生していることを利用者がより理解できるよう、店頭の表示や説明の適正化を求めたところである。

報告書 2024 のフォローアップについては、特に電話勧誘に関連する苦情への対応として、引き続き各社により適正化の取組を実施するとともに、いわゆるアウトサイダーも含め、苦情件数が多い電気通信事業者について現在の法令遵守状況を注視し、不適切な対応が疑われる電気通信事業者に対しては処置を強化する等の方向性を取りまとめた。

本報告書において必要とされた対応のうち、行政が取り組むべき事項については、総務省において速やかに実現に向けた対応を進めていくことが求められる。

また、電気通信事業者や事業者団体が取り組むべき事項については、過去のものも含め、本検討会でのこれまでの議論の状況やその背景等を十分に踏まえたうえで、適切に対応を進めていくことが期待される。

今回の各トピックで取りまとめた内容は、いずれも根本は“電気通信事業者から利用者に提供する説明・表示”と利用者側の認識とのギャップに起因するものであった。通信サービスが今や利用者にとっての必要不可欠な生活インフラとなっている状況に鑑み、各電気通信事業者においては、本報告書で取り上げた事項以外についても、利用者本位のサービス提供に留意し、利用者の利益の確保に望ましい対応を絶えず追求していくことが期待される。

今後も通信技術の発展、社会全体のデジタル化、スマートフォン等の高度な情報通信端末の利用拡大等が見込まれる中、利便性向上と表裏一体で、新たな利用者トラブルが生じることも想定される。

本取りまとめの後も、引き続き利用者が安心・安全に電気通信サービスを利用できるような環境を確保するため、「消費者保護ルールの在り方」について不断の検証と見直しが求められる。

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」開催要綱

1 目的

本会合は、電気通信サービスがこれまで以上に多様化・複雑化し、従来想定されていなかった電気通信サービスの形態が登場していることや、対応すべき苦情・相談が多様化していることを踏まえ、消費者保護ルールの在り方について、不断の検証・見直しを行うことを目的とする。

2 名称

本会合は、「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」と称する。

3 検討事項

- (1) 消費者保護ルールの中長期的な効果の検証
- (2) IoT サービスをはじめとした新たな電気通信サービスの登場を踏まえた消費者保護ルールの在り方
- (3) 新たな消費者トラブル、社会的課題等への対応策
- (4) その他

4 構成及び運営

- (1) 本会合の構成員及びオブザーバーは、別紙1のとおりとする。
- (2) 本会合には、主査及び主査代理を置く。
- (3) 主査は本会合を招集し、主宰する。また、主査代理は、主査を補佐し、主査不在のときは、主査に代わって本会合を招集し、主宰する。
- (4) 主査は、必要があるときは、必要と認める者を本会合の構成員又はオブザーバーとして追加することができる。
- (5) 主査は、必要があるときは、外部の関係者の出席を求め、意見を聞くことができる。
- (6) 構成員は、本会議における情報の取り扱いに関して、別紙2の事項を遵守する。
- (7) その他、本会合の運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の公開等

- (1) 本会合の議事は、原則として公開する。
- (2) 本会合の会議については、議事概要を作成し、原則として公開する。
- (3) 公開することにより、又はオブザーバーの出席により、当事者又は第三者の権利及び利益並びに公共の利益を害するおそれがある場合その他主査が必要と認める場合は、議事及び議事概要を非公開とし、又はオブザーバーの出席を制限することができる。

6 その他

本会合の庶務は、総務省総合通信基盤局電気通信事業部料金サービス課消費者契約適正化推進室がこれを行うものとする。

「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」構成員等

(敬称略)

【構成員】

(主査)	新美 育文	明治大学 名誉教授
(主査代理)	平野 晋	中央大学 国際情報学部 教授・学部長
	石田 幸枝	公益社団法人全国消費生活相談員協会 参与
	北 俊一	株式会社野村総合研究所 シニアパートナー
	木村 たま代	主婦連合会 常任幹事
	黒坂 達也	慶應義塾大学大学院 特任准教授
	近藤 則子	老テク研究会 事務局長
	長田 三紀	情報通信消費者ネットワーク
	西村 暢史	中央大学 法学部 教授
	森 亮二	英知法律事務所 弁護士

