

## 第2回 携帯電話の乗換え等サポートワーキンググループ 議事要旨

1. 開催日時：令和3年7月30日（金） 14:00～15:00
2. 場所：Web 会議
3. 出席者（敬称略、構成員は五十音順）

### 【構成員】

栗津 浜一（一般社団法人リユースモバイル・ジャパン 理事長）、安念 潤司（中央大学大学院法務研究科教授）、北 俊一（株式会社野村総合研究所パートナー）、黒坂 達也（慶應義塾大学大学院 特任准教授）、長田 三紀（情報通信消費者ネットワーク）、俣野 通宏（一般社団法人全国携帯電話販売代理店協会 専務理事）、（主査）森 亮二（英知法律事務所 弁護士）、横田 英明（株式会社 MM 総研 常務取締役 研究部長）

### 【オブザーバー】

（関係事業者・関係団体）

株式会社 NTT ドコモ、KDDI 株式会社、ソフトバンク株式会社、楽天モバイル株式会社、一般社団法人テレコムサービス協会 MVNO 委員会

（関係省庁）

総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第一課

## 4. 配付資料

資料1 スマホ乗換え相談所の運営にかかる基本方針案（非公開）

資料2 トークスクリプト案（非公開）

参考資料1 「携帯電話の乗換え等サポートワーキンググループ」開催要綱

参考資料2 携帯電話の乗換え等サポートワーキンググループ（第1回）議事要旨

## 5. 議事要旨

### （1）開会

相談所の運営方針やアルゴリズムに関する議論を行うため、会合は非公開とすることとされた。

### （2）議事

① 資料1・2に基づき、株式会社 SUPLUS から説明。

② 意見交換（構成員が順番に質疑を行った後、SUPLUS が応答）

### <北構成員>

対象年齢についてはこの方針、つまり、第1クールは自然体で実証し、その結果、シニア

が多くなるか年代がばらつくかによって、トークスクリプトやアルゴリズムを必要に応じて変更していく、という方針に賛同する。

MVNO のデータ通信の実効速度のガイドラインの策定に関わった身としては、現状 1 社しか速度計測をしていない状況を大変残念に思っている。もちろん、計測するかしないかは事業者の任意であるため、多くの事業者が様々な理由で計測しないということであるかと思うが、こういう状況が続くのであれば、もう一段踏み込む必要があるのではないかと考えている。その議論はこの場ですることではないが、消費者保護ルールの検討会等で取り上げるべきことだと思う。

端末について、前回の WG でも発言したが、機種まで推奨する必要があるのか、最小限のアドバイスで充分なのではないか。ガラケーユーザーがスマホに買い替える場合、あるいはスマホユーザーがポータアウトしてそのまま持ち込む場合や買い替える場合がある。持ち込む場合などに、持ち込み先でその端末が利用できるかどうか、使えない場合や買い替える場合はどこで端末を購入したらいいのか、端末の下取りをどうするのか、などといったアドバイスで充分なのではないかと思う。その中で、iPhone がいいのか Android がいいのかくらいはアドバイスしてもよいのかと思う。

アルゴリズムに含める割引については、家族割や光回線など、通信役務は含め、それ以外は除外するという方針でとりあえず進めるということに賛同する。

実証事業において、総務省のロゴが使えるとあったが、デジタル活用支援推進事業では独自のロゴを作成した。本実証事業においてもロゴが欲しいと思っている。デジタル活用推進支援事業で採用されなかったロゴを使わせていただくなどは考えられないかと思っている。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

機種に関しては、総務省と協議をして、どういった方針にするか改めて検討したいと思う。ロゴに関してもそういったことを想定していなかったため、改めて、どういったものを使えるか、どういった展開ができるかというところを検討したいと思う。

<粟津構成員>

総論は賛成であり、各論の相談対象も賛成である。端末購入に関しては北構成員と同じ意見である。端末購入まで含めてしまうと、現場に相当な負担がかかり、業務のボリュームも増える。

資料 1 の P.10 において、第 1 クールにて「多彩な層の相談事例を収集」と記載されているが、大体何件くらい収集するかという KPI のようなものはあるか。もし具体的に KPI があるのであれば、私共 RMJ の方で何かお手伝いできることがあるのではないかと考えている。

資料 1 の P.11 において、Q5 と Q12 の内容が同じ内容に見えている。これは誤記載ということでしょうか。

資料1のP.16において、運営テーマにマネタイズの件が記載されている。実証事業後に民間企業が業務を受託することを考えると、マネタイズを考えること自体は重要だが、運営テーマをこの事業者もしくは店舗スタッフに共有してしまうと、そのようなことは無いと思うが、中立性が担保できなくなる可能性があると思っている。

出張サポートは新たな取り組みで非常に素晴らしい内容だと思う。1点気になるのは、集客属性が若年層のみと記載されていることである。私が考察するには、出張サポートの利用者は、シニア層や若干年齢の高い方も増えてくるのではないかと考えている。出張サポートを実施するのであれば、若年層に加え、シニア層も含めた幅広い集客が見込める場所の方が良いのではないかと。もしこの拠点で実施するのであれば、シニアの方にも積極的に集客して頂ければと思う。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

