

推奨行動に関する マーケティングデータ

～商品、サービスのジャンル別データ 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
<hr/>					
合計		217名			209名

「他人に推奨を行う場合」について・・・P.4～6参照

● 購入や利用の頻度が高いジャンルであれば、推奨は行われやすい

「普段から推奨を行うことがよくある」の割合が全体で20%を超えて、高かったジャンルは、「食料品、飲料品」「レストラン、飲食店」「生活用品、日用品」「テレビ番組」であった。日常生活を送るなかで、購入や利用の頻度が高く、1回あたりのコストが少ないジャンルが並んだ。購入や利用の機会が多ければ、1度の失敗による不満は取り返しやすく、損失も致命的にはならない。他人に対する推奨行動が気軽に行われるには、このような条件が必要である。

対して、割合が5%に満たず、低かったジャンルは、「生命保険、損害保険」「住宅関係(住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など)」「高級品、高級ブランド品」「クルマ販売店」「教育機関(学校、塾、通信教育など)」「クルマ」であった。上記とは対照的に、購入や利用の頻度が低く、その製品やサービスと関わる期間が長く、要する費用が大きいジャンルが並んだ。一度、購入や利用を始めると、失敗してもなかなか取り戻すことができないため、推奨によっては、相手の人生に大きなダメージを与えかねない。気軽には推奨できないと、多くの人が考えるのも当然である。

● 相手にアドバイスを求められた場合には、推奨は行われやすくなる

相手にアドバイスを求められた場合でも、推奨が行われる割合が高いグループには、購入や利用の頻度が高いジャンル(「食料品、飲料品」「生活用品、日用品」「テレビ番組」など)が並び、推奨が行われる割合が低いグループには、購入や利用の頻度が低いジャンル(「住宅関係」「クルマ販売店」「高級品、高級ブランド」など)が並んだ。ただし、その割合は、相手にアドバイスを求められなかった場合に比べて、いずれのジャンルにおいても高かった。相手にアドバイスを求められた場合には、推奨が行われやすくなる。

その差が特に高かったのは、以下に挙げたジャンルである。

※()内は、アドバイスを求められた場合の割合と、求められなかった場合の割合の差

- アプリ、ソフトウェア(24.2%)
- スマートフォン、携帯電話(23.9%)
- 医療機関(病院や街の医院など)(22.3%)
- 家電製品(21.4%)
- 歯科医院(20.4%)
- ホテル、旅館(20.2%)
- WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)(20.0%)

情報機器関連と医療関連については、相手から求められた場合、推奨が特に行われやすくなるジャンルである。

● 主な推奨のジャンルは、男性なら情報機器関連、女性は日常生活関連

相手にアドバイスを求められた場合、推奨が行われやすいジャンルは性別によって異なる。

男性は、「家電製品」「スマートフォン、携帯電話」「アプリ、ソフトウェア」「パソコン、プリンタなどのIT製品」などの情報機器関連のジャンルで、女性より推奨が行われる割合が高かった。

一方、女性は、「食料品、飲料品」「生活用品、日用品」「テレビ番組」「レストラン、飲食店」「ケーキ店、パン屋」「旅行の目的地」「医療機関(病院や街の医院など)などの日常生活関連のジャンルで、男性より推奨が行われる割合が高かった。

「他人からの推奨を参考にしたい場合」について・・・ P.7～9参照

● 推奨を参考にしたいジャンルは、生活関連と医療関連

「選ぶ際には、他人からの推奨を参考にしたい」の割合が全体で40%を超えて高かったジャンルは、「食料品、飲料品」「レストラン、飲食店」「生活品、日用品」「ケーキ店、パン屋」「医療機関(病院や街の医院など)」「歯科医院」であった。生活関連に加えて、医療関連のジャンルが並んだ。医療分野では、推奨情報を参考にしたいと思っている人が多い。

推奨を行いたいジャンルでは上位であった「テレビ番組」は、推奨を参考にしたいジャンルでは上位には挙がらなかった。テレビ番組は、つい他人に話したくなるテーマではあるが、推奨を受ける側にとっては特に参考にしたいほど重要な情報ではない。他人との会話を楽しむために、軽い気持ちで扱うことができるテーマである。これは、学校や職場でテレビ番組が話題として挙がりやすいことの一因と思われる。

