

サポートコミュニティ利用者は解決の結果に関わらず 必要なソリューションとして評価

サポートコミュニティ利用者の自己解決と満足に関する調査分析

Abstract／調査結果サマリー

- サポートコミュニティを利用する質問者の65.7%が「解決した」または「参考になった」と回答し、閲覧者の68.4%が「解決した」「結果的に自己解決できた」「参考になった」と回答する結果となった。
- サポートコミュニティの質問者と閲覧者の79.7%が、「製品やサービスで困りごとがあった際にはサポートコミュニティをまた利用したい」と回答。
- 利用者の81.6%が、「他の企業にも利用者同士で疑問を解決するサポートコミュニティを用意してほしい」と回答。

Introduction／調査のめあて

企業が行う顧客サポートのサポートチャネル（サポート手段）の一つとして株式会社オウケイウェイヴが提供するサポートコミュニティ（Q&Aコミュニティ）「OKBIZ. for Community Support」（以下、「OKBIZ. CS」^{※1}）の利用者へのアンケート調査を通じて、サポートコミュニティの利用者の自己解決と満足度、さらにそこから分析される利用者の実態を考察した。

<調査概要>

下記期間、「OKBIZ. CS」サイト内からの誘導、「OKBIZ. CS」配信メールからの誘導によりオンライン上のアンケート形式の調査を実施した。

取得期間：2019年10月7日～2019年12月2日

有効回答数：711件

^{※1} 「OKBIZ. for Community Support」は営業時間外、自社サポート範囲外などの問い合わせを顧客同士で問題解決する顧客参加型のサポートコミュニティ開設サービス。サポートコミュニティから投稿された利用者からの質問は、同コミュニティ内の他の利用者以外に、Q&Aサイト「OKWAVE」のユーザーにも共有されるため、より多くのユーザーからの素早い回答が期待できる仕組み。導入企業はメーカー、通信事業者、ソフトウェア、銀行など21サイトに及ぶ（2020年2月26日現在）。

Results／調査結果から抜粋

1. 属性について

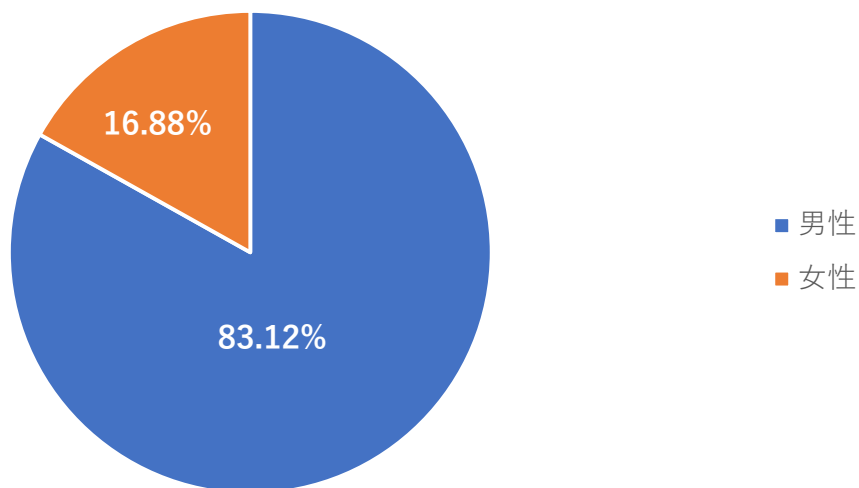


図1：性別 (N=711)

