

【報道関係者各位】

2012年2月8日

株式会社プラスアルファ・コンサルティング

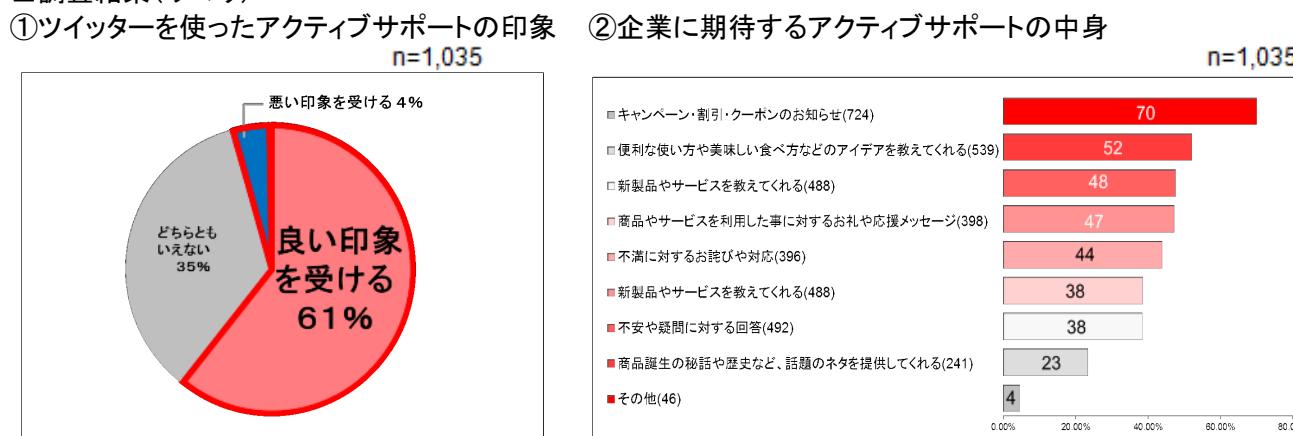


「ツイッター」を使った企業の顧客サポート。 望む意見が多く、敬遠派は少数であることが明らかに ～「ツイッター・アクティブサポート」実態調査から見えてきた生活者の企業への期待～

テキストマイニングを強みとしたソフトウェア開発の株式会社プラスアルファ・コンサルティング(代表取締役:三室 克哉、以下、プラスアルファ)は、ツイッターに代表されるソーシャルメディアを活用した顧客サポートとして注目を集めている「アクティブサポート」の生活者実態調査を実施した。

その結果、およそ6割を超えるユーザがツイッターを通して行う顧客サポートに好意的であることが分かった。特に企業に望む顧客サポートとしては、「キャンペーンやクーポンなどのお知らせ」「便利な使い方やおいしい食べ方などのアイデア」という意見が多く、ユーザにとって有益な情報に好意的である事が浮き彫りとなった。また、「テンプレート的な対応でうつとうしい」「売り込みだと思う」といった好意的ではないと回答したユーザは5%未満であり、今後アクティブサポートを行う企業が増えるとともに、企業の新しい顧客サポートの形になる可能性が見いだせた。

■調査結果(サマリ)



今回の調査は、2012年1月にツイッターのアクティブユーザ1,035名を対象に、ツイッターの活用頻度や活用目的の把握から、ツイッターを介した企業とのコミュニケーションの経験有無や、その印象の調査を行った。

プラスアルファでは、ビッグデータ時代における企業でのソーシャルメディアの有効活用に向け、アクティブサポートツール「カスタマーリングス」を提供し、すでに大手の飲料会社や化粧品会社、保険会社、通販会社など約30社に採用されている。また、日本になじむソーシャルメディアを使った新しい顧客とのコミュニケーションの実現に向けた「アクティブサポート研究会」も主催し、ソーシャルメディアの登場で、急激な変化を求められる企業の顧客サポート活動、継続的なコミュニケーションを今後も積極的に実施していく予定です。

