

2020年11月4日

# コミュニケーションが発生するサービスにおける 炎上リスクと対策

---



# 会社概要



## 会社名

アディッシュ株式会社

## 事業概要

カスタマーリレーション事業

## 所在地

東京都品川区西五反田1-21-8  
ヒューリック五反田山手通ビル8階

## 設立

2014年10月1日

## 従業員数

773名(2020年1月末現在・連結)

© adish Co., Ltd. All rights reserved.

2020年3月東証  
マザーズに上場  
しました。



# アディッシュとは

## カスタマーリレーション事業

インターネット上で行われるコミュニケーションが、  
健全で心地よいものとなるよう  
カスタマーリレーション向上のためのサービスを提供しています。



利用者からのお問い合わせを  
顧客企業に代わって対応する  
カスタマーサポートサービス

インターネットモニタリング  
INTERNET MONITORING

インターネットサービスで生じる  
リスクを監視するサービス



ネットいじめや個人情報流出を  
モニタリングし生徒指導に活か  
していくコンサルティングサービ  
ス



企業のソーシャルメディアの運  
用を代行しファンコミュニティの  
形成を支援

# 新たに生まれるビジネス領域を支援

## ソーシャルメディア



創業より強い市場。モニタリングで高シェア。  
プラットフォームからSNSで問題を抱えている企業や学校など幅広く顧客が存在。

## アプリ・ゲーム



カスタマーサポートやモニタリング等で高いシェアと多数の実績。

## シェアリング エコノミー



出品のモニタリングやカスタマーサポート等で高シェア。  
プラットフォームの多数がクライアント。

## FinTech



不正決済対策やカスタマーサポートで決済フィンテック有力企業が顧客。この1年で急拡大。

## MaaS



経路検索システム「駅すばあと」を提供するヴァル研究所とカスタマーサポートを行うため業務提携。

NEW DOMAIN

# 今日のお話

- 炎上のトレンド 2013-2020, after covid-19
- 炎上の仕組み
- 炎上にどう対策していくか

# 炎上のトレンド

# 炎上の今

● 炎上  
検索キーワード

+ 比較

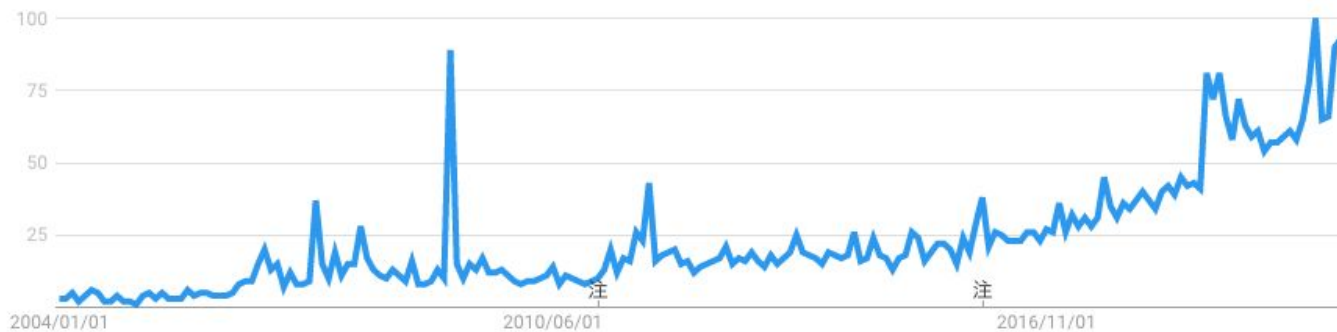
日本 ▼

2004 - 現在 ▼

すべてのカテゴリ ▼

ウェブ検索 ▼

人気度の動向 ⓘ



# 「炎上」と「マーケティング」

● 炎上  
検索キーワード

● マーケティング  
検索キーワード

+ 比較を追加

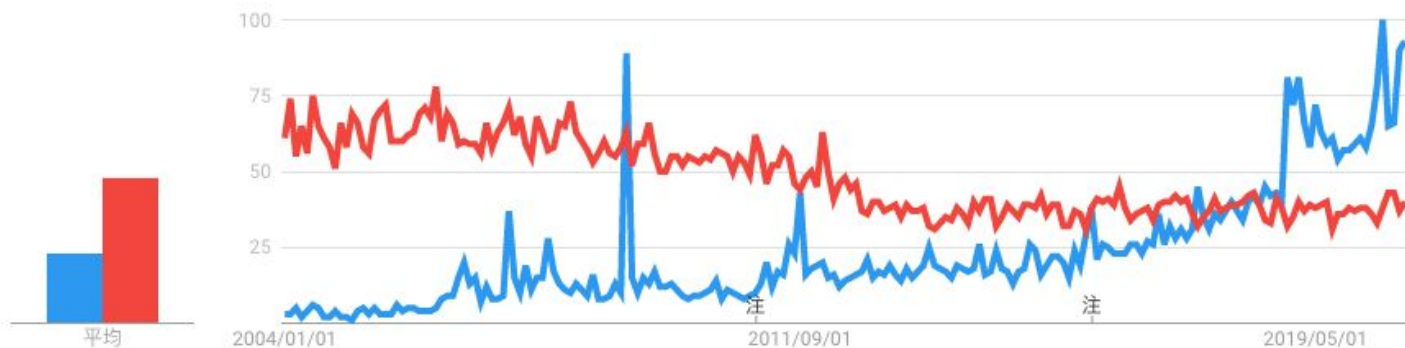
日本 ▼

2004 - 現在 ▼

すべてのカテゴリ ▼

ウェブ検索 ▼

人気度の動向 ⓘ





# 炎上トレンド

2013年～2015年



従業員による不祥事  
不適切行動  
いわゆるバイトテロ

2016年～2017年



異物混入

2018年～2019年



意図しない炎上

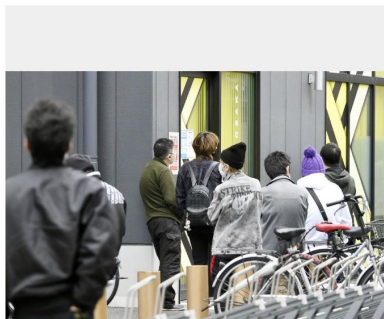
2020: after covid-19

---

# 休業要請が発令された中で営業活動を続ける 実店舗に批判の声が集まる。

## 休業一転、再開の都内パチンコ店 SNS炎上「呆れた」

2020.4.22 15:41 | ライフ | からだ



パチンコ店に入るため並ぶ人たち=22日午前、大阪市

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う政府の緊急事態宣言を受け、自治体の休業要請に従わず開店しているパチンコ店などに批判の声が寄せられている。東京都内の繁華街にあるパチンコ店も20日に営業を再開。近県からも客が訪れているといい、会員制交流サイト（SNS）上では「秩序を乱す」「あきれた」との非難が相次いでいる。

22日昼過ぎごろ、店内には多くの客がいた。スク姿の従業員が立つカウンターには、感染予防のため透明のビニールを設置。台の殺菌消毒を徹底しているとの掲示もあった。一部のフロアでは間を空けるため台を間引いていたが、隣り合っ

## 【コロナ禍】スポーツクラブの「営業続行」と「不親切な休会制度」にSNSで不満噴出

2020年4月11日 11時31分 デイリー新潮

### クラスター感染も発生

新型コロナウイルスの影響で、「不要不急の外出は自粛」と呼びかけた自治体は多い。例えば安倍首相は4月6日、緊急事態宣言を発令すると表明した。にもかかわらず、大手や知名度の高いスポーツクラブは6日も、そして発令された7日も、大半は営業を続けていたのをご存知



写真拡大

休業要請が発令された中で営業活動を続ける

**実店舗**に批判の声が集まる。

休業一転、再開の都内パチンコ店 SNS炎上「呆れた」



※イメージ

<https://www.sankei.com/life/news/200422/lif2004220058-n1.htm>

!

