

店頭での買い物についての意識調査 利用店舗は価格と品揃えで選ぶ

日本最大級の体験型情報サイト「ファンくる」を運営する株式会社ファンくる（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：山口敬人）は、「ファンくる」会員を対象に、定期的に消費者の意識調査を実施しています。今回は店頭での買い物についての意識調査（有効回答者数 1,022 名）を 2023 年 10 月 11 日～10 月 20 日に実施しました。



化粧品や家電や日用品など、同じカテゴリーの商品であっても、品質や見た目や機能などの違いで幅広いラインナップが展開されている現在。さらに同じ商品であっても、量販店や専門店、EC サイトに至るまで、購入場所の選択肢も豊富です。そんな中で、消費者はどのような基準で商品を選び、購入するお店を決めているのかなど、実店舗での買い物について、ファンくる会員 1,022 名（男性 211 名、女性 811 名）に調査を実施しました。

EC を除いた実店舗の中で、買い物をするお店を決める際に最も重視するのは「価格」が 44%と最も多く、次いで「品揃え」が 29%でした。実店舗の中でも、専門店とそうでない店を使い分けているのは 62%で、使い分ける基準は「品揃え」である方が 71%と最も多いようです。実際に専門店を使うことが多い商品ジャンルは「ファッション」が 66%、次い

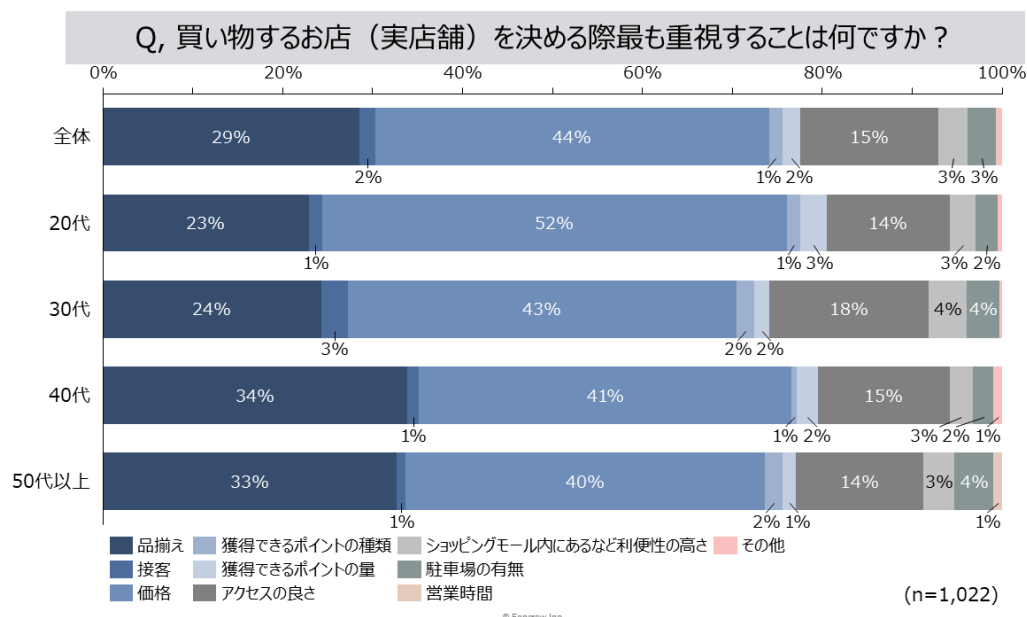
で「家電」が46%でした。購入する商品を決める際は、積極的に商品と比較する方が85%、特に20代では87%と多くの方が商品と比較した上で購入していることが分かりました。比較する際には「価格」を重視する方が72%と最も多いようです。また、欲しい商品に関する情報は「Webサイト」から収集する方が60%と最も多く、続いて「Instagram」が44%、そのあとに「口コミ」が36%、「店頭」が35%と続いており、インターネット上で情報収集が主流になっていることが明らかになりました。

