

論点整理（案）

2026年4月27日
事務局

検討トピック1：

消費者への説明の充実の在り方

検討トピック2：

交渉力の低い消費者の保護の在り方

検討トピック3：

法令遵守を確保するための措置の在り方

検討トピック4：

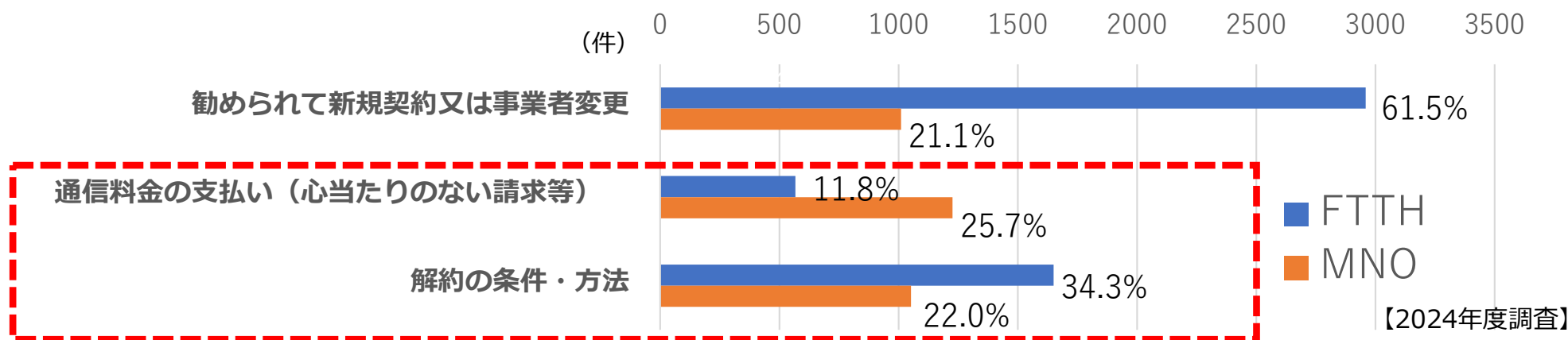
D Xの進展を踏まえた消費者保護ルールของ在り方

検討トピック5：

その他必要と考えられる事項（制度の再検討：初期契約解除／
確認措置）

現状と課題

- 技術革新による新たなサービスの登場やスマートフォン等の高度な情報通信端末に伴うサービスの利用態様の変化に合わせる形で、サービスおよび料金のプランが多様化・複雑化している。
- 通信サービスの契約に際して、通信サービス以外の様々なオプション（付加的なサービスや商品）も併せた形で一体的な契約が行われることで、その契約の全容について、説明や表示を通じて消費者が正確に理解することが困難となっている。
- そのため、消費者の意に沿わない不要な契約（高額な契約）が行われたり、通信サービスの解約時に、解約の条件（残債の存在等）が適切に伝わっていなかったり、通信サービスと併せて契約をしていたオプションの解約（通信サービスの解約とは別に手続きが必要）を失念してしまうような消費者トラブルが顕在化している。（例えば、MNOサービスにおいては、苦情相談のうち、心当たりのない料金の請求等が25.7%、解約の条件・方法が22.0%と高い水準になっており、オプションに係る契約や解約がその要因となっている可能性がある。）



検討のスコープ

- 利用実態や苦情相談の実態を踏まえ、契約から解約に至るまでの消費者への説明の在り方をどう考えるか。
 - 通信サービスの契約と一体的に行われるオプションに関する苦情への対処はどうあるべきか。
 - 解約に関する条件等が消費者に正しく理解されていない状況への対処はどうあるべきか。

ヒアリングで確認した事項

①通信契約に際してのオプションの勧誘状況

- TCA公表のMNO 4社による「利用者理解の向上のための取組みについて」（2025年9月から運用開始）も踏まえ、利用者からその利用実態や要望を適切に聴取し、これに沿った形で書面を用いて提案を行うよう努める（販売代理店への注意喚起等を行う）とともに、その遵守を確保するため、販売代理店に対して定期的に周知啓発・モニタリング（覆面調査等）・指導を行っている。
- 代理店独自オプションについては、各社で承認のスキームを通じて実態の管理が行われている。

②通信契約の締結後、利用者が実際に解約手続を行うまでの間の対応

- 通信契約の解除の条件等については、通信契約時の説明義務のスコープに含まれており、重要事項説明書に記載して利用者に交付している。また、オプション契約（説明義務のスコープ外）についても、通信契約とは別途の解約手続が必要な場合、その旨を書面等（例：重要事項説明書）に記載して利用者に交付している。
- 解約忘れの防止措置として、利用者が解約手続を行う際に、当該利用者による他の契約の存在を照合し、他の契約についても解約の意向を確認するとともに、オプション契約についても、その付随する通信契約の解約手続に際して、帳票やメール等により必要な案内を行っている。また、実際の解約内容について、解約時に書面の交付やメールでの通知を行うとともに、その後も一定期間マイページを通じた確認を行える状況となっている。
- 通信契約・オプション契約のいずれについても、その契約中において、利用状況や割引等キャンペーン期間の終了について、随時メールでの告知を行う等、利用者がその契約状況（解約していないサービスの状況）を把握できる措置をとっている。
- 解約時において、契約解除料や残債の支払い義務についての説明を行うよう努めている。

③端末に関する説明の状況

- 総務省からの「携帯電話端末の販売価格に関する注意喚起」（2025年9月）も踏まえ、頭金を含む端末販売価格についての適切な表示・説明に努めるとともに、端末購入プログラムの利用の条件・方法についての適切な表示・説明にも努めている。
- 据置型Wi-Fiサービスの解約時に発生する端末の残債について、販売代理店への注意喚起等を通じて適切な説明が行われるよう努めている。

ヒアリングで確認した事項

④利用者理解の向上のための取組の状況

- TCAが公表したMNO 4社の取組「利用者理解の向上のための取組みについて」（2025年9月から運用開始）を踏まえ、各販売代理店において、利用者に対する契約内容の最終確認の取組として、出口における書面の再提示を実施するようにしている。
- 当該書面について、各事業者は契約内容の要点を整理した簡略な帳票を個別に作成している、あるいは今後作成を検討することとしている。
- 書面の再提示による具体的な効果（苦情相談の縮減）はまだ集計できていないが、利用者理解の向上のための取組を徹底することで、スタッフの意識の向上等の効果が見られたとする事業者も存在している。

