

【お客さま窓口の利用実態調査】**3人に1人がチャットでの問い合わせを経験、うち約9割は利便性を実感し、継続利用を希望
従来窓口への不満は「待たされる」「通話料がかかる」「返信が遅い」**

～日常生活のチャット浸透が進み、20代では電話・メールを抜いて最も馴染みのある手段に～

Communication Tech Company として AI 技術を活用したコミュニケーションプロダクトを開発するモビルス株式会社（所在地：東京都品川区、代表取締役社長：石井智宏、以下モビルス）は、お客さま窓口での問い合わせにおけるチャットの利用実態について、男女約 560 名を対象に調査を実施しました。

昨今、各業界で「カスタマーサクセス」という言葉が注視されているように、顧客の満足度を上げ、長期的な関係を築くことが結果的に売上にも反映され、企業の成長をより加速させるという考えがビジネスの潮流となりつつあります。その顧客との接点の最前線を担うのが企業の「お客さま窓口」です。

本調査の結果、お客さま窓口の対応が購買の意思決定に影響するという回答は 9 割にのぼり、顧客へのフォローアップが満足度、そして購買行動にまで影響することが裏付けられました。

また、お客さま窓口への不満の声としては、「担当者に繋がらない・待たされる」「通話料・通信料がかかる」「返信が遅い・連絡がこない」などが挙げられました。一方、新たな問い合わせの手段として導入が進むチャットの利用実態については、すでに 3 人に 1 人がチャットで問い合わせをした経験があり、その内、約 9 割が今後もチャットでの問い合わせを利用したいと回答しました。理由として、チャットであれば「場所や時間を選ばない」「待たされない」という意見が多く、電話やメールなど従来の問い合わせ方法への不満解消の手段としても活用されている様子が見てとれます。

さらに、日常的に馴染みのあるコミュニケーション手段として、20 代では電話やメールを抜いてチャットが最多となり、日常生活のチャット浸透が急速に進んでいることが分かりました。今後企業が顧客満足度をより高めるためには、誠実な対応を徹底することに加え、多様な顧客のニーズに合わせた窓口や手段を設けることが重要であるといえます。

【調査結果の概要】

- 9 割以上が、お客さま窓口の対応次第では購買の意思決定に影響があると回答
「窓口は会社の経営姿勢そのものだと思う」「アフターフォローが悪いと印象が悪い」などの意見が多数
- 従来の問い合わせ手段への不満、上位は「待たされる」「通話料がかかる」「返信が遅い・こない」
- 3 人に 1 人はチャットでの問い合わせを経験
- チャットによる問い合わせ経験者の約 9 割は今後も問い合わせ手段としてチャットを利用したいと回答
- チャット問い合わせのメリットは「場所や時間をえらばない」「待たされない」「テキストとして記録に残り見返ししやすい」という意見が多数。その他「URL や型番がやり取りできる」「指示がわかりやすい」という声も
- チャットでの問い合わせは、金融から小売、自治体まで幅広く広がりつつある傾向に
- 日常的に馴染みのあるコミュニケーション手段として、20 代ではチャットが電話・メールを抜いて最多

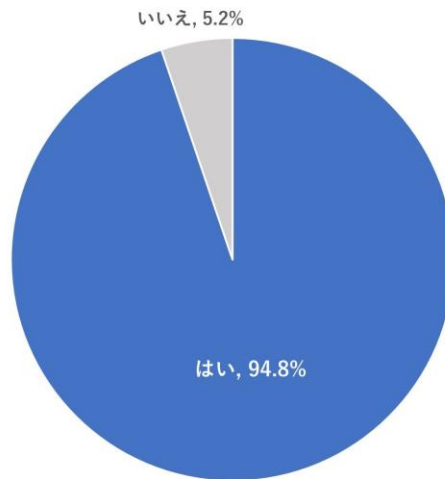
1. 9割以上が、お客さま窓口の対応次第では購買の意思決定に影響があると回答。

「窓口は会社の経営姿勢そのものだと思う」「アフターフォローが悪いと印象が悪い」などの意見が多数

「お客さま窓口の対応は、その企業のイメージや商品・サービスの購買に影響すると思うか」を尋ねたところ、「影響がある」と答えたのは94.8%にのぼりました。その理由を聞くと、「窓口は会社の経営姿勢そのものだと思う」、「対応の良さが購入の条件になる」等の意見が多く、中には窓口相談することの心理的ハードルを述べる意見もありました。

