

第3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11月29日（月） 17:00～18:30
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）、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 第1クールの中間とりまとめについて

資料2 第2クールにおける基本方針（案）について

資料3 スマホ乗換え事業者に関する調査について

参考資料 携帯電話の乗換え等サポートワーキンググループ（第2回）議事要旨

5. 議事要旨

（1）開会

（2）議事

- ① 資料1に基づき、株式会社SUPLUSから説明。
- ② 資料2に基づき、総務省から説明。
- ③ 意見交換（構成員が順番に質疑を行った後、SUPLUS・総務省が応答）
- ④ 資料3に基づき、株式会社野村総合研究所から説明。
- ⑤ 意見交換（構成員が順番に質疑を行った後、野村総合研究所が応答）

<北構成員>

大きく6点ある。まず1点目、集客について。蒲田の商店街では声がけを実施したことで、それなりの相談者が集まったようだ。他方、イオンモールでは、10月8日に店舗に訪問した際、平日の午後であったこともあり、3Fのイオンモバイルの前を通る人はまばらであったと記憶している。1階には生鮮食料品売り場があり沢山お客様がいるので、そういった方に声がけをしないと、人は集まらないのではないかと考えていたが、ここまで相談者が少なかったのかと驚いた。何故11月20日までお声がけをしないで放置をしてきたのか。

2点目、2週間後のアンケートの回収率が20%とあり、今後も20%と想定しているようだが、今後この回収率を具体的にどのように向上させていくのか教えてほしい。

3点目、乗換えに至らなかった理由として、2位の欄に「違約金・端末支払いの残債が高かった」とあるが、違約金なしで解約できる時期・端末の割賦を払い終える時期等、買い替えのタイミングでMNP出来ることを提案すると良いのではないか。また乗換えに至らなかった理由の3位に「提案されたプランの料金に不満・不安があった」とあるが、具体的にどうということか、分かれば教えてほしい。

4点目、「端末購入のサポート」について、第2クールでもサポートしないことに賛同するが、乗換えに際して端末の購入は必ずしも必要なく、SIMだけ差し替えれば良い点をお客様に伝えると良いのではないか。日本では端末とSIMが一体的に動いていると思っ

ている方も多く、端末持ち込みも可能である点をお伝えできれば良いのではないか。

5点目、事業としての持続可能性について、スマホ乗換え相談所の相談員は、スマホに関して幅広い知識を持っていると認識されており、様々な質問に回答することが出来る相談員を確保するのはコストがかかる、とあった。そういった中で、他事業との兼業でスマホ乗換え相談所が成立するかということについては、私はスマホ関係のビジネスを実施している担当者はスキルが高いうえに、兼業であるため人件費のコストも抑えられる点、兼業事業者の方が自社のビジネスにもつながっていくこと等が考えられることから、成立するのではないかと考える。他方、専業の事業者は事業として難しい。商店街での店舗について、幾ら集客出来たととしても、事業として成立するののかということ、場所の確保や相談員の雇用等が障壁となり、難しいのではないかと考える。アンケート結果を見ると、支払い額は多くて500円程度なのではないか。とすると、兼業でないと事業が成立しないのではないかと考えている。

6点目、相談員の資格制度について検討が必要ではないかと考えている。

<事務局>

1点目に関して、イオンモール側と集客の方法について調整に時間を要したため、お声がけが11月20日スタートとなり、第1クールにおける取組みは限定的になってしまった。

5点目、6点目に関しては、次回の会合で、民間ビジネスの促進の在り方について議論を実施する予定である。総務省の方で資料を準備して議論していきたい。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

2点目に関して、当初回収率を10%と見込んでいたが、20%回収することが出来た。ポイントとして、アンケートをお願いするタイミングで、実証事業の背景や趣旨を丁寧に説明し、理解頂いた方には回答頂けている、という点があるのではないかと考えている。一例ではあるが、スマホスピタルのとある店舗スタッフが、アンケートの回収率が50%となっており、どのようなコミュニケーションを実施しているかについて、他のスタッフに共有を行うことで、今後も回収率を上げることが出来るのではないかと考えている。上記の取組みも含めて、第2クールでは、回収率の上昇に向けて具体的にどのような取組みを実施し、どう結果が表れたかを検証・ご報告したい。

3点目に関して、乗換えのタイミングをどう考えていくべきかについては、キャンペーンの実施状況等も影響してくるのではないかと考えている。また、具体的に違約金はどのようなものであるかをお客様に聴取したいが、違約金の金額自体も下がってきていると感じている。本事業内で、乗換えを促す要素として、キャンペーンの状況をどこまで盛り込むかは、総務省と相談して考えていきたい。

