

イプソス、コールセンターの顧客体験に関する調査の結果を公表 ～ カスタマー・エフォート・スコア(CES)調査 ～

グローバル市場調査会社のイプソス株式会社（代表取締役：内田俊一）はクレジットカードのコールセンターの顧客体験を計測するカスタマー・エフォート・スコア（CES）調査をオンラインアンケートにより実施いたしました。

<結果の要約>

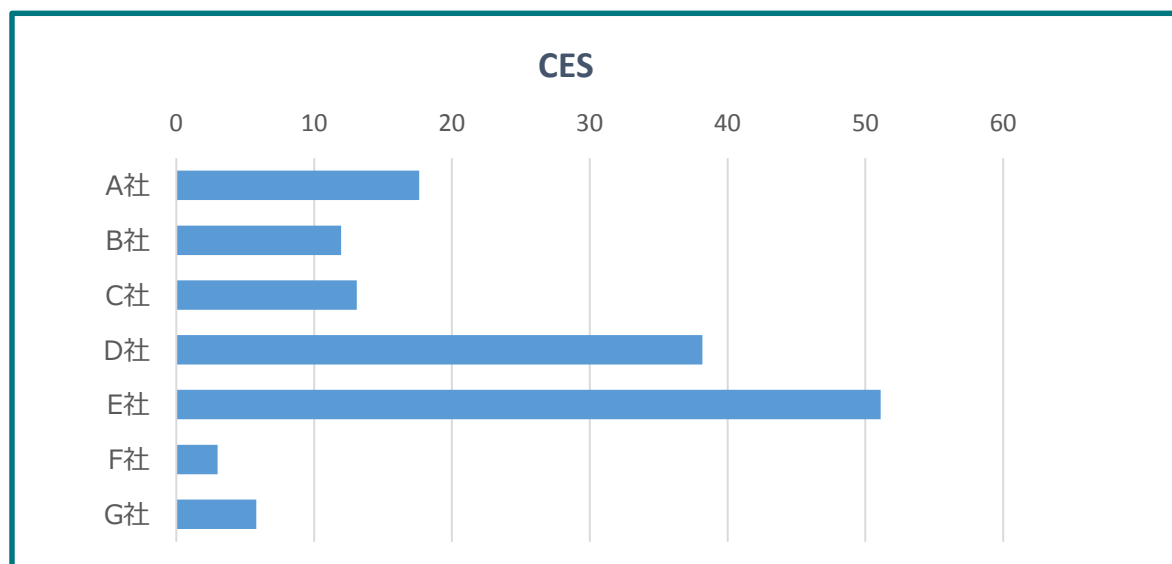
- クレジットカード7社のコールセンターの利用時にどの程度努力を必要としたかを指標化するカスタマー・エフォート・スコア(CES)の平均値は+15.7であった
- コールセンターの利用体験を踏まえた推奨意向によるNPS®（ネット・プロモーター・スコア※）-4.8となり、7ブランド中6ブランドで2016年11月実施の大規模NPS調査によるNPSを上回る結果となった。コールセンターの利用は推奨意向にいい影響を与えていると言える
- コールセンターに電話をした際に、10秒以内に電話がつながった場合のCESは+53.7となった一方で、5分以上つながるまで待つ必要があった場合には-36.7となった
- コールセンターのオペレーターの熱意をどの程度感じたかを指標化したコーポレートCES（C-CES）の平均は32.7であった

※Net Promoter®, Net Promoter Score®, NPS®はサトメトリックス、ペイン・アンド・カンパニー、フレッドライクヘルドの登録商標です。

クレジットカードコールセンターのカスタマー・エフォート・スコア（CES）

イプソスは主要クレジットカード会社7社のコールセンターに過去6か月以内に問い合わせ経験のある1,321名に対して、オンラインアンケートを実施した。コールセンターの利用時に、利用者がどの程度努力を必要としたかを7段階で評価し、カスタマー・エフォート・スコア（CES）を算出した。

