

2022年3月2日  
株式会社 ONE COMPATH

## お店の情報収集や口コミに関する意識調査【「LocalONE」調べ】

半数近くがオウンドメディアと Google 検索でお店の情報を調べる

7割以上が Google の口コミを参考にし、65%以上が定型文ではない個別返信を見てお店に行きたくなる

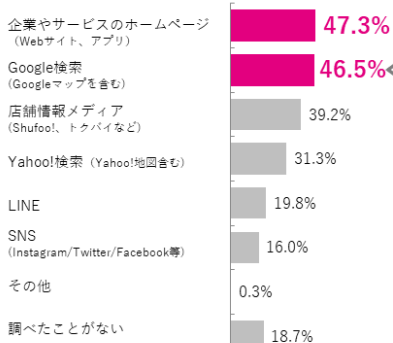
凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼※1、以下当社）が1月31日より提供を開始した店舗と生活者をつなぐコミュニケーションプラットフォーム「LocalONE※2」は、全国の男女 8,576 名を対象に、お店の情報収集や口コミに関する意識調査を2022年1月7日～13日に実施しました。調査結果から、生活者は小売や飲食店など何らかの店舗情報を調べる際には半数近くが企業の公式ホームページや Google を活用し、72.8%が Google 上の口コミを参考にしていることがわかりました。さらに、口コミに対して内容に即した個別の返信があった場合、口コミがポジティブかネガティブかに関わらず65%以上の人に来店したい気持ちになるなど、口コミの重要性が現れる結果となりました。

### 「小売や飲食店などのお店の情報収集や口コミに関する意識調査」

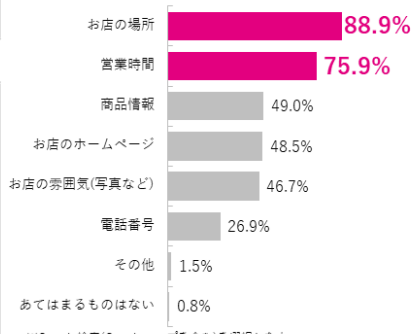
- お店の情報は、企業のホームページと Google 検索で調べる人が多い
- 生活者は目的に応じて情報収集するメディアを選択している
- 誤った店舗情報が掲載されていることに気づいた経験がある人は全体の 4 割弱
- 7割以上が Google の口コミを参考にしており、ポジティブネガティブ問わずに参考にしている。
- 口コミの情報を参考にする人は 72.8%
- 定型文ではない個別の返信で、ネガティブな口コミでも「お店に行ってみようと思う」65%以上
- 口コミの投稿をしたくなるのは「店舗に対してポジティブな印象を持った時」66.6%。ネガティブの 1.5 倍

