

一部構成員限り

消費者保護政策委員会(第4回) 関係者ヒアリング事項について



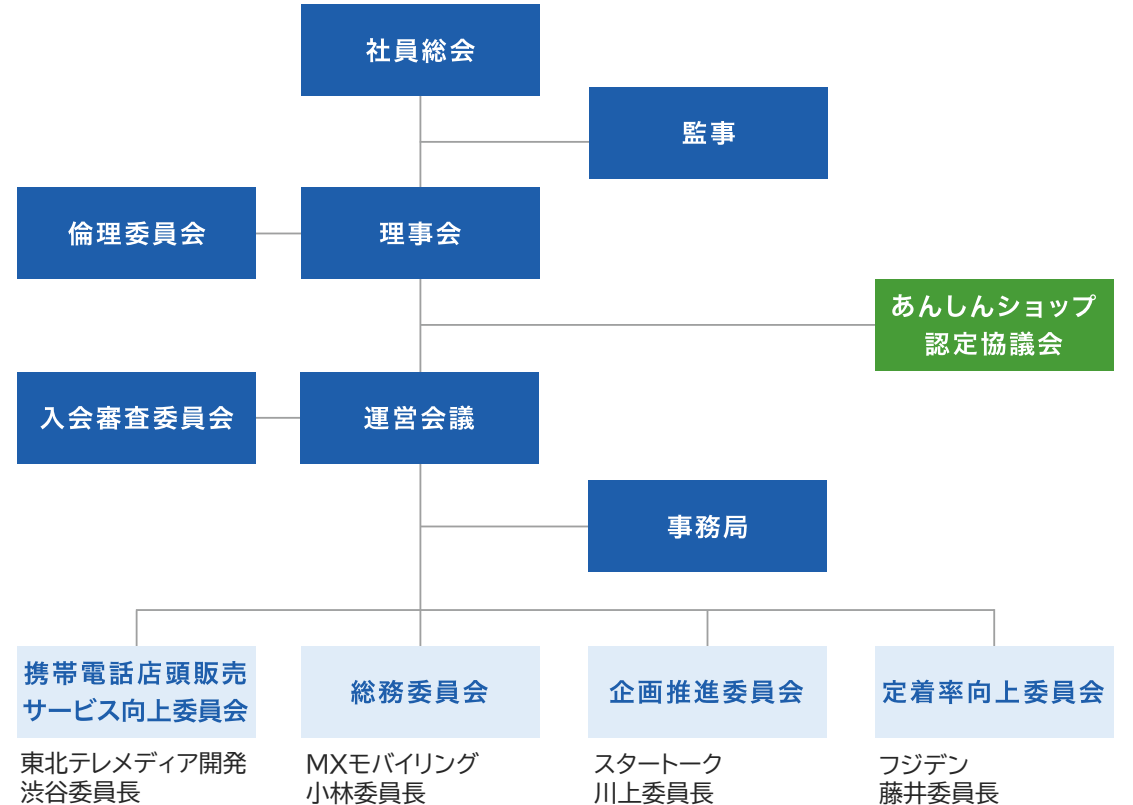
- 一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会
2026年2月12日

全国携帯電話販売代理店協会(全携協) 概要

● 全携協 理事 (50音順、理事25名・監事2名)

代表理事(会長)	石田 将人	(株ティーガイア)
副会長	目時 利一郎	(コネクシオ株)
副会長	西川 猛	(株ベルパーク)
副会長	中村 孝裕	(maテレコム株)
専務理事(常勤)	俣野 通宏	(株ティーガイア)
理事	伊藤 秀孝	(兼松コミュニケーションズ株)
理事	井上 貴博	(株圓陣)
理事	岡島 洋介	(株エス・ティー・シー)
理事	上運天 清	(株りゅうせきフロントライン)
理事	川上 典久	(株スタートーク)
理事	小林 圭史	(MXモバイルリング株)
理事	佐々木 勉	(株フェイス)
理事	渋谷 潤	(東北テレメディア開発株)
理事	新谷 隼人	(株プラザクリエイト)
理事	田中 秀司	(田中電子株)
理事	知識 賢治	(株ティーガイア)
理事	所谷 直人	(株モバイルコム)
理事	豊泉 未知洋	(iA LINK株)
理事	中川 景樹	(株ラネット)
理事	中込 正典	(株ピーアアップ)
理事	野尻 幸宏	(アイ・ティー・エックス株)
理事	日高 誠一	(テレコムサービス株)
理事	藤井 壮志	(株フジデン)
理事	前田 有幾	(株クロップス)
理事	宮本 崇	(株三和システム)
理事	吉田 勝利	(株A・I・C)
監事	中川 新介	(兼松株)
監事	湊 展博	(丸紅株)

● 全携協 組織図



全携協の主な活動内容

消費者苦情の縮減と、現場の定着率・ES向上を目的に11年間活動

① 苦情縮減活動（一丁目一番地の活動）



② あんしんショップ（官民共同の取組）

お客さまへの誓い
当ショップは、あんしんショップ認定店として、下記を遵守し安心と笑顔を提供します。

1. 関係各種法令を遵守し、消費者保護の精神を貫きます
2. 青少年の健全なインターネット利用環境整備に努めます
3. 携帯電話の犯罪利用など不正利用防止に努めます
4. 携帯電話販売を通じ、地域との共生に努めます
5. お客さま重視の姿勢を維持し、丁寧な対応に努めます
6. 健全な業務運営を行い、明るいお店づくりに努めます

「消費者保護と関係法令遵守」をスローガンに、店内に「お客様への誓い」を掲げ、全スタッフ・クルーに毎年消費者保護のeラーニングを受講させている。

③ あんしんショップ大賞（優良取組のヨコ展開）

2019年度より毎年開催。
消費者保護等の優良な取組に対し、総務大臣賞など各賞を授与。
受賞取組はHP等で全国に横展開。

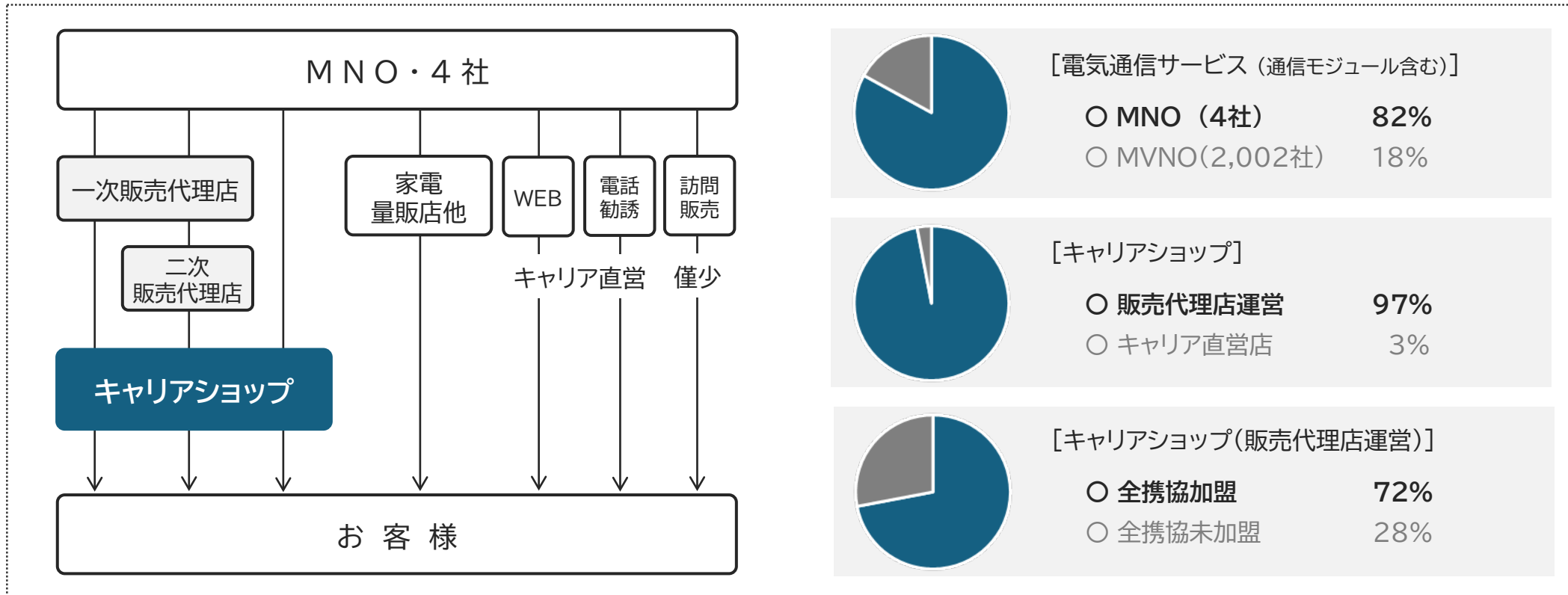
④ e-ネットキャラバン（青少年保護活動）

全携協会員の認定講師
1,555名 (2025年11月時点)
全国47都道府県の小中高等学校の生徒および保護者向けに講師の派遣を実施。
(一般社団法人マルチメディア振興センター主催)

(参考) 販売代理店と全携協の位置づけ

キャリアショップの97%は販売代理店の運営。(キャリアのルールに則った運営。)

媒介等業務を適切かつ確実に遂行する能力… 個人代理店なし、三次代理店ほぼなし、新規参入もなく業歴20年超の会社が大半



出典：電気通信サービスのシェア… 総務省「電気通信サービスの契約数及びシェアに関する四半期データの公表(令和7年度第2四半期(9月末))」

https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban04_02000272.html

キャリアショップの運営シェア・加盟率… 全携協加盟情報より(2025年4月)

