資料４

「公正競争」と「消費者保護」の実現に向けた
全携協の取り組みについて

2018年1月22日

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

全携協について

全携協は、高止まりする携帯電話に係る消費者苦情の縮減に対し、業界あげて取り組むべくMNOの大手代理店12社により、2014年12月に設立。3年間で、588社の会員規模に拡大。

全携協の概要

（2017年12月末現在）

■名　称：　一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会

■設　立：　2014年（平成26年）12月

■会　長：　竹岡哲朗（㈱ティーガイア前会長）

■会員数：　正会員154社、準会員428社、賛助会員6社　計588社
ショップ数シェア84%（全国キャリアショップ約8,300店舗中、6,984店舗）

■設立目的：消費者苦情の縮減、店舗スタッフのＥＳ向上

■主な会員：㈱ティーガイア、コネクシオ㈱、㈱クロップス、㈱ベルパーク、ＩＴＸ㈱、
ＭＸモバイリング㈱、兼松コミュニケーションズ㈱、㈱相互移動通信、
㈱ＴＤモバイル、㈱富士通パーソナルズ、㈱和田正通信サービス、他

検討会の論点

本日は以下の論点（2、3、5）につき、販売現場の状況を踏まえご報告させていただきます。

1. モバイルNWの接続条件・接続料
2. 利用実態に合わせたサービス選択
3. 利用期間拘束
4. 中古端末の国内流通
5. モバイルサービスの提供条件・端末に関する指針

利用実態に合わせたサービス選択

料金プランの多様化・低廉化

総務省によるMVNO振興政策、ならびに2015年の「タスクフォース」の議論等を通じて、MNOからライトユーザー向け料金プランの提供や、ヘビーユーザー向け料金の値下げが行われるなど、消費者の選択の幅は確実に拡大していると認識しています。

ライトユーザー向けプラン（D社の例）

カケホーダイライト 1,700円/月 ＋ spモード 300円/月 ＋ データMパック（5GB） 5,000円/月 ＝ 7,000円/月

2017年1月～

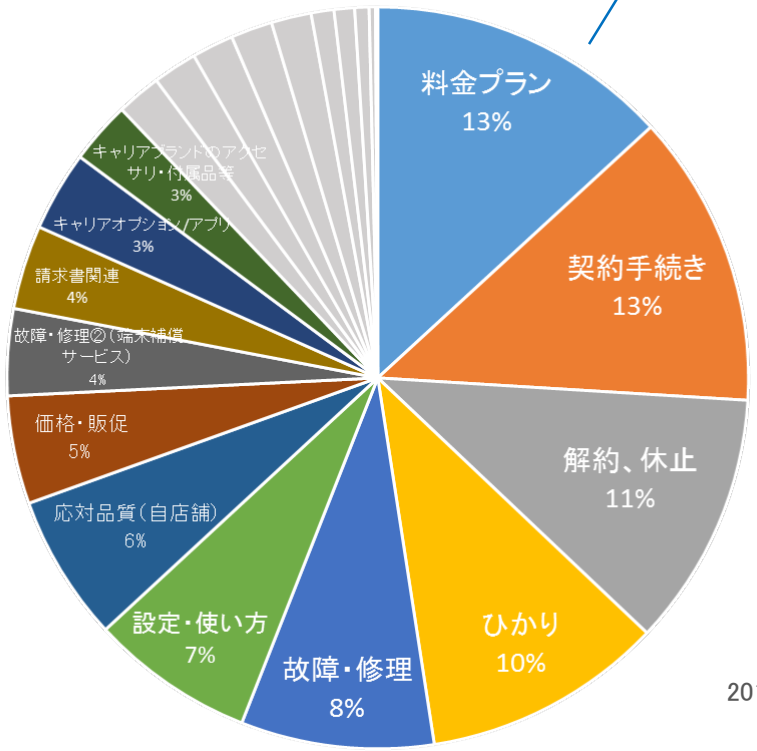
カケホーダイライト 1,700円/月 ＋ spモード 300円/月 ＋ データSパック（2GB） 3,500円/月 ＝ **5,500円/月**

店頭に来る消費者にこれら多彩なプランの特徴をご理解いただき、自らの利用目的に合った選択をしていただけるよう、混雑する店頭での説明にとどまらず、様々な工夫をする必要があるのではないでしょうか。

苦情の分類

全携協では毎月、店頭に寄せられた消費者苦情を収集・分析するとともに、苦情縮減に向けた改善提案を定期的に各キャリアと協議していますが、「料金プラン」に関する苦情は常に上位項目となっています。

