



「携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口」 に寄せられた情報について

令和5年4月21日
事 務 局

携帯電話販売代理店に関する情報提供窓口

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面があるとの声がありました。

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っただ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

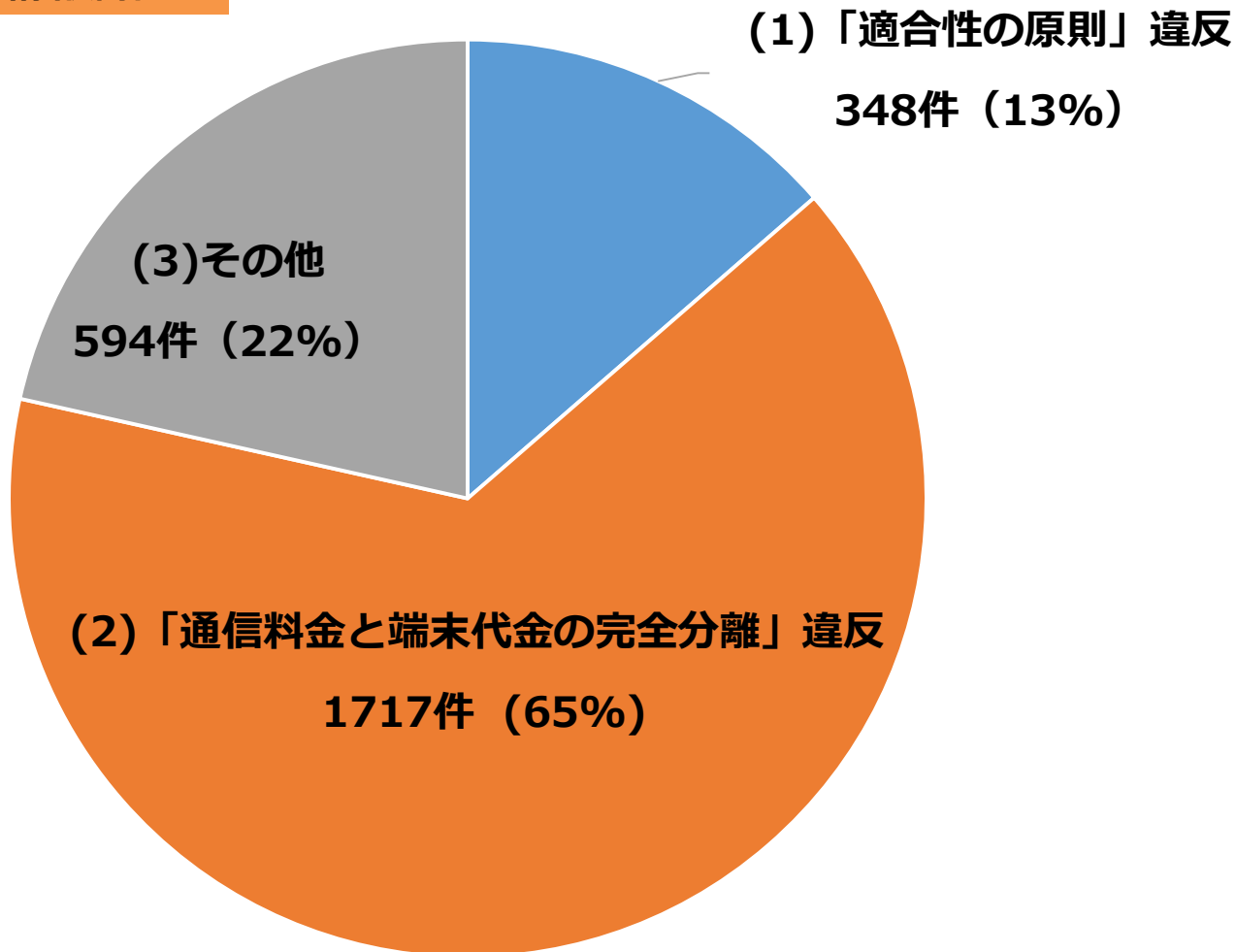
記入内容の確認

クリア

https://www.soumu.go.jp/form/common/agencyinfo_form.html

- 2021年9月10日（開設日）～2023年**3月31日**に寄せられた情報は**2659**件。
うち「(1)「適合性の原則」に関する情報は**348**件。
- 販売代理店の所在地は、関東（**43%**）、近畿（**16%**）、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	76	3%
(2)東北	146	5%
(3)関東	1148	43%
(4)信越	47	2%
(5)北陸	41	2%
(6)東海	307	12%
(7)近畿	425	16%
(8)中国	117	4%
(9)四国	59	2%
(10)九州	174	7%
(11)沖縄	14	5%
無回答	52	2%

寄せられた情報に関する四半期毎の推移状況

- 窓口開設の翌月以降、各四半期毎に占める報告内容の内訳は以下の通り。
- 今回新たに集計した令和4年度第4四半期分の集計結果を見ると、「適合性の原則」違反に関する情報の割合は減少した一方、「通信料金と端末代金の完全分離」違反に関する情報の割合は引き続き一定数を占めていることがわかる。

	R3. 9月10日～		R3. 10～12月		R4. 1～3月		R4. 4～6月		R4. 7～9月		R4. 10～12月		R4. 1月～3月	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
(1) 「適合性の原則」 違反	80件	33%	37件	12%	72件	10%	50件	11%	41件	12%	44件	14%	24件	9%
