

都心カフェの立地動態と利用者の利用行動の特性分析

吉屋祐子 森下裕子 牛島啓太 木村信介

丸木貴博 草場香織

1. 本研究のねらいと目的

現在、福岡都心部には様々な種類の飲食店が立ち並んでいる。そのような中、スターバックスやドトールなどの安くておいしく消費者に人気のあるカフェ（都カフェ）の進出はめざましく、ここ数年で福岡都心部に多くのカフェが設立されている。

福岡都心部に訪れている消費者は談話をしたり、待ち合わせのための時間調節に利用したりするなど飲食のためのみならず様々な理由でこれらのカフェを気軽に利用していることだろう。そのような気軽さやこれまでの喫茶店にはみられなかったファッション性といった要因により、『Fukuoka』や『Kyushu Walker』など地元の情報誌がこの福岡都心部におけるカフェについて特集記事を取り扱っていることから、カフェが消費者から人気を得ていることがうかがえる。

このように、カフェは福岡都心部に多数出店し、消費者にとってはますます気軽に利用できるようになり、身近な存在になりつつある。その一方で、福岡都心部ではカフェ間の競争が激化していることが容易に想像できるであろう。今後、福岡都心部の魅力を考えると、カフェ間の共存や住み分けが重要であり、そのためには、現在までのカフェの立地動態の把握と消費者行動の観点からカフェを評価することが大切であろう。

そこで本研究では、以下の3つの分析をおこなうことを目的とした。まず、(1) 都心カフェの立地動態を調べ、福岡都心部におけるカフェの利用行動特性を、年齢・性別・職業といった個人属性や、消費者行動の観点から分析を行う。ついで、(2) 第6回福岡都心部回遊行動調査で聞いた、カフェへの利用目的・利用金額・利用頻度などの質問項目を使用し、カフェの利用行動の違いから、スターバックスやドトールといった、カフェ個店の特性の比較分析を行う。最後に、(3) 福岡都心部消費者回遊行動調査に含まれる都心カフェ利用の回遊履歴データをもとに、都心カフェの市場規模の試算をおこなう。以上である。

2. カフェの立地動態と利用行動特性分析の分析枠組み

2-1. 第6回福岡都心部回遊行動調査

本研究では、2001年6月15日（金）、16日（土）、17日（日）の3日間、福岡大学都市空間情報行動研究所、福岡大学経済学部斎藤研究室、福岡大学経済学部梶井研究室、フィールド調査受講生が福岡都心部で実施した第6回福岡都心部回遊行動調査の調査データを使用している。福岡回遊行動調査は、毎年定期的に行われており、今年で6回を迎えた。都心部回遊行動調査とは、都心部に複数の調査地点を設け、都心部に訪れた来街者をターゲットに渡り歩きである回遊行動履歴を聞くアンケート調査である。主な調査項目は、調査当日の都心部内での回遊履歴のほか、回答者の個人属性、福岡都心部への出向頻度などである。

回遊行動履歴は、回答者の調査当日の立ち寄り場所を、そこでの目的、支出額とともに生起順に聞いている。第6回福岡都心部回遊行動調査では、調査地点を都心部の9ヶ所に設定し、従来の調査項目に新しくカフェに関する調査項目を追加した。

その調査項目内容は、回答者全員に都カフェの認知度、都カフェへの出向比率など、カフェに立ちよった人には、立ちよった目的、滞在時間などまで詳しく聞いている。この調査では、1191票の有効サンプルを獲得した。うち、カフェに立ちよった人の票は、170票であった。調査時間は、午前11時から午後7時までの8時間である。