【ニュースリリース、調査データ、製品に関するお問い合わせ先】

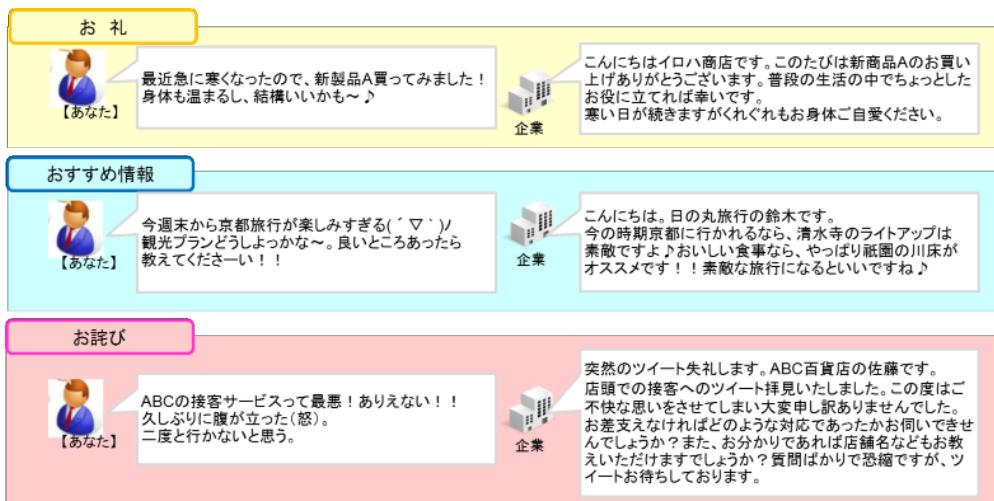
株式会社プラスアルファ・コンサルティング 見える化イノベーション推進部 担当:鈴村、松原、山崎
TEL:03-5848-7320 E-mail: info@pa-consul.co.jp

【補足資料】

■生活者実態調査 概要

調査対象	調査項目
・Twitterアクティブユーザー (1か月に一度はTwitterを閲覧を含めて活用している方)	・Twitter活用状況 - 利用目的 - 利用する頻度 - Twitter利用開始からの期間 - フォロワー数
・平成22年度国勢調査の全国性年代別人口構成比 (15-69歳)に基づき調査実施	・Twitterを介した企業とのコミュニケーション経験
・職業指定なし	・アクティブサポートの種類と意識調査 - アクティブサポートへの印象 - お詫びメッセージへの印象 - 役に立つ情報提供への印象 - 不満へのお詫びへの印象
調査方法	・好感をもてるアクティブサポート把握
・インターネット調査により実施	
調査期間	
・2012年1月	
回収結果	
・回収数1,035	

