

# 全携協の取組紹介と、主要論点に対する全携協の考え

## 消費者保護ルールの検証に関するWG（第2回）

一般社団法人 全国携帯電話販売代理店協会  
National Association of Mobile-phone Distributors

東京都渋谷区恵比寿四丁目4番7号  
第6伊藤ビル3F  
TEL:03-6455-7200 FAX:03-6455-7270

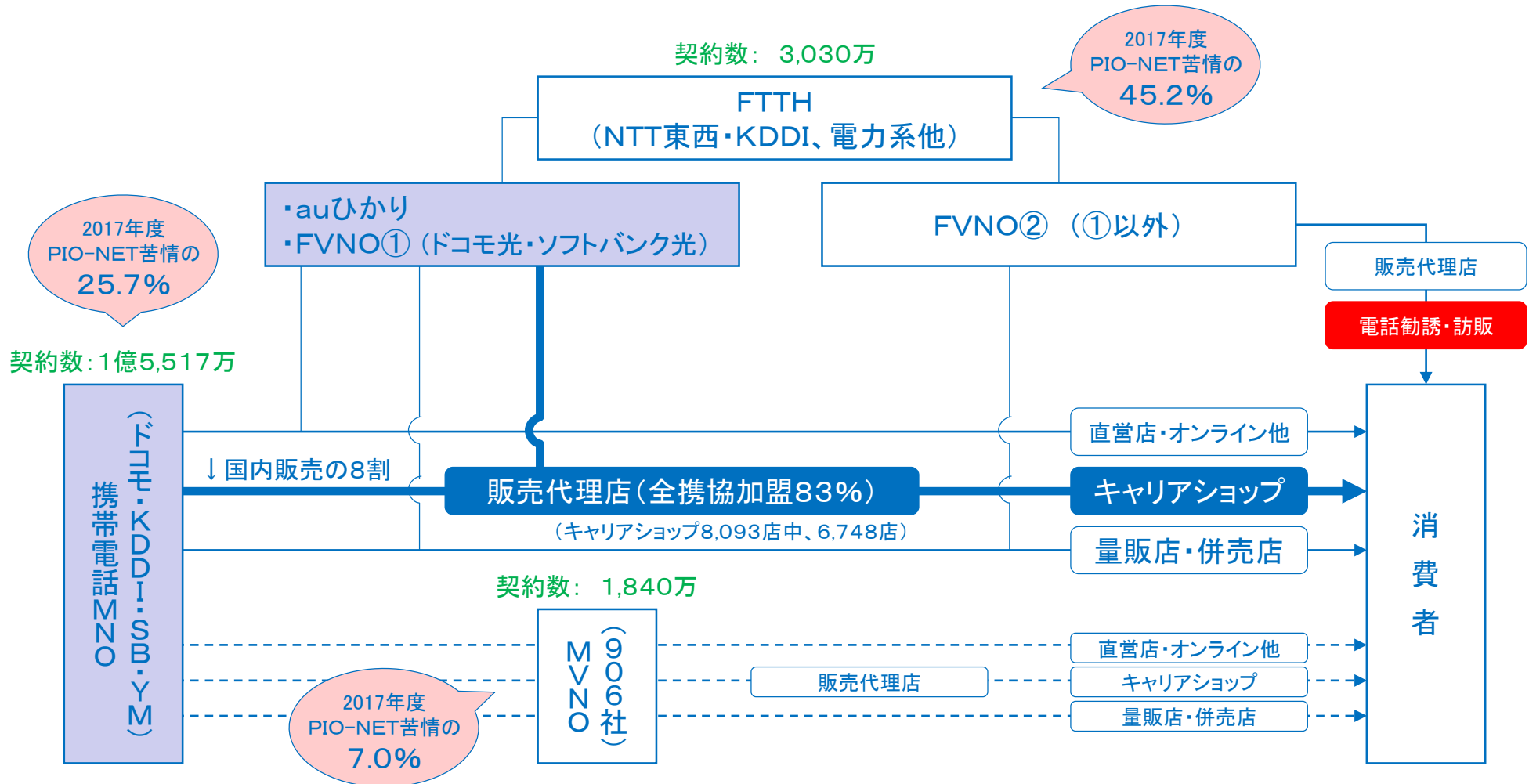
理事 大谷 信雄（株式会社富士通パーソナルズ 取締役常任顧問）

# 1. 全携協の取組紹介

---

# 全携協の位置づけ

・PIO-NETのデータは第1回WG・資料2-1、P8。  
 (FTTHの45.2%とはFTTH35.6%、分離型ISP等8.3%、CATVインターネットサービス1.3%。)



全携協はMNOのキャリアショップ運営代理店の集まりで、現在加盟率83%。  
 (量販店、MVNO、FVNOの電話勧誘・訪問販売の代理店は含まず。)

# 全携協の活動の重点

## [苦情の縮減]

～ 活動の基本 ～

年**3万5千件**の苦情収集

年**1万1千件**の現場の改善提案

販売代理店横断の**苦情縮減店長会議**

**キャリアとの対策会議**(月1回)

## [消費者保護啓発活動]

### **あんしんショップ認定制度**

会員向け全国セミナー(年3回)

地域セミナー(全国9箇所・年1回)

全国の消費者支援連絡会

## [社会的問題への貢献]

### **eネットキャラバン活動**

高齢者向けスマホ教室の開催

青少年向けフィルタリングの徹底

不正契約の防止

## [ESと定着率の向上]

全国での新人スタッフ向け研修

全国での教育担当者向け研修

各キャリアとのES向上施策の検討

# 苦情の縮減活動

各キャリアとの毎月の  
苦情対策会議  
(2015年8月～2018年3月)

docomo 22回  
KDDI 24回  
SoftBank 24回

## 改善提案

キャリアと定期的に縮減対策  
会議を実施。(2015年8月～)

## 収集

約3千店舗から、苦情と  
改善提案を毎日回収。



PDCAを毎月1回転!