ヒアリング事項に対する回答

ヒアリング事項		全携協回答（受けてとして）
1. 媒介等業務を適切かつ確実に遂行する能力を有する者への委託		
(1)	媒介等業務に係る役務に関する料金その他の提供条件を利用者に適切に説明できる能力の確保	各キャリアの審査基準に則り委託が行われている。 (但し、キャリアショップ運営代理店の新規参入はほぼない。)
(2)	媒介等業務に係る役務に関する利用者からの苦情及び問合せが適切かつ迅速に処理されるために必要な事業者との連携体制の確保	各キャリアとも代理店サポート窓口があり、店頭苦情の対応で適宜連携を行っている。(キャリアのコールセンター等に入った苦情も含む。)
2. 責任者の選任		
—	・ 責任者の選任基準及び選任の状況等	あり。
3. 媒介等業務の手順等に関する文書の作成等		
(1)	手順等の文書の作成	各キャリアとも、販売代理店向けのマニュアルを整備しており、法令等の改正に伴い適時適切に更新している。
(2)	代理店及び代理業務を担当する者に対する研修等	各キャリアとも研修制度を整備している。 (必要な研修を修了していないスタッフが接客することはない。)
4. 媒介等業務受託者の届出に関する措置		
—	・ 届出の状況確認、遵守させるための措置等	各キャリアとも受付通知書の写し(届出番号)を提出させている。
5. 監督措置		
—	・ 媒介等業務の実施状況の確認等 ・ 媒介等業務の実施状況の検証・改善の措置等	各キャリアとも営業担当による定期的な店舗巡回や、監査部門による定期的な調査、消費者保護ルールに関する覆面調査等を実施している。
6. 苦情処理に関する措置		
—	・ 代理店への苦情等対応体制が整備されるための措置の状況等	1. (2)と同じ。
7. 媒介等業務の適切かつ確実な遂行を確保するための措置		
—	・ 媒介等業務に問題が発見された場合の措置等	代理店契約等に則り、委託解除も含むペナルティが課せられる。
8. 委託状況を把握するための措置		
—	・ 代理店の状況を把握するために、どのような措置を取っているか等	4. 5. の他、各代理店にはキャリア側で担当営業が設置されている。

ヒアリング事項に対する回答

ヒアリング事項	全携協回答（受けてとして）
9. その他	
<p>(1) 代理店に対する目標設定等</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ 代理店に対する評価の仕組みを教えてください。 ○ 代理店に対して設定する目標について教えてください <ul style="list-style-type: none"> ・ 目標の具体的内容又は種類 ・ 目標を達成した場合のインセンティブ ・ 目標が不達の場合の対応 ・ 設定した目標の妥当性の検証 ・ 店舗での目標・インセンティブと出張販売での目標・インセンティブを分けて設定しているか(分けている場合に、店舗と出張販売とでどのような差異を設けているか) ・ その他あれば ○ 代理店が電気通信事業者に、以下について交渉する手段はありますか。ある場合は、どのように行われていますか。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 代理店評価の仕組みについて ・ 目標の内容について ・ 支援費用について ・ その他あれば 	<p>全携協はキャリアと直接の取引関係がないことから詳細についてお答えできる立場にございません。</p>
<p>(2) 出張販売の対応</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 出張販売に関する指導状況を教えてください。(イベントスタッフにも研修を実施しているか等) ・ 販売代理店による説明を補完する取組を行っていただければ教えてください。(例:苦情の多い販売代理店経由で申し込んだお客様に対して、貴社からフォローコールを実施する等) ・ 独自の覆面調査を実施している場合は、以下について教えてください。(実施頻度、対象店舗数、対象店舗の種類(キャリアショップ・家電量販店・その他等)、対象店舗の選定基準(ランダムなのか等)、調査項目の概要、違反行為の発覚率(違反行為が見られた店舗数÷調査対象店舗数)、その他あれば) 	<p>2022年10月より、全携協の働きかけで「イベント会社スタッフへの事前研修」、「正規スタッフ・クルーによるお客様との契約内容再確認」、「出張元店舗名の掲示」、「イベント会社の事前審査(非推奨リスト整備)」を推進、2024年2月22日「消費者保護ルール実施状況のモニタリング定期会合」で完了報告。</p>

「9. その他 (1)代理店に対する目標設定等」 について

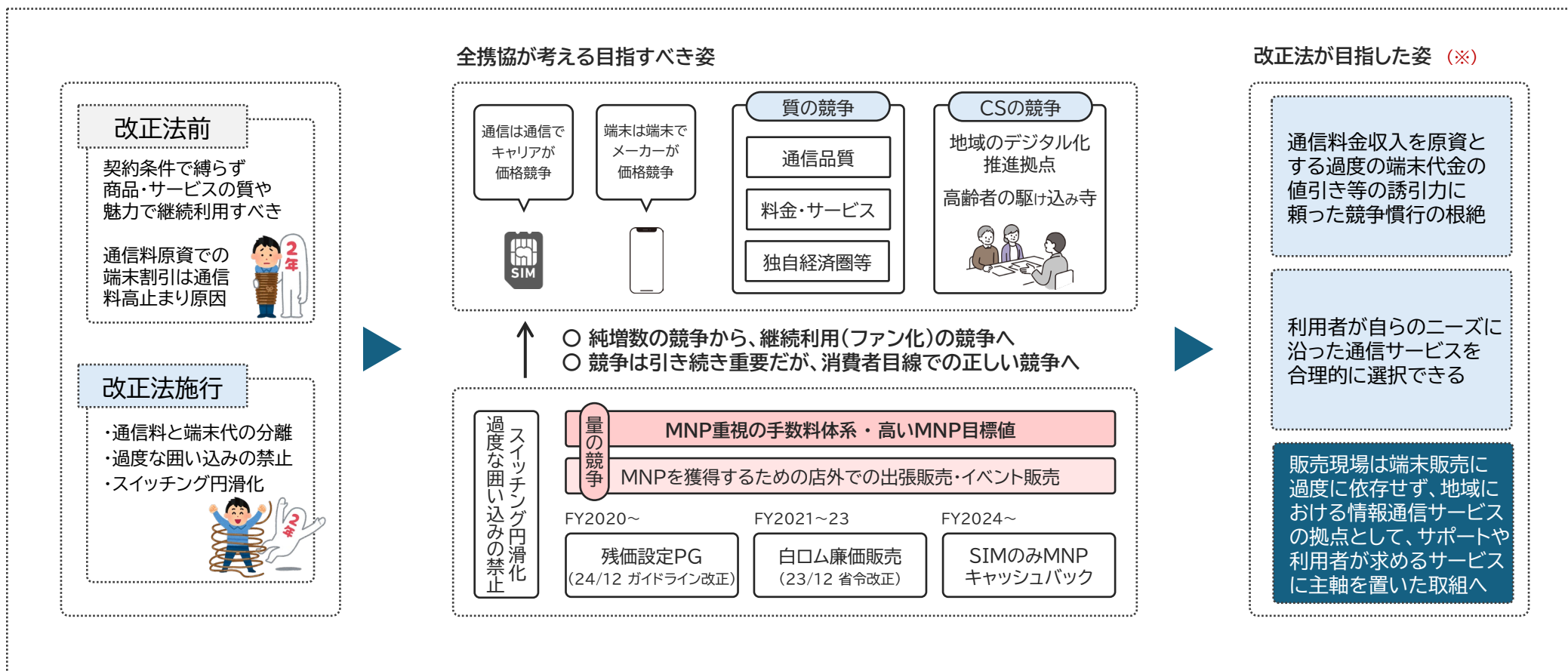
(参考)

[構成員限り]



消費者保護政策として期待する方向性

法27条の3等の見直しと並行して、
適合性原則違反を助長しないよう、競争軸自体を見直す取組が必要ではないか

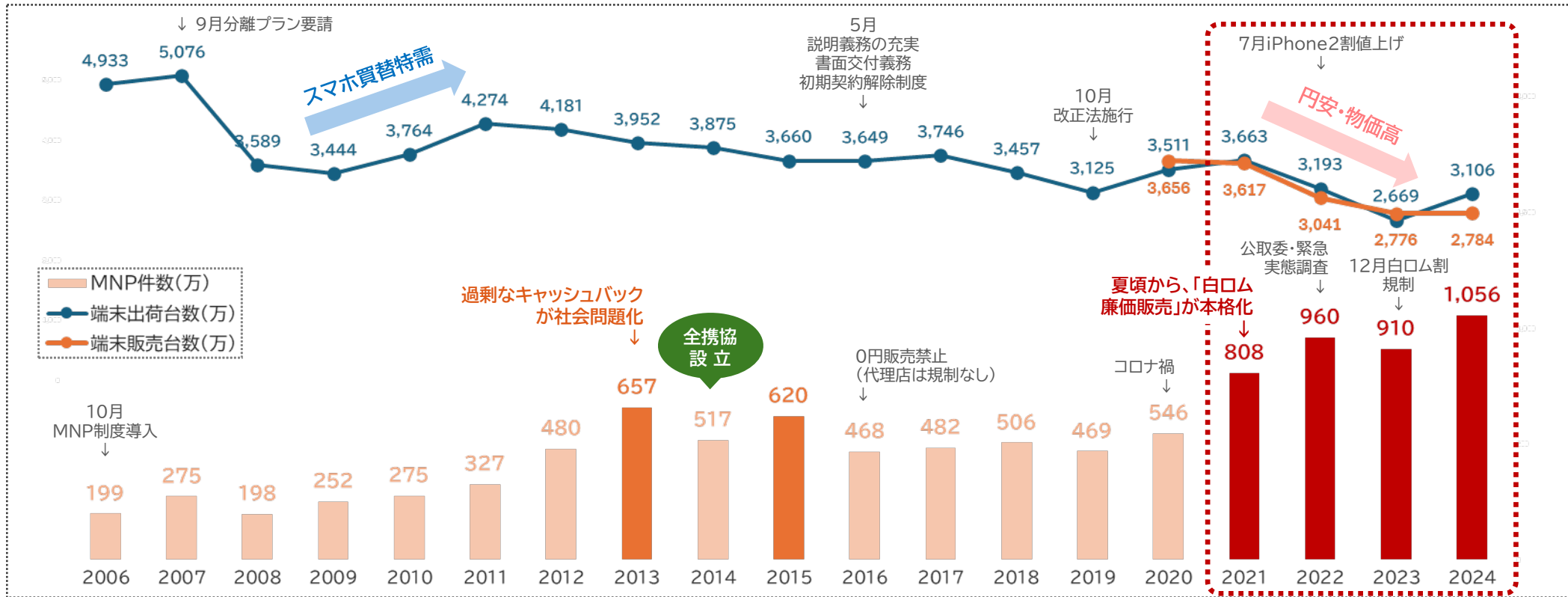


※「電気通信事業法の一部を改正する法律によるモバイル市場の公正な競争環境の整備に関する基本的考え方」(2019年8月・総務省)

(参考) MNP件数の推移

21~22年度、過度なPI競争で転売ヤーや闇バイトが横行。白ロム割が封じられた後もPI競争がつづく

出荷台数とMNP件数 (単位:万)



