

第1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6月18日（金） 17:00～19:00
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 開催要綱
- 資料2 構成員等一覧
- 資料3 総務省説明資料
- 資料4 株式会社 SUPLUS 説明資料
- 資料5 俣野構成員発表資料
- 資料6 栗津構成員発表資料

5. 議事要旨

（1）開会

（2）議事

- ① 資料3に基づき、総務省から説明。
- ② 資料4に基づき、株式会社 SUPLUS から説明。
- ③ 資料5に基づき、俣野構成員から説明。
- ④ 資料6に基づき、栗津構成員から説明。
- ⑤ 意見交換（構成員が順番に質疑を行った後、SUPLUS がまとめて応答）

<北構成員>

SUPLUS の資料の中で幾つか質問がある。実証の第 1 クールは 5~6 か月とあるが、線表上は 3 か月程度しかないところ、第 1 クールは第 2 クールと並行して実証されるのか。また、来店から契約まで 1 人当たりどの程度の接客時間で、何名体制で店舗を運営し、1 日に何名程度対応する想定でいるのか。事前予約制度を導入するのか、どのように予約を取るのか。

<黒坂構成員>

まず乗換えというのが、我々消費者にとってどのようなベネフィット、便益があるのか。何が一番嬉しいことなのかが明確になるような取組みや検証を進めていただきたい。

行政が産業を見ながら、やはり乗換への促進が必要であると考えることと、消費者から見たときに、乗り換えたほうが良いと思ってもらうこととは必ずしも一致しない。これをきちんと埋めていくことが、今回必要ではないかと思う。

その観点で、例えば乗換えと一口に言っても、スマホ-スマホの乗り換えなのか、ガラケー-スマホなのか。メイン-サブなのか、メイン-メインなのか。ウェブを使うのか、ショップを使うのか、いろいろな形態が想定される。

乗換えに係る消費者目線でのペインポイントや、課題になるようなところについては、既に事務局資料の中でアンケート調査していただいております、ローデータをお持ちだと思う。せっかくのデータなので詳細に分析をさらに進め、このような視点で様々なことが読み解けるのではないかということ、まず基礎を押さえながら併せて現場での実験を取り組んでいただくことをご検討いただきたい。

とりわけこういった取組み、消費者をいかに巻き込んでいくのかというのが非常に重要なので、アナログ的に携帯業界以外、モバイル業界以外でも、一つの 이슈 を解決するためにいろいろな人たちが関わる構造というのはベンチマークとしてあるとは思いますが、それをあまり強く意識し過ぎず、最終的にはそれに近いものがあれば寄せていけばいい。

足元の、モバイルの消費者という人たちが何を考えてどのような振舞いをしたがっているのか、したがないのかということを確認しながら取組みをしてほしい。今回少し長い時間と何か所かでできるということでもあると思う。そういった少し現場でのコントロールというか、やり方を変えて行くような柔軟なこともできるのではないかと思うので、検討いただけるとありがたい。あるいはそういった検討を深掘りしていくための一助を担わせていただければと思う。

<長田構成員>

まず対象者が、パターン 1 とパターン 2 がばらばら過ぎて、どちら寄りなのか分からないと思っていたところ。今回の実証の第 1 クールはパターン 1 を主に実証するということなので、そうするとデジタル支援をやるのと何がそんなに違ってくるのか、微妙だと思う。

取りあえずスマホを利用している人に、一番合っているサービスを紹介することはとても素敵だが、世の中の人たちは乗り換えが必須条件なのか？と思う。いろいろなことをお手伝いしていただき、オンライン手続きもお手伝いしていただきやっとなら、その後きつと行き詰まると思う。手伝ってもらわなければできなかった人は、ずっと手伝ってもらい続けなければいけなくなってしまうと思うので、この実証でやってもらっていた場所がなくなると困らせてしまう。無償でやってくれていた人たちが、相談する相手がなくなったときのことを考えてあげてほしい。

