

スマホ乗換え相談所
第3回WG
第1クールの間とりまとめ
ご説明資料

令和3年11月29日
株式会社SUPLUS

①相談者数推移

- 年齢別
- 男女別

②各相談所の概要

- イオンモール船橋
- ドクターホームネット埼玉
- スマホスピタル堺東
- 商店街

③利用者アンケート結果

- 診断後の乗換え有無
- 端末購入、中古端末購入希望
- 他業界セット割引利用の意思
- MNO・MVNOの説明への反応
- 診断時間の長短について

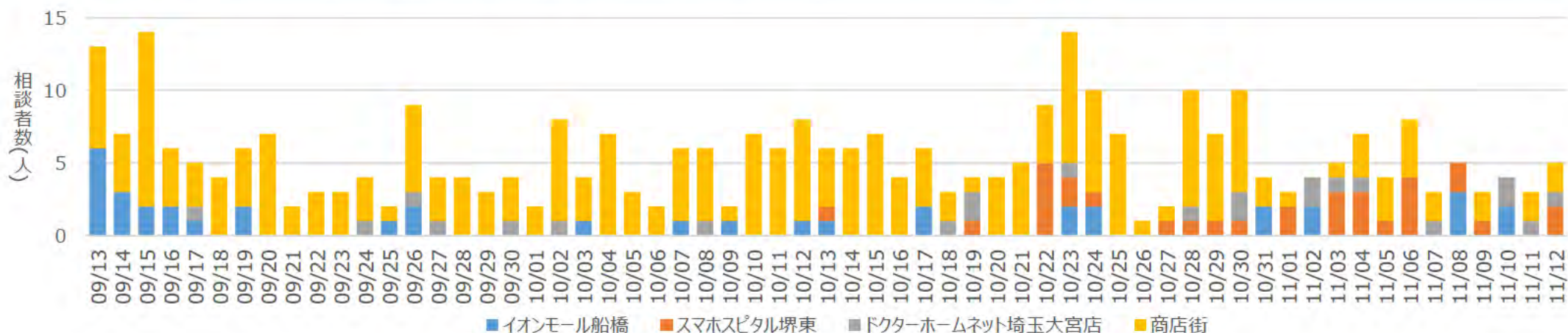
④第1クールでの課題

- 新たな料金プランや大規模な料金改定の反映
- 相談者数の確保
- 相談員に求められるスキル
- 兼業相談所における本業との関係

⑤診断と提案結果の概要

- 基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ
- 利用中通信事業者と診断による提案結果
- 診断結果による提案の傾向と分析

①相談者数推移（9月13日～11月12日 全相談者数：334名）



年齢	女性	男性	未回答	合計
10代	3 (1.7%)	2 (1.3%)	—	5 (1.5%)
20代	11 (6.0%)	16 (10.6%)	—	27 (8.0%)
30代	14 (7.7%)	24 (15.9%)	—	38 (11.4%)
40代	27 (14.8%)	27 (17.9%)	—	54 (16.1%)
50代	42 (23.1%)	20 (13.2%)	1 (100%)	63 (18.9%)
60代	40 (22.0%)	26 (17.2%)	—	66 (19.8%)
70代	29 (15.9%)	17 (11.3%)	—	46 (13.8%)
80代以上	6 (3.3%)	7 (4.6%)	—	13 (3.9%)
年代不明	10 (5.5%)	12 (8.0%)	—	22 (6.6%)
合計	182	151	1	334

来訪者の傾向として、ボリュームゾーンは40代～70代であるが、あらゆる年代が来所している。
また、拠点別に若干の差異はあるが、性別・年齢に偏りは見られない。

①相談者数推移

- 年齢別
- 男女別

②各相談所の概要

- イオンモール船橋
- ドクターホームネット埼玉
- スマホスピタル堺東
- 商店街

③利用者アンケート結果

- 診断後の乗換え有無
- 端末購入、中古端末購入希望
- 他業界セット割引利用の意思
- MNO・MVNOの説明への反応
- 診断時間の長短について

④第1クールでの課題

- 新たな料金プランや大規模な料金改定の反映
- 相談者数の確保
- 相談員に求められるスキル
- 兼業相談所における本業との関係

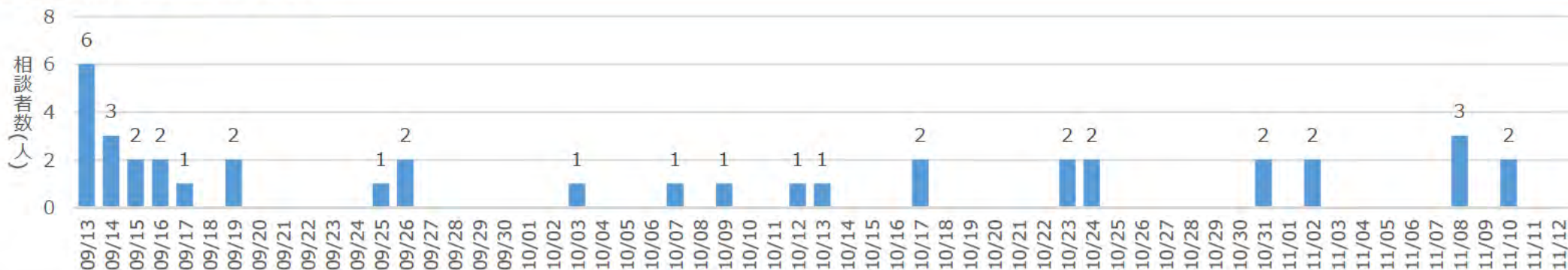
⑤診断と提案結果の概要

- 基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ
- 利用中通信事業者と診断による提案結果
- 診断結果による提案の傾向と分析

②各相談所の概要（イオンモール船橋 9月13日～11月12日 全相談者数：39名）

イオンモール船橋 3Fのイオンモバイル内に併設の店舗。

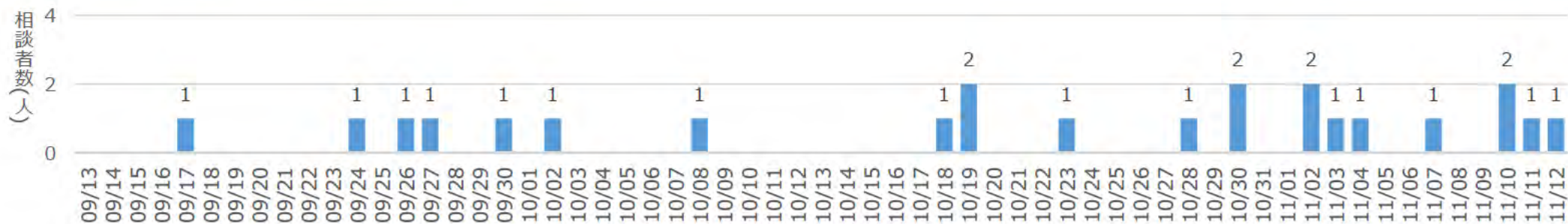
イオンモバイル（ショップ名）では①イオンモバイル（ブランド名）の新規契約・MNP契約・解約②ソフトバンクの新規契約・MNP契約・機種変更③ドコモ・au・ワイモバイルの新規契約・MNP契約・機種変更④UQモバイルの新規契約・MNP契約を受付。



