



2023 年 1 月 18 日
株式会社 ONE COMPATH

口コミ投稿に関する意識調査【「LocalONE」調べ】

20 代以下は口コミの参考・投稿メディア共に Google が最多

若年層は口コミ投稿経験多く、タイパ重視で即投稿、特典目的よりも良い体験を共有したいから

凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH が運営する、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（ローカルワン）」は、全国の男女 6,660 名を対象に、口コミ投稿に関する意識調査を 2022 年 12 月 10 日～16 日に実施しました。今回、口コミを参考にするメディアや口コミ投稿をした経験、どのようなメディア・目的・タイミングで投稿を行うのか等について調査しました。その結果、世代ごとに参考にしたり投稿したりするメディアが異なっており、特に 20 代以下では「Google」を参考にし、投稿していることがわかりました。また、若年層ほど SNS 感覚で即時に口コミ投稿をしています。

なお、本調査に関して、詳しい情報・分析をまとめたホワイトペーパーを公開しました。

ホワイトペーパーURL：https://localone.jp/downloads/wp_202301/

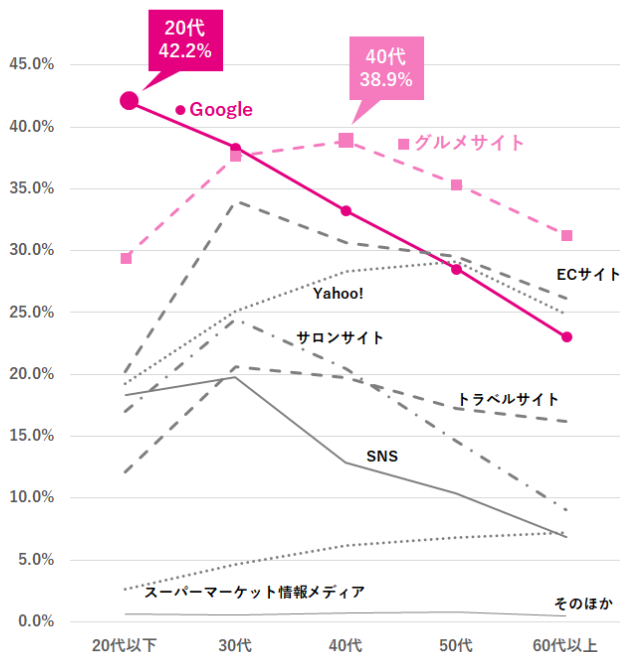
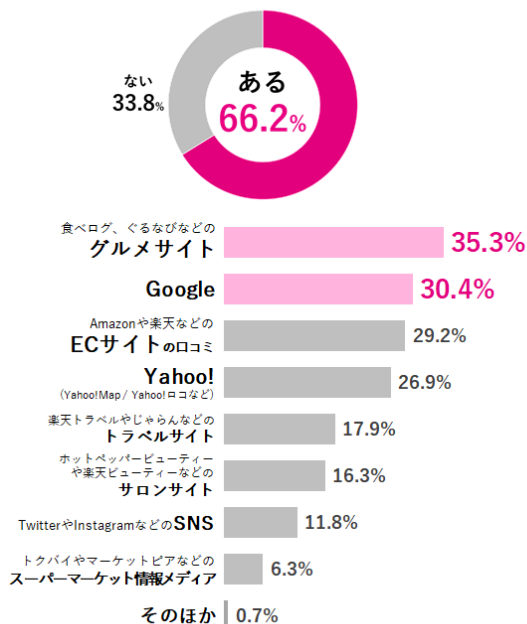
◀ 口コミ投稿に関する意識調査 ▶

- 参考にする口コミメディア、20 代では Google 一強
- 4 人に 1 人が口コミ投稿した経験あり。20 代では口コミ投稿も Google
- 口コミ投稿は「おすすめしたい」「お店を応援する」ため。改善要望が反映されたかも確認
- “タイパ”重視の若年層ほど口コミは SNS 感覚で即時に投稿。中には店内のその場で投稿する人も