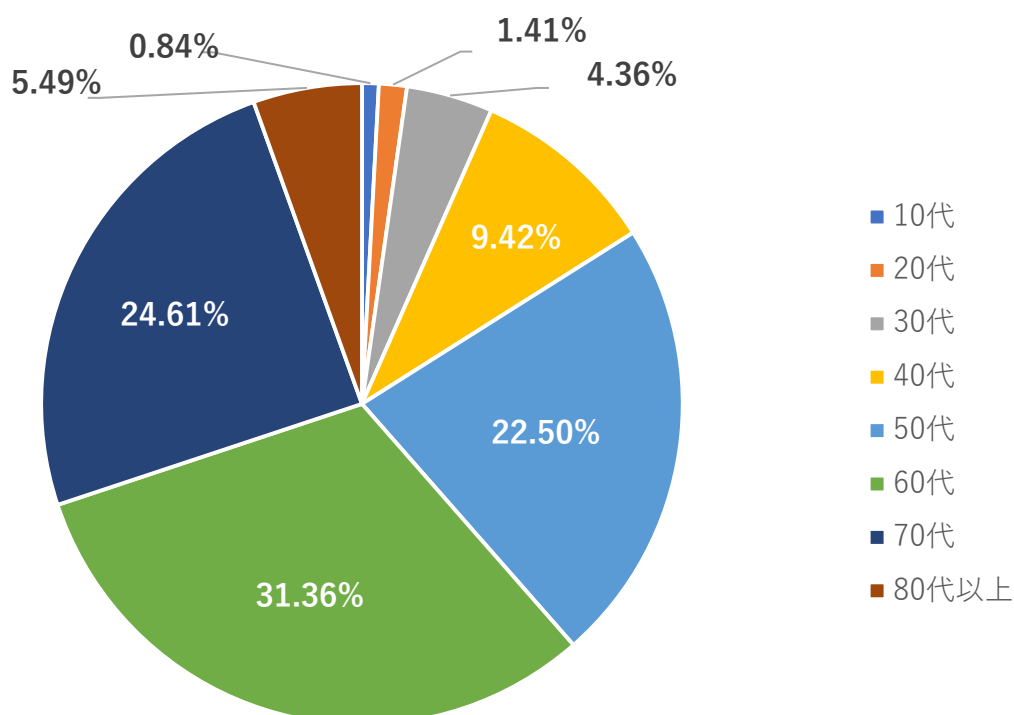


図2：年齢層 (N=711)

2. サポートコミュニティで解決したか

サポートコミュニティ利用者の自己解決力に関して、「質問」した利用者の 65.74%が「解決した」または「参考になった」と回答している（図1）。またサポートコミュニティで「質問」はしていない閲覧利用者の 68.42%が「解決した」「結果的に自己解決できた」「参考になった」と回答する結果となった（図2）。

