

消費者保護政策委員会（第2回）

議事録

令和7年12月9日

1 日時：令和7年12月9日（火）10:00～12:00

2 開催形式：Web会議

3 出席者

○構成員

平野主査、黒坂主査代理、浅川委員、青柳委員、牛房委員、木村たま代委員、木村嘉子委員、森委員、吉岡委員、吉永委員

○総務省

湯本総合通信基盤局長、吉田電気通信事業部長、飯嶋料金サービス課長、内藤消費者契約適正化推進室長、前田消費者契約適正化推進室課長補佐、久保田消費者契約適正化調整官

4 議事要旨

【平野主査】 皆様、お忙しいところ、お集まりいただきありがとうございます。定刻を過ぎましたので、第2回情報通信審議会電気通信事業政策部会消費者保護政策委員会を開催いたします。

本日の会議は、Web会議による開催とさせていただきます。

それでは、議事に入らせていただきます。

議題1、消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）についてでございます。

最初に、独立行政法人国民生活センター、相談情報部相談第2課課長の渡邊様から御説明をよろしくお願いいたします。

【国民生活センター】 国民生活センターの渡邊と申します。

本日の資料は3部構成となっております。統計の部分、あと事例、あと3点目としまして課題といった構成で資料を作成させていただいております。それでは、資料のまず3ページ目を御覧いただければと思います。ありがとうございます。

まず、電気通信サービスの年度別件数の推移を示したのになっております。固定電話サービス、携帯電話、モバイルデータ通信、インターネット接続回線の4つを組み合わせたもので、年度別推移という形で示したのになっております。こちら、2025年度につき

ましては10月末までの数字となっておりますけれども、22年度以降、徐々に件数が増えて
いる状況となっております。

次のページをお願いいたします。ここからは各項目の件数の推移と内容をまとめたもの
になっております。まず、固定電話サービスですけれども、年度別の件数を見ますと昨年
度1万件を超えるような件数となっております、かつ、高齢者が多い状況になっており
ます。これは固定電話が使えなくなるといった不審な電話に関する相談が特に増加したこ
とが影響しておりまして、その影響で、ぐっと増えたといったところになっております。

続きまして次のページ、インターネット接続回線になります。こちらは22年度までは減
少し、その後は増加傾向を示しております。契約当事者は70歳以上が多いような状況とな
っております。また、電話勧誘販売が約40%を占めておりまして、最も多い状況になって
おります。

続きまして、携帯電話をお願いいたします。こちらは22年度までは減少しておりまして、
その後、徐々に増えてきている状況になっております。携帯電話会社をかたり、携帯電話
料金に未納があり、2時間後に電話が使えなくなるなどといった相談も含まれる状況とな
っております。こちらでも契約当事者は70歳以上が最も多くなっております、店舗購入が
約半数といった状況になっております。

次のページ、お願いいたします。モバイルデータ通信です。こちらは22年度以降、横ば
いで推移をしております。契約当事者は年代ごとに大きな偏りはなく、電話勧誘販売が最
も多い状況になっております。

続きまして、相談事例になります。9ページ目をお願いいたします。こちら、事例を幾
つか載せておりますが、時間の関係もありますので、ポイントだけに絞って、かいつまん
での御説明とさせていただきたいと思っております。

まず1点目、消費者への説明の充実、オプションや解約に関するものです。事例の1つ
目は、商品や価格の説明がないまま契約になった大量の附属品といった事例です。携帯電
話ショップに行ったらスマートフォンの機種変更をした際にイヤホンですとか充電器、モバ
イルバッテリーなどの物品を勧められて、附属品だけで約11万円の金額になったというこ
とで、金額も商品の使い方も分からないまま一方的に説明をされ、契約したので解約した
いといった事例です。

2つ目です。店舗で解約手続を行ったのに解約できていなかった自社のオプションとい
った事例です。携帯電話会社の店舗で一定期間無料のサービスを勧められて契約をしまし

た。解約後も一部の料金請求があったが、それは請求月と支払い月にずれがあると言われたので問題にしませんでしたが、請求が続くので窓口で相談をしたところ、この窓口では契約に関するオプション契約しか分からないと言われ、別の連絡先を教えられてやっと解約ができた。店頭で積極的に勧誘しておきながら解約方法や連絡先等の説明がなく、問い合わせても分からないのは問題ではないかといった事例です。

いずれも消費者の意向や利用実態を把握した上での説明がされていないことで、トラブルになっているのではないかと考えております。オプションにつきましては、事例のような携帯電話会社提供のオプションと、代理店独自の他社オプションの場合がありますけれども、いずれにしてもオプションの契約内容と併せて解約方法の説明も必要ではないかと考えております。

次のページをお願いいたします。交渉力の低い消費者の保護（高齢者等）といった事例です。3つほど掲載しております。

1つ目は、適合性の原則を踏まえた勧誘がなされていない事例です。据置き型Wi-Fiルーターを契約した形になっていますが、携帯電話会社のコーナーでこれを持っていくてくれと白い箱を2つ渡され、何も説明がなかったが、いいから持って行って、家に帰ったらスイッチを入れるだけでいいと言われたので無料でもらえると思って持って帰ったといった事例です。

2つ目は、説明された内容を理解できない事例です。携帯電話ショップの店員から、今のスマートフォンを返却し、新しくスマートフォンを契約したほうがお得だというが、何がお得か分からないため困惑している、店員に説明を求めるが何を言っているか分からないまま説明が終わるといった事例です。

3番目は、スマートフォン以外の契約をしているが料金等について理解できないといった事例です。スマートフォンを乗り換える契約をした際にクレジットカード、電気など様々な付随契約をしています。毎月の請求が幾らになるのか、請求の明細なども分からない、契約書など一緒に見てほしいといった事例です。

事例の1点目としましては、契約の説明もなく家族等への契約確認も実施されていないような事例という形で今回挙げさせていただいております。

事例の2番目は、プランや手続方法の複雑さにもかかわらず、高齢者の場合、丁寧に説明してくれていたとしてもなかなか理解ができない事例として掲載をしております。

3番目の事例は、口頭で説明されていても、現行の契約書面が手元にあったとしても内

容が理解できないために相談に発展しているのではないかとということで、掲載をしたものになっております。

次のページをお願いいたします。法令遵守の確保です。

事例の1つ目です。代理店名を名のらず、説明書面に関する案内もないといった事例です。通信業者の代理店から電話があった。代理店名は名のっていなかったという事例です。書面を用いてサービス内容を説明するなどの説明がなかったといった事例になります。

2番目の事例です。事実ではない内容を告げて契約させている。スマートフォンに契約中の光回線業者が業務を縮小すると電話があり、光回線の乗換えを勧められ承諾したが、そのような事実はなく、うそと分かったといった事例です。

3番目は、契約書の事業者と誤認させて他社に契約させている事例です。光回線契約中のA社の代理店を名のり勧誘がありましたけれども、そうではなかったといった事例になっております。

電話勧誘の場合は、事例として代理店名を名のらないですとか、事実でない内容を告げて契約させたり、あるいは他社の代理店を装う、あるいは誤認させるような名のりをするといった事例が見受けられます。

次のページをお願いいたします。4番目、DXの進展を踏まえた対応です。契約書面、電子交付が確認できないといった事例です。契約書は紙でもらえず電子交付されたようだが、契約書面を見るためのIDもパスワードも不明で契約内容を確認できない。自主ルールで75歳以上の方との契約は家族同伴か、電話で家族の同意を得ているはずだと言われたが、娘は何も連絡をもらっていないといった事例です。

2つ目の事例は、店舗での解約手続に関するもので、サポートサービスで解約し忘れていたので解約手続きをしようと思ったが、予約がいっぱいなので翌日来店するようと言われ、翌日行ったところ、月が変わってしまっていましたので、その月分の料金が発生してしまったといった事例です。契約書面等の電子交付を原則化された場合には、こういった事例が起きないのではないかとということで掲載をしたものになります。

続きまして、14ページ目をお願いいたします。以上の事例を踏まえて、課題をまとめたものがこちらのペーパーとなっております。

まず、1点目の消費者への説明の充実ですけれども、多様なオプションを通信契約と同時に勧誘するのであれば、それぞれの契約先や料金、解約方法等の契約内容を適切に示す書面交付や説明の在り方について、さらなる検討が必要ではないかと考えております。

2 点目、交渉力の低い消費者の保護ですけれども、より多くの消費者が契約内容を理解しやすいサマリーペーパーなどによる情報提供が必要ではないか。また、丁寧な説明や書面があっても契約内容を十分に理解できず、トラブルになってしまう消費者、高齢者割合が今後さらに高まっていく可能性を見据え、より柔軟な事後対応等の検討も必要ではないかと考えております。

3 点目、法令遵守の確保ですけれども、説明書面を用いた説明を徹底するためのさらなる取組や方策の検討が必要ではないかと考えております。

次のページをお願いいたします。4 点目、D X の進展を踏まえた対応ですけれども、電子交付をする場合にはマイページアプリへのログイン方法など、契約書面の確認方法の丁寧な説明や手順を記載したペーパーの配布が必要ではないか。特に高齢者などの一定の配慮が必要な消費者に電子書面の交付を行う場合は、その消費者が電子書面を適切に確認できる消費者であるかも含めて慎重な対応が必要ではないか。また、消費者の見極めが困難である場合には、契約書面または契約内容が分かるサマリーペーパーを紙で交付するなどの踏み込んだ検討も必要ではないかと考えております。

また、契約・解約のオンライン化と店舗での手続ですけれども、通信契約は消費者にとって生活に欠かせない契約である現状を踏まえまして、幅広い属性の消費者が自分に合った手続方法を選択できるよう、複数の方法を提供することが必要ではないか。また、消費者が適切に選択できるよう、それぞれの手続方法の違い、メリット、デメリットなどを分かりやすく伝えておくことも必要ではないかと考えております。

私どもからの御説明は以上となります。ありがとうございました。

【平野主査】 ありがとうございました。

そうしたら続きまして、公益社団法人全国消費生活相談員協会 I T 研究会の吉岡様から御説明をよろしく願いいたします。

【全国消費生活相談員協会（吉岡委員）】 全国消費生活相談員協会の I T 研究会の吉岡と申します。よろしく願いいたします。当協会ですべて週末電話相談というのをやっております。それに寄せられた事例を参考に、このたびの 5 つの諮問事項について、相談の現状と検討すべき内容について挙げてみました。私が所属している I T 研究会のメンバーからも意見を募りまして、その内容も今回の意見の中には反映させていただいています。

