

「行ったことのないお店」に関する意識調査**回答者の 77%以上が「行ったことのないお店」の利用に戸惑い
“不安”の払拭が新規誘客のカギ！**

静岡の女性向けメディア『womo』（株式会社しずおかオンライン）は「行ったことのないお店」に関するユーザーアンケート調査を実施。調査の結果、ウェブサイトや SNS など、さまざまな情報が飛び交う現代にあっても、ユーザーは「行ったことのないお店」に対して行動を起こすことに、不安を抱えていることが分かった。「飲食店」や「美容院」などの店舗が新規顧客を獲得するためには、“不安”を取り除くための情報（特に機能面・金額面）について誇張することなく真摯に伝えること、そして情報と相違のない店舗運営が必要と考えられる。また、ジャンルにより必要な情報は異なる。それぞれの特性に合った情報を詳しく正確に届けることで、より新規集客に結び付きやすくなるのではないかと。

調査結果ポイント

- ① 回答者の 77%以上が初めての店に“不安”
特に不安視されるのは「機能的リスク※1」と「金額的リスク※2」
- ② 回答者の 54.5%がメディア掲載情報と実来店時のギャップを経験。
「口コミ」など実体験者のリアルな声を求めている

※1 機能的リスク……商品やサービスについて購入者・利用者の期待した機能を果たさないのでは？というリスク

※2 金額的リスク……購入者・利用者の支払った商品やサービスの金額が価値に値しないのでは？というリスク

【調査実施概要】

調査内容：「行ったことのないお店」に関するアンケート調査

調査期間：2020 年 6 月 16 日（火）～6 月 29 日（月）

調査方法：ウェブアンケート（『womo』会員向けメールマガジン、SNS 等で募集）

回答者数：277 名

回答者男女比：[女性]86.6%、[男性]13.4%

回答者平均年齢：42.1 歳（19 歳-74 歳）

本件に関するお問い合わせ先

<会社概要> 株式会社しずおかオンライン

<担当部署> ユーザーファースト推進室

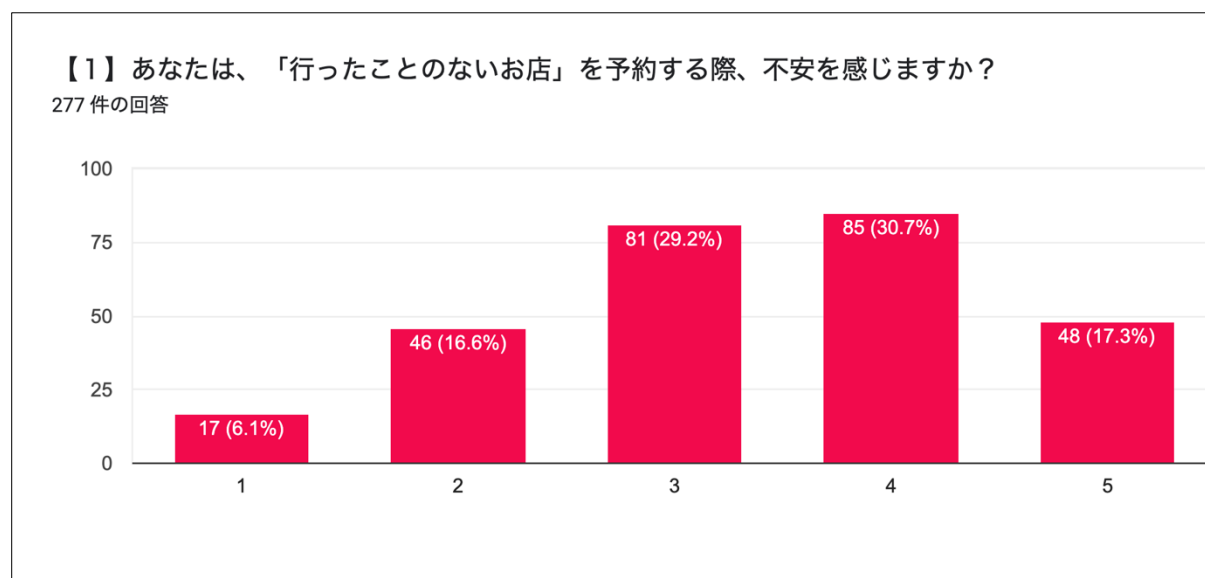
<所在地> 〒420-0853 静岡県静岡市葵区追手町 3-11 しずおか焼津信用金庫追手町ビル 2F

