

日本におけるコーヒーチェーン店の 店舗展開の比較

目次

1. 研究背景
 2. 研究目的
 3. 研究内容
 4. まとめ
 5. 考察
 6. 今後の課題
- 参考文献—

東海大学 情報通信学部
経営システム工学科
信常 帆南

1. 研究背景①

現状：日本は世界第4位のコーヒー消費量である
関連商品は年間1～3%の伸びでコーヒー市場は
増加傾向にある

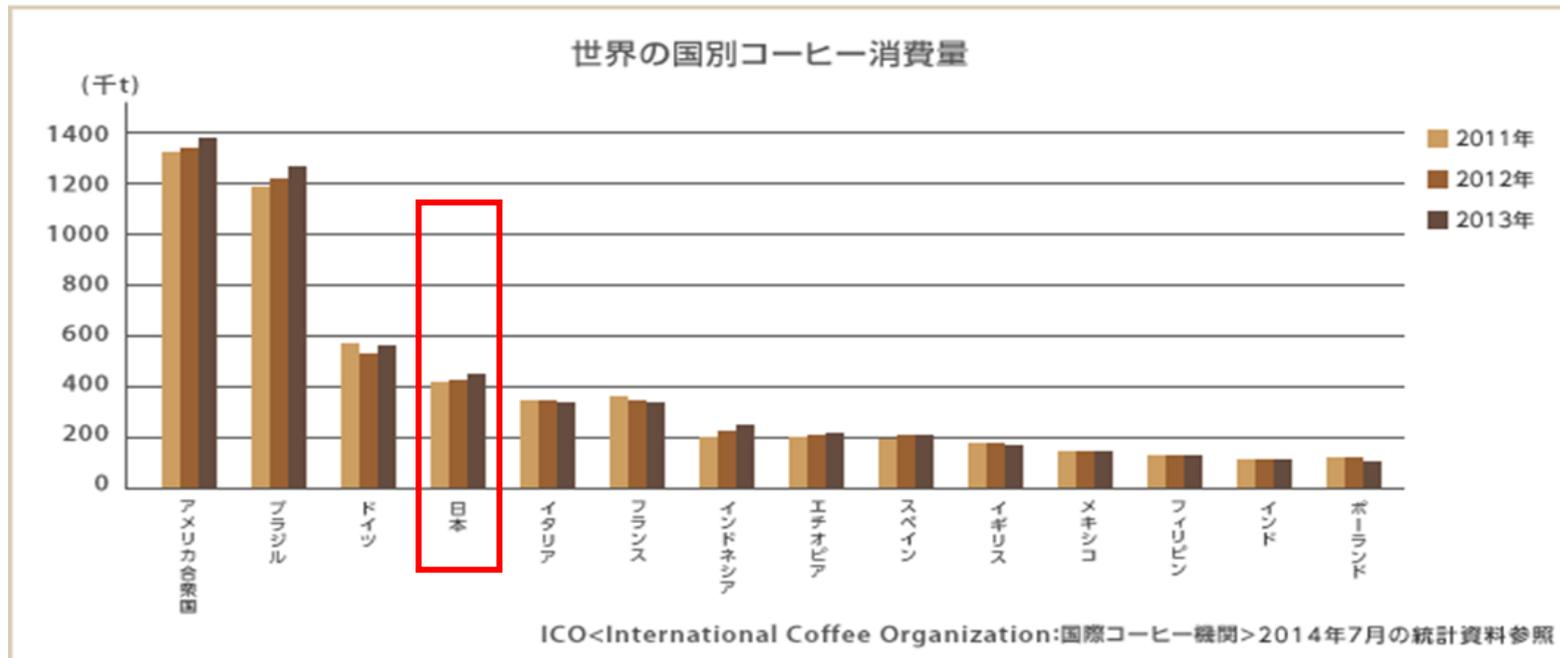


図1. 国別コーヒー消費量^[6]

1. 研究背景②

食の欧米化

コーヒーを飲む機会、場所の増加

コーヒー市場
拡大

インスタントコーヒー、缶コーヒー
コーヒーチェーン店の増加
近年、ファーストフードや
コンビニでもカフェに力を入れている

差別化
戦略が必要

異業種が加わったことで競争が激化^[8]

1. 研究背景③

- ▶ 日本に出店しているコーヒーチェーン店^[8]
 - ▶ スターバックスコーヒー シェア **トップ**
 - ▶ ドトールコーヒー 2位
 - ▶ タリーズコーヒー 4位
 - ▶ …

急激に成長を遂げているコーヒーチェーン店
コメダ珈琲、星乃珈琲、ミヤマ珈琲



上位の共通点：居心地の良さ、雰囲気^[9]

