

全国の男女 1000 人に聞いた  
**「EC サイトに求められるカスタマーサポートに関する調査」**

**購入後の顧客サポートを重要視する方：7 割以上！**  
**約 9 割の方が、サポートによって今後の購入意欲が高まると回答**

生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回 2021 年 1 月 27 日（水）～2021 年 1 月 29 日（金）の 3 日間、全国の男女 1000 人を対象に「生活者起点の D2C」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

2020 年 10 月に実施した「生活者目線で見えた D2C 実態調査」では、生活者はブランドの EC サイトで商品を購入する際に、アフターケアやサポートを期待しているにも関わらず、そのアフターケアやサポートに不満がある、という実態が明らかになりました。そこで今回は、生活者がどのような理由でブランドの EC サイトから商品を購入しているのか、求めるアフターケアやサポートとは何か、それらが得られた際にどのような印象をブランドに持つのか、などについて深掘した調査を実施しました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の男女①今まで、一度でもメーカー直販の通販サイトとモール型 EC サイトで何かを購入したことがある方②半年に 1 回はオンラインショッピングをする方を対象に実施
3. 有効回答数：1000 名
4. 調査実施日：2021 年 1 月 27 日（水）～2021 年 1 月 29 日（金）

◆「EC サイトに求められるカスタマーサポートに関する調査」主な質問と回答

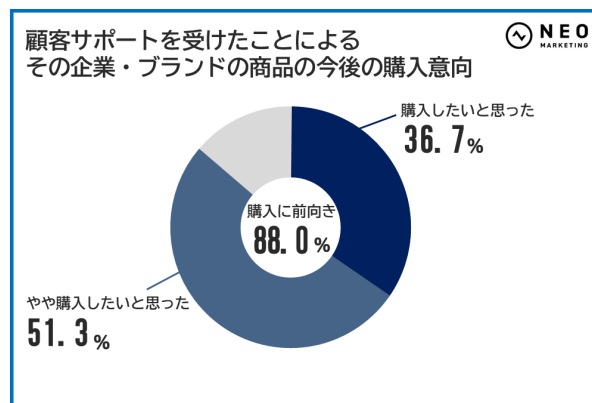
◆メーカー直販サイトで購入する理由は？：「信頼感があるから」と回答した方が約半数！

メーカー直販サイトで購入する理由について聞いたところ、「信頼感があるから」と回答した方が 45.9%だった。商品をより安全に購入したいという思いから、メーカー直販で購入するという方が多いと考えられる。

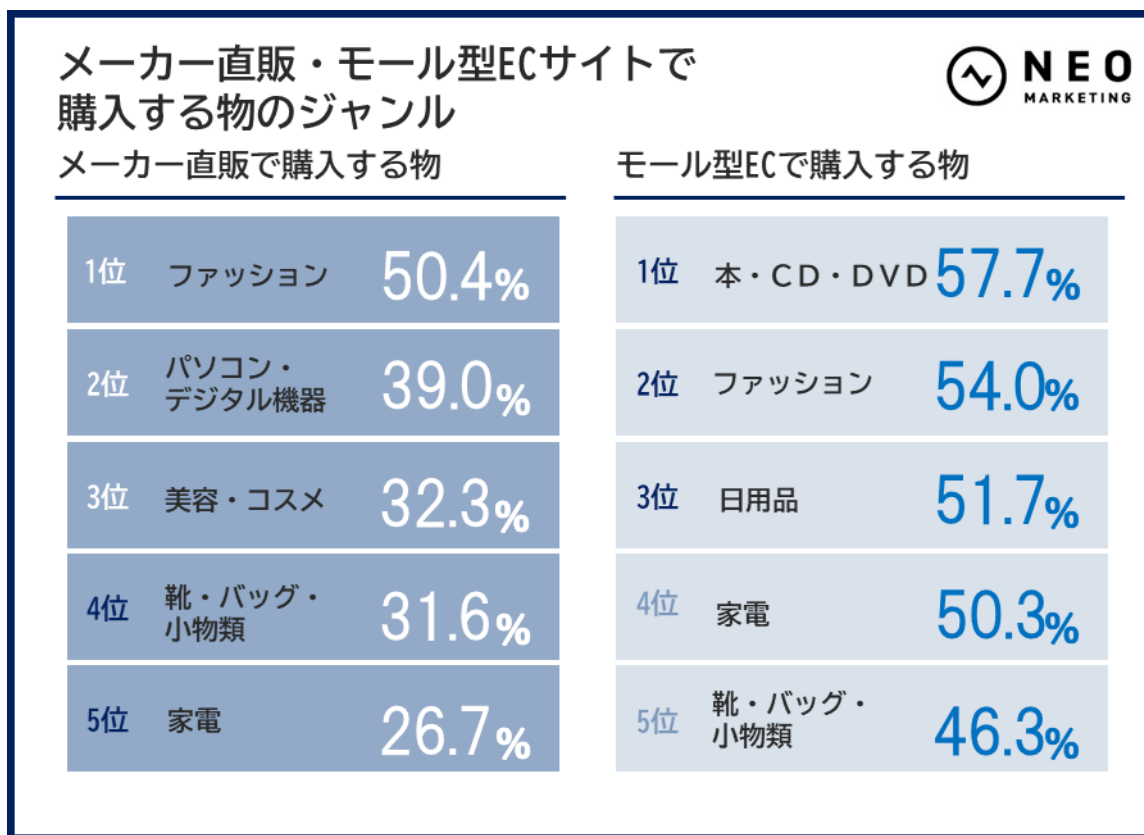
◆顧客サポートを受けたことによってその企業・ブランドの商品を再度購入したいと思ったか？：

