



Mapion Biz、食料品・日用品・医薬品の情報に関する意識調査

どの店で売っている？半数以上が調べた経験あり！4人に1人は企業サイトをチェック
検討はネットで、「実物見たい」生鮮や医薬品などはECよりも実店舗購入派が圧倒的多数

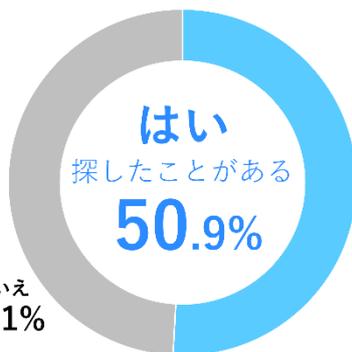
凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼^{※1}、以下当社）が提供する法人向け地図ソリューション「Mapion Biz^{※2}」は、全国の男女7,704名を対象に、最寄り品（食料品や日用品など頻繁に購入する商品）の情報の調べ方に関する意識調査を2021年12月3日～9日に実施しました。結果から、半数以上が最寄り品についてどこの店で売っているかを調べた経験があることが分かりました。また購入前には、価格や口コミ以外に販売店情報や企業サイトを見るという回答も多く、これらの情報をインターネット上に掲載する重要性が見える結果となりました。

「商品探しに関する意識調査」

- 最寄り品の販売店、半数以上が調べた経験あり！
- 調べる理由は「いつもの店になかった」「いつもの店にあるか知りたい」がツートップ
- 最寄り品を欲しいと思ったきっかけ、若年層は SNS。年代が上がると TV や SNS 以外のメディアが高くなる
- 欲しい商品について知りたい情報は価格がトップ！販売店は 30%、企業サイトも 23%と多い
- 実店舗とオンラインの使い分け、最寄り品 全 9 カテゴリのうち 6 カテゴリが実店舗派
- 実店舗で買いたい理由、「実物を見たいから」。初めて購入する商品ほど高い

■ 最寄り品の販売店、半数以上が調べた経験あり！理由は「いつもの店になかった」「いつもの店にあるか知りたい」ツートップ

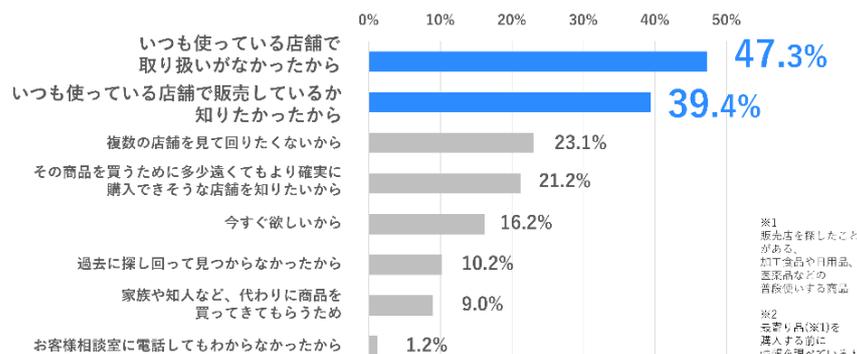
Q. 普段使いする商品を購入するために、販売店を探したこと^(※1)はありますか？(n=7704)



