

# Press Release



2017年11月14日  
トランスコスモス株式会社

## トランスコスモスの AI 研究所 Communication Science Lab、2016 年に引き続き 「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2017」を発表

チャットや AI の導入企業は約 1 割。デジタル化する消費者の期待との大きな格差

トランスコスモス株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長兼 COO:奥田昌孝)の AI 研究所である「Communication Science Lab(コミュニケーションサイエンスラボ)」は、デジタル時代の消費者と企業のコミュニケーションの実態把握を目的に調査を実施し、「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2017」を発表しました。

調査結果は、インフォグラフィックを用いた特設ページで公開しており、レポートのダウンロードも可能です。



「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2017」特設ページ

URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp/data/2017dec/>



### ■調査サマリ

#### 消費者と企業のコミュニケーションにおける 10 の真実

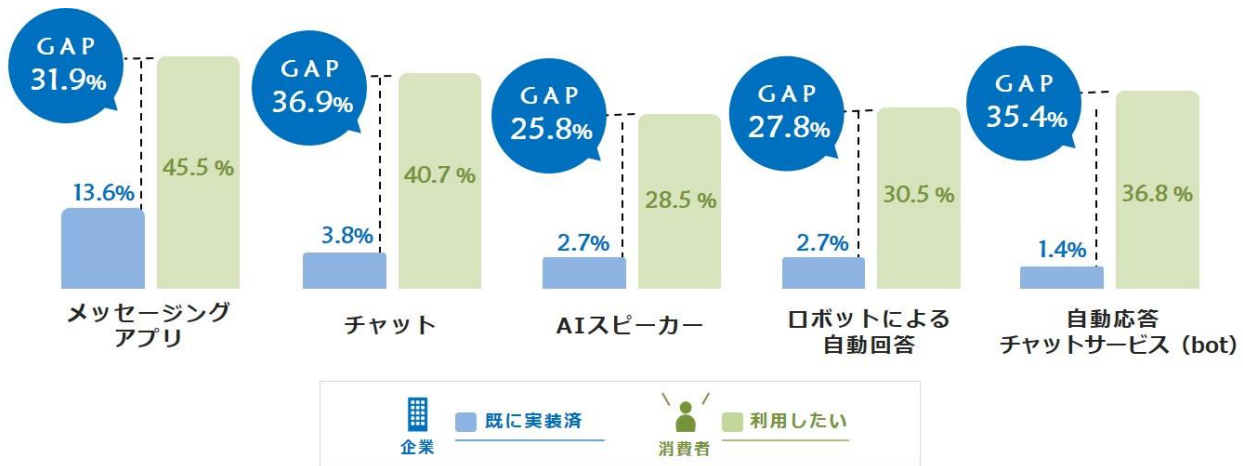
1. スマホ利用者の 8 割が日常生活の「デジタル化」が進んだと実感
2. 情報検索・記録、連絡、買い物、コンテンツの閲覧など、多くの行動がスマホひとつで好きな時にできるようになった
3. 企業とのコミュニケーションの 3 大不満体験は「つながらない」「見つからない」「わずらわしい」
4. 消費者が企業のコミュニケーションに対して求めるものは、「無料」+「速くて正確」+「親身な対応」
5. いつでも好きなコミュニケーション手段で問題解決できるとしたら、企業の評価は高まる
6. コミュニケーション体験の良し悪しが購買行動を左右する。そして、2 人に 1 人がその評判をクチコミとして伝えていく
7. ここ 1 年で、利用が増えているチャネルはスマホによる Web サイト閲覧とテキストコミュニケーション
8. 消費者は既存のチャネルを使いつつ、チャットや AI を活用したデジタルコミュニケーションにも期待を寄せている
9. 消費者は利便性や目的に応じてチャネルを使い分ける。チャットや AI には「待ち時間の少なさ」「回答スピード」「手軽さ」を期待
10. チャットや AI の導入企業は約 1 割。デジタル化する消費者の期待と企業の GAP は大きい

#### 消費者の 3 大不満体験を解消する手段として期待されるチャット・AI

企業に不満を感じた経験では、「長い時間待たされた(63.9%)」「Web サイトでほしい情報がすぐに見つからなかった(62.8%)」「平日・昼間しか対応してくれなかった(55.8%)」など「つながらない」「見つからない」「わずらわしい」の 3 要素が上位を占めました。一方で、消費者の 4 割近くは、「待ち時間の少なさ」「回答スピード」「手軽さ」からチャットや AI を活用したデジタルコミュニケーションを使いたいと回答しており、不満体験の解消手段として期待が集まっています。

<p>待たずに、手軽ですぐに回答が得られる</p> <p>Web チャット    メッセージングアプリ    ロボットによる自動回答</p> <p>AIスピーカー    自動応答チャット(bot)</p> <p>チャットやAIには、「待ち時間の少なさ」「回答スピード」「手軽さ」を期待</p>	<p>ユーザー同士のいろいろな意見を参考にしたい</p> <p>コミュニティサイト・ブログ</p>	<p>直接いろいろ話せて、親身に対応してもらえ</p> <p>店舗・店頭    電話</p>
	<p>自分で検索出来て、情報量も多く、使い慣れている</p> <p>公式 Web サイト (PC)    公式 Web サイト (スマホ)    企業の公式 SNS アカウント</p>	<p>人と話すのが面倒で、時間と場所を選ばない</p> <p>Eメール</p>

企業はチャットやAIを活用したデジタルコミュニケーションの整備を進めているが、消費者の期待とのGAPは大きい。企業のチャットやAIを活用したデジタルコミュニケーションの対応状況は、最も実装が進んでいるメッセージングアプリでも2割に満たない状況です。消費者の多くが、スマホによる日常生活のデジタル化を実感している一方で、企業とのコミュニケーションのデジタル化はまだ進んでいないのが実態です。企業は、自社の顧客や潜在顧客層のニーズやライフスタイルをよく知り、消費者の不満を解消するためにデジタルコミュニケーションを活用していく必要があるといえます。



【調査概要】

- 調査企画・設計: トランスコスモス株式会社 Communication Science Lab、トランスコスモス・アナリティクス株式会社
- 調査目的: 消費者と企業のコミュニケーション実態把握
- 調査方法: インターネットモニター調査
- 調査対象: 直近6ヶ月間のうちに企業とコミュニケーション経験がある男女
- 調査時期: 2017年8月
- 設問数: 全61問
- 有効回答数: 3,096件

※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

(Communication Science Lab: コミュニケーションサイエンスラボについて)

Communication Science Lab は、消費者と企業の「対話」を科学することを目的にトランスコスモス社内の AI 研究所として、2017年9月に設立されました。AI・ロボティクスなどの先端技術や機械学習・自然言語処理などを活用した次世代コミュニケーションの社会実装に向け、実証実験や産学共同研究、自社独自の特化型 AI 開発や人材育成を推進しています。

(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削減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33カ国・177の拠点で、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49カ国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: <http://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:03-4363-0123 Email: [pressroom@trans-cosmos.co.jp](mailto:pressroom@trans-cosmos.co.jp)