<連絡先> Tel/054-275-3330（平日 10:00～17:00）Mail/kazama@s-online.co.jp

調査詳細

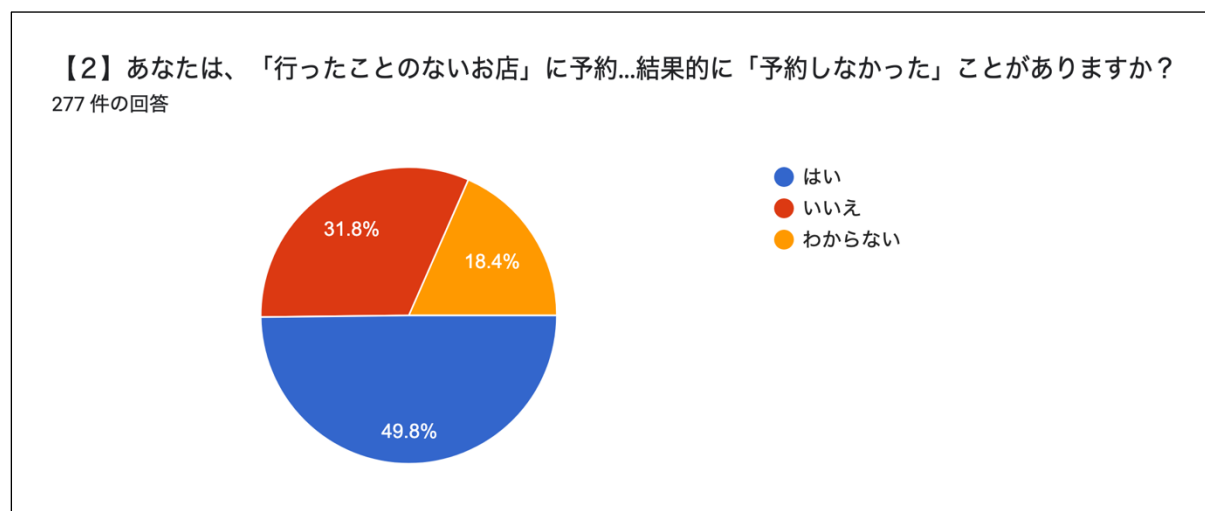
①回答者の 77%以上が初めての店に“不安”

特に不安視されるのは「機能的リスク」と「金銭的リスク」



アンケートでは「行ったことのないお店」に対するユーザーの不安に着目。「行ったことのないお店」を予約する際の不安について聞いたところ、回答者の 77.2%が不安を感じていると回答。

※「不安をまったく感じない：1」～「不安をとっても感じる：5」の 5 段階で評価。3 以上を“不安”と定義した場合



また、回答者の 49.8%が「行ったことのないお店」の予約を躊躇。

過去の経験から億劫になっていたり、今得られる情報では十分に安心できなかったり、“不安”が「行ったことのないお店」に対する行動を阻害していることが伺える。

●「行ったことのないお店」に予約しようとして、結果的に「しなかった」理由

※全回答数 136 件より抜粋

- ・いつもの店の安心感が勝った
- ・口コミが少ない、星とかついているけれど星をつけた人が少ないと信用できないから
- ・お店は素敵だが、スタッフの対応や料理の様子が分からないから
- ・新規のお店で対応が悪かったことが数回あり、「行こうとしたけどやっぱりいいや」が続いてしまった
- ・迷って面倒になった
- ・電話したら、営業日なのに誰も忙しいのかでなかったから
- ・行ったことない店は入りにくく電話かけにくい

さらに、「飲食店」「美容院」とジャンルを分け細かくアンケートしたところ、ジャンル共通で不安視されるのは「機能的リスク」と「金銭的リスク」に関する項目が多い結果となった。

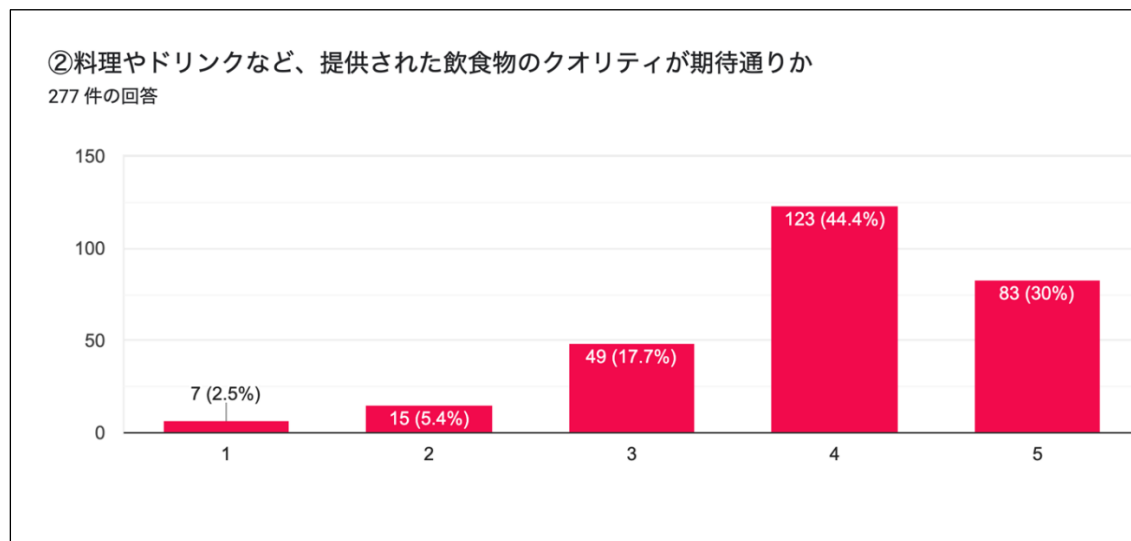
※以降の結果は下記架空の状況を想定してもらい、各項目どの程度“不安”を感じるか、「不安をまったく感じない：1」～「不安をとても感じる：5」の5段階で評価。4以上を回答した比率を示す。

【飲食店】「行ったことのない飲食店」での開催が飲み会の条件となりました。あなたはお店をいくつか候補のお店をピックアップした状態です。最終的に飲食店を1店舗に絞り予約しようとしたとき、各項目についてどの程度不安を感じますか？当てはまるものをお答えください。

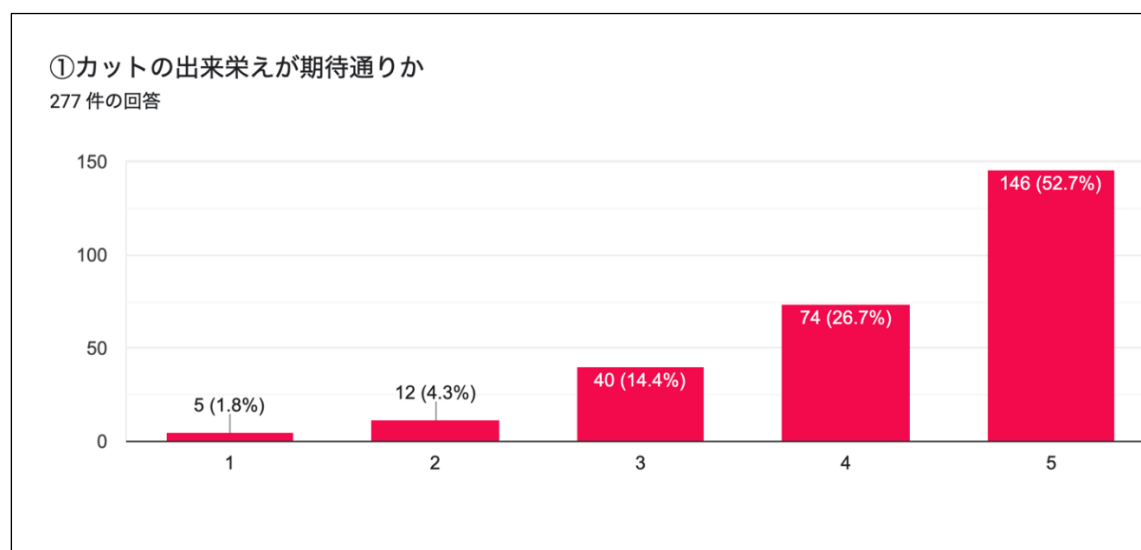
【美容院】「行ったことのない美容院」を予約することとします。あなたはお店をいくつか候補の美容院をピックアップした状態です。最終的に1店舗に絞り予約しようとしたとき、各項目についてどの程度不安を感じますか？当てはまるものをお答えください。

●機能的リスク

[飲食店]74.4

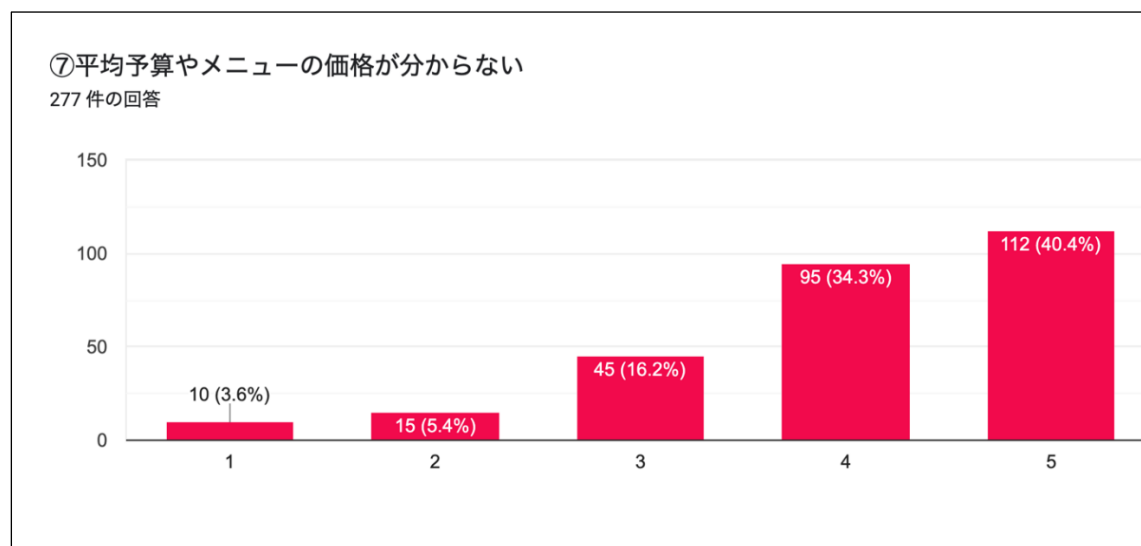


[美容室]79.4%

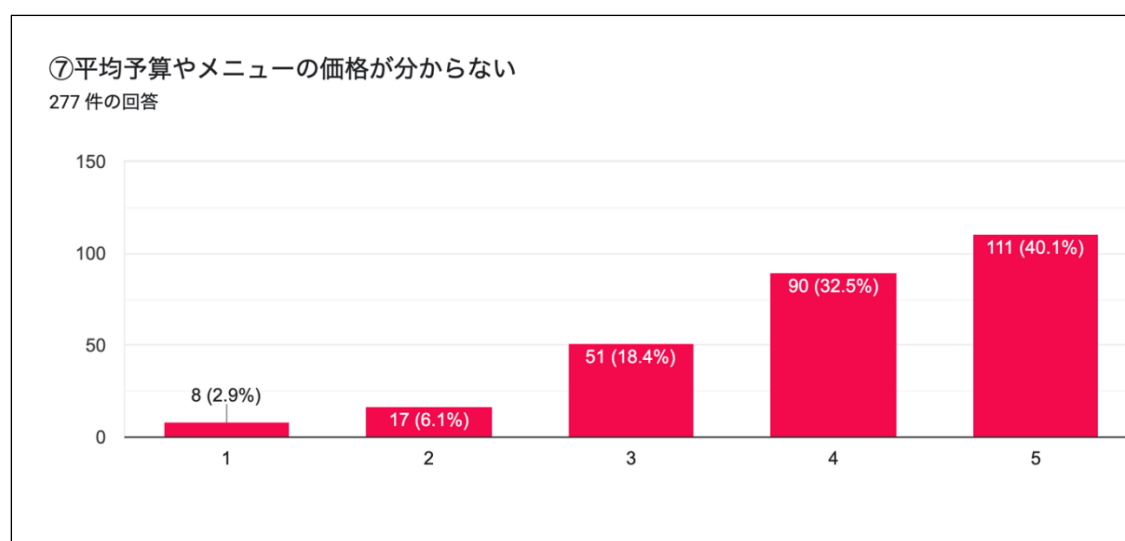


●金額的リスク

[飲食店]74.7%



[美容室]72.6%

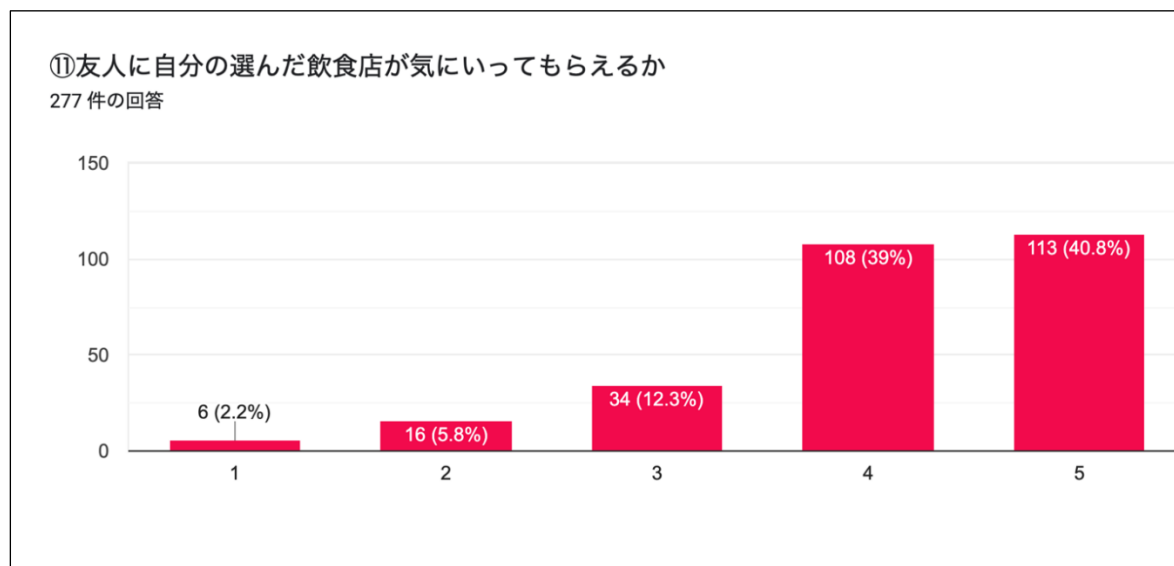


また「飲食店」「美容室」それぞれの特徴的な回答も得られた。

「飲食店」については「友人に自分の選んだ飲食店が気にいってもらえるか」不安との回答が79.8%と全項目の中でもトップ。「美容院」については飲食店に比べ「スタイリストやアシスタントなどお店スタッフの印象や接客が悪くないか」が75.1%と高く、また「トリートメントなど希望していないメニューの勧誘があり断りにくいのではないか」という心配を45.5%の人が感じているということが分かった。

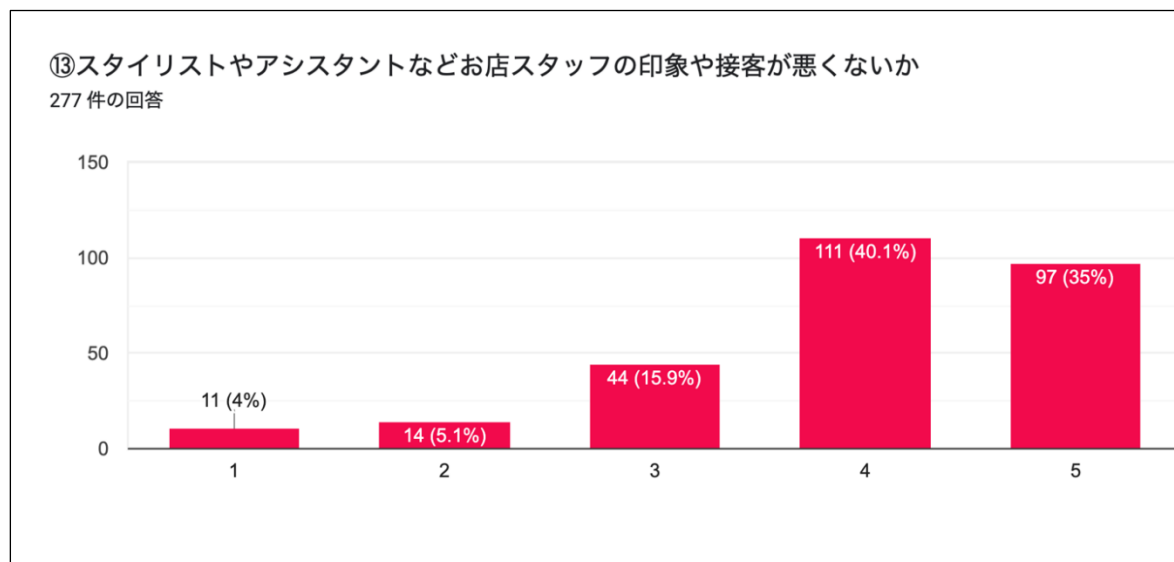
[飲食店]

●友人に自分の選んだ飲食店が気にいってもらえるか……79.8%が不安



[美容室]

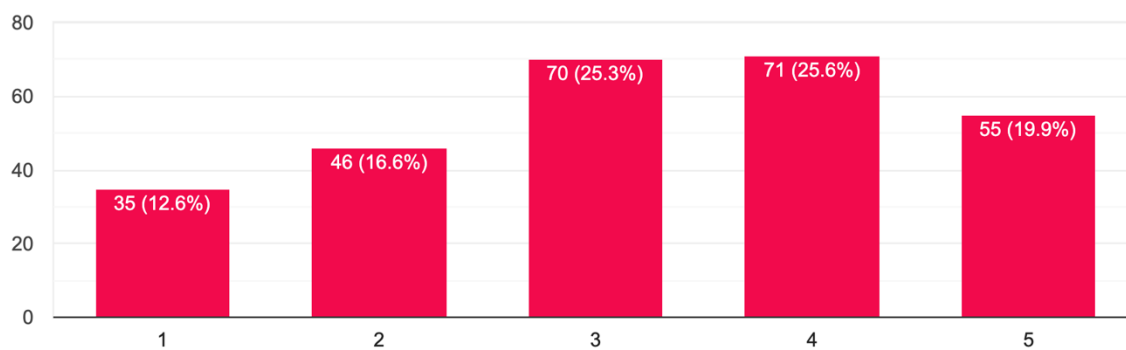
●スタイリストやアシスタントなどお店スタッフの印象や接客が悪くないか……75.1%が不安



●トリートメントなど希望していないメニューの勧誘があり断りにくいのではないかと不安45.5%が不安

⑮トリートメントなど希望していないメニューの勧誘があり断りにくいのではないかと不安

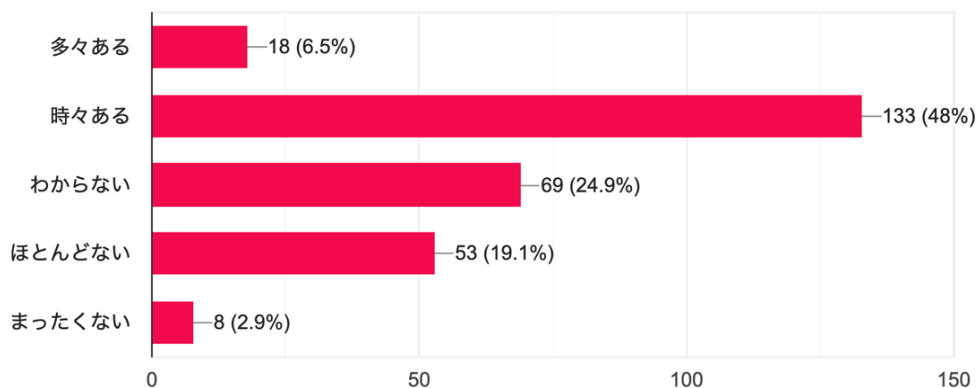
277 件の回答



②回答者の54.5%がメディア掲載情報と実来店時のギャップを経験
「口コミ」など実体験者のリアルな声を求めている

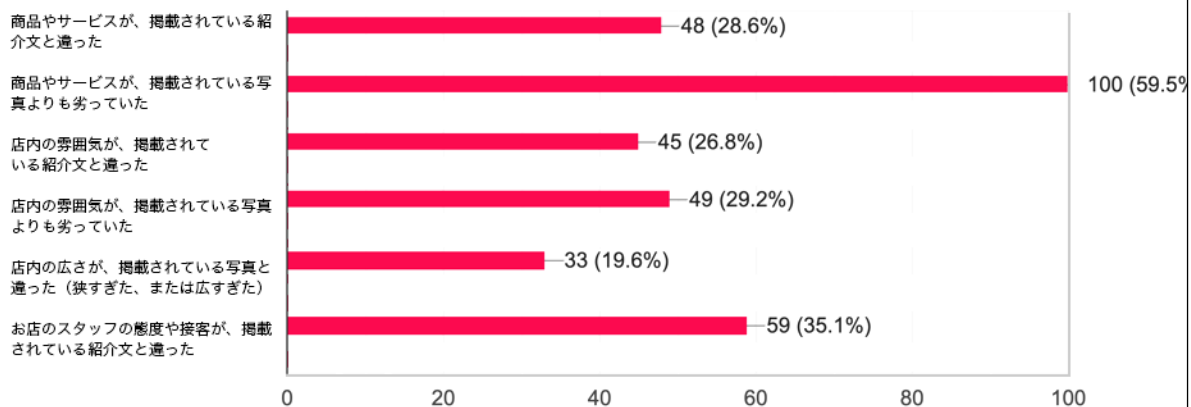
【7】「行ったことのないお店」を実際に利用した...ていた情報と異なると感じたことはありますか？

277 件の回答



【8】【7】で「多々ある」「時々ある」と回答し...すか？当てはまるものをすべてお答えください。

168 件の回答



「行ったことのないお店」を実際に利用した際に、事前に調べていた情報と異なると感じた経験はあるかを尋ねると、「多々ある」6.5%、「時々ある」48%となり、回答者の半数以上が掲載情報とのギャップを経験。ギャップの内容として多かったのは「商品やサービスが掲載されている写真よりも劣っていた」59.5%、次いで「スタッフの態度や接客が、掲載されている紹介文と違った」35.1%となった。

さらに「『行ったことのないお店』を不安なく予約するとしたら[●●●●]が必要」。
という質問について自由に回答をしてもらったところ、「口コミ」というキーワードが出現数最多の10.37%となった。

※全回答数 229 名

- 1 位：口コミ 39 回 10.37%
- 2 位：情報 12 回 3.19%
- 3 位：できる 9 回 2.39%
- 4 位：メニュー 7 回 1.86%
- 4 位：信頼 7 回 1.86%

テキストデータの解析結果

	単語	出現数	出現率	調整数
1	口コミ	39	10.37%	<div></div>
2	情報	12	3.19%	<div></div>
3	できる	9	2.39%	<div></div>
4	メニュー	7	1.86%	<div></div>
5	信頼	7	1.86%	<div></div>
6	人	6	1.6%	<div></div>
7	写真	6	1.6%	<div></div>
8	行っ	5	1.33%	<div></div>
9	スタッフ	5	1.33%	<div></div>
10	事前	5	1.33%	<div></div>
11	金額	5	1.33%	<div></div>
12	詳細	4	1.06%	<div></div>
13	紹介	4	1.06%	<div></div>
14	店	4	1.06%	<div></div>
15	ある	4	1.06%	<div></div>
16	勇気	4	1.06%	<div></div>
17	友達	4	1.06%	<div></div>
18	安心感	4	1.06%	<div></div>
19	する	3	0.8%	<div></div>
20	伝え	3	0.8%	<div></div>