委員等からの主な意見

- 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、解約方法等の契約内容を適切に示す書面の交付や説明の在り方について更なる検討が必要ではないか。（国民生活センター）
- オプションも含めた一体的な書面の交付や説明が必要ではないか。（木村嘉子委員）
- 適合性の原則に沿わない契約について、契約解除を可能とすることを考える時期なのではないか。（木村嘉子委員）
- スマートフォンは生活に必須のインフラであり、その重要性を踏まえた丁寧な説明、法令遵守が必要ではないか。そうした意味で、交渉力の低い消費者、高齢者にはギアを変えた丁寧な説明が必要ではないか。そうした価値観を社会的に醸成していくことが大切である。（浅川委員）
- 代理店独自商材については、販売代理店に責任を持って管理してもらわないといけない。販売代理店は事業法の届出制の下にあり、事業者だけでなく販売代理店も一定の責任を持って取り組む必要があるのではないかと。（黒坂委員）
- 法的な義務ではないにせよ、キャリアショップの信用に相応しい対応として、代理店独自商材について返金等の責任を負うことが必要ではないか。（黒坂委員）
- オプションの契約の取り次ぎはできるのに、解約の取り次ぎができないのはなぜなのか。（吉永委員）
- 契約は簡単にできるのに解約はしにくいというのは改善する必要があるのではないかと。（森委員）
- 時間が経つと消費者の認識に不一致が出てくることがアンケート等でも指摘されている。（浅川委員）
- オプションの解約忘れがないよう、事前通知や解約時の説明が必要ではないか。（吉岡委員）
- 事業者としてしっかり工夫していることは分かったが、それが苦情相談件数の減少につながっているのかを考える必要がある。（吉永委員）
- サマリーペーパーを作成いただきたい。（国民生活センター、吉岡委員、木村たま代委員、木村嘉子委員、森委員）
- 説明は重要であり、そこは何か検討してもらおうとして、複雑化した契約に消費者が追いついていない現状があり、説明するだけでは限界にきている。そうした中で、契約の中身や契約手続の工夫が必要ではないか。（森委員）
- 苦情相談窓口の電話番号が契約書にも書いてあるとありがたい。（吉岡委員）
- 電子交付の原則化により消費者（特に高齢者）が契約の内容を把握できないことが出てくる。電子交付の明示的な同意の望ましい取得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。（吉岡委員）
- 契約者の高齢化に伴い、認知症の発症や入院、死亡などの場合の手続きにおいては各事業者が定めているが、このような場合の手続きを契約書の記載事項とするなど検討してはどうか。（吉岡委員）

委員等からの主な意見

- サマリーペーパーについて、様式の統一までは難しいと思うが、TCAが主導する形で、せめて記載項目を揃えていただきたい。（木村嘉子委員）
- TCAが主導する形でサマリーペーパーの作成を検討していただきたい。また、契約時だけでなく帰宅後にもその内容をいつでも確認できるよう、紙のサマリーペーパーを手交することに加えて、利用者がマイページでPDFファイルを確認できるようにすると良いのではないかと。（木村たま代委員）
- 食料成分表示の分野における記載も参考にしつつ、利用者が関心を持っている項目の上位に位置づけられるものを記載する形で、サマリーペーパーの様式を可能な限り統一して欲しい。サマリーペーパーの取組ができない場合、契約のパッケージ自体が複雑な状況に介入していくことになり、パッケージ規制の方向になってしまうのではないかと。（森委員）
- 高齢者や未成年といった属性的な脆弱性はなくなっていないが、属性によらない普遍的な脆弱性も強調される時代になっている。たとえ高齢者でなくても、契約内容が複雑化されて分かりにくい状況に置かれていることを認識する必要がある。（森委員）

論点整理案（状況認識）

- ①通信契約に際してのオプションの勧誘状況、②通信契約の締結後、利用者が実際に解約手続を行うまでの間の対応、③端末に関する説明の状況についての各社からのヒアリング結果を踏まえれば、TCA公表のMNO4社による「利用者理解の向上のための取組みについて」（2025年9月から運用開始）も踏まえ、MNO各社において適切な対応が行われるよう努めていることが伺われる。一方で、代理店独自商材の取扱いについては、販売代理店次第の側面も伺われる。
- しかしながら、苦情相談の状況を踏まえると、依然として、利用者が意に沿わない又は認識のないオプションを契約しており、心当たりのない不必要な支払いを行っているケース、あるいは、解約の条件・方法が利用者に十分に伝わっておらず、解約漏れの発生等、解約手続が適切に行われていないケースが多く存在していることが伺われる。また、契約の電子化に伴う利用者の理解を助けるための手段として、サマリーペーパーの作成について検討する必要性が伺われる。
- 端末契約に関する苦情も一定程度存在しているところ、端末販売価格（特に頭金）や複雑な端末購入プログラムの利用方法・条件についての説明が利用者に十分に伝わっていないことが伺われる。
- 各販売代理店において、利用者に対する契約内容の最終確認の取組として、出口における書面の再提示を実施しており、その際、契約内容の要点を整理した簡略な帳票を個別に作成していることが伺われる。

論点整理案（検討の方向性）

- ▶ 苦情相談の状況を踏まえ、各社における取組の更なる徹底を促す観点から、説明義務の範囲を見直すことを検討してはどうか。
 - 各事業者が提供するセットプラン（例：動画配信サービスやセキュリティサービスがセットとなったプラン）の実態や書面交付義務の範囲（通信契約のほか、付加的な機能に係る役務その他の有償継続役務を含む。）を踏まえて、説明義務の範囲に通信契約に合わせて利用されるオプション（代理店独自オプションを含むか等、範囲については要検討）を含むことを検討してはどうか。その際、説明義務の範囲を拡充することで、説明時間の増加等が想定されるところ、既存の基本説明事項の項目や説明内容の在り方についても、サマリーペーパーの在り方についての検討も踏まえつつ、必要に応じて検討してはどうか。
 - 解約の方法・条件について、契約後の期間及び解約時において、利用者の求めに応じて適切な説明を行うとともに、オプションの解約漏れを防止する観点から、通信契約の解約時におけるオプションの継続意向の確認の実施や解約内容に関する適切な情報提供の実施を検討してはどうか。
 - また、携帯電話端末（例：通信契約と端末を新規に契約するケース、通信契約はそのまま機種変更を行うケース）について、利用者の誤認が生じやすい部分（例：端末販売価格に含まれる頭金の位置づけ、端末購入プログラムの利用の方法・条件、残債の発生条件・額）について説明の拡充を図ってはどうか。
- ▶ 引き続き、TCAが公表したMNO 4社の取組「利用者理解の向上のための取組みについて」（2025年9月から運用開始）の実施状況を注視するとともに、その実施状況（例：各事業者において契約内容の要点を整理した簡略な帳票を個別に作成している）及び諸外国における類似の取組事例（例：米国のブロードランドラベル、欧州の契約サマリー）も踏まえ、契約手続の電子化を進めるに当たって、利用者の理解を助けるための手段としてサマリーペーパーの在り方（例：記載項目の統一化）について検討してはどうか。
- ▶ また、解約手続に関する措置の一環として、契約者の入院/死亡/認知症の発症に際し、親族等が行う解約手続の方法・条件について、広く周知するための取組（例：書面やホームページへの記載等）を事業者に促してはどうか。

現状と課題

- サービス及び料金プランの多様化・複雑化が進む中で、消費者がその内容を理解することが困難になってきている。また、電話営業のようなプッシュ型の営業について、消費者が理解しないまま一方的に契約を締結してしまうケースが存在する。こうした傾向は、特に高齢者において顕著であり、今後、高齢化社会が進展していく中で、契約内容への理解の不足（交渉力の低さ）に起因する消費者トラブルが一層深刻になっていくことが想定される。
- 法人契約に関しては、説明義務等の消費者保護ルールの適用対象外となっている。一方で、一般的に契約手続に知悉している法人についても、今後、特に規模の小さな者（例：個人事業主、零細企業）において、同様に契約内容への理解の不足に起因する消費者トラブルが増えていくことも想定される。

＜参考＞ 携帯電話における年代別の利用動向と苦情相談の比率（2024年度）（注1）

	＜携帯電話注2＞ 利用動向での比率	＜MNO＞ 苦情相談での比率	＜FTTH注2＞ 利用動向での比率	＜FTTH＞ 苦情相談での比率
20代～50代	63.6%（63.4%）	50.1%（49.9%）	62.7%（64.2%）	53.6%（55.3%）
60代	14.9%（15.1%）	16.9%（15.5%）	17.5%（17.0%）	18.0%（17.8%）
70代	14.2%（14.3%）	21.8%（23.1%）	14.1%（13.0%）	21.0%（19.9%）
80代以上	7.3%（7.2%）	10.6%（10.7%）	5.7%（5.9%）	7.1%（6.7%）

