

平成30年10月31日（水）
消費者庁

携帯電話に関する消費生活相談の状況 と消費者への取組

商品別分類における消費者相談件数の推移

携帯電話に関連する相談は、相談件数の全体で見て高い順位を占める傾向が続いている。

2013年度		件数 割合(%)	2014年度		件数 割合(%)	2015年度		件数 割合(%)	2016年度		件数 割合(%)	2017年度		件数 割合(%)
全体		925,835 (100.0)	全体		946,225 (100.0)	全体		929,986 (100.0)	全体		890,610 (100.0)	全体		936,881 (100.0)
順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等		順位	商品・役務等	
1	アダルト情報サイト	80,204 (8.7)	1	アダルト情報サイト	111,544 (11.8)	1	アダルト情報サイト	95,594 (10.3)	1	デジタルコンテンツ その他	97,187 (10.9)	1	商品一般	145,597 (15.5)
2	デジタルコンテンツ その他	51,407 (5.6)	2	デジタルコンテンツ その他	57,446 (6.1)	2	デジタルコンテンツ その他	78,293 (8.4)	2	アダルト情報サイト	62,543 (7.0)	2	デジタルコンテンツ その他	107,460 (11.5)
3	健康食品	45,668 (4.9)	3	商品一般	49,787 (5.3)	3	インターネット接続回線	44,066 (4.7)	3	インターネット接続回線	40,706 (4.6)	3	インターネット接続回線	33,492 (3.6)
4	商品一般	40,418 (4.4)	4	サラ金・フリーローン	35,924 (3.8)	4	商品一般	43,090 (4.6)	4	商品一般	39,807 (4.5)	4	賃貸アパート・マンション	31,828 (3.4)
5	サラ金・フリーローン	36,510 (3.9)	5	インターネット接続回線	33,777 (3.6)	5	賃貸アパート・マンション	33,779 (3.6)	5	賃貸アパート・マンション	32,817 (3.7)	5	健康食品	30,181 (3.2)
6	賃貸アパート・マンション	33,224 (3.6)	6	賃貸アパート・マンション	33,185 (3.5)	6	フリーローン・サラ金	32,315 (3.5)	6	健康食品	29,434 (3.3)	6	フリーローン・サラ金	25,575 (2.7)
7	インターネット接続回線	19,357 (2.1)	7	移動通信サービス	20,947 (2.2)	7	移動通信サービス	25,660 (2.8)	7	フリーローン・サラ金	27,058 (3.0)	7	アダルト情報サイト	25,304 (2.7)
8	相談その他	18,676 (2.0)	8	相談その他	18,086 (1.9)	8	健康食品	22,046 (2.4)	8	移動通信サービス	25,234 (2.8)	8	移動通信サービス	23,846 (2.5)
9	移動通信サービス	18,627 (2.0)	9	健康食品	17,615 (1.9)	9	相談その他	17,649 (1.9)	9	相談その他	15,523 (1.7)	9	化粧品	15,957 (1.7)
10	ファンド型投資商品	16,626 (1.8)	10	放送サービス	13,478 (1.4)	10	四輪自動車	13,556 (1.5)	10	四輪自動車	14,377 (1.6)	10	放送サービス	15,382 (1.6)

「携帯電話」の相談を合計すると順位がさらに上昇

(注) 国民生活センターホームページにて公表している、「消費生活年報2018」の数値を基に作成。

2015年度以降は、消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。各年度の件数は、翌年度の5月末までのPIO-NET登録分。2015年度から商品別分類を変更したことなどにより、「デジタルコンテンツその他」「商品一般」については2014年度以前と2015年度以降での時系列の比較はできない(「商品・役務等」の名称が同じでも定義の変更により時系列での比較ができない)。「移動通信サービス」には「携帯電話サービス」と「モバイルデータ通信」が含まれる。

携帯電話に関する消費生活相談の状況

2017年度の携帯電話に関する消費生活相談件数は2.3万件。
 相談件数は、2015年度をピークに減少しているものの、依然高水準で推移。
 相談内容としては、「契約・解約」「販売方法」「接客対応」「価格・料金」に分類されるものが多い。

