

「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30日(土)から令和7年9月30日(火)まで

■ 意見提出件数：8件（法人・団体:2件、個人:6件）

■ 意見提出者：

(意見受付順・敬称略)

受付順	意見提出者
1	日本司法書士会連合会
2	公益社団法人全国消費生活相談員協会
—	個人(6件)

「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
第2章 契約前の説明義務(法第26条(法第73条の3において準用する場合を含む。))関係 第2節 基本説明事項(施行規則第22条の2の3第1項(施行規則第40条第1項において準用する場合を含む。))		
意見1-1 改正案に賛同する。		
(13)通信契約の解約後の負担についての説明(第6号及び第8号関連)関係 【意見の趣旨】 追加部分の記述は、契約締結時における消費者の合理的な選択の機会の確保に資するものであるから、賛成する。 【日本司法書士会連合会】 これらの観点から賛成します 事業者や代理店に対し、契約前に料金、サービス内容、通信速度の制限、解約条件、違約金などを説明する義務を課しています。これにより利用者は知らないうちに不利な契約を結んでいたという事態を避け、内容を理解した上で契約を判断できます。 【個人4】 分かりやすく説明することと明記されたことは、評価します。特に、据置型 Wi-Fi ルーターは、「実質0円」という説明を「0円」と誤認したという相談が多いことから、十分な説明を行っていただきたい。 また、消費者のニーズに合わない勧誘が行われている場合があるので、最終時にサマリーペーパー等で契約内容の説明をする際にはニーズに合致した契約であることも説明していただきたい。 加えて、据置型 Wi-Fi ルーターについては、解約時にルーター残債の清算が必要なことを説明いただくことはもちろんですが、ルーターが買い取りの場合、支払総額がいくらになるのか、転居先でも利用できるか、他社でも利用できるか、誤認のないようにしっかりと説明していただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	賛同の御意見として承ります。 消費者が誤認することがないよう、分かりやすい説明が行われることが必要と考えます。	無
意見1-2 説明を細かくするより、電気通信事業者側で契約解除を認める特別制度を構築してほしい。		
29ページ(13) 据置型WiFiルーターによる、毎月の通信料金から端末の割賦払いを差し引くというプランは、以前携帯電	消費者が誤認することがないよう、分かりやすい説明が行われることが必要と考えま	無

話サービスでトラブルが発生しました。 スマホの場合、残債免除プログラムを利用し、最初の2年間は分割払い1円(24か月以降は分割料金が 高くなる)を利用する消費者が多くいます。 いずれも店舗では説明がされていると思われますが、プランが複雑なことから、適合性の問題から、期間内 に解約した場合、高額な残債が生じることがわからなかった、というトラブルがなくなります。そろそろ、説 明を細かくすることではなく、電気通信事業者側で契約解除を認める特別制度を構築していただきたいと 考えます。 【個人2】	す。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。	
第3節 説明方法		
意見2-1 改正案に賛同する。		
改めて、契約締結前に説明書面を交付する必要があると交付時期を明記したことは、評価します。 追加となりますが、現在問題となっているのは、電話勧誘における説明書面が適切に交付されておらず、 契約内容について齟齬が生じていることです。法律に則った説明書面の交付が行われていない事業者に ついては、行政指導をお願いしたい。 また、貴省の電気通信消費者情報コーナー＞消費者保護ルール に掲載されている＜電話勧誘における 契約までの流れ(典型例として想定されるもの)＞がわかりやすいので、ガイドラインに追記いただきたい。 【公益社団法人全国消費生活相談員協会】	賛同の御意見として承ります。 事業者による法令の遵守を確保するた め、行政指導を含め、適切な対応を検討して 参ります。	無
意見2-2 契約前の説明義務等を遵守してほしい。		
34ページ 消費生活相談の現場では、「勧誘電話に応諾後、また電話がかかってきて同じことを説明され、同意したと ころ、後日(契約内容確認書面の交付はなく)電気通信事業者から契約書面が届いた」、というケースが見 受けられます。代理店名も不明ですが、契約書をもとに、電気通信事業者へ初期契約解除通知を出し、解 除はできます。しかし、ショートメッセージ等で契約内容確認書面が電子交付されたかも不明なままです。 消費生活相談現場では、初期契約解除の場合でも、経緯を書き添えてもらうことがあります。その場合、単 なる初期契約解除通知ではないことを、電気通信事業者側も認識していただきたいです。 【個人2】	事業者において、法令に遵守した適切な 対応を行うべきものと考えます。	無
改正部分以外に対する意見		
意見3-1 権利能力なき社团は、法人契約とならないとすべき。		
第2章 第1節(4)説明義務が適用されない契約(施行規則第 22 条の2の3第6項(施行規則第 40 条第2 項において準用する場合を含む。))① 法人契約(第1号)関係	今回の改正部分以外に対する御意見であ りますが、今後の検討における参考として承	無

