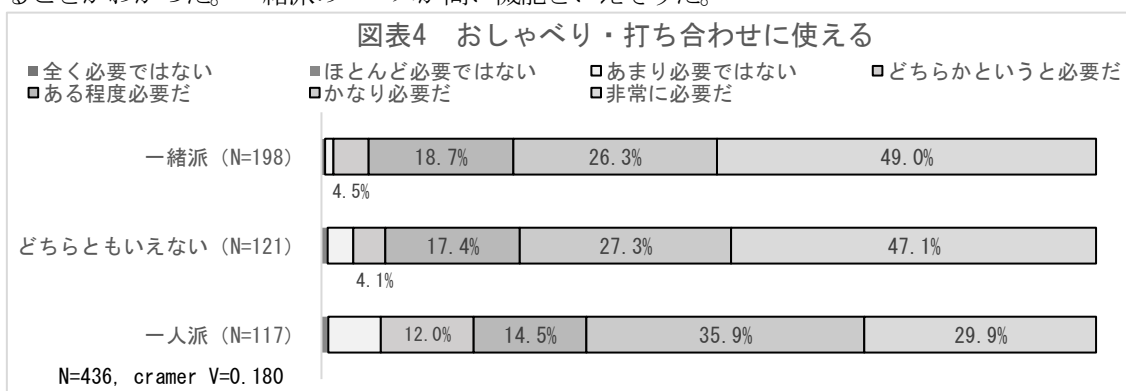
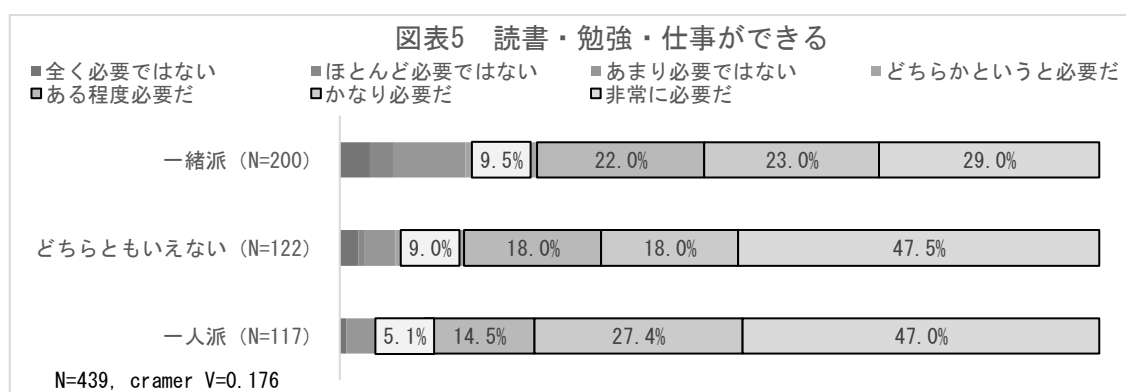


図表4を見ると、「おしゃべりや打ち合わせに使える」機能を「非常に重要だ」と感じている人の割合は、一緒派では49.0%と半数に近い。一人派は29.9%にとどまり、約20ポイントもの差があることがわかった。一緒派のニーズが高い機能といえそうだ。



図表5を見ると、「読書・勉強・仕事ができる」機能を「非常に必要だ」と感じている人の割合は、一人派では47.0%にのぼる。一緒派は29.0%と、20ポイント近い大きな差がある。一人派のニーズが高い機能であることがわかった。



#### 4 考察

大学生のカフェ利用について、山口（2015）は「大学生が一番よく行くカフェチェーンはスターバックス！ スターバックスの人気の秘訣とは？」をまとめている。山口によれば、大学生のカフェ利用目的は、「友人とのおしゃべり 38%、休憩 30%、勉強・読書 20%、待ち合わせ 8%、Wi-Fi・電源コンセント 3%」となる。大学生のカフェ利用目的の筆頭にあがる「おしゃべり」、そして3番目に多かった「勉強・読書」については、今回の分析結果によれば、一人派と一緒派でニーズに差があることが明らかになった。また、一人派と一緒派では、カフェ利用頻度、滞在時間、支出許容額にも違いがあることがわかった。大学生のカフェ利用の実態を捉えるためには、一人派か一緒派かを区別して考えることが重要だと思われる。

#### 【参考文献】

山口拓也, 2015, 「大学生が一番よく行くカフェチェーンはスターバックス！ スターバックスの人気の秘訣とは？」, マーケターのための学生総合研究所 (2017年12月25日取得, <http://lab.oceanize.co.jp/starbucks-popular/>) .

## (2) カフェの認識の違いによってカフェ利用に差はあるのか？

落合琴美

### 1 目的

実際にカフェを利用すると、カフェにはさまざまな利用目的を持った人たちが訪れていることに気がつく。パソコンを開いている大人や、参考書を開いている学生。本を読んでいる人もいれば、楽しそうに会話をしている人もいる。

私は、このようなカフェの利用目的の違いは、カフェに対する“認識の違い”によるのではないかと考えた。さらに、認識の違いによって、滞在時間や利用頻度といったカフェの利用の仕方にも違いが生まれるのではないかと考えた。

