# Repro

第一回

# Web/アプリ接客ツール 利用実態調査

2020\_07\_28 ----- 2020\_08\_31

## agenda

## Investigation result

## 調査結果

■回答企業属性	5
■ Web・アプリ接客ツールの導入状況	7
■導入ツールベンダーと選定方法	8
■ Web・アプリ接客ツールの運用体制	9
■ 接客ツールの導入目的と導入効果	10
■ 接客ツールの満足度と導入後に感じた課題	11
■ 接客ツールで実施中の施策	12
■ 接客ツールを導入しない理由	13
■ 接客ツール検討中企業の状況	14
Simple tabulation <b>単純生計 生里一</b> 管	15



#### 調查目的

生活者の購買スタイルが多様化する中、Webサイト・アプリ・リアルを通じた顧客体験やコミュニケーション設計の重要性はますます高まっています。

そこで今回、アジェンダノート編集部とRepro株式会社共同の調査として、自社Web・アプリを運営する事業者様を対象に、「Web・アプリ接客ツールの活用状況・意識調査」を行いました。

#### 調査対象

## 自社のWebサイトやアプリの運営に携わる担当者及び責任者

※広告代理店など直接サービスの提供に携わっていない方は対象外としています。

※ナノベーションの各種カンファレンス等にて名刺交換させていただいた方、メールマガジンにご登録いた だいた方を調査母集団としています。

#### 調査期間

2020年7月28日 - 2020年8月31日

## 調査方法

ネットアンケート調査

回答者数:101名



## summary

- 回答者属性は100億円の売上規模を超えるエンタープライズ企業が中心。
- Web・アプリ接客ツールの導入企業は全体の50%を超え、マーケティングツールとして市場に定着してきている様子が見られる。
- 導入効果としては「Web・アプリ内のコンバージョンレート向上」を挙げる企業が 最も多く、56.4%が課題解決できたと答えている。
- ツールの運用は、約半分の企業が完全内製化しているが、半分は外部業務委託を行って おり、この背景として、ツールを使いこなせる人材の不足が想定される。
- ツールを導入していない企業に導入していない理由を聞くと、32.6%が「運用できる 担当者がいないため」と回答しており、やはり人材の不足が課題となっている。
- 概ね50%超の導入企業が、ツールの導入効果に満足しているが、導入前に想定していた施策がうまく実行に乗っていない。また、1to1のコミュニケーションの実現に至らないなど、期待値とのGAPが発生している。
- 導入企業のほとんどが、カスタマーサクセスの重要性を感じている。オンボーディングも含めいかに運用にうまくのせる事ができるか、ツールを使いこなす事ができるかが、最も重要な課題である。