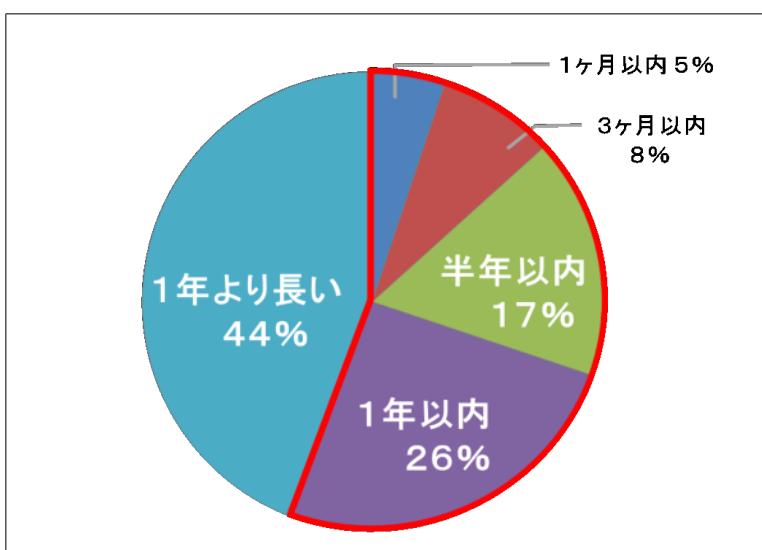
< 実際に聞いたアクティブサポートの実施パターン >



■調査結果 詳細

①ツイッターを始めたのはいつ頃ですか？

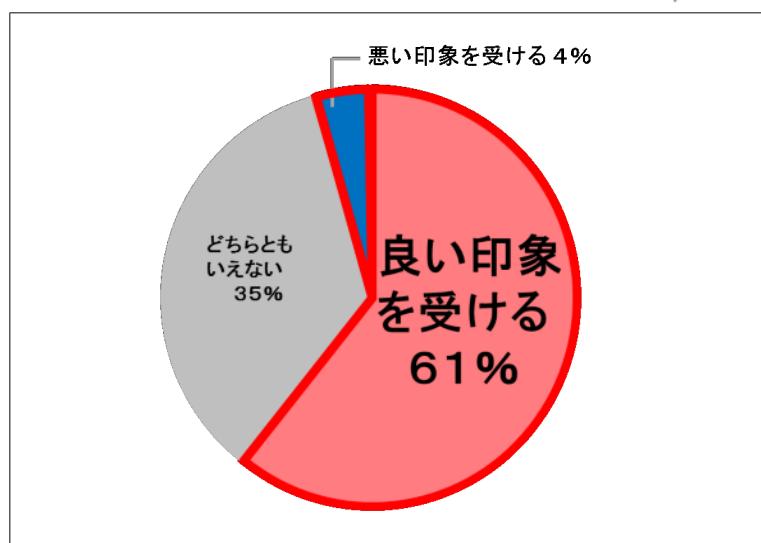
n=1,035



ツイッターのユーザの 56%は利用を開始してから 1 年以内のユーザであり、東日本大震災以降にユーザが増加した傾向が見られた。

②アクティブサポートに対する印象を教えてください。

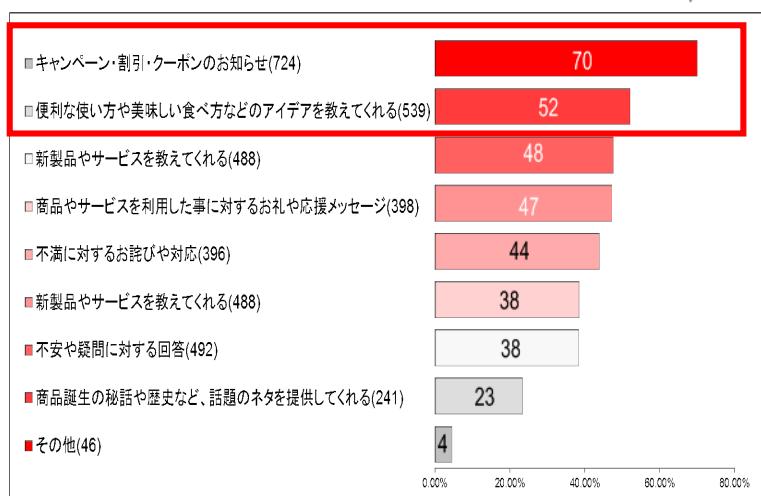
n=1,035



アクティブサポートの印象については、61%の方が【良い印象を受ける】といった好印象であり、逆に【悪い印象を受ける】とした方は、わずかに4%と少数意見である事が分かった。

③良い印象を受けるアクティブサポートはどんな内容ですか？

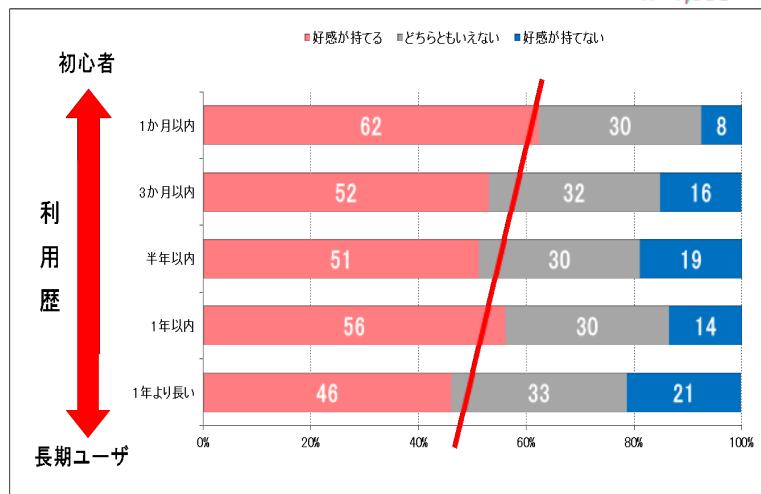
n=1,035



具体的に期待するサポートの内容を確認したところ、【キャンペーンや割引・クーポンなどのお知らせ (70%)】、【便利な使い方やおいしい食べ方のアイデア (52%)】と言った、生活者にとって有益な情報に対する期待が高い事が分かった。

④【ツイッターの利用期間別】有益な情報提供に対する印象の内訳

n=1,035



ツイッターの利用期間別に有益な情報の提供の印象を確認した結果、利用期間の短いツイッター初心者ほど企業からの有益な情報に対して【好感が持てる (62%)】と回答した。

