

外食産業におけるコロナ禍の消費者ニーズの検討

口コミを用いた計量テキスト分析

1220452 草本明聡

指導教員 朝岡孝平

研究背景

新型コロナウイルス流行により特に大きな影響を受けた産業の一つに外食産業があげられる。外食産業は、日本固有の発展を遂げてきた重要な産業であり、今後も観光政策との相乗効果などで重要な意味を持つ産業である。来るべき繰り返される可能性のあるパンデミックに対応する方策が望まれている。

研究目的

外食産業に注目し、今後の外食産業が発展するためにどのような対応を取れば良いのか、新規顧客の確保のために必要な要素とは何か考察していく。具体的には、プレコロナとポストコロナのデータ比較から消費者ニーズの変化を探ることで、今後の外食産業の発展可能性や衰退のリスク低減策を図るために執るべき経営戦略について示唆を与えることを目的とする。

調査・分析方法

外食産業についての口コミの計量テキスト分析を行う。第1回全国緊急事態宣言が発令された2020年4月を前後に分け、分析ソフトのKH Coder(樋口 2020)を使い、店舗ごとの口コミを語彙抽出、品詞分解を行い、階層的クラスター分析、共起ネットワーク分析から共出現の相関を導出した。分析対象地点は東京都と高知県であり、分析対象店舗はマクドナルド、ガスト、庄やである。

分析結果

消費者のニーズにおいて感染症対策に関する需要や、ドライブスルーやテイクアウトの継続した利用がみられた。店舗内外における「混雑」への対応を進めることで消費者にとって利用しやすい店舗へつながる。また、単に感染症対策を行うだけでなく併せて店舗の省力化を行うことが可能である。

考察・結論

外食産業は、従来通りの営業スタイルから発展させ、テイクアウトや店舗レイアウトの工夫などコロナ禍における顧客ニーズへの対応が結果的に感染予防となり、地域や顧客への配慮を持ったあらゆるニーズへ適正に変化・対応できる新生活スタイルへのマルチ対応型外食産業を実現していくことである。