

# これまでの会合における主な意見

---

令和8年3月5日  
事務局

# 第1回会合における主な意見

- 諮問の概要（「消費者保護ルールの変更適正化とDX時代への対応の在り方」）及び消費者保護政策委員会における今後の検討課題について事務局から説明を行った。
- 初回の会合となるため、各委員からの紹介を含めた意見交換を行った。

## <議事次第>

1. 開会

2. 議題

(1) 「消費者保護ルールの変更適正化とDX時代への対応の在り方」について (2) 意見交換 (3) その他

## 【木村（嘉）委員】

- ✓ 電話勧誘について、「○○光ですが」という勧誘だけではなく、「回線の工事が必要です」という勧誘もあり、全く法令遵守ができていないと思われる。
- ✓ 2022年に電話勧誘の際の説明書面の交付の義務化がなされたが、交付が行われていない、または、書面交付か電子交付かの選択をしないままに電子書面が送られてきた等、書面を見ていることを確認しながら説明ということが全くされていない状況にあると思われる。
- ✓ 抑止力を高める取組として、電気通信事業者や代理店は行っていると思うが、代理店による録音の徹底、電気通信事業者が抜き打ち的に録音をする等の取組をしていただきたい。

## 【黒坂委員】

- ✓ 消費者行政や消費者保護というものは、事業者目線で色々なことが進みやすいところでもあるが、様々な意味で全てのステークホルダーにとって重要だと思っている。消費者のことを一番に考えることが、結果的に産業全体あるいは社会全体の厚生を高め、全体の利益になっていくと考えている。
- ✓ FTTHの電話勧誘については、従前から課題だと特定されている状況であるので、引き続きしっかり対応していくことが必要。
- ✓ 消費者保護のDXをいかに進めていくかについては、高齢者は中々デジタル技術を使いこなせないのが、デジタル化しないほうがよいという意見もあったが、高齢者もテクノロジーにどんどん親しみをもちて使うようになっており、バイタルなものとして日常生活に入ってきている。様々な面でデジタル技術を使う方向で進めていくことが必要。
- ✓ 何から何までデジタル化すればよいというわけではないので、何を変えて何を残すのかということ踏み込んだ形で検討できればと思っている。

## 【木村（た）委員】

- ✓ これまでも様々な課題について検討してきたが、苦情は高止まりで、相変わらず減らない課題もある。また、サービス・料金プランの多様化、オンライン化等の新しい課題もある。安全・安心に、そして便利に使うためには、事業者と行政と消費者の協力が必要であると痛感している。
- ✓ 事業者については、契約の仕方や使い方、解約が課題となっているので、分かりやすくしていただきたい。その一つとして、オンライン化にも繋がるが、マイページを充実化させ、自分の契約がいつでも確かめられるということが重要と考えている。
- ✓ 消費者は「お得」という言葉に弱い。また、通信契約の特徴として、何年かに1回しか契約しないので、新しい情報が中々消費者に届かない。このようなことを踏まえ、事業者や行政に適切な対応をお願いしたい。

## 【浅川委員】

- ✓ DXの進展を踏まえた対応を重要視している。デジタルは便利な側面もあるが、複雑化しているプランの十分な理解が阻害されている。デジタルが苦手だからウェブ限定プラン等にアクセスできないというのは大変問題である。
- ✓ デジタルの進展において、それを利用・契約する際に、利用者個人の責任が過度に増えてきているのではないかと感じる。何かしらの対応が必要だと思っている。

## 【森委員】

- ✓ 説明が行われなかったという苦情も出てきているが、説明はかなり工夫して行っていたらいいのではないかと思っている。
- ✓ 割引の様々な仕組みやオプションの追加によって、契約のパッケージが複雑となっているため、説明しているのに分からないという苦情が発生している。消費者の理解に基づく同意を妨げているのは、説明ではなくて、パッケージの複雑さかもしれないと思っている。
- ✓ 技術の進展が、サービス提供側だけではなくて、消費者にも利便性をもたらすようになってきているのではないかと感じている。人間と機械の間のインターフェースがAIによって劇的に向上していることで、AIを活用しながら消費者保護をより効率的に図っていくのではないかと感じる。デジタル技術の進展を踏まえて、消費者側で何ができるのかを検討するのが有益ではないか。

