ファストフード店内の過ごし方の多様性に関する研究

渥美　佑太

1. はじめに

1.1. 研究の背景

近年の都市構造の変化として、チェーン店の増加による地域の画一化[1)]や大型商業施設の郊外進出[2)]などを要因とする商店街の衰退が挙げられる[注1)]。地域コミュニティを支えてきた商店街の衰退は、地域交流の場の衰退をもたらす一因であり、現代社会において、地域コミュニティの希薄化と地域交流創出の場の必要性が唱えられている。

1.2. 研究の目的

社会学者の森岡[3)]によると、現代人は、地域住民同士の日常の支援や、災害時の声かけなどのために「地域交流は必要である」と感じている一方で、高度経済成長期に生じた核家族化による家族と地域の関わりの希薄化、生活範囲の拡大などを理由に、地域との関わりの意識が薄らいでいることを指摘している。また、藤田ら[4)]は、現代社会において「地域へのアクセスポイント」の創出の重要性を唱えている。そこで、近年規模を拡大したチェーン店の中で特に、ファストフード店に着目してみる[注2)]。ファストフードについて、社会学者のジョージ・リッツァ[5)]は「単なる食事の場」と評し、「飲食店にて、交流のためになかなか立ち去らない時代」を過去のものにした代表として述べた。しかしながら、現代のファストフード店は、長居する人も多く見られ、勉強・仕事・さらには別席の利用者と交流するような幅広い過ごし方が見受けられており、ファストフード店の利用の実態は変化していることが推察される。また、ファストフード店は郊外立地の大型商業施設に進出する店舗も多く、商店街に代わりに、近隣住民の集まる場として、交流が見られるのではないか。地域交流の場に関する既往研究は、岸本ら[6)]の商店街に関する研究や、天目ら[7)]の空港ターミナル内貸室に着目した研究があるが、ファストフード店のようなチェーン店内での地域住民の交流に関する研究は見られず、本研究は有意義であると言える。本研究では、ファストフードの店内での利用実態に加え、郊外の商業施設内のファストフード店の地域交流の場としての実態を明らかにすることを目的とする。

1.3. 研究方法

本研究は、利用者の店内での過ごし方の実態を明らかにするため、観察調査を行う。その後、ヒアリング調査を行い、地域住民との交流について考察を行う。

2. 研究の概要

本調査は福岡県福岡市内の大手ファストフード店にて行った。全 34 店舗を、その営業形態・立地形態によって、5 つの型に分類した (表 1)。そのうち、近隣住民が会する、郊外の商業施設内独立型のイオンモール福岡伊都店にて調査を行った。周辺には大きな公園とマンション・小学校～大学までのいくつかの学校があり、駅に隣接している、商業施設内の店舗である。観察調査について、11 時から 20 時の間で平日 2 日 (634 人)・休日 2 日 (879 人)・合計 1513 人を対象に、利用者の属性・行動を分類し集計を行った (表 2)。項目は調査時に見られた行動を元に作成し、全行動を分類できるように決定した。

ヒアリング調査について、同店内にて、計 45 組の利用者を対象に行った。「利用目的」「店舗選定の理由」「地域住民との店内での交流経験の有無」について質問を行い、「目的」「選定理由」は過ごし方の実態についての考察を行うため、「地域住民との店内での交

表 1　福岡市内全 34 店舗の分類

区＼型	ロードサイト型	商業施設内独立型	商業施設内フードコート型	商店街内型	カフェ併設型
西区	・姪浜小戸	・イオンマリナタウン ・イオンモール福岡伊都店	・マリノアシティ ・姪浜サニー		・九大学研都市
早良区	・202原 ・外環賀茂 ・重茂	・シーサイドももち			・西新
南区（城南区）	・野間大池 ・福岡日赤通り ・老司	・長住 ・ミスターマックス ・西鉄大橋駅			・（片江）
中央区	・薬院 ・六本松駅前 ・薬院駅前			・福岡新天町	・天神西通り
博多区	・筑紫通り	・博多バスターミナル ・アミュプラザ博多 ・キャナルシティ博多	・ららぽーと福岡		・吉塚パピヨンガーデン
東区	・3号線箱崎 ・福岡土井 ・和白		・博多ゆめタウン ・イオンモール香椎浜		・3号線松崎

