

携帯電話の乗換え等サポートWG（第3回）

株式会社野村総合研究所
コンサルティング事業本部
ICTメディアコンサルティング部

2021年 11月 29日

NRI

Share the Next Values!

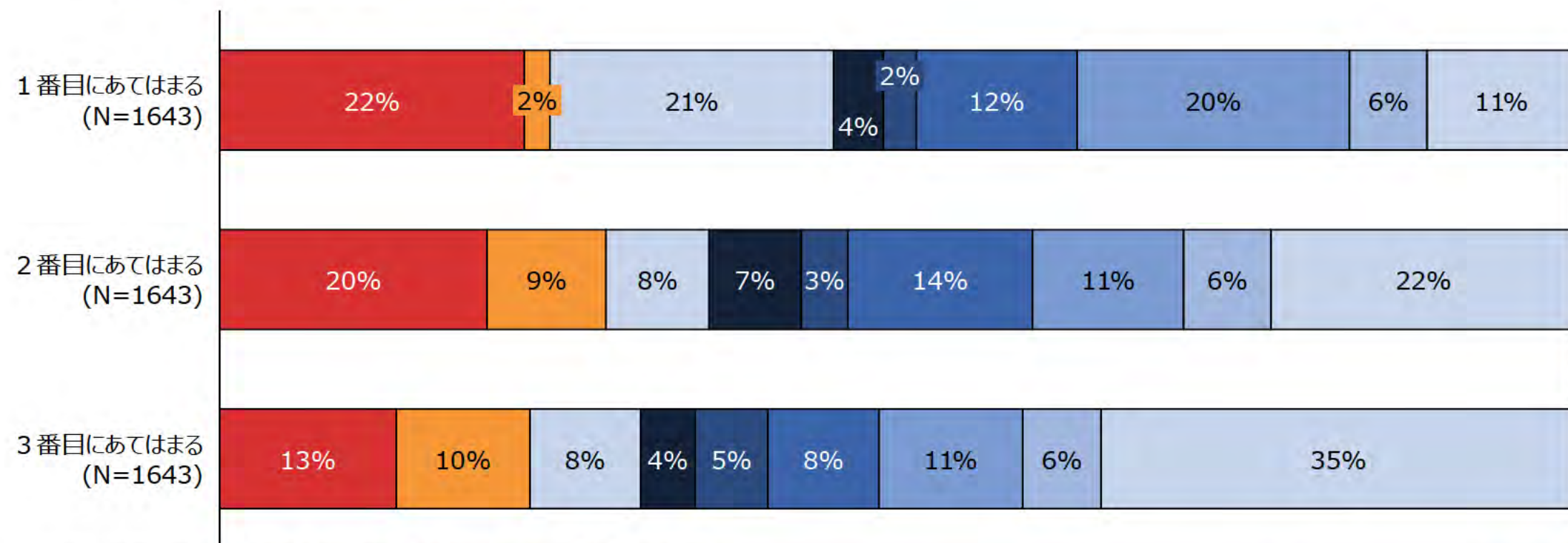
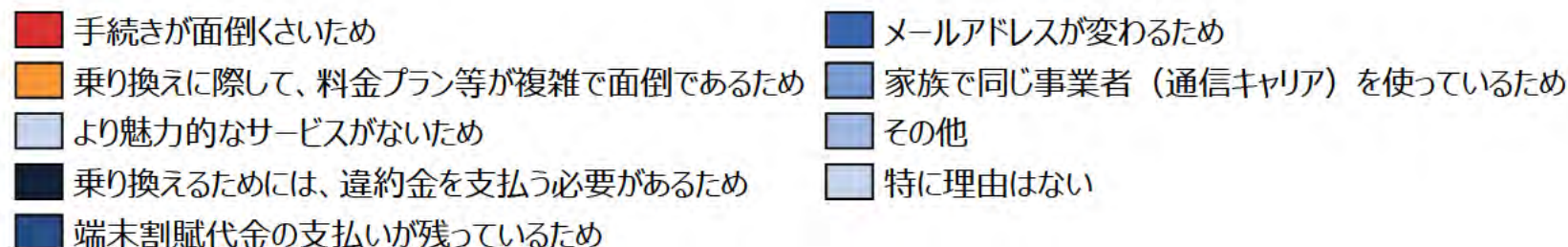


スマホ乗換え相談所の必要性と事業者概況

スマホ乗り換え相談所の必要性：乗り換えをしない理由

乗り換えをしない理由として、「手続きが面倒」「料金プラン等が複雑で面倒」を選ぶ利用者は、全体の7割程度（1番目～3番目にあてはまると選択）存在する

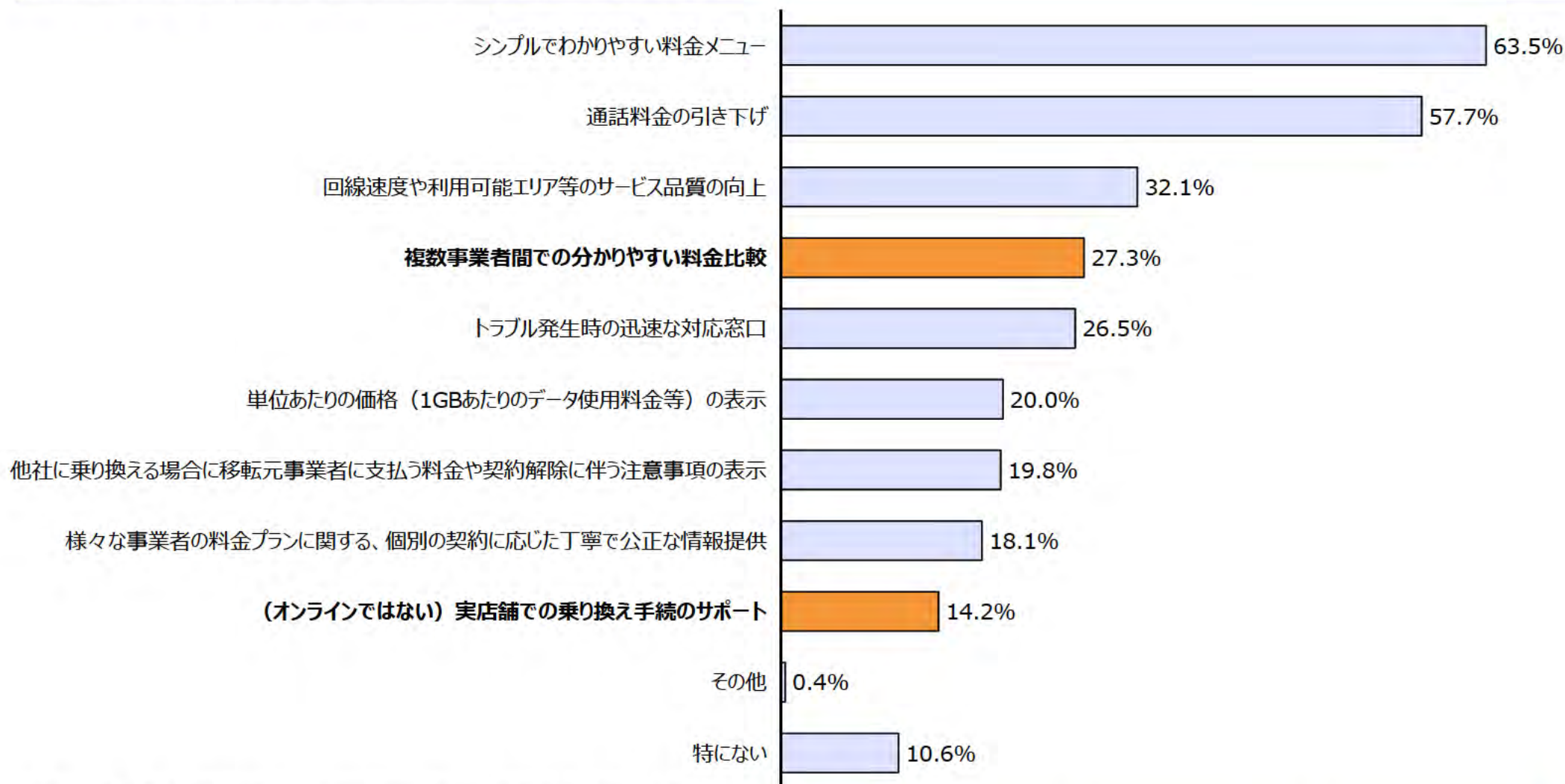
問：あなたが乗り換えを検討しない理由について、1～3番目の順にあてはまるものをお知らせください。



