

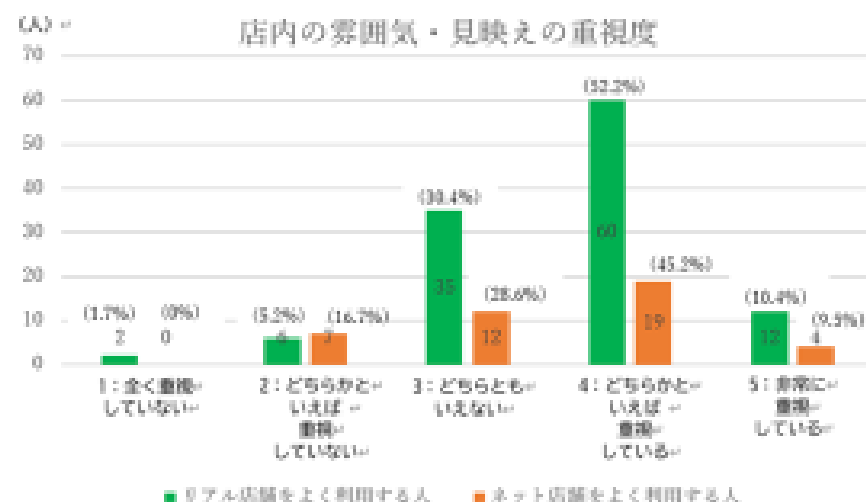
大学生が小売店に求めるもの



日本大学商学部岸本ゼミナール
こんぺいとう

(図1)

リアル店舗を利用する際の
店内の雰囲気・見映えの重視度



結果

- ①リアル店舗・ネット店舗共に、店内の雰囲気や見映えを重視する傾向にある(図1参照)
- ②私たちの予想よりも、写真等をSNSで共有することを目的としている方は少なかった
- ③リアル店舗よりもネット店舗を利用する方たちの方が、SNS映えや話題性も重視している傾向にある

アンケートの詳細は以下をご覧ください。



はじめまして😊

私たちは日本大学商学部 岸本ゼミナール2年生の、チーム『こんぺいとう』です！

この度、日本販売士協会が発行されている会報に、私達が記事を書かせていただくことになりました。初回の内容は、「**大学生が小売店に求めるものについて**」です。

私たちは、大学生に人気のあるお店やスポットとして、ショッピングモールだけでなく、カフェや体験型の商業施設、テーマパークがあげられると考えました。これらの共通点として、空間の雰囲気や、その場で友達と過ごす時間が楽しいという点が挙げられます。また、そういった場所に訪れる際に、思い出を写真に撮り、SNS に投稿して友人たちと共有することを目的としている方も多いのではないかと思います。商品を購入するという観点で考えると、現在はインターネットの普及によってネットショッピングをする人も増えていきます。商品が欲しいだけであれば、ネットショッピングの方が手間も時間もかからないと考えている人も多いと思います。そんな中、お店に足を運んでもらうためには、そのお店に訪れることで楽しさやワクワク感が味わえる、楽しい時間を過ごせることが重要であると考えました。

以上の点から、大学生がお店に求めているものは、楽しさや感動の提供、魅力的な空間づくりであると考えました。

その仮説を検証し、実態を把握するため、大学生が小売店に求めるものについて日本大学商学部の学生を対象とし、マーケティング系科目受講者を中心に、アンケートを実施致しました。

まず、設問内容と、調査方法などについてです。



設問内容

1. 性別について
2. よく利用する店舗形態について
3. 問2で回答した店舗形態を利用する理由について
4. リアル店舗を利用する際の店内の雰囲気や見映えの重視度について
5. 友達や家族、恋人などと出かける際によく訪れる場所について
6. 問5を回答する際に重視したものの度合いについて
7. リアル店舗にどのような魅力があれば行きたいと思うかということについて
(ネット店舗をよく利用すると答えた方のみに質問)

