



Mapion Biz、食料品・日用品・医薬品の商品探しに関する意識調査

CM等で気になった商品、店舗に無ければ「諦める」3割も「購入可能店舗が分かれば購入したい」6割
生活者はどこの店舗で買えるかをいつでもすぐに知りたい

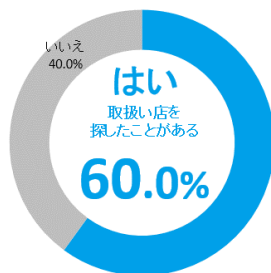
凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼※1、以下当社）が提供する法人向け地図ソリューション「Mapion Biz※2」は、生活者がテレビやインターネットなどで知った最寄り品（食料品や日用品など消費者が頻繁に購入する商品）の商品探しについて、当社が運営する電子チラシサービス「Shufoo!（シュフー）※3」を利用する全国の男女 3,797 名を対象に、2021年8月6日～12日に意識調査を実施しました。

◀商品探しに関する意識調査▶

- 欲しい商品のために店舗を探した経験、6割がある。買える店舗がすぐにわかれば買いたい人は6割
- 欲しい商品を店舗で見つけられなかったら、購入を「諦める」3割以上
- 電話やメールで商品の購入店舗を問い合わせ、8割以上がしない。「面倒」6割。問い合わせをしても、対応次第で購入を諦める人は8割
- 探している商品がスムーズに見つからない場合、ネガティブな印象やブランドスイッチにもつながる。逆にスムーズに見つければポジティブな印象になり、リピートにもつながる
- 商品を提供する企業サイト等で、商品を取扱う店舗の検索サービスを利用した人のうち9割が役に立ったと回答

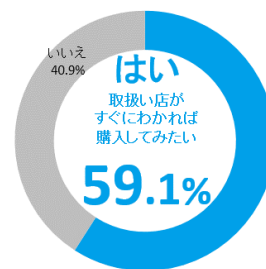
■ 欲しい商品のために店舗を探した経験 6割があり、買える店舗がすぐに分かれば買いたい人 6割

Q. 欲しいと思った最寄り品を購入するために、売っているお店を探したことはありますか？（直近1年以内）（n=3797）



Mapion Biz

Q. 広告や口コミなどから知った最寄り品(※)がどの店舗で販売しているのがすぐに分かれば購入してみたいと思いますか？（n=3797）



※最寄り品: 食料品や日用品、医薬品など

Mapion Biz

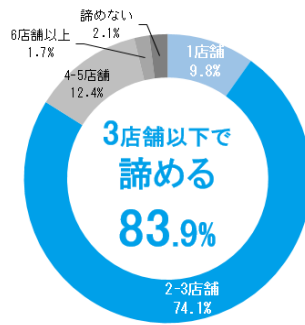
直近1年以内に、テレビやインターネットでの情報接触をきっかけに欲しいと思った商品について、売っている店舗を探したことがある人は60%いました。

さらに、気になる商品がどこで販売しているかがすぐに分かれば購入するか、という問いでは59.1%の人が「購入してみたい」と回答しました。

■ 欲しい商品のために何店舗回る？「3店舗以下」が8割



Q. 欲しい最寄り品を探すためにスーパーやドラッグストアを何店舗くらい回って諦めますか？(n=1893 ※)



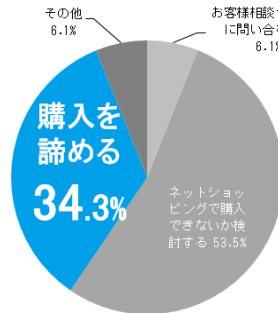
※ 欲しい最寄り品を購入するために近所のスーパーやドラッグストアを見て回ることがあると答えた人

