

論 文 要 旨

学籍番号	81133580	氏 名	万 煜
論 文 題 目： 中国における安心安全な生鮮食品スーパーのマーケティング戦略			
(内容の要旨) 近年、Weibo（微博）等 SNS メディアの急速な普及がもたらす情報伝達の速度・効率の向上及び誰でも情報を発信できることにより、中国の食品安全問題に関する情報が爆発的にインターネットで流れ始めた。この影響により、中国の国民は以前より食品安全に対して高い関心を持つようになった。しかし、市場には、有毒・有害な生鮮食品が流通しているのが現状である。そのため、安心安全な生鮮食品に対するニーズが高まっている。そこで本研究では、中国における生鮮食品関係先行研究と法律政策をレビューした上で、消費者が安心して、安全保証のある生鮮食品を購入できる「安心安全な生鮮食品スーパー」を提案し、食品安全と安心を保証するのに高いコストを要する安心安全な生鮮食品スーパーが消費者に受け入れられるためのマーケティング戦略をデザインすることを研究目的とする。本研究では、コンジョイント分析手法を用いて消費者の安心安全な生鮮食品スーパーに関する選好を分析した。価格敏感度が高いと言われる中国消費者の食品の安全性、鮮度管理、産地標識と価格に対する重視度を比較することで、消費者はその性別、収入と関係なく、食品安全性に対して非常に重視する一方、価格をそれほど重視しないことがわかった。消費者選好分析の結果と中国の食品安全の現状に基づいて、HACCP 食品安全管理基準により食品安全の保証、店頭食品安全情報の公開、Weibo をはじめとする SNS を利用し、食品安全情報の発信及びトレーサビリティプラットフォーム構築をマーケティング戦略として提案した。それらの戦略効果の検証として消費者支払い意思額分析を行い、各戦略の実施によって豚肉に対して 37.3%~62.3%の支払い意思額向上幅が示され、青梗菜の場合は最高 150%の向上幅が示された。安全性が証明された生鮮食品に対する消費者の高いニーズが示唆された。そして、日中食品流通と食品安全関連業界の有識者へのインタビューを通じて、本研究が提案する食品安全を保証する戦略と食品安全情報の公開に関する戦略の有効性が高く評価され、その実現可能性についても肯定的な評価を得た。			
キーワード (5 語) 生鮮食品、スーパーマーケット、食品安全、消費者選好、マーケティング戦略			