



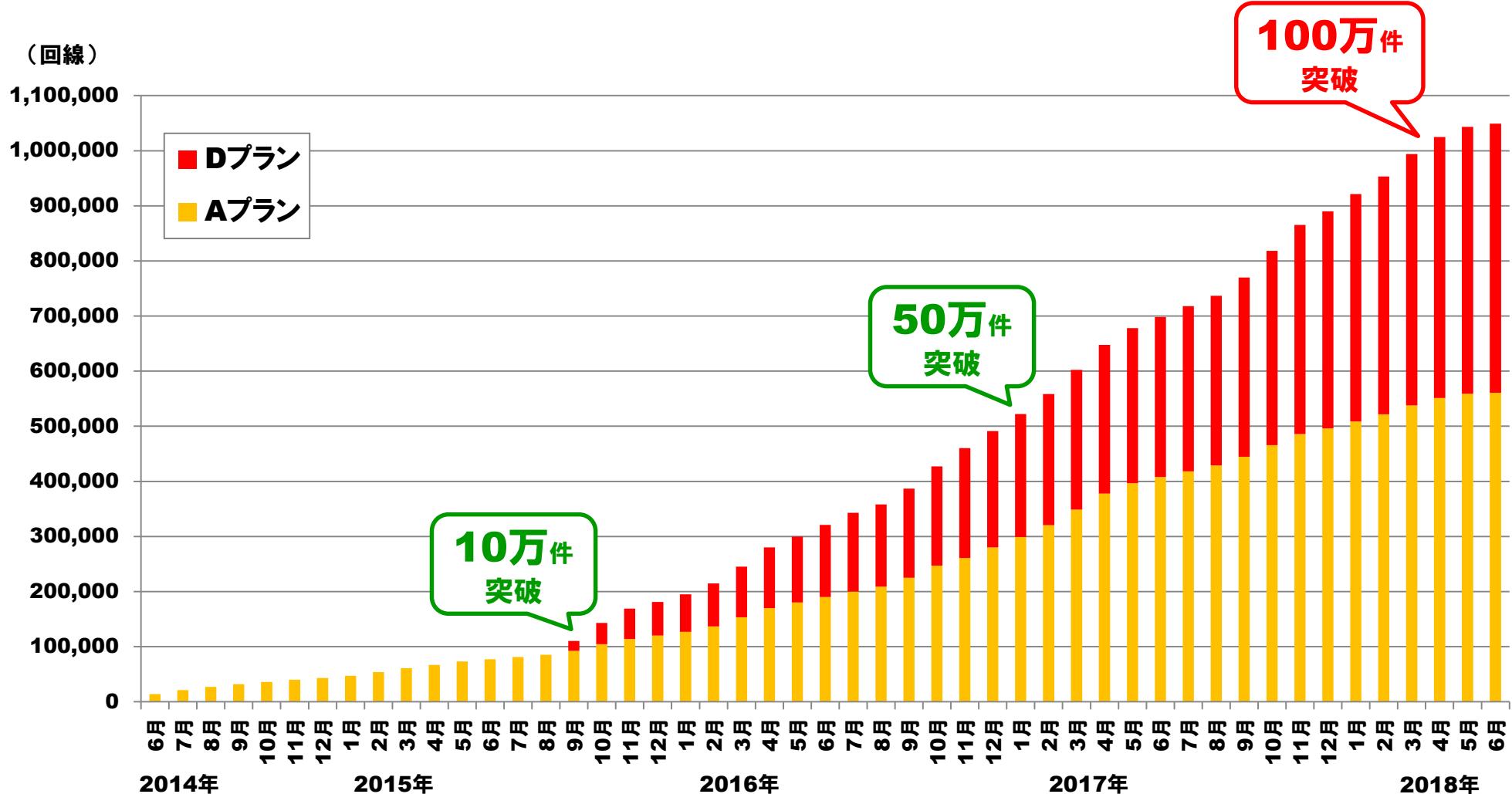
mineoのこれまでの歩みと
今後のブランドの目指す姿

2018.6.30



mineoの契約回線数

4月に当初目標であった100万件を達成！



※H30.6.19時点弊社加入データより 2

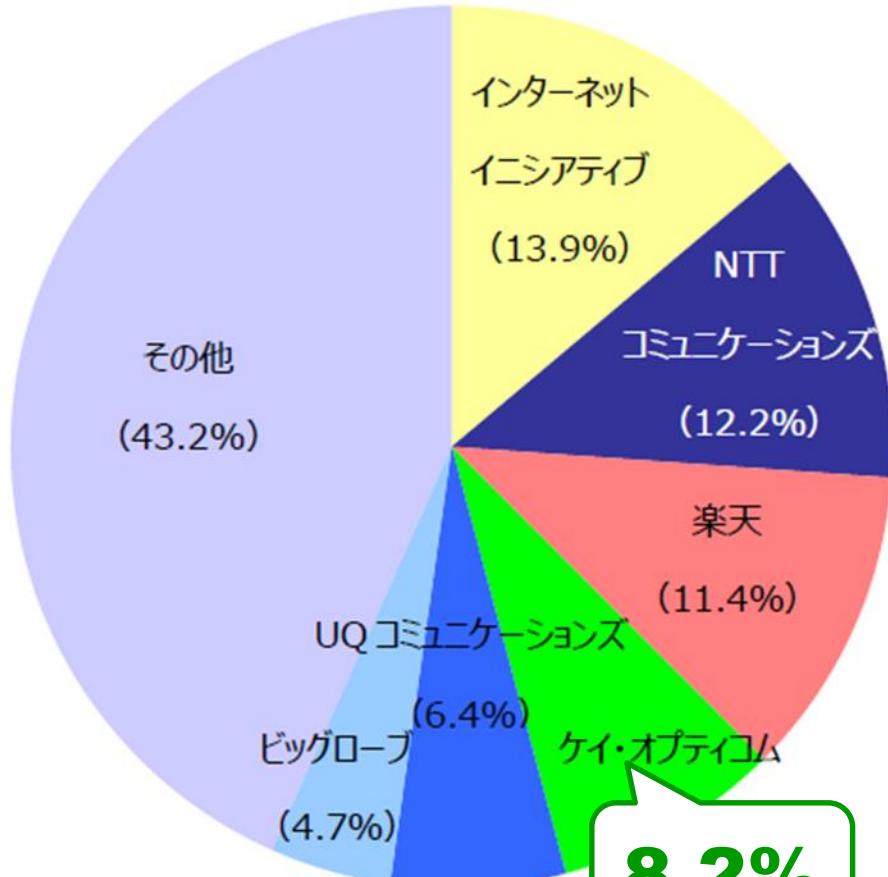
MVNOを取り巻く市場環境は激動が続く

MVNOトピックス(2017年度下期以降)

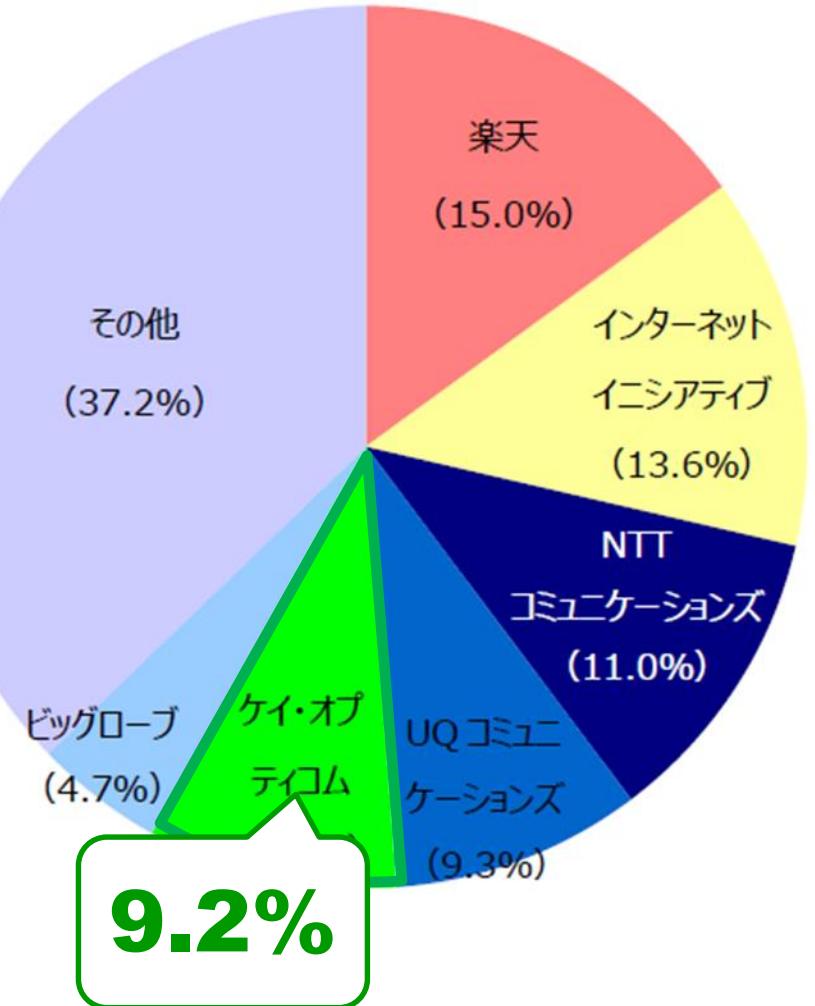
- ✓ **フリーテルのMVNO事業を楽天が買収**(2018年11月1日)
- ✓ **LINEモバイルとソフトバンクの資本・業務提携**(2018年3月20日)
- ✓ **UQ mobileとY!mobileが大規模な学割キャンペーンを展開**(~2018年5月31日)
- ✓ **楽天がMNOとして携帯電話事業に参入確定**(2018年4月6日)

MVNO事業者の寡占化や淘汰が急速に進展

(2017年9月末)



(2018年3月末)



出典元:株式会社MM総研 国内MVNO市場規模の推移(2018年3月末)

- 100万件到達までの歩み
- 現在のmineoのブランド戦略
- 今後のmineoブランドの目指す姿



100万件到達までの歩み

100万件到達までの歩み

2018年4月10日 100万件突破！！

体制

4名

40名

2013年

2014年

2015年

2016年

2017年

2018年

サービス

▼MVNO事業参入決定

▼ブランド名「mineo」決定

▼mineoサービス開始(6月3日)

▼mineoスイッチ、ギフト

▼ドコモプラン開始

▼長期利用特典制度「ファン∞とく」

▼mineoでんわ 10分かけ放題

▼

エンタメ系オプションサービス
mineoキャリア決済

共創

▼「マイネ王」誕生

▼「フリータンク」開始

▼「Fun with Fans!」制定

▼green project

イベント

▼第1回ファンの集い

▼第2回ファンの集い

▼GREEN PARTY

事件

▼iOS8問題勃発

▼ドコモ激遅

▼フリータンク枯渇未遂(1.4TBまで)