■ 参考にする口コミメディア、20 代では Google 一強

はじめに、口コミを参考にしたことがあるメディアを聞きました。その結果、「食べログ、ぐるなびなどのグルメサイト」を参考にする人が最も多く 35.3%、続いて「Google」が 30.4%となりました。年代別で見ると、40・50・60 代のトップは「食べログ、ぐるなびなどのグルメサイト」、20 代のトップは「Google」(42.2%) という結果でした。20 代は他の世代と比較して「Google」を参考にするという人が特に多くなっています。

口コミを参考にすることがありますか？ 参考にしたことがある場合は、そのメディアをすべて選択してください。
(n=6660 複数選択)





■4人に1人が口コミ投稿した経験アリ。20代では口コミ投稿も Google

実際に口コミを投稿したことがあるかどうかを「飲食店」、「美容サロン・整体」、「スーパーマーケット」の3カテゴリに分けて聞いてみました。

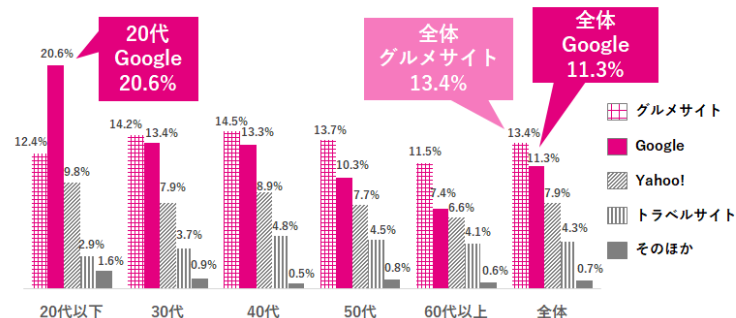
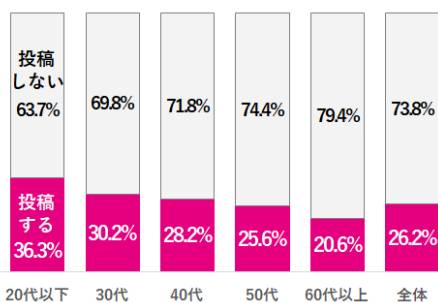
「飲食店」について、4人に1人（26.2%）が「口コミ投稿したことがある」と回答しました。年代ごとに差があり、20代以下では36.3%だった一方で60代以上では20.6%にとどまっていることがわかります。投稿するメディア別に見てみると、全体では「グルメサイト」が13.4%とトップ、次いで「Google」が11.3%でした。

口コミを投稿したことはありますか？投稿したことがある場合はそのメディアをすべて選択してください

※口コミ：口コミ機能を持ったサービスでの投稿を指し、SNSでの投稿は除きます。

飲食店 (n=6660)

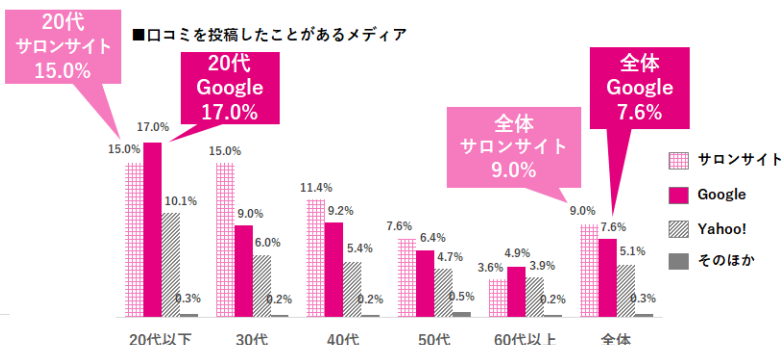
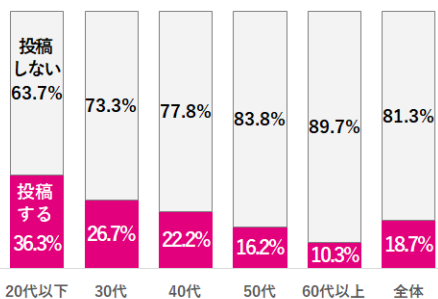
■口コミを投稿したことがあるメディア