## 対策会議

代理店横断の「店長会議」で  
対策を議論。(2015年8月～)

全携協からの改善提案  
(2015年8月～2018年3月)  
3キャリア合計 1,205件

キャリアからの回答入手  
(2015年8月～2018年3月)  
3キャリア合計 1,119件

## 分析

- ・定量データでの傾向分析。
- ・定性データでの内容分析。

# 2017年度のキャリアに対する改善提案事例

ド  
コ  
モ

お客様説明ツールの  
店頭での活用徹底に  
向けた改善。

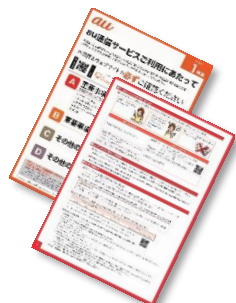


FTTHの苦情縮減に  
向けて、ドコモ光サー  
ビスセンターと意見  
交換を実施。



K  
D  
D  
I

従来細かい文字が  
多かった複数のツ  
ールを、イラストを  
活用した冊子に集  
約。



機種変更等の下取りの際  
AppleCare+に加入され  
ている場合は解約を促  
す注意喚起が表示。



ソ  
フ  
ト  
バ  
ン  
ク

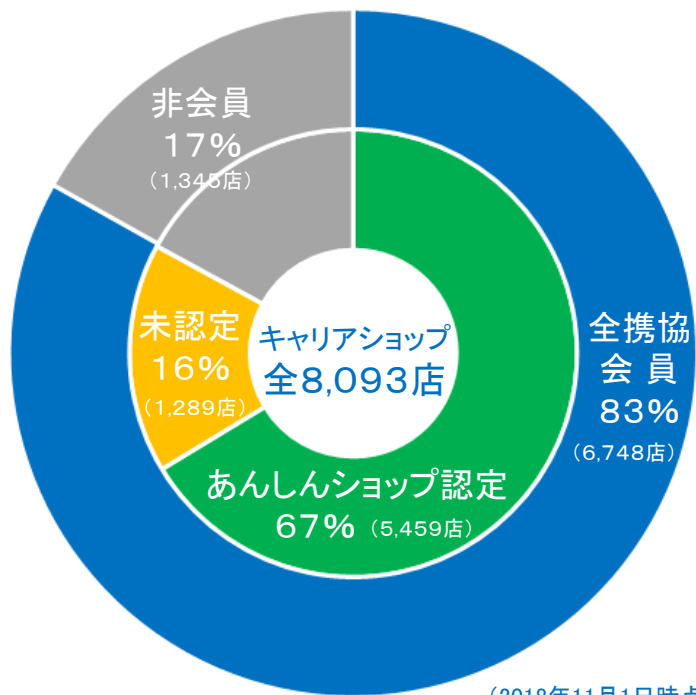
お客様の利用  
シーンに応じた  
月間通信量の  
目安を算出。



料金シミュレー  
ターをお客様目線  
でわかりやすく  
図示。



# あんしんショップ認定制度

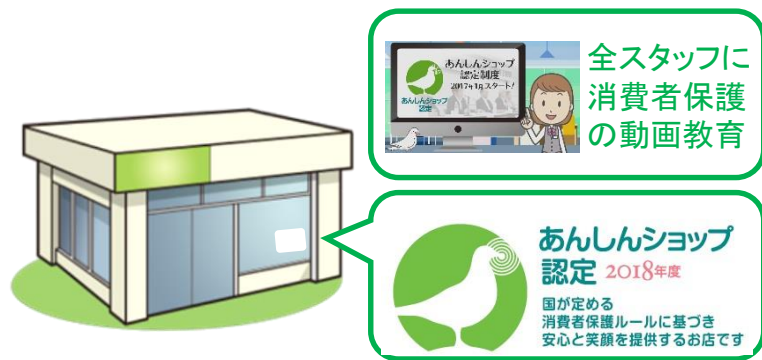


あんしんショップ認定協議会（全携協内に設置） ※敬称略

会長	澁谷 年史	（全携協会長）
副会長	有木 節二	（TCA専務理事）
副会長	前田 博史	（全携協副会長）

<審査委員会>

委員長	新美 育文	（明治大学法学部教授）
委員	北 俊一	（野村総合研究所パートナー）
委員	長田 三紀	（全国地域婦人団体連絡協議会 事務局長）
委員	澁谷 年史	
委員	有木 節二	
オブザーバー	梅村 研	（総務省消費者行政第一課長）
オブザーバー	中溝 和孝	（総務省消費者行政第二課長）
オブザーバー	蒲 俊郎	（桐蔭法科大学院長・教授）



ソフトバンク練馬



auショップ新宿西口

# e ネットキャラバン

全携協では、会員各社の協力の下、一般財団法人マルチメディア振興センターの「eネットキャラバン(※)」活動に参画しており、**全国47都道府県の小中高等学校の児童生徒**および**保護者**向けに講師の派遣を行っています。

※ 総務省・文科省と連携したインターネットの安心・安全利用に向けた啓発活動。



**約1,564名**の認定講師

(2018年11月1日時点)

**e ネットキャラバン**  
全携協会員の講座実施数

82回

2016年度

295回

2017年度

e ネットキャラバン  
全体1,477件の  
**31%!**

2年で**10倍!**

800回超

下半期  
(予定)