**9 割弱は購入したいと思っている！**

顧客サポートを受けたことによってその企業・ブランドの商品を再度購入したいと思ったか聞いたところ、「購入したいと思った」「やや購入したいと思った」と回答した方は 88.0%だった。顧客サポートの経験は、消費者のその後の購入意向に良い影響を与えらる。

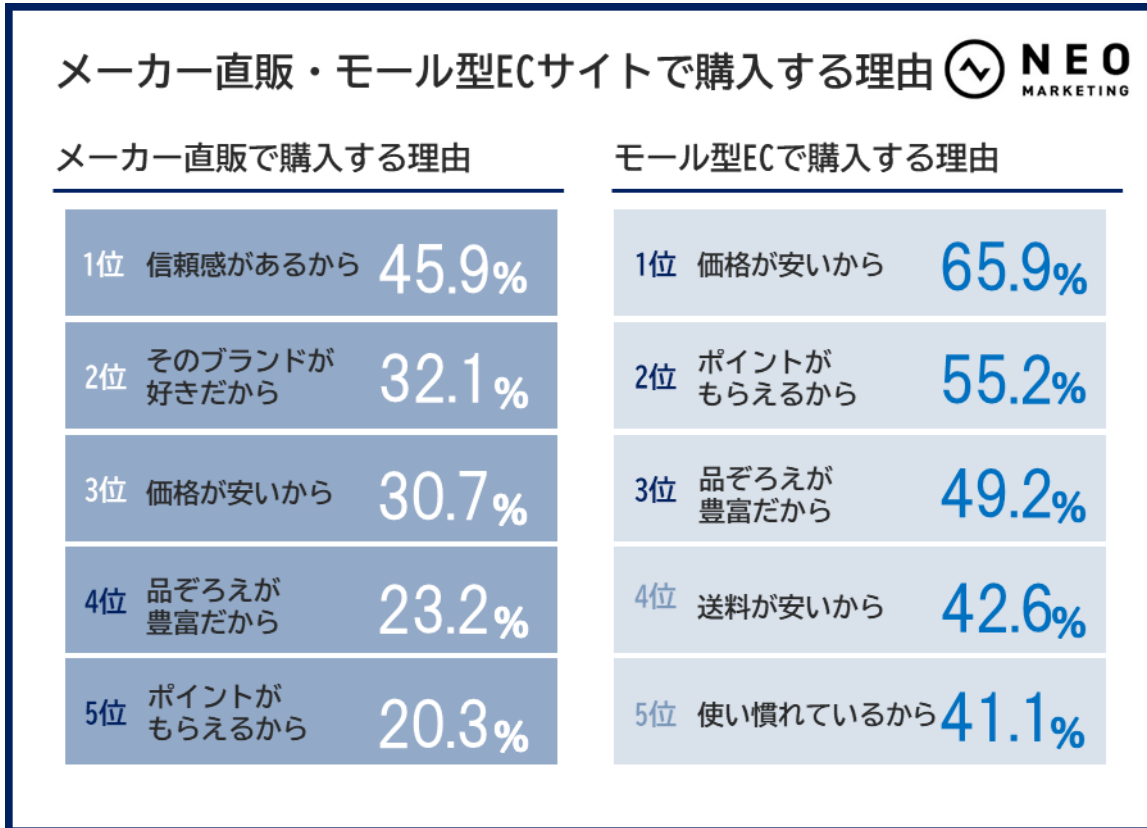


メーカー直販・モール型 EC サイトで購入する物のジャンル