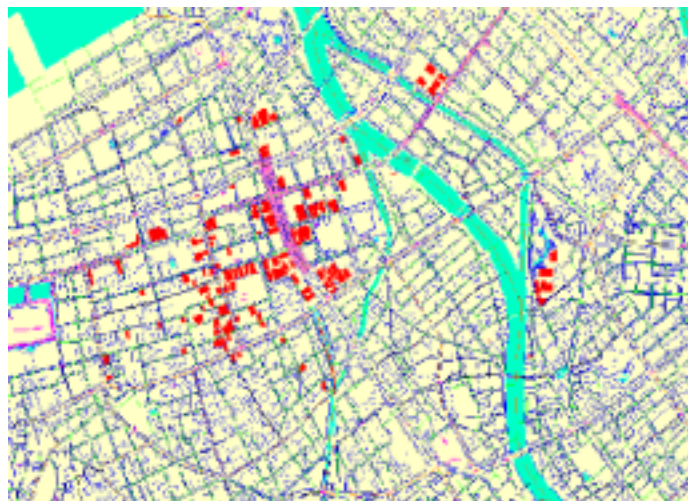
2-2. 都心カフェの立地動態調査

福岡大学都市空間情報行動研究所・福岡大学経済学部斎藤研究室・福岡大学経済学部梶井研究室編、『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会 梗概集』, (2001), pp.49-55より

まず、都心カフェの店舗とその開設年度を地図上に表示させることで、都心カフェの立地動向を捉えていく。次に、カフェを利用したかどうかや立ち寄りカフェと都心への出向頻度、カフェを利用した理由などのクロス集計を行うことで、カフェの利用特性をみていく。そして最後に、回遊履歴データをもとに、都心カフェの市場規模を推定する。

3. 都心カフェの立地動態調査

図 3



3-1. 開設年度からみたカフェの立地

開設年度から都心カフェをみてみると、天神・大名には珈琲舎のだやサンフカヤ等の老舗カフェが点在している。また、2000年になると、スターバックスが4件、シアトルズベスト3件、といった具合に、テイクアウトができるカフェが急速に出店してきている。そして2001年には、ベリーベリーティフィンや十五夜 PlusCafe といった若者に人気でオシャレなカフェが大名に多数出店しているのがわかる。

3-2. 店舗別にみたカフェの立地

今回は、スターバックスとドトールについて調べることにする。ドトールは、10数年前から徐々に出店を続け、現在6店舗出店しており、そのうち4店舗は1998年に同時に出店しているのに対し、スターバックスは、2000年に4店舗同時に出店している。

4. 都心カフェの利用行動特性分析

4-1. 都心カフェの利用特性

表 4-1-1 は、消費者がなぜそのお店に立寄ったのかを理由別に集計したものである。この表を見ると、疲れたためが一番多く、次にのどが渇いたため、会話・談話のため、そのお店のコーヒーを飲みたいから、お腹がすいたため、時間調整のため、待ち合わせのため、次の予定を決めるため、その他、時間調整のためという順位である。

表 4-1-1 立ち寄った理由

| 目的 | 人数 | パーセント |
|------------------|-----|-------|
| 疲れたため | 89 | 26.9 |
| のどが渇いたため | 63 | 19.0 |
| 会話・談話のため | 42 | 12.7 |
| そのお店のコーヒーを飲みたいから | 35 | 10.6 |
| お腹がすいたため | 34 | 10.3 |
| 時間調整のため | 30 | 9.1 |
| 次の予定を決めるため | 13 | 3.9 |
| 待ち合わせのため | 13 | 3.9 |
| その他 | 8 | 2.4 |
| 読書のため | 4 | 1.2 |
| 合計 | 331 | 100.0 |

都心カフェ認知についてみてみよう。表 4-1-2 を見ると、コーヒーショップの認知度はスターバックスが一番高い。ドトールは都心部に 8 店舗あるが、店舗数の割に天神ソラリア店、新天町店、西鉄福岡店以外の店舗は認知度がどれも 300 未満である。このことで天神南部にある店舗は比較的認知度が高いことが分かる。全体的に博多駅地区よりも博多駅よりも天神地区の方が認知度は高いがスターバックスの認知度についてはは Z サイド店、チャンネル店、博多駅店いずれも認知度が高いようである。

