

オーストラリア人、デジタル疲れよりエンパワメントを見出す

- オーストラリア人の60%がテクノロジーを仕事や娯楽に活用することで、力を得られ、物事が可能になると感じているのに対し、わずか4分の1が疲労や窮屈さを感じている
- 大半が柔軟でリモートな働き方の定着を望んでいる（57%）が、テレビ会議が出張に取って代わることはそれほど望んでいない（38%）
- 約半数（47%）が他者からの共感や他者への共感がなくて寂しいと感じており、世間話やユーモア、物理的な接触、誠実さも同様に欠如していると感じている

オーストラリア – 2021年3月10日: 次世代デジタル・サービスおよびコンサルティングの世界的リーダーである[インフォシス](#) (NYSE: INFY)が新たに実施した調査によると、オーストラリアでは2020年にテクノロジーの活用が非常に盛んになったことが明らかになりました。パンデミックの期間を通してデジタルに依存をしていたにもかかわらず、オンライン疲れ感じた人は最小限にとどまったということです。

この調査は、WONGDOODYのヒューマンエクスペリエンス（HX）調査プラットフォーム「The Sounding Board（ザ・サウンディング・ボード）」を活用し、2020年11月にオーストラリア全土の1,000人の回答者を対象に実施したもので、この時点でオーストラリア人の約半数が在宅勤務を実施していたことが分かりました。さらに4分の3が、2020年3月以降、仕事や娯楽でテクノロジーを使うことが増えたと回答し、また、同様の割合の人がその使用は今も増え続けていると報告しています。

共感や誠実さが減るなど、バーチャルなやり取りによる欠点もいくつか認められたものの、スマート技術は概して、オーストラリア人に未だかつてないほどの喜びや柔軟性、力を与えているようです。さらに、パンデミックにより、オーストラリア人の40～50%が銀行取引やエンターテインメント、小売、食料品の買い出しで、デジタル・サービスの利用を加速させました。これらに比べて、政府のサービスや教育、医療、福祉分野の伸び幅は緩やかでしたが、これは、今後これらのサービスを提供する分野において成長の機会が見込まれることを示しています。

今回の調査に先立ち、インフォシスは、同社がオーストラリアとニュージーランドで展開するWONGDOODYの事業を拡大するために、メルボルンに拠点を置くクリエイティブ代理店[Carter Digital](#)を買収しました。WONGDOODYは、調査とインサイトの独自ツール「The Sounding Board」から得たインサイトを用いて、人間中心のデジタルエクスペリエンスを提供

しています。これは、企業がカスタマイズされたコミュニティにアクセスすることを可能にするもので、この技術が、インフォシスが提供するデジタル変革プラットフォームやサービスを補っています。これらの技術を組み合わせることで、リアルタイムの組織データをエクスペリエンスデザインにつなげ、最終的には顧客とのシームレスなデジタルのやり取りを実現しています。

また、「The Sounding Board」では、回答者が自由に自身のアイデアや意見を投稿することが可能です。これにより、スピードと使い易さへの期待が高まる傾向にあり、デジタル・サービス全般の改善の余地として、より即応性の高いチャットボットや一体性の向上が求められていることが浮き彫りになりました。実際に、回答者の 4 分の 3 が、オンライン利用における使い易さとスピードをブランド・ロイヤルティの重要な推進力として挙げています。次いで、半数をやや下回る回答者が、顧客への透明性を選択しました。ブランド・ロイヤルティに関しては、興味深いことに、トラブル解決時において、デジタル接触より物理的な接触を希望する割合が若干高い結果となりました。

インフォシスのシニア・バイスプレジデント兼オーストラリア・ニュージーランド地域部門長の Andrew Groth は次のように述べています。「デジタルは、物理環境では成し得ないスピードで、多様性とスケールを提供することが可能ですが、効果的な体験を提供するハードルは高く、顧客は期待が満たされないと、他に移ってしまいます。これに対処するために、企業は機動的にリアルタイムの組織データを統合してシームレスな体験を創り、生きた企業として振舞わなければなりません。さらに望ましいのは、ブランドが顧客と共にヒューマンデジタルエクスペリエンスを徐々に創造してゆくことです。なぜなら、これが現在と未来の競争優位の鍵を握っているからです」

エクスペリエンス(体験)をさらに人間的にする要素については、半数を若干下回る回答者が、双方向型のやり取りを挙げ、5 分の 2 がパーソナライズされた予測的な体験を選択しました。これは回答者のコメントにも表れており、デジタル・サービスを改善するために自分ならどうするかという問いに対し、「一種の小さな自分のようなもの」や「自分のニーズを先読み」できるテクノロジー、「全てが相互につながった」世界をイメージしたとの回答がありました。

また、回答者は、テクノロジーにより、体験がより身近なものになったと指摘しています。回答者の約半数が、無料または低価格で仕事や娯楽の機会へアクセスできる状態が続いて欲しいと回答しており、同様の割合の回答者が、一定範囲の技術および/または収入にもっとアクセスする機会が欲しいと答えました。

モナッシュ大学人間中心コンピューティング学部の Kimbal Marriott 教授はこの調査について、次のようにコメントしています。「今後 5~10 年で物理とバーチャルの境界線はあいまいになってくるでしょう。拡張現実 (AR) により、バーチャルを物理に重ねることで、この関係は再形成されていきます。物理的なオブジェクトをコンピューターのインターフェースとして扱い、やり取りを行うタンジブル・コンピューティングも然りです。人工知能 (AI) やチャットボットもこれから増えるでしょうし、これが障害者にもたらす影響は非常に大きくなると思われます」

[インフォシス・オーストラリアのウェブサイト「顧客エクスペリエンスからヒューマンエクスペリエンスまで」調査報告書](#)

インフォシスについて

インフォシスは次世代デジタル・サービスとコンサルティングのグローバル・リーダーとして、世界 46 개국でお客様のデジタル変革を実現しています。約 40 年にわたるグローバル企業のシステム・業務管理の実績に基づき、専門家としてお客様のデジタル・ジャーニーを推進します。変革の優先順位の判断において、当社では企業が AI を導入したコアを利用できるようにしています。また、ビジネスにアジャイル手法とデジタル化を大規模に導入することで、かつてない高いレベルのパフォーマンスと顧客満足度を提供いたします。当社の常に学ぶ姿勢は、デジタル・スキル、専門知識、および当社のイノベーション・エコシステムから創出されるアイデアの確立と移転を通じて、お客様の継続的改善を実現しています。

インフォシス (NYSE: INFY) が次のステージへと進む企業を支援する方法については、www.infosys.com をご覧ください。

WONGDOODY について

WONGDOODY は受賞歴のあるクリエイティブ代理店であり、インフォシスのグローバルなエクスペリエンスデザイン・プラットフォームです。同社はブランディング、小売、顧客インサイトにより広く認知されています。WONGDOODY はシアトル、ニューヨーク、ロサンゼルス、メルボルン、ロンドン、その他世界中に拠点を構え、顧客には Amazon、本田技研を始めとする多くの Fortune 500 企業が名を連ねています。

お問い合わせ先

インフォシス日本支店 マーケティング本部長 安藤

jo_ando@infosys.com / 09010450448