

ネットショッピング利用についての意識調査
食品・飲料水の利用が増加し、
悪体験があっても 95%が今後も EC サイトを利用したい

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくる」を運営する株式会社 ROI（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は、コロナ禍におけるネットショッピング利用についての意識調査（有効回答数 936 名）を 2021 年 12 月 15 日～12 月 20 日に実施しました。



本や家具や家電など、様々なものがインターネットで買えるようになったいま、コロナ禍において利用がより一層促進されてきました。その利用状況についてファンくる会員 936 名(男性:317 名 女性:619 名)を対象に、アンケート調査を実施しました。

コロナ禍でネットショッピング利用が増えている人は 48%。その理由として、コロナウイルス感染対策のための自粛によるものでした。またネットショッピングで購入している「食品・飲料水」が、昨年 3 月のファンくる「EC サイト（ネットショッピング）についての意識調査」の結果と比べて、全体で 5%増となっていました。食材やビールやお水など、

食品や飲料水をネットで購入するうえで最も重視するポイントは安価であることであり、清涼飲料水などのドリンクが最も購入されていることがわかりました。

今後もネットショッピングを利用したいとする人は 95%で、そのうち「食品・飲料水」を購入したいとする人が 34%となっています。

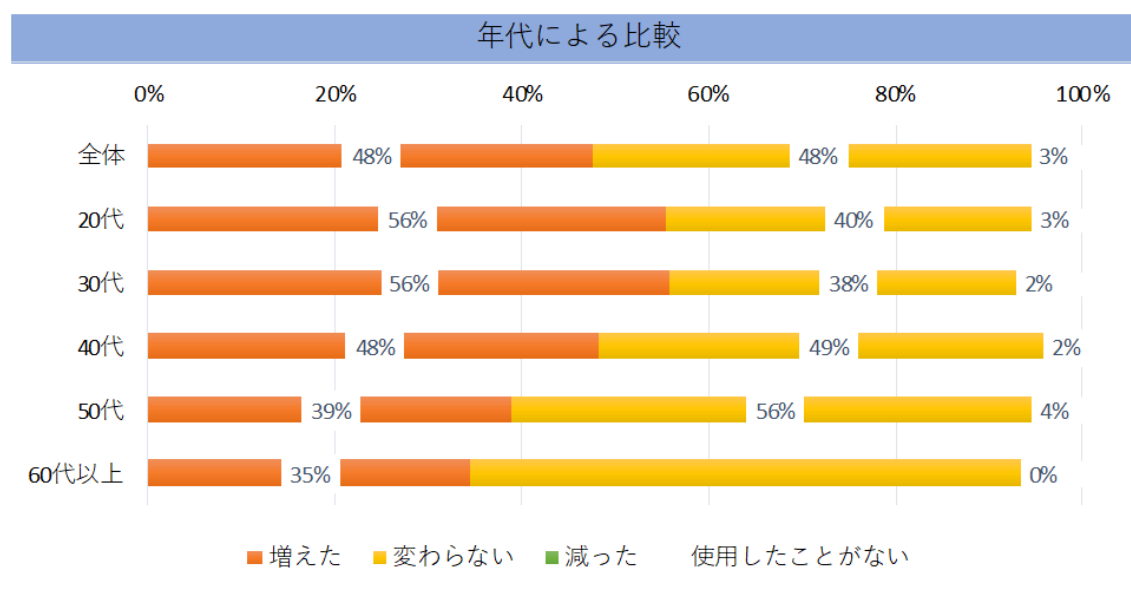
【調査結果サマリー】

- 1:コロナ禍で利用が増えた人は 48% 理由はコロナウイルスの感染対策
- 2:前回の調査(2021 年 3 月実施)と比較して「食品・飲料」の購入がわずかに増加
- 3:食品をネットで購入するうえで最も重視するポイントは価格
- 4:食品で最も購入したことがあるのはドリンク
- 5:利用意欲は大多数。最もネットショッピングで購入したいものは「食品・飲料」

