

【goo Search Solution 独自調査 Vol.3】

EC ユーザーの約 8 割が、商品以外の情報も「見たい」と回答 ～EC サイトでは商品だけでなく関連情報も探せることの重要性が明らかに～

<https://searchsolution.goo.ne.jp/materials/12-ec-contents-ui-ux/>

NTT レゾナント株式会社(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：楠木 健、以下 NTT レゾナント)は、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)」において、独自調査第 3 弾(2022 年)として実施した、EC サイトの使いやすさに関する調査結果の一部を公開します。

1.調査背景

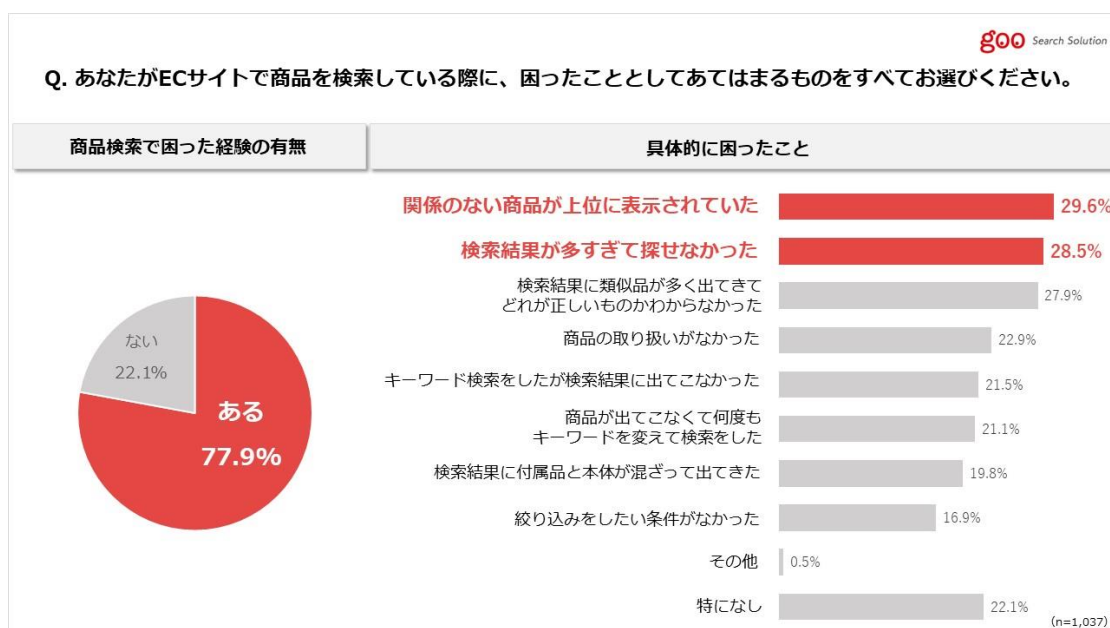
新型コロナウイルス感染症拡大に伴う巣ごもり消費の影響により、日本の物販系分野における BtoC の EC 市場規模は 2021 年に年間 13 兆円^(*)を超えました。これは前年比 8.61%の伸長となり、市場規模は拡大しつづけています。一方で、膨大な数の EC サイトが存在しているため事業者同士の競争は激化しています。

goo Search Solution は、商品や価格だけで差別化することが難しい現代の EC 市場において消費者から選ばれる EC サイトを作るためには、いかに心地よいユーザー体験を提供するかが重要だと考えています。ユーザー目線の「使いやすさ」を追求するため、EC サイトユーザーが今何に困り何を求めているのかを把握するため、特に「検索」と検索対象となる「コンテンツ」という 2 軸で調査を行いました。

2. 調査結果

(1) EC ユーザーの約 8 割が「商品検索で困った」経験あり

EC サイトの商品検索で困った経験があるか質問したところ、全体の約 8 割が何らかの理由で困った経験を持つことがわかりました。具体的には「関係のない商品が上位に表示されていた」(29.6%)が最も多く、「検索結果が多すぎて探せなかった」(28.5%)が続きました。ユーザーは、検索意図とは関係ない商品が表示されることに不満を抱いていることが明らかになりました。