調査方法：Google Forms を用いたアンケート調査

調査の対象者：日本大学商学部マーケティング系科目受講者を中心とした学生

調査期間：2021 年 7 月 20 日～7 月 30 日

サンプル数：157 人

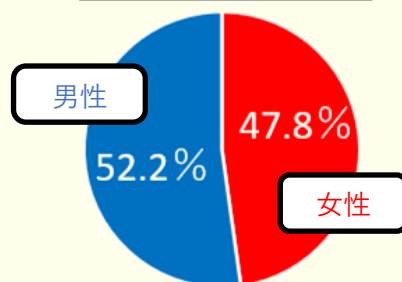
※今回のアンケート調査では、日本大学商学部マーケティング系科目受講者を中心とした学生を対象に実施したため、サンプリングを十分に行っておらず、調査結果に偏りがある可能性がございます。予めご了承ください。

この設問内容をもとにしたアンケート結果と、結果から分析し、考察した内容が下記のとおりです。



Q.1 性別を教えてください。（n = 157）

図1 男女別構成比



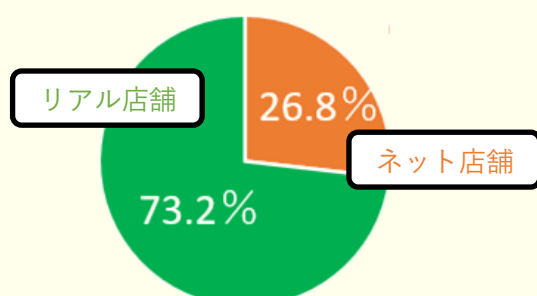
男性の方が 52.2%、女性の方が 47.8%という結果になりました。

日本大学商学部の男女の割合を見ると、2:1 と男性の方が多いですが、このアンケートでは女性の方にも多く回答して頂きました。



Q.2 買い物をする際、どちらをよく利用しますか？（n = 157）

図2 よく利用する店舗形態



リアル店舗をよく利用するという方が 73.2%、ネット店舗をよく利用するという方が 26.8%と、オンライン化が進む現代でも、約 7 割の方がリアル店舗を利用していることが分かりました。

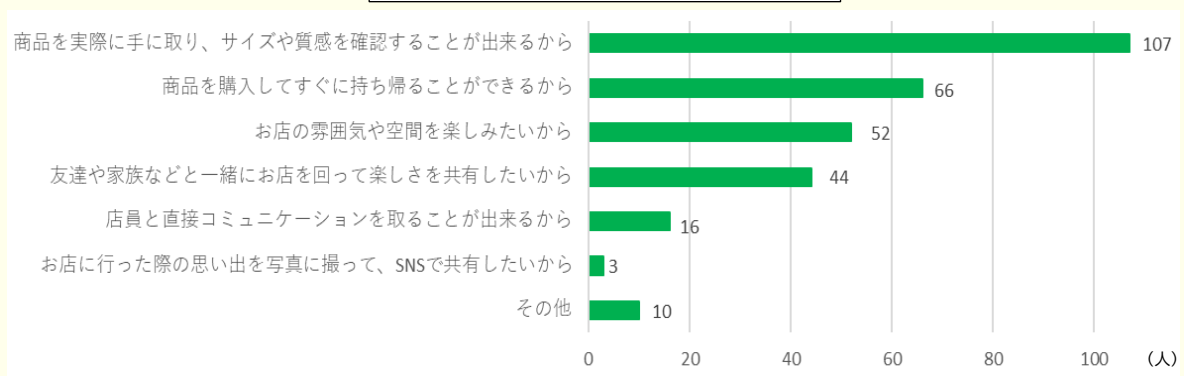


利用する店舗形態の割合が分かったところで、次はその店舗形態を利用する理由について伺いました。

Q.3 Q.2 で回答した店舗形態を利用する理由を教えてください。※複数回答可

(リアル店舗をよく利用すると答えた方の回答) (n = 115)

図3 リアル店舗を利用する理由



その他

- ・「店頭で購入することで、より多くのポイントが得られる」
- ・「店頭で実際にお金を支払うことで、自分の目を見て金銭のやり取りを確認できるから」
- ・「その場でお金を実際に払うことで、お金を使ったという幸福度が高いから」
- ・「外に出る為、散歩がてら立ち寄れる為」

など

「商品を実際に手に取り、サイズや質感を確認することができるから」を選んだ方が 107 人でした。この結果から、失敗したくないという気持ちがあり、慎重に商品選びをしたい方が多いのではないかと考えました。

次に、「商品を購入してすぐに持ち帰ることができるから」を選んだ方が 66 人でした。商品をすぐに持ち帰ることができるということは、ネット店舗にはないリアル店舗ならではの