出典 出荷台数…MM総研、販売台数…利用者視点を踏まえたモバイル市場の検証に関する専門委員会(資料1-3)

MNP件数…電気通信番号に関する使用状況の公表(令和6年度) https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kiban06_02000129.html

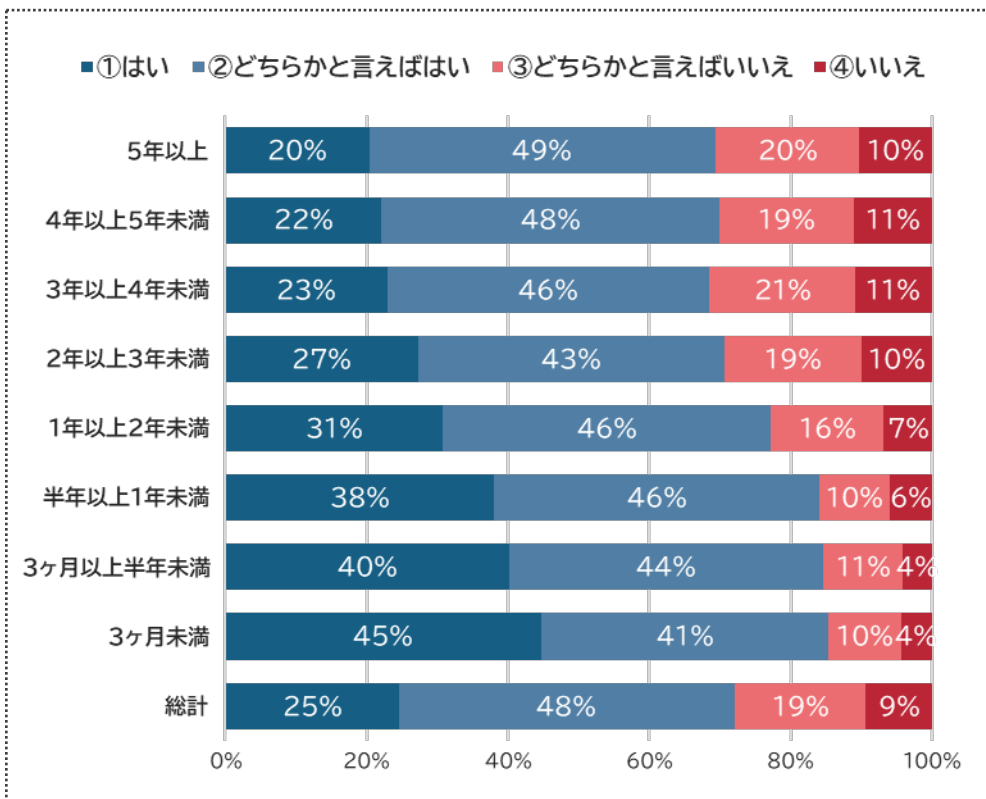
(参考) 解約率

[構成員限り]



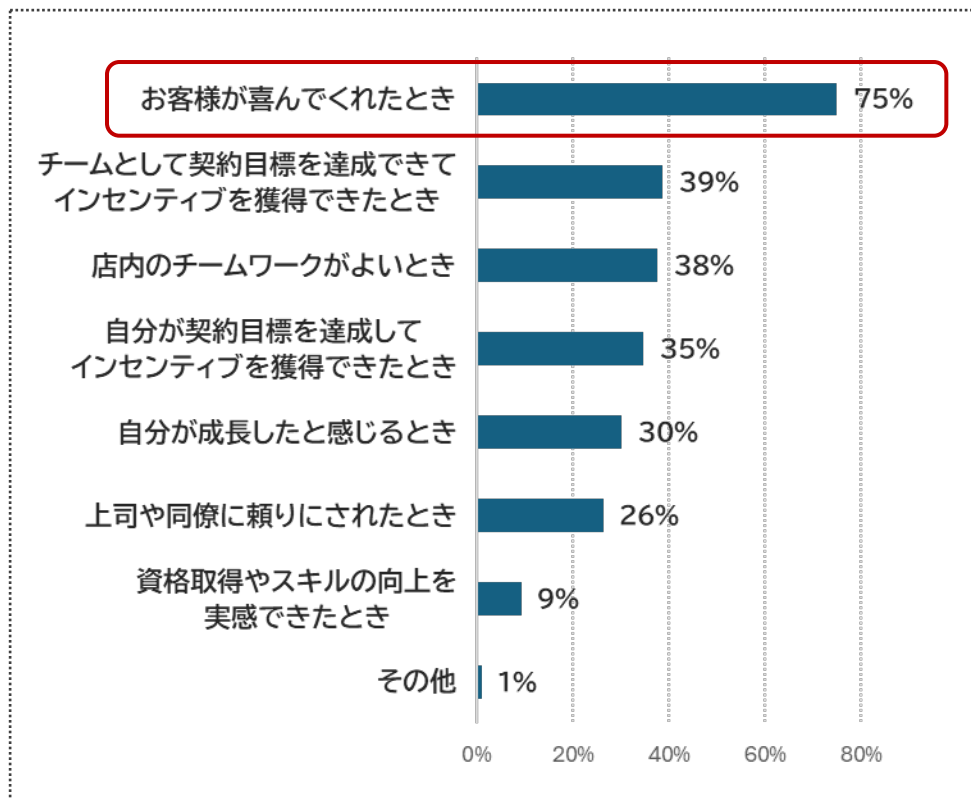
73%(昨年72%)がやりがいを感じている。特にやりがいを感じるのはお客様が喜んでくれたとき

Q. わたしは、シヨップの仕事にやりがいを感じている。



出典 全携協ES・カスハラアンケート(2025年8月)、n=11,347

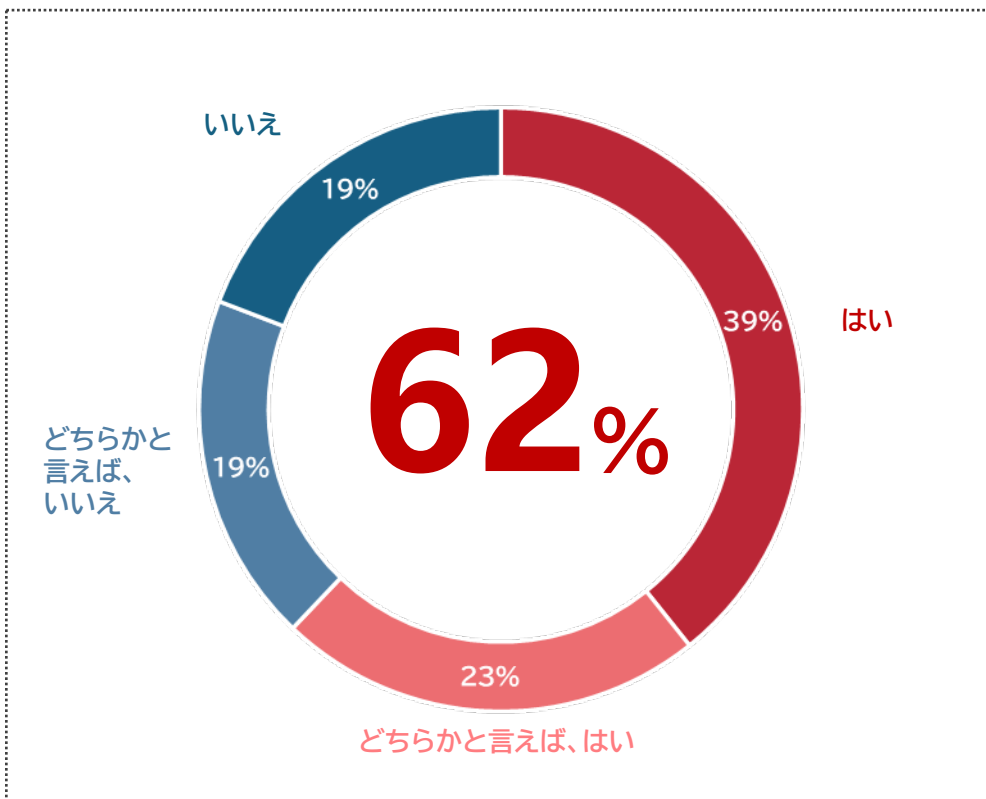
Q. どんなどきに、特にやりがいを感じますか。
(3つまで選択可)



n=11,347

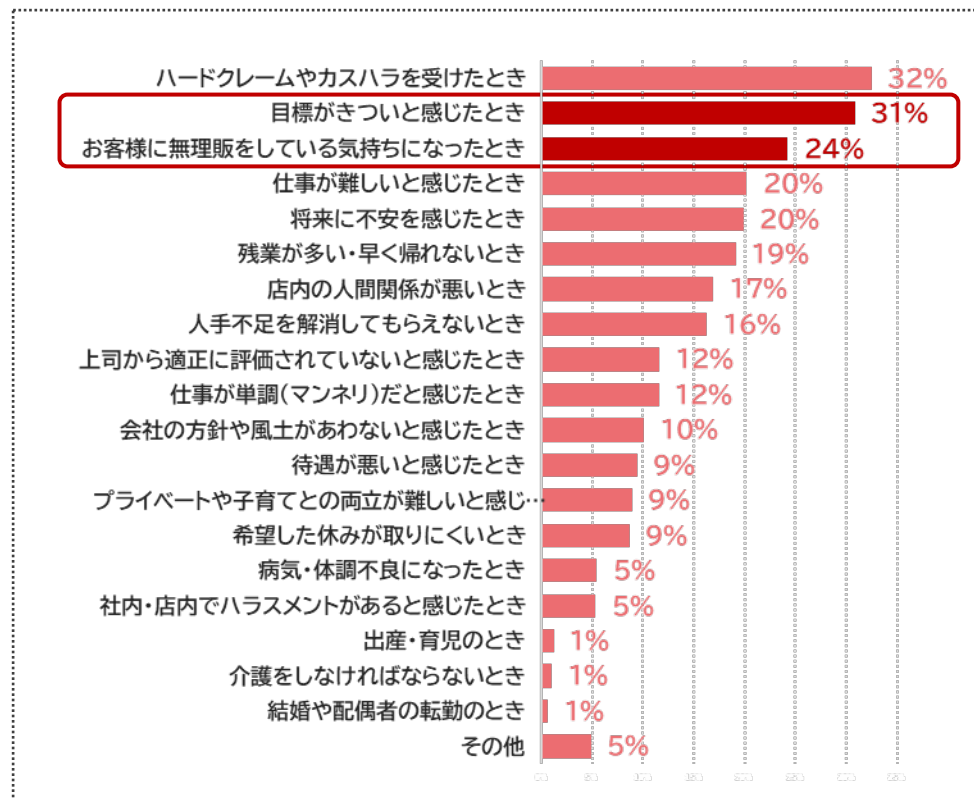
62%(昨年63%)が直近1年の間に離職を考えたことがあり、高い目標値が原因のひとつ