調査担当者:Repro株式会社 CMO中澤伸也

**Shinya.nakazawa@repro.io Shinya.nakazawa@repro.io** 

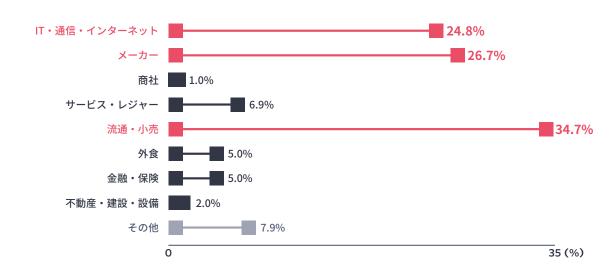


## 回答企業属性

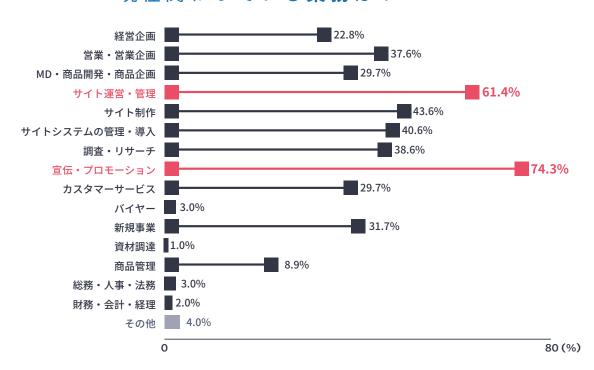
IT・通信・インターネット・メーカー・流通・小売業で全体の8割を占める。

職種は複数回答で聞いており、プロモーション、サイト運営者が多いが、多様な回答属性だった。

### あなたの勤務先の業種(主な事業内容)は?



#### 現在関わっている業務は?(複数回答可)

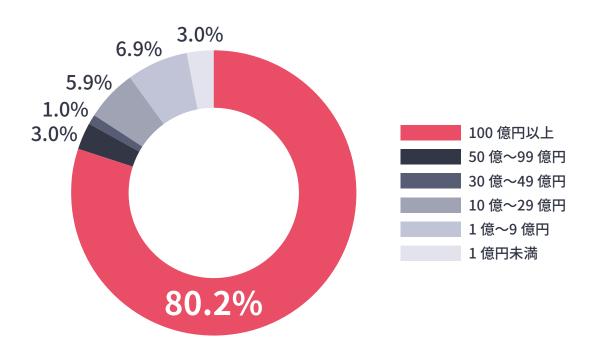




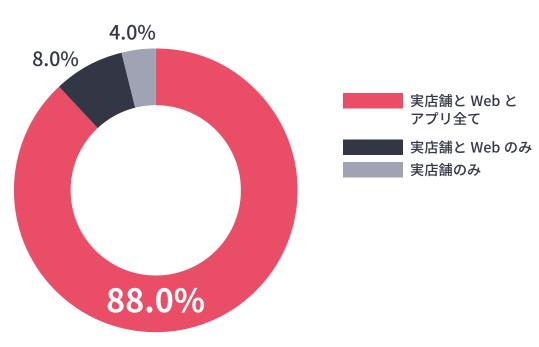
## 回答企業属性

売上規模100億円を超える企業が8割を占め、全てのチャネルを運用するマルチチャネル企業が多いなど、エンタープライズ企業の多い回答者属性となった。

## あなたの勤務先の年商規模は?



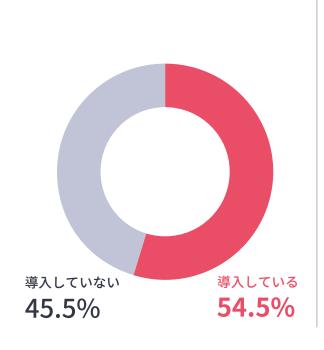
## あなたの勤務先のマルチチャネル状況は?

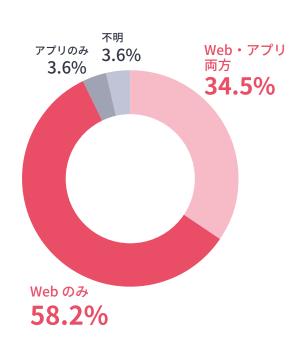


## Web・アプリ接客ツールの導入状況

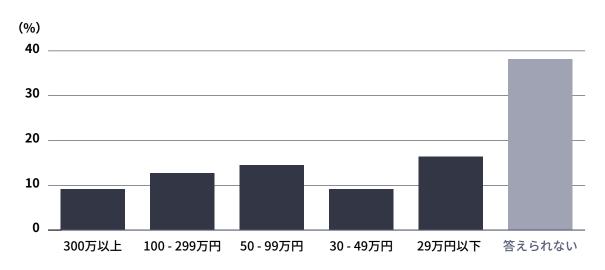
Web・アプリ接客ツールは50%超が導入しており、Webのみの導入社が6割近くを占める。 ツールの月額利用料は、最も利用頻度の高いツール1つの利用料を聞いているが、20万円以下 から300万円以上までとかなりばらつきが多い。

