小規模飲食店の顧客動機と集客構造 〜現代企業社の事例研究〜 1230477 田上明日香 指導教員 那須清吾

研究背景

高知県内にカフェやレストランを展開する「現代企業社」という企業が存在する。現代企業社のカフェやレストランには同業他社のカフェやレストランでは見かけない雑貨が展示され、外装にもこだわりを感じられる。 安価で食事が提供される飲食店が多い中でも存続できる理由として、消費者が来店する動機を理解し、消費者が飲食店に対して求める条件をしっかりと満たしているからではないだろうか。

研究目的

本研究では、小規模飲食店の顧客動機と集客構造を解明することにより、新たな飲食店誘致を考える際の参考になる指針となることを目指す。高知県にある「現代企業社」の各店舗が異なる特徴を有しながら経営が安定している。この飲食店群を対象に事例研究を行う。

研究方法

各店舗の経営者と顧客に対するアンケート調査、インタビュー調査を基に、顧客動機を設定し、それぞれの店舗がもつ特徴を変数として設定した。それぞれの顧客動機をもつ客が店舗の求める条件を変数の組み合わせで洗い出すことで、各店舗が支持されている理由について明らかにした。

分析結果

調査の結果明らかとなった 12 種の顧客の来店動機すべてにおいて「複数人で行きやすい」、「暖かい雰囲気」の 2 つの条件が店舗に求められていることがわかった。また、多くの人がもつ顧客動機として、「友人・知人と話をしたい」、「しっかりと食事をしたい」、「家族で行きたい」という 3 つがあることが明らかとなり、これらが店舗の集客構造の軸となっていることがわかった。

考察・結論

アンケート調査、インタビュー調査から 12 種の顧客動機を得ることができた。それぞれの顧客動機について店舗に求める条件(変数)について明らかにした。これらを用いて、現代企業社のそれぞれの店舗における顧客動機に対して、求められる条件(変数)が満たされていることがわかった。また、全 12 種の顧客動機のうち、3 つが非常に重要な軸であり、この 3 つを併せもつ店舗が人気店舗であることがわかった。また、これらの顧客動機を 1 つあるいはまったく持たない店舗でも、多数の顧客動機を持っている場合は人気店舗となっていた。