Q. わたしは、直近1年の間に本気で「つらいな、辞めたいな」と思ったことがある。



出典 全携協ES・カスハラアンケート(2025年8月)、n=11,347

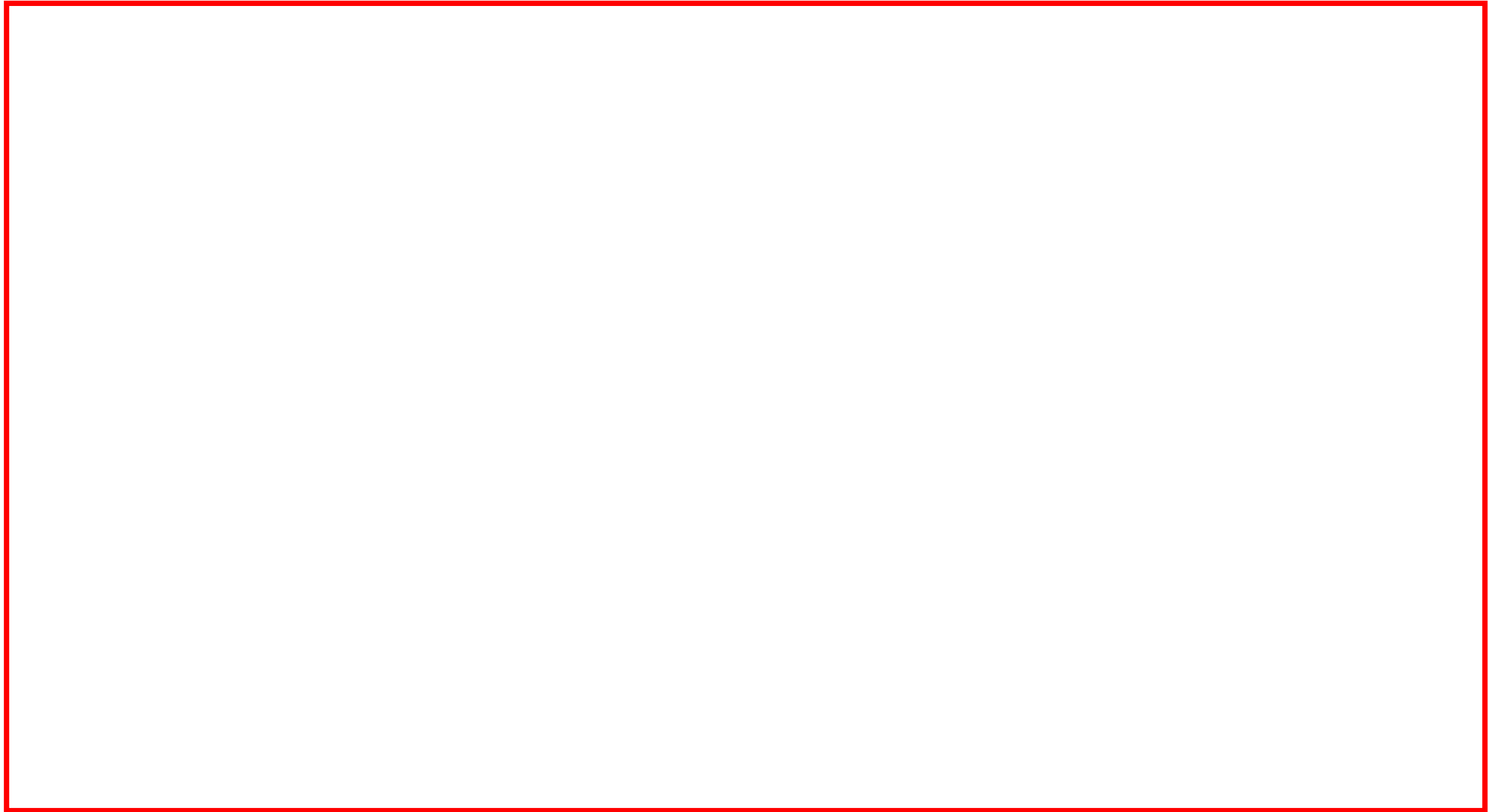
Q. どんなときに、つらいな、辞めたいな、と思いましたか。(3つまで選択可)



n=7,048 (離職を考えた人)

9. その他 (1)代理店に対する目標設定等について

[構成員限り]



9. その他 (1)代理店に対する目標設定等について

[構成員限り]



9. その他 (1)代理店に対する目標設定等について

[構成員限り]



9. その他 (1)代理店に対する目標設定等について

[構成員限り]



まずはNo.4・5により、不適切な制度利用や悪質な業者を排除したい
並行してNo.2・3の自主的な取組を継続的に取り組むことで、市場健全化を図りたい

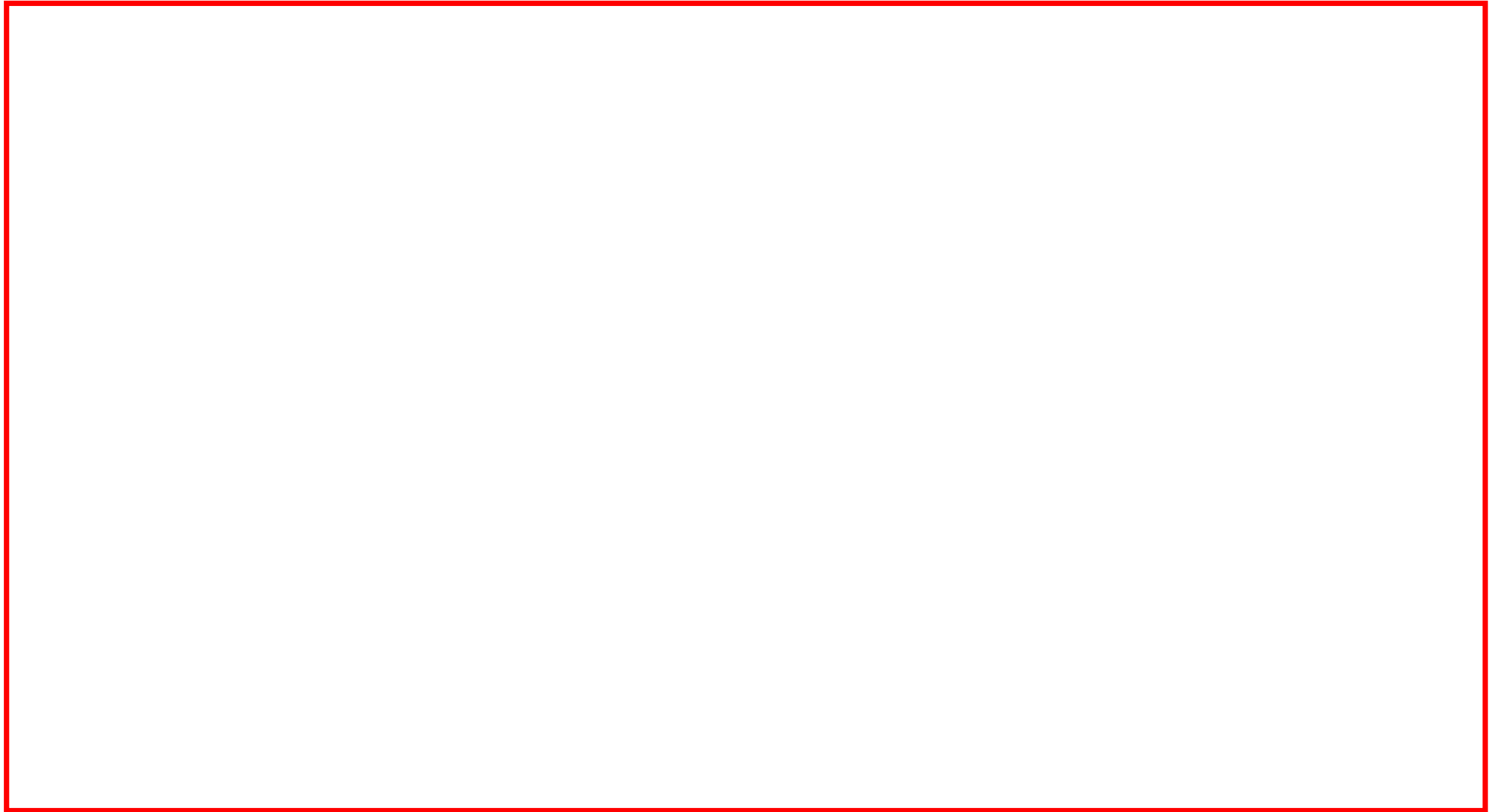
No.	有効と思われる対策	全携協意見	重要度
1	2万円の廃止or減額	SIMのみ2万円上限の廃止もしくは減額は、対策としては有効だが、MNP目標達成の難易度が上がる。(No.3とあわせた議論が必要。)	△
2	顧客ID管理(抑制)	同一名義への複数回の割引抑制は、キャリアの自主的な取組。 ※ 一部キャリアで実施中だが、より実効力のあるシステムの開発には相応のコストと時間がかかると思われる。	○
3	キャリアと代理店との間で、目標値の相談・合意	競争領域の論点であり、且つキャリアと代理店との間で圧倒的な立場の差がある。 ex. キャリア目標からの逆算でない目標値 ex. 販売代理店の能力・状況を踏まえた目標値 ex. 利用者にニーズに沿った提案で達成できる目標値 (電気通信事業法の消費者保護ルールに関するガイドラインより)	◎
4	違約金の増額	FTTHと同じく、1か月分の利用料まで認めていただきたい。 ※ 現行は施行規則第22条の2の13の2・第2項口と、第22条の2の17の第4項のどちらか低い方が上限。	○
5	継続利用条件の緩和	キャリアが利益提供を契約時一括ではなく、1年程度に亘り分割して行えるようにしてほしい。(適切な割引となるよう、継続利用条件を認めていただきたい。) ※ 1年以内解約者に対して利益提供額の返金を請求する運用は求めない。 (販売代理店がお客様に独自の「誓約書」を求めるなど、市場が不健全となる可能性。)	○