表 4-1-2 カフェの認知度

| カフェの店舗 | 人数 | カフェの店舗 | 人数 |
|-------------------|-----|-------------------|-----|
| スターバックス Z サイド店 | 799 | ベローチェ ショッパーズ向かい店 | 246 |
| スターバックス チャンネル店 | 605 | カフェオットー ソラリアプラザ店 | 237 |
| ドトール 新天町店 | 516 | プロント チャンネル店 | 204 |
| ドトール 天神ソラリア店 | 485 | ドトール 博多駅前店 | 200 |
| シアトルズベスト 天神ビブレ店 | 421 | アペティート 福岡ビル1階店 | 187 |
| アペティート 大名店 | 397 | アペティート 博多ステーション店 | 162 |
| アペティート 天神地下街店 | 341 | シアトルズベスト 博多リバレイン店 | 150 |
| ドトール 西鉄福岡駅 | 322 | ドトール 博多リバレイン店 | 149 |
| スターバックス ハッチェリー天神店 | 312 | ドトール 天神4丁目店 | 142 |
| スターバックス 博多駅店 | 310 | シアトルズベスト 大名店 | 139 |
| プロント 新天町店 | 285 | ドトール 天神3丁目店 | 128 |
| ルーセントカフェ ビームス5階 | 280 | ドトール 松屋別館1F点 | 112 |
| ベローチェ 国体道路店 | 259 | カフェオットー 博多リバレイン店 | 85 |

都心部でよく選ぶコーヒーショップをみる。スターバックスがかなり支持を受けており、次にドトール、行きたいと思ったとき近くにあるお店とつづく。

表 4-1-3 都心部でよく選ぶコーヒーショップ

| 店舗名 | 人数 | パーセント |
|-------------------|------|-------|
| スターバックス | 518 | 50.7 |
| ドトール | 189 | 18.5 |
| 行きたいと思ったときに近くにある店 | 125 | 12.2 |
| ペローチェ | 51 | 5.0 |
| シアトルズベスト | 45 | 4.4 |
| アベティート | 18 | 1.8 |
| ルーセントカフェ | 11 | 1.1 |
| カフェオッター | 9 | 0.9 |
| プロント | 7 | 0.7 |
| その他 | 49 | 4.8 |
| 合計 | 1022 | 100.0 |

表は、福岡都心部に仮に10回訪れた場合、10回中何回コーヒーショップに立寄るのかを尋ねたものである。福岡都心部に訪れた際、平均3.1回に1回の割合でコーヒーショップを利用している。

表 4-1-4 コーヒーショップの出向頻度

| 10回中何回 | 人数 |
|--------|------|
| 0回 | 220 |
| 1回 | 162 |
| 2回 | 166 |
| 3回 | 141 |
| 4回 | 38 |
| 5回 | 144 |
| 6回 | 32 |
| 7回 | 41 |
| 8回 | 82 |
| 9回 | 24 |
| 10回 | 107 |
| 合計 | 1157 |

コーヒーショップの出向頻度 平均値

| | 度数 | 平均値 |
|---------------|------|-----|
| コーヒーショップの出向比率 | 1157 | 3.6 |

4-2. カフェを利用した人と利用していない人との比較

同伴者数からカフェを利用しているかどうかをみてみよう。表 4-2-1 をみると一人で都心へ訪れる人と、複数で都心を訪れている人の差が大きい。このことから、カフェが複数で来街している消費者によく利用されていることがわかる。

表 4-2-1 同伴者数

| | 行った | 行かない | 合計 |
|----|------|-------|-------|
| 1 | 12.0 | 88.0 | 100.0 |
| 2 | 21.1 | 78.9 | 100.0 |
| 3 | 20.9 | 79.1 | 100.0 |
| 4 | 30.8 | 69.2 | 100.0 |
| 5 | 22.2 | 77.8 | 100.0 |
| 6 | 0.0 | 100.0 | 100.0 |
| 10 | 0.0 | 100.0 | 100.0 |
| 17 | 0.0 | 100.0 | 100.0 |
| 全体 | 16.5 | 83.5 | 100.0 |

