

**推奨行動に関する
マーケティングデータ
～推奨を受ける立場 編～**

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2016年10月14日(金)～10月17日(月)
- 調査対象 : 首都圏在住の20歳～59歳
- 有効回答 : 426名

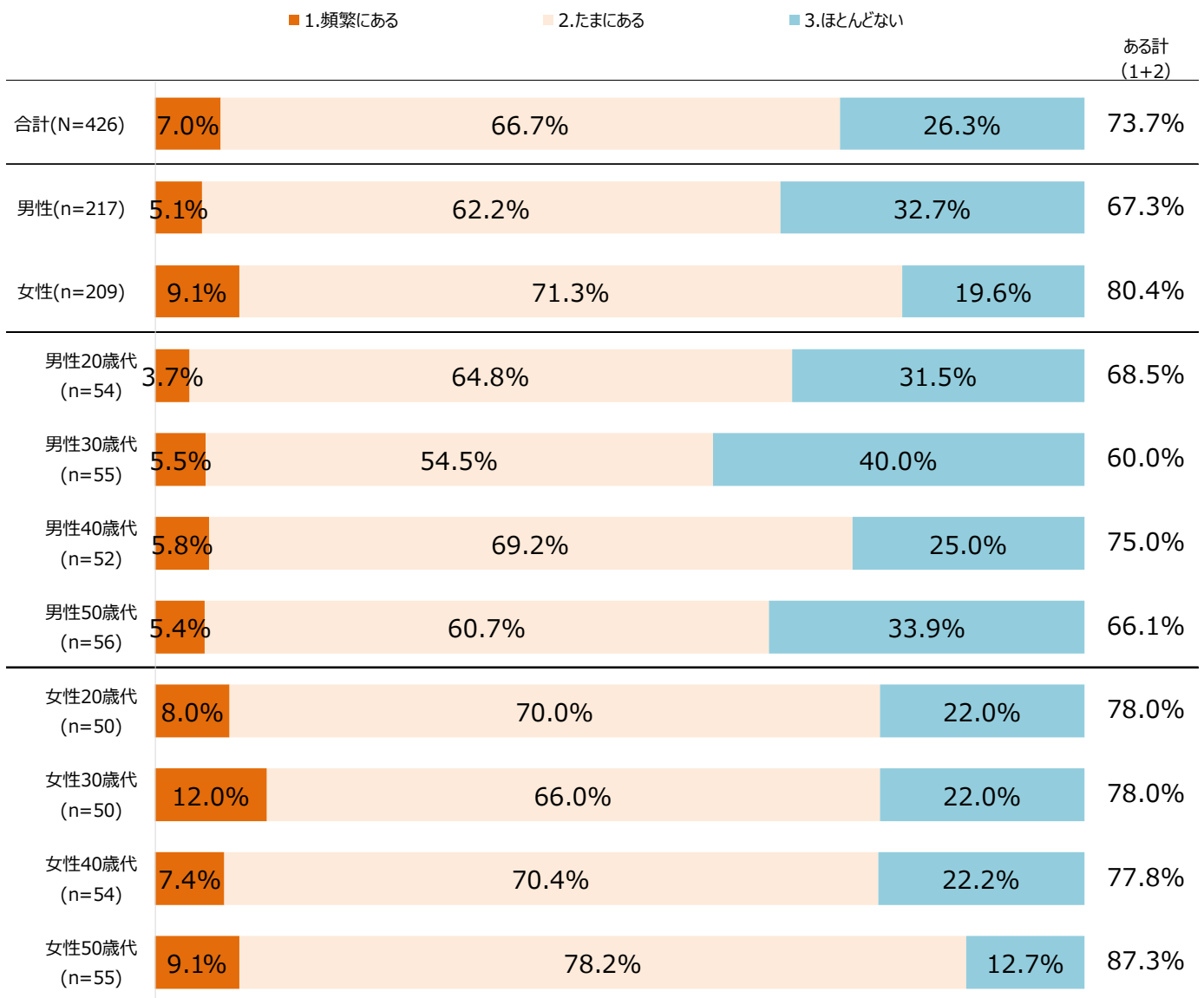
【内訳】

	男性	20代	54名	女性	20代	50名
		30代	55名		30代	50名
		40代	52名		40代	54名
		50代	56名		50代	55名
	合計		217名			209名