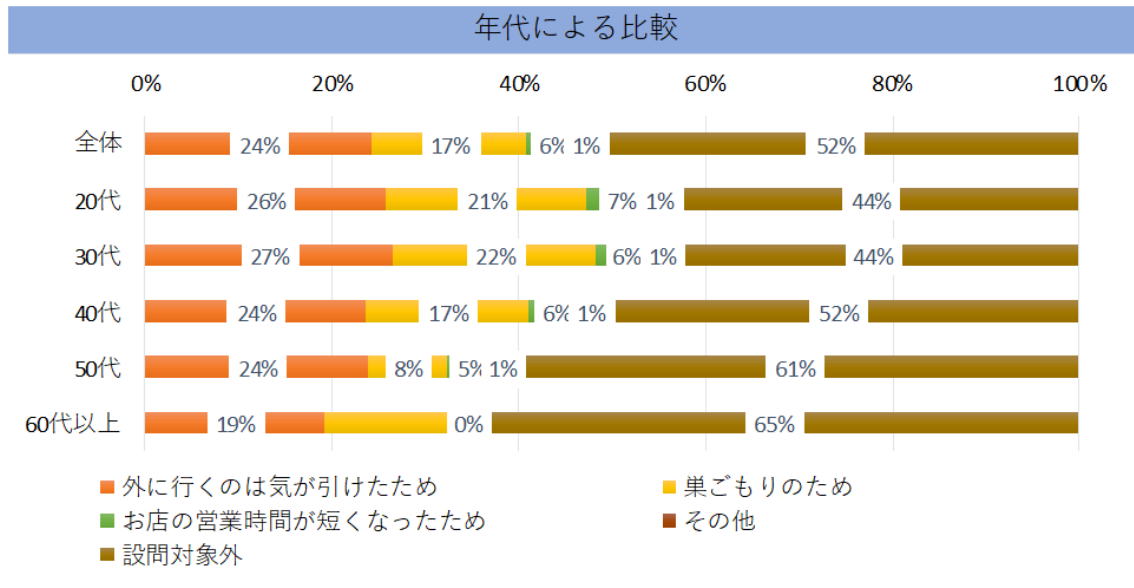
【調査結果】

1:コロナ禍で利用が増えた人は 48% 理由はコロナウイルスの感染対策

設問:コロナ禍でネットショッピングの利用は増えましたか？



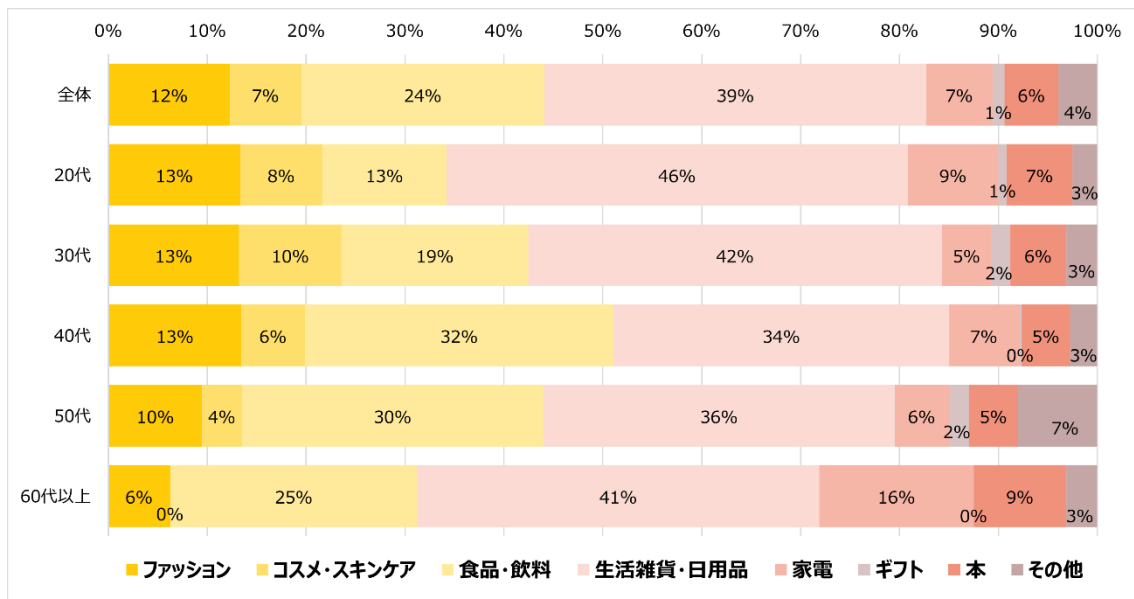