### ■ 小売や飲食店などお店の情報は、企業のホームページと Google 検索で調べる人が多い

Q. インターネット上で小売店などのお店の情報を調べますか？（複数選択）  
(n=8576)



Q. Google検索 (Google マップ含む)でどのようなお店の情報を調べますか？  
(複数選択) (n=3990 ※)



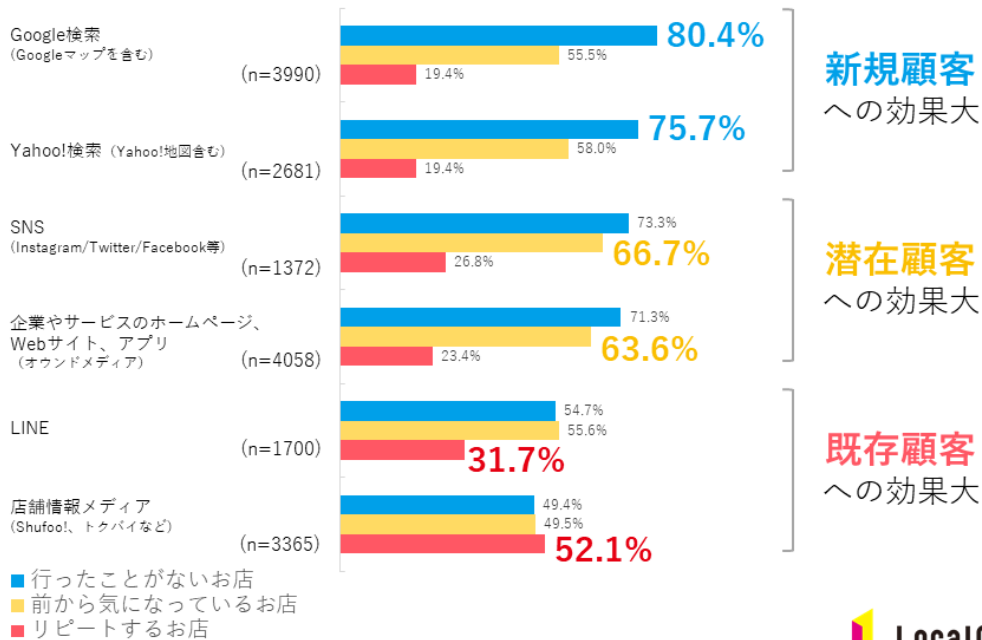
スマートフォンや PC で小売店舗や飲食店など何らかの店舗情報を調べる際に何を活用するかという質問に対し、「企業やサービスのホームページ（オウンドメディア）」が47.3%、「Google 検索（Google マップ含む）」が46.5%とトップとなり、半数近くがこの 2 つを活用して店舗の情報を調べていることがわかりました。他、Shufoo!などの「店舗情報メディア」が39.2%、「Yahoo!検索（Yahoo!地図含む）」が31.3%と続きました。

さらに、「Google 検索（Google マップ含む）」を利用すると回答した人を対象に、どのような情報を調べるかを聞くと、「お店の場所」が88.9%と最も高く、次に「営業時間」が75.9%と続きました。「商品情報」「お店のホームページ」や「お店の雰囲気（写真など）」はそれぞれ半数近くいることがわかりました。



## ■ 生活者は目的に応じて情報収集するメディアを選択している

Q.小売店などのお店の情報を調べる際に、利用したことがあるものを教えてください  
(複数選択)

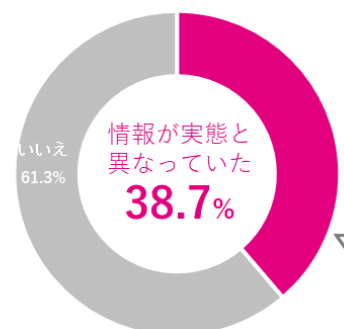


次に、「行ったことがないお店」「前から気になっているお店」「リピートするお店」という3つの軸で、どのメディアを使って調べるかを聞きました。「行ったことがないお店」を調べる際に最も使われるのは「Google 検索 (Google マップを含む)」80.4%、続いて、「Yahoo!検索 (Yahoo!地図を含む)」75.7%でした。Google や Yahoo!といった検索サイトでは、お店や企業を限定することなく幅広く検索できることから多くの人に使われていることが分かります。店舗側からすれば、新規顧客の獲得につながりやすいメディアといえます。「前から気になっているお店」を調べる際に最も使われるメディアは「SNS」66.7%、続いて「企業やサービスのホームページ (オウンドメディア)」63.6%となりました。既に店舗に関心のある潜在顧客には、SNS とオウンドメディアの効果が高いといえそうです。「リピートするお店」を調べる際に使われるのは、Shufoo!などの「店舗情報メディア」が最も多く 52.1%、次に「LINE」31.7%という結果になりました。これらは「友だち機能」や「お気に入り機能」などを使って日常的に店舗の情報を収集するのに適しており、繰り返しその店舗を利用する既存顧客が使用するメディアといえます。

