

LESSON 45

ご提示いただいたECサイトのユーザーインタビュー記録のまとめは以下の通りです。

調査概要

初回購入から3ヶ月以内のユーザー3名を対象に、「初回購入前後の行動・心理」を調査したインタビュー記録です。

各ユーザーの購買行動と心理

- ・ Aさん（30代女性・会社員）
 - ・ きっかけと検討期間： インフルエンサーのSNS動画を見て、わずか10分で衝動買い。
 - ・ 購入後とリピート意向： 手持ちの服と合わないことに翌日気づき後悔。リピート意向は低めで、次回は慎重に検討したいと考えています。
- ・ Bさん（20代男性・フリーランス）
 - ・ きっかけと検討期間： 友人のSNS投稿が起点。自身の特殊な体型に合うか（サイズ感）や、見知らぬサイトでの高額買い物への不安から、購入まで3ヶ月悩みました。
 - ・ 購入の決め手とリピート意向： 自分と似た体型の人の「具体的なレビュー」と友人の体験談で不安を解消。商品には満足しており、リピート意向はあります（ただし購買頻度は低そう）。
- ・ Cさん（40代女性・パート勤務）
 - ・ きっかけと検討期間： 検索から流入し、他サイトと2週間ほど比較検討。
 - ・ 購入の決め手とリピート意向： 明確な「返品ポリシー」と、洗濯後や1年後などの「時間軸のある具体的な口コミ」が信頼の決め手となりました。商品は写真や説明通りで満足しており、リピート意向は高いです。

共通課題と担当者の考察

- ・ 初回訪問時の不安と信頼形成： 3名全員が「初めてサイトを見たときに不安だった」と述べており、認知直後の信頼形成が大きな課題です。

- ・ 多様な信頼構築プロセス： サイトへの信頼を生んだ要素は、動画の文脈（インフルエンサー）、友人の実体験と詳細なレビュー、時間軸のあるリアルな口コミなど、ユーザーによって異なります。
- ・ 今後の検討事項： 衝動買いによる後悔（Aさん）と、慎重な検討の末の満足（B・Cさん）の分岐点や、ユーザーごとのリピート意向の差を生み出す要因を分析することが求められています。

このインタビュー結果をもとに、具体的な改善策（例えば、サイズ表記の工夫やレビュー機能の強化など）についてさらに深掘りして検討してみますか？