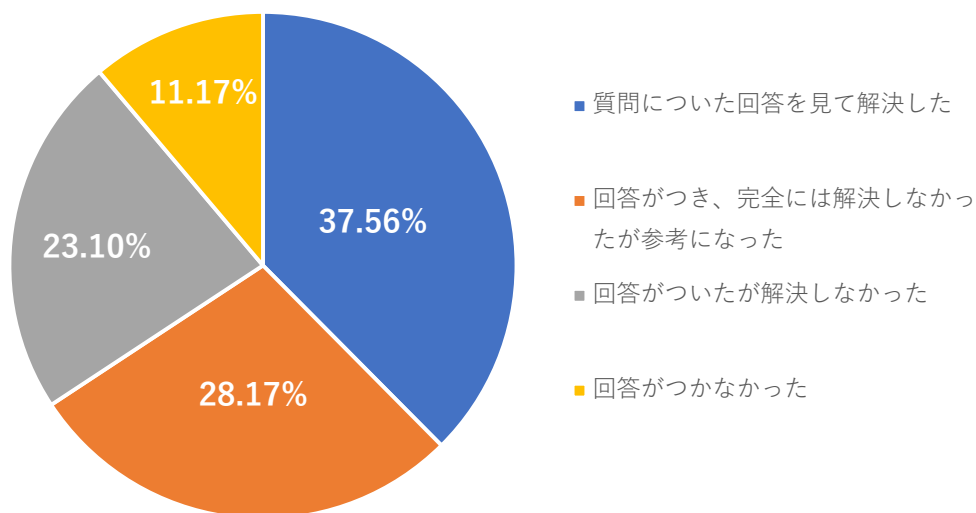


図3：サポートコミュニティで「質問」した利用者の解決状況（N=394）

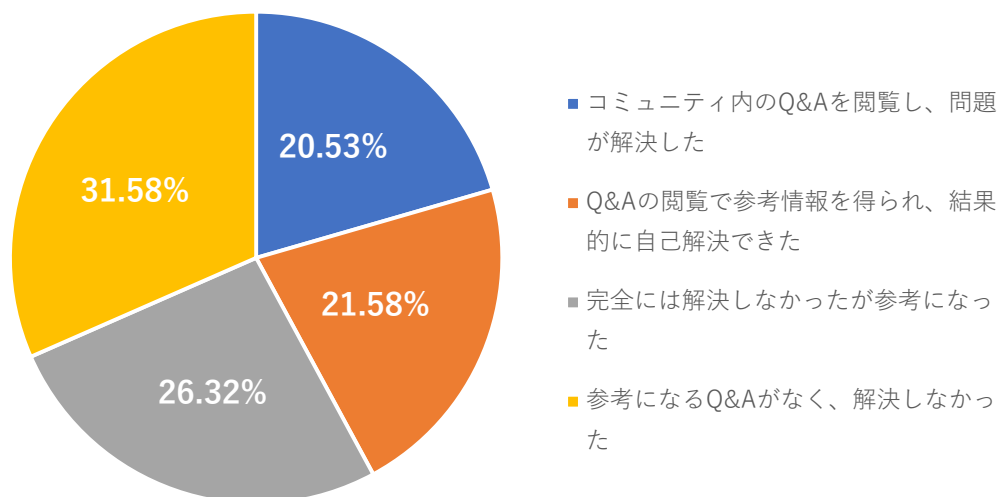


図4：サポートコミュニティを閲覧した利用者の解決状況（N=190）

3. サポートコミュニティがなかった場合の解決方法

サポートコミュニティがなかった場合はどのような解決方法を取るか、という設問に対し、「質問」したことがある利用者は「電話で問い合わせする」(30.20%)、「Eメールで問い合わせをする」(19.29%)、「検索サイトで検索する」(16.50%)の順となった(図3)。一方、「質問」したことの無い閲覧のみの利用者では「検索サイトで検索する」(31.65%)、「電話で問い合わせする」(17.85%)、「Eメールで問い合わせをする」(12.46%)の順という差異が見られた(図4)。

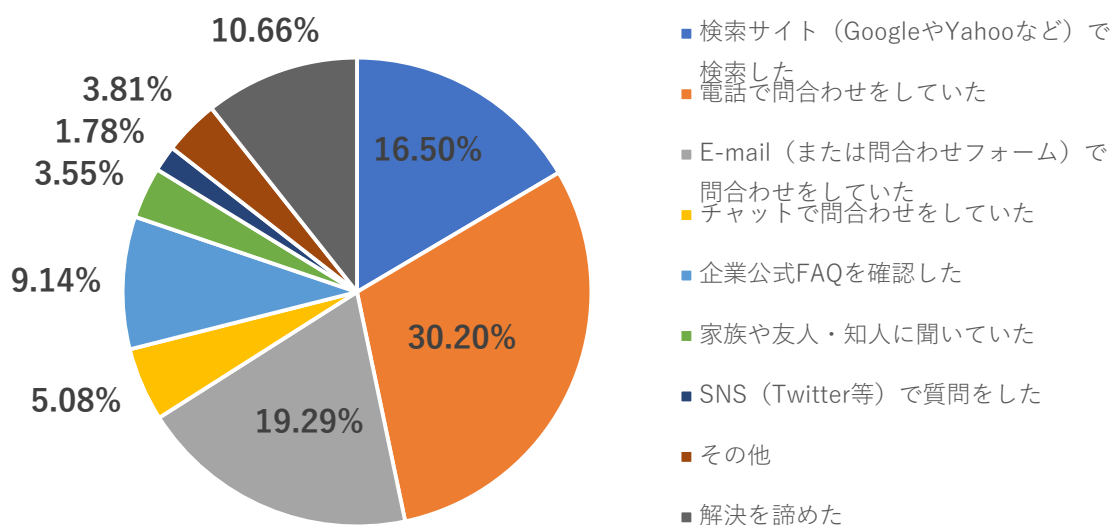


図5：サポートコミュニティで「質問」したことがある利用者の、サポートコミュニティがなかった場合の解決方法 (N=394)