【調査結果サマリー】

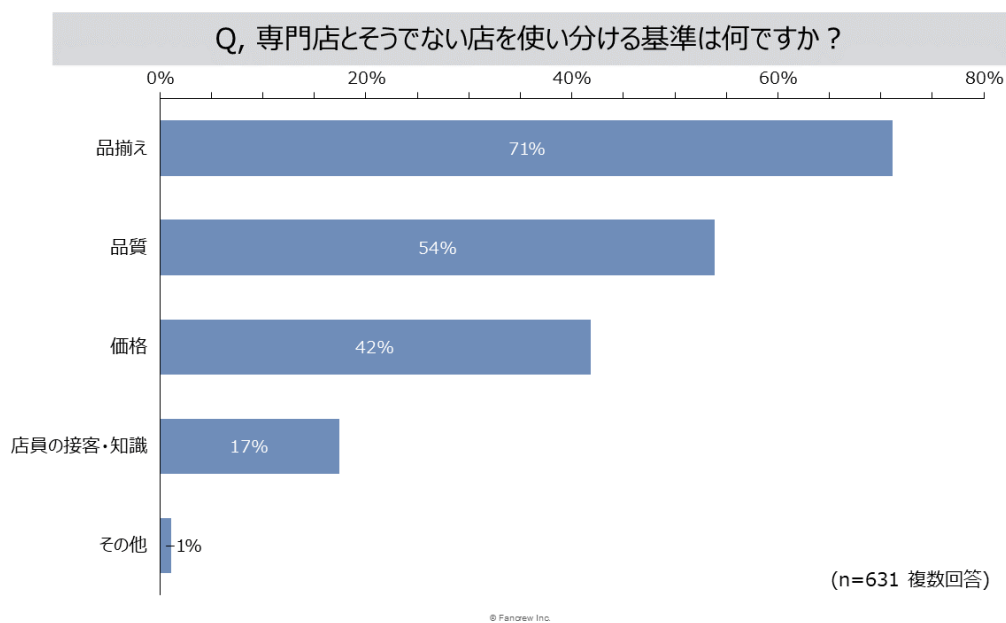
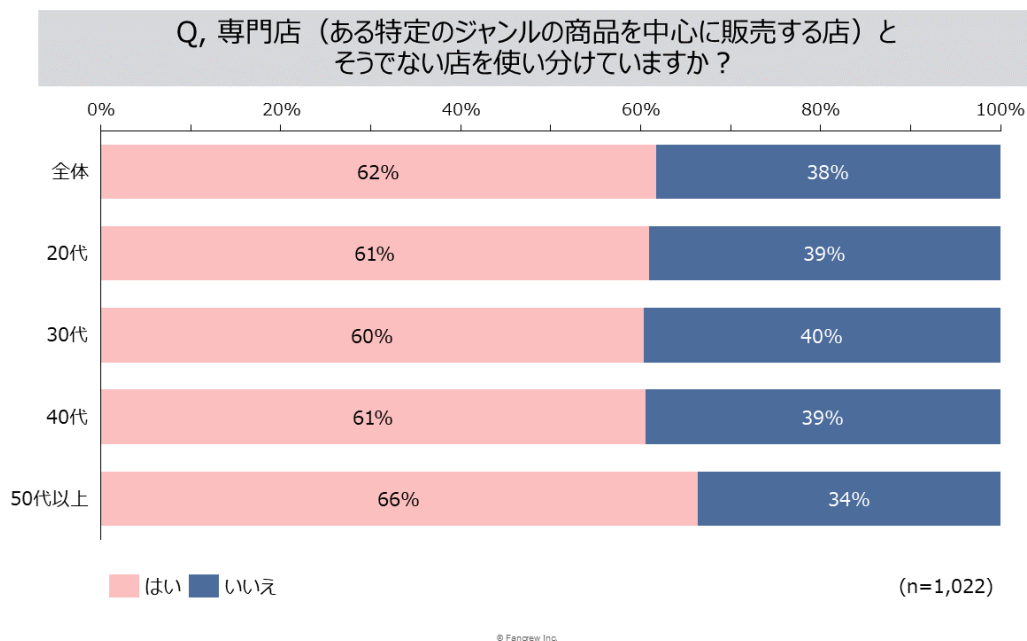
1. 買い物をするお店（実店舗）を決める際は「価格」を最も重視44%
2. 専門店とそうでない店を使い分けている62%、基準は「品揃え」
3. 専門店を使うことが多い商品ジャンルは「ファッション」と「家電」
4. 購入する商品を決めるのに、積極的に商品と比較する85%、「価格」を重視
5. 欲しい商品の情報は「Webサイト」で入手