1. 研究背景④

シェアトップであるスターバックスコーヒーの店舗数を取り上げてみると

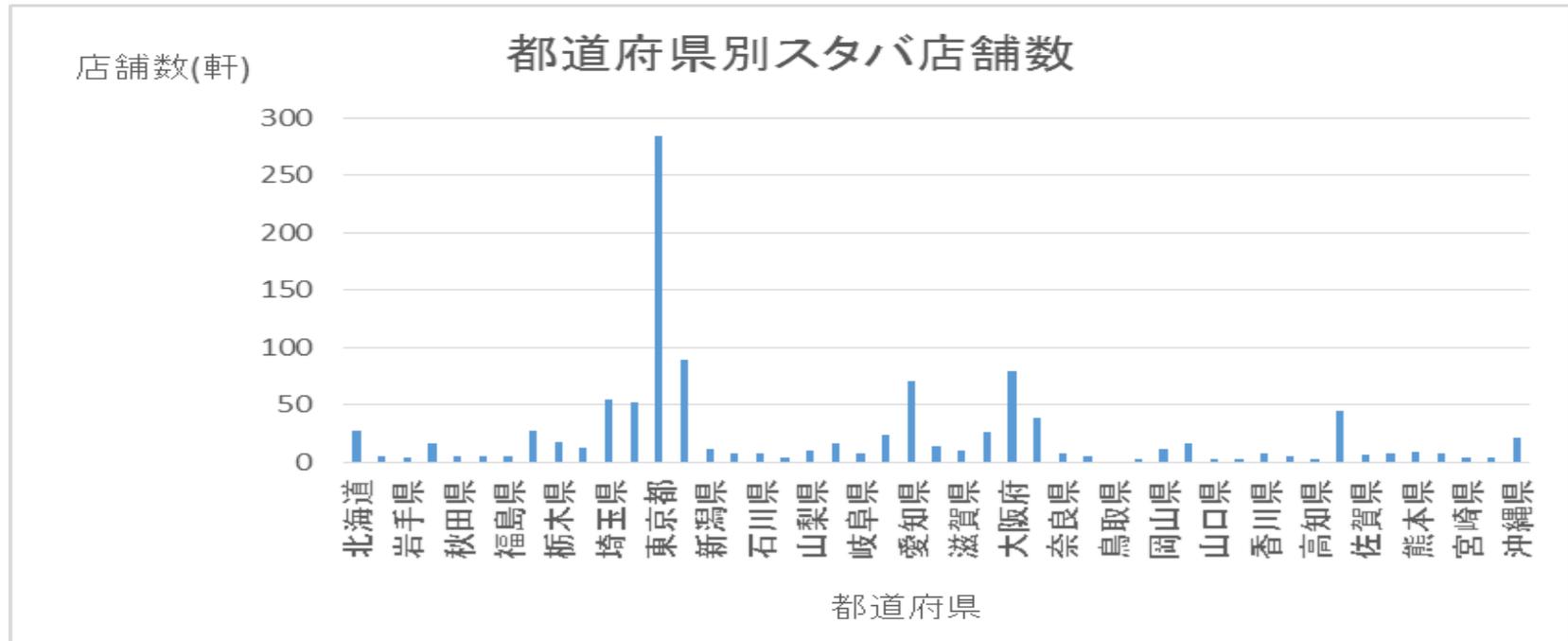


図2. 都道府県別スタバ店舗数^[4]

結果：都道府県別で見ると、明らかに東京が多いことがわかる

1. 研究背景⑤

- スターバックスコーヒーがシェアトップでいる理由

○居心地の良さ、雰囲気
カスタマイズ可能
対応の質

×安価ではない



他店との差別化、
サービス・コーヒー全てのものに対し
質の良さを提供

- シェア2位のドトールコーヒー

店舗数日本一、価格は比較的安価

✓ 対象とするコーヒーチェーン店

スターバックスコーヒー

世界展開している

コーヒーチェーン店

日本シェアトップ

⇒ 図書館など独自の

店舗展開をしている

⇒ 単価は高価に設定している

・男女共にすべての年齢層から
支持を得ている^[7]



株式会社ドトールコーヒー

日本発祥の

コーヒーチェーン店

日本シェア2位

⇒ 店舗数は日本一である

⇒ 単価は比較的安価

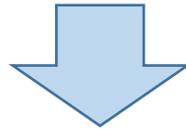
・スターバックスコーヒーに次いで
顧客からの支持を得ている^[7]



