

2020年9月23日

報道関係者各位

エクスペリアンジャパン株式会社

エクスペリアン、新型コロナウイルスの影響を評価するグローバル・インサイト・サーベイレポートを発表 デジタルエンゲージメントに対する新たな消費者需要を満たすため 業務上の調整を行っているアジア太平洋地域の企業は僅か 35%

～調査結果：AIと機械学習を採用し、経済の不確実性に対処する企業が増加～

東京発（2020年9月23日） - 情報サービスプロバイダーであるエクスペリアンジャパン株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役：コラム・ジョン・ケネリー、以下 エクスペリアンジャパン）は、企業と消費者に対する新型コロナウイルス（以下、COVID-19）の影響を評価する初の大規模調査であるエクスペリアンの[グローバル・インサイト・サーベイレポート](#)によると、パンデミックは多くの企業のデジタル変革を加速させましたが、アジア太平洋地域（以下、APAC）に限定すると企業の僅か約3分の1（35%）がデジタルエンゲージメントに対する新しい消費者からの要求を満たすための運用上の調整を行っており、APACを含むグローバルの調査では調査対象企業の32%（UK32%、EMEA31%、ブラジル34%、米国27%）が調整を行っていたことをご報告します。（図1参照）また、APACで調査した消費者1,200人（※1）の半数以上が、短期的および今後12か月以内にオンライン支出を増加させると予測しており、43%の消費者がオンライン体験に高い期待を持っていることがわかりました。

注1：1,200人の消費者 - APAC 4カ国（インド、日本、シンガポール、オーストラリア）の1カ国あたり300名の消費者を対象

➤ 図1. COVID-19 流行以降の業務運用上の課題の調査結果（APAC4カ国／グローバル）

COVID19流行後の業務運用上の課題 回答者：企業幹部360人（1カ国あたり90人）	Since C-19	APAC地域（4カ国）			
		インド n=90	日本 n=90	シンガポール n=90	オーストラリア n=90
従業員の健康と安全	44%	48%	52%	41%	37%
顧客の健康と安全	39%	53%	29%	34%	40%
顧客にサービスを提供するための運用の調整	35%	38%	33%	34%	36%
複数のチャネルや機能に渡る需要の増加の管理	32%	40%	29%	33%	27%
財政的に健全な顧客の財務モニタリング	32%	44%	19%	32%	31%
規制の順守の維持（およびそれを証明できること）	31%	40%	19%	32%	31%
ポートフォリオのパフォーマンスの積極的な監視と予測	31%	38%	26%	36%	23%
不正検知	29%	28%	22%	36%	31%
信用調査と顧客のアフォーダビリティ（例：支払い状況）	29%	37%	26%	30%	24%
新規または再調整する分析モデルとその配置の構築にかかる時間とコストの削減	29%	36%	20%	37%	22%
新種の不正攻撃の防止策	28%	26%	22%	39%	27%
顧客のクレジット利用	26%	36%	16%	33%	18%
既存の不正攻撃の防止策	25%	32%	17%	32%	20%
支払いの延期および放棄	25%	31%	20%	28%	20%
スタッフ、人員の削減	24%	29%	19%	31%	18%
給与、資金の削減	23%	20%	23%	29%	21%
請求書やその他の支払いによる一般的な維持管理	22%	26%	17%	29%	16%
事前債権回収とアカウント管理	21%	24%	20%	24%	13%
困難と真の忍耐力	19%	16%	11%	27%	24%

* 図1の数値の色分け：赤 - 4カ国の数値と比較して大幅に低い場合 / 緑 - 4カ国の数値と比較して大幅に高い場合

* Since C-19 (COVID-19 流行後) / Before C-19 (COVID-19 流行前)

エクスペリアンは、リテールバンク、eコマース、コンシューマーテクノロジー、電気通信業で働く3,000人の消費者（※2）と900人（※3）の企業の幹部を対象とし、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、英国、米

国の 10 カ国を対象に調査を行いました。本調査は 6 月と 7 月に実施し、消費者と企業の経済見通し、フィナンシャルウェルビーイング、オンライン行動などの項目を調査しています。

