

# 国外実態調査報告書

---

テーマ : 消費者の買物行動の日豪比較  
ゼミ名 : 寺本 高 ゼミ  
調査日 : 2023年11月27日(月)~11月30日(木)  
調査先 : 【オーストラリア】西オーストラリア州パース市  
授業科目名 : 演習 I・II  
参加学生数 : 6名(3年生)

## 調査の趣旨(目的)

消費者の買物行動の実態について日本と豪州の状況を比較調査することで、日本市場に向けた実務的示唆を得ることを目的とした。

具体的には、①ゼミで行っている日本の消費者行動とマーケティング戦略に関する学術研究活動の成果を豪州の大学主催のシンポジウムで発表し、日豪比較について議論を交わすことと、②豪州の小売視察を通じて小売展開と消費者の買物行動の関係の国際的に比較すること、の2点を行うことである。

## 調査結果

まず①については、西オーストラリア州パース市にあるカーティン大学で以下、学生2チームによる研究発表を行った。参加者は、カーティン大学の Ian Phau, Steve Dix, Sean Lee, Marcela Moraes の各先生、慶應義塾大学の清水聰先生とゼミ生13名、寺本ゼミ6名、寺本である。

<Presentation 1>

Title: Get it! An Exciting Life with Exciting Coupons via Mobile Phones -The Impact of Online Uncertain-coupon on Revisiting Stores- (Authors: Miya ABE, Shuto SAITO, and Ryunosuke FUJIMOTO)

<Presentation 2>

Title: Mechanism of Hesitation for Mobile Payment -Focusing on Those Who Register but Do Not Use Mobile Payment Services- (Authors: Minon NAGATSU, Kosei FUKUDA, and Hiroki YOKOYAMA)

Presentation1では、ゲーミフィケーションを活用したオンラインクーポンの効果を明らかにしたが、クーポン値引きの額面をゲーミフィケーションによって抑制できる効果を突き詰められれば、より実務的示唆に富むことを将来課題としてコメントをいただいた。Presentation2では、キャッシュレス決済に躊躇する消費者層に着目し、その層へのバリアを取り除く要件について明らかにしたが、日豪でのキャッシュレス決済普及のギャップがあるからか議論が非常に盛り上がった。その中で、キャッシュレス普及の障壁が企業側にとって大きそうなので、企業の立場からのバリア除去の視点があっても良かったのではというコメントをいただいた。

次に②について、パース市にある各種小売店舗を視察し、日豪の買物行動と小売店のマーチャンダイジング、オペレーションの違いについて考察した。具体的には、以下を興味深い点として挙げる。

- ・スーパーが大手2社のみで、競争が激しくない。品揃えや売場作りの目立った差別化も見られない。日本は競争が激しいため、各社の差別化が色々と店内に反映されているため、そのギャップを感じた。また総菜の品ぞろえが非常に少なく、スーパーで総菜を購入する慣習ではないと感じた。

- ・カフェは17時には、スーパーも21時には閉店するため、日本の小売・飲食店舗に比べて営業時間が非常に短くそれによる不便さを強く感じた。また酒類の販売場所がかなり限られており、日本のようにスーパーやコンビニエンスストアなどで気軽に購入できる環境ではない。

- ・セルフレジ、キャッシュレス化が進んでいる。電車もICカードを買わなければ乗ることができない。

- ・会計時に日本では、現金が未だに主流であり、クレジットカードやモバイル決済を利用したい場合、店員にその旨を伝えなければならないことが多い。しかしオーストラリアではその逆であり、何も言わないとキャッシュレスだと思われ、現金の場合には店員に伝える必要があった。この違いから、日本とオーストラリアのキャッシュレス決済比率の差が感じられた。