※1 直近1年以内に、インターネット上での検索やメーカーや店舗への問い合わせ、複数の店舗を見て回るなどで販売店を探すこと



Q. なぜ最寄り品^(※1)の販売店を調べますか？(n=3919^{※2})



※1 販売店を探したことがある。以下食料品や日用品、医薬品などの普段使いする商品
※2 最寄り品^(※1)を購入する前に「検索」を行っている人



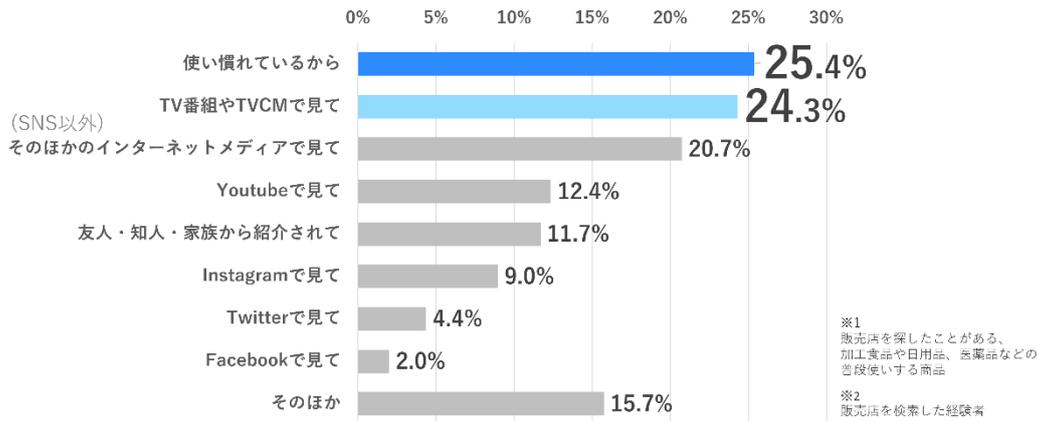
食料品や日用品など普段使いする商品（最寄り品）を購入できる販売店を、インターネット検索やメーカー・店舗への問い合わせ、複数店舗を巡るなどして直近1年以内に探したことがある人は半数以上（50.9%）でした。

販売店を調べる理由として、47.3%が「いつも使っている店舗で取り扱いがなかったから」、39.4%が「いつも使っている店舗で販売しているか知りたかったから」と回答しました。自由回答では、「いつも使っているシャンプーがいつものスーパーで売っていなかったから」（50代・男性）「いつも使っている化粧水がいつものドラッグストアで売ってなかったから」（30代・女性）「服用していたサプリメントがいつもの店で扱わなくなったので」（60代・男性）という声が上がりました。



■ 最寄り品を欲しいと思ったきっかけ、若年層は SNS。年代が上がると TV や SNS 以外のメディアが高くなる

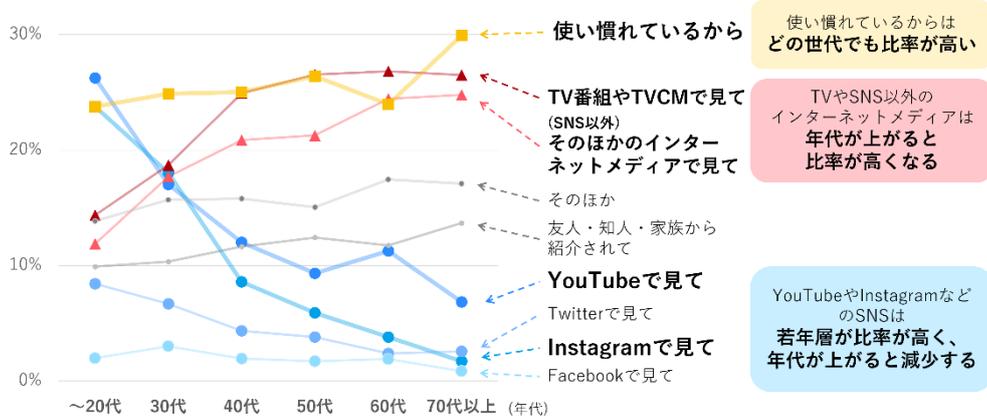
Q. 最寄り品(※1)を欲しいと思ったきっかけは何ですか？(n=3919 ※2)