一方、「選ぶ際には、他人からの推奨を参考にしたい」の割合が低かったのは、「高級品、高級ブランド品」「ラジオ番組」「クレジットカード会社」「クルマ販売店」「クルマ」であった。購入や利用の頻度が低かったり、金銭が関わるジャンルが並ぶなかで、「ラジオ番組」は異質である。ラジオはパーソナルメディアであり、他人からの推奨よりも、自身の感性や興味で選びたい意向が強く働いた可能性がある。単に、普段からラジオを聴かないため、推奨を受けても仕方ないと思う人が多かったとも考えられる。

● サービス施設関連とIT関連は、ネット上のクチコミ情報を参考にしたい

他人(家族、友人、知人)ではなく、「ネット上でのクチコミ情報を参考にしたい」の割合が高かったジャンルは、「家電製品」「ホテル、旅館」「レストラン、飲食店」「パソコン、プリンタなどのIT製品」「アプリ、ソフトウェア」「旅行の目的地」「スマートフォン、携帯電話」などであった。サービス施設とITに関わるジャンルが上位を占めた。2つのジャンルにおいては、購入や利用に至るプロセスのなかで、ネット上の情報が確認されやすい。それだけに、ネット上に情報がなければ、選ばれる可能性は低下する。

サービス施設については、ネット上のクチコミ情報を女性が特に高い割合で参考にしたいとしている。ホテルやレストラン、旅行などのジャンルでは、ネット上のクチコミ情報が女性顧客の獲得には欠かせないものとなっている。

● 情報のジャンルによって、参考にしたい推奨の経路は異なる

「選ぶ際には、他人からの推奨を参考にしたい」の割合と、「ネット上のクチコミ情報を参考にしたい」の割合を比べると、以下のとおりとなった。

■「選ぶ際には、他人からの推奨を参考にしたい」の割合のほうが高かったジャンル
「食料品、飲料品」「生活品、日用品」「歯科医院」「ケーキ店、パン屋」「レストラン、飲食店」
「医療機関(病院や街の医院など)」

■「ネット上のクチコミ情報を参考にしたい」の割合のほうが高かったジャンル
「通販ショップ、ネットショップ」「家電製品」「WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)」
「ホテル、旅館」「生命保険、損害保険」「クルマ」

信頼できる他人(家族、友人、知人)からもたらされる情報と、広く一般的なクチコミ情報を参考にするジャンルは、異なっている。

1. 家族、友人、知人に対して、推奨を行うことがよくあるジャンル

Q. 普段から、家族、友人、知人に対して【推奨】を行うことがよくあるジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

		合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
食料品、飲料品	31.9%	31.9%	27.2%	36.8%
レストラン、飲食店	24.4%	24.4%	21.7%	27.3%
生活品、日用品	22.5%	22.5%	19.8%	25.4%
テレビ番組	22.1%	22.1%	19.4%	24.9%
ケーキ店、パン屋	18.1%	18.1%	11.1%	25.4%
家電製品	14.3%	14.3%	18.9%	9.6%
小売店、販売店	14.1%	14.1%	13.8%	14.4%
書籍、本	14.1%	14.1%	15.7%	12.4%
旅行の目的地	13.8%	13.8%	11.1%	16.7%
衣料品、服飾品	13.1%	13.1%	12.4%	13.9%
通販ショップ、ネットショップ	11.5%	11.5%	12.0%	11.0%
音楽ソフト、映像ソフト(購入、レンタルを問わず)	10.6%	10.6%	12.0%	9.1%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	10.1%	10.1%	12.9%	7.2%
スマートフォン、携帯電話	9.6%	9.6%	12.9%	6.2%
ホテル、旅館	9.6%	9.6%	8.3%	11.0%
医療機関(病院や街の医院など)	9.2%	9.2%	7.4%	11.0%
パソコン、プリンタなどのIT製品	8.5%	8.5%	13.4%	3.3%
アプリ、ソフトウェア	8.5%	8.5%	10.1%	6.7%
歯科医院	8.5%	8.5%	8.3%	8.6%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	7.5%	7.5%	10.6%	4.3%
旅行代理店、旅行会社	7.0%	7.0%	6.5%	7.7%
ラジオ番組	5.9%	5.9%	7.4%	4.3%
銀行、信用金庫など	5.4%	5.4%	7.4%	3.3%
クレジットカード会社	5.2%	5.2%	6.9%	3.3%
クルマ	4.7%	4.7%	6.9%	2.4%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	4.7%	4.7%	4.1%	5.3%
クルマ販売店	4.5%	4.5%	5.5%	3.3%
高級品、高級ブランド品	4.2%	4.2%	5.1%	3.3%
住宅関係(*)	3.5%	3.5%	4.6%	2.4%
生命保険、損害保険	3.3%	3.3%	5.1%	1.4%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