Mapion Biz

欲しい商品を手に入れるために何店舗くらい訪れるかの問いでは、83.9%が「3店舗以下で諦める」と回答しました。

■ 店舗を探して見つからなかったら「諦める」34.3%

Q. スーパーやドラッグストアの店内を探しても欲しい最寄り品が見つからない場合、どのような行動をとりますか？(n=1893 ※)



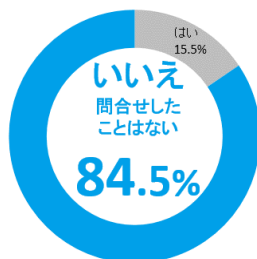
※ 欲しい最寄り品を購入するために近所のお店を見て回ることがあると答えた人

Mapion Biz

店舗を探して求める商品が見つからなかった場合にどのような行動をとるかという質問に対して、「ネットショッピングで購入することを検討する」と回答した人が 53.5%となり半数以上を占めました。続いて多かったのは「購入を諦める」の34.3%でした。

■ 問い合わせをしたことがない人が8割以上

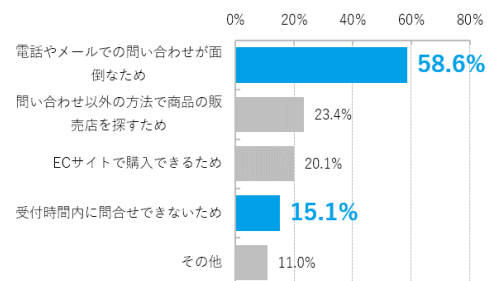
Q. 欲しい最寄り品の販売店を尋ねるために、メーカーのお客様相談センターに電話やメールをしたことがありますか？(n=2279 ※)



※ 直近1年以内に最寄り品について売っているお店を探したことがある人

Mapion Biz

Q. お客様相談センターに電話やメールをしない理由を教えてください(n=1925 ※)



※2センターに電話やメールをしたことがない人

Mapion Biz

欲しい商品をどの店舗で買えるかがわからないとき、メーカーのお客様相談センターに電話やメールで問い合わせたことがあるかどうかでは、84.5%の人が「問い合わせをしたことがない」と回答しました。

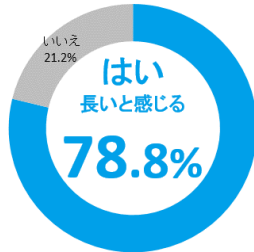
問い合わせをしない理由を尋ねると、58.6%が「面倒なため」と答えました。一方で、問い合わせる意思はありながら



「受付時間内に問い合わせできないため」も一定数（15.1%）いました。

■ お客様相談センターの対応により購入を諦める割合は高い

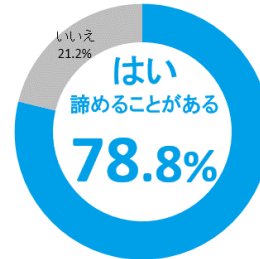
Q. お客様相談センターの対応にかかる時間は長いと感じますか？(n=354 ※)



※ センターに電話やメールをしたことがある人

Mapion Biz

Q. お客様相談センターの対応によって、購入を諦めることはありますか？(n=354 ※)



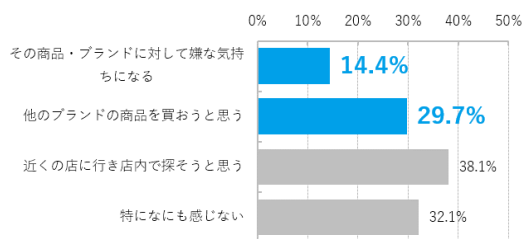
※ センターに電話やメールをしたことがある人

Mapion Biz

お客様相談センターの対応について、対応にかかる時間を長く感じる人が 78.8%となりました。また、78.8%の人がセンターの対応によって購入を諦めることがあると回答しました。