注1：括弧内は2023年度の比率

注2：利用動向での比率（年代別）の比率は、総務省「令和6年通信利用動向調査」の結果に基づき算出

検討のスコープ

- 交渉力の低い消費者の保護の在り方についてどう考えるか。
 - 適合性の原則を徹底し、高齢者との契約手続の一層の適正化を図るためにはどのような取組が必要か。
 - 法人契約への消費者保護ルールの適用の在り方はどうあるべきか。

ヒアリングで確認した事項

○高齢者に対する対応

- TCA公表のMNO3社（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）による「携帯電話サービスに関する高齢者等に対する対応について」（平成30年7月改定）を踏まえ、高齢者に特化した対応（65歳以上の者への適合性の原則を踏まえた丁寧な対応、80歳以上の者の契約に際しての家族等への意向確認）を徹底するため、販売代理店への周知啓発・研修を行うとともに、マニュアルにもその旨を記載することで、適切な対応に努めている。また、楽天モバイルにおいても、他のMNO3社と同様の対応に努めている。
- 具体的な取組として、家族等への意向確認（同席又は電話）、ゆっくりとした丁寧な説明の実施、通信契約だけでなく端末の操作方法についての説明の実施、契約者に対する電話勧誘（プラン変更の勧誘）の対象からの除外等の取組を行っている。一方で、家族等への意向確認（同席又は電話）ができない高齢者又は意向確認の際の対象も高齢者となるような者に対する追加的な取組は行っていない。
- FTTH事業者においては、高齢者対応について、MNOが示すような年齢に関する基準（65歳、80歳）は特に存在しておらず、各社それぞれの基準により高齢者対応を実施している。

委員等からの主な意見

- 当日の契約はさせない、日を変えて、人を代えて説明を行う等の説明ルールの厳格化が必要ではないか。（吉岡委員）
- 明示的なオプトインとする等、高齢者向けの契約手続に制限を加えることも考えられるのではないか。（森委員）
- スマートフォンは生活に必須のインフラであり、その重要性を踏まえた丁寧な説明、法令遵守が必要ではないか。そうした意味で、交渉力の低い消費者、高齢者にはギアを変えた丁寧な説明が必要ではないか。そうした価値観を社会的に醸成していくことが大切である。（浅川委員）【再掲】
- 事業者としてしっかり工夫していることは分かったが、それが苦情相談件数の減少につながっているのかを考える必要がある。（吉永委員）【再掲】
- サマリーペーパーを作成いただきたい。（国民生活センター、吉岡委員、木村たま代委員、木村嘉子委員、森委員）【再掲】
- 電子交付の原則化により消費者（特に高齢者）が契約の内容を把握できないことが出てくる。電子交付の明示的な同意の望ましい取得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。（吉岡委員）【再掲】
- 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（高齢者等）の割合が今後更に高まっていく可能性を見据え、より柔軟な対応の検討が必要ではないか。（国民生活センター）
- 契約者の高齢化に伴い、認知症の発症や入院、死亡などの場合の手続きにおいては各事業者が定めているが、このような場合の手続きを契約書の記載事項とするなど検討してはどうか。（吉岡委員）【再掲】
- 契約者（高齢者を含む。）に対するリテラシーチェックの枠組みを導入してはどうか。（黒坂委員）
- デジタルリテラシーのギャップが広がり、苦情を伝えること自体が難しい状況があるのではないか。（青柳委員）

論点整理案（状況認識）

- MNO各社においては、TCA公表のMNO3社による「携帯電話サービスに関する高齢者等に対する対応について」（平成30年7月改定）を踏まえ、**高齢者に特化した対応に努めていることが伺われる。**
また、TCA公表のMNO4社による「利用者理解の向上のための取組みについて」（2025年9月から運用開始）も踏まえ、**高齢者に対する一層丁寧な説明に努めていることが伺われる。**一方で、**80歳以上の者の契約に際して、家族等への意向確認（同席又は電話）ができない者又は意向確認の際の対象も高齢者となるような者に対する特別な配慮が行われていないことが伺われる。**
- **FTTH事業者においては、高齢者対応について、MNOが示すような年齢に関する基準（65歳、80歳）は特に存在しておらず、各社それぞれの基準により対応を行っていることが伺われる。**
- このような状況において、**苦情相談件数については、近年は減少傾向にあるものの、まだ一定の大きさで存在（2024年度：約7万件）**をしており、**特に70代以上の高齢者の占める割合がその利用割合に比して大きくなっている**ことから、**高齢者対応の取組をより徹底していく必要性が伺われる。**その一環として、契約の電子化に伴う利用者（特に高齢者）の理解を助けるための手段として、サマリーペーパーの作成について検討する必要性も伺われる。
- また、法人契約に関して、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において、個人事業主の契約（専ら営業目的で利用されるものを除く。）は法人契約には該当しない旨の記載があり、多くの事業者においては、これを遵守するよう努めている。一方で、**そうした個人事業主の契約に対して法人契約を適用することで、契約期間の拘束や解約時の違約金に関する規制の適用を逃れ、それが苦情相談へとつながるケースも一定程度存在**していることが伺われる。

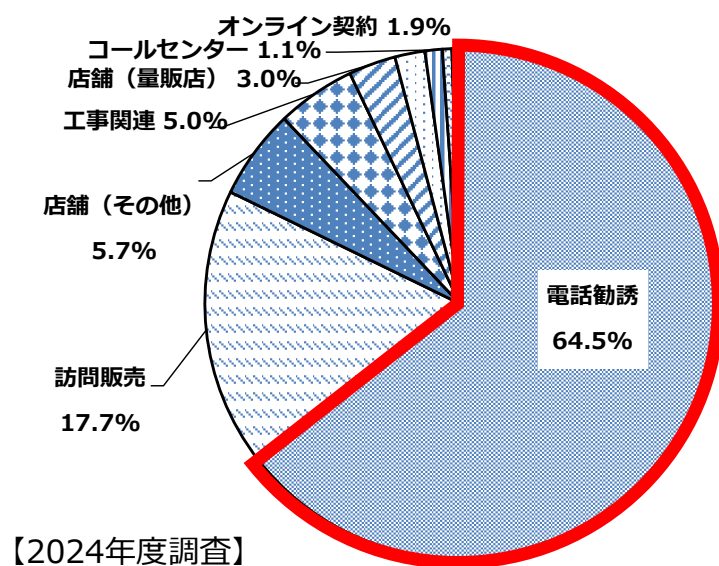
論点整理案（検討の方向性）

- ▶ 高齢者対応の更なる適正化（適合性の原則を踏まえた対応の徹底）のため、TCA公表の「携帯電話サービスに関する高齢者等に対する対応について」（平成30年7月改定）において、**契約者（高齢者）の意思を尊重しつつも、家族等への意向確認の際の対象を高齢者とし、契約者（高齢者）に対して慎重に判断するための時間を与えるといった措置を検討**してはどうか。これらの取組について、モバイルを扱う業界全体で検討してはどうか。
- ▶ FTTH事業者やMVNOにおいても、MNOと同様に高齢者対応に関する統一的な基準を検討してはどうか。
- ▶ 契約手続の電子化を進めるに当たって、利用者の理解を助けるための手段としてサマリーペーパーの在り方（例：記載項目の統一化）について検討してはどうか。【再掲】
- ▶ 契約者の入院/死亡/認知症の発症に際し、親族等が行う解約手続の方法・条件について、広く周知するための取組（例：書面やホームページへの記載等）を事業者に促してはどうか。【再掲】
- ▶ 法人契約について、個人事業主の契約には原則として適用しないことを徹底するとともに、法人の中でも特に交渉力が弱いことが伺われる零細企業等の契約の扱いについても、今後議論を行っていくこととしてはどうか。