# 第1回会合における主な意見

## 【吉永委員】

- ✓ 情報通信の分野において、説明義務の充実が有効な手段ではなさそう。説明しなければならないことは多いが、今後も説明事項を増やせばうまくいくというわけでもなさそう。
- ✓ 誰といくつの契約を結んでいるのか分からないということが特徴。契約の複雑性はサービスそのものの根本に存在しているのではないか。
- ✓ DXの進展は消費者を保護する方向で使えるのではないか。一方で、消費者保護の分野ではよく言われることだが、書面で交付されると本人ではなく家族が気づくことができるので、配慮の中の一つの項目としていただきたい。

## 【牛房委員】

- ✓ しっかり説明すればよいというだけではなく、契約しても時間が経てば忘れてしまい、どれだけ契約しているかも把握していないことがあると思うので、行動経済学の視点から応用をして、どのようにすれば苦情が減るのかについてお手伝いできればと思っている。

## 【青柳委員】

- ✓ サービス・料金プラン等の複雑化が契機となって様々な困難が生じているということについて、皆様の意見に賛同する。
- ✓ デジタル・デバインドへの対応が必要。苦情対応や契約を解除する際においてAIで対応する形も増えてきているが、ダークパターンも見られる。AIを介さずに、人的に対応できる枠組みが必要なユーザーも存在している。この部分について、どのような義務づけができるのかを考える必要がある。
- ✓ ウェブサイトにたどり着けなかったり、ショップの予約が取れなかったりといったことが経験としてあるかと思う。この部分についても、対応を義務づけするか検討が必要。
- ✓ 解約については、一つの契約をしたつもりだが、実際は複数の契約になっているということがあるが、この点については消費者保護の視点で考えるべきところがかかなりあると考えている。もう少し簡便に解約できるようにすることは可能ではないか、あるいは契約解除を漏れなくできるような手助けをする必要性もあるのではないかと考えている。
- ✓ 法令遵守について論ずる必要がある。苦情件数が下げ止まっているが、**事業者に課されている諸義務の実効性の強化は必要。抑止力の強化について再検討する段階にきているのではないかと考えている。**

## 【吉岡委員】

- ✓ 説明は尽くされている印象を受けるが、内容が複雑で中々理解することが難しい。高齢者や社会的弱者と言われる人たちが理解できるような内容にはなっていない印象を受けるが、一方でどこまで説明するのかという問題もある。トラブルとなった場合に、例えば取消し等の具体的な対策を考えてもよいと思っている。
- ✓ DXは進展していくと思うが、相談の現場にいると、電話がつながらないという苦情がとて多くなっている。電話が繋がってもAIで話が進まなかったり、チャットで質問をして的を射た回答がなかったりということが多い。有人対応は残しておくべきで、電話が繋がれば解決することもあるので、このようなことを踏まえてガイドラインの中身を見ていく必要がある。

## 【平野主査】

- ✓ 消費者保護ルールは2015年に強化されたが、苦情の傾向や諮問のテーマで上げられている事項はこれまでも問題となっていた論点で、まだ解決されないで見受けられた。今後の検討が期待されている。
- ✓ AIを使った消費者被害も懸念されているため、DXの部分等においてこのような部分についても検討する必要がある。

## 第2回会合における主な意見

### (1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

- 消費者団体等（国民生活センター及び全国消費生活相談員協会）から苦情の動向についてヒアリングを行った。
- 電気通信事業者（MNO各社及びテレコムサービス協会）に対して、オプション、解約、高齢者対応について、ヒアリングを行った。

#### <議事次第>

1. 開会
2. 議題

(1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

(2) 事業者ヒアリング（オプション、解約、高齢者対応）

### 国民生活センター

#### ① 消費者への説明の充実の在り方

- ✓ 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。

#### ② 交渉力の低い消費者の保護の在り方

- ✓ 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、高齢者の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。

#### ③ 法令遵守の確保するための措置の在り方

- ✓ 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。

## 第2回会合における主な意見

### (1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

#### ④DXの進展を踏まえた消費者保護ルールの在り方

- ✓ 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。**
- ✓ 契約・解約のオンライン化と店舗での手続について、通信契約は消費者の生活に欠かせない契約である現状を踏まえ、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。