スマホ乗り換え相談所の必要性：携帯電話に関する要望

携帯電話に関する要望の中で、スマホ乗り換え相談所が対応できる点として、「複数事業者間での分かりやすい料金比較」「実店舗での乗り換え手続きのサポート」が挙げられる

携帯電話に関し消費者として望むこと（MA）（N = 520）



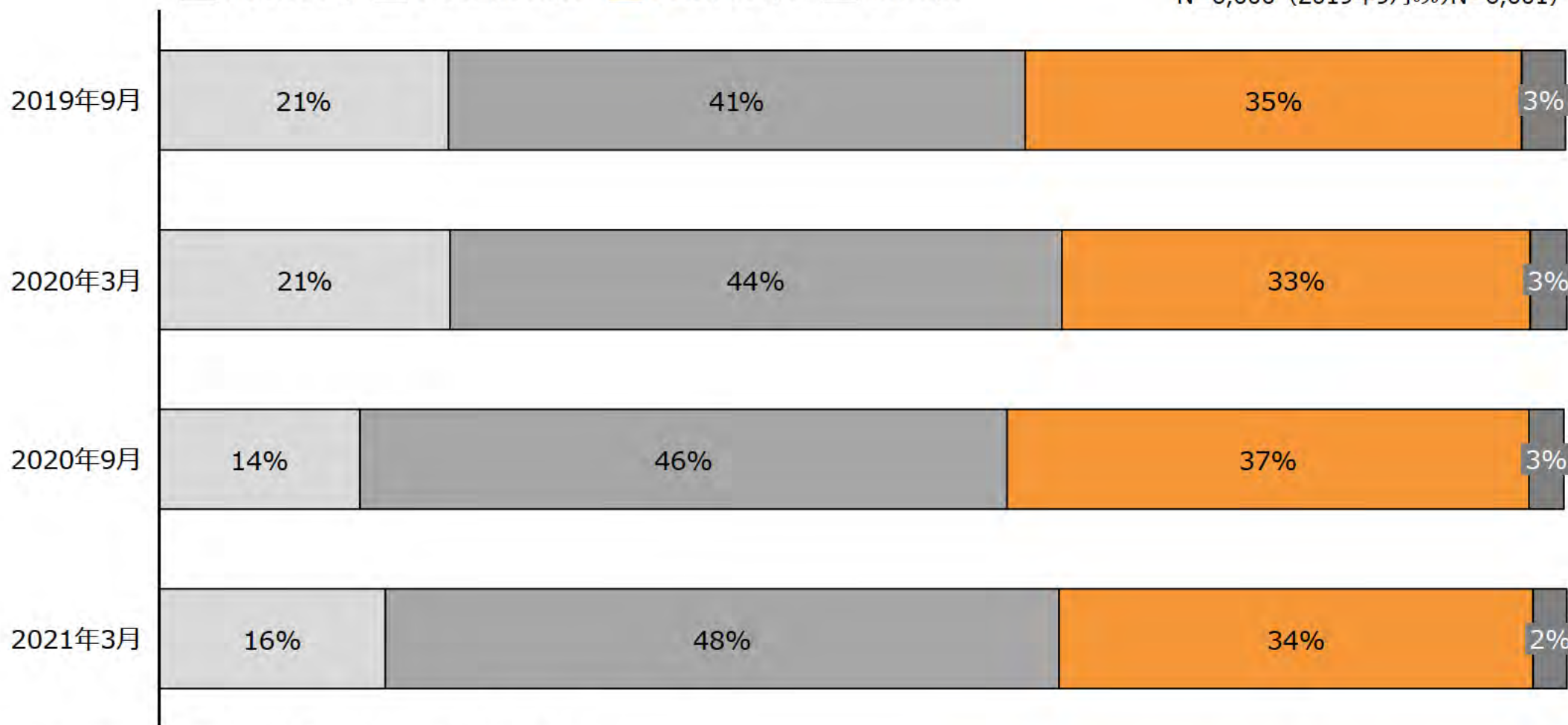
出所) 消費者庁「携帯電話の利用状況に関する意識調査結果」(令和3年6月)

