



Global Insights Report

グローバル・インサイト・レポート

2020年7~8月版

不確実な時代における

消費者の行動とビジネス戦略



世界的なパンデミックにより、過去4～5か月のオンラインでの活動と体験のボリュームに劇的な変化が生じました。人々は銀行、買い物、仕事、社交のためにモバイルチャネルやデジタルチャネルの利用に依存するだけでなく、今後数か月でさらに多くのことを期待しており、ビジネスが自分たちのニーズにどのように対応しているかを注意深く観察しています。

本年の6月下旬から7月上旬の間に、**オーストラリア、ブラジル、フランス、ドイツ、インド、日本、シンガポール、スペイン、イギリス、アメリカ**を含む**10か国の3,000人の消費者と900人の企業幹部**を対象とした調査を行いました。

このレポートは、感染集積地での経済的な認識を持って、消費者行動と新型コロナウイルス（以下、COVID-19）の流行前後のビジネス戦略の主要な変化を調査する3期の縦断研究のうちの最初の（第1期）レポートです。このレポートは、感染集積地での経済的な認識を持って、消費者行動と新型コロナウイルス（以下、COVID-19）の流行前後のビジネス戦略の主要な変化を調査する3期の縦断研究のうちの初回の（第1期）レポートです。

経済がどのようにして回復しているかを認識する方法については、同量の楽観論と悲観論が存在します。私たちの調査によると、一部の企業や業界は他の企業よりも強気な感触があり、すでに経済が枯渇していると感じている消費者の多くは、今後予想されるCOVID-19の第2波に備えています。

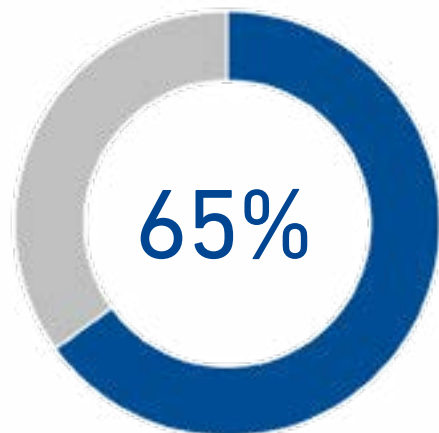
当社の調査によると、従業員と顧客の安全とセキュリティに重点を置いているだけでなく、企業は消費者に商品やサービスへのより大きなアクセスを提供し、顧客関係を管理するために戦略的投資を行っていることを示しています。また、運用上の制約を緩和するための自動化とクラウドテクノロジーについても調査しています。

しかしながら、消費者は安心を求めており、オンライン経験の全体にわたる安心感を捜しています。実際に、おそらくもっと重要なのは、人々が物理的リスクとオンラインリスクとの間でトレードオフを行っていることです。つまり、セキュリティ面に疑問が残っているにもかかわらず、物理的に人々と関わるよりもオンラインの方がまだ安全であると感じているということです。



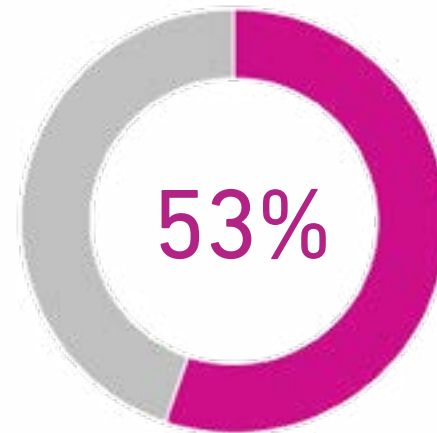
グローバル・インサイト・サーベイの上位15

ビジネスオペレーションと消費者のファイナンシャルヘルス



調査対象の消費者のうち65%は彼らの国がパンデミックの経済的影響からまだ回復していないと信じています。

そして、**30%**は家庭の収入の低下を報告しました。最大の収入の減少はインドで、43%を示していました。



企業の53%は、COVID-19が流行し始めてから、運用プロセスがほぼまたは完全に回復したと考えています。米国（80%）が最も自信があり、ドイツ（27%）が最も自信がないことを示しています。