消費者苦情のカテゴリー別分布



- 説明不足・誤案内　32%
- 事務処理ミス　30%
- 思ったよりも通信料が高い　11%
- 契約内容が複雑で理解できていなかった　8%
- 家族割、学割、複数割などの割引について　6%
- その他　12%

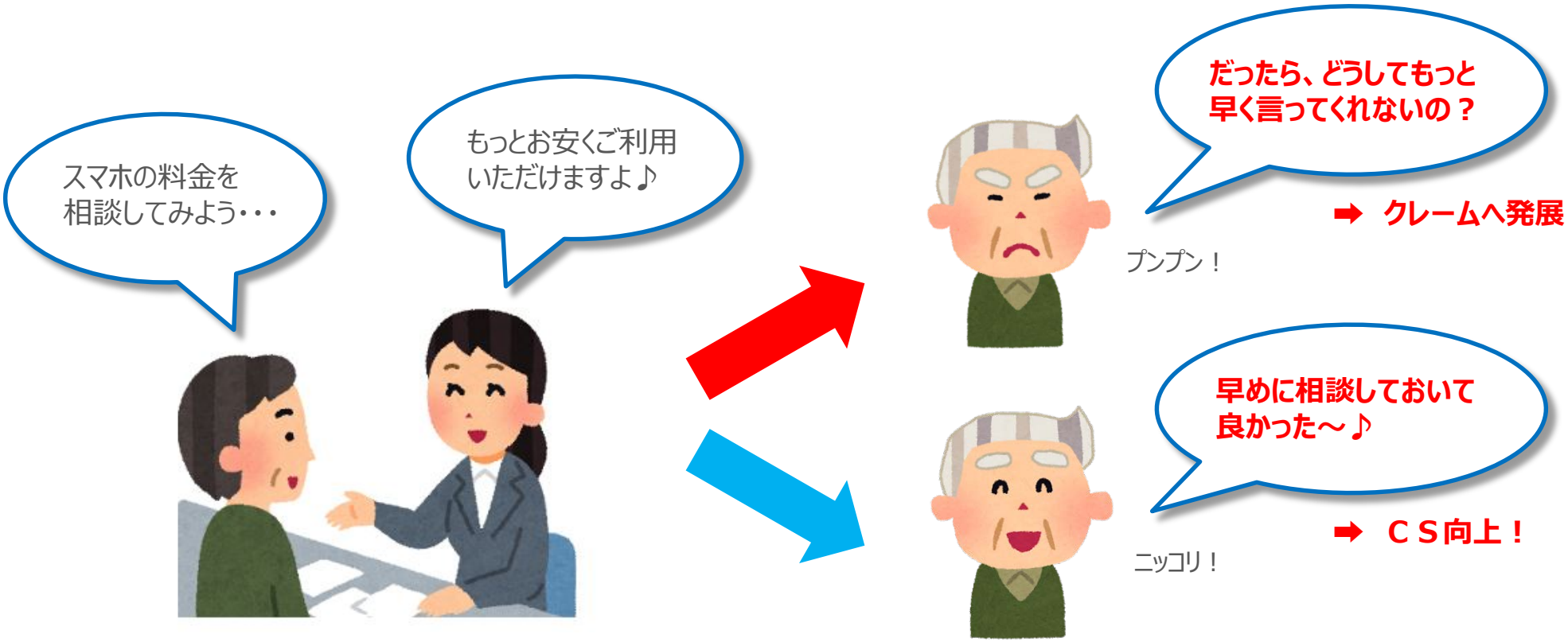
2017年4月～2017年9月のデータ　計17,485件に基づく（吹き出しは「小分類」）

消費者に理解を深めていただくために

消費者が現在使っている端末の契約プランが利用実態に合っているかどうかの確認は、主に機種変更時の店頭での相談や、キャリアの「Myページ」の閲覧等が中心になっていますが、さらなる理解促進のため、消費者が積極的にアクションを起こす環境づくりも必要ではないでしょうか。年一回の「スマホ・ドック*」を設けることも一案。

※人間ドックのスマホ版サービス、とのイメージ

消費者の積極的な関心も重要



店頭での適切な対応に向けて

消費者へ適切な説明・提案が出来ることを目指し、全携協では新人スタッフ研修や、教育体制を強化したいとの会員ニーズに応え、「教育担当者研修」を全国各地で開催しています。