スマホ乗り換え相談所の必要性：契約プランへの納得感

**支払っている通信料金に納得していない消費者は3割強存在。
通信料金を理解し、納得感のある選択をするニーズは一定数存在する**

問：現在あなたが携帯電話会社に支払っている通信料金（音声通話料金、データ通信料金等）に納得していますか。

□ 納得している □ どちらともいえない □ 納得していない □ わからない N=6,000（2019年9月のみN=6,001）



出所) 総務省「携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査」より

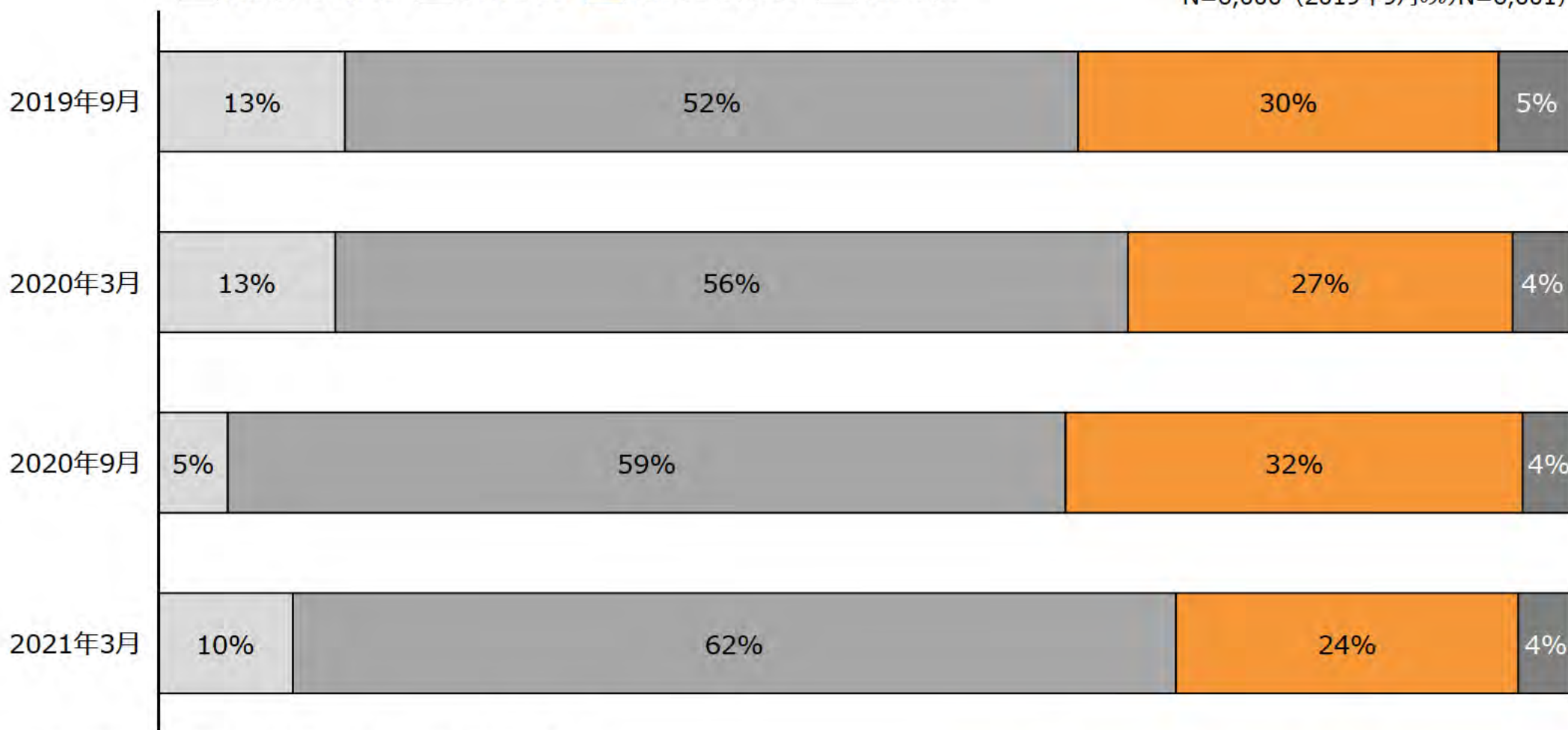
スマホ乗り換え相談所の必要性：料金プランの理解度

携帯電話の料金プランはわかりづらいと感じている消費者が3割程度存在し、料金プランの理解度向上のニーズは一定数存在する

問：最近、日本の携帯電話の料金プランはシンプルで分かりやすくなってきたと感じますか。

□ わかりやすくなった □ 変わらない □ わかりづらくなった □ わからない

N=6,000（2019年9月のみN=6,001）



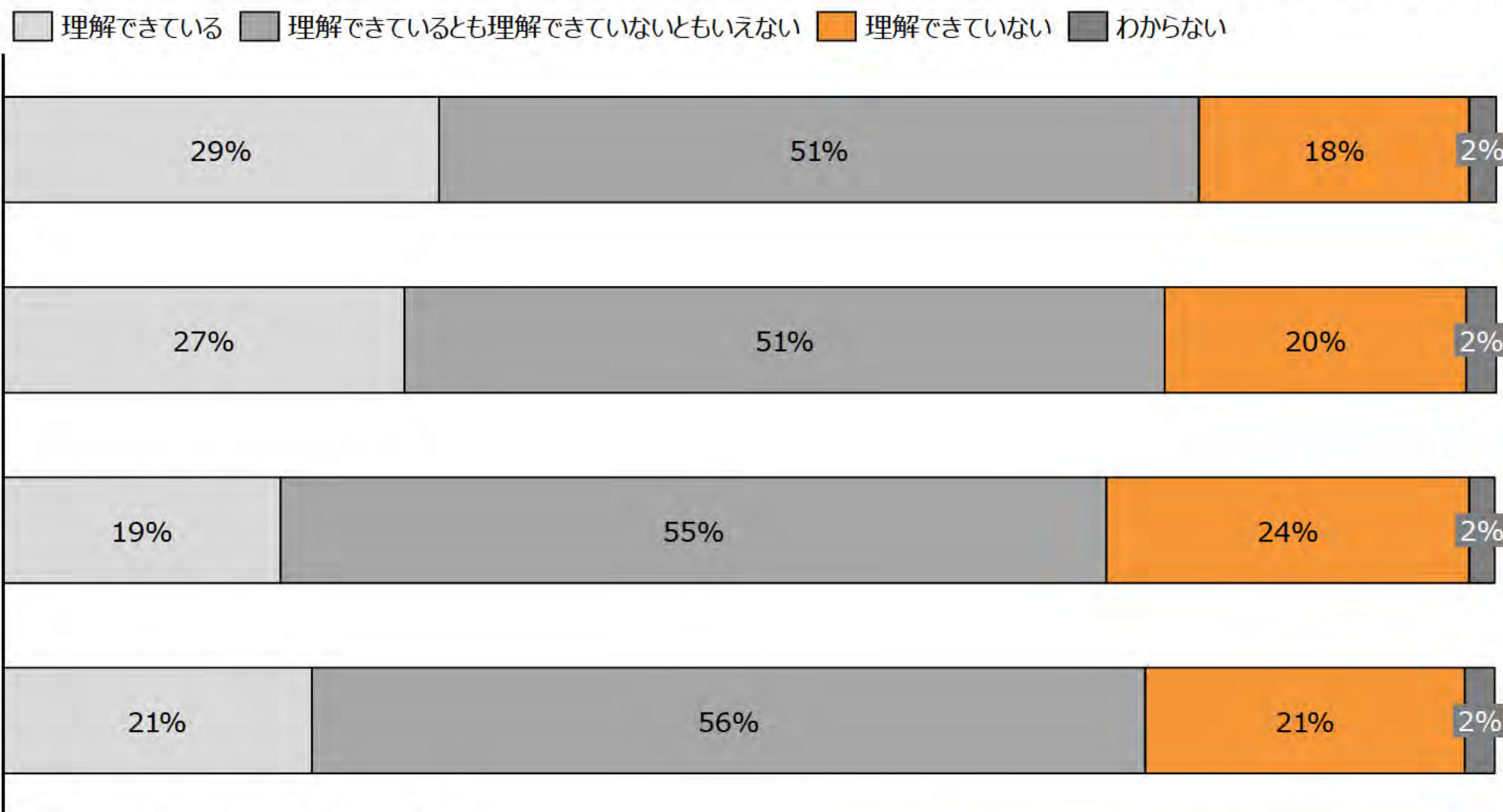
出所) 総務省「携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査」より