4点目に関して、端末の変更なくして、プラン変更のみが可能である旨はお客様にも説明しているが、どれだけ明示的に伝えることが出来ているかという点は課題と感じている。例えば、端末のイメージ図をお見せして、プラン変更と端末変更の差を説明する等の方法もあるかと考えている。そのような説明を通して、どの程度お客様に認識頂けるのかは、今後も検討していきたい。

<栗津構成員>

10月29日に横田構成員と武蔵小山の店舗に視察に行き、当初来店者の中で相談完了まで達成した割合が7~8割ぐらいではないかと思っていたが、結果は96.4%とあり、しっかりとスタッフの方がヒアリングをして、御説明をしていただいた結果で、素晴らしいと思う。

質問は2点あり、1点目は、北構成員の2つ目の質問に関連するが、提案プランへの乗換え率が19%とある中で、店舗ごとの傾向は何かあるのか。乗換えに至らなかったお客様において、現状のプランで満足と回答があった中でも、料金・スピード等の要素がある中で、具体的に何に満足しているか、もう少しここを深掘りした方がデータの傾向を見やすいのではないか。

2点目は、事業の継続性の観点で、本業外からの集客があったのかを確認したい。イオンモール等は、パソコンの修理・iPhoneの修理等を目的に来店したお客様に対してもアプローチをしているとのことだが、スマホの相談を目的に来たお客様の割合も知りたい。もしデータとして取っていないければ、今後調査してほしい。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

1点目に関して、提案したプランに何故満足されなかったかは、コメントの定性的な分析に着手したいと考えている。また、現状のプランで満足している理由は何なのか、違約金・変更タイミング等の要因があるのか等を明らかにしたい。スタッフに対して、実際のやり取りの中でどのような回答があったかを確認することが可能なので、具体的な要因をレポート化して聴取したい。

2点目に関して、乗換え相談の目的をどう確認するかについて、当初は店舗に設置した看板を確認して来店したかを聴取する取組みのみを実施していたが、現在は、何を見て来店してもらっているかをアンケートで聴取している。第2クールでは、何をフックにして来店しているかを発表出来るようにしたい。また、本事業での集客をどうアップセル・クロスセルに繋げるかは、方法を一覧化し、どこから着手していけるかを検討している。具体的には、訪問サポートのタイミングでスマホ乗換え相談を実施し、今後も訪問サポートを継続できるが、スマホ乗換え相談も実施していくか、等サポートの一環という形でクロスセルを実施していく案も挙がっているが、どのような形が、一番生産性が高いのかは明らかに出来ていないため、第2クールで詳細な結果を報告したい。

<横田構成員>

数としては少ないが、プランの変更を提案して実際に乗り換えた方が、提案したプランと提案外のプランとを併せて15件存在した、と記載があったが、どのような属性の方が変更に至ったのか、相談場所はどこか、傾向があれば共有してほしい。また、今回幅広い年齢層のお客様に回答を頂いたとあるが、スマホの普及率を考えると10代・20代、特に10代の変更数が少ないのではないかと考えている。今後、今の相談所の運営方法を継続していくのか、それとも10代・20代にフォーカスしていくのか、考えを教えてください。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

1点目に関して、乗換え結果の内訳は、商店街店舗での割合が多数を占める。年齢層もボリューム層の40代から70代となり、高齢になればなるほど割合が高い。スマホ乗換え相談所という看板を見て、乗換え相談することを目的に来店してもらっているため、確度が高いのではないかと考えている。2点目に関して、年代毎の変更者の分布は、若年層程自分自身でプラン変更が出来ると考えているため、現状店舗に来訪している層はリテラシーが低い若年層と捉えて、分析を実施したい。

<黒坂構成員>

横田構成員のお話と関連して、先行調査を基に評価出来ているのではないが、実際にプラン変更に至った方について、実数としては少ないながらも2割程度という数字は大きな割合ではないかと考えている。プラン変更に関する提案を参考程度と捉えるだけでなく、実際に変更に至ったというのは、ポジティブな驚きであると考えている。可能であれば、実際

に変更に至った方へのデプスインタビューを実施する等、変更に至った方のバックグラウンドがどのようなものであるか、どういう気持ちの変化があったのか、等の詳細な情報を調査出来ないか検討してほしい。

