



【調査レポート】企業のマーケティング・広報担当者701人に聞いた 顧客とのコミュニケーション方法

2022年3月発表



株式会社WOW WORLD

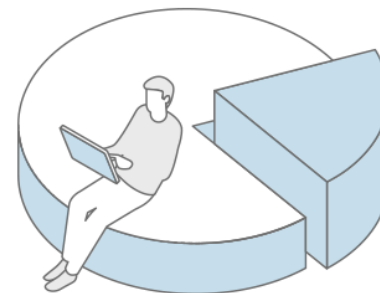




当社は、メール配信やWebアンケートをはじめとしたコミュニケーションシステム「WEBCAS」を通じて、企業と顧客の双方向コミュニケーションを支援してきました。その中で、昨今の企業活動には、それまでの一方的な情報発信から、顧客の声に耳を傾け、ときには取り入れ、共存共栄していく関係づくりが求められていると感じております。

当社が昨年実施した1,110人の生活者を対象とした調査「企業に求める情報発信とコミュニケーション方法」(<https://www.wow-world.co.jp/future/activities/case0005>)では、生活者の半数近くは企業のWebサイトやメールマガジンから情報を受け取ることが最適だと考えていることがわかりました。また、生活者が自分の意思を企業に伝える最適な手段は、企業のWebサイトの問い合わせフォームへの連絡や、問い合わせ窓口への電話であると回答した人が多い結果となりました。

それを受け、今回は企業側がどのようなツールを選択し、どのような目的でコミュニケーションを図っているのかを把握するため、当社は全国の企業のマーケティングならびに広報・PR従事者701名を対象にインターネットリサーチを実施いたしました。





- 「企業が情報発信する手段」として最も多く選ばれたのは「Webサイトのお知らせ等の更新」（81％）。BtoC企業はSNSやマスメディアを積極的に利用。
- 企業が情報発信する目的は「新規顧客の獲得」（79％）が最多。次いで「ブランド力の向上」（60％）、「見込み顧客との関係性向上」（58％）。
- 情報発信のために導入しているシステムは「メール配信システム」（38％）。次いで、「マーケティングオートメーションツール」（22％）。
- 「顧客の声を聞く手段」は、「問い合わせフォーム／代表メールアドレスへの連絡」（53％）が最多。次いで、「問い合わせ窓口への電話」（45％）。
- 顧客の声を集めるために導入しているシステムは、「アンケートフォーム作成システム」（38％）が最多。次いで、「マーケティングオートメーションツール」（20％）。
- 「顧客との関係性を向上させるための取り組み」は、「カスタマーサポートの窓口を設置」（29％）が最多。次いで、「オリエンテーション・イベント・セミナーの実施」「カスタマーサクセスの取り組み」（同率24％）。
- 将来的に実施したほうが良い施策は、同率で「Webサイトのお知らせ等の更新」「企業の公式SNSでの配信」（18％）。次いで、「チャットシステム・Web接客ツールの設置」（14％）。ネット上での双方向コミュニケーションに関心あり。

- 内容 顧客とのコミュニケーション方法
- 調査主体 株式会社WOW WORLD
- 調査会社 GMOリサーチ株式会社
- 調査方法 当社開発のアンケートシステム「WEBCAS formulator」を活用し、GMOリサーチ株式会社「JAPAN Cloud Panel」のモニターでインターネット調査を実施
- 有効回答数 701人（職種×サービスや商品の販売先）

		サービスや商品の販売先				
		生活者（BtoC）	法人（BtoB）	両方	その他	合計
職種	広報・PR	91	73	89	3	256
	宣伝・マーケティング	104	193	145	3	445
	合計	195	266	234	6	701