表 2　観察調査に用いた行動の分類について

	行動	
会話が主	複数人で会話	
飲食が主	飲食のみ 携帯をさわりながら飲食	
その他が主	PC等で作業 動画鑑賞 工作	書き物・読み物 ゲーム

表３　観察調査の結果

	主な行動					
	飲食		会話		その他	
属性	平 日	休 日	平 日	休 日	平 日	休 日
児童	0.0 (0)	0.0 (0)	9.1 (58)	23.5 (207)	0.5 (3)	0.7 (6)
中高生	0.0 (0)	0.3 (3)	24.3 (154)	19.2 (169)	2.7 (17)	1.5 (13)
大学生	6.5 (42)	5.8 (52)	8.8 (56)	4.8 (42)	1.3 (7)	2.6 (22)
社会人	13.7 (89)	6.4 (57)	9.8 (62)	8.0 (70)	3.6 (21)	1.7 (14)
社会人子連れ	0.2 (1)	0.1 (1)	8.0 (51)	19.3 (170)	0.0 (0)	0.5 (4)
高齢者	2.1 (13)	0.8 (7)	7.3 (46)	2.6 (23)	2.1 (13)	1.0 (9)
高齢者子連れ	0.0 (0)	0.0 (0)	0.2 (1)	1.3 (11)	0.0 (0)	0.0 (0)
合計	22.4 (145)	13.4 (120)	67.5 (428)	78.6 (691)	10.1 (61)	8.0 (68)

流経験の有無」は、ファストフード店内での交流について考察を行うために利用した。

3. 店内の過ごし方の実態

3.1. 観察調査の結果について

1) 属性同士の利用者数の比較

表３に属性ごとの店内での主な行動の割合について、表４にそれぞれの主な行動の内容についての結果を示す。中高生が約23％と最も多く、次いで社会人、児童、子連れ、大学生の順に多く、高齢者は全体のわずか約８％であった。

2) 属性ごとの平日・休日の利用者数比較

中高生･大学生は､平日休日で差がほぼ見られなかった。その一方で、社会人・高齢者は平日に、児童・子連れは休日に利用者が多く見られた。

3) 属性ごとの店内での過ごし方

表２に挙げた行動を、「一人で来店し、飲食行為を行う利用者」「複数人で来店し、会話を主な行動とする利用者」「一人もしくは複数人で飲食・会話以外の行動を行う利用者」の３つに大きく分類すると (以降「飲食」「会話」「その他」と表す)､どの属性も「会話」が多く、特に、児童･中高生･子連れはほとんどが「会話」であった。「飲食」は全体的に少ないが、その一方で大学生・社会人は「飲食」の割合が他より多く見られ、大学生は「飲食」の割合が最も高かった。「その他」の割合は利用者の属性によってばらつきが見られるものの、約１割の利用者が勉強や仕事、ゲームなどを行い過ごす様子が見受けられた。大学生・高齢者の「その他」の割合が高く､特に高齢者に関しては、「その他」の割合が高齢者全体の２割を占め、その中でも書き物をしながら過ごす利用者が多く見られた。

3.2. 各属性の過ごし方の傾向について

前段落での調査結果をもとに、過ごし方の傾向の考察を行う。中高生は平日休日ともに全体の２割以上を占める人数が来店していることから、平日であれば学校帰りに、休日であれば商業施設利用時に店内を利用する傾向にあることがわかった。また、平日の方が勉強や読書などを行う傾向にあり、休日であっても勉強

表４　主な行動の内容

主な行動	行動の詳細	平 日	休 日
飲食	飲食のみ	3.9 (25)	2.0 (18)
	飲食＋携帯を触る	18.5 (120)	11.4 (102)
会話	会話	67.5 (428)	78.6 (691)
その他	PC等で作業	1.9 (12)	1.9 (17)
	書き物・読み物	4.7 (30)	3.0 (26)
	動画鑑賞	1.9 (12)	1.8 (16)
	ゲーム	0.8 (5)	1.0 (9)
	工作	0.3 (2)	0.0 (0)

していた学生は制服を来ている傾向にあったことから、学校帰りか休日かで過ごし方に変化が見られることがわかる。大学生は休みの日が休日に限らないため、利用時間に変化が見られなかったと推察できる。また、一人での来店が多く見られ、「その他」の過ごし方もPC 等での作業など、一人で行う行為が見られた。社会人は平日の利用が多く、子連れは休日の利用が多いことから、平日は仕事の合間に一人で、休日は家族で過ごすことが推察され、中高生と同様に仕事の日と休日とで過ごし方に変化が見られる。高齢者も社会人と同様に休日の利用者は減少しており、休日は子連れで利用する割合が高くなることから、平日は買い物の合間の休憩や友人と話す場として利用し、休日は家族と過ごす傾向にあることが推測される。