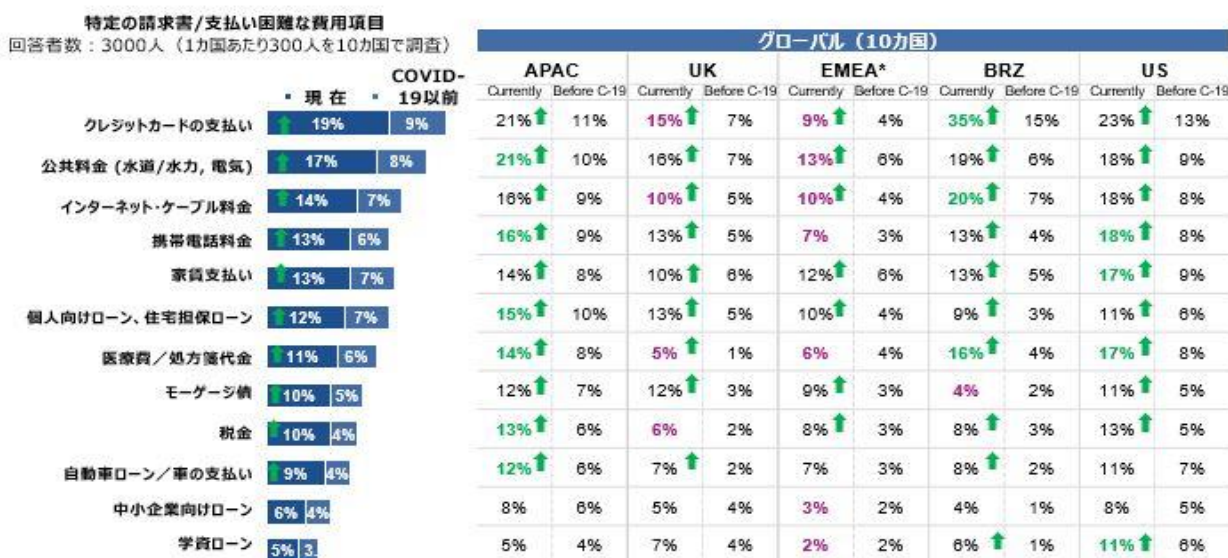
注 2：3,000 人の消費者 – リテールバンク、e コマース、コンシューマーテクノロジー、電気通信業の 18 歳以上の消費者

1 カ国あたり 300 名を対象に、10 カ国で調査を実施

注 3：900 人の企業幹部 – 1 カ国あたり 90 名の企業の幹部を対象に 10 カ国で調査を実施

本調査では、COVID-19 の世界的流行が始まって以来の企業の最優先事項は、従業員と顧客の健康と安全、および事業継続性を確保するための業務上の調整を行うことであると示しています。パンデミックは APAC の信用コストに 4,400 億米ドル を追加計上する可能性があり、企業はデジタルソリューションを利用して顧客の信用リスクを管理し、22%がオンデマンドのクラウドベースの意思決定アプリケーションの使用を計画しています。全世界的に COVID-19 の流行以降、支払いに問題を抱えている消費者は 2 倍に増加しています。これはすべての地域で生じている傾向であり、オーストラリア、インド、日本、シンガポールにおいてオンラインで調査した 1,200 人の消費者の 21%が COVID-19 流行後、クレジットカードと公共料金の支払いが困難であることを示しています。本レポートは、クレジットカードの利用を増やしている消費者の 3%の増加と、個人ローンまたは短期ローンを申請している消費者の 2%の増加を強調しています。(図 2 参照)

➤ 図 2: 特定の請求書/支払い困難な費用項目 (グローバル)



*Currently (現在) / Before C-19 (COVID-19 流行前)

