

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

- 1 日時 令和5年5月17日（水）13:00～14:55
- 2 開催形式 Web会議
- 3 出席者

○構成員

新美主査、相田主査代理、大谷構成員、北構成員、佐藤構成員、関口構成員、
西村（暢）構成員、西村（真）構成員、平野主査代理、石田構成員、市川構成員、
黒坂構成員、近藤構成員、森構成員

○オブザーバー

天田公正取引委員会事務総局経済取引局調整課長、消費者庁、独立行政法人国民生活センター、公益社団法人日本広告審査機構、一般社団法人電気通信事業者協会、一般社団法人テレコムサービス協会、一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会、一般社団法人日本ケーブルテレビ連盟、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会、電気通信サービス向上推進協議会

○ヒアリング対象者

株式会社NTTドコモ、KDDI株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式会社、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会

○総務省

竹村総合通信基盤局長、木村電気通信事業部長、近藤総合通信基盤局総務課長、片桐料金サービス課長、廣瀬消費者行政第一課長、寺本料金サービス課企画官、安西消費者行政第一課企画官、中島料金サービス課課長補佐、永井料金サービス課課長補佐、竹内消費者行政第一課課長補佐

4 議事

【新美主査】 皆様、こんにちは。本日もお忙しいところ、お集まりいただきましてありがとうございます。定刻となりましたので、競争ルールの検証に関するワーキンググループ、第44回を開催いたします。

本日は、御都合のため、大橋構成員、長田構成員、木村構成員が御欠席という御連絡をいただいております。

なお、本日の会議もウェブ方式による開催とさせていただきます。

議事に入る前に事務局から連絡事項等の説明をいただきたいと思います。

それでは、よろしくお願いいたします。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。本日もオンライン会議での開催に御協力いただきまして、誠にありがとうございます。これまでの会議と同様に、御発言を希望される際にはチャット欄にその旨を書き込んでいただくようよろしくお願いいたします。それを見て主査の方から発言者を御指名させていただくという方式で進めさせていただければと考えているところでございます。

なお、今回も含めまして、事業者等ヒアリングにおきましては、これまでの通常の会合とは異なり、チャット欄は構成員の皆様、事務局、これに加えて、ヒアリングに御参加いただく事業者等の方々も御覧いただける状態になってございますので、御留意いただければと思います。

その他の傍聴者の方はこれまでどおり見えないようになっているところでございます。

御発言に当たりましては、皆様が発言者を把握できるよう、お名前を冒頭に言及させていただきますようよろしくお願いいたします。

また、発言時以外はマイクをミュートにさせていただきますようよろしくお願いいたします。

音声がつながらなかった場合においてもチャット機能を御活用いただければと思います。事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、早速に議事に入りたいと思います。

本日は、まず「固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証」について、事務局から御説明をいただき、意見交換を行いたいと思います。その後、消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合として事業者等へのヒアリングを行います。

まず、ヒアリングの進め方及び覆面調査結果の報告について事務局から説明をいただきたいと思います。続いて、MNO 4 社様及び一般社団法人全携協様から「事業法第 27 条の 3 の執行の状況」及び「販売代理店の状況」についてヒアリングを行います。

なお、「販売代理店の状況」についてのヒアリングの一部は、公開することによってヒアリング対象者の利益または第三者の利益を害するおそれがあると認められるため、開催要綱に基づきまして後半は非公開として議事進行をさせていただきます。

それでは、まず事務局から「固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証」について説明をいただきたいと思います。

それでは、どうぞよろしく申し上げます。

【永井料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。それでは、資料1に基づきまして、「固定通信市場におけるキャッシュバックやセット割引による不当競争の検証について」御説明いたします。

1 ページ目は、議論の経緯でございます。固定通信市場において8割を占めるF T T Hアクセスサービスについて、多くの事業者がキャッシュバックの提供やモバイル契約とのセット割引を実施することにより顧客獲得を図っているという状況でございます。N T T ドコモ、ソフトバンク、K D D I のM N O 3社が行うキャッシュバック等の契約締結補助やモバイル契約とのセット割引が、F T T Hアクセスサービス市場の競争環境を不当に歪めることになっていないかという観点で、これまで、このワーキンググループにおきまして2回検証を行っているところでございます。

前回は、NTTドコモとソフトバンクにおきまして、原価等が収入を上回るという結果になったものの、昨年の報告書におきまして、各社の代表的なプランについて幾つかの検証条件を設定して行ったものであり、より実態に即した検証条件を検討する余地があると考えられ、また、特にセット割の扱いについては、さらなる検討・議論が必要であると考えられることを踏まえまして、直ちに不当競争を引き起こす状況にあるとまでは認められないとされたところでございます。

他方、光サービス卸を受けたMNOが提供するセット割引・キャッシュバックが固定通信市場における競争関係をゆがめるおそれがある旨、指摘がされ続けており、また、特にセット割引に関して、料金設定について懸念が生じた際には、合理的な説明を行うということが求められているということなどから、引き続き、NTTドコモとソフトバンクに対しましては継続的に検証を行うことが適当であるとされております。また、検証条件の精緻化に向けて、より実態に即した検証条件にするために、両社における会計処理の実情について把握した上で、検証・議論を深めることが必要とされたところでございます。

これらを踏まえまして、NTTドコモとソフトバンクに再度報告徴収を発出し、データの提供をいただきました。今回は、この検証を行うに当たりまして、条件について、次の2つの観点についてまずは検討を行いたいと考えてございます。

1つ目が、セット割引の取扱いについて、2つ目が、その他、工事費等についてでござい

ます。

2 ページ目は、令和元年に報道発表いたしました「F T T Hアクセスサービスにおける不当競争の具体例について」でございます。こちらでは、対象事業者の個別のF T T H契約において、4年間という期間を切ってF T T Hアクセスサービスを提供する場合の小売料金の収入が当該期間における当該契約に係る回線原価及び契約締結等補助の合計額を下回る事例が生じた場合については、不当な競争を引き起こす可能性があるため、その場合には少し詳しく話を聞いていくと整理されているところでございます。

続きまして3 ページ目です。前回の検証の際の御指摘等をまとめたものでございます。

まず1 つ目です。前回の検証におきまして、「F T T Hアクセスサービスにおける不当競争の具体例について」における移動通信とのセット割引につきましては、全てF T T Hアクセスサービスの減免とするという考え方、割引総額帰属テストの考え方を用いまして検証を行いました。この点、各社からは、セット割引については、モバイル料金に対する割引であるため、固定契約における収入から全額を差し引くことは適当ではないのではないかとという考え方が示されたところでございます。

また、3 つ目の丸に移りまして、構成員の先生方からはいろいろ御指摘あったところでございますが、特に、セット割引の原資や一方的な収入補填の可能性について、会計上の流れを明らかにした上での議論が必要であるといった旨の意見があったところです。御指摘の内容につきましては、次の4 ページ目でもまとめてございます。

続きまして4 ページ目です。これらを踏まえまして、今回の報告徴収におきましては、セット割引にかかる費用について、各社から会計処理上の考え方等について報告を求めました。その報告によりますと、企業会計基準第29号、収益認識に関する会計基準第70項により、独立販売価格を基にセット割引の値引額を按分しており、独立販売価格、これは財またはサービスを独立して企業が顧客に販売する場合の価格を言いますが、今回のケースに当てはめると、固定通信と移動通信それぞれ単体に販売した場合の価格となります。この価格に基づいて按分している点が共通しているということが分かりました。