- 調査期間 2022年2月17日～2月24日の8日間
- エリア 全国47都道府県

※本レポートで公開している情報については、出典元を明記の上ご自由にご利用ください。

出典元：【調査レポート】企業のマーケティング・広報担当者701人に聞いた「顧客とのコミュニケーション方法」/株式会社WOW WORLD



結果

「企業が情報発信する手段」として最も多く選ばれたのは「Webサイトのお知らせ等の更新」（81%）。BtoC企業はSNSやマスメディアを積極的に利用。

図1 あなたの所属する企業では、現在どのような手段（方法）を利用して、顧客や見込み顧客に情報発信をしていますか（複数回答可）

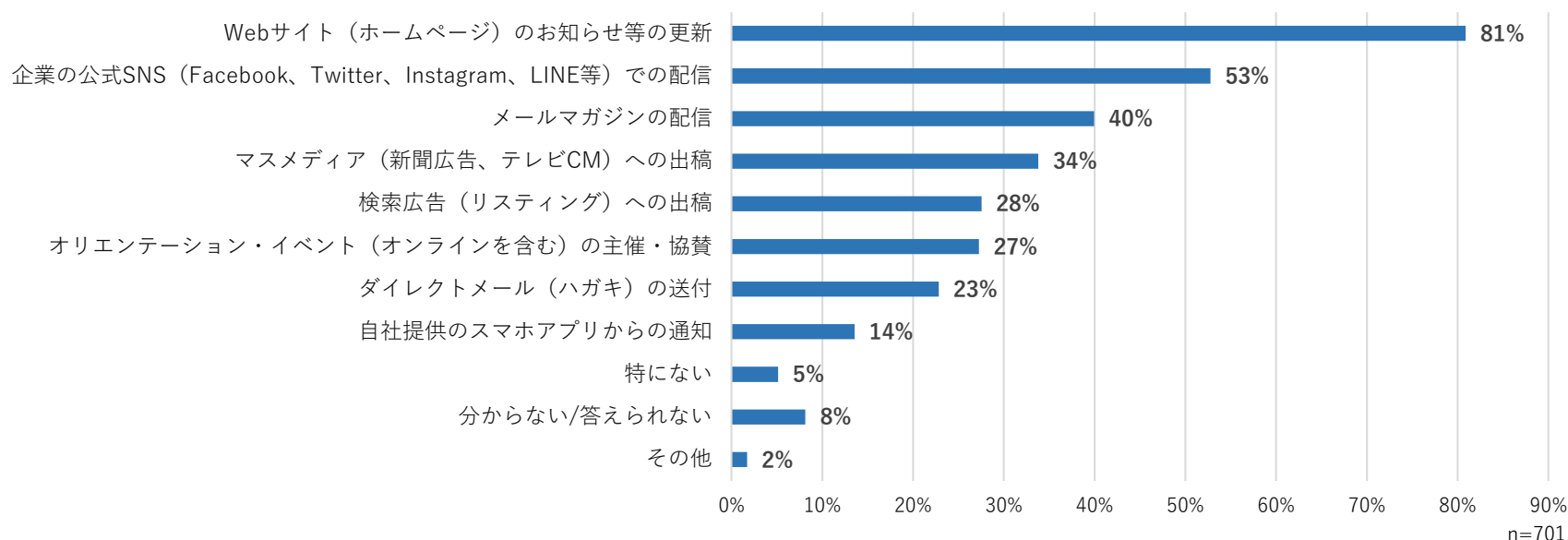
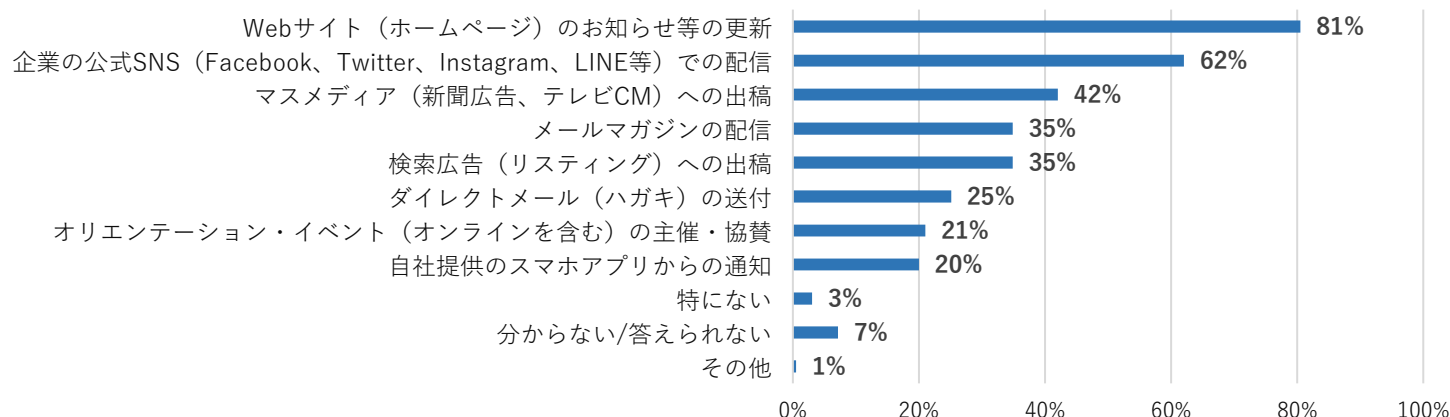


図1の「あなたの所属する企業では、どのように顧客や見込み顧客に情報発信をしていますか」という質問に対して、81%の人が「Webサイトのお知らせ等の更新」を選択。ほとんどの企業が自社の製品・サービスサイト、コーポレートサイトで情報発信をしていることが分かりました。次いで、53%の人が「企業公式SNSでの配信」、40%の人が「メールマガジンの配信」を選択しました。



