

「消費者保護ルール実施状況のモニタリング 2025 年度調査計画」 （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 8 月 27 日（水）から令和 7 年 9 月 25 日（木）まで

■ 意見提出件数 : 6 件 （法人・団体 : 4 件、個人 : 2 件）

■ 意見提出者 :

（意見受付順・敬称略）

	意見提出者
1	一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会
2	一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会
3	楽天モバイル株式会社
4	ソフトバンク株式会社
ー	個人（2 件）

項目	意見	考え方	提出意見を踏まえた案の修正の有無
全般			
全般について	「電気通信事業の利用者保護規律に関する監督の基本方針」に基づく本件調査計画の趣旨に賛同いたします。電気通信事業の消費者保護においてキャリアショップの担う役割は大変重要なものと考えております。当協会は各キャリアと連携し、モニタリング定期会合の指摘内容も含め、より適切でわかりやすい説明を行っていけるよう今後も更なる努力を続けて参ります。 【一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会】	賛同のご意見として承ります。	無
調査手法・時期			
2025年度調査計画① 対象サービス④分離型 ISP サービス	NTT 東西殿のフレッツサービスを積極的に勧誘している傾向は当協会の会員事業者には見られません。アクセスサービス提供事業者が分離型 ISP サービスを提供する事業者を特定していないケースで、分離型 ISP サービスの解約忘れが発生すると考えられます。分離型 ISP サービスの解約忘れの苦情は分離型 ISP サービス提供事業者に対し発生するものの、その要因は契約者が現契約の形態を理解しきれていない事とその契約者の現契約に対して配慮の無いサービスの勧誘を行う事業者にあります。当協会の会員事業者は利用料請求のお知らせの様な利用者に向けた定期的な通知により契約が継続している事を知らせると共に一体型サービスの勧誘時における現契約の確認・解約手続き案内等の配慮をする様努めております。 そのため配慮ない勧誘によって起きる事もある分離型 ISP の解約忘れについて調査される際には、その対象を当協会に限らずご考慮頂けるようお願いいたします。	調査の手法に関するご要望として承ります。 調査の実施にあたっては、調査の対象事業者の選定を含め、実態に即した精度の高い調査結果を得ることができるよう適切な手法を検討いたします。	無

	【一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会】		
①調査の対象となる電気通信サービス・電気通信事業者等の範囲（調査の実施手法を含む） 「調査手法」 ③調査のスケジュール等	これまで実施された実地調査においては、その対応のためご案内に滞りが生じるなど、対象の店舗に来訪されたお客様に結果として不利益やご不便をおかけするケースもありました。つきましては、今年度の調査の実施にあたり、こうした事態の発生を避けるべく、次の措置を講じて頂きますようお願い致します。 ✓ 第一に、対象となる販売現場について、そのキャパシティに鑑み、同時に契約申込みを受け付けることのできる端末が3台以上配備されている店舗とすること。 ✓ 第二に、実地調査の実施時期について、月末や月初、年末年始といった繁忙期を避けること。 【楽天モバイル株式会社】	実地調査の手法に関するご要望として承ります。 実地調査の実施にあたっては、対象店舗の選定及びスケジュールの設定を含め、調査の対象事業者・店舗の過度な負担とならないよう適切に配慮した手法を検討いたします。	無
①調査の対象となる電気通信サービス・電気通信事業者等の範囲（調査の実施手法を含む） 「調査手法」	例えば量販店内に設えた店舗の場合、当該店舗の周囲では委託先の販売代理店のスタッフ以外に当該量販店の従業員も往來します。こうした状況に鑑み、実地調査の実施に際しては、委託先の販売代理店のスタッフであることを事前又は事後に確認した上で、当該スタッフによる接客の状況をもって「事業者・販売代理店における消費者保護ルールの遵守状況」を評価頂きますようお願い致します。 【楽天モバイル株式会社】	実地調査の手法に関するご要望として承ります。 実地調査の実施にあたっては、調査の対象店舗の特性も踏まえ、実態に即した精度の高い調査結果を得ることができるよう適切な手法を検討いたします。	無
P2 調査の観点	MNO サービスの店舗販売・出張販売における実地調査（覆面調査）結果の公表に際しては、キャリアショップと量販店等とを分けて公表いただくよう、ご検討をお願いします。 例えば 2025 年 7 月 2 日公表の「実地調査の主な結果」では、MNO サービスを使用する者が青少年であった場合のフィルタリングの必要性・内容の説明がなかった例が 15%（前回 6%）という調査結果でしたが、4MNO の 2024 年 3 月のフィルタリング加入率は 76%、2024 年 9 月は 74%と、2022 年から 75%程度の加入率を維持しています。今後の取組改善に向けて、販路別の調査結果をお示しいただくべきと考えます。 （参考）ICT 活用のためのリテラシー向上に関する検討会（第 10 回）・青少年 WG（第 6 回）合同	実地調査の結果の分析・公表の手法に関するご要望として承ります。 調査結果の分析・公表にあたっては、当該調査結果を有効に活用することができるよう適切な手法を検討いたします。	無