(2) 「通信料金と端末代 金の完全分離」 違反	115件	47%	206件	64%	517件	72%	289件	66%	220件	64%	200件	62%	170件	62%
(3)その他	51件	21%	78件	24%	128件	18%	97件	22%	81件	24%	78件	24%	81件	29%
計	246件		321件		717件		436件		342件		322件		275件	

- R4.4以降に「適合性の原則違反」「その他」として寄せられた通報内容を整理すると、次のような項目に区分できる。
- 適合性の原則に反する可能性のある行為類型については、
 - ・ これまでも認識されてきたものではない新たな行為類型が見られるほか、
 - ・ 必ずしも適合性の原則に反するものではないが適切とはいえない行為類型についても、通報も寄せられている。

大区分	中区分	項目	具体的な内容の例
販売代理店における不適切な行為	適合性の原則	高額、大容量プランに関するもの	
		オプションに関するもの	
		新規契約に関するもの	・ 追加の新規契約を締結させるもの
		MNPに関するもの	・ 他社を経由してMNPさせるもの
		サブブランドに関するもの	・ メインブランド経由でサブブランドを契約するもの ・ サブブランドへの移行を妨害するもの
	適合性の原則以外	上以外	
		短期解約拒否に関するもの	・ 短期解約拒否があるため継続が必要となったもの
		回線未利用の回避に関するもの	・ 端末を預かり形式的にデータ利用を確保するもの
		契約を外部に依頼するもの	
	出張販売	その他	・ 一般的な不適切行為、代理店の誤案内など
事業者の評価指標等	出張販売		
	評価指標		
	指示、圧力、不作為		
	上以外のもの		

- 代理店側の情報として、代理店の販売方針に**利用者の状況に関わらず高額プラン等を勧める**などの情報があった。
- 利用者側の情報として、端末の割引購入の条件として高額プラン等を提示しているものと思われるものもあるものの、**知らないうちに高額プラン等を契約**していたなどの情報があった。

（代理店関係者からの情報）

朝の販売員全員に対する朝礼において、**低額のプランで獲得することにおいて、高圧的な態度で取ることを禁止**した。たとえ高齢者で携帯をさほど使わない方にも**高額プランを契約させるよう強要**した。低額のプランを案内した販売員に対しては、パワーハラスメント的な態度で叱咤した。加えて、全ての契約者に対して、対象のオプションに入らせるよう販売員に強要し、お客さんに不利益が生じるような契約を日常的に行っている。