上半期  
(454回)

2018年度





# 総務大臣表彰

2018年6月1日、総務省主催「平成30年度 電波の日・情報通信月間記念中央式典」にて、総務大臣表彰を受賞。



## 2. 主要論点(※)に対する全携協の考え

---

※ 第1回WG 資料2-3 「主要論点(案)」

# 論点(1) 携帯電話の契約時の説明の在り方及び手続時間等の長さへの対応 ①

## ◆ 待ち時間について (全携協内でアンケートを実施。2018年10月調査、有効回答数688店舗。)

「来店予約」を徹底することが、待ち時間削減の一番大きなポイント。

### 予約なしの取組事例

- ・ スタッフによるこまめな声掛け。(待ち時間状況をお伝えする。)
- ・ 来店時の待ち時間の見える化。
- ・ 待ち時間のストレスを軽減する工夫。(フリードリンク、雑誌、タブレット動画視聴・ゲーム等)
- ・ 近隣店の割引クーポン配布。

### 改善提案

- ① 各キャリアの「来店予約(電話・HP)」制度の周知活動。
- ② 予約枠の拡大。(現在20%程度 → 80%など、予約客をメインに)
- ③ 予約なしで来店された場合(緊急以外)はその場で時間予約。
- ④ 料金収納や簡易業務の機械化。



## 論点(1) 携帯電話の契約時の説明の在り方及び手続時間等の長さへの対応 ②

### ◆ 手続き時間について (全携協内でアンケートを実施。2018年10月調査、有効回答数688店舗。)

利用期間総額や家族単位で考えると携帯電話は高額<sup>(※)</sup>な契約。

「短い時間」よりも、「お客様の納得感・満足感」が大事

また、各種設定作業やキャリア商材以外の相談(LINE等)も受けている。

#### 現在の取組事例

- ・ 待ち時間の活用。(事前説明、バックアップ作業、カウンターで質問したい内容を書き出して貰う等。)
- ・ 複数のスタッフによる作業の分業化。
- ・ お客様の許可を得て、話しながらも手を動かす…。

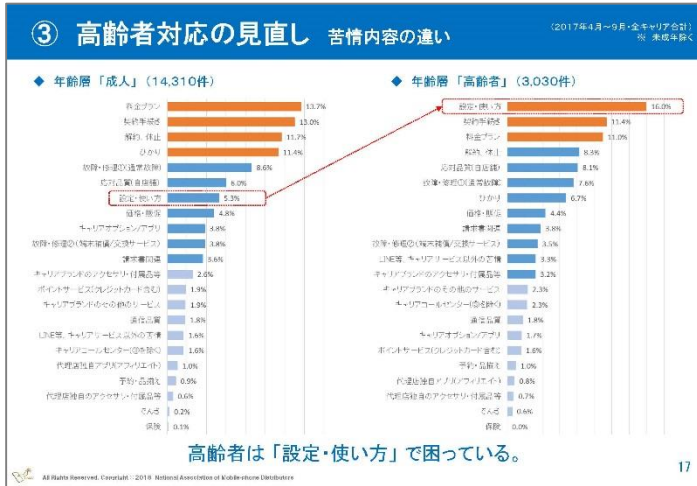
#### 改善提案

- ① ハイリテラシー層の説明省略の工夫。(それ以外の方には適合性の原則に則った説明。)
- ② よりわかりやすい料金プランの導入。(キャリアと連携。)
- ③ お客様の利用実態・生活スタイルにあわせ、提案の絞り込み。
- ④ 設定等、手続きの一部有料化の検討。あるいは設定作業専門要員の設置。
- ⑤ 法26条(説明義務)の効率化は各キャリアと検討中。

※ 「情報通信白書(平成30年版)」によれば2017年は122,207円(うち移動電話通信用料100,250円、固定電話通信用料21,957円)、消費支出に占める割合4.18%。

# 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ①

## ◆ モニタリング定期会合での全携協発表資料より抜粋 (第4回・2018年2月16日)



### 高齢者向けスマホ教室や、初期設定のご支援

どのタイミングでどのようなアプローチが一番効果があるかは、妙案がなく、模索中...

**購入前**

- ・ 実機、カタログ
- ・ スマホ教室

**購入時**

- ・ カウンターでの初期設定支援

**購入後**

- ・ スマホ教室
- ・ 電話サポート

高齢者の方もホントはみんな使いたい!

AppleID, Googleアカウント キヤリアルの設定。 “初期設定”もいろいろ...

メールの設定、LINEの設定、アプリの設定。

ガラケーでも使ってた電話、メール、ネットの使い方が変わった。

Wi-Fiの設定、Bluetoothの設定、ペアリングって何?

販売代理店の自主的な取り組みである「スマホ教室」や「初期設定ご支援」の重要性の高まり (消費者間の“情報格差”解消は一日にしてならず。関係団体が連携して取り組むべき課題。)

### 各社のスマホ・アフターフォローの対応状況

**ドコモ**

2018年1月より、スマホ教室活性化(無料)

- ① シニアを対象にスマホ購入前後にカリキュラムの提供
- ② 開催回数の増加
- ③ 講師向けの研修プログラムの提供
- ④ お客様認知向上に向けたプロモーション強化

**KDDI**

「auスマートサポート」

- ① auスマートサポートセンター(電話サポート) スマホレッスン(電話で操作説明) 3ヵ月セット3,000円、4ヵ月目以降380円/月 (au契約10年以上以上の方はお入会費3,000円が無料)
- ② スマホ訪問サポート(60分8,500円〜)

**ソフトバンク**

「スマホアドバイザー(無料)」制度

- ① ソフトバンク社から各店へ派遣 (2017年2月時点、約600名・全国約550店)
- ② スマホ教室、操作案内、アプリ・サービス案内

### 将来に向けての改善提案 高齢者保護の強化

喜んで購入された後も「やっぱり難しい」「実機と反対された」という商品依頼が...