のメリットである為、その点に魅力を感じる方が多いということがわかりました。

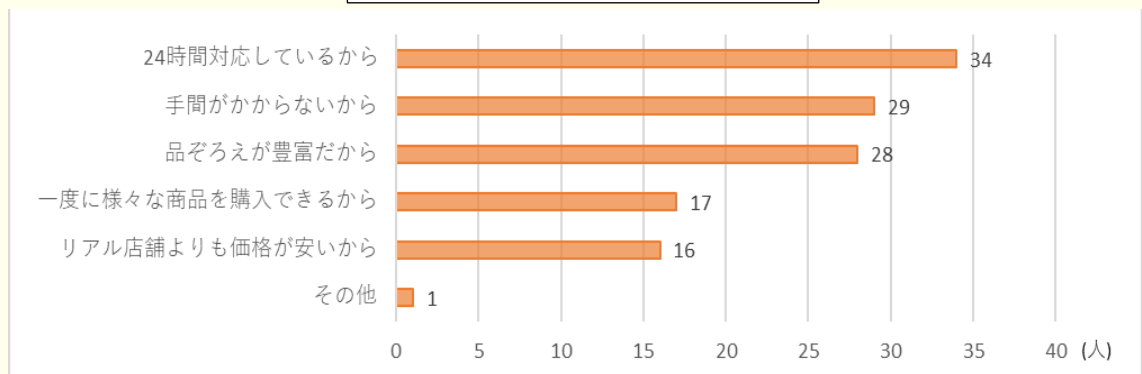
また、「お店の雰囲気や空間を楽しみたいから」を選んだ方が52人、「友達や家族などと一緒にお店を回って楽しさを共有したいから」を選んだ方が44人いました。このような結果から、リアル店舗をよく利用する方達は、訪れることによって楽しさを与えてくれるお店を好み、雰囲気・空間を重視する傾向にあると分かりました。

「お店に行った際の思い出を写真に撮って、SNS で共有したいから」を選んだ方は3人でした。こちらの結果は、若者がお店を訪れる大きな理由の一つとして私たちが立てた、“SNS にお店での様子を投稿して友人等に共有すること”という仮説とは異なっており、意外な結果となりました。この結果から、SNS 映えを第一の目的として訪れるというよりも、商品の購入や、お店を訪れることで友達等と楽しみたいということが大きな目的なのではないかと考えました。

ネット店舗をよく利用すると答えた方の理由についても伺いました。

(ネット店舗をよく利用すると答えた方の回答) (n=42)

図4 ネット店舗を利用する理由



「24 時間対応しているから」を選んだ方が34人、「手間がかからないから」が29人、「品ぞろえが豊富だから」が28人、「一度にさまざまな商品を購入できるから」を選んだ方が17人という結果になりました。この結果から、ネット店舗はリアル店舗に比べ、いつでもどこでも気軽にさまざまな商品を購入でき、**利便性が高いという点に魅力を感じている**方が多いということが分かりました。

逆説的に考えると、ネット店舗をよく利用する方たちは、リアル店舗に行く際や、さまざまなお店を行き来する際に伴う労力をあまりかけたくない傾向にあるのではないかと考えます。