年齢	女性	男性	未回答	合計
10代	—	—	—	—
20代	1 (5.9%)	2 (9.5%)	—	3 (7.7%)
30代	4 (23.5%)	3 (14.3%)	—	7 (17.9%)
40代	6 (35.3%)	2 (9.5%)	—	8 (20.5%)
50代	2 (11.8%)	4 (19.0%)	1 (100.0%)	7 (18.0%)
60代	3 (17.6%)	1 (4.8%)	—	4 (10.3%)
70代	—	1 (4.8%)	—	1 (2.6%)
80代以上	1 (5.9%)	1 (4.8%)	—	2 (5.1%)
年代不明	—	7 (33.3%)	—	7 (17.9%)
合計	17	21	1	39

コロナ禍の影響もあり、相談所が設置された 3F 専門店街への来訪者が少なく(特に平日が顕著)、かつ特定携帯電話会社への乗換えを目的とした来訪者が多いため、相談所の利用者は少ない傾向であった。

パソコン、その他周辺機器の修理、出張修理を行う路面店。
①パソコン修理、スマホ修理 ②操作説明サポート ③出張サポート
上記、本業に伴うスマホ乗換え相談の対応。



年齢	女性	男性	未回答	合計
10代	—	—	—	—
20代	3 (42.8%)	2 (12.5%)	—	5 (21.7%)
30代	1 (14.3%)	3 (18.6%)	—	4 (17.4%)
40代	—	5 (31.2%)	—	5 (21.7%)
50代	1 (14.3%)	1 (6.3%)	—	2 (8.7%)
60代	—	2 (12.5%)	—	2 (8.7%)
70代	1 (14.3%)	1 (6.3%)	—	2 (8.7%)
80代以上	—	1 (6.3%)	—	1 (4.4%)
年代不明	1 (14.3%)	1 (6.3%)	—	2 (8.7%)
合計	7	16	—	23

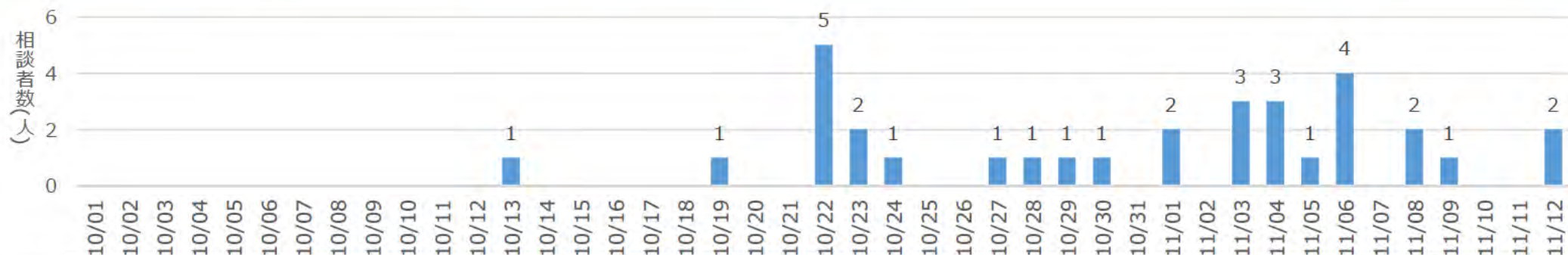
店舗来店者への案内と併せ、パソコン出張修理時に乗換相談のご案内・相談を実施しているが、**パソコン修理等に時間を要することから、お客様の時間都合により乗換相談に時間を割いていただけないという意見があった。**

②各相談所の概要（スマホスピタル堺東 10月1日～11月12日 全相談者数：32名）

大阪府堺東駅前の高島屋 8 Fにあるスマホ修理を中心に扱う店舗。

①iPhone修理 ②パソコン、ゲーム機修理全般 ③中古端末販売

上記、本業に伴うスマホ乗換え相談の対応。



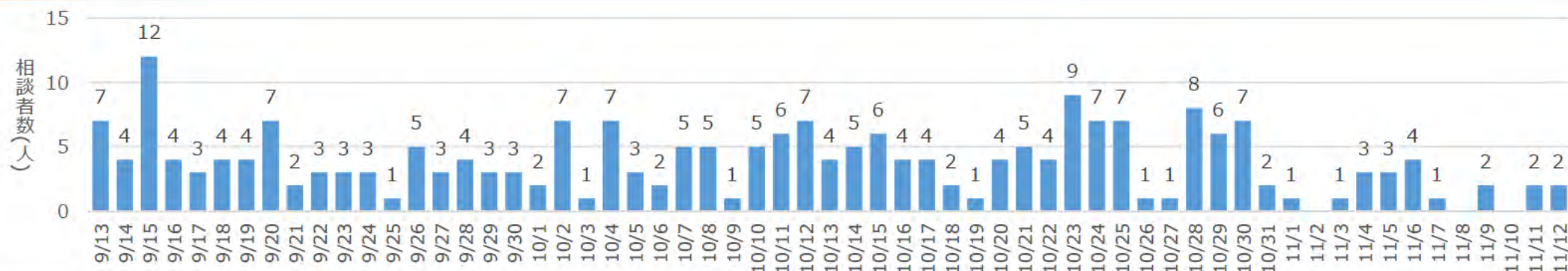
年齢	女性	男性	未回答	合計
10代	3 (25.0%)	2 (10.0%)	—	5 (15.6%)
20代	2 (16.7%)	5 (25.0%)	—	7 (21.9%)
30代	—	6 (30.0%)	—	6 (18.8%)
40代	3 (25.0%)	4 (20.0%)	—	7 (21.9%)
50代	2 (16.7%)	1 (5.0%)	—	3 (9.4%)
60代	1 (8.3%)	1 (5.0%)	—	2 (6.2%)
70代	—	—	—	—
80代以上	—	—	—	—
年代不明	1 (8.3%)	1 (5.0%)	—	2 (6.2%)
合計	12	20	—	32

スマホ修理専門店であり修理目的での来所、かつ来訪者自身がICTリテラシーの高い傾向があるため、乗換相談所の利用者は少ない傾向であった。

②各相談所の概要（商店街 9月13日～11月12日 全相談者数：240名）

スマホ乗換え相談のみを行う商店街貸しスペースを利用した拠点。

相談所前の「通り看板」とのぼりを設置し、これらを見て関心を持ち足を止めた通行人に相談員が声をかけ、診断を促した。



年齢	女性	男性	未回答	合計
10代	—	—	—	—
20代	5(3.4%)	7(7.4%)	—	12(5.0%)
30代	9(6.2%)	12(12.8%)	—	21(8.7%)
40代	18(12.3%)	16(17.0%)	—	34(14.2%)
50代	37(25.3%)	14(14.9%)	—	51(21.3%)
60代	36(24.7%)	22(23.4%)	—	58(24.2%)
70代	28(19.2%)	15(16.0%)	—	43(17.9%)
80代以上	5(3.4%)	5(5.3%)	—	10(4.2%)
年代不明	8(5.5%)	3(3.2%)	—	11(4.5%)
合計	146	94	—	240

