

商品探しに関する意識調査（Mapion Biz 調べ）

「どこのお店で買える？」8割がネットで確認、4年でさらに割合上昇

取扱い店舗検索後、6割以上が実店舗での購入へ。事前リサーチで“タイパ”な購買行動

TOPPAN グループの株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス）が運営する法人向け地図ソリューション「Mapion Biz」は、全国の男女 13,667 名を対象として、2025 年 1 月 10 日から 13 日にかけて商品探しに関する意識調査を実施。商品購入時の情報収集と購買行動に関する利用実態を調べました。

8割以上（82.1%）の生活者が欲しい商品の取扱店舗をインターネットで確認しており、4年前（76.8%）と比べてもさらに割合が上昇しています。さらに、メーカーサイトの店舗検索機能を利用した人の6割以上が、実店舗での購入につながっていることもわかりました。昨今の“タイパ”志向を反映するように、オンラインでの事前確認からオフラインでの確実な購買に至る、現代の消費行動が明らかになりました。なお、買えるお店を探したことのある商品カテゴリなど本調査の詳しいデータや回答をまとめたホワイトペーパーを公開しました。

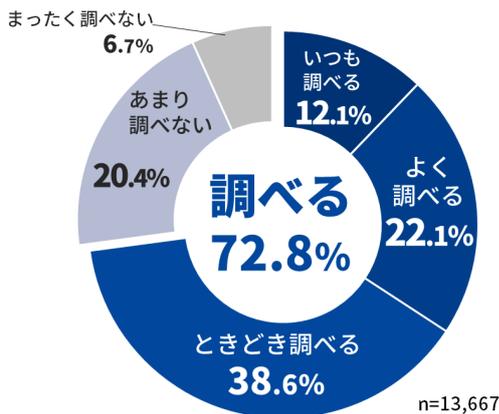
URL: https://www.mapion.co.jp/sales/downloads/request/whitepaper_2502.html

「商品探しに関する意識調査」

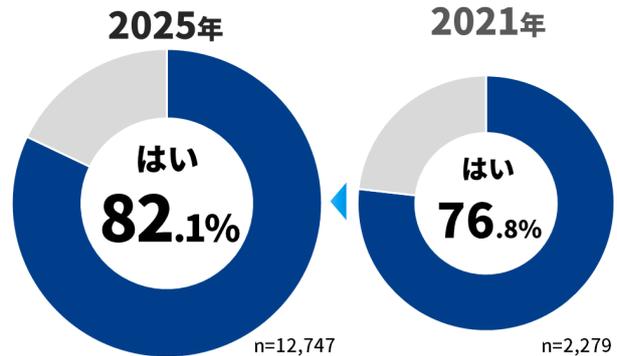
- 商品の取扱い店舗、8割以上がネットで事前確認。購入店舗をネットで調べる行動は当たり前
- 商品認知経路、世代で異なる傾向。全体ではテレビが6割超。若年層ではSNSも
- 購入店舗の事前確認、7割以上が購入の判断材料に。商品取扱いの「見える化」で販売機会損失防ぐ
- 商品取扱い店舗検索機能、利用者は約3割も「知らない」も約3割存在。周知で購買機会創出へ
- 店舗検索から実店舗での購入へ、6割以上が行動。事前の店舗検索でより“タイパ”な買い物に