## 接客ツールを**導入**されてますか? **どのチャネル**に利用していますか?





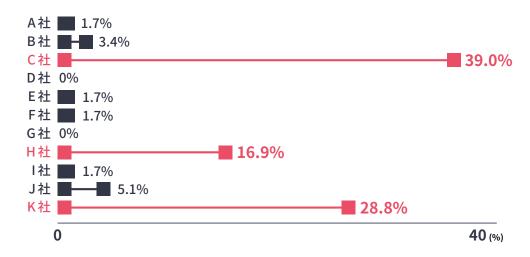
## おおよその月額利用料金を教えてください



## 導入ツールベンダーと選定ポイント

導入しているツールのベンダー名は伏せるが、ほぼ3社で寡占されている状況。 ツール導入の選定ポイントは、料金面を除くと、サポート体制、施策の自由度、UI/UXの使いや すさ、既存ツールとの連携のしやすさが多い。

#### どの接客ツールを導入していますか?



#### どのような点を意識して**選定**を行いますか?

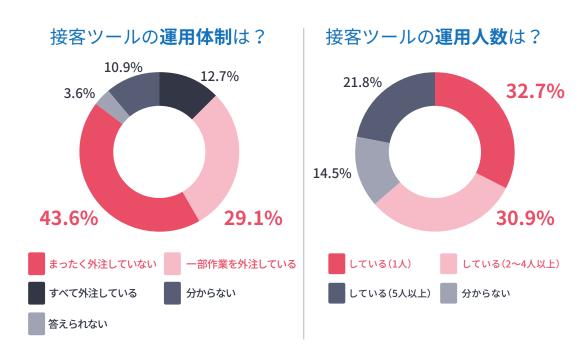




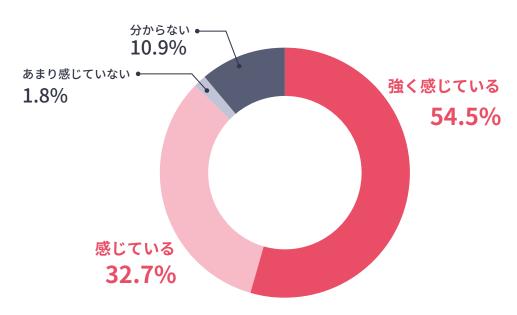
## Web・アプリ接客ツールの運用体制

接客ツールの運用体制としては、完全に内製している企業は40%ほどで、ほぼ同じ割合の企業が外部の運用会社を利用している。

内製している企業の32.7%が1名の担当者で運用しており、運用を支援する「カスタマーサクセス」の重要性を強く感じている企業が多い。



## カスタマーサクセスの重要性をどの程度感じているか

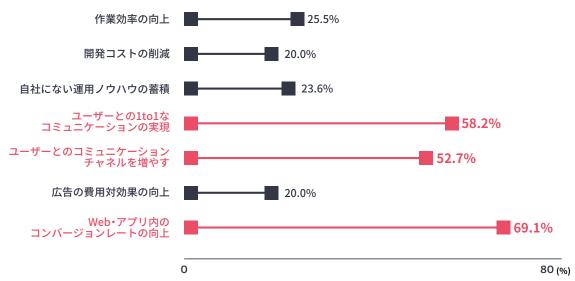


## 接客ツールの導入目的と導入効果

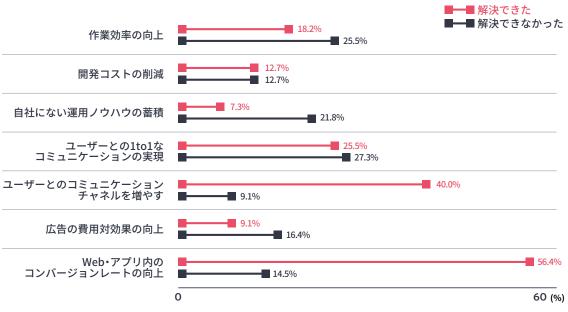
接客ツールの導入目的としては、1to1のコミュニケーションの実現、コミュニケーション チャネルの拡大、コンバージョンレートの向上が多い。