蒲田西口商店街(9月)、武蔵小山商店街(10月)の拠点へ、あらゆる年齢の方が訪れ、全来訪者の7割を占めた。スマホの操作方法の相談など、料金プラン相談以外の目的で来訪されたりと、**本来の訪問契機は異なるが、通行者への声かけ活動を行うことで、多くの来訪を確保することができた。**

①相談者数推移

- 年齢別
- 男女別

②各相談所の概要

- イオンモール船橋
- ドクターホームネット埼玉
- スマホスピタル堺東
- 商店街

③利用者アンケート結果

- 診断後の乗換え有無
- 端末購入希望の意思
- 中古端末購入希望の意思
- 他業界セット割引利用の意思
- MNO・MVNOの説明への反応
- 診断時間の長短について

④第1クールでの課題

- 新たな料金プランや大規模な料金改定の反映
- 相談者数の確保
- 相談員に求められるスキル
- 兼業相談所における本業との関係

⑤診断と提案結果の概要

- 基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ
- 利用中通信事業者と診断による提案結果
- 診断結果による提案の傾向と分析

③利用者アンケート結果（診断後の乗換え有無）

診断2週間後アンケート回答率

アンケート回答数/回答率	件数	率
診断実施件数	334	
診断2週間後のアンケート回答数	68	20%

※その後変更したかを確認する為、2週間後のアンケートにお答えいただいています。

提案プランへの乗換え数

変更結果	件数	率
提案されたプランで変更した	13	19%
提案されたプラン以外で変更した	2	3%
変更していない	53	78%

提案プランへの乗換え率

- 提案プランへの乗換え率は**19%**にとどまり、**78%**は乗換をしていない
- 乗換しない理由としては「**現状のプランで満足・現状のプランが提案された**」が多い。
- 相談所で提案されたプラン以外への乗換えは**3%**だった。

乗換えしなかった理由（複数回答）

理由	件数	率
現状のプランで満足・現状のプランが提案された	7	12.8%
違約金・端末の支払いの残債が高かった	6	10.9%
提案されたプランの料金に不満・不安があった	6	10.9%
提案された携帯会社自体に不満・不安があった	6	10.9%
まだ提案されたプランの中で検討中	5	9.1%
次の更新タイミング等に合わせて変更予定	5	9.1%
変更の手順に関する説明がわかりづかった	3	5.5%
変更に不安	3	5.5%
お勧めした携帯会社から他のプランを勧められた	3	5.5%
料金やサービスに関する説明がわかりづかった	2	3.6%
まだ店舗へ手続きに行けていない	2	3.6%
提案されたプランのデータ通信容量に不満・不安があった	1	1.8%
現在の携帯会社より引き留めされた	1	1.8%
変更を試みたが、手順通りに進まなかった	1	1.8%
乗換えたばかり	1	1.8%
変更手続きが面倒	1	1.8%
使い慣れている為	1	1.8%
メールアドレスの変更に抵抗	1	1.8%

今後、来訪者を増加させる18ページの取組を実施することにより、第1・第2クールを通じ、来訪者数800～1000名程度、診断後アンケート160～200件を確保する予定

③利用者アンケート結果（端末購入希望の意思）

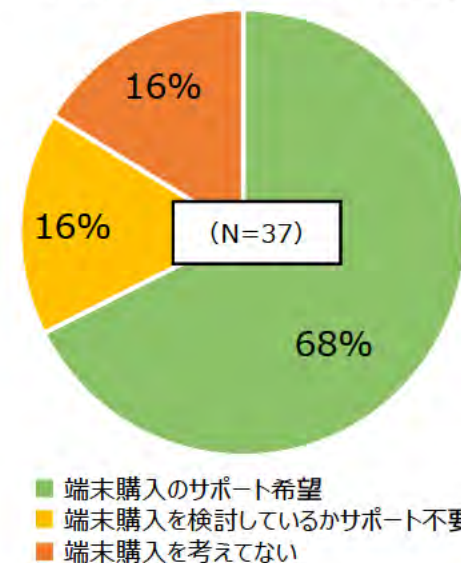
Q スマートフォン本体の購入手続きや選定のサポートが必要か

■ 端末購入のサポート希望 ■ 端末購入を検討しているがサポート不要
■ 端末購入を考えてない ■ 未回答



年齢	端末購入のサポート希望	端末購入を検討しているがサポート不要	端末購入を考えてない	未回答	合計
10代	2 (1.4%)	—	3 (2.6%)	—	5
20代	9 (6.3%)	5 (10.4%)	13 (10.8%)	—	27
30代	9 (6.3%)	8 (16.7%)	21 (17.5%)	—	38
40代	25 (17.3%)	10 (20.8%)	19 (15.8%)	—	54
50代	34 (23.6%)	10 (20.8%)	19 (15.8%)	—	63
60代	33 (22.9%)	8 (16.7%)	25 (20.8%)	—	66
70代	27 (18.7%)	7 (14.6%)	12 (10%)	—	46
80代以上	5 (3.5%)	—	8 (6.7%)	—	13
年代不明	—	—	—	22 (100%)	22
合計	144	48	120	22	334

※ガラケー利用ユーザーの反応

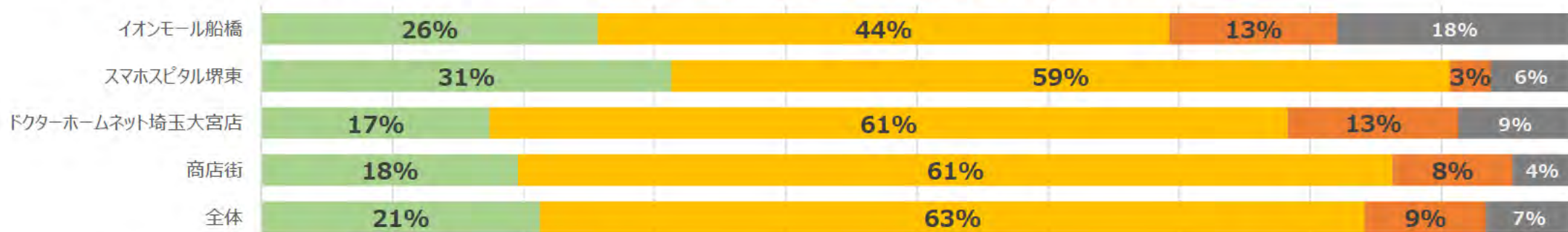


来訪者の内、約半数が「購入に向けたサポートは不要」、もしくは「携帯端末の新規購入は考えていない」と回答、一方で「端末購入のサポート希望者」は、購入方法、機種別の機能・特性などの問合せが多い傾向であった。また、乗換実施に際して「端末の購入が必要となり、最終的な費用増を懸念する声」が複数の相談者からあった。