▼最適化

戦略

新サービス企画

アイデアファームなど皆さんからのご要望やアイデアをもとに新サービスをリリース

長期利用特典

mineoでんわ 10分かけ放題

mineoアプリ

mineoキャリア決済

ファンとく



技術

iPhone 7,7 Plus販売

国内版SIMフリー
iPhone販売(新品)



- ・念願のiPhone 究極のiPhone
- ・調達先は何處?(内緒です)

スピード測定・報告

- ・ほぼ毎日スピード測定
やってます
- ・測定結果はブログで報告



エココーストライアル

- ・混雑緩和のための方策を日々
検討中
- ・混雑時の速度制限と料金割引
サービスのトライアル

マイネ王

王国アイテム



たくさんのご応募
ありがとうございます!

mineo GREEN PARTY



- ・60名をご招待
- ・リアル王国コイン
喜んでいただけました

mineo green project

100万HAPPY達成ごとに
全国の公園に植樹を実施



ユーザーさんと植樹
(ありがとうございました)



mineoの業務紹介(Webプロモ・リアルプロモ)

Webプロモ

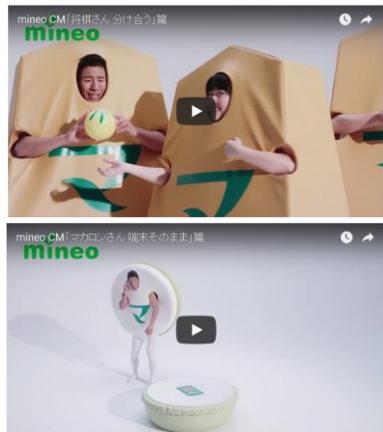
mineoサービスサイト運営



2018年1月からのサイト更新回数
大小合わせて約20回

わかり易くて正しい情報発信を
心がけて頑張っています

Web動画広告



YouTube動画広告用に
動画広告を制作しました

- TVCMのスピノフ
- 将棋さん、マカロンさん

リアルプロモ

格安スマホ相談会



- 手作り感満載
- ご協力ユーザーさんに感謝

マカロンクリップ



新作ノベルティをクイズ大会
でプレゼント

SIMフリー完全ガイド



- 6ページの紹介記事
- 現在も販売中(680円)

業務整備

既存サービス改善

申込混雑状況表示
パケットギフト1MB区切り付与
パケットシェア上限拡大(5→10)
同一eoID内ギフト開放

社内外関連窓口との業務調整

【社内】システム部門、お客さまサポート部門
【社外】総務省(一部)、MVNE

約款・規約整備

サービス約款、サービス提供条件

事業提携

エンタメ系コンテンツ提携



- ・2018年6月1日サービス開始
- ・サービス開始に向け各事業者とギリギリまで調整

海外事業者提携

【台湾】
昇龍數位科技股份有限公司(Imagic Media)
訪日プリペイドSIMの卸販売提携

100万件到達までの歩みまとめ

- サービスや共創施策の展開に合わせた体制で戦略・企画～構築・運用までを実施してきた。
 - 100万件を達成できた理由は、他社との差別化とブランド戦略に注力してきたこと。
- ⇒mineoが選んだブランド戦略とは？



現在のmineoのブランド戦略

Fun with Fans !

新しいコトや、面白いコトは、
楽しみながら「何か」を創りだした先にある。

そんな新しいコトや面白いコトに
共感し合える仲間を巻き込みながら、
もっと新しいサービスを、面白いコミュニティを、
ワクワクする未来を、つぎつぎと創っていく。

迷つたら、仲間といっしょに楽しい方へ。



仲間と一緒に、楽しみながら mineoを作っていく

今、新しいモバイルキャリアに期待されること、それは、既存のメガキャリアでは実現できなかった、
新たな試み…それは、安さだったり、便利さだったり、楽しさだったり…に挑戦すること。
新しい付加価値、多様性により、モバイルを、そして世の中を、未来を、便利で楽しくて面白くしていくこと。

では、どのように「便利で、楽しくて、面白く」していくのか。
ユーザーの皆さんと「一緒に」mineoを創っていく！私たちはそう考えました。
ユーザーに「近い」のではなく、ユーザーと「一緒に」。
mineoを便利で楽しくて面白くしていく「仲間」として。
そうすれば、もっと、使いやすくなる。そうすれば、ずっと、新しい挑戦ができる。
そうすれば、きっと、「便利で、楽しくて、面白く」なる。

だから、mineoの真ん中には、コミュニティがあります。
そのコミュニティで、日々、会話して、相談して、議論して、時にバカ話をして…。
その会話のなかで、サービス改善の糸口が見つかったり、新しいサービスのアイディアが生まれたり。
「仲間」と一緒に、その体験自体を楽しみながら、ワクワクしながら、より良いものを創っていく。