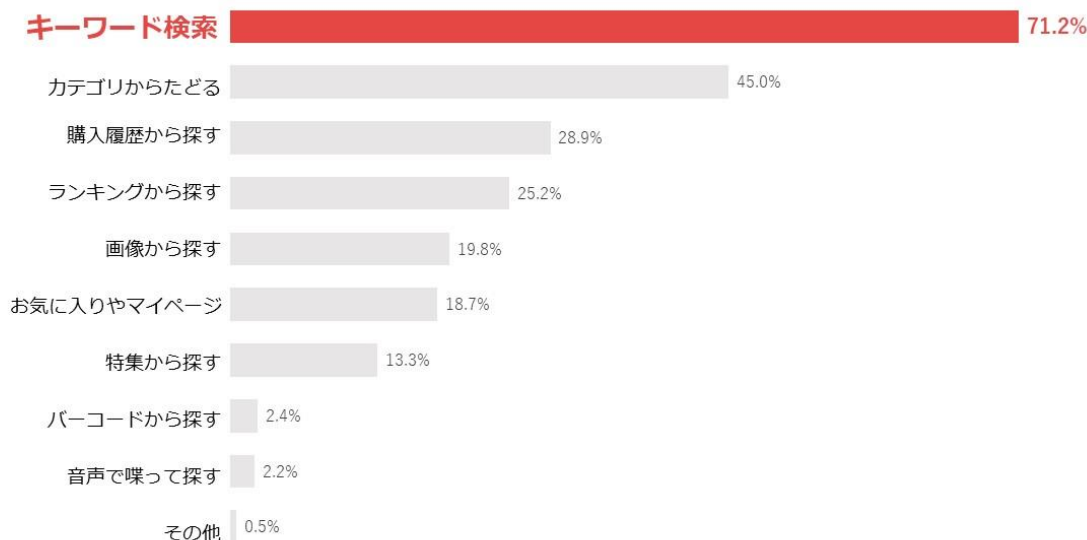


(2) EC ユーザーの7割以上が「キーワード検索」を利用

続いて、EC サイトで商品を探す方法に関する質問では「キーワード検索」(71.2%)がトップに。2位の「カテゴリからたどる」(45.0%)と26.2%差をつけました。商品を探しやすいEC サイトを作るためには、まずは「キーワード検索」を改善することが必要だと考えられます。

goo Search Solution

Q. ECサイトで買い物をする際、商品をどのように探していますか。



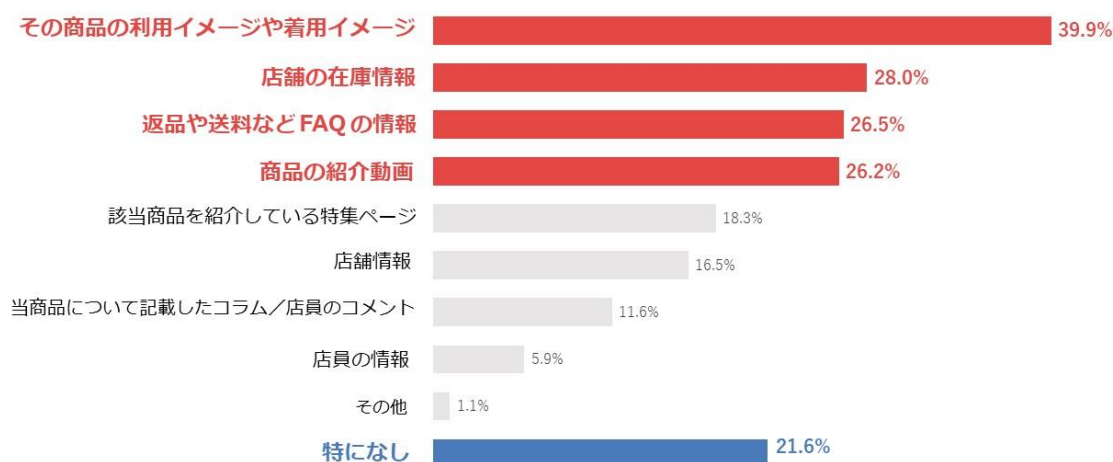
(n=1,037)