4 ページ目の下部でN T T ドコモの考え方について、次の5 ページ目の上部がソフトバンクの考え方についてももう少し詳しくまとめたものでございますが、こちらにつきましては構成員限りとさせていただいてございます。

これらを踏まえまして、5 ページ目中段ですが、各社ともおおむね共通の按分方法が用いられているということを踏まえれば、今回の検証においては各社の会計処理の結果得られ

ている按分比を用いた上で、F T T H 1 契約当たりのセット割引の平均額の一部をF T T Hアクセスサービスの料金減免とみなして検証を行うこととすべきではないかと考えてございます。

なお、この方法によりセット割引の値引額を按分すると、おおむね固定対移動が1対2から1対3というところでございます。詳しい数字については赤枠の中のとおりです。

続きまして、6ページ目に移ります。工事費についてでございます。光コラボにおきましては、新規契約時の工事形態が有派遣工事と無派遣工事というところで大きく分かれてございます。その上で、前回の検証におきましては、この工事種別を特段区分せず、工事費が最大となる有派遣工事の料金を算入して検証を行っていたところでございます。

この点につきまして、昨年のN T T ドコモからヒアリングの際に、工事費については、無派遣工事を含む工事費実績の加重平均で算定するというところがより実態に即すという観点適切ではないかという御指摘があったところでございます。

この点、検証条件を精緻化するため、工事種別ごとの実績件数に応じて加重平均を取った値を工事費として原価及び収入に算入することが適切ではないかと考えております。

続きまして7ページ目です。その他の条件についてでございます。

検証対象のプランについては、前回の検証と同様に、M N O 2 社が提供するF T T Hアクセスサービスのうち、戸建住宅向け・集合住宅向けサービスにおいて、それぞれ最も契約数が多いプランとすると。ここは従前のおりとしたと考えてございます。

また、原価及び収入の算定に用いる期間についてでございます。こちらにつきましては、原価のうち契約締結等補助や収入については、ある時点、今回の検証では令和4年3月末時点で新規に契約を締結した場合に、その後4年間で支払われる金額を検証に用いるとしてございますが、この点、事業者からは、実際の利用者継続利用年数に鑑みた期間で算定すべきという考え方も示されたところでございます。

また構成員の先生方からも、契約締結等補助の取扱いにつきまして、昨年の会合におきましては、ここに記載されておりますとおり、セット割を4年分ではなく10年分とした場合に、収入が原価を下回るという試算も成り立つのではないかといった御指摘もあったところでございます。

それらを踏まえつつ、原価及び収入の算定に用いる期間については、利用者のサービス選択に関する意識の状況を踏まえ、契約期間、継続期間を想定したものでございます。その背景にある状況の変化は特段認められず、また、さらに、直近のデータを下部にグラフで記載

しておりますが、MNO 3社が提供するF T T Hアクセスサービスの継続利用年数を見ていただきますと、2年以上4年未満という回答が多いこと。また検証の連続性を担保することも必要であると思っておりますことから、本検証においても、4年間という期間につきましては、引き続き前回と同条件で検証を行うべきではないかと考えてございます。

こちら、7ページ目でございます。

8ページ目以降は、参考といたしまして、F T T Hアクセスサービスに係る料金プラン、セット割引の概要や、前回の検証結果、また、1 2ページ以降は関連する過去の方針やガイドラインをまとめてございますので、説明は割愛いたしまして、事務局の資料の説明としては以上とさせていただきます。よろしくお願いたします。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明につきまして、御質問あるいはコメントのある方は合図していただきたいと思えます。チャット欄でその旨をお示しいただけたらと思えます。どうぞよろしくお願いたします。

大谷さん、どうぞ御発言をお願いします。

【大谷構成員】 ありがとうございます。ただいま事務局から御説明いただいたとおり、かなり精緻に各事業者からの御協力をいただいて、不当競争の具体的な検証方法などの精緻化を図ることができそうな展開になっていることは喜ばしいことだと思っております。

それで、ドコモさん、それからソフトバンクさんの会計方法について、それぞれ相違しているものの、F T T Hアクセスサービスとモバイルサービスの按分について、1対2から3だということで5ページ目にまとめていただいておりますが、これが実感にも合っているのではないかと思っております。

これを拝見しますと、按分額の大きな部分がモバイルサービス事業のほうに按分されているということが言えるかと思えますので、F T T Hアクセスサービスそのものの不当な競争もさることながら、モバイル契約に与える影響がどのようになっているかというの也将来的に見極めていく必要があるのではないかと思っております。

これまでセット割引の影響については、もちろんF T T Hアクセスサービスへの影響だけではなく、モバイル契約との関係でも議論はされてきているところですが、これらの会計上の取扱いが明確になったことを受けて、引き続き確認していくことが必要ではないかと思っております。

以上、コメントでございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、佐藤さん、どうぞ御発言をお願いします。

【佐藤構成員】 ありがとうございます。佐藤です。基本的な考え方は理解できますという、まずはコメントになります。基本的な考え方は、セット割引は固定とモバイル両方にメリットがあるので、それにかかる費用は按分するということだと思いたいますが、その点に対しては理解しました。

少し心配なのは、メリットがあるので費用を按分するのはいいのですが、メリットを超えたお金がもし動いているようだと、やはりそれは競争に影響を与えますし、他のユーザーからの補填の可能性もありますので、その点は、金額の全体像や、過度な割引となっていないかということも含めて、どこからどのようにお金が回っているか、気になるところはあります。

質問は、まず3ページから5ページにかけてです。按分が議論になると、今度は按分的方式がどうあるべきかということも議論していかなければいけないと思いますが、詳細は赤枠で公開できないことになっています。公開できないと他社に意見を聞くことができず、また、会議でも議論はできないので、数字が赤枠は分かりますが、数字が入っているわけではない考え方が赤枠というのは少し困ったものだと思います。なぜここで公開できないのかについて、一応ドコモさんに伺います。

それから、按分については、KDD Iさんが数値等を含めて具体的な提案をしていないように思うので、KDD Iさんが答えていただけるのでしたら、どういうことを考えておられるのか、説明いただくとありがたいです。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ドコモさんとKDD Iさん、それぞれ質問が出ておりますので、まずドコモさん、お答えいただけますでしょうか。

【NTTドコモ】 NTTドコモの大橋でございます。今佐藤先生お尋ねの件についてお答えいたします。

会計処理につきましても、財務に係る経営情報というふうに弊社は認識しておりますので、非開示とさせていただきます。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、KDD Iさん、どうぞお答えいただけますか。

【KDDI】 KDDI、斎藤です。御質問に関してなんですけれども、大変申し訳ございません、本件に関してはヒアリング対象という認識がなかったのが、今時点で回答を用意しておりませんので、改めまして御回答させていただければと考えております。

【新美主査】 ありがとうございます。佐藤さん、いかがでしょうか。

【佐藤構成員】 ドコモさんの回答も想定範囲内で、あんまりフレンドリーじゃないなという感じで、結構です。以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに御発言御希望の方いらっしゃいましたら合図していただけますでしょうか。いかがでしょうか。

よろしいでしょうか。

それでは、この議題については以上とさせていただきます。続きまして消費者保護ルールの在り方に関する検討会の構成員の皆さんに御参加いただきまして、合同会合に移りたいと思います。

それでは、合同会合の準備について事務局のほうでよろしく申し上げます。

(接続確認)

【新美主査】 それでは、準備が整いましたので、これ以降、競争ルールの検証に関するワーキンググループと消費者保護ルールの在り方に関する検討会との合同会合ということにさせていただきます。