2 ページを御覧ください。全相協ですが東京を含めて 6 支部ありまして、そのうち東京、大阪、北海道で、3 か所で週末電話相談を実施しています。

3 ページにあるように、コロナ禍を除いて大体2,500件前後の相談を毎年受けています。2024年は延べ252日実施をしております、667名の相談員が相談対応に当たっています。

4 ページの表にあるように、全体のうち9.5%が通信関連の相談になっております。相談の内訳は週末相談の報告書として毎年公表しております、それ以外に2 ページに少し小さい写真を載せたのですが、『こんな相談ありました』という冊子を毎年、啓発用につくっております。消費者向けの分かりやすい内容になっておりますので、もし御興味がありましたらQRコードをつけておりますので、お時間があるときに御覧いただければと思っております。

では、事例に移ります。今回、週末相談で受けた相談の中から光回線の電話勧誘と訪問販売による事例、それからケーブルテレビ関連の事例、据置き型Wi-Fiの事例、モバイルデータ通信の事例、高齢者の契約に関する事例と挙げています。お時間の関係もありますので、事例の内容については後ほど御確認いただければと思っております。

では、次に移ります。今後の検討課題にある5つの内容についてですが、1番、消費者への説明の充実の在り方として、相談の現状としては勧誘に先立って氏名や目的が明確に告げられていないこと、電話勧誘の際の説明書面が交付されていない、安さばかりが強調されていることなどがあります。

検討の事項としては、代理店の勧誘についてのモニタリングの強化を引き続きお願いしたいことと、電話勧誘時の説明書面の交付の徹底です。これは、もらっていないという消費者がなかなか多いので、やはり徹底をするように促すことの検討が必要かと思います。あと、オプションについては解約忘れなどがあるので、事前の通知ですとか、解約時にもう一度、詳しく説明をするなどが必要かと考えます。重要事項を記載したサマリーペーパーなどの交付が必要かと思います。

あと、代理店独自の通信契約と関係ないようなオプションサービスも結構つけられていますので、そういったものについての規制が必要なのかどうかというところの検討もするべきかと思っております。

次に、交渉力の低い消費者の保護の在り方になりますが、この現状は高齢者への説明においてガイドラインが遵守されていないという、事例が多いかと思います。適合性の原則に反した不要の契約をさせられていることも多いかと思います。また、高齢者が契約内容を把握していないことも多いので、それによるトラブルも起きているかと思います。あと大家が、賃貸物件へのケーブルテレビの光回線などの設備導入によるトラブルなどもあり

ます。

検討の内容としては、当日の契約はさせない、日を変えて、人を代えての説明など、説明ルールの厳格化が必要ではないかと考えております。これは、どういう検討ができるかというところではありますが、高齢者等に向けてのシンプルな契約プランの設定というのでも検討ができないかと考えました。

高齢者専用の窓口の設置ですとか、あと独居の身寄りのいない高齢者の方もおられるので、地域包括支援センターなど福祉の窓口と連携をしてトラブルの防止、解決を図る仕組みの検討が必要かと思えます。

電気通信事業法消費者保護ルールにおいて個人事業主等に関して事業の実態によって是一般消費者と同様に扱うとされています。しかし、消費生活センターでは原則は事業者契約は扱わないことになっていますので、消費者性、事業者性の線引が明確にされることによって消費生活センターの介入が考えられ、救済ができる事例が増えるのではないかと思います。

次に3の法令遵守を確保するための措置の在り方ですけれども、現状は説明書面や解約書面が交付されていない、不実告知などで禁止行為に該当し得る勧誘が散見されること、それから解約ができない、したくてもできないような相談事例が多くなっているかと思えます。

検討としては、モニタリングの強化、罰則を厳しくするなどが必要だと思います。一方で、法令遵守を徹底している優良な事業者さんも多くおられ、優良マークの付与なども消費者の目安になると思いますので、そういったマークとかをつけることも検討の一つになると考えました。

次に、DXの進展を踏まえた消費者保護ルールの在り方についてですが、今のこの現状としては電話窓口があってもAI対応となっていて解決がしないですとか、あと、そもそも有人の窓口がない、それからフォームから返事がないですとか、事例は一定数、入っているかと思えます。あと、電子書面で交付することがあるかと思えますけれども、電子書面で交付されていること自体を気づかない、確認することができないような事例も出ているかと思えます。

検討の事項としては、電子交付の原則化によって消費者、特に高齢者などは契約の内容が把握できないことが出てくると思えます。また、紙ベースで出ていれば家族がそれを見て契約に気づくことがありますけれども、家族が気づく機会を失うことがあると思えます。

電子交付の明示的な同意のとり方の望ましい方法の検討に加えて、サマリーペーパー等の交付の検討が必要なのではないかと考えています。

また、今後もダークパターンが増えてくることが懸念されます。その対応がもちろん必要だと思いますし、消費者の、それによって消費者が自己責任を問われる場面が増えることが懸念されるので、何らかの検討が必要かと思っています。それからDXについても、消費者が一定数いると思いますので、そういった取りこぼしがないように、DXだけではなくて、それに伴う対応というのでも検討が必要だと思っています。

最後に、5のその他考えられる事項ですが、これは検討のところだけ書かせていただきました。様々なサービスが終了される場合の周知方法ですとかをもう少し明確にしたほうがいいかと考えています。

それから最近、特に多いなと感じているのが契約者の死亡や入院、また、施設への入所などについて、本人が解約等の手続きができない場合について家族が解約できないことが相談として入ってきておりますので、周囲が手続きしやすいような方法の構築も検討が必要かと考えております。

以上です。ありがとうございました。

【平野主査】 御説明ありがとうございました。

それでは、ただいまの御説明につきまして質問のある方、御発言またはチャットでお知らせいただきたいと思います。

森先生よろしくお願いします。

【森委員】 ありがとうございます。御説明ありがとうございました。状況がよく分かりました。

私から1点、お尋ねしたいのは今、吉岡さんから御説明いただきました点ですが、高齢者向けの契約パッケージというものを考えてはどうかというお話があったと思いますが、具体的にはどのようにすればいいとお考えでしょうか。もしアイデアがありましたら、教えていただければと思います。

【全国消費生活相談員協会（吉岡委員）】 具体的にこういうものというところまでは、すぐにお答えすることが難しいかと思いますが、契約の内容を見ていると非常に複雑になっているということがあります。色々なものの組合せで割引になっていたりとか、あとはオプションサービスなどが含まれていたりもします。インターネットを使わない高齢者の方もおられますので、電話だけのサービスとか、本当にシンプルなもの、複雑な契

約が絡み合っていないものがよいと、漠然とした答えですが、そんなことを考えておりました。

【森委員】 分かりました。ありがとうございました。私もパッケージ問題は以前から常々申し上げておまして、据置き型Wi-Fiなんて正直なところ、別に高齢者の方じゃなくても全然難しい、少なくともどれが安く使えるのかということは、もう並べてみても私でも判断できないようなところもありますので、これはごもっともな御提案だと思います。

さらに言うと、契約の内容を限定すると、若干もしかしたら硬直的な話になってしまうかもしれません。高齢者の方で、よく分かっている方が私はこうしたいと持ち込んできたときに、お客様は80歳だから無理なんですよというのはあれだと思いますので。ただ、アイデアとしてはいいアイデアだと思いますので、契約の内容なのか、それとも手続なのか。例えば高齢者の方がそうしてくれって言ったらそうするけれども、そうしない限り提案しないとか、何ていえばいいんでしょうか、オプトインって言えばいいんでしょうか。明示的なオプトインがない限り契約しない、手続的な制限をすとかということは考えられると思って伺いました。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。

次に木村たま代先生よろしくお願いします。

【木村（た）委員】 主婦連合会の木村です。御説明ありがとうございます。いまだに長い間問題になっている点がまだ解決されてないですとか、いろいろな問題点が浮き彫りになって大変分かりやすい説明でした。

それで、これは意見になりますが、先ほど森先生が高齢者パッケージのことで御質問していましたけれども、私もそこも関心があるのですが、私としては高齢者だけではなくて全ての人にとって分かりやすい契約であってほしいと思っていて、高齢者でなくても理解するのがなかなか難しい方もいらっしゃいますので、その辺のところを今後検討していく必要があるのではないか、分かりやすい契約が必要ではないかと思っています。前身の会議でも話題になっておりましたけれども、サマリーペーパーは必要ですので、ぜひ事業者の方が工夫なさって、利用者に分かりやすいサマリーペーパーをつくっていただければと思っています。

それからもう1点、解約についてですが、これは通信ではないのですが解約が分かりに

くいということで、ネットに接続したけれども、分かりにくくてウェブ上でたらい回しになってしまった事例がございまして、これは通信関係でも十分起こり得ることですので、ぜひそういうことも含めて今後、私たちは検討していく必要があるのではないかと思います。本当に事例というのは重要なものですので、ぜひ今後とも御対応いただければと思います。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。

次に木村嘉子先生、よろしくお願いいたします。

【木村（嘉）委員】 消費生活コンサルタント、木村嘉子でございます。国民生活センターと全相協の発表の説明の充実の在り方について同感であるとともに、2点、意見を申し上げます。

1点目として、MNOなどの契約については通信サービスと無関係のオプションの販売、不要なアクセサリやメモリーカードなどの販売が相対的に増えていることから、一体的な書面交付や説明が必要だと思われます。

ただし、電気通信サービスに関して言えば消費者の説明の充実の在り方に逆行するかもしれませんが、少なくとも店舗での説明はもうされていると思われます。にもかかわらず、MNOでの苦情の約88%が店舗で発生という結果が出ていることは、既に実態に即していない、極論すれば、これ以上、提供条件の説明義務を尽くしても、さほど効果がないのではと思われます。

別のアプローチとして、交渉力の低い消費者の保護とも関連しますが、適合性の原則を踏まえて、電気通信事業者の負担による契約解除の方法を模索している時期に来ているのではないかと思います。