KPIについてだが、第1クールの目標件数に関して、前回WGにおける栗津構成員にご指摘いただき、各拠点どのくらい捌けるのかという観点で拠点を増やしたという背景もある。第1クールに関しては、1,500件を目標としている。各店舗によってどのくらいの数を対応できるかシミュレーションの数値を作っている。その結果、1,500件を1クールで捌けるのではないかとこの見解を進めている。

2点目に関しては、誤記載である。

中立性の担保に関して、店舗ごとのテーマの表現は仰っていただいたことに留意して、テーマは事業者にはお伝えしないうえで、こういったマネタイズができたのかという風なアンケートや情報を収集するようにする。

シニア層も出張サポートで対応できるのではないかとこのところは、その通りかと考えている。対応していただく事業者から、今回の実証事業であれば融通してやっていただけるとお伝えいただき、現在の対応年齢層が若年層であるとのことから、こういった書き方をしていた。ただし、出張サポートではスマホの提案だけでなく、パソコンの設定もできるということは、若年層だけでなくシニア層に適しているため、シニア層の集客ができるかどうかということも図っていきたいと考えている。

<黒坂構成員>

総論含め、全体について異論があるものではなく、賛成である。

MVNOの速度について、先ほど北構成員からご指摘いただいた意見に完全に賛同するものである。ここで話すことではなく、むしろ総務省事務局も含めて積極的に協議をお願いしたいところである。現状1社しか速度を計測していなかったとはどういうことかと考えている。

家族割の説明に関して、この方針に賛成である。とりわけ家族割については、キャリアによっては2親等以上まで対象を広げることが可能で、別居しているが家族割のユニットに

なっている、つまり、単身世帯でも家族割に入っている方もいる。このような複雑な状況が発生しているため、どういった方が反応するのかということをご報告していただきたい。例えば、20代の独身のように見える方でも家族割に入っている可能性を想定しながら、説明や取り組みを進めていただければと考えた。

スケジュールに関して、緊急事態宣言が8月末まで延長されることが想定される。現場に負担がかからないような形で、柔軟かつ法令に従う形で対応していただきたい。「9月30日時点での統計から第2クールで更に検証すべき項目の洗い出しをする」とのことだが、可能であれば2週間ほど後ろ倒しにさせていただけるといいのではないかと。というのも、モバイル業界の通例でこの時期はiPhoneの新型モデルが発売される時期である。第2クールはすでに新型iPhoneの影響が出てくる時期でもあるため、iPhoneの反応がどうだったか、ということも第2クールで反映させられるようにスケジュールの調整を、現場のご負担も加味しながら、ご検討いただけるとありがたいと思っている。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

家族割についてどういった方が反応するのか、という点に関しては診断途中に実施するアンケートなどを活用し、追加できる部分は追加させていただければと思う。スケジュールに関してもiPhoneの新型モデル発売時期も加味して、現場に負担がかからない程度に調整したいと思う。

<長田構成員>

MVNOの実効速度に関してだが、計測している事業者が1社であるということと、その数字を教えて差し上げるべきだと思う。それが事実であり、1社しか計測していないから出さない、というのではなく、1社しか計測していないことをお伝えしたほうが良いと思う。

もともと、どういう目的でこの乗換え相談所を利用するのか、という点だが、たまたま該当拠点にいて、何気なく相談所に立ち寄るのか、告知などで事前に情報を知ったうえで乗り換える気満々で相談所に行くのかで、お相手の状態が違っていると推察している。第1クールの実証は大変だろうと思っている。相談時間がすごくかかる方、かからない方、MVNOとMNOという言葉自体も初めて聞くという方もたくさんいるかと思うので、そのような方々に、どういう風に表現するのか、また、テレビのCMなどで5Gと言われているが、5Gの電波がどの程度自身のエリアに来ているのかということも含めてよくわからないという方もいらっしゃると思う。そういう方々への対応結果を基に、今後はどのような対応が必要なのかということをご整理していただければよいと思う。

とても心配しているのは、わからない言葉で説明されると嫌気が差したり、ご自身で質問ができずわかったふりをしてしまう方もいらっしゃる点である。そういう方に、もういいと思わせてしまってもいけないし、ご自身で適切な事業者やサービスを選ぶことの大切さが伝わると良い。そのくらいで情報収集していかないと、現場は凄く大変だと思って

いる。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

わかりやすさについて、一つ修正しなければいけないと思ったのが、現状のアンケートだと「説明がわかりやすかったか」といった設問が抜けていたため、そのような設問を追加して、わからない言葉が多く難しかった、などといったご指摘を反映して、それを改善できるよう努めていきたい。

<横田構成員>

総論・大まかな流れに異論はないため、個別のテーマにコメントさせていただく。

相談所利用後のフォローについて、相談所の役割は、ユーザーの問題を聞き出して適切なプランに導くことであると思う。契約後のフォローも必要であれば対応したいと思うが、非現実的であると思っている。元々、ユーザーのアフターケアは、契約した通信事業者が責任をもって対応することが適切であると考えている。

