

全国の20歳～69歳の男女1000人に聞いた 「送料設定や画像、ユーザーが求めるECとは」

ECショップを選ぶ際に「重要」だと思える要素として、「送料」は62.2%でトップ。
送料表記は「全品送料無料」が最も嬉しく、画像は「寸法が記載された画像」が欲しい。

生活者起点の研究&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、独自で調査を行っております。今回2022年3月22日（火）～2022年3月24日（木）の3日間、全国の20歳～69歳の男女1000人を対象に「EC」をテーマにインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛の影響で、以前よりオンラインショップを利用する機会が増えた方も多いのではないのでしょうか。また新型コロナウイルス感染拡大をきっかけに、自社のECショップの立ち上げ・ECショップの強化をスタートした企業も多いかと思えます。

ECショップが増える昨今、生活者に選ばれるECづくりのヒントを得るため、ECを利用する全国の男女1000人に対し調査をおこないました。送料設定や決済方法、商品ページの画像、ショップからのメール等に対する印象や希望を聴取し、考察を加えました。是非今後のマーケティング活動の一資料としてご活用ください。

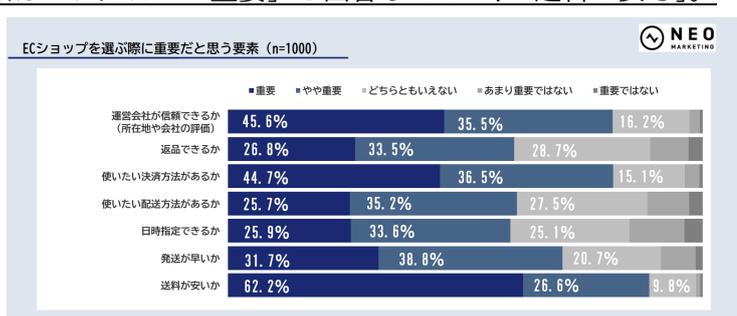
【調査概要】

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20歳～69歳の男女で、1か月に1回以上ECサイトを利用する方（利用するECがモール系ショップのみは対象外）
3. 有効回答数：1000名
4. 調査実施日：2022年3月22日（火）～2022年3月24日（木）

