

問題意識

街中では、多くの消費者が
ウィンドウ・ショッピングをしている。

なぜ、消費者は、購買意図がないのに、
わざわざ店舗を訪問するのだろうか？

～用語の定義～

ブラウジング行動

即時的な購買意図を伴わない状態
で店舗内を探索する行動

ブラウザー

ブラウジング行動を行う消費者

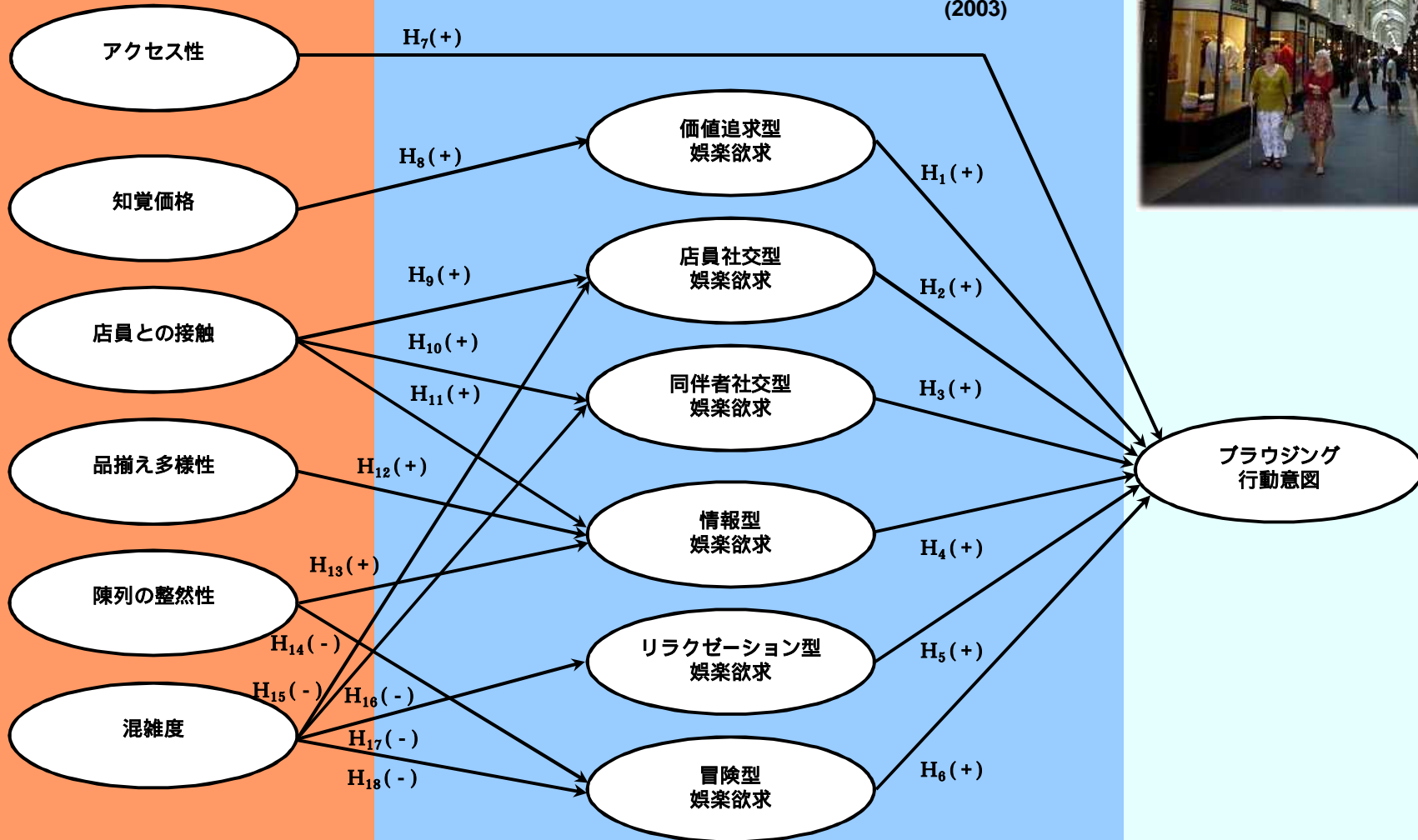


仮説の提唱 概念モデルの構築

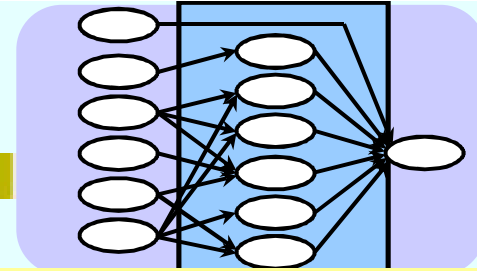


田村の小売ミックス
(2001)

