

アジア地域におけるマーケティング戦略による商品購入の研究

日大生産工(院) ○YU HSIN NING 山本 寿夫

1. はじめに

現在では少子高齢化社会という深刻な問題がわが国において発生している。そうした中、日本という国における需要量が徐々に低下してきている現代において、顧客獲得のために海外進出が必要であると考えられる。本研究では、海外消費者を対象にしたマーケティング戦略における消費者の商品購入についての研究を行う。

2. 研究目的及び目標

2.1 研究目的

海外市場展開におけるフード製品(菓子及びインスタント麺)のマーケティング戦略の在り方を検討する。

2.2 研究目標

海外市場展開におけるマーケティング戦略の対象国(日本、台湾、中国、韓国、タイなど)を前提にマーケティング戦略のあり方を検討する。

3. 先行研究

下記の研究を先行研究とする。

(1) 塚田「日本食品メーカーの海外進出戦略に関する一考察:事業形態と現地マーケティング戦略を中心に」(慶應義塾大学大学院経営管理研究科) (2011)

上記(1)から、日本食品メーカーが海外進出する際の現地マーケティング戦略がわかる。

(2) 白井 美由里「食品に対する消費者の購買意思決定」(横浜国立大学経営学部) (2009)

上記(2)から、消費者がどのような意識をもって食品の購買意思決定を行っているかわかる。

(3) 隅田 孝「消費者購買意思決定に関する研究枠組み」(四天王寺大学) (2017)

上記(3)から、消費者購買意思決定様式: 8要因モデル(CSI)の特徴が分かる。

4. 現状分析

食品製造業は、国内市場が人口減少・少子高齢化などを背景に縮小均衡にあることから、成長戦略のターゲットを海外に向けた動きが増加している。

菓子の現状分析を行い、次の結果を得た。(図1参照)



図1 日本の菓子(米菓除く)の輸出額・輸出先国の推移

(出典) 財務省「貿易統計」を基に農林水産省作成

(1) 平成19年、20年が輸出額のピークであり、平成20年に発生したリーマンショックにより、翌年の世界の輸出額が減少し、結果菓子の輸出額も減少した。

また東日本大震災によって、平成23年度の輸出額が更に落ち込んだ。

Research on product purchase by marketing strategy in Asian region
Hsinning YU, Hisao YAMAMOTO

(2) 平成21年からLCCの導入により、菓子の主要輸出国である台湾、韓国、香港から日本への観光客が増え、日本で直接菓子を購入するようになったため、台湾、韓国、香港への輸出が減少した。(図2参照)



図2 訪日外国人旅行者数
(出典) 日本政府観光局(JNTO)

5. 問題点および対応策

5.1 問題点

(1) 輸出量が減少した原因はリーマンショックの影響により、の輸出額が減少し、結果菓子の輸出額も減少した。

(2) LCCの格安航空券によって、日本に来る観光客が増加し、菓子の輸出量が減少した。さらにこの輸出を高めるためにはどうすればいいか。

上記問題点(1)、(2)に関して、特に(1)における日本への観光客の増加に伴う輸出量の低下を対象都市、次の対応策を表す。

- (1) 観光客をニーズを掘り起こすためのマーケティング戦略を行う。
- (2) 消費者が商品を購入する際の意思決定を調査する。

6. 検証方法

検証方法としてケーススタディに基づきアンケート調査を行い、その結果を統計解析することによって、検証を行う。

7. 考察

前記の検証結果に基づき、現状のマーケティング政策の改善点を見出し、海外市場展開に役立たせる結果を表すものである。

8. おわりに

人口が減少し、需要が衰え始めている日本の現状を見ると、これから多様な業界の企業も海外を視野に入れる機会が多くなる。だが、海外の市場は日本よりも未知な部分が多くあり、海外に進出しようにもリスクが伴う。

そのようななかで、本稿は海外におけるマーケティング戦略を成功させるための研究、及び各国の商品を購入する消費者の意思決定の研究を行った。

今後は本研究の検証内容を高めるために、更に研究を進める所存である。

「参考文献」

1. 農林水産省「平成24年農林水産物・食品輸出実績 (品目別) 食料産業局輸出促進グループ」
http://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/e_info/pdf/hinmoku_betsu_2012.pdf
2. 塚田「日本食品メーカーの海外進出戦略に関する一考察：事業形態と現地マーケティング戦略を中心に」(慶應義塾大学大学院経営管理研究科) (2011)
3. 白井 美由里「食品に対する消費者の購買意思決定」(横浜国立大学経営学部) (2009)
4. 谷川 勇二「空港市場の環境変化と需要予測手法の研究動向」(2015)
5. 隅田 孝「消費者購買意思決定に関する研究枠組み」(四天王寺大学) (2017)