

## 顧客ロイヤルティにフォーカスした調査 「企業とお客様とのコミュニケーション実態 2024」発行 ～3割が不便さを我慢する“あきらめ層”、離反を防ぐのは「参照チャネルの拡充」と「導線強化」～

アルティウスリンク株式会社（所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：網野 孝、以下 アルティウスリンク）は、「自分で選定・購入・利用している商品・サービス」がある20～79歳の男女3,714人を対象とした「消費者のペイン（困りごと）発生時の行動と購買行動における嗜好」をテーマにした消費者調査『企業とお客様とのコミュニケーション実態 2024年版』を2024年11月18日に発表しました。

7年目となる本調査では、消費者のペイン発生時の行動やニーズを性・年代別にとらえ、情報収集から購入に至るまでのカスタマージャーニーに沿った購買行動を調査し、最新の消費者行動の実態や企業とのコミュニケーションの在り方を解説しています。



### 『企業とお客様とのコミュニケーション実態 2024年版』

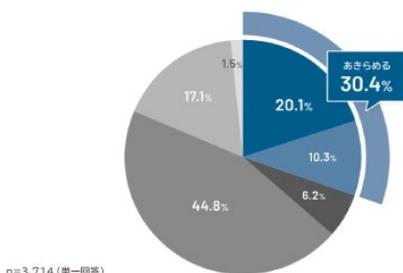
<https://www.services.altius-link.com/download/report/communication2024/>

### 問合せくらいなら不便さを我慢する“あきらめ層”が3割。9割超がもっとも使いたい手段に「参照チャネル」

「商品やサービスについて疑問点があったときの行動」として、「自分で調べ、わからなければあきらめる層」が3割以上を占めました。特に若年層における割合が高く、20代では4割超ともっとも高い結果に。

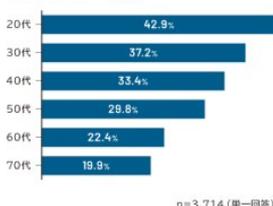
“あきらめ層”がもっとも使いたい手段はFAQページ、公式サイトなどの参照チャネルが9割以上、有人対応を介さないチャットボットを含めると97.6%となり、自己解決できる情報の提供が求められていることが分かります。また「もっとも抵抗なく利用できる手段」は問合せフォームが4割以上となり、疑問・不満の未解消から企業へのネガティブな評価や離反を防ぐために、問合せフォームへの導線強化もポイントのひとつであると推察できます。

■ 利用に大きな支障はないが疑問点や不安点があったとき

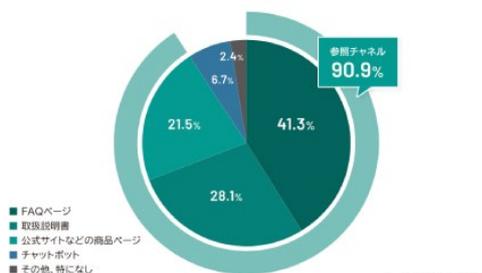


- 自分でできる限り調べ、わからなければあきらめる
- 自分ででざっと調べ、わからなければあきらめる
- 調べることも、問合せすることもしない
- 自分でできる限り調べ、わからなければ問合せ
- 自分ででざっと調べ、わからなければ問合せ
- 特に調べず、まずは問合せをする

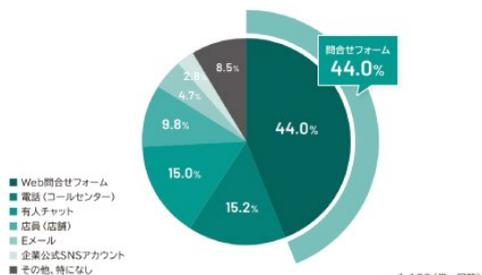
「あきらめる」×年代別



■ 「あきらめる」×もっとも使いたい手段



■ 「あきらめる」×もっとも抵抗なく利用できる手段



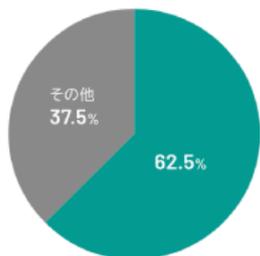
## 多くの消費者がオンラインとオフラインを行き来して行動。顧客情報や購買・行動データの統合・分析は不可欠

「購入するときの行動」として、消費者の6割以上が「インターネットやSNSで興味を持った商品を店舗に見に行く」と回答。また店舗で見かけた商品をインターネットで購入する行動をとる消費者は半数以上であり、商品認知から購入までのプロセスにおいて、消費者はオンラインとオフラインを行き来していることが明らかになりました。