## 第2回会合における主な意見

### (1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

#### 全国消費生活相談員協会（吉岡委員）

##### ①消費者への説明の充実の在り方

- ✓ 苦情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、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といったことがある。
- ✓ 代理店のモニタリングの強化と電話勧誘時の説明書面の交付の徹底をお願いしたい。
- ✓ **オプションについては、解約忘れがあるので、事前の通知や解約時にもう一度詳しく説明することが必要。重要事項を記載したサマリーペーパーの交付が必要。**
- ✓ 通信サービスと関係ない代理店独自のオプションサービスが付けられていることがある。規制の必要性について検討すべき。

##### ②交渉力の低い消費者の保護の在り方

- ✓ 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。適合性の原則に反した不要な契約をさせられることも多い。また、高齢者が契約内容を把握していないことも多い。
- ✓ 大家による賃貸物件への光回線等の設備導入によるトラブルもある。
- ✓ **当日の契約はさせない、日を変えて、人を代えて説明をする等、説明ルールの厳格化が必要ではないか。** 高齢者等に向けたシンプルな契約プランの設定の検討もできないかと考えている。
- ✓ 高齢者専用の窓口の設置や、地域包括支援センター等福祉の窓口と連携してトラブルの防止、解決を図る仕組みの検討が必要。
- ✓ 消費者性、事業者性の線引きが明確にされることで、消費生活センターの介入が考えられ、救済できる事例が増えるのではないか。

##### ③法令遵守を確保するための措置の在り方

- ✓ 現状は説明書面や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、解約をしたくてもできない等の相談事例が多くなっている。
- ✓ **モニタリングの強化、罰則を厳しくする等が必要。** 一方、法令遵守を徹底している優良な事業者も多いので、優良マークの付与も消費者の目安になるのではないか。

## 第2回会合における主な意見

### (1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

#### ④DXの進展を踏まえた消費者保護ルールの在り方

- ✓ AI対応で解決しない、有人の窓口がない、フォームから返事がない等事例は一定数ある。また、電子書面で交付されていることに気づかず確認できないという事例もある。
- ✓ 電子交付の原則化によって、特に高齢者などは契約の内容を把握できないことが出てくる。また、紙であれば家族が不要な契約に気づけたが、電子書面だとその機会が失われる。電子交付の明示的な同意の取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ではないか。
- ✓ ダークパターンへの対応も必要。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ため、何らかの検討が必要。
- ✓ DXについていけない消費者が一定数いるので、取りこぼしがないように、DXだけではなく、それに伴う対応が必要。

#### ⑤その他

- ✓ サービスが終了する場合の周知方法を明確にしたほうがよい。
- ✓ 契約者が死亡、入院、または施設へ入所してしまい、契約者本人が解約等の手続きができない場合に、本人に代わって家族が解約できないという相談が増えている。周囲が手続きしやすい方法の構築も検討が必要。

## 第2回会合における主な意見

### (1) 消費者団体等ヒアリング（苦情の動向）

#### 【森委員】

- ✓ パッケージ問題について、据置型Wi-Fiは高齢者でなくても難しく、どれが安く使えるのか比較しても判断できないので、高齢者向けの契約パッケージについては最もな意見だと思う。
- ✓ 契約の内容を限定すると、しっかり理解しているのに高齢者だから契約できないという状況が生まれる。**明示的なオプトインがない限り契約しない、手続的な制限をするということは考えられる。**

#### 【木村（た）委員】

- ✓ 高齢者だけでなく、全ての人によって分かりやすい契約であってほしい。高齢者でなくても理解するのが難しい方もいるので、今後検討していく必要がある。
- ✓ **サマリーペーパーは必要。事業者が工夫して、利用者に分かりやすいサマリーペーパーを作成してほしい。**
- ✓ 通信の事例ではないが、解約の方法が分かりづらく、ウェブ上でたらい回しになったという事例がある。通信関係でも十分に起こりえるため、解約方法を分かりやすくすることについて検討していく必要がある。

#### 【木村（嘉）委員】

- ✓ **通信サービスと無関係のオプションの販売、不要なアクセサリー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。**
- ✓ 少なくとも店舗での説明は尽くされているかと思うが、MNOの苦情の約88%が店舗で発生という結果で出ているということは、既に実態に即していない、極論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る。別のアプローチとして、適合性の原則を踏まえて、事業者の負担による契約解除の方法を模索する時期に来ているのではないかと考えている。
- ✓ 書面交付を前提とした説明は必要であるが、オプションも含めて20、30枚も書面が必要かという疑問。**将来的にはサマリーペーパーを交付することになるのではと期待している。各社でサマリーペーパーのフォーマットを統一してほしいと願っている。**

