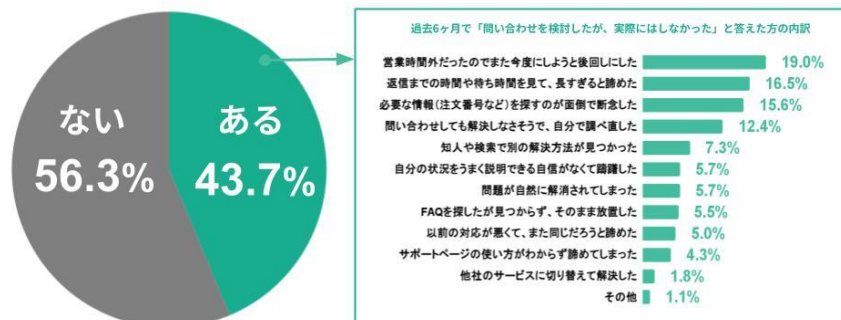


4 割以上の顧客が問い合わせを断念。 カスタマーサポート調査 2025 を Tayori が公開

- レスポンスの悪さや情報を探す手間が要因に。調査を徹底解説するセミナーを 3/26(水)に開催 -

Tayori カスタマーサポートへのお問い合わせを諦めた経験



プレスリリース配信サービス「PR TIMES」を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証プライム：3922、以下：PR TIMES）が提供するカスタマーサポートツール「Tayori」（読み：タヨリ）は、カスタマーサポート調査を 2025 年 2 月 25 日～3 月 3 日に実施いたしました。「Tayori」はカスタマーサポート調査を 2023 年より実施しており、問い合わせ対応業務に関する企業の意識や問い合わせ時の顧客の傾向を分析し、公開しています。本調査が、企業の問い合わせ業務の改善に寄与し、それにより問い合わせ者の満足度向上につながっていくことを期待しています。

【本調査のトピックス】

- 問題発生時の解決手段として、電話・メールが昨年より減少し、チャットボットを利用した経験がある／今後利用したい顧客は増加。
- サポートに問い合わせようと思ったが諦めた人は 4 割超。レスポンスの悪さや情報を探す手間が理由に。
- カスタマーサポートにおける生成 AI の導入検討は、昨年に引き続き 4 割が「考えていない」と回答。

調査テーマ：カスタマーサポート・問い合わせ対応に関するアンケート

調査期間：2025 年 2 月 25 日(火)～2025 年 3 月 3 日(月)

調査対象：集計対象①20～59 歳の男女で問い合わせ経験のあるビジネスパーソン 1 万 400 人

集計対象②カスタマーサポートあるいは問い合わせ対応業務に従事する 309 人（②の回答者を含む）

問い合わせ時の顧客の傾向分析

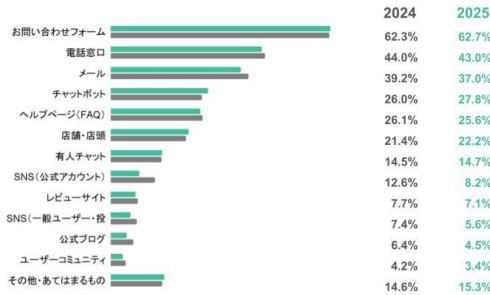
問題解決の手段は利用したもの、利用したいものの両方で電話・メールが減少し、チャットボットが増加。

購入した商品・サービスについて問題が発生した際の解決の手段として、実際に利用したものと今後利用したいものは「お問い合わせフォーム」「電話窓口」「メール」と従来からの手段が上位を占め、昨年と比べた順位の変動はほぼありませんでした。

一方で、割合で見るとどちらも「電話窓口」「メール」が減少し、「チャットボット」が増加しており、対応時間にとらわれずに、即時に回答がわかる問い合わせ手段のニーズが高まっていると考えられます。また利用した経験があるものについては「ヘルプページ（FAQ）」よりも「チャットボット」の割合が上回りました。

