

# 外食需要の決定要因について

# 目次

- ▶ 研究背景
- ▶ 研究目的
- ▶ 分析方法
- ▶ 分析
- ▶ 分析結果
- ▶ まとめ
- ▶ 参考文献

# 研究背景

わが国における家計食料需要の構造は「内食」「外食」「中食」消費形態に分別できる

日本は戦後から現代にかけて外食需要が大幅に上昇した  
(内食→外食及び中食へ移行したという考え方) →食の外部化

外食市場は飽和状態である

外食消費量は年々増加傾向にあった

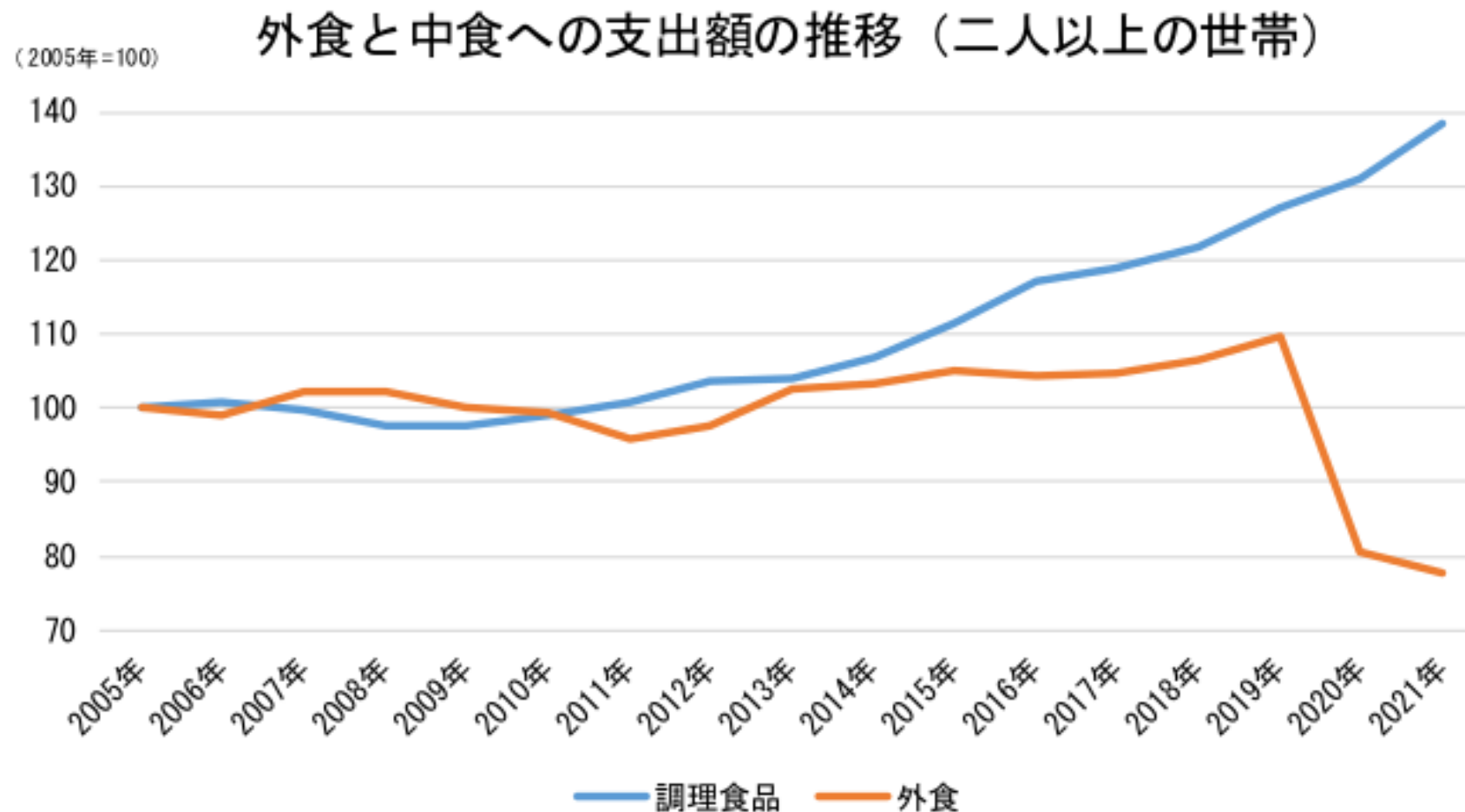
# 研究背景

わが国では所得水準の向上、女子就業率の上昇、世帯規模の縮小、単身世帯の増加、高齢化の進展、生活スタイルの多様化などを背景として、家庭における調理の機会費用が増大してきた。その結果、いわゆる「食の外部化」食事の外部依存度の上昇と呼ばれる現象が進行し食料消費の形態は「内食」を「外食」や「中食」で代替するという形で変化を遂げてきたといえる。

松田（2001）

# 研究背景

- ▶ しかし、コロナで外食売上は急下降（中食は増加）



出所：総務省「家計調査」より第一生命経済研究所作成

# 研究背景

上場する主な外食チェーン 16社が展開する「ファミリーレストラン」業態の店舗数は、2022年6月期時点で8420店舗だった。新型コロナウイルス感染症流行前の2019年12月期と比べて810店舗（約9%）減少。最も減少率が大きいジョイフルは、直営店の3割に相当する200店超を閉店。

帝国データバンク（2022）

# 研究目的

- ▶ 外食需要の決定要因として何が考えられるのか
- ▶ コロナで外食消費は大きく落ち込んだが、現在残っている店舗で何が生き残った要因となったのか
- ▶ 外食需要を最大化するためには何が必要なのか推察

# 仮説

外食需要の決定要因は

- ▶ 所得
- ▶ 世帯数
- ▶ 立地

によって決定する



# 分析方法

- ▶ 重回帰分析にて分析

被説明変数 $y$ を外食需要 = 主要外食チェーン店舗数