**現行運用**

65歳

高齢者対応

通常対応

お客様のリテラシーを判断する方法がない。(全てのお客様に全説明。)

**案**

高齢者対応①

高齢者対応②

通常対応

説明書の簡易表によるリテラシーの程度に応じた対応の実現。

契約意思確認方法(uu)を強化。

高齢者用の説明ツールを使用。

間診票(適合性の原則に合致した口頭説明の省略)導入と同時に検討予定。

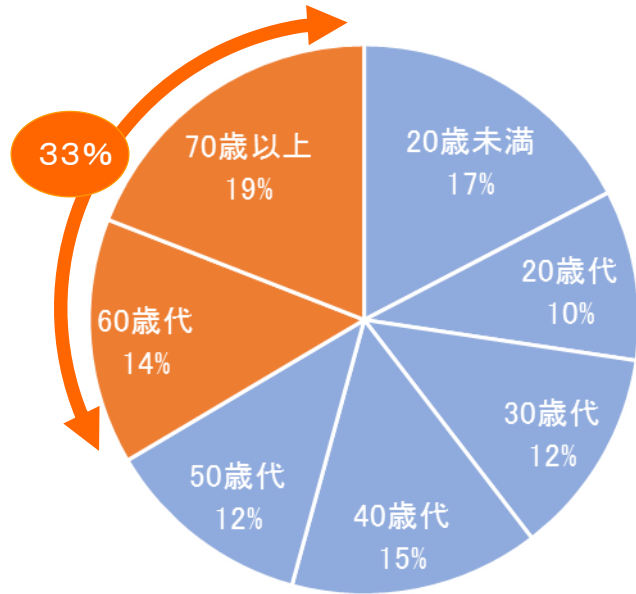
全携協は高齢者がスマホ・タブレットの「設定・使い方」で困られている点を訴えて参りました。



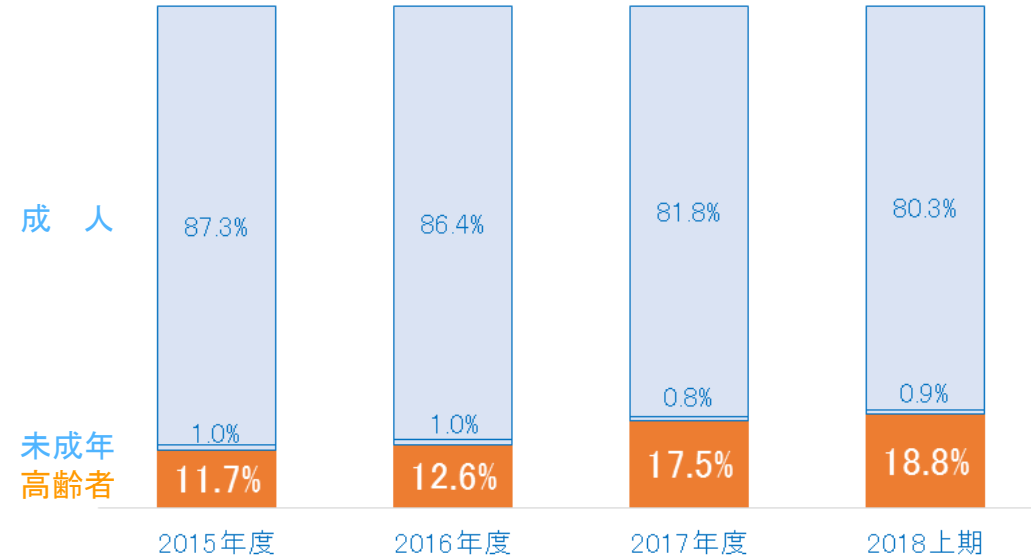
## 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ②

注) 全携協では個人情報を収集しておりませんので、65歳以上を高齢者と定義しつつ、実年齢に拘らず高齢者、未成年として特別に配慮した対応が必要と感じたお客様をカウントしています。

出典：日本の年齢別人口(国勢調査、2016年3月1日時点)