このことから、価格等の条件面以外にも、対応の良し悪しから左右される感情・心理によって購買意欲に大きく影響が出ていることが分かりました。

【図1】お客さま窓口の対応は、その企業のイメージや商品・サービスの購買に影響すると思いますか？ (n=562)



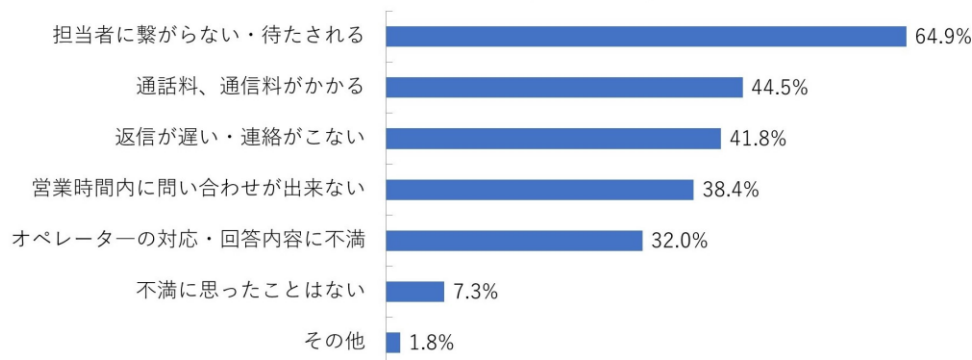
「影響する」と回答した理由

- ・企業の信頼度に影響してくるから (26歳 男性)
- ・働く人の言動がその会社のイメージに繋がるから (29歳 女性)
- ・対応が悪いとその企業は顧客を大事に出来ないというイメージがついて、その企業を嫌煙したくなるから (31歳 女性)
- ・その会社の人に情が湧くと、少し高くても買おうと思うから (37歳 男性)
- ・対応次第で、会社としてのイメージが決まるから (41歳 女性)
- ・直接、会話できる唯一の機会だから (45歳 男性)
- ・人は気持ちでモノを買うことがあるから (50歳 女性)
- ・対応が良ければまた購入しようと思う (56歳 男性)
- ・私にとって窓口相談することは、するかしないか悩んだ末のことなので、思い切って連絡してもなかなか繋がらなかったり、相談したことを受け流されていると感じたりすると、たとえ問題が解決してもモヤモヤしたものが残ります。 (56歳 女性)
- ・窓口対応がその会社のサービス意識を表していると思うから (66歳 男性)
- ・お客様窓口はその企業の経営姿勢そのものと思うから。 (68歳 女性)

2. 従来の問い合わせ手段への不満、上位は「待たされる」「通話料がかかる」「返信が遅い・こない」

これまで利用したことがある問い合わせ手段を尋ねたところ、「電話（80.1%）」、「問い合わせフォーム（68.1%）」、「メール（67.4%）」の順に多く、さらに「お客さま窓口へ問い合わせを行った際に、不満に思ったことがあれば全て選んでください。」と尋ねたところ、最多が「担当者に繋がらない・待たされる（64.9%）」、続いて「通話料、通信料がかかる（44.5%）」、「返信が遅い・連絡がこない（41.8%）」という回答となりました。利用の多い電話・問い合わせフォーム・メールいずれの手段においても、解決まで想定以上に利用者の時間を要する点や問い合わせにより発生するコスト面の不満が目立つ結果となりました。