2. 研究目的

研究背景より

東京都は他県と比べ店舗の数が多
⇒焦点を東京都23区にあてると、店舗がない区がある



目的

対象の都道府県を東京都23区に絞り、
店舗がない区と他の区との違い、
東京都23区の店舗展開の背景を探る

本研究では2つのコーヒーチェーン店を対象を絞り、分析を行う

✓ データについて

- 店舗数から比較するため、従属変数をスターバックスコーヒーとドトールコーヒーのそれぞれの店舗数にする
- 変数(すべて23区別のデータ)
人口、面積、女性人口、住宅賃の平均、
その区に在住している外国人人口(中国、アメリカ)

3. 研究内容

店舗数に関連するデータを探り、データを把握する

 今後の店舗展開の予測を行うため回帰分析を行う

<分析手順>

- ・重回帰分析(TIBCO Spotfire S+® 8.2J Linear Regression)
 - ▶スターバックスコーヒー/ドトールコーヒー
 - 従属変数:スタバ店舗数/ドトール店舗数
 - 独立変数:人口、面積、女性人口、住宅賃平均、
中国、アメリカ

研究内容～分析結果①～

- スターバックスコーヒーの分析結果

表2. スタバ分析結果

有意確率から
⇒住宅賃平均、中国、アメリカを
回帰式に用いる

係数		
モデル	係数	有意確率
(定数)	-13.81	0.016
人口(人)	0	0.104
面積	0.223	0.359
女	0	0.101
住宅賃平均(円)	0.00002	0
中国	0.001	0.002
アメリカ	0.005	0.007

決定係数 = 0.891

回帰式 $y = 0.00002x_1 + 0.001x_2 + 0.005x_3 - 13.81$

23区別の人口は店舗数に対する影響が小さいが、
中国人やアメリカ人が在住している人口データは影響を与えている

研究内容～分析結果②～

・ドトールコーヒー分析結果

有意確率から
⇒住宅賃平均を
回帰式に用いる

決定係数 = 0.705

回帰式 $y = 0.00003x_1 - 14.2238$

表2. ドトール分析結果

係数		
モデル	係数	有意確率
(定数)	-14.2238	0.062
人口	-0.00009	0.69
女	0.000222	0.583
住宅賃平均	0.00003	0
中国	0.000964	0.068
アメリカ	-0.00219	0.336
面積	-0.18995	0.571

スターバックスコーヒーと同じように23区別の人口は影響が小さい
相違点として、ドトールコーヒーの場合は
中国人とアメリカ人が在住している人口データも影響が小さい

4. まとめ

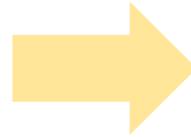
①店舗展開の共通点



住宅賃の平均

✓住宅賃の平均が**高い**ほど店舗数が多い

②分析から見えた相違点



その区に在住している
外国人人口

✓スターバックスコーヒー: **影響大**

✓ドトールコーヒー: **影響小**

5. 考察

- ▶ ドトールコーヒーはその区に在住している外国人人口の影響が小さい
 - ⇒ ドトールコーヒーは日本が発祥のため、外国人への**知名度**が低いことが理由として挙げられる
- ▶ 住宅賃の平均が高いほど店舗数はスターバックスコーヒー、ドトールコーヒー共に多い
 - ⇒ コーヒーチェーン店は店舗展開する際住宅賃の平均を一つの目安として考慮できるのではないか

5. 今後の課題

- ▶ 店舗展開の背景を見るため
さらに変数を増やしていく必要がある
- ▶ 今後、顧客に対するアンケート調査から
コーヒーチェーン店に対する意識調査をする



- ▶ 今回、東京都23区のみでの分析であったが
都道府県に視野を広げ店舗展開の背景を探る

参考文献①

[1]都内区市町村マップ:

http://www.metro.tokyo.jp/PROFILE/map_to.htm

(最終閲覧日 2015/10/26)

[2]特別区の統計:<http://www.research.tokyo-23city.or.jp/34toukei01.html>

(最終閲覧日 2015/10/26)

[3]東京都の統計:

<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/gaikoku/2015/ga15010000.htm>

(最終閲覧日 2015/10/26)

[4]スターバックスコーヒージャパン:<http://www.starbucks.co.jp/>

(最終閲覧日 2015/10/26)

[5]日本全国チェーン系カフェマップ:

<http://cafe.geomedian.com/category/doutor/>

(最終閲覧日 2015/10/26)

参考文献②

[6]AGF:

<http://www.agf.co.jp/enjoy/cyclopedia/zatugaku/circumstances.html>

(最終閲覧日 2015/10/26)

[7]コーヒーチェーン店アンケート ソフトブレーン・フィールド

http://www.subfield.co.jp/news/2013/08/30_110000.html

(最終閲覧日 201/10/26)

