

## 大学生の乗降客の割合がラーメン屋の立地傾向に与える影響

### 要約

大学のそばにラーメン店が多く立地するという印象は、学生の間で広く共有されている。

本稿の目的は、都内でラーメン店が大学のそばに実際に多く立地しているのか、また、大

学とラーメン店の立地の因果関係の有無を明らかにすることだ。まず重回帰分析を行い、

ラーメン店が大学のそばに多く立地する傾向の有無を調べた。しかし傾向が見られなかつ

たため、大学のそばのラーメン店にインタビュー調査を行い、立地選択要因を聞いた。そ

の結果、大学はラーメン店の立地選択要因になり得るものの、強い要因にはならないこと

がわかった。

### 1. はじめに

大学のそばにラーメン店が多いという印象は、学生に広く持たれており、学生の食の嗜

好にも合致する。実際、筆者の周囲の友人に聞いても、ラーメン店は大学の周りに多く立

地している印象があるとの回答を得た。また、サンプル数が少ない調査ではあるものの、

ラーメンは学生に人気が高い食事の1つだという結果がある(関川ら, 2009)。

そこで、大学生を主要な顧客とすることが理由となって大学のそばにラーメン店が立地

し、結果的にラーメン店が大学の周りに多く立地しているのではという仮説が立てられる。

ラーメン店があるために大学が立地することは考えられないため、逆因果はないだろう。

本稿では、都内においてラーメン店が大学のそばに実際に多く立地する傾向にあるのか、また、因果関係があるのかを明らかにすることを目的とする。大学近くにラーメン屋が多いという印象は広く共有されているものの、定量的に立証した先行研究はない。目的達成のために、統計的な調査とインタビュー調査を行った。

## 2. 統計的調査

都内において、大学生の存在がラーメン店の立地にどれだけ影響するかを明らかにするために、重回帰分析を行った。

被説明変数はある駅の周囲 1 km における飲食店数に占めるラーメン店数の割合、説明変数は同一の駅における乗降客数に占める大学生数の割合だ。対象となる駅は、大学情報ポータルサイトの「スタディサプリ」を参考に、近くに大学が多い都内の駅（上位 20 駅）とした。また、割合を変数にすることで、飲食店や乗降客数の多少による影響が少なくなると考えた。飲食店・ラーメン店の数は、飲食店の大手予約サイトである「食べログ」を用いて調べた。都内の飲食店であれば、多くが食べログに載っているため、記載漏れによる影響は少ないと考えた。乗降客数の数は、各鉄道事業者の報告から確認した。大学生の数は、各駅に近いキャンパスの学部・学科を調べ、その学部・学科に所属している人数を、

大学のホームページから確認し計算した。

コントロール変数は、乗降客数・昼間人口の 2 つにした。乗降客数が多いほど、時間

表 1 使用したデータ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1		駅	(1km圏内)	(1km圏内)	(キャンパス合計)			JR東日本: https://www.jr-east.co.jp/			https://house.con
2	担当者名	Station	num_school	num_ramentsukemen	num_inshoku	num_student	計算値	passenger	num/passenger	ramen/restaurants	pop_hiru
3	保田	Ochanomizu	8	225	3023	21401		286,445	8.0	7.4	1355
4	保田	Ichigaya	7	38	897	18178		377,412	4.8	4.2	1355
5	保田	Ikebukuro	6	145	3093	25585		2,645,890	1.0	4.7	136
6	河原	Shibuya	5	126	9624	24022		3,317,667	0.7	3.5	226
7	河原	Shinjuku	5	241	5474	11207		3,725,117	0.3	4.4	227
8	河原	Suidobashi	5	151	1951	17351		210,993	8.2	7.7	1355
9	河原	Takanobaba	5	71	945	34994		918,159	3.8	7.5	227
10	浅井	Myogadani	5	17	354	15044		64,833	23.2	4.8	147
11	浅井	Musashisakai	5	23	285	11605		75878	15.3	8.1	108
12	浅井	Kitasenzyu	4	38	974	4502		1,278,964	0.4	3.9	89
13	浅井	Kichijoji	4	53	1526	17043		349,127	4.9	3.5	108
14	青木	Zinbocho	4	145	1919	12444		300,123	4.1	7.6	1355
15	青木	Ekoda	3	30	464	9527		28785	33.1	6.5	94
16	青木	Kudanshita	3	121	1613	9354		236,661	4.0	7.5	1355
17	浅井	Keiohachioji	3	69	1026	9843		43,203	22.8	6.7	99
18	浅井	Kojimachi	3	50	1214	1940		49,806	3.9	4.1	1355
19	青木	Kokubunji	3	31	573	8113		199,320	4.1	5.4	85
20	青木	Juujou	3	34	488	13237		371,110	35.7	7.0	93
21	青木	Takanodai	3	5	81	7738		23,092	33.5	6.2	89.05
22	河原	Mejiro	3	56	1109	18596		52,650	35.3	5.0	136
23			87								
24											