	・ 参考資料 1 フィルタリング加入率・事業者設定率（電気通信事業者協会資料） https://www.soumu.go.jp/main_content/000978693.pdf 【一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会】		
②調査の観点及び調査事項 （基本的調査事項及び重点調査事項） 「調査の観点」	調査の観点に「消費者保護ルールに抵触する疑いのある事案を把握し、事業者・販売代理店における改善の取組を促す」旨記載のあるところ、実地調査においてこれに該当すると判断される事案が発生した場合には、当該事業者・販売代理店が速やかに事実確認及び改善に取り組むことができるよう、詳細な情報（事案の内容、発生日時、店舗名、スタッフの氏名等）を可及的速やかにご提供下さいますようお願い致します。 【楽天モバイル株式会社】	実地調査の結果の詳細開示に関するご要望として承ります。 調査結果の詳細については、可能な限り早期に調査の対象事業者への情報提供を実施できるよう検討いたします。	無
P2 調査事項	覆面調査やヒアリングは、iPhone 新機種発売後や、商戦期の 3 月、土日祝日、夕方は店頭が混み合うため、なるべくそれ以外の時期・時間帯に行っていただけるようご配慮をお願いします。また調査目的で実際に契約まで行う場合は、後日キャンセルされる際に販売代理店側に端末の返品等の損害が発生しない方法のご検討をお願いいたします。 【一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会】	実地調査の手法に関するご要望として承ります。 実地調査の実施にあたっては、スケジュールの設定を含め、調査の対象事業者・店舗の過度な負担とならないよう適切に配慮した手法を検討いたします。 また、実地調査において実際に契約を締結する場合には、調査の対象事業者・店舗に損害が発生することがないように留意いたします。	無
P2 調査事項	全国キャリアショップでは、待ち時間の短縮に向けて来店予約制度を導入しています。覆面調査員におかれましても、来店される際は事前に来店予約を行っていただきますようご配慮をよろしくお願いいたします。（予約のないご来店の場合、待ち時間が長時間となる場合がございます。） 【一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会】	実地調査の手法に関するご要望として承ります。 実地調査の実施にあたっては、可能な限り来店予約を行うよう手法を検討いたします。	無
P2 2025 年度調査計画② ②調査の観点及び調査事項 （基本的調査事項及び重点調査事項）	弊社では携帯電話サービスおよび光ファイバインターネットサービスに関する重要説明事項について、来店予約時及び来店時にお客様に対して動画で説明を行っており、当該説明動画においては法令で定められた重要説明事項を盛り込んでおります。また、説明動画の視聴後には、内容を十分ご理解いただけたか否か・不	実地調査の結果の詳細開示に関するご要望として承ります。 調査結果の詳細については、可能な限り早期に調査の対象事業者への情報提供を実施できるよう検討いたします。	無

