

自社 EC サイトでの商品の探し方に関する調査

～ユーザーの6割が目的の商品にたどりつかない経験あり
表記ゆれ非対応時、EC サイト事業者の機会損失が浮き彫りに～

<https://searchsolution.goo.ne.jp/materials/>

NTTレゾナント株式会社(本社：東京都港区、代表取締役社長：楠木 健、以下 NTTレゾナント)が提供する AI 型 EC サイト内検索ソリューション「goo Search Solution(グーサーチソリューション)」は、「自社 EC サイトでの商品の探し方」に関する調査^(*)を実施しました。本調査は、スマートフォン(以下スマホ)で「ファッション」「日用品」「家電」の3つのカテゴリに該当する自社 EC サイトを利用した、20代以上の男女 3,299 人(のべ)を対象に実施しました。調査結果の一部を公開します。

なお、カテゴリごとの調査結果の詳細は、下記からダウンロードすることも可能です。

調査結果ダウンロード：<https://searchsolution.goo.ne.jp/materials/>

1. 調査結果

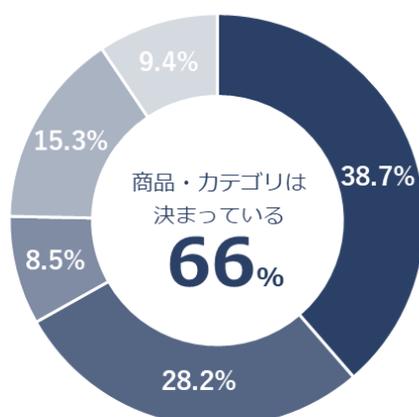
(1) EC サイトユーザーの約半数が、商品購入時にあらかじめほしい商品かカテゴリを決めている

スマホで EC サイト上での商品購入時、「ほしい商品はあらかじめ決まっていたか」を調査したところ、「特定の商品が決まっていた」と答えたユーザーは、「日用品」カテゴリの 63.6%が最多。「家電」カテゴリでは 49.9%、「ファッション」カテゴリで 38.7%と、カテゴリによってばらつきが見られました。

しかし、「ファッション」カテゴリでは「カテゴリは決まっていた」を含めると、66.9%のユーザーがサイトを訪れた時点で、既にほしい商品に目星をつけていることがわかります。

ファッション

購入時、ほしい商品はあらかじめ決まっていたか

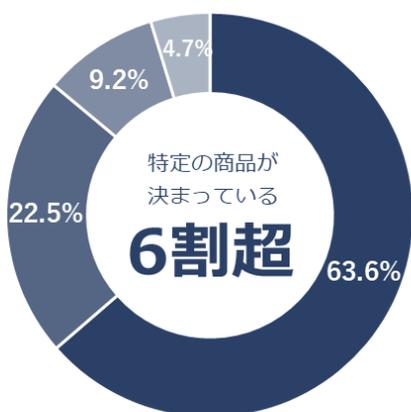


- 特定の商品が決まっていた
- 「シャツ」「スニーカー」などカテゴリは決まっていた
- 「靴」「服」「アクセサリ」など大枠で考えていた
- サイトで商品を見てから決めようと考えていた
- 特に決まっていなかった(何か欲しい、くらの気持ちでサイトを訪れた)

Q.商品を購入した時、ほしい商品はあらかじめ決まっていましたか?
N=1172 (単一回答)

日用品

購入時、ほしい商品はあらかじめ決まっていたか



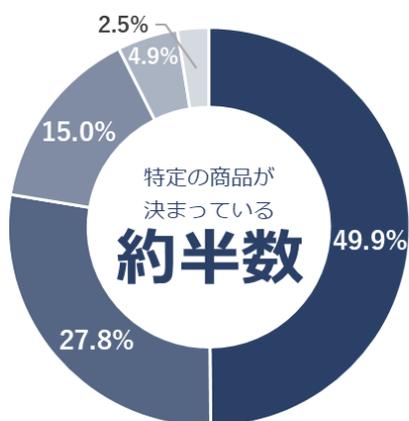
- 特定の商品が決まっていた
- 「洗剤」「サプリメント」「シャンプー」「化粧品」などカテゴリは決まっていた
- サイトで商品を見てから決めようと考えていた
- 特に決まっていなかった（何か欲しい、くらいの気持ちでサイトを訪れた）

Q.商品を購入した時、ほしい商品はあらかじめ決まっていましたか？
N=1038（単一回答）

goo Search Solution

家電

購入時、ほしい商品はあらかじめ決まっていたか



- 特定の商品が決まっていた
- ある目星をつけた商品がいくつかあり、比較する予定だった
- 「空気清浄機」「掃除機」「パソコン」「カメラ」などカテゴリは決まっていた
- サイトで商品を見てから決めようと考えていた
- 特に決まっていなかった（何か欲しい、くらいの気持ちでサイトを訪れた）