本委員会でご検討
いただきたいこと

「9. その他 (2)出張販売の対応」について

9. その他 (2)出張販売の対応について

[構成員限り]



9. その他 (2)出張販売の対応について

[構成員限り]



9. その他 (2)出張販売の対応について

[構成員限り]



(参考) 偽装請負、二重派遣、下請法違反の未然防止に向けて

店長・現場責任者向けと、経営者・契約担当者向けを作成、7月31日に全会員に注意喚起

出張販売・イベント販売の注意点

業務委託契約の注意点

現場で指揮命令をしてしまうと偽装請負(違法派遣)になります

請負業者側で管理責任者を設けていただけてください

業務
時間
評価

交渉
相談

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 1

出張販売・イベント販売の注意点

人材派遣契約の注意点

二重派遣を行うと、派遣元も派遣先も職業安定法違反として罰せられます

離職1年以内の元従業員を派遣社員として雇うと派遣法違反

A社 派遣元 (雇用関係あり)

B社 派遣先(派遣元) (雇用関係なし)

C社 二重派遣先 (指揮命令)

離職した会社

派遣会社

離職

派遣登録

離職後1年間、派遣禁止

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 2

出張販売・イベント販売の注意点

下請法に係る注意点

メールや口頭で発注すると下請法違反になります

下請け業務の記録を残さないと下請法違反になります

下請法第3条(書面の交付義務)

下請法第5条(書類の作成・保存義務)

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 3

経営者・契約担当者向け

出張販売・イベント販売時に起用する外部スタッフに係る業務委託契約、人材派遣契約の注意点について

● 一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会
2025年7月31日

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 1

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 3

All Rights Reserved. Copyright 2025 National Association of Mobile-phone Distributors

P. 7

まとめ（対策の提案）

[構成員限り]

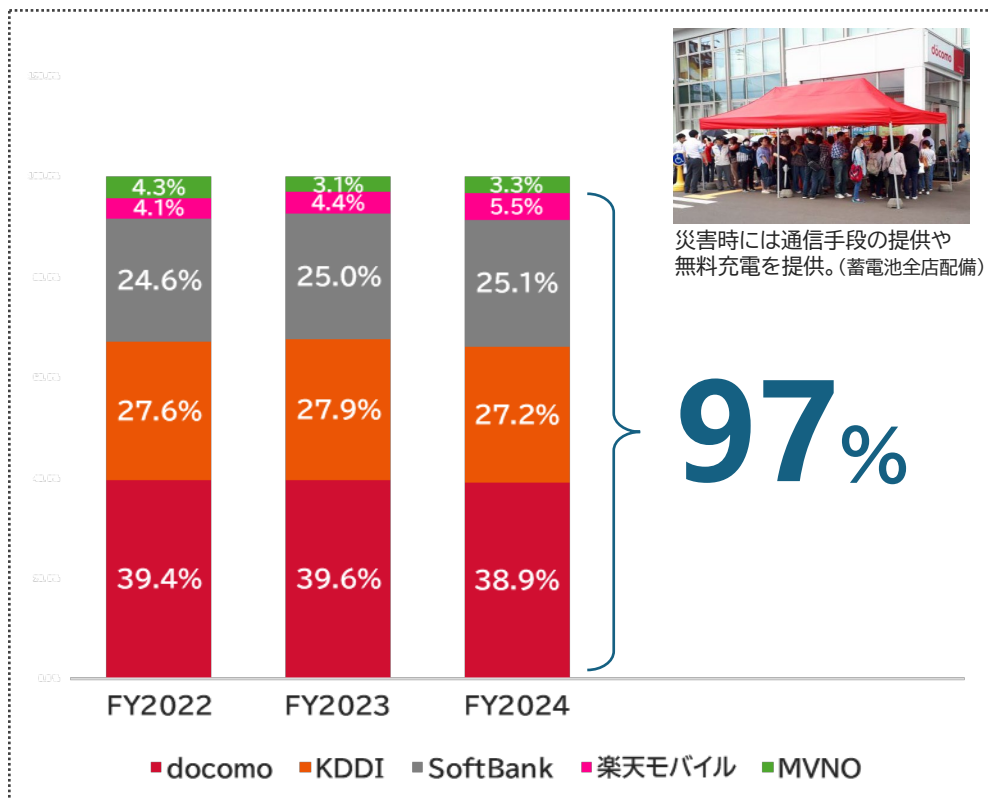


Appendix ① キャリアショップの位置づけ

(参考) 通信業界におけるキャリアショップの重要性

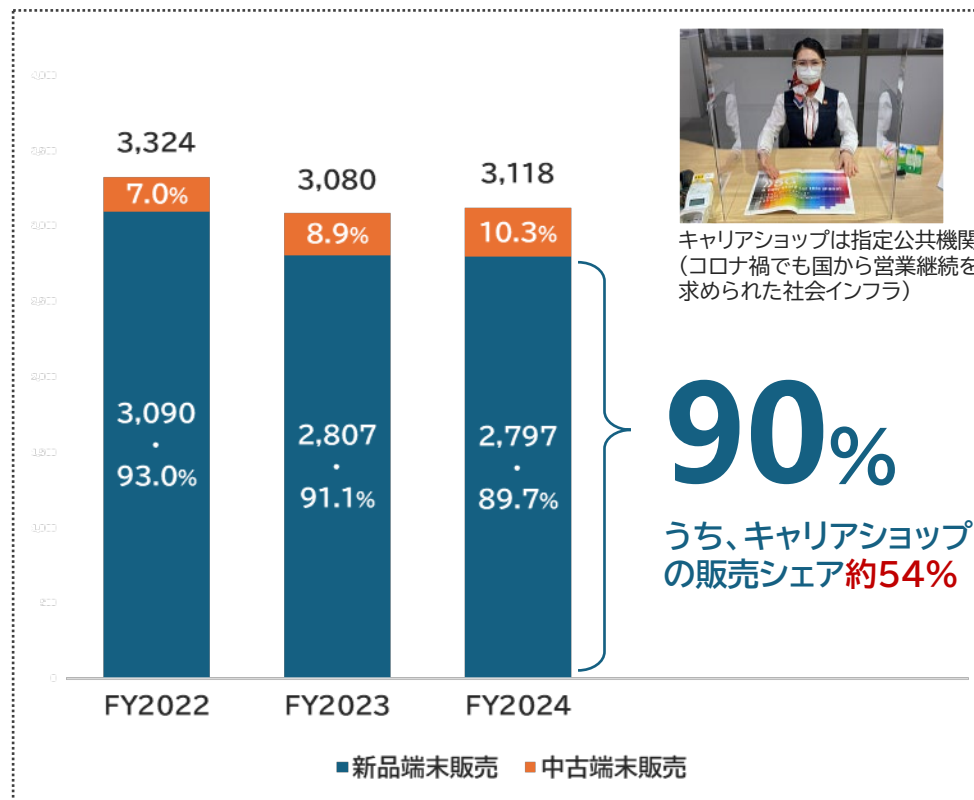
「キャリアショップ」は、一般消費者向けの通信契約で97%、端末販売で54%の市場を支えている

B2C通信契約のシェア (通信モジュール、法人名義除く)



出典：総務省「競争ルールの検証に関するWG」
https://www.soumu.go.jp/main_content/001014955.pdf (P5)
 (MVNOは契約数が50万以上の事業者)

端末販売台数 (単位:万台)

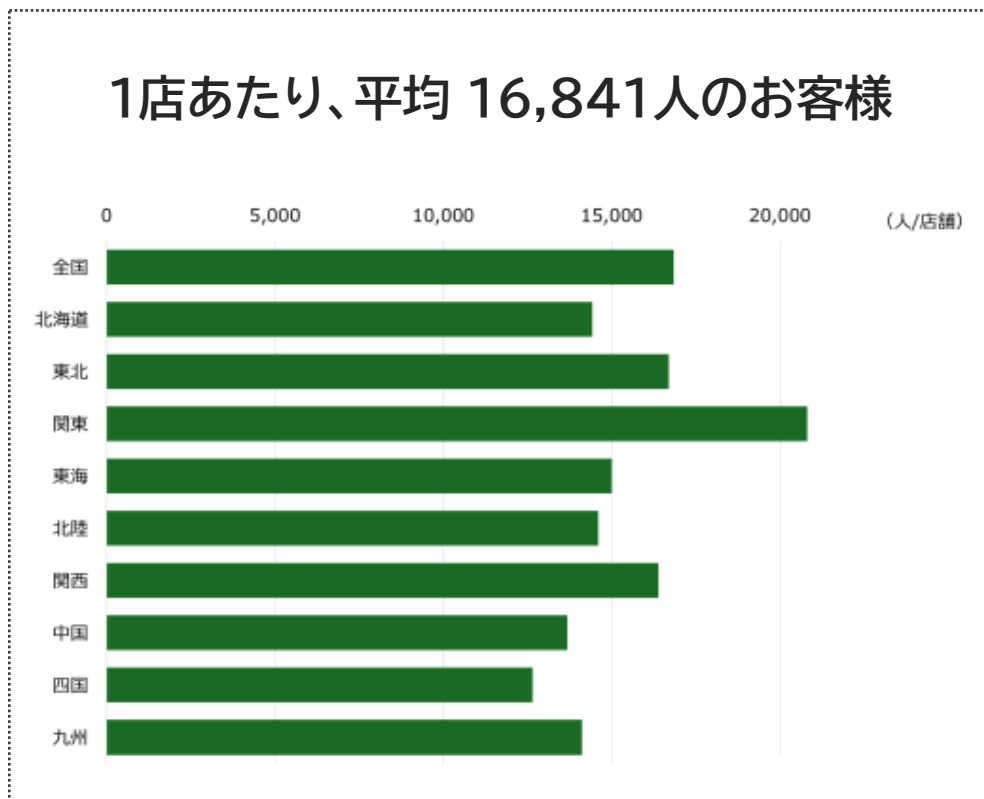


出典：総務省 競争ルールの検証に関するWG
https://www.soumu.go.jp/main_content/001014955.pdf
 (2024年度は未公表のため、総務省・料金サービス課に直接ヒアリング)
 中古端末販売 … MM総研(2025/7/24公表)
<https://www.m2ri.jp/release/detail.html?id=685>