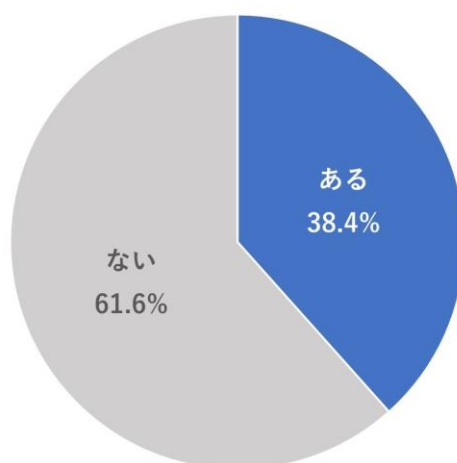
【図2】 お客さま窓口へ問い合わせを行った際に、不満に思ったことがあれば全て選んでください。（n=562）



3. 3人に1人はチャットでの問い合わせを経験

「これまでチャットで問い合わせをしたことがありますか」と尋ねたところ、全体の38.4%が「ある」と回答しました。

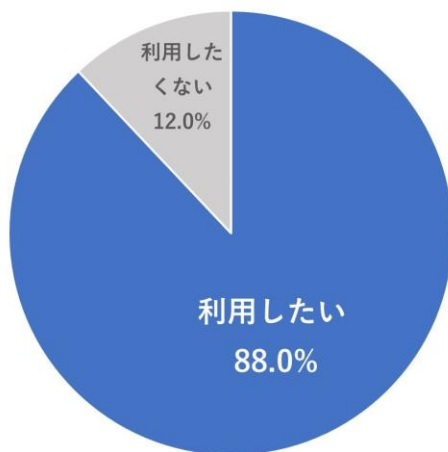
【図3】 これまでチャットで問い合わせをしたことがありますか？
(n=562)



4. チャットによる問い合わせ経験者の約9割は今後も問い合わせ手段としてチャットを利用したいと回答

「これまでチャットで問い合わせをしたことがある」と回答した人に対し、「今後、お客様窓口への問い合わせ手段としてチャットを利用したいと思いますか」と尋ねたところ、88.0%が「利用したい」と回答しました。チャットでの問い合わせ経験者の多くが、チャットの利便性を実感している様子が見て取れます。

【図4】 今後、お客様窓口への問い合わせ手段としてチャットを利用したいと思いますか。(n=216)

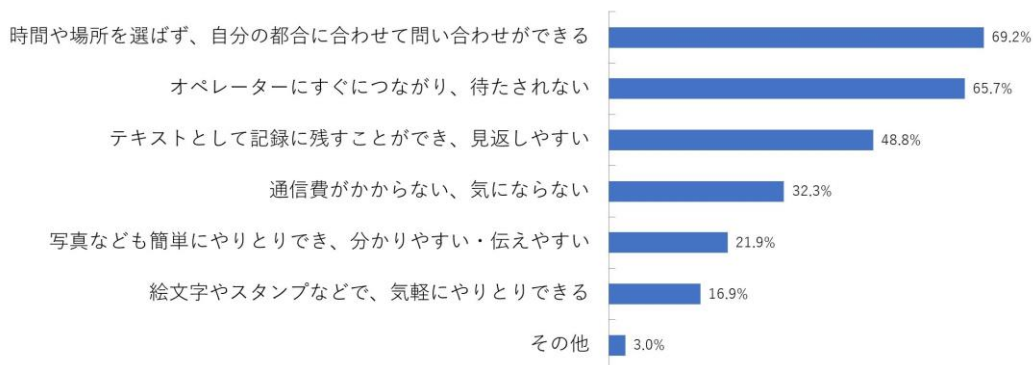


5. チャット問い合わせのメリットは「場所や時間をえらばない」「待たされない」「テキストとして記録に残り見返ししやすい」という意見が多数。その他「URL や型番がやり取りできる」「指示がわかりやすい」という声も

チャット利用経験者に「チャットでの問い合わせは便利だと思いますか」と尋ねたところ、93.1%が「はい」と回答しました。さらに「チャットでの問い合わせは便利」と答えた回答者にその理由を尋ねたところ、「時間や場所を選ばず、自分の都合に合わせて問い合わせができる(69.2%)」、「オペレーターにすぐつながり、待たされない(65.7%)」、「テキストとして記録に残すことができ、見返ししやすい(48.8%)」の順に回答が多く、これまでの手段に比べて時間的な拘束が少ない点がメリットとして目立つ結果となりました。