◆「送料設定や画像、ユーザーが求めるECとは」主な質問と回答

◆ECショップを選ぶ際に重要だと思う要素は：62.2%が「重要」と回答したのが、「送料の安さ」。

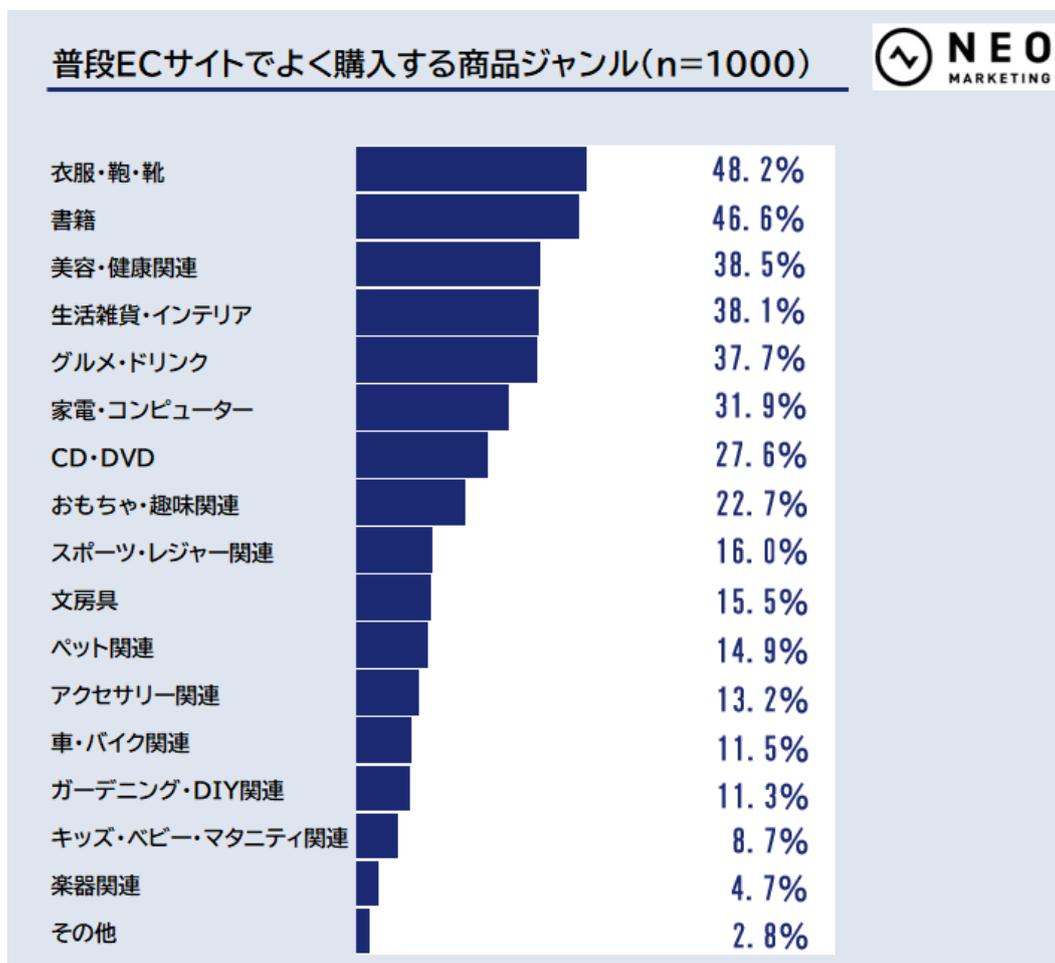
「重要」と回答した割合のみで62.2%と半数以上を占めトップとなったのが、送料の安さ。「やや重要」も含めるとその割合は88.8%となっており、送料の価格設定がECショップ運営においていかに重要であるかが分かる。



◆嬉しいと感じる送料設定は：「全品送料無料」が74.1%

「嬉しい」と回答した割合が74.1%でトップとなったのが「全品送料無料」だった。一方、「何個購入しても送料一律●円」という送料設定を「嬉しい」と回答した割合は22.5%、「メール便(※その他配送手段名)なら送料●円」という具体的な配送手段ごとの送料設定を「嬉しい」と回答した割合は34.5%を獲得。いくつ購入しても送料が一律であると提示されるよりも、配送手段ごとの明確な送料を提示される方が生活者にとって嬉しいということが分かった。

