

# 「キャリアシヨップ店員に対する アンケート調査」関係

## アンケート回答者の属性

- 本アンケート調査は、MNOの販売代理店施策が現場のショップスタッフにどのような影響を与えているかの参考とするため、**2022年1月**に、NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、楽天モバイル、ワイモバイル及びUQスポットのショップの**現職又は離職後1年以内のスタッフを対象**としてウェブ調査会社を通じて実施したものの。
- 回答者の属性情報は以下のとおり。

## 【勤務先の系統】

	n	%
全体	(425)	
ドコモショップ	107	25.2%
auショップ	109	25.6%
ソフトバンクショップ(単独)	50	11.8%
ソフトバンクとワイモバイルのデュアルショップ	53	12.5%
ワイモバイルショップ(単独)	45	10.6%
楽天モバイルショップ	33	7.8%
UQスポット	28	6.6%

## 【地域】

	n	%
全体	(425)	
北海道	21	4.9%
東北地方	23	5.4%
関東地方	167	39.2%
中部地方	62	14.5%
近畿地方	82	19.2%
中国地方	27	6.3%
四国地方	5	1.1%
九州地方	37	8.7%

## 【現職と離職者の割合】

	n	%
全体	(425)	
現職者	197	46%
離職者(直近一年以内に離職した者)	228	54%

## 【年齢】

	n	%
全体	(425)	
20歳～29歳	211	49.6%
30歳～39歳	186	43.8%
40歳～49歳	12	2.8%
50歳～59歳	12	2.8%
60才以上	4	0.9%

## 【役職】

	n	%
全体	(425)	
店長	52	12.2%
副店長	54	12.7%
フロアマネージャー/フロアアドバイザー	118	27.8%
一般スタッフ	177	41.6%
設定・相談専門スタッフ(スマホアドバイザーなど)	19	3.8%
その他	8	1.9%

## 【累計の勤続年数】

	n	%
全体	(425)	
3ヶ月未満	29	6.8%
3～6ヶ月未満	62	14.6%
6ヶ月～1年未満	129	30.4%
1年～2年未満	91	21.4%
3年～5年未満	55	12.9%
5年以上10年未満	35	8.2%
10年以上	24	5.6%

※ WEBアンケートの結果であり、母集団の属性（現職と離職者（離職後1年以内を対象）の比率、販売代理店の構成比等）が必ずしも実態を反映したものではない点、アンケート対象者は、基本的には販売代理店により雇用され指示を受ける立場にあり携帯各社と直接取引する立場にないという点、アンケートの回答内容は、キャリアショップ店員個人の経験等に基づくものである点等には留意が必要。

- 「キャリアショップ店員に対するアンケート調査」（2022年1月実施）では、**2021年6月以降も不適切な勧誘が広く行われていることが伺える結果**となった。

#### 【アンケート結果（抄）】

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料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割であった一方、こうした勧誘を強く行ったことはないと回答した者は4割に満たなかった。

- また、**こうした行為は、行為を行った者の判断に基づき行われるケースは少なく、外的な圧力**（携帯各社や販売代理店の営業目標、店長等の指示）**に起因して行われるケースが大半を占めていることが伺える結果**となった。

#### 【アンケート結果（抄）】

こうした営業の背景について確認したところ、店長や上司からの指示（5割）、販売代理店の経営層からの営業目標（6割）、キャリアからの営業目標（4割）が、自己判断（1割）を大きく上回った。

（自由記述において見られた声の例）

- ✓ 営業目標を期限内に達成しないと店の存続ができなくなる。
- ✓ 毎朝の朝礼で個人の目標達成具合が読み上げられる。自分だけ契約を取っていないと居場所がなくなる。

- 販売代理店における適切な営業の確保に向けては、**携帯各社において指導や監督が行われているほか手数料体系上も一定の対応**がなされている。また、**販売代理店においても、動画等を用いた研修が定期的に実施**されたり、携帯各社と全国携帯電話販売代理店協会との間で**定期的に苦情縮減会議が開催**されたりするなど、**一定の対策が講じられている**。

【第38回会合における全国携帯電話販売代理店協会提出資料及び第39回会合における各社資料】

# 「携帯電話販売代理店に関する 情報提供窓口」関係

2021年9月10日、総務省のホームページ上に「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」を開設し、販売代理店における不適切な行為や、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標等の情報を収集。



