
競争ルールの検証に関するWG(第29回)
消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第39回)
に関する追加質問に対する回答

2022年5月13日
株式会社NTTドコモ

販売代理店の状況関連 (3-1 評価指標の設定)

キャリア側は評価指標を「適正な範囲内で設定」していると認識しているが、事務局資料から推察すると、そうは思っていない代理店も一定数あると思われる。こうした認識ギャップが大きいことが問題と考えられるが、このギャップを埋めるために何が必要だと考えるか。

(北構成員)

回答

- 各月の評価指標については、直近の市場動向等を踏まえ適正な範囲内で設定しております。
- また、代理店の意見も踏まえた適正な評価指標を設定するため、各月の評価指標の内容について、前月20日頃に案を事前通知し、評価指標の適正性や合理性について説明をした上で、代理店から評価指標案についてご意見を受領した場合は、必要に応じて評価指標の見直しをする運用としており、実際に見直しを行った実績もございます。
- 今回のご指摘を踏まえ、今後は上記の取組みに加え、代理店への事前通知の際にさらに分かりやすい説明を行うことでより代理店の納得度を高めていくよう留意する等代理店との一層の双方向なコミュニケーションに努めて参ります。

販売代理店の状況関連 (3-4 オプション販売、ポートイン評価指標(1/3))

事務局資料4-2「キャリアショップ店員に対するアンケート調査の結果について」のP3を見ると、「2021年6月以降、利用実態に合わない、あるいは利用実態を確認せずに上位の利用金プラン等を推奨したことがあると回答した者は3割、不要と思われるようなオプションやアクセサリを推奨したことがあると回答した者はそれぞれ3割、2割という結果だった」と報告している。前回の報告では、4割だったので、1割の減少にとどまっている。

事務局資料4-3の1 オプション関係では、代理店かスタッフから、「オプション等の加入率の評価指標が設定されていて、利用者ニーズに合わない案内をするしかない、固定回線・スマホのセット割引の受付率向上や、有料コンテンツの獲得を迫られている、保証サービス獲得率の目標がかなり高く、下回ると店舗の成績や代理店の運営支援金に大きく影響する。保証サービスを拒否した利用者に在庫があるのに端末を販売しないなどの事例がある」などの意見があることや、全携協様からは、キャリアからのポートイン評価指標は以前より高く設定されているとの報告があった。評価指標を達成するために無理な販売が行われているのではないか。

1.保証サービスについては、「加入率」を評価すると、事例のように、不要なものを売りつけるだけでなく、逆に販売拒否も助長しかねないので、加入率の評価は見直すべきではないか。(石田構成員)

回答

- 端末の保険等についてはサービス特性上、端末購入から一定期間内にご加入いただくこととしており、期間超過後の加入は不可としております。
- 端末購入時の案内不足により、お客様が補償サービスの加入機会を失わないよう、お客様へのご案内を徹底しておりますが、同時に強引な加入案内を行うことのないよう代理店指導も行っております。
- 代理店評価指標における目標水準については、市場調査等を行った上で設定しており、今後も適正な水準となるよう努めて参ります。
- お客様ニーズに反するサービス加入や、非加入者への販売拒否等が発生しないよう短期解約の実績確認や不適正な販売を行っていないか定期的に調査する等、今後もお客様のニーズを踏まえた適正販売に努めて参ります。

販売代理店の状況関連 (3-4 オプション販売、ポートイン評価指標(2/3))

2. 他のオプションの加入率の評価指標の設定について見直しの検討はあるか。

(石田構成員)

回答

- オプション加入にあたっては、来店者の行動属性等に応じたデータによりニーズを判定し、ニーズがあると判定されたお客様に対して、最適なオプションを提案しており、ご説明の結果、お客様からオプション加入の意思表示をいただいた場合に販売しています。
- 現状の代理店の評価指標では、基本的に、ニーズがあると判定されたお客様に対する加入率を評価する評価指標を設定した上で、サービス加入以降一定期間契約が継続されていることも評価体系に組み込んでおり、ニーズのないお客様への販売は抑制されていると考えております。
- もっとも、ニーズがあると判定されたとしても、当該お客様に実際に当該オプション加入のニーズがあるかどうかはお客様次第であるため、指標で設定している加入率については、市場環境も踏まえた適切な水準としているほか、販売後の利用状況が低い店舗や短期解約実績の高い店舗等に対し、不適正な販売を行っていないか定期的に調査する等、お客様のニーズを踏まえた適正販売に努めております。
- 上記の理由から、現状オプション加入率の評価指標の見直しは予定しておりませんが、代理店の声やお客様の声を聞きながら、引き続き適正な評価指標の設定に努めて参ります。

販売代理店の状況関連 (3-4 オプション販売、ポイント評価指標(3/3))

3. ポイント評価指標についての見直しの検討はあるか。

(石田構成員)

回答

- 直近のスイッチング円滑化政策や、解約金撤廃などの事業者の取り組みにより、お客様が自由に負担なくキャリアを変更できる環境が整ってきております。
- 上記のような環境変化をうけ、MNP(ポイント)に関するお客様ニーズが高まっており、以前よりも代理店におけるMNPのご案内機会が増加している状況を踏まえ、状況の変化に対応する趣旨で「MNPのご提案・ご案内」を評価するという現状の評価指標は適切だと考えております。
- 今後も真にお客様の利便向上につながるご提案を促進するような評価指標を設定していくとともに、不適切なお客様対応の防止・苦情縮減等にも努めて参ります。

販売代理店の状況関連（3-5 スタッフとの意見交換）

消費者検第39回の会議において、ドコモでは、スタッフとの意見交換ではスタッフから厳しい意見が寄せられたりするので、今後も続けていきたいとのことだった。

一方、事務局資料4-2 P3では、利用者に意図しない提案を、販売員が自己判断で行ったのは1割で、後は、店長・上司の指示、経営層からの営業目標、キャリアからの営業目標となっていた。

消費者検第39回の会議でご報告のあった取り組みは、問題を把握する上で適切な取り組みと考えるところ、寄せられた意見をどのように反映させたか、その結果等についてご報告をお願いしたい。

（石田構成員）

回答

- 代理店スタッフとの意見交換会や弊社営業担当を通じて収集した代理店からの声に基づき見直す等、複数の実績がございます。
- 代理店からの意見を反映させた例として、
 - ✓ 特定のサービスに関する販売成果に関する評価指標の見直し要望
 - ✓ 緊急事態宣言に伴うテナント一部休業や3G契約者の来客数減を踏まえた評価指標に関するご要望 等を受け、見直した実績等がございます。
- 今後も代理店の経営層とのコミュニケーションのみでなく、直接お客様対応をしていただくスタッフとのコミュニケーションも継続的に実施した上で、いただいた声を踏まえて適切に営業戦略を検討して参ります。

4-1 販売代理店の状況関連

消費者検第39回会合で、「スタッフの稼働が増えているとの声があるが、こうした状況について認識しているか」という質問に対して、各キャリアから異口同音に、「店頭稼働時間は減少している」「稼働への対価はお支払いしている」「ご指摘の状況については特段認識していません」「稼働の増加はないものと認識しております」といった回答であったところ。



なぜキャリアと代理店間で、これほど大きな認識の乖離が生じているのか、その原因についてのお考えと、この乖離を埋めるためにはどうすれば良いかをお示しいただきたい。
(北構成員)

回答

構成員限り