【意見の趣旨】 「他方、法人等の名義の契約であっても…(中略)…法人契約とはならない。」の段落の次に、「また、交渉力及び情報量において基本的には一般の消費者と変わらないと考えられる社団等(例えば大学の部活やサークル)については、事業目的で契約をする場合であっても、法人契約とはならない。」との一文を追加すべきである。 【理由】 消費者契約法の「消費者」該当性につき、「一定の構成員により構成される組織であっても、消費者との関係で情報の質及び量並びに交渉力において優位に立っていると評価できないものについては、「消費者」に該当するものと解するのが相当である。」として、権利能力なき社団(大学のラグビークラブチーム)につき、同法の「消費者」に該当するとした裁判例が存在する(東京地判平成 23 年 11 月 17 日判時 2150 号 49 頁)。 本ガイドライン改正案(以下「改正案」という)が「一般消費者に代表される利用者の利益の保護の観点から」策定されたものであることからすれば(序章-第1節 本ガイドラインの目的)、上記裁判例で示された解釈は、改正案においても適合する。 【日本司法書士会連合会】	ります。	
意見3-2 いわゆるオプションについても説明が必要である旨を記載すべき。		
第2章 第1節(5)いわゆるオプション(※)について②加入意思の確認について関係 【意見の趣旨】 「しかしながら」から始まる段落の末尾の「…当然に求められる。」を、「…当然に求められるし、本ガイドラインの目的からすれば、その内容について説明を行うことが適切である。」に置き換えるべきである。 【理由】 付加的機能を含むオプションについては、契約書面の記載事項とされているものもある(施行規則第 22 条の2の4第1項第5号)が、第2章第1節(5)④【不適切な例】で列举されている取扱いが今なお存在することからすれば、当該記載事項については、本来的には施行規則(同第 22 条の2の3第1項柱書)を改正し、契約締結前の説明義務の対象とすることで対処すべきである。もっとも、改正案は、現行法令を前提とするものであるため、当面の措置として【意見の趣旨】どおりの対応を行い、通信契約における不適切な取扱いを、できる限り排除すべきである。 【日本司法書士会連合会】	今回の改正部分以外に対する御意見がありますが、今後の検討における参考として承ります。	無

意見3-3 望ましい例に「(月々のお支払い金額(税込))」の表示を追加すべき。		
第2章 第4節(1)利用者の利用実態等に応じた適切な対応関係 【意見の趣旨】 店舗における【望ましい例】(42 頁下段)についても、ウェブサイトにおける【望ましい例】(同頁上段)と同様に、「(月々のお支払い金額(税込))」の表示を追加すべきである。 【理由】 「適合性の原則の観点から、料金プランの提案段階においても…(中略)…拘束期間全体にわたる総支払額の目安の表示を行うことが望ましい。」(41 頁下段【携帯電話サービスにおける料金プランの選択に当たっての説明】5行目以下)ことは、ウェブサイト上の表示と店舗におけるそれとで、異なるところはない。しかし、改正案においては、「(月々のお支払い金額(税込))」の表示については、ウェブサイト上の【望ましい例】としてのみ例示されるにとどまっている。そのため、41 頁の記載は、通信事業者に対して、店舗においてはウェブサイト上よりも利用者に与える重要事項の情報量が少なく構わないかのような誤解を与える例示となっており、消費者保護の観点に照らして不適切である。 【日本司法書士会連合会】	今回の改正部分以外に対する御意見であります。今後の検討における参考として承ります。	
意見3-4 「なお、利用者が能動的に…(中略)…講ずる必要はない。」とする段落は削除するか、または、「特段の事情」の具体例を改正案中に示すべき		
第2章 第4節(2)利用者の属性等の的確な把握関係 【意見の趣旨】 「なお、利用者が能動的に…(中略)…講ずる必要はない。」とする段落は削除するか、または、「特段の事情」の具体例を改正案中に示すべきである。 【理由】 「能動的に申し込む通信販売」につき、「利用者の属性の把握・判断について特段の措置を講ずる必要はない。」とする理由は、改正案中必ずしも明確ではない。もっとも、当該理由が、基本的には利用者が電気通信事業者等から圧力を受けずに契約を締結する意思の形成を行うものであることを踏まえ、利用者は自らの意思の形成について全面的な責任を有するとする考え方(消費者庁取引対策課、経済産業省商務・サービスグループ消費経済企画室編「特定商取引に関する法律の解説 令和3年版」122 頁参照)に基づくものであるとすれば、次の3点において当該理由は成り立たなくなるので、消費者保護の観点から、「なお、利用者が能動的に…(中略)…講ずる必要はない。」とする段落は削除するか、または、「特段の事情」の具体例を改正案中に示すべきである。	今回の改正部分以外に対する御意見であります。今後の検討における参考として承ります。	無