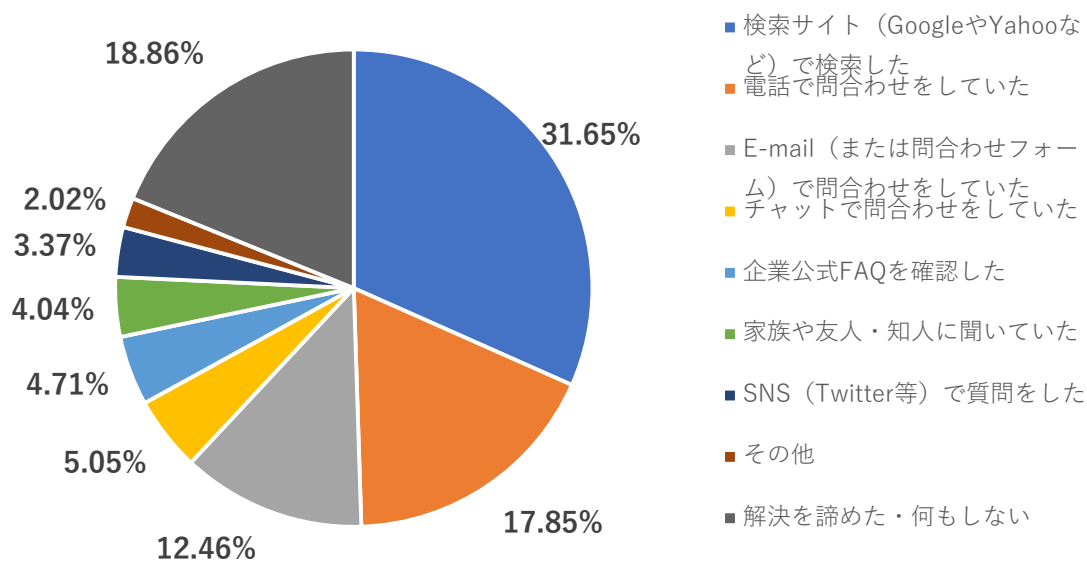


図6：サポートコミュニティで「質問」したことの無い閲覧利用者のサポートコミュニティがなかった場合の代替解決方法 (N=297)

4. 今後も困りごとがあったらサポートコミュニティを利用したいか

今後も困りごとがあったら再度サポートコミュニティを利用したいかという設問に対し、「質問」したことがある利用者は「そう思う」または「どちらかといえばそう思う」が84.26%となった（図5）。閲覧利用者においても、「そう思う」または「どちらかといえばそう思う」が73.74%となった（図6）。

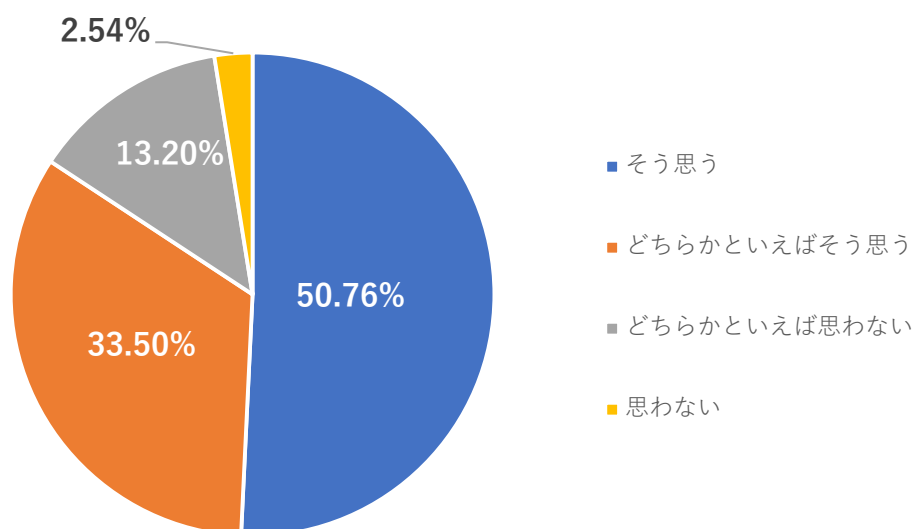


図7：サポートコミュニティで「質問」したことがある利用者の再度の利用の意向（N=394）

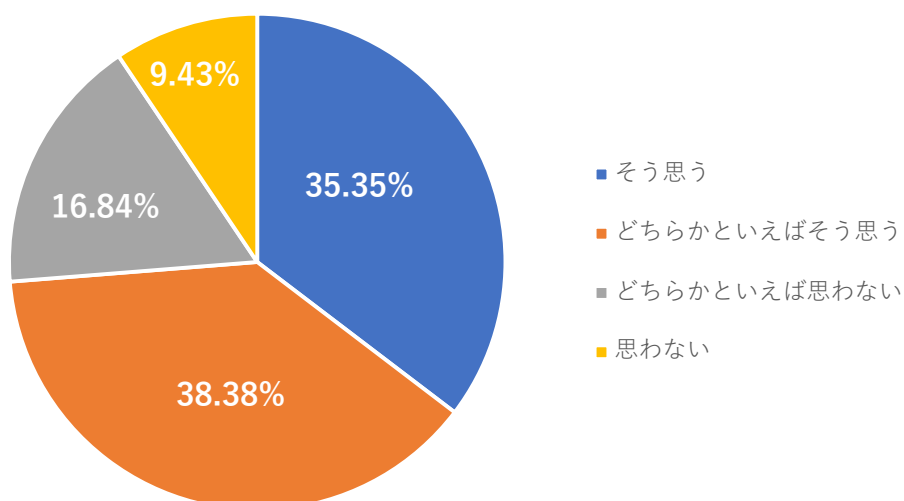


図8：サポートコミュニティの閲覧利用者のサイドの利用の意向（N=297）

5. 他の企業にもサポートコミュニティがあってほしいか

他の企業のサポートサイトにもサポートコミュニティを設けてほしいと思うか、という設問に対し、「そう思う」または「どちらかといえばそう思う」と回答した利用者は全体の81.58%となった（図7）。