どのメディアも生活者にとって重要な情報源でありながら、店舗への関心度や目的に応じてツールを使い分けていることが分かりました。

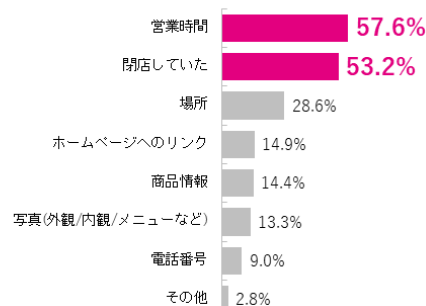
## ■ 誤った店舗情報が掲載されていることに気づいた経験がある人は全体の 4 割弱

Q.誤った情報が掲載されていることに気づいた経験はありますか？  
(n=3990 ※1)



※1 Google検索(Googleマップを含む)を選択した人

Q.異なっていた情報はどのような情報でしたか？  
(複数選択) (n=1546 ※2)



※2 Google検索(Googleマップを含む)の情報に間違いがあった人

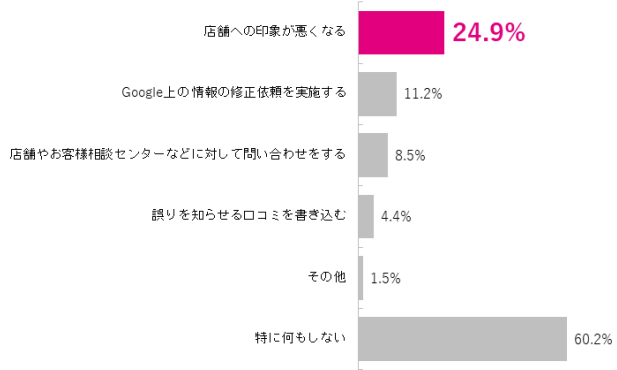




「Google 検索や Google マップ上に、誤った店舗情報が掲載されていることに気づいた経験はありますか？」という質問で 38.7%の人が「ある」と回答しました。どのような間違いがあったのかを聞くと、「営業時間」57.6%、「閉店していた」53.2%というように主に営業状況に関する情報であることがわかりました。

また、情報の誤りに気づいた人のうち、4人に1人（24.9%）が「店舗への印象が悪くなる」と回答しています。このように、店舗に関する情報、特に営業状況に関する情報は多くの人が確認する情報のため、間違いが発見されやすいといえます。間違った情報を放置してしまうことで店舗への印象を悪くしてしまう場合があるので、店舗の情報を正しく提示することが非常に重要といえます。

Q.誤った情報が掲載されていることに気づいた時に思うこと・行うことを教えてください  
(複数選択)(n=1546 ※)



※ 誤った情報が掲載されていることに気づいた経験がある人

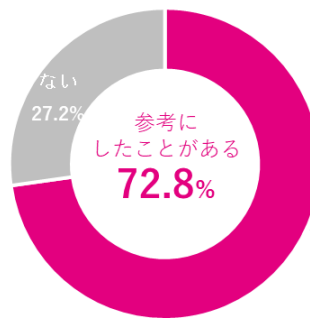


### ■ 口コミの情報を参考にする人は 72.8%

Google 検索や Google マップ上に掲載されている口コミの情報を参考にしたことがあるかどうかを聞くと、72.8%が参考にした経験があると回答しました。どのような内容を参考にするか  
の質問では、ポジティブな口コミが 79.8%、ネガティブな口コミが 69.9%と多く、基本的にはどちらも参考にする人が多いことがわかりました。

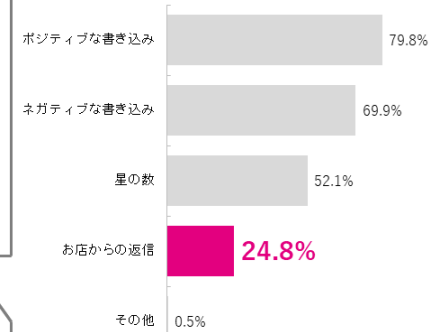
また、口コミに対する「お店からの返信」と回答した人が 24.8%となり、4人に1人が口コミに対する店舗側の対応を参考にしていることもわかりました。

Q.Google上の店舗の「口コミ」を参考にしたことはありますか？  
(n=3990 ※1)