1. 家族などから推奨を受ける頻度について

- 家族など(=「家族、友人、知人」、以下同様とする)から推奨を受けることがある人の割合(頻繁にある+たまにある)は73.7%であった。その内訳は「頻繁にある」が7.0%、「たまにある」が66.7%であった。推奨を受けることがある人は多いが、その頻度が多い人は少数派である。
- 推奨を受けることがある人の割合を性別で見ると、男性(67.3%)と女性(80.4%)のあいだに13.1ポイントの差がみられた。家族などから推奨を受けることがある人の割合は、男性より女性のほうが多かった。推奨を受ける人が男性で少ない傾向は、「ほとんどない」の割合が32.7%と高いことから、うかがえる。
- 推奨行動は、「推奨する側」「推奨される側」のどちらの立場で見ても、男性より女性のほうが活発である。
※「推奨行動の実態編」もご参照のこと

Q. 普段、家族、友人、知人から【推奨】を受けますか。(SA)



※四捨五入のため、グラフ上の値との合計値が僅かに一致しない場合あり

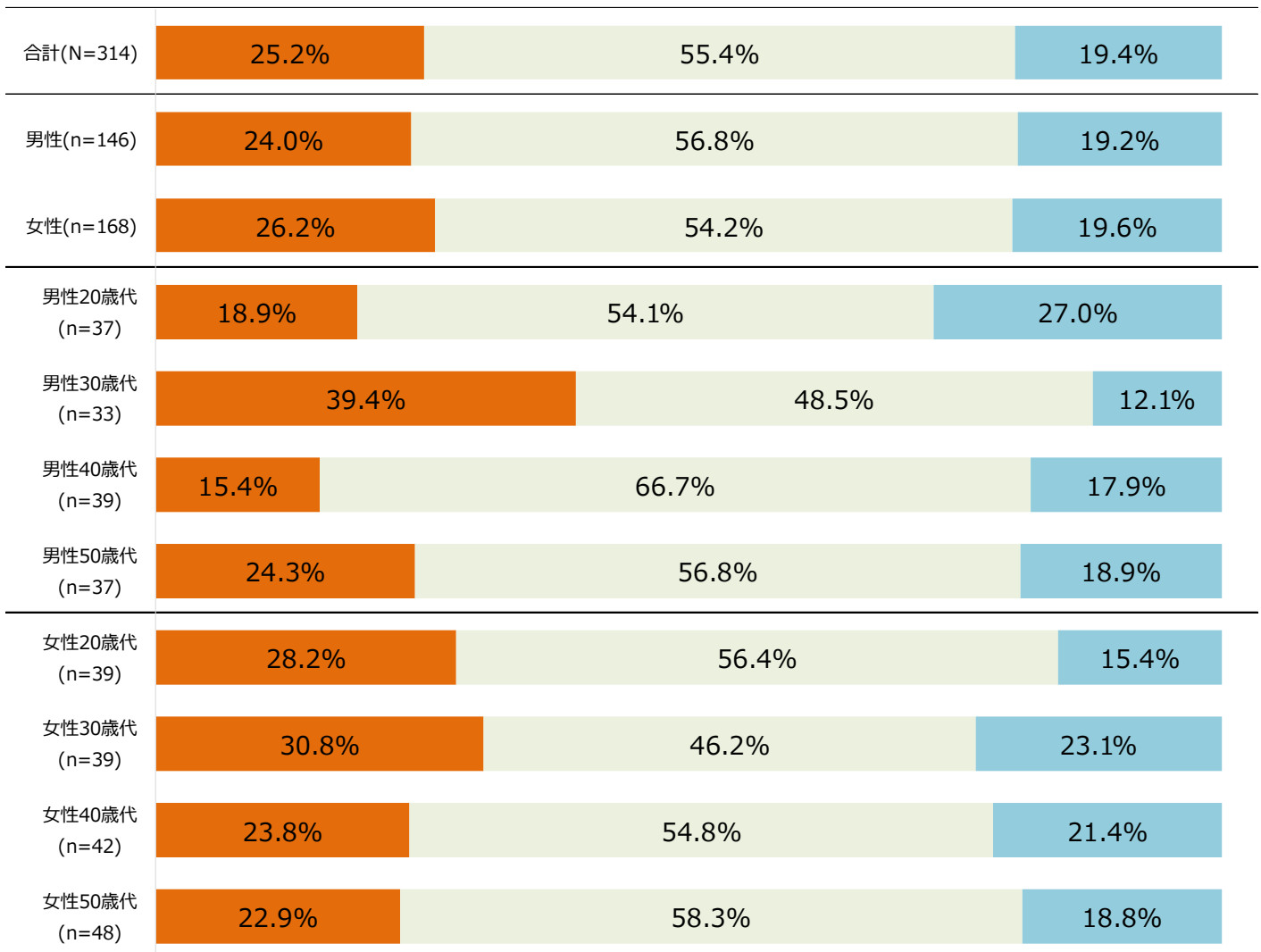
2. 家族などから推奨を受けるスタイルについて

- 家族などから推奨を受けるスタイルについては、「自らアドバイスを求めることが多い」が25.2%、「求めているが相手が推奨してくることが多い」が19.4%であった。自らアドバイスを求める人がやや多かったが、全体的には「どちらともいえない」が55.4%と多数を占めており、どちらかのスタイルに大きく偏っているわけではない。
