

# 消費者保護ルールの見直しについて

(「消費者保護ルールの見直し・充実WG」ヒアリング資料)

～携帯電話販売代理店の意見～

株式会社クロップス  
コネクシオ株式会社  
株式会社相互移動通信  
株式会社ティーガイア  
株式会社ベルパーク

(五十音順)

# はじめに：携帯電話販売代理店の位置付け

通信事業者

代理店  
委託契約

## 携帯電話販売代理店

- ・店舗数：16,000店以上
- ・販売員数：10万人以上
- ※約70%を女性が占め、  
管理職・店長登用も多い。

《販路》 ※二次店への再委託も含む。

キャリア  
ショップ

併売店

量販店  
GMS

### 【販売代理店の取組み】

- ・ スマートフォン教室
- ・ タブレット教室
- ・ 各社各様の教育システム

## 中間取りまとめを受けて、販売代理店の意見

中間取りまとめに記載されている店頭へのクーリングオフ制度導入(販売形態を問わず)は、利用者にも与える影響の議論があまり為されておらず、同制度の導入が利用者の混乱及びストレスを助長させ、苦情・相談が今以上に増える可能性が高いと懸念しております。

販売現場の最前線にいる販売代理店としては、クーリングオフの適用は電話勧誘と訪問販売のみを対象とし、店頭へのクーリングオフ制度については、適用を除外すべく、ご検討をお願い申し上げます。

# 目次

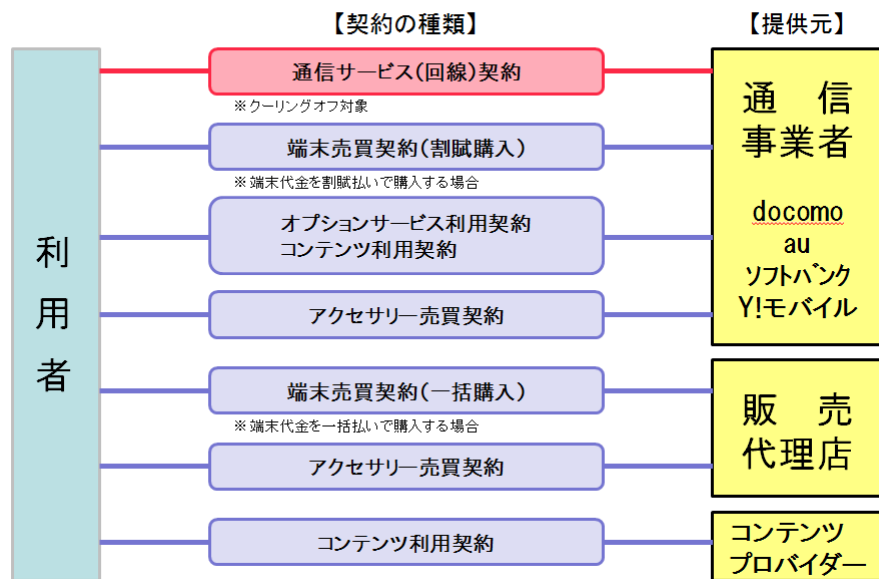
1. 利用者に与える影響
2. 業界に与える影響
3. 利用者・業界に与える影響(まとめ)
4. 制度導入による懸念
5. 業界における苦情を低減するために

# 1. 利用者に与える影響

## ① 利用者の混乱

利用者と契約当事者の契約関係

(図1)



クーリングオフに関する説明事項における複雑性

(図2)

|     | 電気通信サービス   | 端末     | オプションサービス           |
|-----|------------|--------|---------------------|
| 対象  | 新規契約 (MNP) | SIMロック | 電気通信サービスと関連性の高いサービス |
| 対象外 | 機種変更       | SIMフリー | 電気通信サービスと関連性の低いサービス |

クーリングオフ適用時に対象となる役務契約(電気通信サービス)、端末、オプションサービス等の対象の可否が(たとえ、購入時に十分な説明をしたとしても)苦情に繋がる懸念があります。

通信サービスの契約以外にも、複数の契約が存在する(図1)ことに加え、クーリングオフの適用対象範囲の複雑性(図2)により、利用者はさらに混乱することが予想されます。