スマホ乗り換え相談所の必要性：料金プランの理解度

自身が契約している料金プランの内容を理解できていないと感じている消費者が2割程度存在し、料金プランの理解度向上のニーズは存在する

問：現在、あなたが契約している通信料金の料金プランの内容について、ご自身で理解できていると思いますか。

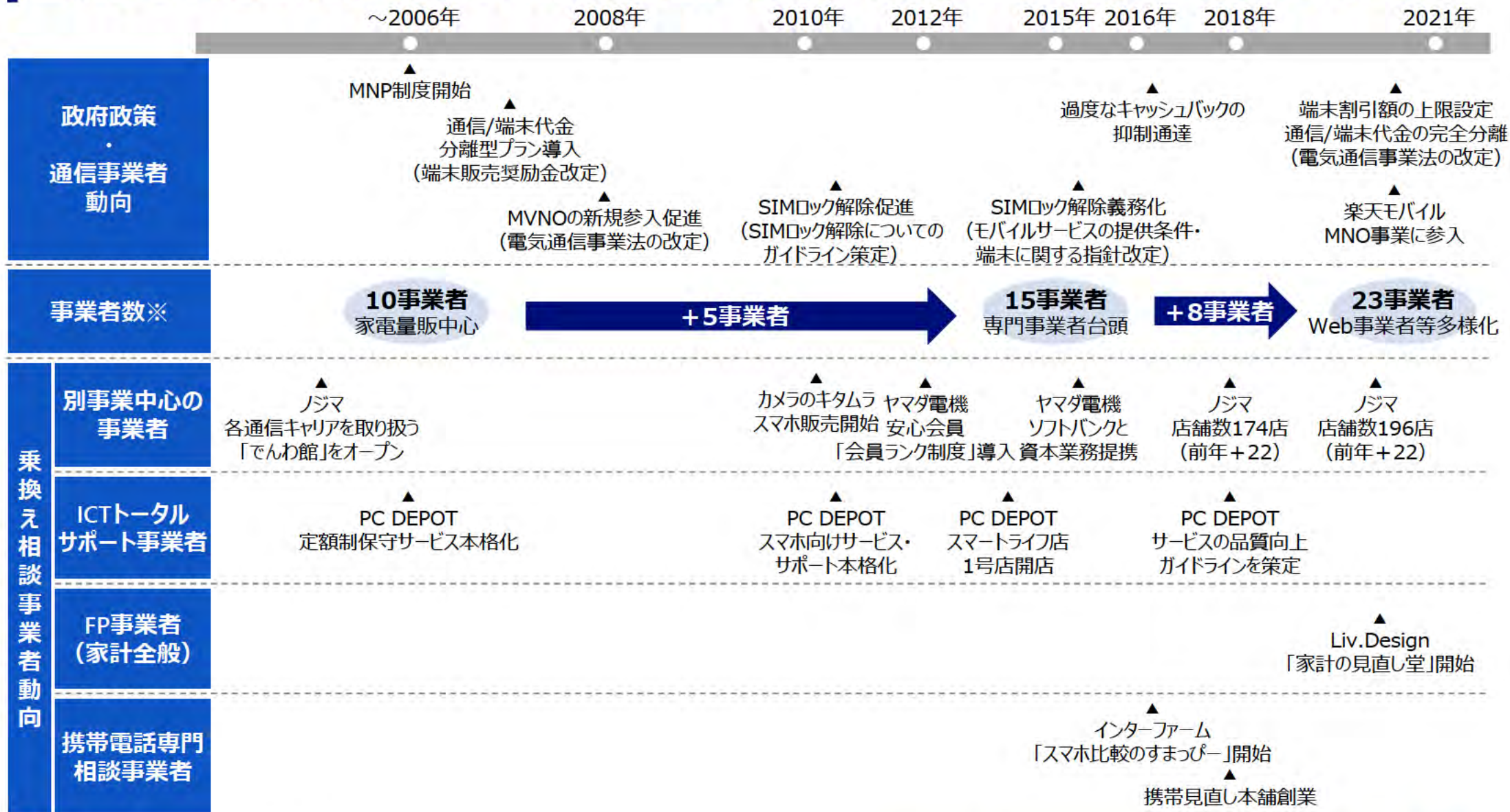
N=6,000（2019年9月のみN=6,001）



出所) 総務省「携帯電話の料金等に関する利用者の意識調査」より

スマホ乗り換え相談所の必要性

消費者の様々なニーズを受け、乗換え相談サービスを提供する事業者が台頭。
当初は家電量販店が中心だったが、現在は専門事業者等も登場し多様化してきている



※事業者は各社HPをNRIが調査し算出

乗換え相談事業者に関する調査

本調査研究に対しての示唆を得るべく、下記の観点で、
乗換え相談事業を行っている事業者の調査を実施した

主な調査項目

事業性	- どのように収益化しているか - 利用者からの相談料、通信事業者からの手数料、本業送客 など
業務体制	- サービスの運営体制はどのようなものか - 人員体制や相談形式（リアル/オンライン） など - 従業員の育成はどのように行っているか
アルゴリズム	- 料金プラン選定のためのアルゴリズムはどのような考えに基づくか - どのような項目をユーザーから聴取しているのか
中立性の担保	どのように提案内容の中立性・公平性を担保しているか
情報開示・責任分界点	- 個人情報の取り扱いはどのようになっているか - 実際の契約以降、各通信事業者との責任分界点はどのように切り分けられているか
消費者トラブル	- 消費者からのクレームはあるか - どのように消費者トラブルを避けているか - サービス内容・提案プランの周知はどのように行っているか

対象事業者

1	携帯見直し本舗 (携帯見直し本舗)
2	インターファーム (スマホ比較のすまっぴ)
3	Liv. Design (家計の見直し堂)
4	ピーシーデポコーポレーション (通信料金見直し総合相談)
5	ノジマ (通信料金見直し)
6	ヤマダ電機 (「スマートフォン・タブレット」トータルサポート)
7	カメラのキタムラ (格安SIM乗替サポート)

前頁記載の調査項目に沿って各事業者の調査を実施

事業性

- 収入パターンとしては、消費者から相談料を徴収するケースとしないケースが存在。消費者から徴収する場合、**年間売上は相談員一人当たり数百万円/人程度**、徴収しない場合は、**通信事業者からの手数料が主な収入源である**
- 乗換え事業**単独で成り立たせることが困難なため**、他事業と連携することで、事業化しているケースが多い

業務体制

- **専門的な知識を持つスタッフ**によって提供しているケースが多いが、研修カリキュラムや教育体制を組み**人材育成に注力することで**サービス提供している事業者も存在する

アルゴリズム

- 事業者によってはツールを利用しているケースもあるが、**聴取する設問やその算出ロジックは異なる**
- **全て機械的に判定するわけではなく、定性的な情報を補完し**、相談員の判断で提案しているような事業者も存在する

中立性の担保

- 以下のような取組をすることで、中立性を担保する事業者が存在する
 - ✓ **料金を成果報酬型にすることで、消費者が満足できる提案をして初めて事業を成立**させている
 - ✓ 現場の相談員に、**手数料を伝えない・販売目標を設定しないなどの工夫により**、提案に偏りをなくしている

情報開示責任分界点

- 情報開示に関しては、**提案対象の通信事業者、相談事業者自身が通信事業者の代理店であるか否か、相談料の発生タイミング等**を開示している
- 通信事業者の正規代理店にあたる事業者は、**通常の代理店同様、通信契約に際しての責任も負う**。相談・提案のみの事業者は、**個人情報等は通信事業者に開示・連携しておらず、契約をする前までの責任を負う**

消費者トラブル

- 提案内容への不満や説明不足による**消費者トラブルはほとんど生じていない**
(通信事業者と相談事業者とで情報連携不足によるトラブルが発生したケースは存在する)

参考情報

国内事業者調査

国内で乗換え相談事業を行っている下記の事業者を調査した

	公開情報調査 + インタビュー調査	基礎情報			サポートのフロー上での提供サービス			
		事業規模	店舗数	利用者数	契約前	契約時	初期設定	スマホ利用
1	携帯見直し本舗 (携帯見直し本舗)	不明	実店舗無し 出張訪問or Web	計1,500人 以上 月20~30人	情報提供 Webでのサービス内容・手続きフロー周知	相談・契約 - 出張訪問/Webでの無料相談 - 無料相談後、見積提示・契約	無料サポート 有料契約者のみアフターサポート実施	無料サポート 有料契約者のみアフターサポート実施
2	インターファーム (スマホ比較のすまっぴ)	累積赤字 (2021/04)	なし	不明	情報提供 Webでのサービス内容周知	相談・購入 Webでの無料比較	無料サポート なし	無料サポート なし
3	Liv. Design (家計の見直し堂)	不明	24店 (2021/09)	不明	情報提供 - Webでのサービス内容周知 - 電話での相談	相談・購入 - 店舗での無料相談 - SIMカードの提案・購入	無料サポート なし	無料サポート なし
4	ピーシーデポ コーポレーション (通信料金見直し総合相談)	98億円	135店*1 (2021/06)	10.1万人	情報提供 - Webでのサービス内容の周知 - 電話での相談	相談・契約 - 店舗での無料プラン・サポート内容相談 - 見積提示・契約	設定サポート - 会員専用窓口での電話サポート - 初期設定・データ移行等のサポート	利用サポート - 会員専用窓口での電話サポート - 機器利用サポート - 訪問サポート