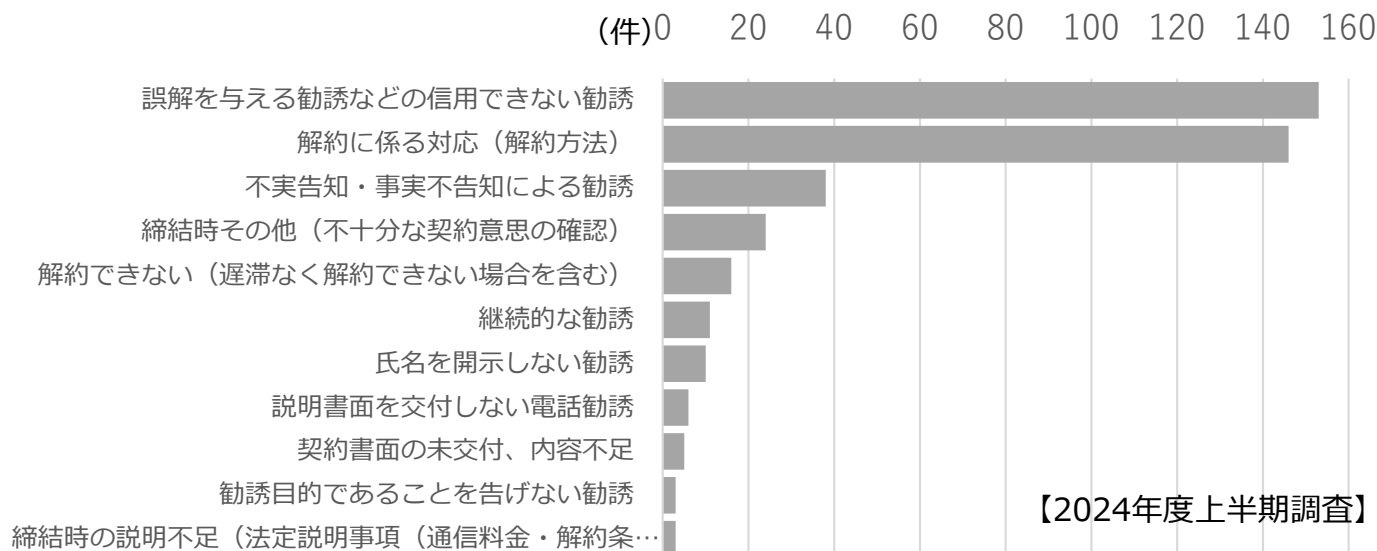
現状と課題

- **苦情相談の件数は減少傾向（2015年度：90,668件から2024年度：69,448件と2割以上減少）にあるものの、引き続き一定の水準**にある。実際に覆面調査等を通じて法令遵守が不十分な事例が確認されている。
- 特に、長年の懸案事項となっている**FTTHサービス等の電話勧誘を巡る消費者トラブル**については、消費者の意思によらず、相手方から一方的に営業活動が行われる状況下で**消費者（特に高齢者）が意図しない契約を締結**してしまう状況が存在している。そうした中で、**法令上の義務（説明書面の交付義務や自己の氏名・名称の告知義務）の遵守が疑わしい営業活動に関する苦情相談**も寄せられている。

<FTTH/チャネル別>



<FTTHの電話勧誘に関する苦情（発生要因）>



検討の Scope

- 苦情相談が減らない現状をどう捉えるか。
 - 電気通信事業者・販売代理店に対する**抑止力を高めるためにどのような取組が考えられるか。**
 - **指導等措置義務の実効性を確保**するためにどのような取組が必要か。

ヒアリングで確認した事項

①指導等措置義務の実施状況（販売代理店に対する評価指標の設定状況を含む）

- 各事業者において、書類・面談により委託先の販売代理店を審査するとともに、営業マニュアル（各社に寄せられる苦情相談内容を踏まえて定期的に更新）の整備や研修・スキル評価の実施を通じた営業スキルの向上を図っている。また、スキル評価の取組として、個社で資格制度を導入している事業者も存在している。一方で、今後、こうした個社の資格制度を廃止する事業者が出てくる可能性もある。
- 各事業者において、販売代理店ごとに責任者を設定させ、総務省への販売代理店届出の状況を通知させるようにするとともに、二次以下の委託先の情報も可能な限り申告させるようにしている。一方で、例えば事業者への申告が上がってこない下位の販売代理店（アウトサイダーも含まれる。）については、事業者としてその状況を把握できていない実情も存在する。そうした中で、二次以下の代理店についても厳格な管理を行う観点から、委託元の販売代理店において、委託先の各販売代理店を個々に管理する責任者を設定している事業者も存在している。
- 各事業者において、販売代理店との交渉を行う部門から独立した監査部門による定期的な監査（覆面調査、店舗や電話での勧誘状況に係る録音のサンプリング調査等）を行い、不適切な営業を検知した際には必要な指導・研修等の措置を販売代理店（個別店舗ではなく該当の販売代理店運営会社）に対して行っている。
- 各事業者において、販売代理店に寄せられた苦情相談の状況の分析（地理的な傾向の分析を行っている事業者も存在）を行い、必要な是正措置（マニュアルの更新、再研修の実施等）を行っている。
- 各事業者において、悪質な違反事例を検知した場合には、該当の販売代理店による営業の停止や契約の解除等の措置をとることとしている。一方で、実際に営業の停止や契約の解除等の厳しい措置がとられている事例はあまり存在しておらず、基本的には指導・研修等の措置により営業の改善を促す方針となっている。
- 各事業者において、主に販売実績（通信・オプション・端末の販売数量）・営業実績（提案活動等の営業実績）に基づく評価指標を販売代理店に対して設定している。一方で、契約のキャンセルや解約率といった営業の質に関連する要素を評価指標に反映している事業者も存在している。こうした評価指標の設定に当たって、事業者と販売代理店の間の協議が十分に行われていないとする意見が販売代理店側に存在している。

②電話勧誘に関する措置の状況

- FTTTH事業者において、苦情相談の多い電話勧誘に特化したトークマニュアルを作成しているケースが多い。また、電話勧誘におけるトラブル（口頭での契約を巡るトラブル）を防止する観点から、電話勧誘後、相手側に説明書面を交付した後、その内容を確認して返送してもらうことを以て正式な契約の成立として扱う事業者も存在している。