2点目ですけれども、(2)の交渉力の低い消費者の保護の在り方として、消費者相談に関わるものとしては、本人はもとより家族など周りの人が気づくために書面交付を前提とした説明が必要と思っております。ただし、オプションも含めて20枚も30枚も書面が必要かということ、そこは疑問です。ですので、皆さんもおっしゃっているように将来的にはサマリーペーパーを交付することにはなるのではと、大いに期待しております。私の長年の夢ですけれども、そのサマリーペーパーのフォーマットを各社で統一していただきたいのが長年の私の希望でございます。

以上です。ありがとうございました。

【平野主査】 ありがとうございました。

そして最後に牛房先生、よろしくお願いいたします。

【牛房委員】 御説明ありがとうございました。

これまでいろいろとトラブルのお話を説明していただきましたが、こういったトラブルというのは、都市部が多いのか、または地方が多いのでしょうか。地域性などがあれば後で教えていただければと思いました。

以上です。よろしくお願いいたします。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは、この議題、今日は一旦ここで終了させていただきまして、次の議題2、事業者ヒアリング（オプション、解約、高齢者対応）に入りたいと思います。まず、事務局から御説明よろしくお願いいたします。

【前田消費者契約適正化推進室課長補佐】 ありがとうございます。事務局でございます。資料2、事業者ヒアリングの実施（概要）を御覧ください。おめくりいただきまして、1 ページ目に本日の事業者ヒアリングの概要を載せてございます。

本日、この場にMNOの4社、それからMVNO委員会の全部で5社の皆様、お呼びしております。今回全体の検討トピックのうち、特にモバイル事業におけるオプション、解約、高齢者対応について各社それぞれどのような対応をしているのか、その現状についてお話をいただきます。御発表いただく順番は、掲載しているとおりでございます。

なお、本日御発表いただく各社様には、事前にペーパーベースでヒアリングを行っております。その結果を事務局におきまして2 ページ目以降にまとめておりますので、各社からの発表をお聞きいただく際の御参考として御活用いただければと思います。また別途、参考資料として説明義務の現状という資料もつけておりますので、こちらも併せて御覧ください。

以上でございます。よろしくお願いいたします。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは、早速に事業者ヒアリングに入りたいと思います。質疑応答は、全事業者の発表が終わった後にまとめていきたいと思います。

まず、最初に株式会社NTTドコモ経営企画部料金企画室長の福山様、御説明よろしくお願いいたします。

【株式会社NTTドコモ】 NTTドコモの福山です。本日は、プレゼンの機会をいた

だきましてありがとうございます。資料3-1に従いまして当社の取組について御説明申し上げます。

次のスライドをお願いします。まず、オプションについてです。こちらのページでは、当社が提供しているオプションについて御紹介をしております。当社が提供するオプションが下の表の①から④までです。

①はコンテンツサービスとして例えば動画サービス等、②ではセキュリティーサービス、それから端末補償サービスについて、③では金融領域ですがクレジットカードについて、④では、その他異業種サービスとして光、でんき、ガスのサービスについて御紹介をしております。また、代理店が独自に提供するサービスもございまして、こちらは⑤として、例としては構成員限りとしてこちらにお示しをさせていただいております。

次のスライドお願いいたします。2ページ目ですけれども、こちらは、回線の契約時にどのように当社提供のオプションについて説明をしているのかということについて御紹介させていただきます。

まず、御提案をする際ですが、適合性の原則を踏まえまして、お客様それぞれの御利用の実態や要望に応じてサービスを提案させていただきまして、その上で、お客様に納得をして当社提供のオプションを御契約いただくこととなった際には、左下に記載しておりますような書面を用いてサービスの内容等を説明しております。御覧のように書面ではサービス名、それから月額の料金、サービスの概要等を記載しております。

また、オンラインでの申込み画面も右下でお示しさせていただいておりますけれども、ユーザーが申し込むオプションのみを能動的に選択していただくような仕様としております。具体的にはデフォルトでは申し込まないところにセットされておまして、御自身が契約したいサービスにチェックを入れて申し込む仕様となっております。

続いて3ページ目で、モバイル回線を解約する際に、本来であればオプションも解約したかったのに解約し忘れてしまうことがあるのではないかという課題の対処について、御説明をさせていただきます。

当社では、モバイル回線の解約時にオプションの継続意向の確認を必須とすることとしております。具体的には、例えば店頭で手続きをしていただく際にはスタッフが操作をするシステムにおいて、契約されているオプションの継続意向を確認することを促すポップアップが出てまいりまして、そちらで確認した旨の操作をしないと回線の解約手続きが進められないような仕組みとなっております。

こちらの表ですと、①から④のいずれも継続要否の確認が必須となっております、③のクレジットカードについてのみは、その場で解約の手続ができないのですけれども、御自身で解約手続が必要である旨の案内をさせていただいております。

続きまして、4ページ目です。こちらは御参考としまして、ドコモMAXについて御説明をさせていただいております。当社で提供しておりますドコモMAX、ドコモポイ活MAXでは追加料金なしでDAZN、NBA docomoが視聴可能ですけれども、例えばオンラインで解約していただく際には右下の図でお示しさせていただいているとおり、DAZNやNBAの継続意向を確認させていただくこととしております。

続きまして、5ページ目です。販売代理店が独自に取り扱うサービスについてです。こちらは、販売代理店が独自に取り扱うサービスにつきましては当社の事前承認を必須とする運用としていますけれども、例えばサブスクリプションのサービスなどは月額料金が生じてしまうようなものもありまして、お客様に内容をしっかり御理解いただけるように、事前承認の際に当社で説明ツール、契約書面を確認させていただくこととしております。

こちらの右の下のところには貼っておりますとおり、書面の中では解約の方法として、こういうことが必要ですとか、こういう操作をしていただくと解約ができますというようなものも明記しております、こちらをサービス契約時に御説明させていただくこととしております。

続いて、6スライド目になります。オプションに関する苦情発生状況をこちらで示しておりますけれども、構成員限りとさせていただいておりますので御覧のとおりとなっております。

続いて7ページ目です。苦情発生時の販売代理店の指導状況についてです。代理店で発生した苦情については該当店舗の管轄支社、支店、それから本社のお客様相談室に連携する体制を構築しております。逆に、お客様から直接当社のお客様相談室に入った苦情については、該当店舗の管轄支社、支店に対して速やかに情報連携を行いまして、ドコモの営業担当より該当店舗に改善指導を実施しております。

最後に高齢者の対応について、2ページ、御説明させていただきます。まずは、80歳以上の対応についてです。TCAで定めた自主基準に基づきまして、80歳以上のお客様には御家族への電話での御案内、同伴者への御説明を重要説明事項説明時に御案内必須とする運用としております。こちらにつきましては、左下の重要事項ツールについても御参照ください。

また、当社は昨年12月より電子交付の優先勧奨を実施しているのですが、80歳以上のお客様に関しましては原則、書面を用いた御説明をさせていただく自主的な取組を実施しております。

次のスライド、9スライド目です。65歳以上のお客様に対する対応についてですが、多くの方が御利用されと思います電話、メール、インターネットの操作につきましては、重要説明事項として説明を必須とする運用とさせていただいております。こちらについては、こちらのツールを御参照いただければと思います。

また、先ほど本日のヒアリングで話題になりましたけれども、電子交付の際の電子で交付された書面の確認方法が分からないようなこともありましたけれども、こちらの説明ツールの右下のところに記載のとおり、契約書控えの確認方法ということで電子での書面の確認方法についてもこちらで説明をさせていただくこととしております。

簡単ですが、以上となります。

【平野主査】 御説明ありがとうございました。

続いて、KDD I 株式会社シニアディレクター、渉外・広報本部副本部長兼、渉外統括部長の山本様、御説明よろしくお願いいたします。

【KDD I 株式会社】 KDD I の山本です。それでは、資料3-2より御説明させていただきます。本日は、お時間いただきましてありがとうございます。

それでは、資料1枚目めくってください。本日の御説明事項ですが、3つのお題以外に全体の話も含めて5つのパートから構成されております。

では、スライドの2をお願いいたします。まず1つ目のパートですが、こちらは契約から解約に至るまでの一連の対応についてでございます。契約時、解約時、こちらは入り口と出口でございますが、丁寧なヒアリングを通じたお客様対応を実施するのは当然でございますが、契約中、御利用中のお客様に対しても適宜、必要な情報を提供し、一貫通貫したお客様対応を実施しております。

次のスライド以降で、もう少し詳しく御説明させていただきます。スライドの3をお願いいたします。こちらは契約前、契約時点の手続についてでございます。お客様との認識のそごが生じないように御来店の目的、それから御利用の用途、実態を踏まえた御提案、それから契約内容の再確認を実施しております。まずは丁寧なヒアリング、これでお客様の御利用状況や実績を確認します。それからこのヒアリング結果を踏まえた御提案、当然その料金などのお見積りを行い、こちらもしっかりとお客様に御提示します。

それから重要事項につきましては、動画による重要事項の説明もしますが、それだけではなくてスタッフによる不明点の確認というのを丁寧に実施してまいります。その上で契約内容の再確認と、書面交付を実施させていただいております。

続きまして、スライドの4をお願いいたします。こちらは契約中、御利用中のお客様への御案内でございます。お客様がサービスを御利用いただく場合には当然、料金のお支払いが発生しますので、こういった御利用実績の通知、料金プランの診断というものを、お客様の御利用実績が確定をした段階で、お客様に請求金額の確定をお知らせしながら、今、実際にお客様が使われているプランというものが自分に合っているのかどうか、こういったものの診断についてもできるように御案内をしている次第でございます。

続きまして、スライドの5をお願いいたします。こちらは解約時の留意事項でございます。まず、御本人の確認をした後、対象回線数、お客様が解約したい回線、それから種別をここでしっかり確認し、重要事項というものをしっかりと説明する。このときに当然、その回線の話だけではなくて端末補償サービスなど様々なオプションもございますので、この御利用確認についても実施しているところでございます。本日はオプションについて大きなテーマになっておりますので、次のスライドでオプションについて丁寧に御説明させていただきます。

