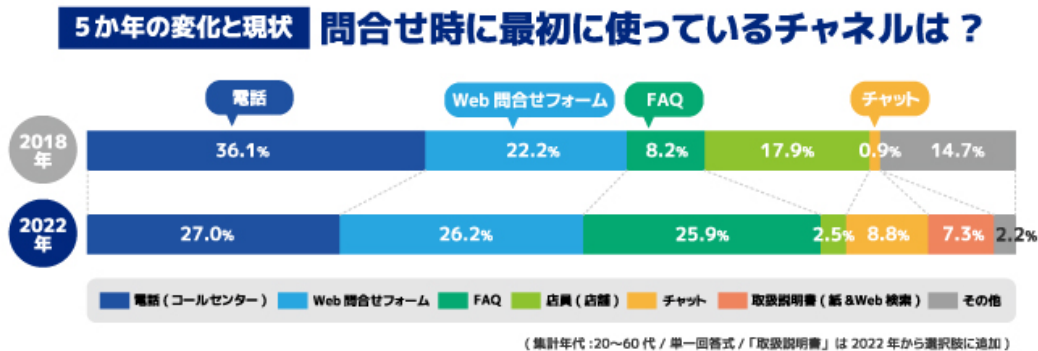


チャネル利用意向は電話派・テキスト派・自己解決派に3分割、5年でチャット期待値 42pt 増 問合せへの抵抗感を調査した「企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2022」

株式会社 KDDI エボルバ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：若槻肇、以下 KDDI エボルバ）は、企業とお客さま間におけるコミュニケーションの最新動向、ニーズ把握を目的に、半年以内に企業に問合せをした 20～70 歳の 1,655 人を対象とした調査を実施し、「[企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2022](#)」を発表しました。

5年目となる本調査では、企業への問合せに対する利用意向や期待値における 2018 年からの変化と、チャネルや問合せそのものへのニーズや抵抗感の年代・性別による違いを分析・考察し、お客さまが望むコミュニケーションチャネル選択傾向をタイプ別に明らかにしています。

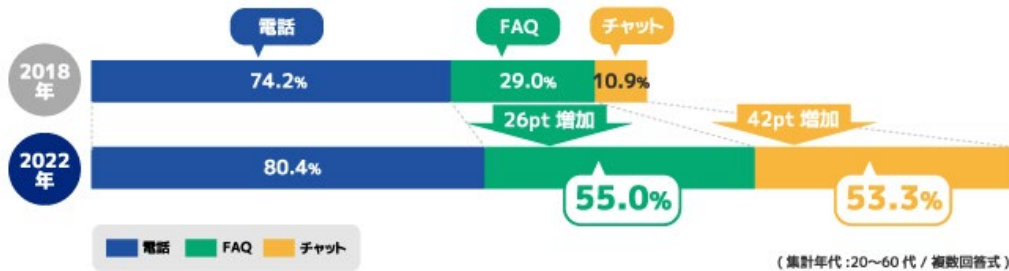


[企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2022](https://info.k-evolva.com/public/application/add/210) <https://info.k-evolva.com/public/application/add/210>

■期待大幅伸長チャネルはチャット、利用に抵抗があるチャネルは世代別ごとの利用経験が影響か

「問合せ時に最初に利用するチャネル」の 5 年比では、電話・店員(店舗)が減少、FAQ とチャットが大幅に増加、コロナ禍による生活様式の変化や企業 DX 推進による働き方の多様化に伴い、企業に望むコミュニケーションも大きな変化が生まれていることがわかります。

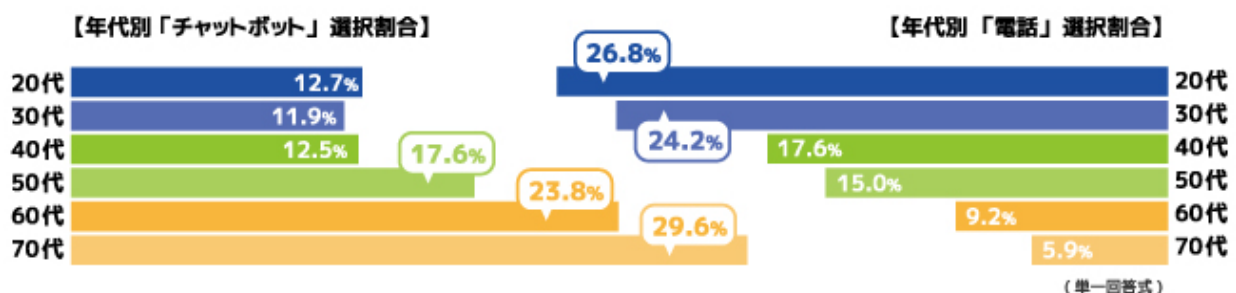
また、「今後期待するチャネル」の問いで FAQ は 26pt、チャットは 42pt 増加しており、5 年で電話に並ぶ主要チャネルとしての認知が進んだことが推察できます。



