**過去1年以内にネットショップで**

**カスタマーレビューを見て商品を購入したことがある30歳～49歳の全国男女400人に聞いた**

**「カスタマーレビューの実態に関する調査」**

**商品購入時にレビューを参考にする基準は、「金額次第」が2.0%に対し、「商品次第」が52.5%**

**レビューを見る時に重視するのは「件数・点数」よりも「コメントの内容」という結果に**

EC業界特化型メディア「ECのミカタ」を運営するECのミカタ株式会社（所在地：東京都渋谷区　代表取締役社長：小林亮介）は「ECのミカタリサーチ」において消費者の市場動向調査を行い、EC事業者が経営戦略を練る上で欠かせないデータを広く発信しています。今回、2016年9月28日（水）～2016年9月29日（木）の2日間、過去1年以内にネットショップでカスタマーレビューを見て商品を購入したことがある全国の30歳～49歳の男女400人を対象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〉

ネットショップで商品を購入する際、商品の実物に触れることはできません。そのため、商品画像や商品情報、カスタマーレビューなど様々な情報をもとに購入商品を選定する方が多いのではないでしょうか。今回は過去1年以内にネットショップでカスタマーレビューを見て商品を購入したことがある30歳～49歳の全国の男女400人に対し、カスタマーレビューについて「どのような時に参考情報として活用しているのか」や、「カスタマーレビューの何を見ているのか」など「カスタマーレビューの実態に関する調査」を行いました。

【調査概要】

1.調査の方法：インターネット調査

2.調査の対象：過去1年以内にネットショップでカスタマーレビューを見て

商品を購入したことがある30歳～49歳を対象に実施

3.有効回答数：400人 （30代・40代の男女 各100人）

4.調査実施日：2016年9月28日（水）～2016年9月29日（木）

◆「カスタマーレビューの実態に関する調査」主な質問と回答

・レビューを確認するのはどのような時？ ： 第1位 「商品によって参考にする」 52.5%

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　第2位 「毎回参考にする」 37.8%

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　第3位 「商品と金額の両方によって参考にする」 5.3%

・レビューを見て

購入の検討をしようと思う金額は？　　 ： 第1位「1,000円以上3,000円未満」29.8%

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　第2位「1,000円未満」 / 「3,000円以上5,000円未満」24.3%

・購入の基準となるレビューの点数は？ 　： 第1位 「4.0点以上」 41.5%

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　第2位 「3.5点以上」 22.5%

　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　第3位 「4.5点以上」 8.0%

**Q1.あなたはネットショップで商品を購入する際、どのような時にカスタマーレビューを参考にしますか。**

**（お答えは1つ）【N=400】**

ネットショップで商品を購入する際、どのような時にカスタマーレビューを参考にするか聞いたところ、最も回答が多かったのは「商品によっては参考にする」52.5%、次に「毎回参考にする」37.8%という結果になりました。「金額によっては参考にする」と回答した人は2.0%にとどまり、ネットショップで商品を購入する際には、商品の金額よりも、どのような商品を買うのかによってカスタマーレビューを参考にしている消費者が多いことが明らかになりました。また、Q1の回答理由として、「商品によっては参考にする」と回答した人は、「実際に購入した人の意見は参考になるから」といった意見や「実際に物を見ることができないので」、「悪い口コミを参考にして納得してから買う」などといった意見が挙がりました。実際の商品を見ることができない不安を、実際に購入して使用した人のカスタマーレビューで補っていると言えそうです。

**Q2.あなたがネットショップで商品を購入する際に、レビューを見て購入の検討をしようと思う金額をお答えください。（お答えは1つ）【N=400】**

ネットショップで商品を購入する際に、レビューを見て購入の検討をしようと思う金額を聞いたところ、最も多かったのは「1,000円以上3,000円未満」29.8%、次に「1,000円未満」、「3,000円以上5,000円未満」が24.3%という結果になりました。5,000円未満と回答した人は全体の78.4%にのぼり、低額の商品の購入時でもレビューを参考にしている様子が伺えます。

**Q3. あなたがネットショップで商品を購入する際に、購入の基準となる点数をお答えください。**

**（お答えは1つ）【N=400】　※レビューの点数は5.0点を満点としてお考えください。**

ネットショップで商品を購入する際に、購入の基準となる点数を聞いたところ、最も多かったのは「4.0点以上」41.5%、次に「3.5点以上」22.5%という結果になりました。レビューの点数が高ければいいということではなく、3.5点～4.0点くらいが購入の基準になっていることが分かります。

**Q4.ネットショップでの商品購入についてそれぞれの項目の重要度をお答えください。**

**（お答えはそれぞれ1つ）【N＝400】**

ネットショップで商品を購入する際に、「金額」や「商品の画像」などの各項目がどの程度重要なのか聞いたところ、「とても重要」と回答した人が最も多いのは、「金額」68.3%、次に「配送料金」64.3%という結果になりました。また、「レビューの件数」、「レビューの点数」、「レビューのコメント内容」の3つの項目の中で「とても重要」と回答した人が最も多かったのは「レビューのコメント内容」35.0%、次に「レビューの点数」25.3%となりました。レビューを参考にする際には、特にコメント内容が重要な役割を果たしている様子が伺えます。

**Q5. あなたがネットショッピングで商品を購入する際に、参考となる情報を教えてくれそうな芸能人をお答えください。（お答えはいくつでも）【N=400】**

　ネットショッピングで商品を購入する際に、参考となる情報を教えてくれそうな芸能人を聞いたところ、最も多かったのは「マツコ・デラックス」39.5%、次に「池上彰」11.5%という結果になりました。良いところだけではなく、悪いところを含めた評価やコメントが求められているのかもしれません。

■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＞「ECのミカタが実施した調査結果によると……」

■「**カスタマーレビューの実態に関する調査**」の詳細情報はこちらからダウンロードできます。

→ https://www.ecnomikata.com/knowhow/detail.php?id=11592

■ECのミカタ株式会社について

所在地　　：東京都渋谷区恵比寿1-7-13 麻仁ビル6F

設立　　　：2007年9月20日

代表者　　：代表取締役社長 小林亮介

資本金　　：1,000万円

URL　　　 ： [http://www.ecnomikata.co.jp/](https://www.value-press.com/bin/tools/link_counter?l=YUhSMGNEb3ZMM2QzZHk1bFkyNXZiV2xyWVhSaExtTnZMbXB3THc9PQ%3D%3D&a=knwjqyoeqhg)

事業内容　：EC・通販業界に特化したメディア「ECのミカタ」の運営

EC・通販業界専門誌「ECのミカタ通信」の発行

EC・通販業界ソリューションマップ「EC業界相関図」の発行

EC・通販業界書籍　｢EC業界大図鑑｣の発行

EC・通販事業者向けイベント・セミナーの企画運営

EC・通販事業者に特化した人材紹介「ECのミカタ転職」の運営