グラフ 2

(3) EC ユーザーの約8割が商品を探す際、関連情報も「見たい・検索したい」

EC サイトで商品を探す際に、商品情報以外に見たい・検索したいと思う情報について質問したところ、「商品の利用イメージや着用イメージ」が39.9%と最も多く、2位以下は「店舗の在庫情報」(28.0%)、「返品や送料などのFAQ」(26.5%)、「商品の紹介動画」(26.2%)でした。「特になし」は21.6%にとどまることから、EC利用者の約8割は関連情報も求めていることがわかります。購入者レビューやコーディネート画像、FAQなどの情報を充実させ、かつ適切なタイミングで届けることがユーザーに求められていると言えそうです。

Q. あなたがECサイトで商品を探す際、商品の情報に加えてみたい・検索できるようにしていただきたい情報としてあてはまるものをすべてお選びください。



(n=1,037)

グラフ 3

本独自調査レポート^(*)は、以下からダウンロード可能です。

[【goo Search Solution 独自調査レポート】1000 人超のアンケートから紐解く 売れる EC サイトの検索 UI/UX](#)

この他にも goo Search Solution ではさまざまな調査レポートを公開しています。ぜひご参考ください。レポート一覧は[こちら](#)。

2. goo Search Solution について

「goo Search Solution」は、AI がユーザーの行動ログから自己学習し、ユーザー目線で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。当社提供ポータルサイト「goo」の運営でノウハウを蓄積した検索の専門部門が「goo の AI」技術を用いて、EC サイト内検索の利便性を向上させます。

今回の調査において、7 割以上の EC ユーザーが「キーワード検索」を利用していることが明らかになりました。また、goo Search Solution の[別調査](#)でも、キーワード検索をするユーザーが商品購入に至る数値がほかの流入経路よりも圧倒的に高いことがわかっています。以上のことから EC サイトの「使いやすさ」を追求するために、キーワード検索の結果としていかにユーザーが求める検索結果を提示できるかが重要と言えます。

goo Search Solution は、キーワード検索に関して表記ゆれ対策や検索結果の並び順最適化などの機能を提供しています。加えて、2022 年 8 月 31 日から EC サイト内でユーザーがキーワード検索を利用した際により目的の商品を見つけやすくなる「[キーワード置換機能](#)」の提供を開始しました。

さらに検索結果には商品に加えて、キーワードに関連する特集ページのバナーやコーディネート画像(ファッション系 EC サイトの場合)などのコンテンツを表示させることも可能です。

goo Search Solution では、行動ログと独自の AI 技術を活用しユーザー目線での機能開発を行っています。AI を活用することで、EC サイト内の検索精度アップと手動チューニングからの解放を実現する goo Search Solution へ、自社 EC サイト運用のお悩みをお気軽にご相談ください。

goo Search Solution 公式ページ：<https://searchsolution.goo.ne.jp>

【補足】

(*1) 参考情報

引用：令和 4 年 8 月 経済産業省 商務情報政策局 情報経済課「令和 3 年度 デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）報告書」P5

<https://www.meti.go.jp/press/2022/08/20220812005/20220812005-h.pdf>

補足：日本における BtoC の EC 市場は「物販系分野」のほかに、飲食、旅行、チケット販売などの「サービス系分野」、電子出版、有料音楽・動画配信、オンラインゲームなどの「デジタル系分野」の 3 つの EC 市場に分類されます。

(*2) 調査概要

調査対象者：18 歳～69 歳の男女(1 カ月以内に EC サイトを使用した人)

有効回答者数：1,037 名

調査期間：2022 年 3 月 16 日～2022 年 3 月 17 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。

※ 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