オレンジ色：有料でのサービス提供となる部分

*1) グループ会社も含む

国内事業者調査

国内で乗換え相談事業を行っている下記の事業者を調査した

公開情報調査のみ	基礎情報			サポートのフロー			
	事業規模	店舗数	利用者数	契約前	契約時	初期設定	スマホ利用
オレンジ色：有料でのサービス提供となる部分							
5 ノジマ (通信料金見直し)	2,459億円 (デジタル家電専門店運営事業)	215店 (2021/03)	9,000万人 (ノジマ年間来店者数)	情報提供 Webでのサービス内容・手続きフロー周知	相談・契約 - 店舗での無料相談 - 端末・SIMカードの提案・購入	無料サポート 店舗での無料サポート実施	無料サポート 店頭や自宅出張でのサポート
6 ヤマダ電機 (「スマートフォン・タブレット」トータルサポート)	1兆 4,820億円 (電器事業)	685店 (2021/03)	不明	情報提供 Webでのサービス内容の周知	相談・契約 店舗での有料サポート契約	設定サポート 初期設定・データ移行等のサポート	利用サポート 操作説明等のサポート
7 カメラのキタムラ (格安SIM乗替サポート)	不明	1,064店*1 (2020/10) ※スマホ取扱店舗：33店	不明	情報提供 - Webでのサービス内容周知 - 電話での相談	相談・購入 - 店舗での無料相談 - SIMカード/端末の提案・購入	設定サポート キャリアメールの設定やアドレス帳移行などのサポート	利用サポート 高齢者向けのスマホ教室を実施

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：携帯見直し本舗（公開情報調査）

携帯見直し本舗は、特定の通信事業者に依存せず乗換サービスを提供している。無料のプラン提案の後、契約締結となった場合料金が発生し、契約変更手続きの代行等を実施する

基本情報		調査項目	
提供サービス	携帯見直し本舗®	事業性	- 無料相談～有料相談～実行支援の流れでサービスを提供しており、「有料相談」で収益化している - 無料相談：現状の分析や削減金額の目安などを提示 - 有料相談：提示プランの選定根拠や詳細、メリット/デメリットなど詳細を提示 - 実行支援：手続きの方法の詳細レクチャーやアフターフォロー - 現状の料金からの削減金額×5か月分を相談料金として徴収している
企業名	株式会社携帯見直し本舗	業務体制	- 店舗での役務提供はなく、消費者が指定する場所もしくはWeb会議で相談を実施している - ファイナンシャルプランナーの資格を保有している代表取締役がすべての相談業務に対応している
取組開始時期	2017年4月	アルゴリズム	- FPが直接相談を受ける場合は、下記の項目を基に現状分析・提案を実施している - 契約会社 / 契約プラン / オプション / 長電話の有無 / パケット使用量 / 更新月 / 使用端末 / 家族構成 / ネット環境 - 携帯料金見直しシステム「モバプラ」の場合、下記の項目を基に現状分析・提案を実施している - 現在の通信事業者/加入中のプラン/月々の通話時間/月々のパケット使用量/割引プラン/格安SIM利用意向
サービス概要	- 顧客の利用状況に照らし合わせた、携帯電話の料金プランの診断 - 最適な料金プラン・付帯サービスの提案	中立性	- 通信事業者からの販売手数料で運営をしていないため、公平な立場でプランを提案することが出来るとしている 「携帯見直し本舗では中立公正なアドバイスを行うため、携帯電話会社の販売手数料ではなく、相談料金をいただく形で運営しております。」との記載あり
特徴	- 特定の携帯電話会社の提案・販売を行っていない - Web及び出張でのサポートサービスを提供している	責任分界点・トラブル	- お客様自身に契約させるフローであるため、あくまでも契約主体はお客様と通信事業者であるが、できるだけお客様との認識齟齬が無くなるような仕組みを導入している 「実行支援」業務において、見直しにおける手順や契約内容の詳細をあらかじめ準備しておき、これらの画像を店頭で提示することで契約手続きを実施させるようなフローをとっている - 利用者は、有料サービスの利用後であっても、提案されたプランに不満があった場合、返金を受けることが可能である、とHPに記載している

【参考】携帯見直し本舗による「モバプラ」画面イメージ

① 利用通信事業者/プラン/通話オプション/通話時間/パケット使用量/その他割引プランを聴取

③ 結果の出力

プラン1		最適プランのご提案
現在のキャリア		注意事項
ギガライト ステップ1: 1~1GB	¥2,980	・表示されている金額は全て税抜価格となります。
かけ放題オプション	¥0	・最終的な月額料金は、店舗の公式ホームページにてご確認ください。
割引金額	¥0	・複数回線による家族割、光回線セット割を含めた計算はモバプラ Proにて対応予定です。
パケット最大使用量	1GB	・その他特次サービス内容を拡充予定です。
合計金額	¥2,980	・サービス内容に関するご意見、ご感想はお問い合わせフォームへお願いします。
OCNモバイルONE		
1GB/月コース かけ放題なし ¥700 (税込)		
毎月の削減金額	¥2,280	
年間の削減金額	¥27,360	

② 結果出力の際にメールアドレスを聴取

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：携帯見直し本舗（インタビュー調査）

特定のアルゴリズム等は存在せず、担当者独自の分析にて提案している。また、顧客層の特徴により、案内される事業者が結果的に偏ることはあるものの、中立性は担保されている

事業性	● <u>乗換え相談がメイン事業である</u> ● 有料で保険事業者やFPに利用いただける「モバプラPro」という料金診断システムを開発しているが、簡易的な診断システムのため、代表の行う乗り換え相談サービスにおいては利用されない。分析の結果、乗り換えた方がいい場合は提案するが、現状のプランや通信事業者が合っている場合は乗り換えは推奨しない ● 主要顧客は40代が多く、既存顧客からの紹介が主である ● 相談料は有料（成功報酬型）であり、現状の料金からの削減金額×5か月分を相談料金として徴収している ● 無料相談の時点では、「削減金額」「乗り換えタイミング」「相談料金の予測金額」のみをお伝えし、有料契約を結ぶかどうか判断していただく ● 相談者は2～3人/日。<u>宣伝集客が困難であり、顧客が実行単価を増やす必要があるが、顧客数は年間300人～400人程度の相談が限界。単価を増やすと言っても、顧客のプランにもよるため難しい</u>
業務体制	● 代表者一人で相談業務を実施している。<u>過去、スタッフの育成を試みたが、代表者と同程度の知識を得ることが出来ず、育成することが出来なかった</u> ● 料金プランの更新などは、代表者自らがやっている。他の事業者と比べて先に情報を得ることが出来る、ということはない
アルゴリズム	● <u>相談前に料金明細を共有していただき（WEB上での取得手順を作成し提供している）、その情報を基にExcel等を利用し代表者自ら現状のプランを分析</u> ● 有料相談に移った段階で、各キャリアの特徴、現状のプラン及び見直しプランの詳細を伝え、ユーザーの意向に合わせて個別に提案を調整する ● ユーザーからの個別の意向として多いのは、「キャリアメールの利用有無」「固定回線の利用状況」「クレジットカードの利用状況」がある
中立性	● <u>提案する事業者が偏らないように留意しているが、ここ数年は結果的にY!mobileもしくはUQを提案することがほとんど</u> ● 楽天モバイルはプラチナバンドの影響があり、エリアの観点で不安があるため、基本的に提案しない。プラチナバンドやKDDIからのローミング等といった事情を理解出来るユーザーは、そもそも相談に訪れない ● 格安SIMも提案していない。通信品質が高く無いことや店頭サポートがないこと等があり、相談に来るユーザー像に合わないと考えている ● <u>業務契約を結んでいる事業者はないが、将来的には併売店との提携は実施したい</u> ● TOP1にユーザーを案内したことはある。事前に連携し、送客しているが、手数料を授受したことはない ● 全通信事業者と平等に提携出来れば、平等な提案を実施出来るかもしれないが、地方対応などの問題で現時点では難しい
責任分界点・トラブル	● 最終的な契約手続きはユーザーが実施することもあり、過去トラブルになったことはない ● <u>責任の所在が曖昧になるため、Web契約手続きを薦めていない。店舗での手続きであれば、店舗でリスクを排除してくれる</u> ● 責任を負えないため、データの移行等も承っていない