そこで、本稿では、カフェの認識の違いによってカフェ利用に差があることを明らかにする。

### 2 方法

「滞在時間」と「利用頻度」を用いて、カフェの認識別によるカフェ利用の差を見るために、以下①②の分析をおこなう。

① [カフェの認識の違い] (Q8 (2) A~G) と [滞在時間] (Q3) でt検定をおこなう。質問 Q8 (2) は「カフェ・喫茶店は、A~Gを得られる場所だと思いますか？」と尋ね、A~Gそれぞれについて「はい」「いいえ」で答えてもらった。A~Gの項目内容は「(A) ゆっくり休憩しリラックスできる」「(B) 自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」「(C) 課題や考え事など何かに集中できる」「(D) 親しい人と時間や空間を共有する」「(E) 気分転換できる」「(F) 日常性から解放される」「(G) 普段の自分とは違う別の自分を表現できる」である。なお、この7項目は、「プライベート空間7機能」(泊 真児・吉田富二雄, 2001) を参考にして作成した質問である。

質問 Q3 は「あなたはカフェ・喫茶店で、1回に何時間くらい滞在しますか？」と尋ね、数字で記入してもらった。なお、カフェ・喫茶店を「利用したことがない」人は除いて分析した。

② [カフェの認識の違い] (Q8(2)) A~Gと [利用頻度] (Q1) でクロス集計をおこなう。質問 Q1 は「あなたは月に何回くらいカフェ・喫茶店を利用しますか？(テイクアウトを除く)」と尋ね、「1. ほぼ毎日」「2. 週3~4回」「3. 週1~2回」の選択肢を選んだ人を「週1以上」とまとめ、「4. 2週間に1回程度」と「5. 月に1回程度」を選んだ人はそのまま「隔週」「月1」とし、「6. 2~3か月に1回程度」「7. 滅多に利用しない」を選んだ人はまとめて「2~3か月に1回以下」とした。なお、カフェを「利用したことがない」人は除いて分析した。

### 3 結果

#### 3.1 カフェの認識別による滞在時間について

[滞在時間] の平均値は83分。[カフェの認識の違い] の回答%は、「(A) ゆっくり休憩しリラックスできる」87.6%、「(B) 自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」51.8%、「(C) 課題や考え事など何かに集中できる」75.9%、「(D) 親しい人と時間や空間を共有する」93.2%、「(E) 気分転換できる」74.6%、「(F) 日常性から解放される」39.6%、「(G) 普段の自分とは違う別の自分を表現できる」18.5%である。

[カフェの認識の違い] により [滞在時間] に差があるかについてt検定をおこなった結果、「(A) ゆっくり休憩しリラックスできる」と、「(D) 親しい人と時間や空間を共有する」に有意な差があることがわかった。以下、有意差が明らかとなった項目について分析結果を示す。

カフェを「ゆっくり休憩しリラックスできる場所」と考えるかどうかによる滞在時間の差を検討した。まず、等分散性のための Levene の検定結果から、等分散を仮定する t 検定をおこなった。その結果によれば、カフェを“ゆっくり休憩しリラックスできる”場所だと思っている人は思っていない人より 13 分、滞在時間が有意に長いということがわかった。滞在時間の平均値は、思っている人 85 分、思っていない人 72 分だった。

「親しい人と時間や空間を共有する場所」と考えるかどうかによる滞在時間の差を検討した。まず、等分散性のための Levene の検定結果から、等分散を仮定する t 検定をおこなった。その結果によれば、カフェを“親しい人と時間や空間を共有する”場所だと思っている人は思っていない人より 19 分、滞在時間が有意に長いということがわかった。滞在時間の平均値は、思っている人 85 分、思っていない人 66 分だった。

「自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」、「課題や考え事など何かに集中できる」、「気分転換できる」、「日常性から解放される」、「普段の自分とは違う別の自分を表現できる」については、カフェをそのような場所として認識しているかどうかによる滞在時間の有意差は認められなかった。

### 3.2 カフェの認識別による利用頻度について

[利用頻度] は、「週 1 以上」が 21.1%、「隔週」が 26.1%、「月 1」が 28.8%、「2～3か月に 1 回以下」24.0%という結果になった。まず、前節 3.1 の分析で [カフェの認識の違い] と [滞在時間] の t 検定で有意差があった「(A) ゆっくり休憩しリラックスできる」と、「(D) 親しい人と時間や空間を共有する」の 2 項目について、[利用頻度] とのクロス分析を行う。

「(A) ゆっくり休憩しリラックスできる」場所と考える人とそうでない人の利用頻度についてクロス分析した。カフェを、「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所だと思っている人ほど、カフェ利用頻度が高くなるということが明らかになった。「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所だと思っている人では、「週 1 以上」利用する人が 22.5%いるが、そう思っていない人では 7.5%と半減する。また、そう思っていない人では、カフェを「2～3か月に 1 回以下」利用の人が 41.5%を占めるが、そう思っている人では 21.1%にとどまる。両者の利用頻度には大きな差があるといえる（関連の度合いを示すクラマーの係数は 0.201）。