その結果、7社のCES平均は+15.7となった。最も高かったクレジットカード会社は+51.1、最も低かった会社で+3.0であった。



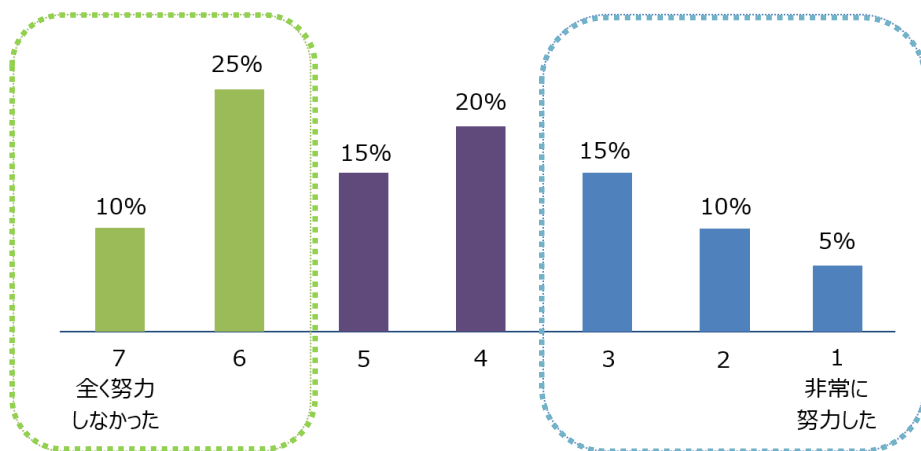
【カスタマー・エフォート・スコア（CES）とは】

カスタマー・エフォート・スコア（CES）は2010年にハーバード・ビジネス・レビュー誌で紹介され、コールセンターやウェブサイト、アプリなどのタッチポイントの顧客体験を評価する新しい指標として、欧米では採用が進んでいる。算出方法は以下の図の通り。

Q. あなたのその要求を満たすために、どの程度努力が必要でしたか？

<CES score>

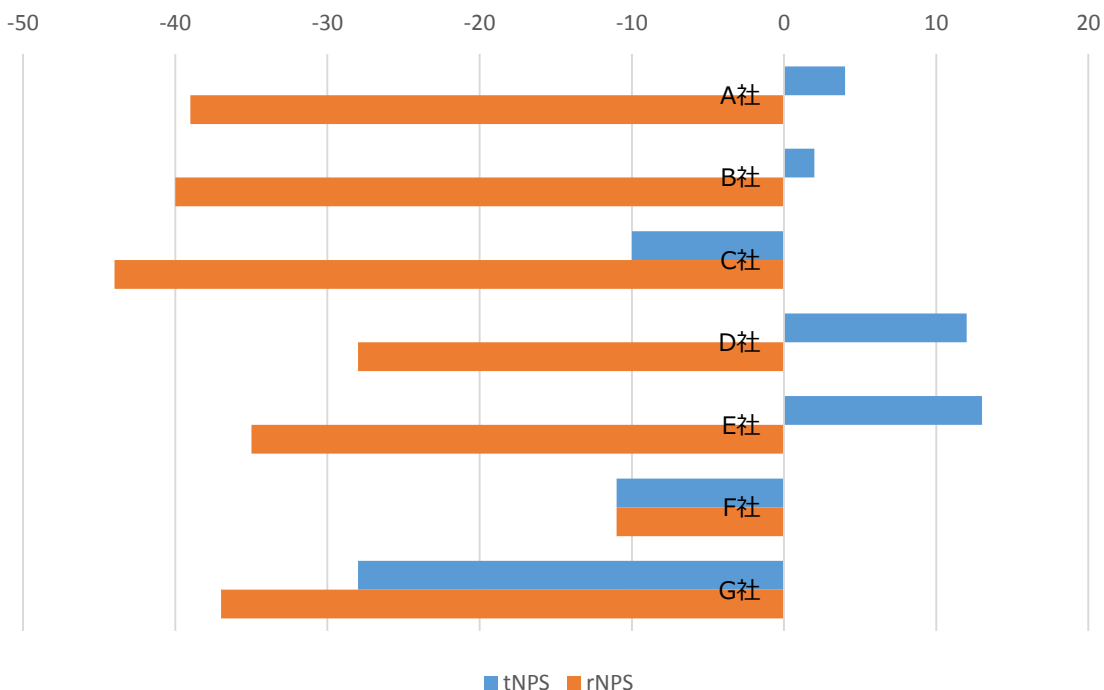
Top2 box (35%) - Bottom3 box (30%) = 5pt



