

【新型コロナの影響で変わる消費者の問い合わせ動向調査】
消費者の4割がコロナ禍で問い合わせ増加、手段にも変化あり
Web・LINEのチャット、ZoomやLINE通話など手段の多様化が進む
～9割がオペレーター在宅化に賛成、消費者行動がデジタルシフトする中、企業側の変化が鍵～

The Support Tech Companyとして、カスタマーサポート支援のソリューションを開発・提供するモビルス株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：石井智宏）は、全国の男女647名を対象に、新型コロナウイルスの影響による、消費者の問い合わせ動向に関する実態調査を行いました。



■調査背景

新型コロナウイルスの影響により、消費者側は、外出自粛に伴う消費行動のデジタル化が進んだほか、在宅勤務により働く環境の変化を余儀なくされました。一方、自治体や企業では、営業時間の短縮化により、消費者が問い合わせ窓口につながる流れが顕著となり、問い合わせ数が増加している現状があります。また、自治体や企業のコールセンターでは、感染者発生による規模縮小や一時閉鎖というリスクを抱え、3密・感染拡大の回避、在宅オペレーターの導入検討、電話問い合わせ急増時の対応などが課題となっています。

そこで、消費者の最新の問い合わせ動向を明らかにすることで、Withコロナ時代の「問い合わせ窓口」のあり方を検証する目的で調査を実施しました。

■主な調査トピックス

1. 新型コロナの影響により、約4割（39.3%）が、企業や店舗、自治体などへの問い合わせ回数が増加。また、問い合わせ手段に変化があった人も約4割（36.5%）
2. 問い合わせが増えた理由上位は、「外出自粛で店舗に直接確認できない(53.1%)」「新型コロナに関する

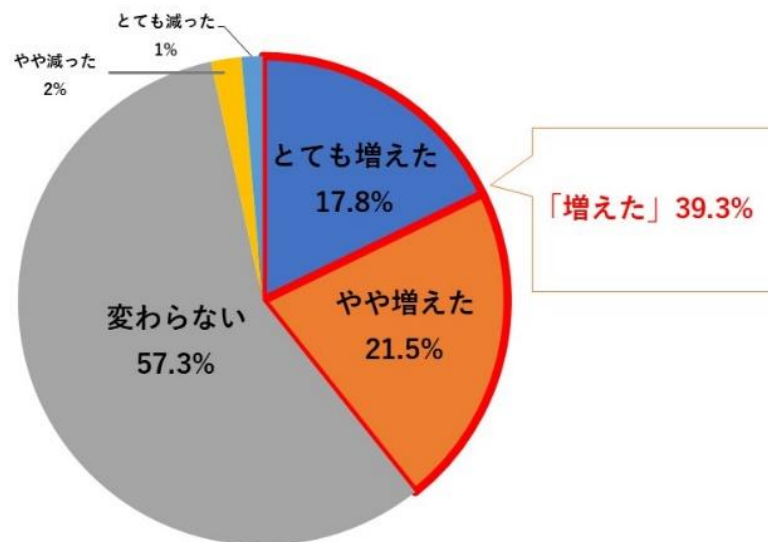
相談事項が増えた (50.4%)」「新しく使い始めたサービス・機器が増えた (40.9%)」
<p>3. 20代では、問い合わせが増えた人は6割以上 (62.8%)、手段が変化した人は約6割 (56.6%) と新型コロナの影響が顕著</p> <p>— 増えた理由としては、他年代が「外出自粛で店舗に直接確認できない(53.1%)」がトップな中、20代は「新型コロナに関する相談事項が増えた (56.4%)」がトップに。</p>
<p>4. 問い合わせ手段の上位は、「電話 (63.1%)」「メール (57.2%)」「Web・LINEのチャット (46.6%)」「問い合わせフォーム (42.8%)」「Zoomなどビデオ通話 (34.7%)」「LINE通話 (12.3%)」など多様化が進む</p> <p>— 「ビデオ通話 (34.7%)」「LINE通話 (12.3%)」など新たな手段も登場し、より多様な手段も登場。また「Webサイト上のチャット」での問い合わせは50代が最多と、幅広い世代において多様化が進む。</p>
<p>5. 自粛期間中の問い合わせ先トップは、「メーカー (31.5%)」「小売り・ネットショップ (31.5%)」</p> <p>— ほとんどの業界で20代の問い合わせが他年代と比べ最多、特に「金融」「旅行」「電力・ガス・水道」では顕著。その一方で「官公庁・自治体」への問い合わせは40代が最多 (16.3%) で、最少の20代 (8.0%) の2倍。</p>
<p>6. 問い合わせ窓口に望むこと上位は「正確な情報 (60.0%)」「素早い返信 (58.9%)」</p>
<p>7. 女性のチャット問い合わせ経験者は男性の1.7倍、窓口への希望も「チャット・SNSで問い合わせができる (27.1%)」が男性の約1.8倍とチャットでの問い合わせに前向き</p>
<p>8. 約9割 (87.3%) がオペレーターの在宅化に賛成、その際に望むことは「情報管理 (64.5%)」「スピード (46.7%)」「安定した通信環境 (42.3%)」</p>
<p>9. 電話以外の手段や、自己解決できる環境整備を求める声が目立つ</p> <p>— 問合せへの意見としては、「電話以外の手段を充実させて欲しい」「テキストだとわかりやすい」など、新たな手段を求める声が20代から50代まで幅広い層から寄せられた。また、サイト上のQ&A充実など、「問い合わせなくても自己解決できる環境」を求める声も目立った。</p>