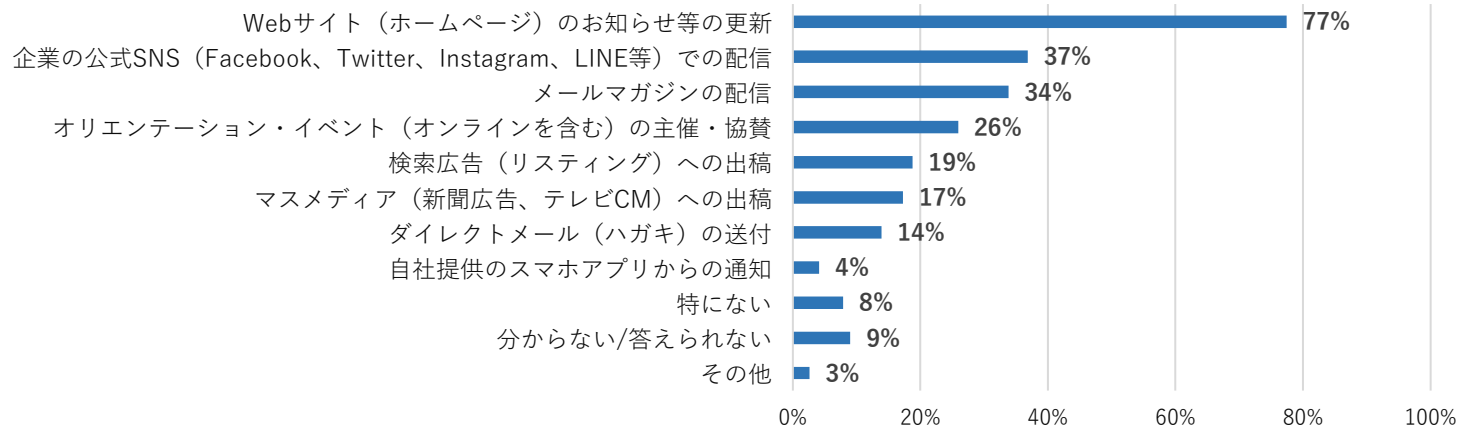
図2 あなたの所属する企業では、現在どのような手段（方法）を利用して、顧客や見込み顧客に情報発信をしていますか（複数回答可）【販売先別】

生活者（BtoC）



n=195

法人（BtoB）



n=266

図2 あなたの所属する企業では、現在どのような手段（方法）を利用して、顧客や見込み顧客に情報発信をしていますか（複数回答可）【販売先別】

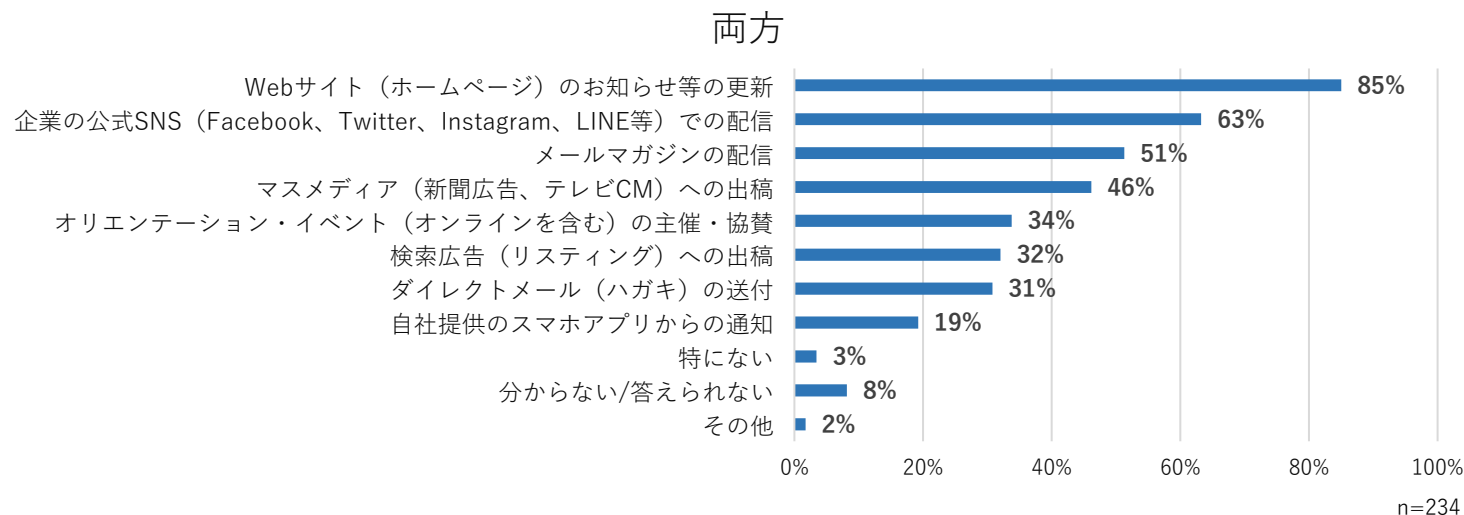


図1の回答結果を販売先別で比較すると（図2）、「企業の公式SNSでの配信」を選択した割合は、生活者向け（BtoC）の企業は62%、法人向け（BtoB）の企業は37%と、1.7倍近い差がありました。また、「マスメディアへの出稿」においても、生活者向け（BtoC）の企業は42%が選択したのに対し、法人向け（BtoB）の企業は17%と、生活者向け（BtoC）の企業の回答割合が2.5倍近く上回りました。SNSやマスメディアは生活者にとって身近なツールであり、発信した情報を見てもらいやすいと考えている企業が多いことがうかがえます。

また、「Webサイトのお知らせ等の更新」と「メールマガジンの配信」は法人向け（BtoB）、生活者向け（BtoC）も大差はなく取り組んでいることが明らかになりました。