【図5】 「はい」と答えた方へお聞きします。

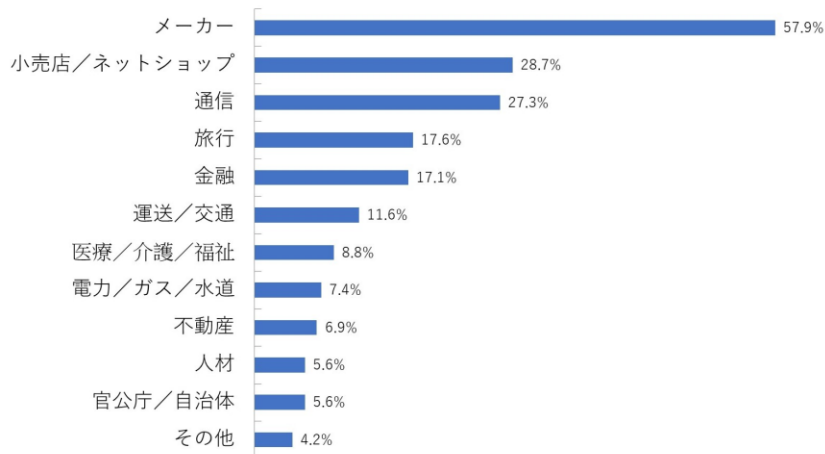
チャットでの問い合わせが便利だと思う理由を全て選んでください。(n=201)



6. チャットでの問い合わせは、金融から小売、自治体まで幅広く広がりがつある傾向に

チャット利用経験者に、チャットで問い合わせたことのある業界を尋ねたところ、「メーカー（57.9%）」が最も多く、続いて「小売店／ネットショップ（28.7%）」、「通信（27.3%）」という回答が得られました。その他の業界においては回答数に差が見られるものの満遍なく広がっていることから、幅広い業界でチャットが導入されはじめている現状が伺えます。

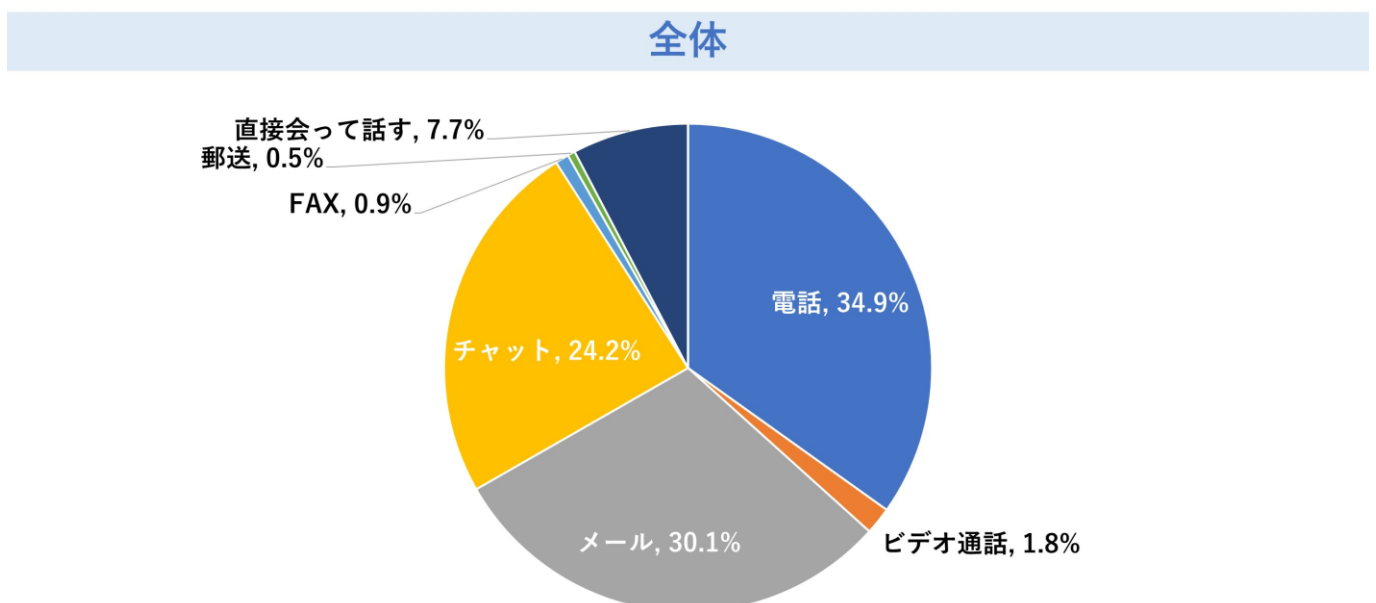
【図6】チャットでの問い合わせを利用したことがあると答えた方へ、チャットでの問い合わせをしたことがある業界を全て選んでください。（n=216）



