

「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）」
合同会合 事業者ヒアリング
ご説明資料

2023年5月17日
楽天モバイル株式会社

本日のご説明内容

【第1部】事業法第27条の3の執行の状況

- | | | |
|---------------------|-------|--------|
| 1. 覆面調査結果について | ----- | P.3 |
| 2. 不適切な対応を防止するための取組 | ----- | PP.4-5 |
| 3. 端末販売に関する周知・広報・説明 | ----- | P.6 |

【第2部】販売代理店の状況

- | | | |
|--|-------|----------|
| 1. 「販売代理店の業務の適正性確保に向けた指導等の措置の実施及び
苦情相談の処理における体制の強化に向けた取組に係る要請」（2022年8月）関連 | | |
| (1) 評価指標 | ----- | PP.8-10 |
| (2) コミュニケーション | ----- | P.11 |
| (3) 出張販売 | ----- | P.12 |
| (4) 総論 | ----- | P.13 |
| 2. その他 | ----- | PP.14-15 |

【第1部】

事業法第27条の3の執行の状況

1. 覆面調査結果について

ヒアリング事項

□ 販売の現場で不適切な対応(※)が行われた、との結果が出た場合、その要因として考えられることは何か。

※ 非回線契約者への端末販売拒否、2万円を超える利益提供（実際に約することのほか、提示することも含む）を指す(以後同じ)。

回答

➤ 昨年発生した違反事案を踏まえ再発防止に取り組んでまいりましたが、今年度についても違反事案が1件発生いたしました。この結果を真摯に受け止め、法令遵守に向け、更なる再発防止に努めてまいります。

対象店舗	調査日	類型	店舗スタッフによる案内の概要（総務省通知文マ）
当社直営店舗	2023年1月29日	回線契約を条件とする2万円の上限を超える利益提供の提示	回線契約がある場合、一括で払うと62,800円でポイントが30,991円分付く。端末だけで買うとしたら一括だとポイントは全然付かない。

当社確認結果（発生要因）

- 昨年発生した違反事案を踏まえ、端末のみ購入する場合のポイント付与条件等について説明する際は、**口頭のみでなく必ずツールやWebサイト等を使用して行うルール**としていた
- 本事案では、**ポイント付与条件等の詳細が記載されているツールを使用せずに概要のみが記載されているWebサイトの使用にとどまったため、お客様(=調査員)のご理解を十分に得ることができなかった**

再発防止策（予定）

- 本事案を踏まえ、端末のみ購入する場合のポイント付与条件等について説明する際は、**ポイント付与条件等の詳細が記載されているツールを使用して行うルールに変更**
- **その旨全スタッフ向けのe-Learning研修やトークスクリプト等にも反映し、周知・徹底**

➤ 再発防止をより実効的なものに加えることに加え、不適切な対応が行われないようより一層対策を強化するため、今後も総務省殿と情報交換をお願いいたく存じます。

2. 不適切な対応を防止するための取組（1/2）

ヒアリング事項

- ❑ 販売の現場で不適切な対応を防止するために既に講じている取組又は講じる予定の取組は何か。
（例えば、事業法第27条の3の違反を助長する可能性のある手数料・奨励金体系の見直しの検討・実施など）
- ❑ 特に、出張販売に関する取組はあるか。

回答

➤ 販売の現場における不適切な対応を防止するため、以下のとおり各取組を実施しております。

■ コンプライアンス強化に向けた取組：

✓ 3ラインディフェンス(※)を適用した体制を維持

※複数の視点でコンプライアンス違反(懸念も含む)の検知や指導、監査等を行うことにより改善に繋げるリスクマネジメントの考え方

	責任部門	役割
1st Line	・店舗/ 店舗運営会社	・法令、ルールを遵守した 適正な顧客対応や販売
2nd Line	・店舗管理部門 ・店舗査察部門	・法令、ルール遵守教育及び 改善に向けた店舗指導 ・査察、社内覆面調査等 による問題検知
3rd Line	・内部監査部門	・2nd Lineの管理状況に 対する内部監査