設問:コロナ禍でネットショッピングの利用が増えたのはなぜですか？



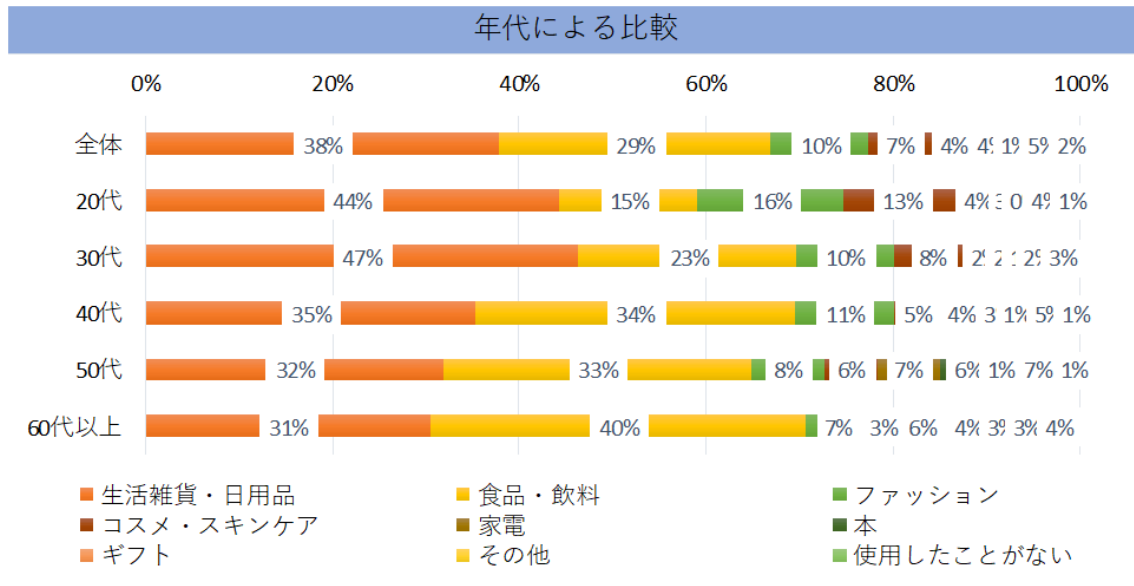
2:前回の調査(2021 年 3 月実施)と比較して「食品・飲料」の購入がわずかに増加