【コロナ禍】スポーツクラブの「営業続行」と「不親切な休会制度」にSNSで不満噴出

<https://www.dailyshincho.jp/article/2020/04111131/?all=11>



※イメージ



# リモートワークが推奨される中で 従来の働き方を続ける**企業**に不満が募る。

## ニトリ店員「休業」求めるSOS 自粛後も混雑続き「年末並み」「ボロボロです」...会社側の反応は？

4/24(金) 20:39配信

CASTニュース  
ビジネス&メディアウォッチ



営業継続と感染防止策を説明（ニトリのサイトから）

短縮営業で客が集中して感染が怖いとして、インテリア大手「ニトリ」の店員らから、全店で休業してほしいとの訴えがツイッターなどで相次いでいる。

家具などは生活必需品と言えるのか、との疑問多い。ニトリ側は、「住まいの必需品」だとしたうえで、店員の負担軽減を図るなど感染防止策を進めるとしている。

## コロナ禍で会社に失望する社員たち、「愛着が薄れた」「経営者に危機感ない」



5月12日（火）6時0分 ダイヤモンドオンライン



会社のコロナ対応に失望している社員は少なくないようです（写真はイメージです）  
Photo:PIXTA

写真を拡大

「会社への信頼感や愛着が薄れたー」。これは、新型コロナウイルスへの企業の対応を嘆いたある女性社員のクチコミだ。就職・転職のためのジョブマーケット・プラットフォーム「OpenWork」には現在、企業のコロナ対応に対するさまざまな社員クチコミが数多く寄せられているという。企業のコロナ対応の遅さや目の利益を優先する状況は、社員の会社への信頼感や愛着を損ねる恐れがある。（ダイヤモンド・セレクト編集部 林恭子）

リモートワークが推奨される中で

従来の働き方を続ける**企業**に不満が募る。

ニトリ店員「休業」求めるSOS 自粛後も混雑続き「年末並み」「ボロボロ  
です」...会社側の反応は？



※イメージ

<https://www.j-cast.com/2020/04/24384971.html?p=all>

コロナ禍で会社に失望する社員たち、「愛着が薄れた」「経営者に危機感ない」


<https://diamond.jp/articles/-/236865>



# コロナ禍でライフラインを支える


# 宅配業者に向けた感謝の声が広がる。

## 【個人的な不満】

 **たいい@泥沼** @h\_tany · 2019年12月8日


あいかわらず佐川は配達遅いな  
朝から配達に出てるステータスのまま、まだ来ない

🗨️ 🔄 ❤️ 📤

 **どれいく@元同居嫁** @doreikxxxguci · 2019年11月26日

佐川急便って配達もクソだけど、電話問い合わせもクソだね。使いたくない💔


🗨️ 1 🔄 ❤️ 7 📤

 **せいや** @njpw1116 · 2019年12月7日

まじで佐川宅急便頭悪いでしょ  
13日の午後に配達予定にしてたんだけどなんか明日配達しますってメールきたわ


🗨️ 🔄 ❤️ 📤

## 【企業姿勢への感謝】


 **ゆうちよん@やっぱり配達依存症** @yuzu\_yuchon · 4月9日

しかしコロナの影響で運送業は大変なご様子(´ω´)  
今佐川ポーターさんからの荷物を数日待ってる状態だけど、まだかかりそう。ゆっくり待ってるから、無事に届けばそれでいいよ。いつもありがとう。

🗨️ 🔄 1 ❤️ 2 📤

 **momo** @momonocaramel · 4月24日

画材をポチってから1週間、昨日無事届きました🌟  
やっとペン入れ出来る👏  
私が頼んだショップがコロナの影響でお忙しいようなので（お忙しい中、丁寧な梱包をありがとうございます🙇）、早め早めが良さそうです。  
そしてこんな時期に1日で配達してくれた佐川さんにも最大級の感謝を🌟

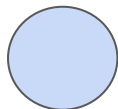
 **みかん（脱原発に全部！違法法案は廃案！）** @marukocat · 4月19日

郵便も置き配あったのね ネットスーパーは先週あたりからハンコ不要の非接触配達になってるし その前からクロネコ・佐川も非接触宅配で Amazonは新コロナ前から置き配してるし もう全然顔も見ないでやりとりできて便利だけど ありがとうが伝えづらいので何か貼っておこうかと思ってる感じです🙇

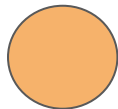
# コロナ禍でライフラインを支える

## 宅配業者に向けた感謝の声が広がる。

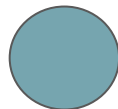
### 【個人的な不満】



AAAA @aaaaa 2019年12月8日  
あいかわらず〇〇急便は**配達遅い**。  
朝からステータスでているのに、まだ来ないー



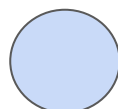
BBBB @bbbbbb 2019年11月10日  
〇〇急便って配達も**クソ**だけど、電話対応も**クソ**。



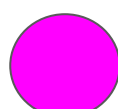
CCCC @cccc 2019年12月2日  
マジで〇〇急便**頭悪い**でしょ。  
1週間後の配達予定にしてたけど明日配達ってメールがきたよ



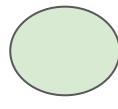
### 【企業姿勢への感謝】



DDDD @dddd 4月10日  
コロナの影響で運送業は大変な様子"(-"-)"  
今〇〇急便の**ポーター**さんからの荷物を数日待ってるけど、まだかかりそう。ゆっくり待ってるから、無事に届けばそれでいい。いつも**ありがとう**。



EEEE @eeee 4月25日  
洋服をポチってから1週間。昨日無事届いた！私が頼んだショップがコロナの影響で忙しいようだけど、丁寧な梱包をありがとうございます<(\_ \_)>  
そしてこんな時期に1日で配達してくれた〇〇**急便**さんに最大限の**感謝**を♡

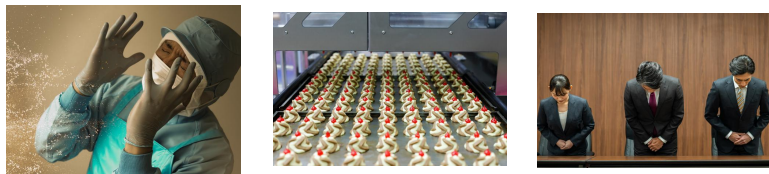


FFFF @ffff 4月20日  
先週からネットスーパーは印鑑不要の**非接触**配達になっているし、郵便も置き配あったのね。その前から〇〇・▲▲も**非接触**宅配で、〇▲はコロナ前から置き配やっていて、顔も合わせないでやりとりが出来て便利だけど、ありがとうが伝えづらいので何か貼っておこうかな



