

利用者視点を踏まえたICTサービスに係る諸問題に
関する研究会

電気通信サービス利用者WG 第3回会合

携帯電話を取り巻く事業環境変化と 利用者サービスの在り方について

2010年12月01日

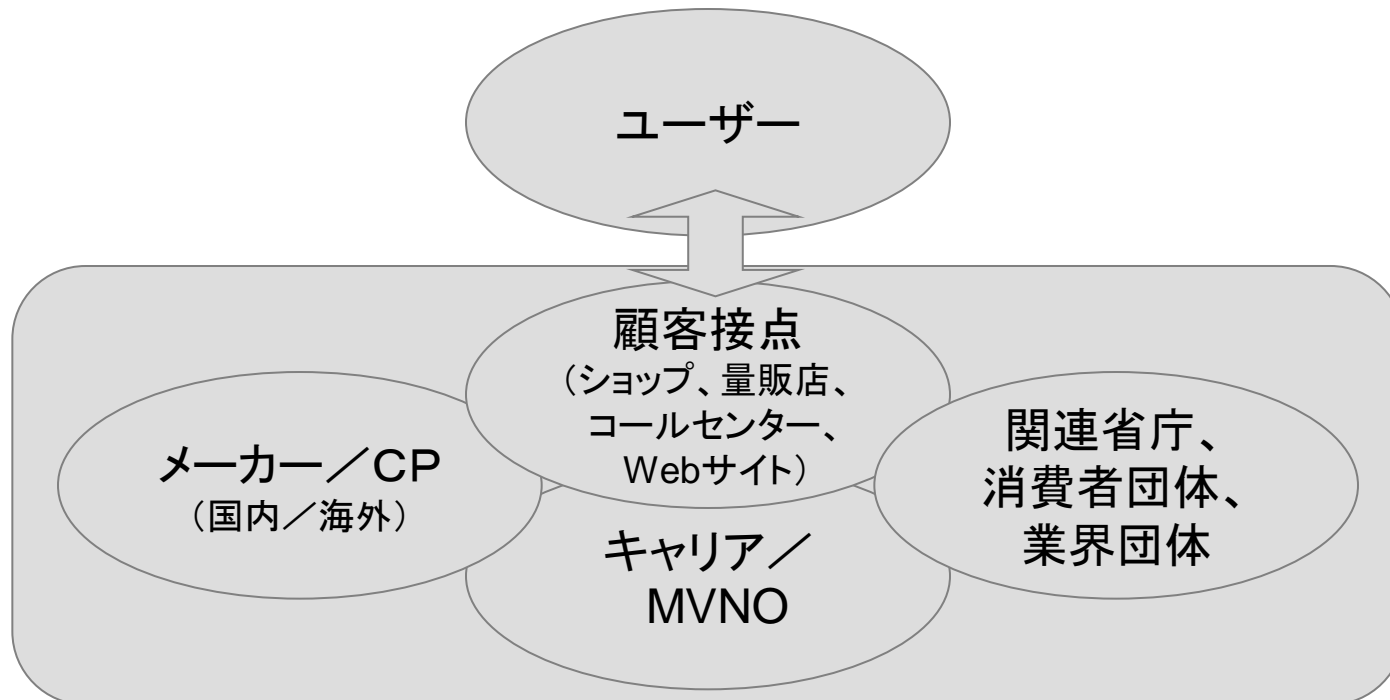
株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
情報・通信コンサルティング部

北 俊一 (Kita, Shun'ichi)

〒100-0005
東京都千代田区丸の内1-6-5 丸の内北口ビル

本日申し上げたいこと； 新エコシステムへの移行に向けた、消費者教育推進体制の構築

- 携帯電話業界は、グローバル競争力強化に向けて、従来型のキャリア垂直統合モデルから、水平分業モデル（水平／垂直併存モデル）＝マルチ・ステークホルダー環境への転換のまっただ中である。
- ケータイの世界も、「キャリアに言えば何とかなる」から「まずは自分で解決する努力をする。どうしても解決できない場合は有料で解決してもらおう」という、PCの世界へと近づいていく。
 - もちろん、事業者等が顧客ロイヤリティを高めるため、手厚いユーザーサービスを行うことが、自らの利益に繋がるが、それにも限界がある。優良ユーザーには手厚く、そうでないユーザーにはそれなりに。
- そのプロセスは、キャリア、代理店だけで為し得るものではなく、業界を挙げた消費者への啓蒙活動が必須である。



携帯電話の顧客接点で働く人の視点から見てみると、顧客接点は、さらに大変なことになっています

■ なぜ、これほどまでに携帯電話の顧客接点の仕事は大変なのか？

※携帯電話ショップ店長さん、店員さん、コールセンターのオペレータさんたちへのインタビューより

・サービスの進化が激しい

- これほどまでに、頻繁に新しいサービスが投入される商品はない
- 次から次へと覚えなければならない(他社の情報も含めて)
- 携帯電話利用時の注意事項など、伝えるべき事項が増大

さらに進化、
多様化！

・携帯電話は精密機械である

- 実は、携帯電話は、最新テクノロジーが満載された“精密機械”である
- しかし、ユーザー(特に1円で買ったユーザー)にはその意識が薄い
- これを常に持ち歩き、使い倒し、手荒に扱い、たびたび落とす

故障・修理
増加！

・“ライフライン”である

- ひとたび不具合が生じれば、連絡がとれなくなる、メールが送受信できなくなる
- 端末機能高度化により、端末内に多様な(個人)情報満載
- すぐに原状に復帰できなければ困る

さらに生活
必需品に！

・多様な顧客層

- ビジネスマンから、高齢者、小中学生、外国人まで
- (自分よりも)詳しいお客様がいる一方、ほとんど技術が分からないお客様もいる
- 他店で販売したお客様が多く来店される(特に、量販/併売で買ってショップで質問・苦情)

ユーザー層
拡大！

・モンスターカスタマーの存在

- いわゆる「クレマー」。店員さん/オペレータさんが最も精神的に疲弊する要因。
- 一般のお客様でも、突然、モンスターカスタマーに化ける瞬間がある。

モンスター
増殖中！

・「販売代理店」という仕組み

- 携帯電話事業者から、販売及び顧客対応を業務として委託されている。
- 携帯電話事業者とは、(基本的に)資本関係はない。
- できるだけ代理店内で問題を解決しようとするため、板挟みに。

代理店
格差拡大！

“スマートフォン・ブーム“により、水平分業化が一気に進展。 海外メーカーの端末も増加し、低価格のエントリーモデルも登場。

- iOS (iPhone) に加え、Android OSのスマートフォンが各キャリアから出揃ってきた。
- これまでの携帯電話(フィーチャーフォン)で出来たことが、出来るスマホと出来ないスマホがある。

NTTドコモ

• GALAXY S SC-02B
• By SAMSUNG



• REGZA Phone T-01C
• By TOSHIBA



• Desire X06HTII
• By HTC



• GALAPAGOS 003SH • GALAPAGOS 005SH
• By SHARP



3D
対応



3D
対応

• IS03
• By SHARP



• REGZA Phone IS04
• By TOSHIBA



• LYNX 3D SH-03C
• By SHARP



3D
対応

• Optimus chat L-04C
• By LG



エン
トリ

• BlackBerry Curve 9300
• By RIM



Black
Berry

• Desire HD 001HT
• By HTC



• Libero 003Z
• By ZTC



低価格

• 004HW
• By HUAWEI



低価格

• IS05
• By SHARP



エン
トリ

• SIRIUS α IS06
• By PANTECH



3D
対応

(出所)各キャリアホームページよりNRI作成

タブレット端末や電子書籍端末など、多様なデバイスが登場。 ショップで取り扱う端末の種類は、今後も爆発的に増加する。

- 「iPad」に触発されたタブレット端末が、各キャリアや端末メーカーから登場。
- 「Kindle」に触発された電子書籍端末が、各キャリアや端末メーカー等から登場。
- その他にも、デジタル・フォトフレーム、PND(ナビ端末)、モバイルWiFiルーターなど、通信機能が搭載された“ユビキタス端末”が、MNOだけでなく、MVNOからも次々と登場。



(出所) 各社ホームページよりNRI作成

今、現場で起こっていること。 このままでは、サービスレベルが低下していく可能性が高い。

■ (スタッフ、オペレータが) 覚えることの爆発

- デバイスの多様化、機能も多様化
- しかも、進化が加速(OSのバージョンアップなど)

■ 故障件数の増加

- 分離プランの浸透 → (一応) 端末価格の値上がり → 買換サイクル長期化 → 故障対応増加
- 液晶の大きな端末の増加 → 落として割れる、ポケットに入れていて割れるという事案の増加