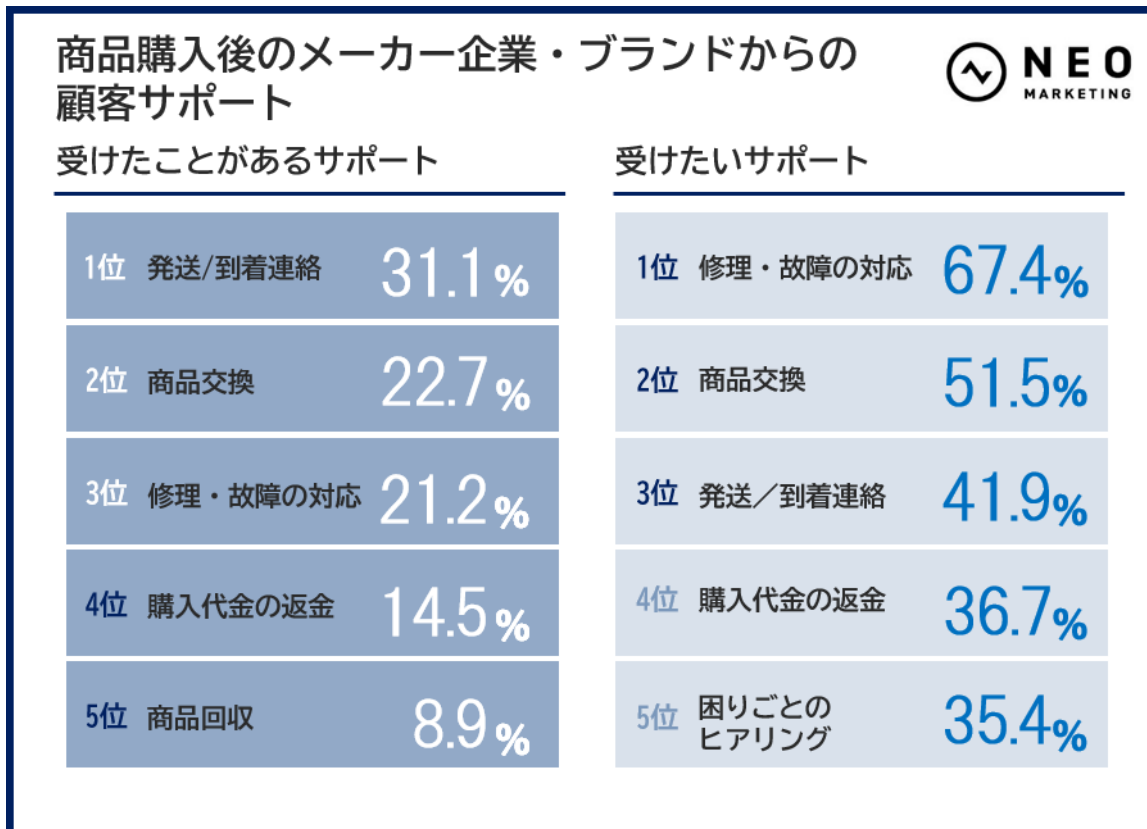
まず、メーカー直販・モール型 EC サイトで購入する物のジャンルについてお聞きしました。メーカー直販で購入する物としては、「ファッション」と回答した方が5割以上、次いで「パソコン・デジタル機器」、「美容・コスメ」と、メーカーやブランドに固定のファンが付きやすい物が上位の結果となりました。また、モール型 EC で購入する物として、「本・CD・DVD」「ファッション」「日用品」と回答した方が5割以上となっています。

