

【マーケティングゼミ】原田ゼミで海外マーケティング調査活動を実施

【原田ゼミの海外マーケティング調査活動】

2019年度の前期、3年次の原田ゼミでは海外調査活動（2019.6.14～2019.6.17）を実施しました。原田ゼミ調査活動の目的は、海外調査活動の経験を通じて国際的に知見を深め、考え方や価値観ともにグローバルな視点に立ち、沖縄と世界を比較または分析しながら、今後の沖縄ビジネスに活かすことができる能力を高めることでもあります。今回は、海外の国際的都市である香港において、国際ビジネスをはじめ、マーケティング活動や販売活動、商品陳列、広告活動など理論的な学びを踏まえたうえで、実践的に体験することができました。ゼミ生一人一人は、海外調査活動を計画から現地調査まで行ったことで有意義に学びを深めることができました。



「香港におけるマーケティング調査の概要は下記の通りです。」

調査場所：香港 調査期間：2019年6月14日～17日

調査目的：香港のマーケティング活動を調査し、沖縄県で今後の導入できるか調査する。

調査方法：各グループで設定した調査テーマについて観察調査を行う。

調査写真：各グループの写真は筆者撮影（2019.6.14～2019.6.17）。

【各グループの調査概要】 調査概要を紹介します。

グループ1、調査テーマ：お土産店のアウトストア・プロモーション～店頭ファサード編～

メンバー	平安山 真瑚、江藤 郁美、嶺井 梨乃
調査目的	沖縄と香港のお土産店のアウトストア・プロモーションの違いについて調査する。
調査概要	香港の店頭看板・ファサードは、一見すると簡素であるが、それにより店名と主力商品のポスターが印象に残りやすい。同類の商品を扱っている他店舗が多くあるため、主力商品の特徴や、独自のコンセプトをアピールすることで他のお土産店との差別化を図っている。

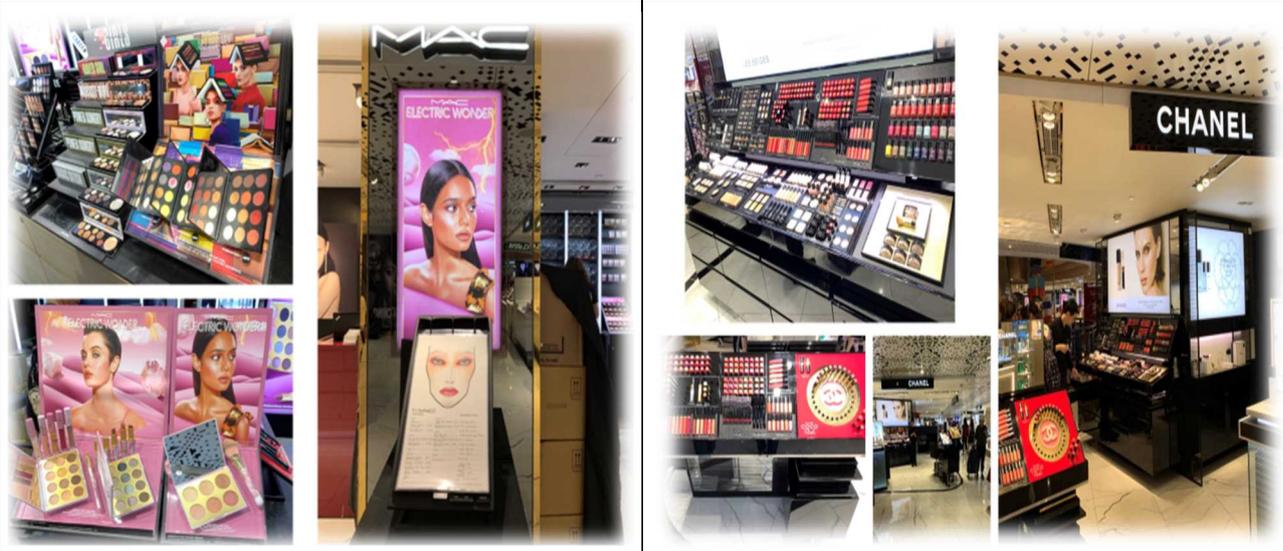


グループ2、調査テーマ：香港におけるデザートマーケティング～エッグワッフルを中心に～

メンバー	新垣 美來、祖根 梨良、仲里 美優
調査目的	観光地（香港）でのデザートの販売戦略、沖縄とどのように違うのか調査する。
調査概要	沖縄と香港のお店を比較した結果、価格は香港の方が安かったが、店内の清潔さは沖縄の方がきれいで、メニューもわかりやすい。