■調査結果の詳細

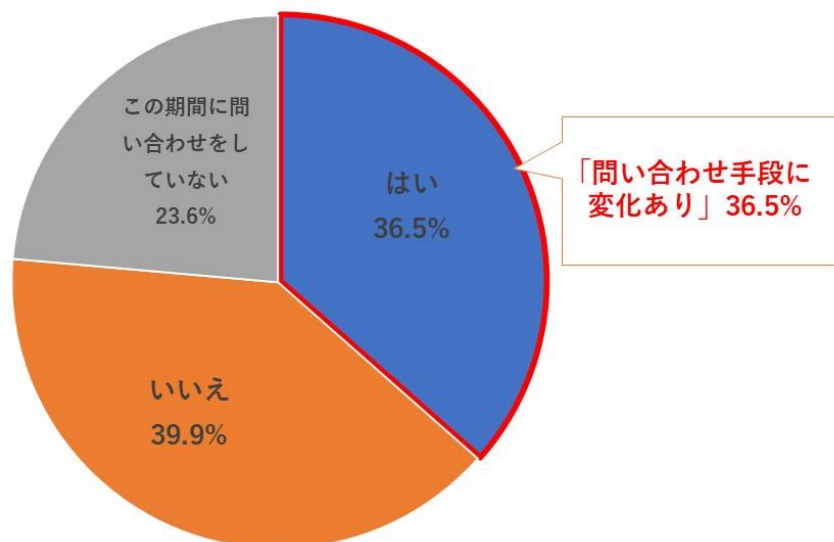
1. 新型コロナの影響により、約4割 (39.3%) が、企業や店舗、自治体などへの問い合わせ回数が増加。また、問い合わせ手段に変化があった人も約4割 (36.5%)。

「新型コロナの影響で、商品やサービスなどに関して、個人として企業や店舗・自治体へ問い合わせをすることが増えたか」を尋ねたところ、「増えた」という回答は39.3%にのびました。また、「新型コロナ期間中 (今年の2月～6月) に問い合わせの手段に変化があったか」については、「変化があった」という回答も36.5%でした。このことから、新型コロナの影響により、消費者の問い合わせ動向に変化があったことが分かりました。

Q.新型コロナの影響で、商品やサービスなどに関して、個人として、店舗や企業・自治体へ問い合わせをすることが増えましたか？減りましたか？（n=647）



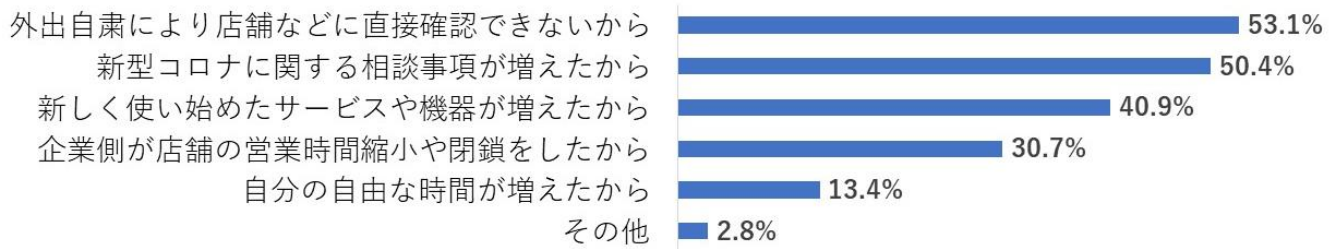
Q. 新型コロナ期間中（今年の2月～6月）に問い合わせの手段に変化はありましたか？（n=647）



2. 問い合わせが増えた理由上位は、「外出自粛で店舗に直接確認できない(53.1%)」「新型コロナに関する相談事項が増えた(50.4%)」「新しく使い始めたサービス・機器が増えた(40.9%)」。

「新型コロナの影響で問い合わせをすることが増えた」という回答者に「増えた理由」を尋ねたところ、「外出自粛により店舗などに直接確認できない（53.1%)」「新型コロナに関する相談事項が増えた（50.4%)」「新しく使い始めたサービス・機器が増えた（40.9%)」「企業側が店舗の営業時間縮小や閉鎖をしたから（30.7%)」の順に多い結果となりました。新型コロナの影響で消費行動のデジタル化が進んだことや、新たにテレワーク用のパソコン周辺機器などを使い始めたことによって問い合わせが増えたことがうかがえます。