「美容サロン・整体」については18.7%が「口コミ投稿したことがある」と回答しています。ここでも世代ごとに差があり、口コミ投稿したことがある人は20代以下では36.3%だった一方で、60代以上では10.3%でした。投稿したことがあるメディアをみると、全体ではサロンサイトがトップ（9.0%）でした。こちらも20代以下では、「Google」がトップ（17.0%）ですが、「サロンサイト」も僅差で15.0%でした。

美容サロン・整体 (n=6660)

■口コミを投稿したことがあるメディア

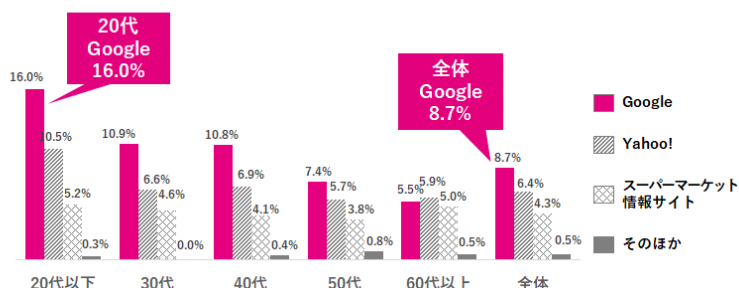
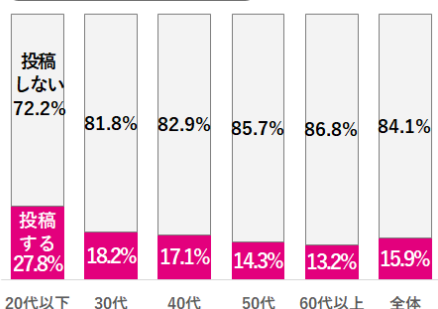


なお、「スーパーマーケット」では、「飲食店」や「美容サロン・整体」と比較して口コミ投稿する人が少ないことがわかりました。全体では、15.9%の人が「口コミ投稿したことがある」と回答しており、「飲食店」（26.2%）と比較して10ポイント以上の開きがあります。また、20代以下では27.8%と最も口コミ投稿する人が多かった一方で、60代以上では、13.2%にとどまっていることがわかります。

以上の結果から、3カテゴリ全てにおいて、若い世代ほど口コミ投稿をしたことがある人の割合が多いことがわかりました。20代以下が口コミを参考にするメディアは「Google」がトップでしたが、投稿するメディアとしても最多で、飲食店においては20代以下の人では20.6%が「Google」で投稿したことがあると回答しました。

スーパーマーケット (n=6660)