2. 相手にアドバイスを求められれば、推奨しても良いジャンル

Q.相手にアドバイスを求められれば、【推奨】しても良いジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

		合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
食料品、飲料品	39.4%	39.4%	36.4%	42.6%
生活品、日用品	38.0%	38.0%	33.2%	43.1%
テレビ番組	36.9%	36.9%	32.7%	41.1%
家電製品	35.7%	35.7%	38.2%	33.0%
レストラン、飲食店	35.4%	35.4%	29.5%	41.6%
スマートフォン、携帯電話	33.6%	33.6%	36.9%	30.1%
ケーキ店、パン屋	33.3%	33.3%	26.3%	40.7%
書籍、本	32.9%	32.9%	31.8%	34.0%
アプリ、ソフトウェア	32.6%	32.6%	34.6%	30.6%
小売店、販売店	32.6%	32.6%	30.0%	35.4%
旅行の目的地	32.2%	32.2%	28.6%	35.9%
医療機関(病院や街の医院など)	31.5%	31.5%	27.6%	35.4%
衣料品、服飾品	31.0%	31.0%	25.3%	36.8%
通販ショップ ^o 、ネットショップ ^o	30.8%	30.8%	26.3%	35.4%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	30.0%	30.0%	30.9%	29.2%
ホテル、旅館	29.8%	29.8%	25.3%	34.4%
歯科医院	28.9%	28.9%	25.3%	32.5%
パソコン、プリンタなどのIT製品	28.2%	28.2%	35.0%	21.1%
音楽ソフト、映像ソフト(購入、レンタルを問わず)	27.2%	27.2%	26.3%	28.2%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	21.6%	21.6%	22.1%	21.1%
旅行代理店、旅行会社	20.9%	20.9%	18.9%	23.0%
銀行、信用金庫など	20.0%	20.0%	21.2%	18.7%
ラジオ番組	18.3%	18.3%	21.7%	14.8%
クレジットカード会社	18.1%	18.1%	19.4%	16.7%
生命保険、損害保険	16.2%	16.2%	17.1%	15.3%
カメラ	16.0%	16.0%	21.7%	10.0%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	16.0%	16.0%	14.3%	17.7%
高級品、高級ブランド品	15.7%	15.7%	11.5%	20.1%
カメラ販売店	15.0%	15.0%	17.5%	12.4%
住宅関係(*)	11.7%	11.7%	13.4%	10.0%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

3. あまり推奨を行いたくないジャンル

Q.家族、友人、知人に対しては、あまり【推奨】を行いたくないジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

	合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
生命保険、損害保険	12.7%	13.8%	11.5%
高級品、高級ブランド品	11.3%	14.7%	7.7%
衣料品、服飾品	11.0%	13.8%	8.1%
クレジット会社	10.6%	12.0%	9.1%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	9.6%	12.4%	6.7%
住宅関係(*)	9.4%	11.1%	7.7%
銀行、信用金庫など	8.9%	11.1%	6.7%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	8.7%	11.1%	6.2%
歯科医院	8.0%	9.2%	6.7%
家電製品	7.7%	8.8%	6.7%
クルマ	7.7%	8.8%	6.7%
パソコン、プリンタなどのIT製品	7.5%	7.4%	7.7%
旅行代理店、旅行会社	7.3%	10.1%	4.3%
医療機関(病院や街の医院など)	7.3%	9.7%	4.8%
音楽ソフト、映像ソフト(購入、レンタルを問わず)	7.3%	8.3%	6.2%
スマートフォン、携帯電話	7.0%	8.8%	5.3%
アプリ、ソフトウェア	6.8%	9.7%	3.8%
クルマ販売店	6.8%	6.9%	6.7%
ラジオ番組	6.8%	7.8%	5.7%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	6.3%	8.3%	4.3%
生活用品、日用品	5.9%	8.3%	3.3%
書籍、本	5.9%	7.8%	3.8%
通販ショップ、ネットショップ	5.9%	7.4%	4.3%
ケーキ店、パン屋	5.4%	7.8%	2.9%
テレビ番組	5.4%	6.9%	3.8%
食料品、飲料品	5.2%	7.4%	2.9%
レストラン、飲食店	4.5%	6.5%	2.4%
ホテル、旅館	4.5%	6.0%	2.9%
旅行の目的地	4.5%	5.5%	3.3%
小売店、販売店	3.8%	5.1%	2.4%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