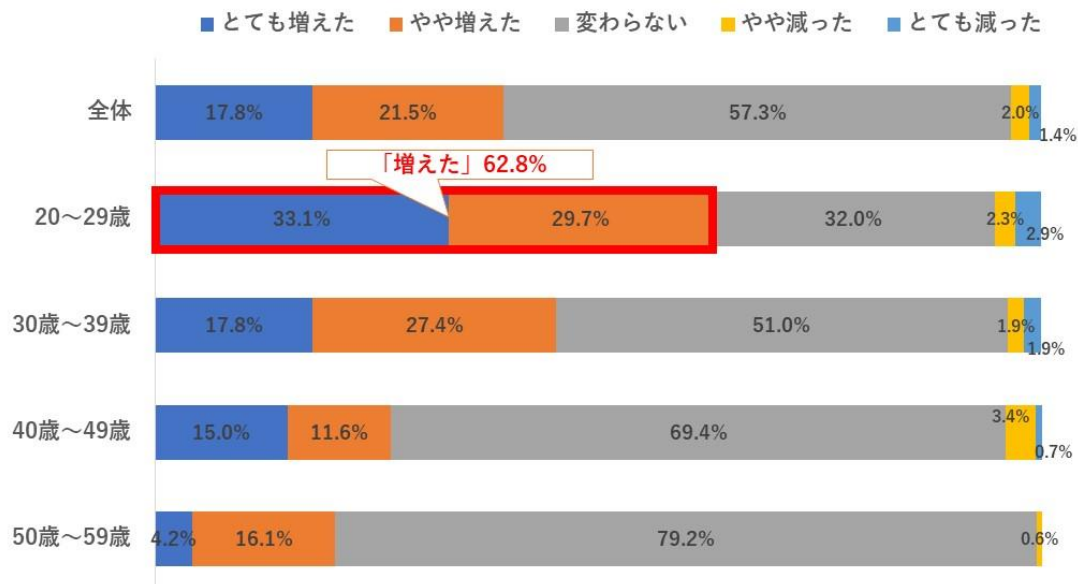
Q. 増えた理由として当てはまるを全て選んでください。(n=254)



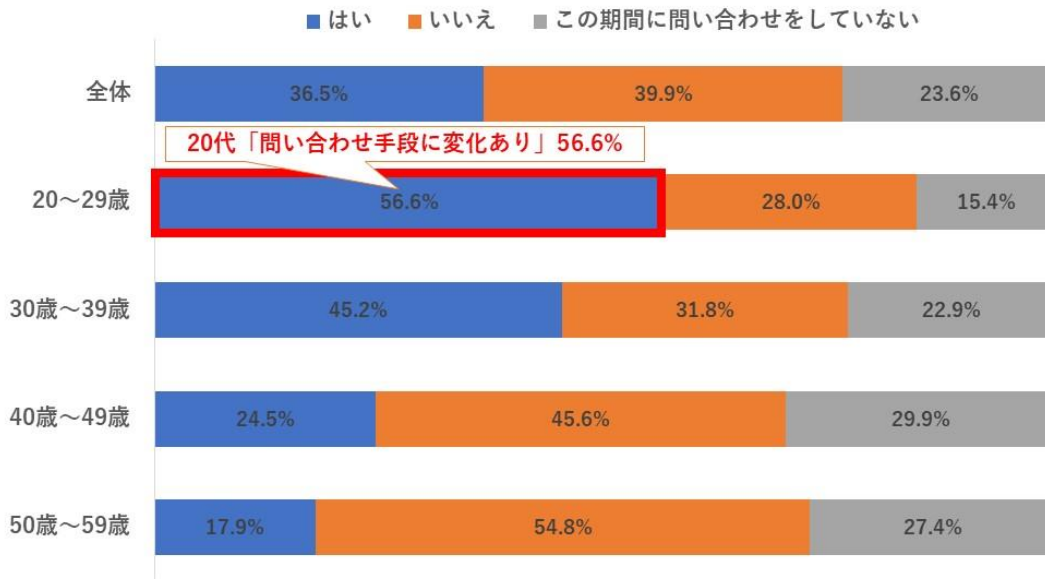
3. 20代では、問い合わせが増えた人は6割以上(62.8%)、手段が変化した人は約6割(56.6%)と新型コロナウイルスの影響が顕著。増えた理由としては、他年代が「外出自粛で店舗に直接確認できない」がトップな中、20代は「新型コロナに関する相談事項が増えた」がトップに。

年代別に見ると、20代の6割以上(62.8%)が「新型コロナの影響で店舗や企業・自治体へ問い合わせをすることが増えた」と回答し、問い合わせ手段に変化があった人も約6割(56.6%)と、他の年代と比べて新型コロナによる問い合わせ行動の影響が顕著に見られました。