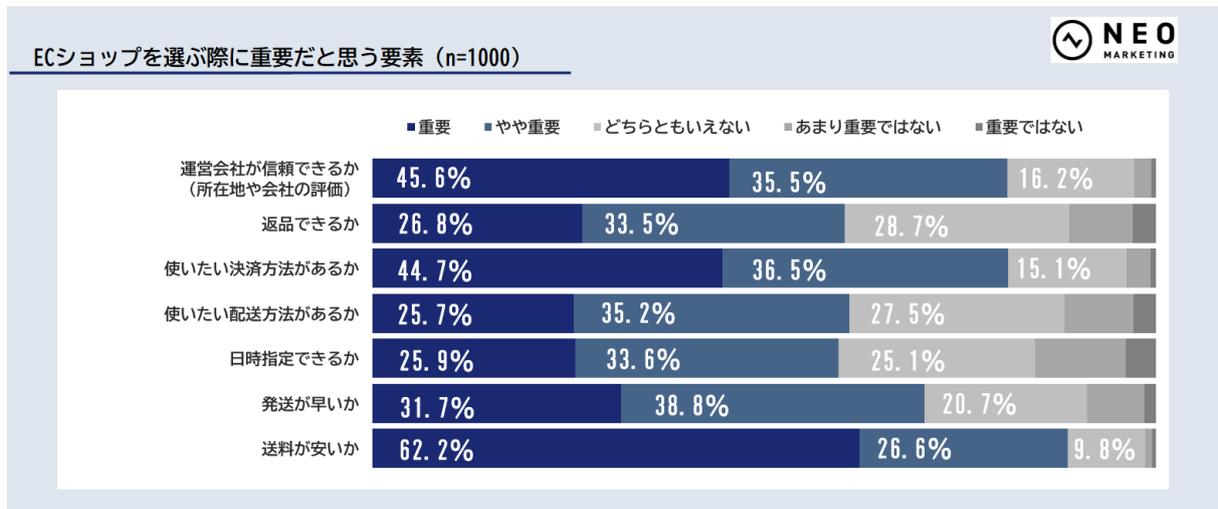
普段 EC サイトでよく購入する商品ジャンル



普段 EC サイトでよく購入する商品ジャンルをお聞きしました。

「衣服・鞆・靴」が48.2%でトップとなり、そこに1.6ポイント差の46.6%で「書籍」が続きました。一方、「家電・コンピューター」は30%以上、また「車・バイク関連」も10%以上の割合を獲得しています。比較的価格が高いジャンルということもあり、実店舗での販売スタッフとの相談や、実際の使い心地の確認がより重要となりそうですが、ECを利用する割合は少なくないようです。

EC ショップを選ぶ際に重要だと思う要素

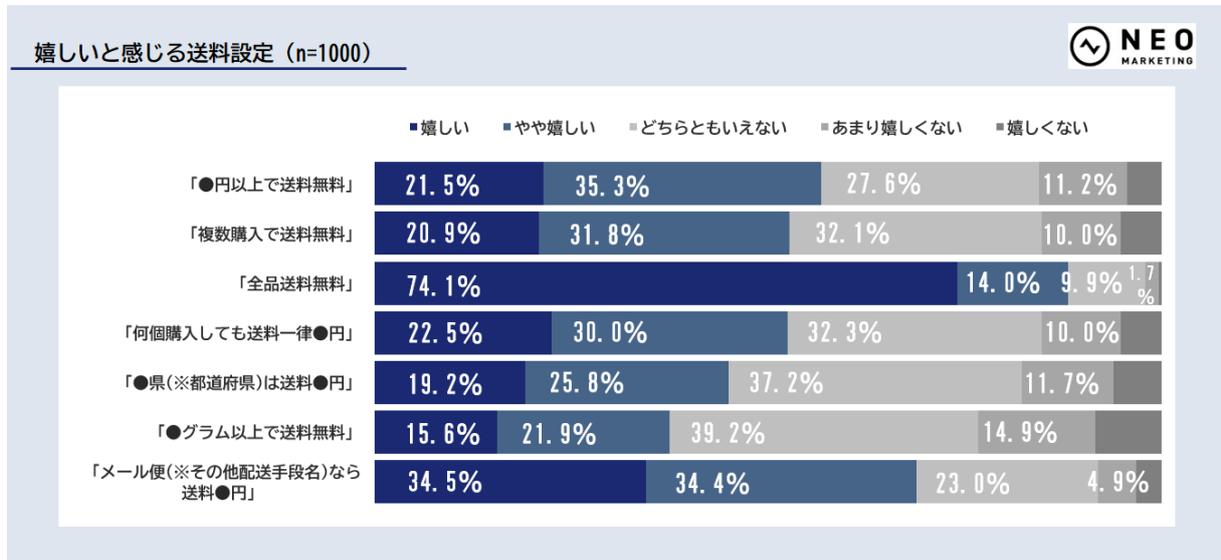


EC ショップを選ぶ際に、重要だと思う要素としてあてはまるものをお聞きしました。

「重要」と回答した割合のみで62.2%と半数以上を占め、トップとなったのが送料の安さでした。「やや重要」も含めるとその割合は88.8%となっており、送料の価格設定がECショップ運営においていかに重要であるかが分かります。