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：インターファーム（公開情報調査）

スマホ比較のすまっぴーは、格安スマホ比較のポータルサイトである。利用料自体は無料であり、別の事業や広告収入などで収益化していると想定される

基本情報		調査項目	
提供サービス	スマホ比較のすまっぴー	事業性	- 格安スマホの比較サイトであり、シミュレーション利用料は無料。中古スマホの売買や端末保険なども取り扱っているため、それらへの誘導が主な目的であると推測される - また、サイト上に、各事業者のバナー広告や携帯関連のお役立ち動画としてYouTube動画のリンクが貼られていることから、<u>アフィリエイト収入やYouTubeでの収入もあると推測される</u>
企業名	株式会社インターファーム	業務体制	格安スマホ比較・中古端末売買・保険サービス含めた全てのサービスをwebで提供している
取組開始時期	2016年4月	アルゴリズム	<u>「契約したいプラン（通話SIM/データSIM/スマホセット）」「使いたい回線」「データ量」「支払方法」「こだわり条件（限定キャンペーン有無/人気度/5G対応有無/通信速度/iPhone取り扱い有無）」</u>を入力し、ランキング形式で各事業者（全19社）を提案される
サービス概要	- 格安スマホの比較サイト。 - 格安スマホを料金・通信速度・キャンペーンなどの観点から比較している。	中立性	- 格安SIM（ahamo、LINEMO、povo含む）の中からおすすめの実業者を提案されるが、<u>限定キャンペーンやPR枠が存在するため、各事業者の広告宣伝費によっては中立性が欠ける可能性がある。</u> - 一方、通信速度や料金など、<u>複数の観点でのランキングを作成しているため、利用者の選択肢をできるだけ広げようとしている</u>
特徴	- 利用料は無料で、簡単な設問に答えることで、利用者に合った事業者を提案している。 - 中古スマホや端末の保険等も取り扱っている。	責任分界点・トラブル	シミュレーション後、各事業者のサイトへのリンクから利用者自ら契約するフローのため、通信契約自体に責任は発生しない

【参考】「スマホ比較のすまっぴー」画面イメージ

- ① 契約したいプラン（通話SIM/データSIM）/使いたい回線/データ量/支払い方法/こだわり条件を聴取

- ② 条件に合う事業者をランキング形式で出力（PR含む）

【取り扱い事業者】

MNOサブブランド

楽天モバイル / amamo / povo / LINEMO / UQ mobile / Y!mobile

その他

OCNモバイルONE / BIGLOBEモバイル / IIJmio / mineo / AEON MOBILE / donedone / QT mobile / nuromobile / LIBMO / y.u mobile / HIS Mobile / J:COM MOBILE / LinksMate

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：インターファーム（インタビュー調査）

能動的に乗り換えを提案するというよりは、ある程度のリテラシーを持った方のための補足情報としてサイトが運営されている。主な収入源は、各事業者からの手数料収入

事業性

- webメディア事業全般がメイン事業。2015年頃、SIMロック解除義務化などを受けてMVNO市場が拡大していると認識し、事業に取り組むことを決めた
- とにかく格安SIMを利用してもらいたい、という理念がある。お客様にとってベストなプランを案内するというよりも選びたいプランを選んでほしい
- リテラシーが高い層が主要顧客である。顧客に対しては無料でサービス提供しており、主な収入源は各事業者からのアフィリエイト収入である
 - すまっぴーサイト経由で契約した顧客がいた場合、手数料を受け取る仕組み
- 月間アクセス数が数十万、申し込み数が数千程度。通信事業者の店舗2～3店舗分の数と認識している
- 今後の展望としては、顧客情報を取得して継続的に接点を持つことで、中古端末の提案や、格安SIMプランで節約した分の金額を投資にまわす、等の別事業への提案も実施したい

業務体制

- 基本的にはwebメディアを通した顧客へのリーチを実施しているため、リアルとしての相談場所はない
- 担当者が手打ちで料金プランなどの情報の更新を行っている。一部の通信事業者からは、変更タイミング前に周知がある場合もあるが、割合としては少ない。プランの更新を把握するタイミングは一般のユーザーと大差ないのではないか
 - 人力で情報を更新している以上、全ての情報を最新に保つことは難しい

アルゴリズム

- サイト上のシミュレーションページは、リテラシーの高いユーザーが自ら候補を絞り込むために付加的に情報を取得しているサービス、という位置づけである

中立性

- 格安SIM事業者の19社を選定している。本来は、あまり選択肢を多くしても顧客が混乱するため、10社から12社程度に絞っても良いと考えている
- 大手通信事業者から格安SIMへの乗換を促進することが目的であるため、MNOは提案していない
- 中立性は完全に担保出来ているかはわからないが、特定の事業者に偏って提案することはない。ユーザーが満足してもらうことが第一と考えている
- 業務契約を結んでいる事業者はない。通信事業者から優先的に勧めてほしいという依頼が来ることもあるが、断っている

責任分界点・トラブル

- 最終的な契約の責任はユーザーと事業者間との契約において発生するため、当社側で責任は負っていない。個人情報も取得していない
 - 役務としては、最終的な意思決定の前の情報提供、という位置づけに留まる
- 掲載情報が誤っていた場合、通信事業者から連絡を頂くことがあるが、必ず即座に修正対応している
- サイト内での見せ方や表記方法等について意見をもらう場合もあるが、必ずしも通信事業者からの意見を全て反映するわけではない
 - あくまで主導権は自社にあるというスタンスで対応している

家計の見直し堂は、相談料自体は無料であるものの、特定の商材による販売手数料で収益を上げている

基本情報		調査項目	
提供サービス	家計の見直し堂	事業性	- メイン事業は生命保険の販売代理店事業であり、その他の商材として「格安SIM（通信費）」「ウォーターサーバー（光熱費）」「不動産売買（住宅費）」がある <u>相談料自体は無料。各商材の販売実績に応じた手数料で収益を上げている</u>
企業名	株式会社Liv.Design	業務体制	<u>店舗でのみ相談サービスを提供している</u> - 電話では、来店予約調整や現状の簡単なヒアリング、持参物の案内のみ受け付けている - 同社が運営している「保険の見直し堂」では電話・訪問相談も実施している - HPに「<u>それぞれの分野の専門家がいる</u>」と記載されており、通信費専門で対応するスタッフがいると想定される
取組開始時期	2018年4月	アルゴリズム	相談に必要な情報は明確には提示されておらず、「<u>ご契約プランやオプションが分かるもの（明細など）</u>」が必要としている
サービス概要	家計における保険・通信・光熱費・住宅費を観なおし、それぞれの節約方法を提案するサービス	中立性	<u>特定商材の販売手数料で収益を上げているため、中立性には欠ける</u> - 通信においては、格安SIM「@モバイルくん。」、固定回線「モバイルくん光」のみを提供している - 一方、<u>上記の商材がお客様に合わない場合は無理な提案はしないとしている</u> - HPには「無理な勧誘はいたしません。」と明記されている
特徴	- 通信費だけではなく、保険料など他の家計費の見直し相談も実施している - 相談自体は無料だが、各商材の販売手数料で収益を上げている	責任分界点・トラブル	- 基本的にはお客様自身で契約させるフローであるため、<u>通信契約自体の責任は持たない</u>（「@モバイルくん。」「モバイルくん光」を契約した場合は除く） - 上述の通り「無理な勧誘はしない」と明言しており、相談に際してのトラブルをできるだけ避けようとしている一方、一部口コミサイトにて、<u>アンケート等で個人情報を提供したところ営業の電話がしつこいというクレーム</u>が複数見られた