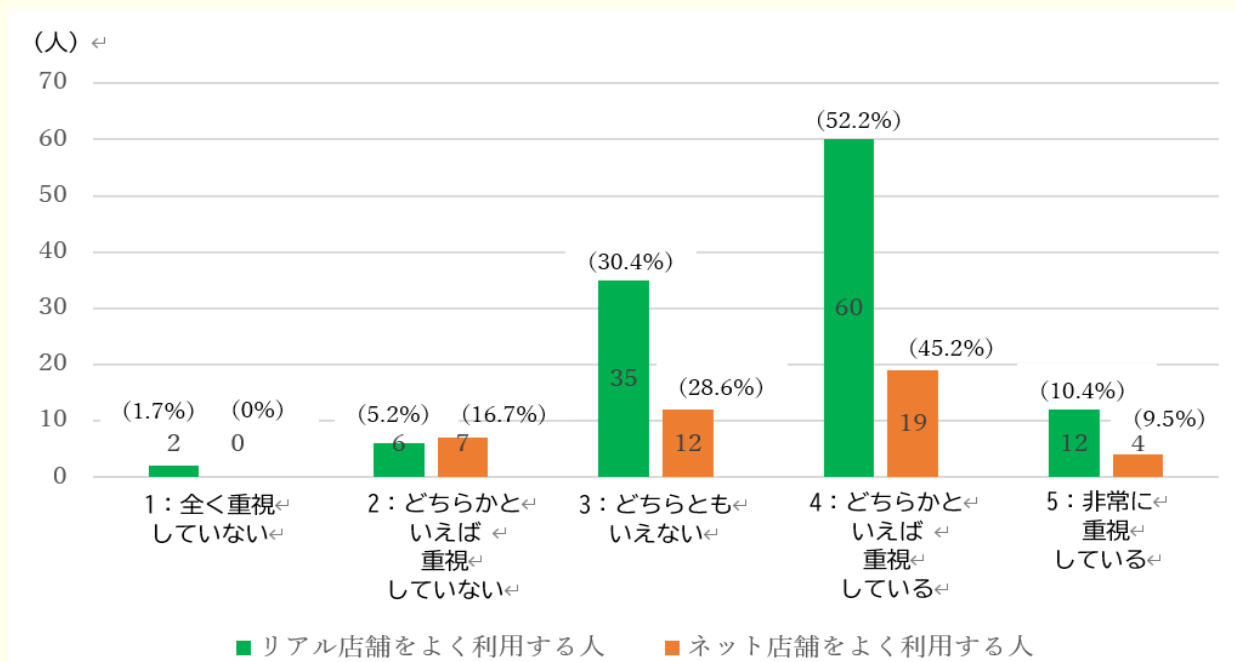
次に、リアル店舗を利用する際の、店内の雰囲気や見映えの重視度について伺いました。

Q.4 リアル店舗を利用する際、店内の雰囲気や見映えをどの程度重視しますか？
5段階評価でお答えください。

(リアル店舗をよく利用する人：n = 115) (ネット店舗をよく利用する人：n = 42)

(1：全く重視していない 2：どちらかといえば重視していない 3：どちらともいえない 4：どちらかといえば重視している 5：非常に重視している)

図5 リアル店舗を利用する際の店内の雰囲気や見映えの重視度



これらの結果からわかるように、リアル店舗をよく利用すると答えた方も、ネット店舗をよく利用すると答えた方も、どちらも店内の雰囲気や見映えを重視する傾向にあることが分かりました。この結果は、私たちが立てた仮説と一致していました。

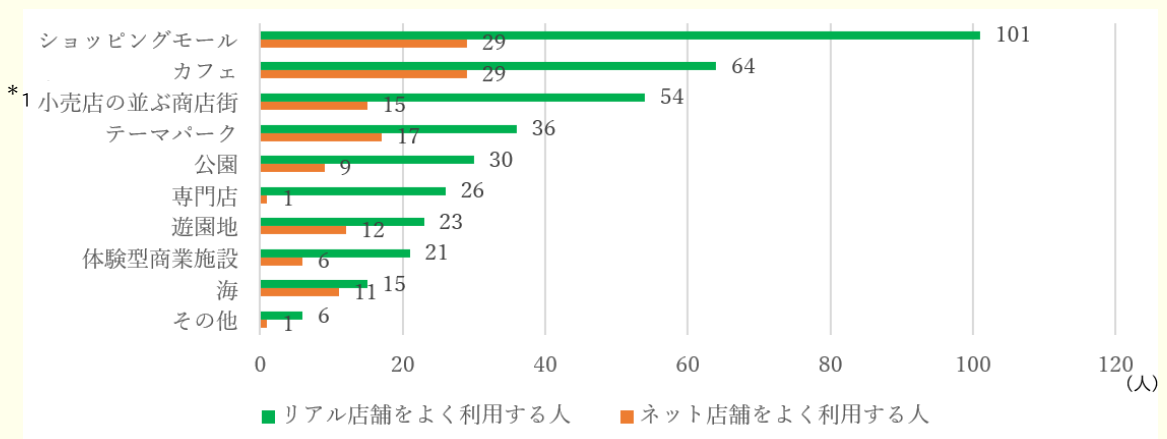


Q.5 友達や家族、恋人などと出かける際によく訪れる場所を教えてください。

※複数回答可

(リアル店舗をよく利用する人：n =115) (ネット店舗をよく利用する人：n =42)