- 推奨を受けるスタイルを性別で比べると、男性と女性のあいだには大きな差はみられなかった。そのなかでは、男性30歳代で「自らアドバイスを求めることが多い」が39.4%と突出して高いことが目立った。それ以外の各年代では、「自らアドバイスを求めることが多い」の割合は、男性より女性のほうが高かった。男性30歳代では、家族などから推奨を受けることがほとんどない人も多かったが（前頁ご参照）、一方で、自ら相手にアドバイスを求めて、推奨を受けることが多い人も多かった。

Q. 家族、友人、知人から【推奨】を受ける際は、次のどちらのパターンが多いですか。(SA)

※N=普段から推奨を受ける層

- 1. 自ら相手にアドバイスを求めて、推奨を受けることが多い
- 2. どちらともいえない
- 3. アドバイスは求めているが、相手が推奨してくることが多い



3. 推奨やクチコミ情報の扱い方について①

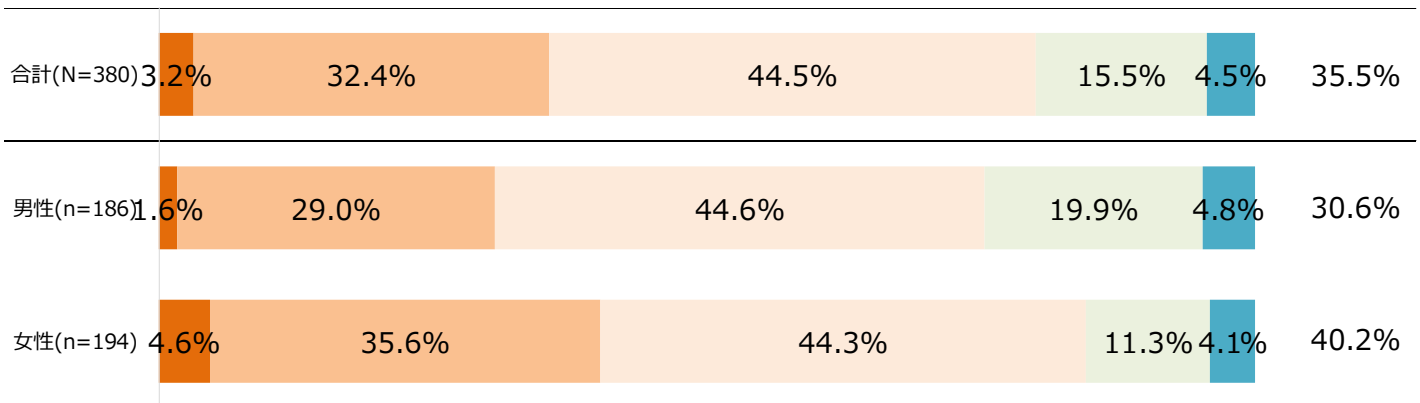
- 情報の参考度(強く参考にする+参考にする)は、自ら家族などに求めて推奨を受けた場合は35.5%、SNSなどのネット上でクチコミ情報を見聞きした場合は20.3%であった。参考度は、前者のほうが高かった。ネット上で見聞きしたクチコミ情報よりも、知り合い(家族、知人、友人)からダイレクトに受ける推奨のほうが参考にされる。
- どちらの参考度も、男性より女性のほうが高かった。女性は、推奨やクチコミ情報を参考にして、商品やサービスを選ぶ傾向が強い。
- ネット上のクチコミ情報に対する参考度を「どちらかといえば参考にする」まで含めた割合で比較すると、男性は52.6%、女性は67.5%であった。一方で、参考にしない計(まったく参考にしない+参考にしない+どちらかといえば参考にしない)は、男性(9.5%)が女性(5.4%)を上回った。男性は相対的に、ネット上のクチコミ情報を参考にしない人の割合が多い。