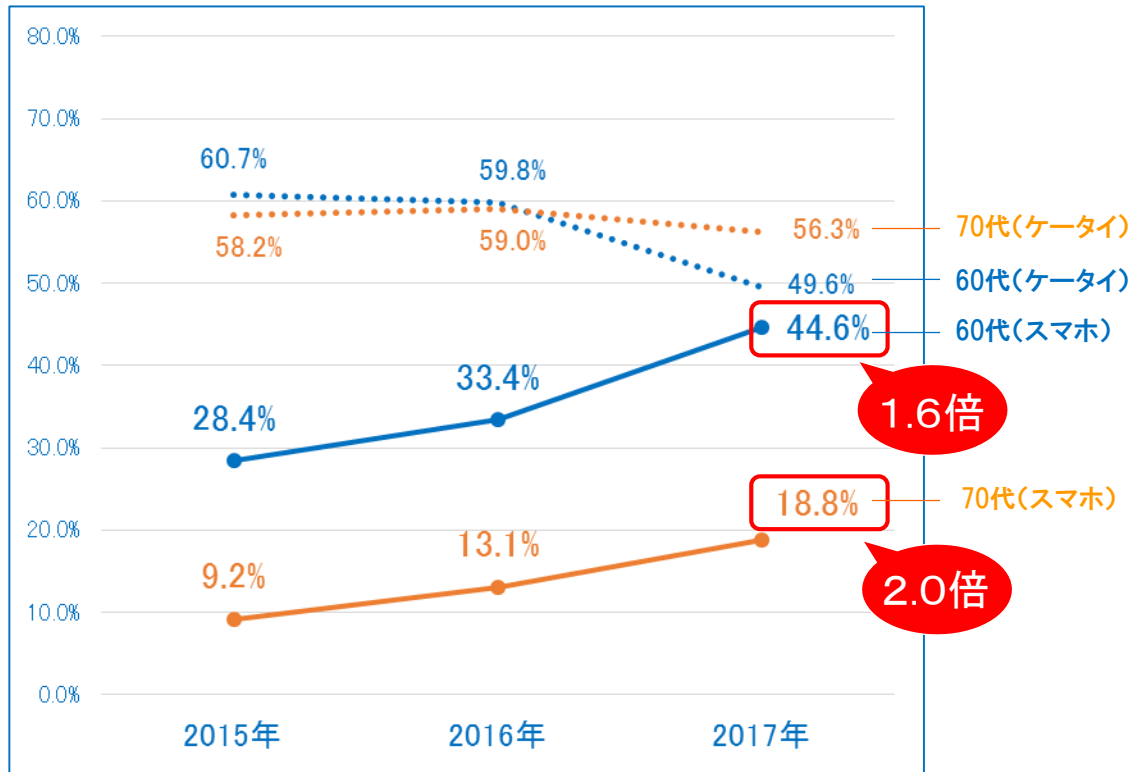
出典：全携協苦情データベース



高齢者の苦情は、近年なぜ増え始めているのか？

# 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ③

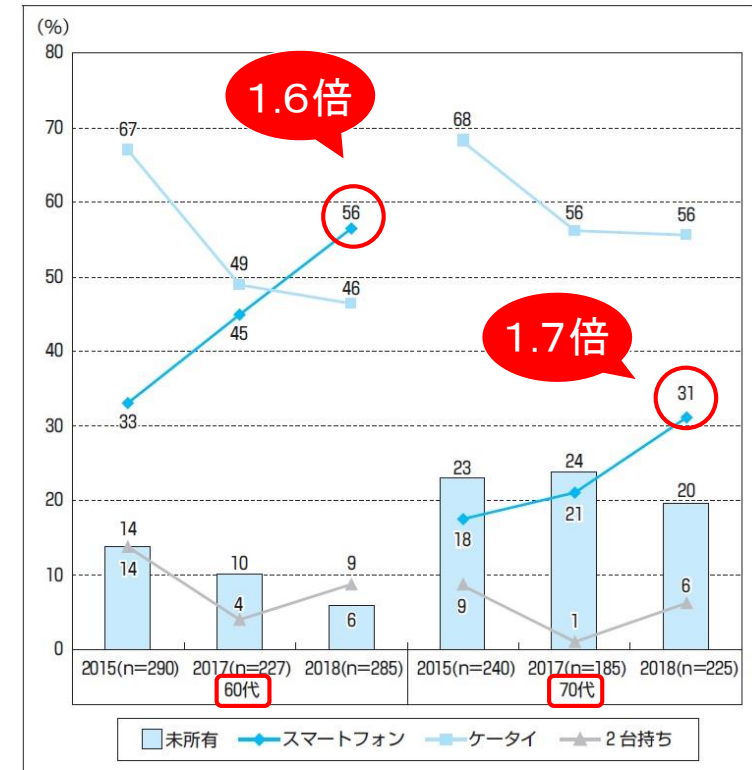
出典：総務省「通信利用動向調査」(各年)より作成



出典：「スマホ・ケータイ利用トレンド2018-2019」(モバイル社会研究所)

資料5-4 スマホ・ケータイ所有 年代別経年推移 (SA)

- 60代は2018年に初めてスマートフォンがケータイを上回り、5割を超えた。
- 70代もスマートフォンの所有率がこの1年で10ポイント増え、3割を超える。その一方、ケータイの所有率は、ほぼ変わらない。



出所：2015年シニアの生活実態調査, 2017年-2018年一般向けモバイル動向調査 (訪問留置)

高齢者へのスマホ普及が始まっている。(直近3、4年で2倍程度)

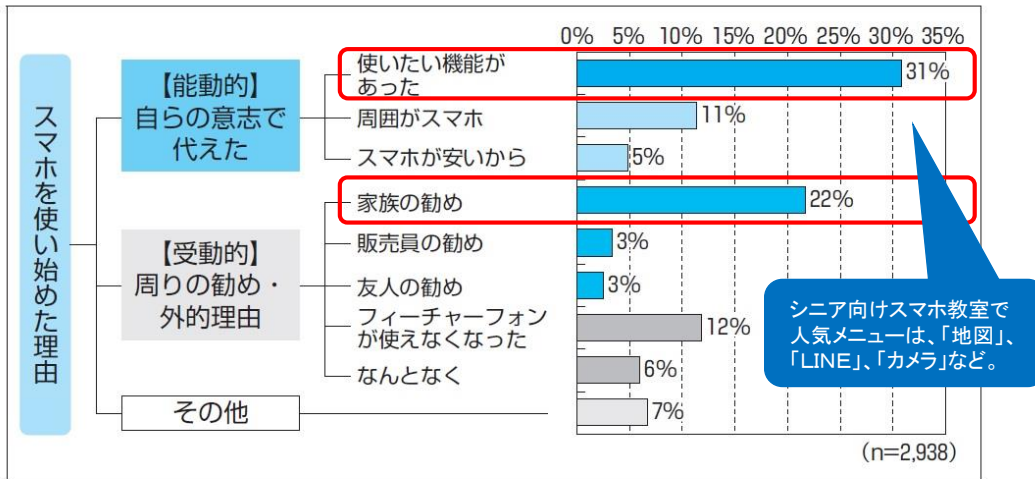
# 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ④