Q. 新型コロナの影響で、商品やサービスなどに関して、個人として、店舗や企業・自治体へ問い合わせをすることが増えましたか？減りましたか？(n=647)



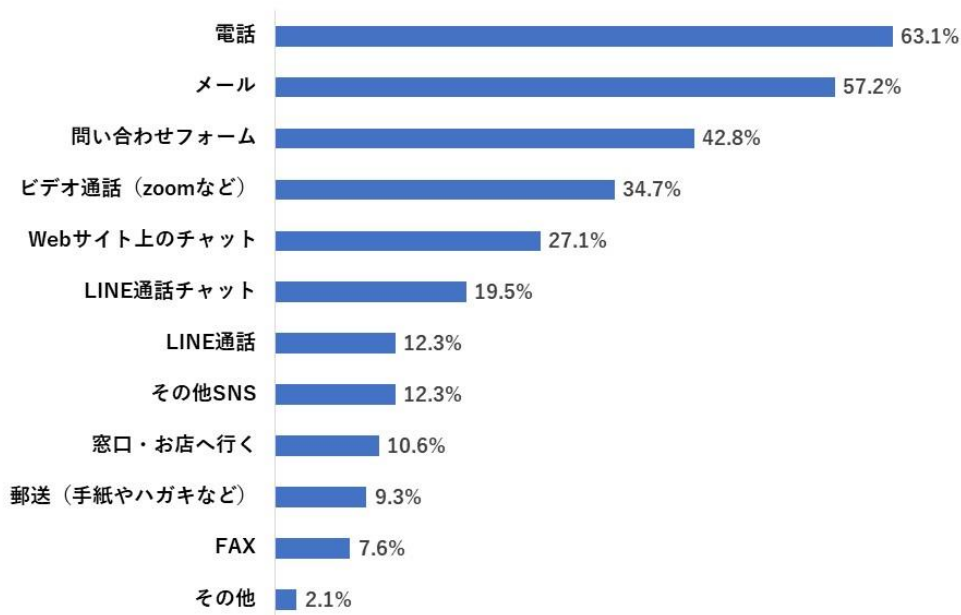
Q.新型コロナ期間中（今年の2月～6月）に
問い合わせの手段に変化はありましたか？（n=647）



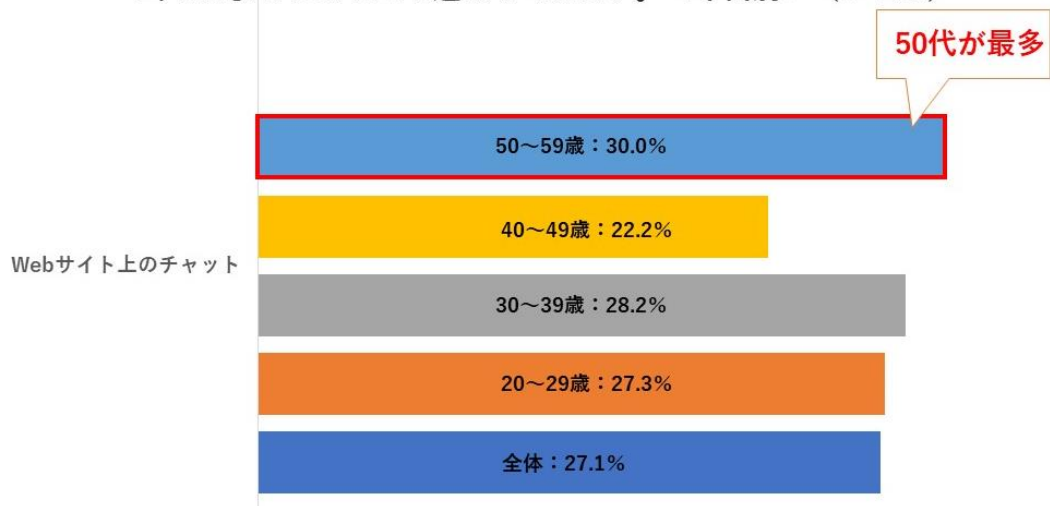
4. 問い合わせ手段上位は、「電話（63.1%）」「メール（57.2%）」「Web・LINEのチャット（46.6%）」「問い合わせフォーム（42.8%）」「Zoomなどビデオ通話（34.7%）」など多様化が進む。

「新型コロナ期間中に、問い合わせをした手段」を尋ねたところ、「電話（63.1%）」「メール（57.2%）」「Web・LINEのチャット（46.6%）」「問い合わせフォーム（42.8%）」「Zoomなどビデオ通話（34.7%）」の順でした。ここ数年で普及しているチャットに加えて、「ビデオ通話（34.7%）」「LINE通話（12.3%）」など新たな手段も登場し、より多様な手段が見られました。また「Webサイト上のチャット」での問い合わせは50代が最多と、幅広い世代において多様化が進んでいる実態が見て取れます。