【調査結果】

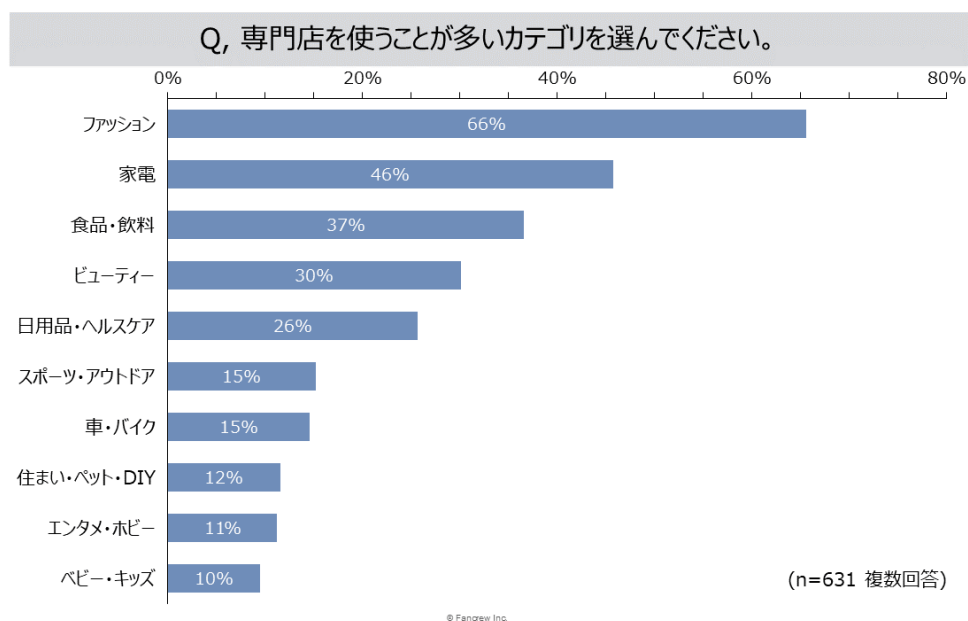
1. 買い物をするお店（実店舗）を決める際は「価格」を最も重視44%



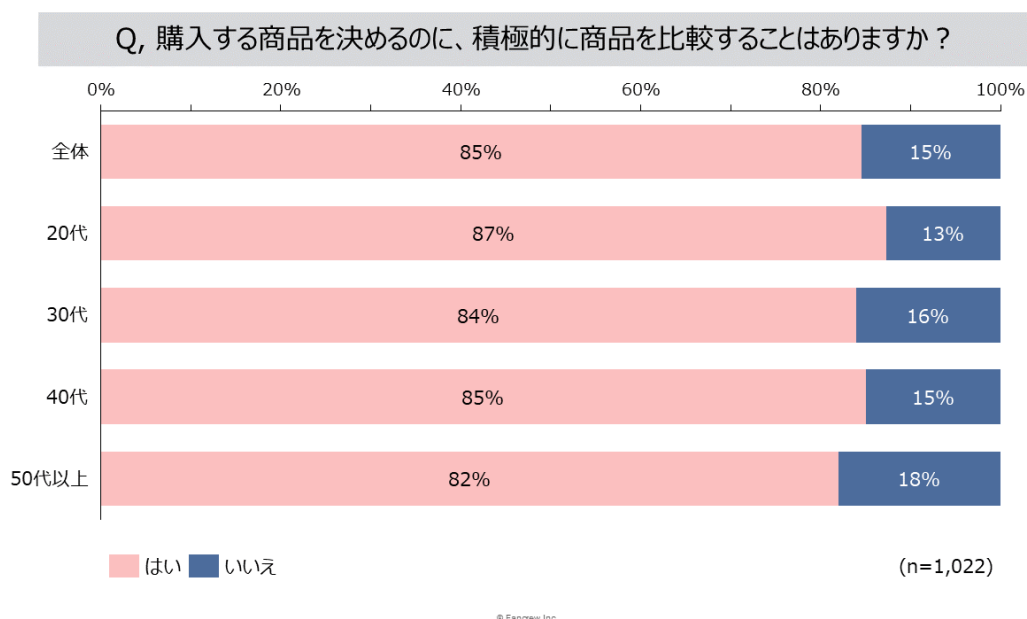
2. 専門店とそうでない店を使い分けている 62%、基準は「品揃え」

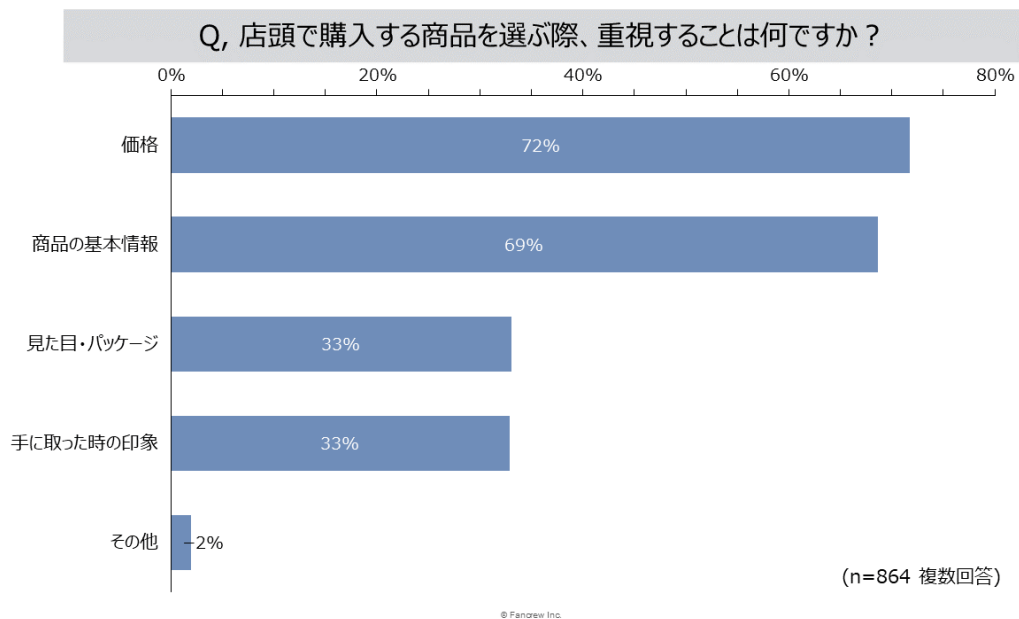


3. 専門店を使うことが多い商品ジャンルは「ファッション」と「家電」

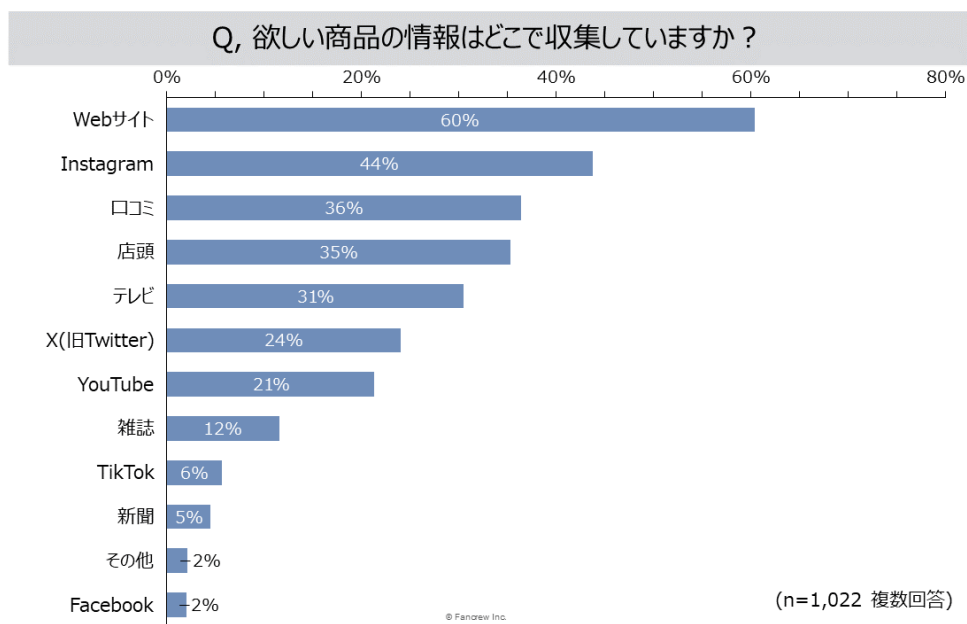


4. 購入する商品を決めるのに、積極的に商品と比較する 85%、「価格」を重視





5. 欲しい商品の情報は「Web サイト」で入手



今回の結果から、購入する商品、お店を決める際にはどちらも価格を重視する方が多いことが分かりました。一方で、40代以上は買い物するお店を選ぶ際、品揃えを重視する方が多く、専門店とそうでない店舗を使い分ける方についても、品揃えを基準にしている方が最も多いことから、品揃えも店舗選びの差別化ポイントとなっていることが伺えました。また、欲しい商品の情報を収集する手段として、口コミや店頭ではなく、Instagramで情