Mapion Biz

年代別

Q. 最寄り品(※1)を欲しいと思ったきっかけは何ですか？(n=3919 ※2)



※1 加工食品や日用品、医薬品などの普段使いの商品のうち、もっとも販売店を探したことがあるもの
※2 販売店を検索したことがある人

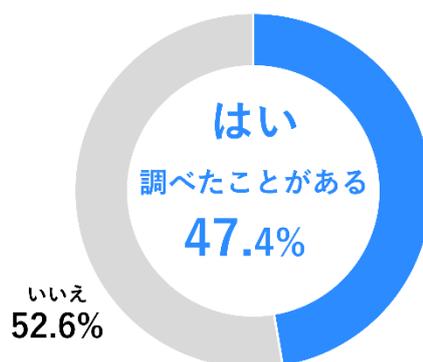
Mapion Biz

販売店を調べた経験のある人を対象に、最寄り品を欲しいと思うきっかけを聞きました。「使い慣れているから」が25.4%でトップとなりました。次いで「TV番組やTVCMで見て」(24.3%)となりました。

年代別に見てみると、~20代で最も多かったのはYouTubeで、他にもInstagramやTwitterなどSNSがきっかけとなったと回答する割合が高くなりました。また年代が上がるほど、TV番組やTVCM、SNS以外のインターネットメディアをきっかけと回答する割合が高くなりました。

■ 欲しい商品について知りたい情報は価格がトップ！販売店は30%、企業サイトも23%と多い

Q. あなたは欲しいと思った最寄り品(※1)を購入する前に、その商品について調べたことがありますか？(n=7704)



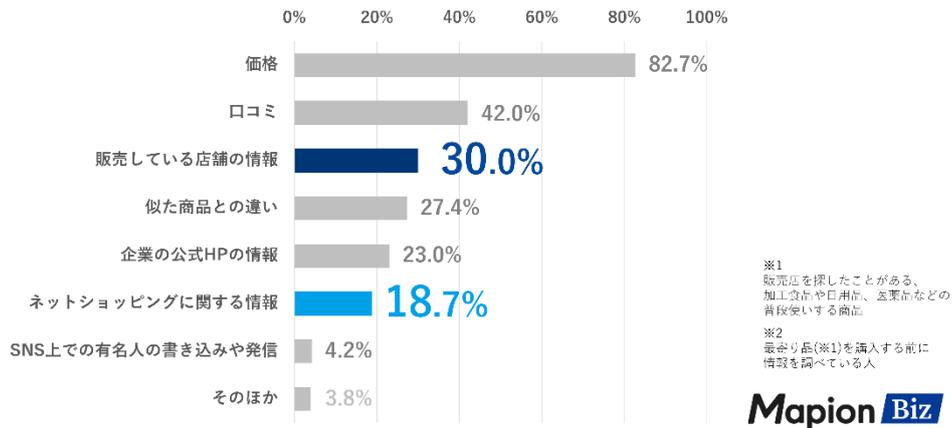
※1 販売店を探したことがある、加工食品や日用品、医薬品などの普段使いの商品

Mapion Biz



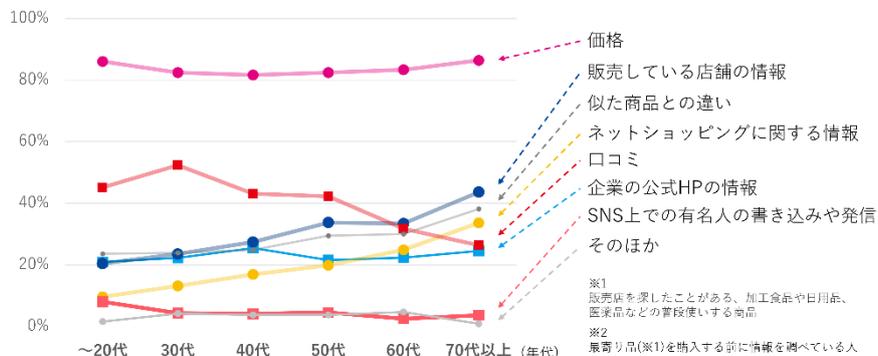
次に、欲しいと思った最寄り品の情報について、購入前に調べるかを聞いたところ、半数近い 47.4%が購入前に調べると回答しました。

Q. 欲しい最寄り品(※1)についてどのような情報を調べますか？ (n=3648 ※2)



Q. 欲しい最寄り品(※1)についてどのような情報を調べますか？

<年代別> (n=3648 ※2)