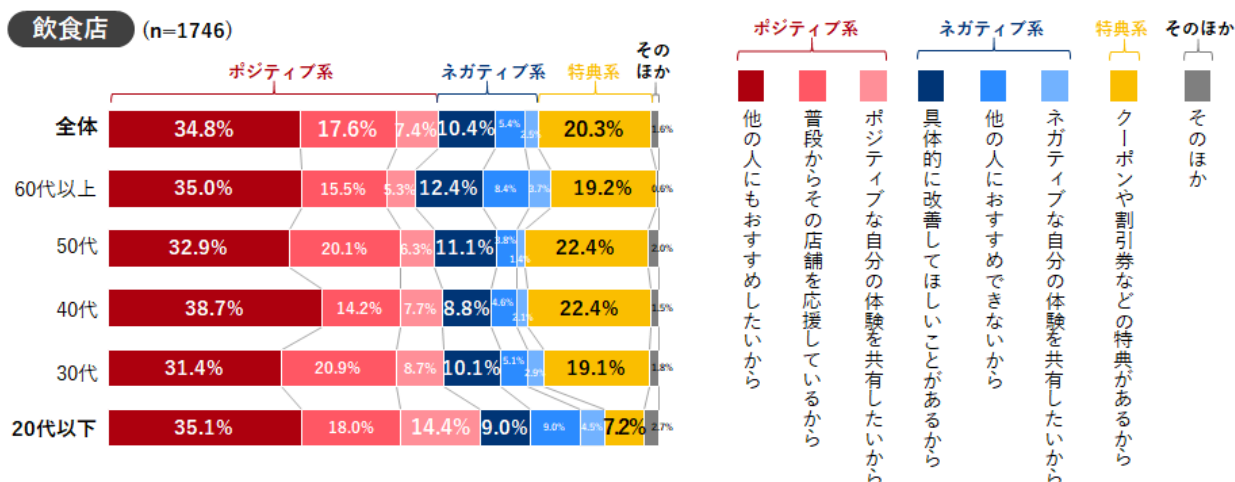
■口コミを投稿したことがあるメディア





■口コミ投稿の目的は「おすすめしたい」「お店を応援する」。改善要望が反映されたかも確認する次に、口コミを投稿する理由について、最もモチベーションの高いものを聞きました。

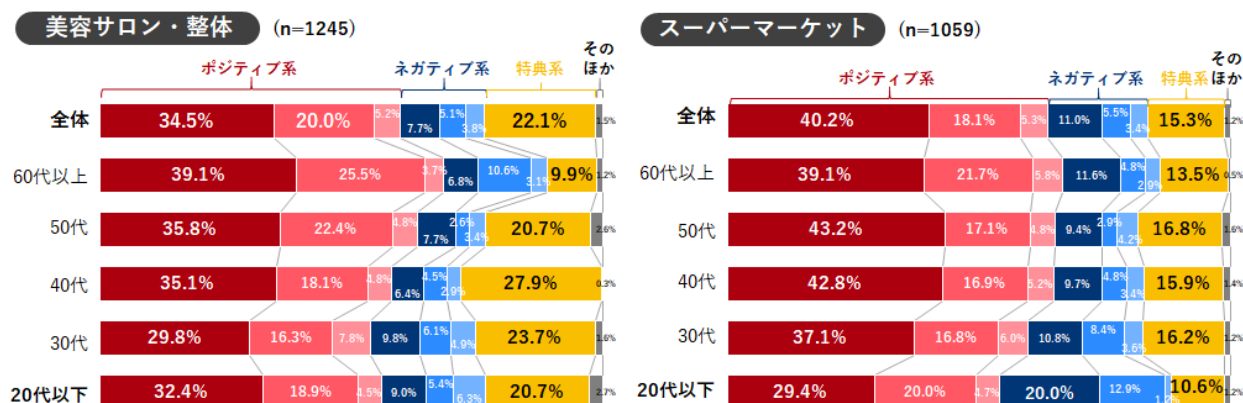
口コミ投稿する動機として一番強いものを選んでください。※口コミ投稿をしたことがある人



「飲食店」に口コミを投稿するモチベーションの1位として最も多かったのは、「他の人にもおすすめしたいから」(34.8%)となりました。続いて「クーポンや割引券などの特典があるから」(20.3%)、「普段からその店舗を応援しているから」(17.6%)となりました。また、「具体的に改善してほしいことがあるから」と答えた人も約1割(10.4%)いました。「サービスの改善点を投稿したら、次に行った時に改善されていた」(40代女性)といった声がありました。

また、**20代以下では全体と比較して「ポジティブな自分の体験を共有したいから」の割合が高い**ことがわかりました(全体：7.4% / 20代以下：14.4%)。「食べた料理が美味しくて、この場所にあると共有したかった」(20代男性)など共有したい意向が強いのは、SNSに慣れ親しむ世代ならではの結果といえそうです。また20代以下は「クーポンや割引券などの特典があるから」とする人の割合が低いこともわかりました(全体：20.3% / 20代以下：7.2%)。

