

一部構成員限り

資料4 - 1 別冊

別冊

競争ルールの検証に関するWG(第44回)
消費者保護ルールの在り方に関する検討会(第48回)
事業者ヒアリング資料(代理店関係)

2023年5月17日
株式会社NTTドコモ

(1)① 極端な評価指標が消費者のニーズ等に沿わない販売を生じさせていることを示唆していることに対する考え方

- ✓ 今年度のアンケートの結果、消費者のニーズや意向に沿わない販売を強く行ったことがあるとの回答が1割～2割であり、何らかの不適切な勧誘を行ったことがあると回答しているものは約3割(昨年度は6割)にのぼった。昨年度調査と比較した場合、改善傾向にはある一方、引き続き一定数の不適切な勧誘事例が見られるところ、そうした販売の背景にはキャリアからのノルマ等の目標を達成するための代理店の目標があると思われるとの回答が7割以上見られた。
また、代理店へのヒアリングの結果では、極端な評価指標が適合性の原則に則った営業を妨げる要因となる、特にポートイン指標は改善が不十分等の意見が多かった。このように、ヒアリング等の結果は、ポートイン指標を中心とする極端な指標が消費者のニーズや意向に沿わない販売を生じさせていることを示唆しているが、この結果についてどのように考えているか。自社において把握している状況認識、課題認識など同じか、乖離しているか。

回答

- 代理店評価指標におけるポートイン評価項目については、市場動向を踏まえた目標値・基準値を設定し、予見可能な範囲内にて設定してきた

構成員限り

また、ポートイン目標値・基準値の設定にあたっては、2021年8月より、翌月以降の目標値・基準値の案を前月の20日前後に提示し、販売代理店から意見を収集する期間を設け、販売代理店の意見も踏まえた上、必要に応じて目標値・基準値の案を修正し確定しており、実際に代理店意見を踏まえて見直したケースもある

構成員限り

(1)② 消費者のニーズ等に沿わない販売、その他不適切な販売を含んで算定される極端な評価指標の達成度合いより代理店を評価することに関する考え方

- ✓ ヒアリングの結果、評価指標にはポートイン指標を中心として極端なものがあるとの意見があった。他方、アンケートの結果、消費者のニーズや意向に沿わない販売を強く行ったことがあるとの回答が1割～2割、ヒアリングの結果及び代理店情報提供窓口寄せられた情報からは、評価指標を達成するために無理な販売などを行うことにより契約数を確保する様子が見られる。また、代理店情報提供窓口寄せられた情報では、いわゆる手配師を利用して見かけ上指標を達成しているかのように装う代理店が存在することを推測させるものが一定数存在する。このように、ヒアリング等の結果は、不適切な勧誘の背景に極端な評価指標があることを示唆しているが、自社において把握している状況認識、課題認識などと同じか、乖離しているか。こうしたことによる指標の達成についてどのように考えているか。こうしたことを含む評価指標を適切に機能させるため、どのような対応、方向性を考えているか。

回答

- 代理店評価指標を適切に運用するための見直しについては、(1)①の回答の通り

構成員限り

- また、販売代理店が販売する端末について、一括価格の訴求から端末購入プログラム・割賦販売等を活用した実質価格の訴求への移行(割引施策の変更)や、割引施策での端末販売について1人1台の制限、本人確認書類の確認、個装箱の開封、氏名の記入等の対策も実施することで、いわゆる「転売ヤー」への対策も講じてきた

(1)③ 極端な評価指標が生じさせていることを示唆している消費者のニーズ等に沿わない販売、その他不適切な販売への対応の考え方

- ✓ 指標が代理店の営業に大きな影響を与えていることを踏まえると、指標も含めて、ポイント指標を中心とした極端な評価指標が消費者のニーズ等に沿わない販売、その他不適切な販売の一因となっているとすれば、利用者の利益保護、評価指標の有効性確保等のため、不適切な販売が行われないような措置を講ずるべきである。この場合、ポイント指標を中心とした極端な評価指標の改善、ポイント指標を中心とした極端な評価指標の内容から想定又は現認される不適切な販売の類型に応じた個別の対応が考えられるところ、具体的にどのような対応、方向性を考えているか。

回答

- 代理店評価指標を適切に運用するための見直しについては、(1)①の回答の通り
- 不適切な販売への対処については、(1)②の回答の通り

(2) 代理店とのコミュニケーション

- ✓ ヒアリングの結果、キャリアと代理店との間のコミュニケーションについては、一部の代理店は肯定的な回答だが、中小規模代理店は説明はあるが一方的で、交渉の余地はない等と回答するものが多く、規模の大小によって意見内容が異なる傾向にあった。この結果についてどのように考えているか。
- ✓ 代理店との間のさらなるコミュニケーション改善の観点から、今後どのような対応、方向性を考えるか。