<5 年比: 今後企業に期待する窓口チャネルは? >

一方、チャットボットと電話は、「もっとも利用するのに抵抗のあるチャネル」の 1・2 位にランクイン、年代別で見ると、電話での問合せへの抵抗は若年層ほど高く、チャットボットへの抵抗は高齢層ほど高くなるという逆転現象が顕著に現れました。

若年層は LINE や SNS の DM などチャット形式での日常的なコミュニケーション機会が多く、企業の DX 推進により、企業で働く世代はコミュニケーションチャットツールの業務利用が進む一方で電話利用機会が減少傾向にあったことが電話への抵抗に影響し、また、高齢層はチャットの利用機会・経験不足がチャットボットの抵抗につながったと推察できます。

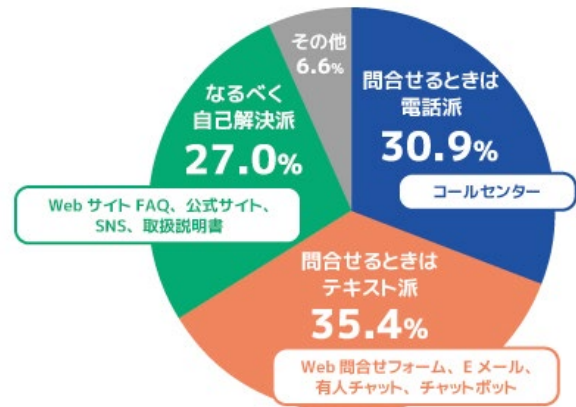


<もっとも利用するのに抵抗のあるチャネル: 年代別 チャットボット・電話の選択割合>

■大きく3つに分かれた問合せニーズ「電話」「テキスト」「自己解決」

「お客さまが求める解決方法」の5年比は、「自己解決」ニーズの増加が認められましたが、商品やサービスを調べるときは「自己解決」、問題を解決したいときは「人による対応」という傾向は継続しています。この傾向を「もっとも抵抗のないチャネル」で調査した結果、問合せなら『電話派』『テキスト派』『なるべく自己解決派』に約3割ずつ大きく分かれていることが明らかになりました。

本調査のレポートでは、問合せ時に求めるものやチャネルへの抵抗などの選択傾向から『電話派』『テキスト派』『自己解決派』のニーズを分析しています。これからのコミュニケーション戦略や顧客接点強化、CX向上施策の検討・立案にお役立てください。



(単一回答式)

<もっとも抵抗なく利用できる手段>

KDDI エボルバは、今後も、企業とその先にいらっしゃるお客さまにとって最適な真の CX を高める BPO・コンタクトセンターサービスと DX 推進で磨いたノウハウ、技術力を提供し、「顧客体験価値の向上」と「クライアント企業様の本業に貢献」という2つのカスタマーサクセスの実現を目指してまいります。

◎調査について

- ・ 調査対象：半年以内に商品やサービスについて問合せした 20～79 歳の男女
- ・ 調査地域：全国（日本）
- ・ 調査方法：インターネットリサーチ
- ・ 調査時期：2022 年 3 月
- ・ 有効回答数：1,655 サンプル
- ・ 調査企画・実施：KDDI エボルバ

◎調査レポート項目

【5 年の変化と現状 年代別】

- ・ 所有しているデバイス
- ・ 問合せ時に最も利用しているデバイス
- ・ 問合せ時に最初に利用する窓口チャネル
- ・ 今後期待する窓口チャネル
- ・ お客さまが求める解決方法

【年代・性別による嗜好の違い】

- ・ 商品やサービス利用開始後にわからないことがあった時に利用する窓口チャネル
- ・ 抵抗なく利用できる窓口チャネル（単一/複数）
- ・ 利用するのに抵抗のある窓口チャネル（単一/複数）
- ・ 企業の問合せへの抵抗
- ・ 購入検討時に不明点・不安点があったときの行動
- ・ チャネル別の問合せ解決度
- ・ チャットサポートの利用意向
- ・ 最も抵抗なく利用できる窓口チャネルからみた傾向・分類

[企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2022](https://info.k-evolva.com/public/application/add/210) <https://info.k-evolva.com/public/application/add/210>

- ・ 数値構成比は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計しても 100 とはならない場合があります。
- ・ 本リリース本文中の製品名および会社名は、各社の商標または登録商標です。
- ・ 過去の調査レポート一覧はこちらから：<https://www.k-evolva.com/download/>