一緒に、「便利で、楽しくて、面白く」を創る。mineoは皆さんと共に成長していきます。

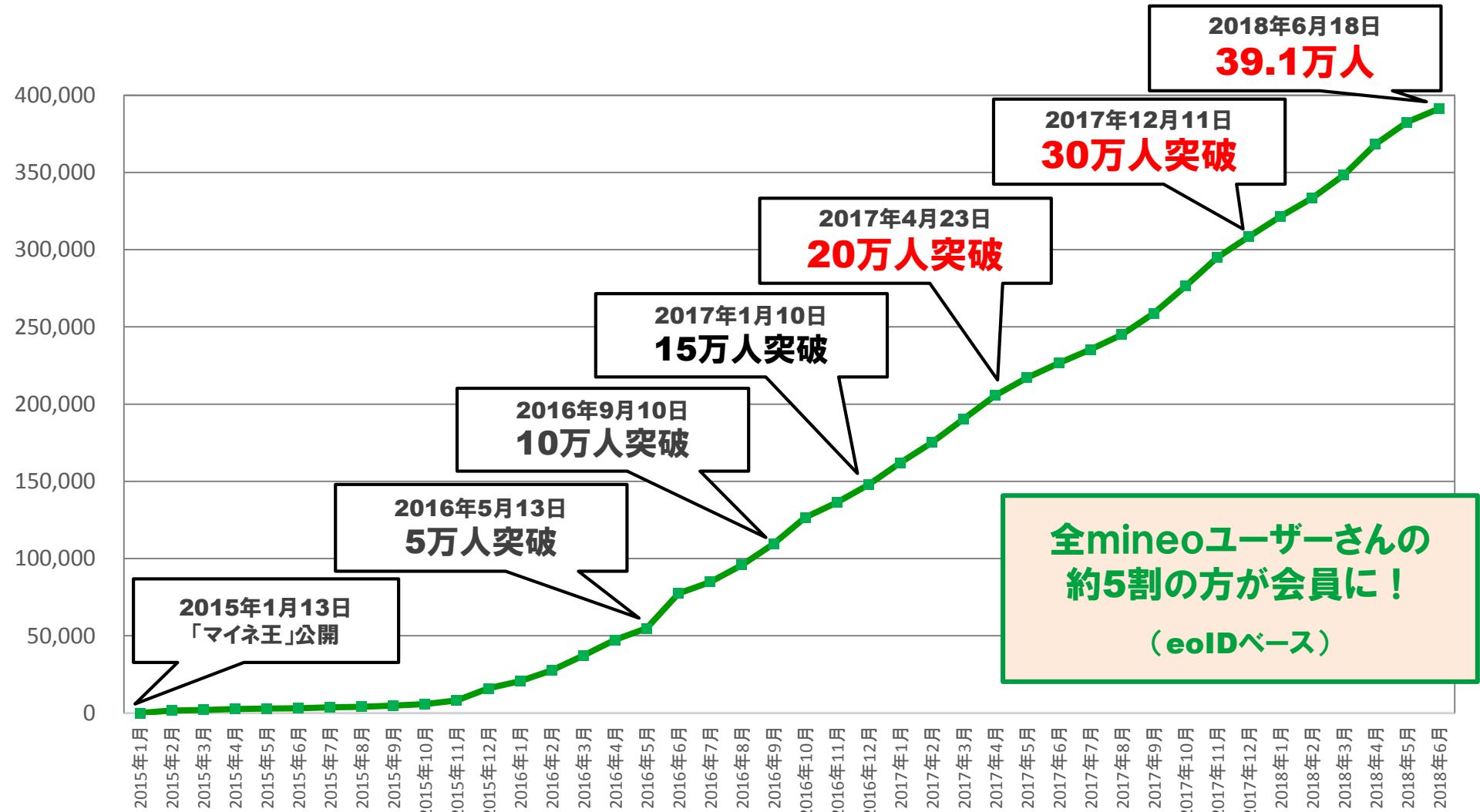
mineoのブランド戦略

共創により皆さんと一緒に新しい価値を創っていく

それが、よりよいサービス・信頼を生み、結果、過度な料金・広告競争を回避



ブランド戦略の中心がマイネ王、会員数も約40万人に！



アイデアファームで共創も着々と



mineoはなぜ共創戦略を選択したのか

1. ファンベースマーケティングの潮流

2. 海外MVNOの動向

ファンベースとは、ファンをベース(支持母体)に、
中長期的に売上げや価値を上げていく考え方
(ファン=企業やブランド、商品が大切にしている価値を支持する人)