設問:ネットショッピングで最も購入しているものは何ですか？

〈2021 年 3 月実施〉

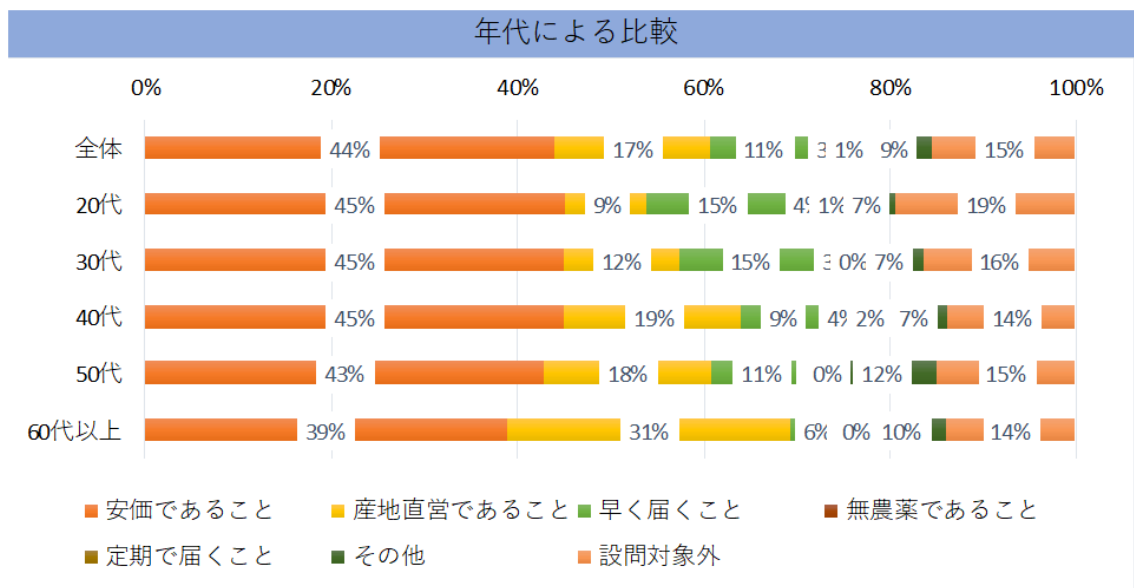


〈2021 年 12 月実施〉



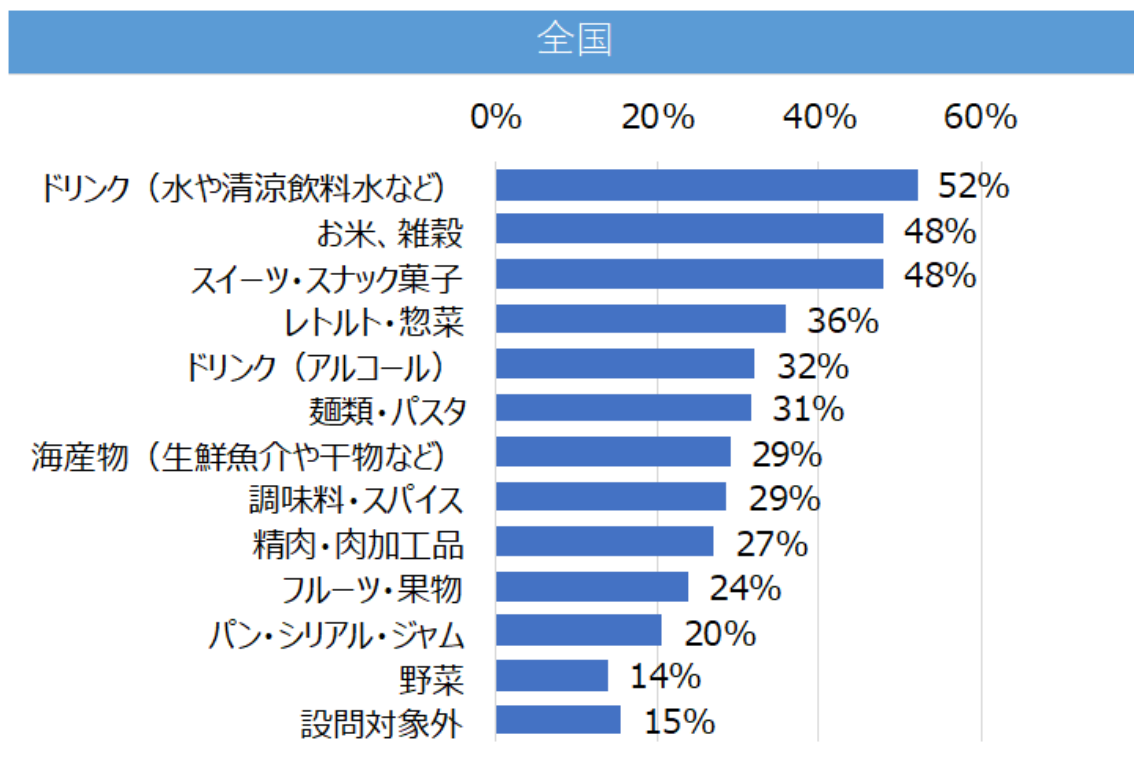
3: 食品をネットで購入するうえで最も重視するポイントは価格

設問: ネットで食品を買う際、どのような基準で購入していますか？



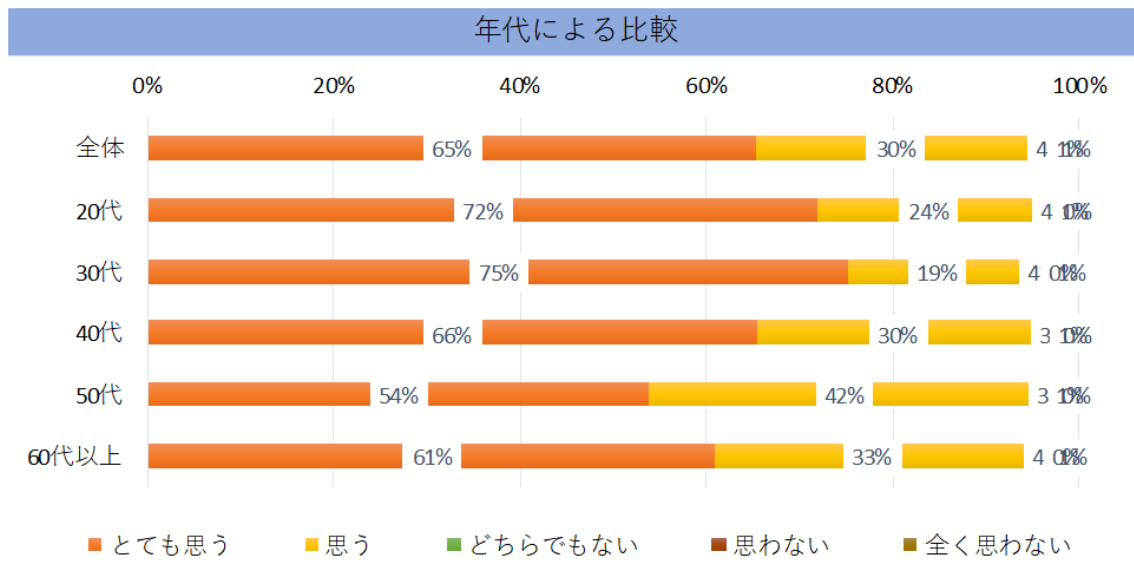
4:食品で最も購入したことがあるのはドリンク

設問: ネットショッピングで食品を購入した際、何を購入したことがありますか？

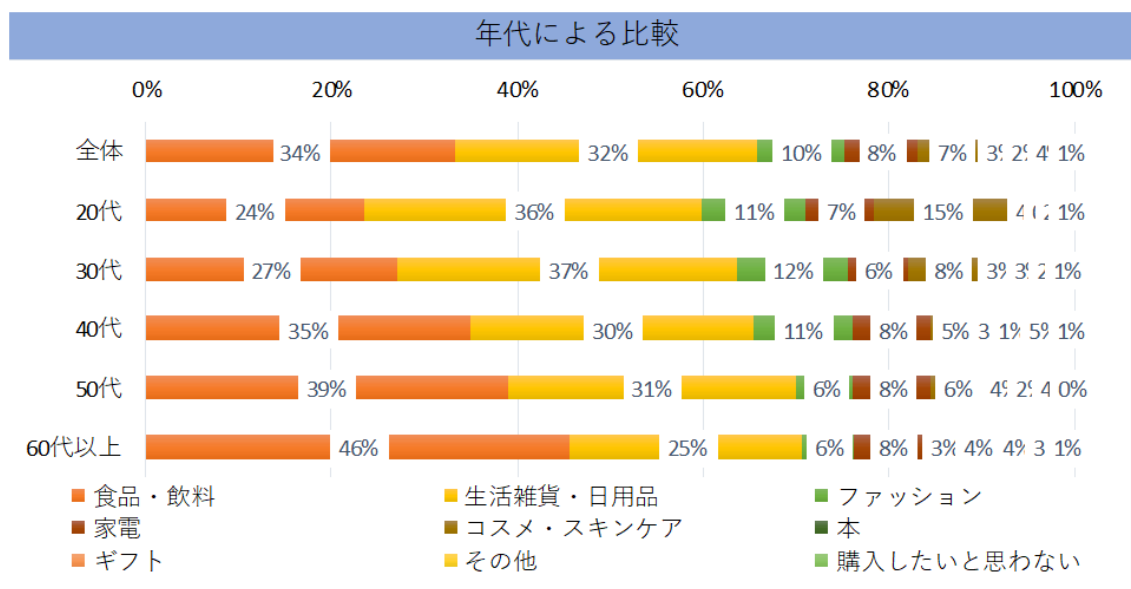


5:利用意欲は大多数。最もネットショッピングで購入したいものは「食品・飲料」

設問:今後もネットショッピングを利用したいですか？



設問:今後、最もネットで購入したいものは何ですか？



コロナウイルスの自粛による影響でネットショッピングの利用が増えた中、「食品・飲料水」の購入率もわずかに上がっていることがわかりました。購入の決め手は全年代で価格の安さを重要視するものの、若い世代では早く届くこと（利便性）を重視する方の割合が多く、年代が上がるにつれ産地にこだわるなど、質を重視することがわかりました。