委員等からの主な意見

- いろいろな取組をしているようだが、実際には苦情が多い状況にある。（平野委員）
- なぜアウトサイダーが事業者の契約を媒介できているのかがよく分からない。（吉永委員）
- 説明書面を用いた説明を徹底するための更なる取組や方針の検討が必要ではないか。（国民生活センター）
- モニタリングの強化、罰則の厳格化が必要ではないか。（青柳委員、吉岡委員）
- 事業者のマニュアルの更新が頻繁になると、それに対応した研修の実施も頻繁になり、覚えないといけない内容も広範になっている。販売代理店の現場の疲弊を招かないよう効率的な対応を検討する必要があるのではないかと。（黒坂委員）
- 研修項目が膨大であり、販売代理店の現場でフォローするのが大変なのではないか。（牛房委員）
- 事業者における目標設定に当たって、支社・販売代理店からの声を踏まえつつ、本社としての統一的なメッセージをどう伝えるかを考える必要があるのではないかと。（黒坂委員）
- FTTHの目標設定については、無理販を抑止する観点から、回線が開通するところまで見るべきなのではないか。その上で、数で稼ぐことで目標を達成するケースも考慮し、苦情相談が多い場合には目標を達成していても手数料収入に影響するような体系を考えても良いのではないかと。（森委員）
- 無理販をするのがつらいというショップスタッフの意見が多く見られ、深刻な状況にあることは間違いない。事業者は状況は改善している、良い方向に向かっていると言うが、販売代理店の声は違う状況になっており、何らかの介入・改善が必要である。時代の要請なのではないか。（森委員）
- （全携協からの説明について）販売代理店が目標達成のために無理をしないといけないう状況にある中で、単に販売代理店における営業を監督するだけでなく、客観的な指標（目標設定）を見ながら事業者のことも監督していく必要があるということに理解した。その上で、競争の領域ではなく消費者保護の領域で何ができるのかを考えなくては行けない。（吉永委員）
- 自社の資格制度が廃止されるようなことがあると、今後何を基準に仕事していけば良いのかという不安が生じ、ショップスタッフが離職していくのではないかと。スキルについては各社共通の部分も多いように思われるところ、例えば全携協において全社共通のスキル標準セットのようなものを用意することはできないか。総務省としてもサポートできるところがあるのではないかと。（黒坂委員）
- 皆様から事業者の枠を超えたスキル標準のようなものが必要と言われており、検討していく必要があるかもしれない。一方で、標準資格のようなものができたとして、ショップスタッフがそれを受けようとするのが難しい。（全携協）

論点整理案（状況認識）

- 各事業者において、販売代理店への委託契約時における審査、委託契約後の研修・指導やスキル評価の実施、営業状況の監査等を適切に行うことで、指導等措置義務の遵守に努めていることが伺われる。一方で、下層の販売代理店の監督が不十分な状況にあり、また、アウトサイダーによる販売を巡る問題が存在していることも伺われる。
- スキル評価の取組について、業界共通の枠組みは存在せず、個社で資格制度を導入している事業者も存在する一方で、個社の資格制度を廃止する事業者も出てきていることが伺われる。
- 電話勧誘について、2022年7月の規制強化（説明時の書面交付義務の導入）以降も苦情相談件数は横ばいの状況となっており、販売代理店における法令遵守が引き続き不十分な状況（事業者による指導等措置義務が有効に機能していない状況）にあることが伺われる。また、電話勧誘については、苦情相談のうち70代以上の高齢者の占める割合がその利用割合に比して大きくなっているところ、高齢者の実情に即した適切な対応（適合性の原則を踏まえた対応）を徹底する必要性が伺われる。そうした中で、契約手続のフローを改善し、書面での慎重な確認を行うプロセスを契約手続に導入する事業者も存在している。
- 販売代理店における悪質な違反事例を検出した場合の対応として、事業者が実際に営業の停止や契約の解除等の厳しい措置をとる事例はあまり存在せず、基本的には指導・研修等の措置により営業の改善を促す方針となっているところ、抑止力が不十分な可能性も伺われる。また、総務省における対応も不十分な可能性が伺われる。
- 各事業者による販売代理店の評価指標について、量的な競争を過度に重視することで、販売代理店が無理な営業を行わざるを得ない可能性も伺われる。競争自体が否定されるものではないところ、消費者保護ルールの趣旨にも鑑み、量的な側面だけでなく質的な側面にも必要な考慮を行うような評価指標が設定されることの必要性も伺われる。

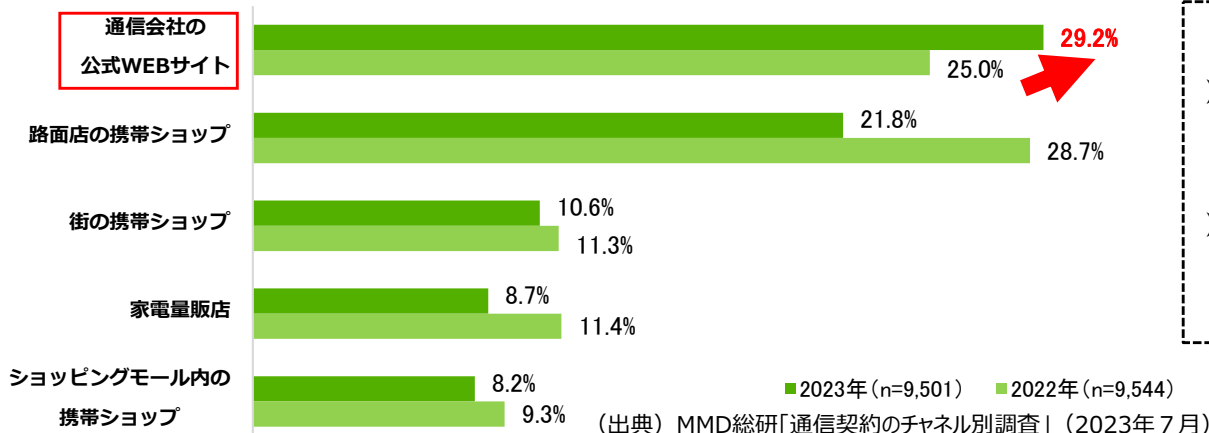
論点整理案（検討の方向性）

- ▶ 法令違反への抑止力を強化する観点から、総務省、事業者、販売代理店のそれぞれが更なる措置を講じることを検討してはどうか。
 - 総務省において、法令違反のあった事業者・販売代理店への行政指導や行政処分の実施を強化するとともに、違反事例/苦情相談事例の件数・内容を踏まえ、事業者・販売代理店の名称の適切な基準に基づく公表の在り方を検討してはどうか。
 - 総務省及び事業者において、指導等措置義務の在り方について検討し、指導等措置義務の実効性を確保することで、販売代理店の営業の質を担保する観点から、各事業者の実施状況（例：階層的な販売代理店の管理状況、違反事例のあった販売代理店への措置の基準や措置の実施状況、評価指標の在り方の自己点検の状況）について、総務省への報告あるいはモニタリング・公表の在り方を検討してはどうか。
 - スキル評価の取組について、自社の資格制度を廃止する事業者における苦情相談の動向等を注視した上で、質的な競争を確保するために必要があると認められる場合には、業界全体で効率的・効果的にスキルの向上を図るための対応について検討するとともに、総務省も必要な支援（例：業界共通のスキル評価指標の開発の可能性や運用の在り方についての調査）を行うことを検討してはどうか。

現状と課題

- 社会全体のDXの進展に伴い、サービスの契約・解約を行う場が店舗からオンラインに、手順のフォーマットが書面から電子媒体に移行していく中で、**DXという新たなトレンドが、AI等の最新の技術の利用と相まって、電気通信事業者・代理店と消費者の双方に大きな利便性をもたらす**ことが想定される。
- 一方で、**オンラインでの契約・解約に際して**、人手を介さないことで補足的な説明が行われなくなること、また、ダークパターンのように消費者の誤認を招く、あるいは、消費者の手続（例：解約手続）を妨げるような表示が行われることにより、**消費者の正しい理解や意思表示が損なわれる**ことも想定される。
- **利用者にもたらされるメリットとデメリットとの間のバランス**を図り、DXの進展に適切に対応していく必要がある。

【メイン利用の契約をした場所】（2022年との比較、上位5位抜粋）



＜苦情・相談事例＞

- オンライン契約をした際、知らない間に端末保証オプションに加入して料金が請求されてしまっていた。このオプションにだけ事前に申込みチェックが入っていたようだ。
- IDが分からず、カスタマーセンターにWEB上での解約手続ができないことを伝えたが、WEB上の解約しかできないので、パソコンに詳しい人に聞きながら手続するように言われた。

