

飲食店における来店頻度向上に影響する要因に関して

-営業時間ごとの来店頻度に影響する要因の比較-

○浅沼幸拓¹・上市秀雄²

(¹筑波大学大学院システム情報工学研究群・²筑波大学システム情報系)

キーワード：飲食店，来店頻度，営業時間

Factors Influencing Customer Visit Frequency at Restaurants

- Comparison of Factors Affecting Usage Frequency by Business Hours -

Kota ASANUMA¹, Hideo UEICHI²

(¹Degree Programs in System and Information and Engineering, University of Tsukuba,

² Faculty of Engineering, Information and Systems, University of Tsukuba.)

Key Words: restaurants, frequency of visits, business hours

現在の日本での飲食店の経営は原材料費や人件費の高騰により、経営環境は厳しいものになっていると考えられる。このような状況下で飲食店が持続可能な利益を確保するためには、新規の顧客の獲得はもちろん、既存の顧客の維持および来店頻度の向上が不可欠である。

Kivela et al. (1999) は、顧客満足度の指標として再来店意図を用いており、〇〇という結果を得ている。ただし個人経営店の視点からは検討されていない。そのため個人経営の飲食店という場において、何の要素が実際の頻度を押し上げているのかの調査は限定的であった。また、多くの研究では飲食店における来店頻度の向上を促す要因がロイヤルティ・プログラムなどによるものであると論じられていた(Meyer-Waarden, 2007)が、ロイヤルティ・プログラムのような明確なインセンティブを持たない個人経営店において具体的にどんな要因が金銭的報酬に代わって来店頻度を向上させることに影響させているのかは十分に特定されていない。

よって本研究では、顧客の属性や特にサービスの各要素に対する重要度や満足度の評価が、実際の来店頻度にどのような影響を及ぼしているのかを実証的に解明する。

方 法

調査対象者 個人経営の創作中華料理店（つくば市）の来店客のうち、自ら支払い能力を有すると判断される10代後半以上の男女257名に対し、2025年11月下旬から12月上旬にかけてアンケート調査を実施した。具体的な手順としては食事を終えた顧客にアンケート調査の協力を依頼し、協力の同意が得られた対象者に実施した。

質問項目 顧客の属性（年齢、性別、職業、同行者の有無とその詳細（誰と来ていたか）、何回目の来店か、来店頻度、来店理由）、9つの要素（待ち時間、価格、料理の美味しさ、見た目、味、メニューの豊富さ、スタッフの対応、お店の雰囲気、立地・アクセスのしやすさ）に対しての重要度と満足度、体感待ち時間、落ち着いて過ごせたか、メニューの見やすさ、再来店意図、他者におすすめしたいかの項目についてすべて7段階で評価してもらった。なおアンケート回収後、顧客の来店日時（昼か夜か等）を記録した。

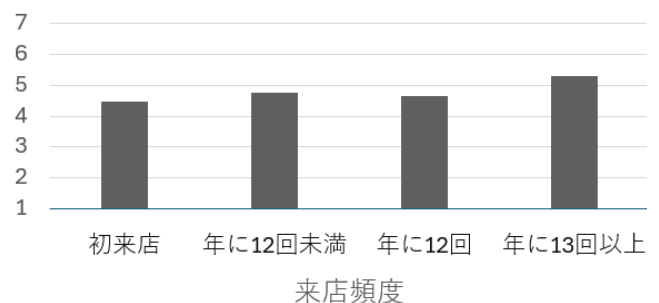
なお分析する際に、来店頻度に関しては収集したデータをすべて年に何回来店しているかに編集した。例えば週に1回の頻度であれば年に48回、月に1回の頻度であれば年に12回というように編集した。また、9項目ある理由のうちいくつか選出したかという来店理由の数という変数を追加した。

分析手法としては来店頻度ごと（初来店、年に12回未満、12回、13回以上）にグループを分け、分散分析を実施した。また、来店頻度に影響する要因を明らかにするために営業時間（昼・夜、平日・土日祝日）別に重回帰分析を実施した。

結 果

分散分析の結果

図1 待ち時間に関する重要度の平均



年に13回以上来店される顧客は初来店の顧客よりも待ち時間に関して強く重要視していることがわかった。

重回帰分析の結果

来店時間（昼・夜）、来店した曜日（平日・土日祝日）の組み合わせの4パターンのグループ別で重回帰分析を実施した。その結果、利用タイミング別（時間・曜日）に関しては、どのグループにおいても来店理由が多い顧客ほど来店頻度が多くなるとわかった。

平日の昼においてはメニューの豊富さは重要でない一方で、土日祝日の昼においてはメニューの豊富さは重要であるとわかった。

考 察

平日の昼と土日祝日の昼を比べたとき、どちらもメニューの豊富さは重要度であった。来店頻度に関しては、平日は負の影響、土日祝日は正の影響があり、平日の昼に頻度が高い顧客はメニューの多さを求めていなかった。つまり、平日はいつも決まったものを食べたいという固定化・効率化の傾向があると考えられる。逆に、土日祝日の昼は食事を選ぶ過程そのものが価値になっており、選択肢の多さが来店頻度につながると考えられる。このことから、土日祝日限定メニューなどを用意する戦略は効果があるといえる。

引用文献

- Kivela J., Rees J. & Inbakaran R. (1999). Model for customer purity and satisfaction in the restaurant service encounter. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(4), 205-222.
- Meyer-Waarden. L. (2007). The effects of loyalty programs on customer lifetime duration and share of wallet. *Journal of Retailing*, 83(2), 223-236.