グループ3、調査テーマ：沖縄と海外の百貨店におけるマーケティング戦略の比較

メンバー	伊佐 佳奈子、渡慶次 未来
調査目的	沖縄と香港の百貨店における化粧品エリアを比較して、特徴や課題点を抽出し、改善策を独自の考えでまとめ、リウボウの差別化を目指すことを目的とする。
調査概要	リウボウは香港の百貨店と比較すると、ショッピングスポットになるには規模や価格帯、差別化などで劣っている。沖縄の百貨店では、化粧品エリアの販売促進に一番必要な戦略は接客である。
	

グループ4、調査テーマ：お土産ショップのインストアプロモーション

メンバー	伊波 祐佳、喜友名 美羽
調査目的	香港の土産品を取り扱うショップにおけるインストアプロモーションを調査する。
調査概要	香港は販売員によって直接渡される手法が多く、試食を提供してお土産を選択させるチャンスがある。観光客は試食した商品をもそのまま手に取り購入に至るため、販売促進として大きな影響がある。沖縄でも販売員が直接試食を勧めることで、観光客に効果的な非計画的購買に繋がる。
	

グループ5、調査テーマ：香港のナイトマーケットにおける五感で感じる販売促進

メンバー	川満 泰貴、具志堅 一真、仲宗根 匠哉、比嘉 天樹
調査目的	香港のナイトマーケットでどのような販売促進行われているか五感を基準に調査する。
調査概要	香港のナイトマーケットは歴史や文化によって今の風景を形成したため、視覚に関する販売促進が発展した。そのため、購買目的だけではなく一度は訪れたいと思う観光スポットとなる。ナイトマーケットは、香港のように規模が大きく視覚に訴えかけた独自の風景を創造することである。
	

グループ6、調査テーマ：香港のローカル系ファストフードのサービスマーケティング

メンバー	金城 星哉、田港 朝丞、照屋 佑樹、中村 界支
調査目的	香港のローカル系ファストフードが定着した食文化の背景を整理し、実際にどのようなサービスマーケティングあるか調査する。
調査概要	香港のローカル系ファストフードはタイプ別に分けられる。1つ目は、低価格で接客対応も自由で店内の雰囲気もローカルのタイプである。2つ目は、チェーン展開されたタイプで、接客対応やサービスプロセスもマニュアル化している。3つ目は、ファミリーレストランタイプで観光客の姿が多くあった。香港のローカル系ファストフード店は、ターゲットやお店の規模によって様々なサービスマーケティングが展開ある。
	

また、2019年度後期の原田ゼミ活動では、東アジアの台湾にて、海外マーケティング調査活動を実施する予定です。現在、各グループが下記の調査テーマを設定し、予備調査を行っています。

●後期の海外マーケティング調査活動の主な概要●

対象国：台湾の台北、実施時間：2020年1月10日～13日
課題1：サニーヒルズのマーケティング戦略～パイアップルケーキ着目して～
課題2：台湾におけるタピオカの販売戦略と消費者の購買行動
課題3：沖縄と台北にあるスターバックスのポジショニングの比較
課題4：台湾のコンビニPB商品戦略
課題5：台湾の商店街におけるナイトマーケティング～五感で感じるマーケティング戦略～
課題6：台湾と沖縄のアルコールの消費行動

企業システム学科 原田優也ゼミ研究室

担当教員：原田優也（研究室 5633）

教育支援者（TA）：上原彰公

2019年11月26日