（利用者からの情報）

携帯電話の機種変更を行いました。

4Gから5Gへの変更に伴い、料金プランの変更が必要でしたが、「お客様が使われているデータ通信量判断しても、大容量プランに変更する必要はないと思います」と話しており、そのまま契約書類にサインをしました。自宅に戻った後、契約内容を確認したところ大容量プランの契約となっており、店舗に直ぐに確認しましたが、「何度も確認して契約しているので、話を聞いていないということはありません」「契約である以上、ここで取り消しはできない」「担当した店員は不在」「安くなるプランを提示しただけ」と説明を受けました。依頼した料金プランよりも高額プランを契約するつもりは全くありませんでした。また、そのような説明は1度も聞いていませんでした。同席した家族と店員のやり取りを確認しても、プラン変更に関する話題は何もしておらず、契約署名の前にプラン名を確認する手順もありませんでした。代理店では、全く話にならないので、通信事業者のサポート窓口にご相談しています。

- 代理店側の情報として、代理店の販売方針に**利用者の必要性にかかわらずオプションを勧める**などの情報があった。
- 利用者側の情報として、**知らないうちにオプションを契約**していたなどの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

指定オプションへの加入を強く勧めるよう指示される。キャリアからは日毎、週毎に獲得数についての展開があり獲得できていないと代理店の上部にプレッシャーをかけられる→店頭スタッフが怒られる。「無料期間があるのに獲得できない意味がわからない」とキャリアからの言葉。利用意思のある方もいらっしゃるが、**不要なお客様へも「○○というサービスがあります、加入しますか?」ではなく、「○○と××が●か月無料です、どれにしますか?」と加入あきりのような説明手法や、ひどい時は「無料なんで○○加入にしておきますね」と言った案内をさせられる事になっている。**

(代理店関係者からの情報)

光回線を契約するか分からないのに、考えるなら取り敢えず申し込みしておきましょうというような案内を推奨している。申し込んで数ヶ月以内に開通すれば今やってるキャンペーンが適用出来るからというもの。モバイルのオプション付帯に対する目標が高く、お客様が不必要だと思うものも獲得しろという勢いで言われる。無料期間付のオプションについては、無料期間があるなら獲得出来て当たり前だろうと思っておられます。他にも、端末の保証に入ればそれをすぐに辞めてもポイントが入ってくるということを利用して、ポイントもらえるから他のオプションもすぐに辞めていいから入って下さいという案内も推奨された。

(利用者からの情報)

いらぬオプションや過剰なプランを断る為に、母の携帯契約に付き添って契約を進めていたところ、**最終段階の契約確認の時に断りもないオプションが2件も付いていたので、不要であると指摘したが、もう契約が済んだことなのでキャンセルはできない、自分で解約しろ、と言われた。**

私が気づかなかつたら1500円ほど毎月無駄なお金を支払われることになっていた。頼んでもいないオプションを2つも解約したり手間もかかりで、詐欺にあった気持ちにもなり大変不快だった。

(利用者からの情報)

祖母が携帯電話の操作方法について訪ねるために店舗へ行った際、**希望していないセキュリティソフト(毎月の課金あり)を契約させられた。契約の際には「国が指定しているから」などと虚偽の説明が行われた上に、必要としていた操作方法の説明は実施されなかった。**

店舗側も年配の方などの対応で手一杯になっている点は理解できるが、虚偽の説明で報奨金目当てのオプションを強制的に契約させることは許容できない。

- 代理店側の情報として、代理店の販売方針に**利用者の必要性にかかわらず新規契約を勧める**などの情報があった。
- 利用者側の情報として、**新規契約をした意味、その結果生ずる負担を理解せず新規契約**していたなどの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

機種変更の際、家族構成のヒアリングを行い30歳以下の家族がいた場合、**実際には新しい機種を使用しない30歳以下の家族を使用者登録することで割引を適用させ、機種変更より安く見せることにより新規での契約を提案するよう上司から指示**された。新規で新型のスマホを端末と通信のセット割引を適用させた上で購入させ、SIMカードを旧端末のものと入れ替えることで実際には新しいスマホを今まで通りに使えるようにしつつ、新規で発行した回線はブラックリストに載るから、などと虚偽の説明を行って半年以上維持するように案内している。