検討のスコープ

- **契約書面等の電子交付の原則化に向けた課題として何が想定され、どのように対処**すべきか。

※例えば契約の電子化に伴う利用者の理解を助ける観点からサマリーペーパーの在り方について検討してはどうか。（第5回委員会資料「中間論点整理案」より抜粋）

- その他、**DXの進展により生じる新たな利用者トラブルとして何が想定され、どのように対処**すべきか。

ヒアリングで確認した事項

①DXの活用状況

- 各事業者において、契約・解約等の各種手続を基本的にオンラインで完結できるように取り組んでいる。また、オンライン手続において、オペレーターによるビデオ通話やAIチャットによる接客サポート、動画コンテンツの視聴を通じた分かりやすい説明を行っている事業者も存在している。一方で、解約手続について、オンラインでの対応に制約がある（店舗または電話での対応を誘導される。）事業者も存在している。
- オンライン手続を巡る利用者からの苦情について、件数は少ないが、ウェブサイト表示の分かりにくさやチャットでの案内の不備等の苦情が存在する。
- 各事業者において、契約情報、利用明細（請求料金）、データ通信量等のサービスの利用状況をマイページを通じて確認できるようにしている。
- 販売代理店の店舗における接客・提案をサポートする観点から、利用者の利用実績や利用用途を踏まえ、提案・説明の内容をAIで自動生成する取組を導入している事業者も存在している。また、店舗のスタッフのスキル向上を効率的に行う観点から、AIを相手にしたロールプレイを導入している事業者も存在している。
- 遠隔地の利用者に対するリモートでの接客（ビデオ通話による接客）を行っている事業者も存在する。
- 苦情相談対応のチャネルとして、電話やチャットのほか、AIチャットやAIエージェントを用意している事業者も存在している。

②契約書面の電子交付の取組

- 各事業者において、利用者に対して契約書面の電子交付を優先勧奨（利用者に対して、特段の要望がなければ電子交付とする旨を案内し、電子交付とすることへの明示的な承諾を得る対応。）している。利用者にとって、契約内容をいつでもマイページで閲覧し、ダウンロードすることができるメリットがあり、苦情もあまり発生していない。
- 一方で、店舗でのより丁寧な対応が求められる高齢者（80歳以上）や電話勧誘の対象者に対しては、電子交付の優先勧奨を行わず、紙での交付を行っている事業者も存在している。

③ダークパターン対策の取組

- 各事業者において、ダークパターン対策の観点から、利用者からの声や法令・業界のガイドラインへの適合性を踏まえた社内チェックを行った上で、ウェブサイトの設計を適切に行っている。

委員等からの主な意見

- DXの推進は、消費者にとって、時間・場所を問わず簡略に手続きができ、即時の契約・開通が可能、事業者にとって、コストの削減や紙の利用に伴うオペレーションミスの軽減が可能といったメリットがある。一方で、消費者にとって、対面でのサポートの消失によるトラブル発生時の自己解決能力やリテラシーが求められ、事業者にとって、物理的な接触が減少することによるブランドロイヤリティの低下やAI等を利用した不正契約に巻き込まれるといったデメリットもある。（浅川委員）
- ダークパターンについて、短期的にはLTVの底上げや解約の阻止を通じて事業者の収益に寄与することも想定されるが、中長期的には、事業者のレピュテーションリスクや法による制裁のリスクといった甚大なリスクをはらんでいる。（浅川委員）
- 欧米では、オンライン契約が進展して利用者の利便性が高まった一方で、高額なプランを派手な色・巨大なボタンで強調する、ポップアップを執拗に表示させる、契約を拒否することが利用者の損失であるかのようなメッセージを強調する、オンラインでの解約手続を複雑化させて解約を阻止する、契約の最終画面でいきなり追加の料金・条件を示す、利用者の不注意を利用して気づかないように高額なオプション付プランを選択させる等のダークパターンの事例が顕在化しており、当局による必要な規制が行われている。（浅川委員）
- 米国では、既存契約を維持しつつ、検討中の新契約について、オンライン契約でeSIMをダウンロードし、一定期間無料でネットワークを試用できるアプリ（一定期間経過後にアプリ内のボタンをクリックして本契約に移行可能）が存在している。（浅川委員）
- DXは原則として推進すべき必要な営みである一方で、自動化された業務やシステムには、バイデザインの思想のもと、フェイルセーフの設計（エラーの検知、エラーからの救済、フォールバックの設計）が必須である。（黒坂委員）
- DXの取組を進めるに当たって、ナッジを含め過度な誘導が行われないようにする（ダークパターンとの境界を設定する）、自動化された業務やシステムの透明性を確保する、デジタル技術に対する抵抗感を払拭するといった点を検討することが必要である。（黒坂委員）
- 今後、手続のオンライン化が進んでいくと、リテラシーが低い人のオンライン手続の利用が増え、苦情も増えてくるように思う。また、ダークパターンのようなものは、悪徳事業者だけでなく通常の事業者のウェブサイトにも存在している。（木村たま代委員）
- 特に高齢者はAIチャットによる対応には不慣れであり、電話のオペレーターにつないであげるオペレーションにして欲しい。（木村嘉子委員）

論点整理案（状況認識）

- DXは原則として推進すべき必要な営みであるが、問題が発生した際の検知、利用者の救済及び取組の改善が図られる必要がある。
- 各事業者において、手続のオンライン化やペーパーレス化に積極的に取り組んでいるが、オンラインでの解約手続に制約が存在する事業者も存在する。現状としては、リテラシーの高い利用者がオンライン手続を利用していることが伺われ、オンライン手続を巡る苦情件数は目立っていないが、今後、高齢者を含む様々な利用者（例：リテラシーが低く、問題の自己解決能力が低い利用者）がオンライン手続に移行していくことで、苦情件数が増えていくことも想定される。
- AIを活用したスタッフの対応の質の向上やペーパーレス化によるオペレーションのミスの軽減等、DXを有効に活用している事業者も存在しており、事業者によるDXの活用が消費者利便の向上につながっていることが伺われる。一方で、事業者が利用者からの苦情相談への対応にAIチャット等を利用している場合に、デジタル技術に不慣れな高齢者を中心に、問題の解決が十分に図られず、また、電話でのオペレーター対応にうまくつながらないといった問題も存在していることが伺われる。
- 契約書面の電子交付の優先勧奨について、現状、苦情件数は少なく、大きな問題がなく取組が行われていることが伺われる。このような状況も踏まえ、電子交付の原則化を強く望む事業者も存在しており、利用者からしても、いつでもマイページで閲覧し、ダウンロードすることができるメリットは大きい。一方で、店舗でのより丁寧な対応が求められる高齢者（80歳以上）や電話勧誘の対象者に対しては、電子交付の優先勧奨を行わず、紙での交付を行っている事業者も存在している状況を踏まえれば、引き続き紙での交付に対する必要性が一定程度存在することが伺われる。
- 利用者に対して有用な判断材料を与える観点から、ナッジの取組は有効であるが、それが過度な誘導にならないように留意する必要がある。
- 特に、ダークパターンについては、中長期的に事業者のレピュテーションリスクや法による制裁のリスクといった甚大なリスクをはらんでおり、各事業者において、利用者からの声や法令・業界のガイドラインへの適合性を踏まえた社内チェックを行った上で、ウェブサイトの設計を適切に行うよう努めていることが伺われる。一方で、オンライン手続を巡るダークパターンの問題が世界的に顕在化していることが伺われ、欧米を中心に必要な規制が行われている。