「2017年シニアのスマホ利活用調査」  
 ・2017年3月調査  
 ・60歳から79歳の全国男女。(スマホ保有者)

出典：「スマホ・ケータイ利用トレンド2018-2019」(モバイル社会研究所)

## 資料5-5 スマートフォンを使い始めた理由 最も重視した理由(SA)

- 最も多い理由は「使いたい機能があった」、次いで「家族の勧め」「ケータイが使えなくなった」と続いた。
- 「能動的」「受動的」に大別すると、大よそ半数に分かれた。



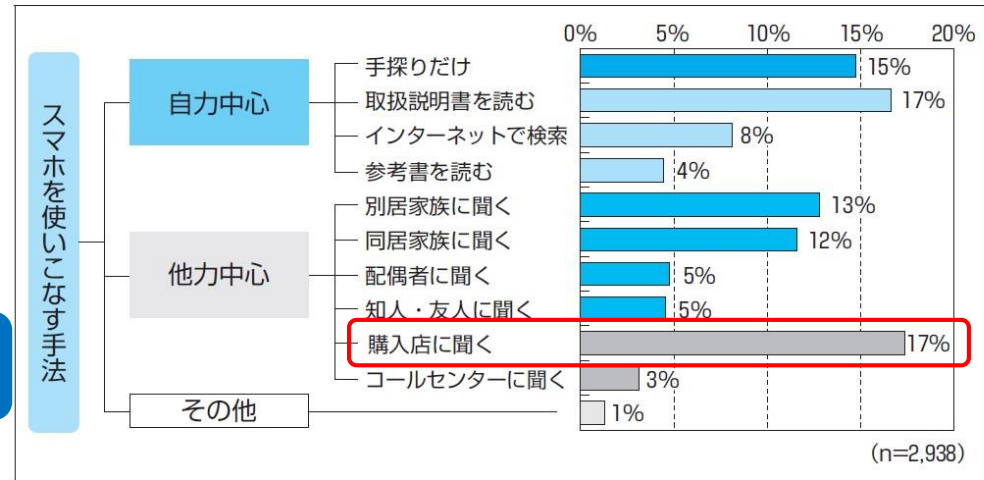
出所：2017年シニアのスマホ利活用調査

高齢者はスマホを使いたいと思っている。



## 資料5-7 スマートフォンを使いこなす手法 最も重視した手法(SA)

- 「取扱説明書を読む」「購入店に聞く」「手探りだけ」が上位。
- 「自力中心」「他力中心」に大別すると、大よそ半数に分かれる。



出所：2017年シニアのスマホ利活用調査

「難しいからあきらめる」のではなく、使えるようにするためには...



高齢者にスマホが普及するまでの間、店舗での初期設定や使い方説明が求められている。  
 (引き続き、各キャリアと連携して初期設定のご支援やスマホ教室を推進します。)



# 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ⑤

◆ モニタリング定期会合での全携協発表資料より抜粋 (第4回・2018年2月16日)

## 将来に向けての改善提案 高齢者保護の強化

全携協は2017年6月のモニタリング定期会合(第3回)から、65歳以上の中でも更に一定年齢以上の方には、損保業界のような「契約意思確認強化」の提案を行ってきました。

喜んで購入された後も「やっぱり難しい」「家族に反対された」という返品依頼が…。

専用ツールで更に丁寧に説明。ただ、説明をご理解いただけただろうかは **各店の判断**。

65歳

お客様のリテラシーを判断する方法がない。(全てのお客様に全説明。)

現行運用

高齢者対応

通常対応

案

●●歳

高齢者対応②

●●歳

高齢者対応①

通常対応

契約意思確認方法(\*)を強化。

高齢者用の説明ツールを使用。

説明前の問診票によるリテラシーの程度に応じた対応の実現。

問診票(適合性の原則に合致した口頭説明の省略)導入と同時に検討予定。

## 論点(2) 高齢者のトラブルへの対応 ⑥

### ◆ TCA発表資料 (モニタリング定期会合第5回・2018年6月28日)

### ◆ 全携協内にアンケートした結果 (2018年10月調査、688店舗)

#### MNO3社の高齢者へのさらなる取組

TCA

- 現在、MNO3社で自主基準を定め、65歳以上のお客様に丁寧な対応を行うこととし、端末操作を含めて、不明点はないか等の追加確認を専用資料で実施している
- 今後、自主基準を改定し、80歳以上のお客様に対し、より丁寧な対応を行うこととして、MNO3社で以下の実施を検討する