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【吉永委員】

- ✓ 消費者団体側の話を見ると、解決を要する緊急の問題が起きているのではないかと感じる一方で、事業者側の話を見ると、件数としては必ずしも多くはなかった。苦情件数を把握して、事案の類型を丁寧に分類し、どう推移していったのかを見て対応を考える必要がある。
- ✓ **事業者も色々と工夫していることはよく分かったが、それが件数の減少という形に結びついているのかを見極める必要がある。**
- ◆ オプションの解約の場面について、販売店のところで勧誘したり、契約申込みを引き受けたりすることができるのに、解約の際は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。

#### (NTTドコモ)

- 当社が提供するオプションについては、基本的にその場で解約できるが、クレジットカードについては、金融の領域であることから使用するシステムが違うこともあり、その場では受け付けできないものとなっている。
- 代理店独自サービスについては、独自サービスの提供事業者側の解約方法によることとなっている。解約の方法について契約書面で代理店には説明していただく運用となっている。

#### (KDDI)

- 代理店独自商材については、直接的な契約関係にないので、商材の契約先をしっかりと案内するように指導している。
- 銀行や保険も含めて金融系については、解約はそれぞれの金融機関との契約になるので、手続先をお客様に丁寧に案内している。

#### (ソフトバンク)

- 弊社が提供するオプションであれば、その場で解約はできるが、代理店独自オプションや、別の提供主体が提供しているオプションサービスになると、ものによって扱いが変わってくるので、契約の際に解約の方法を説明して、問い合わせをいただければヒアリングをして解約方法を案内する運用になっている。

#### (楽天モバイル)

- 当社自身で提供するオプションについては解約忘れ等がないように、しっかり責任を持って説明する仕組みになっているが、代理店独自サービスについては、オプションの提供元の会社に解約の連絡を個別にする必要がある。そういった説明を契約時に書面等をもって説明をするように代理店を指導している。

#### ⇒ (吉永委員)

- ✓ **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か。契約締結のほうが説明や申込みの用紙が複雑で難しそうなのになぜか、**というのが疑問であった。

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【浅川委員】

- ✓ スマホやFTTHは高齢者にと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、その重みを十分に踏まえた丁寧な説明や法令遵守の取組は必要不可欠かと**思っている。**
- ✓ 特に交渉力の低い消費者に対しては、通常の消費者とはギアを変えた丁寧な対応が必要。事業者や代理店を含めて、社会的な責任を醸成することが大切。
- ◆ どこまで消費者自身が自分の契約やサービスを理解しているかについて、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。苦情という観点では、モニタリングを行っている事業者は非常に多かったと思うが、そもそもの理解度の把握といったところがどうなのかと思い、質問をしている。

#### (NTTドコモ)

- 一律の理解度を測る取組は実施していない。対応の現場では、個々のお客様の理解度や背景に応じて契約をされている。その場その場で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いる。
- 苦情が多い項目が傾向として見えてきたときは、現状の説明では分かりにくいということが分かるので、説明を工夫する等の対応の検討を実施している。

#### (KDDI)

- 契約をされるときにしっかりとお客様の理解度、適合性を踏まえて丁寧に対応することが一番大事だと理解している。
- 新しいプランの誕生により、お客様自身が加入しているサービスに疑問をもった際には、今の利用するプランが合っているのか、分かりやすく案内する仕組みは作っている。
- 何千万のお客様の理解度を一齐に把握するのは難しいので、問い合わせた苦情があったときに、お客様の声を分析して事業に反映する取組は行っている。

#### (ソフトバンク)

- 理解度という点難しいが、店頭で契約したお客様に対してアンケートをお願いしており、その中で契約内容の満足度や不明な点の有無を回答いただき、自分の契約を振り返る機会を設けているので、その中で気づきがあれば問い合わせをいただいて対応を行っている。

#### (楽天モバイル)

- 店頭で契約した後に、相互で契約内容を確認するシートを用意してる。契約内容についてサマライズしたものをチェック項目として設けて、お客様自身で理解したかをチェックいただいている。そこで疑問があれば追加で説明を行っている。
- コンタクトセンターやお客様サポート窓口で多数質問いただく項目については、重要事項説明書を改善したり、説明の改善のフィードバックをする取組を継続的に行うことで、理解の醸成に努めている。
- 契約後時間が経ってから理解度が薄れていないか等の継続的なチェックは取り組みとして行えていない。