回答

- これまでも全国の販売代理店に対して以下の対応を実施
販売代理店からの意見・要望については、代理店の規模に関わらず、目標値の引き下げ・基準値の見直し、ルール・運用見直し等により対応
- 今回のヒアリング結果では「一部の代理店は肯定的な回答」とあるため、詳細の回答内容を参考にし、中小規模の販売代理店対応を検討したい
 - ✓ 各種基準値・目標値の通知前倒し(2021年8月～)
 - 代理店が、各種基準値・目標値について予見し事前に意見提起できるよう、検討案ベースの翌月以降の各種基準値・目標値を前月の20日前後に全国一斉通知
 - ✓ 意見収集・回答ルールの全国統一化(2021年9月～)
 - 地域ごとに異なっていた意見の収集・回答ルールを、全国統一した上で販売代理店から提起された意見とその回答結果を本社に集約するよう運用見直し
 - ✓ 販売代理店向け相談窓口の新設(2022年10月～)
 - 販売代理店が随時意見できるよう販売代理店向けの相談窓口を設置
 - ✓ 販売代理店からの意見・要望への回答(半期ごと)
 - 半年ごとに開催している販売代理店向けの方針説明会において、会議終了後、二次代理店を含む全国の販売代理店から意見・要望を収集
 - 意見・要望に対して、意見反映できるものは反映し、意見反映出来ないものについては理由も添えて丁寧に回答
- 代理店との更なるコミュニケーション改善の観点から、以下の対応を実施
 - ✓ 販売代理店向け相談窓口の再周知(2023年3月～)
 - 二次代理店を含む全国の販売代理店に対し、相談窓口の更なる活用および、認知向上のために再周知
 - なお、相談窓口には二次代理店等の中小規模の販売代理店からの意見・要望についても寄せられている

(3) 出張販売

- ✓ ヒアリングの結果、出張販売は数字を追いかける場所になっており、適合性の原則に反する営業に繋がりがやすい環境にあるとの意見があった。これを防止する観点から、代理店に対する適切な支援や、営業品質を担保するためにこういった取組をしているか。
- ✓ また、出張販売においては、現場で積極的に勧誘を行うことは社内ルール上認めていないと説明を受けているが、代理店情報提供窓口に寄せられる情報では、積極的な勧誘を行っていることを推測させる結果がでているところ、代理店への指導監督措置としてこういった対応を講じる予定か。

回答

- 販売代理店に対する適切な支援・営業品質を担保するための取組として、以下を実施
 - ✓ 出張販売に参加するスタッフ(ドコモショップスタッフ・業務委託スタッフ)を対象として事前研修の受講を必須化することで適合性の原則を含めてお客様のご意向を踏まえた対応を行う重要性の理解、浸透を図っている(2022年10月～)
 - ✓ 出張販売においても店頭と同様の説明ツールを利用し、店頭と同様の対応・適切な説明を実施している
更に重要事項説明等はドコモショップスタッフが行うことでより丁寧な対応を行うように取り組んでいる
- 販売代理店への指導監督措置として、以下を実施
 - ✓ 出張販売に関わる苦情を集約し、全国の支社・支店に提示し、出張販売を実施する販売代理店に指導する体制を構築している(2022年3月～)
 - ✓ 出張販売に参加するスタッフが受講する事前研修にてお客様の意向に沿わない強引な勧誘等は禁止行為であることを説明、適切な対応の徹底を図っている(2022年10月～)
 - ✓ 出張販売マニュアルを改訂し、「積極的な勧誘」※を行うことは禁止行為である旨をさらに明確になるよう追記し、運用の徹底を図っている(2023年3月)
※出張販売会場と離れた別の場所で積極的にお客様にお声がけして、出張販売会場に強引にお連れする、または立ち寄りを強要する等の行為
 - ✓ 出張販売に参加するスタッフが受講する事前研修においても、「積極的な勧誘」を行うことは禁止行為であることを追記、更なる運用の徹底を図っている(2023年4月～)

(4) 総論(指導等措置義務)

- ✓ 通信キャリアが契約の締結の媒介等の業務等を代理店に委託をする際には、媒介等業務が適切かつ確実な遂行を確保するための措置等、当該委託に係る業務が適切かつ確実に遂行されるための措置を講じなければならない(指導等措置義務)とされている。
- アンケート、ヒアリング結果を踏まえると、キャリアが交渉の余地無く極端な指標を設定することや、代理店への十分な説明・コミュニケーション不足等が、適合性の原則に反する営業を助長している可能性がある。こうした事案が広汎に見られると認められる場合、媒介等業務が適切かつ確実な遂行を確保するための措置等、措置義務をキャリアが適切に講じているかが問題になりうるが、現状をどう認識しているか。また、今後どういった措置を講じるか。

回答

構成員限り

- 一方で、代理店に対する十分な説明およびコミュニケーションについては必要と考え、これまでも様々な情報提供や営業担当や各種会議等を通じたコミュニケーションに努めてきた
- 今後についても実質的なコミュニケーションとなるよう各種取組を継続すると共に、いただいた意見を踏まえ、可能な限り意見を反映していく

構成員限り

- 代理店評価指標を適切に運用するための見直しについては、(1)①の回答の通り
- 不適切な販売への対処については、(1)②の回答の通り
- 販売代理店とのコミュニケーション強化については、(2)の回答の通り

個別事項(NTTドコモ)

- ✓ 次の点について、どのように考えるか。
2022年1月以降、適正な営業という観点からキャリアの手数料施策等の取組みは改善されたと感じるか、という質問に対して、「悪化した」という回答が、他キャリアよりも有意に高かった(4キャリア合計が約3割弱なのに対して、ドコモは約4割弱)。また、「改善された」という回答が他キャリアよりも有意に低かった(4キャリア合計が約2割弱なのに対して、ドコモは約1割強)。

構成員限り

回答

構成員限り

- 代理店評価指標を適切に運用するための見直しについては、(1)①の回答の通り
- 不適切な販売への対処については、(1)②の回答の通り
- 販売代理店とのコミュニケーション強化については、(2)の回答の通り