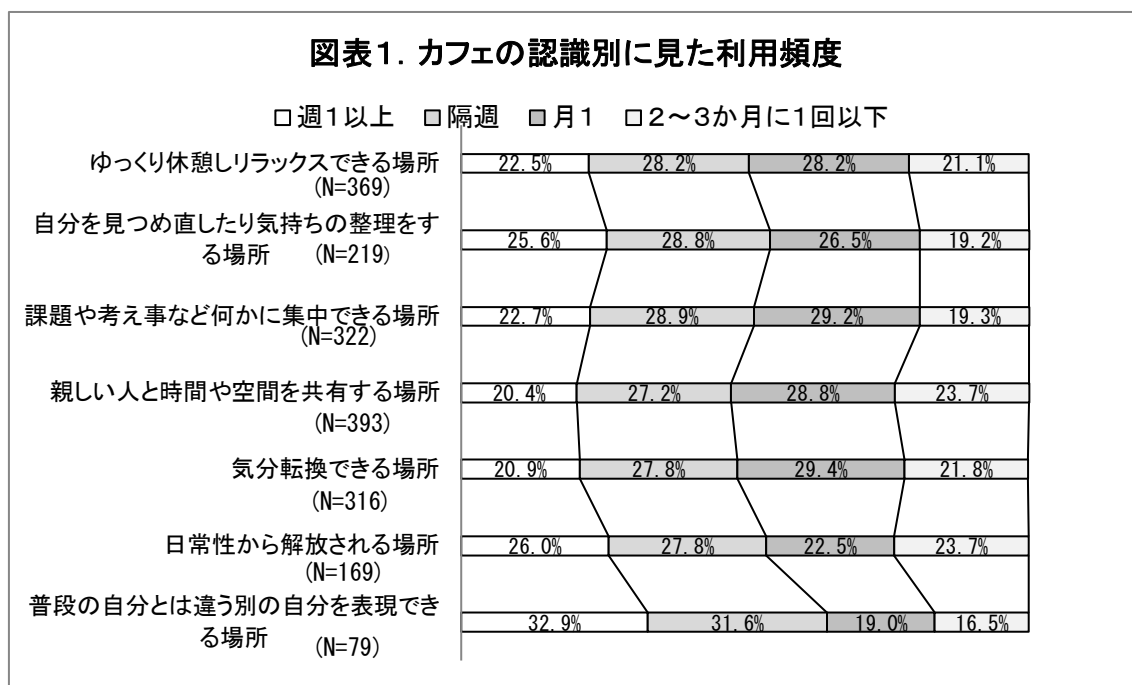
「(D) 親しい人と時間や空間を共有する」場所と考える人とそうでない人の利用頻度についてクロス分析した。「親しい人と時間や空間を共有する」場所だと思っている人とそう思わない人の利用頻度の差はあまり大きくない。そう思っている人では、「隔週」利用が多くなり、そう思っていない人では、相対的に「月 1」利用が多くなるという違いがあるものの、関連の度合いを示すクラマーの係数は 0.059 となり、関連が弱いことが示された。

次に、[カフェの認識の違い] と [利用頻度] のクロス分析結果から、高頻度利用と関連のある項目を見ていく。[カフェの認識の違い] 7 項目 A～G それぞれについて、「はい」と答えた人の利用頻度をグラフにしたものが図表 1 である。図表 1 のグラフから、カフェを「普段の自分とは違う別の自分を表現できる」場所だと思っている人が 1 番、高頻度利用者が多いことがわかった。「週 1 以上」利用が 32.9%、「隔週」利用と合わせると 64.5%に達する。2 番目に高頻度利用者が多かった「自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」場所（54.4%）に比べて 10 ポイントも高い割合となった。

### 3.3 結果のまとめ

以上の結果から、カフェの“認識の違い”によってカフェ利用に差が出る場合があることがわかった。滞在時間の差については、カフェは「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所である、あるいは「親しい人と時間や空間を共有する」場所であると考えられる人は、そうでない人より滞在時間が長い。また、「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所だと考えるかどうかによって、カフェ利用

頻度は異なる。ただし、「親しい人と時間や空間を共有する」場所だと考えるかどうかによる利用頻度の違いは大きくない。また、7項目のうち高頻度利用者が最も多かったのは「普段の自分とは違う別の自分を表現できる」場所だと考えている人であることがわかった。



#### 4 考察

カフェを「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所だと思っている人が、思っていない人より13分滞在時間が長いという結果から、カフェをゆっくり休憩しリラックスできる場所だと思っている人は、カフェに休憩やリラックスできる「時間」を求めていることがわかる。また、カフェを「親しい人と時間や空間を共有する」場所だと思っている人が、思っていない人より19分滞在時間が長いという結果から、親しい人と時間や空間を共有したいと思っている人にとって、カフェはそのような場所として認識されていることがわかる。大学や自宅ではなく、カフェを休憩する「時間」や、親しい人と空間を共有する「場所」として利用していることから、カフェは大学生にとって日常生活から少しだけ自由にしてくれる場所なのではないかと考えた。

また、「ゆっくり休憩しリラックスできる」場所だと思っている人の方が、思っていない人より利用頻度も高いことから、カフェは大学生にとって“休憩しリラックスできる場所”の身近な存在であるといえる。利用頻度をカフェの認識別に見てみると、「普段の自分とは違う別の自分を表現できる」場所だと認識している人の利用頻度が1番高い。カフェは、友人や家族といるときとは違う別の自分を表現できる場所として認識されているという意味だ。カフェが、全く知らない人たちがそれぞれに違う目的を持って利用している環境である“日常から少し離れられる”ということもカフェを利用する1つの理由なのかもしれない。

#### 【参考文献】

泊 真児・吉田富二雄, 2000, 「性格特性の Big Five と日常活動におけるプライベート空間の7機能」『社会心理学研究』16 (3) : 147-158.