4. 家族、友人、知人からの推奨を参考にしたいジャンル

Q.選ぶ際には、家族、友人、知人からの【推奨】を参考にしたいジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

		合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
食料品、飲料品	50.9%	50.9%	41.9%	60.3%
レストラン、飲食店	48.4%	48.4%	38.2%	58.9%
生活用品、日用品	48.1%	48.1%	41.0%	55.5%
ケーキ店、パン屋	45.1%	45.1%	30.0%	60.8%
医療機関(病院や街の医院など)	41.3%	41.3%	34.1%	48.8%
歯科医院	40.8%	40.8%	32.7%	49.3%
家電製品	37.1%	37.1%	34.6%	39.7%
スマートフォン、携帯電話	35.9%	35.9%	33.6%	38.3%
小売店、販売店	33.8%	33.8%	30.4%	37.3%
テレビ番組	33.6%	33.6%	26.3%	41.1%
衣料品、服飾品	32.9%	32.9%	28.1%	37.8%
ホテル、旅館	32.6%	32.6%	27.6%	37.8%
旅行の目的地	32.6%	32.6%	25.8%	39.7%
パソコン、プリンタなどのIT製品	30.8%	30.8%	31.8%	29.7%
アプリ、ソフトウェア	30.8%	30.8%	30.9%	30.6%
書籍、本	29.6%	29.6%	27.6%	31.6%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	25.1%	25.1%	23.0%	27.3%
通販ショップ、ネットショップ	24.4%	24.4%	21.2%	27.8%
音楽ソフト、映像ソフト(購入、レンタルを問わず)	23.7%	23.7%	22.6%	24.9%
旅行代理店、旅行会社	23.5%	23.5%	18.4%	28.7%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	23.2%	23.2%	22.6%	23.9%
住宅関係(*)	21.4%	21.4%	19.8%	23.0%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	20.7%	20.7%	16.1%	25.4%
生命保険、損害保険	20.2%	20.2%	18.4%	22.0%
銀行、信用金庫など	20.0%	20.0%	19.8%	20.1%
カメラ	19.2%	19.2%	20.3%	18.2%
カメラ販売店	17.8%	17.8%	18.9%	16.7%
クレジットカード会社	17.6%	17.6%	18.0%	17.2%
ラジオ番組	17.6%	17.6%	18.4%	16.7%
高級品、高級ブランド品	17.4%	17.4%	15.7%	19.1%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

5. ネット上でのクチコミ情報を参考にしたいジャンル

Q.選ぶ際には、SNSなどのネット上でのクチコミ情報を参考にしたいジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