なぜ、ファンベースなのか？

1. ファンが売上げの大半を支え、伸ばしてくれる

- ・数%のコアファンが50%以上の売上げを占める場合も

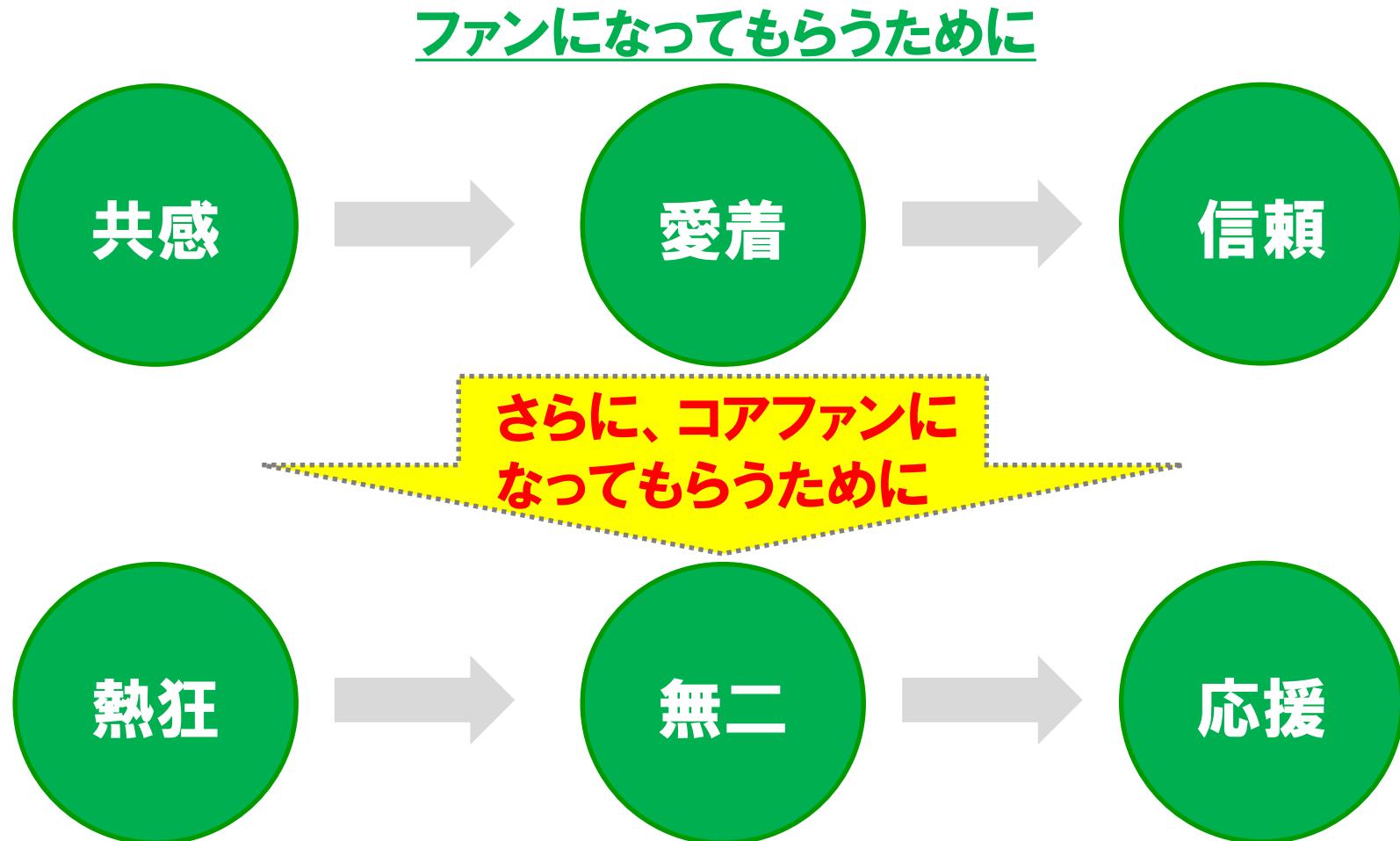
2. 時代的、社会的にファンを大切にすることがより重要に

- ・消費控え、超成熟市場、情報過多⇒情報が届かない、モノが売れない

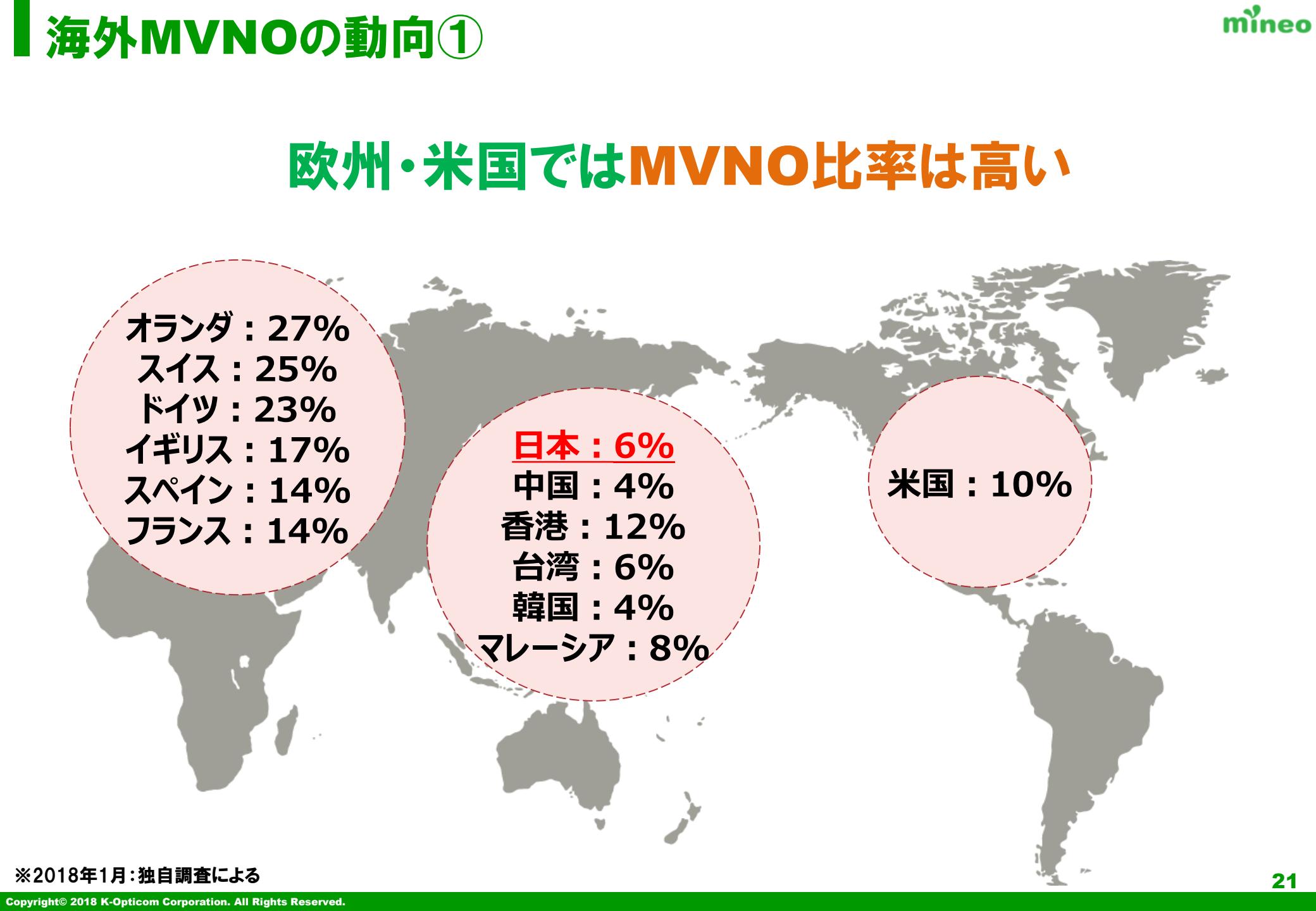
3. ファンが新たなファンを作ってくれる

- ・友人=価値感の近い人のおススメが最も強い

ファンになってもらうためには以下の取組みが大事



欧洲・米国ではMVNO比率は高い



オランダ：27%
スイス：25%
ドイツ：23%
イギリス：17%
スペイン：14%
フランス：14%

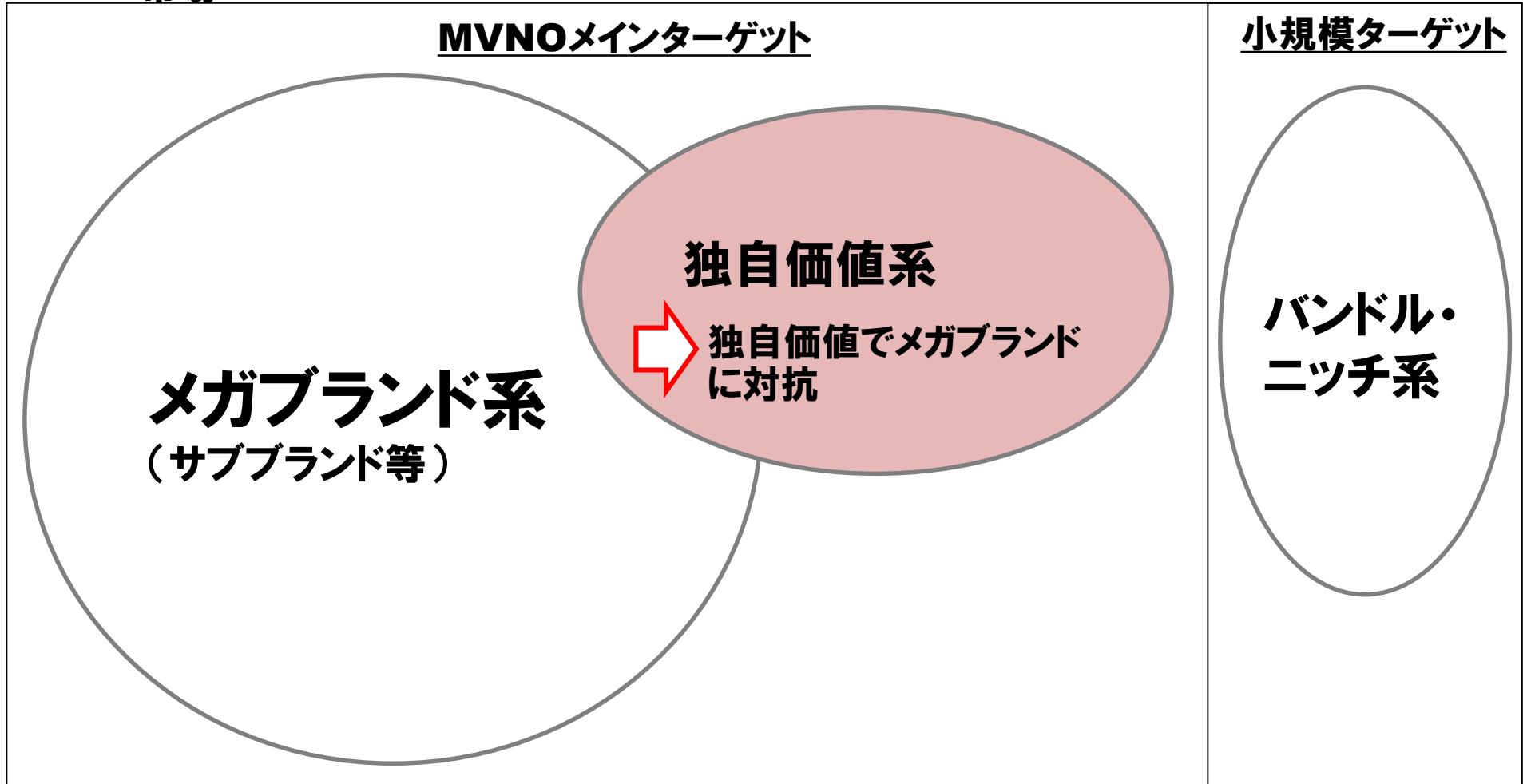
日本：6%
中国：4%
香港：12%
台湾：6%
韓国：4%
マレーシア：8%

米国：10%

■ 海外MVNOの動向②

市場の構図は日本と近い。メガブランド vs 独自価値

MVNO市場



「独自価値系」の武器はコミュニティ、透明性、信頼

giffgaff (イギリス:シェア3位)

giffgaff the mobile network run by you

Our offer Community Help My giffgaff

Come join us

No contracts. No hidden fees. No surprises.

giffgaff the mobile network run by you

Get Help Community

Get help Forum ...

Community where you can get involved with the giffgaff way of doing mobile on Labs, creatively get involved in making entertaining content for all to enjoy and have lots of fun in the process - there's never a dull moment.

So, what are you waiting for? Dive right in and get involved.

Login Register

コミュニティが
HPと一体化

DIGI mobile (スペイン:シェア4位)

DIGI Languages: ES FR EN Selling Points - Mi Cuenta DIGI

Leticia is #GenteDIGI and recommends...