① ターゲティング広告等、事業者側による広告手法が極度に発達している現在の消費者取引においては、外形的には消費者である利用者が能動的に契約の申込みを行っているように見えても、現実にはプロファイリング等、事業者側の行為によって利用者が当該申込みに誘導されていることが少なくない。 ② 現在の消費者取引においては、多くの局面で、パソコン、スマートフォン等を利用者自ら操作することが求められる。そして、IT技術を駆使すれば、事業者側の一方的な行為によって、およそ利用者が全く意図しない局面又は内容で契約に係る代金決済や目的財授受に至らしめることも、技術的には不可能でない。 ③ 未成年者に関する諸制度や成年後見制度等、取引における相対的弱者を保護するための各制度の実効性は、契約当事者が相手方の属性等を適切に把握することによって担保されている。他方、通信販売等における現在のIT技術は、ごく少数回の操作で手続完了を謳うインターネット広告等、取引の省力化・円滑化の部分に係る発展が著しい一方で、当該属性等の把握に関する部分の対応は未だ十分ではなく、②とあいまって、消費者被害の拡大が強く懸念される。 【日本司法書士会連合会】		
意見3-5 電子交付書面が重要なものであることを説明すべき。承諾の取得に当たっての適合性等の確認をすべき。		
第3章 第5節(1)利用者の明示的な承諾の取得(法第26条の2第2項、施行令第2条第1項、施行規則第22条の2の5第2項及び第22条の2の5の2)関係 【意見の趣旨】 (1)の末尾に、以下の一文を追加すべきである。 「なお、電磁的方法で契約書面を交付する場合は、利用者の利益の保護の観点から、その電子交付が契約書面の交付に代えて行われる重要なものであること等を説明するとともに、例えば電子メールの送信によるのであれば、利用者が閲覧のために必要な電子計算機及び電子メールアドレスを日常的に使用していることの確認等、承諾の取得に当たっての適合性等の確認をすることが適切である。」 【理由】 電気通信役務の複雑性からすれば、利用者保護の観点から、電子交付の場合であっても、利用者側において物理的な契約書面と同様にその内容が閲覧可能である状況を担保する必要がある。そこで、利用者の保護の観点から、特定商取引に関する法律における電磁的方法による契約書面の記載に関する規定に準じ、【意見の趣旨】のとおりを導入することが望ましい。	今回の改正部分以外に対する御意見であります。今後の検討における参考として承ります。	無

【日本司法書士会連合会】		
意見3-6 解除の申出の内容及び方法につき一覧性・一体性をもった情報提供を行うべき。		
第4章 第8節(1)基本的な考え方関係 【意見の趣旨】 「そのため、事業者としては…(中略)…あらかじめ準備しておくことが必要な場合も多いと考えられる。」の後に、「この場合、事業者はセット販売された契約の解除の可否や方法等につき契約書面に一覧性・一体性の確保された記載をする等、利用者が適切に解除権を行使する機会を確保することが適切である。」との一文を追加すべきである。 【理由】 例えば、確認措置の対象となる携帯電話サービスと初期契約解除の対象となるFTTPインターネットサービスとの同時契約等、利用者は、事業者側の販売員に勧誘されるがまま、セット販売の契約を一体的に締結することがよくある。 ところが、セット販売の場合、利用者が、セット販売に係る多量の契約書面等から各契約の解除に関する条項をそれぞれ探し出し、能動的に対処することは必ずしも容易ではない。 そのため、事業者は単に、セット販売された各契約の解除の内容及び方法をあらかじめ準備するだけでなく、例えば、利用者がセット販売に係る複数の解除の申出をわかりやすく一括で行えるような制度を自ら整える等、【意見の趣旨】のとおり、解除の申出の内容及び方法につき一覧性・一体性をもった情報提供を行い、解除の申出があった場合の処理を円滑なものとするのが、消費者保護の観点に照らして妥当である。 【日本司法書士会連合会】	今回の改正部分以外に対する御意見ではありますが、今後の検討における参考として承ります。	無
意見3-7 音声記録を保存、開示する体制を整備すべき。		
第5章 第2節関係 【意見の趣旨】 【望ましい例】として、以下の例を追加すべきである。 「・ 電話窓口での対応について、利用者の承諾を得た上で、当該対応に係る電話での音声記録を保存するとともに、当該利用者からの求めに応じて、当該音声記録又は当該記録を文字起こしたものを利用者に開示する体制を整備すること。」	今回の改正部分以外に対する御意見ではありますが、今後の検討における参考として承ります。	無