説明変数を決定要因  $x_1, x_2, x_3 \dots x_n$

- ▶ 分析モデル

$$y_i = \alpha + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_n x_{ni} + \varepsilon_i$$

# 分析方法

## ▶ 被説明変数 $y$

マクドナルド

スターバックスコーヒー

牛丼チェーン店（吉野家、すき家、松屋）

ガスト

CoCo壺番屋

# マクドナルド

- ▶ 全国的に出店するファストフード店
- ▶ 比較的低い競争率
- ▶ 安価でどの世帯層も来店することから所得、
- ▶ 世帯分布捉われず立地の要因が分析できるのでは

# スターバックスコーヒー

- ▶ 若年人気が高い
- ▶ 若年比率が要因として大きいと仮定
- ▶ 人口密度によって立地が左右される

# 牛丼チェーン

- ▶ 安い、早い、うまいのブランド化
- ▶ 三店舗が牛丼ジャンルをほぼ独占状態にある
- ▶ 幅広い立地に出店
- ▶ 世帯属性がどのような効果があるか不明

# ガスト

- ▶ 全国的に偏りなく出店
- ▶ 家族世帯をターゲットにしている？
- ▶ 立地条件の特徴が不明

# 説明変数x

- ▶ 駅数
- ▶ 主要地方道
- ▶ 一般都道府県道
- ▶ ショッピングセンター数
- ▶ 都市公園面積
- ▶ 所得
- ▶ 世帯数
- ▶ 人口密度
- ▶ 自動車保有台数
- ▶ 若年比率

# マクドナルド

	係数	t
切片	-8.96218	-4.65387
駅	-0.07618	-0.88645
主要地方道	-0.11316	-0.53394
一般都道府県道	0.127507	0.803768
ショッピングセンター数	0.210425	1.83059
都市公園面積	0.091763	1.569213
所得	0.220268	0.828096
世帯数	0.361305	1.581403
人口密度	0.171577	1.698464
自動車保有台数	0.11365	1.572301
若年比率	0.234378	0.372944