図6 友達や家族、恋人などと出かける際によく訪れる場所



*1 “小売店の並ぶ商店街”は、原宿や浅草などの広域型商店街を指しています。

リアル店舗をよく利用する方・ネット店舗をよく利用する方共に、ショッピングモールを選んだ方が一番多かったです。ショッピングモールは一つの場所にさまざまなお店が入っており、ゲームセンター、映画館などのエンターテインメント性のある施設も入っている為、一日中楽しむことができるという点で人気が高いのではないかと考えました。

また、普段リアル店舗をよく利用する方たちは、買い物に行く機会が多い為、ショッピングモール、小売店の並ぶ商店街、専門店などのいわゆる小売店をよく訪れる方がネット店舗を利用する方よりも多いと分かりました。

そして、ネット店舗をよく利用する方たちは、リアル店舗をよく利用する方たちとは異なり、小売店の並ぶ商店街や、専門店などにあまり訪れておらず、カフェやテーマパーク、遊園地に訪れる方が多いということがわかりました。このことから、ネット店舗をよく利用する方たちは、ネット店舗で購入できる商品はネット店舗で購入し、ネット店舗では体験できないようなことをリアルの空間で行うことが多いと考えます。

また、カフェやテーマパーク、遊園地は雰囲気・空間づくりを重視し、楽しさを提供する場所だと思います。従って、ネット店舗をよく利用する方たちをリアル店舗に来店させるためには、カフェやテーマパーク、遊園地のようにテーマ性や空間づくりを意識したお店が好まれるのではないかと考えました。リアル店舗をよく利用する方もカフェやテーマパークを利用することが多い為、リアル店舗をよく利用する方においても、テーマ性や空間づくり

を意識したお店が好まれる傾向にあると考えます。



Q.6 Q.5 の質問で、回答を選ぶ際に重視したものの度合いを、雰囲気・SNS 映え・話題性・立地・価格・楽しさの観点から 5 段階評価で教えてください。

(リアル店舗をよく利用する人：n = 115) (ネット店舗をよく利用する人：n = 42)