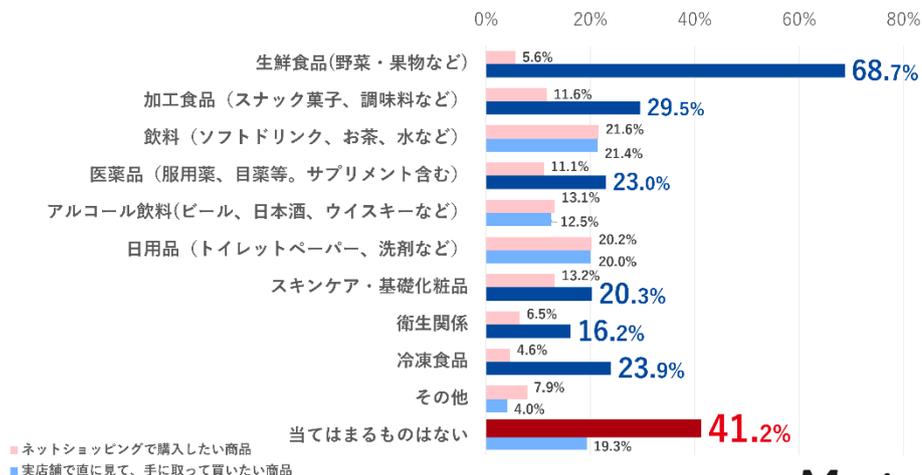


どのような情報を調べるかの問いでは、82.7%が「価格」と回答し最多となりました。2位は「口コミ」(42.0%)、3位は「販売している店舗の情報」(30.0%)と続きました。一方で、「ネットショッピングに関する情報」を調べる人は18.7%でした。「企業の公式HPの情報」も23.0%と多く、4人に1人が調べていることが分かりました。

また、「口コミ」については20代~30代の若年層が口コミと回答した割合が多く、年代が上がるにつれて減っています。「SNS上での有名人の書き込みや発信」でも同様の傾向で、全体では4.2%でしたが、20代以下では8.1%となりました。若年層ほど他者のリアルな意見を参考にする傾向があるようです。

■実店舗とオンラインの使い分け、最寄り品 全9カテゴリのうち6カテゴリが実店舗派

Q.いつも購入する商品のうち、「ネットショッピングで購入したい商品」と「実店舗で直に見て、手に取って買いたい商品」はどれですか？(n=7704)





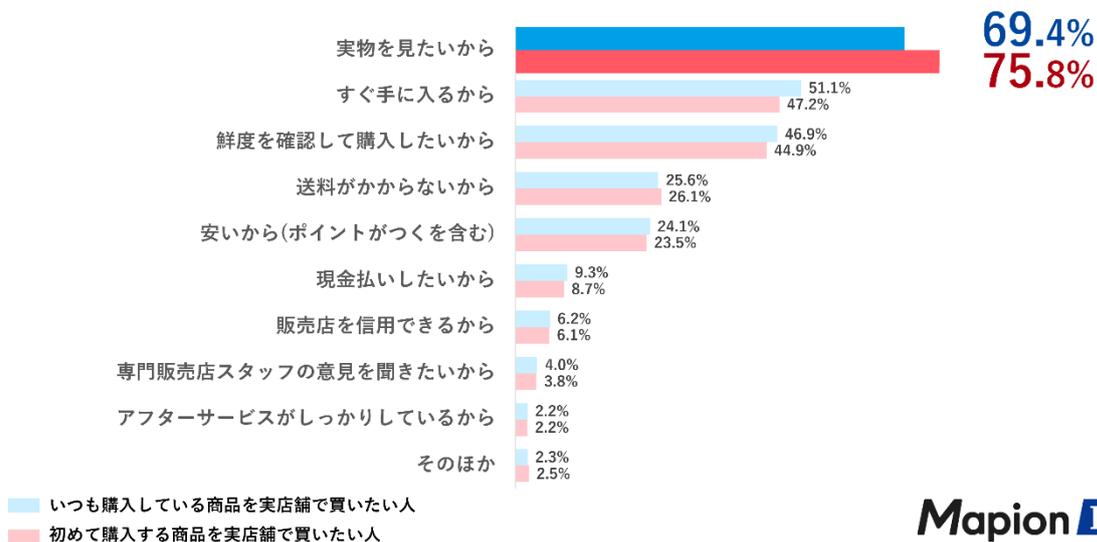
最寄り品について実店舗かオンラインのどちらで購入したいか、最寄り品を 9 カテゴリーに分けて聞きました。すると「生鮮食品」「加工食品」「医薬品」「スキンケア・基礎化粧品」「衛生関係」「冷凍食品」と 6 カテゴリーで実店舗派が優勢となりました。特に、生鮮食品は実店舗派がオンライン派の 12 倍、加工食品は 3 倍、冷凍食品は 5 倍など大きな差をつけて実店舗派が多いことが分かります。