### (3) 学生の生活面でのゆとりによって、カフェで消費する金額、利用頻度に差はあるのか？

勝田実季

#### 1 目的

学生は時間を自己で管理して生活している中で、時間にゆとりがあるか否かによって、または金銭的な余裕によって、カフェの利用形態に違いが見られるのか明らかにしたい。最終的には、学生のカフェ事情を明らかにしたい。

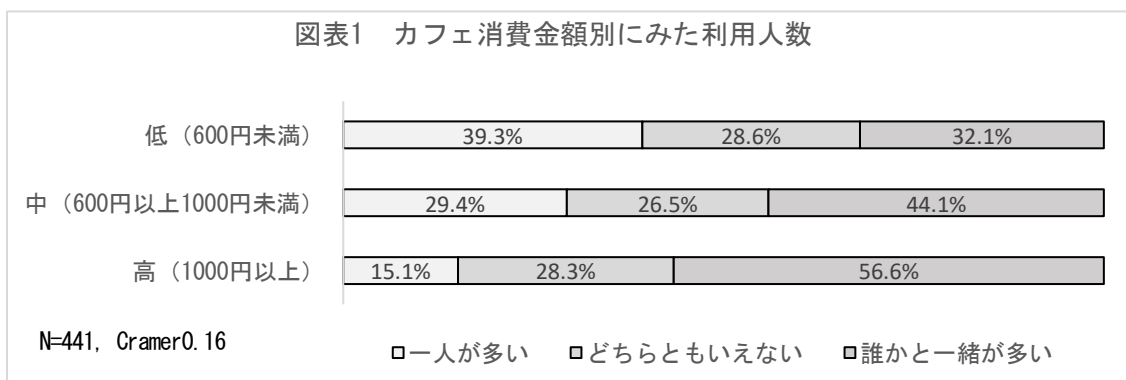
#### 2 方法

以下、6つの仮説を検証した。

- ①カフェの利用人数によって、消費する金額に差はある。クロス集計を利用
- ②日頃の生活の中で、充実感を持っているか否かによって、カフェの利用頻度に差はある。クロス集計を利用
- ③学生の暮らし方とカフェ利用には関係がある。クロス集計を利用
- ④アルバイトをしているか否かによって、カフェで使える金額は差がある。t検定を利用
- ⑤学生が自由に使える金額と、カフェに費やす金額の関係。相関係数を使用
- ⑥学生の時間のゆとりが確保できているか否かによって、カフェの利用頻度が異なる。クロス集計を利用

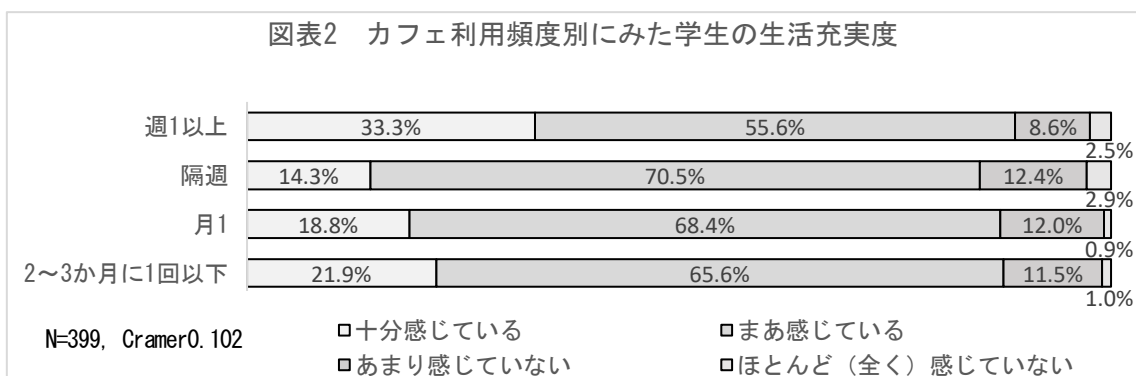
#### 3 結果

##### 3.1 仮説①「カフェの利用人数によって、消費する金額に差はあるのか」



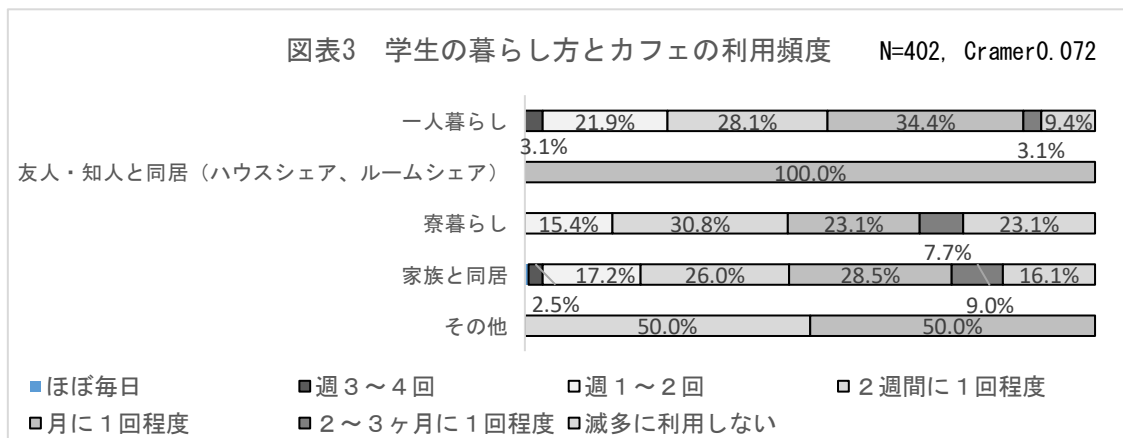
クロス分析の結果、カフェを利用するときは「一人が多い」という人は、利用金額が少ない人ほど多くなることがわかった。カフェの利用金額に応じて、「低 (600円未満)」「中 (600円以上1000円未満)」「高 (1000円以上)」に三分して、「一人」利用の割合を見ると、「高」では15.1%にとどまるが、「中」では29.4%、「低」では39.3%となった。一方で、「誰かと一緒が多い」という人は、利用金額が高い人ほど多くなる。「誰かと一緒が多い」の利用の割合を見てみると、「低」では32.1%だが、「中」では44.1%、「高」では56.6%となった。なお、「どちらともいえない」人の割合は、利用金額の低中高による違いは見られない。2変数の関連性の強さを示すクラマーの係数は0.165となり、変数間に関連があることが示された (図表1)。