■ 全く重視していない ■ どちらかといえば重視していない ■ どちらともいえない
■ どちらかといえば重視している ■ 非常に重視している

図 7 友達などと訪れる場所における雰囲気の重視度

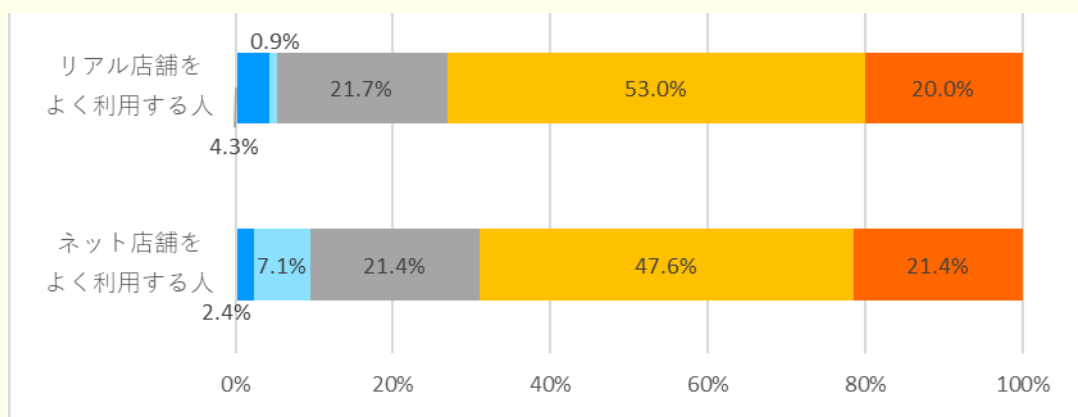


図 8 友達などと訪れる場所における SNS 映えの重視度

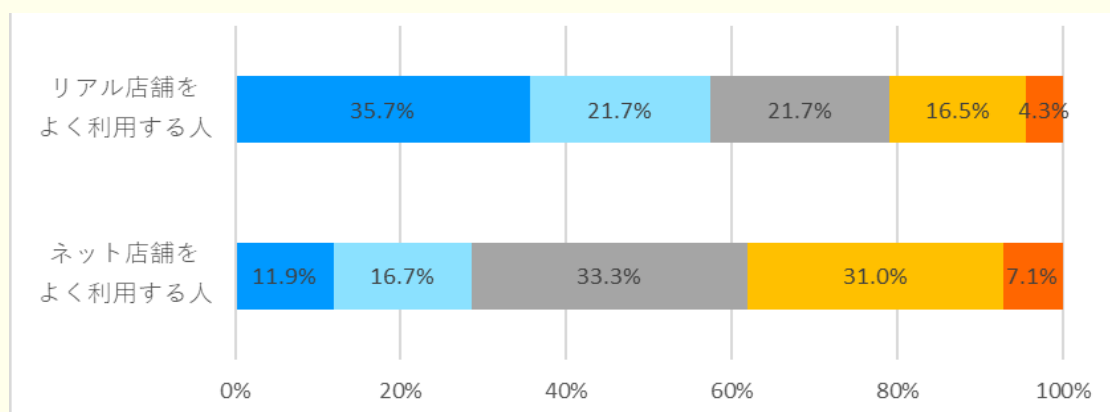


図 9 友達などと訪れる場所における話題性の重視度

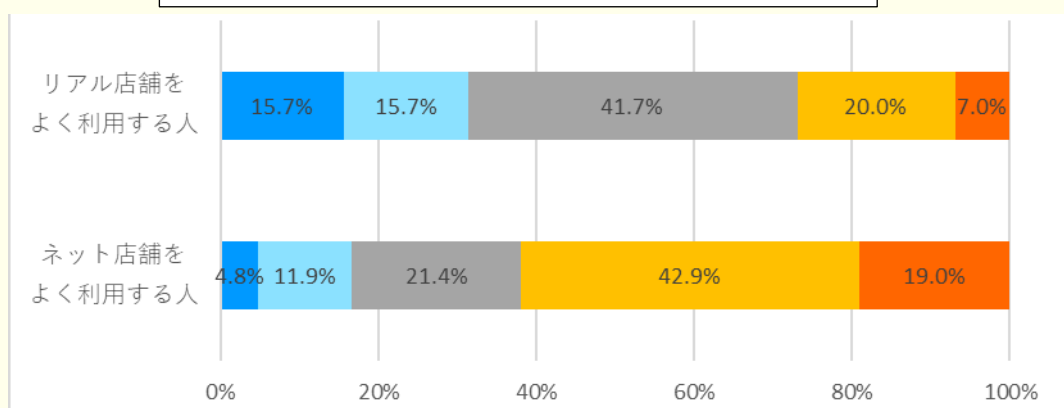


図 1 0 友達などと訪れる場所における立地の重視度

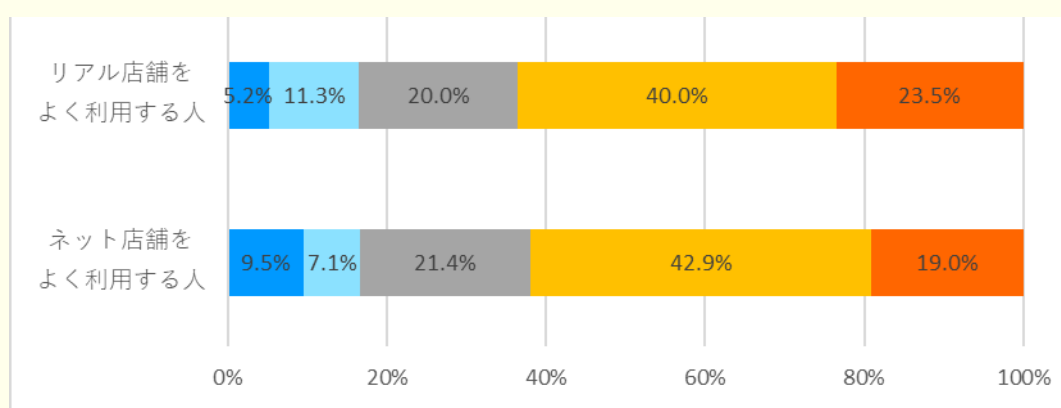


図 1 1 友達などと訪れる場所における価格の重視度

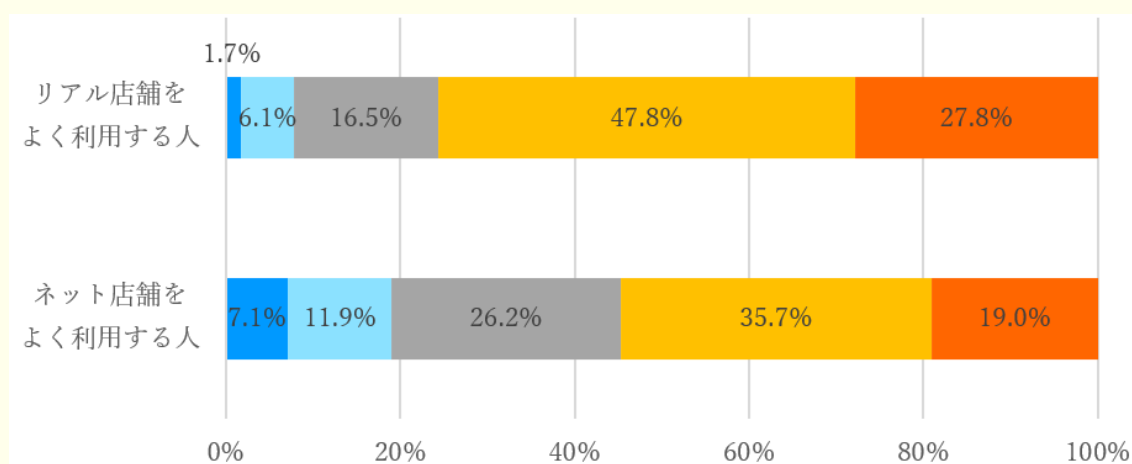