Arnold and Reynolds の
快樂的ショッピング動機の援用
(2003)



仮説の提唱



「価値追求型娯楽欲求」 = 安価な商品の探索に、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、割安な商品を発見することで得られる娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。
(H₁)

「店員社交型娯楽欲求」 = 店員との社会的な交流に、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、同じ趣味を持つ店員と会話をすることや、店員の丁寧な接客により生じる優越感という娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。
(H₂)

「同伴者社交型娯楽欲求」 = 同伴者との社会的な交流に、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、家族と会話をしたりすることで得られる娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。
(H₃)

「情報型娯楽欲求」 = 新商品や流行の商品に関する情報取得に、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、新商品の情報を入手することで得られる娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。
(H₄)

「リラクゼーション型娯楽欲求」 = 店舗内でストレス解消や気晴らしに、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、気晴らしをすることで得られる娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。

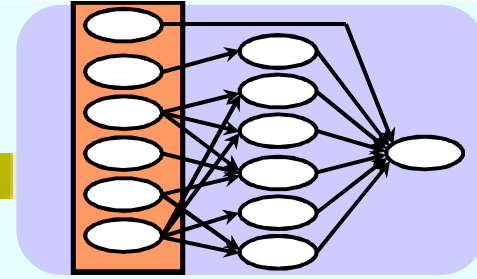
(H₅)

「冒険型娯楽欲求」 = 店舗内で刺激やスリルを得ることに、楽しさを見出そうとする欲求

何も買う気はないが、日常生活では味わえない刺激やスリルを感じることで得られる娯楽を求めてお店を訪れる消費者がいる。

(H₆)

仮説の提唱



「アクセス性」 = 店舗の空間的・時間的な利便性

何も買う気はないが、利便性がよいとお店を訪問したいと思う消費者がいる。(H₇)

「知覚価格」 = 消費者が知覚する価格

そのお店の商品の価格が低いほど、割安な商品を発見したいと思う消費者がいる。(H₈)

「店員との接触」 = 店舗内における店員と接客

そのお店の店員との接触機会が多いほど、店員と交流したいと思ったり(H₉)、新商品の情報を得たいと思う消費者がいる(H₁₀)が、同伴者と交流したいとは思わない消費者がいる(H₁₁)

「品揃え多様性」 = 消費者が知覚する品揃えの広さ・深さ・流行性

そのお店の品揃えが多様なほど、新商品の情報を得たいと思う消費者がいる。(H₁₂)