スマホを今使っていない人たちをスマホに、というのは、それはとても必要なことだと思うし、今もショップなどで行われている。これから行われていくところは、どちらかというスマホを持っているけれども利用できない人と聞いている。ガラケーを使っていてスマホに移らなければいけないのだけれども、年を取ってくると「スマホを手でシュッとやっても動かないのよ、私」というような人たちがたくさんいる。そういう人たちをどう救っていくかはとても大切だと思うが、今回の実証では、後に置いていかれているというのを感じた。

いろいろな場所を実証の場をつくって徹底的にやっているが、本当に第三者的なのだとか中立的だということを、どのようにその場で証明するのか等、なかなか難しいと思っている。

<横田構成員>

スマホの乗換え相談所のアイデア自体は素晴らしいと思っており、リテラシーの高くない方にとって安心して駆け込める、相談できるような存在になってほしい。トライアンドエラーで、本タスクフォースなども関わっていったりより良いものにできたらと思っている。

今回のプレゼンへの質問ではなく要望になるが、SUPLUSのプレゼンの6ページ目の2番、民間事業として展開したケースを想定し、支払意思額をアンケートにより調査していくところだが、消費者の方に支払意思額を聞くと、どうしても、実際に払いたい、もしくは払えると思う金額よりも低く価格が出がちである。また、そのサービスを受けた上で、ものすごくお世話になった人はそれなりの対価を払うと思うと思うが、逆にあまり役に立たなかった人は低く見積もりやすいので、バランスを取ってしっかりとしたプライシングをしてほしい。

<粟津構成員>

私からは3点ある。1点目が大前提になるのだが、今回スマホ乗換えということで、対応するデバイスとしてはタブレットやガラケー、ガラケーは乗換えで対応するだけだと思うが、スマートフォン以外のタブレットも対象になるのかどうか。

2点目は、SUPLUSの6ページについて、契約後のサポート内容というところでいくつか書かれているが、中古端末の場合、買った後の保守サポートの問合せが非常に多いので、その対応を加えたほうがいい。

3つ目は、端末でいろいろお客さまとのやりとりをするので、個人情報の漏えいのリスク、また、キャリアの公式サイトにログインする際のID、パスが必要になってくる可能性があるが、その辺の対応もリスクがないように作ってほしい。

<俣野構成員>

キャリアショップとの連携、これが不可欠だと思う。中立性も保たれなければいけないということで緊張感のある連携が必要と思っている。

加えて責任の分界点というものも明確にしなければいけないし、決して押付け合いをするのではなく、顧客目線でお客さまにどういう責任分界で仕事をしているのだと、十分理解をいただいた上で連携を図っていかねばならない。そういう認識でもってお互いに協力できればと思う。

もう一つ質問だが、個人情報を取得しないとおっしゃりながら、片側では提案から利用までの連続性

において再来店を促すようなオペレーションがあったり、アフターサポートを視野に入れているということで、個人情報を持たないところの不便さというものもあり、持ったら管理を厳重にしなければいけないという問題もある。その辺りをどのような方法でどのような認識でおやりになられるのかをお伺いしたい。

<株式会社 SUPLUS/千本様>

1つ目の質問について。第1クールで行っている領域に関し、継続的に第2クールも重なって行うことを想定し、その中から一部を切り取って第2クールとして第2パターンを行っていくことを想定している。

次の質問だが、接客時間、店舗の体制等について、接客時間等に関しては我々の関連企業で似たような総合的なコンサルティングをやっており、細かいデータでは大体40分から1時間半ほどが平均。そのため、現段階では1ユーザー当たり1時間ぐらいをめどとして設定をしている。

店舗の体制に関しては、総務省とも話して、そう大々的にしないと今考えているので、最低1、最大3の店舗で構成を考えているところ。ただし、実証をする店舗によっては元々の本業と兼務でやっていただく形があるので、一概に1名体制2名体制という形ではなく、何対応できるブース設計なのかという形で設定を考えている。

続いて、予約システムに関しては将来的にはウェブの予約システムが必須だと考えているが、今は、初期段階では不要ではないかと考えている。一番重視するところは、対面でどれだけのコミュニケーションを取っていくことができるのかに対して、目に留まり予約して来ていただくという形で、店頭ののぼりPOP等を設置し、その場で予約を取る。もしくは空いているお客さまについて、空いている時間にそのまま接客していく。これであまりにも実証の件数が集まらない場合は、予約システムをウェブ上で限定的に公開するか、もしくは集客自体を集めるために地域限定の販促をするのか等を検討している。