### 3.2 仮説②「日頃の生活の中で、充実感を持っているか否かによって、カフェの利用頻度に差はあるのか」



クロス分析の結果、生活の充実感を感じている人は、カフェを週1以上利用する高頻度利用者に多いことがわかった。週1以上利用する人で生活充実感を「十分感じている」人の割合は33.3%を占めた。隔週利用者では14.3%、月1利用者では18.8%、2~3か月に1回以下の低頻度利用者では21.9%といずれも3割に満たない割合となっている。ただし、カフェの利用頻度が高くない人が充実感を感じていないわけではなく、「まあ感じている」という人が大半である。カフェの利用頻度と生活充実度の関連の強さを示すクラマーの関連係数は0.102となった(図表2)。

### 3.3 仮説③「学生の暮らし方とカフェ利用には関係があるのか」



クロス集計にて分析を行った。カフェ利用が「ほぼ毎日」あるいは「週3~4回」という人の割合は5.0%未満となり、一人暮らしでも家族と同居でも差はない。しかし、「週1~2回」「2週間に1回程度」という人の割合は、一人暮らしのほうが大きいことがわかった。両方合わせた割合は一人暮らしでは50.0%を占めるのに対して、家族と同居では43.2%にとどまる。一方、「2~3か月に1回程度」「減多に利用しない」を合わせた割合は、一人暮らしでは12.5%だが、家族と同居では25.1%と多い。一人暮らしの人は家族と同居している人に比べると、カフェの利用は若干多くなることがわかった(図表3)。

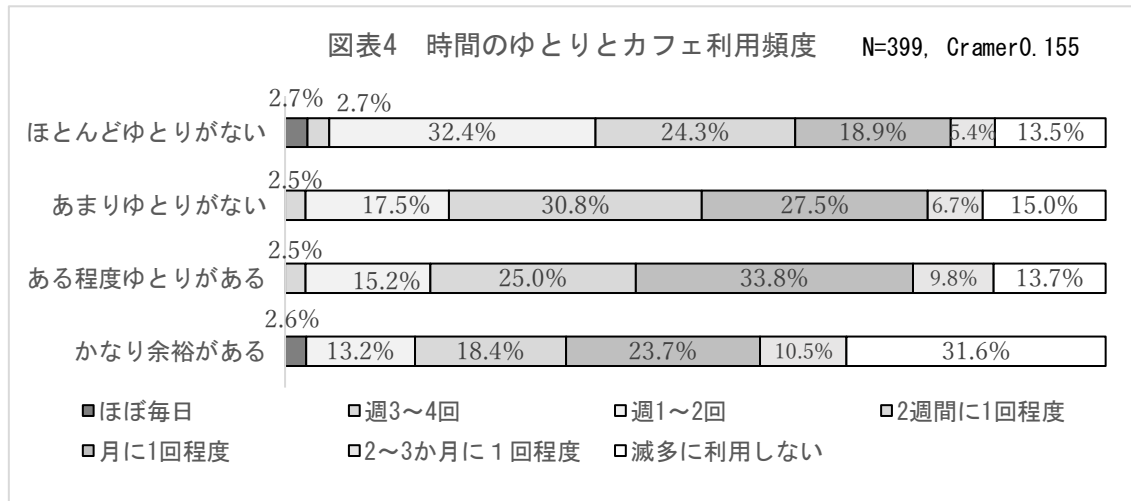
### 3.4 仮説④「アルバイトをしているか否かによって、カフェで使える金額の差はあるのか」

アルバイトをしているか、していないかによって、カフェで消費する金額の差があるかどうかを調べるためにt検定をおこなった。ルビーンの等分散性の検定結果に基づき、等分散を仮定するt検定をおこなったところ、有意な差がないことがわかった。アルバイトをしていない学生では平均818円、アルバイトをしている学生では平均804円となった。

### 3.5 仮説⑤「学生が自由に使える金額と、カフェに費やす金額の関係」

学生が自由に使える金額と、カフェに費やす金額の関係を相関係数で検証した。相関係数が-0.28 となり逆の相関を示した。自由に使えるお金が多い人ほど、カフェに費やす金額は少ないという逆相関関係にあることがわかった。

### 3.6 仮説⑥「学生の時間のゆとりが確保できているか否かによって、カフェの利用頻度の関係はあるのか」



クロス集計の結果をしてみると、カフェの利用頻度が週1回以上の人割合（「ほぼ毎日」「週3~4回」「週1~2回」の合計）は、「かなりゆとりがある」人で15.8%、「ある程度ゆとりがある」人で17.7%、「あまりゆとりがない」人で20.0%、「ほとんどゆとりがない」人で37.8%となり、ゆとりがない人ほど高頻度でカフェを利用していることがわかった。一方で、カフェを「減多に利用しない」人の割合は、ゆとりがある人ほど大きくなる。時間のゆとりがかなりある人は、カフェを減多に利用しない傾向がある（図表4）。

## 4 考察

仮説②と⑥の分析について、生活充実度が高い方がカフェを週1回以上利用しているという結果と、時間のゆとりが確保できている学生の方がカフェ利用頻度が低いという分析結果を受け、「生活充実度」と「時間的なゆとり」の関係は不等号な可能性が高いのではないかと考え、今後、分析を進めたい。