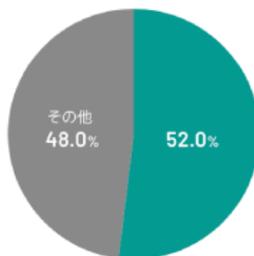
日常的に多くの情報を収集し、商品やサービスのスペック、価格、他者の評価など、複合的な情報で購入を判断する一方、3割が「SNSで興味を持ち、商品の実物を確認せずに通販購入する」と回答しています。オンラインとオフラインをまたぐ、パーソナライズされた顧客体験を提供するためには、消費者の行動やニーズを正しく把握する必要があります。このことから、顧客情報や購買・行動データの統合・分析は、今後さらに重要なアプローチになると推察できます。

### ■ 商品・サービスを購入するときにとる行動

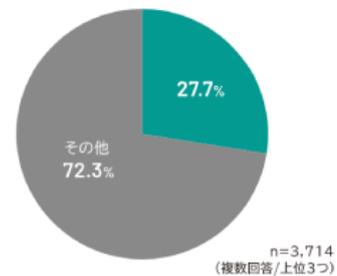
ネットやSNSで興味を持った商品・サービスを店舗に見に行く



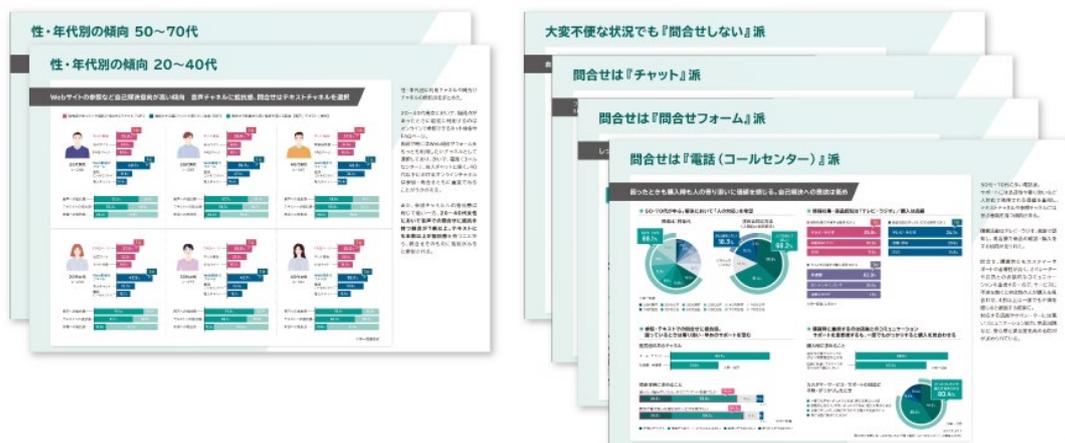
店舗で見かけて興味を持った商品・サービスをネットで通販購入する



SNSで興味を持った商品の実物を手にとることなく、ネットで通販購入する



本調査では、性・年代別の「問合せの利用チャネル」「商品・サービスの情報収集媒体／認知のきっかけ」の傾向や、ペルソナ別の「消費者が企業に問合せ際の購買行動分析」といった調査結果も公開しています。顧客接点を強化したブランディング、マーケティング、カスタマーサポート戦略の立案にお役立てください。



### 『企業とお客様とのコミュニケーション実態 2024年版』

<https://www.services.altius-link.com/download/report/communication2024/>

### アルティウスリンク株式会社 について

アルティウスリンクは、KDDIと三井物産の共同出資会社です。業界最大級となる国内・海外約100か所の拠点と、約57,000人の多様な人財が誇るノウハウ・サービス力・技術により、コンタクトセンターやバックオフィスを含むお客様企業の真の課題解決に寄り添うBPO事業を展開しています。

人による高付加価値なサービスと最新のデジタル技術を掛け合わせた「デジタルBPO」で常に新しい時代のCXをデザインすることで、お客様により良いコミュニケーション体験を提供し、お客様企業の事業成長の実現を目指しています。

所在地 : 〒151-8583 東京都渋谷区代々木 2-2-1 小田急サザンタワー  
設立 : 1996年5月 (アルティウスリンク発足 2023年9月1日)  
代表者 : 代表取締役社長 網野 孝  
資本金 : 1億円  
事業内容 : コンタクトセンターを中心とした BPO(Business Process Outsourcing)事業  
: ①コンタクトセンター事業 ②バックオフィス事業 ③ITソリューション事業 ④その他関連事業  
企業 URL : <https://www.altius-link.com/>

- **パーパス&バリューズ特設ページはこちら**  
<https://www.altius-link.com/corporate/purpose/>

「デジタル BPO」は、人的なリソースのみで業務受託するのではなく、AI などのデジタル技術を活用して受託業務の効率化を実現した上で一連業務のアウトソーシングを受託する BPO 手法のことを表現しています。

- ・ 本リリース本文中の製品名および会社名等は、各社の商標または登録商標です。