

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）に関する追加質問事項

3. 販売代理店の状況関連

3-1 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）

（KDDI 回答）

- ・ 販売代理店においては、キャリアショップを運営する上で、店舗が所在する地域の市場環境や、販売体制が異なっていることから、考え方や捉え方も様々であると考えております。このような販売代理店の様々な意見を集約できるよう、コミュニケーション強化を継続していくことが重要と考えます。
- ・ 具体的には、評価指標の見直し時に丁寧な説明を行い、理解促進に努めるとともに、日頃の営業活動時におけるヒアリングなどで意見を集約し、施策への反映を検討しております。
- ・ また、更なる販売代理店からの意見集約を図るために、ショップ施策意見集約窓口を新設して、直接、施策策定部門へ申告できる取組みを実施しております。

3-3 評価制度を抜本的に見直すことは高く評価できるが、新しい評価制度になっても、代理店が高い目標を選択せざるを得ないということであれば、今と変わらない。どのようにして、代理店が過剰な目標を選択することを防止するつもりか。

（森構成員）

（KDDI 回答）

- ・ 新しい評価制度については、販売代理店に対して複数回の説明を行い、弊社営業担当が販売代理店とこれまで以上に丁寧なコミュニケーションを図るよう努めております。
- ・ さらに、当該販売代理店自身が、過去の販売実績等の実態を踏まえて目標を選択できるように改定するため、無理な目標設定にはならないと考えております。

3-4 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。
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。
3. ポートイン評価指標についての見直しの検討はあるか。

(石田構成員)

(KDDI 回答)

- ・ 保証サービスを始めとした各種オプションサービスについては、お客さまのご利用状況やニーズを丁寧にヒアリングした上で、「適合性の原則」に則り、適切にご提案するよう指導、啓発しております。
- ・ また、同サービスにおける評価指標（閾値）は、過去実績から適正な範囲内で設定しております。さらに、同サービスの販売について、苦情発生率は極めて少なく、発生した場合については、個別に指導しております。
- ・ 相対基準による販売代理店評価については、ショップ間における過度な競争となる可能性があることを考慮し、現状の相対評価によるランク付け、及びランクに伴う支援金を廃止し、一定の固定型支援金に加え、販売代理店自身が、実態を踏まえて選択する目標に応じた評価制度（絶対評価）への改定を予定しております。
- ・ また、市場環境やお客さまニーズに鑑み、必要に応じて見直しを検討してまいります。

3-6 消費者検第39回の会議において、KDDIでは、販売代理店向け申告窓口を活用し、意見を広く集約の上、施策に反映させるとのことだった。

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)

(KDDI 回答)

- ・ 販売代理店と弊社間のコミュニケーション強化においては、評価指標の見直し時に丁寧な説明を行い、理解促進に努めるとともに、日頃の営業活動時におけるヒアリング、ショップ施策意見集約窓口を新設して、直接、施策策定部門へ申告できる取り組みを実施しております。
- ・ これまでに販売代理店の意見を反映した施策としては、販売代理店の適正な営業活動を評価する項目の追加 や、評価の公平性を担保するための不適切な販売の是正などがあります。

4-1 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)

(KDDI 回答)

- ・ スタッフの稼働については、消費者検第39回でも回答していますとおり、競争環境の変化やお客さまニーズの多様化により、販売代理店の取組み内容そのものも変化しているものと認識しております。
- ・ 例えば、オンライン・量販店で契約した利用者への事後対応へのニーズが増えるなどの環境の変化等に対応するため、au や UQ mobile をご利用中のお客さまが安心して端末をご利用いただけるよう、自店でご契約されたお客さまを対象を限らず、有料の「店頭設定サポート」サービスを開始し、これに応じた販売代理店向け手数料も設定する等の改善を行っているところです。
- ・ ご質問いただきました件につきまして、販売代理店の店舗が所在する地域ごとに市場環境や販売体制が異なることから、店舗運営の考え方や販売方針等の捉え方も様々であると考えております。このような販売代理店の様々な意見を丁寧に受け止めるよう、日頃の営業活動におけるコミュニケーション強化を継続していくことが重要と考えます。現行の評価制度の見直しのプロセスにおいても複数回の説明を行っており、引き続き丁寧な説明に努めて参ります。
- ・ また、日頃の営業活動を通じた意見集約以外にも、ショップ施策意見集約窓口を新設して、直接、販売代理店が施策策定部門へ意見や要望等を申告できる取組みも実施しております。
- ・ さらに、弊社は本年6月に評価制度の見直しを図り、販売代理店とよりよい関係を維持していく所存です。

以上