③利用者アンケート結果（中古端末購入希望の意思）

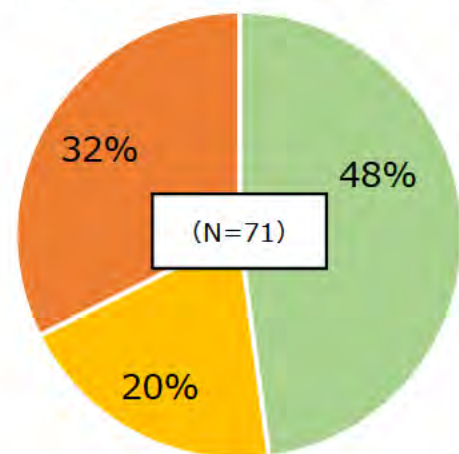
Q 中古端末の購入を考慮する可能性はあるか

■ 考慮する ■ 考慮しない ■ よくわからない ■ 未回答



年齢	考慮する	考慮しない	よくわからない	未回答	合計
10代	2 (2.8%)	3 (1.4%)	—	—	5
20代	7 (9.9%)	19 (9.1%)	1 (3.2%)	—	27
30代	8 (11.3%)	25 (11.9%)	5 (16.1%)	—	38
40代	16 (22.5%)	33 (15.7%)	5 (16.1%)	—	54
50代	14 (19.7%)	42 (20%)	7 (22.6%)	—	63
60代	18 (25.4%)	41 (19.5%)	7 (22.6%)	—	66
70代	6 (8.4%)	37 (17.6%)	3 (9.7%)	—	46
80代以上	—	10 (4.8%)	3 (9.7%)	—	13
年代不明	—	—	—	22 (100%)	22
合計	71	210	31	22	334

※「中古端末の購入を考慮する」と回答した相談者は端末の購入サポートも希望するか



■ 端末購入のサポート希望
■ 端末購入を検討しているがサポート不要
■ 端末購入を考えてない

来訪者の内、**6割以上の方が中古端末購入は考えていないことを確認**した。中古機種を購入しない理由としては、**中古端末への漠然とした不安や「スペック」、「動作不良(バッテリー持ち含)」、「情報流出」、「中古端末自体どうい**うものかわからない」などの声が複数の相談者からあった。

③利用者アンケート結果（他業界セット割引利用の意思）

Q 電気ガスのセット割引を考慮した提案を希望するか

■ 希望する ■ 希望しない ■ よくわからない ■ 未回答



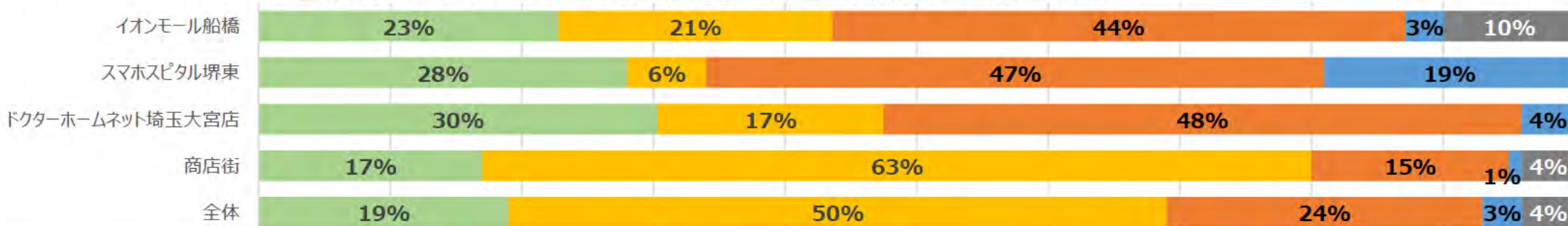
年齢	希望する	希望しない	よくわからない	未回答	合計
10代	2 (1.5%)	3 (2.8%)	—	—	5
20代	8 (5.9%)	14 (12.9%)	5 (7.5%)	—	27
30代	24 (17.8%)	11 (10.1%)	3 (4.5%)	—	38
40代	23 (17.0%)	24 (22.0%)	7 (10.4%)	—	54
50代	35 (25.2%)	20 (18.3%)	8 (11.9%)	—	63
60代	26 (19.3%)	19 (17.4%)	21 (31.3%)	—	66
70代	15 (11.1%)	14 (12.8%)	17 (25.4%)	—	46
80代以上	3 (2.2%)	4 (3.7%)	6 (9.0%)	—	13
年代不明	—	—	—	22 (100%)	22
合計	136	109	67	22	334

明確な希望者は4割程度と一定数あるが、「希望しない」、「よくわからない」の意見として「当該事業への専門性(強み)を持つ事業会社へ依頼したい」、「ライフスタイルに関わる契約・プランを複雑化させたくない」、「割引効果が分かりづらい、それぞれの掛かっている費用を把握したい」など、**電気やガスなどは専門の事業会社を活用し、家庭での契約形態の簡素化を望む意見が複数の相談者からあった。**

③利用者アンケート結果（MNO・MVNOの説明への反応） ※設問回答

Q 提供エリアを加味した携帯電話会社(MNO,MVNO)へのこだわりに関して

■ MNOであるドコモ、au、ソフトバンク、楽天モバイルのプランから選びたい ■ MNO4社とその新料金プランやサブブランドの中から選びたい
 ■ こだわらない（MNO・MVNOを含めた、全ての携帯会社から選びたい） ■ 楽天モバイルを除いて選びたい ■ 未回答