過去にネットショッピングを利用の失敗を経験し、がっかりしたことがある人であっても、そのほとんどが今後もネットショッピングを利用したいとしており、過去の悪体験は利用意欲に全く影響しないこともわかっています。その中で「食品・飲料水」を今後も購入したいとする人は 34%で、現在最も購入されている「生活雑貨・日用品」よりも購入の意向が全体的に高くなる結果となりました。今後、ますます「食品・飲料水」利用が増えそうです。

本調査ではこれ以外に、ネットショッピングで最も魅力に感じている点や不便に感じている点など全 21 問で回答を得て、年代別、性別、職業別、既婚・未婚別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 120 万人のユーザー

回答数：936 名（男性=317／女性=619）

調査時期：2021 年 12 月 15 日～12 月 20 日

調査項目：コロナ禍におけるネットショッピングについての意識調査

設問数：21

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「ファンくる(株式会社 ROI)調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



累計 3,000 社にご利用いただいている国内最大級の顧客満足度向上プラットフォームです。全国 120 万人の会員様に実際に店舗やご自宅でモニターとなっており、その体験と声を収集して精緻に分析し企業様にフィードバックすることで、よりお客様の声を反映したサービスを構築していただけます。

「ファンくる」を導入することでコロナ禍においても売り上げが V 字回復している企業・店舗様も多く、これはその企業・店舗様が「ファンくる」によって収集・分析された生活者のリアルな体験と声をサービスに反映させ、リピーターの獲得、ファン作りに成功されているからに他なりません。「ファンくる」は現在、飲食店だけでなく、美容室、食品・飲料メーカーなどの幅広い事業者の方にご利用いただいています。

【会社概要】

■会社名：株式会社 ROI

■代表者：代表取締役社長 山口敬人

■資本金：1 億円

■創業：2004 年 8 月 26 日

■所在地：東京都千代田区岩本町 1-10-5 TMM ビル 4F

■TEL：03-4400-6630

■FAX：03-5809-1468

■URL：<https://www.j-roi.com/>

■事業内容：モニター調査サービス「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp/>)の運営・開発

顧客満足度向上プラットフォーム「ファンくるクラウド CS」(<https://biz.fancrew.jp/>)の運営・開発

【本件に関するお問い合わせ】

■株式会社 ROI（担当：広報、Email：pr@j-roi.com）