結果

企業が情報発信する目的は「新規顧客の獲得」（79%）が最多。次いで「ブランド力の向上」（60%）、「見込み顧客との関係性向上」（58%）。

図3 あなたの所属する企業では、どのような目的で情報を発信していますか（複数回答可）

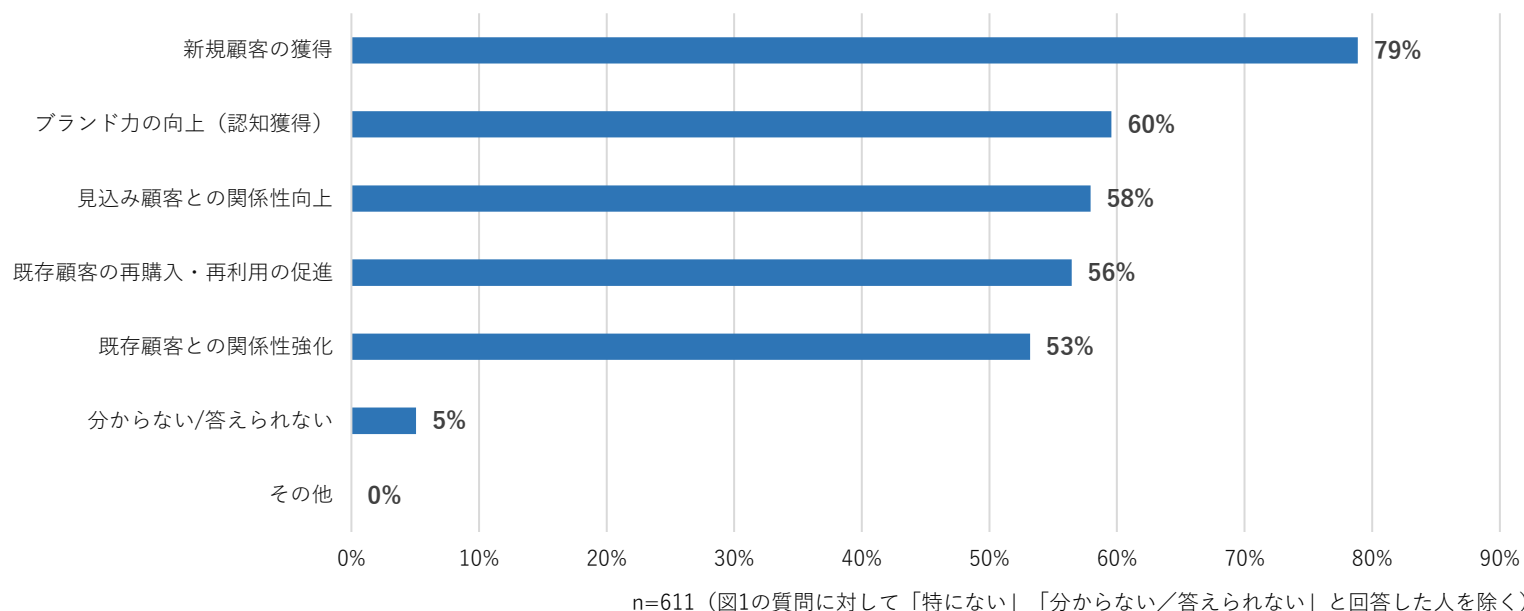


図3の「あなたの所属する企業では、どのような目的で情報を発信していますか」という質問に対して、79%の人が「新規顧客の獲得」を選択しました。次いで、60%の人が「ブランド力の向上」、58%の人が「見込み顧客との関係性向上」を選択。新規顧客の獲得はもちろん、一度接触のある見込み顧客や既存顧客とのつながりを目的に情報発信している企業が多いことが分かりました。