続いて黒坂様から、足元のモバイルの消費者を確認しながらローデータを見て現場で対応していったほしいというご意見をいただいているところ、真摯に対応したいと思う。

個人情報に関しては、何点かパターンを考えており、発行した書面に顧客管理IDのようなものを発行し、再来店の時にお持ちいただいて、店舗のデータベースを参照して過去の対応履歴を確認するというのが一つの手段と考えている。

ただその場合、紙を持ってきていなかったとき、番号が分からなかったときはどうするのかという問題が出てくるので、それとは別途、新たに対応させていただき、都度、過去の対応結果に関わらず対応するという事も事前検討の範囲内かと考えている。

また、個人情報の保護に関しては、店頭で端末でお客さま自身がオンラインショップの申込みをする場合は、そこにデータが残るということも考慮しており、セキュリティブラウザ等を使っていく予定。また、パーティションを設置する、通信先の接続制限を設定する等も検討している。

<事務局>

粟津構成員からいただいた意見で、端末については検討中。今、SUPLUSにシュミレーションしていただいただけでもかなりの数の端末数になる。端末も相談の内容に含めて、きちんと説明できる体制が整えられるかどうかというところで考えると、どこまでの範囲をカバーできるか検討中であるため、別

途検討してお答え申し上げたい。

併せて、黒坂構成員と長田構成員からいご指摘をいただいたので、お答えする。まず黒坂構成員から、弊省の事務局のプレゼンに入れている調査研究について、分析するように、ということであるが、こちらはローデータがあるかと思うので、弊省でもしっかり分析をしていきたい。

また長田構成員から、デジタル活用支援との連携、それからこの事業のスコップ等について、事前の打合せでもご指摘いただいた。対象を明確にすべきということで、弊省の中でも議論をした結果、今回 SUPLUS のプレゼンの中にあるパターン 1 というところをメインとして検討していくということで、ひとまずは結論となっている。

デジタル活用支援の関係で、ガラケーをお持ちでない方にスマートフォンを手にとっていただくという取組みも非常に重要だと考えており、可能な範囲でこの実証の中でも少し盛り込んでいきたいと思う。また、そこの関係でデジタル活用支援推進事業との連携も模索していきたい。

併せて、実証事業が終わった後にその実証事業を通じて契約に至った方のサポートをどうするのかという話については、実証事業後の展開について、別途、この実証事業に参加をいただいている携帯電話事業者さまとしっかり連携を取りながら対応していきたい。

<北構成員>

この乗換え相談所という取組みは、通信料金が低下傾向にあり、料金プランを変更すれば、あるいはキャリアを変更すれば安くなるわけだが、その乗換えハードルが高いということで、支援する仕組みとして何か作れないだろうか、というのが元々のスタート。

検討しているうちに、料金プランだけをコンサルするだけでビジネスとして回るのかという話、つまりそれだけにお客さまはお金を払うのかという話が出てきた。いろいろなお手伝いをしたり、分からないことがあったらご説明したりして、それに対して 1,000 円頂くとというようなことを組み合わせればビジネスとして回るかもしれないという話になった。そうすると、デジタル活用支援推進事業とだんだん重なりが増えてきている、という流れでここまで来ている。

おそらく最終的にはこの 2 つの事業は融合していく運命だとは思っているが、まずは実証実験で、どれだけお客さまはお金を払っていただけるのか。通信料金が今の支払額より例えば毎月 3,000 円安くなるのであれば、その 1 カ月分頂くとというビジネスモデルもあるのではないか。そういったことも含めて、営利事業として来年度以降回していくにはどうしたらいいかということ、みんなで一生懸命考えていかなければいけない。

<事務局>

頂戴したご意見は取りまとめ、検討させていただく。次回 WG は実証開始前に実施予定。また事務局からご連絡する。

(3) 閉会