

Press Release



2019年11月26日
トランスコスモス株式会社

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 2019」を発表

ファンを生み出す「優良顧客育成地図」を公開 消費者の3人に1人は、クチコミやコミュニケーション体験が商品購入の決め手に

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、「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2019」を発表しました。4年目となる本調査では、経年で実施している通常の調査結果の解説に加え、消費者をファンに育成するためのプロセスを独自に模式図化した「優良顧客育成地図」をスペシャルコンテンツとして特設サイトに公開しました。



「消費者と企業のコミュニケーション実態調査 2019」特設サイト

URL: <https://www.trans-cosmos.co.jp/data/2019dec/>



【調査概要】

- 調査企画：トランスコスモス株式会社 Communication Science Lab
- 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：2019年8月～9月
- 総設問数：60問
- 有効回答：3,097件

■ コミュニケーション体験がファンを生み出すプロセスを図解した「優良顧客育成地図」

本調査では、過去の調査結果と継続性を保ちつつ、新たなテーマとして、消費者が企業・商品を認知し、比較検討の結果、購入を決定し、リピーターやファンになり、クチコミを拡散するまでのプロセスを、独自の視点を加えつつ数値で可視化し「優良顧客育成地図」としてまとめました。主な内容は以下の通りです。

1. 消費者が興味・関心ごとを情報収集する際の情報源として、ネットの利用率(82%)はテレビ・ラジオ・新聞・雑誌の4マスの利用率(77%)よりも高く、家族・知人(44%)やSNS(41%)などクチコミの影響力も大きい。また、消費者の72%が新たな商品の購入に先立ち、店舗やWebを使って知らない商品の情報も積極的に収集・検索する。
2. 消費者の84%は、商品選びの比較・検討時に誰かに相談する。その方法としてSNS(60%)や知人(56%)を頼る人が多く、「自分にあったアドバイス」「公正な選定基準」「アフターサポートの情報」を重視する。また、消費者が最終的に購入を決定する際には、品質や価格だけではなく、クチコミ(35%)や企業とのコミュニケーション体験(33%)も決め手になる。
3. 消費者の56%が、接客やサポート等のコミュニケーション体験がきっかけで特定の企業・ブランドの“ファン”になる。そのようなファンの好意的な評価がクチコミの形で広まると、他の消費者の購買行動にも良い影響を及ぼす。逆に、不満を持った消費者が広めた悪評は、他の消費者が比較・検討時にその商品を購入候補から除外する原因となる。

トランスコスモス株式会社 Communication Science Lab 所長の北出 大蔵は、本調査を踏まえ以下のようにコメントしています。

「今年度の調査で発表した『優良顧客育成地図』の作成は、我々にとって挑戦的なテーマでした。

この取り組みのねらいは、海外から持ち込まれた消費行動に関する様々なマーケティング理論や既存の仮説を鵜呑みにせず、実際の消費者の回答データをもとに独自の視点も加えながら現在の日本の消費行動をモデル化し、消費者と企業のコミュニケーションの価値や良質な顧客体験が生み出すクチコミ波及効果を明らかにすることにありました。

その成果については、特設サイト(<https://www.trans-cosmos.co.jp/data/2019dec/>)で、AIロボット『きたデータン』が解説するスペシャルコンテンツとしてご覧いただけます。また、調査結果を踏まえた、次世代のチャネル統合コミュニケーションのポイントについても解説しています。レポートのダウンロードも可能ですので、デジタル時代の消費者理解とコミュニケーション戦略やカスタマーケアの施策立案の参考として本調査をご活用いただければと思います。」

※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

(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30の国と地域・167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48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>)