

コロナ禍の EC・通販需要は今後も伸長、利用者の 7 割が購入機会増えると回答 「EC・通販ユーザー動向調査レポート」を速報版で発表！

株式会社 KDDI エボルバ（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：若槻肇、以下 KDDI エボルバ）は、EC・通販を利用した商品購入時の情報収集や新サービスに対する消費者の最新の行動実態・利用意向、ニーズ把握を目的に、半年以内に商品・サービスの情報収集・相談をして、非対面チャネルで有形商材を購入した 727 人を対象に調査を行った「EC・通販ユーザー動向調査レポート“速報版”」を 2021 年 6 月 7 日に発表いたしました。

調査レポート【速報版】：<https://info.k-evolva.com/public/application/add/1206>

2020 年、コロナ禍で対面接客・販売が困難になった企業が大手 EC モールへの参画や、独自の通販サイト・EC サイトの立ち上げなど非対面販売を拡充し、外出自粛による実店舗からの置き換えで EC・通販経由で商品を購入する消費者が増えました。本調査（速報版）では、お客さまの属性によって変化する、参考にしている情報源や口コミなどの購入意欲への影響度などを明らかにしています。自社商材やターゲット層に寄り添った販売戦略や CS・CX 向上施策の検討・立案などにご活用ください。

■ 約 7 割が非対面での購入機会を「増えている・増えると思う」と回答

『コロナ以前（2020 年 1 月以前）とコロナ以降（2020 年 2 月以降）とで、【EC サイトや通販などオンラインや電話などの非対面】で購入する機会に変化はあったか』の問いに対し、約 7 割が「増えている・増えると思う」と回答。「減った・減りそう」と回答したのは 4.3%に留まり（図 1）、アフター・コロナの先行きが不透明な状況下において、EC・通販を利用した購入機会の一層増加が見込まれる結果となりました。

コロナ禍における「非対面」での購入機会は？

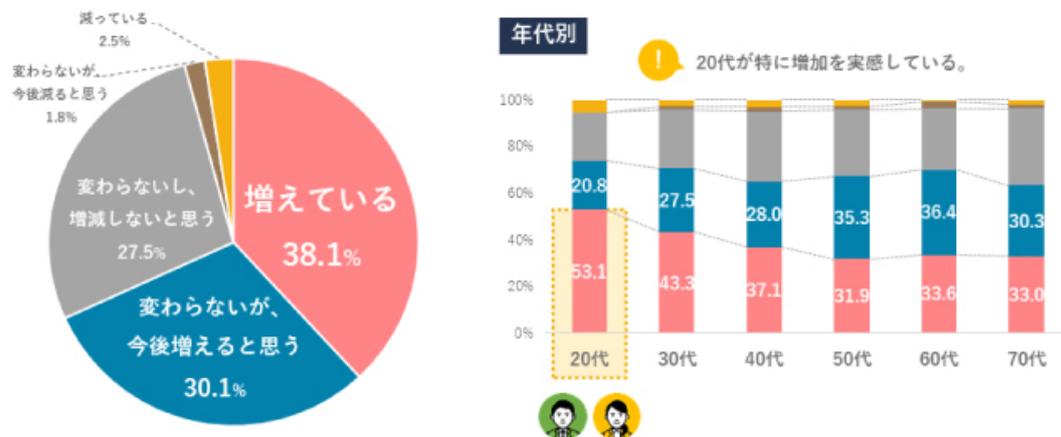


Point

約7割が「増えている・増えると思う」と回答。「減った・減りそう」と回答したのは4.3%にとどまった。今後はより通販・ECでの購入機会は増えそうだ。



Q コロナ以前（2020年1月以前）とコロナ以降（2020年2月以降）とで、【ECサイトや通販などオンラインや電話などの非対面】で購入する機会に変化はありましたか。