# アフターコロナは「企業姿勢か？」

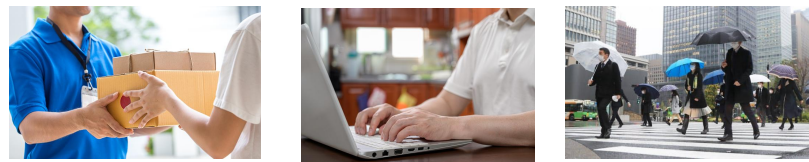
before



バイトテロなど従業員の不適切行動  
異物混入など生産管理  
販促物の表記や解釈

広い意味での「品質」に  
関わる内容が問われていた

after covid-19

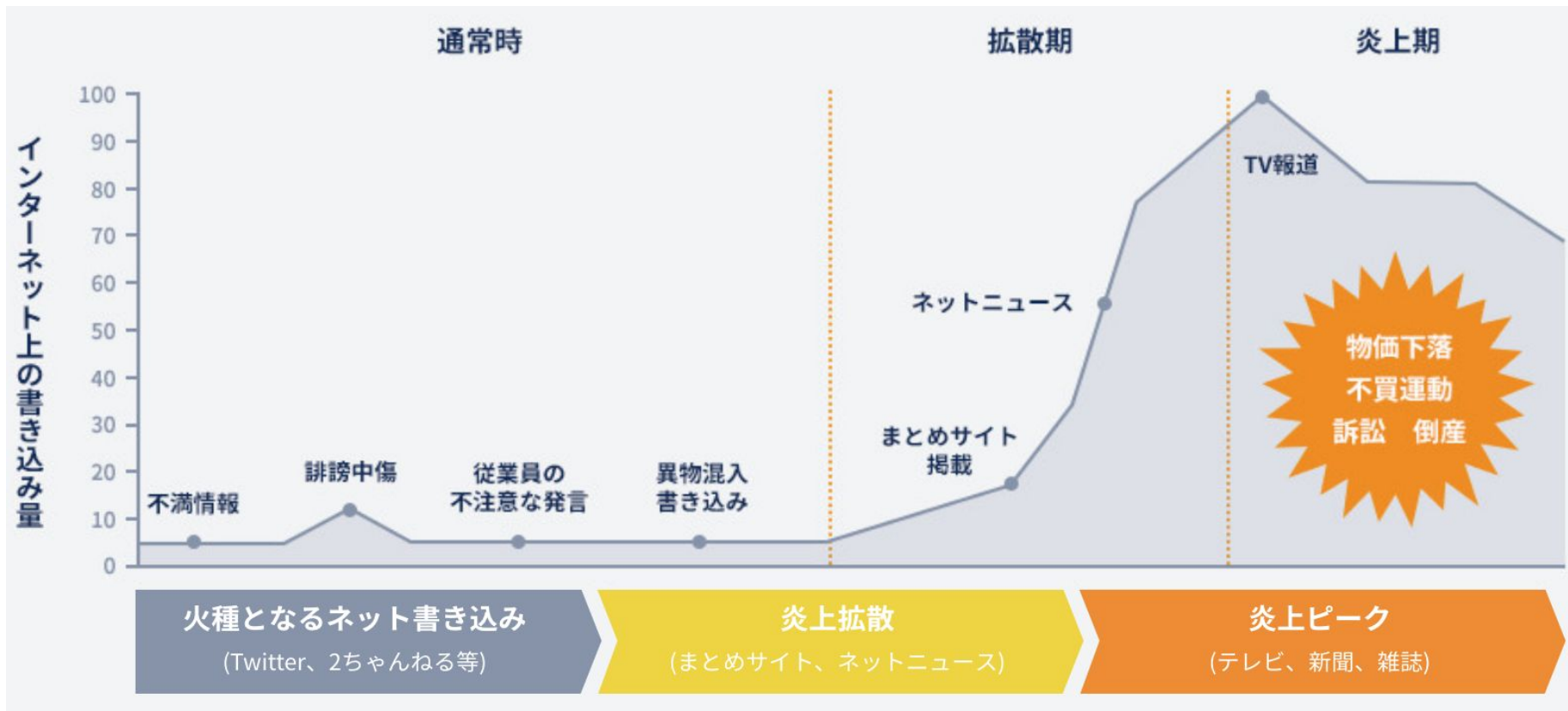


自治体指針と異なる営業時間  
リモートワークへの姿勢

企業の「姿勢」に  
関わる内容が問われるように

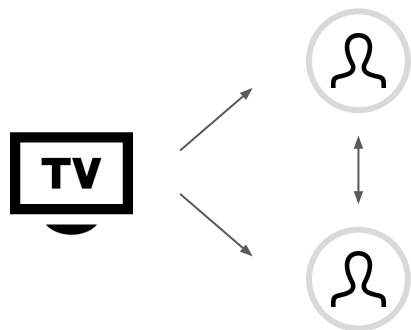
# 炎上の仕組み

# 炎上の流れ



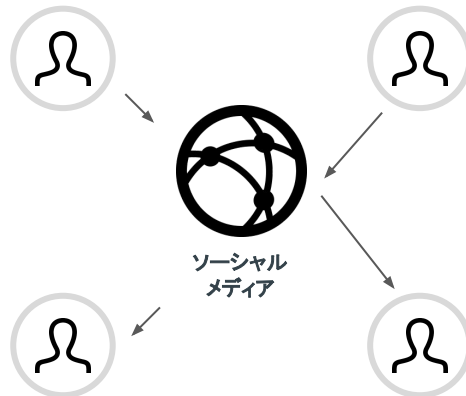
# マスメディアから個人へ

以前



情報への接触がマスメディアからの情報、リアルな人間関係での情報に限られていたため、多様性のある情報への接触が乏しかった。

現在



SNSで様々な意見を発したり受け取ったりすることができ、情報接触の多様性が高まった。

接触する情報の多様性が高まった結果、自身の好き嫌いや規範から外れた情報に接触する機会が増え、  
違和感を感じ正義感から誹謗中傷してしまっている可能性がある

# 炎上の参加者の特徴



年収が高い



主任・係長クラス以上

「年収が高い」「主任・係長クラス以上」が **正義感** で炎上に参加している傾向がある  
また過去1年間で炎上に参加したのは調査対象者中0.5%の方のみ

山口真一 (2015) 実証分析による炎上の実態と炎上加担者属性の検証  
田中辰雄, & 山口真一. (2016). ネット炎上の研究  
山口真一 (2017) 炎上加担動機の実証分析  
山口真一 (2018) 炎上とクチコミの経済学

# サイバークスケード



普段接しているエリア

サイバークスケードしやすい

ソーシャル  
メディア

## サイバークスケード(集団極性化)

考えや思想を同じくする人々がインターネット上で強力に結びついた結果、異なる意見を一切排除した、閉鎖的で過激なコミュニティを形成する現象のこと

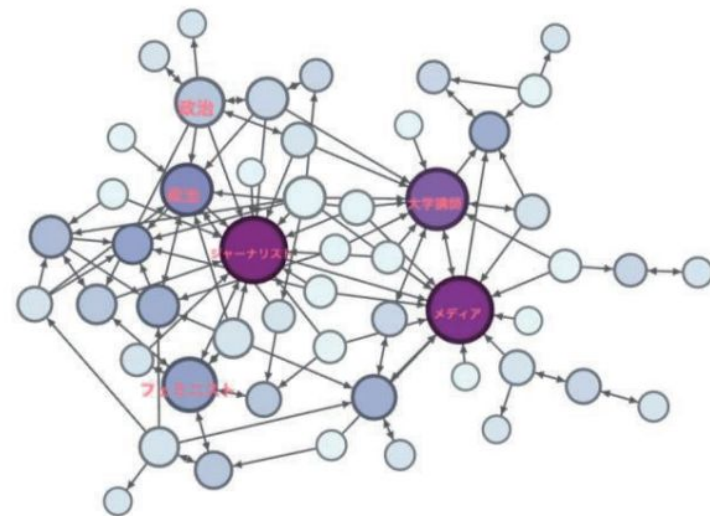
SNSでも自分の心地よい情報を求め、関連性の高い人や投稿へ接触することでサイバークスケードになりやすい。