それでは、議事に入ります。まずは「事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項」について、事務局から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。それでは、資料2に基づきまして、「事業者等ヒアリングの進め方及びヒアリング事項」について説明をさせていただきます。

1ページおめくりください。右肩1ページでございます。今回の検証における事業者等ヒアリングにつきましては、第2回というところでございまして、MNO4社、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会に対しまして、事業法第27条の3の違反事例等や販売代理店の状況につきましてヒアリングをしていくとしているところでございます。

ヒアリング事項の詳細につきましては、右肩3ページにございますので、適宜御確認をさせていただければと考えているところでございます。

1ページおめくりください。右肩2ページでございます。こちら、本日のヒアリングにお

ける発表者の名前と役職につきまして記載しております。こちらも御確認いただければと考えているところでございます。

事務局からは以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、まず「覆面調査結果の報告」について、事務局から御説明いただきたいと思います。よろしく申し上げます。

【中島料金サービス課課長補佐】 事務局でございます。それでは、資料3に基づきまして、「電気通信事業法第27条の3の規律の遵守状況に係る覆面調査の結果」について説明をいたします。

それでは1ページおめくりください。右肩1ページでございます。今般、MNO4社の代理店等における販売の実態といたしまして、電気通信事業法第27条の3の規律に違反する行為が行われていないかを把握するために覆面調査というものを実施したところでございます。

その結果といたしましては、以下の表のとおりとなっておりますところでございますが、今回、全体といたしまして、出張販売も含めて530件調査をさせていただいたところでございます。そのうち41件は、違反と判断される事案又は違反が疑われる事案となっておりますございまして、全体の7.7%がこちらに該当するということになっておりますところでございます。

また、参考ではございますが、ちょうど一番下のところに、青の部分でございますけれども、前回の調査結果もつけさせていただいております。こちらを御覧いただきますと、前回は531件中52件、つまり9.8%が違反と判断される事案又は違反が疑われる事案となっているところでございましたので、こちらと比較をいたしますと、各社ごとに見ればそれぞれの増減の別というものがございましてけれども、全体として見た場合には減少傾向にあると言えるのではないかと考えているところでございます。

また、この事案の詳細につきましては、右肩2ページから8ページにおいて記載しておりますところでございますので、御参考といたしまして適宜御確認をいただければと考えているところでございます。

続いて、右肩9ページを御覧いただければと思います。こちらも御参考というところではございますが、販売代理店に関する情報提供窓口に寄せられた通報の状況についても併せてお知らせさせていただければと考えているところでございます。

こちら、今回、総務省がMNO4社と全携協に対しまして、代理店業務の適正化に関する

要請というものを昨年6月に行ったところでもございました。その6月以降の状況というところでもございまして、昨年7月から今年3月まで、こちらの9か月間の通報の状況をまとめたいというものでございます。

その結果といたしまして、全体としては939件という通報が寄せられているところでもございまして、前回の1,720件と比べますと、全体としては減っているというところでもございますけれども、通信料金と端末代金の完全分離が占める割合というものは、今回も62.8%と、件数にして590件というところでもございまして、高い割合を維持しているというところがあるかと思っております。

この通報の主なものといたしましては、端末の単体販売拒否ですとか、利益提供の上限超過が疑われる事案といったところになってございまして、このうち通報内容が仮に真実だったといった場合には、事業法第27条の3違反となり得るものというものが442件ほどあったというところでもございます。

1ページおめくりください。右肩10ページでございまして。こちらは先ほどの442件の通報を月別、キャリア別に分けて表示をしたものというところでもございます。このようにいたしますと、9か月間のうち、NTTドコモは52件、楽天モバイルはゼロ件と、落ち着きつつあるという状況であるものの、KDDIとソフトバンクに関しましては、それぞれ239件、151件と高い水準を維持しているという状況があったというところでもございました。

事務局からは以上でございまして。

【新美主査】 ありがとうございます。

それでは、続きまして、「事業者等ヒアリング（事業法第27条の3の執行の状況、販売代理店の状況）」に移りたいと思います。まずは株式会社NTTドコモの料金企画室長の橋本様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【NTTドコモ】 NTTドコモの橋本でございます。それでは、お手元の資料4-1に基づきまして、当社の取組を御説明させていただきます。

まず資料右下ページ1ページから、事業法27条の3の執行の状況ということで覆面調査の関係を御説明いたします。

資料の2ページを御覧ください。当社におきましては、昨年度の覆面調査の結果、不適切な対応と判断される事案につきましては計10件ございました。昨年度は同様の事例が6件ございましたので、4件悪化したということで、大変申し訳なく思っております。

一つ一つの要因につきまして、該当の店舗に対応等を確認いたしました。総じて結果といたしましては、スタッフの理解不足、並びに複数の割引があることにより、それらを混同しての御案内といったところございまして、おおむねスタッフの入れ替わりにより、新人もしくは短期のスタッフが不適切な対応を行ったと認識をしているところでございます。

3ページでございます。これらに対しての今後の再発の防止策について御説明いたします。昨年度の内容に少し強化をいたしまして、赤字部分が昨年度からの追加で行う対策でございます。

システムの対策についてもさらなる機能強化を検討しております。

また、スタッフへの指導・研修等につきましても、強化を検討しているところございまして、同様の取組は出張販売においても行いたいと考えているところでございます。

4ページ以降につきましては、それらの取組の詳細を解説したものとなっておりますので、御覧いただければと思います。

ページ飛びまして7ページに移っていただき、販売代理店の状況について御説明いたします。論点となっておりますのは、代理店の指標並びに代理店とのコミュニケーション、大きくこの2つであると認識をしております。これらに対しまして、まずドコモショップが今後どういう姿を目指していきたいかというところについて御説明をいたします。

8ページでございます。大きく2つ方向感がございまして、まず地域のICTサポート拠点への変革ということでございます。こちらに掲げておりますような通信サービス以外のさまざまなサービスのサポート拠点としてドコモショップを位置づけていきたいと考えております。

具体的には、デジタル活用支援業務に代表されるようなマイナンバー等の行政サービスの支援であるとか、金融サービス、動画コンテンツなど、様々なサービスのサポートを行っていきたいと考えております。

右側でございます。「オンラインチャネルの更なる進化」とありますけれども、こちら昨年度の終わりごろから開始をした取組でございまして、オンラインを通じてドコモショップの接客を体験いただけることを始めております。画面の向こう側にドコモショップのスタッフがおりまして、店頭と同じような対応を提供するというものでして、これについて今年度力を入れていきたいと考えております。

9ページでございます。論点となっております指標の見直し並びに代理店との連携の強化についての見直しの内容でございます。

続いて10ページでございます。指標の見直しの具体的な内容は御覧のとおりとなっております。

11ページでございます。代理店との連携強化の具体的な内容につきましては御覧のとおりとなっております。

12ページでございます。代理店との連携強化につきましては、一昨年度より取組を行っているところでして、その内容を御紹介しております。基準値・目標値の通知の前倒しであるとか、代理店からの意見・要望の全国集約とか、販売代理店から本社への直接の相談窓口の設置といった取組は継続して行っているところでございます。販売代理店の相談窓口につきましては、一部の二次代理店以下の代理店においその存在を認識していないところがありましたので、昨年度末に改めて周知を行ったところでございます。

13ページでございます。こちらは代理店から寄せられた意見・要望に対して対応した主な例を掲げております。

14ページでございます。出張販売における取組について御説明いたします。出張販売におきましては、基本的に店頭と同じツールを使って同じ接客を行っておりますけれども、昨年度の消費者保護検討会におきまして、お客様への声かけの対応によっては訪問販売に当たる可能性があるという御指摘もありましたので、その点について改めて周知・指導を行っております。

また、苦情の発生状況については、当社におきまして引き続きモニタリングチェックを行っているところでございます。

最後、15ページでございます。適合性の原則違反等につながりかねない不適切な販売の撲滅に向けた取組ということで主に4つ掲げておりまして、3つにつきましては、昨年度以前から行っている取組の継続でございます。

具体的には、総務省の覆面調査で要改善が認められた店舗に対する個別指導、全スタッフに向けた研修、並びに当社における独自の現地調査、これらの取組を行っておりまして、不適切な販売の撲滅に向けて取り組みたいと思っております。

当社からの説明は以上でございます。

【新美主査】 どうもありがとうございました。質疑応答の時間は、各社の発表が終わった後に用意してございますので、そこで御発言、御質問いただきたいと思います。

それでは、続きまして、KDDI株式会社渉外・広報本部副本部長で渉外統括部長の斎藤様から御説明をいただきたいと思います。どうぞよろしく申し上げます。

【KDDI】 KDDI、斎藤です。それでは、資料4-2に基づきまして御説明させていただきます。

まず当社のほうでは、昨年4月の覆面調査結果等の結果ですとか、あと、昨年の8月、9月の要請に基づいて代理店評価制度の見直しなど、様々な取組を行ってまいりましたけれども、本日は、今回の覆面調査の結果に基づいたヒアリング事項について当社の取組を御説明させていただきたいと思っております。

めくっていただきまして、右肩スライド3になります。こちらは、これまでの様々な取組ということで、eラーニングによる研修ですとか、独自の覆面調査というところをやっておりますけれども、内容につきましては、前回4月のワーキングの中でお示しさせていただいたものと同様ですので、説明は割愛させていただきます。

次にスライド4、右肩4ですけれども、こちらは今回の覆面調査の結果ということで、先ほどありましたとおり、弊社のほうでは違反または違反が疑われる事案ということで10件ということです。

昨年度につきましては、17件、比率につきましても、その前、20年度で29%、昨年度で10%、今年度は先ほどございましたとおり6.7%ということで、徐々に改善ができていけるのかなと認識しておりますけれども、全ての違反を防止し切れておりませんので、さらなる取組を行ってまいりたいと考えております。

スライド5につきましては、こちらは、27条の3遵守に向けて、ガイドラインに準拠したPOPを作成して、代理店に展開しているという取組でございます。

遵守すべき事項としまして、下に3つございますとおり、非回線契約者への端末販売拒否を防止するもの、それから、非回線契約者への端末サポートプログラムの提供拒否を防止する点、それから、回線契約を条件とする2万円上限を超える利益提供の提示を防止するといった内容を全てPOPの中に反映した形で代理店様に展開しております。

次、スライド6、スライド7につきましては、具体的な記載事例となりますので、説明のほうは割愛させていただきます。

次のスライド8、さらなる取組としまして、弊社のほうでは、端末購入サポートプログラムの正確な内容等について、ウェブですとかお客様へのSMSを通じて周知を行っていたり、あるいはメディア等に対してもしっかりと御説明をさせていただいているという取組を行っております。

続きまして、スライド9、右肩9になりますけど、こちらは販売代理店の状況ということ

で、今回のアンケート結果の概要という形になります。

ポジティブ面、ネガティブ面、両方ありますけれども、全体的には改善傾向と認識しておりますけれども、一方で、ネガティブ欄に書かれておりますとおり、課題が残っておりますので、こちらについては引き続き改善を行っていきたいと考えております。

具体的な取組としまして、右肩10です。こちらは評価指標に関してでございます。先ほども申しましたとおり、弊社のほうでは販売代理店様自身が実態を踏まえて選択する目標を基にした絶対評価へ移行しております。指標につきましては、市場環境やお客様のニーズを踏まえて適宜見直しを行っていたり、また不適切な販売については適宜是正を図っております。

具体的な内容につきましては構成員限りとさせていただきますので、説明は割愛させていただきます。

右肩11です。こちらは出張販売でございます。適合性の原則の遵守ですとか販売後のお客様フォローということで以下のような取組を行っておりますが、まず販売代理店様向けに関しては、店頭と同様の説明を行うための研修ですとか不適切な勧誘を行わない注意喚起というものをしております。

右側、お客様向けですけど、こちらは販売後のフォローのために、販売主体の明確化ということで、具体的な店舗名を表示した形で実施しているという形でございます。

次のスライド12になりますけど、こちらの販売主体の明確化につきまして、イベントの都度、現場から弊社のほうに写真を提出していただく独自の運営を行っておるということでございます。

スライド13、右肩13になりますけど、こちら、コミュニケーションにつきましては、弊社、販売代理店様の規模にかかわらず、弊社の営業担当者が丁寧なヒアリングを実施しておりますが、加えて、販売代理店様が直接申告できるような申告窓口というものも設けておりますので、引き続きこの浸透を図ってまいりたいと考えております。

右肩14でございます。総論ですが、こちら、指導等措置義務につきましていろいろ課題がございますが、弊社におきましては、まず弊社の中の営業担当者の啓蒙ということが大事と考えております。それに基づいてきちっとキャリアとして販売代理店様に適切な指導を行っていきたいと考えております。

スライド15、「おわりに」ということで、今回の各種調査結果の報告を踏まえつつ、今後も市場環境やお客様ニーズに応じて改善ですとか柔軟な取組を進めてまいりたいです。

それからまた、今回の御意見を真摯に受け止めながら、重要なパートナーであります販売代理店様とのコミュニケーションを深化させ、関係維持、向上に努めてまいりたいと考えております。

説明は以上となります。ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、続きましてソフトバンク株式会社の通信サービス統括部統括部長の吉岡様と約款・サービス部の部長、大平様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしく申し上げます。

【ソフトバンク】 ソフトバンクの大平と申します。では、早速ではございますが、資料4-3に基づいて御説明いたします。まず1枚おめくりください。事業法27条の3の執行状況について御説明いたします。

2ページ目を御覧ください。覆面調査の結果についてです。依然として端末販売に関する不適切な対応が疑われる事案というのが残っている結果となっております。こうした点については引き続き取組を考えておりまして、まず調査結果を受けて関係する代理店に確認を行いました。ルールを理解して対応しており、拒否などはしていないという回答ではございましたが、お客様への説明の中で正しく伝わっていないということも考えられますので、こうしたお客様へ誤解を与えないような説明の徹底というところに引き続き取り組んでいきたいと考えております。

具体的な取組は次のページをまた御覧ください。社内の確認フローが整備されておりまして、自社サービスだけではなく、仮に代理店様で施策に関して御相談があった場合につきましても、必要があれば社内の確認フローに乗せて確認を行ってまいります。

また、端末販売が2万円の上限を超えていた場合は、システムでアラート表示を行うなどして注意を行っております。

店舗の告知物につきましても、回線セットと単体販売の価格を併記したり、在庫を分けていないということを明示することで、お客様が直接確認できるようにしております。

次のページを御覧ください。こちらは告知物や代理店への周知物の内容になっております。

次のページをお願いします。5ページは端末購入プログラムに関してです。こちらのプログラムも、回線契約を問わないのですが、その対応を徹底するために、代理店やスタッフの対応だけではなく、店頭ツールなどを使ってお客様が確認できるようにしております。

具体的なものは、次の6ページ目、そして7ページ目にありますので、こちらの詳細は御

覧いただければと思います。

続きまして8ページ目です。販売代理店の状況について御説明いたします。評価指標についてです。ポートイン指標を中心とする極端な指標はお客様の意向に沿わない販売を生じさせているのではないかという点への対応となります。具体的な評価指標になりますので、一部構成員限りにさせていただいておりますが、意向に沿わない対応を抑制するよう、指標についても工夫しております。

また、適合性原則などに関する代理店やスタッフへの周知や研修、そして当社でも覆面調査を行って、こうした対応が行われないよう徹底した取組を行っております。

MNPの指標につきましても、極端な指標にならないように留意しつつ、MNPは対応時間が長くなるなど、正当な営業努力に応じる必要がございますので、こうした点についてバランスを取って対応していくということで考えております。

次のページを御覧ください。こちらは代理店やスタッフに通知している内容となります。

次のページをお願いします。11ページ目はコミュニケーションになります。代理店とのコミュニケーションにつきましても、代理店の規模にかかわらず、代理店の意見を取り入れる体制を整えております。定期的な意見交換、そして目安箱の設置、大きな変更を伴うようなケースは、相応の期間をもって連絡をするといったことで対応しております。

次のページを御覧ください。こちらは出張販売となります。出張販売では、お客様が自ら店舗に来る方とは異なって、事前知識があまりない方もいらっしゃるということもありますので、出張販売時に留意する点などをまとめたガイドラインを当社で作成しております。

昨年の御指摘を踏まえて研修なども改善しておりますので、次のページを御覧ください。中身につきましても構成員限りにさせていただいてますが、研修の抜粋の内容としましては、出張販売の注意点だけではなくて、コンプライアンスの要素を盛り込んで研修を行っております。

次のページを御覧ください。ガイドラインと引き継ぎシートということになります。引き継ぎシートというのは、接客スタッフと登録スタッフとの間で説明内容だとか認識の齟齬が起こらないように、フォーマットを共通化することでしっかりとお客様対応できるような工夫もしております。

次のページをお願いします。最後となりますが、代理店は大切なパートナー様であり、お客様と接する拠点という重要な役割を担ってもらっております。代理店に対する各種取組を今後も継続していきまして、代理店の意見や市場環境も踏まえながら、引き続き連携しな

からお客様に満足いただけるようなサービスの改善や充実化を図っていきたいと考えております。

なお、現在議論中ではございますが、極端な値引きを抑制しつつ、過剰な規制となってしまうと、端末の販売数が激減するなど、代理店経営の悪化にもつながる可能性もございますので、こうした点も踏まえて慎重にご議論いただきたいと考えております。

弊社からの説明は以上となります。ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、続きまして、楽天モバイル株式会社オペレーション本部長の鴻池様から御説明いただきたいと思っております。どうぞよろしくお願いします。

【楽天モバイル】 楽天モバイルの鴻池です。資料4-4に基づき御説明させていただきます。

次のページをお願いいたします。本日の御説明内容についてです。事前にいただきましたヒアリング項目に基づきまして御説明したいと思っております。まずは、事業法第27条の3の執行状況について御説明します。右下表示の3ページ目をお願いいたします。3ページ目になります。

違反事案につきましては、昨年度は7件、違反率については23.3%と、非常に違反率の高い結果でございました。

今年度におきましては、当社といたしましては、目標として違反ゼロ件を目指し、取り組んでまいりました。

しかしながら、今回、今年度として違反事案は1件発生してしまいました。本件につきましては真摯に受け止め、さらなる再発防止に努めてまいりたいと思っております。

当社では、昨年の違反率が高かったといった結果を踏まえまして、端末のみ購入する場合のポイント条件等を説明する際は、ツールやウェブサイトを使用することをルールとして設ける等、工夫をしてまいりました。

今回御指摘のありました本事案につきましては、条件の詳細が記載されたツールではなく、概要が記載されたウェブサイトの使用にとどまってしまい、お客様説明が不十分となったことが発生の要因と考えております。

今後については、ポイントの条件等を説明する際は、詳細が記載されたツールを使用するルールを徹底し、全スタッフ向けの研修などにも反映することで周知徹底を行っていきたいと思っております。

また、再発防止を実効的なものによりしていきたいという観点から、今後も総務省殿とは情報交換等を密にやらせていただければと思っております。

次のページをお願いいたします。4ページ目になります。販売現場での不適切な対応を防止する取組として、リスクマネジメントにおける3ラインディフェンス、こちらの概念を適用した体制を構築しております。これをもって複数の視点から違反の検知、指導を行っております。

また、店舗運営においても、検知、指導、改善、啓発、このサイクルを回す取組により、コンプライアンス強化にも努めております。

次のページをお願いします。5ページ目になります。当社ではポートイン指標を設定していないなど、消費者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。

また評価指標は、達成するための戦略と併せて説明するなど、店舗運営会社にとって納得のいく対応を心がけております。

最後に、出張販売に関してですが、こちらは、当社の承認制とした上、常設店舗と同水準の丁寧な営業活動を行うことを前提に開催しております。

次のページをお願いします。6ページ目になります。非回線契約者に対する端末販売や割引提供の周知に係る取組については、過去会合でも御説明しておりますので、本日は詳細な説明については割愛させていただきます。

続きまして販売代理店の状況について御説明させていただきます。8ページ目をお願いします。8ページ目になります。当社としては、ポートイン指標を中心とする極端な評価指標は消費者ニーズ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。

次のページをお願いします。当社の対応としては、希望する全てのお客様に分け隔てなくサービスをご案内いただくために、消費者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するなどの取組をしております。

次のページをお願いします。10ページ目になります。不適切な販売が行われないような対応について、既に御説明させていただいているとおり、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への支援を行っております。

次のページをお願いします。11ページ目になります。コミュニケーションに関して、当社では規模によって対応を分け隔てすることなく、全ての店舗運営会社との意見交換を通じて店舗運営会社にとって納得のいく内容になることを心がけております。今後も丁寧な

コミュニケーションによる双方の理解促進、こちらに努めてまいりたいと思っております。

次のページをお願いします。12ページになります。こちら、先ほど御説明したとおり、出張販売に関しては常設店舗と同水準の丁寧な営業活動を前提に行っております。

13ページ目をお願いします。総論についてになります。これまでの取りまとめという形になりますので、説明は割愛させていただきます。

14ページ目になります。ポートイン重視の店舗評価指標により、当社や他事業者を踏み台とするMNP転出が助長された結果、当社ではサービス利用を伴わない短期契約が多発しております。本事象は見逃せない状況であることから、ポートイン重視の店舗評価指標を設定する事業者様におかれましては、ぜひとも改善をいただきたいと存じます。

詳細は構成員限りとさせていただきますが、今後、当社においては、サービスの利用意思のない方の御契約に対して新たな施策も検討しております。

15ページ目、最後のページになります。こちら構成限りとさせていただきますので、説明は割愛させていただきます。当社からの御説明は以上となります。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして販売代理店の状況につきまして、一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会専務理事の俣野様から御説明をいただきたいと思っております。どうぞよろしくをお願いします。

【全携協】 ありがとうございます。全携協、俣野でございます。資料4-5に基づき、御説明をさせていただきます。

全携協には販売代理店の状況の一部のみがヒアリング実施項目とされておりますので、資料に基づいて御説明いたします。2ページ目を御覧ください。全携協への質問でございますが、左にまとめてございます。キャリアと代理店とのコミュニケーションについて、規模の大小によって意見が異なっていた原因は何かという御質問でございました。

総務省がおまとめになられました販売代理店ヒアリング結果概要では、規模の違いにより回答が相違していたという記述はこの御質問以外にも質問2、8、10があったように思っておりますので、念のため記載しております。

御質問についての回答を右に示しております。私どもは販売代理店ヒアリングがどのような代理店で行われたか、また、どのような具体的な回答があったかという詳細を存じ上げておりません。また協会活動では会員各社の手数料等を含む個別比較は行っておりませんので、明確な回答はできませんが、今年の2月24日に公表されました公正取引委員会の報告書が参考になると思いたしましたので、3ページ目におまとめいたしました。

1 ページ開いていただいて、公取の報告書の表としてまとめております。目標水準に関する代理店との協議についてでございますが、肯定的な回答は平均13%でございました。一方、否定的な回答は87%で、キャリア別に見ましても、いずれのキャリアにおきましても実質的なコミュニケーションという観点では十分と言えない状況ということではないかと思っております。

また、意見の相違は規模の大小とされておりましたけれども、代理店が取り扱うキャリアの違いによる影響のほうが強いと考えておりますが、いかがでございましょうか。

2 ページ目にお戻りいただきたいと思っております。御質問欄の最後に記載しております、これらの問題意識に対して業界団体としてどういったことができるかという御質問でございますけれども、販売代理店は81%が10店舗未満を運営する中小企業でありまして、過度なMNP競争によって一部の代理店におきましてはショップの運営継続が厳しい状況に陥っていると認識しております。

全携協としましては、様々な代理店の意見に耳を傾けて、理事会等でもよく議論の上、偏りのない現状把握に努めております。

最近ではコロナ禍で地域活動が制限されておりましたが、協会が今できることとして、コロナ5類を機に地域会員とのコミュニケーションを活発に行っていくと、こういう計画を書いてございます。

4 ページ目を御覧ください。ここからはその他に対する回答として御説明をさせていただきます。昨年8月1日付の総務省要請事項を左に整理してございます。①と②というのは競争領域でございます。全携協がいただいた要請は③でございまして、出張販売では特に丁寧な接客を行うというものでございまして、これは非競争領域でございます。既にキャリアさんに対して5つの提案を申し上げ、キャリアの全面的な協力をいただいた基に、適正化に向けて活動を推進しているところでございます。

一方、①、②の競争領域において、MNP競争を背景とした過度な価格競争はキャリアさんご自身でもやめたくてもやめられないとの御発言もありましたので、2つの意見を述べさせていただきました。

まず右上の箱でございまして、①実現のために新規やMNPばかりに傾注せず、機変を新規と同等以上に評価する仕組みにすべきと提案させていただいております。すぐに実現することは難しいと思っておりますので、せめてモニタリングの精度を高めるという観点で、新規と機変の契約数のバランスを定点観測すべきという意見を申し上げております。

次に、右下の箱でございますが、②を実現するためには、公正取引委員会が昨年実施されました実態調査を関東以外にも広げて、定点観測のために継続されることが重要ではないかというものでございます。

まよめの青い帯にも記載のとおり、構造的にはキャリアの手数料施策が健全化しないと販売代理店だけの努力では健全化は難しいと思います。

6 ページ目を御覧ください。全携協が昨年秋に実施しましたE Sアンケートの結果の一部で、9, 2 2 8名の回答を集計したものです。キャリアショップのスタッフがやりがいを感じるというのは、お客様が喜んでくれたときとの回答が7 7%で圧倒的1位です。一方、つらい、辞めたいと思ったことがあるとしたスタッフは8 3%おりまして、その原因はクレームがきついときが1位で、続いてノルマがきついと感じたとき、お客様に無理販をしている気持ちになったときと続きます。ポイントの獲得よりもお客様一人一人のニーズにお答えすることを高く評価するような仕組みになれば、E S、C S共に上がり、お客様にとっても業界にとってもよい結果をもたらすのではないのでしょうか。

7 ページでございます。これは店舗数のデータを載せておりますので、御覧いただければと思います。

8 ページでございますが、昨年度総務省のマイナンバーカード申請サポート事業を受託させていただきました。全携協が架け橋となりまして、3キャリアを協力者として、前例のない社会貢献事業ができたと自負しております。

そのほかにも、デジタル活用支援事業やe ネットキャラバン等々、デジタルデバイド解消に向けた活動を全国のキャリアショップで実施しております。

9 ページを御覧ください。マイナンバーカード申請サポート事業の件でございますけれども、約8か月間で2 8 4万の申請サポートを実施いたしました。当方の試算では全交付数の約1 0%に相当する実績を上げさせていただきました。

申請にはスマホで写真撮影をしますけれども、ショップスタッフがサポートすることで不備率をかなり低く抑えることができました。

店頭以外にも全国のショップが各自治体と連携して1 5 0回の共同イベントも実施いたしております。

1 0 ページを御覧ください。最終ページでございます。5月1 1日からはアンドロイド端末にマイナンバーカードの機能の搭載が始まりました。ショップで御案内することは右上の囲みにあるとおりでございますけれども、右下の囲みにありますようなマイナンバーカ

ードのさらなる利活用に向けて、その機能をスマホに搭載するお手伝いはキャリアショップこそ最適であると考えます。

健康保険証も運転免許証もマイナンバーと一体化される中で、キャリアショップでは、搭載だけにとどまらず、利活用を住民に寄り添ってお手伝いをするという、そんな光景が目に見えかけております。

今の環境が質の競争へと転換され、キャリアショップが社会を支える存在となりますよう、皆様方の御協力をお願いいたしまして全携協からの説明を終わらせていただきます。

ありがとうございました。

【新美主査】 どうもありがとうございました。それでは、今から質疑応答の時間に移りたいと思います。これまでいただいた御説明について、御質問あるいはコメントのある方は御発言をお願いします。チャット欄にてお知らせいただきたいと思います。どうぞよろしくお願い致します。

いかがでしょうか。

中央大学の西村さん、どうぞ御発言をお願いします。

【西村（暢） 構成員】 中央大学の西村でございます。各社様、御説明ありがとうございました。

私からは1点、ソフトバンク様に資料の文章についてお伺いさせていただければと思います。ソフトバンク様の資料の右肩2枚目でございます。その下の枠の中の1つ目のポチの3行目、括弧書きでお書きになっておられるところなんでございますが、端末単体販売には最大2万円の回線セット販売に対する割引が適用されないことが誤認につながっているとお書きになっておられます。資料3などでソフトバンク様の、違反という形でしょうか、事例が複数上がっておりますが、特にお伺いしたいのは、適用されないことがどのように誤認につながるのか。つまり、お客様に割引条件が正しく伝わっていないというのは、パッと見ると2万以上を超えてしまったら、もうそれは27条の3に違反するということは明確ではないかなと思うんですが、どういうふうに誤認につながっているのか、少しこの文章について追加的補足の説明をお願いできますでしょうか。よろしくお願い致します。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、ソフトバンクさん、どうぞお答えいただけたらと思います。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。端末単体販売に対しては、回線セットの2万円の割引が適用されないというような施策がございます。これは回線セットの割引が適用され

ませんよということで、どちらかというと同線セット販売のほうに誘引しているようなことを取られてしまうようなお客様がいらっしゃったことで誤認が発生しているのかなと考えております。

なので、本当はポスターに書いてありますように、単体販売のときにはどうで、セット販売のときにはどうということがしっかりと説明できれば一番よかったのかなと思っております。