*数値の色分け: 赤 - 4 カ国の数値と比較して大幅に低い場合 / 緑 - 4 カ国の数値と比較して大幅に高い場合

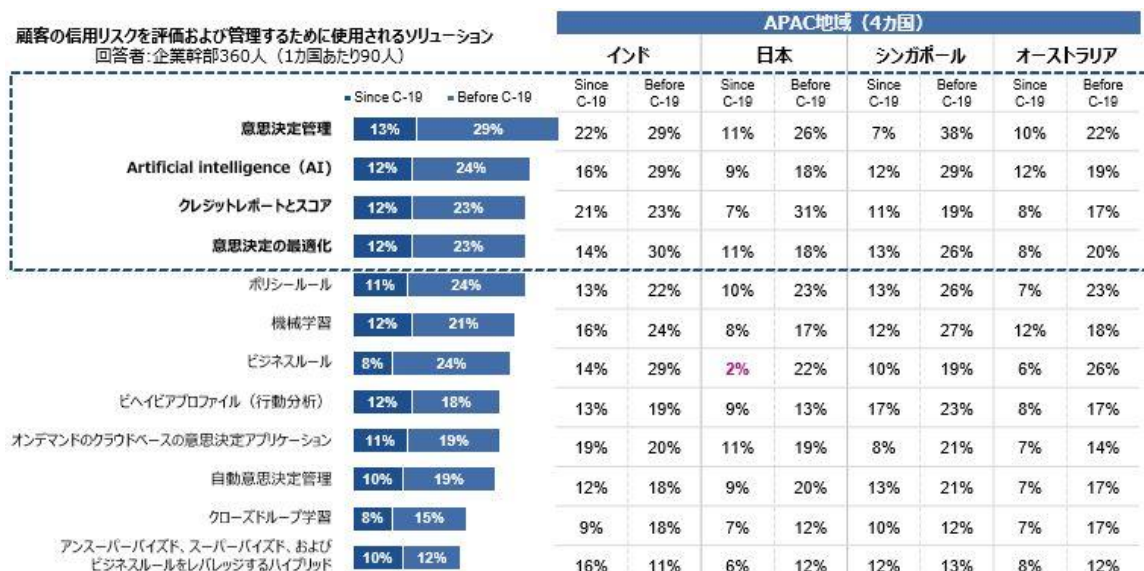
*上向きの矢印: COVID-19 以前と現在の数値に大幅な変化が生じたもの (5%以上の変化)

エクスペリアンの APAC 担当最高経営責任者であるベン・エリオットは次のように述べています。

「パンデミックは世界的な経済の不確実性をさらに悪化させており、消費者は新型コロナウイルスの影響を痛感しています。これは、銀行や金融機関が顧客にどのように対応するかを定義する期間です。この困難な時期に彼らが顧客にどのように対応するかは、長期的には顧客ロイヤルティに影響を与えます。当社の調査データによると、シンガポール、インド、オーストラリアの顧客の 41%が、パンデミック中に公平に、丁寧に、誠実に、偏見なく対応してもらえたと感じた場合、より多くのビジネスを企業に提供したことを示しており、38%という世界的な数値よりも高くビジネスを提供されています。」

APAC の企業の 72%は、人工知能 (AI) と機械学習を使用して、今日のマーケットの不確実性に対処しています。そしてその取り組みは全世界の 69%という数値より高い値を示しています。意思決定管理 (13%)、人工知能、信用調査レポートとスコア、および意思決定最適化 (それぞれ 12%) は、地域の企業が顧客の信用リスクを評価および管理するために最も一般的に使用している上位ソリューションの一部です。(図 3 参照)

➤ 図3: 顧客の信用リスクを評価および管理するために資料されるソリューションの調査結果 (APAC)



*Since C-19 (COVID-19 流行後) / Before C-19 (COVID-19 流行前)

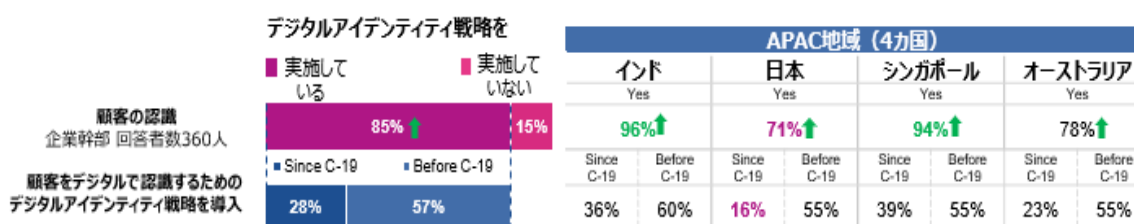
*数値の色分け: 赤 - 4カ国の数値と比較して大幅に低い場合

ベン・エリオットはさらに次のように付け加えています。「経済のデジタル化の加速は、現在のソーシャルディスタンスの制約を受けて、銀行が顧客を管理するためにデジタルチャネルに移行する必要性が高まっていることを意味します。エクスペリアンではオンプレミスおよびクラウドベースのソリューションの柔軟性を提供することで、銀行や金融サービスプロバイダー、電気通信会社、テクノロジー企業などのクライアントをサポートしています。エクスペリアンの新しいクラウドベースの PowerCurve® 意思決定管理ソリューションスイートにより、企業はますます複雑化するカスタマージャーニー全体で意思決定を自動化することができます。すぐに使用可能なスタンダードアプリケーションを好む企業向けに、事前構成済みソリューションのオプションと、インフラストラクチャと迅速な導入のための要件に合わせてカスタマイズできるソリューションを提供し、お客様が数日で稼働開始できるようにします。」