Q.新型コロナ期間中に、どんな手段で問い合わせをしましたか？
当てはまるものを全て選んでください。（n=236）



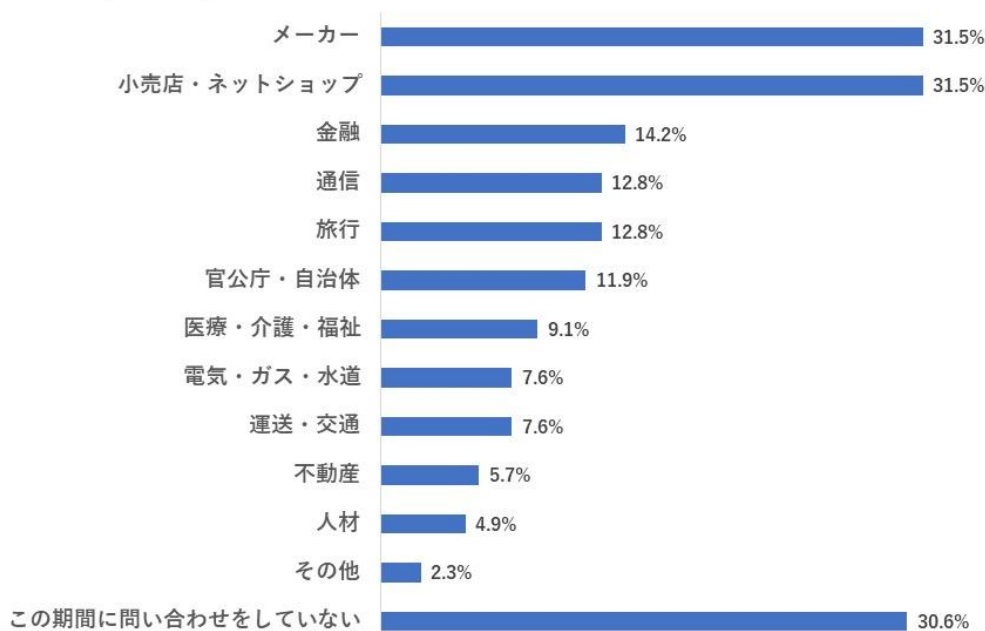
Q.新型コロナ期間中に、どんな手段で問い合わせをしましたか？
当てはまるものを全て選んでください。＜年代別＞（n=236）



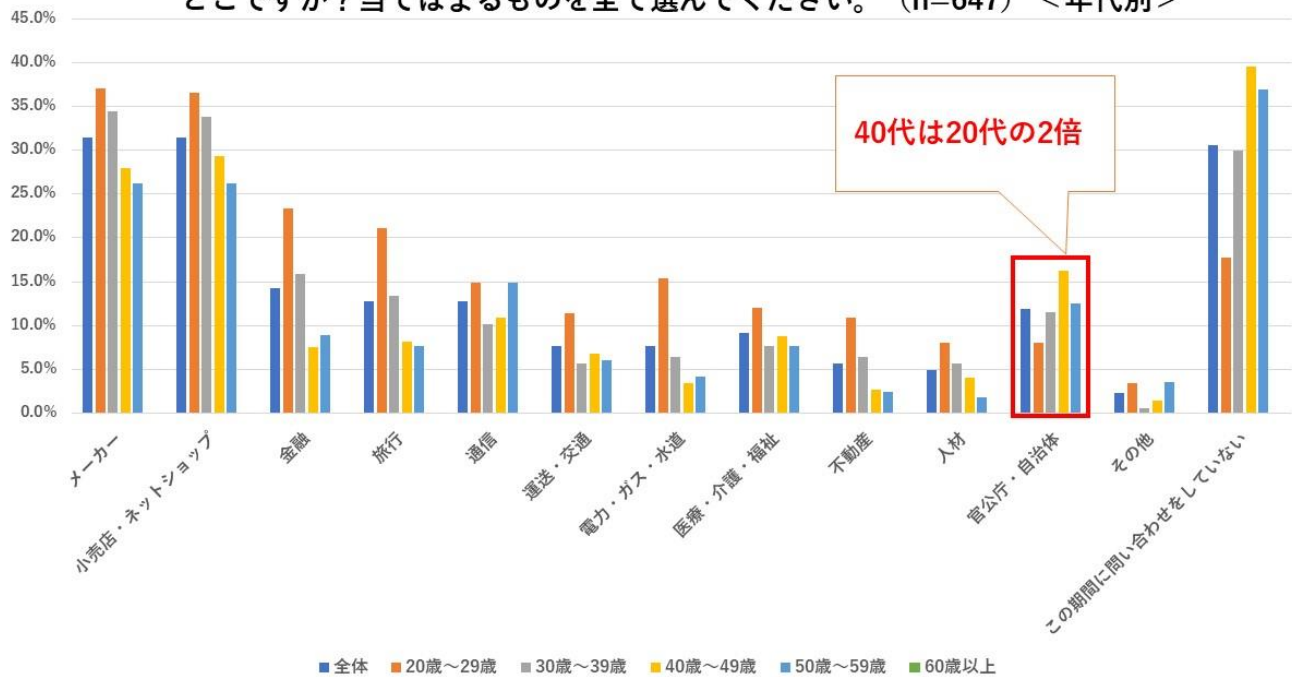
5. 自粛期間中の問い合わせ先トップは、「メーカー（31.5%）」「小売り・ネットショップ（31.5%）」

「新型コロナ期間中に問い合わせをした先」を尋ねたところ、「メーカー（31.5%）」「小売り・ネットショップ（31.5%）」が最多という結果となりました。また、ほとんどの業界で20代の問い合わせが他年代と比べ最多で、特に「金融」「旅行」「電力・ガス・水道」では顕著でした。その一方、「官公庁・自治体」への問い合わせについては40代（16.3%）が最多で、最少である20代（8.0%）の2倍という結果です。