【理由】 電気通信事業者の電話窓口での対応は、現状、もっぱら口頭でのやり取りが主流である。そのため、当該電話窓口で苦情等を申し入れた利用者は、苦情等の内容につき客観的な把握が困難となり、それによって利用者と電気通信事業者との間におけるトラブルが深刻化することも少なくない。 そこで、【意見の趣旨】記載のとおり、契約当事者双方において電話窓口における音声記録を事後的に確認できる仕組みが整備されれば、当該トラブルの原因や対処方法の把握が容易となり、当該トラブルの早期かつ円満な解決に資する。 【日本司法書士会連合会】		
意見3-8 ガイドラインに賛同する。		
書面による契約内容の確認 契約成立後、遅滞なく契約書面を交付することが義務付けられています。口頭での説明だけでなく、書面で契約内容を再確認できるため、後のトラブルを防ぐ上で重要です。特に複雑な割引の仕組みを図で示すことや、毎月の総支払額の目安を明示することなど、分かりやすさを重視した規定は利用者の理解を助けます。 【個人4】	今回の改正部分以外に対する御意見であります。賛同の御意見として承ります。	無
その他		
意見4-1 通信市場の問題と提案について		
私は、携帯料金の値上げに苦しむ一般市民です。 物価高、手取り停滞、最低賃金などで家計が厳しい中、携帯料金は月収 3.5%を占め、OECD 平均 2 倍という他国と比較しても異常な負担です。 デジタル化社会で通信は生活必需品であり、デバイスも多様化し 1 人複数回線契約が当たり前の時代になりつつあります。それなのに、大手 3 社(シェア 9 割)の値上げ合戦が庶民を圧迫。 高齢者はウェブ不慣れで MVNO 店舗不足により大手依存、デジタルデバイド悪化。 改正案(126 ページ)の初期契約解除(8 日間)や説明義務強化は一歩ですが、複雑さや独占は未解決。 以下、問題と提案を述べます。通信を庶民の手元に！ 1. 料金値上げとプラン縮小、複雑な割引の問題 問題: 大手 3 社のプラン値上げは物価高(3.2%)を超える異常な上昇。低容量プランが消滅し、既存契約者もギガ数変更不可、強制値上げなど。割引に光回線、電気、提携カードなど条件が複雑で、大手に頼らざるを得ない高齢者や低所得者に不利。今回のガイドラインは 126 ページと長く、スタッフが把握することは	いただいた御意見については、本意見募集の対象外であるため、今後の参考として承ります。	無

困難でトラブル増(誤認契約 20%増)。光回線も自由値上げリスク。地方 5G 普及率 50%でデジタルデバイドが悪化。

原因: 料金値上げの自由度が高すぎ、大手寡占が値上げとプラン縮小。2019 年規制の副作用だと言えます。ガイドラインの複雑さがスタッフ負担を生み、代理店をルール違反チェックするのも容易でない。

提案: 携帯と光回線にプライスカップ制もしくは認可制を導入。固定電話を参考に、1GB・5GB・10GB・無制限などの料金に上限を設定。勝手な値上げ禁止、ギガ変更自由、セット割(光・電気・カード)禁止などをガイドラインに。シンプルプラン(1GB・5GB・10GB・無制限)のみにすることで人手不足解消、トラブル抑止、コスト削減(店舗・電話サポート利用減)。ガイドラインも簡素化し、スタッフ把握容易に。事業者にもメリット！

2. 端末価格の高騰と中古市場への悪影響

問題: ホームルーター(ドコモ home 5G HR02、SoftBank Air など)、スマホ(iPhone 16 など)が高すぎ。分割払い返却プログラムは、壊す・失くすと残債高額負担、実質レンタルで所有感ゼロ。中古市場への供給減で価格高騰。

原因: 2019 年規制(値引き上限 2 万円など)が端末高騰と返却プログラムを招く。今や SIM フリー100%なのに、キャリアの端末販売と回線契約セットで量販店の値引きを制限している。

提案: 端末販売と回線契約を完全分離。キャリアは回線契約に専念、端末は家電量販店で自由値引き(ルーター1 円、スマホ半額など)。2019 年規制を撤廃。返却プログラムに「破損・紛失リスク警告義務」「中古市場供給義務」を。米国は量販店で値引き、EU は Amazon など自由競争。

3. 事務手数料の高騰と短期解約違約金の復活問題

問題: 事務手数料(ドコモ店頭 4,950 円、ソフトバンク店頭 4,950 円・オンライン 3,850 円、au 店頭 3,850 円など)が高額、特にオンライン手数料は不当。短期解約違約金(ドコモ 1 年以内 1,100 円など)が復活し、事業者変更の障壁。

原因: 2019 年規制で事業者が手数料・違約金で収益確保。改正案の MNP 手数料低減(ウェブ無料)は不十分。

提案:事務手数料(契約、機種変更、MNP)を全チャネル無料化、特にオンライン無料を義務化(EU/米国はオンライン 0 円)。短期解約違約金を全面禁止。ガイドラインに「手数料・違約金ゼロ義務」を。カナダは上限あり、日本も低額化を。

4. 格安サービスの弱さと複数回線ニーズ

問題: MVNO (mineo など) はシェア 10% 未満、店舗少なく、高齢者 (ウェブ不慣れ) に使いづらい。1 人複数回線 (スマホ、ルーター、タブレット) が当たり前になりつつあるのに、高額料金で苦しむ。MVNO 苦情 30% が店舗不足。

原因: 大手寡占で MVNO 接続料高。国支援不足で低容量プラン育たず。

提案: MVNO 支援強化。接続料 1GB100 円以下、EU の店舗補助 (高齢者対応 30% 増) を参考に店舗補助でシェア 20%。低容量プラン (1GB) 義務化。EU は MVNO で無制限 2,000 円台。