また、送料に次いで重要度が高かったのが「使いたい決済方法があるか」「運営会社が信頼できるか」でした。決済方法・運営会社の信頼については、「重要」と回答した割合がそれぞれ44.7%・45.6%、「やや重要」と回答した割合がそれぞれ36.5%・35.5%と、近似しています。

嬉しいと感じる送料設定



EC ショップを利用する際に、嬉しいと感じる送料設定としてあてはまるものをお聞きしました。
(※特定のジャンルの EC ショップにかかわらず、「この設定だったら嬉しい」と思う送料設定について回答)

「嬉しい」と回答した割合が 74.1%と最も高かったのが「全品送料無料」でした。
一方、「何個購入しても送料一律●円」を「嬉しい」と回答した割合は 22.5%、
「メール便(※その他配送手段名)なら送料●円」を「嬉しい」と回答した割合は 34.5%を獲得しています。いくつ購入しても送料が一律であると提示されるよりも、配送手段ごとの明確な送料を提示される方が生活者にとって嬉しいということが分かります。

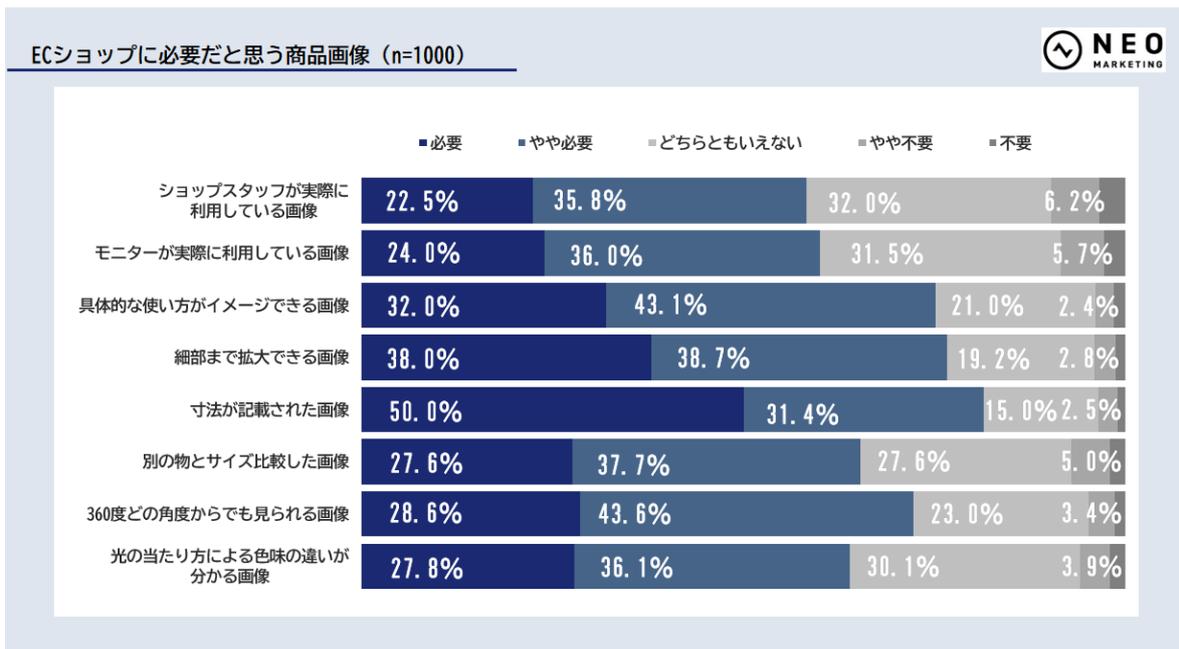
EC ショップに必要なと思う商品画像



▲ 「寸法が記載された画像」例（2枚を回答者に提示）



▲ 「別の物とサイズ比較した画像」例（回答者に提示）



EC ショップで商品を選ぶ際に、必要だと思う商品画像としてあてはまるものをお聞きしました。(回答者は、上記のそれぞれの画像を閲覧したうえで回答)