Q. 新型コロナウイルス期間中（今年の2月～6月）に、
問い合わせをした先はどこですか？当てはまるものを全て選んでください。
（n=647）



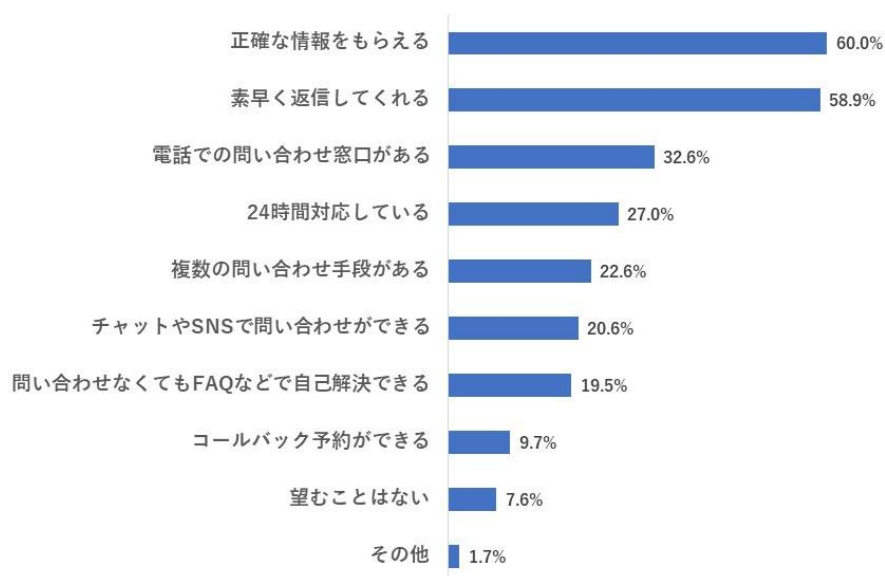
Q.新型コロナ期間中（今年の2月～6月）に、問い合わせをした先はどこですか？当てはまるものを全て選んでください。（n=647）＜年代別＞