✓ 店舗運営における「検知→指導→改善→啓発」のサイクルをまわすための取組を実施

	取組概要
検知	・各店舗に対する社内覆面調査の実施・調査結果の分析 ・お客様アンケートの分析
指導	・検知された事象に対し、 再発防止を含めて店舗単位で即時指導
改善	・店舗の運営フローの見直し (例：お客様の理解度を確認するためのフローを追加)
啓発	・全店舗/全スタッフに対しての様々な啓発活動を実施 (例：店舗ごとのコンプライアンス研修、全スタッフへのe-Learning研修)

2. 不適切な対応を防止するための取組 (2/2)

ヒアリング事項

- ❑ 販売の現場で不適切な対応を防止するために既に講じている取組又は講じる予定の取組は何か。
(例えば、事業法第27条の3の違反を助長する可能性のある手数料・奨励金体系の見直しの検討・実施など)
- ❑ 特に、出張販売に関する取組はあるか。

回答

■ 手数料・奨励金体系に関する取組：

- ✓ ポートイン指標の設定は行わず、端末販売時の手数料は回線契約の有無を問わず同額に設定
- ✓ 店舗運営会社へ評価指標について説明をする際は、当該指標を達成するための戦略等とあわせて説明したうえ、指標の所感についても確認し、その結果を受け適宜見直しを行う等、指標が店舗運営会社にとって納得のいく内容となるよう配慮

■ 出張販売に関する取組：

- ✓ 出張販売の開催は当社の承認制とし、店舗運営会社スタッフが対応
- ✓ 当社より提供したツールのみ使用を許可 (店頭ポップ等の販促ツール、クーリングオフ制度に必要な書面、重要事項説明書 等)
- ✓ 必要に応じ事前説明会を実施 (クーリングオフ制度や端末単体販売が可能であること等、コンプライアンス遵守のための項目を再確認)
⇒ 上記取組等を通じて、常設店舗と同水準の丁寧な営業活動を実施

3. 端末販売に関する周知・広報・説明

ヒアリング事項

- 非回線契約者にも端末販売をし、割引を提供していることについて、どのように周知・広報・説明を行っているか。
(端末購入サポートプログラムに関する正確な説明、周知の徹底に向けた取組を含む)

回答

- 非回線契約者に対する端末販売や割引提供等の周知・広報・説明について、以下のとおり各取組を実施しております。

アプローチ	取組	内容	実施時期
直接周知	お客様情報等の確認画面での周知	◆ アプリ画面（my楽天モバイル）上に、回線契約が条件でないこと等について記載を追加	2022年12月開始
	加入者に対するメールでの周知	◆ 「楽天モバイルiPhoneアップグレードプログラム」加入者の機種変更可能時期に関する通知メールにおいて、回線契約が条件でないこと等を記載	2023年3月開始
間接周知	メディアでの周知	◆ iPhone関連の施策実施時に、回線契約が条件でないこと等に関する情報をITジャーナリストや各メディアにメール配信	2022年10月開始
	広告物での周知等	◆ Webサイト・販促物等にて回線契約が条件でないこと等を記載し周知することに加え、よりわかりやすい形で記載を追加	2022年11月開始
	国民生活センター等へのご説明	◆ 国民生活センターに回線契約が条件でないこと等をご説明・意見交換 ◆ 国民生活センターに対し全国の消費生活センターに情報共有いただくようご依頼	2022年11月開始
店舗運営	店舗運営フローの見直し	◆ 契約手続等の説明の際にツール利用を必須とし、口頭のみでなくツール等をお客様にお見せしながら回線契約が条件でないこと等を説明の上お客様に説明を受けたことを確認いただく運営を徹底	2022年9月開始
	スタッフの理解度向上	◆ 店舗スタッフ向けに、マニュアルやQAにて回線契約が条件でないこと等を記載・追記	2022年11月開始

【第2部】 販売代理店の状況

1 - (1) 評価指標 - ①

ヒアリング事項

- ヒアリング等の結果は、ポイント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、課題認識などと同じか、乖離しているか。