2X

COVID-19が流行し始めて以来、請求書の支払いに苦労している消費者の数は倍増しました。



収入を問わず、ほとんどの消費者は裁量的支出を減らし、緊急用の資金を積立して準備資金として活用しています。



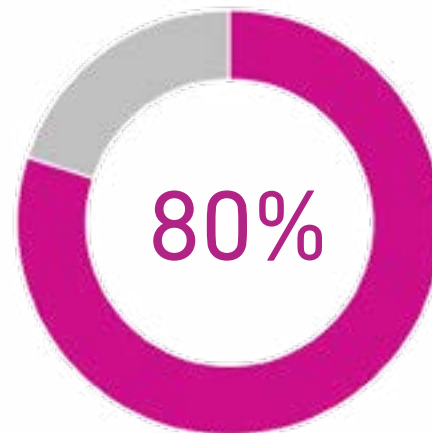
殆どのビジネスで直面する最大の課題は、従業員と顧客の健康と安全を確保し、顧客を支援するための運用の調整を行い、チャネルと機能全体で増加する需要の管理を行うことです。

グローバル・インサイト・サーベイの上位15

デジタルエンゲージメントに対する消費者の需要



消費者の半数は、今後12か月以内にオンライン支出を増やすことを期待し、不正行為の潜在的なリスクを認識していますが、不正行為について心配しているのは僅か39%だけです。



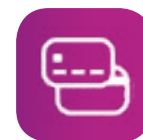
企業の80%は、不正行為を防止するために顧客を認識するためのデジタルアイデンティティ戦略を導入していると述べています。これは、COVID-19が流行し始めてから30ポイントの増加となります。



消費者はセキュリティをオンライン体験の最も重要な要素として挙げています。企業の60%は、今後12か月以内に不正検出予算を増やすことを計画しています。



消費者の42%は不正行為を心配しており、情報のセキュリティに対して疑問を残しています。



最も信頼されている業界は、PayPal®やWePay®などの決済サービスプロバイダー、および小売銀行です。

グローバル・インサイト・サーベイの上位15

信用リスクと不正操作を改善するためのビジネスの焦点



COVID-19が流行し始めて以来、5つの事業体のうちの1つは、信用リスクと債権回収決定の有効性への信頼を欠いています。



前例のない経済問題を解決するために、企業の51%は、顧客に情報提供を増やすよう求めていると答え、49%は、新しいまたは代替のデータソースを模索していると答えています。



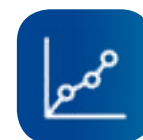
企業が顧客の金融ニーズを支援する際に運用効率を向上させると信じている上位3つのソリューションは、自動意思決定管理、クラウドベースのアプリケーション、そしてAIです。



企業は、モバイルとデジタルチャネルのセキュリティの強化、新しい信用リスク分析と人工知能（AI）モデルに投資し、デジタル顧客の獲得とエンゲージメントを増やしています。



企業の60%は、今後12か月で不正行為検出の予算を増やすことを計画しています。



企業の60%は、分析と信用リスク管理の予算を増やすことを計画しています。英国、米国、オーストラリア、スペインの企業は、AIとアドバンスドアナリティクスの導入を既に増やしています。

貸し手と小売業者は、消費者を支援し、経済を軌道に戻すのに重要な役割を果たします。エクスペリアンのデシジョンアナリティクスは、世界中のクライアントがデータ、分析、テクノロジーをシームレスに統合できるよう支援します。これにより、意思決定戦略をすばやく適用してリスクを最小限に抑え、貴重な関係を維持し、公正さとコンプライアントを維持できます。

年次有給休暇のような短期的な支援を必要とする消費者から失業のような長期的な課題に直面する消費者まで、企業は個々の顧客のニーズに安全に、便利に、そして広範囲に対処するためにデジタル変革イニシアチブを加速しています。

この初回調査のフィールドワークは、6月30日から7月7日の間に行われました。人々はロックダウンされた環境から解放され始め、多くの企業が再開し始めました。国、州、および都市での再開日は異なるので、これらの結果を検討するにはその点を考慮に入れる必要があります。

【本レポートに関するお問い合わせ】

本レポートについてのお問い合わせおよび、リスクの調整とフォーカスティングのフレームワークの詳細についての日本国内におけるお問い合わせは、下記宛先までお願いいたします。

エクスペリアンジャパン株式会社
TEL: 03-6262-7600 (代表) / E-mail: prj@experian.com
URL: www.experian.co.jp