# 1. 利用者にも与える影響

## ② クーリングオフ導入による苦情件数減少への効果は限定的

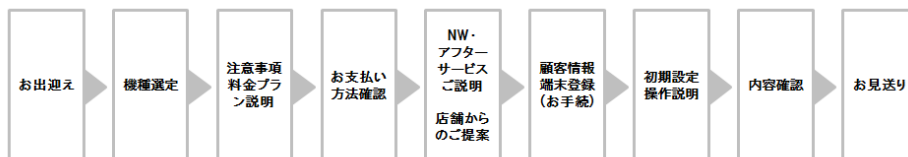
クーリングオフは、商品やサービスの利用開始直後に契約から離脱しやすくすることで消費者を保護するものであります。

|     |              |  |
|-----|--------------|--|
| (a) | 端末の不具合・故障    | 端末に初期不良があった場合は無償で交換できるため、苦情に繋がるのは利用者が一定期間利用後に発生することが一般的であります。                                    |
| (b) | 契約の期間拘束・解除料  | 契約期間満了後やMNPの際に苦情が発生することが多く、利用開始から一定期間が経過していることが一般的であります。   |
| (c) | 料金プラン・追加サービス | 回線契約時に十分ご説明申し上げたとしても、通話料金や追加サービスの利用料金に関する苦情は、請求や料金引き落とし時に発生することが多く、利用開始から一定期間を経過していることが一般的であります。 |

# 1. 利用者を与える影響

## ③ 説明の長時間化

### 店舗での業務フロー(新規販売・機種変更)



10~20分

10~20分

20~30分

15分

15~25分

5~10分

75~120分(待ち時間含まず)

※ 上記時間は目安です。

**上記時間に加え、クーリングオフ制度導入に伴う説明の長時間化が予想されます**

### 店舗での業務フロー(故障対応)



10~40分(バックアップ必要時)

10~20分

30~40分

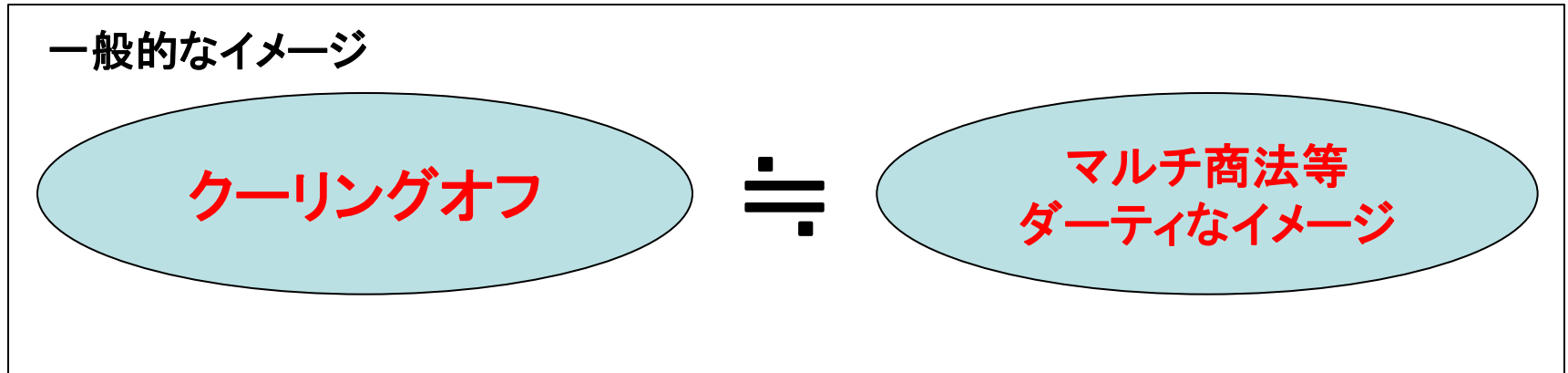
50~100分(待ち時間含まず)

※ 上記時間は目安です。

現在、待ち時間を含まずに、新規購入・機種変更時には75~120分、故障対応時には50~100分の時間を要していますが、クーリングオフ制度の説明が追加されることに伴い、さらに長時間化し、利用者のストレスが拡大し、これら長時間の説明は利用者の理解度を低下させる懸念があります。

## 2. 業界に与える影響 - スタッフ採用にダメージ -

### ① クーリングオフによる業界イメージの悪化



### ② 採用環境の更なる悪化

当業界は、新サービス、新商品、様々なルール等を広範囲に覚えなければならないことに加え、頻繁に変化する販売施策等に対応する必要があり、難しく「キツイ」業界とイメージされています。ここで、クーリングオフの導入による業界そのもののイメージが悪化すると、就職活動で学生が、真っ先に選択（就職）したくない業界となることが危惧されます。