また、新規で発行した回線の利用実績を作り店舗評価の減算を回避するために非稼働(顧客には発着信テストと説明)と称して新旧両方の端末を持参させた上で来店させ、店舗の電話番号に掛けて実績を作っている。これは、店舗評価が機種変更の際と比べて新規契約の方が大きいためであり、手っ取り早く店舗の実績を向上できるように行われている。しかしキャリアのスタッフ向けの周知事項ではこの行為を電気通信事業法や消費者契約法違反であるため禁止しているにも関わらず、代理店どころかキャリアの営業からも指示されている。

(利用者からの情報)

機種変更をした際、**元の番号と別の番号を契約し契約後一定期間に3回もっていくと機種が無料になるといわれ契約。電話番号を2つ所持している状態になるが片方はいままで番号だが新たな番号はまったく使わず高齢者のため機械に疎く代替機の設定のやり方もよくわからない。**

(利用者からの情報)

携帯電話の請求が高いことに気付き、出先のショップに訪問。以下、そのショップのスタッフの方と話して回線契約が2つもあること、これが1台あたり約3,000円の月額がかかっていることを言われ、当時を遡る。**今年の2月下旬に機種変更に行き、機種変更の他に、本来目的でないスマートフォンの新規回線を持って帰らさせられた。**月々安くなるからと言われ、不要だが持っていると言われ、スマートフォンを2台持ち帰らされた。事実、帰ってから使っていない。そもそも娘が2人いるが、まだ小学生低学年でキッズケータイを既に持っているから不要だ。スマートフォン2台は月々の料金がかかる詳細な案内なく、今回対応してくれたショップさんのスタッフから聞いたが、本来提示されていると言われる2年間の総額の案内等も受けた覚えがない。さらに、これは8ヶ月間は持っていてくれと言われた。意味がわからない。

- 代理店側の情報として、**利用者の了解を得ないでMNPをしている、ポートイン実績を作るために無駄なMNPをしている**などの情報があった。
- 利用者側の情報として、特定の事業者からのMNPを拒絶しているなどの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

私は家電量販店で携帯販売を担当しています。本日ご相談にご来店したお客様の件を報告致します。お客様はショッピングモールの中で出張販売をしていたところに知り合いに連れて行かれて無理矢理契約となってしまったとの事。知り合いは紹介する事で事業者から何か利益を得ていたのではないかとお客様は思っているそうです。お客様はA社で4G対応のガラホケータイを利用して電話のみで使っていた。スマホに興味もなく機種を変える気持ちもなかった。お客様の知り合いが販売担当者と話をした後、知り合いの方は退席し、本人は訳も分からずクレジットカードを見せてくださいと言われ、**紙1、2枚を提示され説明なくとりあえずサインしてくださいと言われサインをしてしまったとの事。その後スマホを渡され帰されたが電話の利用方法も教えて貰えず結果的に本日に至るまで電話の受け答えが出来なかった。そもそも会社がA社からB社に変更されている事、料金が前よりも高くなっている事をお客様は今回初回請求のクレジットカードの明細が届いて初めて知った**ようです。

(代理店関係者からの情報)

他キャリア利用ユーザーに対して、「弊社サブブランドにしませんか？月々の基本料金は●円だけです」と説明しますが実際に弊社出張販売ではサブブランドを契約はできません。オンライン手続きだけです。**他キャリア→弊社メインブランド→弊社サブブランドの流れで手続きしてメインブランドを通過させることで、ポートイン実績を作ってます**。よって弊社内ブランドの乗換えオンライン手続きは、こっそりイベントヘルパーが行ってます。当然、これは関係者なら全員知ってますが、社員も運営代理店側も「知らない間にイベントヘルパーが勝手に行った」という体にしてます。本来は上記のような流れで手続きを行うことはNGです。キャリア本社から各店舗へ注意喚起も出してます。しかし実態はいざといった時に「知らなかった、委託スタッフが勝手にやった」で通るようにしてます。形式上、キャリア支社は各店舗へこういった処理は行ってはいけないと注意喚起しても、実際はキャリアが実施するように仕向けていて、いざというときには知りませんでした。の流れが発生してます。ここ一年ほどは出張販売でも直接サブブランドを受付できるようになりましたが、それまでは1年以上に続きこの手法が横行してました。過去のことになりましたが、実態をお伝えしようと思いメールしました。