ただしSNS空間内に存在しているため、外部からの多様な情報も入ってくる。

そこで排他的・過激化した思考と対立してしまい誹謗中傷に繋がる可能性がある。

# 炎上の共振構造

炎上においてネットワークで密に繋がった高頻度関与ユーザー群が同じ炎上トピックに対してツイートを行う情報の共振構造が観察されている。各ユーザーはフォロワー数が多く、炎上の拡散に影響を及ぼしていると推察されている



## まとめると

正義感を持った極わずかの人たちが  
相互に共振しながら炎上をさせ  
それをメディアが拾い上げ一気に一般に広げる



拡散フレームワークにより  
火種があると容易に拡散する



一度広がりだすと簡単には鎮火しない



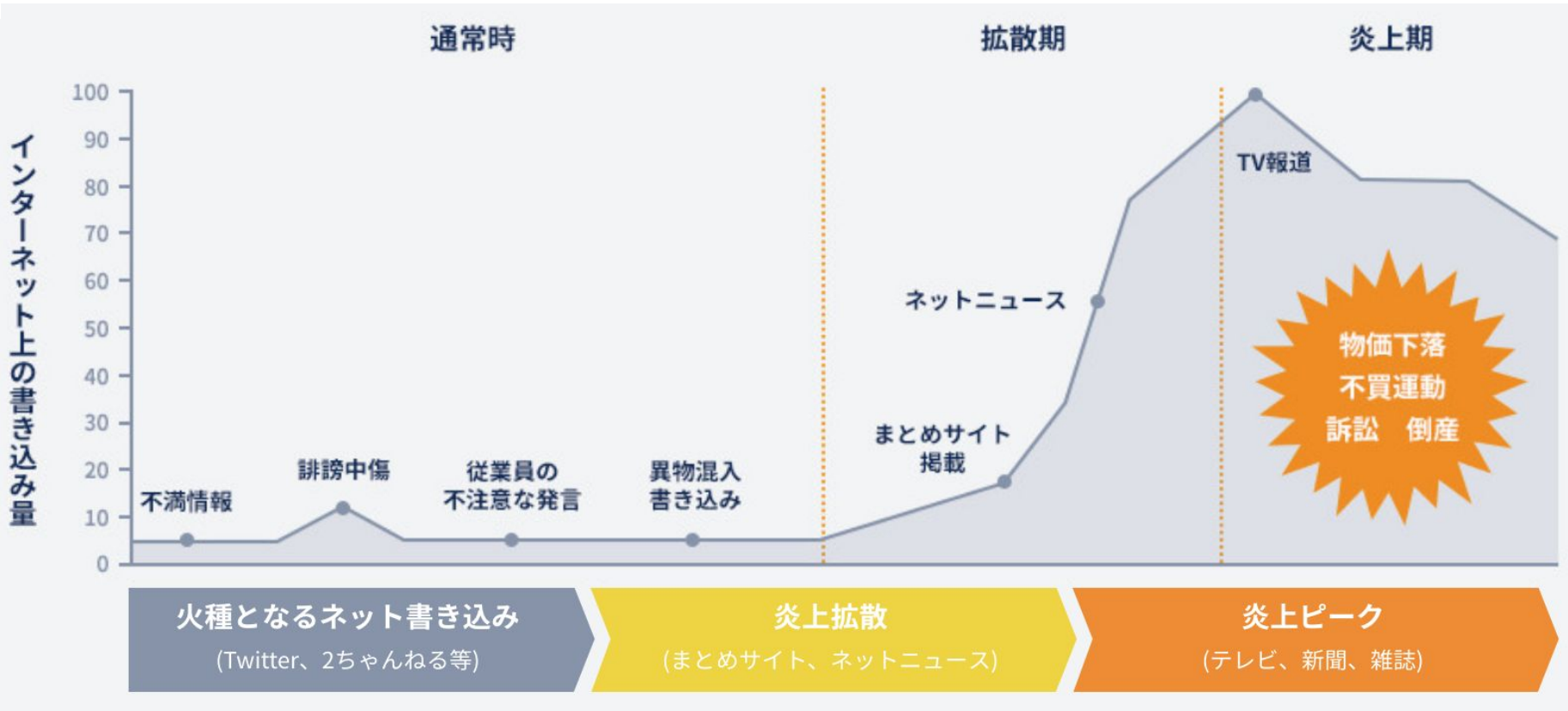


炎上にどう対応していくか

# どうすべきか

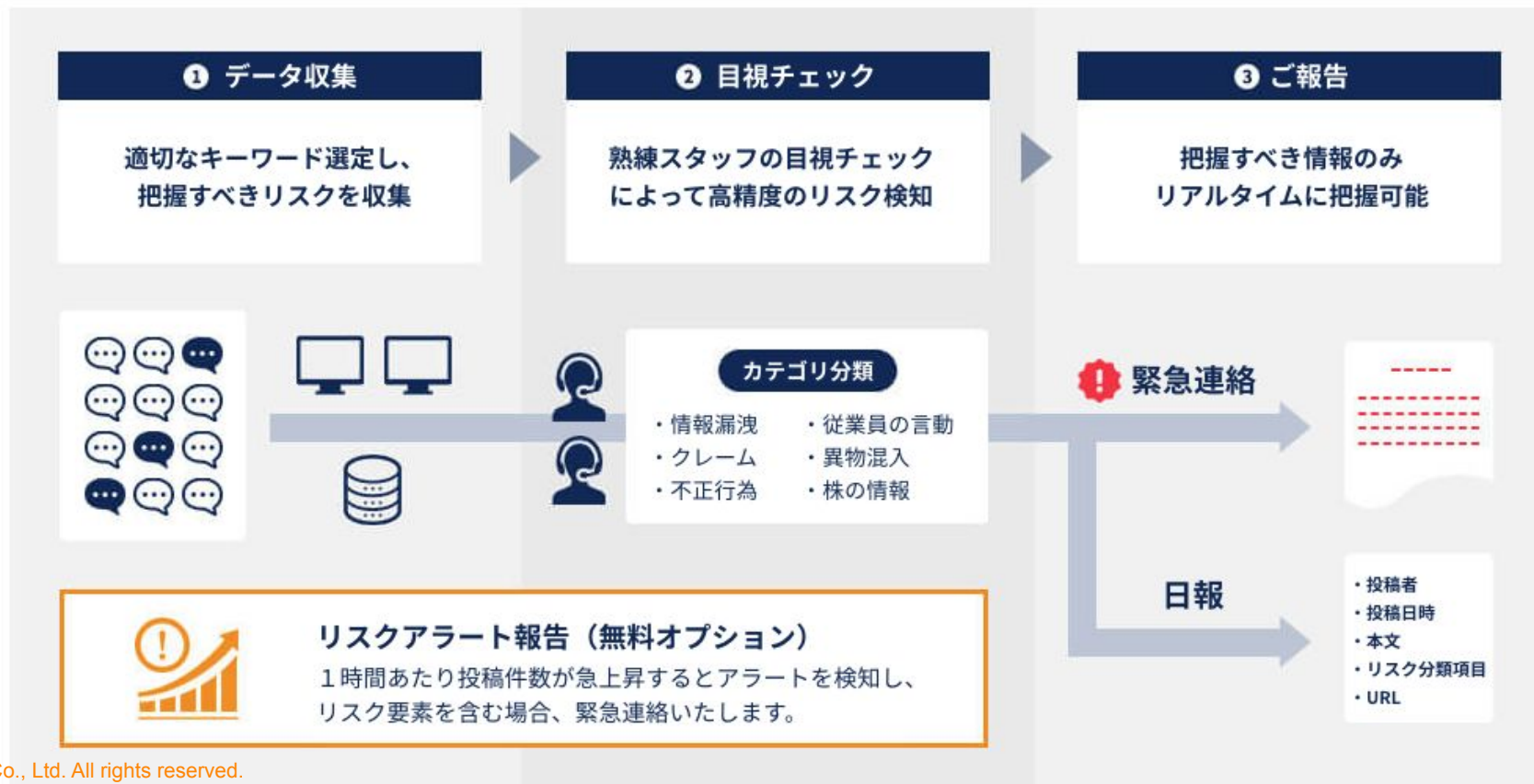
- ▶ 炎上した際に即対応できるようにする
- ▶ 炎上しないようにする(原因をなくす)