6. 問い合わせ窓口に望むこと上位は「正確な情報（60.0%）」「素早い返信（58.9%）」

「問い合わせ窓口に求めること」を尋ねたところ、「正確な情報（60.0%）」「素早い返信（58.9%）」が上位でした。

Q. 問い合わせ窓口に求めることは何ですか？
当てはまるものを全て選んでください。（n=647）

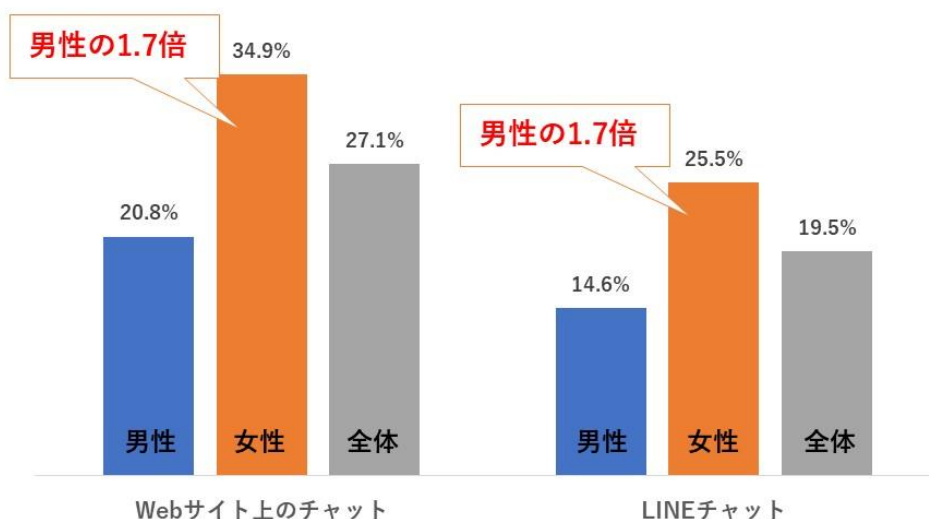


7. 女性のチャット問い合わせ経験者は男性の1.7倍、窓口への希望も「チャット・SNSで問い合わせができる」が男性の1.8倍とチャットでの問い合わせに前向き

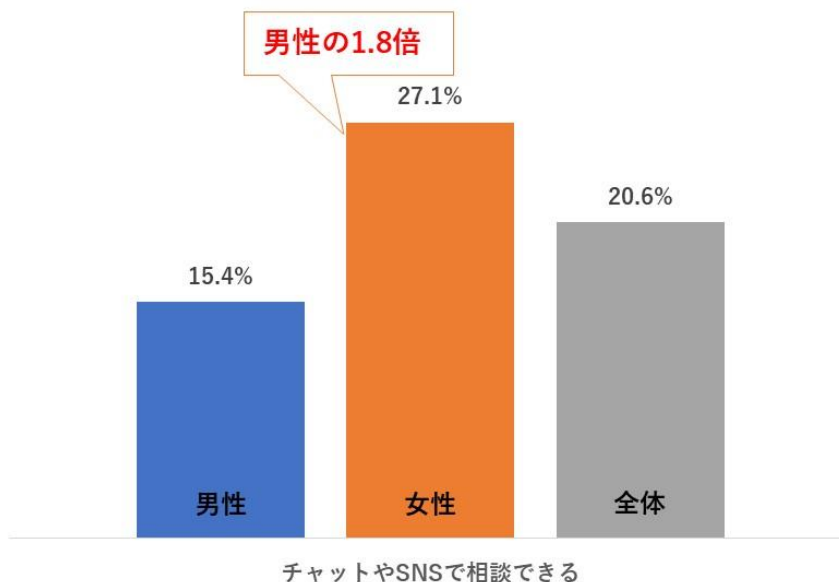
チャットでの問い合わせに関する男女差を見たところ、女性の問い合わせ経験は「Web上のチャット」が男性の約1.7倍（男性20.8%、女性34.9%）、「LINEチャット」では1.7倍以上（男性14.6%、女性25.5%）とい

う結果でした。また、「チャットやSNSで問い合わせできる」ことを望む女性は、約1.8倍（男性15.4%、女性27.1%）と、女性の方がチャットでの問い合わせに前向きな傾向が見られます。

Q.新型コロナ期間中に、どんな手段で問い合わせをしましたか？
当てはまるものを全て選んでください。（n=236）＜男女別＞



Q.問い合わせ窓口に求めることは何ですか？
当てはまるものを全て選んでください。（n=647）＜男女別＞

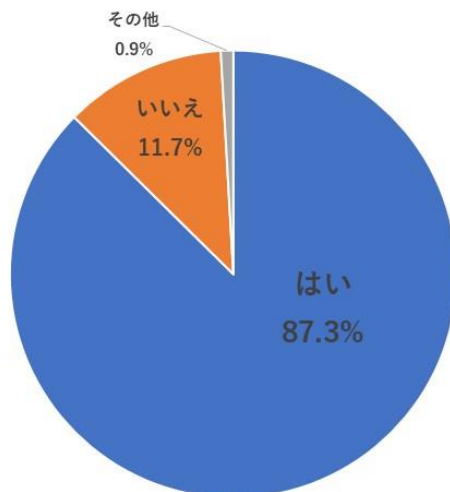


8. 約9割（87.3%）がオペレーターの在宅化に賛成、その際に望むことは「情報管理（64.5%）」「スピード（46.7%）」「安定した通信環境（42.3%）」

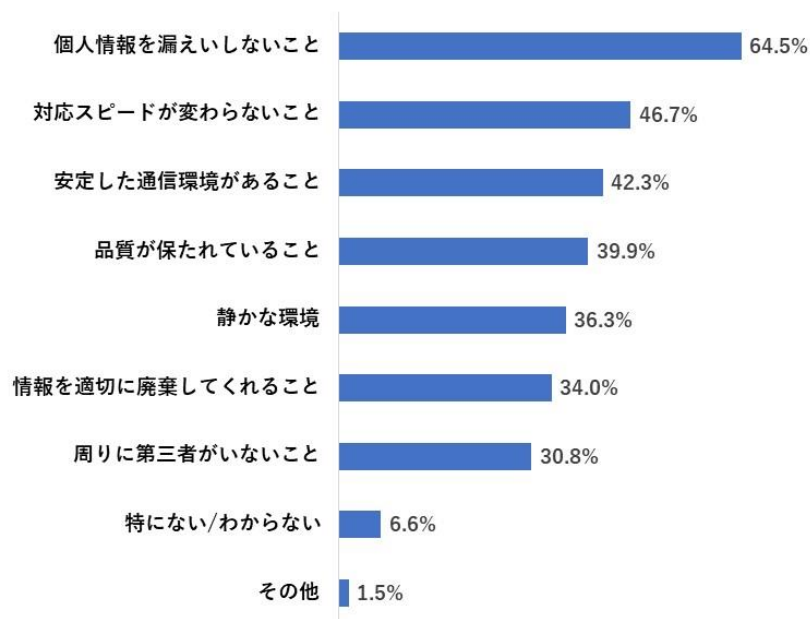
新型コロナ感染拡大防止のため、コールセンターでは3密回避対策として、オペレーターの在宅勤務の導入検討が進んでおり、実際に外資系企業を中心に在宅オペレーター対応が開始しているコールセンターもあります。そこで、「在宅オペレーターが対応すること」について尋ねたところ、約9割（87.3%）が、許容で

きると答えました。その際に望むこととしては、「情報管理が確保されている（64.5%）」「対応スピードが変わらない（46.7%）」「安定した通信環境がある（42.3%）」「品質が保たれている（39.9%）」が挙げられています。