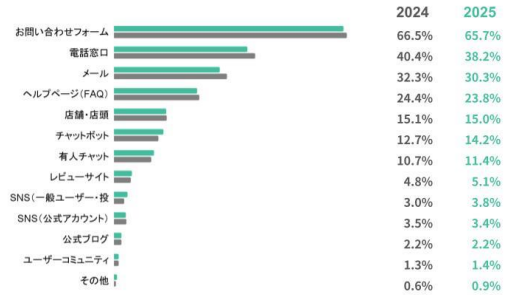
今後利用したいものでは「SNS（公式アカウント）」が減る一方で、「SNS（一般ユーザー・投稿）」や「レビューサイト」が増えており、ユーザーの意見や実体験を参考に解決を試みる傾向も見られました。

ここ1年であなかが購入した商品やサービスに問題が発生した際、解決手段として利用した経験があるものを全てお選びください。（いくつでも）



Tayori

あなたが購入した商品やサービスに問題が発生した際、問題解決の手段として利用したいものを全てお選びください。（重視する3つ）



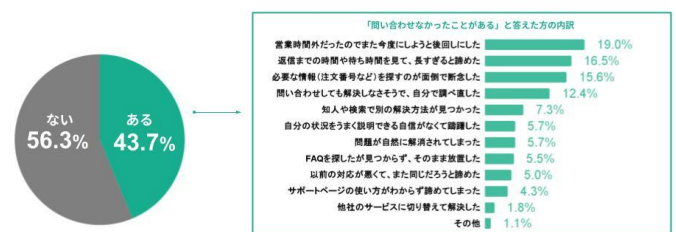
Tayori

サポート体制や品質、導線の複雑さから問い合わせを諦めた人は 4 割超。サポートコンテンツの充実や自動化が顧客対応改善の鍵に。

カスタマーサポートにおいては、意見を直接企業に伝えない顧客である「サイレントカスタマー」が課題とされており、企業が対策を講じています。今回の調査の結果では、問い合わせを検討した半数以上の人はサポートへの問い合わせをおこなっていることがわかりました。サービス利用における問題発生時のサポート体制が一定整備されており、顧客が問い合わせを出来ている状況が読み取れます。

その反面、問い合わせを検討したものの、実際は問い合わせなかった経験がある人は 43.7%にのぼり、望んだタイミングでのサポートをしてもらえずに機会損失となった顧客も多くいることがわかります。

過去6ヶ月の間に、サポートへの問い合わせを検討したものの、実際には問い合わせなかったことはありますか？



Tayori

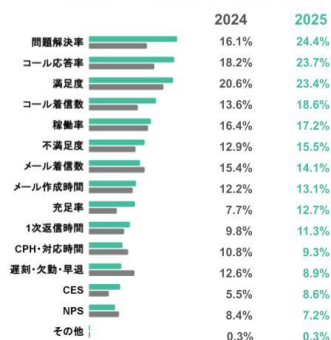
問い合わせを諦めた人の理由を分析すると、「営業時間外だったのでまた今度にしようと思っただけ」「返信までの時間や待ち時間を見て、長すぎると諦めた」など、レスポンスの早さを求める声や、「必要な情報（注文番号など）を探すのが面倒で断念した」「FAQ を探したが見つからず、そのまま放置した」など、問題解決まで手間がかかっていることに不満を感じている声が多くなっています。

これらの要因に対しては、営業時間を問わずいつでも質問ができるチャットボットや自らよくある質問から解決策を探せる FAQ など、生成 AI の導入やコンテンツの拡充が効果を発揮する可能性があります。前述の「問題解決の手段として利用したいもの」の回答でも示されていたように、チャットボットのニーズが高まっていることから、生成 AI の導入はカスタマーサポート業務の効率化にとどまらず、顧客満足度向上にも寄与すると考えられます。