回答

- 当社としても、ポイント指標を中心とする極端な店舗評価指標は、指標達成のみを目的とした営業活動を助長し、**消費者のニーズや意向に沿わない販売を生じさせる可能性があると考えております。**

(参考：2023.2.24公正取引委員会調査結果報告書)

- 一部のMNOにおいては、MNP獲得指標を重視した評価指標を設定
- 販売代理店からは、極端な廉価販売を行った背景についてMNP評価指標が、通常の営業活動では達成できない水準であることが理由といった声が出ている

1 - (1) 評価指標 - ②

ヒアリング事項

- 無理な勧誘や、手配師の利用等、不適切な販売を通じて指標を達成することについてどのように考えているか。
- こうした不適切な販売を含んで算定される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 (P5一部再掲)

- 1-(1)-①のとおり、消費者のニーズや意向に沿わない営業活動の結果である可能性が高いことから、**不適切な販売を通じた指標の達成は望ましくない**と考えております。
- 当社は、店舗運営会社のスタッフには、当社回線の利用を希望する消費者すべてに分け隔てなくサービスを案内頂きたいという考えから、**ポイント指標の設定は行っておらず、端末販売時の手数料は回線契約の有無を問わず同額に設定する等、消費者のニーズに沿った営業活動につながりやすい評価指標を採用しております。**
- 店舗運営会社へ評価指標について説明をする際は、**当該指標を達成するための戦略等とあわせて説明したうえ、指標の所感についても確認し、その結果を受け適宜見直しを行う等、指標が店舗運営会社にとって納得のいく内容となるよう配慮しております。**

1 - (1) 評価指標 - ③

ヒアリング事項

- ポートイン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 (P4一部再掲)

- 1-(1)-②のとおり、消費者のニーズに沿った営業活動につながりやすい評価指標の採用や、店舗運営会社に評価指標の設定について納得感を持ってもらうための取組を実施している他、以下のとおり、社内覆面調査を含むコンプライアンス強化に向けた取組を通じて、店舗運営会社が適合性の原則に従い契約を締結していくための支援を行っております。

✓ 3ラインディフェンス(※)を適用した体制を維持

※複数の視点でコンプライアンス違反(懸念も含む)の検知や指導、監査等を行うことにより改善に繋げるリスクマネジメントの考え方

	責任部門	役割
1st Line	・店舗/ 店舗運営会社	・法令、ルールを遵守した 適正な顧客対応や販売
2nd Line	・店舗管理部門	・法令、ルール遵守教育及び 改善に向けた店舗指導
	・店舗査察部門	・査察、社内覆面調査等 による問題検知
3rd Line	・内部監査部門	・2nd Lineの管理状況に 対する内部監査

✓ 店舗運営における「検知→指導→改善→啓発」のサイクルをまわすための取組を実施

	取組概要
検知	・各店舗に対する社内覆面調査の実施・調査結果の分析 ・お客様アンケートの分析
指導	・検知された事象に対し、 再発防止を含めて店舗単位で即時指導
改善	・店舗の運営フローの見直し (例：お客様の理解度を確保するためのフローを追加)
啓発	・全店舗/全スタッフに対しての様々な啓発活動を実施 (例：店舗ごとのコンプライアンス研修、全スタッフへのe-Learning研修)

1 – (2) コミュニケーション

ヒアリング事項

- 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、小規模代理店は「説明はあるが一方向的で、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

- 店舗運営会社の規模等により対応を分けることは望ましくないと考えております。
- 当社では、店舗運営会社の規模等によって対応を分けることはしておらず、すべての店舗運営会社と定期的に意見交換を行う場を設けております。
- 意見交換の場では、1-(1)-②のとおり、評価指標を達成するための戦略の説明とあわせて、指標の所感について確認するとともに、現状の制度やインセンティブ体系等についても幅広く意見を頂き、店舗運営会社にとって納得のいく内容となるよう配慮しております。
- 今後も、店舗運営会社との丁寧なコミュニケーションによる双方の理解促進に努め、店舗運営会社と接する当社窓口担当者の教育等も含めて、店舗運営会社にとって納得感のある対応を検討してまいります。