導入効果にはGAPが見られ、チャネルの拡大とコンバージョンレートの向上には大きな成果 を感じているが、その他の項目については、課題を感じている企業が多い。

#### 接客ツールの導入目的は?



## 導入効果(課題解決できたか否か)は?





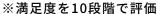
## 接客ツールの満足度と導入後に感じた課題

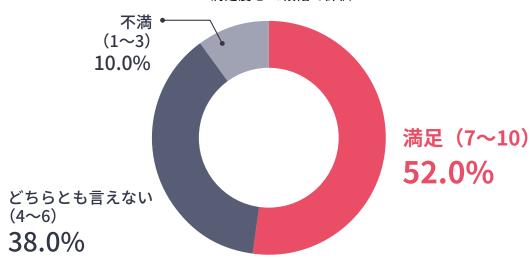
接客ツールの満足度については半分以上の企業が満足している。

接客ツール導入後に課題に感じた点について、作業時間が増えた事については、むしろ当初予定より利用が活性化し、その結果ツール運営に関わる時間が増加したと考えられる。

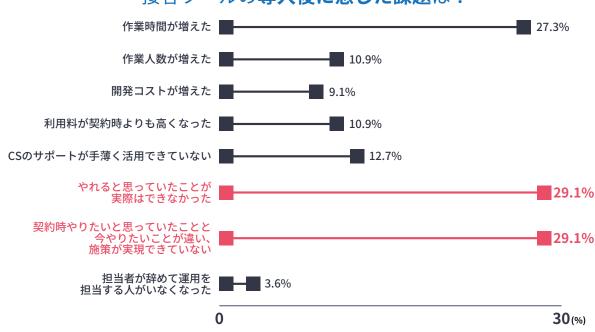
問題は、「やれると思っていた事が実際はできなかった」との回答が3割近く存在する事であり、 導入前の期待値とのGAPが一定発生している状況。

#### 接客ツールの満足度は?





## 接客ツールの導入後に感じた課題は?

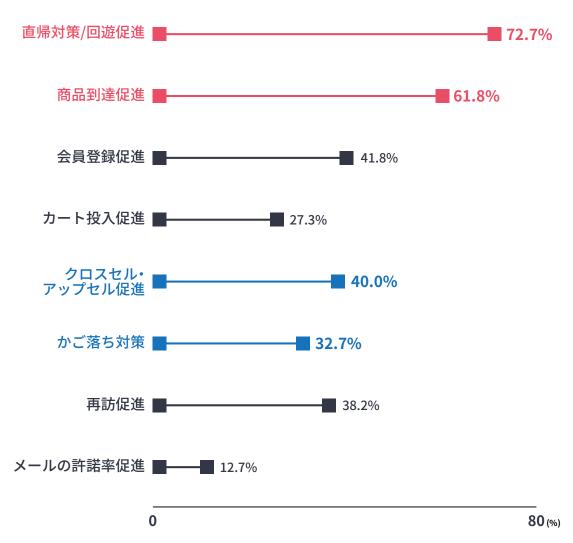




## 接客ツールで実施中の施策

接客ツールを用いて実施中の施策については、回遊促進や商品到達促進といった、サイト内施策での利用が目立つ一方、カゴ落ち対策やリテンション促進などにはあまり利用されていない。これは恐らく、既にSalesforceやMarketoなどのMAツールやCRMツールが導入されており、接客ツールとの役割分担を行っている事が背景にあると思われる。またその傾向は、ツール導入事の選定ポイントとして「既存システムとの連携のしやすさ」を挙げた回答者が20%近くいた事からも類推される。

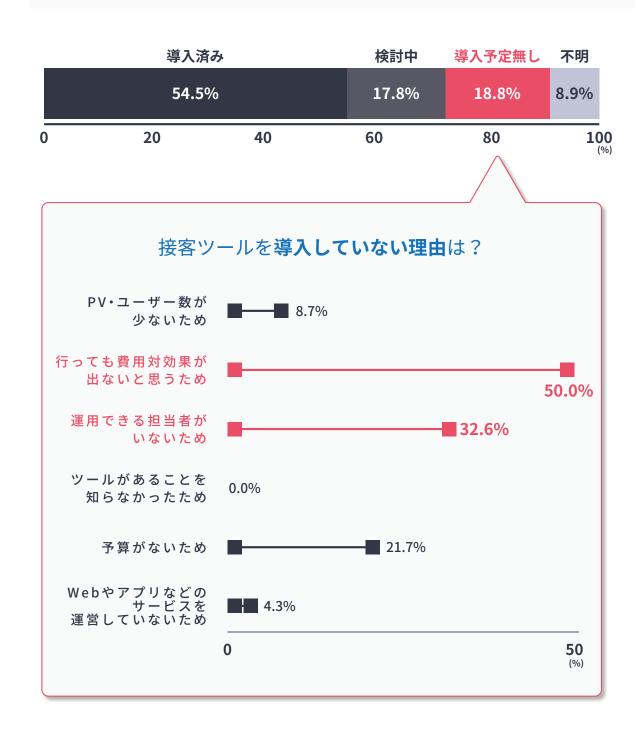
## 接客ツールの実施中の施策は?