仮説⑥「学生の時間のゆとりが確保できているか否かによって、カフェの利用頻度の関係はあるのか」と仮説③「学生の暮らし方とカフェ利用の関係」の検証を行い、時間にゆとりがある学生はカフェの利用頻度が低く、反対に、時間のゆとりがない学生ほどカフェを利用する傾向があることがわかった。また、家族と同居しているよりも一人暮らしをしている人の方がカフェ利用の割合が若干高かったことを受け、一人暮らしをしている学生は何らかの影響によって時間的な余裕を持つことが難しくなり、カフェを利用することによって、現実逃避や自分と向き合う時間を設けているのではないかと考えた。そこには心理的要因があると考えた。しかし、今回は心理に関する事項を仮説の中で取り扱っていなかったため、判断することは難しい。また、心理的要因との関連が明らかになることにより、どうすれば学生にカフェを利用してもらえるのかわかるかもしれない。よって、心理的要因を踏まえたうえで、もう一度検証したい。

最後に仮説①「カフェの利用時の人数によって、消費する金額に差はあるのか」について、なぜ「誰かと一緒」という人は利用金額が高く、「一人利用」の人は利用金額が少ないか明らかにしたい。これに関しても、心理的要因が潜んでいると考える。

### 【参考文献】

- 木村祐介, 2010, 「大学生の生活満足度と人間関係」『社会調査ゼミナール研究報告書』文教大学  
情報学部 (2017年12月25日取得,  
<http://www.bunkyo.ac.jp/~mediares/2009/sem/065kimura.pdf>) .
- 内閣府, 2017, 「特集 若者にとっての人とのつながり」, 内閣府ホームページ (2017年12月25  
日取得, <http://www8.cao.go.jp/youth/whitepaper/h29gaiyou/s0.html>) .



## (4) カフェの利用頻度と場所や利用人数に関係性はあるのか？

小林瑞季

### 1 目的

近年、カフェは駅中・商業施設内・学校近くなど多くの場所にある。駅中のカフェでアルバイトをしている際、常連の方はほぼ毎日決まった時間に利用するのを見かける。一方、初めての方も多く来店し、人によってカフェの利用頻度が異なることがわかる。また、駅中のカフェ利用であれば、自宅の最寄り駅なのか、学校の最寄り駅なのかによっても、利用の頻度は違うだろう。

自宅近くや学校近くのカフェを利用している人と、駅中や駅近くのカフェを利用する人では、利用頻度の違いがあるだろうか。また、一人でカフェを利用する人ほど利用頻度が高いだろうか、それとも低いだろうか。場所や人数とカフェの利用頻度について明らかにする。

### 2 方法

女子大学生に「なぜカフェ・喫茶店を利用するのか？」というアンケート調査を行い集計した。集計結果から、利用頻度 (Q1) と利用場所 (Q5) の関連、利用頻度 (Q1) と利用人数 (Q2) の関連でクロス集計をそれぞれおこなった。

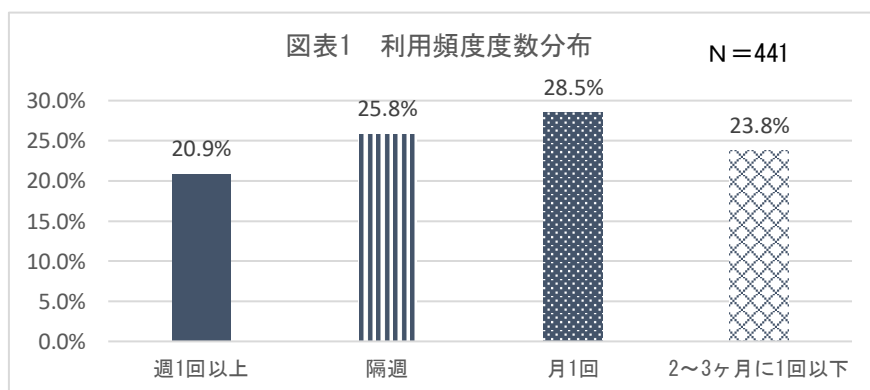
利用頻度は、単集レベルの結果に偏りがあったため、7カテゴリを4カテゴリ「週1回以上」、「隔週」、「月1回」、「2~3カ月に1回以下」にまとめた。利用場所は、「駅近く」、「自宅近く」、「学校近く」、「商業施設内」とし、「その他」を含めた5つのカテゴリからいくつでも選んでもらった。利用頻度と各場所の4カテゴリでクロス集計を行った。

同じく、利用頻度と「一人利用」、「どちらともいえない」、「誰かと一緒」の3カテゴリの利用人数でクロス集計をおこなった。

### 3 結果

#### 3.1 利用頻度

図表1に、女子大学生のカフェ利用頻度の単集結果を示した。「月1回」の28.5%が一番多く、次に「隔週」の25.8%、「2~3カ月に1回以下」の23.8%と続く。「週1回以上」は20.9%と、高頻度利用者が最も少ない。近年、SNSに上げる写真を撮るためにカフェを訪れるという話をよく聞くが、「月1回」が一番多い利用頻度であることから、あまり頻度が高くない傾向であることがわかる。