■ 利用者層の一層の広がり

- 「タッチパネル」というUIの登場により、指一本で使えるというイメージから、低リテラシー層が、スマホやタブレット端末を購入

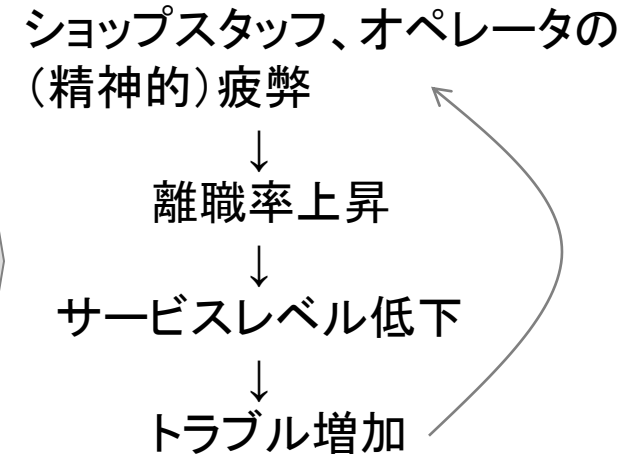
■ 相談件数の増加

- スマートフォンやタブレット端末の使い方を教えるだけ、という相談の増加(代理店にとっては1円にもならない)

■ 説明・接客時間の伸び → 待ち時間の伸び

- 重要事項説明書
- 青少年のフィルタリング対応(スマホではどうする?) 等

※現時点では、しっかりに対応できている代理店は存在します。
出来ない代理店が今後増えていく、ということです。

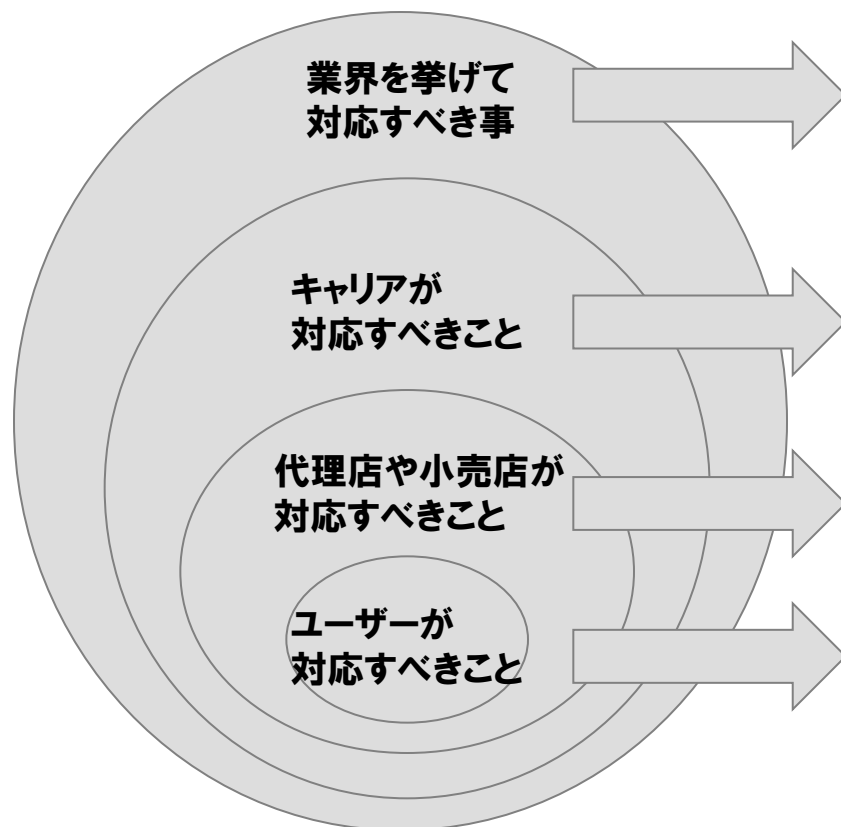


ここに、SIMロック解除が加わることを考えると、めまいがします。

それぞれが“出来ること”と“出来ないこと”の仕分けと、代理店やユーザーの選別は避けられない。業界を挙げた対応が不可欠。

- ユーザーの選別化は、業界の発展のために、避けられない道。
- 一方で、高齢者や低リテラシー層が切り捨てとにならないような仕組みを用意するためには、キャリアや代理店の自助努力に加え、業界を挙げた対応が必要。

例えば、



- ・キャリアの資格制度の国家資格化(による、スタッフの社会的地位向上、モチベーションアップ)
- ・消費者リテラシー教育／啓蒙の推進

- ・スタッフの資格制度の運用、資格手当の充実
- ・キャリアと代理店との間のトラブル事案の共有化
→代理店等の選別、ユーザーの選別

- ・スタッフの研修体制(on/off-JT)の充実は大手代理店ではできるが、中小では無理。
- ・トラブル事案の早期発見、共有化も同上。
→大手代理店への集約化が必須

- ・トラブルはできるだけ自分で解決する努力を
- ・解決出来ない場合は、相談。ただし、相手の時間を使うことはタダではない、ということ認識する。
- ・一定レベル以上の相談については、有料となることを認識する(優良ユーザーであればタダの場合も)。



野村総合研究所
Nomura Research Institute