※1 Google検索(Googleマップを含む)を選択した人

Q.どのような内容の口コミを参考にしますか？  
(複数選択)(n=2904 ※2)



※2 Google検索(Googleマップを含む)を選択し、口コミを参考にする人

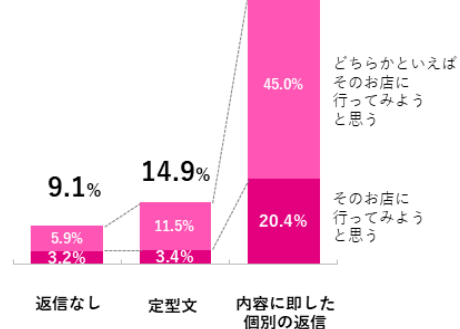
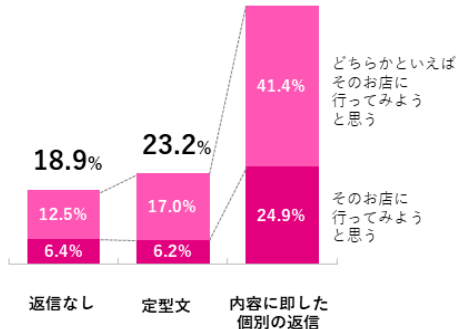
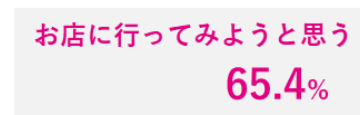
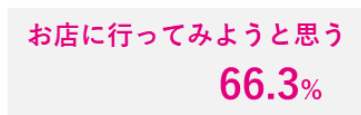


### ■ 定型文ではない個別の返信で、ネガティブな口コミでも「お店に行ってみようと思う」65%以上

Q.店舗に対する口コミへの返信について、内容によって印象は変わりますか？  
(n=3990 ※)

ポジティブな口コミ

ネガティブな口コミ



※ Google検索(Googleマップを含む)を選択した人





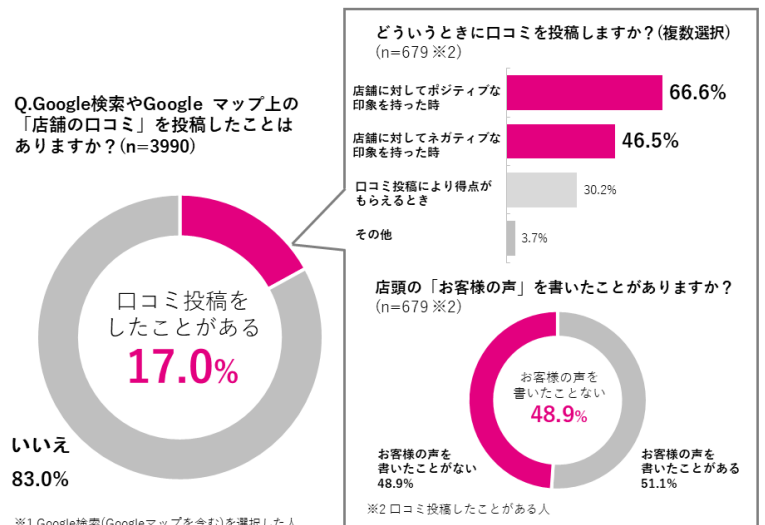
口コミに対する店舗側の対応について、「返信なし」の場合、「定型文」の場合、「内容に即した個別の返信」があった場合と3つのシーンに分け、どんな印象を受けるかを聞きました。なお、口コミはポジティブな口コミとネガティブな口コミの2つに分けて聞きました。

興味深いのは、口コミがポジティブかネガティブかに関わらず、店舗側が「内容に即した個別の返信」をすると、そのお店に行きたくなると思うという回答（「そのお店に行ってみようと思う」「どちらかといえばそのお店に行ってみようと思う」の合算）が、65%以上になったことです。「返信なし」「定型文」とは大差をつけ、口コミへの個別の返信対応が来店機会の創出になり得ることが分かります。