# 炎上した際に即対応できるようにする



早め早めの察知と対応が重要に

# ソーシャルリスニングサービス



# どうすべきか

- ▶ 炎上した際に即対応できるようにする
- ▶ 炎上しないようにする(原因をなくす)

# シェアリングエコノミーでの炎上可能性分類

## 従業員

従業員が不適切な発言や投稿をしてしまう

## マーケティング

不適切なマーケティング活動をしてしまう(意図しない炎上含む)

## 利用ユーザーによる炎上

ゲストまたはホストが不適切な行為などをしてしまうことによる炎上

## サービスに関する指摘

不適切なサービス内容をそのままにしてしまったり、不適切なサポート対応をしてしまう

# シェアリングエコノミーでの炎上可能性分類と対策

## 従業員

従業員が不適切な発言や投稿をしてしまう

リテラシー教育

## マーケティング

不適切なマーケティング活動をしてしまう(意図しない炎上含む)

コンテキストへの意識

## 利用ユーザーによる炎上

ゲストまたはホストが不適切な行為などをしてしまうことによる炎上

察知してどのように対応していくか

## サービスに関する指摘

不適切なサービス内容をそのままにしまったり、不適切なサポート対応をしてしまう

この中でマーケティングが一番難しい。ここを理解できると他の要因も対応しやすくなる。



# まずは危ないポイントを理解する

炎上しやすいセンシティブな話題を避ける、注意する

山口「炎上とクチコミの経済学」より

格差を感じさせる話題

食べ物・社会保障・所得格差等

熱心な人がいる話題

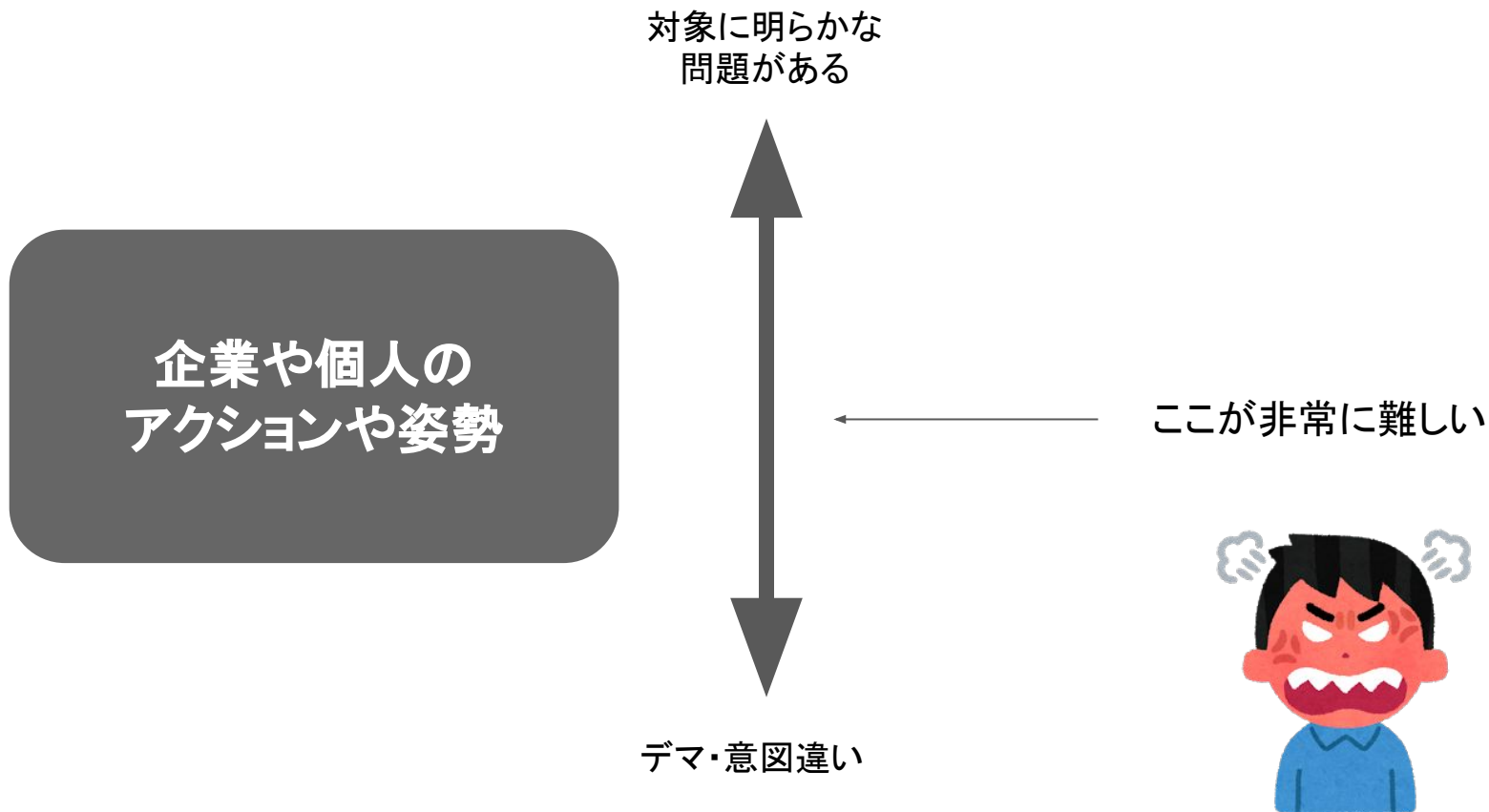
政治・戦争・自衛隊や他国の軍・皇室・宗教  
ファンの多いコンテンツやスポーツ等

