

国外実態調査報告書

テーマ : MUJI の韓国における事業展開と弘大店の特徴について
ゼミ名 : 木立 真直 ゼミ
調査日 : 2025 年 8 月 5 日 (火) ~ 2025 年 8 月 8 日 (金)
調査先 : 【大韓民国】MUJI 弘大店舗
授業科目名 : 課題演習 I、演習 III
参加学生数 : 7 名 (2 年生)、2 名 (4 年生)

1. 調査の趣旨 (目的)

MUJI 弘大店を視察し、日本の無印良品の店舗や韓国の他店舗 (ワングローブ店) との比較を通じて、韓国市場における事業展開と店舗戦略の特徴を明らかにする。

2. 調査結果

MUJI 弘大店では、都心のモールに入っている店舗ということから、若者向けのラインナップになっており、文房具やフレグランスやコスメなどの生活雑貨を中心に扱っていた。ワングローブ店では大きな商品である家具がディスプレイされていたが、弘大店では家具のディスプレイがなかった。そのことで、店舗による客層の違いに合わせて取扱商品が異なることがわかった。

また、陳列面での違いとして、入り口には文房具やフレグランスやコスメなどがあり、奥に食品を陳列する工夫があった。商品を店の天井近くに吊り下げのような展示手法も採用されており、管理の手間がかかるにもかかわらず、視認性を高めるための工夫として行われている点が興味深かった。

購買行動について、特にキッチン用品は消費者の口コミが他の消費者への購買意欲をとても掻き立てるようで、SNS の活用がとても重要であるというお話であった。弘大店は、若者が集まるモール内に店舗があることから SNS、特に Instagram を活用して商品を選んでいる様子が多く見受けられた。そのことから、デジタルとのつながりの強さも感じ取ることができた。

韓国内の 2 店舗を視察させていただくという貴重な経験ができたからこそ、韓国内店舗の比較という視点でも調査させていただくことができました。学生からの質問にもご対応いただき、学びの多い時間となりました。お忙しい中、ご対応いただきありがとうございました。



写真 MUJI 弘大店舗にて

(文責:小沼舞雪子)