Q. 自ら家族、友人、知人にアドバイスを求めて【推奨】を受けた場合は、その情報をどの程度、参考にしますか。(SA)

※N=このパターンで推奨を受けることがある層

- 1. 強く参考にする
- 2. 参考にする
- 3. どちらかといえば参考にする
- 4. どちらともいえない
- 5. 参考にしない計 (7. まったく参考にしない+6. 参考にしない+5. どちらかといえば参考にしない)

参考にする
TOP2
(1+2)

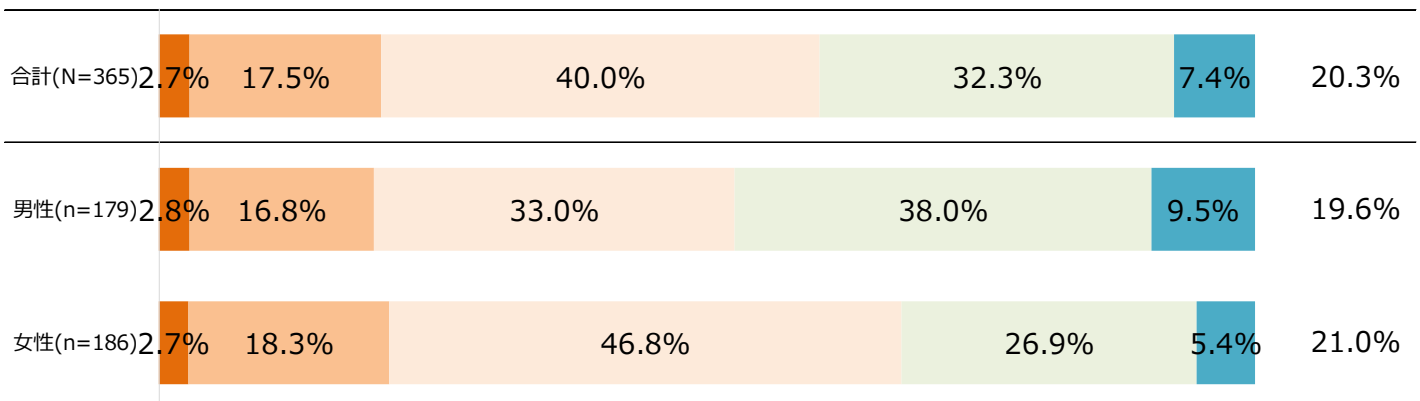


Q. SNSなどのネット上でクチコミ情報を見聞きした場合は、その情報をどの程度、参考にしますか。(SA)

※N=このパターンで情報を見聞きすることがある層

- 1. 強く参考にする
- 2. 参考にする
- 3. どちらかといえば参考にする
- 4. どちらともいえない
- 5. 参考にしない計 (7. まったく参考にしない+6. 参考にしない+5. どちらかといえば参考にしない)

参考にする
TOP2
(1+2)