[8]業界動向: <http://gyokai-search.com/3-cafe.html>

(最終閲覧日 2015/10/26)

[9]livedoor NEWS <http://news.livedoor.com/article/detail/10765418/>

(最終閲覧日 2015/10/28)

Appendix

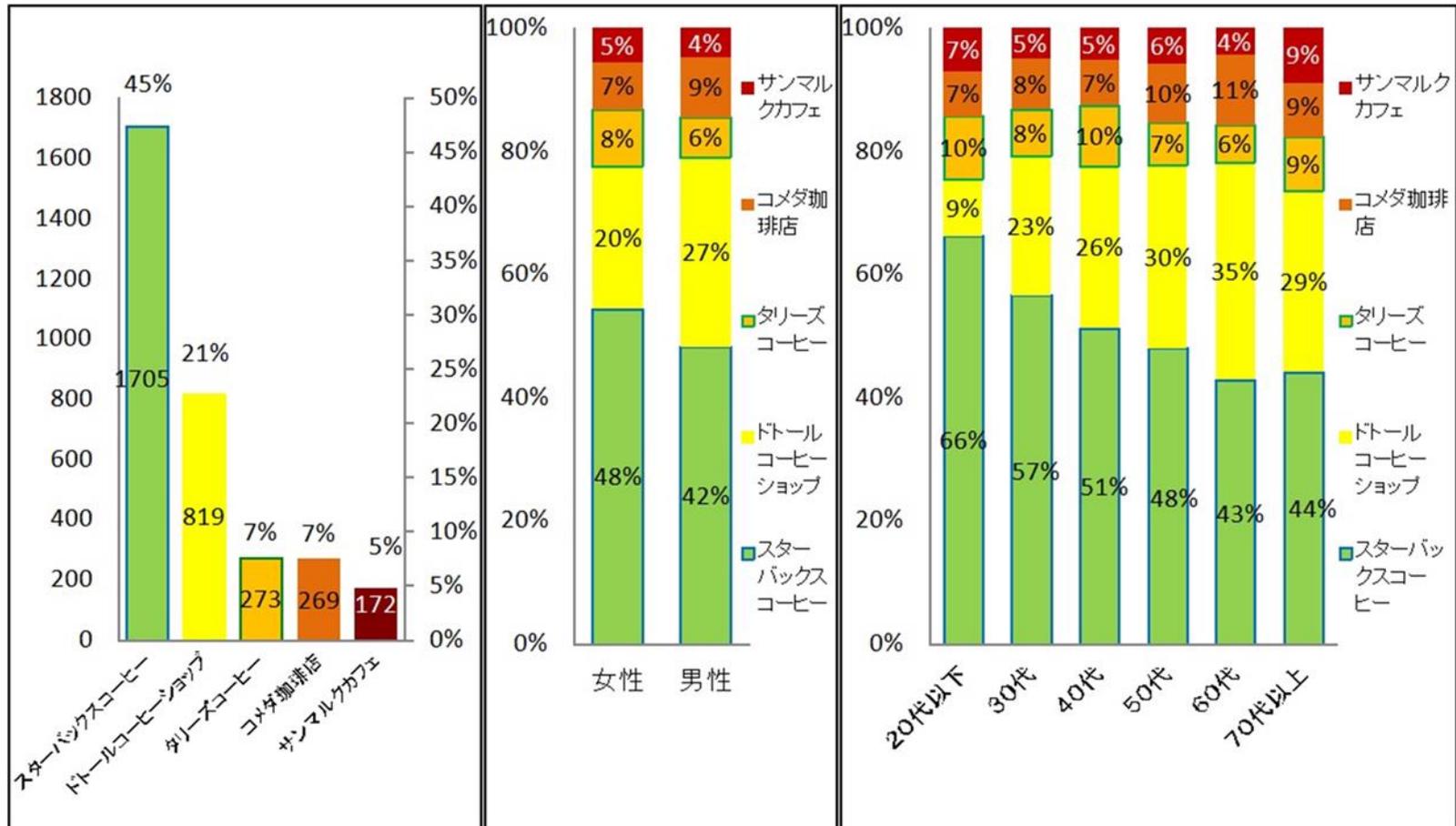


図3:コーヒーチェーン店に対するアンケート調査^[7]

Appendix

- ・回帰式

- ▶スターバックスコーヒー

- $x_1 = \text{住宅賃平均}, x_2 = \text{中国}, x_3 = \text{アメリカ}$

- ▶ドトールコーヒー

- $x_1 = \text{住宅賃平均}$

- ・データについて

- ▶23区、スタバ・ドトール店舗数、男女人口、外国人人口:(2015)

- ▶年齢層:(2014)