

2017年4月6日

株式会社ディメンションデータジャパン

顧客体験（CX）—“気まずい真実”が明らかに

ディメンションデータの最新調査で明らかになったデジタルジレンマ

CX 取り組みで危機に陥るか挽回かの二者択を迫られて、組織の悩みは深刻化

2017年4月5日シンガポール発 - 世界の組織は、デジタル戦略を効果的に実行できずにいます。その結果、顧客体験（CX）ソリューションは個別最適の状態に陥っています。デジタルビジネスは、従来の電話でのコミュニケーションを顧客の要求スピードに上げることはありません。

ディメンションデータが本日公表した最新調査「**世界顧客体験ベンチマークレポート（Global Customer Experience Benchmarking Report¹）**」20周年版によって、このような知見が明らかになりました。この調査には今年、アジアパシフィック、オーストラリア、北南米、中東・アフリカ、欧州 80 カ国の 1,351 組織が調査に参加。このうち 237 社がアジアパシフィック地域の組織でした。

調査対象となったアジアパシフィック地域の組織で、「デジタルビジネスに最適化された戦略を導入している」と回答したのは 14%未満²でした。一方、「そうした計画は全くない」あるいは「鋭意策定中である」と回答した企業は 44%強でした。

デジタル変革を推進している最大のモチベーションは、「CX の改善」であり、「デジタル化を求める顧客ニーズ」がそれに続きました。アジアパシフィック地域では、CX を改善した結果、「売上高が上昇」した組織は 88%を超え、「コスト削減」と回答した組織は 85%でした。それでいて「顧客体験を担当する幹部レベルの管理職を配置している」組織は 40%に過ぎず、組織内の断絶によってデジタルソリューション機能が顧客要件を完全に満たしていないことを浮き彫りにしています。

対照的に、デジタル革命が生み出した機会の活用に注力して好成績を上げている企業は、既存の市場リーダーをしのぐ勢いです。本調査によると、上位 4 分の 1 の企業がその他企業の 10 倍以上の好成績を達成していることが分かりました。

ディメンションデータのグループエグゼクティブ（CX およびコラボレーション担当）ジョー・マニュエルは、次のように語っています。「世界が“デジタルスキン”で覆われ、ビジネス、サービス、技術、商慣習モデルは、完全に変化してしまいました。ここにきて組織は、顧客行動と足並みを揃えるべき戦略的課題に直面しています。」

マニュエルはさらに、「組織内に首尾一貫したデジタル戦略が欠如していると、たとえデジタルソリューションが利用可能であっても、顧客はその存在自体知らないことが多い」と付け加えています。「デジタルジレンマが深まっており、組織はデジタル危機か挽回を選択しなければならない岐路に立たされています。」

その一方で、新登場の CX ロボティクスが新たな現実を生み出しています。2017 年度に企業が最も力を入ると回答したチャネルは「仮想アシスタント（チャットボット）」で、「IoT」の導入も倍増する見通しです。これによって組織は新しいアプローチが必要になっています。

ディメンションデータのアジアパシフィック地域ディレクター（CX 担当）ハロルド・シンは次のように語っています。「デジタル時代の先駆者が再構築したビジネスモデルとプロセスによって、顧客行動が変化しました。組織が自社の CX 戦略やデジタル戦略で何を選択するか。それがその組織の将来の命運を左右するでしょう。」

マギー・スミス・アナリティクスのシーラ・マギー・スミス氏は次のように述べています。「ディメンションデータのグローバル CX ベンチマークレポートは、顧客体験の領域で常に待望されている取り組みです。20 年前から、テクノロジーが CX をどのように変化させているかについて、顧客と組織の双

方の観点で世界的な視野を提供してきました。デバイスとコミュニケーションチャンネルが爆発的に増加している現在、その洞察は、CX に関する次のアクションをどのように計画するか見極めたい組織にとって、これまで以上に貴重なものになっています。」

「世界顧客体験ベンチマーキングレポート」には、以下のような注目ポイントもあります。

- 競争的優位をもたらす差別化因子として、調査対象組織の 83% が CX を挙げており、最も重要な戦略的業績指標になっています。
- アジアパシフィック地域では、調査対象組織の 76% が、支援型サービスの増加を見込んでいます。完全自動のデジタルコンタクトポイントが 76% 増加すると見通しを立てているほか、69% の組織が全体に顧客とのコミュニケーションが増えると予想しています。
- 顧客が組織とコミュニケーションを取るチャンネル選択肢が 9 つあります。これが現在の組織としては標準で、この数は 2018 年までに 14 に増える見通しです。
- 2017 年の技術トレンドとして最も注目されているのは、オムニチャンネル（統合）ソリューションによる、連続的なカスタマージャーニーです。オムニチャンネルソリューションは、顧客分析と並んで、今後 5 年間で CX の可能性を一変する因子として上位に浮上しました。

マッギースミス・アナリティクスのシーラ・マッギースミス氏は次のように述べています。「ディメンションデータのグローバル CX ベンチマークレポートは、顧客体験の領域で常に待望されている取り組みです。20 年前から、テクノロジーが CX をどのように変化させているかについて、顧客と組織の双方の観点で世界的な視野を提供してきました。デバイスとコミュニケーションチャンネルが爆発的に増加している現在、その洞察は、CX に関する次のアクションをどのように計画するか見極めたい組織にとって、これまで以上に貴重なものになっています。」

マッギースミス・アナリティクス：<http://www.mcgeesmith.com/>

「2017 年世界顧客体験ベンチマークレポート」のサマリーダウンロードは、[こちら](#)からご覧ください。

¹ 以前は「世界コンタクトセンター・ベンチマークレポート」という名称で実施。

² パーセンテージは小数点を四捨五入。

以上

<ディメンションデータ日本のソーシャルメディア>

[facebook](#)

[Twitter](#)

<ディメンションデータ について>

ディメンションデータは、テクノロジーの力を利用して、企業がデジタル時代における革新を実現できるよう支援します。NTT グループの一員であるディメンションデータは、デジタルインフラストラクチャ、ハイブリッドクラウド、未来のワークスペース、サイバーセキュリティを通じて、お客様が目指すビジネスの成功を実現しています。売上高 75 億米ドル、49 カ国に 3 万人の従業員を擁する当社は、世界各拠点のお客様に、さまざまな技術革新を提供しています。また、私たちは A.S.O (Amaury Sport Organisation) のオフィシャルテクニカルパートナーとしてツール・ド・フランスの運営をサポートしており、サイクリングチーム“Team Dimension Data for Qhubeka”のタイトルスポンサーでもあります。詳細は [http:// www.dimensiondata.com/jp](http://www.dimensiondata.com/jp) をご覧ください。

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社ディメンションデータジャパン

コーポレートコミュニケーション&ブランドマネジメント本部

TEL : 03-6746-2230 E-mail : info.jp@dimensiondata.com

*本リリースに掲載されている会社名、商品名、サービス名は、それぞれの会社の商標または商標登録です。

*本リリースに掲載されている情報は、発表時現在の情報です。

*本記者発表文の公式バージョンはオリジナル言語版となります。翻訳言語版は、読者の便宜を図る目的で提供されたものであり、法的効力を持ちません。翻訳言語版を資料としてご利用になる際には、法的効力を有するオリジナル言語版と照らし合わせて頂くようお願い致します。