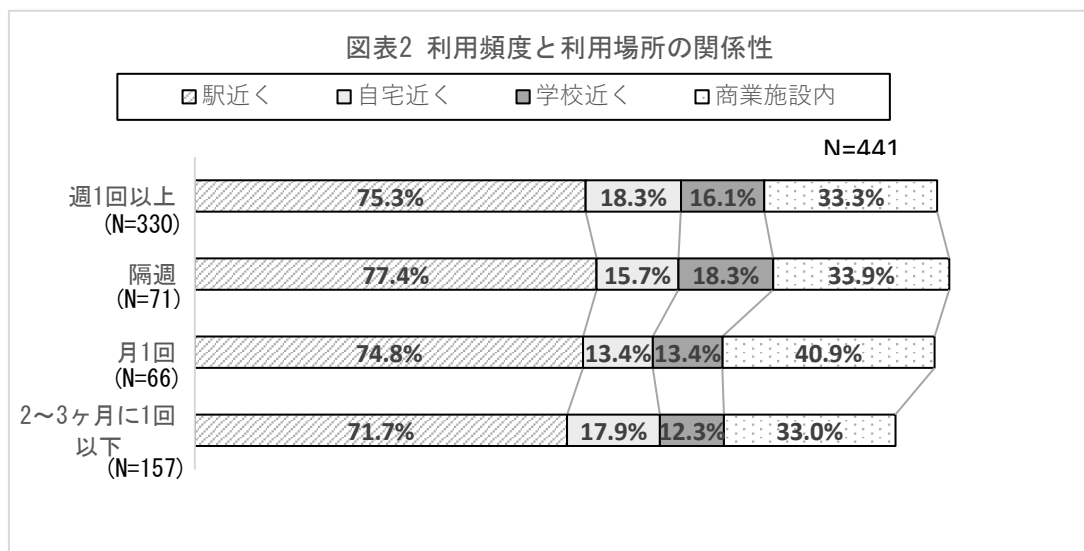
高頻度利用者が最も少ない。近年、SNSに上げる写真を撮るためにカフェを訪れるという話をよく聞くが、「月1回」が一番多い利用頻度であることから、あまり頻度が高くない傾向であることがわかる。

#### 3.2 利用頻度と利用場所の関係性

利用場所として挙げる人が最も多かったのは、「駅近く」のカフェである。74.9%となった。次

に「商業施設内」でのカフェ利用が多く（35.7%）、相対的に少ないのは、「自宅近く」（16.0%）や「学校近く」（14.9%）のカフェ利用である。

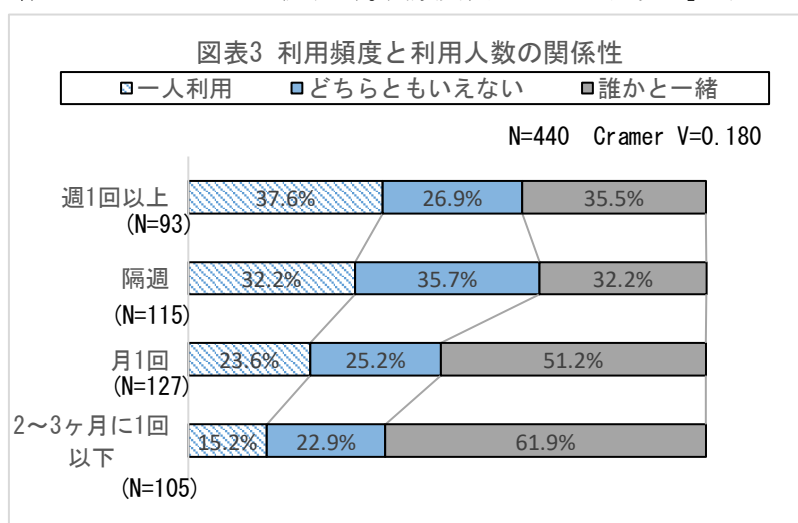
利用頻度と利用場所の関連を図表2に示した。「駅近く」カフェや「学校近く」カフェの利用率が高いのは、隔週あるいは週1以上のペースで利用している人である。また、「自宅近く」カフェは、月1回程度の利用者の利用率が最も低く、滅多に利用しない人と週1以上のペースで利用する人の二極で利用率が高くなっている。「商業施設内」カフェの利用が最も多いのは月1ペースで利用している人となった。月1回程度買い物に行ったときだけ、カフェを利用するのだろう。



### 3.3 利用頻度と利用人数の関係性

カフェを利用するときの人数については、「一人が多い」が26.7%、「どちらともいえない」が27.6%、「誰かと一緒に多い」が45.7%となった。全体的にみると、利用人数は「誰かと一緒に多い」が多いことがわかる。

利用人数について、利用頻度との関連を調べたところ、利用頻度が高くなるほど「一人利用」が増えることがわかった（図表3）。高頻度利用の「週1回以上」の人では、「一人利用」の割合が37.6%



を占めるが、「2~3カ月に1回以下」の人では15.2%と22ポイントも大幅に低くなっている。

一方で、「2~3カ月に1回以下」の人の「誰かと一緒に」利用は61.9%と半数以上の6割を超える。「月1回」の人も51.2%と半数が「誰かと一緒に」利用であり、低頻度の人ほど誰かと一緒に利用が高くなっている。

## 4 考察

利用頻度と利用場所の関係性、利用頻度と利用人数の関係性の結果から明らかになったことは2つある。

①利用頻度が高い人ほど、「駅近く」のカフェや「学校近く」のカフェを利用する。「自宅近く」のカフェを利用するのは、週1ペースで利用する人と滅多に利用しない人の両極端である。また、「商業施設内」カフェの利用が最も多いのは、月1ペースでカフェを利用する人であることもわかった。