一方で、オンライン派が優勢となった「飲料」「アルコール飲料」「日用品」ですが、実店舗派と拮抗する形となり、大きな差はつきませんでした。

昨今、コロナ禍の影響もあり急速に DX 化が進み、ネットスーパーや宅配サービスなどのサービスが充実してきていますが、オンラインで買いたいものはない（「当てはまるものはない」）という人が 41.2%いることから、最寄り品は実店舗で購入する人が多いことが分かります。

■実店舗で買いたい理由、「実物を見たいから」。初めて購入する商品ほど高い

Q. 実店舗で直に見て、手に取って買いたい理由について教えてください。
いつも購入している商品と初めて購入する商品についてそれぞれ教えてください。
(いつも購入している商品を実店舗で買いたい人:n=6234 / 初めて購入する商品を実店舗で買いたい人:n=6220)



次に、なぜ実店舗で買いたいのか、「いつも購入している商品」を実店舗で購入したいと回答した人（以下「いつも派」）、「初めて購入する商品」を実店舗で購入したいと回答した人（以下「初めて派」）、それぞれ聞きました。

最も多かったのは「実物を見たいから」でした。いつも派が 69.4%、初めて派が 75.8%となり、初めて購入するものほど実物を見て購入したい人が多いことが分かります。2 位は「すぐ手に入るから」、3 位は「鮮度を確認して購入したいから」となりました。

■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るといわれますが、今回、最寄り品についても同様の結果が得られました。半数近くが商品について調べた経験があると回答しました。情報収集方法については世代間で傾向が分かれ、若年層は YouTube や Instagram といった SNS を活用する割合が高く、年代が上がると、TV や SNS 以外のインターネットメディアを活用する割合が高くなりました。また、何を調べるかの問いでは、価格や口コミ以外に「販売店に関する情報」（30%）が高く、「ネットショッピングに関する情報」（18.7%）を上回っていることや、「企業の公式 HP（オウンドメディア）」（23.0%）が多くいることも注目の結果といえます。また若年層では口コミの割合が高かったのも特徴といえます。

実店舗で実際に手に取って購入したい最寄り品は、全 9 カテゴリーのうち「生鮮食品」「医薬品」など 6 カテゴリーとなり、オンライン派を上回りました。初めて購入する商品でも普段から使っている商品でも同様の結果が得られ、最寄り品は実



店舗で購入したい人が多いことが分かります。冒頭の問いで半数以上が販売店について調べた経験があると回答していることから、インターネット上の販売店に関する情報は、生活者の購買行動を促進すると考えられそうです。

■ より詳しい情報について

本調査に関して、商品の種別毎のデータなどを含めたより詳しい情報・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_2201.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「どこの店舗で買えるか」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

調査エリア： 全国

調査対象者： 当社が運営する電子チラシサービス Shufoo!の「シューポイント」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 7,704 名

調査期間： 2021 年 12 月 3 日～12 月 9 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 「Mapion Biz」調べ

* 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「カジドレ」、サイクルコンパスアプリ「U-ROUTE」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>

※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/5240/> 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