Q.在宅オペレーターが対応することは許容できますか？（n=647）



Q.在宅オペレーターに求めることは何ですか？ 当てはまるものを全て選んでください。（n=647）



9. 電話以外の手段や、自己解決できる環境整備を求める声が目立つ

「新型コロナを受け、店舗や企業・自治体の問い合わせ窓口への考え方で変化があったか」について尋ねたところ、「電話以外の手段を充実させて欲しい」「テキストだとわかりやすい」など、新たな手段を求める声が20代から50代まで幅広い層から寄せられました。また、サイト上のQ&A充実など、「問い合わせをしな

くても自己解決できる環境」を求める声も目立ちました。

(原文ママ)

- ・ 50代男性：メールやチャット問い合わせなど電話ではない通信形態に幅広い対応を求める。
- ・ 30代女性：自己解決しやすいようにしてほしい。電話窓口までの検索方法が複雑すぎてイライラすることがある
- ・ 50代男性：できるだけFAQで解決できるように充実させてほしい。
- ・ 30代女性：チャットで気軽に聞けるのが楽。
- ・ 30代男性：電話以外の問い合わせ手段をもっと増やして欲しいと思った
- ・ 20代女性：いつでも問い合わせれる電話以外が楽。自治体など、繋がりにくいところもあるため、AI導入などもいい。
- ・ 50代女性：沢山の变化がある時には、不安に思う人からの相談がかなり増え、なかなか対応時間がかかるので、自己解決できる様なシステムを詳細に作って欲しいです。
- ・ 40代女性：私自身軽度の難聴なので出来れば電話よりもメールもしくはチャット対応の方が助かります。

■総括

本調査の結果、コロナ禍で4割が「企業や店舗・自治体などへの問い合わせが増加した」と回答し、同様に4割が「問い合わせ手段に変化があった」ことが分かりました。「外出自粛で店舗に直接確認できない」「新型コロナウイルスに関する相談事項が増えた」「新しく使い始めたサービス・機器が増えた」など、コロナの影響で外出自粛となり行動変容が起きたことや、コロナ関連の問い合わせが主な増加要因となっています。また、テレワークが浸透したこともあり、新たに使い始めたサービスや機器の増加に伴う問い合わせも増えていることが分かりました。問い合わせ手段上位は、「電話」「メール」「チャット（Web、LINE）」「問い合わせフォーム」「Zoomなどビデオ電話」と、手段の多様化が進んでいます。

さらに、3密防止や事業継続プラン（BCP）対策から、コールセンターの在宅化の検討も急務となっている中、約9割がオペレーターの在宅化に賛成という結果でした。「情報管理」「スピード」「安定した通信環境」「品質管理」などが確保できる環境であれば、消費者はオペレーターが在宅対応することに問題ないと考えていることがうかがえました。

現在、感染の再拡大が危惧される中、今後のニューノーマル時代の自治体・企業の問い合わせ窓口には、対応するオペレーターの安全確保と顧客利便性の維持・向上の両立に向け、多様な問い合わせ手段の確保とそれに伴う在宅オペレーターの導入が鍵となってくるといえます。

【調査概要】

調査名：新型コロナウイルスの影響で変わる消費者の企業や店舗・自治体などへの問い合わせ動向の実態

調査方法：インターネット調査

調査期間：2020年7月1日～7月3日

調査対象：20代～60代の男女647名

【モビルス株式会社について】

モビルスは、テクノロジーでサポートを新しくする The Support Tech Company です。企業のコンタクトセンターや自治体向けに、AI チャットボット（自動応答）と有人応答によるシームレスなチャットサポートを実現するチャットシステム「mobiAgent(モビエージェント) (<https://mobilus.co.jp/agent/>)」や、電話自答応答システム「mobiVoice (モビボイス) (<https://mobilus.co.jp/voice>)」、問い合わせ導線を一元化しガイダンスとフローをビジュアル化する「Visual IVR」をはじめとした、顧客サポート業務を支援するソリューション開発を行っています。「mobiAgent」は 200 社以上に導入実績があり、2 年連続でチャットボット市場売上シェア 1 位を獲得しました（出典：「ITR Market View：ビジネスチャット市場 2019」）。

また、LINE 株式会社が提供する各種法人向けサービスの販売・開発のパートナーを認定する「LINE Biz-Solutions Partner Program」の「LINE Account Connect」部門において、「Technology Partner」の「Silver」、特別賞の「Chat/Voice Award」を受賞、さらに「Technology Partner」コミュニケーション部門の「Silver」を獲得、「Planning Partner」に認定されています (<https://mobilus.co.jp/press-release/21366>)

本 社：東京都品川区西五反田 3-11-6 サンウエスト山手ビル 5F

会社名：モビルス株式会社

代 表：石井 智宏

設立日：2011 年 9 月 16 日

事 業：人工知能とモバイル技術を活用した、サポート領域の AI ソリューション開発

ウェブ：<https://mobilus.co.jp/>

* 本リリースに記載された会社名・商品名は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

本件に関するお問い合わせ

モビルス株式会社 広報担当 細川・甲賀

Tel：03-6417-9523 Mobile：080-7069-5981（細川直通） Mail：pr@mobilus.co.jp