

1. こんにちは！ニコル・サルダニーヤと申します。私のキャップストーンは日本とアメリカのスイーツ：大学生のスイーツショップに関する意見の比較です。どうぞよろしくおねがいします。
2. こちらは概要です。
3. 私がこのテーマに興味を持った理由は、五年前から私の姉とお客様からの注文でカスタマイズされたカップケーキを売る小さなビジネスをしています。私は将来ビジネスで国際的に活躍したいです。10年前から日本の文化を勉強し、日本人はディテール、アメリカ人は大きなプロジェクトをどのように行うかを重要視することに気が付きました。ここでは日本とアメリカの大学生が、日米のスイーツに関する企業をどのように見ているのかを研究したいです。
4. こちらが研究質問です。一、日米の文化のスイーツショップに対する見解は何か。二、何がスイーツショップの成功に影響するか、の以上です。
5. こちらが研究背景の概要です。
6. まず、砂糖とスイーツの文化史について話します。この表からもわかるように砂糖は日本では8世紀、アメリカでは15世紀に導入されましたが、最初の砂糖精製所が17世紀にアメリカで開かれたのに対し、日本では2世紀遅い19世紀に開かれました。
7. 砂糖の消費はアメリカは日本よりも一人当たりほぼ2倍の砂糖を消費しています。

8. スイーツの市場に関してはアメリカが世界で最大、日本はアジアで最大ですが GDP を比較すると、日米ではスイーツの小売業の売上高が同じである事が分かります。
9. 文化の視点から見るとアメリカは世界的に一番甘いものがある国として知られ、スイーツ店は他店より高級と見られています。しかし、日本ではスイーツは自分への報酬として買う人もおり、贅沢な物とされています。また甘みも控えめで季節感や見た目を大事にします。
10. この絵からも分かる様に左の方がアメリカで、カラフルです。右の方がシンプルでかわいく、繊細なスイーツです。
11. アメリカでは日本のポップカルチャーの影響を受けたお菓子が販売されている店が増えている一方、日本では西洋文化は新しく、進んだものとして考えられているため、ギャレット ポップコーンやクリスピークリームはとても有名です。
12. ではここで、私が行った研究の結果についてお話したいと思います。まず研究方法ですが日本人 37 人、アメリカ人 37 人、合計 74 人にアンケート調査をおこないました。
13. まず、研究質問 1: 「日米の文化のスイーツショップに対する見解は何か」です。
14. 大学生はスイーツが好きかと言う問に対して、89%の日本人と 92%のアメリカ人が肯定的にスイーツを見ています。
15. スイーツを買うために一番よく行くところはどこか、はアメリカと日本の大学生はスイーツショップよりも頻繁に別の場所でスイーツを買うようです。

16. 「スイーツショップでは何が魅力的か」ですがアメリカ人はカラフルな商品に魅かれますが、日本人は大部分の人は店内の全体的な環境の良さに魅かれるようです。しかし、日米どちらの学生も装飾が大事だとしています。
17. スイーツショップを選ぶ要因としては日米どちらの学生にとっても慣れ親しんだ味が大切な一方、アメリカ人は慣れ親しんだブランドを重要視し、日本人は新しい味を大切にしていることが分かりました。
18. スイーツショップを選ぶ他の要因としてはアメリカ人には品質が一番影響している一方、広告は影響していないことを表しています。
19. 日本人には場所が一番影響している一方、お勧め商品は影響しないことがわかりました。
20. 日米の学生でスイーツショップに行かない理由はスイーツショップをあまり知らないからです。又、他にも色々な理由はありますが、アメリカ人は健康への悪さを考慮する一方、日本人は女性的なイメージと繋げる傾向があるようです。
21. ここで研究質問 1 の 調査結果のまとめをお話します。日米両方の学生はスイーツショップの魅力は、店の装飾やカラフルな商品につなげてイメージするにもかかわらず、彼らが知っているスイーツショップの数は少なく、多くの学生はスーパーやコンビニでスイーツを買う傾向があります。
22. 次は、研究質問 2:スイーツショップの成功には何が影響しているのかです。
23. 誰と一緒にスイーツショップに行くかですが、日米の学生共、スイーツショップには友達、家族、一人でいくが同じ位の割合で示されました。

24. 何がスイーツショップを際立たせると思うかという問からアメリカ人の **95%**が品質を求めていることがわかります。が、
25. 日本人のほとんどが品質とサービスをあげています。
26. スイーツショップの何に魅かれるかについては、スイーツショップのみで買うことができる商品があることです。
27. しかし、スイーツショップの何が嫌いかについては価格で、スイーツショップでかうスイーツは高い印象があるようです。
28. 大学生は一週間にスイーツにどのぐらいお金を使うかですが、日本人はアメリカ人よりスイーツに多くのお金を費やしていることが分かります。
29. お菓子の見解については、手頃な価格、贅沢、ご褒美の項目のうち、アメリカ人は半数以上が「お菓子は手頃な価格だ」を選びましたが、
30. 日本人は「手頃な価格」と「ご褒美としてお菓子を買う」の2つにわかれました。
31. 珍しい新しいスイーツを試すことに対してはアメリカ人は常に新しい味を試すことに興味があるようです。
32. 日本人もこの点では同じで新しい味を試すことに興味を示しています。
33. 新しい味を試すことの一歩の理由は日米の学生両方とも他の国のスイーツへの好奇心が強いことです。日本人は **69%**、アメリカ人は **51%**の割合で日本人の方がアメリカ人より少し高いです。

34. 自分の国と他の国のスイーツの両方を食べることのできるスイーツショップが開店した場合日米の学生はそのようなスイーツショップの開店に高い関心を示していることが分かります。
35. それではここで、研究質問 2 のまとめをしたいと思います。どのスイーツショップに行くのかは、どちらの国の学生も家族や友達に影響されるようです。また日本人もアメリカ人もスイーツショップの商品の品質が鍵となるとしていますが、その他に日本人はサービスも成功に影響していると考えています。また、スイーツショップではスイーツ商品はいいが価格は高いと考える人が多いです。さらにスイーツをアメリカ人は価格を考える一方、日本人は価格だけではなくご褒美としてのスイーツも大事にすることが分かりました。
36. それではここでこの研究の結論についてまとめたいと思います。まず、日米共スイーツを買う際、スイーツショップの明るさとカラフルさに影響されることが分かりました。また、スイーツショップの商品は値段が高くないとよい品質でないとされる傾向があります。ただ、学生はスイーツにかかる予算が低いのでスイーツショップが学生の顧客を引き付けることは難しいようです。しかし、新しい味に興味があるようですからそれをうまく使う必要があるでしょう。この研究を通して私は将来日本でお店を開く時どのようなことを考えなければいけないかとも参考になりました。

37. このデータは都市と田舎では店へ行く理由が異なるため都市と田舎を比較するためのデータ収集をしたかったのですが、友人が住んでいる特定の地域から収集したことがこの研究における限界点です。将来の研究課題としては私が JET で来年は日本に行く際、私が日本とアメリカでスイーツショップを開店する際の新しい味、慣れ親しんだスイーツの味に関してもっと追及したいと思います。

38. こちらは参考文献です。

39. こちらはメディアリソースです。

40. 私の感謝の意；ありがとうございました。