ラーメン屋/飲食店数 と 学生数/乗降客数 (%)

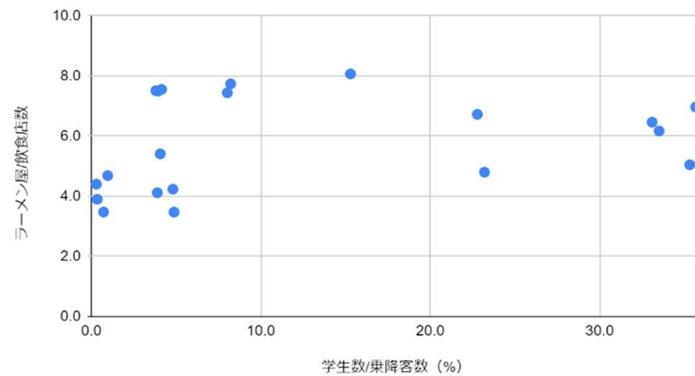


図 1 説明変数・被説明変数の散布図

のかからないラーメン屋の需要が大きくなると思った。また、ラーメンは主に家の近くではなく職場などの出先で食べるものだと考え、昼間人口をコントロール変数に加えた。多重共線性を VIF に基づいて確認したところ、いずれも  $VIF < 2$  であり問題なかった。

R を用いて重回帰分析を行った結果が、図 2 だ。num.passenger が乗降客数に占める大学生の割合だが、p 値が 0.557 と非常に大きくなり、統計的に有意でなかった。

```
Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-1.55617 -0.66918  0.08352  0.59478  1.56102

Coefficients:
              Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -2.233e-16  2.135e-01   0.000   1.000
num.passenger  1.909e-01  3.182e-01   0.600   0.557
passenger    -2.905e-01  3.013e-01  -0.964   0.349
pop_hiru      2.422e-01  2.797e-01   0.866   0.399

Residual standard error: 0.9548 on 16 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.2323,    Adjusted R-squared:  0.08834
F-statistic: 1.614 on 3 and 16 DF,  p-value: 0.2256
```

図 2 重回帰分析の結果

統計的な調査を行ったところ、駅の乗降客数における大学生の割合が増えると、ラーメン店の割合が増えるとは言えなかった。また、先行研究によると、地縁がラーメン店の立地選択に影響する(平澤ら, 2022)。統計的な調査では地縁を含むことができなかつたため、変数の選択が不十分であった可能性を考慮し、ラーメン店にインタビューを行うことにした。インタビューでは、大学生の存在がラーメン店の立地選択に影響するかについて調査した。

### 3. インタビュー調査

筆者が所属する東京大学近くにある、ラーメン店を 3 店舗訪れてインタビュー調査を行い、ラーメン店の立地選択要因を探った。その結果、地縁による店舗立地が多く、大学は顧客を増やす要因になるものの、長期休みに注意する必要があるとの回答を得た。また、

大学生の顧客を増やすことで、彼らが卒業した後に系列の別店舗への訪問を促すという戦略をとっている店舗もあった。

1 店舗目の「らーめん一信」は、地縁に基づいて出店していた。らーめん一信は、東京大学の1, 2年生が通う駒場キャンパスのそばにある「山手ラーメン」の2号店だ。店主が3, 4年生が通う本郷キャンパスのそばにも出店したいと考え、本郷キャンパスのそばに開店した。立地選択の際には地縁を優先したが、顧客が大学生だけだと長期休みに収入がなくなるため、会社員も顧客となるような立地選択をしたという。また、1号店の山手ラーメンの立地選択要因は、店主の家の近くであるという地縁だった。