「美容サロン・整体」に口コミを投稿する最もモチベーションの高いもののトップも「他の人にもおすすめしたいから」(34.5%)となりました。続いて「クーポンや割引券などの特典があるから」(22.1%)、「普段からその店舗を応援しているから」(20.0%)となりました。



「スーパーマーケット」に口コミを投稿する最もモチベーションの高い理由は「他の人にもおすすめしたいから」(40.2%)となりました。「新鮮なお野菜をおすすめしたくて投稿」(40代女性)といった声がありました。その次に「普段からその店舗を応援しているから」(18.1%)、「クーポンや割引券などの特典があるから」(15.3%)と続いています。また若年層になるほど「ネガティブ系」(「具体的に改善してほしいことがあるから」「ほかの人におすすめできないから」「ネガティブな自分の体験を共有したいから」)



の口コミを投稿する人が多いことがわかりました（「ネガティブ系の合計」＝全体：19.8% / 20 代以下：34.1%）。ほか 2 カテゴリーと比較しても 1.5 倍程度と多くいます。

「具体的に改善してほしいことがあるから」について、「陳列されている商品に、完全に消費期限の切れている商品があった」（40 代女性）、「買った野菜が虫食いだっただので、お店に忠告するとともに他のお客さんへのアドバイスの意味で口コミ投稿したことがある」（60 代以上 男性）といったコメントがありました。

これらの結果から、「具体的に改善してほしいことがあるから」がどの世代でも一定数いることから、生活者は店舗担当者が口コミを見ていることを期待して投稿を行っていると考えられます。また、「明らかに投稿後に改善が見られた」（60 代以上 男性）といった声もあることから、**生活者は口コミ投稿できちんと改善されたかどうかを見ている**といえます。このため、店舗担当者が口コミをもとに店舗へのフィードバックを行うことは重要だといえそうです。

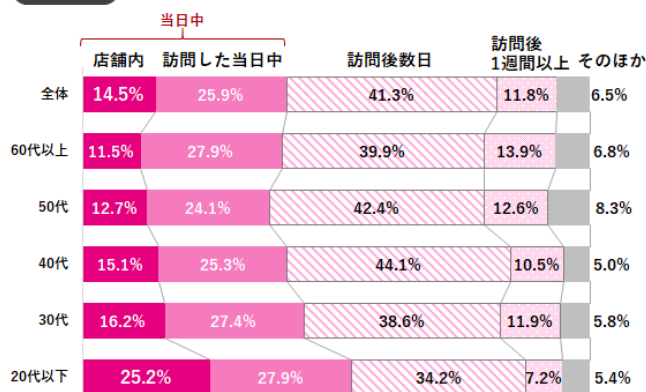
また、20 代以下とそれ以外の世代で口コミ投稿のモチベーションが異なることがわかりました。20 代以下はクーポンや割引券などの特典があるからという理由で投稿しようという気持ちよりも、「自分の体験したポジティブな体験を共有したいから」というモチベーションから投稿する人が多く、一種の SNS のような使い方をしていると考えられます。

■“タイパ”重視の若年層ほど口コミは SNS 感覚で即時に投稿。中には店内のその場で投稿する人も

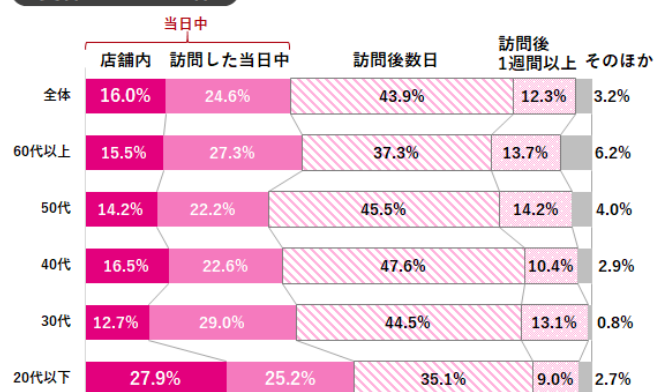
どのようなタイミングで口コミ投稿をしますか？最も多いタイミングをお答えください。