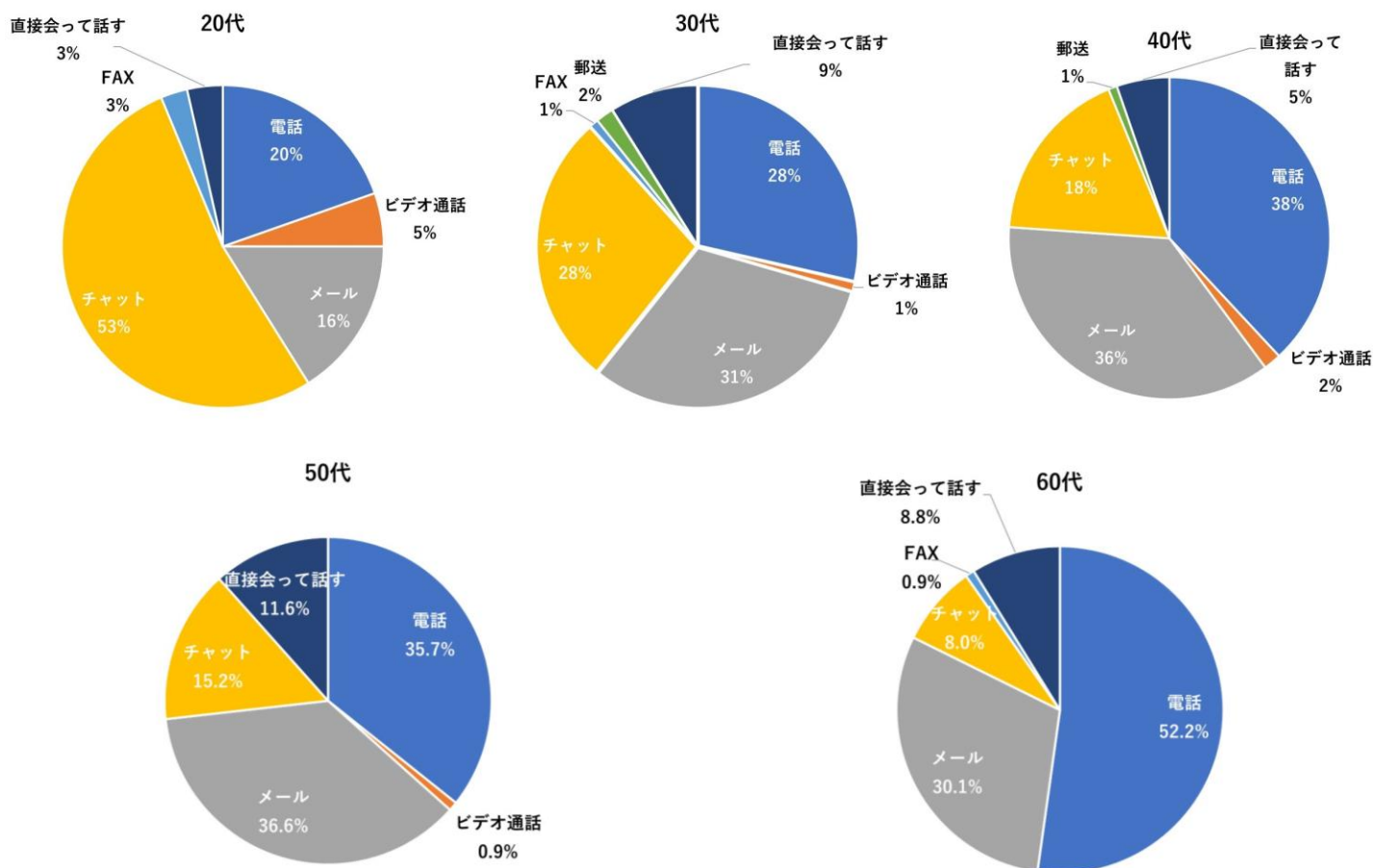
7. 日常的に馴染みのあるコミュニケーション手段として、20代ではチャットが電話・メールを抜いて最多

