

学位論文要旨

学位論文題目 **コンビニエンスストアにおける購買行動の分析**

—北京市の購買者調査を中心として—

申請者氏名 **齊 艦**

統計データによると中国の消費関連市場人口は約5億人で、5年後には、これが10億人規模になると指摘されている。経済成長にともない、これからも中国の所得水準は一層向上すると考えられることから、コンビニ利用者数は、これからも大きく伸びると思われる。日本では4万2,000店くらいのコンビニがある。中国は日本の10倍くらいの人口があるので、経済発展とともにコンビニの数はお日本の4倍以上になると予測されている。

1990年代半ばの中国では、消費の即時化を特徴としているコンビニ業態が導入された。コンビニ業態の成長を支えている社会、経済的な背景としては、中国経済の急成長に伴う消費需要量の拡大のみならず、消費生活様式の多様化およびそれに伴う買い物行動の変化が挙げられる。例えば、核家族化、単身世帯の増加、買い物の効率化、需要の即時化などである。これらの変化が中国のコンビニ業態の発展に大きな影響を与えている。

政府は流通業の近代化という目標を掲げ、その近代化政策の一環として、流通開放政策の実施や小売企業の業態転換に積極的に乗り出したのである。こうして、コンビニ業態が導入された最初の時、流通開放政策の実施の恩恵を受け、香港資本の「7-11」（セブン-イレブン）が誕生できたと考えられる。中国では、当時、消費者サイドの強いニーズに対応した自生的コンビニ業態の生成条件は成熟していたとはいえないのであろう。このような背景の下で成長してきた中国のコンビニ業態とそれを利用する消費者は、独自な特徴をもっていると考えられる。

本論文はアメリカ、日本などの先進国でのコンビニ業界の発展や、中国への導入についての先行研究を行った上、中国のコンビニ業態の発展と利用者の消費者行動について論じる。コンビニが生成したばかりの時に、コンビニは多くの中国人にとって昔の雑貨店（中国語で小売部）と大体変わらない存在であった。近年、コンビニに対する購買行動と購買意識は変わりつつある。例えば、コンビニでのお弁当とご飯類の購入額は年々増えていく。中華料理の食文化により作りたての食べ物へのこだわりが非常に強いのである。このような消費者ニーズに応じるため、中国系のコンビニ可的をはじめ、多くの中国系コンビニは店内のオープンキッチンのコーナーを設置し、熱々の作りたての中華料理を提供している。論文で使用するデータは2012年2月に筆者自身の調査データである。2011年に入ってから上海市内と郊外において約11,100店舗のコンビニがあり、1店舗あたりの利用者数は3,000人前後、コンビニの聖地と見られる東京の1店舗あたりの利用者数(5,000人前後)を大きく

下回っている。これからは更なる激しい競争が行われ、国内外の競争企業の数も集約され、コンビニの戦国時代がいよいよ中国に到来すると考えられる。このような時代には各コンビニ業態は生き抜くため、様々な工夫をしなければならない。消費者に密着する業態であるコンビニ業態は消費者に関するデータ収集と分析が日々欠かせないことであると思われる。現在、POS システムより、消費者の性別、年齢、買い物習慣などが各業態自ら把握できる。しかし、最寄品に関して、中国の消費者の購買行動は独自の社会文化、生活様式、評価が存在している。単なる企業 POS システムでは、このような消費者に関するライフスタイル、行動パターン、評価などの調査研究がまだ把握できないのである。本研究は企業システムで解決できない調査研究を行い、北京市コンビニにおける消費者行動パターン、評価、利用の分析を通じ、中国の都市部の消費者のコンビニに関する消費行動を解明してみる。本論文の構成は次のようになる。

第 1 章においては、まず研究背景を提示し、コンビニにおける購買行動の研究の目的、意義について述べる。

第 2 章ではコンビニ業態の歴史を明らかにするため、世界のコンビニ業態の生成と発展について紹介する。第 1 節はアメリカにおけるコンビニの誕生をレビューする。第 2 節は日本におけるコンビニの発展を考察する。第 3 節は消費者行動の研究理論となっている。第 4 節では、中国の消費者行動に関する研究を取り上げる。

第 3 章においては、中国におけるコンビニの展開と購買行動調査を分析する。第 1 節では、中国における小売業態の多様化をとりあげる。第 2 節では、中国におけるコンビニ業態の展開について考察する。第 3 節では、コンビニにおける購買行動の先行的な調査、コンビニ利用者に関する筆者自身の調査を含め調査研究を紹介したうえで、本研究の研究方向を提示する。第 4 節では、筆者が有償で利用権を得た株式会社サーチナ社による上海市のコンビニの購買行動調査を分析する。

第 4 章においては、中国コンビニにおける購買行動を明らかにするため、中国ではコンビニの発展が最も代表な大都市である北京市のコンビニ購買について分析する。クロス集計と多変量分析を行い、中国のコンビニにおける消費者の行動及びコンビニ利用者の特徴について分析する。この章は 4 節から構成され、それぞれ第 1 節調査の内容、第 2 節調査結果の単純分析、第 3 節購買行動パターンの分析と第 4 節の分析結果の検討となっている。