問い合わせ業務へのカスタマーサポート従事者の取り組み

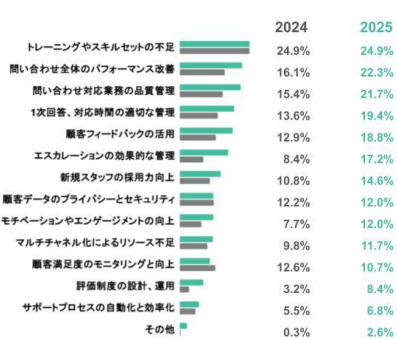
カスタマーサポート業務の KPI と課題は「量より質」重視への変化傾向に。

自社運営のカスタマーサポート業務についてKPIとしてどのような指標を設定していますか。（いくつでも）



Tayori

カスタマーサポート業務について、チーム（部署）の課題を教えてください（重視している3つ）



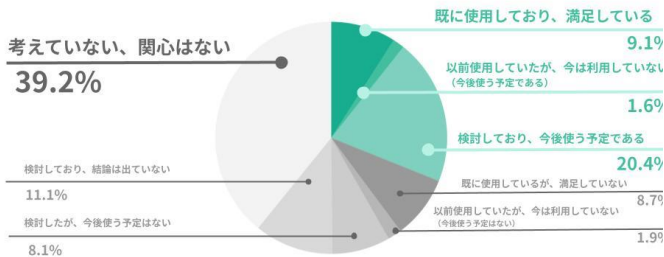
Tayori

次に問い合わせ業務に従事するカスタマーサポート従事者への調査では、カスタマーサポート業務において KPI としている指標として「問題解決率」(24.4%)が昨年比 8.3pt 増と大きく上がって 1 位に、次ぐ「コール応答率」(23.7%)も昨年比 5.5pt 増となりました。

また、カスタマーサポート業務における課題も、「問い合わせ対応のパフォーマンス改善」(22.3%)、「問い合わせ対応業務の品質管理」(21.7%)が上昇しており、KPI・課題ともに昨年よりも問題が解決できたか、その場で応答ができたかなど、対応品質の向上に関する回答が多い結果となりました。

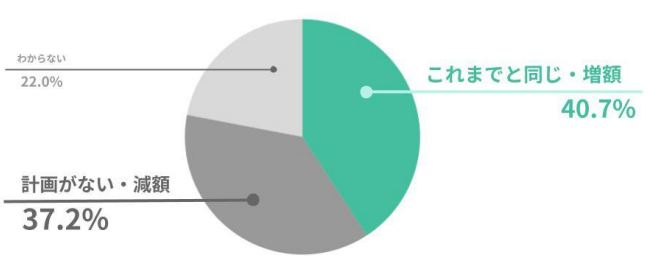
生成 AI の利用は「考えていない」が昨年と変わらず 4 割。システム投資へ後ろ向きな傾向も。

カスタマーサポートにおける生成AIの利用方針として当てはまるものをお選びください



Tayori

カスタマーサポート用のシステムへの投資を計画していますか。



Tayori

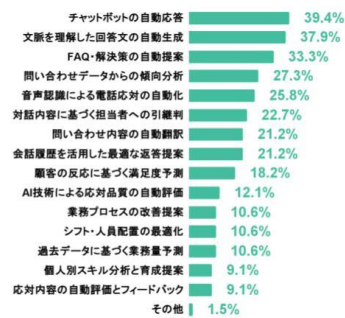
生成 AI のカスタマーサポート活用は昨年と同様、「関心がない、考えていない」が 39.2%を占め、検討が進んでいない状況が見受けられました。ただ生成 AI の導入を「検討しており、今後使う予定である」企業は 20.5%と昨年より 5pt 増加しています。生成 AI に関心のある企業は導入に向けた具体的な検討をおこなうフェーズに徐々に移行しており、導入意向の差が広がっているとも考えられます。

また、カスタマーサポートに関するシステムへの投資計画についても「計画していない」「予算の減額を計画している」と後ろ向きな回答が 37.2%と昨年よりも高く、システム投資への優先度が下がっていることがわかります。カスタマーサポート担当は他業務との兼任になることも多く、慢性的な人員不足が課題とされる中ではあるものの、カスタマーサポートへの予算の拡大は難しい状況が読み取れました。

生成 AI 導入企業の満足度 1 位は「チャットボットの自動応答」に。

今年の調査では、既に生成 AI を利用した機能に関する満足度についても調査をおこないました。「チャットボットの自動応答」(39.4%)、「文脈を理解した回答文の自動生成」(37.9%)「問い合わせデータからの傾向分析」(27.3%)などが上位を占めています。問い合わせ対応やその分析の自動化に関しては一定の満足度があることがわかりました。顧客のニーズも高まる中でその精度が向上していることが推察されます。