# 重回帰式

$Y = -8.96 - 0.07 \text{駅} - 0.11 \text{主要地方道} + 0.12 \text{一般都道府県道} + 0.21$   
 $\text{ショッピングセンター数} + 0.09 \text{都市公園面積} + 0.22 \text{所得} + 0.36 \text{世}$   
 $\text{帯数} + 0.17 \text{人口密度} + 0.11 \text{自動車保有台数} + 0.23 \text{若年比率}$

# 結果の考察：マクドナルド

マクドナルドでは、説明変数の  $t$  値の絶対値がすべて 2 を超えていないため、所得や世帯数などの戦略なしに出店しているといえる。

特定の層や地域への出店はうかがえない。

# スターバックス

	係数	t
切片	-9.25358	-3.03702
駅	-0.12904	-0.94896
主要地方道	0.110933	0.330828
一般都道府県道	-0.30908	-1.23143
ショッピングセンター数	0.260605	1.432896
都市公園面積	0.086808	0.938228
所得	1.188626	<b>2.824302</b>
世帯数	-0.32209	-0.891
人口密度	-0.02274	-0.14226
自動車保有台数	0.025267	0.220932
若年比率	0.866249	0.871179

# 重回帰式

$Y = -9.25 - 0.12 \text{駅} + 0.11 \text{主要地方道} - 0.30 \text{一般都道府県道} + 0.26 \text{ショッピングセンター数} + 0.08 \text{都市公園面積} + 1.18 \text{所得} - 0.32 \text{世帯数} - 0.02 \text{人口密度} + 0.02 \text{自動車保有台数} + 0.86 \text{若年比率}$

# 結果の考察：スターバックス

スターバックスでは、所得のみが正に効いており、ほかの説明変数はあまり効いていないという結果となった。

所得が正に効いているため、スターバックスは上級財である。

若年比率との相関は無し。

スターバックスは、コーヒーのみだけでなく、フラペチーノやスイーツも人気であるが、価格はコンビニやほかのコーヒーチェーンに比べ、高価であるため、このような結果となったと考えられる。

# 牛丼チェーン店（すき家・吉野家・松屋）

	係数	t
切片	-13.2564	-6.41403
駅	-0.16034	-1.73845
主要地方道	0.038335	0.16854
一般都道府県道	-0.0484	-0.2843
ショッピングセンター数	0.265609	2.152994
都市公園面積	0.150897	2.404366
所得	0.803381	2.814208
世帯数	-0.10593	-0.43199
人口密度	0.179133	1.652262
自動車保有台数	0.098759	1.273063
若年比率	-1.03082	-1.52833

# 重回帰式

$Y = -13.25 - 0.16 \text{ 駅数} + 0.03 \text{ 主要地方道} - 0.04 \text{ 一般都道府  
県道} + 0.26 \text{ ショッピングセンター数} + 0.15 \text{ 都市公園面  
積} + 0.80 \text{ 所得} - 0.10 \text{ 世帯数} + 0.17 \text{ 人口密度} + 0.09 \text{ 自動車保  
有台数} - 1.03 \text{ 若年比率}$

# 結果の考察：牛丼チェーン店（すき家・吉野家・松屋）

牛丼チェーン店は、ショッピングセンター数、都市公園面積、所得が正に効いており、ほかの説明変数はあまり効いていないという結果だった。

所得が正に効いているため、牛丼チェーン店は上級財の側面あると考えられる。

分析の結果から、牛丼チェーン店は、利用者の所得が高く、ショッピングセンターや都市公園が十分に存在する開発の進んだ地域に出店していると考えられる。



# ガスト

	係数	標準誤差	t
切片	-15.1203	3.337326	-4.53068
駅	-0.10492	0.148935	-0.70446
主要地方道	0.033775	0.367279	0.09196
一般都道府県道	0.018047	0.274918	0.065643
ショッピングセンター数	0.194306	0.199207	0.975395
都市公園面積	0.046089	0.101341	0.454789
所得	1.257263	0.460968	2.727443
世帯数	-0.56301	0.395941	-1.42195
人口密度	0.249999	0.175066	1.428026
自動車保有台数	-0.03271	0.125266	-0.26114
若年比率	-2.53992	1.089111	-2.33211