(利用者からの情報)

スマートフォン購入しようとしたら**A社からB社に移籍するのは禁止されていると回線込のスマートフォン販売してくれなかった**。

- 代理店側の情報として、代理店の販売方針にサブブランドへの移行を妨げることをしているとの情報があった。
- 利用者側の情報として、サブブランドのSIMカードが在庫切れのため契約できないとの対応をされたなどの情報があった。

(代理店関係者からの情報)
多種目という代理店のノルマ達成の為に機種変更や社内間のブランド移行などを端末やSIMカードが無いと虚偽の案内をし近隣の店舗を誘導している。具体的にはクレジットカードの発行率やインターネットのセット率などをキャリアから見られている。機種変更、MNPを含む新規契約、キャリア内のブランド間移行などが分母となり、それに対して各種オプションの契約率やクレジットカードの発行件数等を分子とするセット率を見られている。セットにならない場合は分母が増えて（分子は変わらないので）セット率が悪くなる。
その分母を増やさない＝機種変更など分母になる手続きをしないなので**端末やSIMカードが無いと虚偽の案内をする**。実績により店舗のランクが決められて代理店に入る奨励金などの支援の額が変わる仕組み。このシステムにしているキャリアが悪いとスタッフは言いつつも収益の為に行なっている。

(利用者からの情報)
 ショップで機種はメインブランドで買ってからサブブランドに乗換えると安い。**でもうちのお店にはサブブランドのSimカードの在庫がない。外にサブブランド契約できますと看板あるのにですよ。esimの提案もなく、サブブランド専売のショップだったら在庫あると思うのでと案内受けました**。何うと、お店の人達もびっくりしてました。よくあるんですけども。

(利用者からの情報)
 ショップでメインブランドからサブブランドに切り替えようと思い、切り替えに行くと、サブブランドの**SIMカードが無い**という嘘をついて断られた。**そのあと、他社からMNPしたいと電話でサブブランドのSIMカードを確認したらあるとの事で、先の案内は嘘と断定。他社からの乗り換えや新規契約は欲しいから取り込み、社内メインブランド→サブブランドは安くなるのでさせたく無いという悪意が感じられる**。かなり不当なやり方。組織的に実施していると感じられましたため、以下の店舗の調査を行い、適切に指導して下さい。
 他店舗に行った際にその話をすると、SIMカードが無いとかあり得ないと言われた。また、念のために確認したが、SIMカードは注文したら数日が入ってきて、在庫が滞っている事は無いとその店舗の方は言われていた。

- 代理店側の情報として、「短期解約」に対する不利益な取扱いの存在を、一定期間の契約が必要な理由として説明しているとの情報があった。
- 利用者側の情報として、代理店によって、一定期間の契約が必要な理由として「短期解約」した消費者に対する不利益な取扱いが存在する、との説明が行われているほか、「短期解約」したことを、事後的に契約拒否の理由として利用されているとの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

機種変更の際、家族構成のヒアリングを行い30歳以下の家族がいた場合、実際には新しい機種を使用しない30歳以下の家族を使用者登録することで割引を適用させ、機種変更より安く見せることにより新規での契約を提案するよう上司から指示された。新規で新型のスマホを端末と通信のセット割引を適用させた上で購入させ、SIMカードを旧端末のものと入れ替えることで実際には新しいスマホを今まで通りに使えるようにしつつ、新規で発行した回線はブラックリストに載るから、などと虚偽の説明を行って半年以上維持するように案内している。

(利用者からの情報)