## メーカー直販とモール型 EC サイトで購入する理由



続いて、メーカー直販・モール型 EC サイトで購入する理由をお聞きしました。メーカー直販で購入する物については、「信頼感があるから」「そのブランドが好きだから」が上位にあり、その商品のメーカー・ブランドに対する信頼や好意度など、情緒的な点が大きく影響しているようです。一方、モール型 EC で購入する物については、「価格が安いから」「ポイントがもらえるから」「送料が安いから」が上位にあり、実利的な点が重視される傾向にあるようです。また、「使い慣れているから」という回答も 4 割以上ありました。

商品を購入した後、受けたことがある顧客サポート・受けたくない顧客サポート

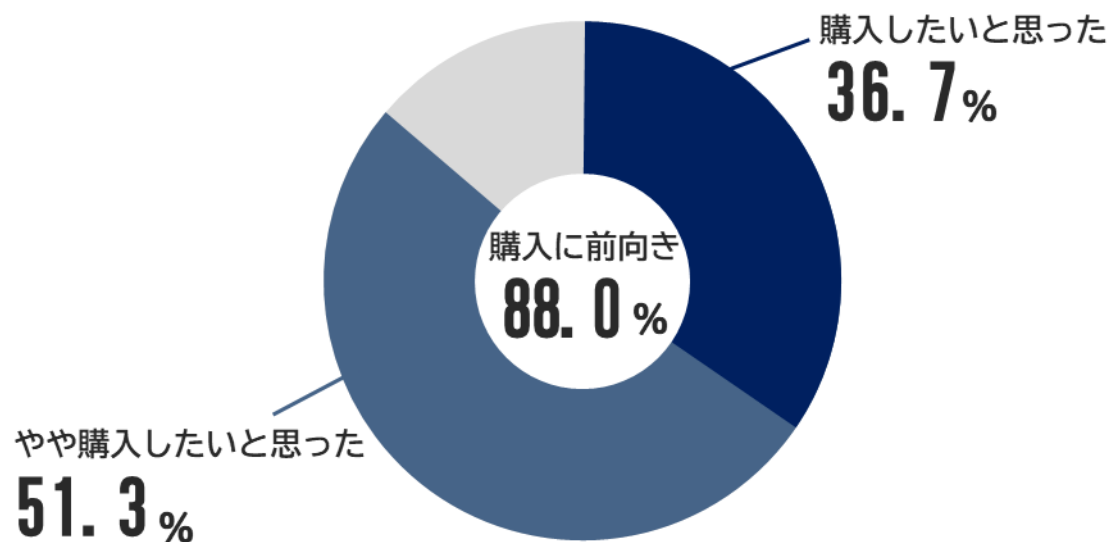


商品を購入した後、その商品のメーカー企業・ブランドから顧客サポートを受けたことがあるかについてお聞きしました。「受けたことがない」と回答した方は44.2%でしたが、受けたことがある方の中では「発送/到着連絡」が最も多い結果となりました。

また、商品を購入した後、その商品のメーカー企業・ブランドからどのような顧客サポートがあると良いかお聞きしたところ、「修理・故障の対応」が6割以上と最も多く、「商品交換」や「購入代金の返金」も上位に入っていることから、商品の保証についてのサポートが強く望まれているようです。実店舗での購入では実物を見て購入している上、問題が生じた場合は購入店舗に相談できますが、オンラインで購入する際は、実物とのギャップや問題が起きた場合の不安が大きいため、アフターフォローが重要になってきていると考えられます。