		合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
家電製品	41.5%	41.5%	37.3%	45.9%
ホテル、旅館	35.4%	35.4%	27.2%	44.0%
レストラン、飲食店	33.6%	33.6%	30.0%	37.3%
パソコン、プリンタなどのIT製品	31.7%	31.7%	30.0%	33.5%
アプリ、ソフトウェア	31.5%	31.5%	29.0%	34.0%
旅行の目的地	31.5%	31.5%	23.0%	40.2%
スマートフォン、携帯電話	31.0%	31.0%	29.5%	32.5%
書籍、本	30.3%	30.3%	24.0%	36.8%
ケーキ店、パン屋	30.0%	30.0%	24.0%	36.4%
通販ショップ、ネットショップ	29.3%	29.3%	24.9%	34.0%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	28.9%	28.9%	25.8%	32.1%
医療機関(病院や街の医院など)	28.2%	28.2%	21.2%	35.4%
食料品、飲料品	25.8%	25.8%	22.1%	29.7%
生活品、日用品	25.6%	25.6%	19.8%	31.6%
歯科医院	23.9%	23.9%	18.0%	30.1%
旅行代理店、旅行会社	22.8%	22.8%	17.1%	28.7%
音楽リト、映像リト(購入、レンタルを問わず)	22.8%	22.8%	22.1%	23.4%
生命保険、損害保険	22.5%	22.5%	21.2%	23.9%
衣料品、服飾品	22.3%	22.3%	15.2%	29.7%
カメラ	21.4%	21.4%	21.7%	21.1%
テレビ番組	21.4%	21.4%	17.5%	25.4%
小売店、販売店	21.1%	21.1%	18.4%	23.9%
住宅関係(*)	20.0%	20.0%	18.0%	22.0%
クレジットカード会社	19.5%	19.5%	20.3%	18.7%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	19.0%	19.0%	18.9%	19.1%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	18.8%	18.8%	16.1%	21.5%
銀行、信用金庫など	16.9%	16.9%	17.5%	16.3%
高級品、高級ブランド品	14.3%	14.3%	12.0%	16.7%
カメラ販売店	14.3%	14.3%	13.4%	15.3%
ラジオ番組	14.1%	14.1%	13.8%	14.4%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

6. 推奨やクチコミ情報を参考にしたくないジャンル

Q.選ぶ際には、【推奨】やクチコミ情報は参考にしたくないジャンルをすべて選んでください。(MA)

※グラフは「合計」の割合

		合計 (N=426)	男性 (n=217)	女性 (n=209)
衣料品、服飾品	8.9%	8.9%	10.6%	7.2%
銀行、信用金庫など	7.3%	7.3%	7.4%	7.2%
クレジットカード会社	6.6%	6.6%	6.5%	6.7%
書籍、本	6.6%	6.6%	6.9%	6.2%
高級品、高級ブランド品	6.1%	6.1%	6.0%	6.2%
テレビ番組	5.9%	5.9%	7.4%	4.3%
クルマ	5.6%	5.6%	6.5%	4.8%
生命保険、損害保険	5.6%	5.6%	6.0%	5.3%
音楽ソフト、映像ソフト(購入、レンタルを問わず)	5.6%	5.6%	6.0%	5.3%
ラジオ番組	5.6%	5.6%	6.9%	4.3%
スポーツ、楽器、画材などの趣味用品	5.4%	5.4%	6.9%	3.8%
住宅関係(*)	5.4%	5.4%	6.9%	3.8%
食料品、飲料品	4.9%	4.9%	6.5%	3.3%
スマートフォン、携帯電話	4.9%	4.9%	5.5%	4.3%
クルマ販売店	4.9%	4.9%	7.4%	2.4%
歯科医院	4.5%	4.5%	5.1%	3.8%
教育機関(学校、塾、通信教育など)	4.5%	4.5%	6.0%	2.9%
パソコン、プリンタなどのIT製品	4.2%	4.2%	4.6%	3.8%
小売店、販売店	4.2%	4.2%	6.0%	2.4%
通販ショップ、ネットショップ	4.2%	4.2%	5.1%	3.3%
WEBサイト(YouTubeなどの動画サイトを含む)	4.2%	4.2%	5.1%	3.3%
生活品、日用品	4.0%	4.0%	5.5%	2.4%
アプリ、ソフトウェア	4.0%	4.0%	6.5%	1.4%
医療機関(病院や街の医院など)	4.0%	4.0%	4.6%	3.3%
旅行の目的地	3.8%	3.8%	4.1%	3.3%
旅行代理店、旅行会社	3.1%	3.1%	4.1%	1.9%
家電製品	2.8%	2.8%	2.8%	2.9%
レストラン、飲食店	2.8%	2.8%	3.2%	2.4%
ホテル、旅館	2.6%	2.6%	2.8%	2.4%
ケーキ店、パン屋	2.3%	2.3%	3.2%	1.4%

※住宅関係：住宅会社、不動産会社、建設会社、工務店など

※各属性の上位5項目はオレンジ、下位5項目はブルーで色付け

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
～商品、サービスのジャンル別データ 編～

発行日 2016年 12月 31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