Q.商品を購入した時、ほしい商品はあらかじめ決まっていましたか？
N=1089（単一回答）

goo Search Solution

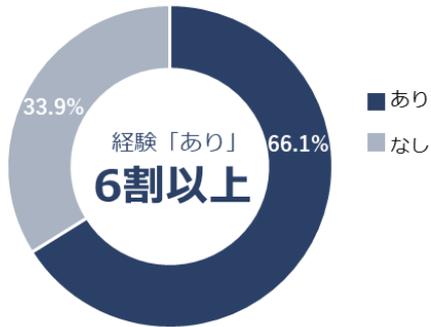
(2) キーワード検索でほしい商品が「出てこない」を6割以上が経験

ECサイト上でキーワード検索を利用したことがあるユーザーに対し、「ほしい商品が見つからなかった経験があるか」を調査。「ファッション」「日用品」「家電」カテゴリのいずれにおいても、「ほしい商品が見つからなかった経験あり」が6割に達しました。さらに、商品が見つからないときの再検索回数についても、「3回まで」と答えたユーザーが3つのカテゴリ全てで7割を超える結果となりました。

このことから、ユーザーが求める検索結果を3回以内に表示できない場合、ECサイトからの離脱を招く可能性があると考えられます。

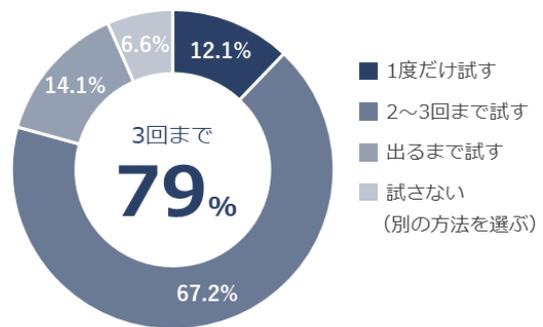
ファッション

キーワード検索で見つからなかった経験



Q.キーワード検索で、ほしい商品が見つからなかったことはありますか？
N=348 (単一回答)

商品が見つからないときの再検索回数

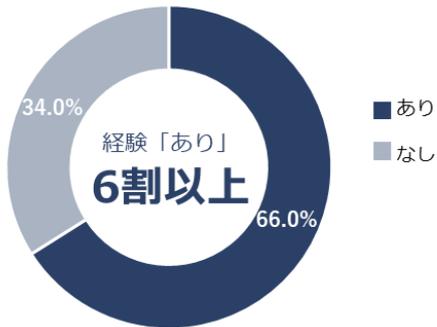


Q.一度「キーワード検索」をして、目当ての商品が見つからなかった場合、キーワードを変えて再検索をしますか？
N=348 (単一回答)

goo Search Solution

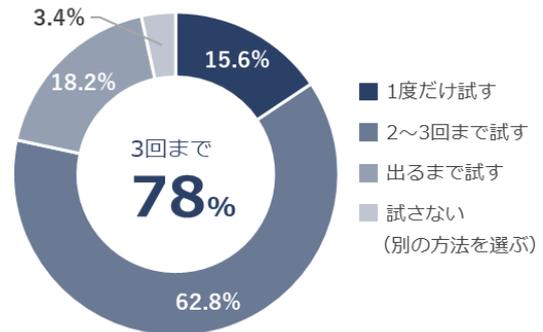
日用品

キーワード検索で見つからなかった経験



Q.キーワード検索で、ほしい商品が見つからなかったことはありますか？
N=435 (単一回答)

商品が見つからないときの再検索回数

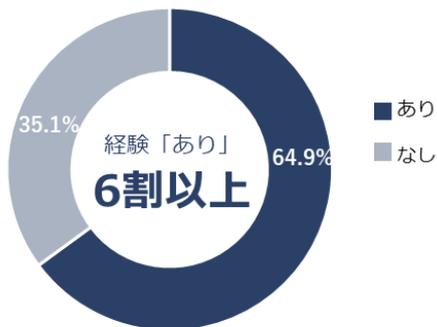


Q.一度「キーワード検索」をして、目当ての商品が見つからなかった場合、キーワードを変えて再検索をしますか？
N=435 (単一回答)

goo Search Solution

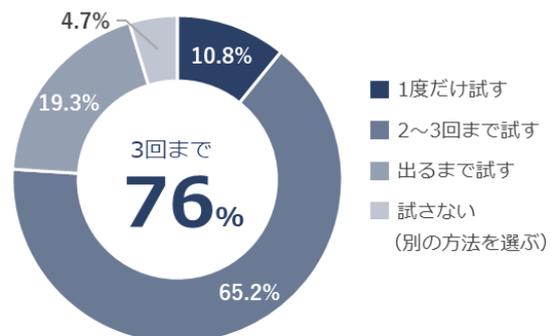
家電

キーワード検索で見つからなかった経験



Q.キーワード検索で、ほしい商品が見つからなかったことはありますか？
N=592 (単一回答)