祖母がスマホデビューするためメインブランドからサブブランドへ乗り換えてかんたんスマホを購入したが、端末に刺すsimとは異なる、別途sim単体だけの契約を一緒に契約した場合、端末購入価格を値引きしますと言われた。もちろんsim単体だけのプランは使うことがなく契約後半年以内に解約したらブラックリストに入るかもしれないので、半年以降の解約をお勧めしますと言われた。その際申告者も付き添いで契約手続きをし、その際は知識がなかったから店舗に言われるままにしていたが、今現在疑念に思い連絡しました。

(利用者からの情報)

以前、家電量販店にて新規申し込み（スマホも同時に実質1年、2年後に返却の契約）いたしました。販売担当者に、申し込み後、サブブランドに変更可能か質問したところ、翌日以降であればOKとの返事をいただきましたので、その通りに翌日にサブブランドへの変更をしました。その約6か月後、家族の携帯電話を、（支払いは私なので私名義で）MNPでメインブランドに乗り換えの契約に行きましたが、上記（過去の契約が短期間であったこと）を理由に、契約をさせていただきませんでした。

- 代理店側及び利用者側の情報として、**追加的に獲得した新規契約の回線が稼働しているように見せている**との情報があった。

(代理店関係者からの情報)

機種変更の際、家族構成のヒアリングを行い30歳以下の家族がいた場合、実際には新しい機種を使用しない30歳以下の家族を使用者登録することで割引を適用させ、機種変更より安く見せることにより新規での契約を提案するよう上司から指示された。新規で新型のスマホを端末と通信のセット割引を適用させた上で購入させ、SIMカードを旧端末のものと入れ替えることで実際には新しいスマホを今まで通りに使えるようにしつつ、**新規で発行した回線はブラックリストに載るから、などと虚偽の説明を行って半年以上維持するように案内している。**

また、**新規で発行した回線の利用実績を作り店舗評価の減算を回避するために非稼働(顧客には発着信テストと説明)と称して新旧両方の端末を持参させた上で来店させ、店舗の電話番号に掛けて実績を作っている。**

これは、キャリアの店舗評価が機種変更と新規契約では倍近いものとなっていることにあり、手っ取り早く店舗の実績を向上できるために行われている。しかしスタッフ向けの周知事項ではこの行為を電気通信事業法や消費者契約法違反であるため禁止しているにも関わらず、代理店どころかキャリアの営業からも指示されている。

非稼働や半年間維持についても、発着信テストという案内のもとで新規で発行した電話番号(回線契約)を利用した実績を作り、長期に渡り利用実績のない怪しい回線契約を抱えたくないキャリア側の思惑があり、代理店側はキャリアの意向を無視できないため店舗評価の減算を防ぐとともに、不正な契約ではないように見せかけるための行為であると思う。回線契約を半年間維持させることには端末割引の分の原資に充てる意図もあると思う。

(利用者からの情報)

あからさまにオプション強要や、機種変更時に安くなるからと言って無理矢理新規契約をさせて、短期解約にならない半年後に解約させる悪徳商法をしています。しかも**新規で契約したSIMカードを店で預かって非稼働にならないように、店舗の業務用端末を用いて何日かに1回起動させてアラートみたいなものを立たないようにしている可能性大です。**代理店側は否定するかもしれませんが、恐らくそれを黙認しているので厳重な罰則をお願いしたいです。

- 代理店側の情報として、**契約実績を上げるために契約を外部に依頼**しているとの情報があった。
- 内容として、依頼される外部の者は広くSNSなどにより利用者を募っているなどの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

外国人イベントという形で外国人のお客様を斡旋してもらって登録しているのですが、スタッフは上から命令され登録するのですが、まずそのイベントスタッフとしか話しません。また重要事項の説明もなく、ただそのイベントスタッフに渡された本人確認書類と支払い先の口座、もしくはクレジットカードで登録をするのですが、プランの説明もなく上の指示で契約します。また既に辞めたはずの部長のクルーカードを販売コードに入力しております。

また**酷い時にはそもそも外国人のお客様自体店舗に来ておりませんし、サインもそのイベントスタッフが行います。しかも代理受付でもなく本人受付としてです。**さらに日本人か外国人国籍かの選択欄、本来はお客様ご記入部分も日本人で選択して登録します。電気も新運用で勝手に登録を上げます。他、各種連携等の設定もスタッフが勝手に行います。