型にはめようとする話題

性別による役割分担等

イギリスでは2018年末より性別による有害なステレオタイプを使った広告を禁止

# 炎上のきっかけは？



# 炎上トレンド

2013年～2015年



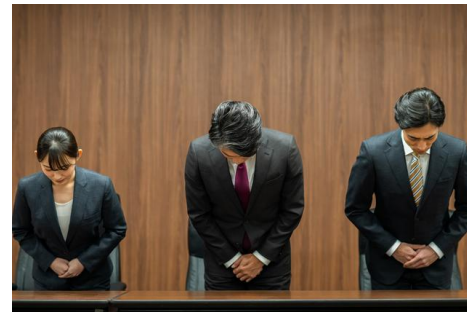
従業員による不祥事  
不適切行動  
いわゆるバイトテロ

2016年～2017年



異物混入

2018年～2019年



意図しない炎上

# 住宅メーカーCM



※イメージ

“ママの家事を楽にする住まい”をコンセプトにしたCMで、母親役として藤本美貴が出演。毎日慌ただしくしている母親の家事負担が軽減され、子どもとふれあう時間や夫婦の時間など、「家族との時間」が増える暮らしを表現しているという。CM前半の母親は、食器洗いや掃除、洗濯に大忙し。遊んでほしい子どもが「ママ」と呼ぶが、母親は「ちょっと待ってね」を連発する。それが新居に移って家事が楽になった後半は一変。食洗機のスタートボタンを押した後、母親は子どもの「あそぼ」に笑顔で応える。そして、この様子を見守っていた父親は、母親に「ちょっと待ってって言わなくなったね」と語りかける。

「家事は女性がするものと思ってる男性  
が作ったんでしょうね」

「『お前が洗えばいいんじゃない？』と思っ  
た」

「何第三者の顔してんだよ。パパって  
家族の一員じゃないの？」

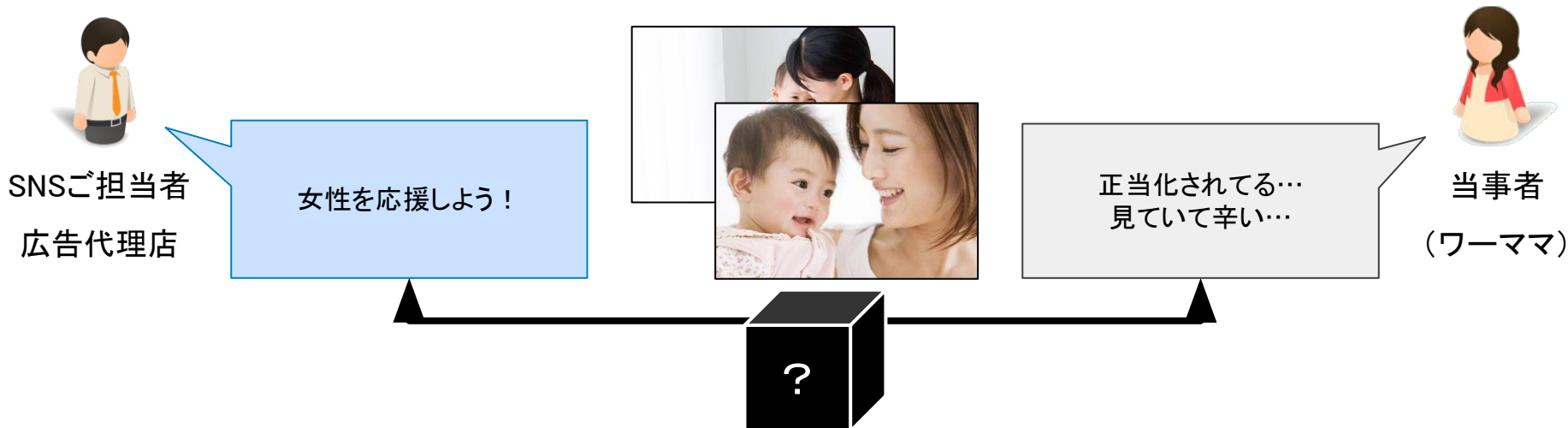
「自分たちの生活のことなのに他人事  
で任せっきりなのは良くない」

「ママいまお皿洗ってるからパパと遊ぼ  
う。くらいできんのかって感じです。イラッ  
ときます」

# 悪意なき炎上

企業が意図しない方向に解釈され、  
インターネット上で共感呼び、炎上に至る事象

= 悪意なき炎上



同じコンテンツを見ても、人によって受け止め方が大きく異なる

# コンテキスト(文脈)



環境を整備して、家事をもつと楽にして、お母さん型を助  
けたい！

意図していなかったコンテキスト

男も家事/育児をしてほし  
い！



夫が家事を  
手伝って  
くれない

環境を整備して、家事をもつと楽にしたい！



コンテキストを読んで企画していたが、想定していない読み取られ方を一部の方にされてしまう(コンテキストの読みが外れている)

# サイバークスケード(集団極性化)

考えや思想を同じくする人々がインターネット上で強力に結びついた結果、異なる意見を一切排除した、閉鎖的で過激なコミュニティを形成する現象のこと

男も家事/育児をしてほしい！



男女差別反対集団

環境を整備して、家事をもっと楽にしたい！

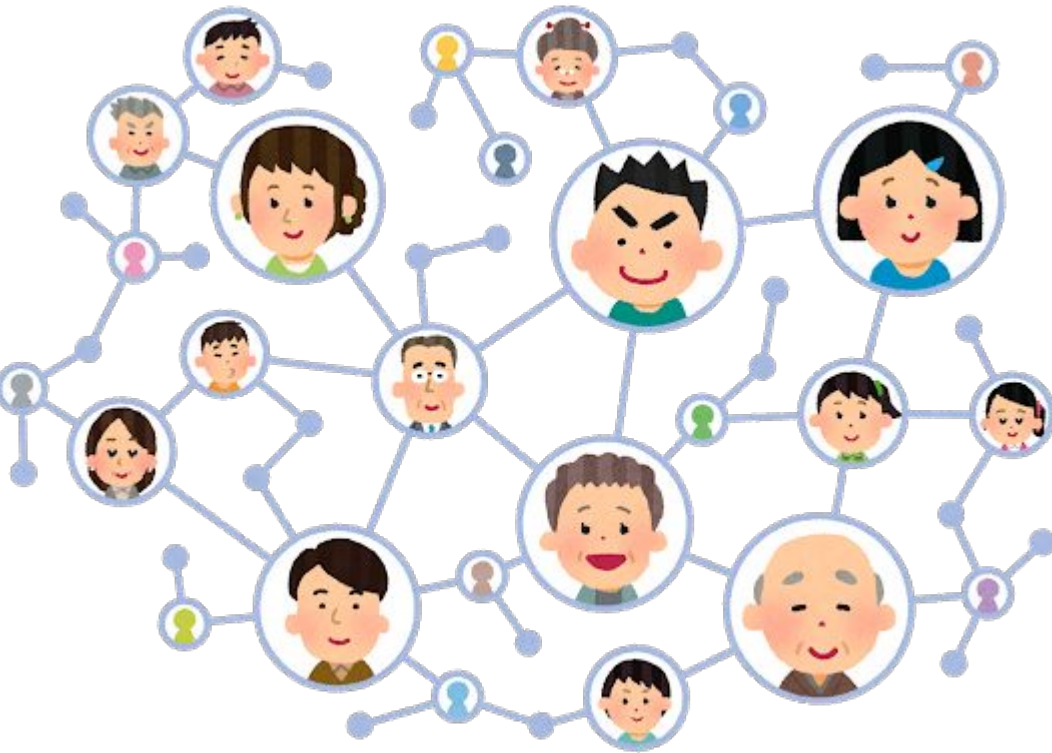


効率化系重視集団

マーケティング担当者側も集団極性化している可能性もある



# 疎と密なネットワーク



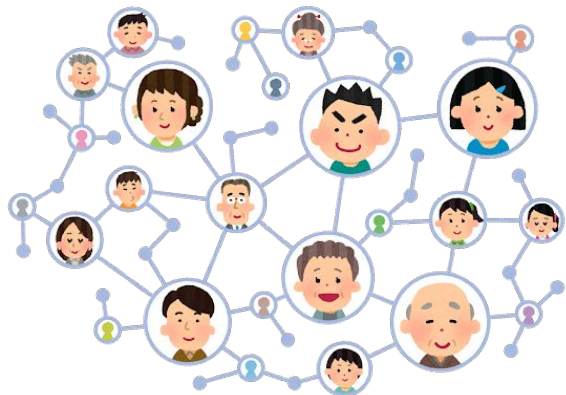
## 密なネットワークの特徴は、暗黙知・規範 規範に反すると村八分

例えば、全く知らない人と作業をするときはいちいち示し合わせをしなければなりません。密なコミュニティの人との作業であれば、既に暗黙知・規範が形成されており、スムーズに作業を進めることができるでしょう。阿吽の呼吸ってやつです。

しかしながら、密なネットワークは、ダークサイドに陥りやすいという側面を持っています。新参加者を拒んだり、外の情報を受け入れず、コミュニティ内での序列が重要視されてしまいます。仮に、その暗黙知・規範が実態にそぐわない悪いものだったとしても、それを守らないと、コミュニティを壊す者として白い目でみられてしまうのです。コミュニティのルールに逆らいつらい空気が出てしまうのです。

# バイトテロも疎と密が関連している

友人グループ  
コミュニティ

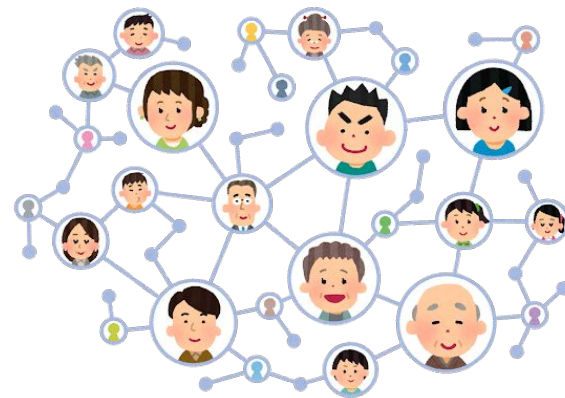


同調



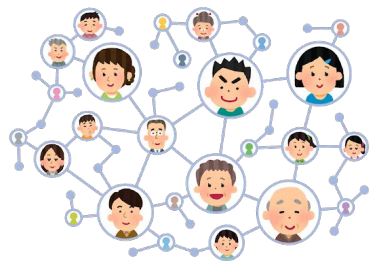
おでんの具材を口  
の中に入れそれ  
を吐き出す

世の中の一部  
(炎上投稿する人)



批判

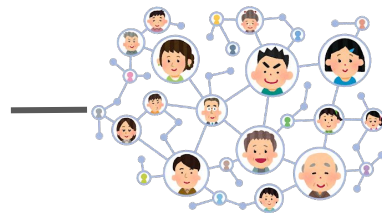
# まとめ



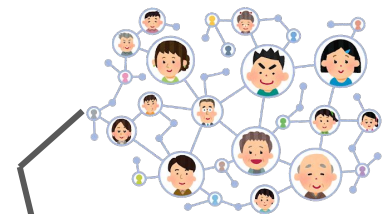
マーケター自身も  
様々な密なネット  
ワークに属しており、  
価値観や規範、コン  
テキストがある。この  
目線で企画を考えると  
炎上しやすい。



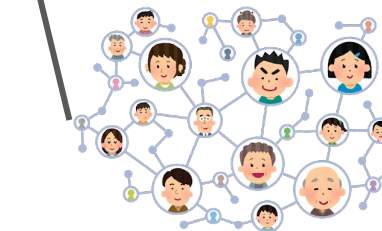
ターゲット  
ユーザー



サイバーカスケード  
で過激なコミュニティ  
もあり、炎上しやすい



ターゲットユーザーも  
様々な密なネット  
ワークに複数に渡っ  
て属しており、そちら  
にも独自の価値観や  
規範、コンテキストが  
ある。これらを読みき  
れないと炎上しやす  
い



自身が偏った考え方をしている可能性  
があることを理解しながらコン  
テキストを読み取る

# 東野幸治「アップデートするべき」梅沢富美男の問題点を指摘、時代の終わりを語る - wezzy | ウェジー

<https://wezz-y.com/archives/76986>

東野幸治は、いまは結婚した夫婦でも「子ども」に対する考え方は様々（「欲しくてもできない」「子どもはいらない」と思っている）などであることから、プライベートな部分には踏み込まないのが「アップデート」された感覚であるという。

＜梅沢富美男さんはガンガン若い夫婦に『早く子ども産めよ』って、本当に失礼にずっと言ってますけど、そういう時代じゃないんですよ＞

＜中略＞

東野といえば、天然パーマの髪の毛をイジられるのが定番だったが、実はもうそのイジリ方はテレビで共演する人の誰もしてこなくなったと語る。他人の見た目をイジって笑いをとる時代は、東野に言わせれば完全に終わったのだ。

そんな時代の大きな変わり目に、芸人として「笑い」をつくりだすにはどうすればいいか。東野は「自分の考えがすべて正しいと思わないようにしてる」と心構えを語った。

まとめ

# まとめ

- 炎上しやすい環境になってきている
- 炎上しやすいポイントがあるので避ける
- 自身の考え方が偏っている可能性があることを理解する
- その上でコンテクストをしっかりと読み取り対応していく必要がある
- 100%炎上しないなどはない。すぐに対応できる体制を整備しておく。

# シェアリングエコノミーでの炎上可能性分類と対策

## 従業員

従業員が不適切な発言や投稿をしてしまう

## マーケティング

不適切なマーケティング活動をしてしまう(意図しない炎上含む)

コンテキストへの意識

リテラシー教育

この構造を理解して

## 利用ユーザーによる炎上

ゲストまたはホストが不適切な行為などをしてしまうことによる炎上

## サービスに関する指摘

不適切なサービス内容をそのままにしまったり、不適切なサポート対応をしてしまう

察知してどのように対応していくか



# シェアリングエコノミーにおけるアディッシュの提供サービス



炎上対策

プラットフォーム健全化

保険

カスタマーサポート

ソーシャルリスニング

炎上リスク診断

コミュニティ監視

投稿再考ツール

出品物監視

シェアリングエコノミー保険

カスタマーサポート

# ソーシャルリスニングサービス

## ① データ収集

適切なキーワード選定し、  
把握すべきリスクを収集



## ② 目視チェック

熟練スタッフの目視チェック  
によって高精度のリスク検知



### カテゴリ分類

- ・情報漏洩
- ・従業員の間言
- ・クレーム
- ・異物混入
- ・不正行為
- ・株の情報

## ③ ご報告

把握すべき情報のみ  
リアルタイムに把握可能

### 緊急連絡

### 日報



- ・投稿者
- ・投稿日時
- ・本文
- ・リスク分類項目
- ・URL

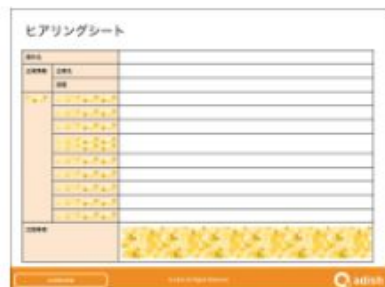


### リスクアラート報告（無料オプション）

1時間あたり投稿件数が急上昇するとアラートを検知し、  
リスク要素を含む場合、緊急連絡いたします。

# 炎上リスク診断サービス

実施予定のプロモーションの炎上リスクを、過去に炎上した類似事例を抽出して診断



ヒアリングシートをもとに、企業のPR企画や意図など診断対象案件の情報を確認。炎上事例データベースを使用して、類似事例の件数や拡散範囲、拡散ドライバーとなったメディアを分析します。

分析レポートではサマリーの報告にプラスして類似事例とその拡散度、企画案の炎上要素をレポートとして納品します。

## 納品物（分析内容）

- 対象案件の炎上リスク要素
- 対象案件の類似事例における炎上ケースの分析
  - SNSシェア数、批判記事数などの炎上規模やメディア掲載など
- 対象案件の炎上危険レベル

※本サービスは、他社事例をベースとした過去の類似ケースの分析にもとづき、PRリスクの注意点を参考情報として提示するものです。従ってステージ5でも炎上しない、逆にステージ1でも炎上する可能性もあります。万が一、診断結果にかかわらず対象案件が事後に炎上した場合においても、両社は一切その責任を負わないものとします。

# AIが投稿の再考を促すサービス



matte は、ユーザーの不適切な投稿をAI検知し、再考を促すサービスです。

## ◆サービスイメージ



誹謗中傷に該当する投稿をしようとする...

投稿完了前に再考アラートがユーザー画面に届きます！

## ◆サービス特徴

- 1 サービスに不適切な懸念投稿を早急にAI判定
- 2 幅広い過去データと継続的なメンテナンスで高性能フィルターを提供
- 3 効果測定レポートでユーザー投稿の行動変容が見える化

※ご導入あたりAPI連携の繋ぎ込みが必要になります。トライアルプランもありますので、お気軽にご相談ください。

# スタートアップにおけるカスタマーサポート戦略

## スタートアップにおける カスタマーサポート戦略



© adish Co., Ltd. All rights reserved. 1

### KPI

#### カスタマーサポート関連指標

- △ **CSAT (Customer Satisfaction) 顧客満足度** 顧客満足度はロイヤリティと相関していないため、本来の目的につながりづらい。
- **NPS (Net Promoter Score) 顧客推奨度** 顧客推奨度はロイヤリティと関連するが、カスタマーサポート以外の要因も多分に含み、カスタマーサポートの改善などに活かしづらい。
- ◎ **CES (Customer Effort Score) 顧客努力指標** 顧客努力指標はロイヤリティと関連し、またカスタマーサポートと直接連動するため、カスタマーサポートの改善に活かしやすい。

53

### 顧客満足度とロイヤリティ

リッツカールトンのような素晴らしい顧客対応をすることで顧客満足度を高め、ロイヤリティ（再購入、継続）を促したい！！そう思いがちですが、

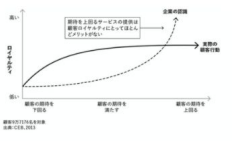
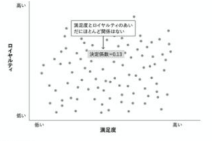



図 1.3 カスタマーサービスがロイヤリティにも与える影響、認識と実際の行動の相違  
図 1.4 顧客満足度とロイヤリティの関係

**実は顧客満足度とロイヤリティは関係性がほとんどない  
顧客は抱えている課題を解決してほしいだけ**

※ただし「期待を満たす」ところまでの水準で対応することはとても重要

引用：おもてなし経営

10

### なぜセルフサーブに注力するのか

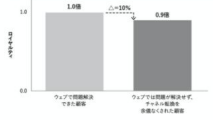
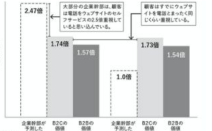
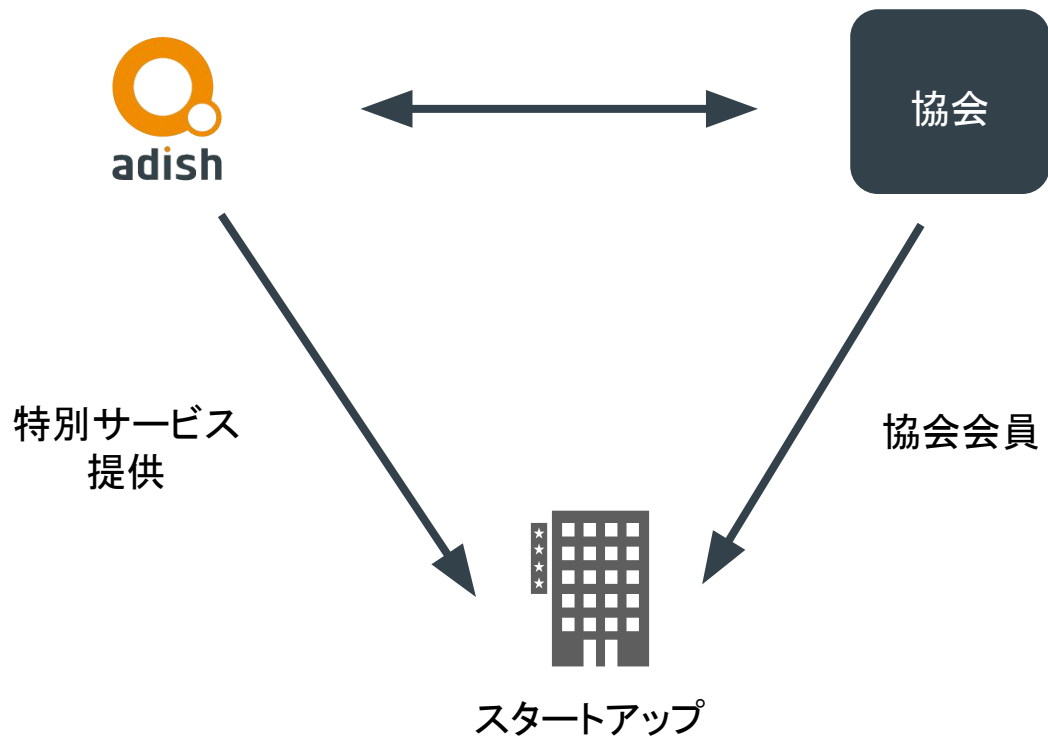



図 2.1 ユーザーがセルフサービスと対話する際のCSATスコアの比較  
図 2.2 チャネル別の顧客努力指標(CES)スコアの比較

企業が思っている以上にユーザーはセルフサーブで解決しがっている。またセルフサーブで解決できなかった場合、顧客努力が必要となり、ロイヤリティへネガティブな影響を与えてしまう。また問い合わせを減らせることで大事な時間を取られなくて済むようになる。

引用：おもてなし経営

# スタートアップパートナープログラム



協会とアディッシュで提携し、会員企業に対してアディッシュが特別サービスを提供します。