## 2. 業界に与える影響 - 業務負荷の増大と離職率の上昇 -

### ③ 離職率の上昇

全国で10万人を超えると言われる携帯電話販売スタッフは、高度化した携帯電話の説明の難しさや店頭業務の煩雑さにより、業務負荷は増え続けております。クーリングオフが導入されると業務ストレスの増大が予想され、頑張っているスタッフのやる気を削ぐなど、離職率の上昇が懸念されます。

### ④ クーリングオフ導入による業務負荷のさらなる増大

購入意思を持って来店された全ての利用者に対し、クーリングオフの適用範囲・条件等制度に関する様々な事項を網羅的に説明する必要が生じ、説明時間を一層延長して説明責任を全うする義務が生じます。また、クーリングオフを適用する利用者に対しても、実際の手続きだけでなく、対象サービス・使用料金の支払等の説明が必要となり、相当な業務負荷の増大に繋がること懸念されます。

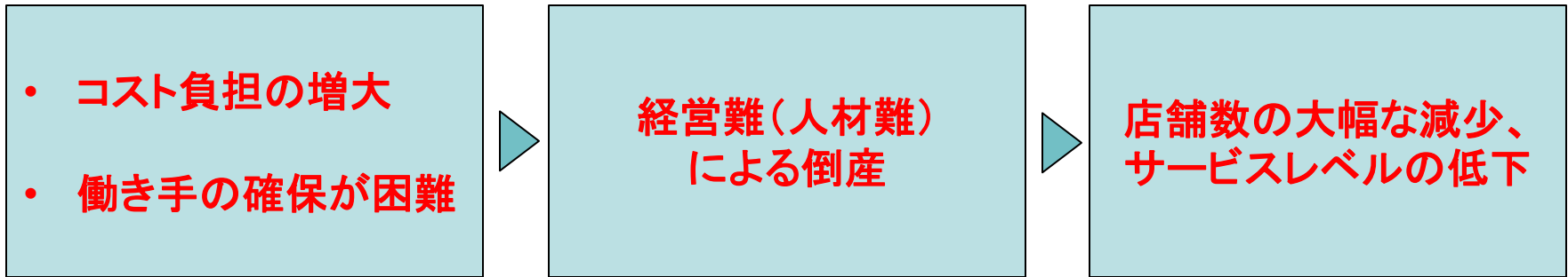
## 2. 業界に与える影響 - コスト負担 -

### ⑤ クーリングオフ導入に伴う運営コスト等の増大

- a. 採用、教育・研修コスト
- b. 説明の長時間化による労務コスト
- c. 返品端末の経済的負担及びクーリングオフのオペレーション・物流コスト等の追加発生

### 3. 利用者・業界に与える影響 - まとめ -

#### 販売インフラの崩壊



- 店頭へのクーリングオフ制度導入は、販売代理店に与える経済的影響や採用難等の従業員確保への悪影響から、特に地域のインフラを担う中小販売代理店の経営を圧迫し、店舗数が減少する等、結果的に**利用者の利便性の著しい低下**が懸念されます。
- 全国で16,000店を超える携帯電話販売店、10万人を超える販売スタッフは、**利用者との接点を担う重要インフラとして、日本の携帯電話の普及を縁の下から支えてきました**が、そのインフラが毀損することは利用者にとってマイナスであります。むしろ、このインフラを活用し、利用者のITリテラシーの向上を図ることが、利用者の利益に繋がると同時に2020年代の「世界最高レベルの情報通信基盤の更なる普及・発展に向けて」に貢献できることを確信しております。

## 4. 制度導入による懸念

### ① 携帯電話の不正契約

犯罪利用・転売を目的とした携帯電話を不正に詐取しようとする犯罪集団が増加するなか、利用者が気付かないうちに犯罪に巻き込まれる事案が増加していますが、店頭では事前の注意喚起を徹底し、犯罪を未然に防いでおります。

