

第 1565 回 (2 月 10 日)

外食産業の店舗数と駅からの距離

(日本大学) 上 路 利 雄

外食産業が調達する食材費は 8 兆円 (1988 年) を越える巨額に達しており、外食企業では安全で良質な規格に合致した食材の安定的確保を求めており、1~2 次加工食品の使用比率を高めつつある。しかし原料供給側では、農業従事者の減少や高齢化、供給体制の遅れ等のため、これに十分には対応できず、外食企業と国内農業との間でミスマッチを生じており、国産原料の使用比率は年々低下傾向にある。ここでは、まず外食産業の市場規模、食材調達の実態と課題、問題点等について整理する。次に、都内のある私鉄駅周辺を対象とし、駅からの距離とともに外食店の店舗数や業種がいかに変化するかという実態を明らかにし、H. ホテリング・モデルのより一般化から、店舗立地の規定要因を求める、このような試みにより、いくつかの成果が得られたが、店舗立地の問題に関して、たとえば、次のような点が指摘できよう。

(1) 分析対象の駅南口周辺には、いくつかの業種・業態の外食店が立地しているが、大別すると食事主体の店 (99 店) や持ち帰り弁当店・コンビニエンス店 (23 店) よりも、料飲主体の店 (115 店) の方が多い。これを駅からの直線距離別に見ると、半径 300 m 以内の地域に全体の約半数の店舗が立地しており、これより遠ざかると、外食店の立地密度は低下するが、いずれの距離層 (100 m 間隔) とも必ず 9~24 の店舗が存在している。しかし、駅周辺に集中的に立地する業種と、離れた地域にも分散して立地する業種とがあり、外食店の立地場所は業種ごとに大きく異なるが、ある傾向が存在する。

(2) ホテリングの基本モデルでは、このような実際の店舗立地の規定要因を十分には説明できず、ここでは①市場への新規参入の恐

れのある場合、②店舗の立地場所により、単位距離当り交通費が異なる場合に拡張した。また、通勤や通学等の途中で外食店が利用されることも多いが、このような追加的な交通費負担を要しない潜在的顧客数の距離別分布を、③客が線上に均等分布している場合、④客は面的広がりを持ち、均等分布している場合、⑤客は面的広がりを持ち、かつ不均等分布している場合についてモデルの拡張を図り、合理的な店舗立地分布を求めた。

(3) 客が面的広がりを持ち、不均等分布している場合のモデルに関しては、対象地域について具体的に建物容積率や通勤・通学率を用いて交通費ゼロの潜在的顧客数を推計した。推計された潜在的顧客数の距離別分布は、実際の店舗の距離別立地分布とはある程度類似した値となっており、ここで提示したモデルもかなりの説明力を有する。

しかし、本稿のモデルをより実態に近づけるためには、他地域からの流入人口の推計や公共施設など大きな集客力を持つ施設をモデルに内生化すること、地価と店舗数および業種の関連、店舗集積のパターンとその要因、店舗情報が顧客数に及ぼす影響などの分析も必要であり、今後の課題である。