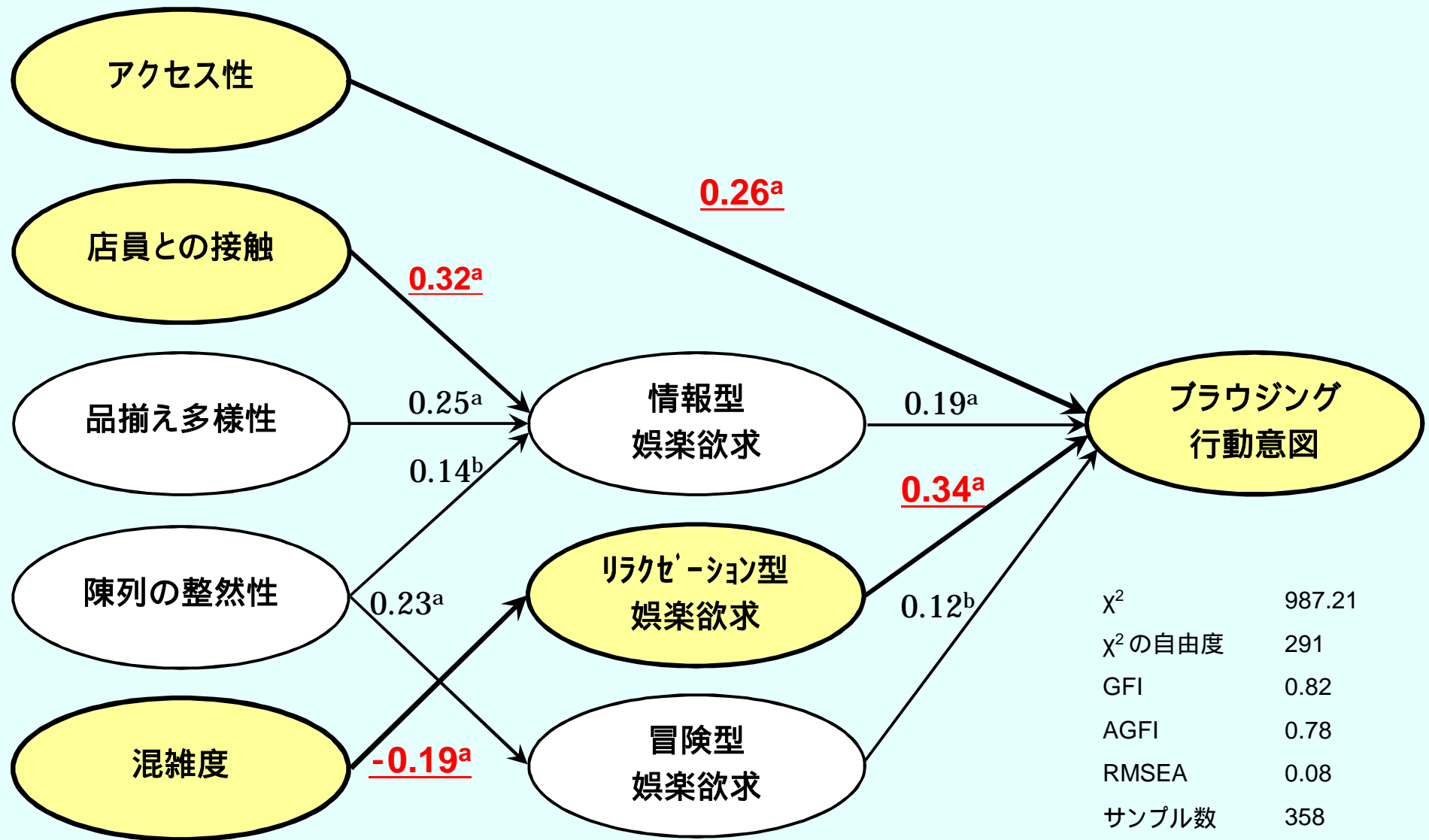
「陳列の整然性」 = 消費者が知覚する商品カテゴリーごとの陳列の整然性

そのお店の陳列が整然としているほど、新商品の情報を得たいと思う消費者がいる(H₁₃)が、スリルや刺激を得たいとは思わない消費者がいる。(H₁₄)

「混雑度」 = 消費者が知覚する店舗の混み具合

そのお店が混雑しているほど、店員や同伴者と交流したいとは思わない消費者がいる。(H₁₅, H₁₆)
また、そのお店が混雑しているほど、癒しや刺激を得たいとは思わない消費者がいる。(H₁₇, H₁₈)

分析結果



ただし、^aは1%水準で有意、^bは5%水準で有意

考察

情報型娯楽欲求

促進

ブラウジング行動意図

新商品や流行の商品に関する情報を知りたいという欲求は、
ブラウジング行動意図形成を促進するという知見が得られた。

リラクゼーション型娯楽欲求

促進

ブラウジング行動意図

店舗訪問によって、ストレス解消や気晴らしをしたいという欲求は、
ブラウジング行動意図形成を促進するという知見が得られた。

考察

冒険型娯楽欲求

促進

ブラウジング行動意図

店舗内を探索することによって刺激を得たいという欲求は、
ブラウジング行動意図形成を促進するという知見が得られた。

アクセス性

促進

ブラウジング行動意図

店舗のアクセス性が良ければ良いほど、
ブラウジング行動意図形成を促進するという知見が得られた。

実務的含意 企業に求められること

消費者がストレス解消や気晴らしによって楽しさを得られるように、
店舗内の混雑度を改善する工夫。

消費者が店舗内の情報入手によって楽しさを得られるように、
店員の消費者への接触機会を増加させる工夫。

消費者が気軽に店舗へ訪問できるように、
店舗の空間的・時間的利便性を高める工夫。



混雑を解消してリラックスできる店舗内



知識が豊富で情報源として価値の高い店員



気軽に足を運べるアクセス性の高い店舗立地