#### ご家族への 電話確認

ご高齢者がお一人で来店された場合、  
契約前に、店頭からご家族に確認の電話を入れる対応を行う

※ お客様がご希望されない場合等は除く

#### 同伴来店 の推奨

ご高齢者には、できる限りお一人での来店ではなく、ご家族等との  
同伴での来店を推奨する周知活動を実施する

#### お客様の声

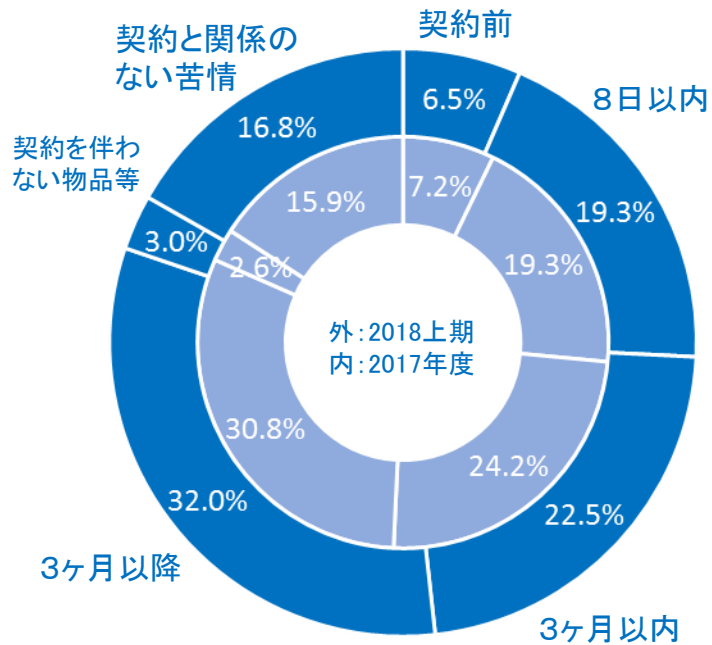
- ・ 親切だとお褒めの言葉がありました。
- ・ 今はそこまでやっているんだね、という反応。
- ・ 本人は嫌がっていたが、ご家族にはご安心いただけた。
- ・ 未成年のように一人で契約できないことに不満。
- ・ なぜ家族の承認が必要なのか。バカにしてるのか。

#### 店頭スタッフの声

- 全体的に、すんなり受け入れてくれるお客様が多い傾向。
- TVCM等で広く周知してほしい。(HPは見ない。)
- ・ 家族に連絡がつかない。配偶者も高齢が多い。
- 苦情や後日キャンセル(返品)が減るので、続けてほしい。
- ・ 家族に確認できると安心して登録作業ができる。
- ・ もっと年齢を下げてもいいと思う。

