

人文社会系

小売店舗における客動線モデルの研究

法経学部経済学科・教授 佐藤 栄作



研究の背景

消費者の購買行動の理解に力を尽くし、そこからマーケティング施策を組み立てようとするアプローチは、広く取り組まれてきていることである。消費財の場合には、それに対する買物客の事前の計画性の低さを1つの背景として、店舗内における購買行動のメカニズムを明らかにしようとする研究が、盛んに行われてきている。とはいえそれらの研究の多くは、購買を行うのか否か、購買するとすればどのブランドや商品を選択するのかといった、文字通り購買意思決定のその瞬間のみに焦点を当てたものとなっている。

ところで多くの買物客は、商品を1つだけ選んで帰るといっても、複数の商品を逐次的に選択している場合が多い。そしてそのように連なっている個々の選択行動の間には、何らかの関連性があると考えるのが自然であろう。店舗内購買行動研究では、そのような関連性を明示的に考慮していくことが1つの課題となっている。

研究の成果

小売店舗内における買物客の購買行動プロセスは、売場区域間の移動、特定売場への立寄り、特定商品の選択（購買決定）といった複数の段階で捉えられる。本研究は、特に売場区域間の移動に関する数理モデル（客動線モデル）の構築と実証分析に焦点を当てている。

本研究を進めるに際して、手始めに、これまで行われてきた客動線分析に関連する研究の整理を行い、それらの意義と課題を確認した（佐藤 2010a）。その中では、客動線の測定手法に関する研究、記述的分析手法に関する研究、モデル構築に関する研究に分けてそれぞれについての考察を行っている。特に客動線モデルに関連する研究では、買物客間での異質性の考慮と個人内での行動変化の考慮の2点が、これからの研究を進める上での主な課題となることを指摘した。

また佐藤（2010 b）は、買物客の購買行動の異質性を把握するために、クラスター分析手法の1つであるPAM法を適用して客動線のパターン抽出を試みている。その結果、特徴的な客動線のパターンは、少なくとも10以上あることが明らかにされた。その上で、これまでの売場作りは、多様な購買行動の一部に対応できているに過ぎないので、考慮しきれていない他の購買行動への対応のあり方を検討していくことが今後の実務的課題の1つであることを指摘した。

今後の展望

現在は、店舗内の場所と商品の相対的な魅力度を識別し、さらに消費者の異質性を考慮可能とする店舗内購買行動モデルの実証分析に取り組んでいる。この一連の研究により、小売店舗の売場作りへの示唆を得ることが期待される。

【支援を受けた科研費】

- ・2007～2010年度 日本学術振興会科学研究費補助金基盤研究（C）「小売店舗における買物行動モデル開発と分析手法体系化に関する基礎研究」

【掲載された学術誌】

- ・佐藤栄作（2010a）「店舗内購買行動研究における客動線分析の現状と課題」『流通情報』第41巻第6号6-18頁。
- ・佐藤栄作（2010b）「店舗内購買行動の理解と動線パターンの分析—スーパーマーケットにおける動線パターン分析を例として」『流通情報』第42巻第3号52-70頁。