

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)

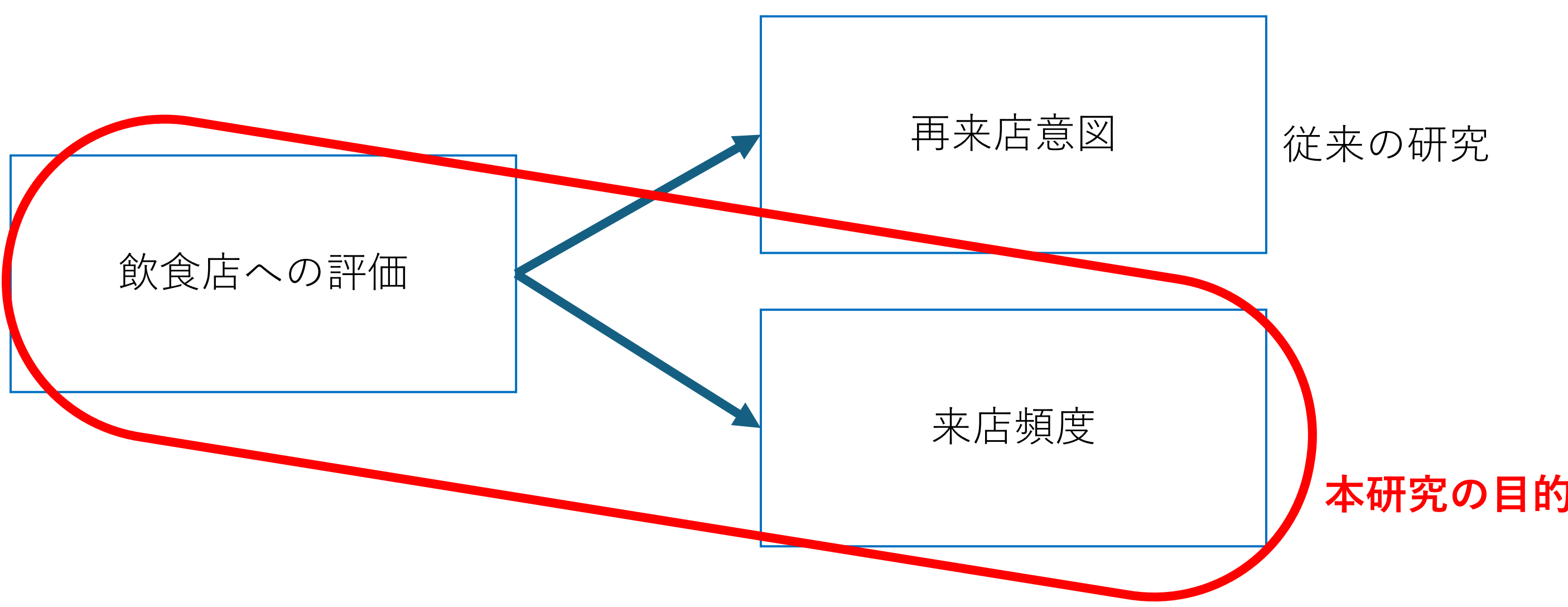
キーワード：飲食店, 来店頻度, 営業時間

s2620417@u.tsukuba.ac.jp

背景・目的

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、料理だけではなく、サービスや雰囲気も含めた総合的な満足度が再来店意図を強める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。
→**個人経営の飲食店**に焦点を当てた調査を実施する。

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だと論じられていた (Meyer-Waarden, 2007) が、個人経営店はロイヤルティ・プログラムのような明確なインセンティブを持っていないため、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。
→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

- 調査場所：個人経営の創作中華料理店（つくば市）
- 調査期間：2025年11月23日から12月7日の13日間（店休日の水曜日を除く）
- 調査方法：アンケート用紙を配布、回答後回収
- 調査対象者：来店した顧客の中で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（男性160名、女性97名）
- 分析対象者数：241名（完全回答）

質問項目

- 顧客の属性（年齢、性別、職業、同行者の有無、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

すべての項目は7段階で評価。
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。

分析手法

分析する際、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択したかという来店理由の数という変数を追加した。

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。

来店頻度によって飲食店への評価が異なるのかを確認するために、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。

結果・考察

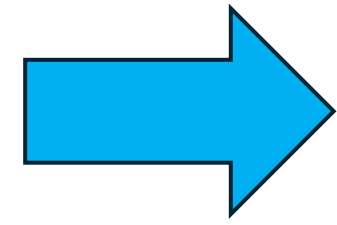
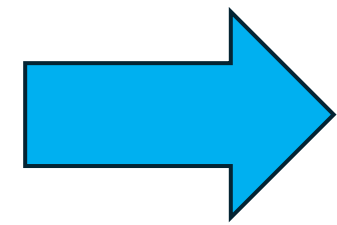
重回帰分析の結果

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(表1)。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。