## 接客ツールを導入しない理由

接客ツール未導入の企業が約4割いるが、そのうち半分はそもそも導入予定が無いと答えており、その理由として「費用対効果が出ないのでは無いか?」という疑問を持つ回答者が多い。 また、大きな課題として「そもそも運用できる人間がいない」という、体制面・ノウハウ面の課題 を抱える回答者が3割超おり、カスタマーサクセス等の運用支援の重要性が浮き彫りとなった。



## 接客ツール検討中企業の状況

今後ツールの導入を検討している企業の多くは、Web接客ツールを中心としているが、多くの回答者が「Web・アプリ横断でマーケティングを実行できるツール」を求めている。

その中で、ワンツーワンコミュニケーションの実現を50%の回答者が求めており、OMOにおける顧客コミュニケーションの実現手段として、Web/アプリ接客ツールに期待を寄せている様子が伺える。

#### 今後の接客ツール導入予定は?



## 接客ツール検討の目的(導入検討中企業)は?





Totaled result

## 単純集計結果一覧

## 下記の表は回答属性によって 3 つの色に分けています。

特徴的な項目

ポジティブな特徴

ネガティブな特徴

Q1_1 あなたの勤務先の業種(主な事業内容)としてもっとも近いものを選	択ください。	
		MA
IT・通信・インターネット	25	24.8 %
メーカー	27	26.7 %
商社	1	1.0 %
サービス・レジャー	7	6.9 %
流通・小売	35	34.7 %
外食	5	5.0 %
金融・保険	5	5.0 %
不動産・建設・設備	2	2.0 %
その他	8	7.9 %
◆回答対象者数(全回答者)	101	100.0 %

Q2_1 あなたが現在関わっている業務を全て選択ください。		
		MA
経営企画	23	22.8 %
営業・営業企画	38	37.6 %
MD・商品開発・商品企画	30	29.7 %
サイト運営・管理	62	61.4 %
サイト制作	44	43.6 %
サイトシステムの管理、導入	41	40.6 %
調査・リサーチ	39	38.6 %
宣伝・プロモーション	75	74.3 %
カスタマーサービス / カスタマーサクセス	30	29.7 %
バイヤー	3	3.0 %
新規事業	32	31.7 %
資材調達	1	1.0 %
商品管理(仕入れ、在庫管理、データ管理等)	9	8.9 %
総務・人事・法務	3	3.0 %
財務・会計・経理	2	2.0 %
その他	4	4.0 %
◆回答対象者数(全回答者)	101	100.0 %



Q3 あなたの勤務先の年商規模を選択ください。		
		SA
100 億円以上	81	80.2 %
50 億~ 99 億円	3	3.0 %
30 億~ 49 億円	1	1.0 %
10 億~ 29 億円	6	5.9 %
1 億~ 9 億円	7	6.9 %
1 億円未満	3	3.0 %
◆回答対象者数(全回答者)	101	100.0 %

Q4_1 めなたの勤務元では Web サイト・アノ	リ・夫店舗のとらりを連呂していますか。	•
運営チャネル		МА
Web サイト	98	97.0 %
アプリ	72	71.3 %
実店舗	50	49.5 %
◆回答対象者数(全回答者)	101	100.0 %
マルチチャネル状況		SA

O4.1 なかたの勤務生では Web サイト・アプリ・実庁舗のどちらを運営していますか?