スライドの6をお願いいたします。こちらは、オプションについて、全体像をお示したもので、様々な形態、類型がございます。ポンチ絵でございますが左下、これが端末、それから下の真ん中、これが電気通信役務、通信サービス、これも移動通信サービスもあれば固定通信サービス、F T T Hなどのサービスもございます。それから右側、これが異業種のサービスということで最近では電気とかガスとか、あるいは金融系、これも銀行、保険、クレジットカード、コード決済など、様々なタイプのサービスがございます。

このオプションにつきましても、例えば左上に代理店様の独自オプションもあれば、通信サービスに極めて近い親和性のあるものとしては、例えば端末で言えば、これは補償サービス、あるいは残債免除のプログラムもあれば、あるいは通信サービスとセットとして御利用されるコンテンツアプリ、こういったものもございます。一方、電気通信サービスとのセットの契約で割り引かれるサービス、これが異業種サービス（電気、ガス、金融等）もあれば、通信サービスの料金プランそのもの（固定通信と移動通信のセット割等）もあります。こういったものが電気通信役務のサービスを解約した際に、それとは独立して継続となるオプションもあれば、電気通信役務の解約をすると自動的に同時解約になるオプ

ションというのもございますので、この辺りをしっかりと丁寧に見極めながら御案内することが必要になるわけでございます。

続きまして、スライドの7を御覧ください。こちらはオプション、先ほど申し上げましたように、我々事業者が提供するものもあれば代理店様独自の商材もございます。特にこちらでは、代理店様の独自商材についての留意事項でございます。

右側のところに書いてありますけれども、代理店の独自サービスになりますと、契約が当社と関係なくお客様と代理店様になりますので、逆にこの責任関係を明確にする必要があります。あるいはお客様が、これはa uが提供しているサービスと誤認しないように、しっかりとこの辺りを明確にお客様に御理解いただくための手続などもございます。あるいは、そのサービスの商品性そのものが適切でないかどうか、こういったものを事前に弊社がしっかりと手続的に承認、申請をいただいた上で、お客様に対して安心して提供できるように販売体制を整えているところでございます。この辺りの監査も年に2回、いろいろとチェックをしているところでございます。

続きまして、スライドの8を御覧ください。こちらは解約に関する留意事項でございます。解約するときにはいろいろと丁寧に対応するのは当然でございますが、弊社の場合、契約前の段階にでも契約するときに解約時にはこういう料金、解約時に生じる料金というものも御案内しています。ただし、お客様は、契約したときのお話は忘れてしまいますから、当然、これは解約をするときに、一番右側でございますけれどもしっかりと重要事項を説明し、解約忘れがないか、これは真ん中のところに同一名義のその他回線についてと書いてありますけれども、これは回線通信サービスだけではなくてオプションについても含めて確認をしているところでございます。

続きまして、スライドの9をお願いします。こちらが高齢者のお客様への対応についてでございます。当然、これは適合性の観点を踏まえまして、お客様の理解度に合わせてゆっくり分かりやすく御説明をすると。それから契約書面の文字も大きな文字ポイントを使うなど、配慮をしてお客様に御案内しています。特に年齢によって65歳以上の場合、それから75歳以上の場合、それから80歳以上の場合、それぞれ留意事項など、様々な弊社としてもマニュアルを用意してお客様にしっかりとご説明、それから代理店様へもしっかりと周知啓発をしながら御案内をさせていただいております。

それから続きまして、スライドの10でございます。ここからは3点、その他の事項でございます。

まず、スライドの10については、これはT C Aでの取組として公表された内容なども踏まえて、弊社においてもしっかりと利用実態を踏まえた御提案を行う、これは先ほど申し上げたとおりでございます。

続きまして、スライドの11を御覧ください。これは端末販売価格の説明についてでございます。これは総務省様の要請文書などの趣旨も踏まえた取組を実施しておりまして、例えば左側にありますけれども、頭金の表示などを含めて、端末の販売価格について契約時の説明というのもしっかりと適正になるように取組を進めております。

右側でございますが、この赤い点線にも書いてありますけれども、店舗ごとに機種の販売価格というのは異なりますと、こういったことをしっかりとお客様にも御案内、店舗の中でもしっかりとお客様に説明する取組もしております。

それからスライドの12、こちらは据置型W i - F i サービスへの説明でございます。これもガイドライン改正を踏まえまして、端末価格や通信料金の負担額について、プライスカードや各種帳票を用いてしっかりとお客様に丁寧に御説明するよう、代理店にも指導しているところでございます。

最後、まとめでございますが、安心して御利用いただくために電気通信サービスそのものやオプションサービスについて、様々なシーンにおける説明、情報提供の充実というのは必要であると理解しております。また、特に適合性の原則が求められておりますので、高齢化社会の進展に伴いまして交渉力の低いお客様への丁寧な対応が必要であると認識しております。こういった取組を継続しつつ、これからも消費者保護ルールの遵守に努めてまいりたいと考えております。

弊社からの御説明は以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは続きまして、ソフトバンク株式会社渉外本部通信サービス統括部約款・サービス部長の平田様から御説明よろしく申し上げます。

【ソフトバンク株式会社】 ソフトバンクの平田でございます。資料3-3に沿って御説明させていただきます。

まず、次のスライドお願いいたします。弊社では、お客様の声というものは非常に重要視をしておりまして各種ショップやコールセンター、また、お客様相談室等へいただいた御相談とか苦情含め、定量的、定性的に分析し、その次のサービスや対応に生かす取組を進めております。

次のスライド、お願いいたします。本日は、その前提のもと、いただいたこの3点について、それぞれ御説明させていただきます。

次のスライドお願いします。まず、オプションの提供状況についてですけれども、弊社としても、お客様の用途に合わせた多種多様なオプションというものを提供しております。一方で右側、構成員限りとさせていただいていますが、そのオプションに対しての、関しての苦情というのは御覧のような状況になっております。少し補足させていただきますと、こちらの件数というのは弊社のコールセンターに入った件数という形になっております。

次のスライド、お願いいたします。オプションの説明に関する販売代理店様等への指導についてですけれども、販売代理店様に対しては定期的なモニタリングや指導というものを実施しております。特に苦情が多いようなことがあれば健全化を図る体制というのを整備しております。実際に店頭でお客様御対応いただく上で、サービスごとに必要な説明事項まとめた接客ツールを店舗に配備したりとか、右下の図になりますが、定期的な注意喚起や、あと覆面調査なども実施し、各種ガイドライン等々遵守状況の確認と改善につなげております。

次のスライド、お願いします。次から解約について、6ページ目、解約に関する御案内の状況について御説明いたします。弊社としては契約の手続時、解約の手続時、両方において注意事項というのを御案内しております。下に載せておりますのは左側が契約手続時の動画とかでの御説明の内容ですし、右側は解約時に帳票としてお渡しするもののサンプルを載せております。

次のスライド、お願いいたします。解約忘れを防止するための措置です。解約の手続の際には同一名義の方で、その他の残回線と書いていますが、残っていればその各回線の契約意思の確認ということを行っております。また、オプションサービスについては回線解約後も継続するものが、端末にひもづくオプションとかについては継続するものもありますので、それについては回線解約後、複数回、下の図にあるような、おはがき等を通じて、引き続きこちらのオプションを継続していくかというような確認をする取組を行っております。

次からが高齢者対応について9ページ目です。当社における高齢者対応の方針としては、店頭での高齢者対応についてはT C A等で決められた業界自主ルールを遵守するとともに、独自の取組というものを実施しております。左側の店頭というのは自主ルールに沿った形

のものになりますが、右側のかんたん帳票というもの、こちらについては御契約時、高齢者の方であれば必ず紙でお渡しするような運用をしているところでございます。

次のスライド、お願いいたします。また、イベントとか出張販売というところでも、店頭の外で行われている場合の接客については、より一層丁寧な説明や契約意思の確認を行う必要があるということで、社内でガイドラインを作成し、注意事項を周知徹底しております。

具体的には下に書いておりますが、代理店様向けのガイドラインに、契約時には御家族への確認または同席を依頼することであったり、サービス内容を丁寧に説明し、利用シーンに合っているか、契約意思はあるかというところをきちんと確認すること。それからスタッフの説明内容と申込み内容にそごがないかというところは、実際にその契約を担当するスタッフというところでダブルチェックするみたいなところ、こういったようなものを定めているところでございます。

次が、その他について12ページ目です。先日の消費者保護ルール検討会での報告書で取りまとめられた事項について、その取組状況の御説明でございます。構成員限りになっておりますが、一番左が店頭での頭金訴求に関する社内周知というところ。真ん中が書面の再提示の取組に関して、こちらもち社内周知というところ。あと右側が据置き型Wi-Fiの端末残債に関する説明というところ。こちら、従来から丁寧な説明が必要だろうということで取り組んでいたところではございますが、改めて記載をしています。

最後のページ、改めまして冒頭にも申し上げたとおり、弊社としましてはお客様の声を真摯に受け止め、引き続き、よりよいサービス、よりよい接客につなげていきたいと考えております。

私からの御説明は以上になります。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは続きまして、楽天モバイル株式会社渉外本部政策渉外室長の小田様から御説明よろしくお願いいたします。

【楽天モバイル株式会社】 楽天モバイル小田でございます。本日は、弊社ヒアリングの時間をいただきまして誠にありがとうございます。弊社における消費者保護に関する取組について御説明申し上げます。次のページをお願いいたします。

初めてお目にかかる方もいらっしゃると思いますので、最初に楽天モバイルの概要についてご紹介させていただきます。楽天モバイル、従来はMVNOとしてサービスを提供していた

事業者でございますが、2020年4月に4Gのサービスとして携帯電話、MNO事業者としてサービス開始をいたしました。以降、5Gですとか、プラチナバンド等割当てもいただきましてサービスを拡大してまいりました。

そして、お客様に対しては安価かつシンプルですが分かりやすいサービスということで、サービス展開、それからプランの改善等を繰り返してまいりまして、今年の11月時点で950万回線のご契約をいただいていると、そういった状況でございます。

次のページをお願いいたします。続きまして、当社サービスの概要について御紹介させていただきます。先ほど申し上げましたがシンプルで分かりやすいサービスということで、当社におきましては月額980円からご利用いただけるデータ通信容量に制限のない段階制のプランとしまして、楽天最強プランを提供してございます。また、iPhone、アンドロイド含めまして幅広い端末をお客様に対してご提供しております。ネットワークにつきましては継続的に整備改善を進めておりまして、人口カバー率99.9%を2023年9月に達成してございます。

