

Press Release



2022年12月1日
トランスコスモス株式会社

トランスコスモス、「カスタマージャーニーの急所は自己解決。 失敗すると3人に2人は他社乗換を検討」との調査結果を発表

CX向上の新常識をまとめた「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2022-2023」のレポートを公開

トランスコスモス株式会社(代表取締役共同社長:石見浩一、牟田正明)は、「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2022-2023」の調査結果を公開しました。調査レポートは、トランスコスモスのオウンドメディア「transplus(トランスプラス)」からダウンロードできます。お客様企業において、シームレスなコミュニケーションにより顧客体験(CX:Customer Experience)を最適化し、企業収益を向上するためのデジタル化戦略や、改善施策の検討にご活用ください。



2022-2023

調査結果ダウンロードはこちら

URL : <https://www.trans-plus.jp/data/2022dec>



消費者と企業のコミュニケーション実態調査は、トランスコスモスが2016年から毎年実施している独自調査です。毎年多くのお客様企業より好評をいただき、「コミュ調」の愛称で親しまれています。今回のコミュ調 2022-2023では、計3,000人のインターネットモニターにアンケート調査を実施、デジタルトランスフォーメーション(DX:Digital Transformation)によるコミュニケーションチャネルのデジタル化の最新状況と、世代別傾向を分析しています。また、消費者の問題解決のカスタマージャーニーを可視化し、シームレスなコミュニケーションの重要性を明らかにしています。

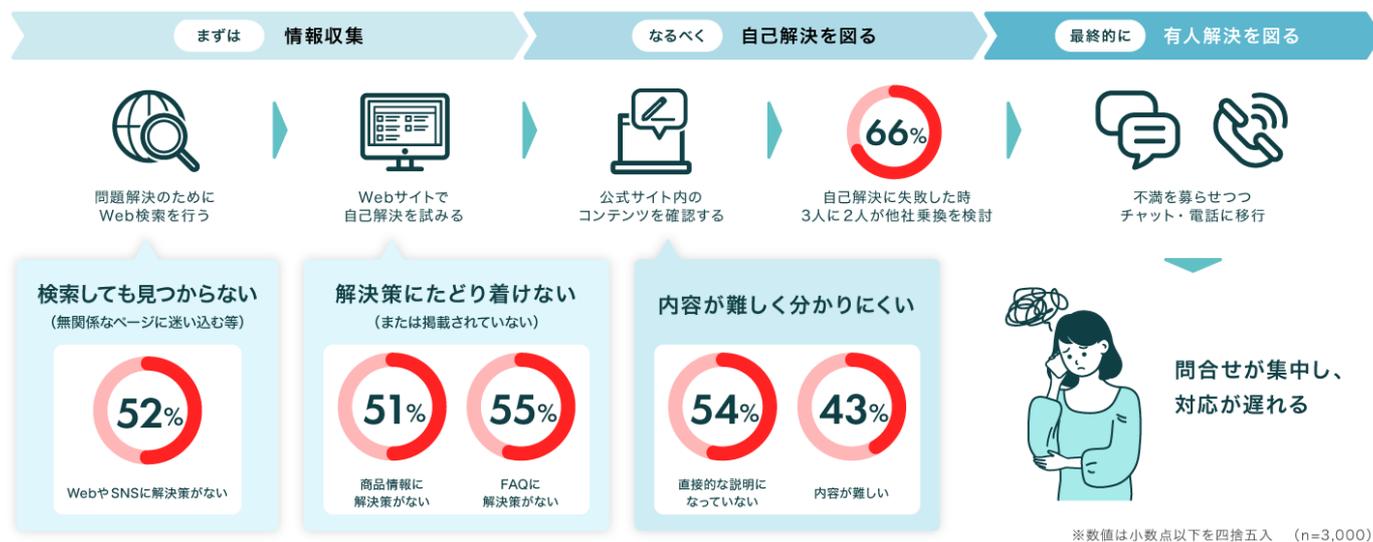


■実施概要

- 調査企画 : トランスコスモス株式会社
- 調査目的 : 消費者と企業のコミュニケーション実態把握
- 調査時期 : 2022年8月29日~2022年8月31日
- 調査方法 : インターネットモニター調査
- 総設問数 : 48問
- 調査対象 : 直近6ヶ月間のうちに企業とのコミュニケーション経験がある男女
- 有効回答 : 3,000件

調査レポートに掲載されている消費者と企業のコミュニケーションチャネルの最新の利用率推移をみると、公式サイトと店舗が7割超であるのに対し、電話は7年連続で減少して7割を下回り、メッセージアプリ・チャットが5割超となっています。メタバースなどの次世代チャネルも登場しており、Z世代を中心にますますデジタル化と多様化は進行することがうかがえます。

さらに、消費者の問題解決プロセスに注目すると、自己解決に失敗すると3人に2人は他社乗換を検討することから、自己解決率がCXを最適化するための急所であることが理解できます。公式サイトの内容やUI・導線を改善したり、チャットのサービス対応範囲を拡大したりなど、自己解決率を高める取り組みが求められます。その際に「顧客の声(VOC)」や「現場の従業員の声」を改善活動に活用することが、企業収益やイメージの向上にもつながることがわかります。



その他、多くの有益な調査結果を得ています。トランスコスモスのオウンドメディア「transplus(トランスプラス)」からダウンロードできる調査レポートをご覧ください。

これらの調査結果が、消費者と企業のコミュニケーションにおけるデジタル化やCX戦略の今後の方向性を、皆さまとともに考えるきっかけとなれば幸いです。

※トランスコスモスは、トランスコスモス株式会社の日本及びその他の国における登録商標または商標です
※その他、記載されている会社名、製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です

(トランスコスモス株式会社について)

トランスコスモスは1966年の創業以来、優れた「人」と最新の「技術力」を融合し、より価値の高いサービスを提供することで、お客様企業の競争力強化に努めて参りました。現在では、お客様企業のビジネスプロセスをコスト最適化と売上拡大の両面から支援するサービスを、アジアを中心に世界28の国と地域・172の拠点で、オペレーショナル・エクセレンスを追求し、提供しています。また、世界規模でのEC市場の拡大にあわせ、お客様企業の優良な商品・サービスを世界46の国と地域の消費者にお届けするグローバルECワンストップサービスを提供しています。トランスコスモスは事業環境の変化に対応し、デジタル技術の活用でお客様企業の変革を支援する「Global Digital Transformation Partner」を目指しています。(URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp>)