新人スタッフ研修の実績

＜2017年＞

①	2月16-17日	東京	20名
②	2月23-24日	東京	16名
③	2月27-28日	大阪	19名
④	5月11-12日	東京	19名
⑤	5月24-25日	大阪	4名
⑥	6月12-13日	東京	9名
⑦	6月22-23日	仙台	19名
⑧	7月13-14日	大阪	19名
⑨	7月20-21日	松山	15名
⑩	8月17-18日	大阪	10名
⑪	8月24-25日	博多	10名
⑫	12月4-5日	沖縄	18名
⑬	12月12-13日	札幌	5名
⑭	12月19-20日	米子	8名

＜2018年＞

⑮	1月18-19日	大阪	9名

教育担当者研修の実績

＜2017年＞

①	7月3-4日	大阪	11名
②	7月5-6日	東京	21名

＜2018年＞

③	2月14-16日	東京	21名

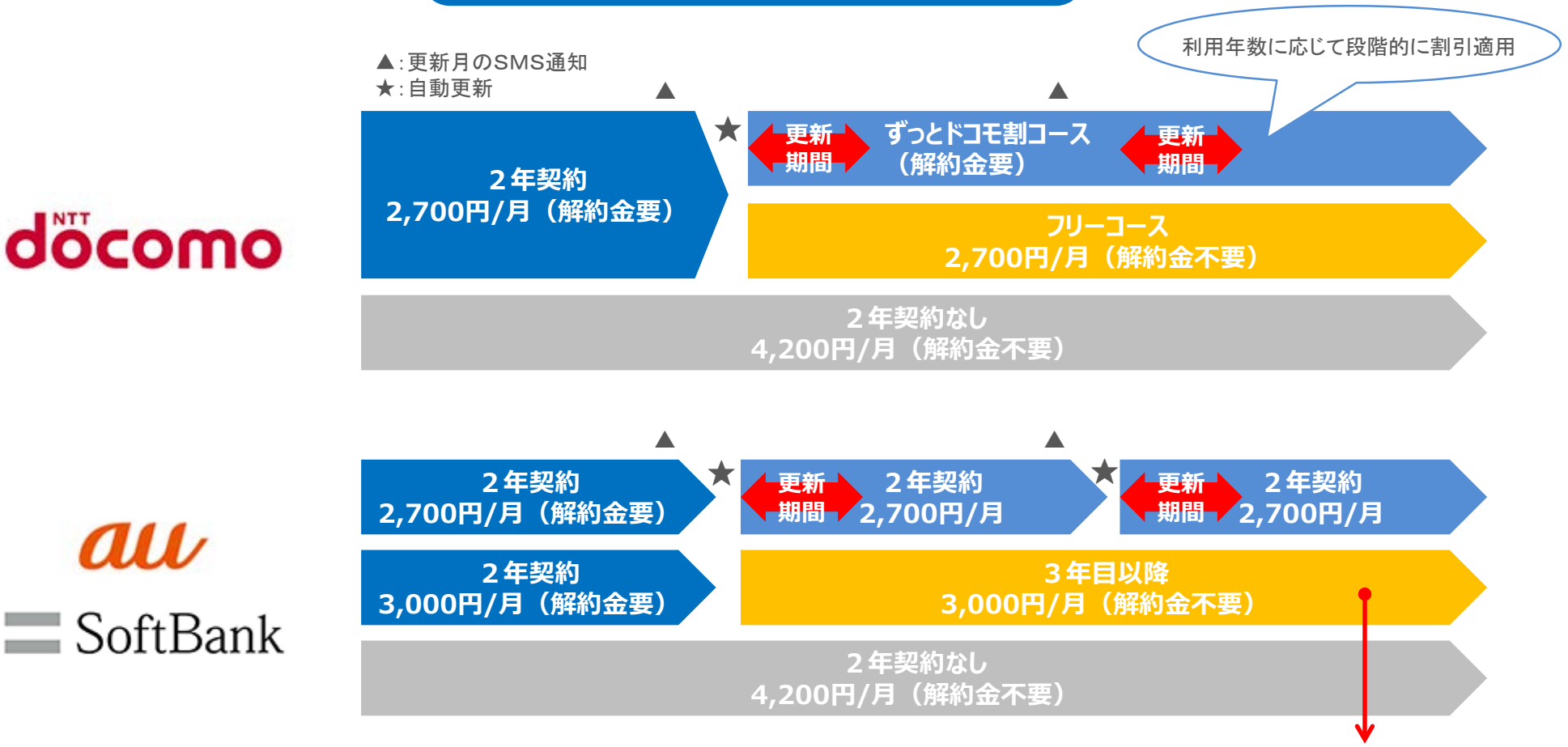
すでに全国で200名の新人スタッフを育成！

利用期間拘束

2年縛りに係る対応

2015年7月、ICTサービス安心・安全研究会から示された方向性に基づき、「2年縛り」に関しては、翌2016年3月以降、各キャリアとも改善が図られています。

各キャリアの対応

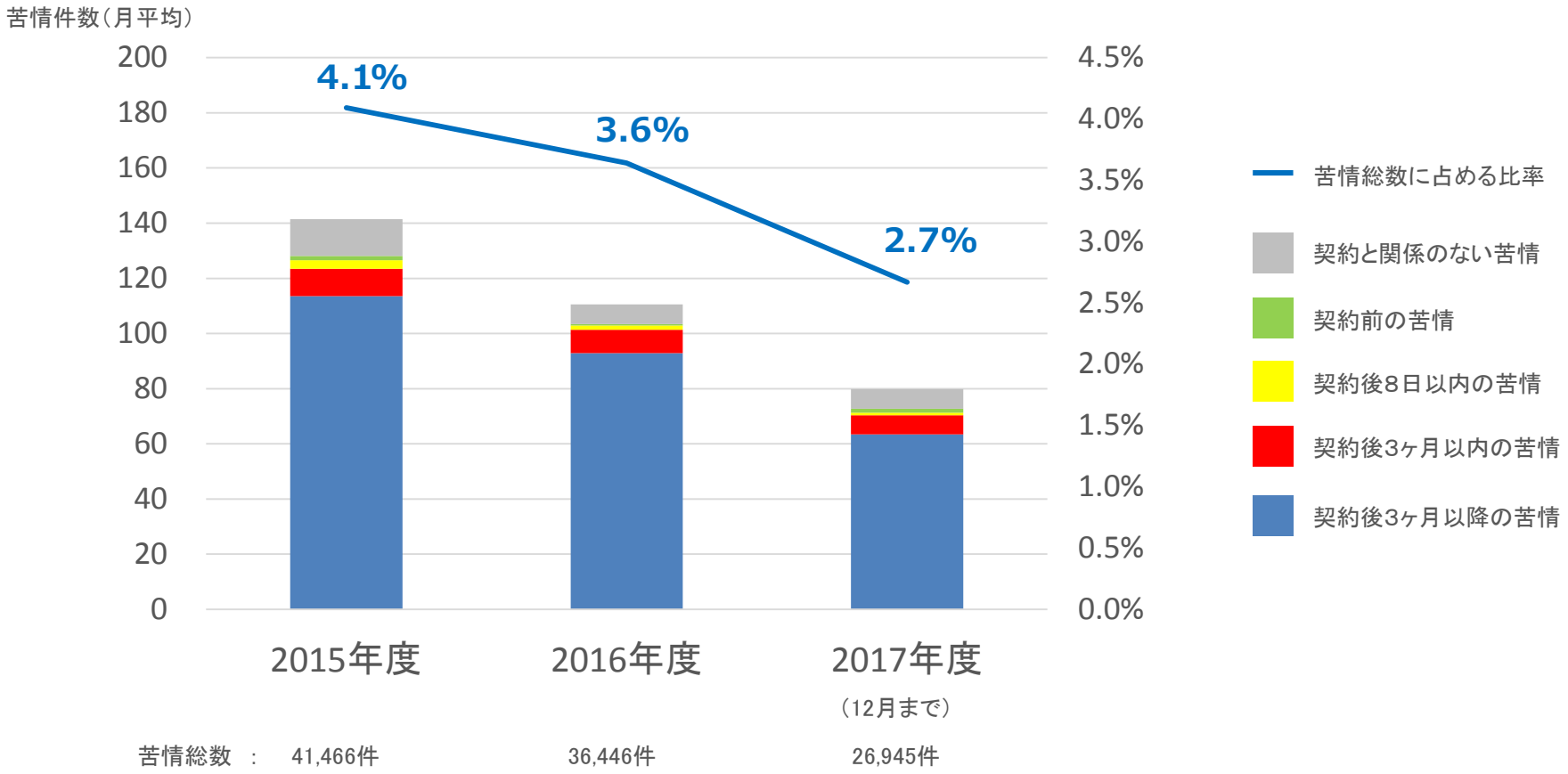


※3年目以降、いつでも解約金無しで解約できるようにするには、最初から3,000円プランの選択が必要。

2年縛りに係る対応と効果

「更新月のSMS通知」、「更新期間の延長」、「縛り無しプランの選択可」等により、
全携協が収集する消費者苦情においても、「2年縛り」に関する苦情は低減しています。