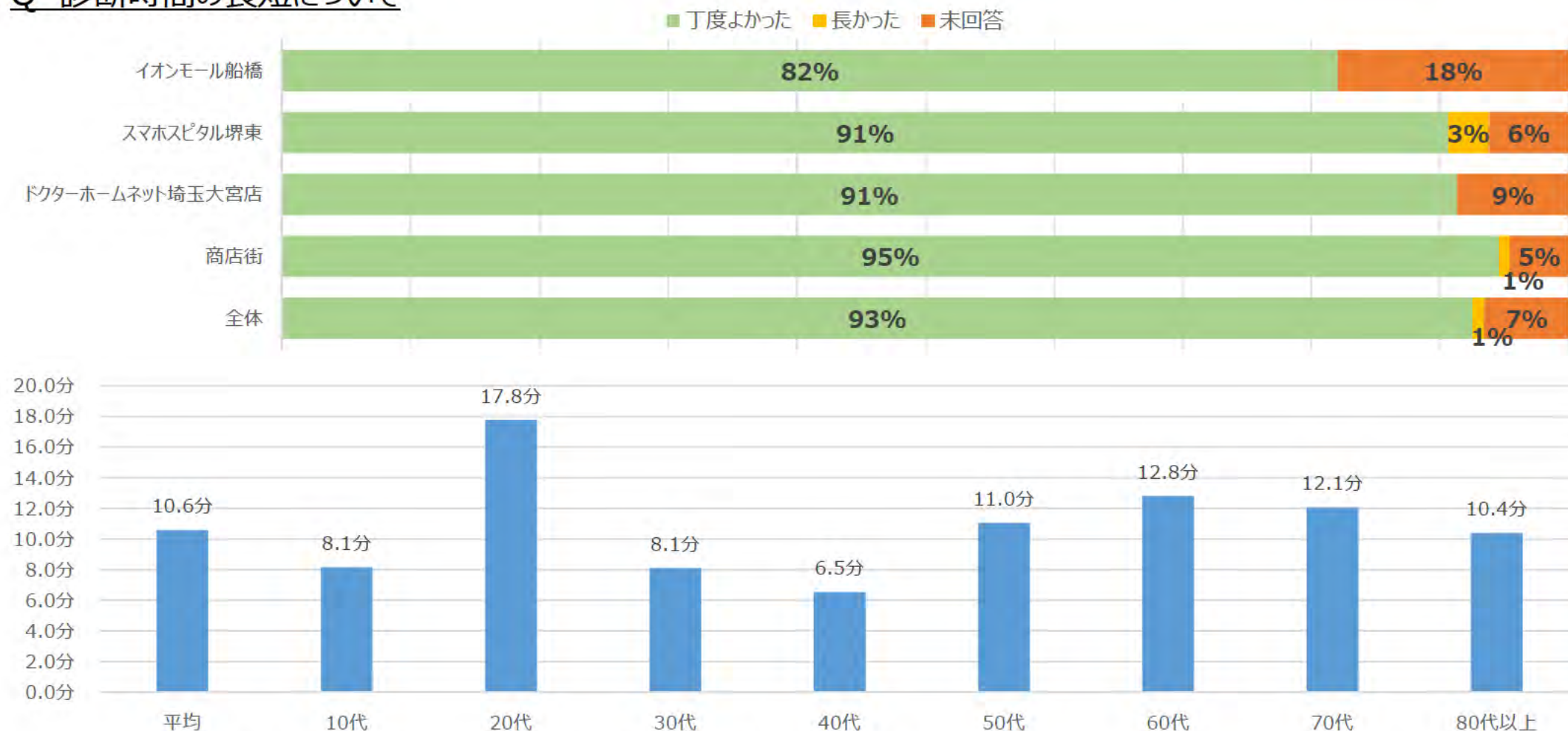


年齢	MNOであるドコモ、au、ソフトバンク、楽天モバイルのプランから選びたい	MNO4社とその新料金プランやサブブランドの中から選びたい	こだわらない（MNO・MVNOを含めた、すべての携帯会社から選びたい）	楽天モバイルを除いて選びたい	未回答	合計
10代	2 (3.1%)	—	2 (2.5%)	1 (9.1%)	—	5
20代	5 (7.8%)	9 (5.4%)	12 (15.2%)	1 (9.1%)	—	27
30代	2 (3.1%)	16 (9.6%)	18 (22.8%)	2 (18.2%)	—	38
40代	11 (16.9%)	20 (12.1%)	18 (22.8%)	5 (45.4%)	—	54
50代	14 (21.5%)	33 (19.9%)	15 (19.0%)	1 (9.1%)	—	63
60代	14 (21.5%)	42 (25.3%)	9 (11.4%)	1 (9.1%)	—	66
70代	11 (16.9%)	32 (19.3%)	3 (3.8%)	—	—	46
80代以上	3 (4.6%)	9 (5.4%)	—	—	1 (7.7%)	13
年代不明	3 (4.6%)	5 (3.0%)	2 (2.5%)	—	12 (92.3%)	22
合計	65	166	79	11	13	334

約7割の相談者がMNOやサブブランドを志向していた。なお、MNO・MVNOなど専門用語の説明に疲労感、抵抗感を感じる相談者がいたことや、相談員から「言葉が分かりづらい」、「カバーエリアや回線速度差がイメージしづらい」との声があったことが報告されている。

③利用者アンケート結果（診断時間の長短について）

Q 診断時間の長短について



※診断時間集計システムは設問の回答している時間のみを抽出しております。

※診断開始前、免責事項の説明、診断後のアンケートの時間は含まれておりません。

※第2クールより診断開始前、免責事項の説明、診断後のアンケートの時間を取得できるように改修をいたします。

相談者の多くが現状の案内方法や設問に対して、「丁度よかった」と感じていることを確認した。

①相談者数推移

- 年齢別
- 男女別

②各相談所の概要

- イオンモール船橋
- ドクターホームネット埼玉
- スマホスピタル堺東
- 商店街

③利用者アンケート結果

- 診断後の乗換え有無
- 端末購入、中古端末購入希望
- 他業界セット割引利用の意思
- MNO・MVNOの説明への反応
- 診断時間の長短について

④第1クールでの課題

- 新たな料金プランや大規模な料金改定の反映
- 相談者数の確保
- 相談員に求められるスキル
- 兼業相談所における本業との関係

⑤診断と提案結果の概要

- 基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ
- 利用中通信事業者と診断による提案結果
- 診断結果による提案の傾向と分析

④第1クールでの課題（新たな料金プランや大規模な料金改定の反映）

現状

- ・通信事業者が新たに提供を開始する新料金プランやキャンペーンについては、毎日各社のWebサイトを確認し、診断アルゴリズムへの反映や相談者に手交する提案書に記載すべき情報かどうかを個別に検討
- ・検討の結果、大規模な診断アルゴリズムの改修が必要となった場合、改修に最大3週間程度を要した

追加	プレスリリース	サービス開始	対応完了日時
イオンモバイル：10/1料金改定	2021年8月12日（木）	2021年10月1日（金）	2021年9月1日（水） 9:00
UQmobile：自宅セット割	2021年8月31日（火）	2021年9月2日（木）	2021年9月2日（木） 9:00
au：povo2.0（povo1.0削除）	2021年9月13日（月）（概要） 2021年9月27日（月）（開始日）	2021年9月29日（水）	2021年9月27日（月） 9:00
OCNEモバイルONE：エコノミーMVNO 500Mプラン	2021年10月7日（木）	2021年10月21日（木）	2021年10月19日（火） 18:00

課題

- ◆新ブランドの追加や大規模な料金プランの改定の場合、診断アルゴリズムの改修に必要な作業量が膨大となった。また、月額単位ではなく、時間単位や長期間単位での課金といった現行診断アルゴリズムでは想定していない新しい概念の料金プランは、現行の診断アルゴリズムとの整合性をどうとるかの検討に時間を要した
- ◆各通信事業者のwebサイトを確認してから各種作業を行う現行方式では、情報の入手から新プランやサービス提供開始までの間隔が短い場合、必要な改修が当該新サービスの提供までに間に合わない可能性がある。
- ◆その他診断アルゴリズムの改修には影響がない情報（例：各種キャンペーン情報）についても、内容を確認の上、必要に応じて相談者に手交する資料への反映を行っており、一定の負担が生じた

④第1クールでの課題（相談者数の確保）

現状

- ・商店街に設置した相談所に（以下「商店街相談所」）においては、通行人のうち相談所の存在に関心をもった方に相談員が声をかけ診断を持ちかける手法を中心に診断を促した
- ・相談業務とは別に本業がある相談所（以下「兼業相談所」）においては、基本的には本業に従事しつつ、顧客とのやりとりの中から、乗換えに関心がありそうな場合、相談所での診断を促した

課題

- ◆商店街相談所においては、継続して一定数の相談者数を確保することができているが、兼業相談所では、新型コロナウイルス感染症の影響による顧客減や職員の体制整備の遅れなどにより、相談者が伸び悩んでいる
- ◆診断を促した場合であっても、相談者側の様々な固有の事情により診断を断られることが多くあった