実店舗のみ	2	4.0 %
実店舗と Web のみ	4	8.0 %
実店舗と Web とアプリ全て	44	88.0 %
◆回答対象者数(ユニーク解答者数)	50	100.0 %

#### Q5 Web サイト・アプリの運営は自社で行なっていますか? (楽天、amazon などモールは除き、独自のドメインがあるサービスサイトのみを指します)

SA4.0 % いいえ(支援事業者の方や、実店舗やモールでのみサービス運営を行っている方) はい(自社で運用している) 93 92.1 % はい(社外より発注を受け運用を代行している) 2 2.0 % 答えられない 1.0 % 1 分からない 1.0 % 1 ◆回答対象者数(全回答者) 101 100.0 %

# Q6 現在、Web・アプリ接客ツールを導入されてますか?SA導入していない4645.5 %導入している5554.5 %◆回答対象者数(全回答者)101100.0 %

#### Q8\_1 Web・アプリ接客ツールを契約するとき、どのような点を意識して選定を行いますか? 特に意識するものを 3 つ以内でお答えください。

Michigan Control Control Control		
		МА
初期費用	12	11.9 %
月額費用	42	41.6 %
サポート体制	27	26.7 %
営業担当者の人柄	2	2.0 %
機能の数	7	6.9 %
施策の自由度	18	17.8 %
導入企業社数	1	1.0 %
自社のサービスと近いサービスの事例	6	5.9 %
UI/UX の使いやすさ	17	16.8 %
カスタマイズのしやすさ	8	7.9 %
既存ツールとの連携のしやすさ	18	17.8 %
課金体系	1	1.0 %
◆回答対象者数(全回答者)	101	100.0 %

Q10 Web・アプリ接客ツールをどの販売チャネルで利用していますか?		
		SA
Web・アプリ両方	19	34.5 %
Web のみ	32	58.2 %
アプリのみ	2	3.6 %
不明	2	3.6 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %



#### Q11 Web・アプリ接客ツールの利用におけるおおよその月額料金を教えてください。 (複数利用している場合は一番活用度が高いサービスの料金を教えてください)

		SA
300 万以上	5	9.1 %
100万~299万円	7	12.7 %
50 万~ 99 万円	8	14.5 %
30 万~ 49 万円	5	9.1 %
29 万円以下	9	16.4 %
答えられない	21	38.2 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %

Q12 Web・アプリ接客ツールの運用は外注のサービスを利用していますか?		
		SA
すべて外注している	7	12.7 %
一部作業を外注している	16	29.1 %
まったく外注していない	24	43.6 %
答えられない	2	3.6 %
分からない	6	10.9 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %

#### Q13 Web・アプリ接客ツールの運用は内製化していますか?内製している場合、担当者は何人配置 していますか?

		SA
している (1人)	18	32.7 %
している(2~4人以上)	17	30.9 %
している(5 人以上)	8	14.5 %
分からない	12	21.8 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %



## Q14 Web・アプリ接客ツールの運用においてカスタマーサクセスやサポートの重要性をどの程度感じていますか?

		SA
強く感じている	30	54.5 %
感じている	18	32.7 %
あまり感じていない	1	1.8 %
分からない	6	10.9 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %

Q15_1 Web・アプリ接客ツールはどんな課題を解決するために導入されましたか?		
		MA
作業効率の向上	14	25.5 %
開発コストの削減	11	20.0 %
自社にない運用ノウハウの蓄積	13	23.6 %
ユーザーとの 1to1 なコミュニケーションの実現	32	58.2 %
ユーザーとのコミュニケーションチャネルを増やす	29	52.7 %
広告の費用対効果の向上	11	20.0 %
Web・アプリ内のコンバージョンレートの向上	38	69.1 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %

Q16_1 Web・アプリ接客ツールを利用することで課題解決ができたと思うものを選択してください。		
		MA
作業効率の向上	10	18.2 %
開発コストの削減	7	12.7 %
自社にない運用ノウハウの蓄積	4	7.3 %
ユーザーとの 1to1 なコミュニケーションの実現	14	25.5 %
ユーザーとのコミュニケーションチャネルを増やす	22	40.0 %
広告の費用対効果の向上	5	9.1 %
Web・アプリ内のコンバージョンレートの向上	31	56.4 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	55	100.0 %