苦情総数に占める 「期間拘束・自動更新*」 に関する苦情比率



苦情総数 ： 41,466件　36,446件　26,945件

＊ 苦情分類 「契約縛り（違約金、自動更新等）について」 で報告された件数。（全携協苦情収集店舗 … 72社、3,341店舗）

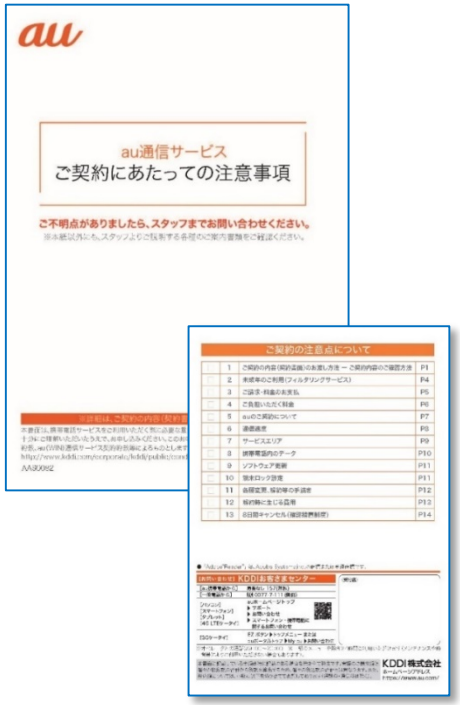
自動更新に係る課題と対応

一方、自動更新については、昨年6月の覆面調査結果でも指摘されたとおり、デフォルトで自動更新となる旨の説明が販売現場で不十分であったことを真摯に受け止め、現在、その徹底に取り組んでいるところです。

説明の徹底に向けた各社のツール

docomo

KDDI



SoftBank

◀ 「一覧性」をもった重要事項説明の書面を実現

店頭接客時間と内容に係る要望

重要事項等の説明を徹底するにしたがい、店頭での接客時間が益々長時間化しています。適合性に則った、消費者のより深い理解を実現するためには、丁寧な説明に費やす**「時間の創出」**が不可避であると考えます。

時間の創出に向けた取り組み（例）

1. 来店予約のさらなるPR、およびHPの予約画面で動画による事前説明
2. 店頭での待ち時間を利用した、動画等による必要事項の説明
3. 消費者リテラシー（適合性）に応じた説明（問診票の活用やスマホ教室等）
4. 適切な販売なればこそ達成できるショップKPI
5. 定着率を高める労働環境の改善（時短、定休日、連休取得、等）
6. 消費者が契約内容に関心を向ける「気づき」の喚起（消費者教育）

適正な販売と公正な競争について

適正な販売に向けた取り組み

「適正化ガイドライン」により、ゼロ円を大きく潜るような安売りは起こりにくくなっています。
全携協では設立以来、定期的な研修会を開催し、会員各社がガイドラインの目指すところや
その時々で総務省で議論されている新しい課題についても理解をより深められるよう
努力を続けてまいります。

適正販売に係る啓発活動

▶ 2016年3月　全携協主催セミナー

総務省　竹村料金サービス課長をお招きし、「ガイドライン」に関するご講話

全携協セミナーの模様

▶ 2016年6月　全携協第2回定時社員総会

全携協　蒲顧問弁護士より、コンプライアンスに関する講演

▶ 2016年8月　公取委「報告書」を受けた取り組み

8/2　公取委　「携帯電話市場における競争政策上の課題について」公表
8/4　全携協　蒲顧問弁護士による勉強会
8/5　公取委　木尾経済調査室長をお招きし、勉強会を開催

▶ 2016年11月　全携協主催セミナー

総務省　藤野料金サービス課長をお招きし、「モバイルサービスの適正化」に関するご講話

▶ 2018年2月　全携協主催セミナー

全携協　蒲顧問弁護士より、コンプライアンスのさらなる強化について講演予定

全携協が目指す「健全・公正な競争」

販売代理店における健全・公正な競争

▶リテラシーの高い消費者には簡潔・スピーディーに、高齢者には適合性に則った十分な説明によりご理解いただける接客力を競い合う。
▶消費者の利用シーンに合ったサービスや料金プランをご提案し、納得してご契約いただける提案力を競い合う。
▶消費者が喜んで対価をお支払いいただけるサービス力を競い合う。
▶ショップのスタッフが自分自身の仕事に持っている誇りの高さを競い合う。

これらの競争を「あんしんショップ」 あんしんショップ認定 のブランドの下で実現します！

すべては消費者保護とスタッフの誇りのために