論点整理案（検討の方向性）

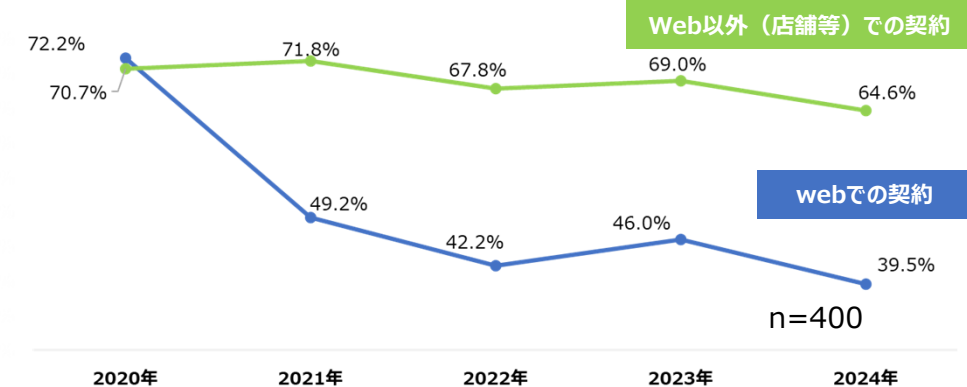
- ▶DXを推進していく必要性は認識しつつ、今後、オンライン手続の利用者の裾野が広がり、関連の苦情相談が増えてくることも想定される中で、実際に問題が発生した際の検知、利用者の救済及び取組の改善が適切に図られるようにする必要があるところ、以下に留意した上で、引き続きメリット・デメリットを踏まえた検討を進めていくことが求められるのではないか。
- 各事業者で、接客時におけるAIを活用したサービスやプランの提案、契約後の利用者への案内としてナッジやマイページの活用が進んでいる状況を踏まえ、各事業者の取組をモニタリングしつつ、その提案・表示が利用者の意に沿わないサービスやプラン（例：利用実態に沿わない高額なサービスやプラン）への不適切な誘導にならないよう、必要に応じて各事業者の取組の改善を促すとともに、DX時代において引き続き適合性の原則を確保していくために必要な措置について検討していく必要があるのではないか。
 - 各事業者が利用者からの苦情相談への対応にAIチャット等を利用する場合に、利用者が抱える問題に適切かつ迅速に対処できる状況を確保すべく、各事業者の取組をモニタリングしつつ、好ましい／好ましくない事例を整理することで、各事業者の取組の改善を促す必要があるのではないか。
 - 契約書面の電子交付について、現状の優先勧奨の取組に大きな問題が生じていないことを認識した上で、引き続き各事業者における優先勧奨の取組の状況をモニタリングしつつ、電子交付の原則化について検討を進めてはどうか。その際、紙交付（サマリーペーパーの交付を含む。）が望ましい利用者（高齢者等）の存在や苦情相談の動向も踏まえ、紙交付が必要な事例を具体化するなど、電子交付を巡り想定される課題に丁寧に対処しつつ検討を進めていく必要があるのではないか。
 - ダークパターンや広告表示を含めたオンライン手続を巡る消費者問題について、消費者庁における特定商取引法に関する議論（デジタル取引・特定商取引法等検討会の議論）や諸外国における取組事例を参照しつつ、各事業者のウェブサイトの設計をモニタリングしたうえで、電気通信事業分野における必要な措置（※）について検討していく必要があるのではないか。
※ 特定商取引法における訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に関する規律は、電気通信事業法に基づく電気通信事業の提供に関するものには適用されない。したがって、通信販売に該当するオンライン手続について、電気通信事業分野における個別の検討が必要になる。
 - 契約手続のオンライン化が進む中で、解約手続についてもオンラインでの対応を適切に受け付けることで、遅滞なく解約できる状況が確保されるべきではないか。

現状と課題

- 移動体通信サービスについては、初期契約解除の例外として、各事業者が総務大臣の認定を受ける確認措置の枠組みが存在している。確認措置は、通信契約だけでなく端末等（特定商取引に関する法律のクーリング・オフ制度（訪問販売・電話勧誘販売等に適用。店舗販売・オンライン販売には不適用。）の対象）も含めて契約を解除することができるメリットがある。また、初期契約解除制度のもとで事業者が利用者に請求可能な費用の一部について、確認措置のもとでは請求されないメリットもある。
- 一方で、初期契約解除は、期間内であれば条件を問わず契約を解除できるのに対して、確認措置は、期間内であっても、利用場所の状況（電波の状況）が不十分である場合、あるいは、事業者があらかじめ定めた法令等の遵守状況の基準に適合しない対応が行われた場合でない限り、契約を解除することができないデメリットもある。
- その上で、初期契約解除／確認措置の導入以降に、移動体通信サービスについて、契約解除時の違約金の上限規制（上限1,000円）やSIMロックの原則禁止が導入されたことで、市場環境が大きく変化しており、消費者に対する確認措置のメリットに変化が生じている可能性がある。
- また、利用者の契約の状況を見ると、店舗等利用者の3割強、オンライン利用者の6割強が、端末の契約を伴わずに通信契約のみを行っており、そうした利用者（端末の契約解除が不要な利用者）からすると、契約解除の適用条件が存在する確認措置が不利に働いている可能性がある。
- FTTH等の固定ブロードバンドサービスについては、契約の後、工事の実施により通信が開通するまでの間に初期契約解除の期間が経過するのが通常であり、実態として初期契約解除の適用が形骸化している状況が伺われる。

● MNOとの回線契約時に端末を購入した者の割合

毎年、直近の6月～12月に契約申込した者（web契約者400人、web以外での契約者400人）にアンケートを実施。



検討のスコープ

- 市場環境の変化を踏まえて、消費者保護ルールは今後どのようにあるべきか。
 - 確認措置や初期契約解除の制度の在り方について、消費者へのメリットを踏まえてどのような見直しが必要か。

トピック5 その他（制度の再検討：確認措置／初期契約解除）

25

【初期契約解除と確認措置の比較】

	初期契約解除	確認措置	通常の契約解除
申請が可能な期間	契約書面の受領※から8日を経過するまでの間 ※移動通信サービスの場合は、契約書面の受領／役務の提供開始のいずれか遅い方	役務の提供開始から8日以上の間（各事業者が総務大臣の認定を受けた確認措置の中で規定。通常は8日間。）	いつでも可能
適用の条件	無し	役務の利用場所状況（電波の状況）が十分でない場合／法令等の遵守状況が各事業者が定めた基準（総務大臣の認定を受けた確認措置の中で定めた基準）に適合しない場合	無し
解除の対象	通信サービスの契約※ ※PHS、期間拘束のないMVNOの無線インターネット専用サービス、プリペイドの移動体通信サービス、公衆無線LAN、DSLサービス、FWAサービス、その他のISPサービス、IP電話、加入電話・ISDNを除く。	- 移動体通信サービス（MNOサービス、MVNOサービス（期間拘束のない無線インターネット専用サービスを除く）※プリペイド除く）の契約 - 一部のオプションサービスの契約 - 移動端末設備の売買契約	通信サービスの契約
違約金の有無	無し	無し	有り【上限：月額料金※】 ※大手携帯会社等が提供する主な移動体通信サービスについては月額料金と1,000円のいずれか低い方
その他費用の発生	契約解除までに発生した以下の費用（法定利率による遅延損害金の額を加算可能） ✓契約解除までに提供された主たる通信サービス及び一部のオプションサービスの対価 ✓MVNOサービスの利用に係るSIMカードの料金等 ✓工事に通常要する費用（固定系サービスが対象） ✓契約締結に通常要する費用（事務手数料）【上限3,000円】 ✓番号ポータビリティに係る費用【上限1,000円】	契約解除までに発生した以下の費用（法定利率による遅延損害金の額を加算可能） ✓契約解除までに提供された主たる通信サービス及び一部のオプションサービスの対価 ✓返還されない移動端末設備の販売価格相当額	発生する全ての費用

