

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 : 2024 年 12 月 5 日 (木) ~ 2024 年 12 月 7 日 (土)
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 II
参加学生数 : 5 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, Michael Baird, Sean Lee, Marcela Moraes, Majedul Islam, 赤松直樹の各先生、慶應義塾大学の清水聰先生とゼミ生 11 名、寺本ゼミ 5 名、寺本である。

<Presentation 1>

Title: The Impact of Multi-packaging on Consumer's Willingness to Buy

Authors: Haruka Ishihara and Taishin Yamano

<Presentation 2>

Title: Understanding Hesitation Factors and Effective Approaches in Self-Investment

Authors: Nodoka Oishi, Nana Suzuki, and Taiyo Yoshimura

Presentation1 では、菓子や飲料で見られるマルチパッケージングの効果を明らかにしたが、パッケージをコレクションとして収集する価値まで踏まえた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、自己投資の心理的障壁を取り除くための要件について明らかにしたが、外面的投資が内面の充実につながり、それが個人のパフォーマンスの向上につながるかという関係まで明らかにできると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

の点が興味深いと感じた。

- ・オーストラリアでは4大チェーンスーパーマーケットが市場を支配しており、日本のような激しい競争は見られなかった。品揃えや売場作りに大きな差別化はなかったが、多文化社会を反映してアジア食材やビーガン食品の取り扱いが充実していた。また、野菜や果物はまとめ売りではなく、量り売りが基本であり、常に新鮮な食材を購入する傾向があると考えられる。一方、お菓子や保存食品では「2 for \$7」といった、単品よりも複数購入で割引がある商品が多く、消費量を増やす仕組みが日本よりも多いと感じた。

- ・パース都市部のスーパーマーケットは、日本より広く、品揃えも充実しており、買い物がしやすいと感じた。しかし、カフェや小売店は閉店時間が早く、特に土日は午前中で閉まる店も少なくなかった。日本の店舗に比べて営業時間が短く、利便性の面で不便さを感じた。

- ・酒類は特定の販売店でのみ購入可能で、日本のようにスーパーやコンビニエンスストアで気軽に購入することはできなかった。一方、オンライン注文や配達が普及しており、日本では珍しいドライブスルー形式の酒類販売店も見られた。

- ・セルフレジやキャッシュレス決済が広く普及しており、現金払いの場合は店員に伝える必要があるなど、支払い方法に対する運用が日本とは大きく異なっていた。

- ・カフェやレストランでは、食後に支払いを済ませるのではなく、QRコードでのオーダー時にそのまま支払いまで一貫して行う店舗が多かったため、レジでの支払いの手間が省かれている点が興味深かった。