4-3. スターバックス・ドトール・その他カフェの利用比較

当日訪れたカフェとよく選ぶカフェとのクロス集計結果をみる。スターバックスは全体的に支持されている。また、スターバックスを訪れた消費者のよく選ぶカフェがスターバックスである値と、ドトールを訪れた消費者のよく選ぶカフェがドトールである値を比較してみると、スターバックスが、スターバックスを訪れた消費者の支持が他店よりの格段に大きいことがわかる。

表 4-3-1 当日訪れたカフェとよく選ぶカフェのクロス表

| | スターバックス | ドトール | シアトルズベスト | ブロント | ルーセントカフェ | カフェオットー |
|---------|---------|------|----------|------|----------|---------|
| スターバックス | 80.2 | 7.0 | 1.2 | 0.0 | 1.2 | 0.0 |
| ドトール | 33.3 | 48.5 | 0.0 | 3.0 | 0.0 | 3.0 |
| その他のカフェ | 31.4 | 21.4 | 4.3 | 1.4 | 2.9 | 4.3 |
| 合計 | 54.0 | 19.6 | 2.1 | 1.1 | 1.6 | 2.1 |

| | ペローチェ | アペティート | 近くにある店 | その他 | |
|---------|-------|--------|--------|-----|-------|
| スターバックス | 2.3 | 1.2 | 7.0 | 0.0 | 100.0 |
| ドトール | 3.0 | 0.0 | 6.1 | 3.0 | 100.0 |
| その他のカフェ | 11.4 | 1.4 | 15.7 | 5.7 | 100.0 |
| 合計 | 5.8 | 1.1 | 10.1 | 2.6 | 100.0 |

当日訪れたカフェのそこでの滞在時間を比較してみると、スターバックスでは、10分以内が50.7%で最も多く、次に30分～1時間未満が26.7%、30分以内が20.0%となっている。ドトールでは、30分以内が53.6%で最も多く、次に30分～1時間が28.6%、10分以内が14.3%となっている。カフェを利用する目的と関係があるように思われる。スターバックスではのどが渴いた、その店のコーヒーを飲みたいために立ち寄る消費者が多く、それに比べてドトールでは、お腹がすいたためや、会話・談話のために利用する消費者が多いことから、このようにドトールではスターバックスに比べてわずかだが滞在時間が長いようになると思われる。

表 4-3-2 当日訪れたカフェでの滞在時間

| | 10分以内 | 30分以内 | 30分～1時間以内 | 1時間～1時間30分 | 1時間30分～2時間 | それ以上 | 合計 |
|---------|-------|-------|-----------|------------|------------|------|-------|
| スターバックス | 50.7 | 20.0 | 26.7 | 0.0 | 1.3 | 1.3 | 100.0 |
| ドトール | 14.3 | 53.6 | 28.6 | 0.0 | 3.6 | 0.0 | 100.0 |
| その他カフェ | 15.6 | 28.9 | 44.4 | 8.9 | 2.2 | 0.0 | 100.0 |
| 合計 | 33.1 | 29.1 | 32.4 | 2.7 | 2.0 | 0.7 | 100.0 |

当日訪れたカフェの立ち寄り理由を比較してみる。まず、スターバックスではカフェに立寄った目的が疲れたための 35.1%が一番多い。次に、そのお店のコーヒーを飲みたいから立寄ったが 24.7%であり、スターバックスの人気は独自のコーヒーの魅力が要因ではないだろうか。次に、ドトールについてみてみるとスターバックスと同様に疲れたための 24.1%が一番多い。続いて、お腹がすいたための 20.7%。