5. 大手独占と生活必需品の遅れ

問題: 大手 3 社 (シェア 9 割) が値上げ合戦。携帯は 1 人 1 台以上 (普及率 120%) の生活必需品であり、乗り換え競争は限界。技適の厳しさでスマートグラス (Meta Ray-Ban、XREAL One) 発売遅れ、消費者選択肢狭まる。外国人観光客は技適なしデバイス 90 日 OK なのに、日本人は違法 (罰金 100 万円)。イノベーション遅れ (日本デジタル競争力 32 位)。

原因: 2019 年規制と料金値上げ自由度で大手有利。電波法の技適取得 (コスト数百万円) が海外企業を阻む。観光客特例は不公平。

提案: プライスキャップ制・認可制で料金安定。端末は家電同様、量販店で値引き競争。技適簡素化 (FCC・CE 互換化)、日本人にも特例を 2026 年検討会で議論。庶民の家計とデバイス選択の自由を！

6. 不透明な審査基準の問題

問題: 短期解約者やその可能性がある人を「総合的判断」として不当に排除、キャンペーンや還元策から除外。大手寡占が不公平な審査で消費者選択を制限。

原因:事業者の審査基準が不透明、独占体質が不公平を生む。 提案:審査基準公開義務、短期解約者の平等扱いをガイドラインに。消費者保護を最優先に！ 改正案は良いが、料金高騰、端末問題、独占、技適遅れ、審査不透明は未解決。2026 年で 2019 年規制見直し、プライスカップ、MVNO 支援、技適緩和、審査透明化を。通信は必需品、庶民の声を！ 【個人1】		
意見4-2 「還元統一基準」「来店者属性による排除禁止」「条件開示義務」を追記すべき。		
私は、携帯料金に苦しむ一般市民です。ガイドライン改正案(145210563)に追加意見を提出します。 通信は生活必需品(普及率 120%)なのに、大手 3 社(シェア 9 割)のキャンペーン運用が不公平です。 問題: 代理店(量販店、キャリアショップ)、来店者属性(年齢、見た目、会話)による審査落ち、地域、曜日で還元が異なり、条件は不明瞭。 強制審査落ちチェックボタンなるものが存在し属性排除が行われているとの情報。高齢者(35.8%、ウェブ不慣れ 70%)には不明瞭複雑なキャンペーンは不利。消費者契約法違反の恐れ。 ICT 総研の調査結果(日本のスマホ料金が他国より安い)は、割引適用後の料金を基準にし、基本料金の高さを無視した誤ったもの。実態を反映せず、消費者を惑わす。 大手にインフラを集中させ、ネット・提携カード・電気ガス・銀行など他サービス契約を強制するセット割を加速させ、安く見せる手法が横行。インフラ集中の弊害で不公平が生じ、基本料金の高騰を隠蔽。 段階的料金プランで通信量が増えると自動的に価格が上がり、途中で止められない(例: UQ の 5GB 超で自動 4000 円プラン)。増量オプション(例: 5GB3000 円で+5GB500 円が 3500 円で 10GB と思ったら 4500 円で 35GB になる)の説明不十分で質問して明らかになる。公式サイトや契約時説明に内訳なし、誤認契約 20%増の原因。 大手の低容量利用者軽視(UQ、ワイモバイル、ドコモの姿勢)が深刻で、5GB3000 円の横並び設定は異常。事務手数料の高さと見合わない。	いただいた御意見については、本意見募集の対象外であるため、今後の参考として承ります。	無

年々店舗が減ってる(2024 年 10%減、地方 20%減)街の携帯ショップは毎日高齢者でいっぱい。超高齢化社会で認知機能衰えた独り身高齢者が増える中、複雑契約で重要な個人情報を派遣スタッフに把握される不安は大きい。公的機関でもないのに、破滅の道を歩むリスク。

オンラインにばかり力を入れている大手の姿勢(povo など)と、国の不正契約防止策で検討中の IC チップ読み込み(マイナンバーカードなど)は間違った方向。高齢者にとっては取得・作成、再発行の手間が増える。店舗に高齢者が集まるのは対面サポートが必要だから。電気ガス水道カード通信をまとめると店舗運営が成り立たなくなり、インフラとしての役割を果たせない。店舗サポート手数料で解消という考えは間違ってます。

不正防止は仕方ないが、イタチごっこで人手不足悪化。

提案: ガイドラインに「還元統一基準」「来店者属性による排除禁止」「条件開示義務」を追加。代理店・属性・地域・曜日ごとのバラつき実態を調査。

消費者庁と連携し、不当表示・契約法違反を是正。

普及率 120%、シェア 9 割の今、インセンティブで代理店を駆り立てる競争は得策ではない。インセンティブを明確、利便性や利用者の選択肢を尊重。短期解約によるペナルティも廃止。

代理店舗減少(2024 年 10%減、地方 20%減)はキャッシュバック規制の影響で乗り換え減少(MNP10%減)を招く証拠です。

通信契約と端末購入を完全分離し、MVNO 以外の大手は充実したサービス内容で競争してもらい、端末価格は家電量販店などで自由に値引き競争できるように。

大手はシンプルプラン(1GB、5GB、10GB、無制限)のみ許可、固定電話のようにプライスカップ制・認可制で値上げ制限。

その分を安いプラン還元と高齢者サービス充実(店舗補助、対面サポート)でインフラ使命とデジタルデバイス解消に専念。EU の MVNO 店舗補助(高齢者対応 30%増)を参考に。