これらのことから、児童・中高生・子連れは複数人で来店し、会話や「その他」の過ごし方を行う傾向にあり、社会人・大学生は一人で来店し過ごす傾向にある。また、来店した日が休みかどうかが、過ごし方に影響することが分かった。

3.3. 現代のファストフード

ファストフード店はこれまで「単なる食事の場」だとされてきたが、観察調査の結果より、長時間の会話･勉強・業務・娯楽などの、通常の飲食店では見られない行動が多数確認された。そこで、ヒアリング調査で得られた回答をもとに、店舗内で行われていた過ごし方とその要因を図１に示す。勉強や作業などの「その他」の利用者も、「会話」や「飲食」の利用者も、商品が大きく影響していることがわかり、前者からは、「コーヒーやラテの存在や店内設備がカフェのような雰囲気を感じさせる」と回答が得られ、コーヒー１杯の注文が見受けられた。一方で後者は、「美味しさ」や「安さ」が利用の要因であり、共に過ごす人数や時間帯によって「ドリンクやスイーツなどの単品商品」や「ご飯と飲み物のセット」を注文しているなど、様々であった。

これらの結果より、ファストフード企業の商品に着

目する。大手ファストフード企業は、ハンバーガーやポテトに加え、100 円のコーヒーを含むドリンクやスイーツなど、安価で豊富な種類の商品を販売している。それらの多種多様な商品が、利用者の多岐にわたるニーズに対応でき、平日休日・朝昼夜関わらず利用できることから、利用者の属性や来店理由・目的に応じて「飲食店」「カフェのような休憩、交流の場」「作業・勉強の場」などファストフード店はその役割を変化させられる。そのため、幅広い年代の利用者が、様々な目的・過ごし方で 1 つの空間を利用することが可能となり、図 1 に見られるような多様な利用が行われる場になるといえる。つまり、現代のファストフード店は、「単なる飲食の場としての飲食店」の枠を超えて、「多様性に富む飲食店」であると言える。また、「他の利用者も長居しているため、長居できる雰囲気である」や、「子供がはしゃいでも大丈夫な雰囲気である」との回答が得られた。そのため、利用者がファストフード店に対して持つ上記の印象が、店内での多様な行動を促す要因の一つとなっていると言える。

4. ファストフード店と交流

4.1. ファストフード店内で見られる交流

3 章で述べた店内の多様な利用の中に、「他グループとの交流」が見られた。そこで、ヒアリング調査の結果 (表 5) より、地域住民との交流の発生について考察する。交流の経験が「ない」と回答した利用者の理由として、どの属性も「近所でない」「地元を離れた」との回答が得られた。また、大学生は「高校生まではあった」、社会人・高齢者は「自分の子供が小さい頃はあった」との回答があり、中高生・子連れとして来店した際には交流が発生しやすい一方、年月が経ち、その他の属性になると、店内での交流の機会が失われてしまう傾向にあることが分かった。

表 5　店内で地域住民と交流した経験の有無

属性	%	地域住民と出会った経験	理由
中高生	71.4	ある/友人・近所の人	学校と家の間に店舗
	14.3	ある/友人	
	14.3	ない	近所でないため
			あまり利用しない
大学生	13.3	ある/友人	地元ではないがある
	20.0	ある/地元の友人・近所の人	地元にいるまではあった
	66.7	ない	近所または地元ではない
社会人	11.1	ある/地域住民	近所に住んでいるため
	22.2		子供が小さい時はあった
	66.6	ない	近所または地元ではない
			あまり利用しない
子連れ	63.6	ある/地域住民	近所に住んでいるため
	36.4	ない	地元ではないため
			あまり利用しない
高齢者	20.0	ある/地域住民	子供が小さい頃はあった
	80.0	ない	近所でないため
			周囲はあまり利用しない

「ある」と回答した割合の高い中高生・子連れについて、中高生は、「家と学校の間にある」ため利用する方が多く、学校の日・休日が同じで、ライフスタイルが似ているため、店内での交流が発生しやすいことが推察される。しかしながら、中高生は学生同士での