結果

情報発信のために導入しているシステムは「メール配信システム」（38%）。次いで、「マーケティングオートメーションツール」（22%）。

図4 あなたの所属する企業では、情報発信のためにどのようなシステムを導入していますか（複数回答可）

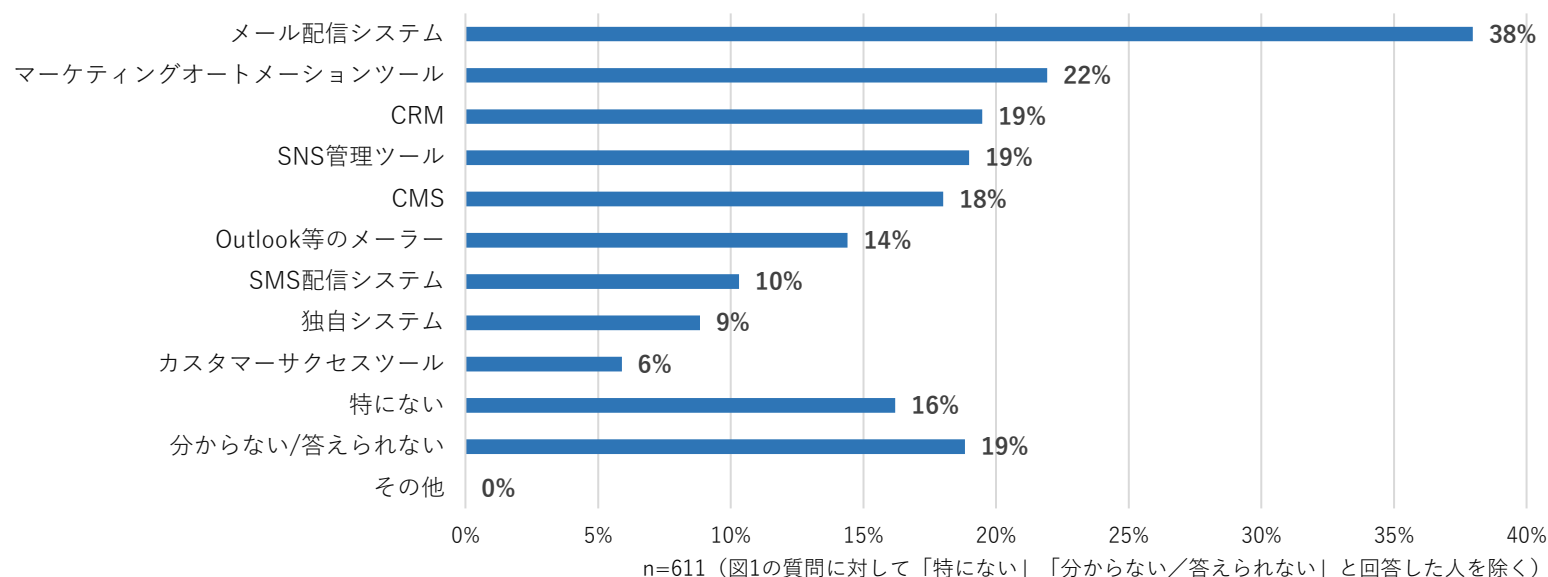


図4の「あなたの所属する企業では、情報発信のためにどのようなシステムを導入していますか」という質問に対して、38%の人が「メール配信システム」を選択しました。次いで、22%の人が「マーケティングオートメーションツール」、19%の人が「CRM」「SNS管理ツール」を選択。マーケティングオートメーションツールやCRMツールにもメール配信機能が付属しているケースは多くありますが、専用のメール配信システムを活用している企業が多いことが明らかになりました。



結果

「顧客の声を聞く手段」は、「問い合わせフォーム／代表メールアドレスへの連絡」（53%）が最多。次いで、「問い合わせ窓口への電話」（45%）。

図5 あなたの所属する企業では、どのような手段（方法）を利用して、顧客や見込み顧客の声を収集していますか（複数回答可）

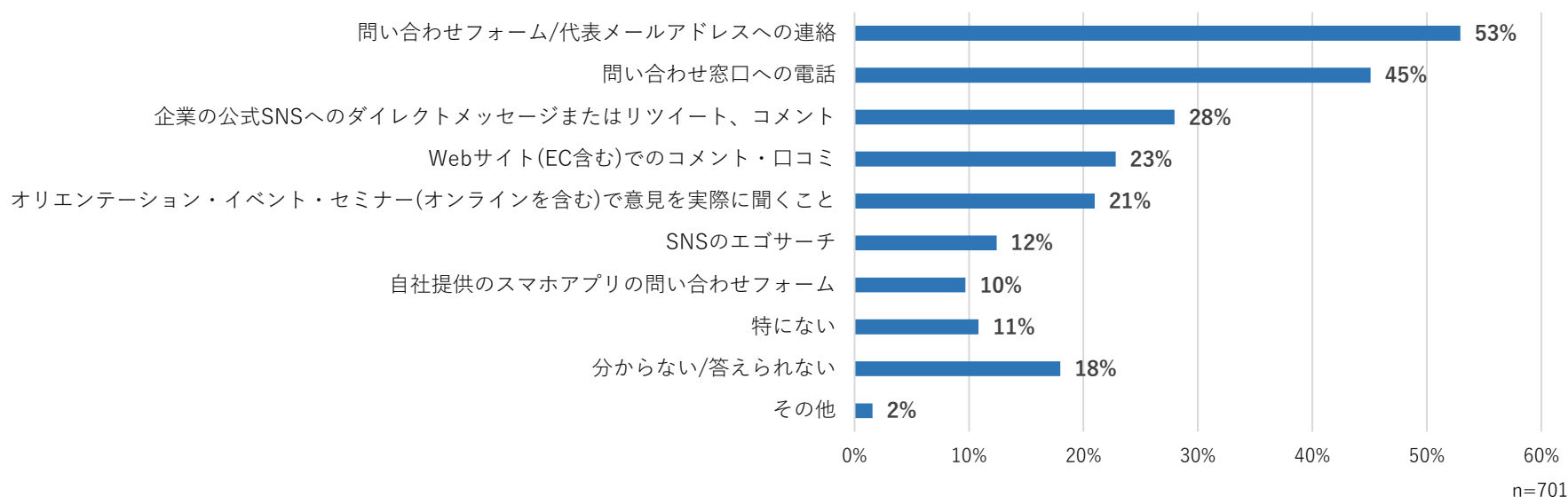


図5が示す通り、「あなたの所属する企業では、どのように顧客や見込み顧客の声を収集していますか」という質問に対し、53%の人が「問い合わせフォーム／代表メールアドレスへの連絡」を選択。次いで、45%の人が「問い合わせ窓口への電話」、28%の人が「企業SNS」を選択しました。昨今はオンラインでのコミュニケーションが活発化していますが、電話窓口を利用して声を収集している企業も多いことが分かりました。また、SNSのダイレクトメールやリツイートはチェックしているものの、エゴサーチは積極的にしていないことがうかがえます。