【オブザーバー】

公正取引委員会

消費者庁

独立行政法人 国民生活センター

公益社団法人 日本広告審査機構

一般社団法人 電気通信事業者協会

一般社団法人 テレコムサービス協会

一般社団法人 日本インターネットプロバイダー協会

一般社団法人 日本ケーブルテレビ連盟

一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会

電気通信サービス向上推進協議会

本会議における情報の取扱いについて

本会議においては、電気通信事業者の経営上の機密情報等の機微な情報を取り扱うため、中立かつ構成な検証を確保する観点から、構成員は下記の事項を遵守するものとする。

記

- 1 構成員は、本会議で知り得た非公開情報について、厳に秘密を保持するものとし、総務省の書面による承諾なくして、第三者に開示しないこと。また、構成員を辞した後も同様とすること。
- 2 構成員は、本会議で知り得た非公開情報に基づく活動を行わないこと。

以上

これまでの開催状況

会合	開催日	主な議題
第 1 回	2018 年 10 月 22 日	○ 電気通信事業法における消費者保護ルールの概要及び実効性の確保に係るこれまでの取組み ○ WGにおける主要論点（案） ○ 構成員のプレゼンテーション（電気通信サービスに係る消費者保護ルールの課題等について）
第 2 回	2018 年 11 月 8 日	○ 関係団体・事業者からのヒアリング
第 3 回	2018 年 11 月 15 日	○ 関係団体からのヒアリング
第 4 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2018 年 11 月 26 日	○ 「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」 (案)
第 5 回	2018 年 12 月 26 日	○ ヒアリング等
第 6 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2019 年 1 月 17 日	○ 「モバイルサービス等の適正化に向けた緊急提言」 (案) に対するパブリックコメントの結果 ○ 中間報告に向けたその他の論点
第 7 回	2019 年 2 月 22 日	○ 中間報告書骨子（案）
第 8 回	2019 年 3 月 14 日	○ 中間報告書（案）
第 9 回	2019 年 4 月 17 日	○ 意見募集の結果等
第 10 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2019 年 5 月 21 日	○ 改正電気通信事業法施行に向けた検討事項
第 11 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2019 年 5 月 30 日	○ ヒアリング等
第 12 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2019 年 6 月 11 日	○ モバイル市場の競争促進に向けた制度整備について ○ 利用者利益の保護に向けた制度整備について
第 13 回 (モバイル研究会 との合同会合)	2019 年 6 月 18 日	○ モバイル市場の競争促進に向けた制度整備について ○ 利用者利益の保護に向けた制度整備について
第 14 回 (モバイル研究会)	2019 年	○ 改正電気通信事業法の施行に伴う関係省令等の整備について

との合同会合)	8月29日	○ 広告表示関係の取組について ○ 改正電気通信事業法の施行に向けた取組状況について
第15回	2019年 9月12日	○ IoTサービスの進展と消費者保護について ○ 中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について ○ 「青少年の安心・安全なインターネット利用環境整備に関するタスクフォース」における検討状況について
第16回	2019年 9月25日	○ IoTサービスの進展と消費者保護について ○ 中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について
第17回	2019年 10月15日	○ 中間報告書に盛り込まれた事項の進捗把握について ○ 報告書の取りまとめの方向性について
第18回	2019年 11月11日	○ 報告書案について
第19回	2019年 11月11日	○ 改正電気通信事業法の施行前後の取組状況 ○ モバイル市場に関する最近の動向等
第20回	2019年 12月24日	○ 報告書案に対する意見募集の結果
第21回 (検討会に改称)	2020年 6月18日	○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会」の今後の進め方 ○ 報告書のフォローアップ ○ 新たな検討テーマ
第22回 (競争検証WGとの合同会合)	2020年 6月25日	○ ヒアリング
第23回 (競争検証WGとの合同会合)	2020年 6月30日	○ ヒアリング ○ その他
第24回	2020年 10月27日	○ 電話勧誘における課題（事務局説明、消費者団体等ヒアリング、事業者団体ヒアリング） ○ その他のテーマ（事務局説明）
第25回	2020年 12月11日	○ 電話勧誘における課題（事業者団体ヒアリング） ○ 消費者トラブルの解決に関する更なる手法（事業者団体ヒアリング） ○ 5Gエリアの利用者への訴求（事業者ヒアリング）
第26回	2021年 1月19日	○ 電話勧誘における課題（事業者団体等ヒアリング） ○ 消費者トラブルの解決に関する更なる手法（事業者団体等ヒアリング）
第27回	2021年 3月2日	○ 電話勧誘における課題（事務局説明、有識者ヒアリング） ○ 消費者トラブルの解決に関する更なる手法（有識者ヒアリング、事業者団体等ヒアリング） ○ ウィズコロナの時代における利用者対応の在り方（事務局