18年8月1日から全キャリアで実現！ 今後もキャリアと共に、より良い制度に改善していきます。

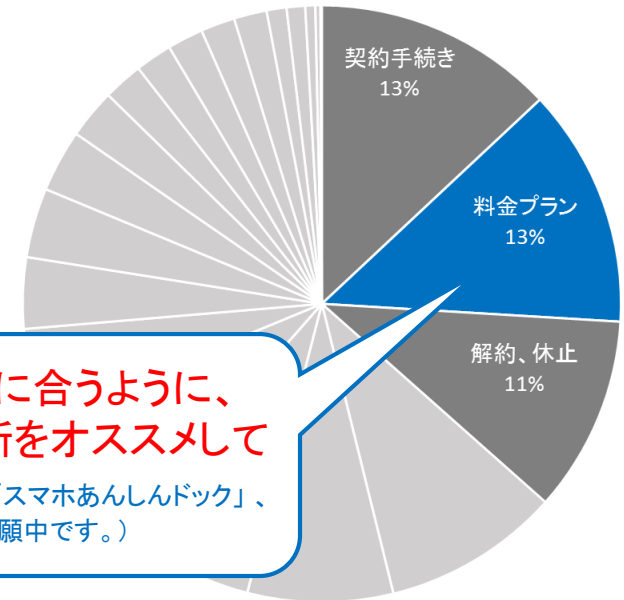
### 苦情の発生時期



### 苦情内容(2017年度)



**お客様の利用実態に合うように、定期的なプラン診断をオススメしていきます。**(全携協では「スマホあんしんどック」、「スマホ健診」の商標登録を出願中です。)



今後の活動については、各キャリアと相談・連携して進めて参ります。

論点(4) 不適切な営業を行う販売代理店等への対策<sup>(※)</sup>

論点(5) 広告表示の在り方

→ 「あんしんショップ」の加入促進に努め、適切な営業および広告表示の啓発に努めます。

※ 独占禁止法第8条(事業者団体の禁止行為)に抵触する虞があるため、全携協は価格の妥当性等については意見を述べる立場にありません。

論点(6) 一定規模以下の法人契約者の保護

→ 店頭で説明の要否判断を適切に行えるよう、明確な基準づくりをお願いいたします。

# 論点(7) その他の検討事項 (青少年保護について)

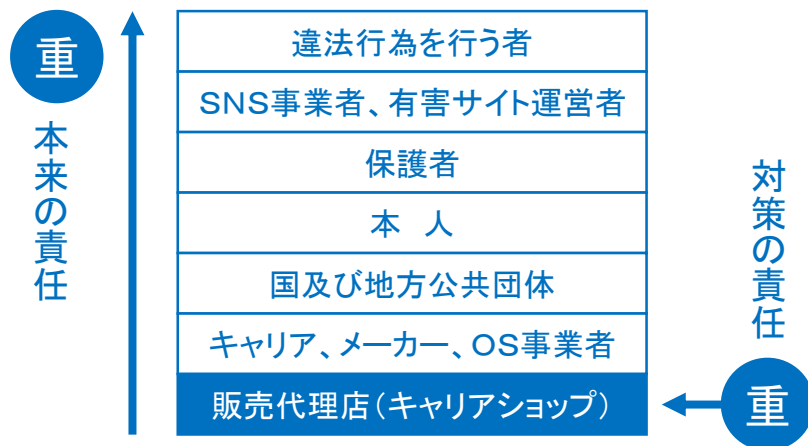
## 1) 青少年インターネット環境整備法改正(2018年2月1日)への対応

- 13条 **青少年確認義務** ※新規、名義変更、機変
- 14条 説明義務
- 16条 フィルタリング有効化措置義務

各キャリアと専用ツールを作成し、

使用者確認実施率 2016年度**57%** → 2017年度**90%**まで向上。  
(総務省覆面調査) 引き続き100%を目指します。

## 2) 更なる青少年保護に向けて、全携協の懸念



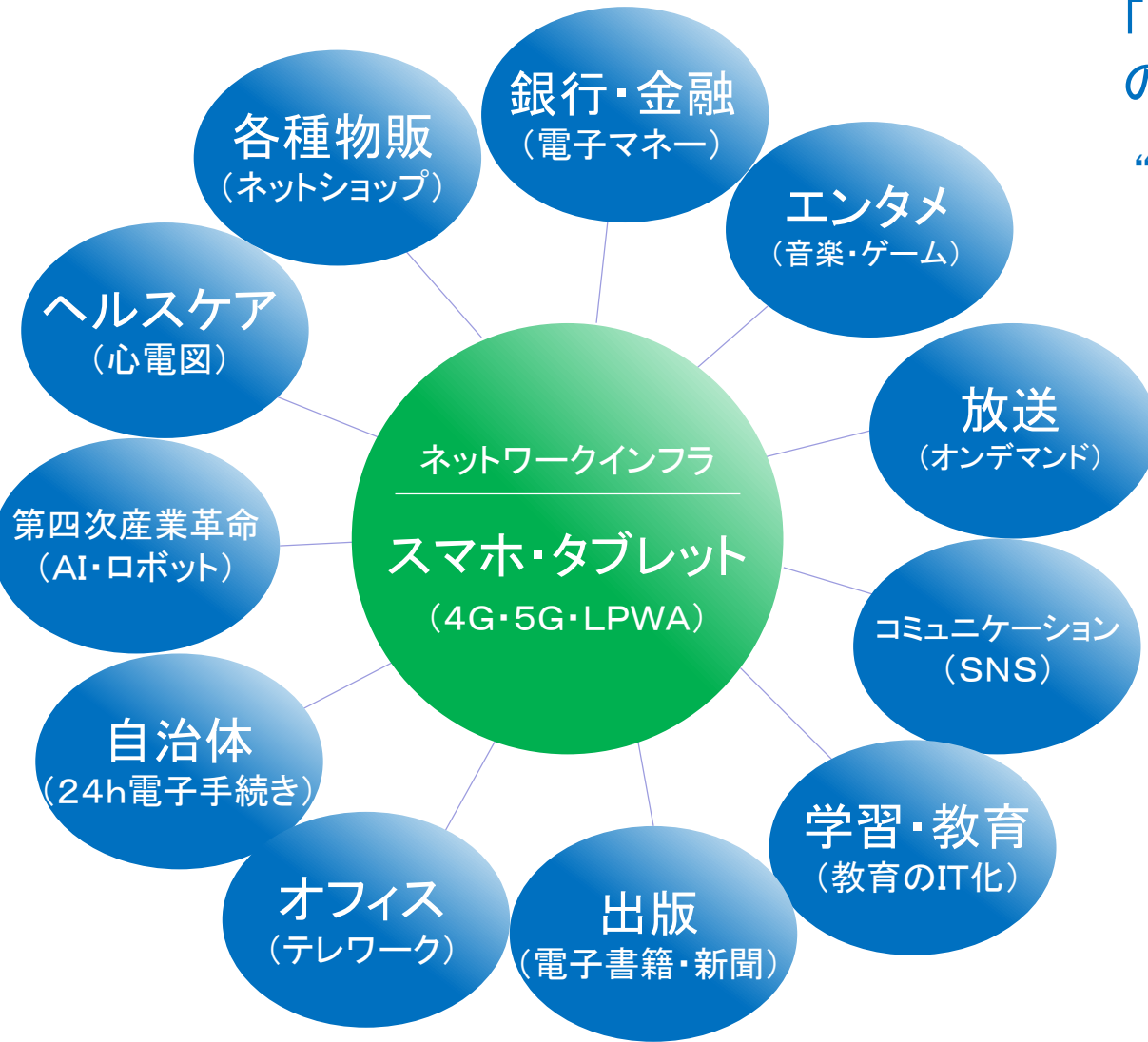
[懸念①] 店頭での説明率が高いのに、利用率が44%なのは、保護者側の意識の問題にも一因があるのではないかと？

[懸念②] フィルタリング以外の取組状況が見えない。

例) フィルタリングを使っている保護者が必要と考える取組(内閣府調査)  
「有害サイトへの規制の強化(65.5%)」、「家庭における取組の支援(54.7%)」、  
「学校における情報モラル教育の充実(51.9%)」、「安全な機能を業者が保護者に説明(43.6%)」、「保護者会等で保護者に対し啓発充実(33.3%)」、等。

[懸念③] キャリアショップでは青少年確認、説明、設定作業で15~30分の無償作業になっている。

店頭でのフィルタリング訴求だけでなく、左図のとおり、全方位での取組が必要な社会的課題だと思います。



「ネットワークインフラとしてのスマホ」  
の社会的役割拡大と、責任の増大。

“様々な事業者の参入と、販路の多様化”

- (1) SNSやOTT(※)事業者をはじめとする  
様々なサービス事業者の参入  
⇒ 消費者およびショップに対する責任体制の  
構築(苦情相談窓口の設置等)が必要。
- (2) 販路の多様化  
(オンライン販売、中古、MVNO、eSIM等)  
⇒ 消費者保護ルールの徹底が必要。
  - ・ 携帯電話不正利用防止法で定められる  
本人性確認方法の遵守
  - ・ フィルタリング有効化措置の徹底
  - ・ 電気通信事業法第26条・説明義務の  
遵守(今やオンライン販売を利用する  
のはハイリテラシー層だけではない。)