■ 情報をスムーズに得られるかどうか、ブランドの印象を大きく左右する

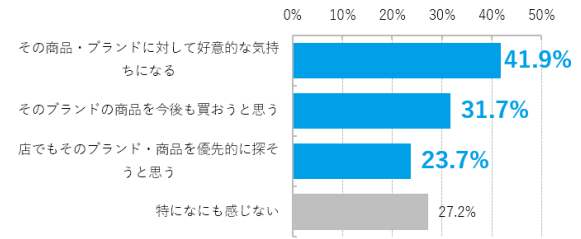
Q. 問合せやサイトなどで情報が得られなかった場合にどう感じますか？(n=2279 ※)



※ 直近1年以内に最寄り品について売っているお店を探したことがある人

Mapion Biz

Q. 問合せやサイトなどで情報がスムーズに得られた場合にどう感じますか？(n=2279 ※)



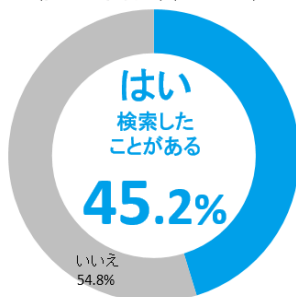
※ 直近1年以内に最寄り品について売っているお店を探したことがある人

Mapion Biz

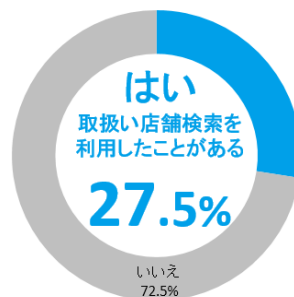
情報が得られなかった場合に、「商品・ブランドに対して嫌な気持ちになる」と回答した人は 14.4%、「他のブランドの商品を買おうと思う」は 29.7%でした。逆に、情報をスムーズに得られた場合、「商品・ブランドに対して好意的な気持ちになる」と回答した人が 41.9%でした。また、「そのブランドの商品を今後も買おうと思う」は 31.7%となりました。

■ 購入したい商品を探して検索やメーカーのサイトを調べる

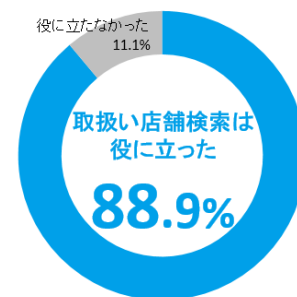
Q. 広告や口コミなどから知った最寄り品を「購入したい」と思い、販売店や販売サイトを検索したことがありますか？(直近1年以内)(n=3797)



Q. 製造メーカーの公式ホームページ上で、最寄り品の取扱い店を検索できるサービスを利用したことがありますか？(直近1年以内)(n=3797)



Q. 最寄り品の取扱い店舗を検索できるサービスは役に立ちましたか？(n=1043 ※)



※ 取扱い店舗を検索できるサービスを利用した人

Mapion Biz



商品を購入したいと思ってサイトを検索することがある人は 45.2%、メーカーのホームページ上で商品を取扱っている店舗を検索するサービスを利用したことがある人は 27.5%でした。利用者に対し、取り扱い店舗を検索できるサービスが役立ったかを問うと、88.9%が役に立ったと回答しました。

■まとめ

近年、生活者は商品の購入にあたり、事前にインターネットで情報収集し検討することが一般的になっています。特に新型コロナウイルス感染拡大以降、感染リスク回避の観点から店舗の滞在時間を短くする傾向が強まっており、購買プロセスを短縮化するニーズはますます高まっています。今回の調査によって、生活者が商品の情報を得た際に商品を提供するメーカー企業は「どの店舗で買えるか？」をすばやく提示することで購入につなげやすいことが分かったのは、昨今の生活者の消費行動を鑑みれば当然のことといえるでしょう。

