

**【AI時代の購買体験最前線 2026】**  
**約3人に1人が商品購入時の情報収集にAIを活用、**  
**検索後の比較・整理をAIが支援する**  
**～検索起点の購買行動は依然主流、**  
**AIが購買検討を後押しする最新動向をZETAが調査～**

CX向上生成AIソリューション「ZETA CXシリーズ」を提供し、顧客体験価値の向上を支援するZETA株式会社(本社：東京都世田谷区、以下ZETA)は、2026年4月に「購買行動におけるAI活用状況に関するアンケート調査」を実施いたしました。

生成AIの急速な普及に伴い、ユーザーの商品探索行動は「検索して探す」だけでなく、膨大な情報を比較・整理しながら自分に合う商品を選ぶ体験へと変化しています。

本調査では、商品購入時の情報収集におけるAI利用状況や、ECサイト上での比較・検討時に感じる負担、AI・チャットに期待される機能などを浮き彫りにしました。その結果、検索を起点とした購買行動が依然として主流である一方、AIが検索後の比較・整理・提案を補完する存在として活用され始めている実態が明らかになりました。

-----  
**■ 調査概要**

- 調査主体 : ZETA 株式会社
- 調査対象 : 直近3ヶ月でECサイトを利用したと回答した男女
- 有効回答数 : 981名
- 調査期間 : 2026年4月16日～2026年4月28日
- 調査方法 : インターネットアンケート

-----  
**■ トピックス**

1. 検索起点の購買行動 : 商品購入時の情報収集は、依然として「検索」が主流
  2. AI活用の広がり : AIは購買行動を支える新たな補完手段として定着し始める
  3. 比較・整理へのニーズ : AIによる比較・要約・提案が、商品選定支援の鍵に
-

■ 調査結果詳細

【1】 購買行動の入口は依然として「検索」 - 情報収集手段に関する調査結果



商品購入時の情報収集手段は「EC サイト内検索」が 63.8%と最多、次いで「Google などの検索エンジン」が 59.4%という結果となりました。

一方で「AI エージェント(ChatGPT・Gemini など)」は 10.0%、「EC サイト内のチャットボット」は 5.4%と、現時点では新たな情報収集手段の利用は限定的であるものの、今後は検索行動を補完する導線として広がる可能性が見られました。

【2】 約 3 人に 1 人が購買時に AI を活用 - AI 利用状況に関する調査結果



商品購入を検討する際に ChatGPT や Gemini などの AI を利用して情報収集することが「よくある」と回答したユーザーは 9.7%、「たまにある」と回答したユーザーは 25.4%という結果となりました。

両者を合わせると 35.1%となり、約 3 人に 1 人が商品購入時の情報収集に AI を活用していることから、AI は購買行動を補完する手段として一定規模で定着し始めていることがわかりました。

### 【3】比較・要約・提案で商品選定をサポート - EC サイト上の困りごとと AI 活用に関する調査結果



ECサイトで商品購入を検討する際に「比較が面倒」と感じている層では、AIを「商品の比較検討」に活用する割合が65.4%と高い結果を示しました。

また、「レビューが多すぎる」と感じている層では「レビュー・口コミの要約」、「最適な商品が分からない」と感じている層では「条件に合う商品の絞り込み」や「おすすめ商品の提案」での活用が見られ、AIがECサイト上の困りごとに応じて比較・要約・提案を補完する手段として使われ始めていることがわかりました。

#### ■考察：AI時代の購買体験では、検索後の比較・整理支援が重要に

今回の調査により、商品購入時の情報収集において検索が依然として主要な入口である一方、検索後の比較・整理・選定に負担を感じるユーザーが多いことが明らかになりました。

すでに約3人に1人が商品購入時の情報収集にAIを活用している状況から、今後のECサイトには「商品を探しやすい検索環境」を整えるだけでなく、ユーザーが迷わず比較・検討し、自分に合った商品を選べる体験設計が求められます。

今後は、検索精度の向上に加え、商品情報やレビュー・Q&AなどのUGCの活用によって、AIが正確に商品を理解・比較・提案できる環境の整備が、ECサイトのコンバージョン率の最大化やLTV向上、そして売上成長において重要になると考えられます。

2026年6月30日

報道関係者各位



### ■ 完全版調査レポートダウンロード(無料)

本リリースでご紹介した項目のほか、「購買行動における AI 活用状況」や「EC サイト上での比較・検討時の課題」、「AI・チャットに求められる機能」など、AI 時代の商品探索から購買判断に至るまでのユーザー行動についてさまざまな視点から調査を行った完全版レポートを下記よりダウンロードいただけます。

EC サイトの CX 改善、検索機能強化、AI・チャット活用、UGC データ整備を通じて、売上・ROI の最大化を目指す EC 事業者は、マーケティングやシステム投資の戦略検討に本調査資料をぜひご活用ください。

### ◆ ダウンロードはこちら(所要時間 : 1 分程度)

<https://zeta.inc/download/research-ai-usage-status>

ZETA は AI を活用したデータ解析の強みを活かし、今後もユーザーおよび EC サイト運営企業に有益なサービスを提供してまいります。

### 【公式 SNS】

X アカウント

[ [https://twitter.com/zeta\\_cx](https://twitter.com/zeta_cx) ]

Facebook アカウント

[ <https://www.facebook.com/zetacom> ]

### 【CX 向上生成 AI ソリューション ZETA CX シリーズ】

EC 商品検索・サイト内検索エンジン ZETA SEARCH

[ <https://zeta.inc/cx/products/zs> ]

ハッシュタグ活用エンジン ZETA HASHTAG

[ <https://zeta.inc/cx/products/zh> ]

リテールメディア広告エンジン ZETA AD

[ <https://zeta.inc/cx/products/za> ]

レビュー・口コミ・Q&A エンジン ZETA VOICE

[ <https://zeta.inc/cx/products/zv> ]

レコメンドエンジン ZETA RECOMMEND

[ <https://zeta.inc/cx/products/zr> ]

EC 向け AI チャット ZETA TALK

[ <https://zeta.inc/cx/products/zt> ]

生成 AI 連携基盤 ZETA LINK for AI

[ <https://zeta.inc/cx/products/zi> ]

2026年6月30日

報道関係者各位



生成 AI 検索最適化サービス ZETA GEO

[ <https://zeta.inc/cx/products/zg> ]

ロイヤルティ向上エンジン ZETA ENGAGE

[ <https://zeta.inc/cx/products/ze> ]

EC キュレーションエンジン ZETA BASKET

[ <https://zeta.inc/cx/products/zb> ]

OMO・DX ソリューション ZETA CLICK

[ <https://zeta.inc/cx/products/zc> ]

予測・パーソナライズソリューション ZETA DMP

[ <https://zeta.inc/cx/products/zd> ]

**【問合せ先】**

製品に関するお問合せ：[info@zeta.inc](mailto:info@zeta.inc)

IRに関するお問合せ：[ir@zeta.inc](mailto:ir@zeta.inc)

=====

■ **ZETA 株式会社** <https://zeta.inc>

所在地：154-0024 東京都世田谷区三軒茶屋 2-11-22 サンタワーズセンタービル 17F

設立：2005年8月

資本金：96百万円(2024年10月1日時点)

代表者：山崎 徳之

事業内容：CX 向上生成 AI ソリューションの開発・販売

=====