■商品の取扱い店舗、8割以上がネットで事前確認。購入店舗をネットで調べる行動は当たり前

Q.商品を購入する前に事前にその商品がどこのお店で買えるか調べたことがありますか？



Q.欲しい商品がどこのお店で買えるかをインターネット上で探したことはありますか？

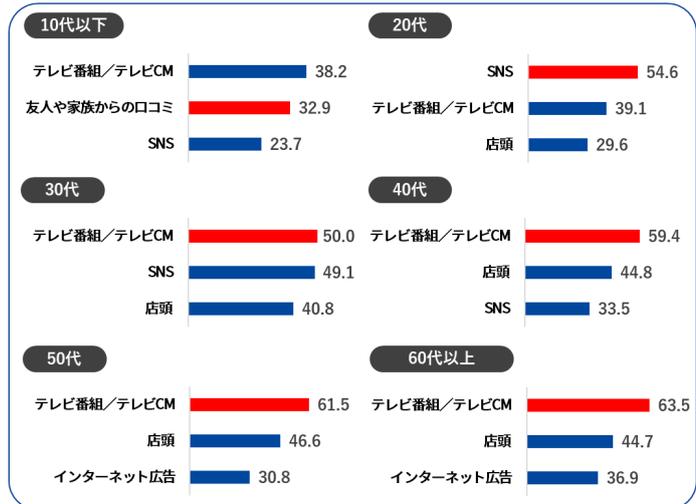
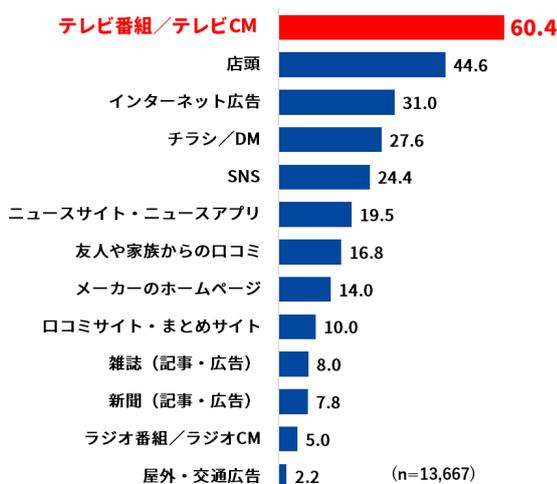


最初に、「商品を購入する前にその商品がどこのお店で買えるか調べたことはあるか？」を聞いたところ、72.8%の人が「調べる」（「いつも調べる」～「ときどき調べる」）と回答しています。

また、「欲しい商品がどこのお店で買えるかをインターネット上で探したことはあるか？」の問いには、82.1%の人が「はい」と回答しています。2021年に行った同様の調査では76.8%が「はい」と回答していましたが、この4年で5.3ポイント上昇しています。すでに高水準だった4年前から比べても割合がアップしていることがわかります。生活者が商品を購入する前にはどこで購入できるかをインターネットで調べることは当たり前の行動となっているようです。

■商品認知経路、世代で異なる傾向。全体ではテレビが6割超。若年層ではSNSも

Q.新しい商品や自身が欲しいと思う商品を知るきっかけは何が多いですか？

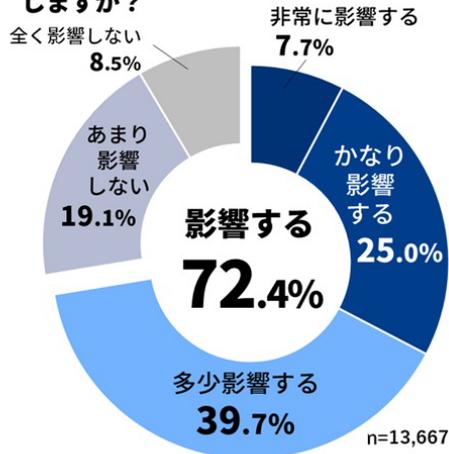


新しい商品や欲しい商品を知るきっかけについて聞いたところ、全体では6割以上の人(60.4%)が「テレビ番組/テレビCM」と回答しています。デジタル化が進む現代においても、テレビメディアは依然として強力な商品認知経路です。次いで2位は「店頭」(44.6%)でした。3位は「インターネット広告」(31.0%)でした。