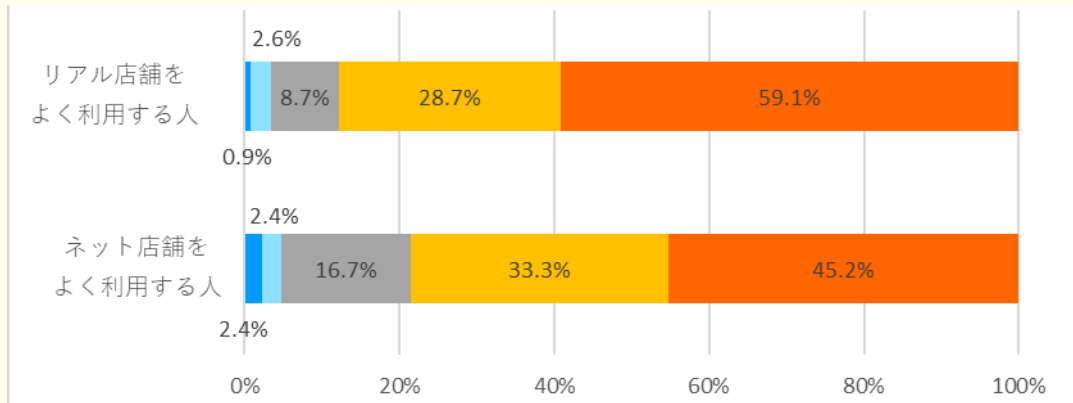


図 1 2 友達などと訪れる場所における楽しさの重視度



こちらの結果を見ると、意外にもネット店舗を利用する方たちの方が、SNS 映えや、話題性を重視している傾向にあることがわかりました。こういった点からも、ネット店舗は利便性が高いが、一方でリアル店舗を訪れる際はリアル店舗でしか体験できないようなことや、非日常感などをリアル店舗に求めているのではないかと考えます。

また、雰囲気・立地・価格・楽しさに関しては、リアル店舗をよく利用する方も、ネット店舗をよく利用する方もどちらも重視度が高いことがわかりました。



最後に、ネット店舗をよく利用するという方達に、リアル店舗にどのような魅力があれば行きたいと思うか、ということについて伺いました。

Q.7 リアル店舗にどのような魅力があれば行きたいと思いますか？※任意回答

(ネット店舗をよく利用すると答えた方のみに質問) (n = 17)