表 4-3-3 カフェに立ち寄った目的

| | 疲れたため | お腹が空いたため | のどが渴いたため | 次の予定を決めるため | 会話・談話のため |
|---------|-------|----------|----------|------------|----------|
| スターバックス | 35.1 | 3.9 | 26 | 10.4 | 6.5 |
| ドトール | 24.1 | 20.7 | 3.4 | 0 | 13.8 |
| その他のカフェ | 31.1 | 15.6 | 15.6 | 4.4 | 28.9 |
| 全体 | 31.8 | 10.6 | 18.5 | 6.6 | 14.6 |

| | そのお店のコーヒーを 飲みたいから | 読書のため | 時間調整のため | 待ち合わせのため | その他 |
|---------|----------------------|-------|---------|----------|-----|
| スターバックス | 24.7 | 1.3 | 6.5 | 2.6 | 1.3 |
| ドトール | 17.2 | 0 | 10.3 | 10.3 | 6.9 |
| その他のカフェ | 8.9 | 2.2 | 8.9 | 4.4 | 4.4 |
| 全体 | 18.5 | 1.3 | 7.9 | 4.6 | 3.3 |

表 4-3-4 は、カフェに立ち寄った人の店舗ごとの支出金額を示したものである。スターバックスに行った人は 200～400 円未満の人が全体の 45.3%、次に 400～600 円未満の人が 30.7%と全体の 76.0%の人が 200～600 円未満の支出となっている。次に、ドトールに行った人は 0～200 円未満の人が 30.0%で、400～600 円未満の人が 23.3%、600～800 円の人が 20.0%と続く。ドトールはスターバックスに比べて若干支出金額が高い。

表 4-3-4 カフェでの支出金額

| | 0～200円未満 | 200～400円未満 | 400～600円未満 | 600～800円未満 |
|---------|----------|------------|------------|------------|
| スターバックス | 0.0 | 45.3 | 30.7 | 8.0 |
| ドトール | 30.0 | 13.3 | 23.3 | 20.0 |
| その他カフェ | 8.6 | 22.4 | 36.2 | 10.3 |
| 全体 | 8.6 | 31.3 | 31.3 | 11.0 |

福岡大学都市空間情報行動研究所・福岡大学経済学部斎藤研究室・福岡大学経済学部梶井研究室編、『第2回福岡都心部まちづくりマーケティング調査研究発表会 梗概集』, (2001), pp.49-55より

| | 800～1000円未満 | 1000～2000円未満 | 2000～3000円 | 合計 |
|---------|-------------|--------------|------------|-------|
| スターバックス | 9.3 | 5.3 | 1.3 | 100.0 |
| ドトール | 0.0 | 10.0 | 3.3 | 100.0 |
| その他カフェ | 10.3 | 10.3 | 1.7 | 100.0 |
| 全体 | 8.0 | 8.0 | 1.8 | 100.0 |

5. 都心カフェの市場規模

5-1. 都心カフェの市場規模の考え方

第6回福岡都心部回遊行動調査の分析データを用いて、都カフェの福岡都心部への経済効果を推計する。

(1) 都心カフェの利用者数

第6回福岡都心部回遊行動調査のサンプルでカフェを利用した消費者の比率は以下である。

また、カフェを利用した消費者の目的が喫茶の平均支出額は以下である。

カフェ利用者の有効サンプルは、170人、全体は1183人であり、来街者のうち都カフェ利用者の割合は、14.4%である。そして、参考文献[1]より、都心部への入り込み者数は、回遊行動調査から推定した231265人である。よって、カフェの利用者数は、32377人となる。

$$32377(\text{人}) = 170(\text{人}) / 1183(\text{人}) \times 231265(\text{人})$$

(2) 福岡都心部のカフェでの客単価

第6回福岡都心部回遊行動調査のサンプルでカフェでの支出金額は以下である。

| 有効サンプル数 | 平均利用金額 |
|---------|--------|
| 163 | 517 |

5-2. 推定結果

(1)(2)より、都心カフェの市場規模は、

$$61 \text{ 億 } 970 \text{ 万 } 1785 = 170(\text{人}) / 1183(\text{人}) \times 231265(\text{人}) \times 365$$

となった。