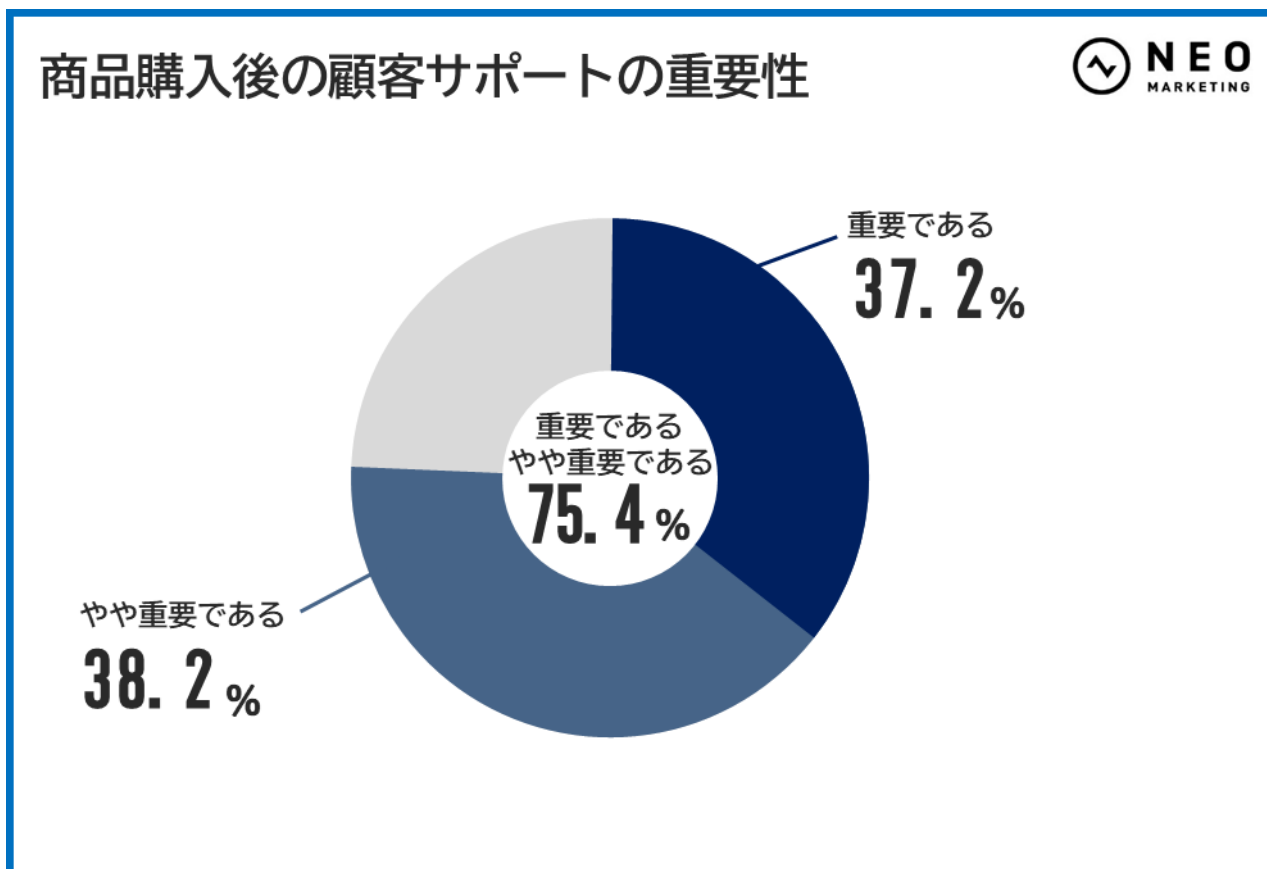
## 顧客サポートがもたらす購入意向への影響

### 顧客サポートを受けたことによる その企業・ブランドの商品の今後の購入意向



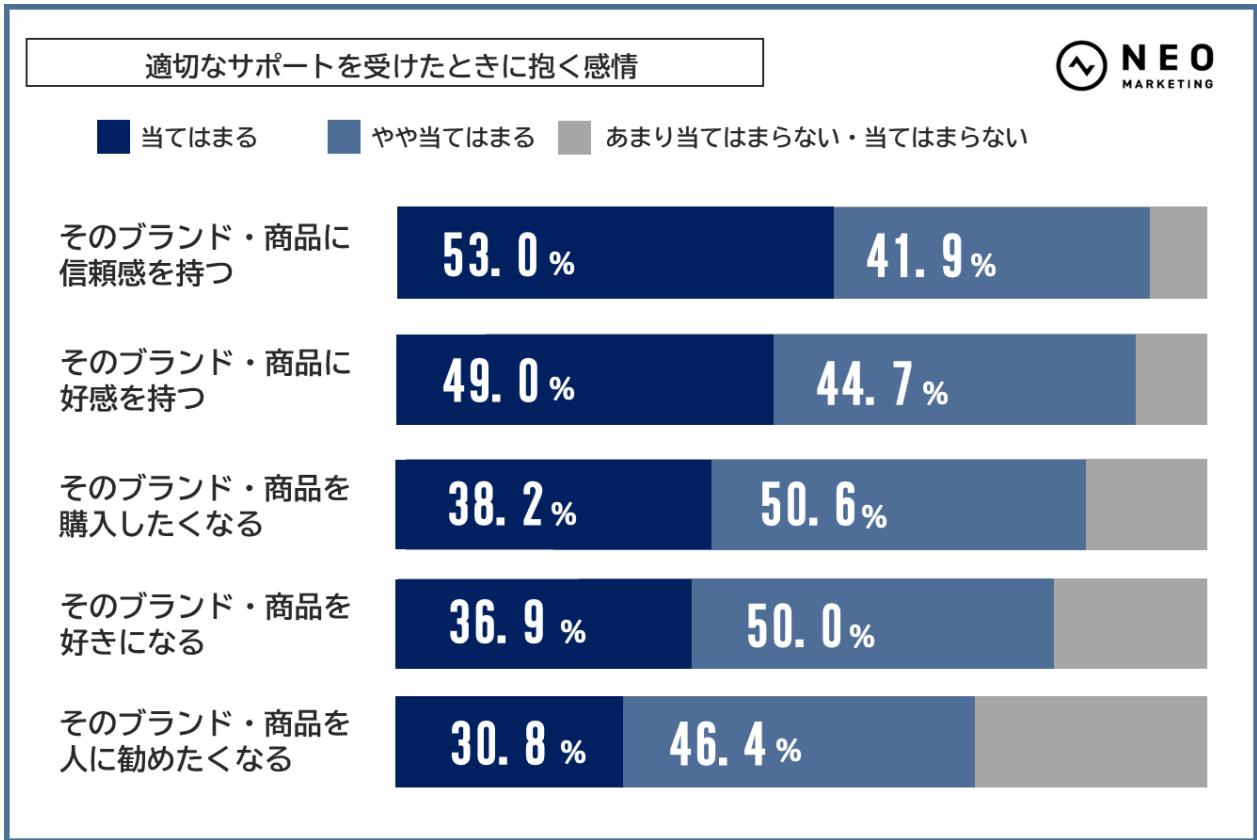
顧客サポートを受けたことにより、その企業・ブランドの商品を再度購入したいと思ったかについてお聞きしました。「購入したいと思った」「やや購入したいと思った」と購入に前向きな回答をした方は9割弱で、顧客サポートを受けたことにより今後の購入意向は高まる可能性が非常に高いという結果となりました。