また、後発事業者でございますが、現時点において、全国で2,000を超える楽天モバイルショップを展開してございまして、また電話やチャットでのサポートも行っていると、そういったサポート状況でございます。

次のページをお願いいたします。本日は、スライドにございます3点を中心にお話をさせていただきますと思います。

次のページをお願いいたします。弊社が提供しているオプションサービスについてご紹介いたします。お客様のモバイル生活をより安心・便利にする機能を幅広く用意するという考え方から、通信を提供するための基本機能に加えましてエンターテインメントのサービス、それから端末の保証、セキュリティ対策、サポートといった分野でラインナップを展開しております。

一方で、販売代理店様が独自に企画するオプションというのも一部ございまして、これらに関しては当社が事前に申請いただきまして、内容を販売の仕方含めて確認し、承認した上で適用開始いただくという、そういったルールで運営してございます。このように品質等を担保しつつ、お客様に最適なご提案ができるよう取り組んでいる状況でございます。

次のページ、お願いいたします。オプションに関する苦情への対応でございます。まず、苦情の未然防止の施策としまして電気通信事業法の消費者保護ルール、ガイドラインにのっとりまして、また、当社自身のノウハウ等も入れた形でオプションの説明、それから販

売の在り方を販売店の方々に指導いたしております。店舗運営のマニュアル等も作成しております。この中でインシデントの予防の仕方、それから報告の仕方、そういったことを全て網羅した形で作成しましてスタッフにトレーニングしていただいております。

また、苦情への対応につきましては、苦情のご申告を受け付けいたしましたら個別に内容をお客様から伺い、解決方法をご案内することとしております。このご案内に際しましては、お客様のご事情に合わせ、当社としてできる限り柔軟な対応を心がけております。

次のページをお願いいたします。次のページは、ご参考までにウェブサイト上でオプションサービスの選択画面を紹介しております。お客様が各オプションの特徴を事前に確認いただいた上でお申し込みいただけるよう、画面設計等、工夫しております。お客様が納得されたものについてチェックをつけてお申し込みいただくと、そんな仕組みにしております。

次のページをお願いいたします。回線のご解約についてでございます。解約のお手続きに関しましては、当社が提供しているウェブサイト、あるいはアプリで確認いただける「my 楽天モバイル」というツールで完結するようになっております。このツールにつきましては、お客様の画面下部のところから「各種手続」というところで操作いただきますと、そのフローに沿って解約のお手続きが完了する仕組みになっております。また、この操作が難しい場合、電話あるいはチャットによるサポートを通じてオペレーターから操作することも可能となっております。この手続きが完了いたしますと、当社から解約完了のメールをお送りしまして、また先ほど申し上げたmy 楽天モバイル上でもステータスとして解約済みとなるほか、過去、お申し込みいただいた全ての回線について状況が確認できると、そういった仕組みになってございます。

以上が解約の流れでございます。

次のページをお願いいたします。その上で、オプションサービスの解約忘れを防ぐための措置ということで御説明させていただきます。

左側にありますように、当社の先ほどご紹介したmy 楽天モバイル上で、お客様が現在加入中のオプションというのは全て金額含めて一覧でご確認いただける仕組みになってございます。これらのうち、一部回線解約される場合にも同時に解約されないオプションにつきましては個別に、右側にサンプルがございますが、このオプションは回線契約に際して解約しますか、それとも継続されますかということで、お客様に個別に選択いただく仕組みになっております。この際にも、サービスの詳細を適宜確認いただいた上でご判断い

ただけるように、そんなインターフェースを意識した設計にさせていただきます。

次のページをお願いいたします。高齢者の方々に対するご案内の取組でございます。当社におきましては、配慮が必要なお客様に対応する場合に向けた指針を全社的に整備してございます。店舗では、これをマニュアルにしまして全スタッフへ指導する取組をしております。また、電話やチャットでの対応をしておりますコミュニケーションセンターにおきましては、専用の研修コンテンツを作成しましてお客様に寄り添った対応するための基礎知識ですとか、具体的なノウハウを身につけた上で対応できるようトレーニングを実施するなどの取組を行っている次第です。

当社からのご説明は以上です。ありがとうございました。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは最後に、一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会の消費者問題分科会主査、井原様から御説明をよろしくをお願いいたします。

【一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会】 テレコムサービス協会MVNO委員会、井原でございます。よろしくお願いいたします。それでは資料3－5に基づいて、オプション、解約、高齢者対応に関するMVNOの取組状況について説明いたします。

MVNOの委員会からの説明は、各社からのヒアリング結果を基にまとめた内容となりますので、MNO 4社と異なりまして個別具体的な対応内容になっておりませんので、事前におわび申し上げます。2から4ページは、テレコムサービス協会の概要となりますので説明を割愛いたします。

5ページを御覧ください。まず、消費者問題等に関するMVNO委員会の取組を説明させていただきます。MVNO委員会では、消費者問題に関しての共有や議論の場として毎月、消費者問題分科会を開催しております。また、消費者保護等に関する各社の取組について適宜、ヒアリングを実施し、その結果を通じ、業界全体の課題の整理を行い、問題改善に向けた議論や情報共有を実施しております。

6ページを御覧ください。次に、MVNOの特徴について説明いたします。MVNOの契約は、ウェブやアプリを使った非対面が基本です。対面契約は一部の事業者のみで、家電量販や直営店での対応となっております。また、大手事業者のキャリアショップのような代理店運営の専門店網もございません。サポートについてもコールセンターやオンラインチャットが中心となっており、端末販売もオンライン販売が主流で対面での販売は限られております。

なお、MVNOはオンラインが中心であり、MVNO特有のトラブルがあるため、テレサ協にてMVNOサービスを検討されている方向けの注意事項をまとめたチェックポイントを公開しております。

7ページを御覧ください。ここからが本題の説明となります。回答いただいた13社が、こちらとなっております。

8ページを御覧ください。MVNOのオプションサービスについてです。MVNOは非対面契約が主流で代理店を持たない事業者も多いため、代理店独自のオプションはほぼありません。代理店がある場合でも事業者が用意したオプションのみを販売するケースが一般的で、独自オプションが存在する場合は事業者の承認を必要としておるんですが、実際にこうしたケースは発生していないということです。

次は、オプションに関する説明や苦情の対応状況です。9ページを御覧ください。オプションに関する代理店への説明は重要事項説明書やチェックシート、研修・OJTを通じて行われています。代理店での苦情に関するモニタリングを定期的を実施している事業者はなく、苦情発生時の対応にとどまるケースが多いです。オプションに関する苦情件数は全体的に少なく、件数が多い事業者でも年間10件から40件程度となっています。

苦情内容は、キャンペーン付与のタイミングや端末保証サービスの不具合などで、対応は個別説明や返金を中心となっています。また、代理店起因の苦情も少なく、発生時にはメールや電話で是正指導を行っております。

次は解約についての説明です。10ページを御覧ください。MVNOの解約は、ほぼ全事業者でオンライン手続が基本となっています。解約月の料金や端末の残債などの解約の注意事項についてはオンライン画面で説明されます。店頭での解約受付は一部の事業者のみとなっており、また解約後はメール通知が一般的でマイページでも確認ができます。解約後のログイン可能期間は事業者によって異なっておるんですけれども、おおむね2か月から9か月程度となっております。

次は、解約に関する苦情と防止策です。11ページを御覧ください。解約忘れに関する苦情は事業者によって異なるんですけれども、多いところで年間30件程度となっています。内容は、端末補償オプションの解約忘れや回線解約の誤認が中心となっています。防止策として、解約後に注意喚起メール送付や請求確定通知時に案内する対応がとられています。また、違約金や手数料はほとんどの事業者で徴収しておらず、一部で最低利用期間内の解約や音声SIM解約時に1,000円程度の手数料があります。

次は高齢者対応です。12ページを御覧ください。今回のヒアリングでは、高齢者の苦情が増加している具体的な事案はございませんでした。理由として、MVNOは契約がオンライン中心であり、過剰な勧誘もなく、サービス設計もシンプルで複雑な割引やセット販売がないためと考えます。ただし、総務省調査ではMVNOでも60歳以上の苦情が増加しており、今後も丁寧な説明や対応が必要と考えますので、MVNO委員会としては引き続き実態把握や優良事例の共有などを実施していきます。

13ページで具体的な対応について説明いたしますので、13ページを御覧ください。各社、高齢者に対しての明確な取決めはないものの、電話対応での会話の速度や専門用語を使わないなどに配慮する事業者もごさいます。店頭では理解度確認や家族同伴を推奨するケースもあります。また追加対応として、契約後の利用料状況を確認するサービスを提供している事業者や、65歳以上への配慮説明を行う事業者もごさいます。また、高齢者に対して過度の勧誘は行っておらず、電話勧誘を行っている事業者は録音を義務づけているとのこと。

最後、その他の対応です。14ページを御覧ください。スマートフォンの端末販売の提案に関して、利用状況等についてヒアリングを行う事業者がある一方で、ウェブのみでの情報提供にとどまる事業者も多いです。また、スマートフォン自体を取り扱っていない事業者もごさいます。タブレットやアクセサリーの取扱いに限定的となっておりまして、大手事業者のような頭金や端末返却型プログラムもごさいません。

据置き型Wi-Fiや異業種サービスのオプションもほぼごさいませんが、一部事業者にて自社の固定回線でのセット契約が提供されている状況でごさいます。

MVNO委員会からの説明は以上でごさいます。

【平野主査】 御説明どうもありがとうございました。

それでは、ただいまのそれぞれ各社団体等からの御説明につきまして、御質問ある方は御発言またはチャットでお知らせいただけますでしょうか。

なお、委員の皆様におかれましては、本日の資料の中で委員限り、構成員限りと記載している箇所の内容が類推等されないように、御発言の際には御留意いただけますようお願いいたします。うっかりと、そこについてしゃべってしまうことがたまにごさいますので、そこは御留意いただきたいと思います。

それでは、御質問等お受けいたしたいと思います。

吉永先生よろしくお願いいたします。

【吉永委員】 東北大学の吉永と申します。本日は御説明ありがとうございました。前半の消費者団体様も後半の事業者様も、ありがとうございました。一つは意見というか感想、それからもう一つは事業者さんサイドに対して簡単な質問ですけれども、お伺いしてみたいと思います。