		説明) ○ 販売代理店の在り方（事業者団体ヒアリング）
第 28 回	2021 年 3 月 22 日	○ 消費者トラブルの解決に関する更なる手法（有識者、事業者団体その他関係者ヒアリング） ○ 販売代理店の在り方（事務局説明）
第 29 回 (競争検証WGと の合同会合)	2021 年 4 月 26 日	○ スイッチングコスト、改正電気通信事業法（事業者等ヒアリング） ○ 電気通信事業法第 27 条の 3 の規律に係る覆面調査の結果（事務局説明） ○ モバイル市場における販売代理店に関する調査結果等（事務局説明） ○ 代理店の在り方（事業者ヒアリング）
第 30 回	2021 年 5 月 28 日	○ 携帯電話ショップでの受付時間等の長さへの対応（事業者ヒアリング） ○ 5G エリアの利用者への訴求（事業者ヒアリング） ○ IoT サービスの進展と消費者保護（事務局説明） ○ 論点整理
第 31 回	2021 年 6 月 14 日	○ 広告表示の適正化に向けた対応（事業者団体ヒアリング） ○ 論点整理に対する事業者ヒアリング① ○ 携帯電話市場における競争政策上の課題（令和 3 年度調査）（公正取引委員会説明）
第 32 回	2021 年 6 月 22 日	○ 他国における契約に関する法制例（構成員等説明） ○ 論点整理に関する事業者等ヒアリング②
第 33 回	2021 年 7 月 12 日	○ 携帯市場総点検の取組（消費者庁説明） ○ 報告書案の検討
第 34 回	2021 年 9 月 8 日	○ 報告書案に対する意見募集の結果 ○ 報告書の取りまとめ
第 35 回	2021 年 9 月 15 日	○ 携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口の設置 ○ 制度見直し案について（事務局説明）
第 36 回	2021 年 10 月 4 日	○ 制度見直し案の修正 ○ 制度見直し案への意見聴取（事業者等ヒアリング） ○ 苦情相談処理体制の在り方に関するタスクフォースの設置
第 37 回	2021 年 10 月 27 日	○ 制度見直し案の修正
第 38 回	2022 年 3 月 9 日	○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」を踏まえた制度改正等について（事務局説明） ○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2021」を踏まえた事業者等の取組について（事業者団体説明）

第 39 回 (競争検証WGと の合同会合)	2022 年 4 月 25 日	○ 覆面調査・販売代理店調査結果等の報告 ○ 販売代理店の状況に関する事業者等ヒアリング
第 40 回	2022 年 6 月 1 日	○ 携帯電話販売代理店に関する調査結果及び事業者等ヒアリングを踏まえた検討の方向性について（事務局説明） ○ 消費者保護関連ページの見直し
第 41 回	2022 年 7 月 12 日	○ 苦情相談処理体制の在り方に関するタスクフォース報告書について（構成員説明） ○ 「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について（事務局説明）
第 42 回	2022 年 10 月 18 日	○ 令和元年改正電気通信事業法の検証（消費者保護ルール関係） ○ 「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」の改正案に対する意見募集の結果（事務局説明） ○ 「販売代理店の業務の一層の適正化確保に向けた指導等の措置に係る要請」に関する対応状況の報告（事業者等説明）
第 43 回	2022 年 12 月 16 日	○ 令和元年改正電気通信事業法の検証（①勧誘行為規制関係、②販売代理店の届出制度導入関係） ○ 販売代理店の営業に係る今後の実態把握の方針について（事務局説明）
第 44 回 (競争検証WGと の合同会合)	2023 年 2 月 28 日	○ 関係者ヒアリング（事業者団体説明） ○ 「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」等に寄せられた情報及び短期解約に関する役務提供義務の考え方について（事務局説明） ○ 携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査について（公正取引委員会説明）
第 45 回 (競争検証WGと の合同会合)	2023 年 3 月 17 日	○ 代理店ヒアリング
第 46 回 (競争検証WGと の合同会合)	2023 年 3 月 28 日	○ 代理店ヒアリング ○ 電子交付の推進に向けた取組について（事業者説明）