ヒアリングで確認した事項

○確認措置の実施状況

- MNO 3 社（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）において、確認措置の適用対象として総務大臣から認定を受けた移動体通信サービス（5G、LTE等）について、確認措置を適切に運用していることが伺われる。一方で、確認措置を利用せず、原則どおり初期契約解除を利用している事業者（MNO 1 社（楽天モバイル）及びMVNO各社）も存在している。
- MNO 3 社（NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク）が受け付けた確認措置の申告件数のうち、実際に契約解除に至るものの割合は、各社によって状況が異なり、基本的に契約解除にに応じている事業者が存在する一方で、一定割合は契約解除に至らない事業者も存在する。
- 確認措置の適用条件への該当性の確認に関して、利用場所の状況（電波の状況）が不十分であることを理由とする条件については、電波改善の措置の実施も含めて一定の検討が必要となり、時間を要することとなるケースがある一方で、事業者があらかじめ定めた法令等の遵守状況の基準に適合しない対応が行われたことを理由とする条件については、利用者からの申告を踏まえてその場で確認が行われるため、速やかに処理が行われるケースが一般的である。その際、確認措置の適用条件に該当しない場合であっても、状況に応じて確認措置に準じた対応を行っているケースも存在する。一方で、利用者からの確認措置の適用の申告を信頼し、基本的に契約解除に応じている事業者も存在している。
- MNO 2 社（ソフトバンク、楽天）において、据置型Wi-Fiサービスは確認措置の対象となっていない状況であるが、通信契約は初期契約解除（無条件で契約解除が可能）、端末の契約は任意の契約解除（確認措置と同等の条件で契約解除が可能）に応じている。（このような場合において、仮に端末の契約に任意の契約解除が適用されなくなるようなことがあると、利用者には転用不能な端末（SIMロックがかかっている場合もあり）が残されることとなる。）なお、他のMNO 2 社（NTTドコモ、KDDI）においては、据置型Wi-Fiサービスも確認措置（端末も含めて契約解除が可能）の対象となっている。
- 確認措置の適用条件への該当性を確認する、あるいは、サービスによって確認措置と初期契約解除を使い分けることについて、それがコストとならない事業者が存在する一方で、コストと考えている事業者（ゆえに基本的に契約解除にに応じていることが伺われる事業者）も存在する。

委員等からの主な意見

- 確認措置の契約解除に当たって電波状況等の適用条件があるが、実態として、厳密に確認措置の適用条件に該当しなくても契約を解除している、また、初期契約解除は端末には適用されないが、任意に契約を解除しているという話が事業者からあった。制度はその効果を厳密に考えてつくるものであるが、現場からすると、確認措置の適用条件への該当性を確認する、あるいは、サービスによって確認措置と初期契約解除を使い分けることがコストとなるのかもしれないと感じた。（吉永委員）
- 確認措置については、消費者からの苦情の中でも、よく分からないまま制度を利用している、不利な条件だと思いつながら制度を利用しているといった話があるので、ぜひ見直して欲しい。（木村たま代委員、木村嘉子委員）

論点整理案（状況認識）

- 各事業者において、初期契約解除と確認措置を適切に運用している一方で、確認措置の適用条件への該当性を確認する、あるいは、サービスによって確認措置と初期契約解除を使い分けることをコストと考え、基本的に契約解除に応じている事業者も存在していることが伺われる。
- 利用者から受け付けた確認措置の申告について、適用条件を理由として、一定割合が契約解除に至らない事業者も存在する。そうした状況において、端末の契約を伴わずに通信契約のみを行う利用者（店舗等利用者の3割強、オンライン利用者の6割強が該当するとの調査結果あり。）からすると、端末等の契約解除が可能な一方で、初期契約解除とは異なり契約解除の適用条件が存在する確認措置の存在が不利に働いていることも伺われる。
- 確認措置については、利用者からすると契約解除の適用条件を含めて分かりにくい制度であるとのイメージもあるところ、利用者に分かりやすく、また、利用者が不利にならないような制度に見直していく必要性が伺われる。
- 据置型Wi-Fiサービスを確認措置の対象としていない（初期契約解除の対象としている。）事業者においても、任意の対応として、初期契約解除による通信契約の解除だけでなく購入した端末の契約の解除にも応じている実態が伺われる。一方で、据置型Wi-Fi端末については、SIMロックが禁止されておらず、SIMロックが設定されている場合はもちろんのこと、SIMロックが解除されている場合においても、他事業者のSIMによる通信の確立が保証されていない状況にある。そうした中で、初期契約解除に合わせて事業者が任意に行っている端末の契約の解除が行われなくなった場合、また、初期契約解除／確認措置の期間が経過した後に通信契約の解除が行われた場合において、他事業者の同等サービスへの乗り換えができない転用不能な端末だけが利用者の手元に残される（併せて、事業者から当該端末に係る残債の一括請求が行われる場合がある。）状況が生じていることが伺われる。
- FTTH等の固定ブロードバンドサービスについては、契約の後、工事の実施により通信が開通するまでの間に初期契約解除の期間が経過するのが通常であり、実態として初期契約解除の適用が形骸化している状況が伺われる。

論点整理案（検討の方向性）

- ▶ 端末の契約を伴わずに通信契約のみを行う利用者（SIMのみ契約者）がかなりの割合で存在している中で、確認措置における契約解除の適用条件の存在が利用者にとって不利に働くことがないよう、確認措置の在り方を見直してはどうか。具体的には、販売の現場で、確認措置における契約解除の適用条件への該当性や、初期契約解除と確認措置の使い分けについて判断しなければならないという負担も考慮した上で、通信契約のみの解除となる利用者（SIMのみ契約者）について、期間内であれば無条件に契約を解除することができるような枠組みをどのように実現していくかを検討していくことが考えられるのではないか。その際、契約解除の適用条件がなくなることで、キャッシュバックを目的とした短期解約が増長されることがないように留意する必要もあるのではないか。
- ▶ 据置型Wi-Fiサービスについて、（確認措置ではなく）初期契約解除が適用される場合に、通信契約のみが解除となり、購入した端末の契約解除が行われなくなるような状況は好ましくなく、また、確認措置／初期契約解除の期間が経過した後に通信契約の解除が行われた場合に、転用不能な端末だけが利用者の手元に残る（併せて、事業者から当該端末に係る残債の一括請求が行われる場合もある。）ような状況も好ましくないところ、据置型Wi-Fiサービスの普及状況や各事業者の端末の仕様も踏まえた上で、通信契約の解除後の端末の取扱いについて、SIMロックの在り方も含めて検討してはどうか。
- ▶ FTTH等の固定ブロードバンドサービスについては、契約の後、通信の開通のための回線敷設工事が実施されるまでの間に初期契約解除の期間が経過するのが通常となっている。そうした中で、電気通信サービス向上推進協議会が定める「電気通信事業者の営業活動に関する自主基準及びガイドライン」においては、サービスの提供開始前又は回線敷設工事の前であれば、利用者への費用負担なしに契約解除に応じることを求めている。係る実態も踏まえ、固定通信サービスに係る初期契約解除の期間（※）の妥当性について改めて検証をしてみてもどうか。

※ 移動体通信サービスについては、契約書面を受領した日又は役務の提供開始のいずれか遅い日から8日間とされているが、固定通信サービスについては、契約書面を受領した日から8日間とされている。