終章においては、以上で得られた各章の結論を総合することで本論文の研究結果とまた残された今後の検討すべき課題を提示する。第 1 節では、本研究の考察と結論をとりあげる。第 2 節では、今後に残された課題である。

氏名（本籍）	QI JIAN [齊 艦] (中国)
授与学位	博士(学術)
学位記番号	東アジア博甲第74号
学位授与年月日	平成25年9月27日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項
研究科，専攻の名称	東アジア研究科 東アジア専攻
学位論文題目	コンビニエンスストアにおける購買行動の分析 —北京市の購買者調査を中心として—
論文審査委員	主査 山口大学 教授 李 海峰 副査 山口大学 教授 植村高久 副査 山口大学 教授 成富 敬

【論文審査結果の要旨】

提出された論文（レフェリー制による学術論文）は博士学位請求論文（以下、論文）以外に、下記1-1に示す研究業績（1）がある。この学術論文については、学位申請論文の一部に納められている。

1-1 研究業績

（1）中国の都市部におけるコンビニエンスストアの消費者行動の研究分析
—上海市消費者のコンビニエンスストアでの購買行動の分析を中心に— 『現代商業』第26期，2012年。

1-2 論文の概要

序章では、問題意識と研究目的を提示した。すなわち、1990年代初頭から中国の大衆消費社会の形成とともに、現代経営方式のコンビニが中国の都市部に進出し、急速に展開されてきた。このような購買環境の変化におかれた消費者行動や消費生活スタイルがどのように変容しているのかを、経営学の理論に基づく実証研究方法に立脚し、コンビニエンスストアでの購買行動の特徴分析を通して解明することが目的である。

第2章では、1960年代にアメリカで誕生し発展し始めたコンビニエンスストアは、ほぼ同じ時期に日本にも導入され、発展し始めた。このようなアメリカ、日本におけるコンビニの発展、そして異なる社会やその時代の消費生活や購買行動はどのようなものであったのかについて、先行研究の文献や資料をレビューし、これまでの研究理論と実証分析方法を考察した上で、本研究の重要性について論じた。

第3章では、中国におけるコンビニの出現、発展と消費生活、消費者行動の変化について検討した上で、これまでに行われた先行研究や消費実態調査分析（筆者が有償で利用権を得た株式会社サーチナ社による上海市のコンビニの購買行動調査を分析し『現代商業』に掲載された論文及びコンビニ利用者に関する筆者自身の調査を含めた調査研究）について述べている。さらに、中国の都市部消費者のコンビニでの購買行動について比較分析し、北京市の購買者調査分析の必要性について提示した。

第4章においては、北京市で無作為抽出により選定された10区のコンビニでアンケートによる購買行動の調査を行ったこと、また、収集したデータについて、単純集計、クロス集計と多変量分析などの統計手法を駆使し分析したことについてまとめている。一連の調査分析結果によって、北京市のコンビニでの購買者とその購買行動の特徴を解明した。ホワイトカラー、中間階層、既婚者などの購買者が他の階層より多いこと、そして他の階層はコンビニの来店目的が店内の品物、雰囲気などを楽しむためであることなど、購買行動の特徴を明らかにしている。

終章では、先行研究の消費実態調査分析結果と比較し、若干の考察を行った。中国の大都市ではコンビニの急速な普及によって都市部住民の購買、消費生活環境が変化し、消費者行動と生活スタイルの変容をもたらしつつあることを論じた。またインプリケーションとして、中国系コンビニと日本系コンビニに対する購買行動と意識の比較分析によって、異なる消費社会における小売業のマーケティング戦略にとって、重要な変数も発見した。

1-3 論文の評価

1) 創造性

本論文は、コンビニエンスストアにおける購買行動について、北京市で独自のアンケートによる購買者に対する調査に基づき、統計手法による分析研究を行ったものである。中国の大衆消費社会の形成過程において、現代的な小売業の一つコンビニでの大都市部消費者の購買行動の特徴とその変化の解明は、これらの研究分野に与える貢献は大きいと評価できる。したがって本論文は創造性の点において優れていると評価できる。

2) 論理性

本論文は前回審査委員会が指摘した改善を要する点について、論文全体の論理性を高める修正が行われた。また、理論面と実証面において、前回より充実した先行研究を行い、消費実態調査分析（筆者が有償で利用権を得た株式会社サーチナ社による上海市のコンビニの購買行動調査を分析し『現代商業』に掲載した論文及びコンビニ利用者に関する筆者自身の調査を含めた調査研究）をもとに、中国の都市部消費者のコンビニでの購買行動について分析した。すなわち、理論面と実証面から考察を深め、分析手法を駆使した論述を展開しており、論理的整合性を有していると評価した。

3) 発展性及び厳格性

研究の枠組みを明確にし、モデル構築における新規性などの点において、過去の先行研究からの発展性が見られる。また、前回予備審査時において審査委員から提起された問題点について、全面的に加筆修正し意欲的に改善が行われ、厳格性については評価できる。

本論文は、先行研究を踏まえ、さらに独自に収集したデータを基に分析を行った研究であり、全体として博士学位論文の水準を満たしているものと思われる。よって、審査委員会は、合格と判定した。