診断を断られた具体的な理由例

- ・現状に満足している
- ・乗換え予定がない
- ・家族契約なので一人では決められない
- ・高齢のお客さまで、設問に出てくる用語の意味が分からなかったため

相談所の存在に賛同する意見例

- ・ショップだと予約が必要でなかなか行けませんが、気軽に相談できて良かった
- ・中立的な立場から、ハッキリと言ってくれて助かった
- ・ショップに行く前に、営業感なしで質問/相談/診断出来るため、気持ちの整理が出来ると共に、何かしらの情報を取得できることが良い

④第1クールでの課題（【参考】第2クールに向けた相談者数の増加に向けた取組について）

▼イオンモバイル（11月20日より取組開始済み）

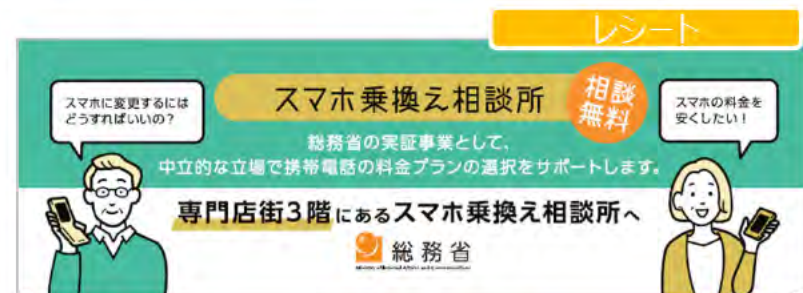
- ・1階青果エリアのレジシートにスマホ乗換え相談所の誘導内容を掲載。
⇒3Fモバイルエリアへの誘導と周知活動を行う。
- ・館内ポスター掲示、周知活動を行う。

▼ドクターホームネット埼玉大宮（第2クールより取組開始予定）

- ・ドクターホームネット埼玉大宮のホームページに「携帯ポータルスマホ乗換え相談所」のバナーを設置。
- ・携帯ポータルスマホ乗換え相談所ページの改修。
⇒所在地とサービス内容を告知。
- ・訪問修理時に「スマホ乗換え相談」のチラシを手元に用意し、勧奨時の診断希望増加を見込む。

▼スマホスピタル堺東（第2クールより取組開始予定）

- ・堺東駅ナカ（スマホスピタル1F～地下）にてスマホ乗換え相談所周知ポスターの掲示。
無料相談スマホスピタルで行っている旨を掲載し、周知集客。



④第1クールでの課題（相談員に求められるスキル）

現状

- ・診断結果のブレを防ぐため、相談員は策定したトークスクリプトに従い、診断アルゴリズムを用いて一律の診断結果が出せるように、全体フローを設計
- ・相談員に対してはあらかじめ必要な研修を実施

課題

- ◆相談者からは、相談員はスマホに関することはなんでも熟知していると認識されており、診断の途中で、トークスクリプトでは想定していない質問がなされることがある。相談者との円滑なコミュニケーションをとるためには、相談員には広範な関連知識が求められる
- ◆説明用の資料があっても、相談者とのやりとりに集中した結果、説明順序や、内容を間違えることがあった

相談者からの様々な質問例

- | | |
|------------------------|-------------|
| ・「料金プラン」「データ使用容量」の確認方法 | ・スマホの基本操作方法 |
| ・「テザリング」とは | ・通知の不具合 |
| ・今利用しているインターネット会社の確認方法 | ・電子決済の設定方法 |
| ・乗り換え時に電話番号が変更されるか | ・アプリの使い方 |
| ・機種変更の手続き方法 | ・バッテリーの持ち |
| ・電子決済アプリの利用方法について | |

④第1クールでの課題（兼業相談所における本業との関係）

現状

- ・兼業相談所では、通信事業者の販売代理店、出張サポート、端末修理など、本来業務と兼業する形で相談所を運営し、将来のビジネスフュージビリティを検討するための課題の洗いだしを実施

課題

- ◆本業の繁忙状況によっては、相談所の運営が負担となっている可能性がある
- ◆商店街相談所に比して、相談者数が少ない

 **ビジネスの形態として兼業相談所が成り立つかについては、第2クールにおいて兼業相談所や相談者からの声をさらに収集し、分析することが必要**

①相談者数推移

- 年齢別
- 男女別

②各相談所の概要

- イオンモール船橋
- ドクターホームネット埼玉
- スマホスピタル堺東
- 商店街

③利用者アンケート結果

- 診断後の乗換え有無
- 端末購入、中古端末購入希望
- 他業界セット割引利用の意思
- MNO・MVNOの説明への反応
- 診断時間の長短について

④第1クールでの課題

- 新たな料金プランや大規模な料金改定の反映
- 相談者数の確保
- 相談員に求められるスキル
- 兼業相談所における本業との関係

⑤診断と提案結果の概要

- 基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ
- 利用中通信事業者と診断による提案結果
- 診断結果による提案の傾向と分析

⑤診断と提案結果の概要（基本方針評価軸に係る設問と診断の流れ）

基本方針評価軸とそれに係る設問項目

- 利用者の利用実態にあった事業者・プランを提案するにあたり、利用者から回答してもらう評価軸とそれに係る設問項目を以下のとおりとして実施した
 - ・ 料金の安さにこだわるか→重視する点か確認
 - ・ 店舗サポートが必要か不要か→店舗の利用意向、重視する点か確認
 - ・ パケット使用量はどの程度か→月間通信利用容量とばらつき、テザリングの利用有無、重視する点か確認
 - ・ 通信品質（実効通信速度やカバレッジ等）にこだわりがあるか→通信品質、携帯電話会社利用意向、5Gの利用希望
 - ・ 携帯電話で通話をするかどうか→通話頻度
 - ・ 割引・ポイントにこだわるか→利用中のポイント/電子決済、ネット回線とのセット割、家族割、年齢割
- その他、利用者の利用実態にあった事業者・プランを提案する上で必要な基本情報（契約中の携帯電話会社、現在の基本料金、キャリアメールの利用有無、支払方法）についても、設問項目に加えて実施した。



診断

- 回答結果を元に、利用者の利用実態にあった事業者・プランを3つ提案

⑤診断と提案結果の概要（利用中通信事業者と診断による提案結果【全体像】）

- 相談者の大半は、楽天を除くMNO3者とMNOのサブブランドを利用中
- 提案先はMNOとサブブランド・新プランが大層を占め、MVNOは少なかった

※当該通信事業者の上位33%以内を赤太字、上位33%～67%を赤字（当該通信事業者の利用者10人以上のもののみ表記）

診断による提案（1相談者あたり3プラン）

※各行の合計は利用者数×3（プラン）

利用中人数	利用中	docomo	au	Softbank	楽天	UQ mobile	Vmobile	ahamo	povo	LINEMO	BIGLOBE	IIJmio	LIBMO	mineo	OCNモバイルONE	イオンモバイル	donezone
106	ドコモ	68	15	22	48	55	29	18	11	20	0	9	1	2	15	3	2
79	au	16	55	19	30	35	23	10	6	12	0	7	3	5	13	3	0
73	ソフトバンク	23	19	35	32	35	21	15	5	7	0	8	3	2	11	3	0
6	楽天モバイル	1	1	1	2	3	2	2	1	1	0	0	1	0	0	1	2
12	UQ mobile	2	3	2	5	8	6	3	4	3	0	0	0	0	0	0	0
24	ワイモバイル	6	0	5	10	14	7	3	2	6	0	8	0	3	5	3	0
6	ahamo	1	2	0	2	1	0	1	0	0	0	3	3	2	1	2	0
4	povo	0	0	0	2	2	0	2	0	1	0	2	1	1	1	0	0
0	LINEMO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	BIGLOBEモバイル	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
1	IIJmio	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
3	mineo	0	0	0	2	1	0	0	2	2	0	1	0	1	0	0	0
1	OCNモバイルONE	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	イオンモバイル	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0
5	それ以外	0	0	0	4	2	0	1	2	4	0	1	0	0	0	1	0