一つ意見というか感想というのは、今日前半の消費者団体側のお話を聞いているところ、なんてひどい問題、解決を要する緊急の問題が起きているのかとを感じる一方で、後半の事業者さんのお話を聞いていると頑張って対応しているじゃないかと、件数としては必ずしも多くないのだというような感じでありまして、その辺り、苦情件数をきちんと把握する、しかも事案の類型を丁寧により分けながら把握をして、しかもそれがどういうふうに移っていったのかというのをきちんと見て対応を考える必要があると思いました。

事業者さんもいろいろと工夫していращやることが今日の説明ではよく分かりましたが、それが件数の減少という形に結びついているのかどうかというところをきちんと見極める必要があるというのを感じたのが、感想ないし意見です。

お伺いしてみたいことというのは、オプションのとりわけ解約の場面についてですけれども、ごく単純なお話で、オプションについて販売店のところで勧誘したりとか、契約締結なんかについてもお客さんからの契約申込みを引き受けることができるのに、解約はそれをワンストップで受け付けることができないのはどういう契約内容になっているのかということです。

オプションのサービス自体の提供事業者と、実際のMNOさんなのか販売代理店さんなのか分からないですけど、その間の仲介契約というのでしょうか、その内容次第なのかとは思いますが、何かもし、そここのところで御教示いただける方がいらっしゃったら聞きたいと思いました。

ありがとうございます。以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。まず、御意見ありがとうございます。それから御質問、受付は代理店でいろいろできるのに解約はできないような場合、どういう契約構造かという御質問です。ドコモ様、どうでしょうか。

【株式会社NTTドコモ】 吉永先生ありがとうございます。NTTドコモです。

私たちのほうでは、先ほどの御説明資料の3スライド目のところに記載させていただいておりますとおり、当社が提供するオプションについては、基本的にはその場で解約もお受けすることができる仕様となっております。ただ、クレジットカードにつきましては、

金融の領域であることから使っているシステムが少し違うこともありまして、その場で受付できないものもあることになっています。

あと、もう一つは代理店の独自のサービスにつきましては、こちらは当社で提供しているものではないこともございまして、それぞれの独自サービスの提供の事業者側の解約方法によることになっておりますので、我々としてはその解約の方法につきまして契約書面で代理店にはきちんと説明をしていただく、そういうような管理、運用とさせていただいております。

以上となります。

【平野主査】 ありがとうございます。ほかに、KDD I 様、どうでしょう。

【KDD I 株式会社】 基本的にはドコモ様の御回答のとおりとほぼ同じでございます。まず一つは、代理店独自の商材につきましては、これは契約関係、当社が直接ではないので、その商材の契約先をしっかりと御案内するように代理店には指導しているところでございます。

それからもう一つは、先ほどクレジットカードの御案内もありましたが、例えば銀行とか保険も含めて金融系のところなどは、解約のところはそれぞれの金融機関との契約でございますので、これについてもしっかりとまずは御手続先をお客様に丁寧に御案内すると、こういった形で解約の手続を済ませてくださいと、御案内できるのはここまでという形になります。

以上でございます。

【平野主査】 ソフトバンク様、いかがでしょうか。

【ソフトバンク株式会社】 ドコモさん、KDD I さん、おっしゃっていただいたのと弊社としてもおおむね同じ形になっておりまして、弊社自身で提供しているオプションであれば、もちろんその場で解約はできますけれども、そうではない代理店独自のオプションであるとか、別の提供主体が提供しているオプションサービスとなりますと、ものによって扱いが変わってきますので、最初の契約時のときに解約の方法というところは御説明しておりますので、あと、お問合せをその場でいただければというか、ヒアリングもして解約方法というのは御案内するような運用になっております。

以上になります。

【平野主査】 ありがとうございます。

楽天モバイル様、どうでしょう。

【楽天モバイル株式会社】 弊社もドコモ様、KDD I 様、ソフトバンク様と同様でして、当社自身で提供しているオプションサービスについては解約忘れ等がないように、しっかり我々が責任を持ってご説明等させていただく仕組みになっておるのですが、代理店様が独自で提供されているサービスにつきましては、それぞれの代理店様、あるいはオプション提供元の会社様に解約のご連絡を個別にさせていただく必要があることになっておりまして、そういったご説明を契約時にしっかり書面等をもってお客様にご説明するようにということで、代理店を指導している次第でございます。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。

テレコムサービス様は関係が、一応、何かあれば御発言をいただければと思います。どうでしょう。

【一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会】 MVNOの場合は代理店独自のオプションがないという説明を受けておりますので、恐らく今のような問題が発生はしてないと考えております。

以上でございます。

【平野主査】 どうも皆様、ありがとうございます。

先生、よろしゅうございますでしょうか。

【吉永委員】 ありがとうございます。大体想像のとおりではありますが、つまり解約の意思表示の取次ぎすらできないのであれば、どうして契約締結の意思表示の取次ぎはできるのだろうか、つまり、契約締結のほうがよくばど説明とか申込みの様式とかが複雑だと思いますので、そちらのほうが難しそうなものというのが若干素朴な疑問だったということです。ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

それでは次の方浅川先生、よろしくお願いいたします。

【浅川委員】 日本総研の浅川です。本日は各社様、御丁寧な御説明ありがとうございます。私からも意見と1点質問させていただければと思います。

スマホやF T T Hというのは、若者にとってはインスタとかS N S、最近だとYouTubeの道具という意味合いが強いと思いますが、特に高齢者の方にとっては場合によっては生死に関わる生活インフラ、伝達手段という側面もあるので、その重みというものを十分に踏まえた丁寧な説明ですとか、法令遵守の取組というものは必要不可欠かと思っています。

そういった意味では特に交渉力の低い消費者、高齢者に対しては、ある意味ちょっと通常のお客さんとはギアを変えた丁寧な対応というか、そういったものが通信事業者様、販売代理店様も含めて、そういった意識、ある意味、社会的な責任というようなものの醸成が大切になるのではないかと、私としてはそのように考えております。

本日御説明いただいた各社様におかれましては、それぞれ工夫を凝らして高齢者に対して丁寧な説明、対応されている、販売店の指導なども含めて丁寧になされている実態を理解することができたというところで大変な御苦労だと思います。

そこで1点質問なのですが、そういった種々の取組に合わせて、どこまで消費者御自身が自分の契約やサービスを理解しているか、理解度という軸で定期的にモニタリング、定量化して、それをKPIとして高める取組をしているか。例えば今日いろいろな御説明いただいた各社アクションあると思いますけれども、そういった理解しているか、理解度というところを上げるための各種アクション、そういうふうにアクションに反映しているか、そういったような取組がなされていれば、その一端でもお教えいただけるとありがたいなと思っております。

苦情という観点では、モニタリングされている事業者様は非常に多かったかと思いますが、タイミングとしてはそれよりも少し前の段階、本当にそもそもの理解度、本当に理解しているのかというところの把握、そういったところがどうなのかと思い、質問をさせていただきました。よろしくお願いいたします。

【平野主査】 ありがとうございます。

それでは、今の御質問、御理解度がどのくらいかというようなことを何か把握をされていらっしゃるかどうかということでございます。

ドコモ様、何かそういう認知度のようなものを把握とかしていらっしゃるでしょうか。

【株式会社NTTドコモ】 浅川様、ありがとうございます。

かなり難しい御質問だなと思っております、理解度という意味で一律の理解度を測るような何か取組をとっているところは、特に当社側で特段、これといったようなものは実施していないのが現状かと思っております。お客様の対応の現場では、例えば高齢者であれば皆、こうであるというものではなくて、個々それぞれのお客様がそれぞれの理解というか、背景に応じて契約をされているということですので、その場その場で、その方、目の前の方の利用状況や理解度等に応じた説明を実施することはしております。

あとは苦情等の中から、例えばこういうことに関する苦情が多いようなものの傾向が見

えてきたときには、現状の説明では分かりにくいのだというようなことが分かりますので、説明の工夫をすると等の対策の検討を実施しております。

以上となります。

【平野主査】 ありがとうございました。適合性の確認をされていることと、傾向から対策を考えていらっしゃるのと理解いたしました。

KDDI様はどうでしょう。

【KDDI株式会社】 こちら今ドコモ様の回答とほぼほぼ同じにはなりますが、一番大事なのは加入をされる、契約をされる時にしっかりとお客様の御理解度、適合性を踏まえて丁寧に御案内する、これがまず何よりも一番大事なことだと理解しております。

一方で、長年使っていただいていると、例えばいろんな新しいプランというのが続々と出てくるわけでございます。そのときに今、私が入っているサービスって本当に自分に合っているのかという疑問をお考えになる。そういったものにつきましては本日私ども、プレゼンでスライドの4で御説明しているとおり、お客様が疑問に持たれたときにはしっかりと今のお客様の御利用のプランが合っているのかどうか、こういったものは分かりやすく御案内できるような仕組みはつくっております。

ただ、そうではなくて全ての何千万というお客様の理解度を一斉に把握するのは、なかなか難しいところでございまして、そういう意味では先ほどドコモ様からお話ありましたように、例えば問合せですとか、何かおしかりとか苦情みたいなものがあつたときに、それはお客様の声をしっかりと分析して、それを次の事業に反映させていくと、こういった取組はやっているところでございます。

一旦、以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

ソフトバンク様、どうでしょう。

【ソフトバンク株式会社】 我々も理解度というとなかなか、どう図るのか難しいところはありますが、弊社ですと店頭で御契約いただくと大体、その日もしくは翌日に御契約いただいたお客様に対してアンケートのお願いをしております、その中で御契約内容の満足度はどうでしたとか、あとは御不明な点はございませんかというような追加での確認というのを、振り返る機会というのを設けておりますので、その中で気づきとか、そういえばここ分からなかったなみたいなものがあれば、またお問合せいただいで対応させていただくような対応をとっております。