またお客様相談センターへの問い合わせについて、8割が「対応が長い」と感じ、同じく8割が「対応次第で購入を諦めることがある」と回答しており、お客様相談センター自体が顧客創出の機会損失を招く可能性があることや顧客満足度に与える影響も大きいことが分かりました。一方、45.2%が「欲しい商品を購入できる店舗を調べるためにメーカー企業などのサイトを調べたことがある」と回答しており、中でも、商品を取扱っている店舗を検索できるシステムに関して、9割が役に立ったと回答し、満足度が高い結果が出ています。さらに、情報が得られなかった場合には別のブランドへスイッチすると回答した人が3割、逆にスムーズに情報が得られた場合にそのブランドを買おうと思うとの回答が3割であることから、メーカー企業は、生活者が商品の購入可能店舗をいつでも検索できる状態にしておくことで、顧客のファン化や創出機会の損失を回避できる可能性が高まるといえます。

■より詳しい情報について

当社は本調査に関して、商品の種別毎のデータなども含めたより詳しい情報および分析をホワイトペーパーとして公開しました。

URL : https://www.mapion.co.jp/sales/downloads/request/whitepaper_2109.html

■「Mapion Biz 取扱い店舗検索」について

当社では、メーカー企業などが自社製品の取扱い店舗をホームページ上で検索できるサービスを、法人向け地図ソリューション事業「Mapion Biz」のサービスの1つとして提供しています。生活者は、いつでもすばやく「どの店舗で買えるか」の情報を得ることができ、企業は販売機会の損失を防ぎます。

URL: https://www.mapion.co.jp/sales/service/asp_products/

■調査概要

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア： 全国

調査対象者： 「シュフーポイント」会員（全年齢層の男女）、

サンプル数： 合計有効回答サンプル数 3,797 名

調査期間： 2021 年 8 月 6 日～8 月 12 日

調査方法： インターネットリサーチ

* 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、以下のクレジットを必ず明記してください。

クレジット：「株式会社 ONE COMPATH 調べ」



ONE COMPATH

* 小数点第二位以下は四捨五入しているため、比率の合計が 100%にならない場合があります。

※1 「株式会社 ONE COMPATH」について

地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufoo!」などデジタルメディアの運営を中心に事業展開する凸版印刷株式会社のグループ会社。2019年4月1日、株式会社マピオンから社名を変更しました。「Mapion」「Shufoo!」のほか、ウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」、家事代行比較サービス「カジトレ」等を運営しています。

URL : <https://onecompath.com/>

※2 法人向け地図ソリューション事業「Mapion Biz」について

月間 1,200 万人が利用する地図検索サービス「Mapion」をベースとし、法人向けに展開している地図ソリューション事業です。これまでに 300 社以上に導入されています。2020年11月、「Mapion Biz」としてブランド統合しました。“どこにあるの？”を手軽に解決する“DX ソリューションとして、「店舗検索サービス」「取扱い店舗検索サービス」「Google マイビジネス連携」「コールセンター向け販売店検索」「地図配信 API・各種 API サービス」などを展開しています。

URL : <https://www.mapion.co.jp/sales/>

導入事例 URL : <https://www.mapion.co.jp/sales/casestudy>

※3 「Shufoo!」について

凸版印刷が 2001 年 8 月より運営を開始し、30～50 代の女性を中心に利用されている国内最大の電子チラシサービス。2019 年 4 月 1 日、株式会社 ONE COMPATH へ事業が継承されました。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 4,400 法人、約 120,000 店舗が参加。PV 数は月間 4.5 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1,600 万（2021 年 7 月現在、提供 ASP 上のアクセス含む）となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PC など様々なデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

※新型コロナウイルスによる、お問い合わせ対応について

現在、新型コロナウイルス感染症の拡大防止のため、弊社では一時的に勤務体制を変更して業務を行っております。そのため、お問い合わせの回答までに時間・日数を長く頂戴する場合がございます。ご迷惑をお掛けいたしますが、何卒ご容赦くださいませ。当社の対応についての詳細は <https://onecompath.com/news/notice/8649/> をご確認ください。

* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

【お問い合わせ先】

株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

■ 広報（戸田、千野） press@onecompath.com 03-3769-3500（代表）