⑤診断と提案結果の概要（診断結果による提案の傾向と分析①）

提案先 利用中	UQ mobile	Y!mobile
ドコモ	55	29
au	35	23
ソフトバンク	35	21
楽天モバイル	3	2
UQ mobile	8	6
ワイモバイル	14	7
ahamo	1	0
povo	2	0
LINEMO	0	0
BIGLOBEモバイル	0	0
IIJmio	0	0
mineo	1	0
OCNモバイルONE	1	1
イオンモバイル	0	0
それ以外	2	0

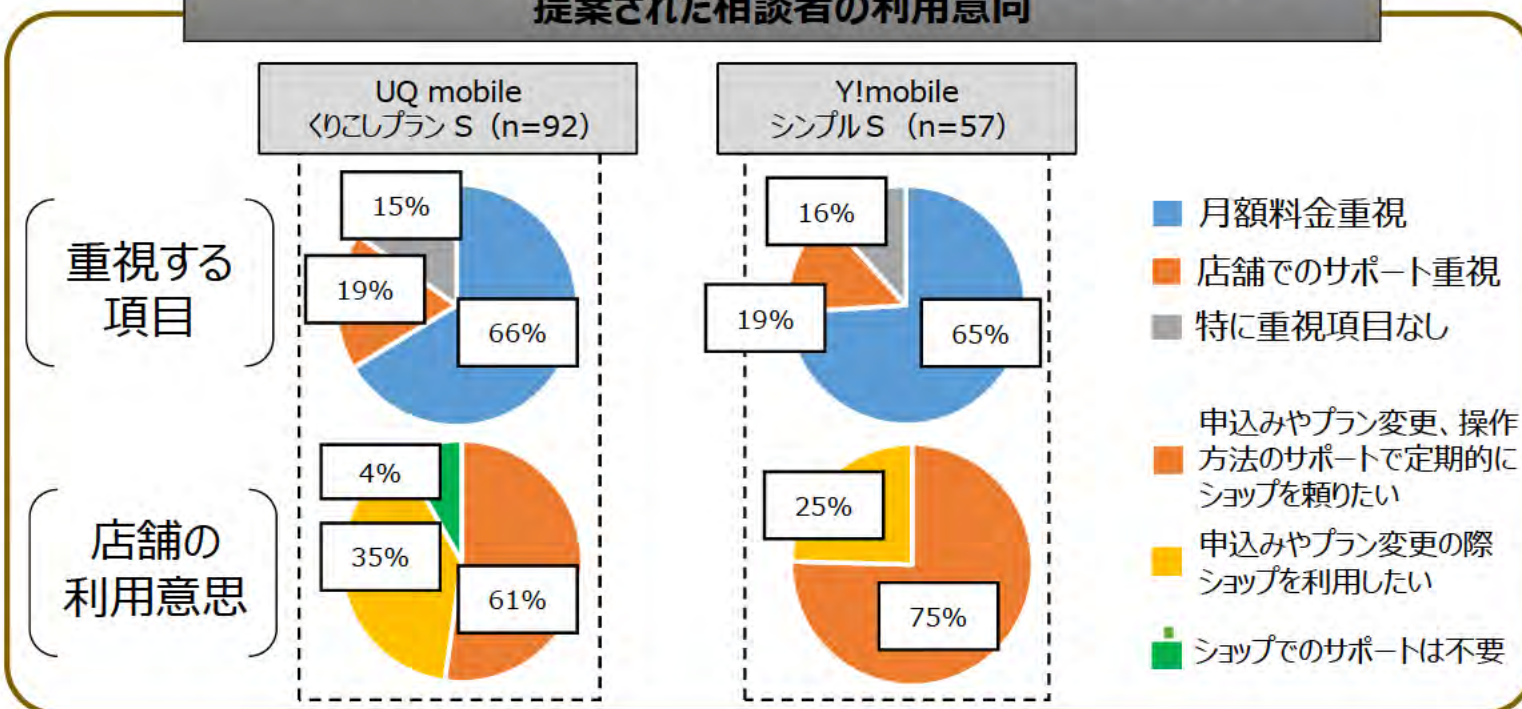
傾向

利用中の通信事業者に関係なく、全体的にMNOサブブランドの提案数が多かった

分析

提案結果の内訳を検証すると、UQ mobileではくりこしプランS、Y!mobileではシンプルSの提案数が多かったが、これは、低容量で月額料金重視かつ店舗でのサポートを希望する相談者の利用意向が多かったことが反映されている

UQ mobile（くりこしプランS）・Y!mobile（シンプルS）が提案された相談者の利用意向



⑤診断と提案結果の概要（診断結果による提案の傾向と分析②）

提案先 利用中	BIGLOBE	IIJmio	LIBMO	mineo	OCNモバイルONE	イオンモバイル	donezone
ドコモ	0	9	1	2	15	3	2
au	0	7	3	5	13	3	0
ソフトバンク	0	8	3	2	11	3	0
楽天モバイル	0	0	1	0	0	1	2
UQ mobile	0	0	0	0	0	0	0
ワイモバイル	0	8	0	3	5	3	0
ahamo	0	3	3	2	1	2	0
povo	0	2	1	1	1	0	0
LINEMO	0	0	0	0	0	0	0
BIGLOBEモバイル	0	1	0	0	1	0	0
IIJmio	0	0	0	0	0	0	0
mineo	0	1	0	1	0	0	0
OCNモバイルONE	0	0	0	0	0	0	0
イオンモバイル	0	0	0	0	0	3	0
それ以外	0	1	0	0	0	1	0