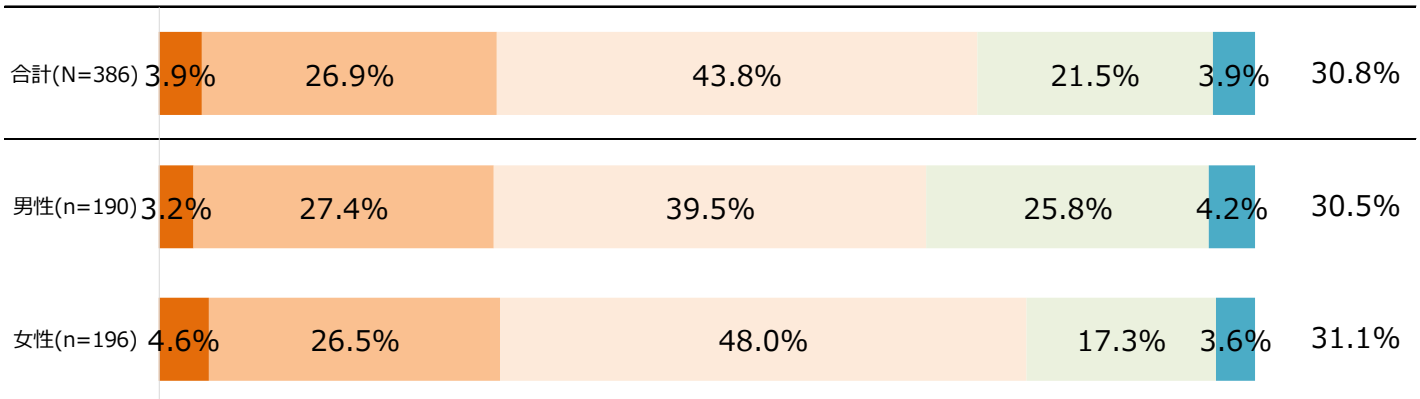
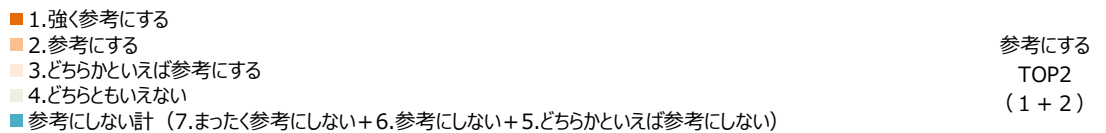
※四捨五入のため、グラフ上の値との合計値が僅かに一致しない場合あり

3. 推奨やクチコミ情報の扱い方について②

- 推奨やクチコミ情報については、それが良い点に関するものであっても、悪い点に関するものであっても、情報を受ける側の参考度(強く参考にする+参考にする)には大差がみられなかった。どちらも参考度は約3割であった。ただし、参考にしない計(まったく参考にしない+参考にしない+どちらかといえば参考にしない)を比べると、良い点では3.9%、悪い点では7.8%と差がみられた。推奨が悪い点に関する情報であった場合、それを参考にしない人は、良い点に比べて多い。
- 参考度を性別でみると、悪い点において、男性(29.6%)と女性(35.2%)のあいだに5.6ポイントの差がみられた。良い点では差がほとんどみられなかった。推奨が悪い点に関する情報であった場合、男性は女性に比べて、無視する(=参考にしない)人の割合が多い。

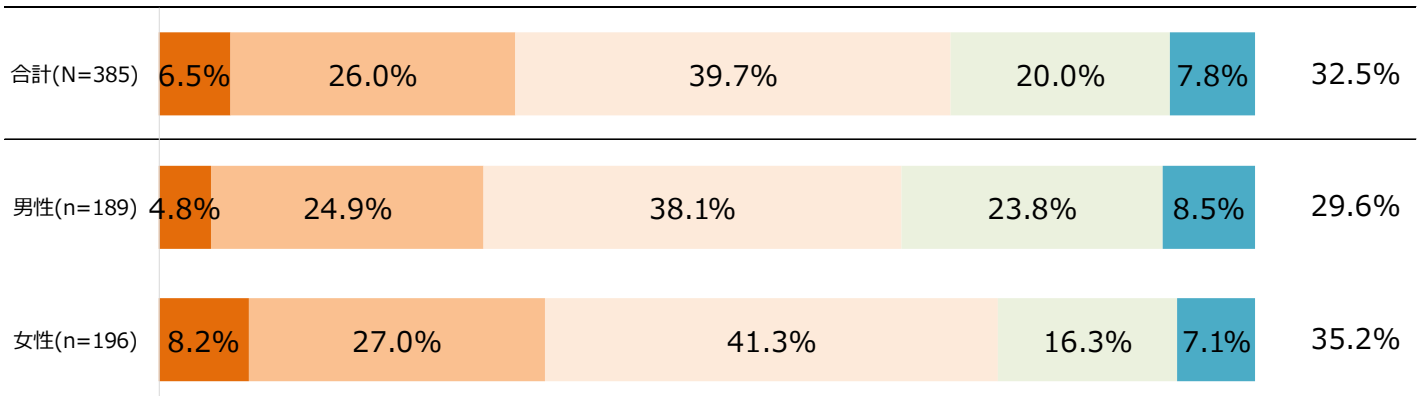
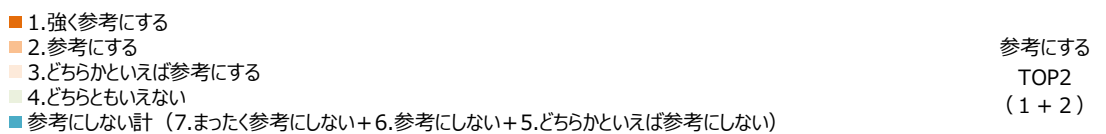
Q.良い点に関する【推奨】を受けたり、クチコミ情報を見聞きしたりした場合は、その情報をどの程度、参考にしますか。(SA)