(参考) 国内におけるキャリアショップのプレゼンス

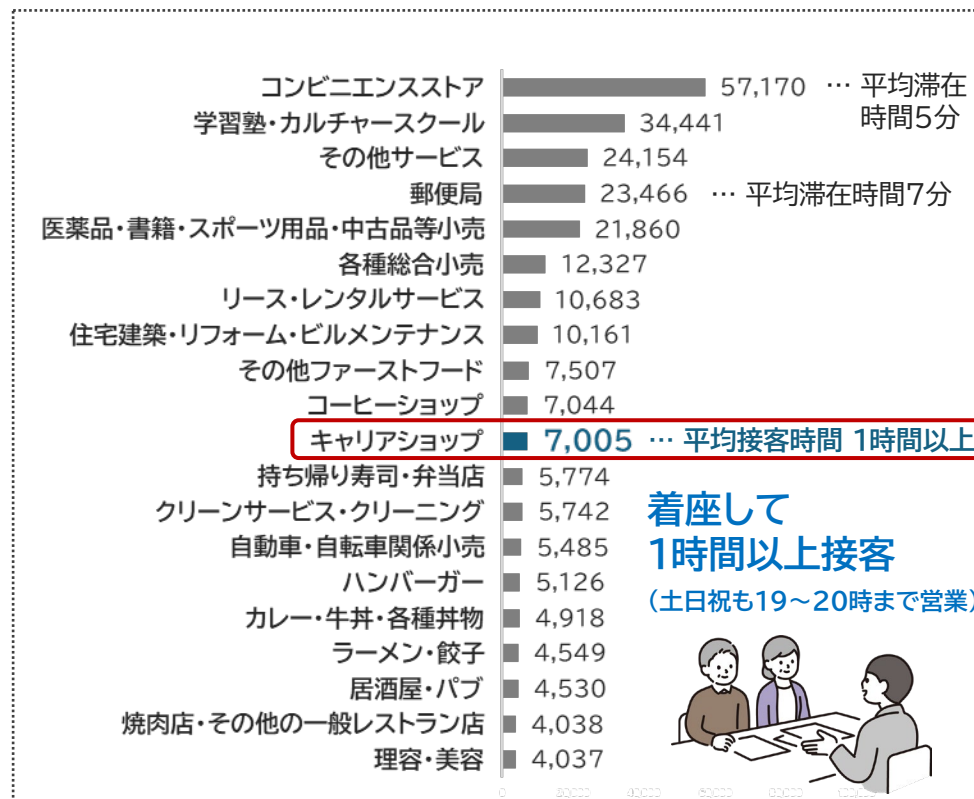
キャリアショップは、日本のデジタル化推進拠点

地域別 キャリアショップ1店舗あたりカバー人口



出典：MM総研 スマートフォン販売店舗数の実態調査(2024年3月時点)
<https://www.m2ri.jp/release/detail.html?id=659>

国内ショップ数ランキング (単位:店)

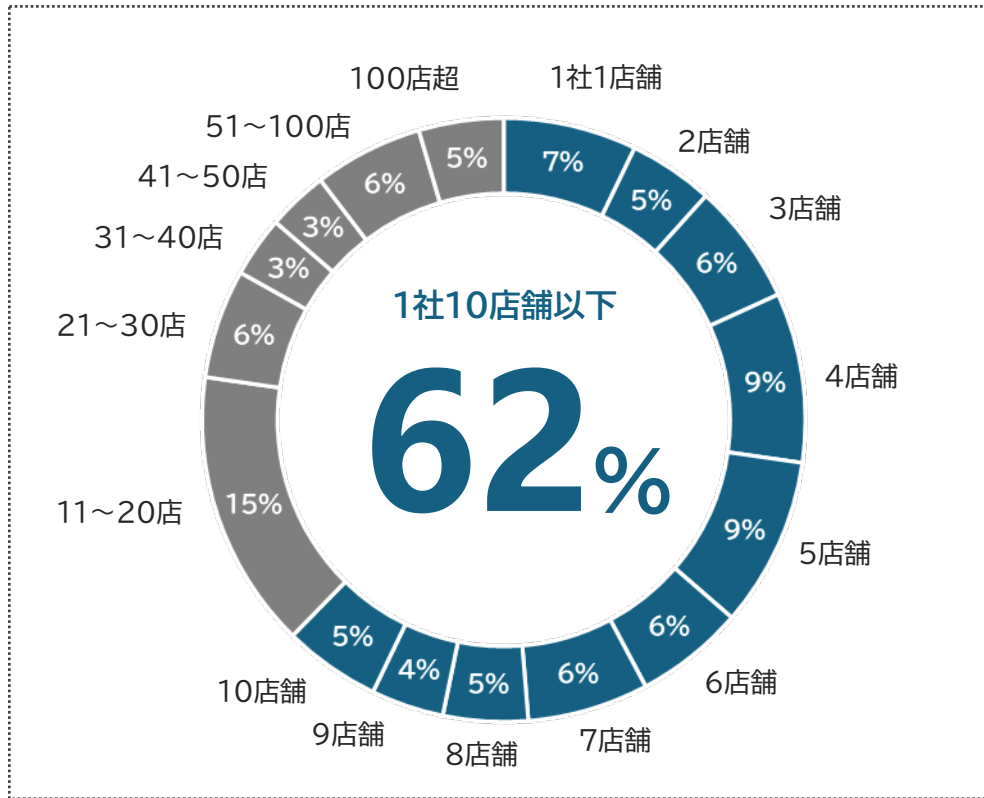


出典：Japan Franchise Association、2025年3月末時点
<https://www.jfa-fc.or.jp/particle/29.html>

(参考) 販売代理店の規模

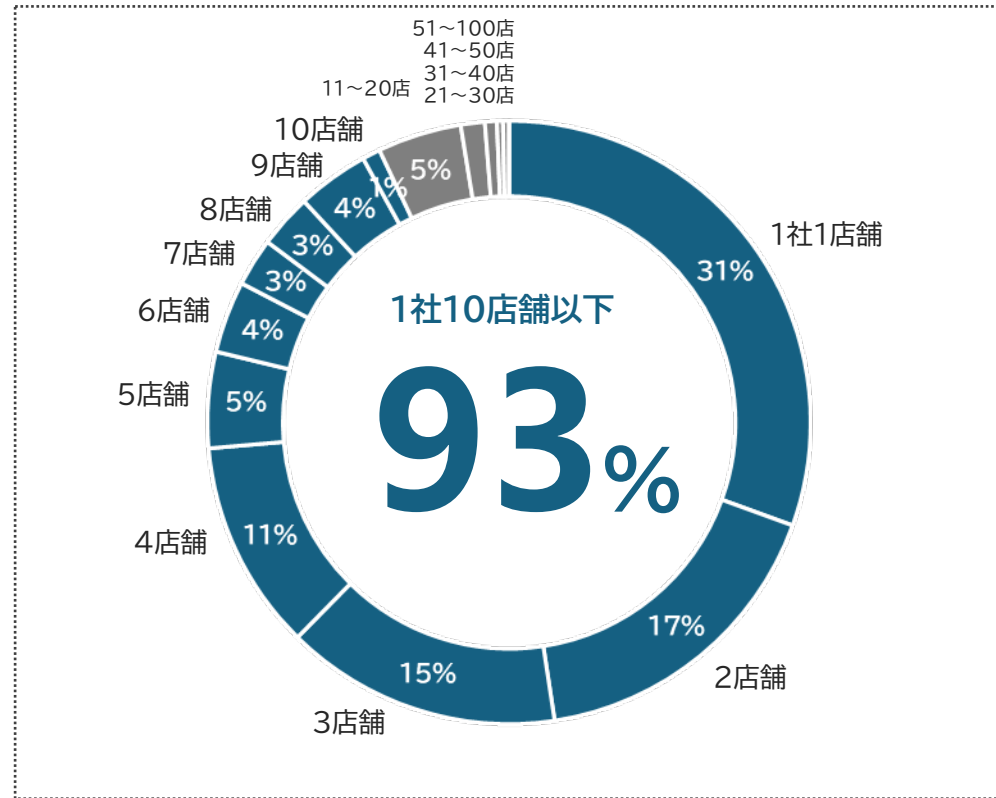
1社10店舗以下しか保有しない代理店が一次店では62%、二次店では93%

一次販売代理店の直営店保有数



出典：全携協会員 154代理店（キャリア別）

二次販売代理店の直営店保有数

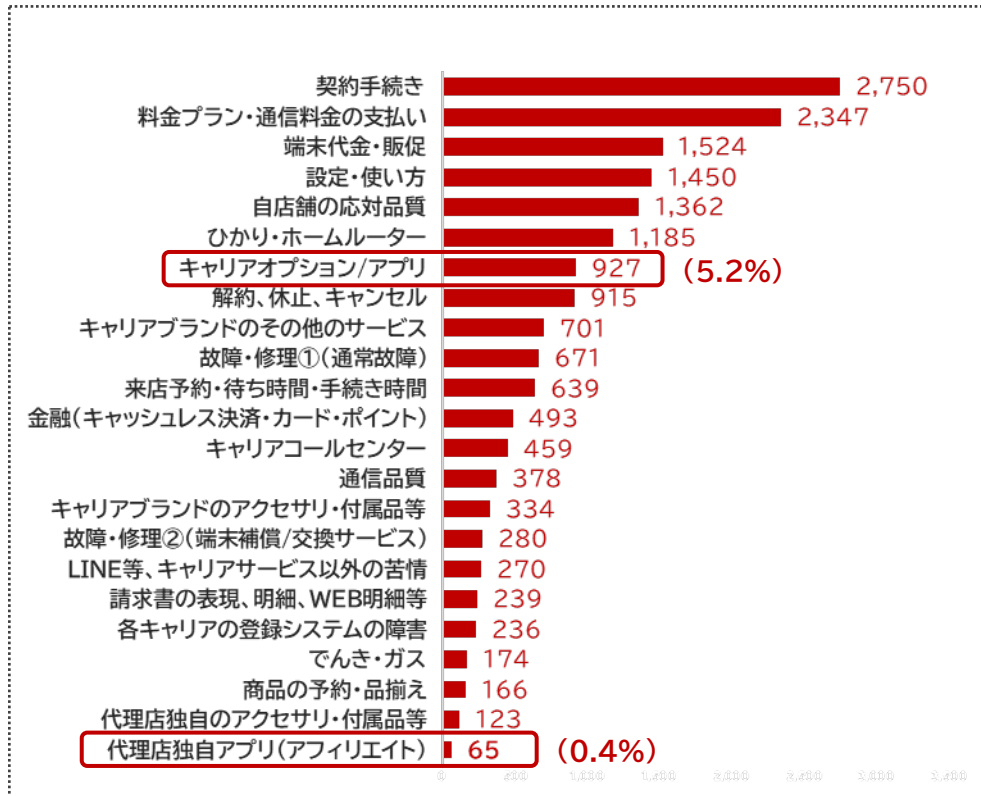


出典：全携協会員 311代理店（キャリア別）

(参考) 代理店独自サービス (ヒアリング事項3、6、10関連)

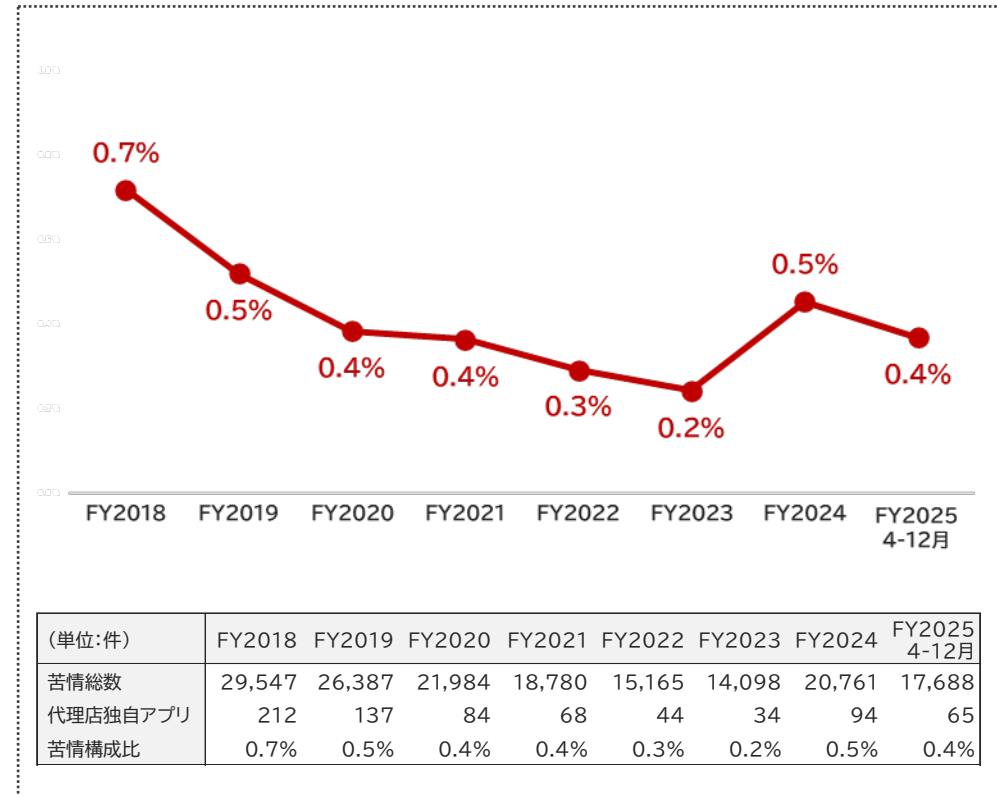
代理店独自サービスの苦情は、過去からあまり多くない

苦情内容(中分類)



出典：全携協苦情データベース(2025年4月~12月、n=17,688件)

代理店独自アプリの苦情 (苦情総数に占める構成比)



(単位:件)	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025 4-12月
苦情総数	29,547	26,387	21,984	18,780	15,165	14,098	20,761	17,688
代理店独自アプリ	212	137	84	68	44	34	94	65
苦情構成比	0.7%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%	0.5%	0.4%

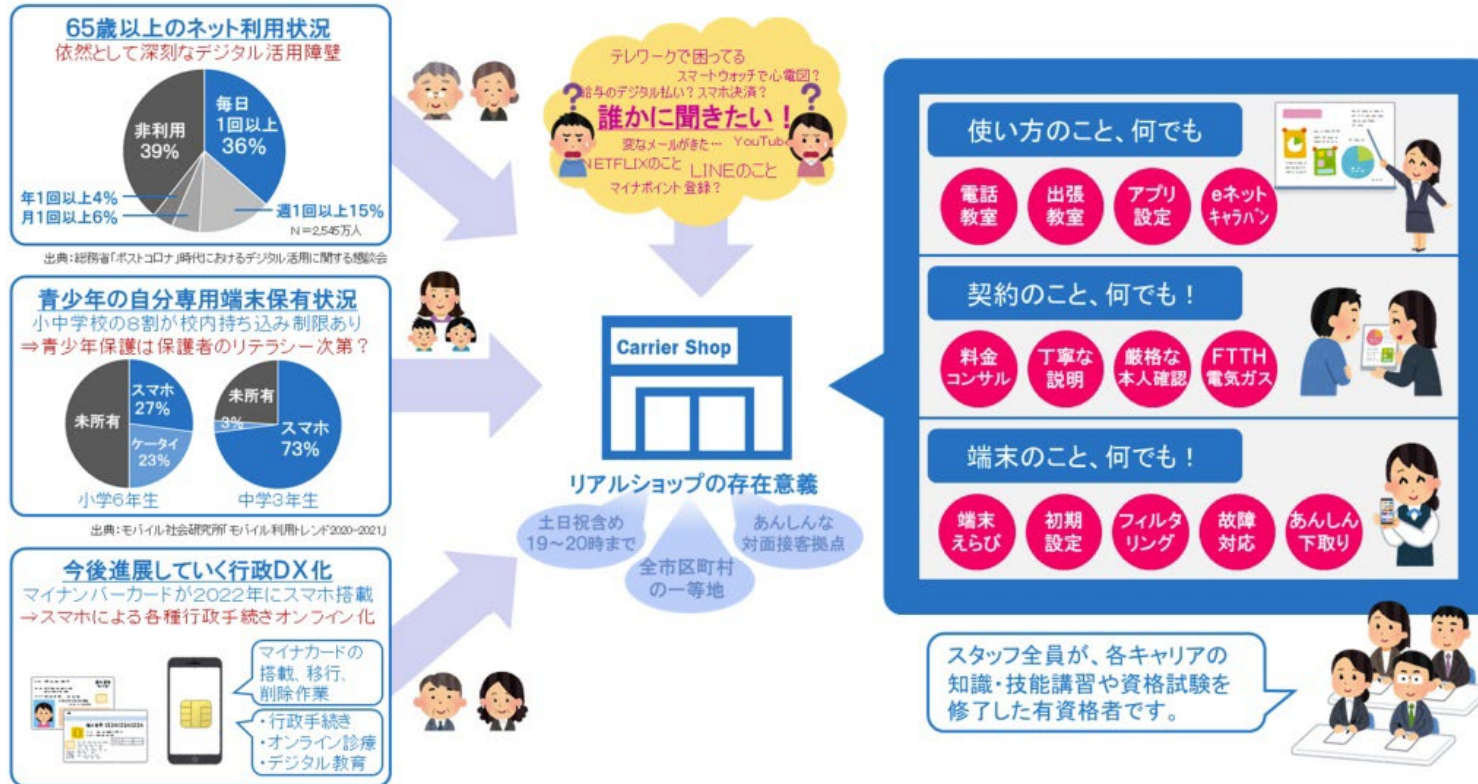
出典：全携協苦情データベース

Appendix ② 全携協が業界健全化に向けて主張してきたこと

全携協の考える「在りたい姿」①

3

私たちの考える在りたい姿 (誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化)



全携協の考える
キャリアショップの在りたい姿

- ① 地域のICT拠点 (デジタル化推進拠点)
- ② 高齢者の駆け込み寺
- ③ お客様ひとりひとりに最適な提案を行える、身近で安心な拠点

(当時、スイッチング円滑化により割引ではなく、質で競争する時代の到来を期待してプレゼン)

地域のICT拠点・高齢者の駆け込み寺、そしてお客様に最適な提案を行える身近で安心な拠点に

出典：第27回会合時の全携協説明資料

全携協の考える「在りたい姿」②

4

私たちの考える在りたい姿 (誰一人取り残さない、人に優しいデジタル化)

最近、オンライン販路が話題を集めています…

withコロナにおける
WEB手続きニーズ

料金値下げのための
オンライン限定プラン

自分で選択・設定できる
ハイリテラシー層
(説明・手続き時間短縮)