ICT 総研のような調査結果の誤解を避けるため、割引適用前の基本料金を基準とした独立調査を義務

化。インフラ集中の弊害を防ぎ、セット割禁止で他サービス強制を排除。 段階的料金プランに「通信量上限の自動停止可能義務」を追加。増量オプションに「料金内訳明示義務」を追加(例: +5GB500 円が 35GB になる場合の総額開示)。 不正契約防止に顔写真撮影(高齢者同伴者も含め)を義務化、周知徹底で犯罪抑止。同意の真正性が曖昧な高齢者で免許証コピーだけではトラブルリスクがあるから、担当スタッフ・同伴者・本人をその場で撮影して「確かにここにいた証拠」を残す。ATM 利用のように撮影保存(1?3 か月)が標準。偽造防止に効果的で、設備投資やシステム開発のイタチごっこを防ぎ、スタッフ人手不足をシンプル化で解消。 オンライン重視の姿勢と IC チップ読み込み検討はデジタルデバイド悪化の間違った方向。郵便番号すら言えなくなる高齢者が増える中、対面サポートを義務化し、まとめ契約(電気ガス水道カード通信)の弊害から店舗崩壊を防ぐべきだと考えます。 各社ゴールドカードの年会費とサービス内容も見合っていないものになってます。 【個人3】		
意見4-3 電子メールサービスに係るセキュリティ等に対する提案		
・該当箇所 なし(記載されていない事柄についての情報提示・提案) ・意見 各 ISP について、電気通信役務のうち、電子メールサービスの提供に関して、セキュリティ技術に関しての問い合わせへの対応があまりに酷い状況であるように思われるのであるが(実際に複数の ISP に問い合わせ確認。一般的な技術の導入・適用が行われているかどうかについて、多くの所で回答を行ってもらえなかった。)、電気通信事業者が提供している電子メールサービスに係る、一般的に用いられているような、通信の暗号化(SMTPoverTLS、POPOverTLS、startTLS 等の利用)のサポート有無(※なお、利用者-ISP ホスト間と ISP ホスト-インターネット間の通信両方について説明を行うべきであろう。)、ドメイン認証技術(SPF/DKIM/DMARC)の利用・適用状況、については、義務としてその情報の公示や質問へのすみやかな対応が行われるようにしていただきたい。 国民・市民としては、電子メールサービスに関するセキュリティについて確認してからのサービス契約や、あるいは現在提供されている電子メールサービスのセキュリティ状況の確認を行いたいのであるが、国は、制度的に、それが電気通信事業者の対応義務として行われるようにしていただきたい。 (電子メールを行政事務においても用いる機会が増えている状況であるが、それ故に、電子メールに	いただいた御意見については、本意見募集の対象外であるため、今後の参考として承ります。	無

関してのセキュリティの確保・確認はこれまでも増してその重要性があるものとなるはずである。国は、国(及び地方公共団体等)事務、また国民が生活において行う各種手続について、その安全性・確実性が確保(あるいは確認)出来るように、このような制度改正を行い、電気通信事業関係制度の整備・状況是正を行っていただきたい。) 【個人5】		
意見4-4 携帯料金に対する規制を強化すべき。		
パブリックコメント提案書: 国際比較に基づく携帯料金規制の強化について #### 1. 提出背景 日本では、大手キャリアの寡占(シェア約 90%)により、携帯料金の高止まりや囲い込み(セット割の複雑化、段階制料金の負担増)が続き、超高齢化社会でのデジタルデバイドを助長しています。総務省のガイドライン改正(2024 年末施行)で端末値引きを規制したものの、通信料金の上限設定が不十分で、値上げ合戦が継続。国際的に見て、日本の高料金は規制の緩さが原因です。以下に、世界の規制状況を正確にまとめ、危機感を促すための提案をします。電気-ガス-水道-熱供給業のように認可制を導入すれば、大手利益率(約 20%)を維持しつつ、国民負担を軽減可能。 注意事項(国際比較の留意点) 他国との比較に際し、以下の点を考慮する必要があります: 平均賃金(GNI per capita)の重要性 料金の絶対額だけでなく、GNI per capita 比で負担率を評価。日本の GNI per capita(約 33,960 USD)は先進国平均を下回るため、相対的な負担が重く感じられます。 大手キャリア内のサブブランド-オンライン専用プランの別扱い 日本では ahamo(ドコモ)、povo(au)、LINEMO(ソフトバンク)などのサブブランドが低価格(月額 2000-3000 円台)でシェアを伸ばしていますが、これらはオンライン専用で高齢者対応が不十分。メイン計画(5000-8000 円台)と分離して評価すべきです。 MVNO の状況の重要性 MVNO シェアが競争の鍵。日本は約 10%(2025 年 3 月時点)と低く、韓国(30%超)などに比べて寡占が強い。MVNO 支援が料金低下の鍵となります。 #### 2. 世界の携帯料金状況と規制の国際比較	いただいた御意見については、本意見募集の対象外であるため、今後の参考として承ります。	無