※口コミ投稿をしたことがある人

飲食店 (n=1746)



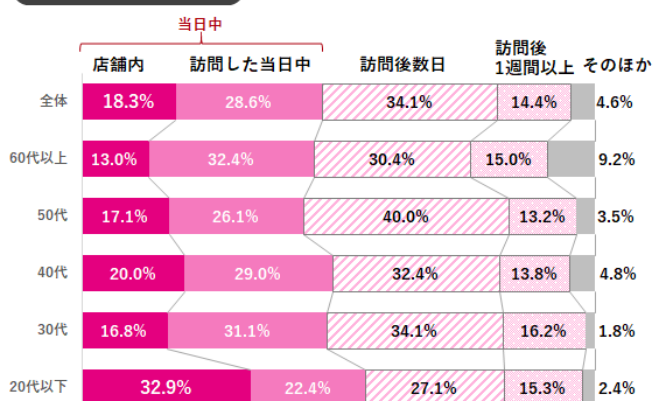
美容サロン・整体 (n=1245)



口コミ投稿をするタイミングについて、いずれの業種・年代においても「訪問後数日」がトップでした。少なくとも訪問から 1 週間以内に投稿していることがわかります。

「店舗内にいるとき」と回答した割合は「飲食店」が 14.5%、「美容サロン・整体」が 16.0%、「スーパーマーケット」が 18.3%でした。しかし、20 代以下では、「店舗内にいるとき」の回答割合は、「飲食店」が 25.2%、「美容サロン・整体」が 27.9%、「スーパーマーケット」が 32.9%となり、全体や他の世代と比較して 10 ポイント以上の差があることがわかります。「店員の接客によって、その場で口コミ投稿」（20 代女性）といった声もありました。近年、Z 世代を中心に「タイパ（タイムパフォーマンス）」を意識した消費行動が広がっているといわれるように、**若年層ほど店舗内にいるうちに口コミを投稿し時間対効率を意識する人が多い**ようです。

スーパーマーケット (n=1059)





ONE COMPATH

■まとめ

今回の調査で、口コミを参考にするメディアや投稿するメディア、投稿する理由や投稿するタイミングには、世代ごとに大きな違いがあることがわかりました。特に 20 代以下とほかの世代では大きく異なり、Google の口コミが非常に参考にされることがわかりました。また若年層は口コミをある種 SNS のような感覚で投稿をしている可能性があり、特典目的で口コミ投稿する人の割合がほかの世代と比較して少ないため、店舗での体験が非常に重要であることがわかりました。共有したくなるような体験を提供し、その場で口コミ投稿したくなるような店舗づくりが求められると言えます。

■より詳しい情報について

本調査に関して、世代ごとの詳細な分析や効率的な口コミ対策などをまと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_202301/

■調査概要

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 6,660 名

調査期間: 2022 年 12 月 10 日～12 月 16 日

調査方法: インターネットリサーチ (自社調査)

* 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。

■「LocalONE」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/>

■株式会社 ONE COMPATH について

所在地: 東京都港区芝浦 3-19-26 トッパン芝浦ビル

設立: 1997 年 1 月 20 日

資本金: 600 百万円

代表者: 代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員: 141 名 (2022 年 4 月時点/出向者を含む)

URL: <https://onecompath.com>

主なサービス: 地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufuu!」、ウォーキングアプリ「aruku& (あるくと)」、家事代行事業者の比較サービス「カジドレ」、サイクルコンパスアプリ「U-ROUTE」、店舗情報プラットフォーム「LocalONE (ローカルワン)」

* 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 (千野、戸田) press@onecompath.com