報収集をする方が多いことや、SNS に限ってみても X (旧 Twitter) など他の SNS とは大きな差があることから、Instagram の影響力の大きさも明らかになりました。

本調査ではこれ以外にお店での回遊の仕方や、カテゴリ別に商品を購入したいと思う場所など全 28 問で回答を得て、年代別、職業別、居住地域別に集計しています。

【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査対象：一般消費者

回答者：「ファンくる」に登録している全国 130 万人のユーザー

回答者数：1,022 名（男性 211 名、女性 811 名）

調査時期：2023 年 10 月 11 日～10 月 20 日

調査項目：店頭での買い物についての意識調査

設問数：28

※本調査の全結果をご希望の方は、ぜひ当社までご連絡ください。

※本調査結果引用時のお願い

本調査結果の引用時には、以下のご対応をお願い申し上げます。

クレジットに「株式会社ファンくる (Fancrew Inc.) 調べ」と明記してください。

WEB 上で引用いただく際には、「ファンくる」(<https://www.fancrew.jp>)リンク付与をお願いいたします。

【ファンくるについて】



オペレーションレベルでの現場改善や、ブランド戦略やメニュー開発など経営レベルの戦略立案にお役立ていただける顧客体験 (CX) マネジメント SaaS サービスです。当社が運営する登録者 130 万人の体験型情報サイト「ファンくる」から派遣するモニターや来店客へのアンケートから収集されたレポート等を、独自の手法で感情を定量化 (特許申請中) し、当社が保有するビッグデータや様々な外部データソースとともに精緻に分析することによって顧客体験 (CX) 全容を捉え、顧客満足の改善優先度の特定や競合比較を安価にフィードバックすることができます。

【会社概要】

■会社名：株式会社ファンくる

■代表者：代表取締役社長 山口敬人

■資本金：1 億円

- 創業：2004年8月26日
- 所在地：東京都千代田区岩本町1-10-5 TMMビル4F
- TEL：03-4400-6630
- FAX：03-5809-1468
- URL：<https://www.fancrew.co.jp/>
- 事業内容：来店客調査「ファンくるCR」の運用・開発
消費者モニター調査「ファンくるMR」の運用・開発
販促・店頭調査「ファンくるPR」の運用・開発
従業員満足度調査「ファンくるES」の運用・開発
体験型情報サイト「ファンくる」の運用・開発
インターネットリサーチ/マーケティング支援

【本件に関するお問い合わせ】

- 株式会社ファンくる（担当：広報、Email：pr@fancrew.co.jp）