## ■ 口コミの投稿をしたくなるのは「店舗に対してポジティブな印象を持った時」66.6%。ネガティブの1.5倍

Google 上に口コミを投稿したことがある人は、17.0%でした。口コミを投稿する理由としては、「店舗に対してポジティブな印象を持った時」66.6%、「店舗に対してネガティブな印象を持った時」46.5%となりました。

また、Google の口コミ投稿をしたことがある人に対して、店頭「お客様の声」を書いた経験があるかを尋ねたところ、半数以上の51.1%が「お客様の声」を投稿したことがあると回答しました。しかし今まで「お客様の声」を書き込まなかった48.9%の人でもインターネット上に口コミの投稿をしていることが分かり、店舗の実態がこれまで以上に表面化しやすくなっているといえます。ポジティブな口コミだけであれば店舗側としては嬉しい限りですが、ネガティブな口コミが書かれる機会も増加しており、口コミの管理や対応は今や重要なテーマであるといえます。



## ■ まとめ

今回の調査で、多くの生活者がオウンドメディアや Google を検索して店舗情報を調べていることが分かりました。特に、Google 検索を使って営業時間などの営業状況に関する情報を主に調べていることがわかりました。また掲載されている情報の誤りに出くわしたことがある人は全体の約 4 割おり、店舗に対しての印象が悪くなるケースもあることがわかりました。店舗情報をオウンドメディア、Google 上のどちらの情報もきちんと管理していく必要があるといえそうです。

Google 上の口コミについては、70%以上の人々が参考にすることがわかりました。特に店舗から内容に即した個別の返信によって、たとえネガティブな口コミがあったとしても、「その店舗を訪問したい」という気持ちになる人が 65%以上いることから、内容に即した個別の返信が来店行動につながるといえそうです。

口コミ投稿をしたことがある人は全体の 17%で、店舗に対してのポジティブ、ネガティブどちらの印象を持つときでも投稿することがわかりました。また、従来型の店頭に設置されている「お客様の声」を書いたことがある人以外でも、Google 上の口コミを投稿する機会が増加してきており、口コミ投稿する人の幅が広がってきたといえます。

## ■ 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://localone.jp/downloads/wp\\_202202/](https://localone.jp/downloads/wp_202202/)



## ■「Local ONE」について

多様化するデジタル接点に対して、店舗の魅力を効率的に伝え、生活者（顧客）の声を店舗運営の改善につなげるための店舗情報プラットフォームです。様々なメディアに掲載している営業時間や電話番号、店舗写真などの「店舗情報」や、チラシやクーポンといった「販促情報」の一元管理、各種口コミサイトや地図メディア上に投稿される口コミの管理・分析が1つのプラットフォームで可能になります。情報配信にかかる運用負荷を軽減し、生活者から寄せられる口コミを店舗改善に生かすなど、生活者の本質的なコミュニケーション量を増やすことで、生活者の利便性と店舗の継続的発展に寄与します。

URL: <https://localone.jp/>

## ■ 調査概要

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア： 全国

調査対象者： 「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 8,576 名

調査期間： 2022 年 1 月 7 日～1 月 13 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 「LocalONE」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 店舗と生活者をつなぐコミュニケーションプラットフォーム「Local ONE」について

多様化するデジタル接点に対して店舗の魅力を効率的に伝え、生活者（顧客）の声を店舗運営の改善につなげるための店舗情報プラットフォームです。株式会社 ONE COMPATH が、株式会社 mov と共同開発し 2022 年 1 月 31 日より提供を開始しました。様々なメディアに掲載している営業時間や電話番号、店舗写真などの「店舗情報」や、チラシやクーポンといった「販促情報」の一元管理、各種口コミサイトや地図メディア上に投稿される口コミの管理・分析が1つのプラットフォームで可能になります。情報配信にかかる運用負荷を軽減し、生活者から寄せられる口コミを店舗改善に生かすなど、店舗と生活者の本質的なコミュニケーション量を増やすことで、生活者の利便性と店舗の継続的発展に寄与します。

URL : <https://localone.jp/>

※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](mailto:press@onecompath.com)**