コールセンター利用者のtNPS

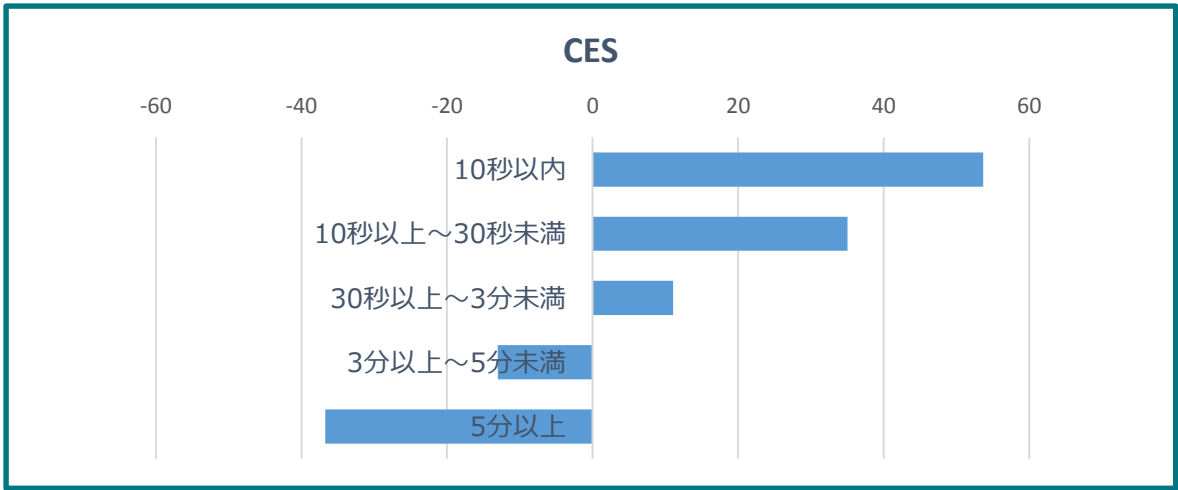
コールセンター利用者に対し、利用経験に基づいた推奨意向も合わせて聴取し、tNPS（トランザクショナルNPS）も計測した。7社の平均値は-4.8となり、7ブランド中6ブランドで2016年11月実施の大規模NPS調査によるrNPS（リレーショナルNPS）を上回る結果となった。コールセンターの利用は推奨意向にいい影響を与えているといえる。