来店頻度が多い顧客ほど、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。

分散分析の結果

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(図1)。



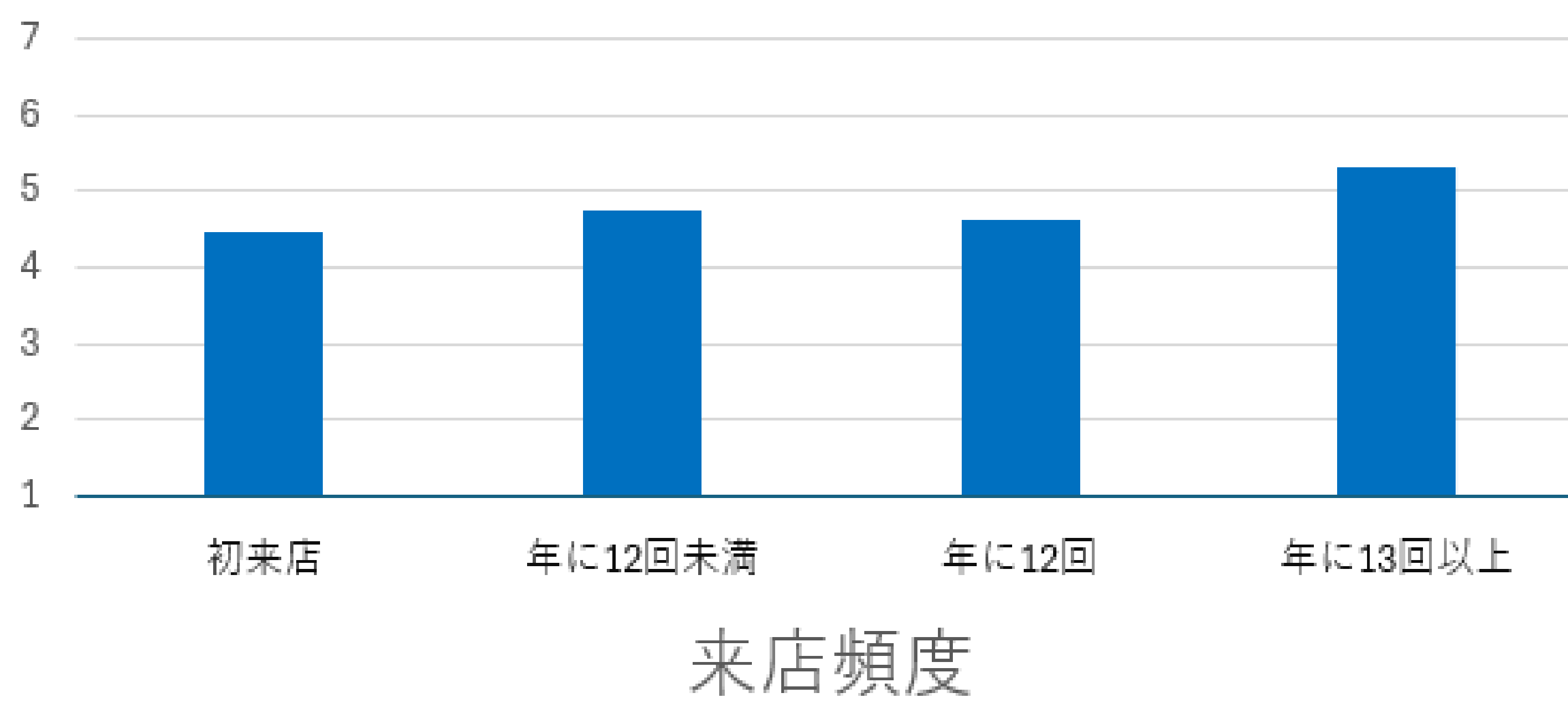
平日はいつも決まったものを食べたいという**固定化・効率化の傾向がある**と考えられる。
逆に、土日祝日の昼は**食事を選ぶ過程そのものが価値**になっており、選択肢の多さが来店頻度につながると考えられる。
このことから、土日祝日限定メニューなどを追加するといった戦略は効果があると考えられる。

来店頻度の高い顧客ほど、スムーズに商品を提供されることを重視している可能性があると考えられる。
待ち時間の短縮や提供までの時間を予測できる仕組みなどを用意することで来店頻度を維持できる可能性があると考えられる。

表1 来店頻度を従属変数とした重回帰分析結果

	昼	夜
平日	来店理由の総数 ($\beta = 0.980, p < 0.01$) メニューの豊富さに関する重要度 ($\beta = -0.633, p < 0.05$) メニューの見やすさ ($\beta = 0.315, p < 0.05$) $R^2 = 0.820$	来店理由の総数 ($\beta = 0.227, p < 0.05$) お店の雰囲気に関する重要度 ($\beta = 0.285, p < 0.05$) $R^2 = 0.254$
土日祝日	来店理由の総数 ($\beta = 0.274, p < 0.01$) メニューの豊富さに関する重要度 ($\beta = 0.410, p < 0.01$) $R^2 = 0.219$	来店理由の総数 ($\beta = 0.372, p < 0.01$) $R^2 = 0.125$

図1 待ち時間に関する重要度の平均



まとめ

今回、調査を実施したつくば市内にある個人経営の創作中華料理店においては顧客が時間に余裕がないときは**効率性**、余裕があるときは**店舗での体験**を大切にしていることがわかった。

今後は取り扱っている分野や価格帯、立地条件の違う他店舗でもデータを収集することでより一般的な傾向を見ることができるようになる必要がある。

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.