- ・店員の方の接客がしつこくないこと (3 人)
- ・お店の距離が近い、移動時間が少ないこと (2 人)
- ・ネット店舗よりも商品の価格が安いこと (2 人)
- ・品ぞろえが豊富で、リアル店舗のみでしか販売していない商品があること (5 人)
- ・雰囲気や見映えがいいこと (2 人)
- ・店員の方の接客が良いこと (1 人)
- ・商品が探しやすいこと (1 人)
- ・宅配サービスがあること (1 人)

以上のような意見が見受けられました。

「店員の方の接客が良いこと」と答えた方も1人いましたが、「店員の方の接客がしつこくないこと」と答えた方が全体で二番目に多く、リアル店舗をよく利用する方たちも、店員の方の接客をリアル店舗の魅力と答えている方は少ないことが分かりました。(Q.3より) 従って、リアル店舗を利用する方も、ネット店舗を利用する方も、自分のペースで落ち着いて買い物がしたいという方が多いのではないかと考えました。

また、「お店の距離・移動時間が短い」、「品ぞろえがいい」、「宅配サービスがある」、「商品が探しやすい」という意見に関しては、全てネット店舗の利点であるように思います。このような意見が出たことから考えられますが、ネット店舗をよく利用する方たちからすると、商品を購入するという点では、どうしても手間のかからないネット店舗の方が有利です。こういった点から、ネット店舗をよく利用する方たちをリアル店舗に来店させるためには、商品を購入する場としての機能だけでなく、サービスの充実性や、店内の雰囲気や見映えを考慮した空間づくりが必要になるのではないかと考えました。



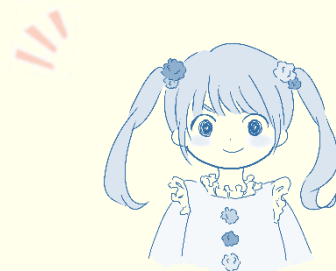
まとめ

リアル店舗を利用すると答えた方も、ネット店舗を利用すると答えた方も、どちらも店内の雰囲気や見映えを重視し、テーマ性や空間づくりを意識したお店を好む傾向にあると分かりました。

また、ネット店舗はリアル店舗に比べ、いつでもどこでも気軽にさまざまな商品を購入できる為、利便性が高いという点に魅力を感じている方が多くおり、リアル店舗を訪れる際はリアル店舗でしか体験できないようなことや、非日常感などをリアル店舗に求めていることも分かりました。そういった点から、ネット店舗をよく利用する方たちをリアル店舗に来店させるためには、商品を購入する場としての機能だけでなく、サービスの充実性や、店内の雰囲気や見映えを考慮した空間づくりが必要になると考えます。

以上のアンケート結果から、リアル店舗をよく利用する方、ネット店舗をよく利用する方どちらも重視度が高かった、雰囲気や空間づくりを大切にし、訪れることによって楽しさを与えてくれるような小売店を、記事の方で紹介していきたいと思います。

よろしくお願いいたします！





今後の課題と展望

今回のアンケート調査では、業種の指定などをしておらず、全体的に広い範囲で質問してしまい、一つ一つの項目について深く掘り下げることが出来ませんでした。私たちが取材しようとしていたお店は専門品や買回品などを主に扱う非日常的なお店でしたが、回答して頂いた方の中には、最寄品を主に扱う日常的小店を想定されている方もいて、質問内容に私たちが調べたい内容が的確に反映されていなかったことに気づきました。そういった点で考察がしにくく、難しかったです。

例えば Q.2 では、よく利用する店舗形態について質問しましたが、業種を指定しなかった為、よく利用するという点で、スーパーマーケットやコンビニエンスストアなどをイメージして回答された方もいたと思います。

Q.7 の部分では、アンケートの結果から、若者は店員の方の接客が苦手なのではないかと考えましたが、今回の場合は業種の指定を明確にしていなかった為、一概にはいえないと判断しました。

以上の反省点から、回答者ごとにお店のイメージが異なる事を避けるべく、業種の指定を明確に記し、回答者全体にお店のイメージが統一されるよう考慮して調査していきます。

また、今回は調査しませんでした。購入する物でリアル店舗とネット店舗を使い分けている方がどれくらいいるのかということも調査したいと思います。さらに、今回のような単純集計だけでなく、クロス集計も行い、分析を深めていきたいです。