ITU の 2024 ICT Affordability Report (2025 年 5 月更新) および GSMA Mobile Economy 2025 Report によると、モバイルブロードバンド(データオンリーバスケット、2GB)の価格を GNI per capita 比で比較すると、日本は先進国平均を上回る高水準です。

OECD の 2025 年データ(Q1 Mobile Voice & Data Price Benchmarking)でも、日本は上位の高価格帯に位置。サブブランド/MVNO を考慮した比較を以下にまとめました(2024-2025 年値、GNI per capita は World Bank/IMF 推計)。

料金は日本円換算(2025 年 9 月 29 日時点の為替: 1 USD=150 JPY、1 EUR=165 JPY)で記載し、20GB 相当の標準プラン例を挙げてわかりやすくしています。

EU (平均): GNI per capita 約 45,000 USD。データオンリーバスケット 0.3% of GNI p.c.(高消費 0.5%)。
20GB プラン例: 約 2,500-3,500 JPY (Vodafone EU 平均)。
規制: EU Roaming Regulation で卸売価格キャップ(2025 年: 1.3 EUR/GB=215 JPY/GB)。
DMA で寡占監視、セット割透明化。MVNO シェア 20-25%、サブブランド低価格義務化で高齢者アクセス向上。

米国: GNI per capita 80,300 USD。データオンリーバスケット 0.4% of GNI p.c.(高消費 0.7%)。
20GB プラン例: 約 6,000-7,500 JPY (Verizon Unlimited)。
規制: FCC 反トラスト監視、MVNO インフラ共有強制。MVNO シェア 15%、サブブランド(Visible など)が低価格競争を主導。

韓国: GNI per capita 34,640 USD。データオンリーバスケット 0.4% of GNI p.c.(高消費 0.6%)。
20GB プラン例: 約 2,000-3,000 JPY (SKT 標準プラン)。
規制: 政府価格引き下げ指導(2023 年:10-20%値下げ)。MVNO シェア 30%超、インフラ共有義務。サブブランド低価格主流で日本比半額。高齢者店舗サポート義務。

オーストラリア: GNI per capita 約 60,000 USD。データオンリーバスケット 0.8% of GNI p.c.(高消費 1.9%)。
20GB プラン例: 約 3,500-4,500 JPY (Telstra)。
規制: ACCC 反競争禁止、NBN インフラ共有。MVNO シェア 25%、サブブランドで料金安定。2025 年料金上限議論中。

中国: GNI per capita 13,690 USD。データオンリーバスケット 1.1% of GNI p.c.(高消費 2.0%)。
20GB プラン例: 約 1,500-2,500 JPY (China Mobile)。
規制: 国有大手価格キャップ、月額約 2,000 円以内。MVNO シェア 10%だが政府統制で低価格。サブブラ

ンド補助制度で負担軽減。

日本: GNI per capita 33,960 USD。データオンリーバスケット 0.8% of GNI p.c.(高消費 1.9%)。
20GB プラン例: メイン 5,000–8,000 JPY(ドコモ標準)、サブブランド 2,000–3,000 JPY(ahamo)。
規制: 端末値引き規制のみ、料金市場任せ。MVNO シェア約 10%(2025 年推計 19.84 億 USD 市場)と低迷。

GSMA 2025 Report では、先進国 ARPU 成長 1%と低迷中ですが、規制強い国(EU/韓国)で消費者価格安定。OECD データで、日本サブブランド影響下でもメイン計画が先進国平均 2 倍近く。

3. 日本との比較と問題点

日本の携帯料金は、国際比較で「20GB 以下の低容量プランでは安い(6 カ国中最も安価)」と見なされがちですが、これはサブブランド(ahamo、povo など)の影響が大きく、メインプランや無制限プランでは実質的に高止まりしています。

例えば、無制限プランでは月額 6,372 JPY と 6 カ国平均(約 4,500 JPY)を上回り、GNI per capita 比で負担率が EU の約 4 倍(0.8% vs 0.3%)。日本の平均年収(約 450 万円)が韓国並みでも、MVNO シェアの低さ(10%)で競争が弱く、結果として「使った分だけ安く見えるが、超過で跳ね上がる」構造が国民の負担を増大させています。

特に超高齢化社会では、オンライン専用サブブランドの安さは無意味です。「高齢者は 5GB 以下の低容量で十分なのにオンライン操作不可能なのです」デジタルデバイドを悪化させています。

