

Press Release



2023年11月14日
トランスコスモス株式会社

CXの決め手は「コミュニケーション体験」、自己解決促進が重要

トランスコスモス、「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2023-2024」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: 牟田正明、神谷健志)は、「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2023-2024」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コミュニケーション体験を改善し、CXを最適化することで、企業収益を向上するデジタル化戦略や、改善施策の検討にご活用ください。



2023-2024

調査結果ダウンロードはこちら

URL : <https://www.trans-plus.jp/data/2023dec>



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 2023-2024 では、近年の企業経営の重要課題となっているCXをテーマに、コミュニケーションチャネルの利用実態、電話・チャットの課題や消費者の問題解決プロセスを分析しています。また、CXの測定方法や改善ポイントを具体化し、コミュニケーション体験の重要性を明らかにしています。



■実施概要

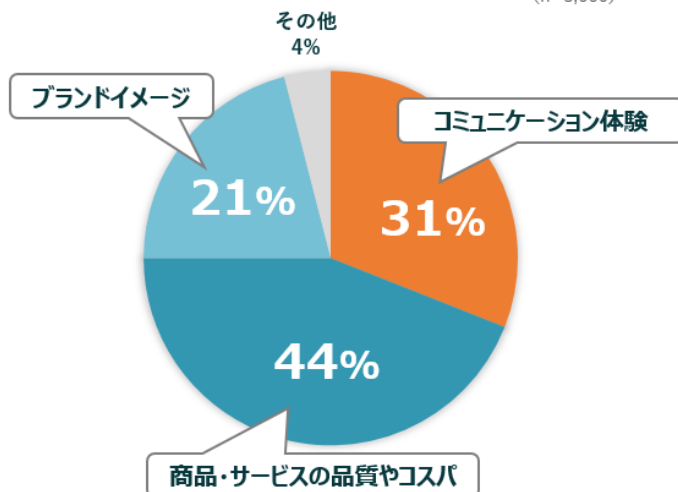
- 調査企画 : トランスコスモス株式会社
- 調査目的 : 消費者と企業のコミュニケーション実態把握
- 調査時期 : 2023年7月28日~2023年7月31日
- 調査方法 : インターネットモニター調査
- 総設問数 : 48問
- 調査対象 : 過去に企業とのコミュニケーション経験がある男女
- 有効回答 : 3,000件

今年度の調査では、LINE やチャットなどのテキストコミュニケーションが拡大していることがわかりました。逆に、電話の利用率が3人に2人という水準まで7年連続で減少し、約2割が電話を「今後なくなってもよい」と考えています。企業側はこのニーズを踏まえ、チャットの機能やサポート範囲を拡充し、公式サイト の導線整備などによって自己解決を促進しつつ、有人対応を最終解決手段として位置づけるべきでしょう。企業はデジタル化による自動応答と有人対応を組み合わせたハイブリッドなサポート体制の構築が必要です。

さらに、総合満足度にはコミュニケーション体験が約3割影響しているということがわかりました。コミュニケーション体験を改善するためには、自己解決促進といったデジタルエクスペリエンスと、初回解決率向上といったオペレーショナルエクセレンスの双方を強化する施策を打つことが求められます。

総合満足度を左右する要因

(n=3,000)



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 27 の国と地域・164 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>)

報道関係者お問い合わせ先

トランスコスモス株式会社 広報宣伝部 富澤 Tel:03-6709-2251 Email: pressroom@trans-cosmos.co.jp