THE DIGI NEW UNLIMITEDS

MORE INFO

DIGI ILIMITADO 6GB DIGI COMBO DIGI NAVEGACIÓN

If you need to call to national destinations:

ILIMITADO 6GB

6 GB internet 4G (+ 750MB at low speed)

UNLIMITED CALLS NATIONAL

15 €/month

MORE INFO

AND EVERYTHING WITH THE DIGI STYLE

#WhatYouSeeIsWhatYouGet

- If you see something costs 10€ is because actually costs 10€. 400 minutes last 400 minutes and with 2 gigabytes surf 2 gigabytes.
- You will not find any asterisk hidden explanations under the micro.
- We explain everything

#TrueWithout

- Our products are not change them, it is to improve them.
- With the same advantage if you are a new customer years ago.
- We explain all with you have surprises when you use them.

#BecauseYou

- In order to improve you and understand you imitating what other operators do.
- Calling us, by a Face selling points, we consider your comments help us to are doing well and developing services designed with you in mind.

情報の透明性、
誠実な対応、
ユーザーファースト
を、最大の特長と
してHPで訴求

- オープンな情報公開とファンとの共創により、「信頼されるブランド」となり、それにより選ばれることが我々の戦略
- 世の中の潮流や海外の動向からも、方向性は間違っていないと考えている
- ただし、この戦略の難しいところは、有言実行の継続



今後のmineoブランドの目指す姿

「通信の最適化」に関して事前に情報公開できておりません、 本当に申し訳ございませんでした



© 2018/05/07

mineoニュース

通信の最適化に関する事前の情報公開未実施のお詫びについて

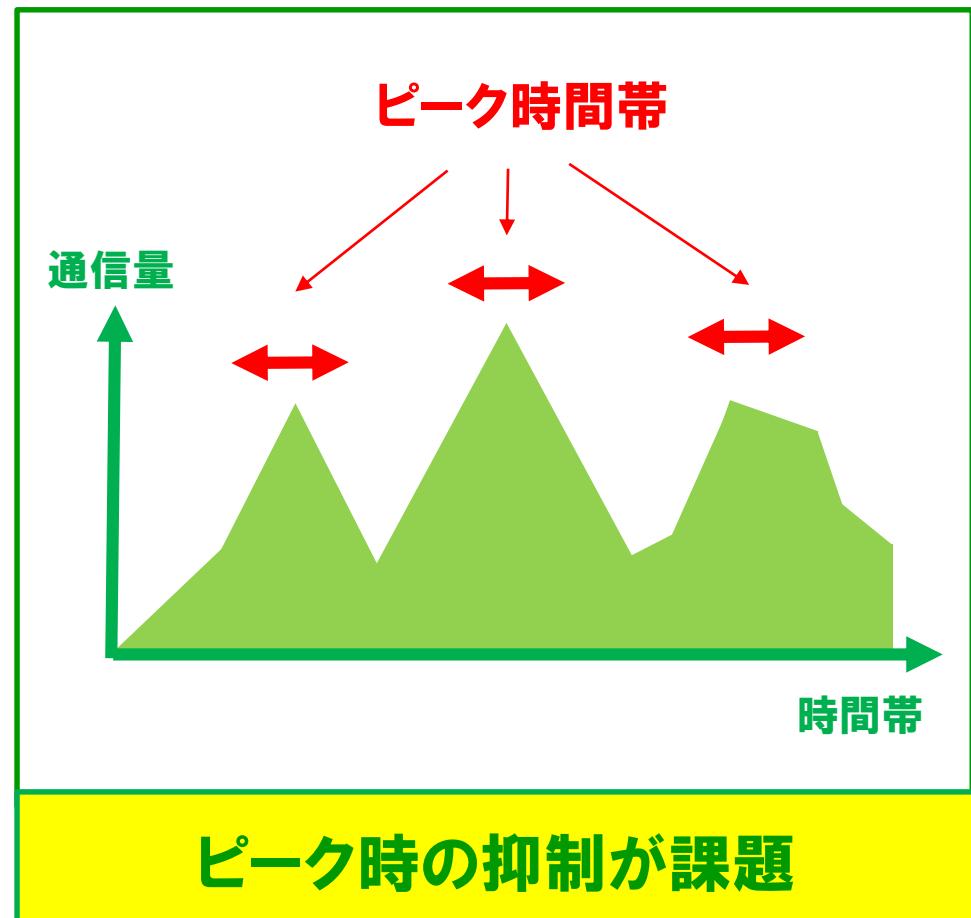
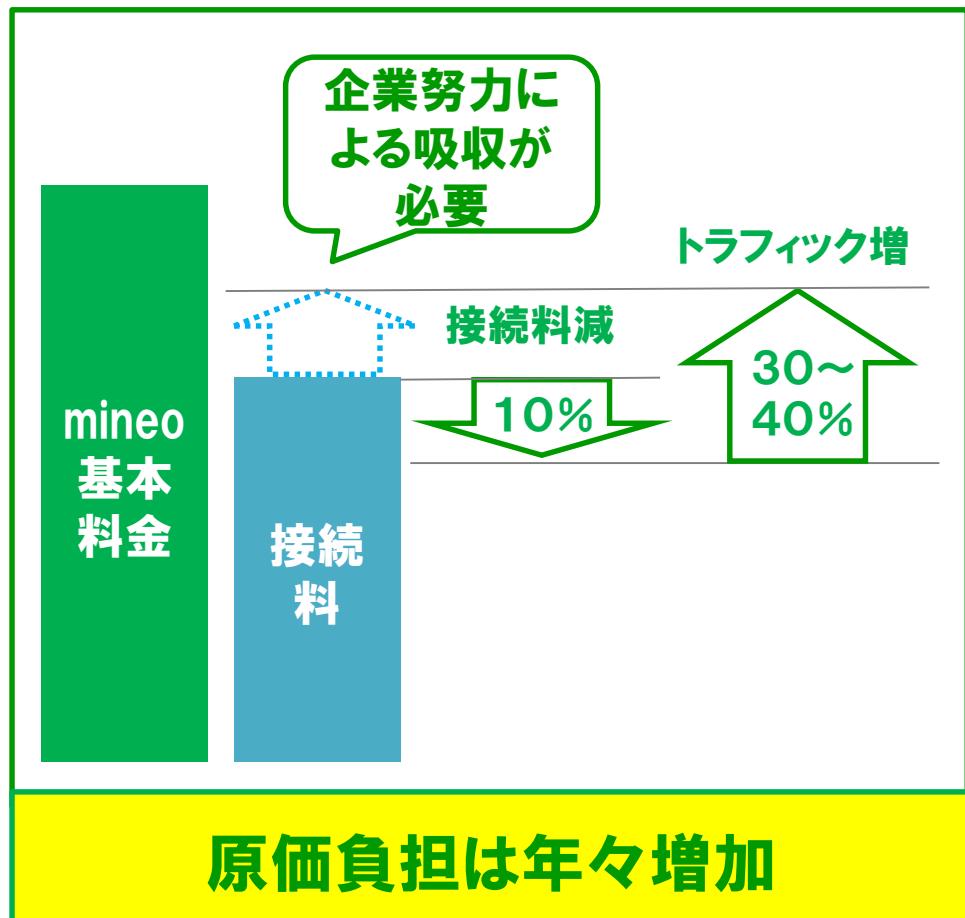