【新美主査】 西村さん、いかがでしょうか。

【西村（暢）構成員】 はい、分かりました。ということは、これはスタッフの誤認と理解したほうがよろしいのでしょうか、あるいはスタッフの説明が不足していたという、そういうふうなことなんでしょうか。これは何か御説明だと、顧客側の、お客様側の誤認というふうな形なんですけど、これはどちらなんでしょうか。

【ソフトバンク】 ソフトバンクです。今回の違反が疑われるような対象の代理店様には確認をしましたところ、内容は理解していて、不適切な説明も行っていないような認識の回答がございました。ルールは理解しているのにお客様にちゃんと伝えられなかったのかなということで考えておまして、弊社では、スタッフは理解しているんですけど、お客様への説明の方法など、そこら辺に工夫が必要かなと考えております。

【新美主査】 よろしいでしょうか。続きまして、相田さん、どうぞ御発言をお願いします。

【相田主査代理】 相田でございます。直接的にはドコモさんということになるかと思いますが、全社さん共通なんですけど、スタッフの入れ替わり等による習熟不足、誤認が要因ということだったんですけれども、全携協さんもおっしゃっていたこととも関係しますけれども、スタッフというのはかなり離職率、入れ替わり率の高い職場だと伺っておりますので、最近、研究者の競争的資金なんかだと、まず最初に資金を受けるときには、まずeラーニングをやらないとそれに入れないというようなことにもなっておりますので、やっぱりお客様の前に出る前に、せっかくいろんなeラーニングツールとかをおつくりになったのであれば、必ずそれを受講してからお客さんの前に出るというような施策をぜひお願いしたいなと思いました。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。これは要望といいますか、基本的にはアドバイスということで受け止めさせていただきます。

続きまして、市川さん、どうぞ御発言をお願いします。

【市川構成員】 慶應大学、市川でございます。各社さん、ありがとうございます。私はコメントが1点でございます、資料の中ですと、各社さん明示されているのですが、問題が起きた違反事項についての対応を細かく調べていただいて対応していただいているという中で、ドコモさんが8ページの中で示されているように、この先、どういう形を示していくか、どういう形で代理店を考えていくかということです。各社さん、いろんな形で示されてございますが、そのような根本的なところが示されていくことで、今、個別のもちろん一つ一つの事例について、違反についてのお話をしているところでございますが、よりクオリティを求めて競争していくという形で共有されることが最終的な問題の解決の根っこだろうと思いますので、よろしく願いいたします。

それから、全携協さんのアンケートの6ページにも書かれていたように、結局、これがESからCSにつながって、その中できちっと、易しくはないこのルールについて、御理解いただけて買っていただくという関係につながっていくものだろうと思います。ちょっと大きいところからの発言で恐縮ですが、コメントさせていただきました。

以上でございます。

【新美主査】 ありがとうございます。続きまして、石田さん、御発言をお願いします。

【石田構成員】 全携協さんへのお願いなんですけれども、全携協さんが求められることということで2ページで御発言がございましたけれども、全携協さんに求められることの中に、販売代理店の意見の相違は、規模の大小よりも取扱キャリアの違いが影響することが多いと思われますと書かれていますので、ぜひ全携協さんからは、各キャリアさんに、そういうことを伝えて改善を求めていっていただきたいと思います。よろしく願いいたします。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして、近藤さん、全携協へのコメントということでございますが、よろしく願いいたします。

【近藤構成員】 近藤でございます。全携協さんがマイナンバーカードの利用支援をやっているのを、本当にすばらしい活動だと思います。全利用者の1割、本当すごいと思います。

ただ、参加した方から、やはり講座の規模が大きいので、ある程度リテラシーの高い人と本当でない人の格差も大きいので、受講した方では、それは知っていることだし、もっとこんなことを聞きたかったなというお声を聞いたことがあります。

ですので、運営の仕方に対する在り方というのを話し合う場というのは、すいません、この場で質問していいかどうか分からないんですが、消費者支援という立場からして、そういう利用者とショップの方たち、もしくはキャリアの、もしくは発注しているのは総務省になるんでしょうか、と何か打ち合わせる、相談する機会というのを持つことは可能なんですか。全携協の方か、総務省の方か、どなたかお答えいただけるとありがたいと思いますが、いかがでしょうか。

【新美主査】 これはむしろ総務省かもしれませんが、まず全携協のほうから何かお答えがあればお願いします。

【全携協】 御質問いただきましたのは、デジタル活用支援講座のスマホ教室の件だと思います。確かにそれぞれの知識のレベルに違いがあるお客様がたくさんいらっしゃいます。できる限り、複数の人間で対応するですとか、人数を少なく絞るだとかというような努力はしておりますし、何度来ていただいても結構でございますので、分からなければ二度、三度、現に毎週来られる方ですとかというような方もいらっしゃるということで、個別にいろいろお声を上げていただきましたら、それに対応していくということは可能かと思えます。

それとキャリアさんへの報告ですとか相談というところはさせていただけるところもございますし、まだ総務省さんと話し合いの場というのは設けておりませんので、今後、キャリアさんと相談をしながら、そのような機会を持っていくことも検討の1つかと思えます。

以上でございます。

【近藤構成員】 ありがとうございます。

【新美主査】 どうもありがとうございます。できるだけフィードバックして、せっかくいい施策ですから、よりうまくいくように、総務省ともうまく連携取って、フィードバックしながらやっていただきたいと思います。

それでは、続きまして、北さん、御発言をお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。KDDIさんにコメントといたしますか、要望がございます。今日説明はいただかなかったのですが、17ページのほうに評価制度について記述がありました。相対評価から絶対評価に、そして、代理店さん自身が目標を設定できる体系に移行したと。これで確かに以前よりよくなったという声を私も聞いています。

ただ、今回、代理店さんへのヒアリングでは、代理店の規模の大小というよりも、御社から出資を受けている代理店さん、あるいはau Styleを出店できる代理店さん、あるいは本社専売の代理店さんからはポジティブな意見がありましたが、それ以外の代理店さ

んからはネガティブな意見が聞かれています。代理店さんが自分で目標を設定できるとはいえ、それを達成してもらえる手数料で店舗運営が厳しいならば、もっと目標値を上を設定しなければなりませんし、またヒアリングで、代理店さん自身が目標を設定したんだが、御社の担当者から目標値が低いから上げろという指摘を受けて上げたという声も聞かれましたし、私の取材でもそのような声を聞いています。

代理店さんを1軍とか2軍、3軍に分けて管理するということが自体はほかの業界でもあることだとは思いますが、2軍、3軍を鍛えるプロセスと申しますか、目標値を達成するプロセスにおいて無理販が生じているわけで、ぜひKDDIさんも、このような課題があることは百も承知だとは思いますが、評価制度のさらなる改善と代理店さんが目標を達成するためのプロセス管理をセットで取り組んでいただきたいと思います。

以上でございます。

【新美主査】 コメントありがとうございます。それでは、続きまして、森さん、どうぞ御発言をお願いします。

【森構成員】 ありがとうございます。私も北さんと同じく指標のことについて申し上げたいと思います。今回、こういう公開の席上で全体の御意見を、全携協さんも含めた御意見を伺っていて、やっぱり率直に申し上げてちょっとかみ合っていないと思います。というのは、全携協さんの御説明ですと、特に公取の緊急実態調査を引いていただいて、そういう厳しい状態にありますと。過酷なMNP競争によってやっていけなくなりそうになっているところもあるというようなお話の中で、いろいろなそういう契約目標なり指標なりの問題の御指摘がある中で、他方でMNOの皆様からのお話というのは、もちろん適正化するというお話もありましたけれども、もう適正化したとか、あんまりそうは思わないというような御返事だったのかなと全体として私は受け止めました。

