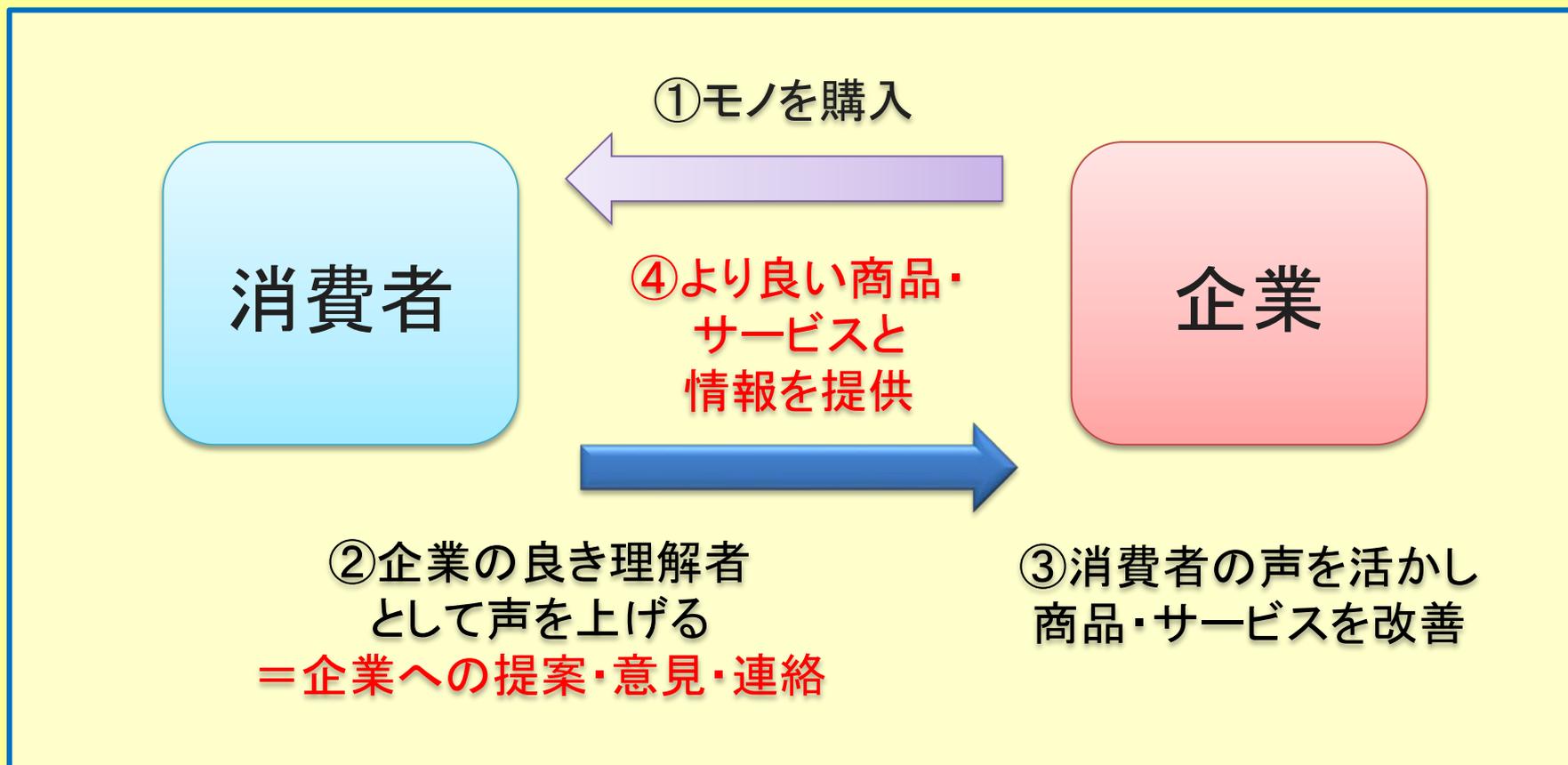
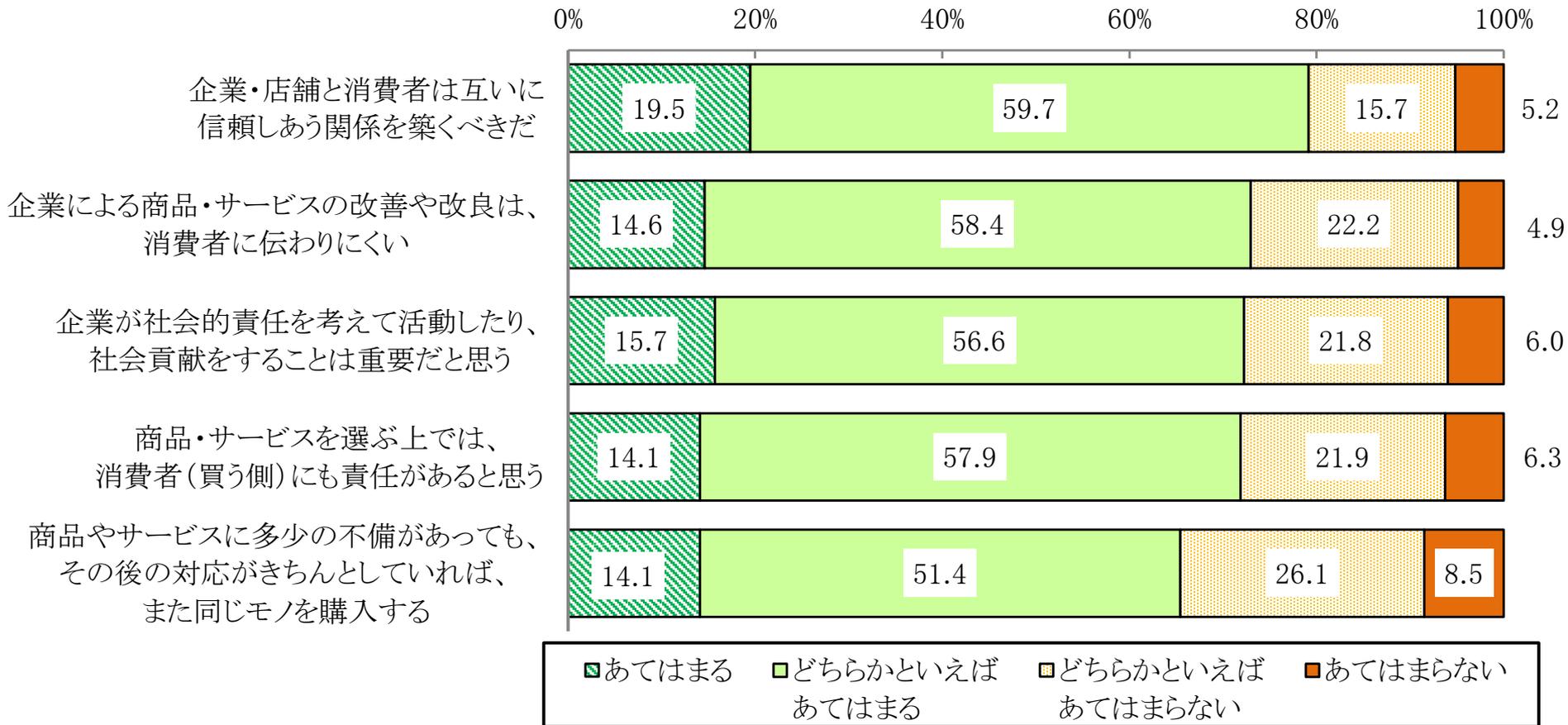


消費者と企業のコミュニケーションで 何が変わるか？



「企業と消費者のコミュニケーションに関する調査」

企業側の姿勢は消費者に伝わりにくく、消費者の意識・意見は企業に伝わっていない実態がある
 = **消費者と企業間のコミュニケーションが不十分**



■ 調査時期 : 2015年12月
 ■ 調査方法 : インターネット調査 (株式会社クロスマーケティング)
 ■ 調査対象 : 関東と近畿の20~69歳の男女
 ■ サンプル数: 2,000名
 ■ 調査実施 : (株)第一生命経済研究所