商品が見つからないときの再検索回数



Q.一度「キーワード検索」をして、目当ての商品が見つからなかった場合、キーワードを変えて再検索をしますか？
N=592 (単一回答)

goo Search Solution

(3) 表記ゆれの実態

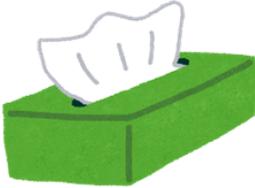
実際に商品を検索する際、入力キーワードの「表記ゆれ」がどのくらい起こるのか、「緑色のボックスティッシュ」の写真を提示して調査しました。その結果、「ティッシュペーパー」「箱ティッシュ」「ボックスティッシュ」のワードが多く用いられた一方で、「ティシュー」や「BOX」「Box」などの表記ゆれや、「チッシュ」「ティシュ」「テッシュ」などの入力ミスも多く生じていました。

また、調査では回答者 435 人に対し、131 通りの表現が見られ、商品検索における入力キーワードの表記ゆれには多様なパターンが存在することが明らかになりました。

日用品

写真の商品を検索する場合に入力するキーワード

この商品を検索してください



▶

検索

- ティッシュペーパー
- ティッシュ ボックス
- ティッシュ 箱
- ボックスティッシュ
- 箱入りティッシュ
- ティシュー
- ティッシュ Box
- box ティッシュ
- BOX ティッシュペーパー
- ティッシュ Box
- tissue
- ボックスティッシュ 単品
- ティッシュ ボックス 黄緑
- box ティッシュ 緑
- ティッシュ ボックス 単品
- 緑色ボックスティッシュ

Q.この商品を検索するとします、あなたはどんなキーワードで検索しますか。
実際に検索ワードを入力してください N=435 (自由回答) ※結果の一部を掲載

 Search Solution

【補足】

(*1) 調査概要

調査対象者：直近半年以内に、スマホで商品を購入した人 ※モール型ではなく、自社オンラインストアで購入した人に限定
有効回答者数：3,299 人

調査期間：2020 年 3 月 27 日～2020 年 3 月 31 日

調査方法：インターネットリサーチ

※本調査では小数点第 2 位で四捨五入しているため、足し上げても合計数値が 100%にならない場合があります。

(*2) 「goo の AI」は、ポータルサイト「goo」を通じて蓄積したインターネットに関わる技術やノウハウと、NTT グループの AI 関連技術「corevo®※」(<http://www.ntt.co.jp/corevo/>)などを活用し、NTT レゾナントが独自に開発した技術です。自然言語解析技術やディープラーニングを活用することで、高精度の文脈理解やパーソナライズ、表記ゆれへの対応など、さまざまな機能を実現しています。

※「corevo®」は、日本電信電話株式会社の登録商標です。



※ 記載されている会社名、サービス名および商品名は、各社の登録商標または商標です。

以上

【参考】

■ goo Search Solution 主催オンラインセミナーのお知らせ

「goo Search Solution」は、2020年8月5日(水)にオンラインセミナーを開催します。オンラインセミナーでは、拡大するEC需要における「サイト内検索」の重要性について、事例や数値とともにご紹介いたします。

<概要>

セミナー名：EC需要拡大の今こそ「サイト内検索」にテコ入れ！
～新規ユーザーをCVRに結び付けるために、今すぐすべき施策～

日時：2020年8月5日(水) 14:00～14:40

参加費：無料

詳細・お申し込み：https://zoom.us/webinar/register/WN_z4fgJOimTdmiwn6GAM_9eg

■ goo Search Solution について(<https://searchsolution.goo.ne.jp/>)

「goo Search Solution」は、AIがユーザーの行動ログから自己学習し、検索結果の最適化を行うAI型ECサイト内検索ソリューションです。NTTレゾナントがポータルサイト「goo」の運営で蓄積した検索に関わる技術やノウハウと、独自開発した「gooのAI」^{(*)2}技術を組み合わせ、ECサイト内検索の利便性を向上させます。

本件に関する問い合わせ先

NTTレゾナント株式会社 広報担当 佐藤、金森 ☎ 03-6703-6250 pr@ntr.co.jp