商品を購入した後の顧客サポートについての重要性



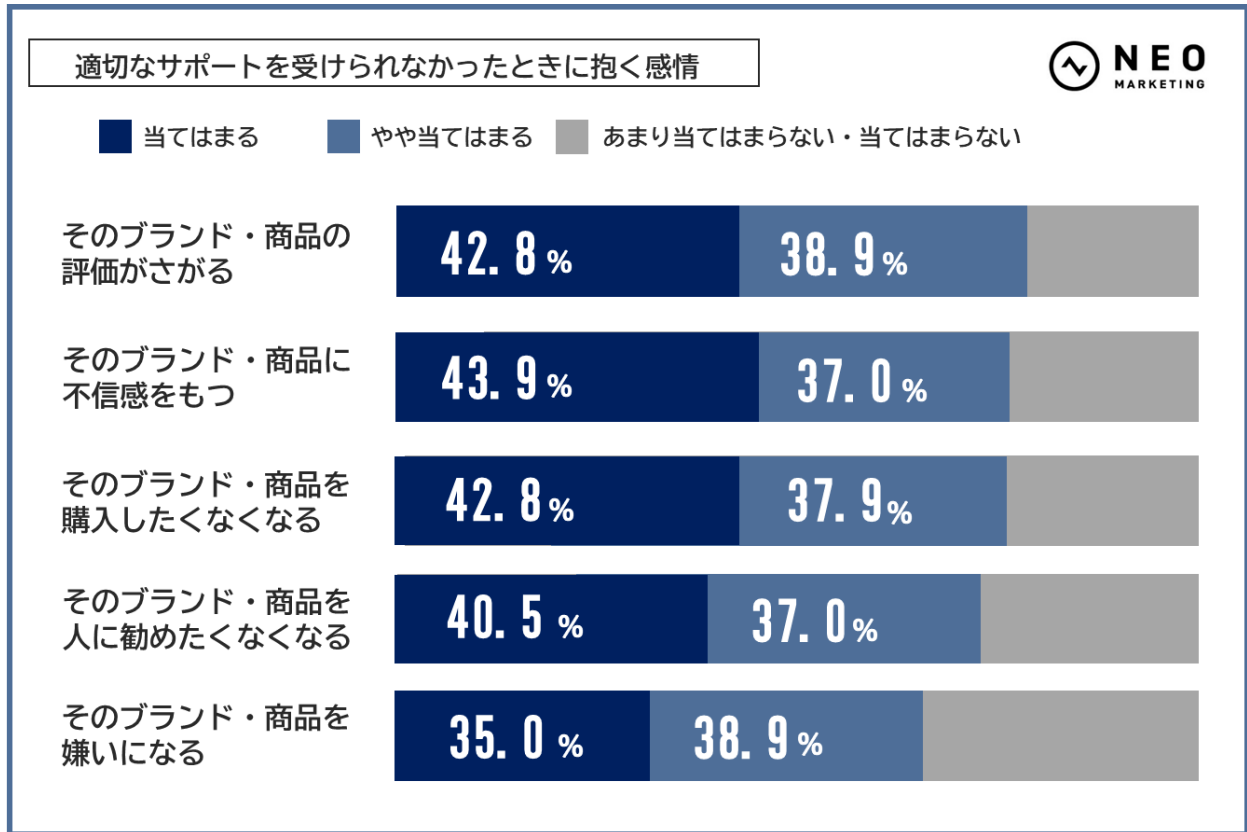
商品を購入した後の顧客サポートについてどのように思うかお聞きしました。「重要である」「やや重要である」と回答した方は7割以上で、顧客サポートに対する満足度は今後の購買行動に大きく影響を与えられと考えられます。

## 適切なサポートを受けたときに抱く感情



適切なサポートを受けたときに抱く感情についてお聞きしました。「そのブランド・商品に信頼感を持つ」と回答した方は94.9%、「そのブランド・商品に好感を持つ」と回答した方は93.7%という非常に高い割合でした。また、直接購買意欲につながる「そのブランド・商品を購入したくなる」という方が88.8%、「そのブランド・商品を人に勧めたくなる」と回答した方も77.2%いるということが分かりました。適切なサポートを実施することが売上に直接関係してくると思えます。

## 適切なサポートを受けられなかったときに抱く感情



適切なサポートを受けられなかったときに抱く感情についてお聞きしました。「そのブランド・商品を購入したくなくなる」と回答した方は80.7%、「そのブランド・商品を嫌いになる」と回答した方は73.9%という結果となりました。商品の満足度が高かったとしても、何か問題が発生したとき適切なサポートが提供されなかった場合、生活者がブランドから離れてしまう可能性があると考えられます。

### ■この調査のその他の質問

- ・どの程度、期待した顧客サポートが受けられているか（単数回答）
- ・どのような時に顧客サポートが受けられていないと感じるか（自由回答）

### ■この調査で使用了調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

### ■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例>「生活者起点の研究&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

### ■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>