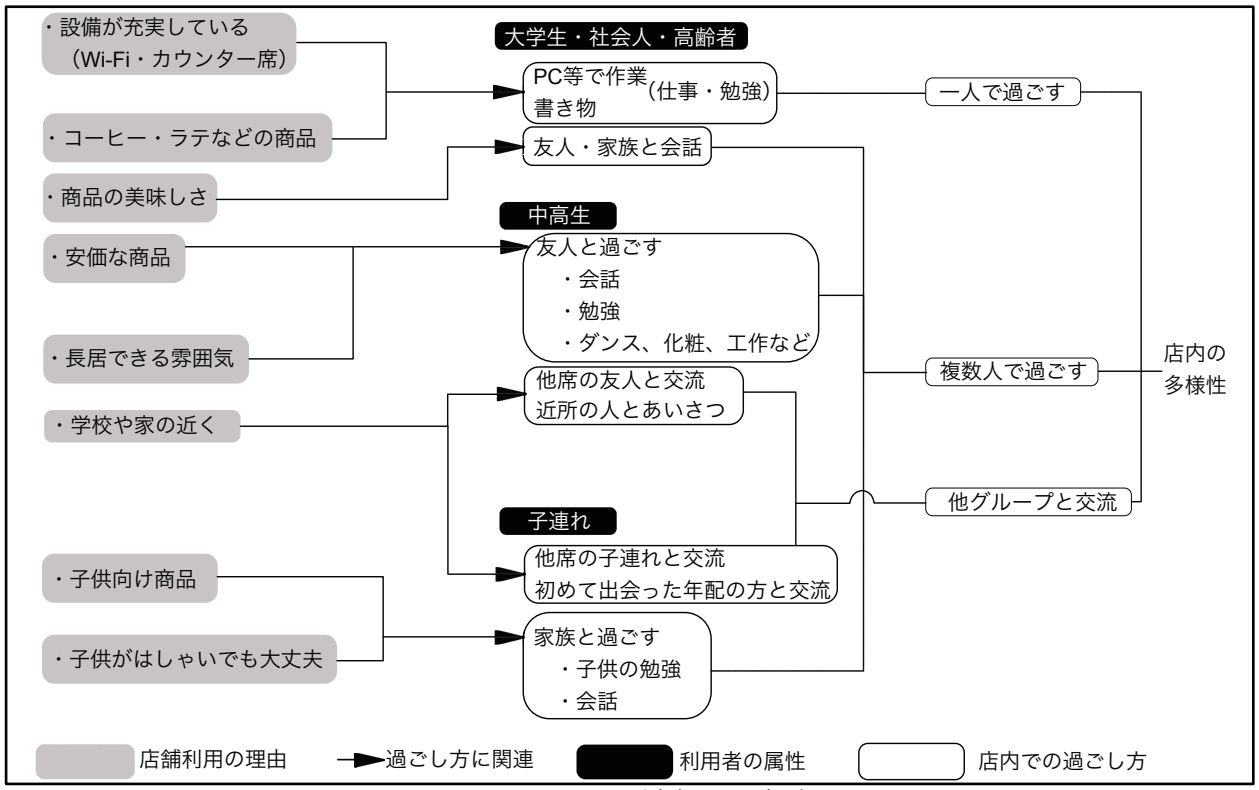

図 1　ファストフード店内での過ごし方とその要因

交流が主であり、地域内の交流というよりも、学校の放課後の延長線上で起こる、学校内のコミュニティでの交流であるといえる。子連れもまた、同じ属性同士での交流が主であることから、店内で交流が生まれやすいのはライフスタイルの似た属性間であると言える。それに加えて、「子供向け商品のおもちゃの変わり目[注3)]には地域住民と出会いやすい」との意見より、店内での交流の発生にもまた、ファストフード店の商品が関係していることがわかった。さらに、子連れは「店内で出会った人と公園に遊びにいく」との意見があり、このような店内での交流が、さらなる交流に派生することもわかった。

4.2. 地域交流とファストフード店

社会学者の藤田らは、「匿名性が求められる現代社会では、出会いに対して消極的であり、付き合いやすい関係は属性が似ているもの同士」であると述べ、地域生活の中では、同じ境遇にある母子同士であることを示唆した。「公園デビュー」[注4)]という言葉があるように、日常的に利用される場である公園は、藤田らの述べた地域交流が見られる場の一例である。この地域交流という言葉は幅広い意味を持ち、社会学者の森岡によると、「井戸端会議のような住民同士の会話をきっかけに仲間ができることで、地域のために何か活動を行おうと考え、地域活動へ参加するようになる。さらに体制が整っていくことで組織へと変化していく」ことを示唆している。公園のような、母子同士の会話などの交流が見られるのは初めの井戸端会議的な交流であり、地域コミュニティの形成もしくは活性化の一因となる地域交流であるといえる。同様に、ファストフード店もまた、似たライフスタイルを持つ属性の子連れ同士の交流が見受けられ、特に、子連れ層へのヒアリング調査の結果 (表 6) から、「店に行くと知り合いと出会うだろう」という心持ちで利用する方や、「出会ったあとに近隣の公園で一緒に遊ぶ」といった回答が得られている。つまり、ファストフード店は公園のように、日常的に利用する子連れ層が偶然出会い、会話を主とした、井戸端会議的な交流が行われる場であり、それは地域交流のきっかけとなり得る場であるといえる。そのため、大型商業施設内のファストフード店内では、多様な利用が見られるとともに、子連れ層の地域へのアクセスポイントにもなり得るといえる。