生成AIを利用していた機能で満足していたものを教えてください。



Tayori

調査結果の詳細を解説する Web セミナーを実施

昨年、一昨年に続き、今年も本調査の協力会社である株式会社 CS HACK 代表取締役 CEO 藤本大輔氏に本調査を徹底解説いただく無料 WEB セミナーを実施いたします。本プレスリリースでは公開できなかった、サポート従事者の課題や KPI などを共有いたします。また、藤本氏のご経験やコミュニティでの知見なども聞ける機会となります。カスタマーサポートの組織運用に携わる方、お問い合わせ対応を強化したい方は是非ご参加ください。

【セミナー概要】

開催日時 | 2025 年 3 月 26 日 (水) 13:00~14:00

形式 | WEB セミナー

2025年最新

生成AIの満足度・アウトソーシング
トレンドテーマをひも解く

**カスタマーサポート調査を
CSコミュニティリーダーが
徹底解説！**

参加無料

3/26 水 13:00~14:00

オンライン配信

株式会社CS HACK
代表取締役CEO
藤本 大輔

株式会社PR TIMES
Tayori事業部長
竹内 一樹

参加費 | 無料

申込: https://prtimes-co-jp.zoom.us/webinar/register/6617421915432/WN_onpCkuNyQoekKrGYbODZCw

調査担当より

調査協力会社 | 株式会社 CS HACK 代表取締役 CEO 藤本 大輔 氏

Tayori さんとの大規模なアンケート調査も 3 回目を迎えました。今年は AI の利用をより深掘りし、満足度の高い機能や改善が求められる点を把握できるよう設計しました。また、アウトソーシングへの懸念点についても現場のリアルな声を伺っています。CS の役割が進化し続ける中で、ユーザーがどのような価値を求め、CS 担当者はどんな課題に直面しているのか、実務に活かせるデータを取ることが本調査の目的の一つです。今回のデータをぜひ日々の業務にご活用ください。



プロジェクト担当 | 株式会社 PR TIMES Tayori 事業部 吉田 優

私自身もプレスリリース配信サービス「PR TIMES」のカスタマーサポートに 2 年半従事し、カスタマーサポートの重要性を強く感じています。人を介した丁寧で素早いサポートは引き続き重要である一方で、生成 AI 等のコンテンツを用いたテックタッチでのサポートも、お客様との良い関係性づくりに寄与すると考えています。今年の調査では人員不足が課題であるカスタマーサポート従事者の現状や、ユーザーのタイプ思考な行動など、昨今の状況が垣間見える結果となりました。今後のカスタマーサポート業務を推進する上で参考になることを願っています。



カスタマーサポートツール「Tayori」について

「Tayori」は、お客様とのいい関係をつくるためのカスタマーサポートツールです。PC 操作に不慣れな方にとっても簡単にシンプルな操作性が特徴で、「フォーム」「FAQ」「チャット」「アンケート」「AI チャットボット」5 つの基本的な機能をノーコードで専門知識無く作成・運用できます。2015 年からサービス提供開始、アカウント数は 7 万アカウントを超えています。現在はカスタマーサポートはもちろん、社内業務への活用など、幅広い業種や用途でご利用いただいています。サービス名「Tayori」（読み：タヨリ）には、「お便り」のように大切な想いや願いを届けるサービスでありたいという気持ちをこめています。サービスロゴの紙飛行機は、温かさ、軽やかさ、手軽さ、気持ちをつなげるイメージを表現しています。デバイスごとに最適化した操作性と、現場担当者が使いやすく、導入のしやすいシンプルな仕様で、対応漏れやお問い合わせの増加など“カスタマーサポートのよくあるお悩み”を解決します。（運営：株式会社 PR TIMES）

URL: <https://tayori.com/>

株式会社 PR TIMES について

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES （東証プライム 証券コード：3922）

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営
 - ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営
 - クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
 - 動画 PR サービス「PR TIMES TV」(<https://prtimes.jp/tv/>) の運営
 - アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」(<https://marph.com/>) の運営
 - カスタマーサポートツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営
 - タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営
 - 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」(<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営
 - プレスリリース専用エディター「PR Editor」(<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営
 - Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>