

モバイルサービスの提供条件・端末に関する フォローアップ会合（第1回）

全携協／プレゼンテーション資料

2016.10.13



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

1. 全携協の取り組み



2014年12月の設立以来、消費者苦情の縮減とスタッフのES向上を目的とした活動を推進。

消費者苦情の縮減

- ① 全携協加盟ショップ3,700店舗で収集した苦情に基づき、縮減対策を検討・実施。
… 苦情収集件数：**62,024**件（2015.3～2016.8累計）
- ② ショップスタッフから寄せられた改善提案に基づき、キャリアへの提言を行い逐次改善が進行。
… 提案件数：**15,688**件（同上）
- ③ 全携協セミナーの開催（四半期毎）により会員向けに消費者保護マインドを醸成。
- ④ 全国消費者支援連絡会への出席により、各地の総合通信局、消費生活センターの相談員の方々と交流。

ES向上

ショップスタッフの定着率向上のための「定着率向上委員会」を設置、各種施策を検討・実施。

リテラシー向上

e-ネットキャラバンへの積極的な参画（講師養成、全国小中学校への講師派遣）による青少年のインターネット利用環境の整備。

2. あんしんショップ認定制度について



消費者苦情の縮減を目的に「消費者保護と各種法令遵守」とのスローガンのもと、業界あげての自主取り組みとして「あんしんショップ認定制度」の運用を開始。

キャリアショップ掲示イメージ



認定基準

1. 全携協会員（正会員、準会員）が運営するショップであること
2. 関係法令、ガイドライン、自主規制等を遵守すること
3. 消費者保護の精神を堅持し、業界の健全な発展に寄与すること
4. 携帯電話の犯罪利用等、不正利用防止に努めること
5. フィルタリングの徹底等、青少年の健全なインターネット利用環境に寄与すること
6. 顧客重視の姿勢を維持し、丁寧な対応に努めること
7. スマホ教室の開催やe-ネットキャラバンへの積極的な参加等を通じ地域との共生に努めること
8. 健全な業務運営を行い、明るい職場環境の提供に努めること
9. あんしんショップとして更なる向上を目指し、研修等に積極的に参加するなど、研鑽に励むこと

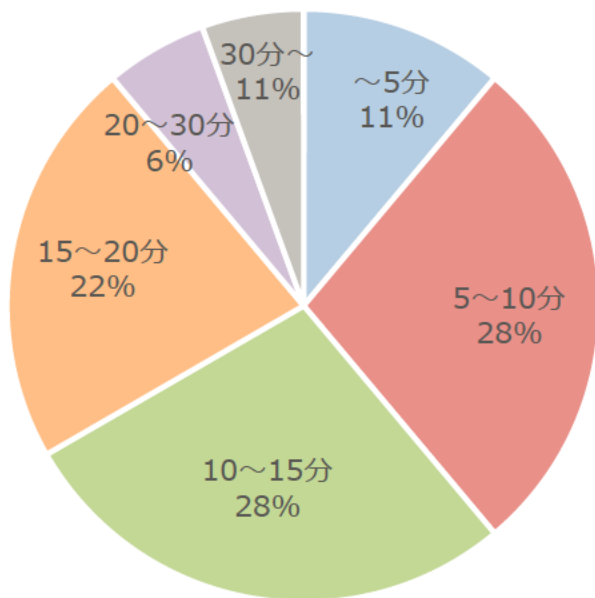
3.改正電気通信事業法施行の影響



初期契約解除制度や確認措置等、説明事項の増に伴い接客時間がさらに長時間化。

お客様一人当たりの説明時間の増

(n=18 すべてドコモショップ)



「10~20分延びた」とする店舗が全体の50%を占める

改正後良かった点・悪かった点

①代理店の説明意識→向上

説明義務をしっかり果たそうという代理店の意識・熱意が一層高まっている。

②説明の時間→長時間化

改正関連の説明が増え、契約プラン等の説明にスムーズに入れない。

③書面の交付→増加

紙帳票の場合、一人10~20枚にもなり、家族が揃うとその数倍となる。要点を1~2枚にまとめるなど、システム上の工夫が必要。また電子書面での案内も工夫を行う必要がある。

