

## 6割以上のお客さまが、チャットでの問合せ経験あり 「企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2020年版」を発表

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、実態、ニーズ把握を目的に、半年以内に商品・サービスのお問合せをした1,397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 2020年版」を発表しました。

また、「新型コロナウイルス感染症拡大期におけるコミュニケーション実態」について、520人を対象に緊急調査した結果（緊急追加調査 アフター・コロナのお客さまサポートのあり方とは）を、同時公開しております。

調査レポート：<https://info.k-evolva.com/public/seminar/view/90>

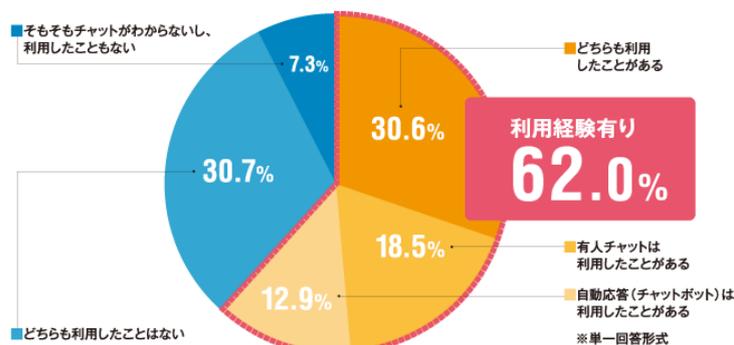
3年目となる本調査では、お客さまの属性、カスタマージャーニーのタイミングによって変化する、「デジタルチャネル」と「人によるサポート」のニーズ、ペインポイント、期待度の傾向を、年代・性別ごとに明らかにしています。ITと人によるエフォートレスなコミュニケーション戦略や、カスタマーサポートの品質改善、CS・CX向上施策などに、本調査をご活用ください。

### ■調査結果のポイント

- チャットでの問合せ経験者は全体の6割以上を占め、年代を問わず最も利用されているチャネルは「LINE」

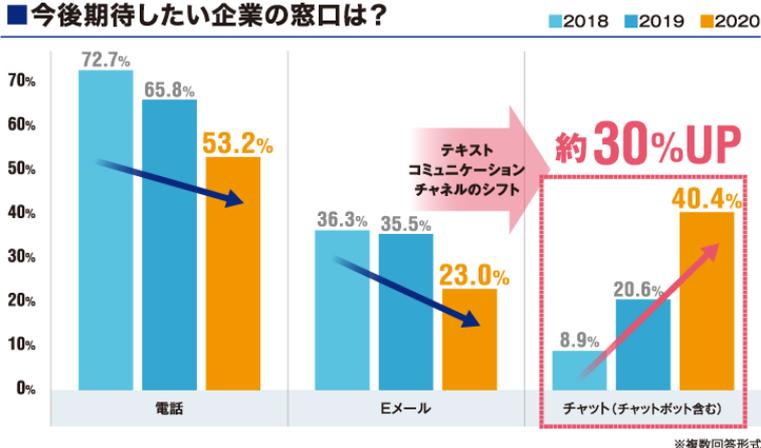
### ■チャット※を利用した企業への問合せ経験の有無は？

※チャット：オペレータとのチャット（有人チャット）、自動応答（チャットボット）



- お客さまが求める問題解決方法は、年代で「自己解決タイプ」と「人に聞いて解決するタイプ」にわかれ、問合せ時間帯は性別（ライフスタイル）で異なる
- チャネルへの期待度は、2018年版から比較し、電話が約20%減少し、チャットが約30%増加

### ■今後期待したい企業の窓口は？



調査レポート：<https://info.k-evolva.com/public/seminar/view/90>

本調査では、お客さまにとって適切なチャネルを選べる自由度があり、情報収集から手続きまでワンストップで解決できるカスタマーサポートを求める傾向が高まっていることがわかりました。チャットのニーズは年々高まる一方で、「電話」は中高年層を中心に根強い人気があります。人と IT を組合せたソリューション・サービスの需要に応えるためには、SNS、SMS、チャット、Web サイト等によるコミュニケーションの最適化と同時に、「人による対応」のサポート品質の向上、効率化への取組みが顧客体験価値（CX）向上に欠かせない要素になることが改めて数字に表れる結果となりました。

KDDI エボルバは、今後も、真の CX を高める BPO・コンタクトセンターサービス、最新のテクノロジーを駆使したビジネスソリューションで磨いたノウハウや、知見、技術を通じて、「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」という二つのカスタマーサクセスの実現を目指してまいります。

以上

## ■ 調査について

- 調査地域・方法 : 全国・インターネットリサーチ
- 調査企画 : 株式会社 KDDI エボルバ
- 各調査の対象者、時期、有効回答数は、以下を参照ください。

### 「企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2020 年版」について

- 調査対象 : 20～69 歳の男女、半年以内に商品・サービスに関して企業問合せをした人

	全体	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代
全体	1,397	218	271	321	271	316
男性	699	112	137	162	134	154
女性	698	106	134	159	137	162

- 調査時期 : 2020 年 1 月
- 有効回答数 : 1,397 サンプル
- 目次
  - お客さまが求める問題解決方法
  - コミュニケーションアプリの利用実態
  - お客さまの利用しやすいチャネルと時間帯
  - 問合せ時に利用する機器の実態
  - 問合せのきっかけと購入の決め手の違い
  - お客さまが解決において重視するポイント
  - 解決度と満足度の相関
  - 企業に対する印象を決める 1 件のお問合せ
  - 今後期待したい企業の窓口
  - タイミングによって変化する問題解決時のニーズ

### 「緊急追加調査 アフター・コロナのお客さまサポートのあり方とは」について

- 調査対象 : 20～69 歳の男女、2019 年 11 月～2020 年 3 月及び、2020 年 4 月以降の期間に各 1 回以上、商品・サービスについて企業に問合せたことのある人
- 調査時期 : 2020 年 5 月
- 有効回答数 : 520 サンプル
- 目次
  - 2020 年 4 月以降の問合せ機会の増減は
  - ウィズ・コロナ期の問合せの不満要因は
  - チャネルごとのメリット・デメリットが顕在化
  - アフター・コロナお客さまの利用チャネルは変わる

## ■ 関連資料

- 企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2019 年版 <https://www.k-evolva.com/news/detail20190618.html>
- 企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2019 年版 業界別編 <https://www.k-evolva.com/news/detail20191017.html>
- 企業とお客さまとのコミュニケーション実態 2018 年版 <https://www.k-evolva.com/news/detail20180820.html>