2 店舗目の「札幌味噌ラーメン三好」も、地縁に基づいて出店していた。現店主は2代目で、初代店主がなぜ東京大学のそばに出店したかは不明だった。現店主が初代店主の友人で、店舗を探す際に初代店主が引っ越すことになり、縁を感じて2代目として受け継いだとのことだ。あえて東京大学のそばに出店したわけではないものの、大学のそばに立地していることで、学生を顧客として狙えると話してくれた。また、観光客・近くの会社員が大学の長期休み中は主な顧客になっている。

3 店舗目の「瀬佐味亭」は、学生客を見込んで大学そばに立地していた。客層は学生7割で、大学の長期休み期間は困るとのことだが、会社員も顧客として定着しているようだった。また、卒業後のOB・OG客が見込めると考え、虎ノ門に2号店を開いたとのことだ。ラーメン店に通う傾向にある大学生時代に店の顧客にすることで、系列の別店舗への

訪問を促すという戦略を取っていた。

ラーメン店ごとに異なる理由で立地選択をしていたが、顧客獲得のために大学のそばを立地条件としている店は少なかった。長期休みによる収入の減少を覚悟して、戦略的に大学そばに立地しているケースもあったものの、顧客が大学生のみだと、長期休みによるデメリットが大きくなるようだ。主な顧客として大学生を狙ったとしても、会社員など他の顧客を獲得できるような立地選択を行う傾向にあることが示唆された。

#### 4. 結論と補足

統計的な調査では、都内においてラーメン店が大学のそばに実際に多く立地する傾向にあることを示すことができなかった。インタビュー調査では、大学の存在はラーメン店の立地選択要因になり得ることが分かった。しかし、大学生のみを顧客とすることは長期休みを考慮すると危険で、危険性を次の店舗展開のためだと割り切るか、または会社員等の別の顧客獲得が必要なことも分かった。

補足として、らーめん一信で聞いた話に、1号店は地縁で立地選択し、2号店以降は店の味に合わせて店舗立地選択を行うのではというものがあつた。調査能力に限界があり、今回の調査ではチェーン店ではなく比較的小規模なラーメン店を選択して調査した。しかし、チェーン店に対してインタビューすると別の視点が得られたかもしれない。また、大学そば以外に立地するラーメン店を調査することで、さらに異なる視点が得られたかもし

れない。

## 5. 参考文献

RECRUIT. 東京都 | 大学の数が多い駅ランキング【スタディサプリ 進路】. Retrieved Feb 2, 2024, from [https://shingakunet.com/area/ranking\\_station-university/tokyo/](https://shingakunet.com/area/ranking_station-university/tokyo/)

石綿朋葉, 後藤春彦, & 吉江俊. (2018). 東京都区部における飲食店立地と食情報の地域特性に関する研究. 日本建築学会計画系論文集, 83(744), 251-261.

関川靖, 山田ゆかり, & 吉田洋. (2009). フードビジネスの現状と消費者ニーズ-稲沢市の事例. 名古屋文理大学紀要, 9, 121-128.

食べログ. Retrieved Feb 2, 2024, from <https://tabelog.com/>

東京メトロ. 各駅の乗降人員ランキング. Retrieved Feb 2, 2024, from [https://www.tokyometro.jp/corporate/enterprise/passenger\\_rail/transportation/passengers/index.html](https://www.tokyometro.jp/corporate/enterprise/passenger_rail/transportation/passengers/index.html)

東洋経済新報社. 都市データパック. Retrieved Feb 2, 2024, from <https://house.ocn.ne.jp/toshi/chuuyakan/13/>

新名阿津子. (2006). 東京都港区における経営コンサルタント企業の立地特性とその要因. 地理学評論, 79(8), 423-434.

平澤健太郎, & 牛垣雄矢. (2022). 立川駅周辺におけるラーメン店の集積の特徴とその背景(論説). 学芸地理, (78), 36-55.

南和樹. (2015). 兵庫県北播磨地域の飲食店の立地と学生の動向. 兵庫教育大学地理学研究  
室研究報告, 20, 27-30.