rNPSとコールセンター利用者のtNPSの違い



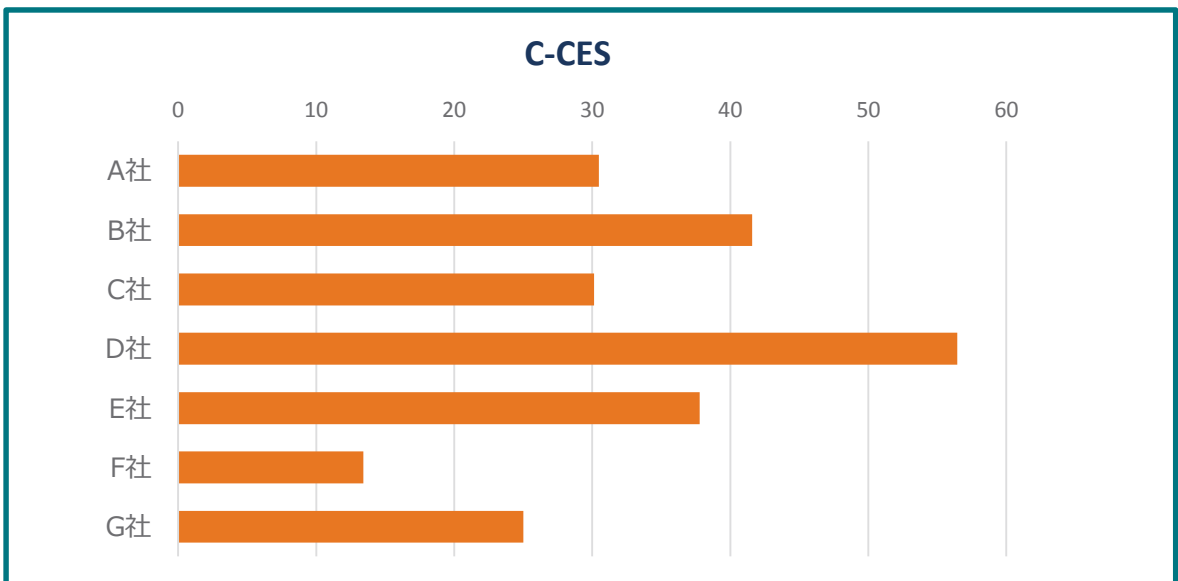
コールセンターのつながりやすさとCES

コールセンターに電話した際に、オペレーターにつながるまでにかかった時間とCESの関係を見ると、つながるまでの時間が短ければ短いほどCESが高い結果となった。10秒以内に電話がつながった割合は13.3%で、CESは+53.7。一方、5分以上待たされたケースは8.8%あり、CESは-36.7%となった。



オペレーターの熱意を計測する新指標コーポレートCES (C-CES)

イブソスでは、利用者の視点からの利用体験を計測するカスタマー・エフォート・スコアに加え、対応したオペレーターの熱意を計測する新しい指標であるコーポレートCES (C-CES) を計測した。全体の平均は+32.7、最も高い会社は+56.5、最も低い会社は+13.4であった。



コールセンターの利用目的ごとに見てみると、レストラン・旅行・コンサート等の予約のC-CESは+65.2、カードの紛失盗難では+48.9と高い熱意を感じていた一方で、会員専用サイトについての問い合わせでは+23.3、その他支払いについての問い合わせでは+16.3と熱意を感じていない利用者が多かった。

調査の詳細について

今回実施したクレジットカードのコールセンター調査では、2016年11月に実施した大規模調査でコールセンターの利用経験がある回答者に対して、コールセンターの利用経験や満足度などを聴取しております。

コールセンターの時間帯別のつながりやすさと満足度の関係、利用目的、目的の達成度などから、オペレーターの最適配分や対応品質向上の要因を探ることができます。例えば、問い合わせ目的に応じて、熱意を持って対応するのか、スピード感を求めているのかを把握し、オペレーターのトレーニングに役立つ分析を加えております。

イプソスロイヤルティチームはNPSやCES、ミステリーショッピングや顧客体験（ユーザーエクスペリエンス UX）などの調査分析に特化した調査部門です。現状の把握、分析、改善まで世界最先端の手法を利用した一気通貫したサービスにより、幅広い業種のクライアント様の支援を行っております。

またイプソス金融チームは、今後も日本国内外の金融サービスの利用状況などを幅広く捉え、エンドユーザーに対するサービスの改善を図る金融機関様に資する情報提供を行ってまいります。

本調査のより詳細なデータや、この結果をもとにした深堀調査などにご興味のある場合は、担当者にご連絡ください。

調査概要

調査時期 2016年12月2日～12月6日

調査対象者 日本全国18～79歳の男女のうち、6ヶ月以内にクレジットカード7社のコールセンターの利用経験がある人

サンプルサイズ 1,321名

調査方法 オンライン調査

イプソスについて

1975年創業。イプソスはリサーチのプロフェッショナルが経営する世界第3位のグローバル市場調査会社です。

世界88カ国の拠点では、16,000人以上のスタッフが、5,000を越えるクライアントにサービスを提供しています。年間の調査プロジェクト数は10万件以上、実施インタビュー数は7,000万件以上に上ります。

イプソスファイナンシャルサービスチームは銀行、生命保険、損害保険、クレジットカード、証券、投資信託などの幅広い調査分析サービスを世界各国で提供しております。日本においては、2015年にファイナンシャルサービスチームを立ち上げ、金融機関へのサービスを統合しました。

GreenBook Research Industry Trend Survey 2016（1Q-2Q）で最もイノバイティブなりサーチ会社の第2位に選ばれました。

Ipsos in Japanホームページ：<http://www.ipsos.jp/>

本件についてのお問い合わせ：

<CES調査に関するお問い合わせ>
イプソス株式会社 ロイヤルティ部門 金本雄一
TEL: 03-6867-8170 Email: koichiro.mizuno@ipsos.com

<金融機関の皆様>
イプソス株式会社 ファイナンシャルサービス 水野浩一郎
TEL: 03-6867-8170 Email: koichiro.mizuno@ipsos.com

<メディアの皆様>
イプソス株式会社 マーケティング&コミュニケーションズ 山野辺有子
TEL: 03-6867-8100 Email: yuko.yamanobe@ipsos.com