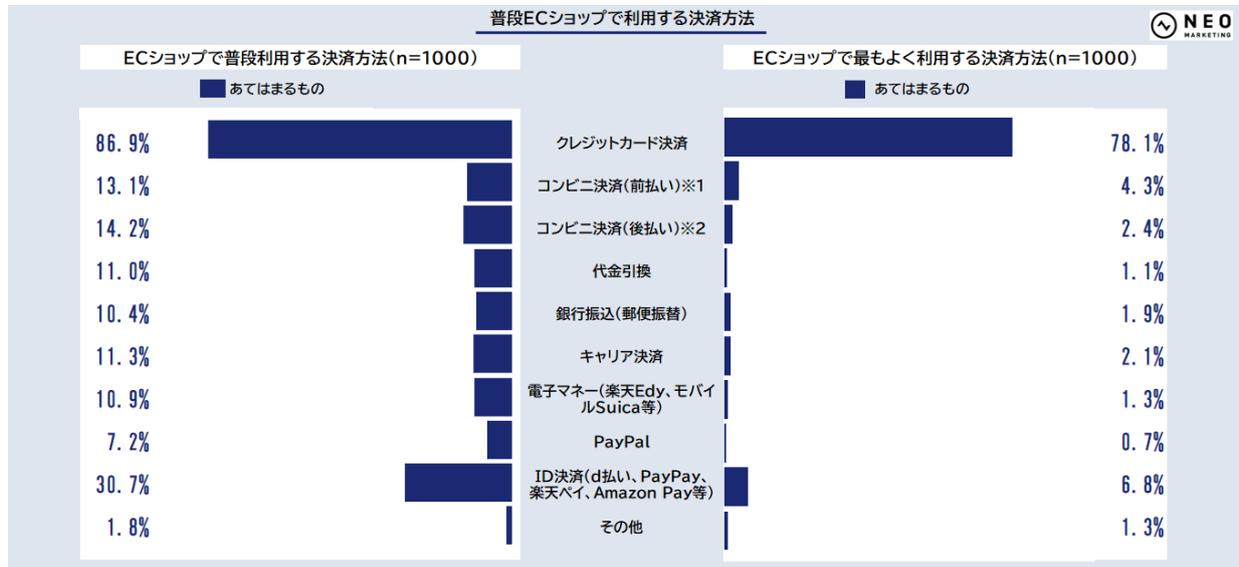
「必要」と回答した割合が最も高かったのが「寸法が記載された画像」(前掲した画像)で、50.0%でした。直接画像にサイズを明記したものを必要とする方は多いようです。

EC で商品を購入する方の中には、サイズを確認することを面倒に感じ、そのまま購入してしまう方もいるでしょう。このようにサイズ表記した画像を商品ページに入れておくことは、購入者側に親切であるとともに、購入後のイメージ違いによる返品や悪評価の防止等、販売側のメリットになるとも考えられます。

「ショップスタッフが実際に利用している画像」「モニターが実際に利用している画像」を「必要」と回答した割合はそれぞれ 22.5%・24.0%である一方で、「具体的な使い方がイメージできる画像」は 32.0%と、8~9.5 ポイント高くなっています。

購入後に自分がどのように使えば良いか具体的にイメージできる画像があることの方が重要であり、画像内の人物はショップスタッフやモニターでなくても構わないということかもしれません。

普段 EC ショップで利用する決済方法



※1：予約番号や受付番号を入力し代金を支払う方法 ※2：払込票等

普段 EC ショップで利用する決済方法をお聞きしました。

また、その中で自身が最もよく利用する決済方法として、あてはまるものを1つお聞きしました。

普段利用する決済方法としては「クレジットカード決済」が「ID決済(d払い、PayPay、楽天ペイ、Amazon Pay等)」と56.2ポイントの差をつけてトップとなりました。コンビニ決済も、前払い13.1%と後払い14.2%を合わせると利用率は27.3%となり、決済方法としての存在感の強さがうかがえます。