#### (テレコムサービス協会MVNO委員会)

- 契約の4か月後に来店いただき、契約状況や料金プラン等に関して、利用状況と合っているかを確認している事業者もいる。
- アンケートやインタビューを実施している事業者もいる。

#### ⇒ (浅川委員)

- ✓ 各社が独自の取組をしていることがよく理解できた。時間が経つと忘れてしまい不一致が出て、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、苦勞しながらも努力されているところと理解した。

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【木村（た）委員】

- ◆楽天モバイルの説明の中で、オプションサービスの確認画面があり、これは契約中も見られると理解しているが、契約中に（契約しているサービスが）確認できる画面はあるのか。
- ◆一覧画面がある場合に、一覧画面に代理店のサービスまで載っているのか。

#### (NTTドコモ)

- 一点目について、My docomoというサイトで、当社で提供しているサービス等については一覧で見ることができる仕様となっている。
- 二点目について、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る場合は、代理店独自サービスについても載ってくる仕様となっているので、全てではないが一部載ってくるものもある。

#### (KDDI)

- 一点目について、My auというポータルがあり、My auをご覧くださいと、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いる。
- 二点目について、代理店独自商材は確認できない状況となっている。

#### (ソフトバンク)

- 一点目について、My Softbank、My Y!mobileというマイページがあり、そちらでオプションの一覧は確認できる。
- 二点目について、あくまで独自ということで、弊社として関与していないサービスになるため、載ってはいない。その独自オプション自体、弊社はあまり数が多くないので、そのことに関する問合せ、苦情はあまり見られない状況。

#### (楽天モバイル)

- 二点目について、代理店独自オプションサービスは掲載されない。

#### (テレコムサービス協会MVNO委員会)

- 一点目について、各社マイページで一覧で確認できる。
- 二点目について、独自オプションは取扱いがないため、問題ない。

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【牛房委員】

- ◆各事業者がトラブルや苦情を減らす工夫をしていることが分かった。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くらい苦情件数が減ったのか、取り組む前後の変化についてデータとしてどこまで把握されているのか伺いたい。

#### (NTTドコモ)

- 一律に件数をということではなくて、例えば特にトラブルになっている事例があるようなときには、特別に弊社にある委員会等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る。

#### (KDDI)

- 全て精緻に効果測定はできていないが、大きな改善をした場合には、社内において、どれくらい効果があったかというものを把握して事業に反映している。ただ、それを定量的な数字で公開できる状況にはない。

#### (ソフトバンク)

- 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ないわけではないが、その時期に応じて多い苦情があれば、それに向けた対処をして、その結果がどうであったかを分析している。また、サービスについても各お客様の声、苦情に限らず、分析をした上で次のサービスにつなげていくというように、次の対応につなげていくような取組をしている。

#### (楽天モバイル)

- 網羅的に全ての苦情について縮減をとということではないが、個別の苦情テーマ、あるいは何らかの取組について、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んで対処している。その際に、お客様の苦情も一つ大きなパラメーターになり、それをKPIの一つとして設定し、改善に取り組んでいる。取組前後でその数値を分析することは、個別の取組としてはある。

#### (テレコムサービス協会MVNO委員会)

- 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、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を見ていく等、問合せが多く発生するようなサービスではないかということをチェックしている事業者もある。

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【黒坂委員】

- ◆ (NTTドコモに対して) 代理店の独自サービスを事前に承認されているということであった。サービス内容について、代理店が売ろうとしているものが適正化どうかチェックする一方、商材を持ち込んでいる方々の間の契約やインセンティブの条件といったところには直接は介入されていないという理解で正しいか。

#### (NTTドコモ)

- 代理店独自サービスについては、サービスの内容等について事前に確認しており、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ない。

- ◆ (KDDIに対して) 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、解約の方法や、返金の方法をベンダーやサービスプロバイダーと何らか交渉をすることはあるのか。あるいは一般的に、先方の出している条件をよほどおかしなことでない限りは受け入れることが多いのか。

#### (KDDI)

- オプションの中にも色々ある。扱う商材、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があるが、当然そういったことはお客様に最終的に提供するときどのような条件にするかを、コンテンツプロバイダー等色々協議を行う。
- 解約の際は、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り、ケース・バイ・ケースになる。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解約しますということがあれば、しっかりお客様に案内することになる。その辺りについてベンダーとは個々に話をした上で、最終的にはお客様に案内する形をとっている。