	明点の有無・追加の説明の希望有無についてお客さまご自身にチェックいただくことでお客さまのご理解についての確認も行っております。 弊社では以上のような取り組みを引き続き行っているところ、2024年度の調査結果においても、依然としてお客様ご自身による動画を視聴し内容も理解したとのチェックがあるにもかかわらず、説明が不十分とされている調査結果が複数見受けられました。 従前よりお願いしておりますが、今後の取り組みのためにも、どのような理由から説明が不十分との調査結果とされたのか、詳細理由の開示を要望します。 【ソフトバンク株式会社】	なお、実地調査の実施にあたっては、実態に即した精度の高い調査結果を得ることができるよう適切な手法を検討いたします。	
P2 2025年度調査計画② ②調査の観点及び調査事項（基本的調査事項及び重点調査事項）	2024年度の調査においても土日や夕方といった繁忙時に調査が実施されている事例が依然として多く見受けられますが、繁忙時の調査実施はスタッフの負荷を増やすだけでなく、契約獲得のビジネスチャンスを失うことにもなりかねません。 従前よりお願いしていますが、店舗調査実施に際しては来店予約を実施していただくとともに、年末年始、2月～4月の繁忙時期や土日/夕方といった繁忙時間帯を避けていただくことを改めて要望します。 【ソフトバンク株式会社】	実地調査の手法に関するご要望として承ります。 実地調査の実施にあたっては、対象店舗の選定及びスケジュールの設定を含め、調査の対象事業者・店舗の過度な負担とならないよう適切に配慮した手法を検討いたします。	無
その他			
賛成。 さらなるブラッシュアップに期待。 個人情報の取り扱いには要注意。 【個人1】		賛同のご意見として承ります。 ご指摘も踏まえ、適切に調査を実施してまいります。	無
私は、携帯料金に苦しむ一般市民です。物価高（2025年3.2%）、手取り停滞で、携帯料金は月収3.5%、OECD平均2倍の異常な負担。通信は生活必需品（普及率120%）、複数回線契約（スマホ、ルーター、タブレット）が当たり前なのに、大手3社（シェア9割）が値上げ合戦。高齢者（35.8%、ウェブ不慣れ70%）はMVNO店舗不足で大手依存、デジタルデバйд悪化。 モニタリング調査計画案の苦情分析（契約不満7割）や代理店調査は良いが、不透明な審査基準の検証が不足。		いただいたご意見については、今後の参考として承ります。	無

以下、調査対象を提案します。

1. 不透明な審査基準（利用者の自由制限と代理店ペナルティ）

問題：短期解約歴や複数回線契約者を「総合的判断」で不当排除、キャンペーンや量販店還元（1人1回線制限など）から除外。

ソフトバンク・ワイモバイルでは、スタッフが来店者の見た目・会話から「乗り換え繰り返し怪しい人」をチェックボタンで強制審査落ちさせる（業界情報）。

代理店へのインセンティブ返還ペナルティ（短期解約・利用状況で減額など）が原因で、多様なデバイス利用の自由（複数回線、乗り換え）を縛る。

シェア9割、普及率120%の今、短期解約で困るキャンペーンは事業者が自粛すれば解決、競争段階は終了。

不透明な基準は違法性（消費者契約法）恐れ。割賦払い審査は良いが、恣意的な排除は不当。

提案：調査でチェックボタン運用の有無・件数、インセンティブ返還の実態、短期解約者排除の基準・件数、キャンペーン制限の不公平を検証。

ガイドラインに「審査基準公開義務」「短期解約者平等扱い」「ペナルティ禁止」を。消費者庁と連携し違法性を調査。

2. 料金値上げ、セット割複雑さ、MVNO弱さ、端末高騰と返却プログラム

問題：値上げは物価高（3.2%）超。低容量プラン（1GB）消滅、セット割は高齢者や低所得者に不利（誤認契約増）。

MVNO（mineoなど）は店舗少なく、苦情30%が店舗不足。

端末（iPhoneなど）高騰、実質レンタルの返却プログラムは割賦払いと混同、破損・紛失で高額負担、所有感ゼロで詐欺に近い。パソコンは量販店で分割購入＝所有なのに、携帯は不透明で混乱（端末苦情15%）。中古市場供給減。

量販店値引き制限（2019年規制）が原因。

提案：調査で値上げ・低容量プラン消滅、セット割トラブル（高齢者誤認）、MVNO店舗・接続料、端末販売と返却プログラム（説明不足、残債トラブル、中古市場影響）を検証。

大手にシンプルプラン（1GB、5GB、10GB、無制限）のみ許可、固定電話並みにプライスキップ・認可制で値上げ制限。

端末は量販店で自由値引き（PCや固定電話の例）。

返却プログラム禁止、または「中古市場供給義務」。 EU の MVNO 店舗補助（高齢者対応 30%増）を参考に。 3. 事務手数料と違約金の運用 問題：事務手数料（4,950 円、オンライン 3,850 円）は高額すぎ、特にオンラインは不当。 短期解約違約金が復活してきており、障壁に。 提案：調査で手数料・違約金の運用（オンライン妥当性、違約金件数）を検証。 全チャネル無料化（特にオンライン）をガイドラインに。 調査で審査不透明、値上げ、MVNO 弱さ、端末・返却プログラムを徹底検証。2026 年で基準公開、ペナルティ禁止、シンプルプラン、端末自由化を。通信インフラは必需品、国民の自由を守ってください。 【個人 2】		
---	--	--