第 47 回	2023 年 4 月 21 日	○ 令和元年改正電気通信事業法の論点整理 ○ 新たな苦情相談処理体制について（事務局説明、事業者団体説明） ○ 販売代理店の適正な運営確保に向けた今後の検討について（事務局説明）
第 48 回 （競争検証WGと の合同会合）	2023 年 5 月 17 日	○ 販売代理店の状況に関する事業者等ヒアリング
第 49 回	2023 年 6 月 23 日	○ 携帯電話販売代理店に関する調査結果・代理店ヒアリング及び事業者等ヒアリングを踏まえた検討の方向性について（事務局説明） ○ 新たな苦情相談処理体制に係る事業者団体説明を踏まえた検討の方向性について（事務局説明） ○ 報告書の取りまとめ
第 50 回	2023 年 10 月 10 日	○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2023」の公表について ○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2023」に基づく制度改正について ○ 「消費者保護ルールの実施状況モニタリング 2023 年度調査計画」について
第 51 回	2023 年 11 月 17 日	○ 「日々の生活をより豊かにするためのモバイル市場競争促進プラン」について ○ 消費者保護ルールの現状と課題について ○ 令和 4 年改正電気通信事業法施行規則への対応状況について
第 52 回	2023 年 12 月 21 日	○ 令和 4 年改正電気通信事業法施行規則への対応状況に関する論点整理（案） ○ 電子交付の推進に向けた取組について
第 53 回	2024 年 2 月 9 日	○ オンライン契約について
第 54 回 （消費者保護ルールの実施状況に関するモニタリング 定期会合との合同 会合）	2024 年 2 月 22 日	○ これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等 ○ オンライン契約実態調査の結果 ○ 利用者へのアンケートの結果 ○ 苦情相談処理体制の強化
第 55 回	2024 年 3 月 25 日	○ オンライン契約に関する論点整理（案） ○ 電気通信事業者による販売代理店への指導等措置義務の適切な履行について
第 56 回	2024 年 4 月 30 日	○ 電気通信事業者による販売代理店への指導等措置義務の適切な履行について

第 57 回	2024 年 5 月 24 日	○ 電気通信事業者による販売代理店への指導等措置義務の適切な履行に関する論点整理（案）
第 58 回	2024 年 6 月 27 日	○ 報告書（案）の取りまとめ
第 59 回 （消費者保護ルールの実施状況に関するモニタリング定期会合との合同会合）	2024 年 7 月 5 日	○ 苦情相談の傾向分析の結果、随時調査の結果、消費者支援連絡会における意見交換の結果 ○ これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ）等 ○ 実地調査の主な結果（MNO・MVNO・FTTH サービス） ○ 2023 年度の評価・総括（案）
第 60 回	2024 年 9 月 4 日	○ 「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」改正案について
第 61 回	2024 年 12 月 4 日	○ 苦情相談の傾向について ○ 今後の検討事項について
第 62 回	2025 年 2 月 5 日	○ 提供条件説明に関する利用者理解の向上に向けた検討状況 ○ 頭金/据置型 Wi-Fi サービスの現状
第 63 回 （消費者保護ルールの実施状況に関するモニタリング定期会合との合同会合）	2025 年 3 月 4 日	○ FTTH に関する苦情の動向（報告書 2024 フォローアップ） ○ これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ） ○ 利用者アンケートの主な結果
第 64 回	2025 年 3 月 27 日	○ 提供条件説明に関する利用者理解の向上に向けた検討状況 ○ 報告書 2024 フォローアップ
第 65 回	2025 年 4 月 23 日	○ 提供条件説明に関する利用者理解の向上に向けた検討状況 ○ 論点整理（案）
第 66 回	2025 年 5 月 28 日	○ 論点整理案（提供条件説明・頭金） ○ 報告書 2025 骨子案
第 67 回	2025 年 6 月 23 日	○ 報告書（案）の取りまとめ
第 68 回 （消費者保護ルールの実施状況に関するモニタリング定期会合との合同会合）	2025 年 7 月 2 日	○ 苦情相談の傾向分析の結果、随時調査の結果、消費者支援連絡会における意見交換の結果 ○ これまでの指摘事項に係る対応状況（フォローアップ） ○ 実地調査の主な結果（MNO・MVNO・FTTH サービス） ○ 2024 年度の評価・総括（案）
第 69 回	2025 年 8 月 26 日	○ 「消費者保護ルールの在り方に関する検討会報告書 2025」について ○ 「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」改正案について