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：Liv. Design（インタビュー調査）

メイン事業は保険代理業であり、携帯電話の料金相談サービスは保険の案内へのフックとしての位置づけである

事業性	- メイン事業は保険代理業であるが、近年、保険営業の電話でのアポイントメント取得が難しくなってきたため、保険見直しショップ事業を始めた その後、ショップで保険を案内する際、併せて通信商材も案内する形で、家計全般の見直し案内を始めた <u>携帯乗り換えサービスをきっかけに、ショップの存在を知ってもらうなどの接点にできればよいと考えている</u> <u>実際に料金プランを変更するかどうかは関係なく、保険の案内へのフックとして位置付けている</u>
業務体制	- 基本的は店舗で受付・相談を実施している - 保険に関してはオンライン相談も実施しているが、通信に関する相談は対面でのみの実施となる - ショップへの集客は、催事場（スーパー・ホームセンター等）でアンケートを実施し、興味を持った顧客に家計全般の見直し案内を提案する <u>消費者全体で2割ほど通信料金を見直したい、との回答がある</u>が、実際の提案にはほとんど至らない - 通信・保険等、家計の見直しに関わるすべてを案内できるようになるのが理想だが、<u>現状、通信に関しては具体的な提案はできていない</u>
アルゴリズム	顧客とのコミュニケーションの中で、特定の聴取項目などは特に設けていない
中立性	- 以前は「@モバイルくん。」というMVNOを中心に案内していたが、手数料収入は多くないため、<u>お客様にとって最も良い選択肢を案内している</u> - ソフトバンクとも契約を結び、送客分の手数料を受け取ることになっているが、ほとんど送客の機会はない
責任分界点・トラブル	<u>ソフトバンクとの契約は代理店契約ではなく、取次契約である。そのため、契約に関して責任を負うことはない</u>

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：PCデポ（公開情報調査）

PCデポの通信料金見直し総合相談は、料金相談自体は無料だが、端末購入時の初期設定などの有料サポートサービスにて収益を上げている

基本情報		調査項目	
提供サービス	通信料金見直し総合相談	事業性	- サブスクリプション型のデジタル機器サポートサービスがメインの収益源である - 特に専任のサポート担当を付ける「<u>NCS（ニューカスタマーサクセス）会員</u>」のARPUは通常会員より4,000円以上高いため、<u>通信料金相談などのサービスを無料で実施することで、NCS会員の拡大につなげようとしている</u>と推測される
企業名	株式会社 ピーシーデポ コーポレーション	業務体制	- 無料で「<u>通信料金見直し総合相談</u>」は店頭で受け付けられており、店頭スタッフが対応する - NCSプランの一環としては、<u>店頭・web・電話・自宅訪問でのサービスを提供している</u> - NCSのプランナーを育成するために<u>社員研修を定期的の実施している</u> - 研修の際には全店休業することもある
取組開始時期	不明	アルゴリズム	店頭での受付の際には、相談に必要な情報は明確には提示されておらず、「<u>契約情報がわかるもの（利用しているスマホや料金明細、契約書など）の持参が必要</u>」としている
サービス概要	固定回線や固定電話の料金も含めた料金シミュレーションを無料で提供	中立性	<u>通信事業者からの販売手数料をメインの収益源としていないため、特定の通信事業者に偏った案内になることは無いと想定される</u> - その場でMNP・機種変更の登録をすることも可能だが、<u>格安スマホを含めた各通信事業者の正規取扱店</u>であるため、特定の通信事業者に偏って案内されることはない
特徴	端末の初期設定やアフターサポートを、実店舗や自宅出張サービスとして実施（有料）	責任分界点・トラブル	- 上述の通り、各通信事業者の正規取扱店であるため、<u>通常の携帯ショップ運営代理店と同様の責任分界点になっていると推測される</u> - 店舗での案内に関してはPCデポ、通信契約の内容等については各通信事業者が責任を持つと想定 2016年、高齢者へのサポート契約に対する契約解除料が高額であると問題になった。その問題を受け、<u>外部有識者による「プレミアムサービスメンバーシッププリンシプル」が定められ、品質管理部の設置やガイドラインの作成</u>などの対策を講じている

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：PCデポ（インタビュー調査）

通信事業者からの手数料収入は存在するものの、現場には手数料の額や目標を伝えておらず、中立的な案内ができるような仕組みづくりがされている

事業性	• <u>PCデポのサブスクリプションサービス＝プレミアムメンバー</u> その内、ご家族ごとに担当が決まっており、継続率が高いメンバーを「NCS」と定義 • <u>PCデポのサブスクリプションサービス（プレミアムメンバー）の一環として</u>、携帯電話の料金等の相談サービスを実施している • <u>料金の相談自体は無料で実施している。</u>その後の乗換サポートは、サブスクリプションサービスの一環として、有料で実施している • サブスクリプションサービスの一環として提供しているため、総合的なサービスとして事業が成立している • <u>携帯電話の料金の相談サービス単体では利益が出ない</u> • こちらがきっかけでプレミアムメンバーになっていただいたとしても、それだけでは長時間継続的にご利用いただけるNCSにはつながらないとは考えている。あくまで携帯電話の料金を見直すというのはメンバーシップで提供される価値の1つでしかない。 • 料金を削減した<u>その削減分でお客様ご家族の生活に役立てる提案をするなど、どのようにPCデポに還元していただく（例：携帯電話の料金の削減分をパソコン購入分に充ててもらう等）</u>かが難しい。
業務体制	• サブスクリプションサービスの加入者ごとに担当スタッフが存在する • <u>基本的には店舗で相談を受けている。</u>加入者ごとの担当スタッフが、来店前に電話等でニーズを確認することがある • 利用者に対して、<u>一回きりの提案をするのではなく、継続的にコンタクトすることによって、利用者の利用状況に応じた提案をすることが出来るように努めている</u> • ロールプレイングに関するコンテストも開催し、どのような対応が望ましいか、という共有を実施している
アルゴリズム	• <u>利用者がスマートフォンを通してどのような行動をしているかを確認している。</u>（例：LINEをしている、電話をしている、等）その上で、個々の利用者について、最適な提案をしている • <u>どうしても担当者によって提案内容が変動する場合がある。</u>そのため、一回きりの提案で終わるのではなく、継続的にコンタクトすることによって、利用状況に応じた提案をするように努めている
中立性	• <u>通信事業者からPCデポ社宛に、プランの推奨を依頼されることはあるが、店舗として対応していない</u> • ドコモ・KDDI・ソフトバンク、UQ mobile、ahamo、mineo、自社SIMと契約を実施している
責任分界点・トラブル	• <u>業務委託を受けている通信事業者・プランについては、契約に関する範囲まで責任を負い、受けていない通信事業者・プランについては契約そのものではないが、そのアドバイスやお手伝い、不明点や内容に関する相談を受けている</u> • トラブルはほぼないが、強いて挙げるのであれば、顧客と締め日・解約料・契約月等のやりとりの中で認識の齟齬が生まれ、ご迷惑をおかけしたことはある