#### Q17\_1 Web・アプリ接客ツールを利用したが解決しなかったと思うものを選択してください。 MA作業効率の向上 14 25.5 % 7 開発コストの削減 12.7 % 自社にない運用ノウハウの蓄積 12 21.8 % ユーザーとの 1to1 なコミュニケーションの実現 15 27.3 % ユーザーとのコミュニケーションチャネルを増やす 5 9.1 % 広告の費用対効果の向上 9 16.4 % Web・アプリ内のコンバージョンレートの向上 8 14.5 % ◆回答対象者数(導入済み企業のみ) 100.0 % 55

Q18_3 Web・アプリ接客ツールを導入後、新たに課題に感じ始めたことはあり	ますか?	
		МА
作業時間が増えた	15	27.3 %
作業人数が増えた	6	10.9 %
開発コストが増えた	5	9.1 %
利用料が契約時よりも高くなった	6	10.9 %
CS のサポートが手薄く活用できていない	7	12.7 %
やれると思っていたことが実際はできなかった	16	29.1 %
契約時やりたいと思っていたことと今やりたいことが違い、施策が実現できていない	16	29.1 %
担当者が辞めて運用を担当する人がいなくなった	2	3.6 %
◆回答対象者数	55	100.0 %

#### Q19 現在利用している Web・アプリ接客ツールの満足度について 10 段階評価で教えてください。 10 にいくにつれて満足度は高くなります。(複数利用している場合は一番活用度が高いサービ スの満足度を教えてください)

		SA
不満(1~3)	5	10.0 %
どちらとも言えない(4 $\sim$ 6)	19	38.0 %
満足(7~10)	26	52.0 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ)	50	100.0 %

※未回答:5名



	MΑ
直帰対策 / 回遊促進 40 40	72.7 %
商品到達促進 34	61.8 %
会員登録促進 23	41.8 %
カート投入促進 15	27.3 %
クロスセル・アップセル促進 22	40.0 %
かご落ち対策 18	32.7 %
再訪促進 21	38.2 %
メールの許諾率促進 7	12.7 %
◆回答対象者数(導入済み企業のみ) 55 1	100.0 %

Q22_1 Web・アプリ接客ツールを導入していない理由を教えてください。		
		MA
PV・ユーザー数が少ないため	4	8.7 %
行っても費用対効果が出ないと思うため	23	50.0 %
運用できる担当者がいないため	15	32.6 %
ツールがあることを知らなかったため	0	0.0 %
予算がないため	10	21.7 %
Web やアプリなどのサービスを運営していないため	2	4.3 %
◆回答対象者数(未導入企業のみ)	46	100.0 %

Q23 今後 Web・アプリ接客ツールについて検討する予定はありますか?		
		SA
Web やアプリを横断してマーケティングできる接客ツールを検討している	8	17.4 %
Web 接客ツールを導入検討している	7	15.2 %
アプリ接客ツールの導入を検討している	3	6.5 %
検討していない	19	41.3 %
分からない	9	19.6 %
◆回答対象者数(未導入企業のみ)	46	100.0 %

Q24 導入を検討している場合、どんな課題を解決したいとお考えか教えてください。		
		MA
Web・アプリ内のコンバージョンレートの向上	3	16.7 %
ユーザーとの 1to1 なコミュニケーションの実現	9	50.0 %
ユーザーとのコミュニケーションチャネルを増やす	3	16.7 %
広告の費用対効果の向上	2	11.1 %
作業効率の向上	1	5.6 %
◆回答対象者数(検討中企業のみ)	18	100.0 %



あなたの課題にあった適切なプランをご提案いたします。 まずは下記フォームより貴社についてお聞かせください。

## Reproから自社の課題に合わせた 最適な提案を受ける



QRコードからアクセス



その他、この資料に関してご興味や疑問点がある方はお気軽にご連絡下さい。

**」** お問い合わせフォーム https://repro.io/contact/