簡単ですが、以上になります。

【平野主査】 お客様アンケートされているということでございますね。

楽天モバイル様、どうでしょう。

【楽天モバイル株式会社】 弊社におきましてはソフトバンク様と類似というか、タイミングが違いますが、実際店頭で御契約いただいた後にA4、1枚で、相互でお客様と契約内容を確認するシートというのを用意しておりまして、お客様に契約内容についてサマライズしたものを幾つかチェック項目として設けまして、お客様ご自身で、これは理解したかどうかということをチェックいただけるシートをつくったり、そこでお客様として、これは何だろうというのがあったら追加で補足ご説明差し上げると、そういった取組をしてございます。

加えまして、ドコモ様、KDDI様からありましたようにコンタクトセンター、お客様サポート窓口で多数ご質問いただく項目につきましては、重要事項説明書を改善するとか、説明をどう改善するといった、そういったフィードバックをする取組を継続的に行うことで、お客様のご理解の醸成に努めております。

一方で、ご契約後で時間がたってご理解が薄れていないか等の継続的なチェックについては今、取組として行えていないところでございます。

以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。チェックシート等の御対応をされていらっしゃるということで。

最後になりますが、テレサ協様、何かございましたらよろしくお願いいたします。

【一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会】 御質問ありがとうございます。具体的な、どこの事業者ということの御説明はしませんけれども、御契約の4か月後に改めて御来店をいただいて、お客様の契約状況、料金プランとか、例えば通話のオプション等に関して実際の御利用状況と合っているかという確認している事業者もございます。

こちら例えば、かけ放題に入っていなかった場合と入っている場合での料金を実際の料金と比較して、実際に、かけ放題に入らないほうが安かったのであれば、その場で外すようなサービスを提供されていますので、これはお客様個別に使い方が異なりますので個別の対応として契約後、理解を深めるということをされている事業者であったり、あとアンケートとかインタビューを実施されている事業者もございますので、MVNOの場合は個別に様々なサービスを提供されているので、全てがこういう対応しているわけではないで

すが、参考として御説明させていただきました。

以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございました。契約期間中の御対応されている事業者もいらっしゃるということでございますね。

浅川様、よろしゅうございますでしょうか。

【浅川委員】 はい、ありがとうございます。各社様、難しい中、独自の取組をされていることがよく理解できました。時間がたつと、それなりに忘れてしまって不一致が出て、そこから苦情に至るケースがアンケート等でも見られるので、そこは引き続き皆様、御苦労しながらも努力されているところを理解いたしました。ありがとうございました。

【平野主査】 ありがとうございました。

次に主婦連合会の木村たま代様、よろしくお願いいたします。

【木村（た）委員】 主婦連合会の木村です。御説明ありがとうございます。皆様、大変工夫されていることはよく理解いたしました。

その上で1点質問がありますが、楽天さんの説明をお伺いしていて、9ページ目でオプションサービスの確認画面というのがありまして、これは契約中も見られると理解していますが、こういった契約中でも確認できるような画面が他社さんもあるのかどうかというのがお伺いしたいことです。

そして、その一覧画面があるとした場合に、自分が契約している内容が利用者にとってみると、代理店独自サービスがどうかというのは理解がなかなか難しい点もありますので、一覧に載せる範囲は独自のサービスだけなのか、それとも代理店のサービスも載っているのか。例えば電気とかカードみたいな異業種のものもオプションとして、その一覧に、もし一覧があるとしたら載っているのかということがお伺いしたいと思います。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。

それでは、また順番でドコモ様、どうでしょう。契約期間中もオプションを確認できるようなサービスがあるのか。特に代理店様の独自の部分、その辺のところをお伺いできればと思います。よろしくお願いいたします。

【株式会社NTTドコモ】 木村様、御質問ありがとうございます。

オプション契約中に一覧で見られるようなものがあるかというところ、こちらはMy docomoというサイトで、当社提供しているサービス等につきまして一覧で見ることができ

る仕様となっております。

代理店の独自のサービスについてですけれども、こちらは、当社の電話料金と合算でお支払いいただくお支払い手段を選んでいただいている場合には、そちらは代理店独自サービスについても載ってくるような仕様となっておりますので、全てではないのですけれども一部載ってくるものがあるということとなっております。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。 KDD I 様はどうでしょうか。

【KDD I 株式会社】 私どもも、お客様のオプションの加入の状態というのは弊社もMy auというポータルがございまして、そのMy auを御覧いただくと、そのオプションサービスの加入中というものが具体的に分かるようになっております。

代理店の独自商材につきましては、弊社では、お客様では御確認いただけない状況になっております。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。

それでは、次が楽天モバイル様、よろしくお願いします。

【楽天モバイル株式会社】 弊社、画面は木村様からご指摘いただいたように提供しておりますのですが、こちらに関しましては、代理店の独自のオプションサービスについては掲載されない仕組みになってございます。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございました。

ソフトバンク様お願いします。

【ソフトバンク株式会社】 弊社もMy Softbank、My Y!mobileというマイページございますので、そちらでオプションの一覧というのは確認できるようになっております。

一方で、代理店さんの独自オプションについては、あくまで独自というところで弊社としては関与していないサービスになりますので御覧いただけないですが、その独自オプション自体、弊社はあまり数が多くないと聞いていますので、そのことに関する問合せ、苦情みたいなのはあまり見られない状況でございます。

以上になります。

【平野主査】 ありがとうございました。

テレコムサービス様、何かございましたらよろしくお願いします。

【一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会】 MVNO委員会、井原でございます。各社マイページでオプションは確認が一覧でできるかと思われます。また、代理店の独自オプションは現状の取扱いがないということなので、そこは問題がないかと考えております。

以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

ということで木村様、どうでしょう。

【木村（た）委員】 ありがとうございます。代理店独自サービスは、docomoの一部以外は一覧にないということは理解しました。何か腑に落ちませんが。というのは、料金としては一緒に引き落とされる場合もあるので、利用者から見ると、なんだかなという。もっとオプションはこれだという確認ができるのが本筋だと思うので、そこは今後御検討、もちろん契約形態が違ってしまうえばそれまでですけれども、でも料金は一緒に引き落とすよねという場合もありますので、御検討いただければ解約トラブルが減るのではないかと感じた次第です。ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

次に牛房先生、よろしくお願いします。

【牛房委員】 事業者様の説明、大変分かりやすく、また、いろいろな御苦労されていることがよく分かりました。どうもありがとうございます。

私からは、私自身は経済学が専門分野で、また原因と結果を考える因果推論を専門にしております。そういったことを前提で御質問させていただければと思います。

まず、各事業者様が工夫されてトラブルや苦情をどう減らしていくかということを紹介していただいてとても勉強になりましたが、こういったトラブル、苦情に対応する工夫を行ったことで実際にどれぐらい苦情件数が減ったのか、取り組む前、取り組む後の変化についてデータとしてどこまでとられて把握されているのかについてお伺いできればと思います。

以上です。よろしくお願いいたします。

【平野主査】 ということで、対策前後の数値の違いから因果関係を推認したいという御期待、御希望だと思います。トップバッター、ドコモ様、どうぞごしまししょう。

【株式会社NTTドコモ】 牛房先生、ありがとうございます。

一律に何か件数をということではなくて、例えば今、特にトラブルになっている事例が

ありますというようなときには、特別に委員会等が弊社の中でもありますので、そういった中で件数等の推移を把握、確認をしながら対処の方法について議論をしていっているような状況でございます。

以上です。

【平野主査】 ではKDD I 様、どうでしょうか。

【KDD I 株式会社】 私どもも全て精緻に効果測定というものをできているわけではございませんが、当然、大きないろいろと改善点をした場合には、社内的にはそれをどれぐらい効果があったかというものを、全て定量的というわけではございませんがしっかりと把握して、事業に反映させていただくことをしております。ただ、それを何か定量的な数字で公開しているとか、そういったことはできる状況にはないということでございます。

以上です。

【平野主査】 次にソフトバンク様、いかがでしょう。

【ソフトバンク株式会社】 弊社としても苦情の件数、総数という意味で各対象との因果関係というのは全て把握できているわけではないですが、もちろんその時期、時期に応じて多い苦情であるとかあれば、それに向けた対処をして、その結果どうだったとか、また、サービスとかについても各お客様の声、苦情に限らずですけれども、いろいろ分析をした上で次のサービスにつなげていくとか、次の対応につなげていくような取組をしているところでございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

楽天モバイル様、いかがでしょうか。

【楽天モバイル株式会社】 弊社におきましても、網羅的に全ての苦情について縮減をということではないですが、個別の苦情テーマ、あるいは何らかの取組につきまして改善をしようという場合には、プロジェクトを部署横断で組みまして対処しております。その際に、お客様の苦情というのも一つ大きなパラメーターになりますので、それをK P I の一つとして設定しまして改善、取組前と後でその数値を分析することは、個別の取組としてはございます。

以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございます。

テレサ協様、何かございますでしょうか。

【一般社団法人テレコムサービス協会MVNO委員会】 MVNOの場合は各社、本当

に様々かと思いますが、一つの対応方法として例えば応答率を一定期間見ていくであるとか、応答件数というところで自社のサービスに問題が起きていないかとか、問合せが多く発生するようなサービスじゃないかということをチェックしている事業者もあるかと思っております。

以上でございます。

【平野主査】 ありがとうございました。

牛房先生、よろしゅうございますでしょうか。

【牛房委員】 ありがとうございました。

【平野主査】 それでは黒坂様、よろしくお願いします。

【黒坂主査代理】 慶應大学、企の黒坂でございます。皆様、御説明ありがとうございます。質問が2つありまして、さらにそれを踏まえて多分コメントさせていただくことになるかと思えます。

まず、ドコモの皆様への質問ですが、資料の5ページ目になろうかと思えます。代理店独自のサービスの事前承認をされているような御説明があったかと思えますが、確認ですけれども、これはサービス内容についてドコモの皆様が代理店の売ろうとしているものについて適正なものかということをチェックする一方、代理店とベンダーさんであるとかサービスプロバイダーさん、商材を持ち込んでいる方々の間の契約であるとかインセンティブの条件であるとか、こういったところには直接は介入されていないと一般的にも考えられるかと思えますけど、この理解でまず正しいでしょうか。まず、こちらからお願いいたします。