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：ノジマ（公開情報調査）

ノジマによる通信料金見直しは、料金相談自体は無料だが、販売手数料や有料サポートで収益を上げている。また、通信事業者専属ヘルパーがおらず、中立性を保てるとしている

基本情報		調査項目	
提供サービス	通信料金見直し	事業性	・ <u>料金見直し相談自体は無料</u>。相談を無料で受けることで、<u>端末・SIMの販売やアフターサポートなどの有料サービスに繋げている</u>と推測される ・ 主要3キャリア（ドコモ・KDDI・ソフトバンク）の正規取扱店であるため、販売手数料によって収益化していると推測される ・ 契約直後の初期設定は無料で実施しているが、<u>購入後の操作説明などは有料で実施している</u>
企業名	株式会社ノジマ	業務体制	・ <u>店頭にて相談を受け付けている</u> ・ Webページにて、「格安SIM徹底比較」など、通信関連の情報を掲示しているが、最終的な相談は店頭で受け付けるとしている ・ 各通信事業者のヘルパーは存在せず、ノジマのスタッフが料金見直し相談を受ける
取組開始時期	不明 (1994年各キャリア取扱開始)	アルゴリズム	・ 必要な情報は明確には決まっておらず、<u>「携帯キャリアやメーカーの特徴を熟知したノジマスタッフが、ご要望やお困りごとをヒアリングし、お客様一人一人に最適な商品や契約プランをご案内いたします。」</u>としている
サービス概要	・ 顧客の利用状況に照らし合わせた、携帯電話の料金プランの診断を実施	中立性	・ 主要3キャリアの正規取扱店であるため、<u>通信事業者ごとの販売手数料の多寡によっては中立性が欠ける可能性もある</u> ・ しかし、<u>各通信事業者専属の販売ヘルパーはおらず、全ての案内をノジマのスタッフが実施するため、特定の通信事業者に偏った案内はされにくいと想定される</u> ・ HPにて「携帯電話のご契約で特定のキャリアに偏ったご案内をすることなく、お客様に最適な商品・サービスをコンサルティングいたします。」との記載がある
特徴	・ 相談自体は無料で、販売手数料や有料サポートにて収益化していると想定	責任分界点・トラブル	・ 上述の通り、各通信事業者の正規取扱店であるため、<u>通常のショップ運営代理店と同様の責任分界点になっていると推測される</u> ・ 店舗での案内に関してはノジマ、通信契約の内容等については各通信事業者が責任を持つと想定 ・ HPにて、製品・サービス全般に関する問い合わせフォームを設置している ・ 野島社長のコメントとして、「一番」早く、「一番」親切に、「一番」わかりやすく、お客様に便利さ・快適さ・楽しさをお届けしてきた」とHPに記載されているように、親切・わかりやすい接客を心掛けている

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：ヤマダ電機（公開情報調査）

ヤマダ電機は、通信料金見直し相談をサービスとしては提供していないものの、契約後の初期設定などのサポートを有料で提供している

基本情報		調査項目	
提供サービス	「スマートフォン・タブレット」 トータルサポート	事業性	● <u>通信料金見直し相談サービスとしては存在せず、スマホ・タブレット購入後のサポートを有料で提供している</u> ● 複数のサポートを一括で提供する「設定パックサポート」、個別サポートを提供する「個別サポートプラン」がある ● ヤマダ電機のオリジナル家電製品保守契約「NewThe安心」の会員は2割引きの価格でサービスを受けることができる
企業名	ヤマダ電機		
取組開始時期	不明	業務体制	● 店頭でのみサポートを受け付けている ● ヤマダ電機のスタッフがサポートに対応する
サービス概要	● スマホ・タブレットの初期設定・操作案内サービスを有料で提供している。	アルゴリズム	● 相談に必要な情報は明確には提示されておらず、<u>「ご契約プランやオプションが分かるもの（明細など）」</u>が必要としている
		中立性	● <u>各通信事業者の正規取扱店であり、通信事業者専属の販売員が存在するため、通信契約においては中立性が欠ける可能性がある</u> ● ソフトバンクとは資本業務提携をしているため、優先的に案内される可能性がある ● ヤマダ電機が提供している格安SIM「ヤマダニューモバイル」に関してはヤマダ電機スタッフが対応する
特徴	● 複数のサポートを提供する「設定パックサポート」、個別サポートを提供する「個別サポートプラン」がある。	責任分界点・トラブル	● 上述の通り、各通信事業者の正規取扱店であるため、<u>通常のショップ運営代理店と同様の責任分界点になっていると推測される</u> ● 店舗での案内に関してはヤマダ電機、通信契約の内容等については各通信事業者が責任を持つと想定 ● 口コミサイト等で一定数クレームのようなものは存在するが、そのほとんどが店員の接客態度についてである ● HPにて問い合わせフォームを設置している

個別事業者の調査 – 個社別調査結果：カメラのキタムラ（公開情報調査）

カメラのキタムラによる格安SIM乗り換えサポートは、料金相談自体は無料だが、その後の設定サポートや本業であるプリント事業へ誘導することで収益を上げている

基本情報		調査項目	
提供サービス	格安SIM乗り換えサポート	事業性	- 写真プリント事業がメインの収益源である。通信関連事業としては、<u>スマホ・格安SIMの販売や買取、設定サポート</u>などがある <u>乗り換えサポート自体は無料。相談を無料で受けることで、格安SIMの販売やスマホ設定サポートなどの有料サービスに繋がっていると推測される</u>
企業名	株式会社キタムラ	業務体制	<u>基本的には店頭での相談となる。Webページにて格安SIMの特徴やよくある質問を一通り掲載しており、webページの最下部から店舗来店へ誘導している</u> <u>店頭での説明の際は、スタッフが対応している</u>
取組開始時期	2018年4月	アルゴリズム	- 必要な情報が明確に決まっているわけではなく、<u>相談時に細かくヒアリングして、総合的に判断する</u> - 特に、「契約中のプラン」「支払料金」「家族の利用状況」があればスムーズに案内できる
サービス概要	格安SIMの乗換えの際のお困りごと相談や契約補助などを実施するサービス	中立性	<u>ソフトバンク・トーンモバイルのみ取り扱っているため、販売手数料という観点では中立性に欠ける</u> - ただし、<u>他にもメインの収益源があるため、特定通信事業者への無理な勧誘はされない</u>と推測される 「ソフトバンク以外の通信事業者も選択肢に含めて結果、<u>auやドコモ・その他の格安SIMが最適だということになったらお客様ご自身で契約いただく</u>」と案内している - 他格安SIMを電話やwebで契約する際もフォローするとしている
特徴	- 格安SIMの特徴や選び方・注意点などをwebページにて説明している。 - その上で、さらに深い相談を受ける場合は店舗に誘導している。	責任分界点・トラブル	- ソフトバンク・トーンモバイルのみ正規販売店として取り扱っているため、<u>それらの事業者においては通常のショップ運営代理店と同様の責任分界点になっていると推測される</u> <u>その他通信事業者においては、お客様自身が契約するフロー</u>となっている - 総合的な問い合わせ用のメールフォームが設置されている。ネットショップ・ネットプリント事業においては、個別の相談窓口が設置されている - 口コミサイト等で一定数クレームのようなものは存在するが、そのほとんどがプリント技術の低さや店員の接客態度についてである

The text is framed by two swooshes. The bottom swoosh is a solid blue arc. The top swoosh is a multi-colored arc transitioning from blue on the left, through purple and pink, to red on the right.

Share the Next Values!