

## 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)

(ソフトバンク回答)

3-2 ソフトバンクショップのクルー等の話を聞くと、ソフトバンクショップの一部ではオプション（特に端末保証）をつける、顧客から保証の請求を受けたときはアップデートや買い換えを推奨するように、という対応が横行しているように聞けるが、どう改善していくのか。

(北構成員)

(ソフトバンク回答)

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)

(ソフトバンク回答)



3-7 消費者検第39回の会議において、御社では、すでに販売代理店とは意見交換を行っているとの回答だった。

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)

(ソフトバンク回答)



3-8 資料6-3の1枚目の回答の4つ目の・で「代理店独自商材の取扱も検討している」とありますが、昨年の秋から検討中だと理解しております（第24回競争WGの公正取引委員会説明資料4 P.2 最下段より）。KDDIも3月に独自商材の申請受付を開始しているとのことですが（資料5-2 p13より）、御社はいつ独自商材の取扱いの開始を考えておられるのか御教示下さい。

（西村（暢）構成員）

（ソフトバンク回答）

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）

（ソフトバンク回答）



以上