④スタッフ負担→増大

店頭オペレーションが複雑化し、負担が大きくなっている。

⑤お客様への影響→心配

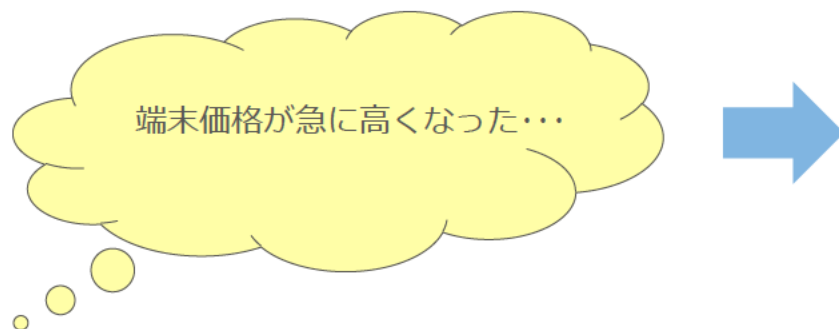
接客の長時間化により、説明を聞くことへの注意力が低下。また、一人あたりの対応時間が延びることにより、待ち時間のさらなる増加にもつながっている。

消費者保護を謳った改正法の精神は尊重しつつ、店頭でのオペレーション円滑化を推進する必要がある。今後さらに各キャリアや関係諸団体との協議を進め、お客様のご負担・ご不満の軽減となる施策を検討することとしたい。

4.ガイドライン後の影響



お客様の声



販売台数の減少 (2016年4~6月 **前年比実績**)

	総販	(新規)
A社	94.0%	(85.0%)
B社	96.2%	(73.8%)

①過度なキャッシュバックは無くなり市場は健全化→○

各種ガイドラインを受け、販売現場では極端な販売合戦、例えば過度なキャッシュバック、値引きなどはなくなったと実感。

②キャリア各社から新料金の選択肢拡大→○

低利用ユーザー向けの1Gプラン、高利用ユーザー向けの20Gプラン等がリリースされ、お客様の選択肢が増え、幅広いユーザー対応が可能になった。

③キャリア料金プランのシンプル化→△

従来からのプランもあり、やや輻輳をきたしている状況も見受けられることから、選択肢の幅を狭めることなく、若干の整理・統合をお願いしたい。

④販売環境の不振→×

総販売台数の減少を実感している。特に新規の落ち込みが顕著であり、マーケットの拡大が一時停止している状況にある。

5. 全携協の要望



マーケット拡大に向けた3つの競争

- ① 端末価格競争
- ② 料金サービス競争
- ③ サービス競争



現状、お客様の需要（特に新規需要）を引き出す
端末価格競争が消滅しつつある。

① マーケットの拡大に向けた取り組み強化

過度なキャッシュバックの抑制は賛成。しかし規制が行き過ぎると、**端末販売が停滞**。
その結果、本来、マーケット拡大に必要な端末競争が阻害される。マーケット拡大要素のひとつとして、健全なMNPもあってよいのではないか。

② 型落ち端末（売れ残り）の処置

代理店は、常に**在庫リスク（不良在庫化への懸念）**を持っている。
型落ち端末について、一般の小売業界と同様、販売活動を工夫できるようご配慮をお願いしたい。

③ ショップのオペレーション環境改善

ショップスタッフおよびお客様の負担軽減となるよう、様々な角度からご検討をお願いしたい。
(例：**リテラシー度合いに応じた高齢者への柔軟な対応**、等)。



マーケットのさらなる拡大が、日本のICT基盤を磐石なものとし、世界最高水準のICT立国につながる。
また、全国10万人のショップスタッフがその担い手として本領を発揮することが出来ると確信している。



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