総務省トップ > 政策 > 情報通信(ICT政策) > 電気通信政策の推進 > 電気通信消費者情報コーナー > 携帯電話販売代理店に

### 携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口

携帯電話事業者の看板を掲げる「キャリアショップ」は、消費者にとって身近な窓口としての役割を果たしています。キャリアショップの99%は、販売代理店によって運営されていますが、今後携帯電話の必要性がますます高まる中、消費者がそこで安心して契約等を行えることは非常に重要です。

しかし、一部の販売代理店において、消費者のニーズを丁寧に確認しないまま契約を結ぶ、法令に違反した対応を行うといった事案が見られ、それが、電気通信事業者と販売代理店との間の委託契約に起因する場合があります。

本情報提供フォームは、こうした販売代理店における不適切な行為や、それを助長していると思われる電気通信事業者の評価指標、指示、圧力、不作為等があった場合に、その情報を総務省に提供していただくことを目的として設置したものです。

なお、提供していただいた情報については、必要に応じ、消費者庁や公正取引委員会とも共有します。

#### 入力欄

- 必須項目に記入がないと送信できません。
- 文字化けを防ぐため、半角カタカナ、丸文字、特殊文字は使用しないで下さい。

1. どのような情報を教えてください。(一つを選択)【必須】

(1)「適合性の原則」違反関係  
(例:利用者のニーズを踏まえずに大容量プランやオプション等を勧めること。)

(2)「通信料金と端末代金の完全分離」違反関係  
(例:通信契約がない場合に端末の販売を拒否することや、「通信契約と端末のセット販売」又は「新規の通信契約」を条件に2万2千円(税込み)を超える利益を提供すること。)

(3)その他

2. 関係する電気通信事業者を教えてください。(複数選択可)【必須】

(1)NTTドコモ

(2)KDDI(au)

(3)KDDI(UQモバイル)

(4)ソフトバンク(ソフトバンク)

(5)ソフトバンク(Y!mobile)

(6)楽天モバイル

(7)その他:

3. 具体的な内容を教えてください。(4000字以内のテキスト。法令違反事実や法令違反を助長すると思われる理由も記載してください。)**【必須】**

4. 頂いた内容を電気通信事業者に開示しても良いですか?(一つを選択)【必須】

- (1)そのまま開示しても良い
- (2)開示は希望しない
- (3)一部を開示しても良い

5. 総務省からあなたに連絡を差し上げても構いませんか?(一つを選択)【必須】

- (1)はい
- (2)いいえ

6. 最後に販売代理店の所在地を教えてください。(一つを選択)【任意】

- (1)北海道
- (2)東北
- (3)関東
- (4)信越(長野県・新潟県)
- (5)北陸(富山県・石川県・福井県)
- (6)東海(岐阜県・静岡県・愛知県・三重県)
- (7)近畿
- (8)中国
- (9)四国
- (10)九州
- (11)沖縄

以下の「総務省プライバシーポリシー」を熟読し同意の上、「同意する」ボタンを押してください。

▶ [総務省プライバシーポリシー](#)