(利用者からの情報)

契約者の来店がないにも関わらず、別の人間が来店しない人間の証明書をもって新規契約を行なっている店舗がある。店舗の責任者も不正と分かっていて受付をしている。かなりの台数を客と責任者で結託している様子。

(利用者からの情報)

各キャリア移動機対策等転売対策でシステム変更行ってますが、**店からの案件を紹介料を取って契約者をつのる、もしくは自分たちでグループを作り端末転売を行ういわゆる「手配師」を排除すべきではないでしょうか？**一般人には案件を紹介せず定価販売、手配師には特価案件を紹介する店舗が増えてます。ショップはイベンターがつるんでイベントのインセンティブ分を手配師の為に全部確保するという自体が発生しています。

(利用者からの情報)

「紹介屋」なる人間が、キャリアショップと併売店と癒着して、お客さんを集めて、店舗の売上げをさせて、キャリアからインセンティブをたんまりと店舗が頂いております。問題は「紹介屋」が店舗とお客さんより金品をもらって毎月大金を手にしております。ツイッターでの確認できている紹介屋は下記となります。問題はショップ、併売店との癒着にて金品を得ている事と、お客さんは元来4Gスマホ契約である回線を3G、4Gガラケーを用意して安い料金で契約している事です。

寄せられた情報の例【出張販売関連】

- 代理店側の情報として、不適切な契約手続きが行われている、という情報があった。
- 利用者側の情報として、**不要な勧誘が繰り返し行われている**、との情報があった。

（代理店関係者からの情報）

ポイント獲得を目的に大型商業施設で出張販売イベントを行っています。

会場費およびイベントヘルパー(声かけ要員/委託社員)はキャリアが用意して、通常スタッフ（事務処理要員）や端末はキャリアが選定した運営代理店が用意します。他社ユーザーに対して、「弊社サブブランドにしませんか？月々の基本料金は●円だけです」と説明しますが実際に出張販売ではサブブランドを契約はできません。オンライン手続きだけです。

他社→弊社メインブランド→サブブランドの流れで手続きしてメインブランドを通過させることで、ポイント実績を作っています。

よって社内ブランド間のオンラインでの乗換え手続きは、こっそりイベントヘルパーが行っています。

当然、これは関係者なら全員知っていますが、キャリア社員も運営代理店側も「知らない間にイベントヘルパーが勝手に行った」という体になります。

本来は上記のような流れで手続きを行うことはNGです。キャリアから各店舗へ注意喚起も出しています。

しかし実態はいざといった時に「知らなかった、委託スタッフが勝手にやった」で通るようにしています。

多いときで1日40～50台販売がありますが、その8～9割がこの方法で行ってました。

何が言いたいかというと、

形式上、キャリアは各店舗へ上記対応を行ってはいけないと注意喚起しても、実際はキャリアが実施するように仕向けていて、いざというときにはキャリアは知りませんでした、という体を取る流れが発生しています。

ここ一年ほどは出張販売でも直接サブブランドを受付できるようになりましたが、それでは1年以上に続きこの手法が横行してました。

イベントヘルパー会社は数社ありましたが、どこも同じ動きでした。

おそらく人員確保のためでもあります、問題が発生した際にその会社だけ切れるようにするためだと思います。

（利用者からの情報）

ショッピングモールの空きスペースに出店しているショップの勧誘があまりにも執拗で断ってもそのスペースを離れ切らないと何度も付きまどってきます。

夜の繁華街で何度も言い寄ってくるホストと何ら変わらないレベルです。

そもそも必要ないと断っているのに何度も勧誘してくるとするのは消費者のニーズを無視していて押し売りなのではないでしょうか。

携帯ショップの外に出てこのような売り方をすることは正しいとはとても思えません。

- 代理店側の情報として、評価指標が構造的に合理的ではない、評価指標が政策と整合的ではない、評価指標達成のため不正が行われている等、様々な情報があつた。

(代理店関係者からの情報)