#### 《不正契約の具体的事例》

- 悪質な消費者金融業者による与信名目の不正契約
- 携帯電話を契約するだけの簡単なアルバイト
- 免許証等本人確認書類の偽造
- 外国人犯罪組織によるもの

悪徳業者によるクーリングオフ可能という誘い文句に消費者が容易に不正契約に加担してしまう等の犯罪に巻き込まれるケースが増加する懸念があります。

## 4. 制度導入による懸念

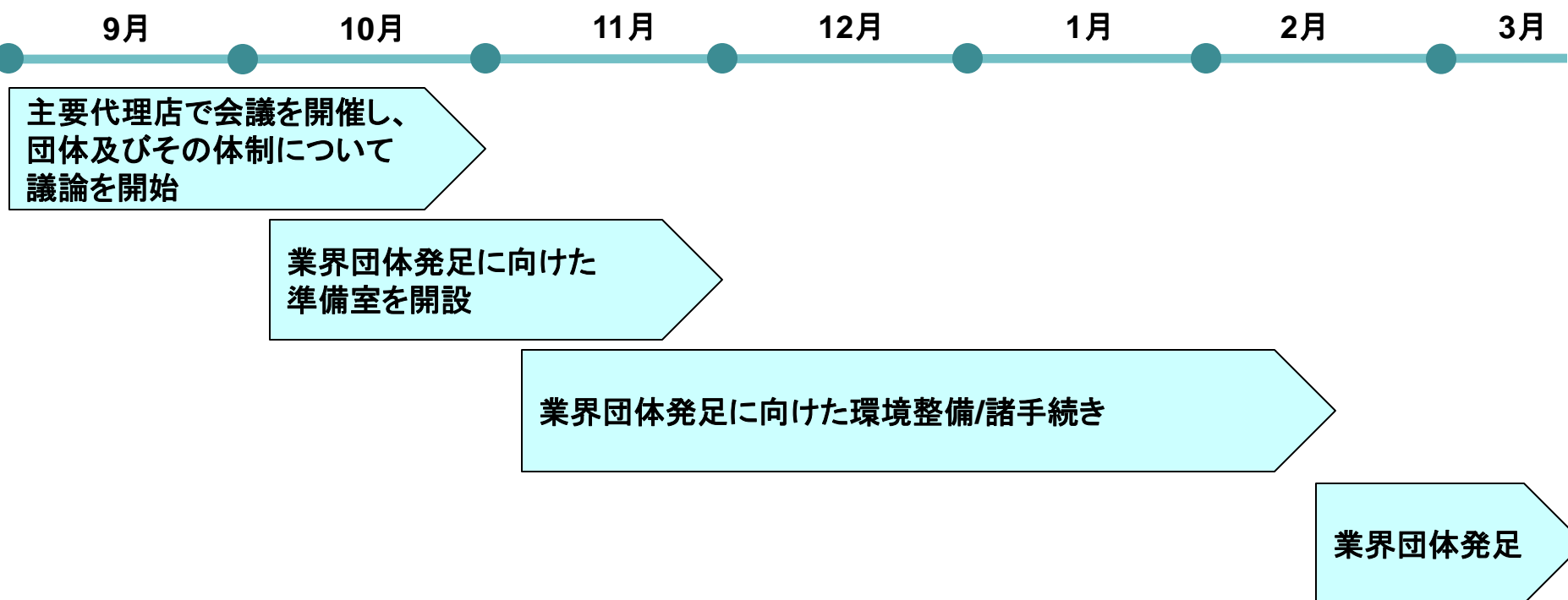
### ② 制度の濫用

最新のスマートフォンを試してみたい利用者が、たとえば複数の事業者から発売されているiPhoneを同時並行で契約し、不要なものをクーリングオフなどの濫用が発生し、これらごく一部の利用者の興味本位の安易な制度の濫用によるコストは、制度を利用しない一般の多数の利用者に転嫁され、不平等性の問題を発生させます。また、インターネットが普及している現状では、SNS等の情報発信を通じ、興味本位の利用者が何等かのトリガーで一気に増える懸念もございます。

## 5. 業界における苦情を低減するために

携帯電話販売店業界において業界団体を発足させ、総務省と通信事業者のご指導のもと、苦情・相談の内容を分析して適切な対応につなげる等、利用者の視点で販売・勧誘の在り方を検討し、苦情・相談件数の低減につなげる活動を実施します。

### ◆業界団体発足のスケジュール



# (参考) ～おもてなし魅力度 No.1～ ドコモショップ

## おもてなし魅力度 No.1



日経リサーチが実施した「日経リサーチアワード2014」における「ニッポンの店大賞2014」で、ドコモショップが「おもてなし魅力度」で1位に輝きました。

# (参考) 総務省北陸総合通信局からの表彰



- ◆ 北陸携帯電話販売店協会は、平成21年に、地域社会に対して携帯電話に関する様々な情報を発信し、また、その適正利用についての啓発活動を行うことによって、地域社会への貢献を果たすことを目的に設立、現在19社が加盟。