コンビニ決済を利用する理由

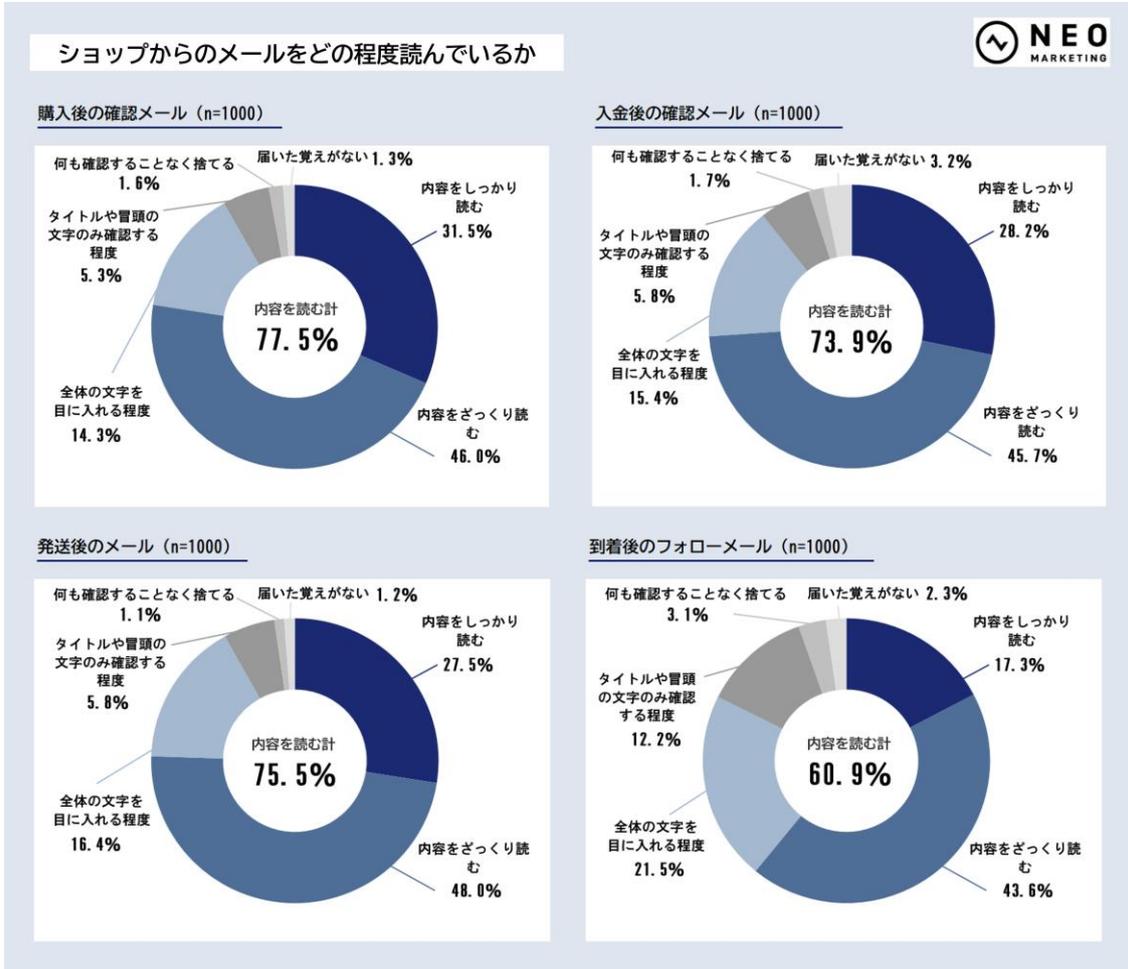
前掲した設問【普段 EC ショップで利用する決済方法】について、「コンビニ決済」は利用率 27.3%を占めました。コンビニ決済は場合によっては購入者側に手数料が生じることもありますが、コンビニ決済を選択するメリットはどこにあるのでしょうか。利用する理由について、自由記述にてお聞きしました。

安全性の観点から、普段使わない EC ショップや、今後そのショップを継続して利用するか分からない場合に使うという声が挙がりました。また、簡易な情報をコンビニで入力すればあとは待つだけ、という決済方法の気持ちの軽さについての声もありました。