日本は高齢化率世界一
2020年現在・29%

社会全体のDX化を
支える人材が必要

5G・6G時代における
新サービス体験・普及

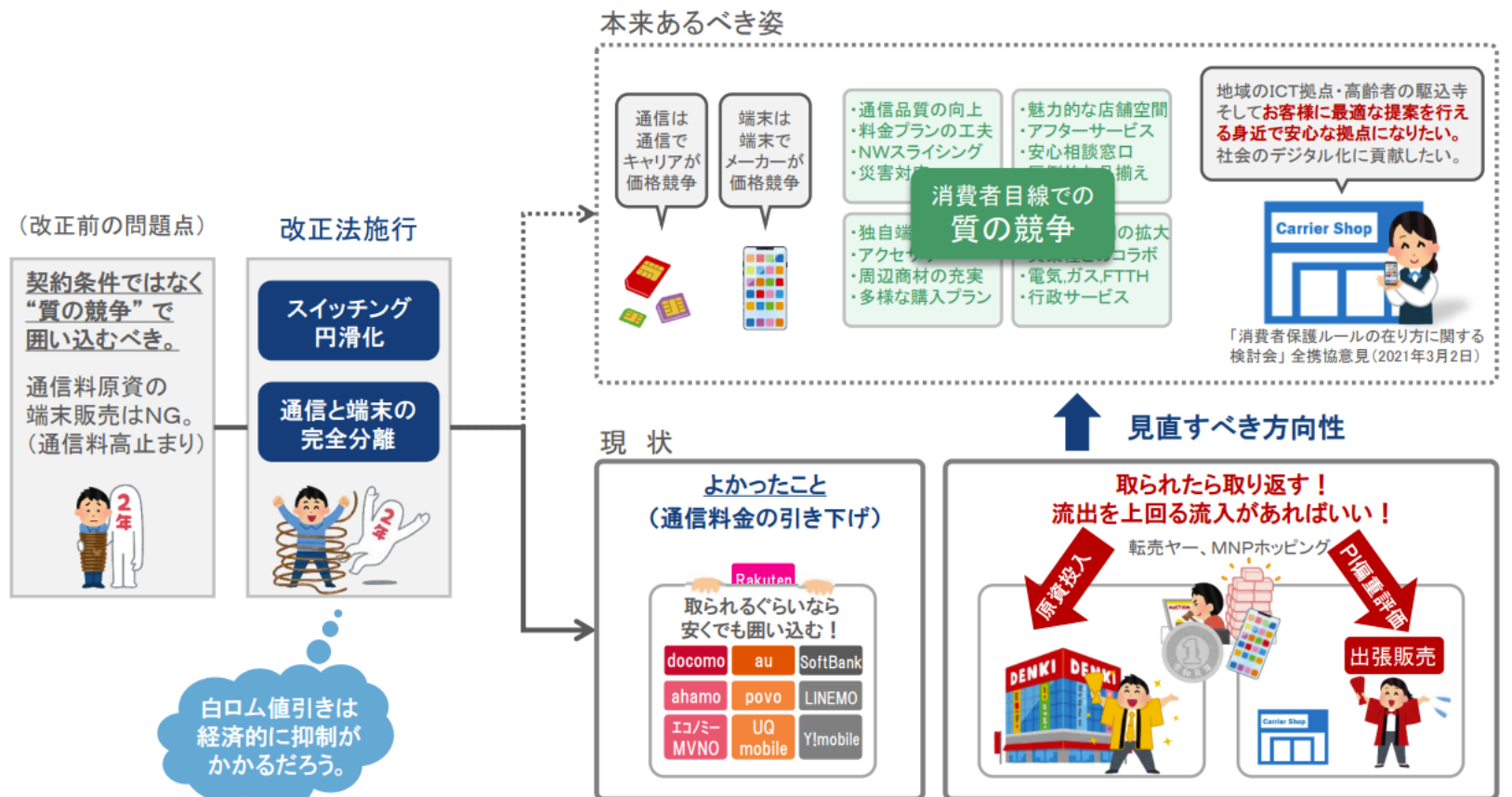
5G・6G時代に向けて、キャリアショップが社会全体のDX化に貢献できると思います！

出典:第27回会合時の全携協説明資料

全携協の考える課題意識

- 日本は高齢化率世界一
- 社会全体のDX化を誰かが支えなければならない
- 5G・6Gの最新技術を体験できる場所が必要 (最先端技術の社会実装)

全携協が考える、見直すべき方向性



スイッチング円滑化により割引ではなく、質で競争する時代の到来を期待していたが、より激しい割引(量)の競争に。



見直すべき方向性をプレゼン (消費者目線での質の競争)

改正法の基本的な考え方(※)においては、通信料金を原資とする過度な端末値引きを2年を目的に根絶とあるが、根絶できていない。

※「電気通信事業法の一部を改正する法律による モバイル市場の公正な競争環境の整備に関する 基本的考え方」(2019年8月)

過度なMNP競争がもたらした弊害と、対策についての全携協意見

販売代理店に対する“高すぎるMNP指標”を背景とした、過度なMNP競争

（競争対抗の観点でキャリアからは自主的な改善ができないとの意見）

転売ヤー問題



転売ヤー 反社の資金源にも?

キャリアショップの疲弊



出張販売をしてPIを稼がないと閉店?

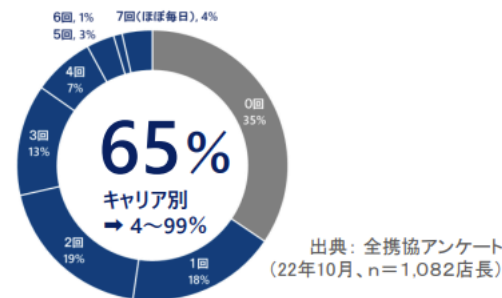
総務省への検討のお願い (法第27条の3等の見直し)

- ① 白ロム値引きにも上限が必要。
- ② 回線有無に関わらず、2万円超の端末値引きは分割払い契約を必須とし、端末値引きも分割して行う。(値引きは「いくらまで」という議論と「どうやって」が大事。)
- ③ 顧客の囲い込みではなく、短期のホッピングを防ぐ期間拘束の設計。

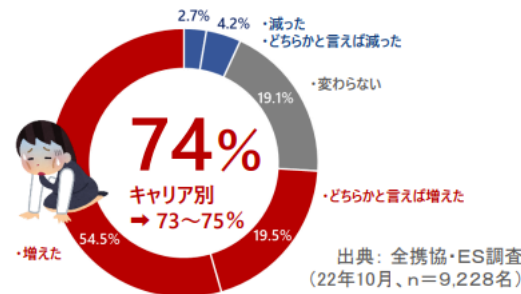
総務省・キャリアへの検討のお願い (消費者保護ルールの在り方に関する検討会提言①②)

アフターフォロー拠点である店舗の存続に関わる評価指標の配点は「機変≧新規」でないと、適合性の原則違反が助長され得るのではない。
 ※ 転売ヤーとは別に、SIM単体契約で仲介料を取る悪質業者も問題となりつつある。(寝かせ行為による手数料の詐取)
 「顧客本位の施策の設計＝質の競争」

Q. 先月、出張販売を行ったか?(週に何回?)



Q. ショップ業務は昨年度より増えたか、減ったか?
(店舗の人員が同数だったとして。)



スイッチング円滑化により割引ではなく、質で競争する時代の到来を期待していたが、より激しい割引(量)の競争に。



質の競争に向けた対策を提案

- ① 白ロム割の規制
- ② 割引の分割支払い (継続利用条件の緩和)
- ③ ホッパー対策としての違約金
- ④ キャリアショップの存続に関わる評価指標の配点は、「機変≧新規」にすべき (機種変更顧客を蔑ろにしない)

お客様の意思を捻じ曲げるMNP誘導を早期に是正し、機種変更顧客が蔑ろにされない正しい市場に。

全携協へのヒアリング事項 (3 その他 2で回答した以外に、特筆すべき取組等があればご教示いただきたい。)

8月1日付 総務省要請事項


全携協の意見

1
新規だけでなく満足度やその結果も大きく評価される指標に見直す
競争領域

2
目標値の適正性・合理性について販売代理店の十分な納得を得る
競争領域

3
出張販売では、適合性の原則に違反しない丁寧な接客を行う
非競争領域

・ 過度なMNP競争
(高すぎるPI評価指標等)
・ やめたくてもやめられない
(代理店の納得より競争)



自主的な改善が難しい

過度なMNP競争で市場が歪められていないかにつき、総務省が更に正確に実態把握(モニタリング)できるよう、各MNOから新規に加えて機変の数も報告いただき、両者のバランスを定点観測すべきではないか。
(現状は検証のための市場データがない。)

公正取引委員会の、独占禁止法第40条に基づく報告命令による実態調査の継続は、8月1日付要請事項の定点観測のために重要ではないか。
(関東以外の調査も必要。)

全携協からキャリアに対して「5つの改善提案」を実施。キャリアと共に適正化に向けた活動を推進中。
自主的な改善が行える

(在り方検討会(第42回) 資料3-1別紙参照)

構造的に、キャリアの手数料施策が健全化しないと販売代理店は健全化できない。

競争政策分野は、全キャリアが「やめたくてもやめられない」となりがち



過度なMNP競争で市場が歪められていないか、総務省が実態を把握できるよう、報告規則に機種変更の件数も加え、市場全体におけるMNPのバランスを定点観測すべき。

(MNP件数だけで健全なスイッチング円滑化となっているかは評価できない。)

(参考) 販売代理店が「極端な廉価販売」を行ったり、一部で適合性の原則に違反した背景

● 公正取引委員会「携帯電話端末の廉価販売に関する緊急実態調査」 2023年2月24公表

3 販売代理店が極端な廉価販売を行った背景 (抜粋)

- 販売代理店にヒアリングで確認したところ、スマートフォンやアクセサリ等の値引前販売価格は、仕入原価との値差が小さく、粗利益はほとんどないとのことであった。このため、販売代理店にとっての利益の源泉はMNOからの支払金に依存していると思われる。そして、上記のMNOからの支払金の中には、前記アの販売代理店評価制度に基づき評価指標で設定された目標に係る販売実績が確定しないと支払金額が決まらない支払金があり、販売代理店に試算を依頼したところ、一部のMNOにおいては、**このような支払金が支払金総額の約5割を占めていた。**
- A社及びC社においては、低評価を受けて改善が見られない場合には、**契約解除、閉店勧告などが行われる制度が設けられていた。**
- 特にA社の販売代理店からは、設定される獲得目標件数が年々厳しくなっており、かつ、**達成すると、さらに高い目標が設定される**という意見が寄せられている。

● 総務省 合同会合での販売代理店ヒアリング 2023年4月21日合同会合・資料5 (13社)

質問⑤ 競争環境・経営環境・キャリアとの関係において、販売代理店が適合性の原則に則って営業することを妨げる要因は存在するか。

回答 規模の大小を問わず、要因があるとする回答が多い。要因としては、**極端な指標、通常の営業活動で支援が得られない状況、ストックを食い潰しても赤字となる経営環境**などが上げられた。

質問⑥ 競争環境・経営環境・キャリアとの関係において、販売代理店が適合性の原則に則って営業することを妨げる要因が存在する場合、どうすれば改善できると考えるか。

回答 規模の大小を問わず、目標の適切性の評価、現場の実情に沿った目標等を通じて**極端な指標の改善の必要性を指摘する声が多かった。**このほか、機種変更を蔑ろにしない対応、継続手数料の改善といった回答もあった。他方、指標の経営状況の改善はキャリア・代理店双方に責任があるという声も一部あった。

● 総務省 キャリアショップ店員に対するアンケート調査の結果 2023年4月21日合同会合・資料6 (2,622名)

消費者のニーズや意向にあわない(または消費者のニーズや意向を確認しないで)販売を行う背景として、販売代理店の経営層が設定する目標が、**「キャリアからのノルマ等の目標を達成するために設定していると思われる」と回答した者は71.9%**、「キャリアからのノルマ等の目標とは関係なく設定していると思われる」と回答した者は15.2%だった。

現状の苛烈なMNO間の競争は、顧客本位の業務運営になっているとは言えないのではないか。