適合性の原則・違反関係について、代理店は獲得したオプションの数でインセンティブが決まります。明らかに電話定額不要、操作サポートが不要の方でも強引に付与することもあります。また、オプションの獲得が厳しくなると自腹でサービスに加入することもあります。例えばオプションAオプションBオプションCと仮定します。**オプションA達成率120%、オプションB達成率150%、オプションC達成率40%。この場合他のA、Bの実績がよくても店舗に入るインセンティブは0となります。**結果、何がなんでもオプションを絶対に獲得しないとけません。上長や本部からも達成の圧力がかかってきます。また実績の一部にアンケートの項目もあり一定以下、アンケート解答率が下がるとインセンティブが入らない仕組みとなっています。ログインなど顧客側の負担などお構いなしに強制的にアンケートを行なっています。

(代理店関係者からの情報)

他社からの乗り換え実績における、店舗の評価基準があまりに高すぎる。それまでも高かった目標がさらに2022年10月より酷くなった。店舗によって濃淡はあるようだが、音声端末販売の実績やキャリアが勝手に決める店舗ポテンシャルを加味しているとの事で、そもそもその目標の算出方法がおかしい。代理店との打ち合わせもなく、納得、理解もないまま進んでいる現状。高すぎる乗り換え指標は無理販売を助長する恐れがあると過去にキャリアの部長は言っていたが、何にも恐れない目標姿勢には驚きです。無理販売は進むし、転売を目的とする人間にも販売をしていかなければとても目標を達成できない。

(代理店関係者からの情報)

機種変更や契約の際に、接客やサービスの案内等についてお客様の満足度を調査するためにアンケートを実施しているのですが、**当店で旧端末を回収際に「ちゃんと設定ができていますか確認させてください」とお客様から端末をお借りし、端末に送られているアンケートにスタッフが勝手に答え、最高評価にしています。**上長からは、それをやることにより経営資金がキャリアから提供されるとのことです。

- 代理店側の情報として、キャリアの営業から指示等がされているとの情報があった。

(代理店関係者からの情報)

キャリアの店舗評価が機種変更と新規契約では倍近いものとなっていることもあり、手っ取り早く店舗の実績を向上できるために行われている。しかしスタッフ向けの周知事項ではこの行為を電気通信事業法や消費者契約法違反であるため禁止しているにも関わらず、代理店どころかキャリアの営業からも指示されている。

非稼働や半年間維持についても、発着信テストという案内のもとで新規で発行した電話番号(回線契約)を利用した実績を作り、長期に渡り利用実績のない怪しい回線契約を抱えたくないキャリア側の思惑があり、代理店側はキャリアの意向を無視できないため店舗評価の減算を防ぐとともに、不正な契約ではないように見せかけるための行為であると思う。回線契約を半年間維持させることには端末割引の分の原資に充てる意図もあると思う。

(代理店関係者からの情報)

キャリアにおける「評価制度」はユーザーの意向は考えておらず、また端末の値引きにも言及（正確には圧力）してくる。値引きの上限額のルールも設定次第で0円販売も可能だが、販売代理店が赤字で販売価格を設定せざるを得ない状況もある（評価制度によって店舗閉店よりはマシなので）。キャリアからしてみれば「その様な施策はない」と説明するだろうが、本社機能以外の組織が実際に行っていること（キャリア社員も本社からの圧力で言わざるを得ない状況と思います）。

結果的に料金が安くなったのは一部のユーザーであって、デジタルリテラシーの低いお客様は店舗が見る（コストがかかるユーザー層は代理店任せ）図式が出来ており、消費者にとって今回の法改正は改悪の部分の方が大きいのでは思う。

(代理店関係者からの情報)

指定オプションへの加入を強く勧めるよう指示される。キャリアからは日毎、週毎に獲得数についての展開があり獲得できていないと代理店の上部にプレッシャーをかけられる→店頭スタッフが怒られる。「無料期間があるのに獲得できない意味がわからない」とキャリアからの言葉。