<図 1. コロナ禍における「非対面」での購入機会 消費者意向>

■ 普段から利用している情報源は EC モールと公式サイト（全体傾向）

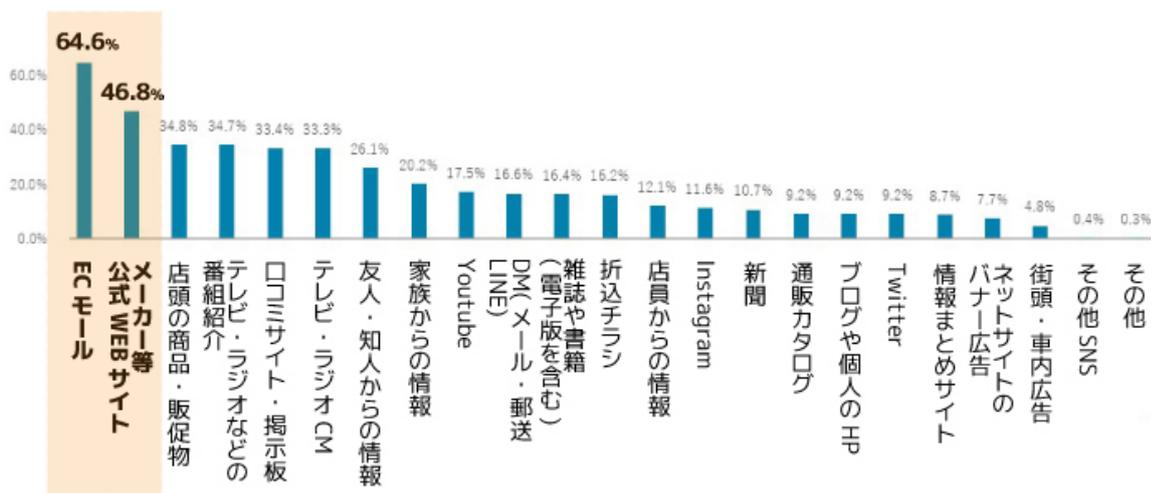
『普段から利用している情報源について、あてはまるもの（複数選択）』の回答（全体傾向）では、購入目的の有無にかかわらず、普段から EC モールを情報源として利用する人が 6 割以上存在し、公式 Web サイトを 5 割近く利用していることが明らかになりました（図 2）。

なお、年代別に分解した場合、情報源の傾向値に違いがみられました（[調査レポート参照](#)）。

Point

購入目的の有無にかかわらず、普段からECモールを情報源として利用する人が6割以上。
公式WEBサイトも5割近く利用されている。

Q 普段から利用している情報源について、あてはまるものをお選びください。（複数選択）



<図 2. 普段から利用している情報源>

■ EC・通販ユーザー動向調査レポート“速報版” 目次

- ・ コロナ禍における「非対面」での購入機会は？
- ・ 普段から利用している情報源は？（全体傾向）
- ・ 普段から利用している情報源は？（性年代別 20～40代）
- ・ 普段から利用している情報源は？（性年代別 50～70代）
- ・ 購入商品について興味をもったきっかけの情報源は？
- ・ 購入商品について最も参考にした情報源は？
- ・ 購入決定に対する口コミ影響度は？
- ・ 良い口コミによる購入決定経験は？
- ・ 悪い口コミによる購入辞退経験は？
- ・ 購入後の連絡・情報提供による購買意欲影響度は？

調査レポート【速報版】：<https://info.k-evolva.com/public/application/add/1206>

KDDI エボルバは、今後も、真のCXを高めるBPO・コンタクトセンターサービス、最新のテクノロジーを駆使したビジネスソリューションで磨いたノウハウや、知見、技術を通じて、「顧客体験価値の向上」と「クライアント企業様の本業に貢献」という二つのカスタマーサクセスの実現を目指してまいります。

■ 調査について

- ・ 調査対象 : 20～79歳の男女
- ・ サンプル数 : 計727（サンプル数は人口動態にあわせて回収）
- ・ 調査地域 : 全国
- ・ 調査方法 : インターネットリサーチ
- ・ 調査時期 : 2021年2月
- ・ 調査企画 : 株式会社 KDDI エボルバ

■ 過去の調査レポート

- ・ 企業とお客さま間のコミュニケーション実態調査 2020年 <https://info.k-evolva.com/public/seminar/view/90>
- ・ 企業とお客さま間のコミュニケーション実態調査 2019年 <https://www.k-evolva.com/news/detail20190618.html>
- ・ 企業とお客さま間のコミュニケーション実態調査 2019年 業界別編 <https://www.k-evolva.com/news/detail20191017.html>
- ・ 企業とお客さま間のコミュニケーション実態調査 2018年 <https://www.k-evolva.com/news/detail20180820.html>

・ 本リリース本文中の製品名および会社名は、各社の商標または登録商標です。