【自由回答の一部抜粋】

- ・普段利用していないサイトのときは、クレジットを入力するのに抵抗がある（39 歳、男性）
- ・一番間違えが無く、簡単だから（45 歳、男性）
- ・クレカだと使い過ぎるから。手持ちの現金で買える範囲内で購入したいから。（49 歳、女性）
- ・利用しやすい 支払い方法がわかりやすい（27 歳、女性）
- ・初めてののお店や、何度か利用していても大手、だれもが知っているようなお店でない場合カード支払いは心配なので。（61 歳、女性）
- ・すぐに支払いができる。クレジットカードのように後から請求が来ない（55 歳、女性）
- ・支払いが終われば受け取るのみなので、気持ちがラク。（48 歳、女性）
- ・継続してそのサイトで購入の予定がない場合はクレジット情報を残したくない（50 歳、女性）
- ・クレジットカード使用の履歴を残したくない（51 歳、女性）
- ・カード情報が不正アクセス等により盗まれた話をよく聞くので心配だから（36 歳、男性）
- ・コンビニはほぼ毎日行くのであまり手間と考えていないから（27 歳、男性）
- ・買いすぎを防げるから。（21 歳、男性）
- ・個人情報流出が怖いから。（56 歳、女性）

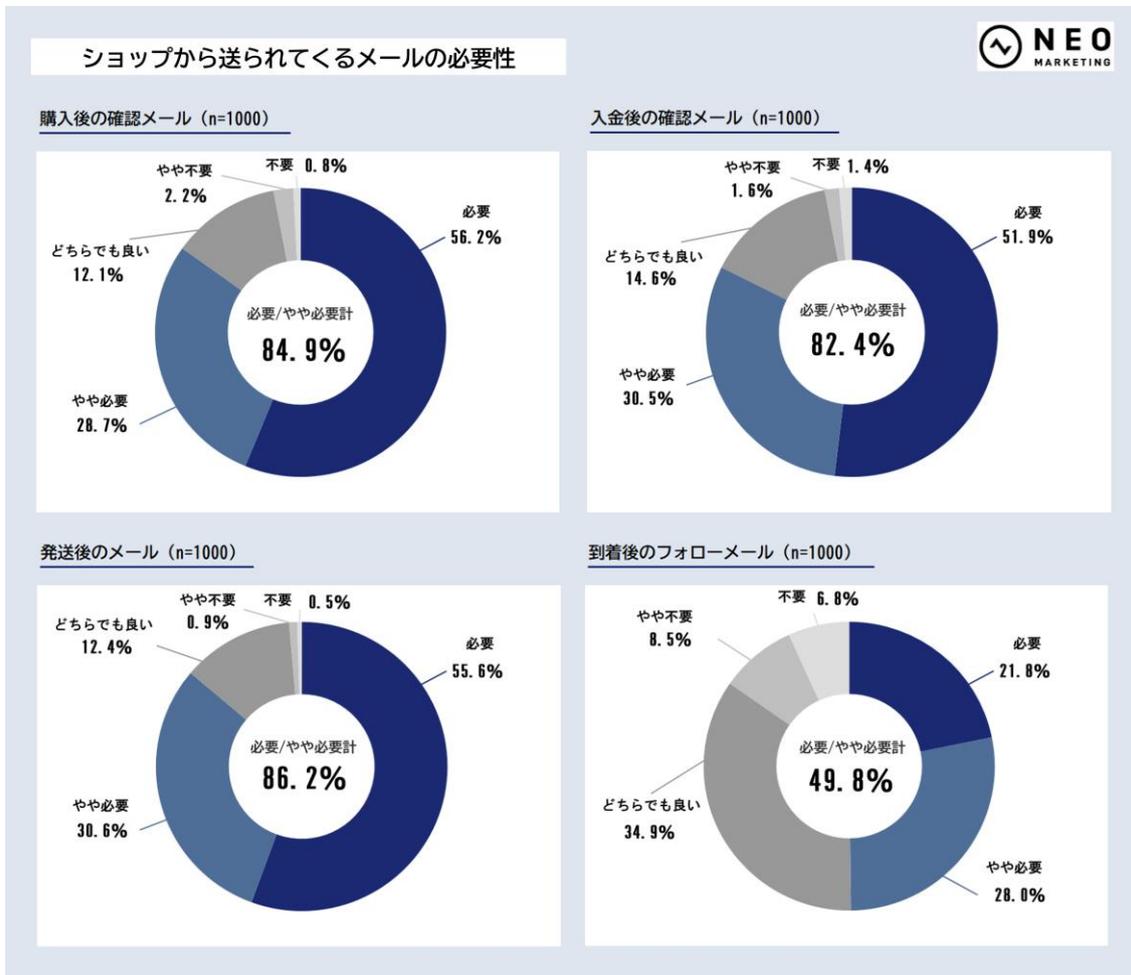
ショッピングからのメールをどの程度読んでいるか



EC ショップで商品を購入した際にショップから送られてくるメールを、どの程度読んでいるかお聞きしました。

「内容をしっかり読む」と回答した割合は、購入～商品到着までステップを追うごとに徐々に低くなっていることが分かりました。しかし到着後であってもメールを読む割合は約 60%をキープしているため、関心は高いといえるでしょう。

ショップから送られてくるメールの必要性



EC ショップで商品を購入した際にショップから送られてくるメールの、必要性についてお聞きしました。

購入後、入金後、発送後のメールについては「必要」と回答した割合が80%を超えました。この結果から、これらのメールは必須だといえます。

一方、「到着後のフォローメール」は必要・不要の割合が半々に分かれました。

「到着後のフォローメール」を「必然」「やや必要」と回答した方の理由を自由記述にてお聞きすると、安心感につながるという声のほか、売りっぱなしにしない姿勢を感じる、安心感を抱くといった声がありました。

到着後のフォローメールは、リピートしてもらうための大事なコミュニケーションであるため、他の商品の紹介だけではなく、到着後に問題があった場合の対応の流れや、使い方についてレクチャーするコンテンツを記載する等、ショップに好感をもってもらおう工夫をすると良い効果が期待できるかもしれません。