※Nはこのパターンの推奨を受けることがある層



Q.悪い点に関する【推奨】を受けたり、クチコミ情報を見聞きしたりした場合は、その情報をどの程度、参考にしますか。(SA)

※Nはこのパターンの推奨を受けることがある層



※四捨五入のため、グラフ上の値との合計値が僅かに一致しない場合あり

● 家族などから推奨を受けることがある人は7割以上

家族など(=家族、知人、友人)からの推奨を受けることが、頻繁にある人は7.0%、たまにある人が66.7%であった。合計は7割以上(73.7%)であったが、そのほとんどを「たまに」が占めた。推奨を受けることがある人は多いが、その頻度が多い人は少数派であった。(この合計の割合を「被推奨率」とする)

被推奨率を性別で見ると、男性では67.3%、女性では80.4%であった。逆に、推奨を受けることがほとんどないとした人は、男性では32.7%、女性では19.6%であった。ほとんどない人の割合は、特に男性の30歳代(40.0%)と50歳代(33.9%)で高かった。

推奨を行う側としても(※)、推奨を受ける側としても、推奨行動が活発なのは女性である。

(※)推奨行動の実態編をご参照のこと

● ネットのクチコミ情報より、家族などからの推奨のほうが参考にされる

自ら家族などにアドバイスを求めて推奨を受けた場合は、その情報に対する参考度(強く参考にすると参考にする)は35.5%であった。性別で見ると、男性(30.6%)より女性(40.2%)のほうが高かった。

一方、SNSなどのネット上でクチコミ情報を見聞きした場合は、その情報に対する参考度は20.3%であった。家族などから推奨を受けた場合に比べて、15.2ポイント低かった。知り合い(家族、知人、友人)からの推奨で得た情報のほうが、ネット上のクチコミ情報よりも参考にされている。

クチコミ情報に対する参考度は、男性で19.6%、女性で21.0%であり、性別による差は小さかったが、男性ではクチコミ情報を参考にしない計(まったく参考にしない+参考にしなくてどちらかといえば参考にしない)が9.5%と高かった。女性におけるこの割合は5.4%であった。男性はクチコミ情報を無視する(=参考にしない)人の割合が女性よりも多い。

● 良い点も悪い点も、同様に参考にされる

家族などから受けた推奨やネット上のクチコミ情報について、それが良い点に関する情報であっても、悪い点に関する情報であっても、情報を受ける側の参考度には大きな差はみられなかった。良い点に関する情報であった場合の参考度は30.5%、悪い点に関する情報であった場合の参考度は32.5%であった。

一方、参考にしない計の割合は、良い点に関する情報であった場合は3.9%、悪い点に関する情報であった場合は7.8%であった。後者が前者の2倍の割合であった。これは、悪い点に関する情報を受けても無視する(=参考にしない)という人が、良い点であった場合に比べて多いことを示している。

悪い点に関する情報であった場合の参考度を性別で見ると、男性(29.6%)は女性(35.2%)より低かった。推奨が悪い点に関する情報であっても、男性は女性に比べて、それを無視する人の割合が多い。

トピックスリサーチ

推奨行動に関するマーケティングデータ
～推奨を受ける立場 編～

発行日 2016年 11月 30日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所

〒501-0296

岐阜県瑞穂市穂積1851

TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp