

パーソナライズ購買調査 ～ 『パーソナライズ消費』 ～ HERSTORY REVIEW 2021年5月号関連調査

自分に合わせたパーソナライズを伴う購買行動についてのアンケート調査です。

【調査概要】

調査期間：2021年3月4日～3月9日

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国女性（15歳以上）259人

調査会社：株式会社ハー・ストーリィ

<https://herstory.co.jp>

この調査データはHERSTORY REVIEW 5月号

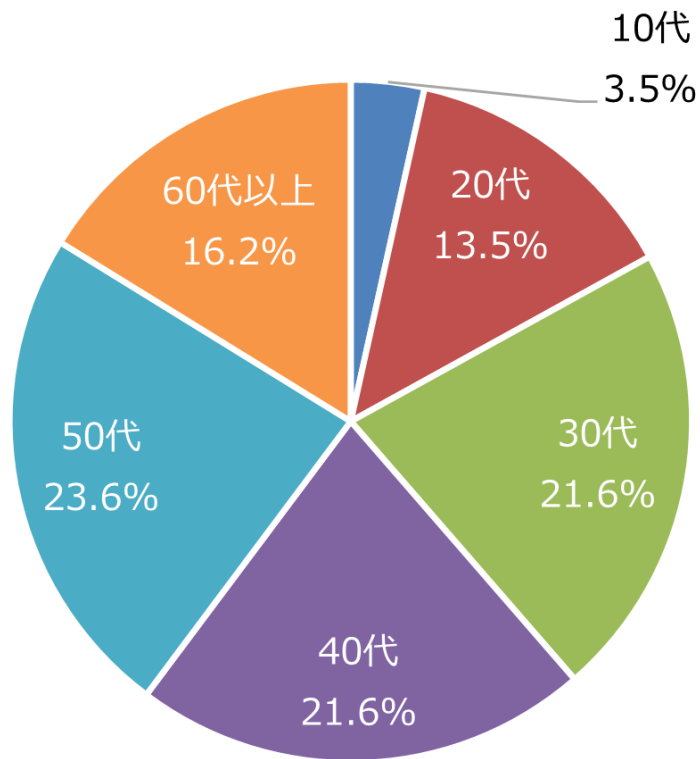
**「私仕様が欲しい！パーソナライズ消費」の3点セット(冊子・動画・調査データ)です。
お得な本体とのセットでのお求めは公式サイト[女性トレンド]よりバックナンバーでお求めください。**

<https://herstory.co.jp/review/46-2105>

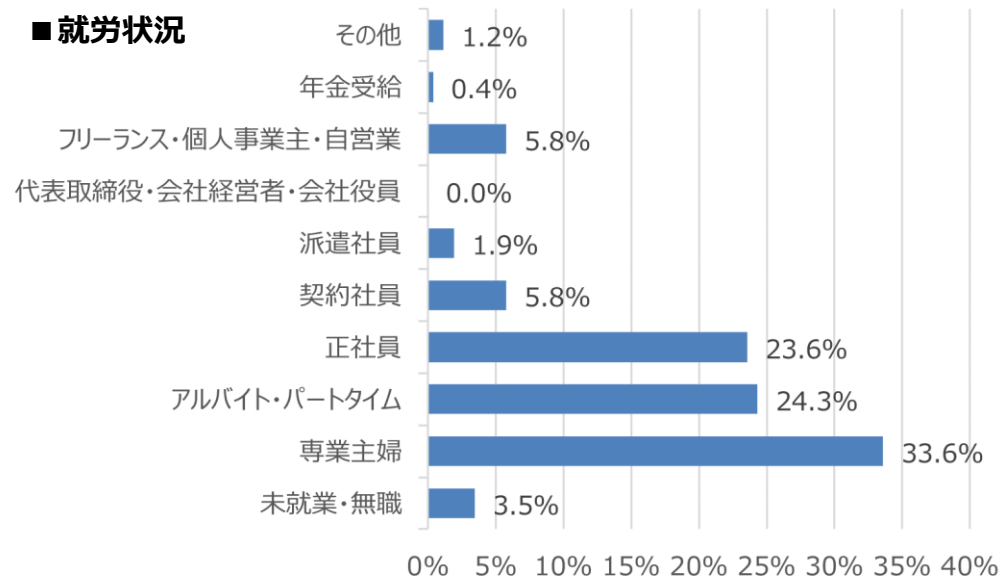
■ 回答者属性

サンプル数：全国女性（15歳以上）259人

■ 年齢

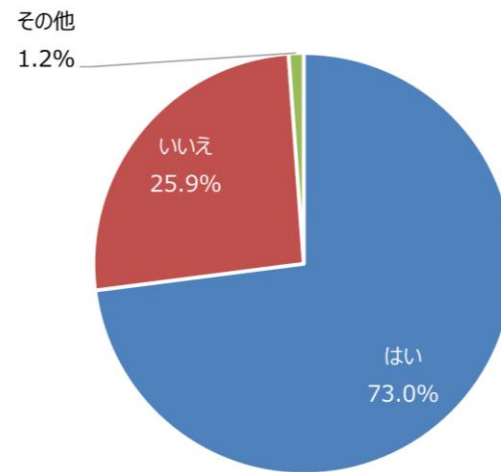


■ 就労状況



■ 婚姻状況

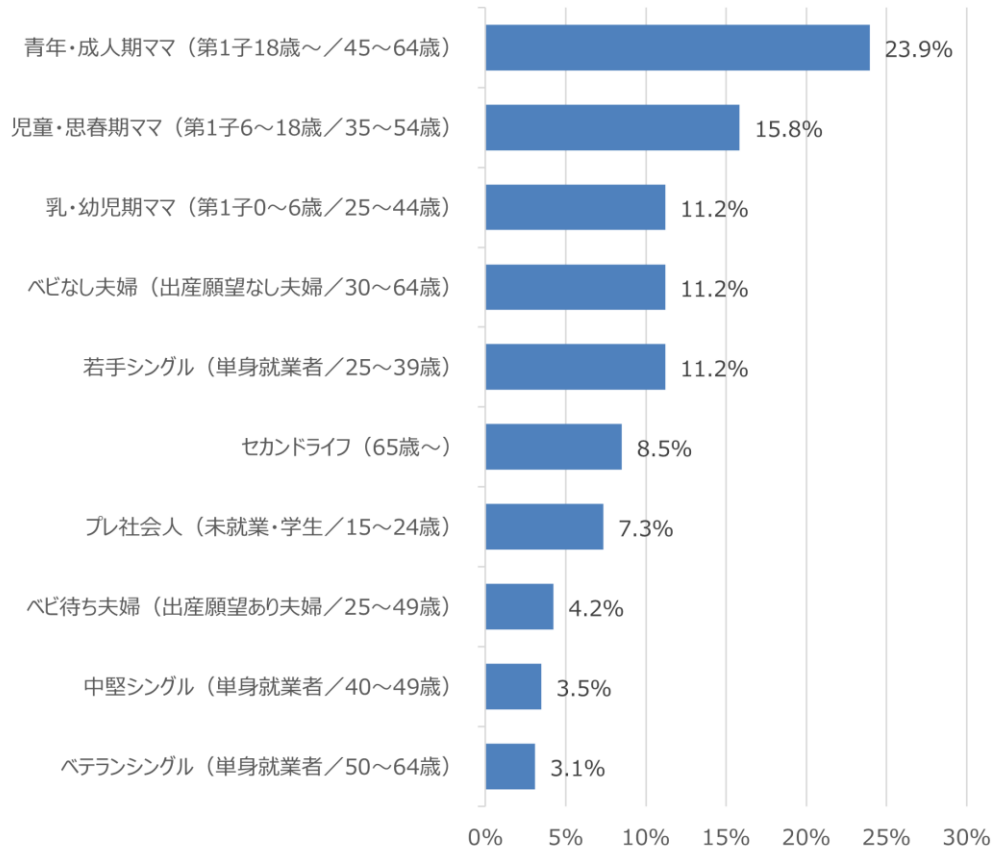
あなたは結婚していますか？



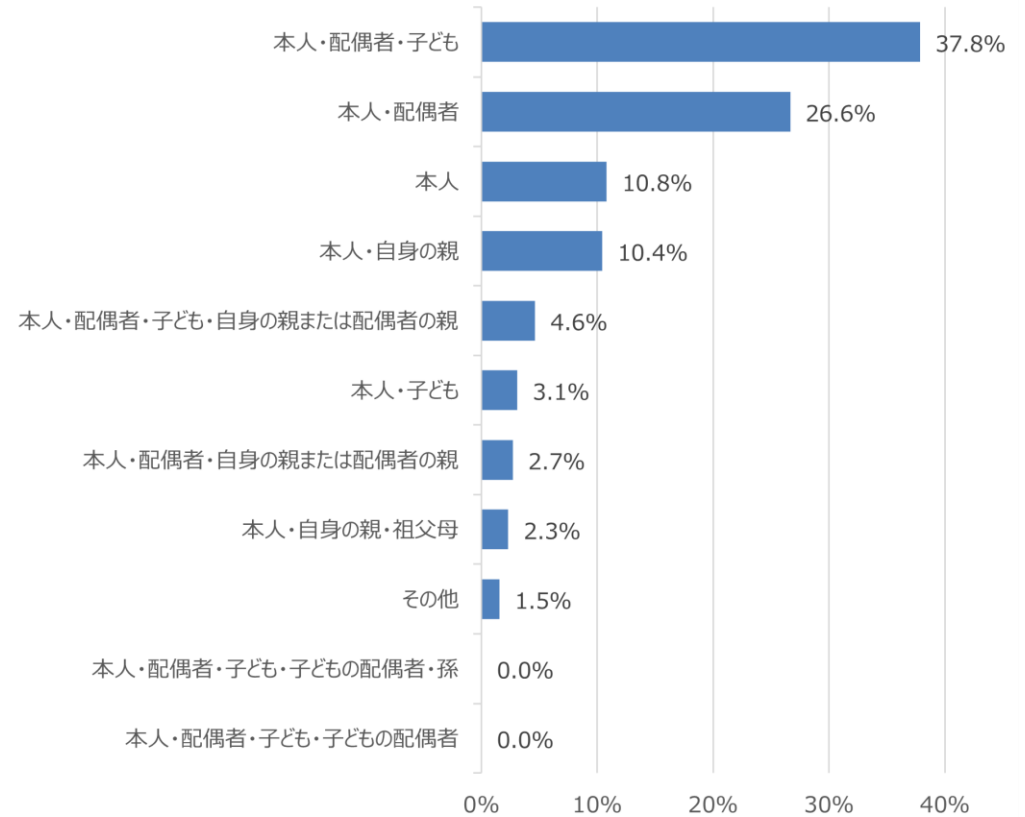
■ 回答者属性

サンプル数：全国女性（15歳以上）259人

■ 属性



■ 家族構成

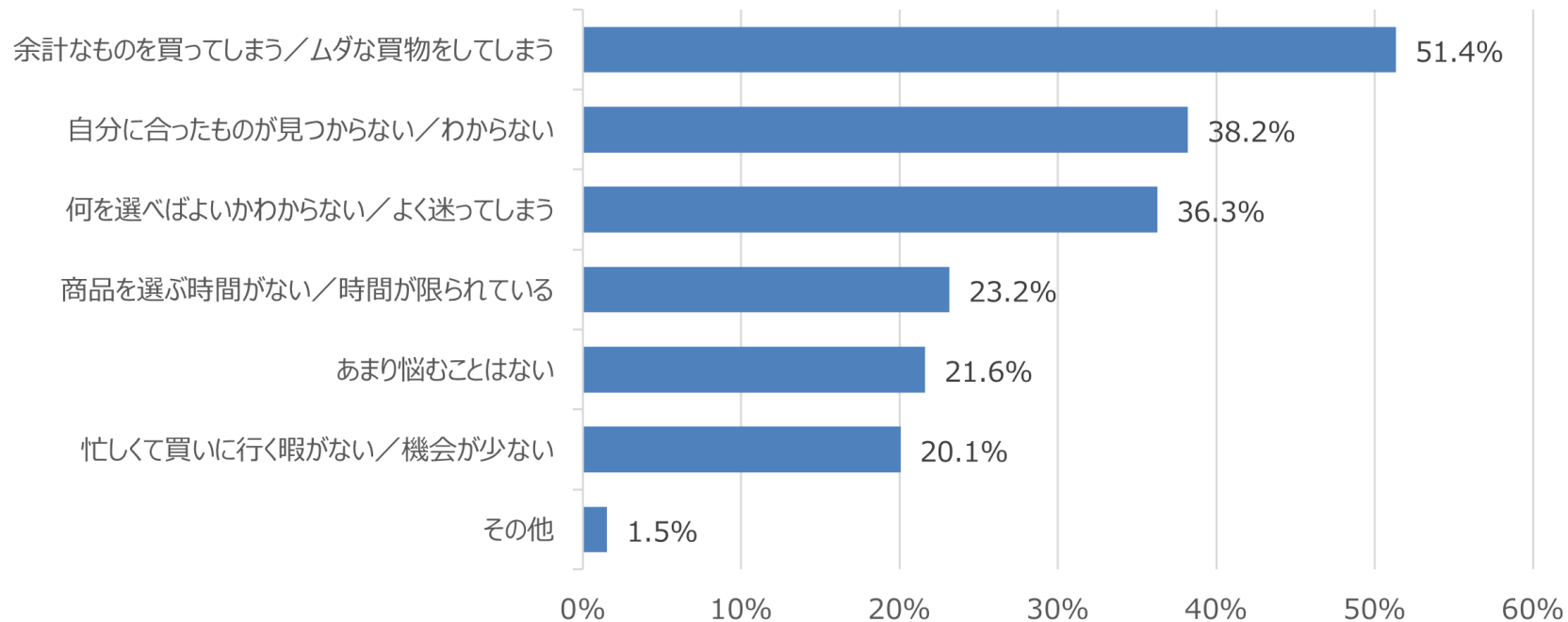


調査詳細

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q1.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。

■ 全体



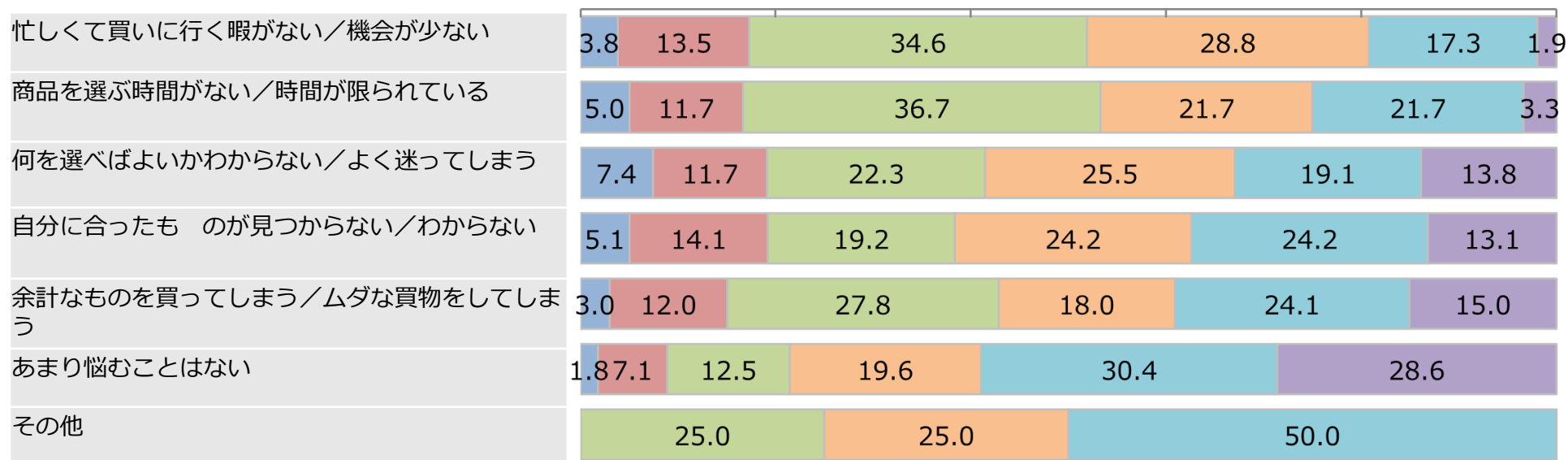
女性は売り場を回遊し、野原の木の実を拾うように買い物をする傾向がある。10代以外の年代は余計なものを買ってしまう悩みを抱えていることが分かった。10代のトップは経済的な理由もあり消費にいくまで熟考し、購入するようだ。働き盛りの30代では、「商品を選ぶ時間がない」上に、「何を選べばいいかわからない」といった悩みを抱える人が多いことが分かった。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。

■ 世代別

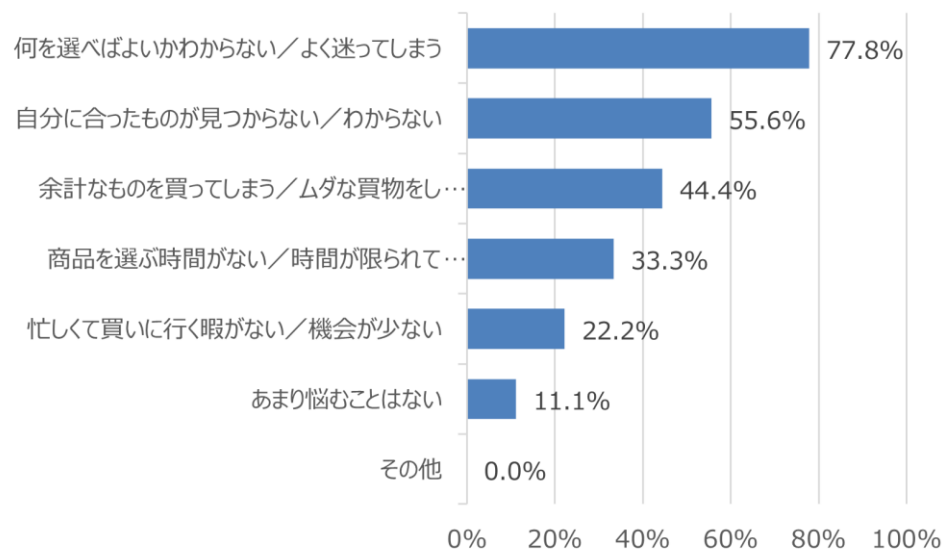
■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上



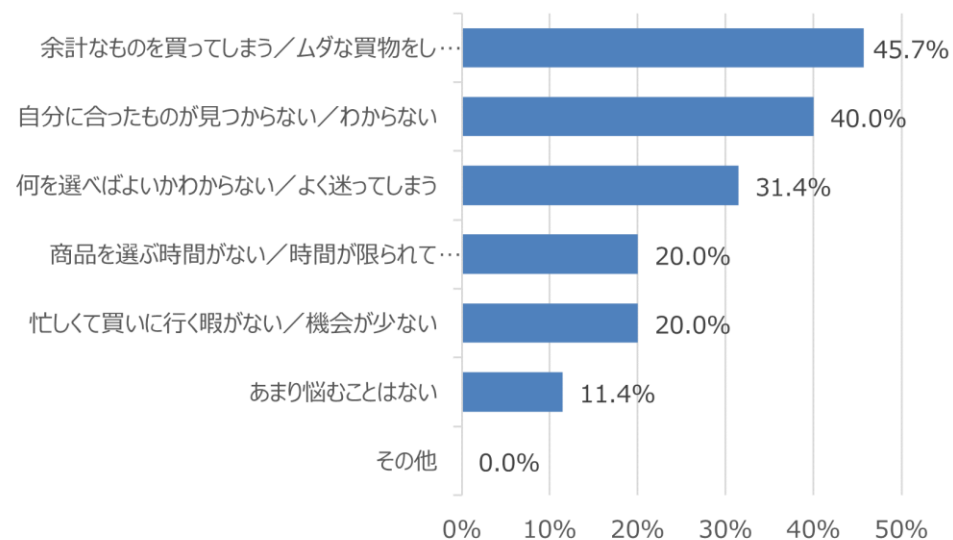
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 10代



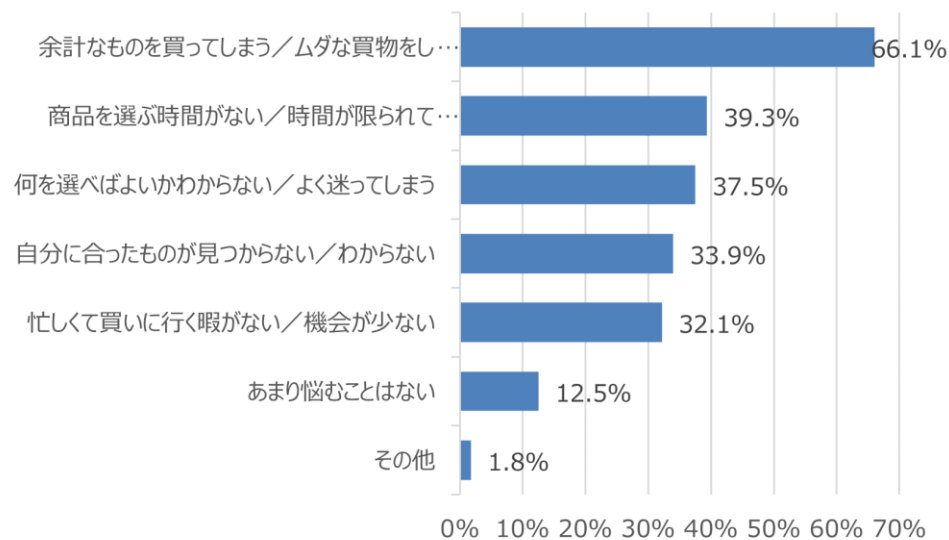
■ 20代



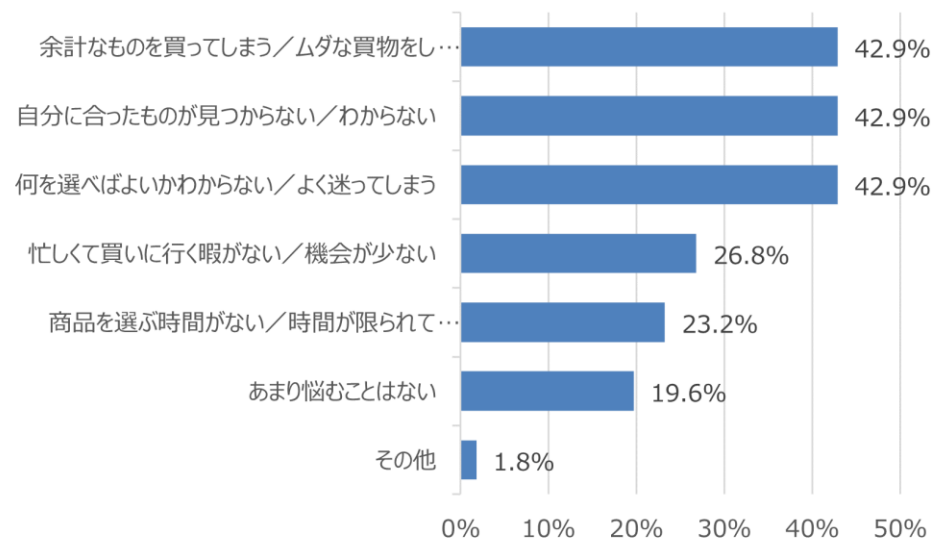
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 30代



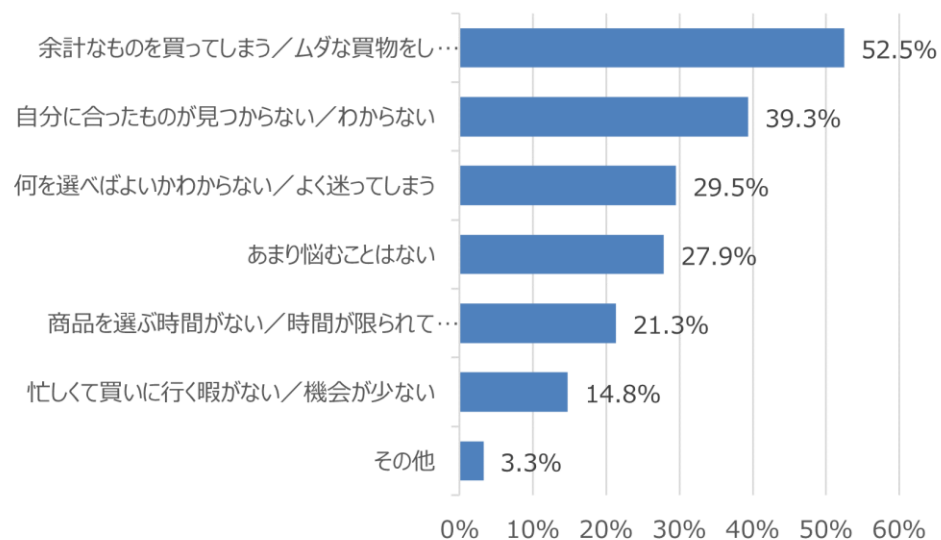
■ 40代



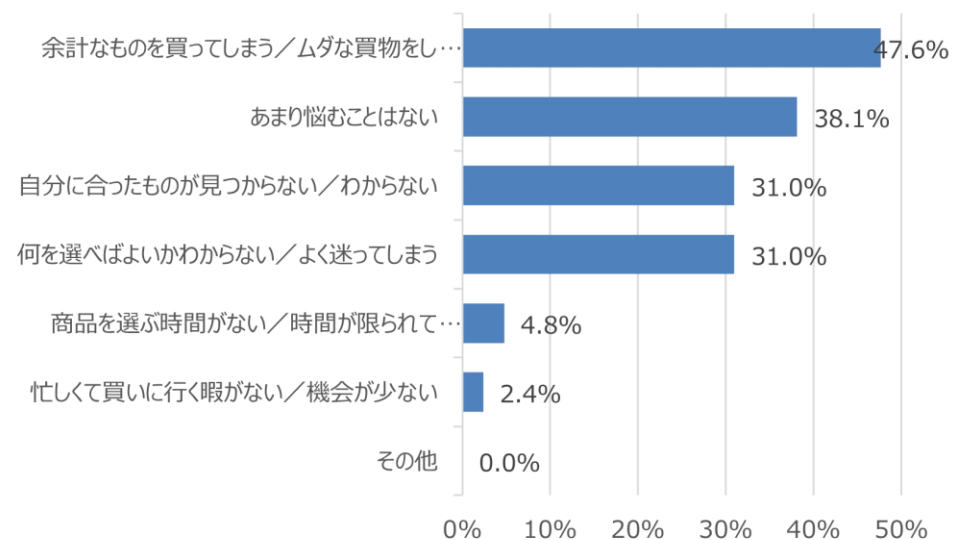
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 50代



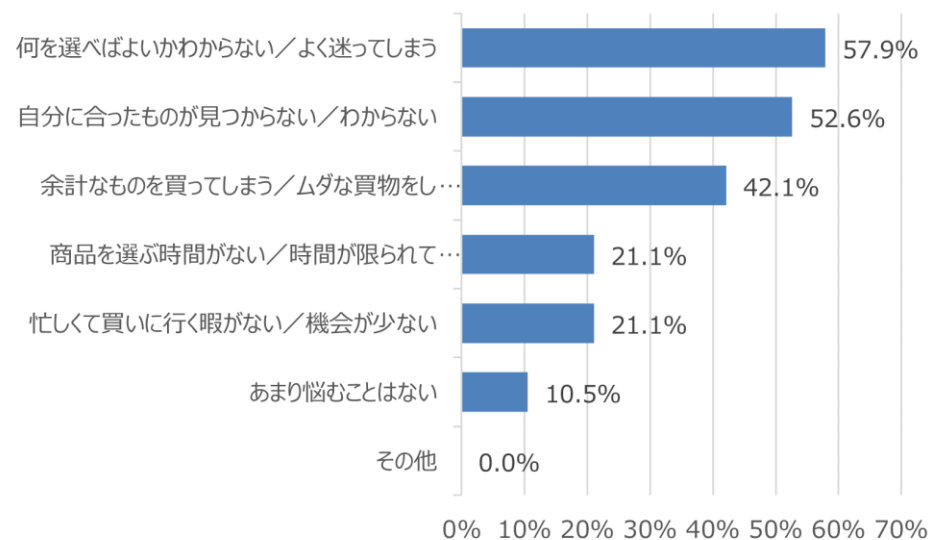
■ 60代以上



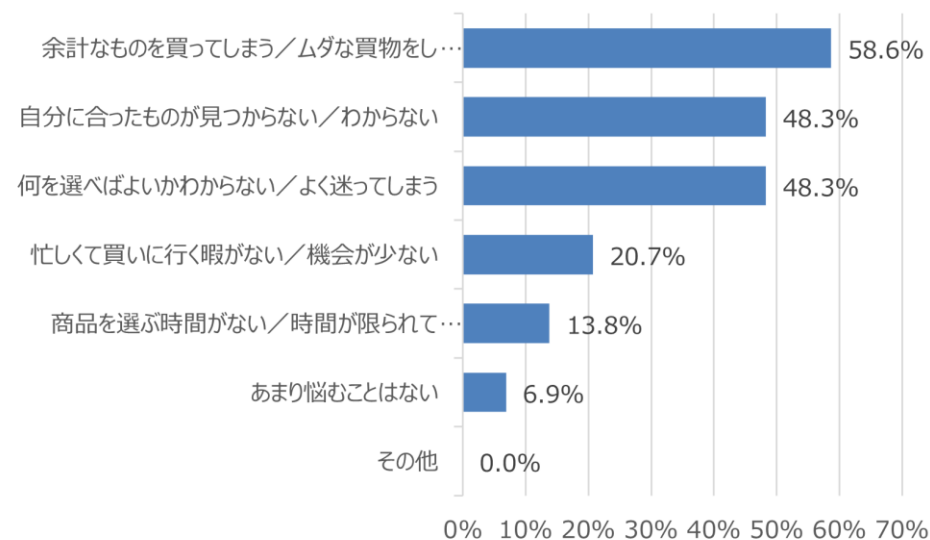
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



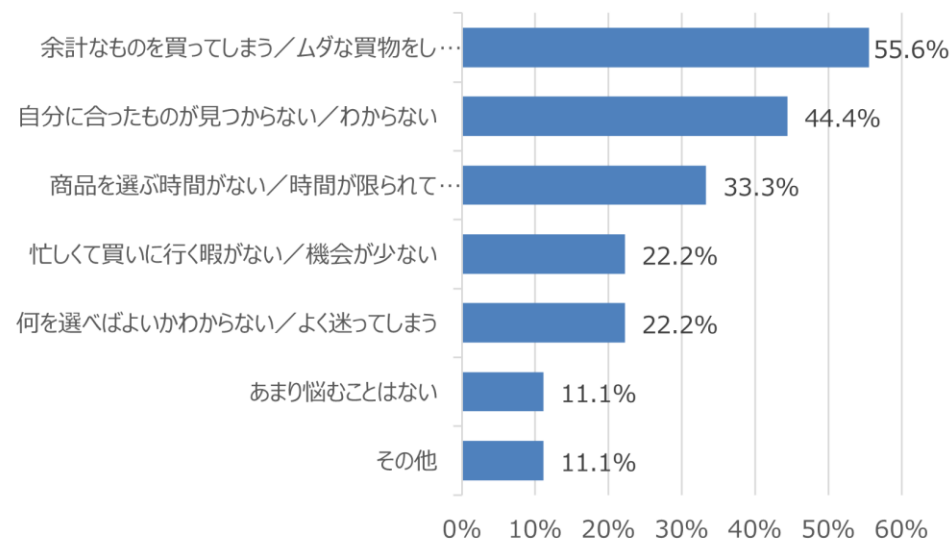
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



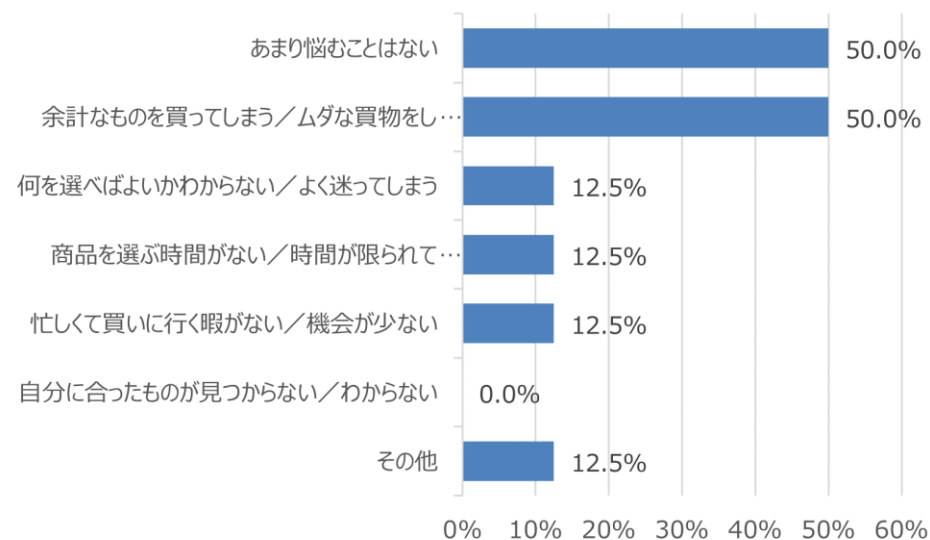
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



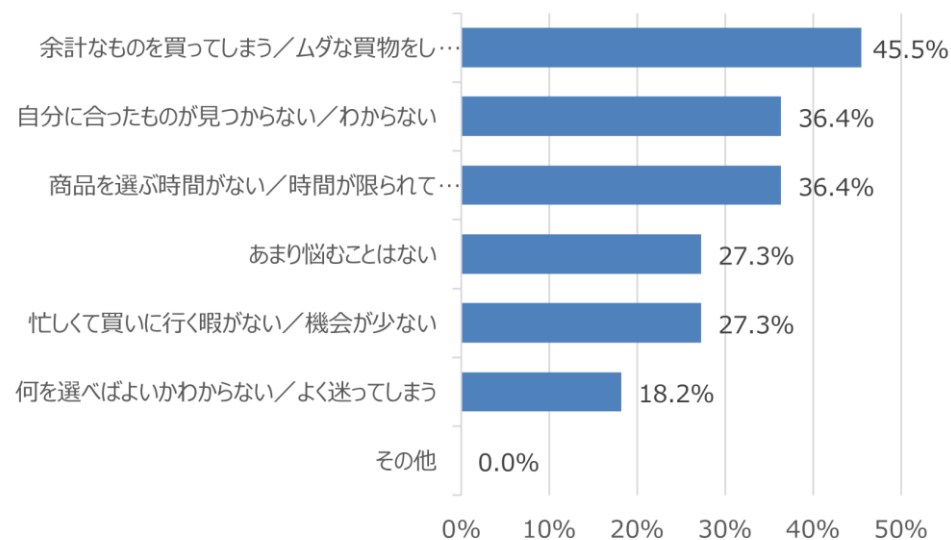
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



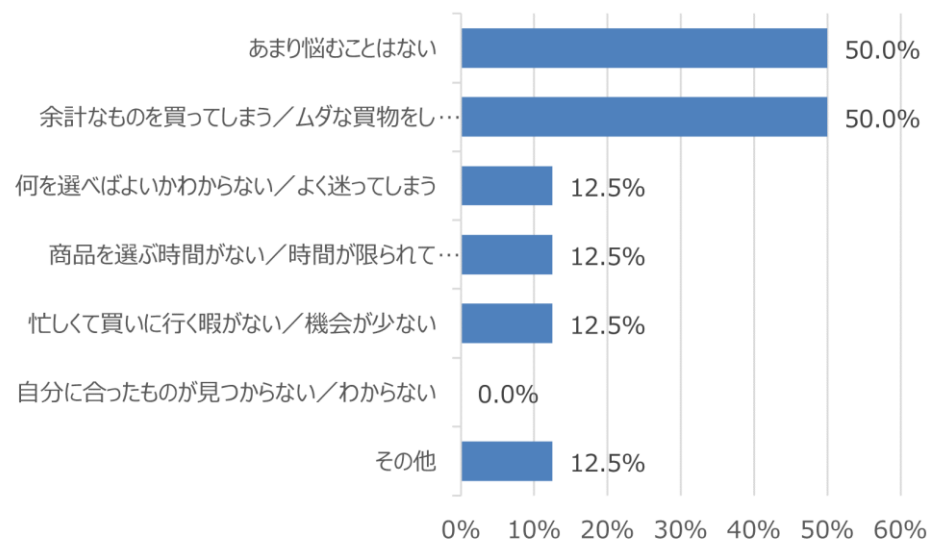
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



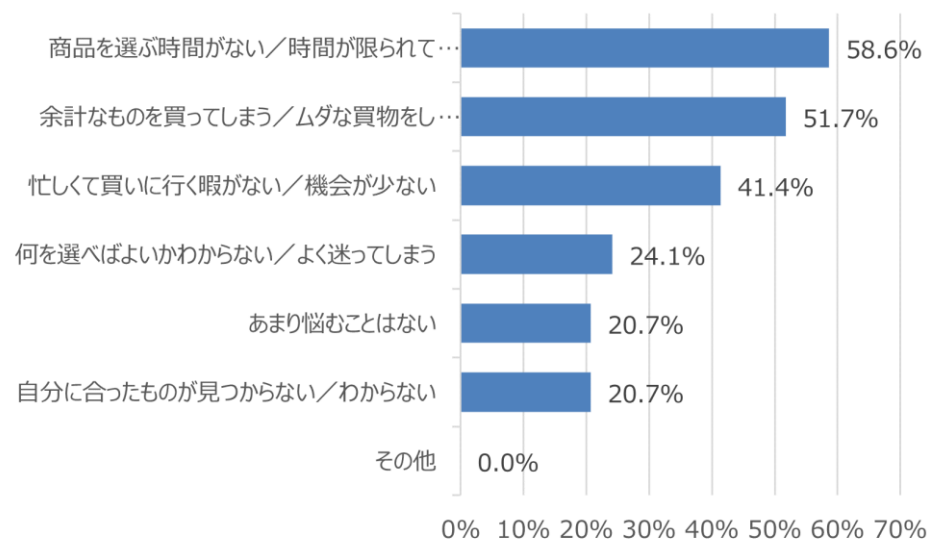
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



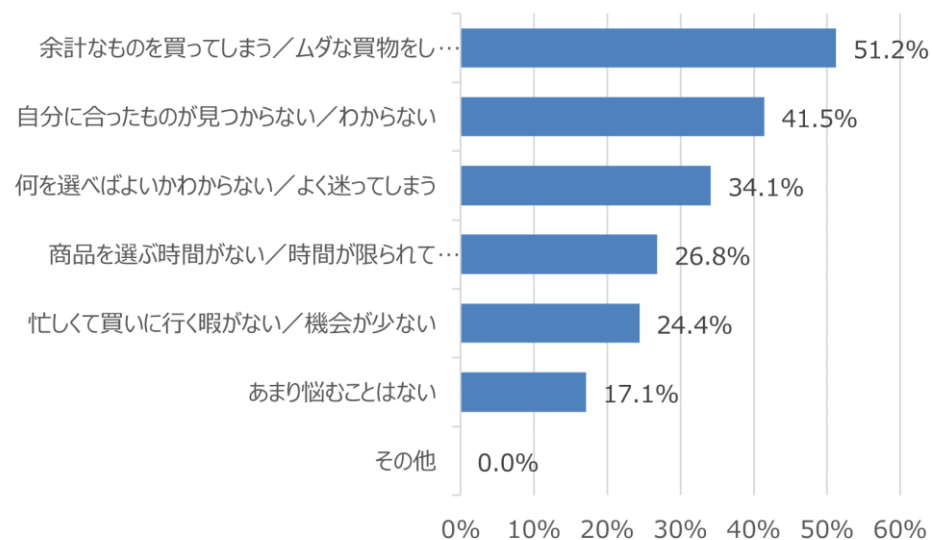
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



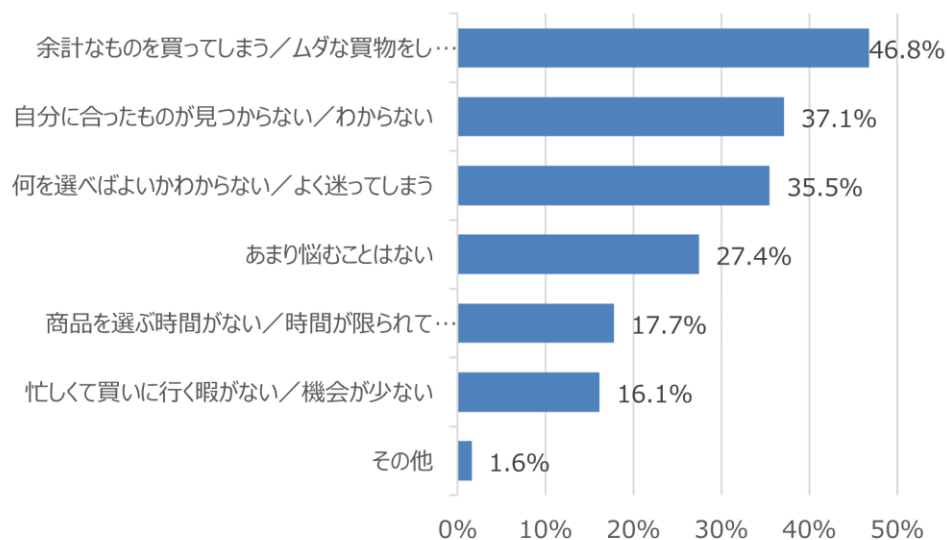
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



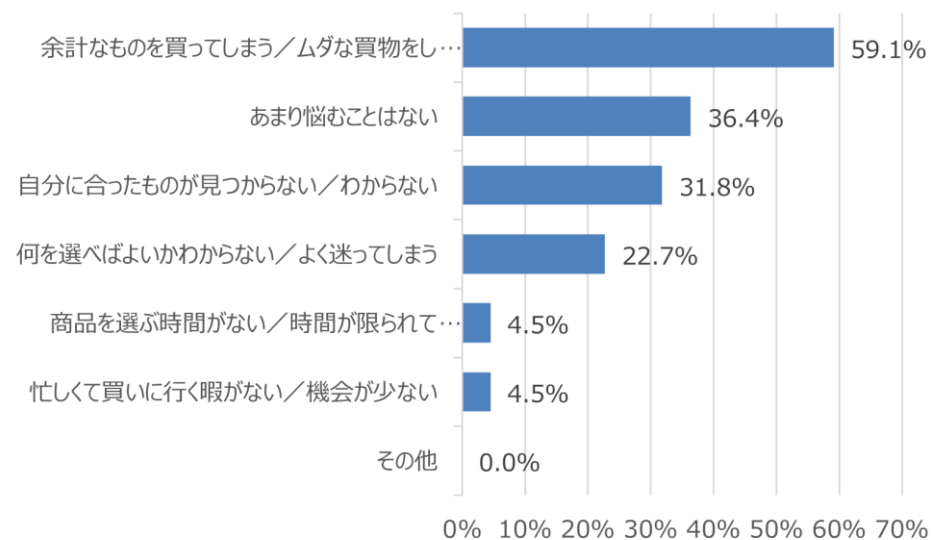
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、買物をするときに以下のようなことで悩んだことはありますか？
該当するものすべてにチェックをしてください。（年代別）

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）



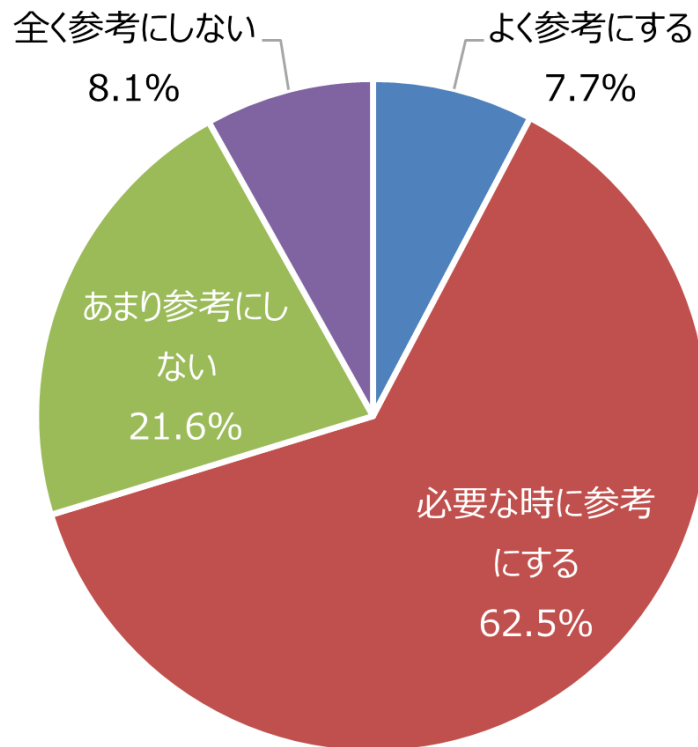
■ セカンドライフ（65歳～）



■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q2.あなたは買物をする時、販売員や専門家、プロなどからの意見やアドバイスを参考にしますか？
該当するもの1つを選択してください。

■全体



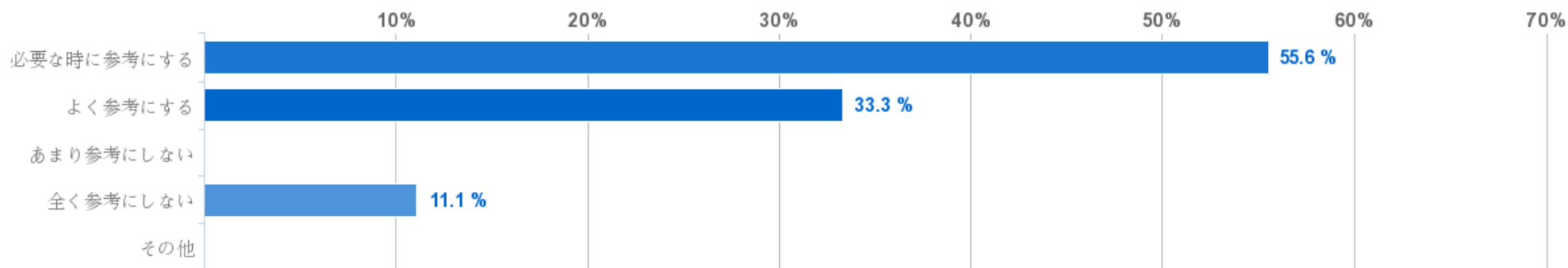
「よく参考にする」、「必要な時に参考にする」を合わせると、約7割の人が販売員や専門家などからのアドバイスなどを購買時の参考にしていることがわかった。特にその中でも、10代は「よく参考にする」、「必要な時に参考にする」を合わせると88.9%とトップとなった。贅沢消費が少ないといわれる10代はアドバイスなどを参考にし、失敗しない堅実な購買行動をとる傾向にあるようだ。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは買物をする時、販売員や専門家、プロなどからの意見やアドバイスを参考にしますか？
該当するもの1つを選択してください。（年代別）

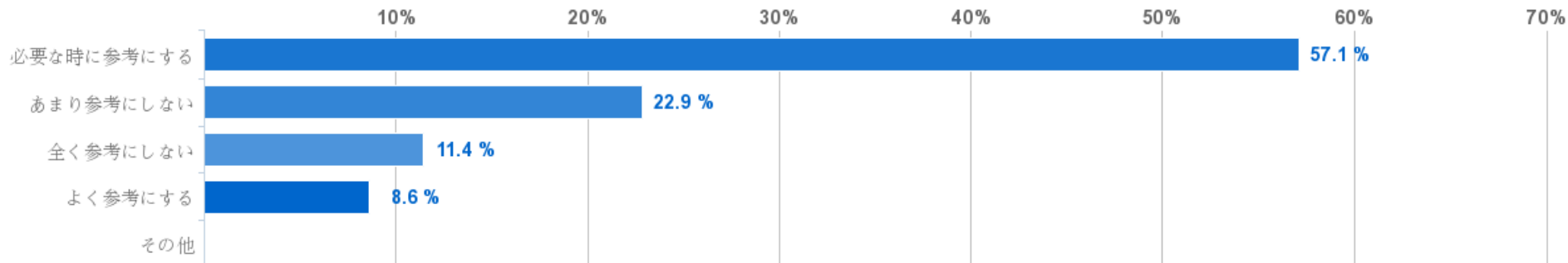
■ 10代

"Q1"で"10代"を選んだ回答者(回答数: 9)



■ 20代

"Q1"で"20代"を選んだ回答者(回答数: 35)

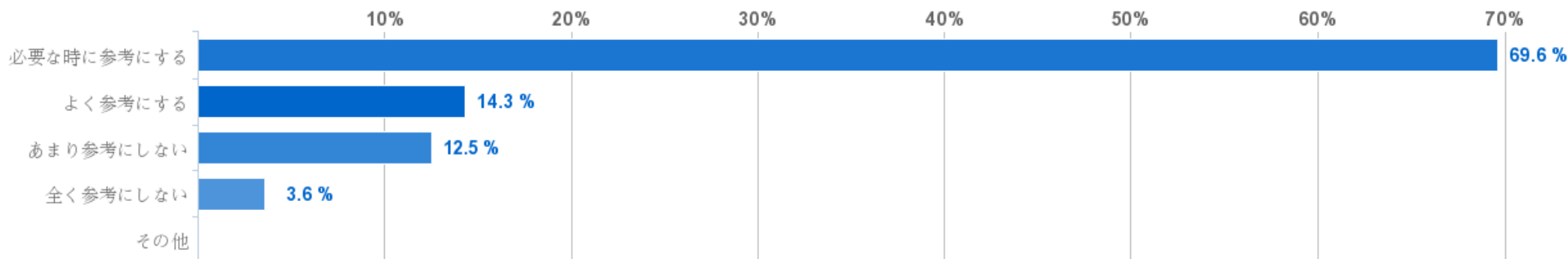


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは買物をする時、販売員や専門家、プロなどからの意見やアドバイスを参考にしますか？
該当するもの1つを選択してください。（年代別）

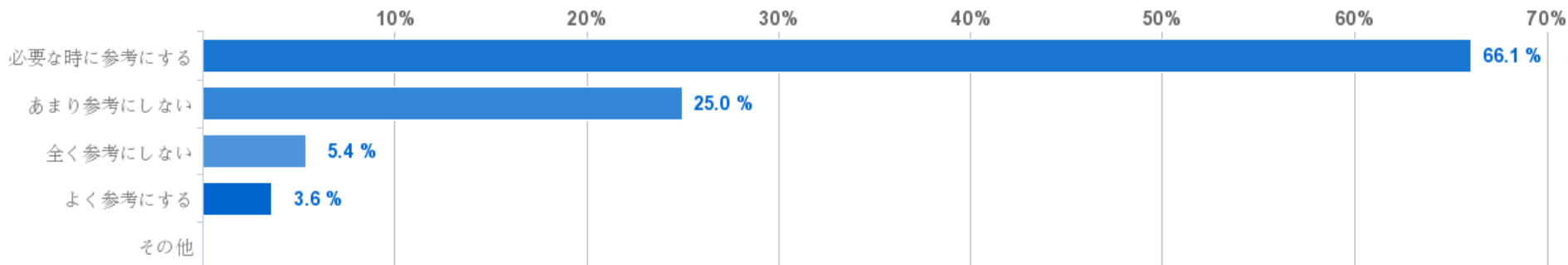
■ 30代

"Q1"で"30代"を選んだ回答者(回答数: 56)



■ 40代

"Q1"で"40代"を選んだ回答者(回答数: 56)

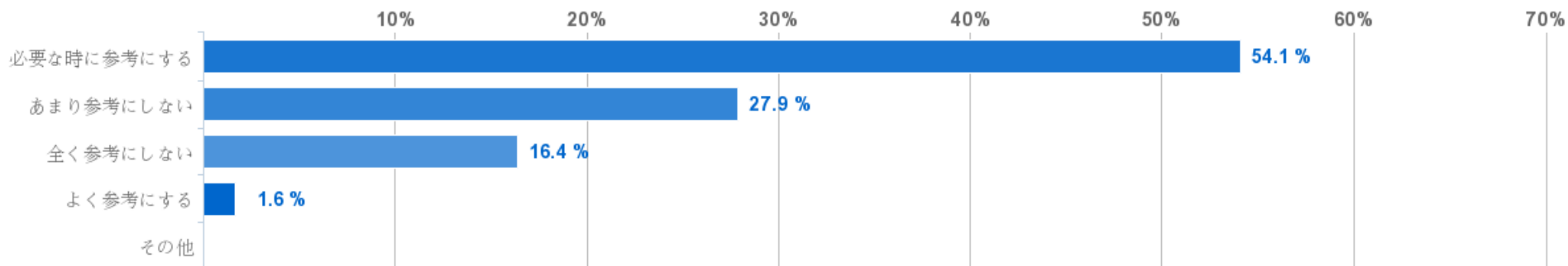


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは買物をする時、販売員や専門家、プロなどからの意見やアドバイスを参考にしますか？
該当するもの1つを選択してください。（年代別）

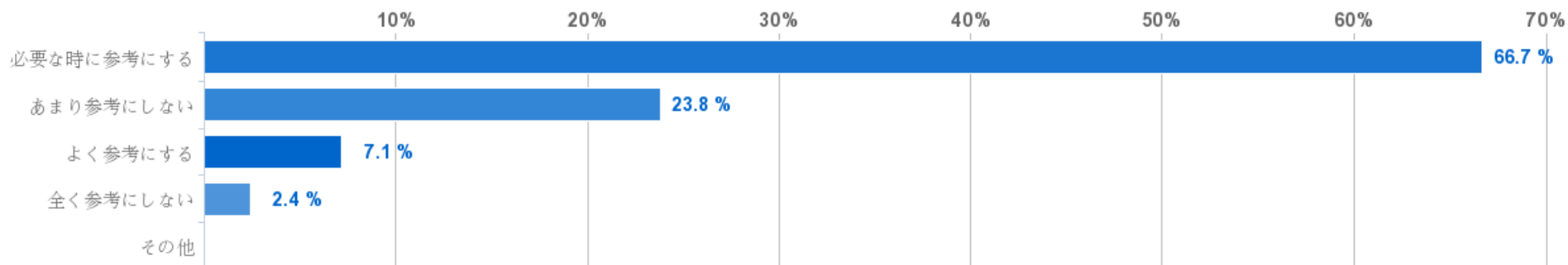
■ 50代

"Q1"で"50代"を選んだ回答者(回答数: 61)



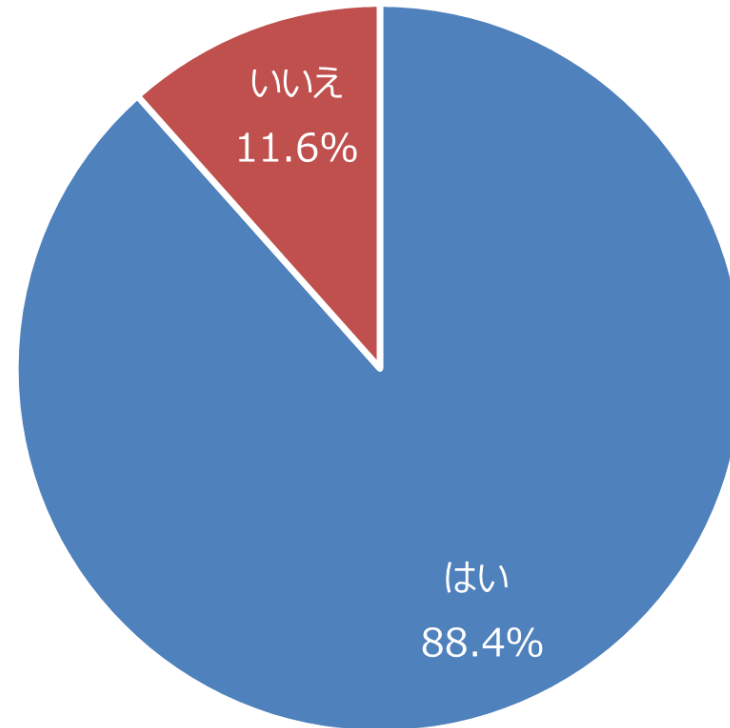
■ 60代以上

"Q1"で"60代以上"を選んだ回答者(回答数: 42)



■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q3.あなたは、自分の好みや嗜好、購買傾向などがわかる診断やアンケートに興味はありますか？

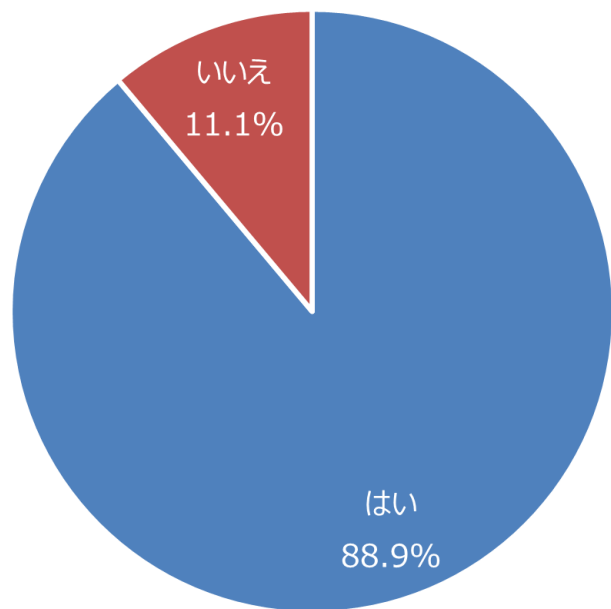


自分の好みや嗜好に合わせた診断やアンケートには、どの年代もほぼ等しく8~9割で興味があると答えた。属性別にみると変化が見られ、プレ社会人~ベテランシングルなどの単身女性は、どの年代であってもパーソナライズに対する興味が高く、反対に、婚姻あり、子どもを抱える女性は関心が下がることが分かった。

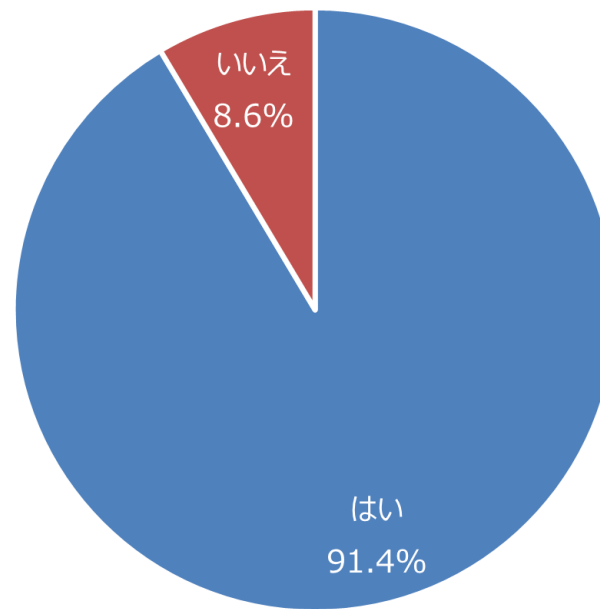
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、自分の好みや嗜好、購買傾向などがわかる診断やアンケートに興味はありますか？

■ 10代



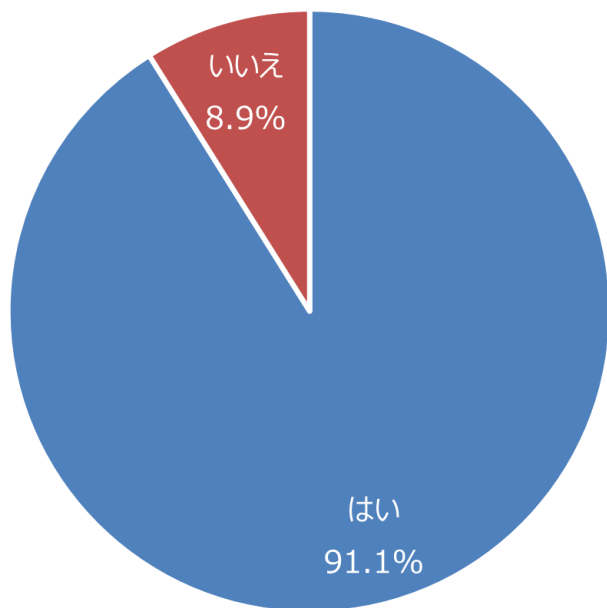
■ 20代



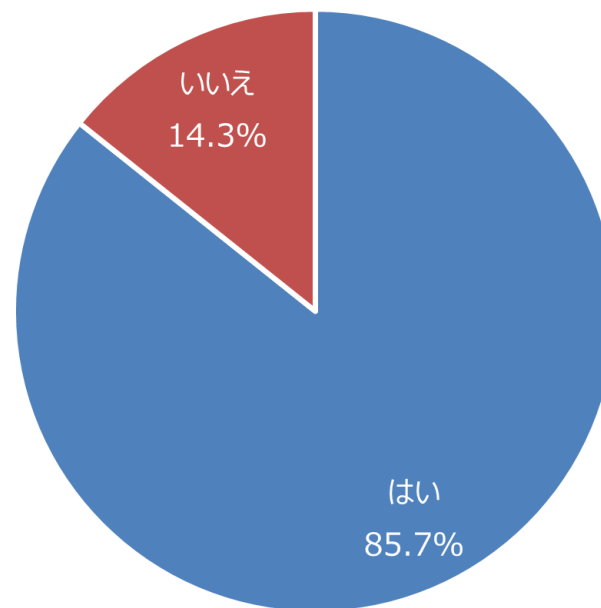
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、自分の好みや嗜好、購買傾向などがわかる診断やアンケートに興味はありますか？

■ 30代



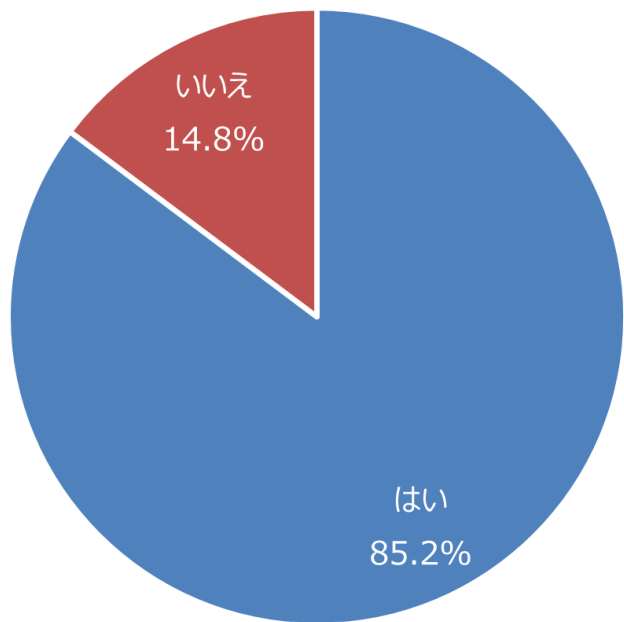
■ 40代



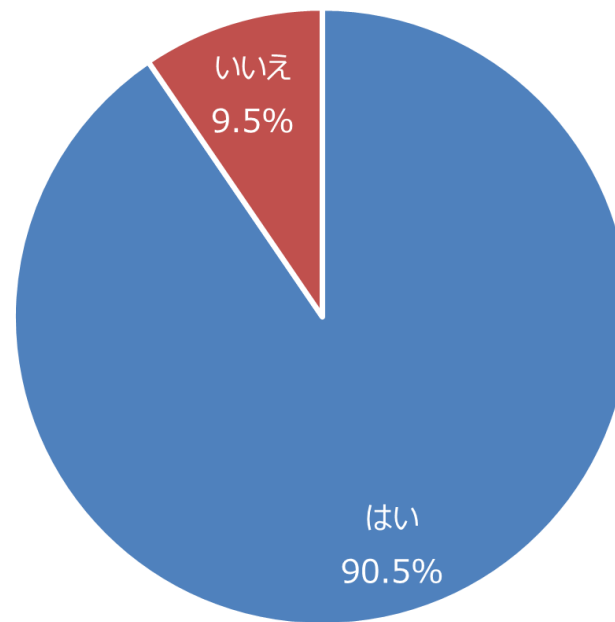
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.あなたは、自分の好みや嗜好、購買傾向などがわかる診断やアンケートに興味はありますか？

■ 50代



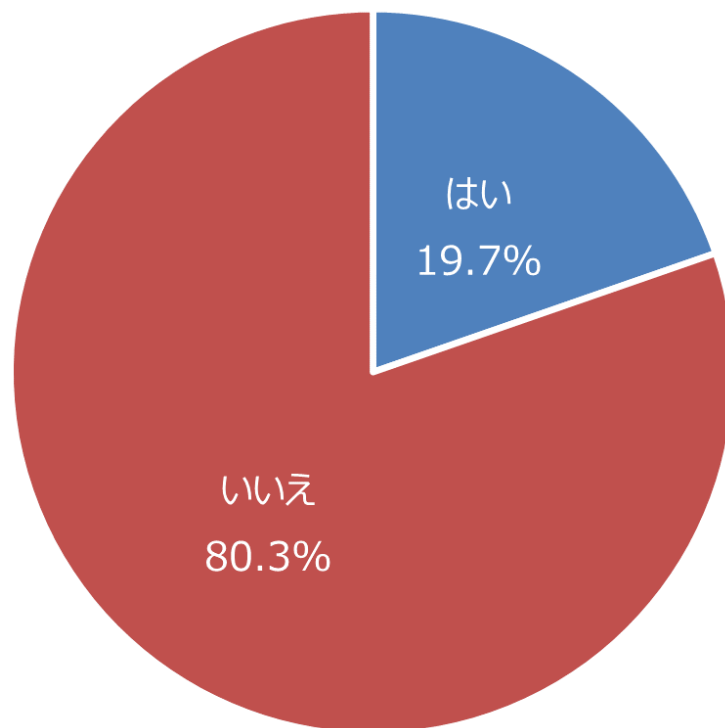
■ 60代以上



■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■全体

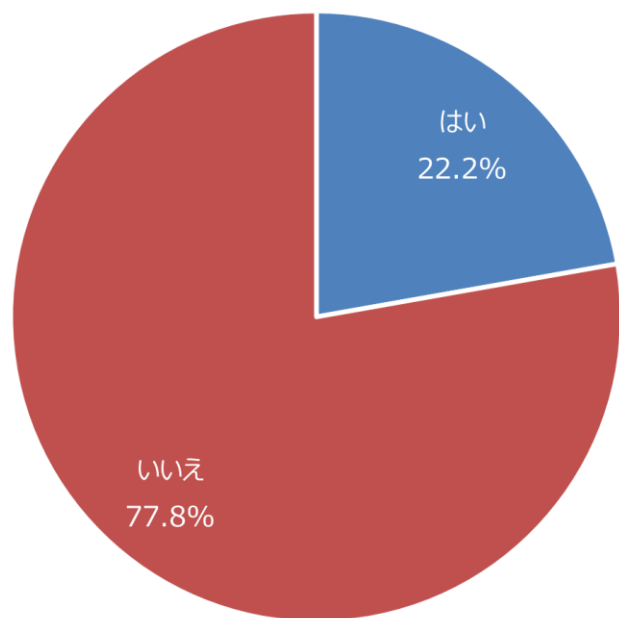


単身女性層には世代に関係なく興味が高かったにもかかわらず、実際に提案を受けたことがあるのは「ベビ待ち夫婦」が半数を超える結果となった。そのあとを「若手シングル層」が約4割と追いかけている。個人に合わせた商品やコンテンツは10代～30代にはよく利用されており、40代以降になると少し足踏みをしている傾向があるようだ。

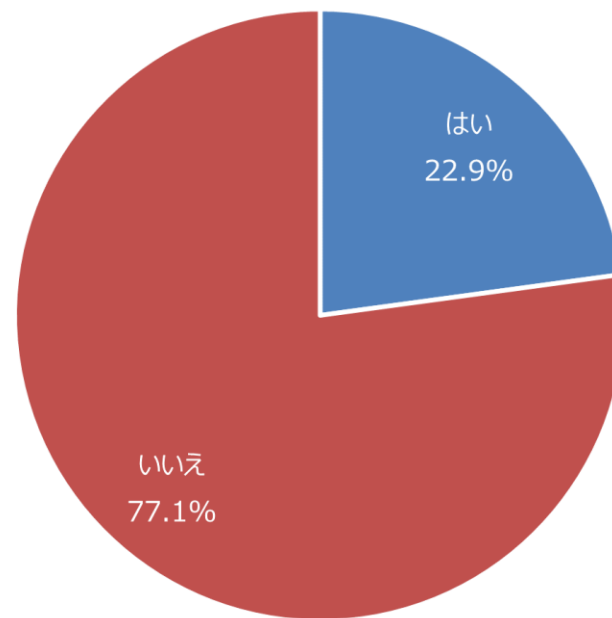
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ 10代



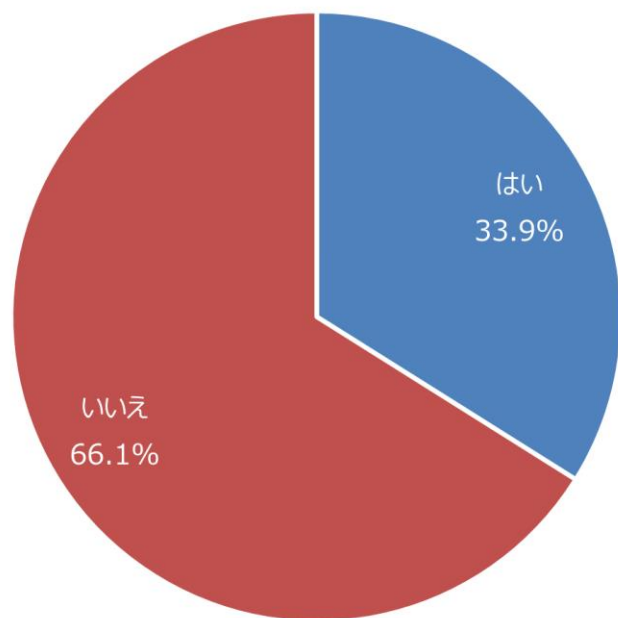
■ 20代



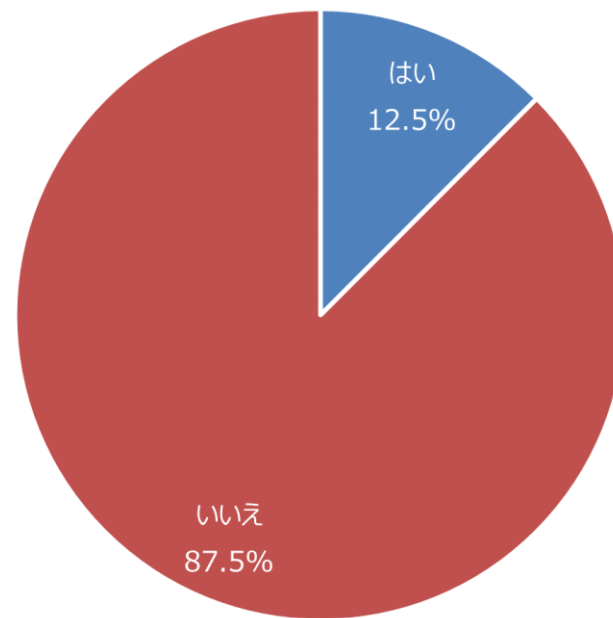
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ 30代



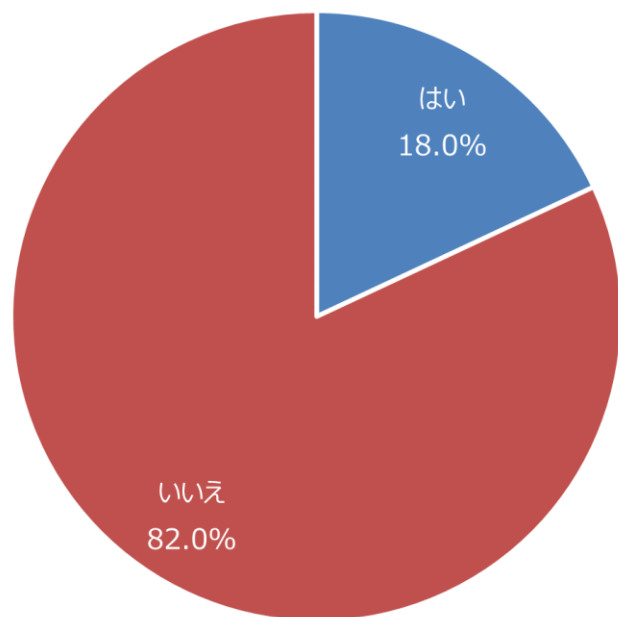
■ 40代



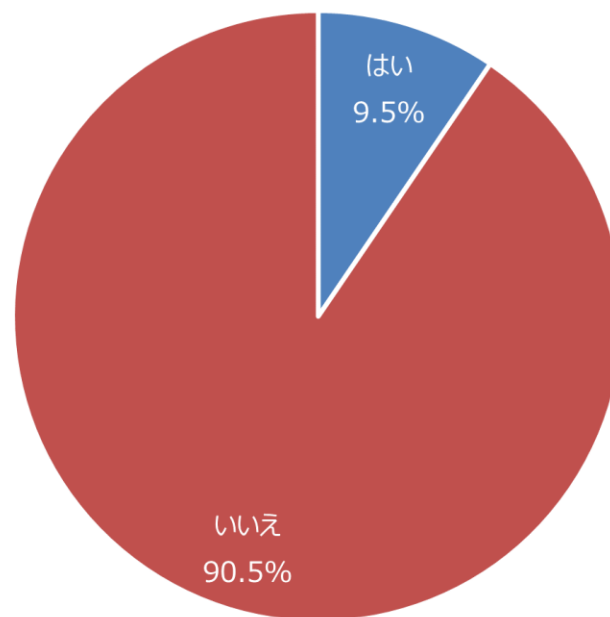
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ 50代



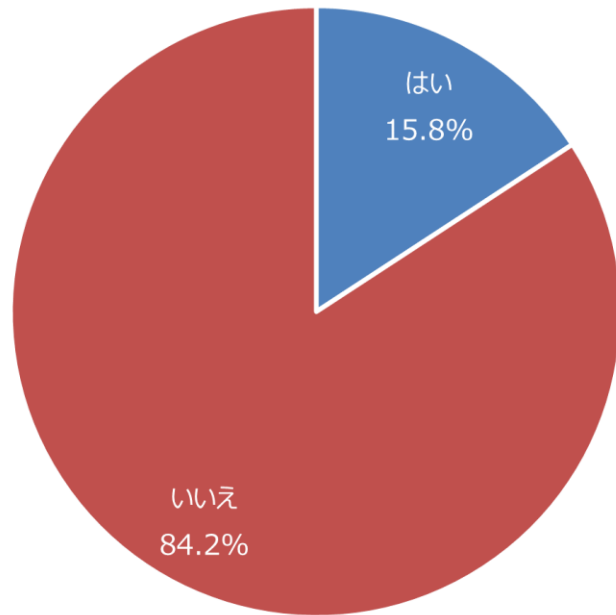
■ 60代以上



■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）



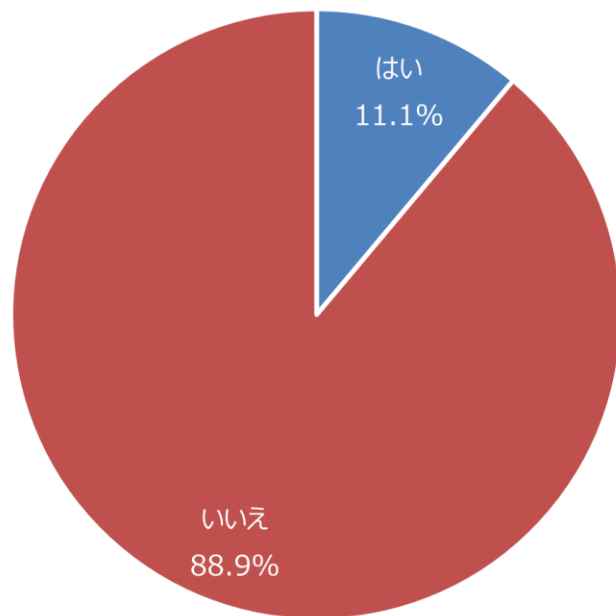
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）



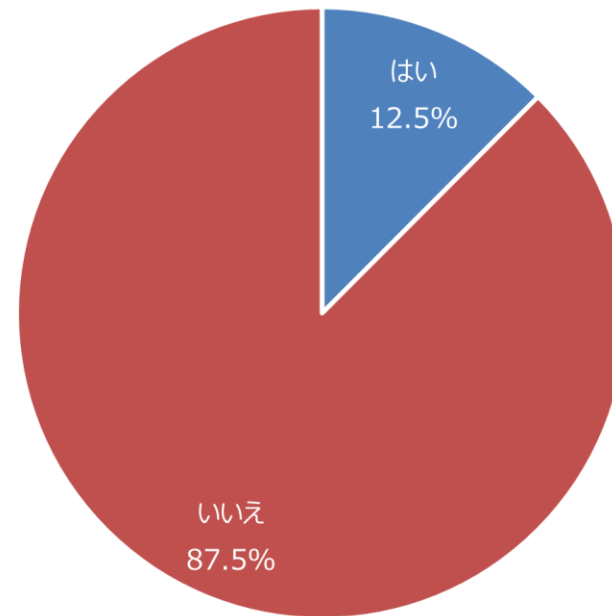
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）



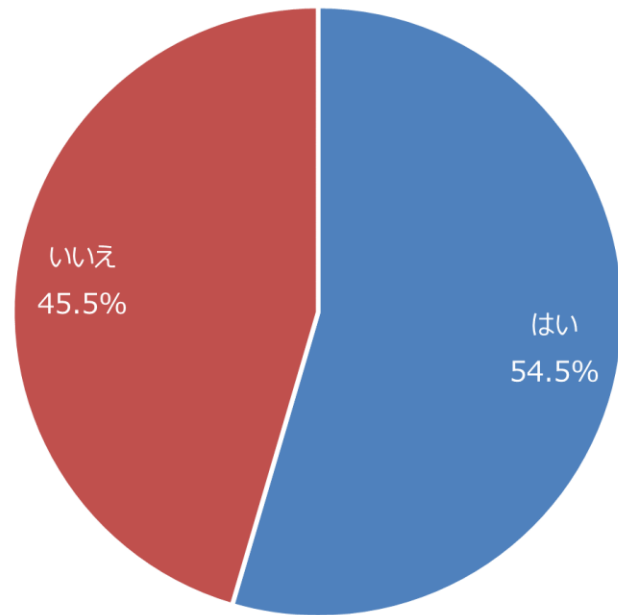
■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）



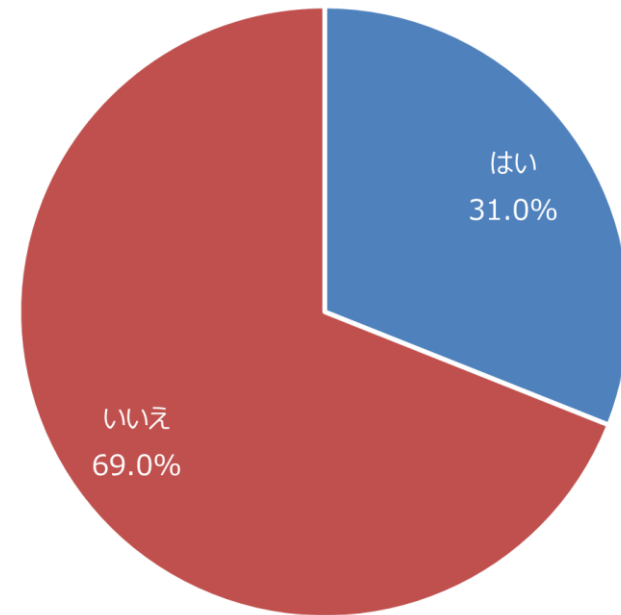
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）



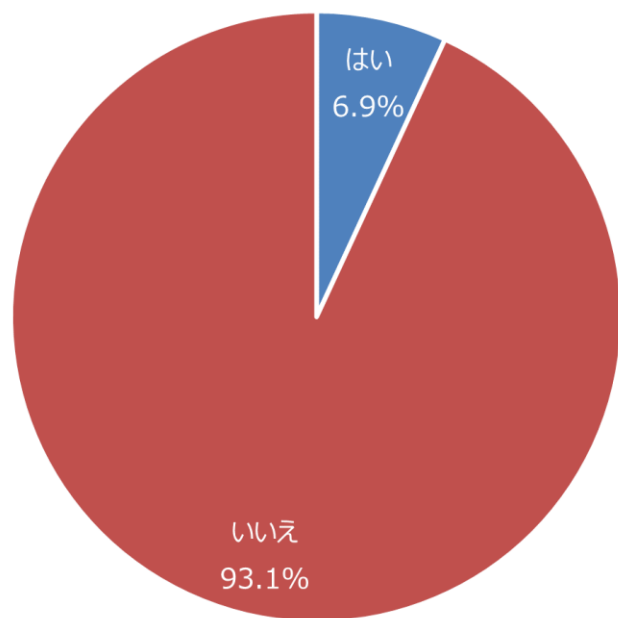
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）



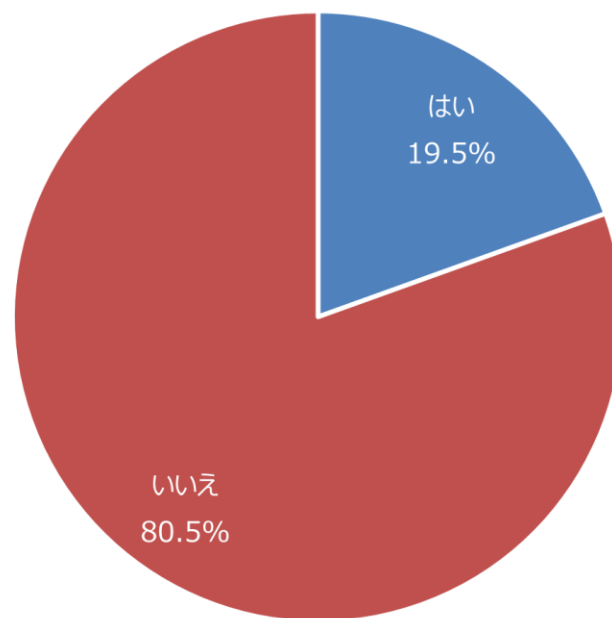
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）



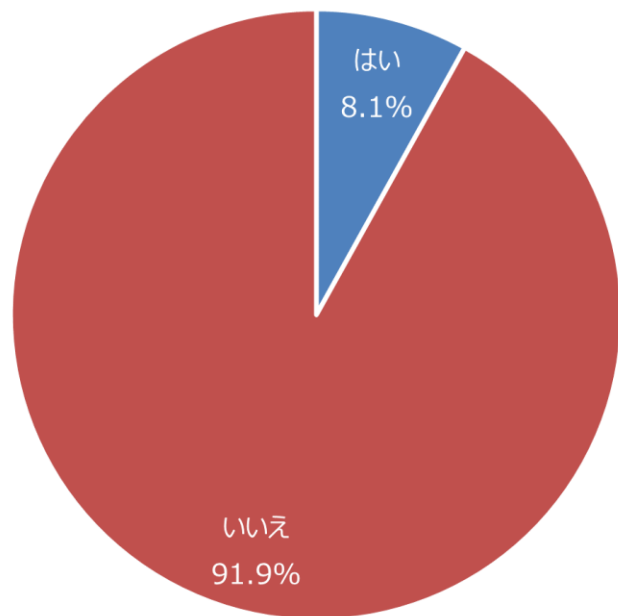
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）



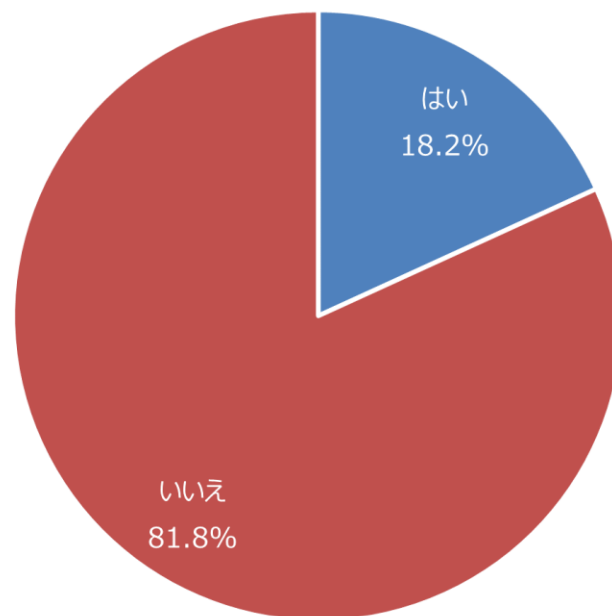
■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.上記診断やアンケートを通して、あなたの興味・関心・行動に合わせた商品やコンテンツなどの提案を受けたことがありますか？

■青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）



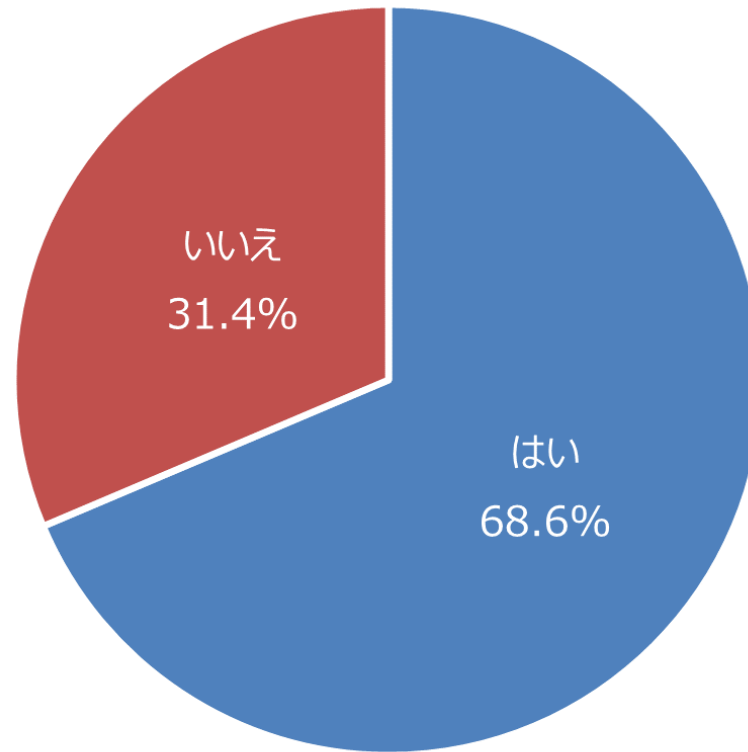
■セカンドライフ（65歳～）



■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 全体

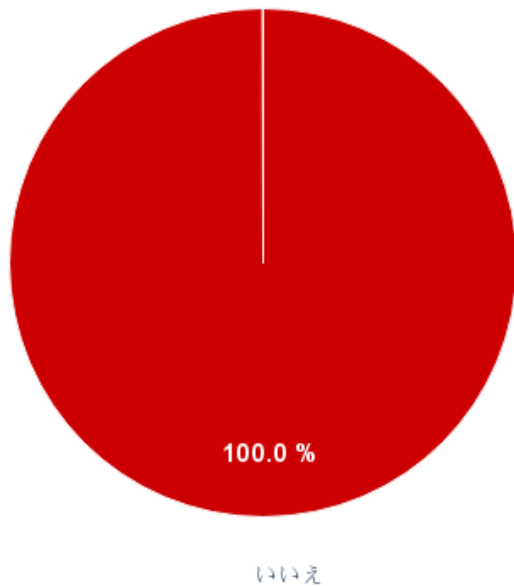


提案を受けてその後商品やサービスを購入をしたことがあるのは10代では0%。この世代は提案をされても自分がいいと思わなかったものは購入にはつながらないようだ。それ以外の世代では提案された場合7割前後は購入につながっていることがわかる。

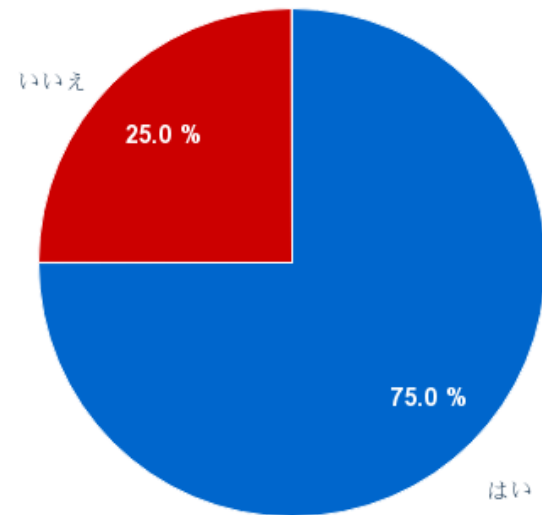
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q15.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 10代



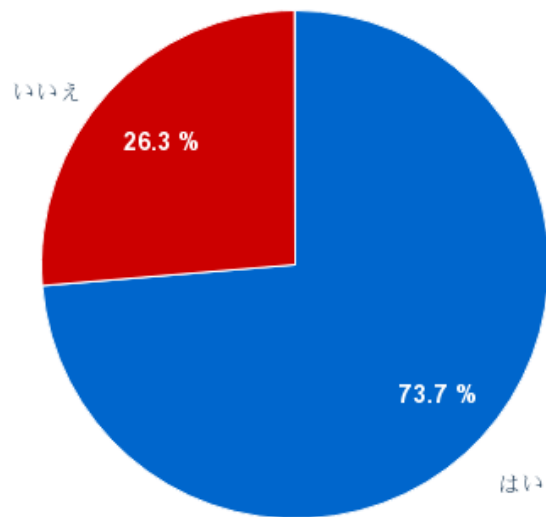
■ 20代



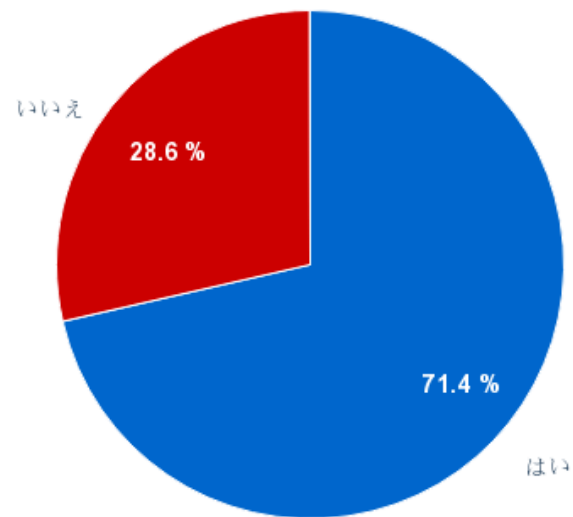
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q15.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 30代



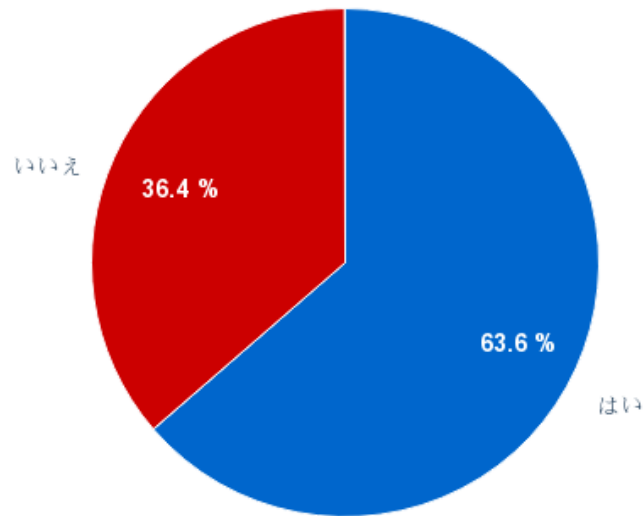
■ 40代



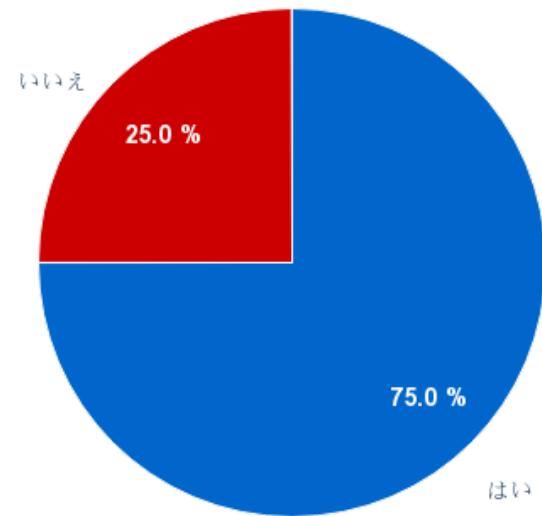
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q15.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 50代



■ 60代以上



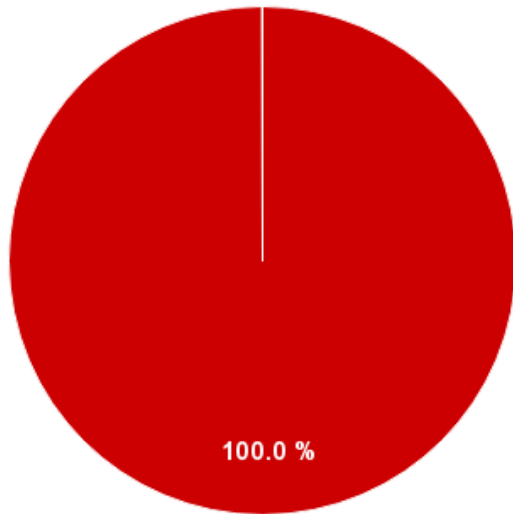
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）

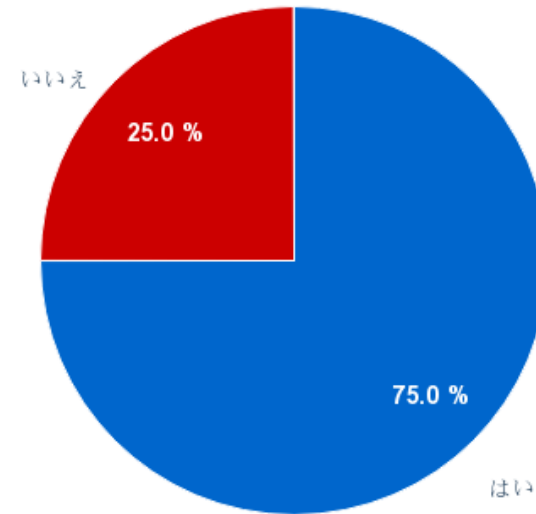
■ 若手シングル（単身就業者／25～39歳）

(回答数: 3)



いいえ

(回答数: 12)



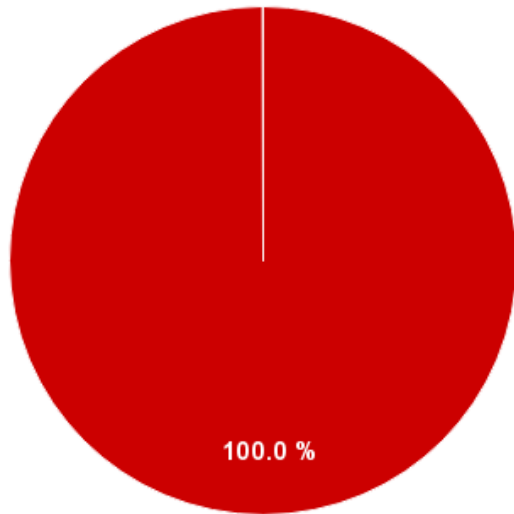
はい

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 中堅シングル（単身就業者／40～49歳）

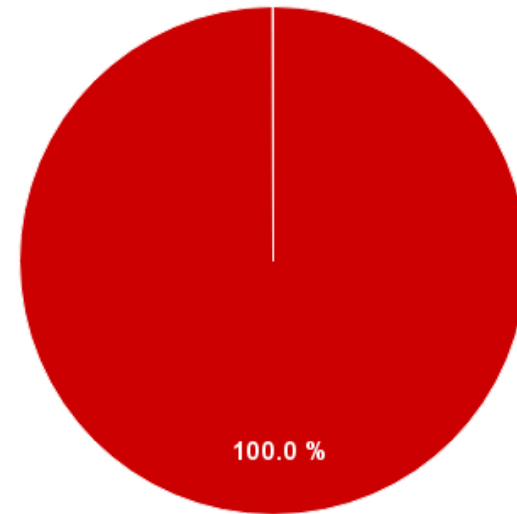
(回答数: 1)



いいえ

■ ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

答者 (回答数: 1)



いいえ

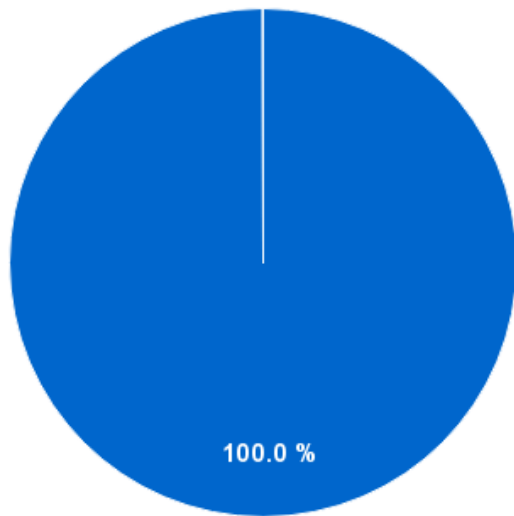
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

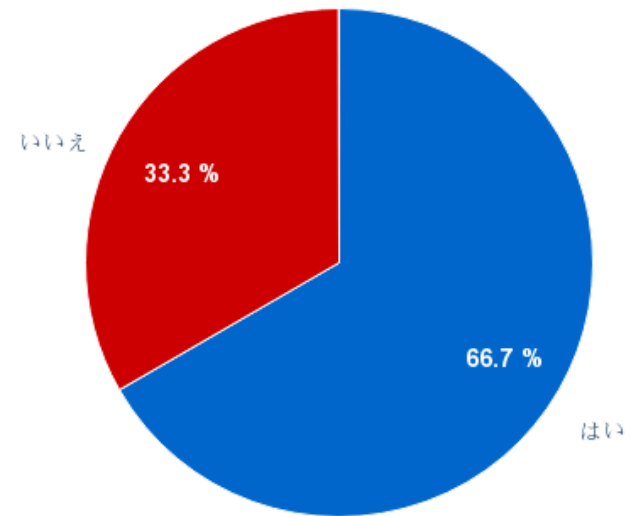
■ ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）

回答者（回答数：6）



はい

回答者（回答数：9）



はい

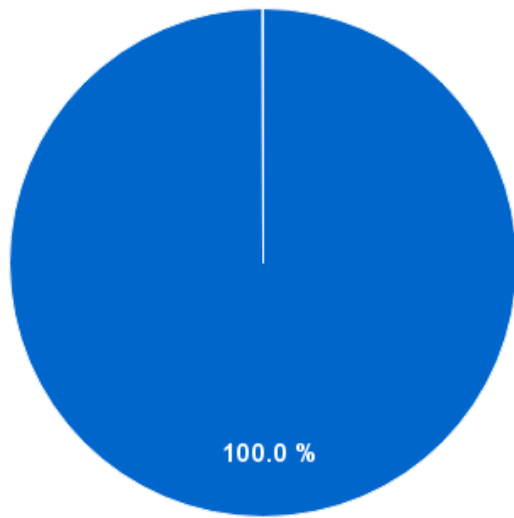
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）

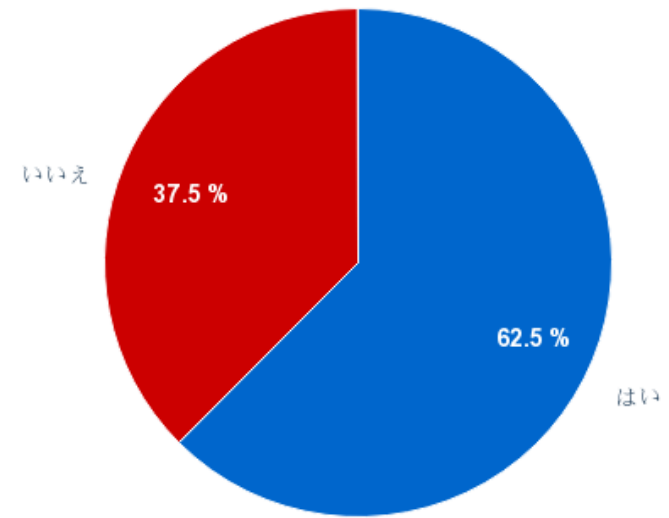
■ 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

回答者 (回答数: 2)



はい

回答者 (回答数: 8)



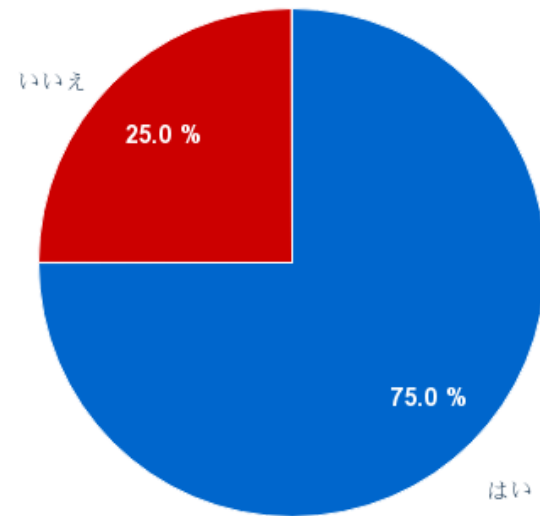
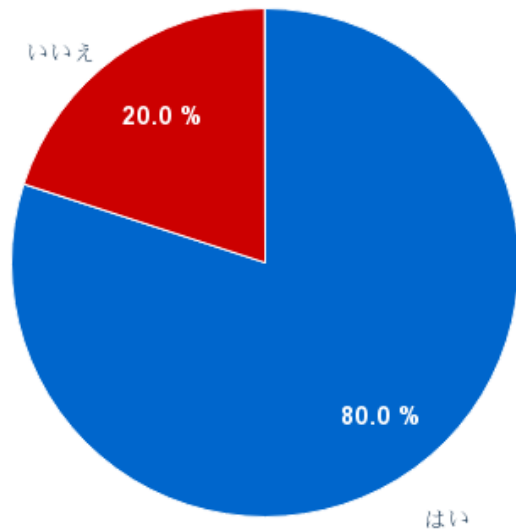
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.提案を通して実際に商品購入やサービス利用をしたことがありますか（していますか）？

■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

■ セカンドライフ（65歳～）

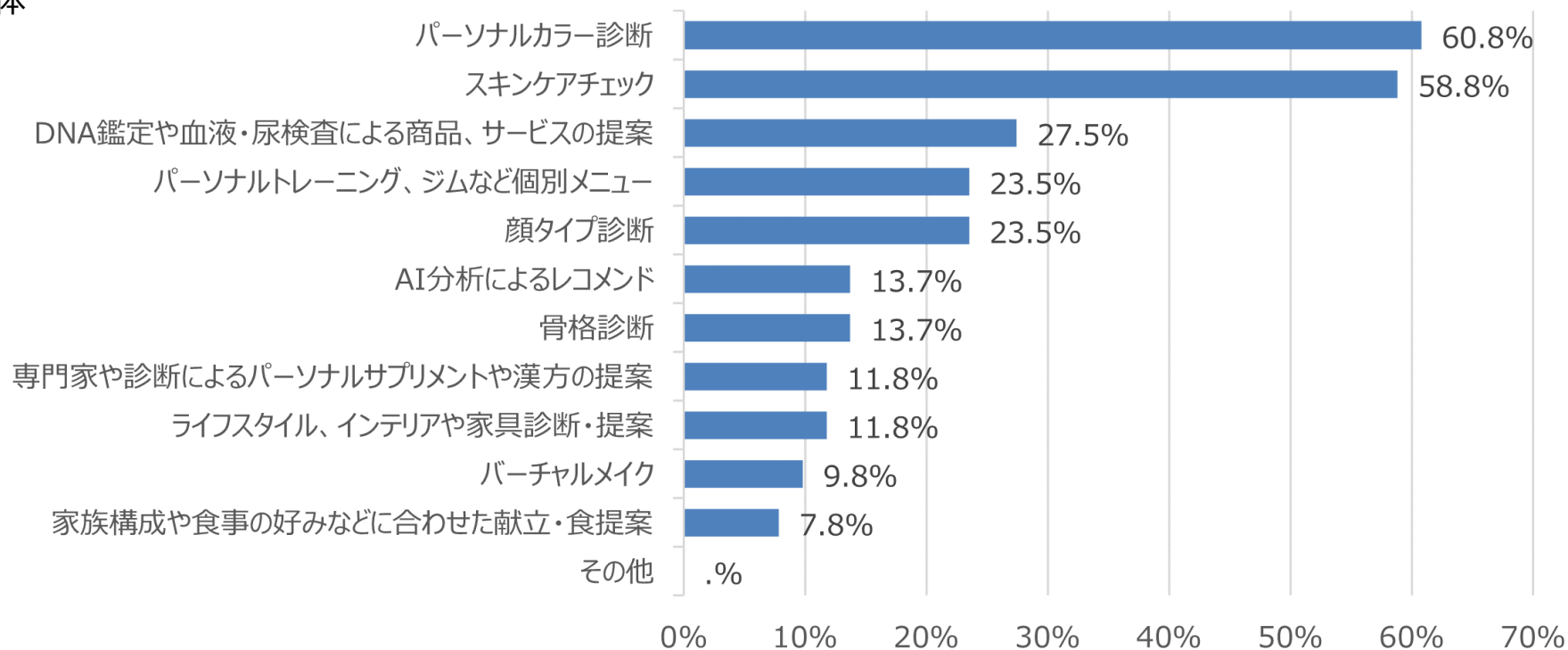
回答者(回答数: 5)



■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.実際に受けたことがあるものすべてにチェックしてください。

■全体



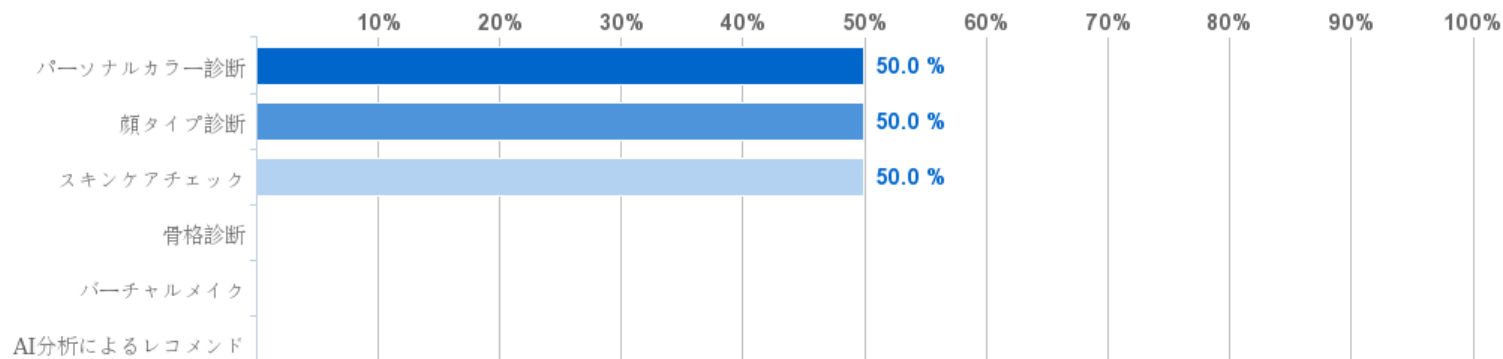
パーソナルカラー診断やスキンケアチェックなどはアプリやデパートの量販店などでも手軽に行えることから、どの世代でも受けたことのある人は多い。特徴的なのは20代～30代の世代だ。最新のバーチャルメイクやインテリア提案、など多岐にわたるパーソナライズサービスを受けたことがあると答えた人が多い。パーソナライズサービスへの意識、関心度が高いことがわかる。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.実際に受けたことがあるものすべてにチェックしてください。

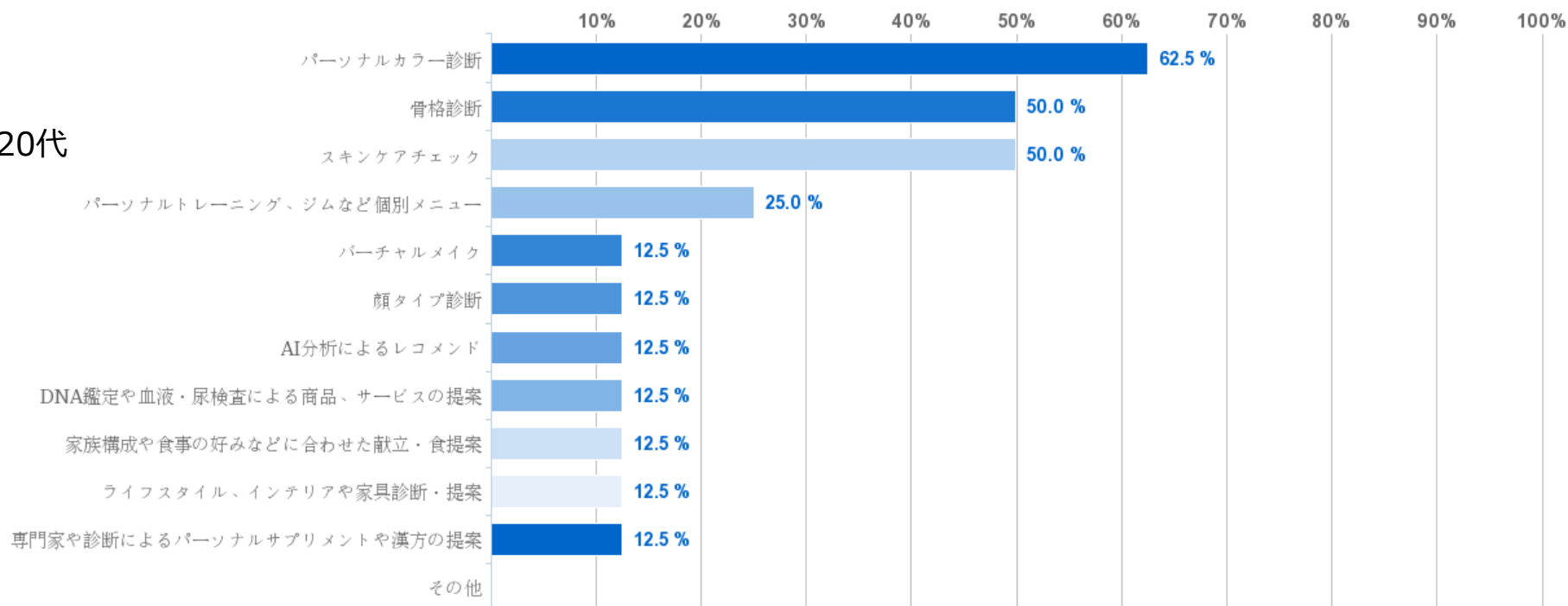
"Q1"で"10代"を選んだ回答者 (回答数: 2)

■ 10代



"Q1"で"20代"を選んだ回答者 (回答数: 8)

■ 20代

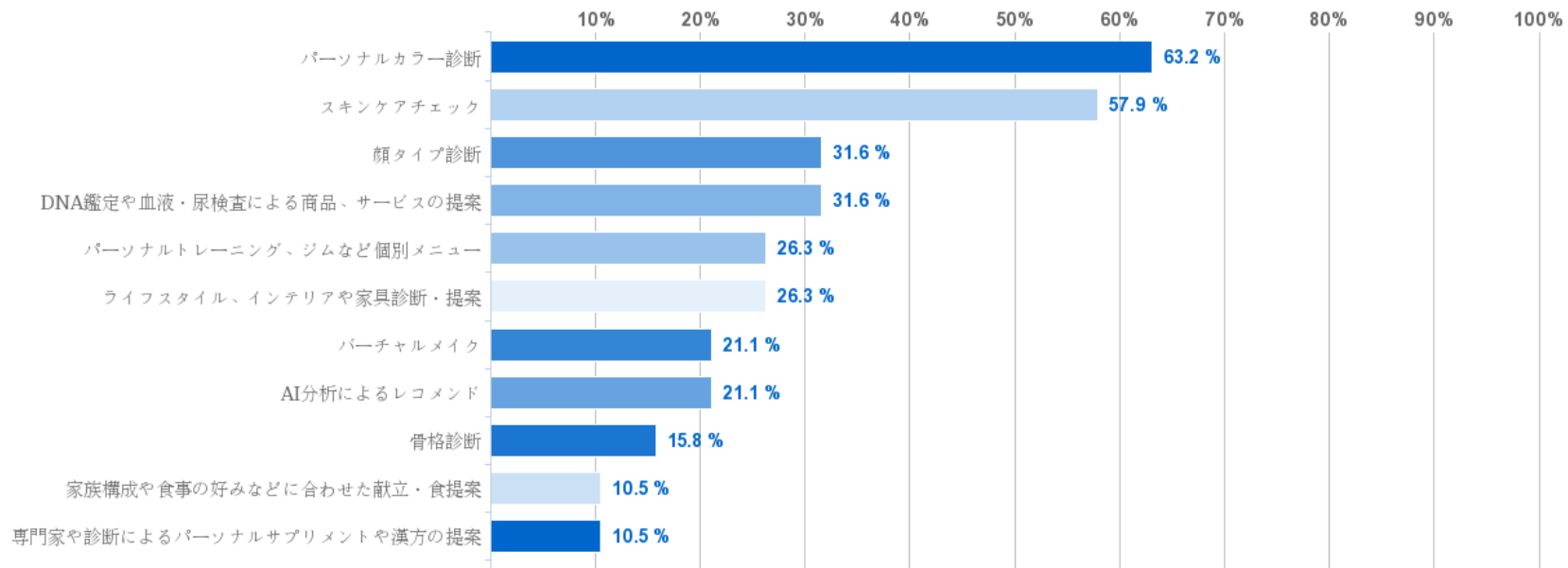


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.実際に受けたことがあるものすべてにチェックしてください。

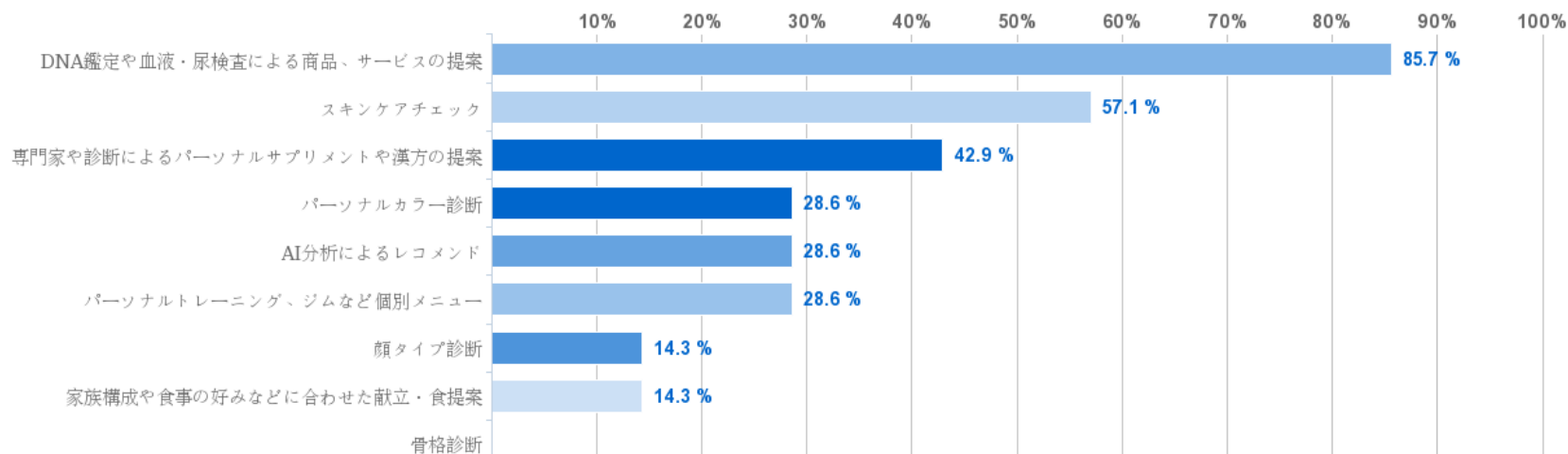
"Q1"で"30代"を選んだ回答者 (回答数: 19)

■ 30代



■ 40代

"Q1"で"40代"を選んだ回答者 (回答数: 7)

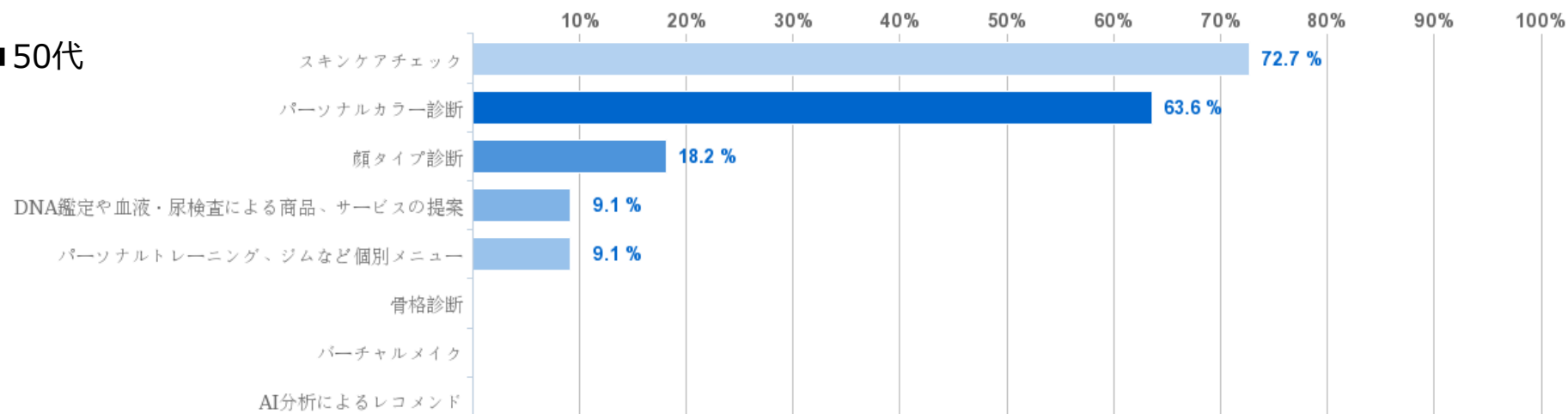


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.実際に受けたことがあるものすべてにチェックしてください。

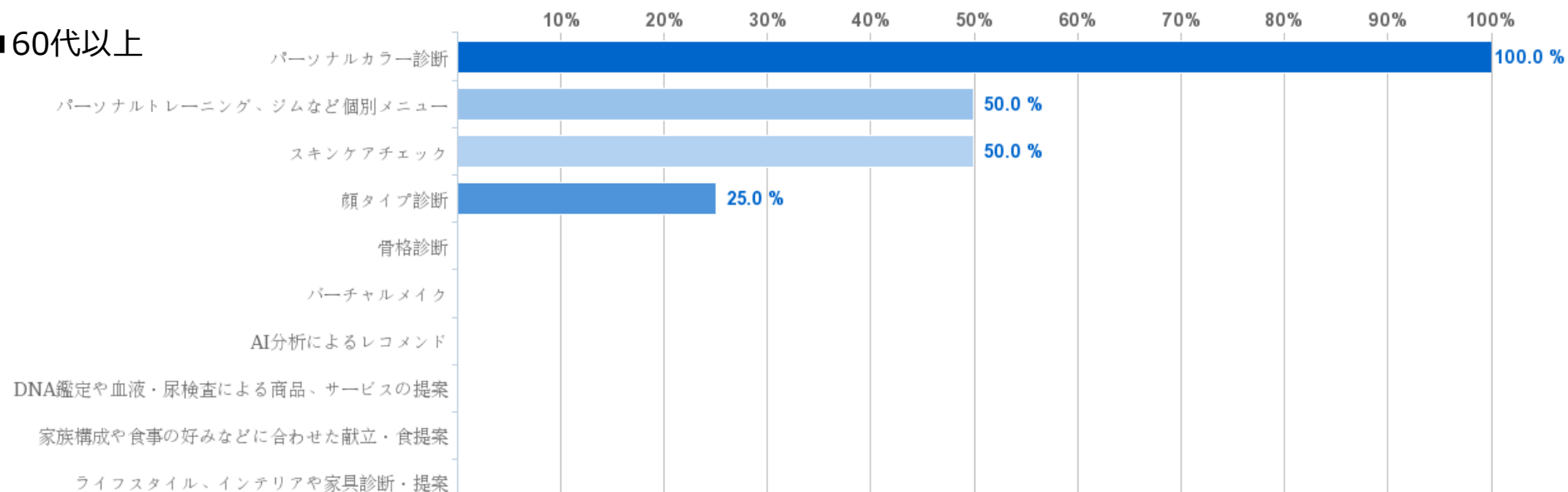
"Q1"で"50代"を選んだ回答者 (回答数: 11)

■ 50代



"Q1"で"60代以上"を選んだ回答者 (回答数: 4)

■ 60代以上



■あなたの買い物の仕方について教えてください

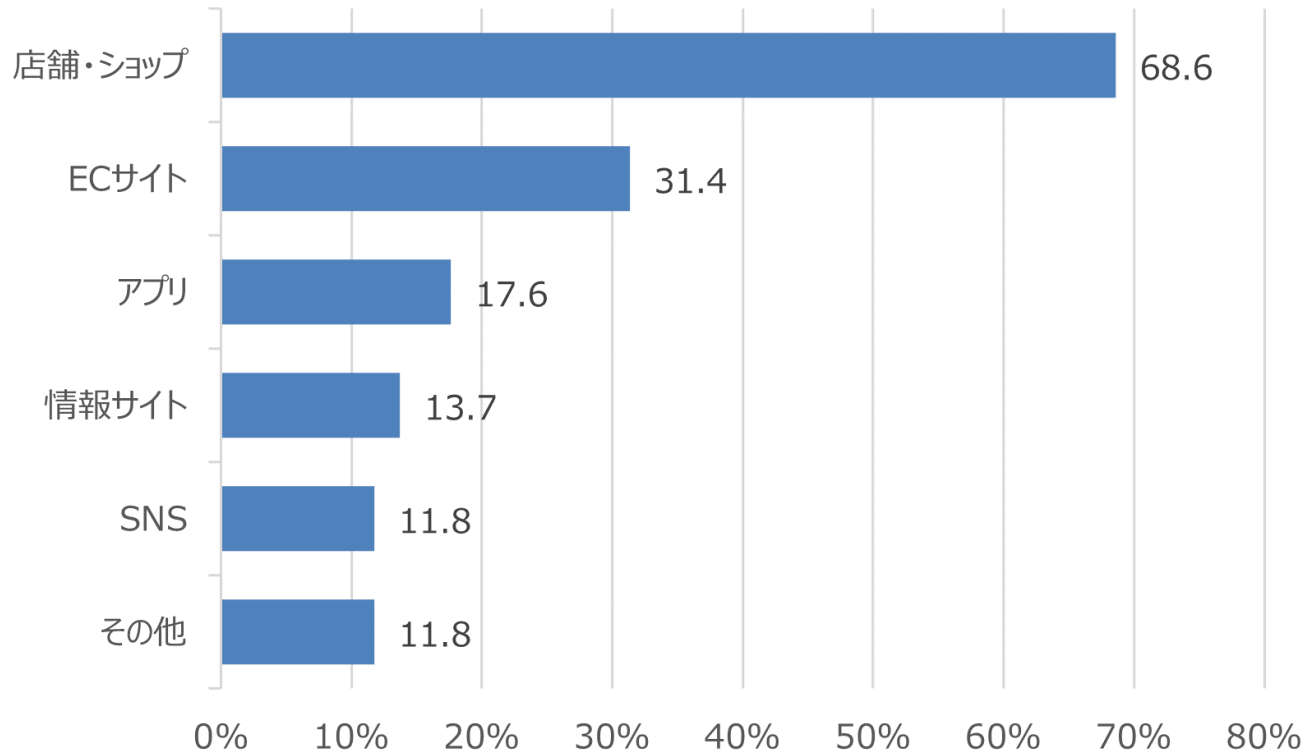
Q13. サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|--------------|---------------------------|--|
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | Finc |
| 30代 | 正社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | IPSA |
| 30代 | 契約社員 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | KATE SCAN、オルビスアプリ、conomeal kitchen、Snaq.me、airCloset |
| 20代 | 未就業・無職 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | SK-II |
| 30代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | youtube、tiktok |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | エスケーツー |
| 30代 | 専業主婦 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | オルビスのアプリ |
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | カラダチェックの腸活チェック |
| 60代以上 | 契約社員 | セカンドライフ（65歳～） | ゴルフ練習場に併設のジム |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | ソフィーナやパナソニックビューティでのスキンケアカウンセリング |
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | デパートのコスメショップの店頭 |
| 30代 | 未就業・無職 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | トレーニングジム |
| 30代 | アルバイト・パートタイム | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | パーソナルカラー 腸内環境検査 体質DNA検査 |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | ファンケル パーソナルワン |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | ヘルスケアシステムズのカラダチェック |
| 50代 | 正社員 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 資生堂、sk-II、西川 |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 小田急ハイレクのiPSA、個人経営のパーソナル診断 |
| 50代 | 専業主婦 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | 大丸百貨店の店舗でパーソナルカラー診断を受けた。 |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 尿で、腸内環境を調べるキット |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 美容室でのパーソナルカラー診断 ジムでのパーソナルトレーニング |

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.どこでそれらの提案を受けましたか？

■全体



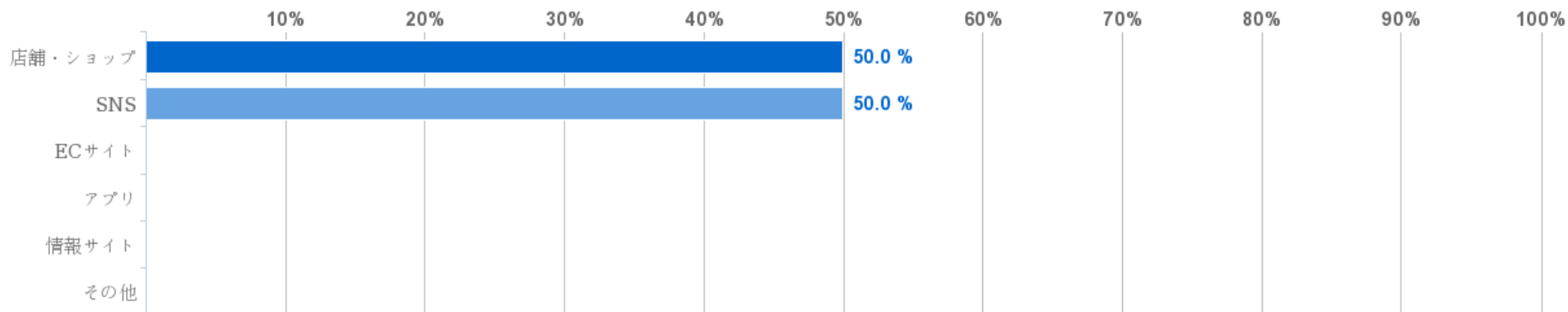
店舗・ショップで提案を受けた割合は、年代に比例して上がっていくことが分かった。10代では店舗・ショップと同率でSNSが上がってきており、検索の仕方やSNSの使い方も年代ごとで異なっていることがわかる。その他の項目では、知人・友人からの提案があがってきている。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.どこでそれらの提案を受けましたか？

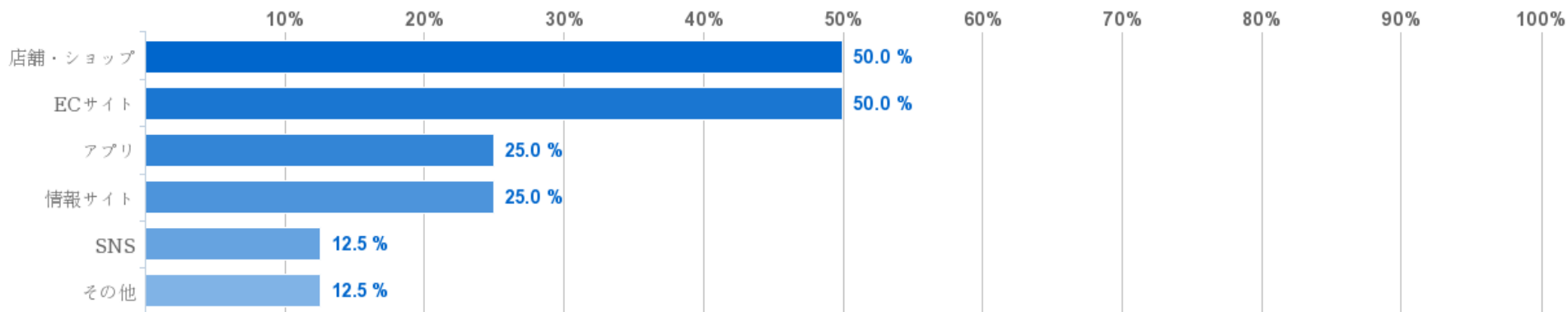
■ 10代

"Q1"で"10代"を選んだ回答者 (回答数: 2)



■ 20代

"Q1"で"20代"を選んだ回答者 (回答数: 8)

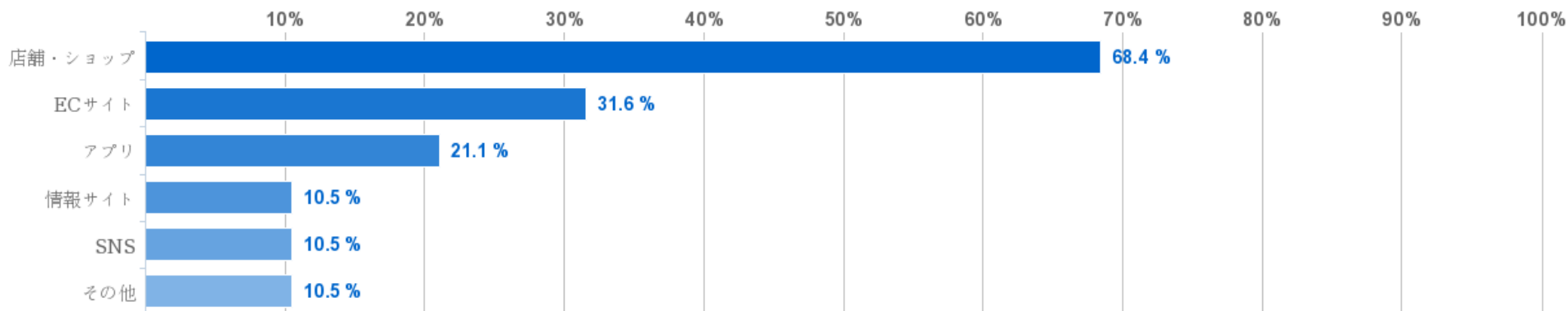


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.どこでそれらの提案を受けましたか？

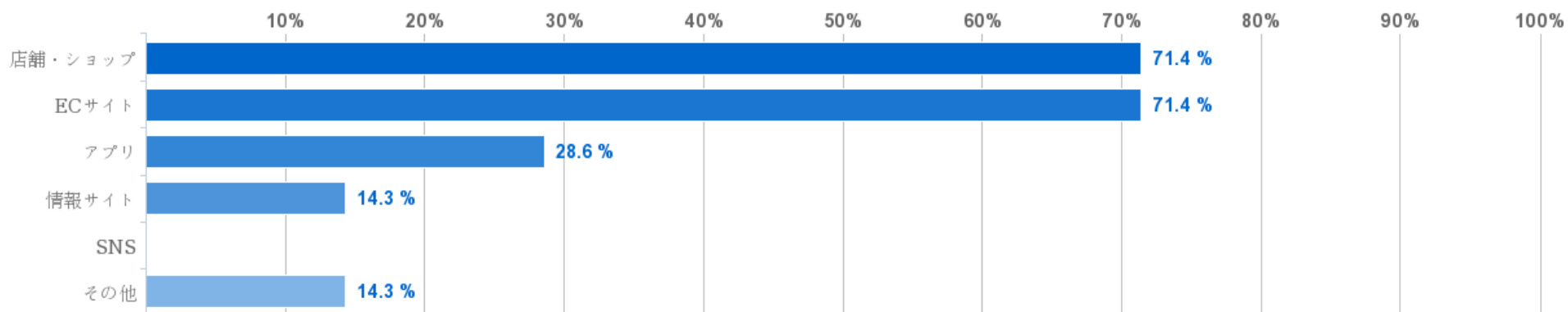
■ 30代

"Q1"で"30代"を選んだ回答者 (回答数: 19)



■ 40代

"Q1"で"40代"を選んだ回答者 (回答数: 7)

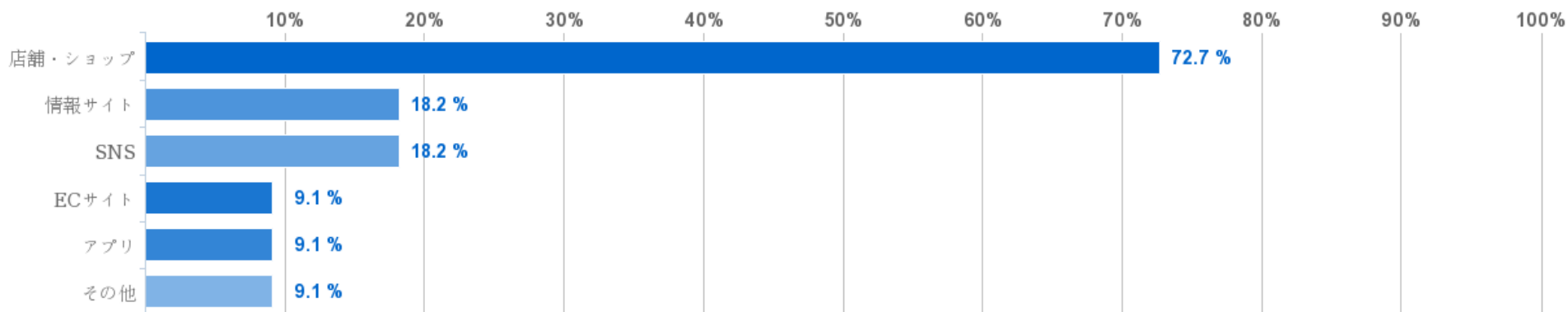


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.どこでそれらの提案を受けましたか？

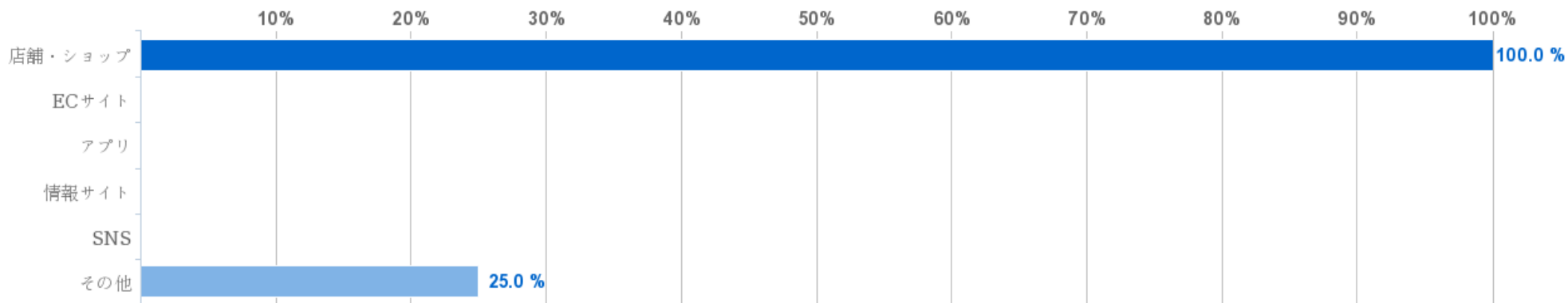
■ 50代

"Q1"で"50代"を選んだ回答者 (回答数: 11)



■ 60代以上

"Q1"で"60代以上"を選んだ回答者 (回答数: 4)



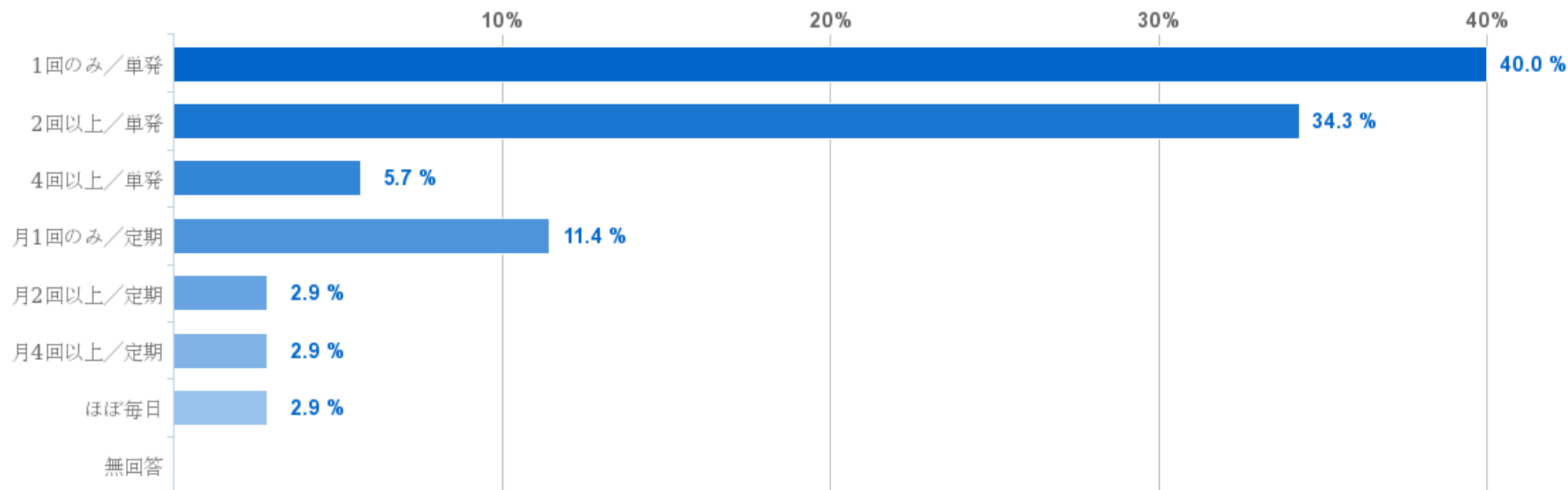
■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q14.提案を受けた内容は具体的にどのような商品やコンテンツですか？※回答一部抜粋

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|--------------|---------------------------|---|
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | 食生活で、炭水化物の摂取がやや多いことと、腸の調子、便秘気味とか、食生活の改善などのアドバイス |
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | 化粧品（ファンデーション） |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 似合う洋服の色。髪の色。より健康的な整った体になるために |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 百貨店でパーソナルカラーの診断を受けて、それに合わせたコスメを提案していただきました。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 色彩診断で、自分に似合う色の診断を受け、ファッションの選び方について提案をされた。 |
| 40代 | 正社員 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | 骨格診断 顔タイプ診断 パーソナルカラー診断 トレーニングはライザップのEXPAにて個別で予約 |
| 50代 | 専業主婦 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | パーソナルカラー診断。 |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 尿検査で体のサビ具合はわかり、サプリメントの提案を受けるもの。 |
| 30代 | 正社員 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | プロテイン |
| 30代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 子供がよく見る動画からおすすめ動画を紹介 |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 自分に似合うカラー |
| 20代 | 専業主婦 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | ポイントメイクの似合う色、自分の骨格に合う服 |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 洋服、化粧品 |
| 30代 | 契約社員 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | AIの顔タイプ分析、AIの献立提案、おやつ診断、スタイリストの洋服提案 |
| 20代 | 専業主婦 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | コーディネート |
| 20代 | アルバイト・パートタイム | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 肌の色を聞きました。ベースメイクの参考になりました。 |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分の肌の質にあった化粧品の提案 |

■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q16.どのくらいの頻度で購入・利用していますか（していましたか）？
一番近いものをお選びください。



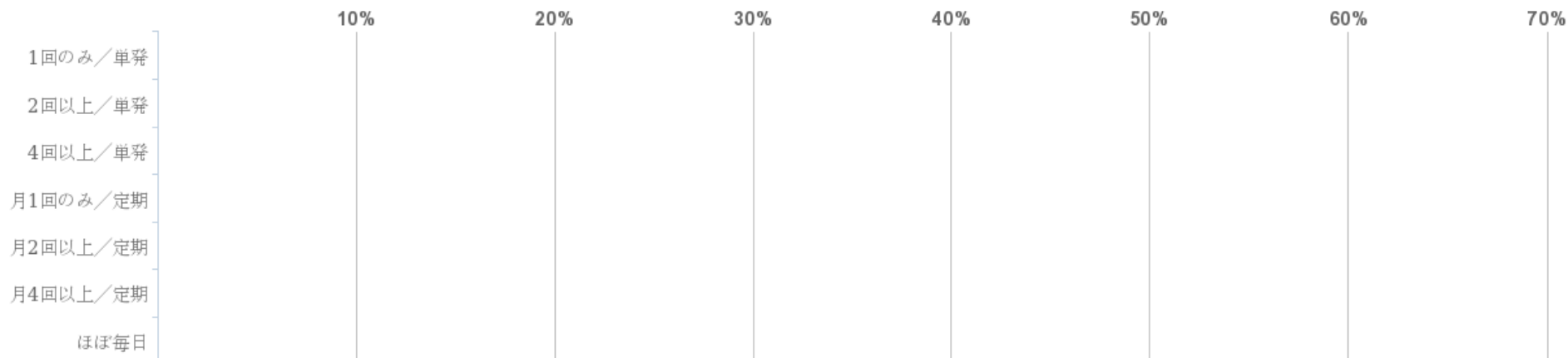
単発での購入利用をしたことがあるのが1回～4回を合わせると約8割。パーソナライズを定期で利用している年代は30代、属性では乳幼児ママが一番多かった。乳幼児ママに至っては、「月2回以上」、「ほぼ毎日」と利用している人が半数で、自分向けの商品を選ぶ時間がない層がパーソナライズを参考に商品購入につながっているのではないかと思われる。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q16.どのくらいの頻度で購入・利用していますか（していましたか）？
一番近いものをお選びください。

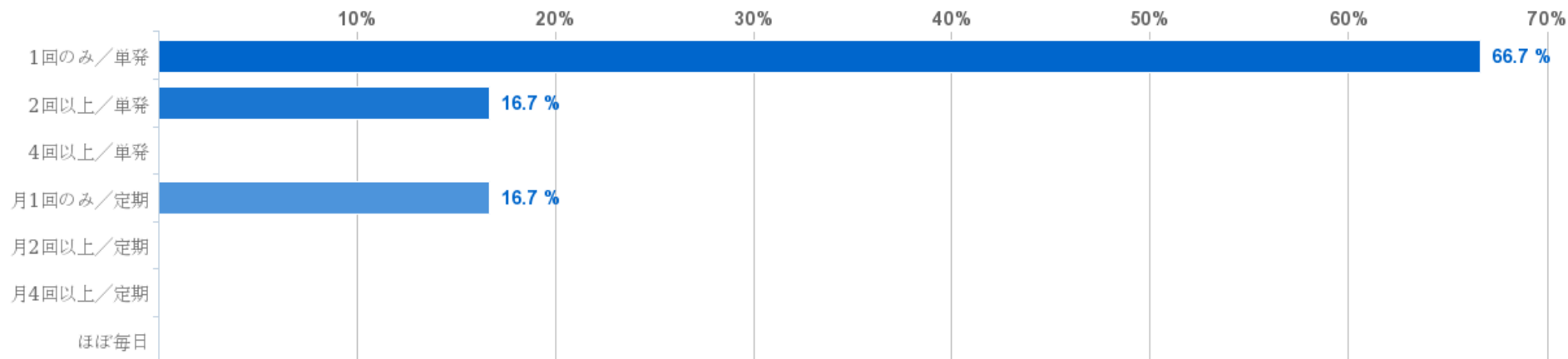
■ 10代

"Q1"で"10代"を選んだ回答者 (回答数: 0)



■ 20代

"Q1"で"20代"を選んだ回答者 (回答数: 6)

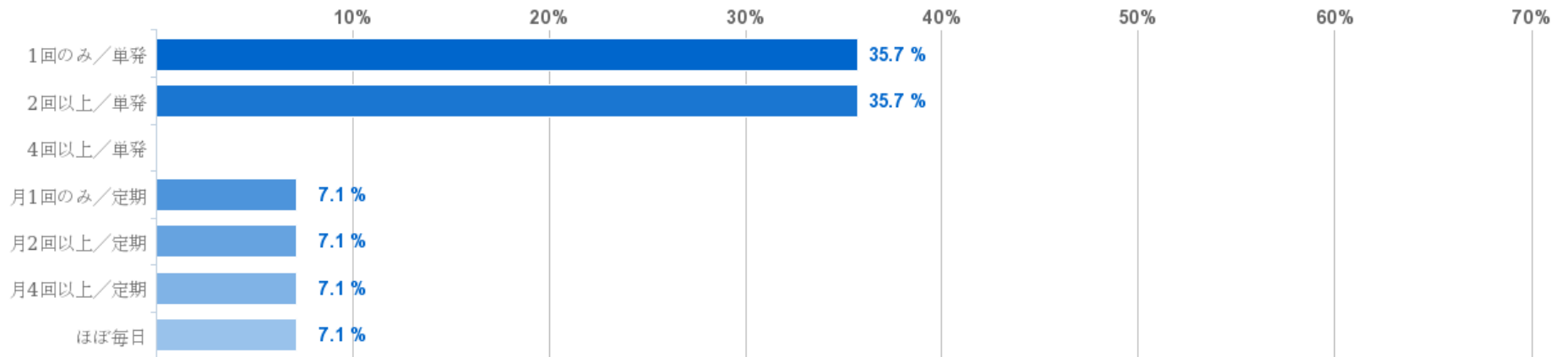


■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q16.どのくらいの頻度で購入・利用していますか（していましたか）？
一番近いものをお選びください。

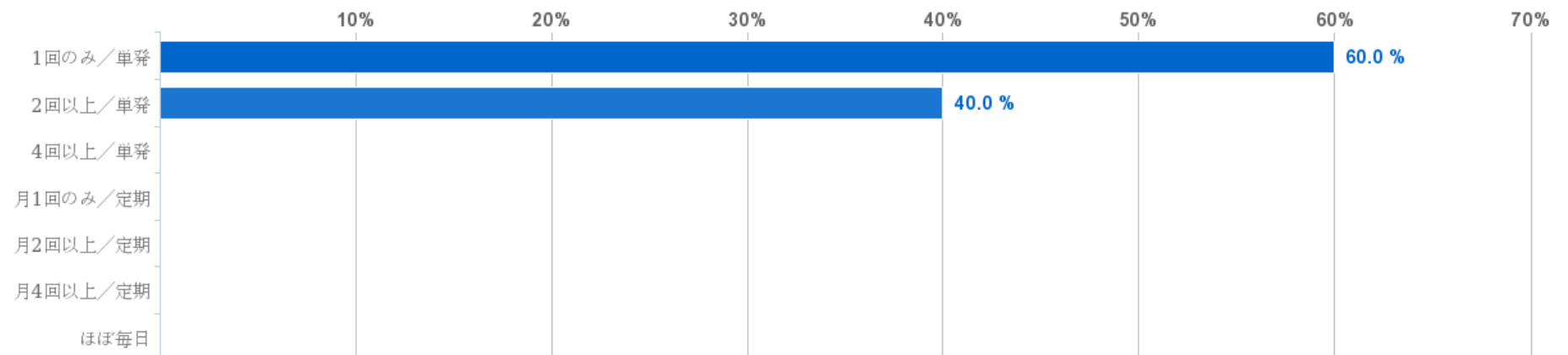
■ 30代

"Q1"で"30代"を選んだ回答者(回答数: 14)



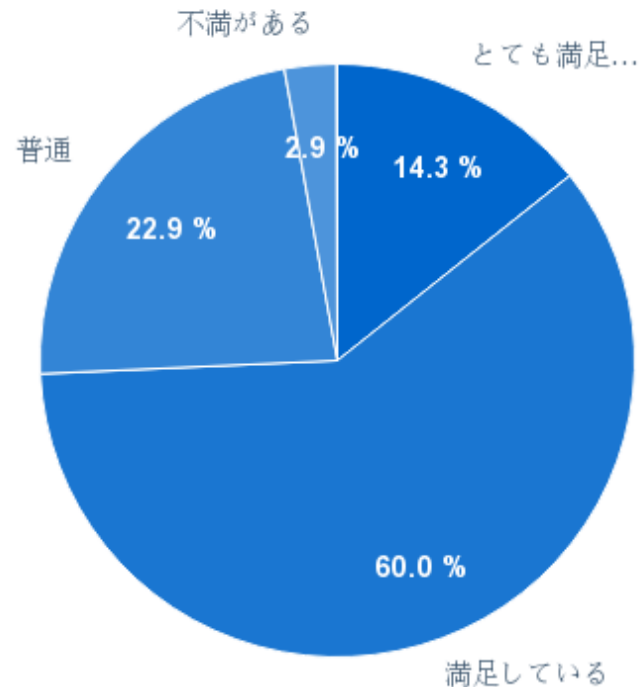
■ 40代

"Q1"で"40代"を選んだ回答者(回答数: 5)



■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。



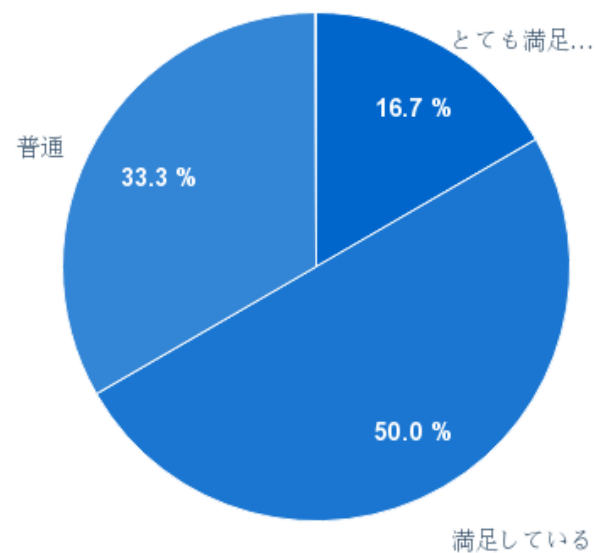
サービスに対する満足度は「とても満足している」と「満足している」を合わせると7割を超える。属性ではベビ待ち、ベビなし、子どもを抱える世帯の満足度が高い傾向があった。それぞれ自分の好みと違うものが提案されたとしても、前向きに取り入れてみて新たな発見があったと回答する人が多かった。反対に60代以上のセカンドライフ層は、自分の好みと異なる提案をされた場合、違和感が残り満足度につながらないようだ。

■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

■ 10代
データなし

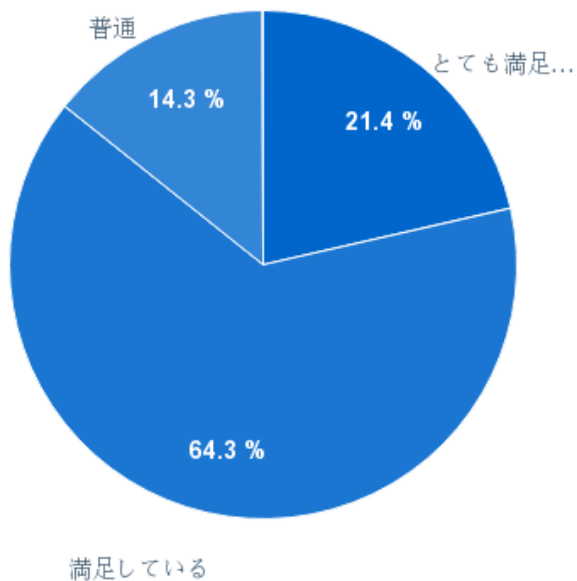
■ 20代



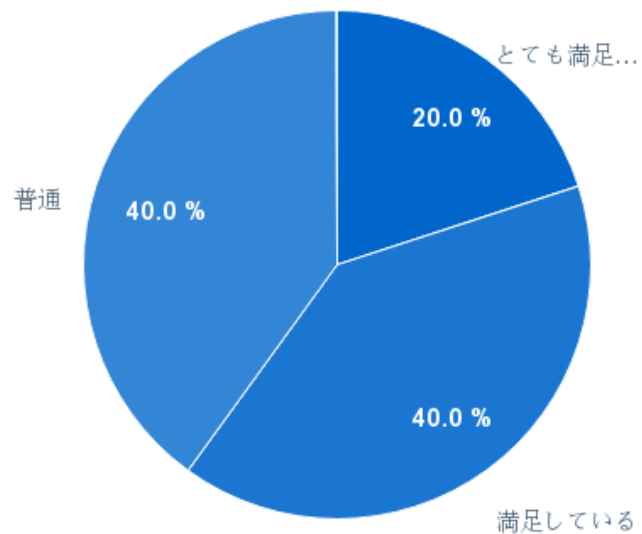
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

■ 30代



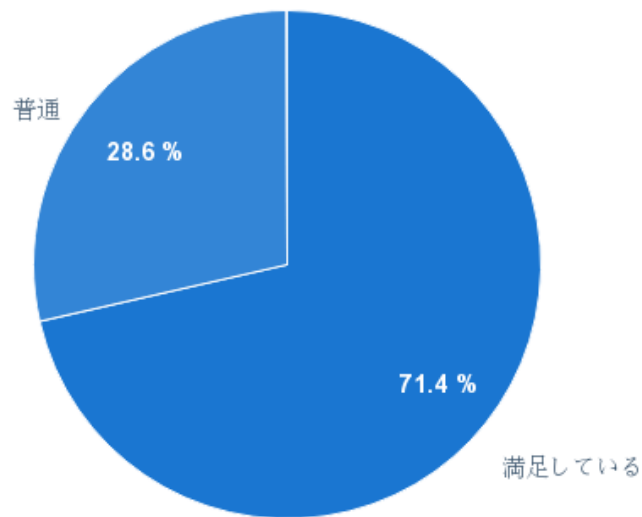
■ 40代



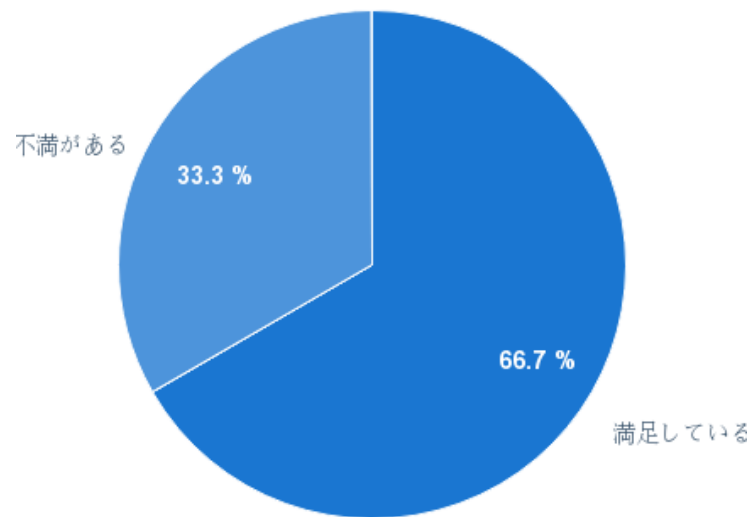
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

■ 50代



■ 60代以上

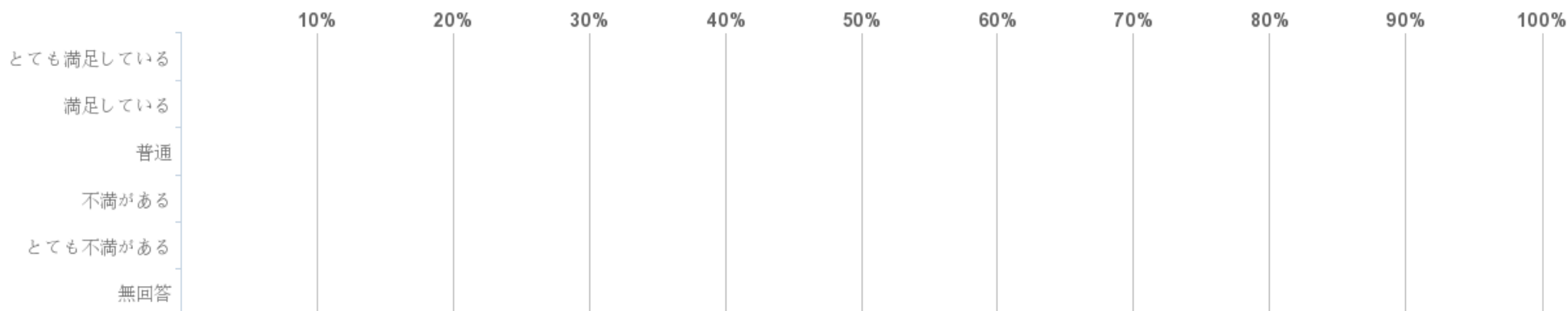


■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

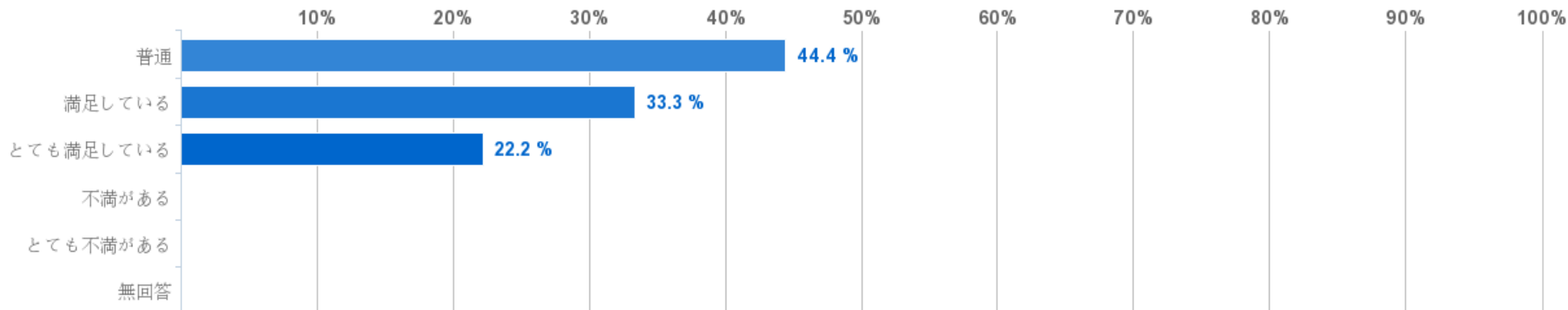
■プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）

"Q4"で"プレ社会人（未就業・学生／15～24歳）"を選んだ回答者（回答数: 0）



■若手シングル（単身就業者／25～39歳）

"Q4"で"若手シングル（単身就業者／25～39歳）"を選んだ回答者（回答数: 9）

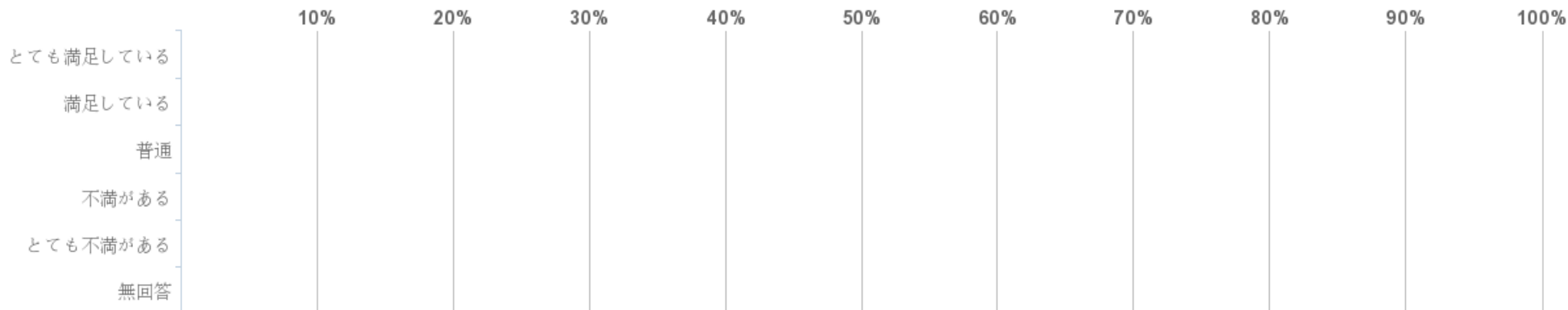


■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

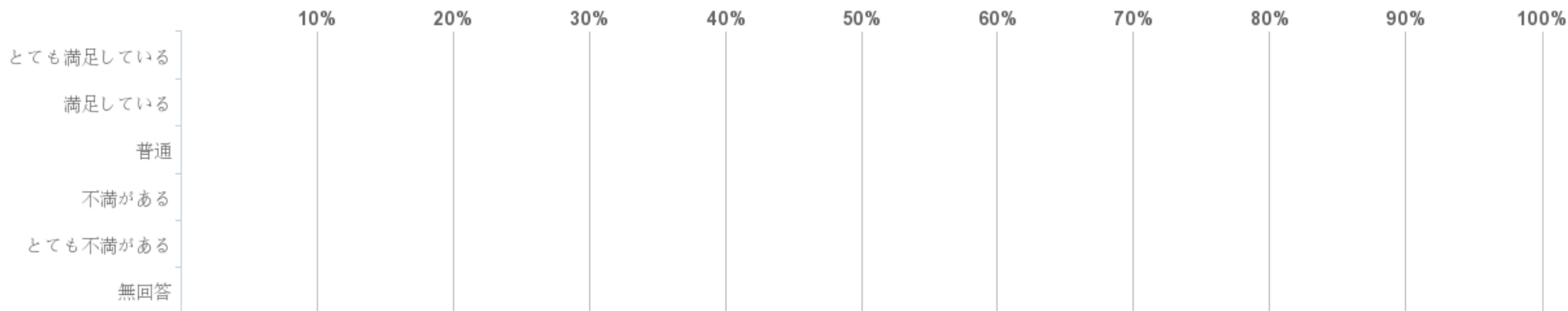
■中堅シングル（単身就業者／40～49歳）

"Q4"で"中堅シングル（単身就業者／40～49歳）"を選んだ回答者（回答数: 0）



■ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）

"Q4"で"ベテランシングル（単身就業者／50～64歳）"を選んだ回答者（回答数: 0）

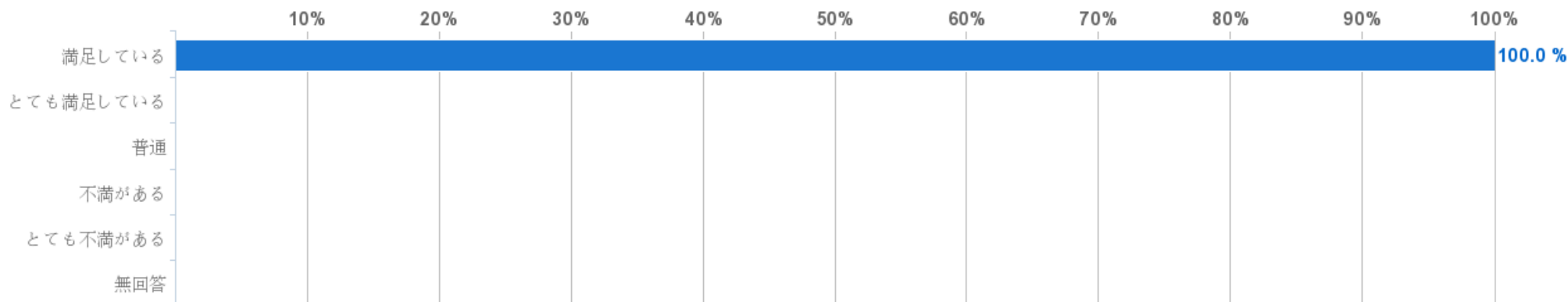


■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

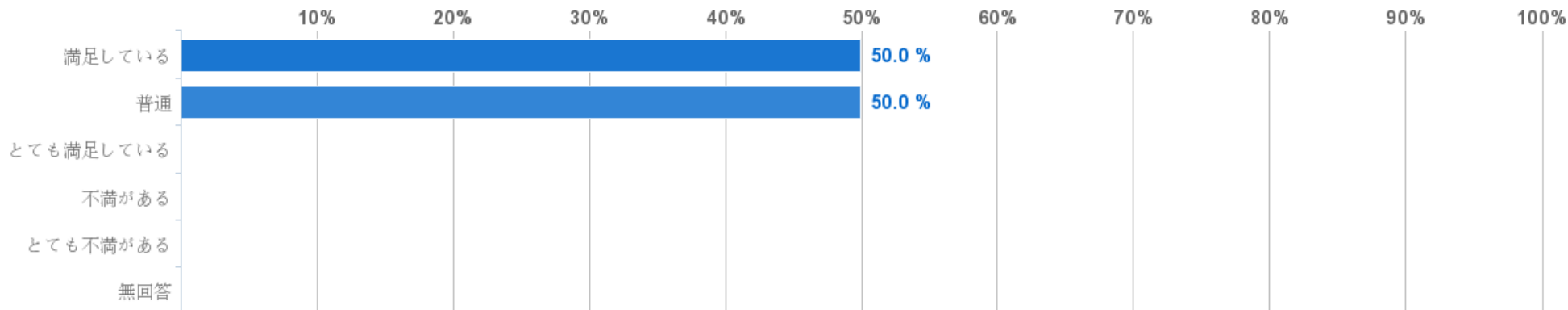
■ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）

"Q4"で"ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳）"を選んだ回答者（回答数: 6）



■ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）

"Q4"で"ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳）"を選んだ回答者（回答数: 6）

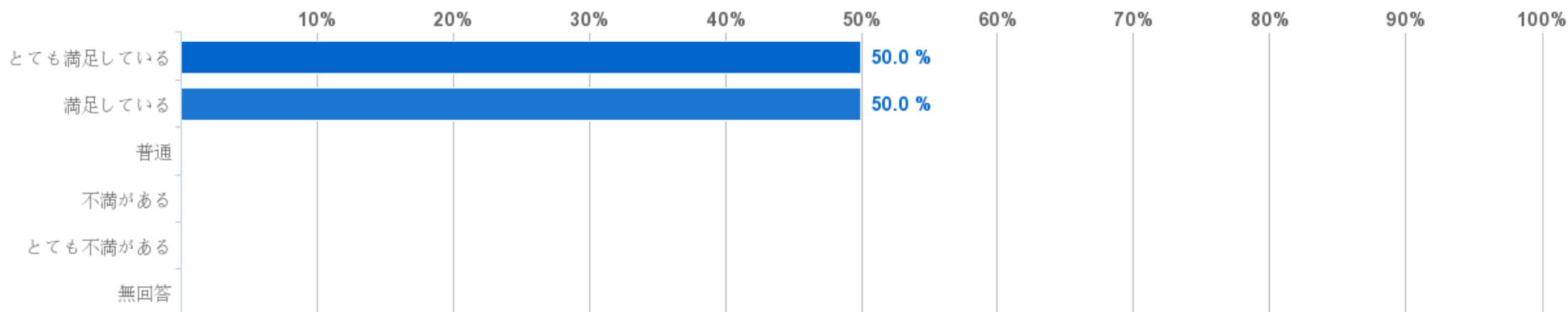


■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

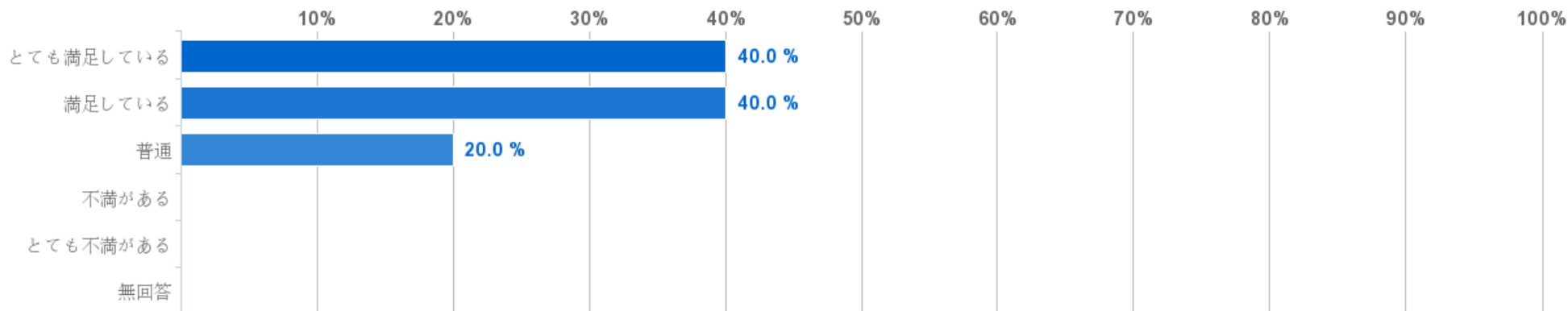
■乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）

"Q4"で"乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳）"を選んだ回答者(回答数: 2)



■児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）

"Q4"で"児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳）"を選んだ回答者(回答数: 5)

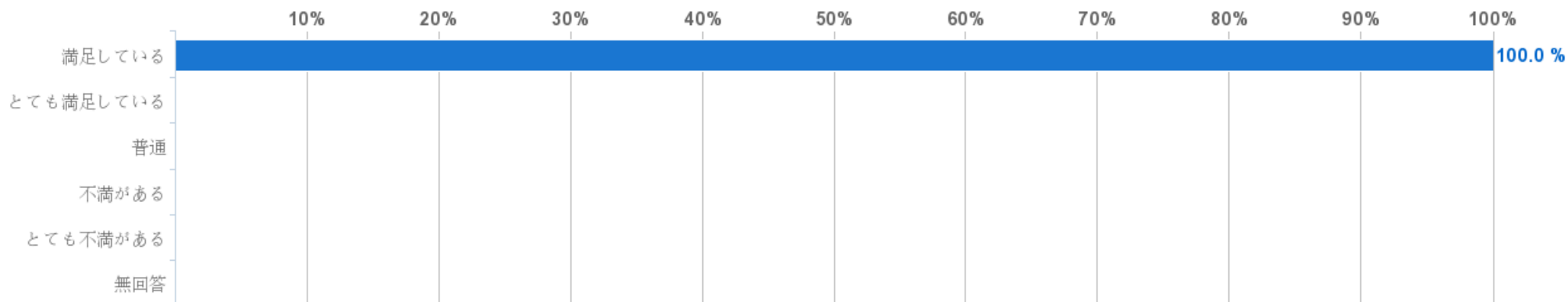


■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q17. 購入した商品、利用したサービスに対する満足度を教えてください。

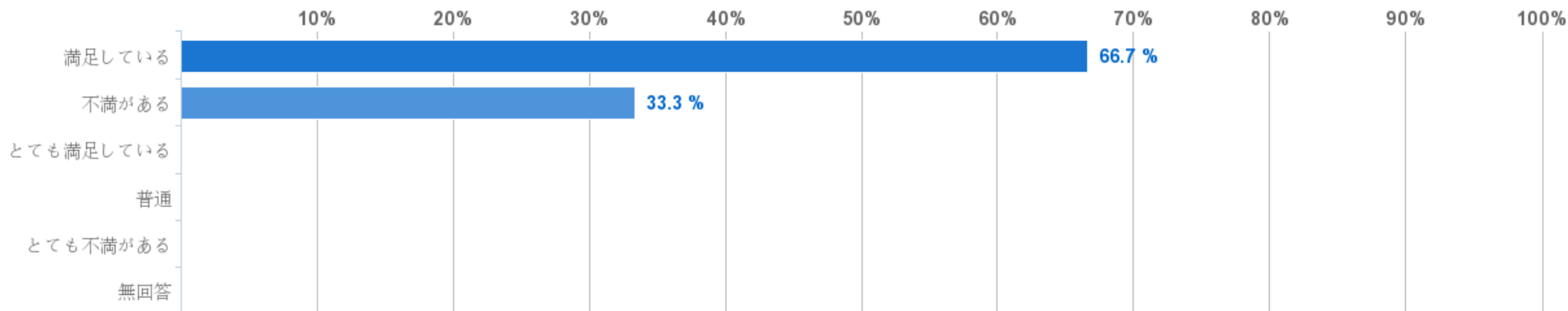
■ 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）

"Q4"で"青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳）"を選んだ回答者(回答数: 4)



■ セカンドライフ（65歳～）

"Q4"で"セカンドライフ（65歳～）"を選んだ回答者(回答数: 3)



■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q18. 提案内容や購入した商品や利用したサービスに対する感想をお聞かせください。 ※回答一部抜粋（1/2）

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|--------------|---------------------------|---|
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | アラフォーなので、一度、詳しく体の内部のことを知りたかったです。データからわかる事を詳しく知ることができ、前向きになれたし、改善点も知ることで、日々の習慣を改めるきっかけになりました。 |
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | その時は肌に合うような化粧水や化粧品を教えてくれたので、使用した感じでその中で良かったと思ったものを購入した。良かった。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | パーソナルトレーニング、まだ2回目だけれども続けようと思っている。 |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | リップやチークなどカラーメイクの製品から色がよく見えるものを提案していただき、その中でも仕事でも使えるリップとプライベート向きのリップを1本ずつ購入しました。ちょっと派手かな？と思う色で自分では選ばないような色だったのですが、つけてみると色が明るく見えて周りの人からの評判も良いので満足しています。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 一口に、自分の似合う色といわれても、実際に、その提案を受け入れ、洋服などを見つけたとしても、身に着けると、自分の中での違和感が残った。似合う色と好きな色の、ギャップがあると思った。 |
| 50代 | 専業主婦 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | 好きな色と似あう色は違うのだということを知って、買い物の参考にしているし、コーディネートするときにも役に立っていると思う。 |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | 今までの自分の色選びで間違ってたなとわかり安心した |
| 30代 | 正社員 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | 指導通りに買ったプロテインを飲んで運動も体調もばっちり満足しています |
| 30代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 自分にあった新しい出会いや発見があるので楽しい |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 自分に合った色やデザインなので似合う |
| 20代 | 専業主婦 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | 自分に合っている色や形の服、化粧品だと思ったので、これからも参考にしていきたい。 |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分の肌の性質に合った化粧品が選べるから |

■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q18. 提案内容や購入した商品や利用したサービスに対する感想をお聞かせください。 ※回答一部抜粋（2/2）

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|------|-------------------------|---|
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分の肌を客観的に分析して、アドバイスもらえるところがわかりやすく普段のお手入れにも参考になるのでとても助かります |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 自分向けの商品を使っていると思える |
| 50代 | 正社員 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 商品は悪くないが、果たしてどこまで自分に合っているかいまいち効果、効能に実感がない。 |
| 30代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 新しいものが知れていい |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 値段が高かった |
| 30代 | 契約社員 | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | 丁寧に自分の合う色を教えてくださいまして嬉しかったです。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 肌への油分よりも水分を取り入れた方が良いと合う美容液を選んでもらっています。 |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 目安の平均値が年齢別になっていたら、もっと自分の立ち位置がわかって良かったと思いました。 |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分の肌を客観的に分析して、アドバイスもらえるところがわかりやすく普段のお手入れにも参考になるのでとても助かります |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 自分向けの商品を使っていると思える |
| 50代 | 正社員 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 商品は悪くないが、果たしてどこまで自分に合っているかいまいち効果、効能に実感がない。 |
| 30代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 新しいものが知れていい |

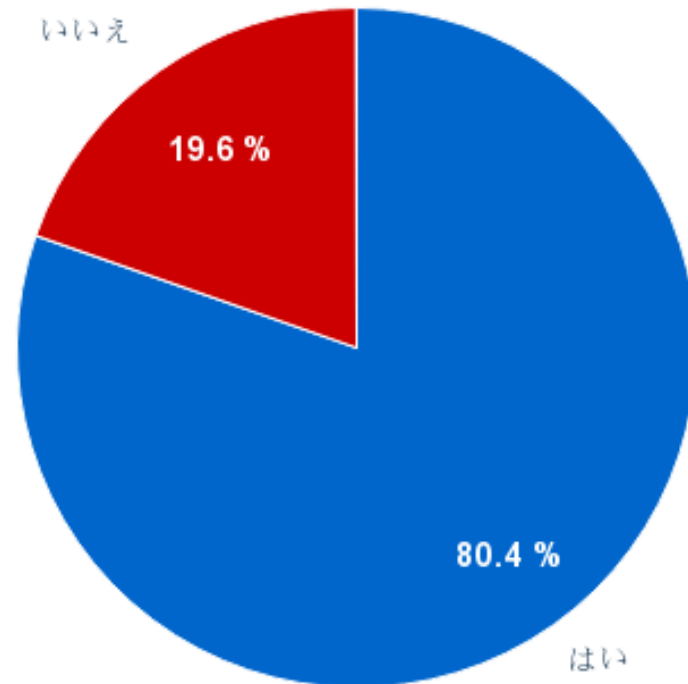
■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q19.提案を通して実際に商品購入やサービス利用に至らなかったのはなぜですか？

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|------------------|---------------------------|----------------------------------|
| 40代 | 正社員 | 中堅シングル（単身就業者／40～49歳） | その場で身につけてみたが似合わないことがあった |
| 60代以上 | 契約社員 | セカンドライフ（65歳～） | トレーニング器具が大きく、家にはおけないこと。 |
| 50代 | 正社員 | ベテランシングル（単身就業者／50～64歳） | なんとなく、気にいらなくて |
| 30代 | 専業主婦 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | まだ買う予定が無いものだったため。 |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | 何となく機会がなくて |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 価格帯が合わなかったから |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 結果があんまりわからなかったから。 |
| 50代 | フリーランス・個人事業主・自営業 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 効果はあまりなかった |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 高額だったのと、定期契約だったから |
| 40代 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分で努力して腸内環境を良くしていきたくったから。 |
| 30代 | フリーランス・個人事業主・自営業 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | 提案されたものは持っていたから |
| 30代 | アルバイト・パートタイム | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | 特にそこから営業はなかった。これがいいですよ程度の商品の紹介のみ |

■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q. 今後、あなたに合わせた商品やサービスがあったら提案を受けたいと思いますか？

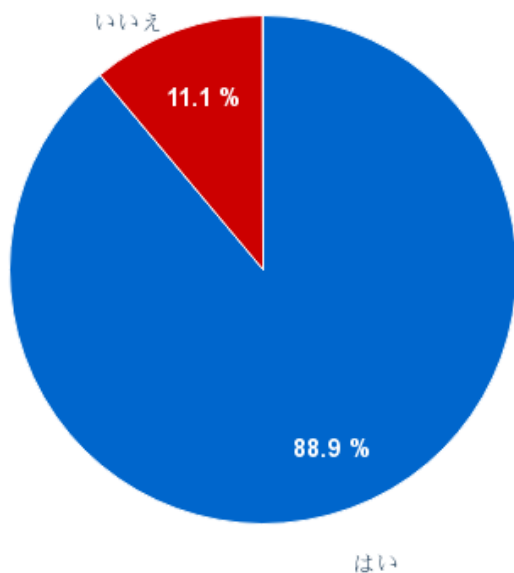


パーソナライズな提案について及び腰であった中堅シングル層ではあったが、今後については「受けたい」の回答が100%という結果が出た。自由回答では自分に合った洋服や、家電・家具や暮らしにかかわる提案に興味があると答えた人が多かった。受けたことがない人が多い分、パーソナライズサービスに対する期待度の高さもがうかがえた。

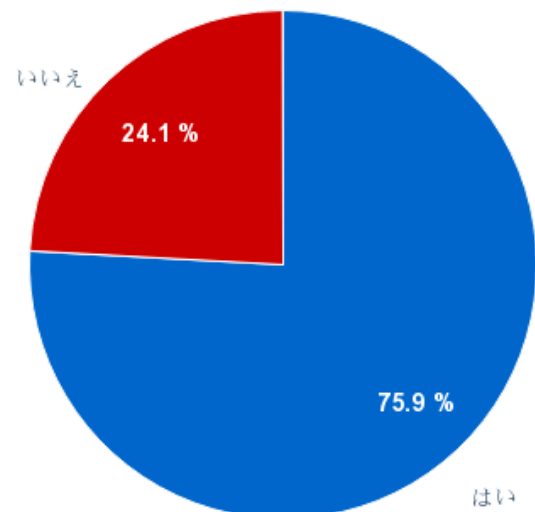
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q. 今後、あなたに合わせた商品やサービスがあったら提案を受けたいと思いますか？

■ 10代



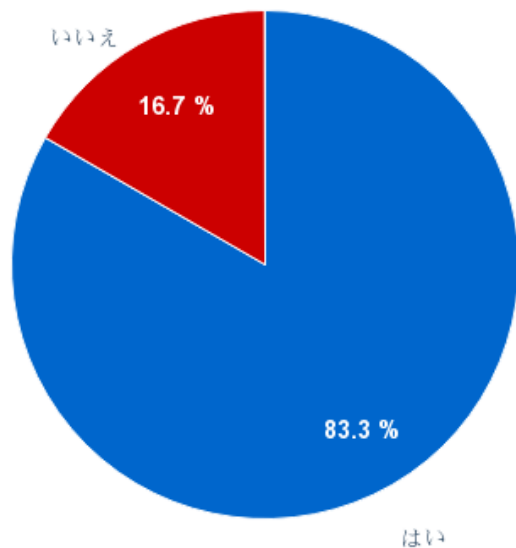
■ 20代



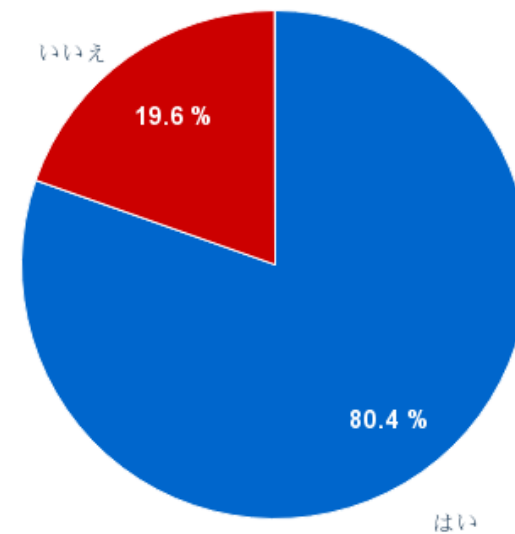
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q. 今後、あなたに合わせた商品やサービスがあったら提案を受けたいと思いますか？

■ 30代



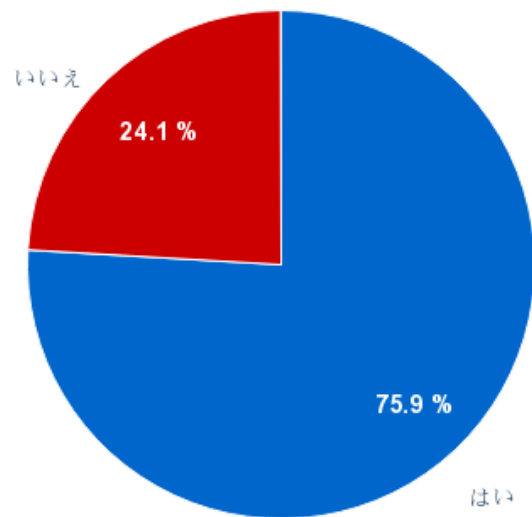
■ 40代



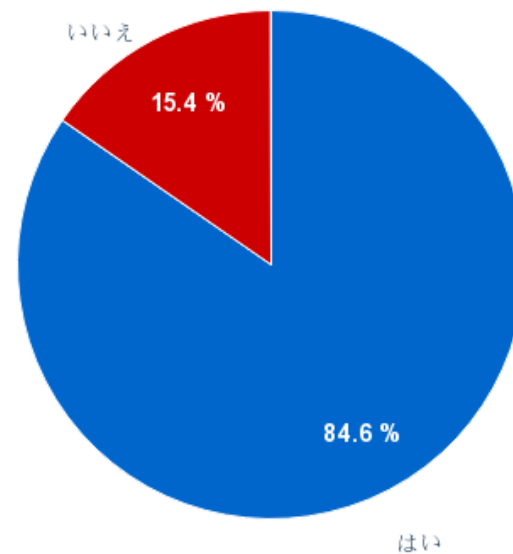
■ あなたの買い物の仕方について教えてください

Q. 今後、あなたに合わせた商品やサービスがあったら提案を受けたいと思いますか？

■ 50代



■ 60代以上



■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.具体的にどのような商品やサービスの提案を受けたいですか？

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|------------------|---------------------------|--|
| 30代 | 専業主婦 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | DNA鑑定、アレルギー検査 |
| 40代 | 正社員 | 中堅シングル（単身就業者／40～49歳） | PC関連の機器、家電や家具など |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | おすすめ家電の提案 |
| 20代 | 正社員 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | お金の節約など |
| 30代 | 専業主婦 | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | カラーコーデネーター |
| 50代 | 正社員 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | カラーパーソナルテスト |
| 40代 | 派遣社員 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | パーソナルカラー |
| 30代 | 専業主婦 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | コーヒーが好きなので、自分の好みにあったオススメのコーヒーを知りたいです。 |
| 30代 | アルバイト・パートタイム | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | コスメや服などのパーソナルカラー診断 |
| 60代以上 | フリーランス・個人事業主・自営業 | セカンドライフ（65歳～） | シャンプー類、歯みがき商品など。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | ダイエットや健康に関するアドバイス |
| 30代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | トレンドや新商品の食べ物、お店を見つけるのが好きなのですが情報が多くてよくわからなくなることが多いので、提案してくれるサービスがあれば嬉しい。 |
| 50代 | 専業主婦 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | どんな洋服が似合うのか 髪型など どんな食べ物が体に合っているのか |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | パーソナルカラーや骨格からの服の提案など |
| 50代 | アルバイト・パートタイム | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | パーソナルカラー診断 骨格診断 ダイエット診断（こういうタイプの体をしているので、こういう痩せ方が一番効果がある） 合うスポーツ 個別の睡眠サイクル オンラインでできると良い。 |

スキンケアやコーディネートなど美容に関することから、健康や嗜好など多岐に渡るサービスを望む人も多く見受けられた。今後、パーソナライズサービスは今後いろいろな分野で需要がありそうだ。

■あなたの買い物の仕方について教えてください

Q.今後あなたに合わせた商品やサービスを受けたくない理由を教えてください。

| 年齢 | 就労状況 | 属性 | サービス名称やサイト名称もわかればぜひ教えてください。 |
|-------|------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| 50代 | アルバイト・パートタイム | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | あまりそういうものに興味がないから |
| 40代 | アルバイト・パートタイム | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | あまり参考にならなそう |
| 40代 | アルバイト・パートタイム | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | いらぬものまで買いそうだから |
| 30代 | アルバイト・パートタイム | ベビ待ち夫婦（出産願望あり夫婦／25～49歳） | サービスの利用に手間がかかりそう |
| 40代 | 専業主婦 | 青年・成人期ママ（第1子18歳～／45～64歳） | どんなものかよくわからないから |
| 60代以上 | 未就業・無職 | セカンドライフ（65歳～） | 押し付けられる感じがするから。 |
| 20代 | 正社員 | 若手シングル（単身就業者／25～39歳） | 興味ないから |
| 40代 | アルバイト・パートタイム | 児童・思春期ママ（第1子6～18歳／35～54歳） | 購入しなくてはいけない感じがするから。 |
| 30代 | 専業主婦 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 自分が欲しいと思ったものを買えればそれでいいと思っています。 |
| 20代 | 専業主婦 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 自分が欲しいものを買う時は決まっているから、サポートが必要ないからです。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 自分で決めたい |
| 60代以上 | 専業主婦 | ベビなし夫婦（出産願望なし夫婦／30～64歳） | 自分で決めたものを買って後悔しても納得しているから。 |
| 30代 | 専業主婦 | 乳・幼児期ママ（第1子0～6歳／25～44歳） | 自分のことは自分でわかっているから。 |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 商品やサービスは自分で調べて決めたいので |
| 60代以上 | 専業主婦 | セカンドライフ（65歳～） | 人の提案より、自分で決めたい |
| 50代 | フリーランス・個人事業主・自営業 | ベテランシングル（単身就業者／50～64歳） | 断りたくても、勧められたら、うまく断ることができそうにないから |

「提案されたら断りづらそう、買わないといけない気がする」といった回答も目立った。店頭でサービスを受けていると人によってっはどうしてもそのように感じてしまうことがあるだろう。AIやアプリ上で完結するものなど利用すれば今後はそういった心配などもなくなり需要も増えるかもしれない。