【自由回答の一部抜粋】

- ・万が一の返品等相談しやすい為 (33 歳、女性、「やや必要」と回答)
- ・最後まで丁寧だとまた使いたくなる (31 歳、女性、「必要」と回答)
- ・未着の場合の手配を知りたい (49 歳、女性、「必要」と回答)
- ・これがないと寒々しいので。(40 歳、男性、「必要」と回答)
- ・安心感につながる (37 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・ショップがフィードバックする姿勢がわかる (59 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・何かあったとき連絡しやすい (46 歳、女性、「必要」と回答)
- ・顧客として大事に扱われていると感じるため (59 歳、男性、「必要」と回答)
- ・ちゃんとした店だなと信頼につながる (52 歳、女性、「必要」と回答)
- ・不具合があった時などの流れが分かって安心できる (28 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・ショップの配慮を感じる (65 歳、女性、「やや必要」と回答)
- ・フォローメールが来ると安心するから (26 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・困ったことがあったら連絡できるから (35 歳、女性、「必要」と回答)
- ・何かあったときの窓口となるため (39 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・大切にされていると実感できるから (42 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・売りっぱなしにならないように (57 歳、男性、「やや必要」と回答)
- ・ちゃんとした会社というイメージ (21 歳、女性、「必要」と回答)
- ・返品等が発生した場合のフォローを確認したいから (35 歳、男性、「やや必要」と回答)

ショップから送られてくる各メールについて必要・不要と回答した理由(自由記述)の全データは、ダウンロードするとご覧いただけます。

■この調査のその他の質問

- ・普段最もよく利用する EC ショップの満足度
- ・ショップから送られてくるメールの必要性についての理由(自由記述) 等

■この調査で使用した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>「生活者起点のリサーチ&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/>