ドコモ mini、ワイモバイル、UQ mobile の割高感: これらはサブブランドとしてメインより安価ですが、2025 年の値上げや複雑さで割高感が強い。

例えば、ドコモ mini は 4GB 以下なら安く見えますが、実際は様々な割引きを適用させないとかなりの割高ですし、余ったデータのくりこしありません。

ワイモバイルも、特に低容量プランでは家族割など様々な割引きを適用させなければ割高です。

UQ mobile は既存契約プランも強制値上げしております。トクトクプラン 2 の「くりこし」「増量オプション」機能は低容量利用者には無意味です。

全体として、これらの「安いはずのサブブランド」が値上げラッシュで信頼を失い、メイン回帰を促す悪循環を生んでいます。

どこも低容量利用者を無視した勝手な付加価値を付けて割安感をアピールしております。

囲い込みの悪質性: 大手はグループ企業(銀行-クレカ-電気-ガス-光回線)をセット割で絡め、ユーザーを経済圏に閉じ込めます。
解約時は割引剥落で月額が跳ね上がり「離脱しにくい」罠。家族割-クレカ連携などで複雑化し、高齢者が「知らずにオプション追加」で月3万円超の請求例がX上で多発。
総務省の2025年調査でも、囲い込みが消費者苦情の40%を占めています。

段階制の悪質性: データ量ごとの料金階層が「知らずに高くなる」設計で、ライトユーザー(高齢者中心)を狙い撃ち。
UQ mobile や楽天のプランは、超過時は即時追加料金で高額になります。
ドコモ MAX の段階制(~1GB: 5,698 JPY、3GB 超: 8,448 JPY)も「少ない月は安く！」アピールが幻想で、1GB 単位の割高感が悪質。結果、7割のユーザーが「値上げ許せない」と乗り換え検討中ですが、事務手数料の高さで阻まれています。

大手は値上げの理由に「人件費上昇」「円安物価高」「5G 投資」「インフラ整備」を挙げるが、これらは国際的に見て言い訳に過ぎません。
KDDI の2025年3月期決算では、利益が前年比増加(衛星事業成長で収益-利益アップ)し、NTTドコモもグループ全体で高利益率(約20%超)を維持。
一方、韓国やEUでは規制下でインフラ投資が進み(韓国: MVNO 共有で5Gカバー率95%、EU: DMA で投資効率化)、料金を低く抑えています。
日本でも総務省の2025年報告で、大手投資額は過去最高なのに ARPU(ユーザー当たり収益)が先進国平均の1.5倍と高止まり。言い訳を許せば、国民負担だけが増すだけです。

囲い込み-複雑プランの悪循環: 銀行-クレカ-電気-ガス-光の囲い込みと複雑なプラン割引が、スタッフの業務負担を爆増させています。プラン説明でセット割の条件を逐一確認する必要が生じ、1件の接客時間が倍増。日本のカスタマーサービス文化(過度な丁寧さ)がこれを助長し、スタッフターンオーバー率が業界平均20%超(2025年J.D. Power 調査)と高く、なり手減少で新人教育不足に。結果、接客質低下(誤ったオプション勧誘多発)でトラブル増(消費者苦情40%増、総務省2025年データ)、さらに値上げの悪循環を生んでいます。X上でも「スタッフ疲弊でミス連発」「高齢者トラブル未解決」投稿が急増中。
代理店スタッフの個人情報管理知識不足(若いスタッフ中心)が悪用リスクを高め、通信業はトラブル多発業種のひとつです。

電気ガス業との類似性: 同業種は認可制で賃金上昇(平均832万円)と利益確保(10-15%)を実現。通信

も同様に規制可能で、十分成り立つ (ARPU 安定例あり)。 #### 4. 提案 総務省への規制強化要望 料金上限設定: 基本プランをシンプルにしキャップ (GNI 比考慮)。EU ローミングキャップ参考に卸売価格規制。サブブランドをメインと分離評価。 寡占打破: MVNO インフラ共有義務化と支援拡大 (韓国モデル)。シェア率上限を検討、MVNO 市場 25% 目標。 消費者保護強化: セット割禁止、段階制禁止、手数料上限。超高齢化対応で店舗サポート義務。代理店教育-個人情報管理義務化。 個人情報保護の強化: 個人情報を扱う代理店スタッフに資格取得 (例: 個人情報保護士) や総務省認定講習の義務付けを導入。既存の電気通信事業における個人情報保護指針を基に、従業員教育の強制化を図り、知識不足による漏洩リスクを低減。 不適切接客対応 (説明不足、誤勧誘、情報悪用懸念) に対する消費者通報システムを整備 (消費者庁連携の専用ホットラインやアプリ)。これにより、資格なしスタッフへの不安を解消し、「言いなり」状態を防ぎ、トラブル多発を抑制。 国際ベンチマーク: OECD/ITU データを年次レビュー、値上げ事前認可制移行。GNI 比-MVNO/サブブランドを標準評価指標に。監視として、大手利益率公開義務化。 この規制で国際水準に近づき、国民負担軽減可能。総務省は危機感を持って法改正を推進してください。 参考文献: ITU Affordability Report 2024 GSMA Mobile Economy 2025 OECD Mobile Prices 2025 World Bank GNI Data 2025 Statista Japan MVNO 2025 ICT 総研 2025 年 4 月調査 J.D. Power 2025 年顧客満足度調査		
---	--	--

KDDI IR 2025 年 3 月期決算 総務省消費者苦情報告 2025。 【個人6】		
--	--	--

※取りまとめの都合上、頂いた御意見は要約等の整理をしております。