同意する  同意しない

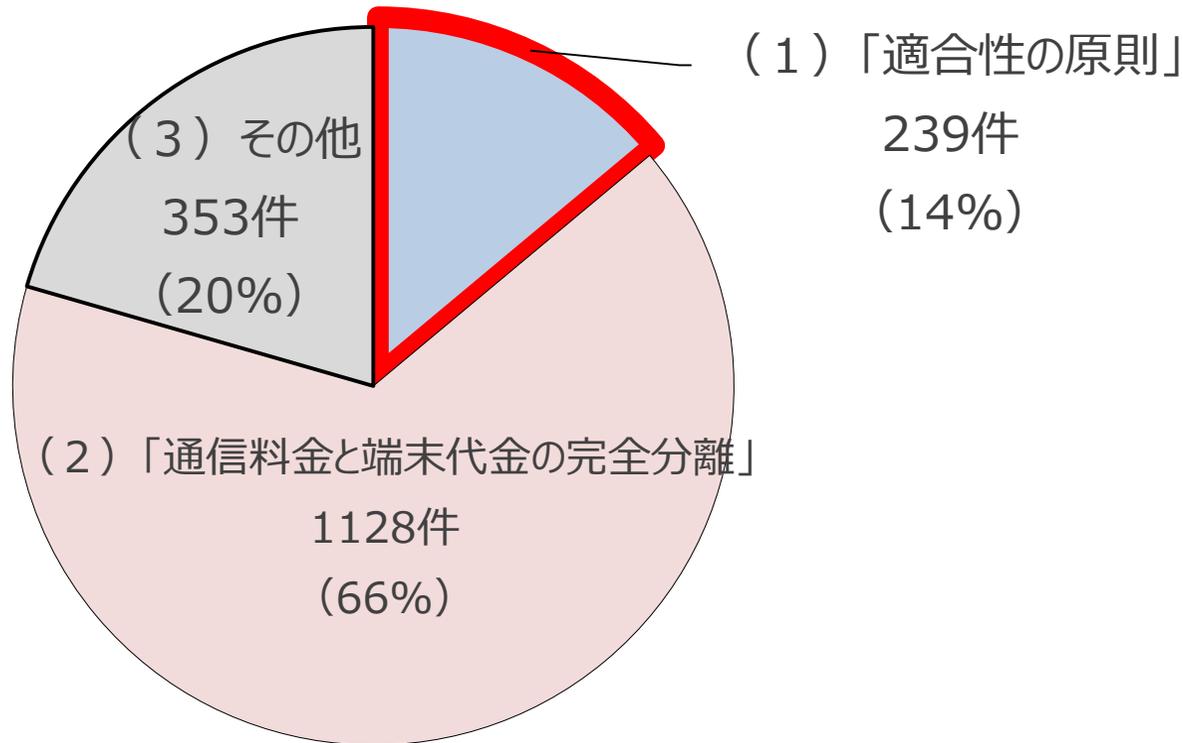
記入内容の確認

クリア

[https://www.soumu.go.jp/form/common/agencyinfo\\_form.html](https://www.soumu.go.jp/form/common/agencyinfo_form.html)

- 2021年9月10日（開設日）～2022年7月1日に寄せられた情報は1,722件。  
うち「(1)「適合性の原則」」に関する情報は239件。
- 販売代理店の所在地は、関東（45%）、近畿（17%）、東海（12%）の順に多い。

## 1. 情報属性



## 2. 販売代理店所在地

(1)北海道	53	3%
(2)東北	106	6%
(3)関東	767	45%
(4)信越	36	2%
(5)北陸	22	1%
(6)東海	205	12%
(7)近畿	291	17%
(8)中国	77	4%
(9)四国	33	2%
(10)九州	99	6%
(11)沖縄	7	0%
無回答	26	2%

- 総務省に寄せられた情報を踏まえると、**現行の手数料や評価の体系では、利用者の利益よりも、契約の獲得を優先せざるを得ないといった声**があった一方、**携帯各社からは、利用者の意向に沿った営業を促す一定の仕組みを設けているとの回答**があった。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- お客様満足度を上げてポートインを上げないと代理店あて支援費は入らない。ポートインを上げてれば、満足度がどんなに低くても表彰され、代理店あての運営支援金も多くもらえる。
- オプション等の加入率の評価指標が設定されている。この指標が不十分だと、キャリアから代理店に指導が入り、インセンティブを決める指標が下がるため、利用者ニーズに合わないオプション等を案内するしかない。

- **オプションサービス**について、利用者の関心等を踏まえて提案すること自体は望ましいが、**関心がある消費者が必ずしも有料で契約する意思があるとは限らない**ことに留意する必要がある。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- とあるコンテンツが好きかどうかという質問に対し、好きと答えたら同コンテンツの有料配信サービス（月額料金あり）に加入させられていた。

- また、**目標値が高すぎるという声**が寄せられた一方、目標値を設定している**事業者からは、当該目標値は過去実績や直近の市場環境等を踏まえて適正に設定している旨の回答**があった。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- キャリアから求められるポートイン評価指標が高くなっている。達成しないとショップに入る支援費が減ってしまう。ショップの運営を継続するには、利用者ニーズを逸脱した提案をせざるを得ない。
- 行き過ぎた目標が設定され、お客様に意図しない提案や販売をお断りするケースがまだまだ散見される。

- **出張販売**は、店舗販売と比較して**不意打ち的な販売になりやすい面がある**と考えられる。また、イベント会社から派遣される**応援スタッフが不適切な営業を行う事例がある**など、**店舗販売とは異なる種類の事案が発生**すると考えられる。

【情報提供窓口等に寄せられた情報】

- 家族（高齢者）が、出張店舗で、携帯を無料で新しくすると言われたとのことで機種変更をしてきた。後日、キャリアに確認したところ、料金が2倍以上になっていることが分かったが、料金増等の説明はなかった。
- お客様が「追加で新規契約はしたくない」と頑なに断っているのにも関わらず、イベントで入っている業者が無理矢理契約させており、それを私達が登録している。毎週末、複数台、このような契約をさせられている。