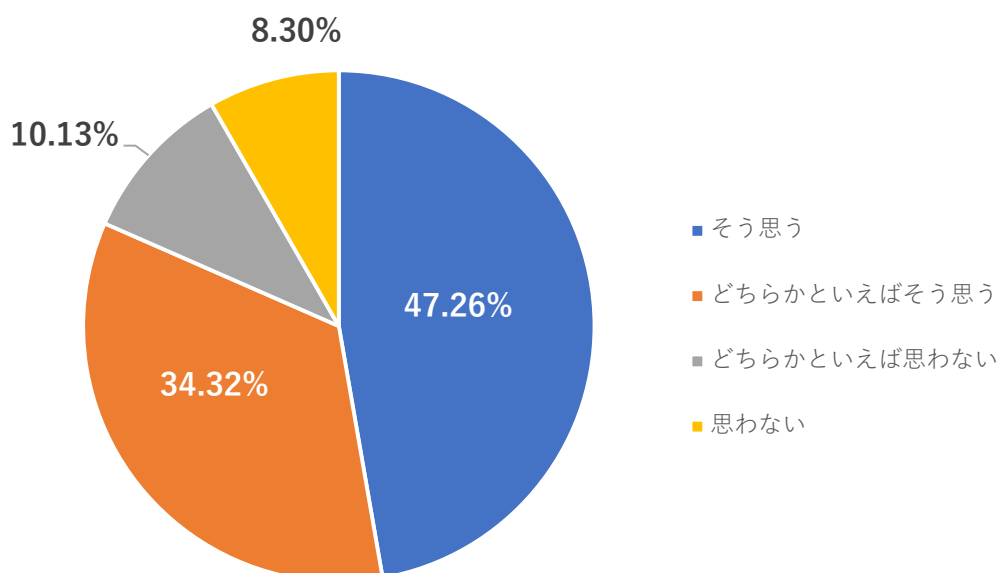


図9：他の企業にもサポートコミュニティがあってほしいか（N=711）

Discussion／研究員による考察

本調査でのアンケート参加者では女性層よりも、とくに50代以上の男性層が中心となっている。これは「OKBIZ. CS」の導入サイトにはプリンターメーカーや通信事業者、ソフトウェアメーカーなどのPC関連製品やインターネットサービスが多いことが要因として考えられる（参考：<https://okbizcs.okwave.jp/>）。

サポートコミュニティでの自己解決の評価は質問をしたことのある利用者、閲覧のみの利用者に関わらず65%以上が解決に寄与したと、一定の評価が与えられている。その要因として、Webサービスであるサポートコミュニティは24時間365日稼働であり必要な情報をいつでも探せることと、昨今の企業が提供する製品やサービスは他社製品とのオンライン連携やスマートフォンアプリ形態であることなどから、困りごとにも分化しがちであることが推察される。そのため、「その製品サービスに詳しい」、「同じ経験をした」ユーザー同士が助け合うQ&A形式のサポートコミュニティは評価が高まるものと考えられる。サポートコミュニティがない場合の他の解決手段として、サポートコミュニティで質問をしたことのある利用者は「電話での問い合わせを行う」とした回答がもっとも多い。本調査と同様に2018年に行った調査にて「電話での問い合わせを行う」とした利用者よりも増加している。これは先述のとおり、製品サービスの複雑化が背景にあるものと推察されるだろう。また、この設問の回答からはサポートコミュニティが企業への問い合わせを事

前に解決に導いていることの裏返しとも言えるだろう。

サポートコミュニティを再度利用したいかという設問においては、このアンケートでの設問において「解決できなかった」とする利用者であってもサポートコミュニティそのものへの評価が高いことがうかがえる。解決できたか否かということも大事だが、解決手段が用意されているか否か、という企業姿勢が評価されていると言えるかもしれない。

今回の調査は前述のとおり、50代以上の男性が占める割合が多いが、総務省が発表している「平成30年通信利用動向調査」では、50～59歳のインターネット利用は40代以下と遜色のない93%におよび、60～69歳では76.6%、70～79歳でも51.0%と、いわゆる高齢者であっても過半数がインターネットを利用している状況にある

(https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/190531_1.pdf)。

このようにもはや年齢を問わずインターネット利用の普及が進んでいることから、サポートコミュニティは課題解決の手段としての受け入れられている傾向がうかがえる調査結果となった。

<関連リンク>

サポツウ！「【2019年調査】サポートコミュニティが与える顧客満足度と自己解決力とは？」<https://okwave.co.jp/spt/column/column-48/>