# 重回帰式

$Y = -15.12 - 0.10 \text{駅} + 0.03 \text{主要地方道} - 0.01 \text{一般都道府県道} + 0.19 \text{ショッピングセンター数} + 0.04 \text{都市公園面積} + 1.25 \text{所得} - 0.56 \text{世帯数} - 0.24 \text{人口密度} + 0.03 \text{自動車保有台数} - 2.53 \text{若年比率}$

# 分析結果

所得に正の相関、若年比率に負の相関という結果になった。

ガストはファミレスの中でも少しだけ値段が高く、所得がある程度高い人たちが多く利用するため、所得に正の相関があると考えられる。さらにガストにはデリバリーサービスがあるため、お金の余裕がある人達にはメリットとなる。

若者や家族づれが多いような地域には、店舗を建設できる良い立地がなく、若年比率とガストの店舗数は負の相関となったと考える。

# CoCo吉番屋

	係数	t
切片	-5.85483	-1.50076
駅	0.381164	2.18933
主要地方道	-0.19259	-0.44856
一般都道府県道	0.528264	1.643776
ショッピングセンター数	0.017184	0.073792
都市公園面積	0.012441	0.105021
所得	-0.24191	-0.44893
世帯数	0.337697	0.729611
人口密度	0.484831	2.369102
自動車保有台数	0.139981	0.955943
若年比率	2.927745	2.299623

# 重回帰式

$Y = -5.85 + 0.38 \text{ 駅} - 0.19 \text{ 主要地方道} + 0.52 \text{ 一般都道府県道} + 0.01 \text{ ショッピングセンター数} + 0.01 \text{ 都市公園面積} - 0.2 \text{ 所得} + 0.33 \text{ 世帯数} + 0.48 \text{ 人口密度} + 0.13 \text{ 自動車保有台数} + 2.92$   
若年比率

# 分析結果

ココイチの需要は若年比率と駅が、正に効いていることがわかる

逆に、所得などの他の説明変数は影響を与えてないことがわかる。

分析の結果から、ココイチは、利用者の所得に関係なく、若年比率が高く、通いやすい場所に出店していることがわかる。

# まとめ

- ▶ 各外食店舗の需要決定要因に大きな共通点はない
- ▶ 外食の決定要因に突出した要因はない
- 一つのターゲット、立地に拘らず各要素を分散させる  
ことが外食需要を最大化させるのではないか
- ▶ 食の外部化が進んだ現代でも外食は上級財であるという  
側面が随所見られる

# 参考資料

マクドナルド公式サイト | マクドナルド公式 ([mcdonalds.co.jp](https://mcdonalds.co.jp))

Starbucks Coffee Japan - スターバックス コーヒー ジャパン

すき家 ([sukiya.jp](https://sukiya.jp))

吉野家公式ホームページ ([yoshinoya.com](https://yoshinoya.com))

松屋 | 松屋フーズ ([matsuyafoods.co.jp](https://matsuyafoods.co.jp))

ガスト | すかいらーくグループ ([skylark.co.jp](https://skylark.co.jp))

丸亀製麺 ([marugame.com](https://marugame.com))

カレーハウスCoCo壱番屋 ([ichibanya.co.jp](https://ichibanya.co.jp))



# 参考資料

総務省公共施設状況調経年比較表

SC白書／全国のSC数・概況 | 一般社団法人 日本ショッピングセンター協会  
(jcsc.or.jp)

内閣府県民経済計算 県民所得

一般財団法人 自動車検査登録情報協会自動車保有台数 - 一般財団法人 自動車検査  
登録情報協会 (airia.or.jp)