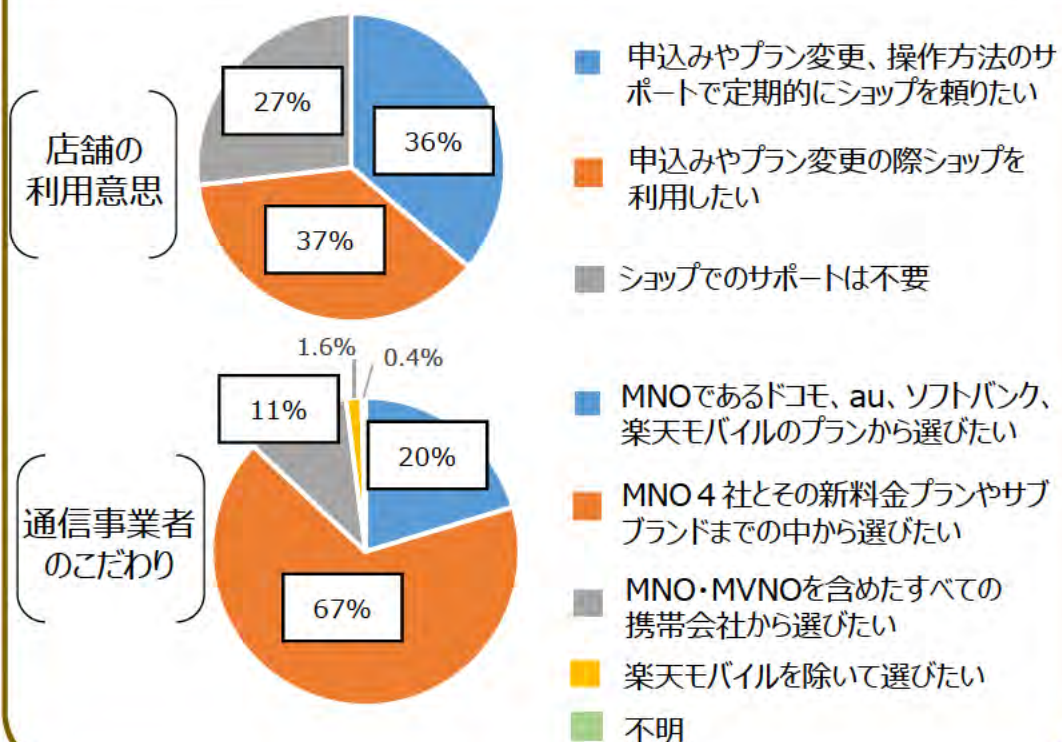
傾向

全体的に、MVNOが提案されることが少なかった

分析

診断時の設問中、店舗サポートの要不要や通信事業者へのこだわりの有無に関する利用意向が反映されている

MVNOが全く提案されなかった相談者(N=246)の利用意向



⑤診断と提案結果の概要（【参考】相談者が現在利用している通信事業者と属性・利用実態）

利用通信事業者 (N：相談者数)	＜年代別＞ ① ～20代 ② 30代～50代 ③ 60代～	＜利用容量別＞ 低（～1GB未満） 中（1GB以上～10GB未満） 高（10GB以上） 未利用	＜月額料金別＞ 低（～3000円未満） 中（3000円以上～7000円未満） 高（7000円以上）
ドコモ（N＝106）	①8人 ②48人 ③46人 ※未回答4人	低18人 中62人 高18人 未8人	低24人 中53人 高29人
au（N＝79）	①5人 ②36人 ③36人 ※未回答2人	低17人 中44人 高14人 未4人	低22人 中38人 高19人
ソフトバンク（N＝73）	①15人 ②40人 ③18人	低7人 中30人 高34人 未2人	低7人 中14人 高52人
楽天モバイル（N＝6）	①0人 ②4人 ③2人	低0人 中2人 高4人 未0人	低5人 中1人 高1人
UQモバイル（N＝12）	①0人 ②6人 ③5人 ※未回答1人	低1人 中10人 高1人 未0人	低10人 中2人 高0人
ワイモバイル（N＝24）	①1人 ②7人 ③14人 ※未回答2人	低4人 中19人 高1人 未0人	低14人 中10人 高0人
ahamo（N＝6）	①2人 ②3人 ③0人 ※未回答1人	低0人 中2人 高4人 未0人	低4人 中2人 高0人
povo（N＝4）	①0人 ②3人 ③1人	低0人 中2人 高2人 未0人	低4人 中0人 高0人
LINEMO（N＝0）	-	-	-
IIJmio（N＝1）	①0人 ②1人 ③0人	低0人 中1人 高0人 未0人	低1人 中0人 高0人
イオンモバイル（N＝1）	①0人 ②1人 ③0人	低0人 中1人 高0人 未0人	低0人 中1人 高0人
OCNモバイルONE（N＝1）	①0人 ②1人 ③0人	低0人 中1人 高0人 未0人	低1人 中0人 高0人
BIGLOBEモバイル（N＝1）	①0人 ②1人 ③0人	低1人 中0人 高0人 未0人	低1人 中0人 高0人
mineo（N＝3）	①0人 ②2人 ③1人	低0人 中2人 高1人 未0人	低2人 中1人 高0人
LIBMO（N＝0）	-	-	-
その他（N＝5）	①1人 ②2人 ③2人	低1人 中3人 高0人 未1人	低5人 中0人 高0人

⑤診断と提案結果の概要（【参考】相談者の主な利用意向）

利用通信事業者 (N：相談者数)	＜店舗サポート＞ ①サポート要（一部サポート含む） ②不要	＜メール意向＞ ①変更不可（変更したくない） ②変更可 ③未利用	＜重視事項＞ ①料金の安さ ②容量の余裕さ ③店舗サポート ④特になし
ドコモ（N＝106）	要75人 不要31人	不可18人 可73人 未利用15人	①69人 ②4人 ③19人 ④14人
au（N＝79）	要53人 不要26人	不可18人 可42人 未利用19人	①55人 ②3人 ③9人 ④12人
ソフトバンク（N＝73）	要53人 不要20人	不可9人 可56人 未利用8人	①54人 ②5人 ③6人 ④8人
楽天モバイル（N＝6）	要3人 不要3人	不可0人 可4人 未利用2人	①4人 ②1人 ③1人 ④0人
UQモバイル（N＝12）	要9人 不要3人	不可0人 可10人 未利用2人	①10人 ②0人 ③1人 ④1人
ワイモバイル（N＝24）	要16人 不要8人	不可3人 可14人 未利用7人	①17人 ②0人 ③4人 ④3人
ahamo（N＝6）	要2人 不要4人	不可0人 可6人 未利用0人	①4人 ②1人 ③0人 ④1人
povo（N＝4）	要2人 不要2人	不可0人 可4人 未利用0人	①3人 ②0人 ③0人 ④1人
LINEMO（N＝0）	-	-	-
IIJmio（N＝1）	要0人 不要1人	不可0人 可1人 未利用0人	①1人 ②0人 ③0人 ④0人
イオンモバイル（N＝1）	要0人 不要1人	不可0人 可1人 未利用0人	①0人 ②0人 ③0人 ④1人
OCNモバイルONE（N＝1）	要1人 不要0人	不可0人 可1人 未利用0人	①0人 ②0人 ③0人 ④1人
BIGLOBEモバイル（N＝1）	要0人 不要1人	不可0人 可1人 未利用0人	①1人 ②0人 ③0人 ④0人
mineo（N＝3）	要1人 不要2人	不可1人 可2人 未利用0人	①3人 ②0人 ③0人 ④0人
LIBMO（N＝0）	-	-	-
その他（N＝5）	要1人 不要4人	不可0人 可3人 未利用2人	①5人 ②0人 ③0人 ④0人