参考資料

ユーザーが知りたい情報は「お店の雰囲気やセンス」と「お得な情報」

静岡の女性向けメディア『womo』（株式会社しずおかオンライン）で別途実施した「お店について知りたいこと」調査より、前述した調査結果と関連するポイントを抜粋。

【調査実施概要】

調査内容：「お店について知りたいこと」に関するアンケート調査

調査期間：2020年5月26日～6月22日

調査方法：ウェブアンケート（『womo』フリーマガジン、W会員向けメールマガジン、SNS等で募集）

調査対象：womo会員

回答者数：616名

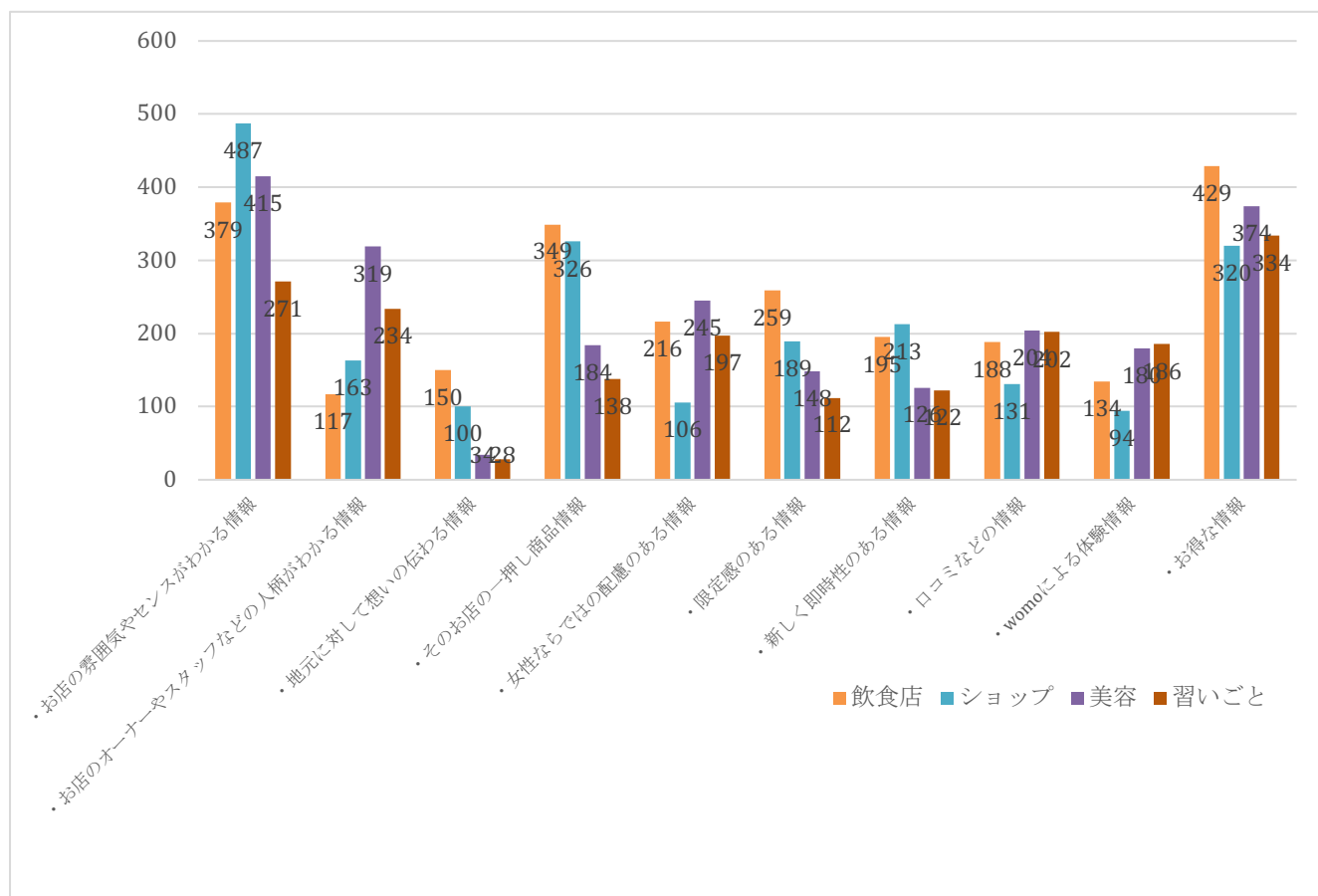
回答者男女比：[女性]88.5%、[男性]10.1%、[未回答]1.5%

回答者平均年齢：39.4歳 ※回答数 588名

調査結果ポイント

- ① ジャンル共通で知りたいことは「お店の雰囲気やセンス」と「お得な情報」
- ② ジャンルにより知りたい項目に違いあり
「飲食店」「ショップ」では「そのお店の一押し商品」
「美容」「習いごと」では「お店のオーナーやスタッフなどの人柄がわかる情報」

①ジャンル共通で知りたいことは「お店の雰囲気やセンス」と「お得な情報」



ユーザーにお店のどんな情報を知りたいかを「飲食店」「スクール」「ショップ」「美容」の各ジャンルで尋ねると、「知りたい」という回答が全体的に多かったのが「お店の雰囲気やセンス」と「お得な情報」。

●お店の雰囲気やセンス……飲食店 61.5%、習いごと 44%、ショップ 79.1%、美容 67.4%

●お得な情報……飲食店 69.6%、習いごと 54.2%、ショップ 51.9%、美容 60.7%

※設問は複数回答。％は全体における「知りたい」と回答した比率

②ジャンルにより知りたい項目に違いあり

「飲食店」「ショップ」では「そのお店の一押し商品」

「美容」「習いごと」では「お店のオーナーやスタッフなどの人柄がわかる情報」

飲食・ショップジャンルでは「そのお店の一押し商品」について知りたいとの回答が、美容・習いごとジャンルよりも多く、飲食店 56.7%、ショップ 52.9%（美容 29.9%、習いごと 4.5%）。

一方、美容・習いごとジャンルでは「お店のオーナーやスタッフなどの人柄がわかる情報」を求める割合が高く、美容 51.8%、習いごと 38%（飲食店 19%、ショップ 26.5%）。

ジャンルごと重視される項目をもれなく伝えることが、集客アップの糸口になると考えられる。