ですので、そこはやっぱりこちらの問題意識とMNO各社さんの受け止め方にギャップがあると感じます。この指標の問題があるのか、ないのかということですね、極端なことを言えば、指標は問題なのか、いや、問題じゃない、そうじゃなくて、店舗のほうで誤解しているんだと、あるいは顧客が誤解しているんだと、伝え方は悪かったかもしれないけれども、そのところのそもそもの根本原因についての考え方が3者3様、3者じゃないかもしれませんが、もっとばらばらで、MNO各社さんも違うかもしれませんが、我々、検討会の委員もそれぞれに違うかもしれませんが、それぞれがそれぞれなりに受け止めている無理販の原因、不適正販売の原因が違う。違うので、当然のことながら解決方法も違う。解

決方法として提案されるところも違うという状況にあって、このままだと、みんな原因の把握が違いますので、正しい適切な解決策につながり得るのかなということが疑問に思われました。何かすいません、オープンな話ですけど、以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。それでは、続きまして全相協の西村さん、御発言をお願いします。

【西村（真）構成員】 全相協の西村です。質問は全携協さんにさせていただきます。覆面調査の結果で上限2万円規制が守られていなかった事例が、減ってはいますけれども、あったということを非常に残念に思っています。これについては、ドコモさんの資料、ソフトバンクさんの資料で、2万円上限についてはシステム上でアラートが出るようにしているという御説明がありました。恐らくKDDIさんも同じような運用だと思うんですが、これは、全携協さんにお尋ねしたいのは、システムアラートが出るんだけど、その上で違反をしているという理解でよろしいのでしょうか。

以上です。

【新美主査】 それでは、全携協さん、どうぞお答えをお願いします。

【全携協】 全携協、俣野でございます。店頭でのアラートと違反の関係ということにつきましては、ちょっと今お答えするべき情報を持ち合わせていないというのが正直なところでございます。確かにアラートが出まして、それにより気づいて思いとどまっているのか、勘違いを是正しているという事例はたくさんあると思うんですけれども、それにもかかわらず違反を起こしてしまうことが、アラートが抑止になっているのか、なっていないのかというところの御質問かと思えますけれども、そこまで踏み込んだ情報を今持ち合わせておりません。少し協会内でもそういうお話の確認はしてみたいと思いますが、今日のところはちょっと明確にお答えできないというのが現状でございます。よろしゅうございますでしょうか。

【西村（真）構成員】 はい。ありがとうございます。

【新美主査】 それでは、黒坂さん、御発言をお願いします。

【黒坂構成員】 私からはコメントをさせていただきます。まず各社の御説明ありがとうございます。各社に対して、総論めいた話、かつ森構成員の問題意識とも近いと思いますが、全携協さんからの御説明とも対比しながら、覆面調査の対応であるとか、個別に対応いただくことについては、指摘があったことについて対応いただくということで必要だろうと思っておりますので、各社の取組の状況を今後、また見守りながら検討いただくということだ

と思っています。ただ、これは現場や電気通信事業者の皆さんが細かくメンテナンスをする中で、ショップの皆さんがいろいろ御苦労されている現場でいろいろな負荷が生じているとか、間違いやエラーが生じているというようなこととか、つまり問題と解決方法がかみ合っていないような気がちょっといたしました。

そういう意味で、個別対応で現場すべきこと、あるいは個別対応で事業者がすべきことと同時に、問題が起きていることの根本要因は何なのかということの特定に少し踏み込んでいかないといけないのではというような気もします。

つまり、そもそもこういう状況が生み出されてしまう業務プロセスの問題であるとか、あるいは料金プランの複雑さの問題であるとか、やっぱりそういうところにいろいろな問題の根っこがある可能性がある。これは仮説にすぎませんので、この仮説検証をどのように進めていくのかということが重要だと思うんですが、少しそういう大きく深い視点を持たないと、言ってしまうと詮無い取組になってしまう可能性があるなと思いますので、少し根本的な検討というのを、それぞれ、これは総務省も含めてだと思いますが、ステークホルダーの皆さんが検討に着手いただく。それによって、ESもそうですし、CSもそうですし、これは等しく並んでいることが必要だと思いますので、本当の末端のステークホルダーの皆さんの満足度が向上する、あるいは課題が解決するということをゴールに置いて検討を進めるということがそろそろ必要なのではないかとこのことをちょっと感じる今回のもろもろの結果だと思います。ぜひこういった検討を御一考いただければと思います。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。そのほかの御発言をご希望の方はいらっしゃいますでしょうか。

では、北さん、よろしくお願いします。

【北構成員】 野村総研の北でございます。簡単に。全携協さんのプレゼンの中で、各MNOさんから機種変更の数を御報告いただき、これを定点観測すべきという御意見をいただきました。私はこれに賛同いたしますということでございます。

以上です。

【新美主査】 ありがとうございます。ほかに御発言ございませんでしょうか。

それでは、このセッション、どうもありがとうございました。なかなか興味深いコメント、それから鋭い御質問をいただきましたが、以後は別のセッションに入ります。

それでは、続きまして、販売代理店の状況について、非公開のヒアリングに移りたいと思

います。事務局から連絡事項の御説明をよろしく申し上げます。

【竹内消費者行政第一課課長補佐】 事務局でございます。本日の公開議事はここまでとなります。それに関連いたしまして、本日御欠席いただいている木村先生のほうから全携協さんに対してコメントをお預かりしております。ちょっと時間が押しておりますので、こちらについては後ほど全携協さんのほうにメールでお送りさせていただきますのと、あと、議事録上は、こういった御発言があったということに記載させていただければと思っております。

(木村構成員コメント：販売代理店でのマイナンバーの申請について、行政での申請が混雑しているという一方で、販売代理店などではあまり混雑していないという報道がありました。販売代理店で申請ができるということがあまり消費者に知られていなかったことだけでなく、携帯電話の契約をさせられるのではないかと、という懸念があったのでしょうか。

そういう意味では、販売代理店の課題はまだ多いと感じるところです。今後の携帯電話の契約や諸手続きについては、ネットでできる人やネットでできることはネットでの活用が進む一方で、それができない方も多いです。生活のツールとして欠かせないものとなった通信端末のスマホは様々な方が利用し、そして今後の活用方法もさらに広がることから、販売代理店の在り方として、単に契約だけでなく、利用者に寄り添った販売代理店のさらなる取組みを望んでいます。消費者にとって、販売代理店は頼りになる存在であり、今後もそうであっていただきたいです。)

本日、この議事はここまでとなりますので、この後、オブザーバーの各団体様、傍聴者の皆様におかれまして御退室をいただきます。

構成員の皆様、公正取引委員会様、消費者庁様及びNTTドコモ様、いましばらくこのままお待ちください。

KDDI様、ソフトバンク様につきましては一旦御退室の上、待機用URLに入室いただきまして、事務局からの呼び込み連絡をお待ちいただくようお願いいたします。

なお、次回会合の詳細につきましては、別途事務局から御連絡差し上げますとともに、総務省ホームページにおきまして開催案内を掲載いたします。

(非公開部分省略)

※ 以降の議題は、公開することにより事業者の利益又は第三者の利益を害するおそれがある

ると認められるため、事業者ごとにヒアリングを行う形で非公開にて実施しました。

以上