#### ⇒ (黒坂委員)

- ✓ 代理店独自サービスについては、代理店とベンダーとの2社間の契約になるため、事業者は加入する立場にないことが多いと思う。代理店が責任を持って管理していかなければならない。**代理店も電気通信事業法の下にあるので、事業者だけでなく代理店自らも、一定の役割、責任を持って取り組むことが必要。**
- ✓ おそらくキャリアショップだからこそ、その営業力や信用力を評価して、商材を売り込む方がサードパーティとして結構いるかと思う。消費者から見て、**キャリアショップの営業力や信用力にふさわしい対応として、解約や返金等の責任を負うことを促す取組がもよいかもれない。**法的な義務や責任の話ではないが今後議論してみてもよいと思う。
- ✓ 高齢者対応について、リテラシーのばらつきがこれまで以上に発生している。年齢とは関係ないところも出てきているかと思う。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、そうではない部分があるのではないか。
- ✓ 金融分野だと、リテラシーチェックの試験を年齢に限らず求めているケースが商品によってはある。信用取引をするときには、必ず年に1回ぐらいテストを受けさせられる。これを踏まえて、**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ないか。**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という発想が可能か、今後議論できる。

## 第2回会合における主な意見

### (2) 事業者ヒアリング

#### 【木村（嘉）委員】

- ✓ 各社工夫の限りを尽くしているにも関わらず、トラブルが減らないのは、サービスが多角化して複雑なためだと思う。
- ✓ サマリーペーパーがあると実際に書面を見ていなくても、何番目に何が書いてあるのか等が分かる。検討することを願っている。

#### 【青柳委員】

- ◆ DXの進展によって、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、苦情を伝えること自体が難しいことも出てきている。消費者側から見ればダークパターンと見られてしまう。事業者に意図がなかったとしても、そのギャップの大きさゆえに、生じてくる。今後、取組み等をされる予定、あるいはもう既にされているものがあれば教えてほしい。

#### (NTTドコモ)

- 声を上げにくい方がいるのはご指摘のとおり。ただ、当社として声を上げにくい方に対して何か対応していることはない。ダークパターンは、最近色々なところで課題視されているところで、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。

#### 【森委員】

- ✓ 吉永先生の御指摘にあった、オプションも合わせて契約はできるが、解約ができないのはなぜかという話をごもっともである。 それに関しては正当性がないので、27条の2の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う。
- ✓ 全体的な方向性として、まず、もちろん説明が重要で、その説明を何らかの形で工夫していくべきだと思うが、先生方ご指摘のとおり契約内容の複雑化や、それに対する消費者の認知能力の限界を考えると、説明内容を工夫するとか丁寧にするというものはある程度限界に来ている。契約の中身や契約手続を工夫していくことが重要。
- ✓ 契約締結の段階では、消費者の能動性を重視すべき。解約の段階では、解約しにくくなっているのはダークパターンになるので、解約はすぐにできるようにすべき。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。
- ✓ 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うので、法制度化を検討する余地がある。

## 第3回会合における主な意見（※委員限り）

### （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

- FTTHに関する苦情相談の傾向について事務局から説明を行った。
- FTTH事業者に対して、指導等措置義務に関するヒアリングを個別に非公開で行った。

<議題> （1）FTTHに関する苦情相談の傾向 （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）※非公開

ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社

# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

ビッグローブ株式会社



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

株式会社オプテージ



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）



# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

中部テレコミュニケーション株式会社

# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

QTnet株式会社

# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

# 第3回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）

株式会社ハイホー



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

- MNOに関する苦情相談の傾向について事務局から説明を行った。
- MNO、全携協、NTT東西に対して、指導等措置義務に関するヒアリングを個別に非公開で行った。

<議題> （1）MNOに関する苦情相談の傾向 （2）事業者ヒアリング（指導等措置義務）※非公開

株式会社NTTドコモ

# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

KDDI株式会社

## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（会合後追加質問）



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

ソフトバンク株式会社



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（会合後追加質問）

ソフトバンク株式会社



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

楽天モバイル株式会社



## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（会合後追加質問）



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会



## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（会合後追加質問）



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング（会合後追加質問）



# 第4回会合における主な意見（※委員限り）

## （2）事業者ヒアリング

NTT東日本株式会社・NTT西日本株式会社