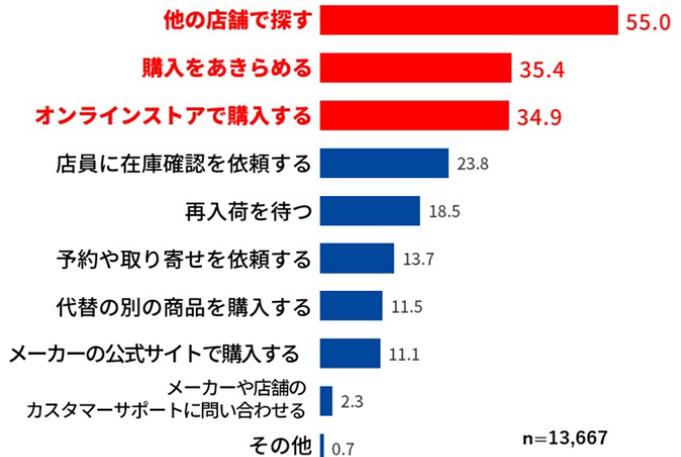
年代別に見ると、10代以下では「テレビ番組/テレビCM」(38.2%)に次いで「友人や家族からの口コミ」(32.9%)がランクイン。20代では「SNS」(54.6%)、30代以上では「テレビ番組/テレビCM」がそれぞれトップとなっており、世代によっても情報収集方法に違いが見られます。

■購入店舗の事前確認、7割以上が購入の判断材料に。商品取扱いの「見える化」で販売機会損失防ぐ

Q.商品の購入を検討する際に、事前に商品を買えるお店が分かることが購入決定にどのくらい影響しますか？



Q.欲しい商品や目当ての商品が店頭になかったとき、どのような行動をしますか？または行動をしましたか？

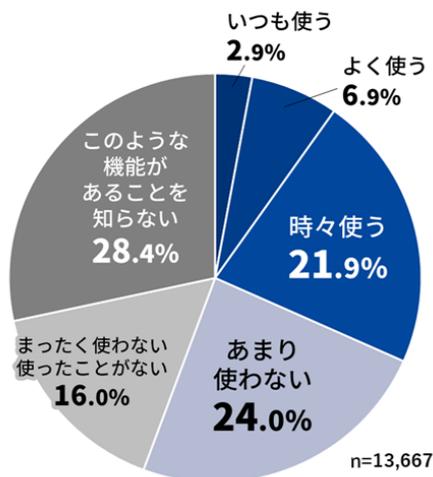


商品の購入を検討する際、事前に商品を買えるお店が分かることがどれだけ購入に影響するか聞いたところ、実に7割(72.4%)の生活者が購入決定に影響すると回答し、その中でも32.7%が「非常に」もしくは「かなり」影響すると答えています。

さらに注目すべきは、欲しい商品が店頭になかった際の行動です。最も多かったのは「他の店舗で探す」(55.0%)でした。また、商品が店頭にない場合、34.9%の生活者が「オンラインストアで購入する」と回答。実店舗とオンライン(ECサイトなど)を連携させた情報提供により、新たな購買機会を創出できるとも言えるでしょう。しかし、「購入をあきらめる」という人も3割以上(35.4%)存在しています。店舗での商品取扱いの「見える化」が販売機会の損失を防ぐ重要な要素となることがわかります。

■商品取扱い店舗検索機能、利用者は約3割も「知らない」も約3割存在。周知で購買機会創出へ

Q.あなたが特定の商品を探しているとき、商品を提供する企業のホームページやアプリで、この画像の「取扱い店舗を探す」のような「販売店がわかる」機能を利用したことはありますか？