【平野主査】 それではドコモ様、今の代理店独自のサービスへのチェック機能の内容ですかね。よろしくお願いします。

【株式会社NTTドコモ】 黒坂先生、ありがとうございます。

今、御質問いただきました5スライド目の販売代理店が独自に取り扱うサービスについてですけれども、まず、当社で事前に確認する内容は、おっしゃるとおりサービスの内容等についてとなります。先ほどおっしゃっていただいたとおり、我々としてはベンダーと代理店との間の契約について何らかに関与するようなことはございません。

以上でございます。

【黒坂主査代理】 承知いたしました。ありがとうございます。

続いてKDDIさんに質問なのですが、KDDIさんの資料6ページ目のところです。

ここで電気通信役務以外のオプションは様々なので丁寧な議論が必要だと、趣旨はこれとおりに思っておりますので、その前提で一つ、これも質問ですけれど、こういった電気通信役務以外のオプションとして提供されるサービスについて、解約の方法であるとか、返金の方法といったことをベンダーさんやサービスプロバイダーさんと何らか交渉をすることというのはあるでしょうか。あるいは一般的に、ここは先方の出している条件ということをやほどおかしなことでない限りは受け入れるようなことが多いものなのでしょうか。ここを教えていただいてよろしいですか。

【平野主査】 それではKDD I 様、この異業種サービスのところで御対応について御教示願います。

【KDD I 株式会社】 まさに、このオプションの中にもいろいろとございます。先生の御質問にストレートに答えられているかどうか分かりませんが、例えばベンダー、サービスプロバイダー、これも例えばコンテンツとか様々いらっしゃるわけでありまして。あるいは電気、ガスの場合もまたこれは毛色がやや違うところでございます。

その扱う商材、あるいはその提供条件について、例えばコンテンツのブロードバンドでパッケージみたいなものもあったりしますが、当然そういったことはお客様に最終的に提供するときにはどういうふうな条件にするかというのは、このそれぞれのコンテンツプロバイダーであったりといろいろと協議をさせていただくわけでございます。

あとは解約をするときに、これも細かいこと言いますと、電気通信役務を解約したときに自動で解約するものもあれば、そうでないものもあったりと、ケース・バイ・ケースになります。ただ、基本的には電気通信サービスの基本料金プランを解約したときに、このコンテンツについても例えば解約しますということがあれば、それはしっかりお客様に御案内することになりますので、その辺りについてもベンダーとは個々にお話をした上で、最終的にはお客様に御案内する形をとっております。

以上でございます。

【黒坂主査代理】 ありがとうございます。以上の質問を踏まえまして、私から手短に3点コメントさせていただきます。

まず1つ目、先ほどのドコモさんへの質問ですけれども、お話を伺っていて間違いなくそうだろうと思って確認の質問させていただいたのですが、販売代理店さんとベンダーやサービスプロバイダーさんの取決め、この2社の契約において行われるサービス提供、オプション提供、これに関しては、NTTドコモさんが介入する立場にないケースも多々あ

ろうかと思います。ここ、いたずらに介入すると、何でそこにドコモさんが入ってくるの
というような契約法上の問題等も出てくるかと思います。

逆に申し上げますと、販売代理店さんがここについては、ある程度、責任を持ってきち
んと管理していかないといけないところも出てくるかと思います。代理店は御存じのと
おり、今、届出制で電気通信事業法の下にあるわけですので、すなわち電気通信事業者だけ
でなく代理店自らも、ここについて一定の役割、責任を持って取り組んでいただくことが
必要になってくるだろうということが、恐らく議論としてあるのだろうと理解いたしました。
こういった点を今後議論できるとは思っています。

2点目が、ここ、これはもう法的な義務や責任の話ではないですが、恐らくキャリアシ
ョップだからこそ、うちの商品を売ってほしいと考えている。これは営業力であるとか信
用力であるとか、そういったことを評価してキャリアショップに、ぜひうちの商材と思
っていらっしゃる方々がサードパーティーとして結構いらっしゃるということだと思いま
す。

こういった状態だとすると、そのキャリアショップの信頼であるとか営業力にふさわし
い、消費者から見た解約や返金の条件ということ、求めるというよりも促すというのぐ
らいかもしれませんが、こういった取組というのも場合によってはあってもいいのかも
しれないと。これ、再三申し上げたとおり法的な義務や責任の話ではないものの、こうい
ったことがどれぐらい可能なのかということは今後少し検討してみてもいいと思いました。

最後3点目、各社が御説明になっている高齢者対応のところですが、これ、一般論で
すけれど、リテラシーのばらつきが恐らくこれまで以上に発生しているだろうと思いま
す。これ、実は年齢とあまり関係ないところも出てきているかと思います。ですので、高
齢者だからと外形的に年齢で区切って守られる部分と、そうでない部分というのが場合によ
ってあるのではないかと。

例えば、適合性の原則の元祖である金融分野だと、リテラシーチェックの試験というの
を年齢に限らず求めているケースが商品によってあるわけです。信用取引なんかをする
ときには、必ず年に1回ぐらいテストを受けさせられるということがあります。ですので、
こういったことを踏まえて、リテラシーチェックみたいなものを例えば導入することがで
きるかどうかというような、これが例えば要件を満たしていれば一定期間、例えば手続が
簡素化されるであるとかというような発想が可能かどうか、こういったことも今後議論で
できると思いました。

アジェンダ出しみたいな形で恐縮ですが、以上でございます。ありがとうございます。

【平野主査】 貴重な御意見ありがとうございました。あとお二人お待ちです。ちょっと時間が足りないので、足りない部分には後で事務局に御連絡をいただければと思います。

それでは、木村嘉子様、よろしくお願いいたします。

【木村（嘉）委員】 木村です。御発言、各社の御発表ありがとうございました。各社とも工夫の限りを尽くしておられると思いました。にもかかわらず、なぜトラブルが減らないのかというと、今の御説明から分かるようにサービスが多角化して複雑なためだと思います。もちろん個人的には、事業者から定期的に月額のお知らせや料金改定のお知らせが入って、マイページを見ろというシステムになっているため、定期的に確認できてありがたいと思っています。

それからまた、サマリーペーパーのフォーマットの統一の件ですけれども、既にガイドラインの60ページに書面交付義務の説明として記載すべき見本が載っているので、相談現場としては、こういうものがあると実際に書面を見ていなくても、何番目にこう書いてありませんか、それを読んでくださいということができるので、非常にそれを望んでいます。TCAが主導して作るのか分かりませんが、御検討をお願いしたいと思います。

以上です。ありがとうございます。

【平野主査】 ありがとうございます。青柳先生、よろしくお願いいたします。

【青柳委員】 青柳でございます。皆様、御説明いただきましてありがとうございます。大変丁寧に御説明いただきましたし、また、論点等もかなりいろいろと分かってまいりました。

質問でございます。DXの進展にしたがいまして、先ほど黒坂委員も御指摘をされたと思いますが、デジタルのリテラシーのギャップというのは非常に大きくなっていく中で、苦情をお伝えすること自体が難しいようなことも出てきていると思います。こちら、消費者問題、消費者側から見ればダークパターンと見られてしまうと思います。

もちろん事業者様側にはそういった意図がなかったとしても、そのギャップの大きさゆえに、そういったことが生じてくると思います。こういったことについて何か今後、お取組などをされるような、あるいはもう既にされているかもしれませんが、そういったことについて御説明頂戴できればなと思っています。

以上です。

【平野主査】 ありがとうございます。時間の関係でお一方だけ、ドコモ様、何かござ

いますでしょうか。声を上げにくいような高齢者等に対してのお考えとか、御検討していることとか、やられていること等あれば御教示願います。

【株式会社NTTドコモ】 ありがとうございます。声を上げにくい方がいらっしゃるの御指摘のとおりかと思いましたが、ただ、現状では私の把握している限り、当社として声を上げにくい方に対して何かしているということはないとは思いますが、先ほどキーワードで上げていただいたダークパターンということに関しましては、最近でもいろいろなところで課題視されているところでして、ダークパターンに関する社内の周知啓発等を実施しているところです。

あまり明確な回答になっていなくて申し訳ないですが、青柳先生、いかがでしょうか。

【青柳委員】 ありがとうございます。

【平野主査】 時間の関係で最後に森先生、よろしくお願いいたします。

【森委員】 ありがとうございました。いろんな取組をされていることが分かりました。私からは、御質問というよりは伺った上での方向性について簡単に申し上げたいと思います。

その前に吉永先生の御指摘の、契約はできるけれども解約がそこでできないのはどうかというお話は、これは全くごもっともなこととして、それに関しては正当性がないので、27条の2ですか、解約妨害行為に該当する可能性があるのではないかと思います。もし間違っていたら事務局で御訂正をいただければと思います。

あと、この全体的な方向性として、まず、もちろん説明が重要ですし、その説明を何らかの形で工夫していくべきだと思いますが、先生方御指摘のとおり契約内容の複雑化ということですね。そして、それに対する消費者の、そこまで追いついていけないという認知能力の限界ということを考えますと、説明内容を工夫するとか丁寧にするというのはある程度、限界に来ているので、契約の中身とか契約手続とか、そういうところを工夫していくことが重要だろうと思います。

その意味で、ドコモさんから能動的にオプション契約を受ける、自社オプションを受けるといった話がありましたけれども、契約締結の段階では消費者の能動性というものを重視していただくべきだと思いますし、解約の段階では、さっきみたいに解約しにくくなっているのはこれもダークパターンだと思いますので、解約はすぐにできるようにする。

そしてソフトバンクさんですかね。解約しますかという催告をする、これも重要なことだと思いますので、入るときには慎重に入れるようにし、出るときにはすぐ出るようにす

る方向にどうしてもしていただく必要があるんじゃないかと思っております。

最後に、これはもしかしたら説明のほうかもしれないですが、木村嘉子さんがおっしゃる短い契約内容のテンプレートを手元に置いて見られるようにすることは重要だと思しますので、これは法制度化を検討する余地があるのではないかと思います。

以上です。

【平野主査】 貴重な御指摘、サマライズありがとうございました。

それでは本日の議事、以上となります。

本日、時間の関係で十分に御発言いただけなかったこと等ございましたら、事務局までお寄せいただきますようよろしくお願いいたします。

本日は事業者様、団体様、御協力ありがとうございました。それから構成員の皆様も示唆に富む御意見、御質問ありがとうございました。

本日はこれにて閉会といたしたいと思えます。失礼いたします。