また、2週間後のアンケートの回収率が20%というのは、一般的な調査では想定範囲内と感じるが、今回の調査の目的を考えるともう少し上積みが見たい。実施可否はともかく、紙にQRコードを記載して、Web経由でも回答出来るようにする、等の柔軟な対応が出来ないか考えてほしい。現在は、Webやスマホ経由で回答する方が楽である、というお客様もいると思う。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

1点目に関して、デプスインタビューの実施は、個人情報徹底して収集しない方針で事業を実施していることから、難しいと考えている。ご提案頂いた通り、具体的な情報を収集したいと考えてはいるが、実施可否については総務省と相談したい。限定的にはなるが、実際に乗換えに至るお客様は、スマホ乗換え相談所に来訪した当日ではなく、後日に変更するということが多いので、相談後に、実際に変更する前後のタイミングでの追加情報の調査を行うこと等が方法としてはあると考えている。店舗の担当者からは、商店街で変更に至った方は、変更後に店舗に立ち寄り、会話をするケースもあると聞いている。そのような接点を活かして、相談時に具体的にどのような気持ちの変化があったか等は調査したい。

2点目に関して、QRコードによるアンケートの回収については、実施のためのテストを行い、導入可否を検討している状況である。ただし、顧客の個人情報と回答内容をWebで紐づけるとなると、費用・体制面で難しい等の制約が存在するため、実施可否については総務省と相談したい。紙ベースでのアンケートについては、第1クールの途中から、アンケート紙に回収のための黄色い枠を設けて、ポケットティッシュを張り付け、アンケート紙がいきなりゴミ箱に行くという状況を防ぐことで、回答を促すような動きもしている。回答率20%から向上させるために、具体的にどのような施策から試していくかは総務省とも相談したい。

<俣野構成員>

蒲田西口の商店街で実際に接客を体験する等、関東の店舗は全て回った。感想としては、診断のアルゴリズムは、スムーズに相談ができ、よくできていると思う。良いデータも集まってきたのではないかと。

全体としてサンプル数が少ないのが現状かと考えているが、無理に呼び込みを実施しても、バイアスがかかってしまうと考えている。質問としては、乗換えを検討しているのか、料金プランの確認をしたいのか、等の項目を設ける必要があると考えている。

キャリアショップの業界では、受付時間・相談時間として、10分は短いと捉えられている。消化不良を起こしている、疲労感・抵抗感があるという状況もある可能性はあるが、逆

に聞き足りない、情報を集められていないため、不満に至っているという状況がないか、現場の感覚を伺いたい。

事業の持続可能性について、専業・兼業については、専業が難しいというのは北構成員と同意見である。兼業で事業を行う場合、中立性をどう担保していくべきかは、どう工夫していくべきか、どう落とし込んでいくべきかがまだ見えていないと思うので、今後の調査で検討してほしい。また、兼業での相談事業が成り立つかどうかは、第2クールではどのように検討していくかも確認したい。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

1点目に関して、乗換えの検討状況、プラン確認の実施有無については、顧客の来店時は、現状聴取していない。特に、兼業の場合に関しては、スタッフ側から声がけをして相談に至っている背景もあり、確認が取れていない。何を見て来店したのか、という設問は問診で聴取しているため、併せて乗換えを希望しているのか、何のプランを見て来店したのか、という点も追加で聴取することで、顧客の来店のスタンスを理解できるようにしたい。

2点目に関して、来客時に聴取する19の質問を実施するまでは、比較的スムーズに進むが、その後のアンケート・診断に移行するまでの時間は、商店街の店舗を中心に、ケースによって幅がある状況である。従って、第2クール以降は、顧客が着座するタイミング、ヒアリングのタイミング、診断が終わって最後プランを提案するタイミング等に分けて、時間を測るように修正し、消化不良・疲労感を感じていないかを測定したい。並行して、アンケートに情報が不足していないかという設問を追加するかどうかは、総務省と相談して検討したい。

<事務局>

3点目に関して、この後野村総研研究所から、国内で既に民間ビジネスとして相談事業に取り組んでいる事業者の動向について発表いただく予定である。発表の中で、どのような事業体制か、アルゴリズムはどう構築しているか、相談料をどの程度に設定しているか、を報告してもらおう。当該調査結果や、第2クールのアンケート結果を加味して、第4回のワーキンググループで報告することとしたい。

<北構成員>

新規事業者を募ることと並行して、PCデポ等、類似サービスを既に提供している事業者に対して、総務省としてサポート・エンドースしていく取組みもあって良いのではないか。

(3) 閉会