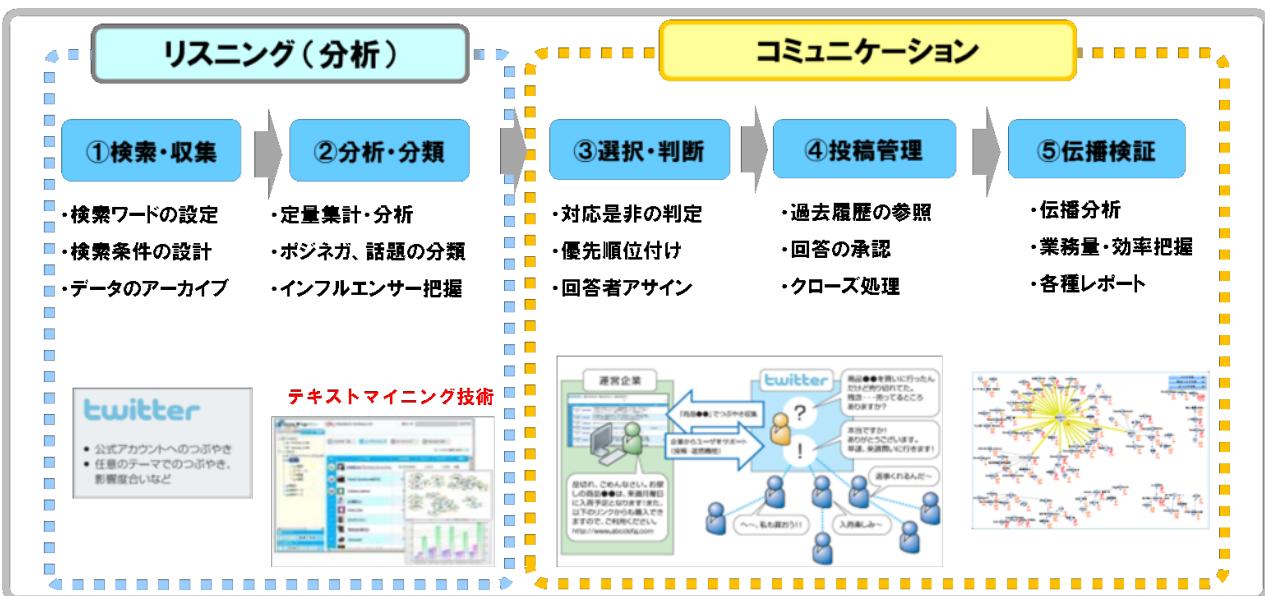
■新しい顧客とのコミュニケーションのカタチ「アクティブサポート」とは

これまでの顧客サポートとして一般的であった、電話やメールで問合せを受け付けるという受動的なサポートではなく、企業から能動的に困っている方やコミュニケーションが必要な方にサポートを行う、新しい顧客サポートとして注目されています。国内でもすでに一部の外資系企業、通信キャリア、小売りを中心に、先進企業が実践し始めており、今後、顧客サポートのみならず、ソーシャルメディアを活用したファンづくりといった企業のブランド構築の一環として、多くの企業が実施を予定する新しいコミュニケーションの活動です。

■アクティブサポートツール「カスタマーリングス」について

「カスタマーリングス」は、生活者と企業との継続的なコミュニケーションを通して生活者の声に耳を傾け、マーケティング活動への反映を促進することで、自社のファンや優良顧客を増やすためのトータル CRM システムです。「ソーシャル CRM 機能」として、Twitter や Facebook などのソーシャルメディアにおける「リスニング機能」と「アクティブサポート機能」を搭載。潜在的なファンの発見から、企業として将来的に顧客になってもらうためのコミュニケーションを可能としました。また、カスタマーリングスには、メールマーケティングやキャンペーンマネジメントをサポートする「メールマーケティング機能」も搭載しており、ソーシャルメディアで発見したファンを自社の会員情報と紐づけ、継続的なコミュニケーションから優良顧客に育成することを可能とします。

【カスタマーリングスが提供するアクティブサポート・フロー】



■「アクティブサポート研究会」について

アクティブサポート研究会とは、アクティブサポートと言う新しい分野に対して、既に実施している企業や実施準備中の企業に参加いただき、日本ならではの「アクティブサポート」の“在り方”を議論するために発足しました。第1回を2012年1月20日に開催し、今回発表した調査結果の速報からアクティブサポートのあるべき姿を議論しています。3月9日には第2回の開催も予定しており、実施に向けた具体的な取り組みについて、これからも研究を深めていく予定です。

■株式会社プラスアルファ・コンサルティングについて

プラスアルファ・コンサルティング (<http://www.pa-consul.co.jp>) は、『見える化を基軸としたマーケティング Saas 専門会社』として、2006年の設立以来、顧客の声のような大切であり、かつ膨大な量のテキスト情報を「見える化」し、気づきを与える力を持つ「テキストマイニング技術」を核とした「見える化ソリューション事業」を行っています。テキストマイニング技術を応用し、様々な情報を「見える化」することで、お客様のビジネスに + α (プラスアルファ) の価値を創造するための、ソフトウェアの開発・販売、コンサルティング、新規事業創出などを行っています。