エクスペリアンジャパン・韓国担当 代表取締役 コロム・ケネリーは、次のように述べております。

「COVID-19 による経済的困難から復興を遂げるには、持続可能な開発目標 (SDG s : Sustainable Development Goals) への取り組みを加速化し、より早く今日の不確実な日本の経済を立て直す必要があります。SDG s を軸に人々が自身のデジタルアイデンティティ (以下、デジタル ID) を所有できるようにする方法について、世界中の金融機関をはじめ、テクノロジー企業、そして政府が注力し、活発な議論を行っています。本調査を通して、APAC の調査対象企業の 85%もがデジタル ID 戦略を行っており、COVID-19 の流行以降では、対象企業の約 30%があらたにデジタル ID 戦略を実施し始めていることがわかりました。(図 4 参照) デジタル ID の活用により、人々は認証を伴うサービスへのアクセスが可能になり、個人や組織に大きな経済的利益をもたらします。エクスペリアンジャパンではクラウドベースの PowerCurve® シリーズや不正検知用のソリューションをご提供することで、経済的に困難な時代のデジタル ID の推進を支援し、課題に立ち向かうことをお約束します。」

➤ 図4: APAC 地域におけるデジタル ID 戦略の導入 (APAC)



*Since C-19 (COVID-19 流行後) / Before C-19 (COVID-19 流行前)

*数値の色分け: 赤 - 4カ国の数値と比較して大幅に低い場合 / 緑 - 4カ国の数値と比較して大幅に高い場合

* 上向きの矢印：COVID-19 流行以前と移行との数値に大幅な変化が生じたもの（5%以上の変化）

プロセスのデジタル化に成功した APAC の銀行の例としては、インドのリテールバンクである AU Small Finance Bank Limited（以下、AU Bank）が挙げられます。AU Bank は、エクスペリアンの PowerCurve® Customer Acquisition の導入により、手動で行っていた融資プロセスをデジタル化しました。エンドツーエンドのソリューションには、新しいクレジットカードサービスの申請と承認プロセスのデジタル化と自動化が含まれ、自動決定が可能になり、スコアカードをホストおよび構成する機能が提供されました。

AU Bank の社長兼最高リスク責任者である Mayank Markanday 氏から次のお言葉を頂戴しています。

「エクスペリアンのデータ、意思決定ソフトウェアとアナリティクスを利用することで、当行がサービスを提供するマーケットにおける消費者向けの銀行業務を再定義しつつ、当行の業務変革を加速することができました。すぐに使える意思決定管理テクノロジーにより、時間とリソースを節約できるため、常にシンプルで、包括的、そして進歩的であるという原則に基づき、お客様のニーズを満たす革新的なソリューションの提供に集中することができます。」

グローバル・インサイト・サーベイレポートの詳細については、[グローバルディジションアナリティクスインサイト](#)のブログ（英文）をご覧ください。日本語のグローバル・インサイ・サーバイトレポートは[こちら](#)をご参照ください。

エクスペリアンについて

エクスペリアンは、グローバル情報サービスのリーディングカンパニーです。住宅や車の購入、子供の高等教育、また新規顧客を獲得してビジネスの成長を図るときなど、私たちは人生のさまざまな重大なシーンで、消費者や私たちのクライアントが安心してデータを管理できるよう支援しています。財務状況を管理し、金融サービスを利用する個人向けの支援をはじめ、企業の持続的な成長を支えるスマートな意志決定により金融業者がより責任を持って融資できるように、また組織がなりすまし犯罪を防止するための企業向けの支援も提供しています。

エクスペリアンでは 45 か国に 17,800 人の従業員が、毎日新しいテクノロジー、優れた人材およびイノベーションへの投資を続けながら、すべてのクライアントの皆様があらゆる機会を最大限に活用できるよう支援しています。また、エクスペリアンはロンドン証券取引所（EXPN）に上場しており、FTSE100 種総合株価指数の構成銘柄です。

詳細は <https://www.experian.co.jp>（日本語）または www.experianplc.com（英語）をご参照ください。

本プレスリリースに関する報道機関からのお問い合わせ:

エクスペリアンジャパン株式会社 マーケティング シニアマーケティングマネージャー 駒村 紋 (Aya Komamura)

TEL: 03-6262-7650 / E-mail: prj@experian.com

「Experian」とそのロゴは、エクスペリアンとその関連会社の、EU・米国・日本・各国における登録商標、または商標です。その他、記載されている会社名および製品・サービス名などは、各社の商標・登録商標です。無断複写・転載を禁じます。