結果

顧客の声を集めるために導入しているシステムは、「アンケートフォーム作成システム」（38%）が最多。次いで、「マーケティングオートメーションツール」（20%）。

図6 あなたの所属する企業では、顧客や見込み顧客の声を収集するためにどのようなシステムを導入していますか（複数回答可）

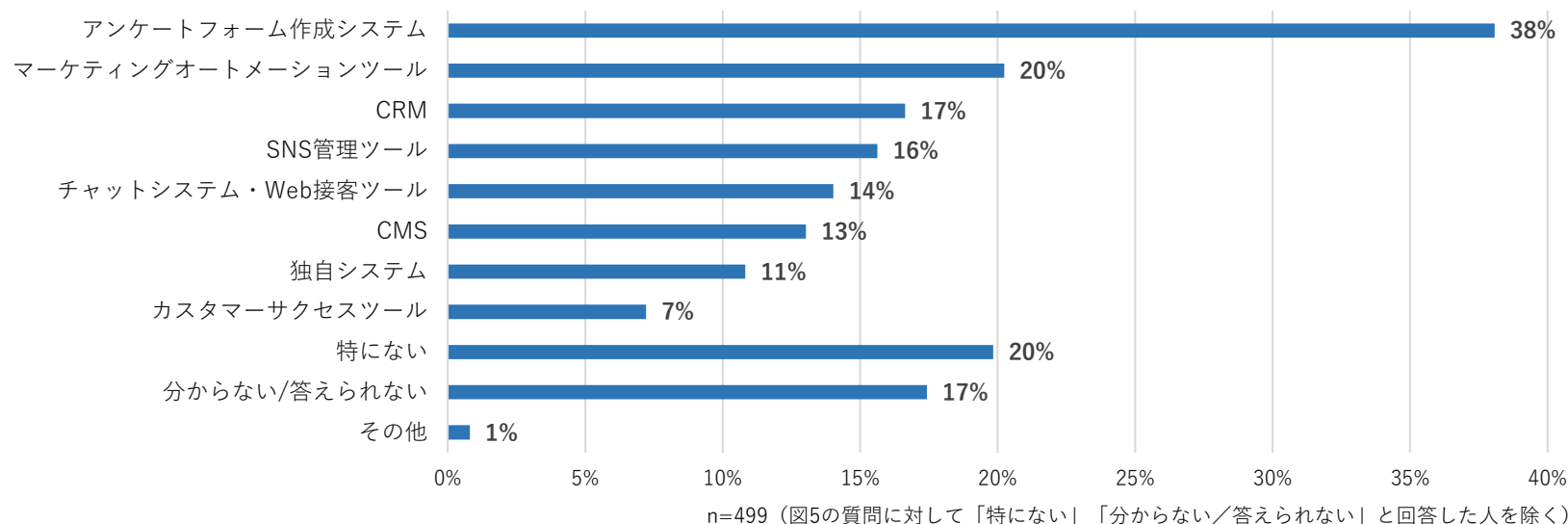


図6の「あなたの所属する企業では、顧客や見込み顧客の声を収集するためにどのようなシステムを導入していますか」という質問に対して、38%の人が「アンケートフォーム作成システム」を選択。専用のフォーム作成システムを利用してアンケートや問い合わせページを作成している企業が多いことが分かりました。

次いで、20%の人が「マーケティングオートメーションツール」、17%の人が「CRM」を選択しました。「マーケティングオートメーションツール」「CRM」を情報発信に利用している企業も一定数あり、情報発信・収集の両面で活用していると考えられます。



結果

「顧客との関係性を向上させるための取り組み」は、「カスタマーサポートの窓口を設置」（29%）が最多。次いで、「オリエンテーション・イベント・セミナーの実施」「カスタマーサクセスの取り組み」（同率24%）。