< 携帯電話に関する消費相談件数の推移 >

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
安全・衛生	321	424	407	356	321	327	337
品質・機能、役務品質	4,921	5,859	5,325	4,106	4,096	3,986	3,763
法規・基準	436	509	727	581	524	481	387
価格・料金	4,907	5,284	5,353	6,109	6,621	5,699	5,248
計量・量目	3	10	3	8	8	6	6
表示・広告	652	844	1,390	769	832	747	748
販売方法	5,073	5,397	6,345	7,140	8,550	7,792	7,305
契約・解約	13,700	15,519	16,217	17,790	19,896	18,296	17,298
接客対応	5,608	6,721	6,831	7,272	7,254	6,555	6,394
包装・容器	6	5	7	10	4	4	4
施設・設備	12	16	15	15	6	5	6
携帯電話 に係る相談件数	18,652	21,002	21,545	22,744	25,726	23,800	22,794

(注) 2018年10月22日までにPIO - NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワークシステム)に登録された、「携帯電話(スマートフォンを含む)」もしくは「携帯電話サービス」に分類された相談における11の内容別分類毎の相談件数(内容別分類は複数選択が可能となっており一部重複するものも存在)。消費生活センター等からの経由相談は含まず。

携帯電話に関する消費生活相談の事例

料金プランが分かりにくい、乗り換えが自由にできない、という相談から、**利用者(消費者)の自由なサービス選択が妨げられている**ことがうかがえる。

相談事例1: 料金プランが分かりにくいことに関するもの

スマホの通信プランについて、CMで一人あたり1980円と広告されていたのを見て店舗に出向いたが条件付だった。紛らわしい。スマホの機種変更の前に電話で料金プランの問合せをした。その時聞いた金額と実際の料金に差があり、だまされたような気がする。安いプランの案内が来て携帯電話ショップに行った。担当者から料金の説明を受けたが非常に分かりにくい。スマートフォンの料金プランを見直そうと店舗に行くと、そのたびに違うプランや料金を提示される。契約が複雑で分かりにくい。スマホの通話無制限のプランを利用している。支払い方が2通りあるようだが、問い合わせても内容がよく分からない。

相談事例2: 乗り換えが自由にできないことに関するもの

スマホを乗り換えようとしたら2年縛りがあることがわかった。そのような説明は受けておらず書面もない。携帯電話会社を他社に乗り換えたいと思い必要な番号を取得する為に電話をかけたが強引に引き留められた。スマートフォンを解約しようとしたところ、2年縛りとかで違約金1万8千円を取られた。おかしいのではないか。格安スマホから別のスマートフォンに乗り換える手続きをしているが、格安スマホ業者に電話が繋がらない。携帯電話を機種変したが、容量不足でアプリが取り込めない。解約すると違約金がかかると言われたが別の携帯に変えたい。

携帯電話に関する契約における問題の所在

契約が複雑化しており、内容の理解が難しくなっている。

携帯電話の契約の際、「コアの通信サービス」以外に、商品・サービスの「セット販売」が行われる。

- ・ コアの通信サービス …… 利用枠等により料金が異なる 複数のプランが存在。 割引が常態化。
- ・ セット販売(オプション) …… 商品・サービスの 数や種類が多い (通信と無関係のものもある)

契約の相手方が誰かということも分かりにくい。

コアの通信サービス

- 1 各料金プランのデータ通信量がどの程度の利用状況に対応するのか分かりづらい。(メール程度では、大手キャリアの最も安いプランでも余裕がある。)
- 1 大手キャリアとMVNOで料金プランの体系が異なる。
- 1 料金割引の条件・内容が分かりづらい。(端末購入や他社からの乗換えという条件もある。)

- 1 消費者が自分のニーズや利用状況に見合った料金プランを選ぶことが難しい。

消費者が自身のニーズや利用状況等を把握・認識できていない場合もある。

- 1 低額なプランで十分な場合でも、高額なプランに加入している場合がある。(特に、フィーチャーフォンからスマホへの切り替え時など)

セット販売(オプション)

- 1 消費者が要望していなくても、事業者から勧誘が行われる。

コアの通信サービスの料金には差がないことが、セット販売での競争につながっている面があると思われる。

- 1 一定期間経過後、利用料が発生するものがある。

- 1 消費者が商品・サービスの内容や契約内容について十分な余裕をもって検討することが難しい。

- 1 契約当初は負担が生じることに気づかない。

- 1 必要のない商品・サービス(オプション)に料金を払っている場合がある。

さらに、解約時に高額な解約料がかかる場合がある。