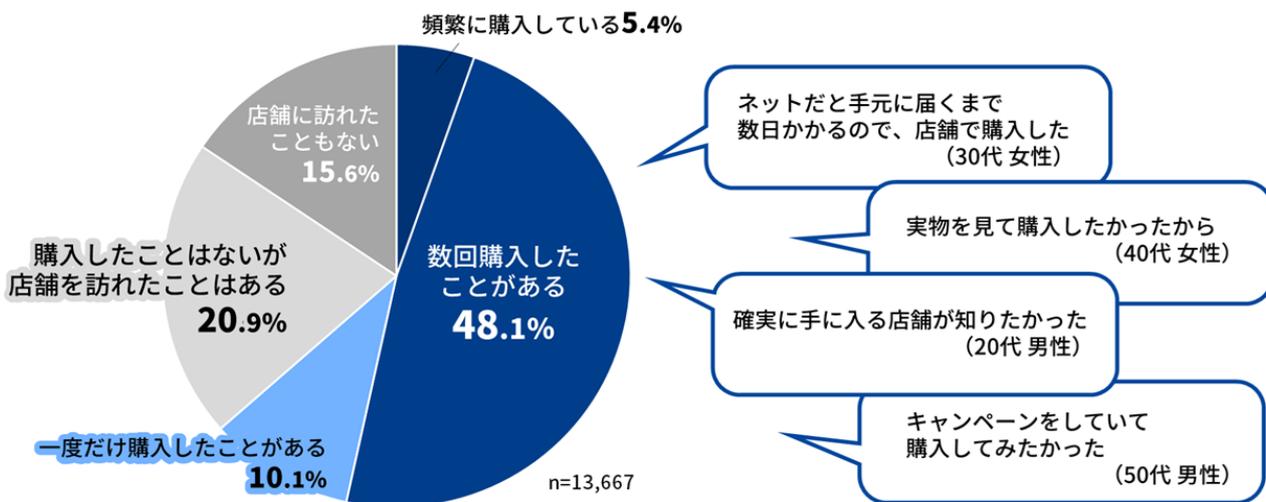
昨今、メーカーのホームページやアプリで「商品の取扱い店舗を探す」機能を提供するケースも増えてきました。生活者自ら、商品を取扱っている最寄りの店舗がすぐに調べられる仕組みです。

商品を探す際に、このような企業のホームページやアプリで「取扱い店舗を探す」機能を利用したことがあるかを聞いてみました。「いつも使う」（2.9%）、「よく使う」（6.9%）、「時々使う」（21.9%）合わせて約3割（31.7%）の生活者が同機能を利用したことがあります。

一方で、「あまり使わない」（24.0%）、「まったく使わない・使ったことがない」（16.0%）を合わせると、40%の生活者が利用していないようです。さらに、「このような機能があることを知らない」と回答した人も約3割（28.4%）存在することも判明。このような機能を周知することで、購買機会の創出が期待できると言えます。

■店舗検索から実店舗での購入へ、6割以上が行動。事前の店舗検索でより“タイパ”な買いものに

Q.商品を提供する企業のHPやアプリで販売店がわかる機能を使った後、その店舗で商品を購入したことはありますか？



「取扱い店舗を探す」機能を使ったあと、その店舗で商品を購入したことがあるかを聞いてみたところ、6割以上（63.6%）の生活者が実際に店舗での購入をしたことがあると回答しています。その内訳は「数回購入したことがある」が48.1%と約半数を占め、「頻繁に購入している」が5.4%、「1度だけ購入したことがある」が10.1%となっています。

実際に購入した人のコメントを見てみると、「実物を見て購入したかったから」（40代女性）といったように商品を手にとって確認したいという声が多くありました。また、「ネットだと手元に届くまで数日かかるので、店舗で購入した」（30代女性）や「確実に手に入る店舗が知りたかった」（20代男性）など“今すぐ確実に手に入れたい”という即時性・確実性を求める声もありました。さらに「キャンペーンをしていて購入してみたかった」（50代男性）といった各種プロモーションへの反応まで、店舗検索機能は様々な購買動機に応える重要な接点となっています。

昨今、若い世代を中心にタイパ（タイムパフォーマンス）を重視した思考や行動が求められる中、購買行動においても事前リサーチすることで“タイパ”を意識する人が増えているようです。一見ネット購入が手軽（タイパ）に思えても、確実に商品がある店舗を見つけて実店舗で購入する方が、結果的には“タイパ”になるという、新しい消費行動の形が見えてきました。

【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 13,667名

調査期間： 2025年1月10日～13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 「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。

■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。「店舗検索サービス」「買えるお店マップ」「Google ビジネスプロフィール連携」「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/>

■株式会社 ONE COMPATH について

所在地： 東京都港区芝浦 3-19-26 TOPPAN 芝浦ビル

設立： 1997年1月20日

資本金： 500百万円

代表者： 代表取締役社長 CEO 早川 礼

従業員： 143名（2024年4月時点）

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「Shufoo!」、ウォーキングアプリ「aruku&（あるくと）」、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、小西） press@onecompath.com