MVNO と MNO の通信品質に関して、MVNO のサービスを実際に理解して使った方の満足度は高い。しかし、MVNO のことをあまり理解していないがために、食わず嫌い状態で MVNO サービスを利用しないという誤解を解いていきたいと思っている。

MNO・MVNO ブランドの図解イメージについて、双方共にメリットのみが表示されているが、デメリットも同時に表示して図解で理解しやすいように表示する方が親切かと思う。

端末購入のサポートについて、どこまで細かく説明するかは議論の必要があると思うが、基本的には提案に合意している。個人的な思いとしては、例えば 80 代の方が最新の iPhone を利用している状況が見られたりするので、ユーザーのニーズと利用端末のミスマッチが起きているのが現状かと思っている。そういった状況の改善に繋がるような購入サポートができればと考えている。

端末を説明する際懸念しているのが、MNO と MVNO で、扱っている端末に大きな違いがある点だと考えている。MNO と MVNO の通信品質の説明をしたうえで、MVNO を利用することに決めたとしても、実際に端末の説明をする段階に入って、利用したい端末が MVNO で取り扱われていなかった場合に、通信回線品質の説明への手戻りが発生し、より時間がかかるということを懸念した。

ポイント・家族割については、手広く説明しても混乱させるだけになるので、皆様が仰っているように通信役務サービスに限定して説明すれば充分かと思う。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

ユーザーのニーズと利用端末のミスマッチが起こっているのではないかと、という点に関しては、80,90 代の方が最新の iPhone を利用している場面を想像すると、確かにそこまで必要ではないと感じた。頂いたご指摘を踏まえて、サポート内容のブラッシュアップを進め

ていきたいと思う。

MVNO と MNO の取り扱い端末の違いにより、診断の手戻りが発生するのではないかと、というご指摘に関しては、その通りと考えているが、現段階ではその問題が起こる頻度は少ないと考えている。実証事業の中でどのような問題が発生するかは読めない部分があるため、整理でき次第議論に上げさせていただく。

<俣野構成員>

実証後のフォローというところは大きく気になるところである。どういうレコメンドを実施し、それに対して誰が責任を持つのか、という問題は出てくるかと思う。我々が対応しているクレームの中でも、他店での案内が自店舗に波及し、クレームが再燃するということがある。そのようなことを防ぐため、サポート時の問診票を詳細に記載してお客様に保管していただき、店舗の名刺などをお渡しすることにより、どこの店舗の誰が案内したのか、ということを確認にわかるようにしていただければと思う。また、第 2 クール実証終了間際に来店された方がまた同じ拠点に行こうと思っても、その拠点が無くなっているという状況が想定される。そのような状況に対応できるよう、第 2 クールにおけるトークスクリプトを工夫していただければと思う。

トークスクリプトを拝見したが、問診の際に相当詳しいことを聴取することになっているようである。お客様ご自身の料金プランを把握していないという方は多いので、問診が十分にできなかった場合を想定して、いくつかの角度から質問をして、その中で必須の設問を整理しておくなどの工夫はされているのか確認したい。

スタッフの教育についてはいかがか。かなり深い内容までご説明するようなトークスクリプトになっているため、どういう風にスタッフの教育をなさるおつもりか、確認したい。

端末の販売サポートに関しては、北構成員の意見に全く賛成であり、必要最小限の範囲に留めておくべきかと思う。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

問診票に、担当者の名前・拠点の場所・事務局用の連絡先を記載している。誰がいつどのような案内をしたのかということは紙でお渡しするため、それをお客様がお持ちいただいている限りでは、誰が案内したかということは追えると考えている。

第 2 クールの終了間際での考慮が必要だというご意見は、我々も同じ認識である。第 2 クールになり次第、準備を進めたいと考えている。

スタッフの選定に関しては、直接お客様と関わって接客するスタッフの主な経歴を資料に記載しているが、各拠点全てに、携帯電話販売の経験・知識があるスタッフを選定している。ただ、現場レベルでどのようなことが起こるのかというのは想定できない部分があるので、各携帯キャリアの FAQ を用意している。これは今後も随時更新する。万が一、FAQ に載っていない事例が発生した場合は事務局に連絡が入るようなスキームを作り、その場で

解決ができるようなフローを考えている。約 1 週間前からリモートにてスタッフ研修を実施しているが、案内の不足等に関しては懸念していない。

<事務局>

北構成員からご発言頂いたロゴの関係だが、予算とスケジュールとの兼ね合いもあるが、事務局にて検討させていただきたいと思う。

MVNO の実効速度の公表については、総務省の関係部署とも情報共有し、今後の検討の参考にしていただく。本事業を通して出していただいた意見をどう政策に活かしていくかという点は、省内で検討を重ねていきたいと思う。

<森主査>

基本方針について、基本的には合意いただいたが、端末購入のサポートに関しては若干の修正が必要かと思っている。本日伺った意見を踏まえて、事務局含めて検討させていただこうかと思う。もし主査にご一任いただけるのであれば、zoom の挙手機能で挙手を頂きたい。修正の結果は、適切なタイミングでご連絡させていただく。

(3) 閉会