ライター：mineo 上田@運営事務局

ニ代目 モバイル事業戦略グループ グループマネージャー

導入に至った経緯①

接続料の原価負担は年々増加 現在の料金水準を維持するためにはピーク抑制が必須



通信の最適化は混雑緩和の取組みの1つ

1. 定期的な通信回線の増強
2. 利用時間帯が異なるお客さまにご加入いただくことによる混雑の分散
3. 効率的な通信を行うための最適化の実施

今回の出来事であらためて学んだこと

今回、このような説明を事前にできなかつたことを反省すると共に、

厳しいお言葉をいただいたことで、改めて、ファンファーストや共創に対する皆さんの期待の大きさを再認識。

今回の出来事であらためて学んだこと

何故、事前に情報公開することができなかつたのか？

原因

情報公開基準があいまい

対策

情報公開基準 &
ユーザー参画基準
の策定

ブランド行動の不徹底

行動指針の明文化
と浸透

情報公開基準 & ユーザー参画基準の策定

「どのような情報を公開するか」を明確にするとともに、
 「どの深さの意見をもらいたいか」の事務局見解を提示します。

情報公開の分野

- ブランド
- **事業方針**
- マーケティング
- コミュニティ
- ネットワーク
- 端末
- プロモーション
- 店舗展開
- 外部提携
- リリースカレンダー

- 獲得計画
- 事業収支
- **ターゲット(獲得層)**
- 販売チャネル
- 新規ユーザーの獲得
(キャンペーン)
- 既存ユーザーの満足度
(ファン∞とく)

「ターゲット」に関する情報公開ページ

mineoのターゲットは、4つのペルソナ（人物像）を設けています。

↑
高
 リテラシー
低

<技術系会社員>

- ・新サービス検討時期：自ら情報収集し、早めに検討
- ・携帯リテラシー：非常に詳しい

<男女若年層>

- ・新サービス検討時期：早めに検討した知り合いに聞いてから
- ・携帯リテラシー：詳しい

<中高年男性会社員>

- ・新サービス検討時期：周囲の多くが切り替えたら
- ・携帯リテラシー：詳しい

<主婦・高齢者>

- ・新サービス検討時期：周囲の多くが切り替えたら
- ・携帯リテラシー：あまり詳しくない

<意見を頂きたい内容>

- ・ターゲットごとのアプローチ方法
- ・より有効なターゲット

行動指針の明文化と浸透

mineoブランドに相応しい行動指針を明文化し、
mineoに関わる社員全員へ共有・浸透させます。

行動指針のイメージ(例)

mineoの10カ条

Dos ○

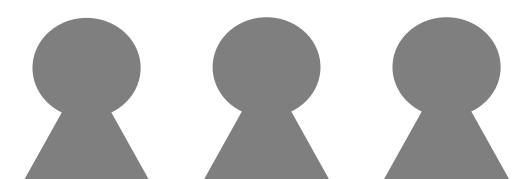
ファンファースト
オープン
正直
楽しい
個性的
おもしろい
お客様は同志
チャレンジ
スピード
やめると、さびしい

Don'ts ✗

あらゆる人／全員
クローズ
隠蔽
つまらない
画一的
生真面目
お客様は神様
保守
完成度
入ると、便利



事務局、社内関係者、
経営層



ユーザーの皆さん

- 今回の事前に情報公開ができていなかった件について、改めて深く反省しております
- 運用の見直しにより、オープンで透明性の高い情報公開をお約束します
- 一度失った信頼を取り戻すことは決して容易ではないですが、これから1歩ずつ実績を積み重ねていくことで、「ファンから信頼されるブランド」に近づいていけるよう、努力を続けていきます

今後とも、mineoとマイネ王をよろしくお願ひします