1 – (3) 出張販売

ヒアリング事項

- 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どういった取組をしているか。
- 出張販売において、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ているところ、代理店への指導監督措置としてどのように対応予定か。

回答 (P5一部再掲)

- 1-(1)-③のとおり、社内覆面調査を含むコンプライアンス強化に向けた取組を実施する等、店舗運営会社が適合性の原則に従い契約を締結していくための支援を行っております。
- なお、出張販売においては、店舗運営会社に対する適切な支援や営業品質の担保、指導監督措置の観点から、常設店舗と同水準の丁寧な営業活動を行っております。具体的には以下の取組を実施しております。
 - ✓ 出張販売の開催は当社の承認制とし、店舗運営会社スタッフが対応
 - ✓ 当社より提供したツールのみ使用を許可 (店頭ポップ等の販促ツール、クーリングオフ制度に必要な書面、重要事項説明書 等)
 - ✓ 必要に応じ事前説明会を実施 (クーリングオフ制度や端末単体販売が可能であること等、コンプライアンス遵守のための項目を再確認)
- 引き続き、店舗運営会社とのコミュニケーションを継続し、より丁寧に営業活動を行うための支援を検討してまいります。

1 - (4) 総論

ヒアリング事項

- ヒアリング等の結果を踏まえると、キャリアによる交渉余地の無い極端な指標の設定や、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認められる場合、指導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

- 当社としては以下のとおり現状認識・今後の対応を考えております。
 - 評価指標について
 - － ポートイン指標を中心とする極端な店舗評価指標は消費者のニーズ等に沿わない販売を生じさせる可能性があり、そのような営業活動を含む不適切な販売を通じた指標の達成は望ましくない
 - － 消費者のニーズに沿った営業活動につながりやすい評価指標の採用や、店舗運営会社に評価指標の設定について納得感を持ってもらうための取組に加え、社内覆面調査を含むコンプライアンス強化に向けた取組等、店舗運営会社が適合性の原則に従い契約を締結していくための支援を引き続き行っていく
 - コミュニケーションについて
 - － 店舗運営会社の規模等により対応を分けることは望ましくない
 - － 店舗運営会社との丁寧なコミュニケーションによる双方の理解促進に努め、当社窓口担当者の教育等も含めて、引き続き、店舗運営会社にとって納得感のある対応を検討していく
 - 出張販売について
 - － 出張販売の開催は当社の承認制とし、店舗運営会社スタッフが対応する等、常設店舗と同水準の丁寧な営業活動を実施する
 - － 引き続き、店舗運営会社とのコミュニケーションを継続し、より丁寧に営業活動を行うための支援を検討していく
- 当社は指導監督義務を遵守してまいりますが、適合性の原則に反した営業が認められた場合は、即座に是正措置を講じてまいります。

2. その他（1 / 2）

ヒアリング事項

- これまでの回答以外に、特筆すべき取組等があれば、ご教示いただきたい。

回答

- ポートイン重視の店舗評価指標は、消費者のニーズや意向に沿わない営業活動の一因となるだけでなく、**端末の安値入手を目的とした当社や他の事業者を踏み台とするMNP転出を助長**していると考えております。
その結果、当社においては、**サービス利用を全く伴わない短期解約が多発**しております。
- 回線契約の申込受付に生じる費用について現時点ではお客様の負担削減の観点から請求していないこともあり看過できないことから、**ポートイン重視の店舗評価指標を設定している事業者においてはそのような状況が発生することがないよう改善**いただきたく存じます。

➤

構成員限り

利用意思が
ない当月解約

構成員限り

構成員限り

2. その他（2 / 2）

ヒアリング事項

- これまでの回答以外に、特筆すべき取組等があれば、ご教示いただきたい。

回答

構成員限り

Rakuten Mobile