図7 あなたの所属する企業では、顧客や見込み顧客との関係性を向上させるためにどのようなことに取り組んでいますか（複数回答可）

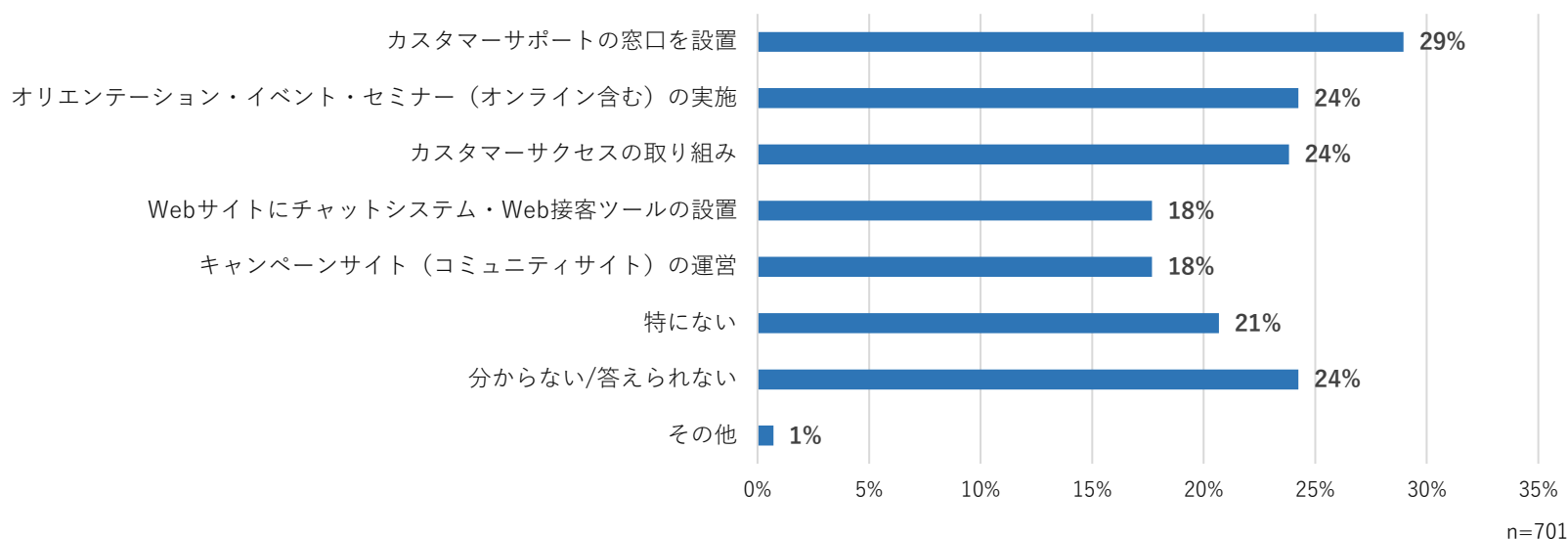


図7が示す通り、「あなたの所属する企業では、顧客や見込み顧客との関係性を向上させるためにどのようなことに取り組んでいますか」という質問に対して、29%の人が「カスタマーサポートの窓口を設置」を選択。次いで、24%の人が「オリエンテーション・イベント・セミナーの実施」「カスタマーサクセスの取り組み」を選択する結果となりました。顧客や見込み顧客に対して、文面でのやり取りだけでなく、対面やオンライン等で交流できるような場を設けている企業が多いことがわかりました。



結果

将来的に実施したほうが良い施策は、同率で「Webサイトのお知らせ等の更新」「企業の公式SNSでの配信」（18%）。次いで、「チャットシステム・Web接客ツールの設置」（14%）。ネット上での双方向コミュニケーションに関心あり。

図8 あなたの所属する企業が未実施の取り組みの中で、将来的に実施したほうが良いと思うものはどれですか（複数回答可）

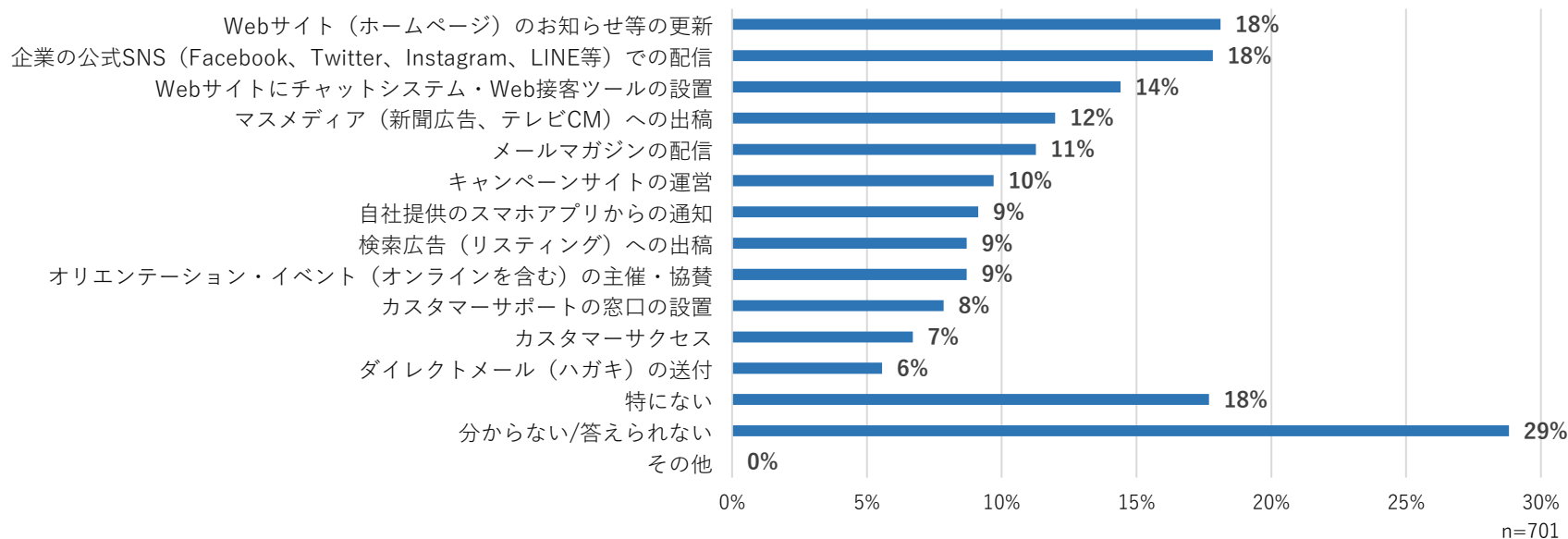


図8の「あなたの所属する企業が未実施の取り組みの中で、将来的に実施したほうが良いと思うものはどれですか」という質問に対して、18%の人が「Webサイトのお知らせ等の更新」「企業の公式SNSでの配信」を選択しました。次いで、14%の人が「Webサイトにチャットシステム・Web接客ツールの設置」を選択。図1の情報発信の手段を問う質問に対して81%の企業が「Webサイトのお知らせ等の更新」と回答しており、実施していない企業のほとんどが実施したほうが良いと考えているようです。