「日常生活の中でもっとも馴染みのある、もしくは使いやすいコミュニケーション手段はどれですか」と尋ねたところ、最も多かったのは「電話（34.9%）」、続いて「メール（30.1%）」、「チャット（24.2%）」となりました。年代別の内訳では、60代の半数以上(52.2%)が「電話」と回答していることが分かりました。また、「メール」については、会社で頻繁に利用していると思われる30代～50代に多く選ばれました。さらに20代においては「チャット」が電話やメールを抜いて最多となり、LINEなどのコミュニケーションプラットフォームによってチャットが若い世代から急速に普及していることが伺えます。

【図7】日常生活の中でもっとも馴染みのある、もしくは使いやすいコミュニケーション手段はどれですか。該当するものを一つ選んでください。（n=562）



年代別



【調査概要】

調査名：お客さま窓口の利用実態に関するアンケート

調査方法：インターネット調査

調査期間：2018年12月13日～2018年12月16日

調査対象：20代～60代の男女 562名

モビルス株式会社について

モビルスは、人々のコミュニケーションを楽しく、豊かにするソリューションを開発する Communication Tech Company です。AI チャットボット（自動応答）と有人応答によるシームレスなチャットサポートを実現する「モビエージェント（<https://www.mobi-agent.com/>）」をはじめとして、AI とモバイルテクノロジーを活用したソリューション開発を得意としています。

会社名：モビルス株式会社

設立日：2011年9月

資本金：839,735,565円（資本剰余金を含む）

所在地：東京都品川区西五反田3-11-6 サンウエスト山手ビル5F

代表：石井 智宏

電話：03-6417-9523

事業：人工知能とモバイル技術を活用した、コミュニケーションとIoTソリューションの開発

ウェブ：<https://mobilus.co.jp/>

◆ 「mobiAgent」について

モビルスが提供している「mobiAgent」は、コンタクトセンター向けチャットソリューションです。ウェブサイト上のチャット小窓や、LINE・Facebook Messenger などのメッセージングアプリなど多様なインターフェースと連携できます。「mobiAgent」によって顧客は、使い慣れたインターフェースからの問い合わせが可能です。さらにFAQ システムや人工知能との接続によって、自動応答とオペレーターによる有人応答のハイブリッド対応をシームレスに実現できます。

<顧客のメリット>

- ・普段から使い慣れている身近なチャネルから問い合わせが可能になります。
- ・チャットであれば画像・動画やウェブページ URL、位置情報なども扱えるため、わかりやすい説明を受けられます。
- ・仕事の合間や電車の移動中でも、スマートフォンやPC からサポートが受けられます。

<企業のメリット>

- ・チャットボットを駆使することにより、機械にできる対応は機械に任せ、オペレーターはロイヤルカスタマーやクレーム対応など、人ならではの業務に集中できます。
- ・チャットのテキストデータは対応内容のモニタリング・検索・再利用などが容易にでき、データ活用の幅が広がります。
- ・チャットでは同時並行で複数の顧客対応が可能です。一人の顧客で回線が長時間塞がることもありません。



自動
応答

SNS
連携

人工
知能

チーム
対応

CRM
連携

あらゆるチャットサポートを可能にする

モビ エージェント

mobiAgent

* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ

モビルス株式会社 広報担当 甲賀・榊原

Tel : 03-6417-9523 Mobile : 090-3408-3234 (榊原直通) Mail : pr@mobilus.co.jp