5. 結論

本研究では、郊外立地商業施設内の大手ファストフード店の、店内利用の観察調査と利用者へのヒアリング調査により、近年規模が拡大しつつあるファストフード店の、店内利用の実態について考察を行った。

表 6　子連れ利用者のヒアリング調査結果

目的		得られた回答
商品	よくある	振り返り休日は誰かに会う
商業施設内のイベント帰り	よくある	土日・振り返り休日は必ずママ友と出会う・その後一緒に公園
子供がクラブの試合その待ち時間に	よくある	店内でよく知り合いと出会う
子供の学校帰りに勉強のため利用	よくある	近所の方やママ友とよく出会う 子供向け商品の変わり目は多い
商品	よくある	振り返り休日などはよく出会う 一緒に公園に行くことも
商品	よくある	子供の友人家族と出会い、そのまま公園に遊びにいくことも
散歩の際に利用	何度か	よくロードサイト型店舗を利用するがない。保育園の先生と一度だけ会った
朝ご飯 保育園の帰りに利用	何度か	近所の方は見かけることはある 保育園の先生家族と交流した
商品　子供を商業施設内で遊ばせるため	ない	地元がこちらではないため 経験はない
商品	ない	伊都店は近所ではなく、近所の店舗でもない。近所の方は遠出してる印象
商品 散歩の際に利用	ない	最近隣区から引っ越してきたため 経験はない

その結果、ファストフード店は「単なる飲食の場」ではなく、勉強・仕事・交流などの過ごし方が一つの空間で行われる「多様性に富む飲食店」であり、その要因として、コーヒーなど含む多様な商品や、Wi-Fi などの店内設備が挙げられた。さらに、利用者のファストフード店への印象もまた、多様な過ごし方を促す一因で有ることが分かった。その一例として、主に中高生や子連れの利用者同士での交流が見られ、ファストフード店内で見られる交流は、ライフスタイルの似た属性同士で起こりやすいことがわかった。特に、日常的に利用する子連れ層にとっては、地域コミュニティの活性化のきっかけとなり得る井戸端会議的な地域交流が見受けられる場であり、地域コミュニティへのアクセスポイントの場となり得ることが分かった。

【補注】

注 1) 中小企業庁 「令和 3 年度・商店街実態調査」では、「商店街の衰退を感じる」回答が 67. 2 %、「まあまあである」が 24. 3 %という結果が示された。

注 2) 日本フードサービス協会　令和 3 年度調査において、ファストフード店の売上は、前年比・前々年比ともに 100%を超えたことが報告されている。

注 3) 大手ファストフード企業の商品である子供向け商品に付属するおもちゃは周期的に入れ替わる。

注 4)「公園デビュー」とは「俗に、母親と子供が近所の公園などに行き、地域の母子でつくられるコミュニティーに初めて参加すること。」

【参考文献】

1) 末繁雄一 , 松尾采佳 「店舗構成と商店主への商業継続意向調査を通した商店街の個性の持続可能性予測」 都市計画論文集 Vol.53 No.3　2018
2) 田中康仁 「中心市街地における大規模商業施設の出店による商店街への影響 - イオンモールの出店を事例に -」流通科学大学論集・経営編一第 34 巻 1 号　2021
3) 森岡清志（編）「地域の社会学」 有斐閣　2008
4) 藤田弘夫 , 吉原直樹（編）「都市社会学」 有斐閣　1999
5) ジョージ・リッツァ 「マクドナ ルド化する社会」 早稲田大学出版部　1999
6) 岸本しおり , 野原卓 , 高見沢実 「交流拠点としての商店街活性化の可能性」 都市計画報告集　No.13 2014
7) 天目岳志 , 岡村裕 「地方空港ターミナル内貸室の地域交流拠点としての活用に関する研究」 都市計画論文集　Vol.54 No.3 2019