また、企業からの発信だけではなく、チャットシステム等を活用して顧客との双方向コミュニケーションに取り組むべきだと考えている企業が多いことが明らかになりました。



社名	株式会社WOW WORLD（英文社名：WOW WORLD Inc.）
所在地	東京本社：東京都品川区西五反田7-20-9 大阪オフィス：大阪府大阪市淀川区西中島5-9-5
設立	1995年4月
資本金	3億2,242万円
証券コード	2352（東証一部）
代表者	代表取締役社長 美濃 和男



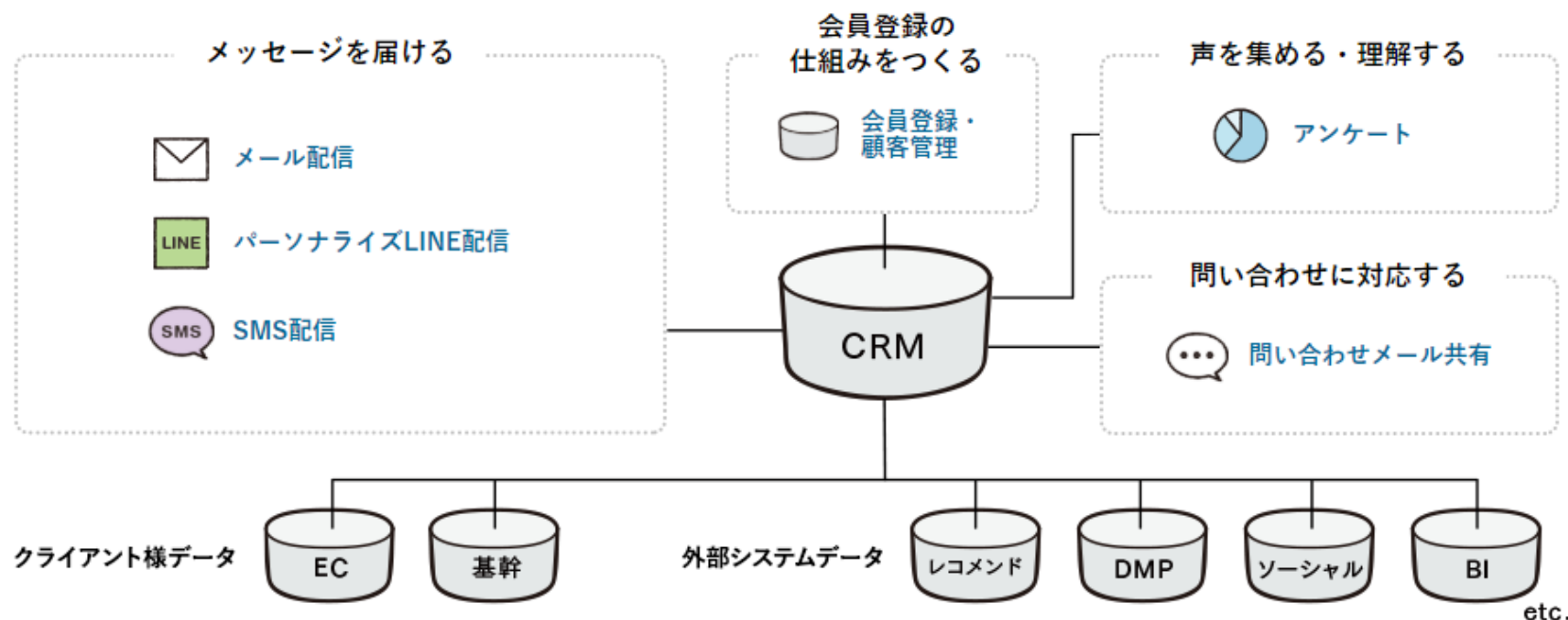
WOW WORLDの自社開発システム「WEBCAS」ご紹介



「WEBCAS（ウェブキャス）」シリーズは、企業とお客様の双方向コミュニケーションを、多様なチャネルで実現できるコミュニケーションシステムです。大がかりなシステム統合をしなくても既存の顧客データや様々なシステムとつながって、お客様の行動、ライフスタイル、属性などに合わせたコミュニケーションを実現します。



<WEBCASができること>



お気軽にお問い合わせください

WEBCAS



株式会社WOW WORLD

<https://www.wow-world.co.jp/>

☎ 03-6387-8080（代表）

サービス「WEBCAS」サイト

<https://www.webcas.jp/>

☎ 0120-936-267

メールでのお問い合わせ

✉ webinfo@wow-world.co.jp



対応時間：平日 AM10時～PM7時

※ 土日祝日および年末年始の休業期間中は除きます。