②利用頻度が高い人ほど一人利用者が多く、利用頻度が低い人ほど誰かと一緒に利用でカフェに行く傾向がある。

駅中のカフェでアルバイトをしていると、自宅近くの人が訪れている傾向があると思っていた。調査結果からは、利用頻度が比較的高い人はそうでない人に比べて、「駅近く」「自宅近く」「学校近く」のカフェ利用率が高いことが示された。「商業施設内」カフェ以外すべてが該当している。つまり日常の生活圏内の動線上にあることが、利用しやすいカフェの条件といえそうだ。駅中カフェは、まさに通勤通学の動線上に位置するカフェだ。特に頻繁にカフェを利用する人にとっては、利用しやすい場所なのだろう。

日本におけるカフェの多くはPrivate Space型（脱役割・解放の生活・居場所）であり、会話を楽しむより、一人ないし少人数で静かに居場所として活用されているケースが多く、居場所の確保と称され、日ごろの役割を脱した一個人の姿でリラックスして過ごすことができるとされている（杉山・白肌・小坂、2014）。女子大学生におけるカフェの利用頻度が高い人に多いのは、Private Space型のカフェ利用だと考える。日常の動線上にあるカフェをサードスペースとして利用し、勉強をしたり、趣味に没頭したり、リラックスするための場などとして利用するケースが多いと考える。

一方で、利用頻度が低い人は、友人など誰かしらと一緒に利用し、話す場所やリラックスする場としてカフェを利用しているのではないかと考える。

### 【参考文献】

杉山大輔・白肌邦生・小坂満隆, 2014, 「サードスペースを包含したサービスビジネスモデルの可能性」『研究・イノベーション学会 年次学芸大学講演要旨集』29: 763-769.

## (5) カフェの使い方や機能と利用頻度に関連はあるのか？

紺野くるみ

### 1 目的

カフェ・喫茶店の利用のしかたは、人によってさまざまだ。「都市空間における第三の居場所としての現代カフェに関する研究」をおこなった内田・大竹(2010)によると、「カフェは心をニュートラルにできる場所であり、知的フォーラム・個人のオフィスとしても機能する」。本稿では、どんな機能を持っているカフェが、今回調査の対象とした女子大生によく利用されているのか、女子大生はカフェをどのように捉えているのかを明らかにすることを目的とする。

### 2 方法

本研究は以下の方法によりおこなう。まず、「カフェに必要な機能」17項目について必要度を7段階で尋ねた結果を使用して因子分析をおこなう。抽出した因子を説明変数として、利用頻度を被説明変数とする重回帰分析をおこない、利用頻度を規定する因子を探る。さらに、各因子を〈弱〉〈やや弱〉〈やや強〉〈強〉の4つのカテゴリーに分けて、クロス分析もおこなう。

### 3 結果

#### 3.1 単集による結果

Q6(1)では「カフェ・喫茶店にはどのような機能が必要だと、あなたは思いますか？」と尋ね、必要だと思う程度7つ(1.全く必要でない、2.ほとんど必要でない、3.あまり必要でない、4.どちらかという必要だ、5.ある程度必要だ、6.かなり必要だ、7.非常に必要だ)のうちどれか1つを回答してもらった形式をとった。機能としては17項目を挙げた(図表1参照)。

17種類の機能に対する必要度を調べた結果、「非常に必要だ」の割合が特に高かったのは「座れる場所がある」(76.7%)、「時間をつぶすことができる」(65.7%)、「一人でも気軽に利用できる」(61.7%)、「美味しい飲み物がある」(60.4%)であった。逆に割合が低かったのは、「店主・店員との交流がある」(4.1%)、「地域の情報が得られる」(3.9%)、「店内のイベントを介して客同士の交流がある」(2.7%)だった。

#### 3.2 カフェに必要な機能の因子分析

3.1で記載したQ6(1)の17種類の機能項目を用いて因子分析(バリマックス回転、最尤法)をおこない、4つの因子を抽出しそれぞれ名前を付けた(図表1)。「〈飲食ニーズ〉因子は、「長時間居ることができる」「時間をつぶすことができる」「読書・勉強・仕事ができる」「おしゃべり・打ち合わせに使える」「座れる場所がある」といった機能と関連が強い因子である。「〈交流ニーズ〉因子は、「店内のイベント介して客同士の交流がある」「地域の情報が得られる」「店主・店員との交流がある」との関連が強い。「〈話題性ニーズ〉は、「話題性がある」「写真映える」「店の外観や内装がおしゃれである」と、「〈飲食ニーズ〉は「美味しい食べ物がある」「美味しい飲み物がある」「空腹を満たすことができる」と、それぞれ関連が強い因子である。

図表1 カフェ機能の必要度に関する因子分析結果

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	共通性
	長居ニーズ	交流ニーズ	話題性ニーズ	飲食ニーズ	
長時間居ることができる	<b>0.755</b>	-0.026	0.144	0.098	0.601
時間をつぶすことができる	<b>0.672</b>	-0.034	0.049	0.311	0.552
読書・勉強・仕事ができる	<b>0.661</b>	0.213	0.119	-0.056	0.499
おしゃべり・打ち合わせに使える	<b>0.631</b>	0.025	0.181	0.185	0.466
座れる場所がある	<b>0.536</b>	-0.154	-0.043	0.418	0.487
店内のイベント介して客同士の交流がある	0.048	<b>0.917</b>	0.244	0.027	0.903
地域の情報が得られる	0.017	<b>0.833</b>	0.261	0.049	0.765
店主・店員との交流がある	0.094	<b>0.799</b>	0.194	0.078	0.692
話題性がある	0.094	0.296	<b>0.846</b>	0.080	0.818
写真映えする(店の内外、飲み物・食べ物)	0.126	0.272	<b>0.787</b>	0.056	0.713
店の外観や内装がおしゃれである	0.252	0.180	<b>0.704</b>	0.125	0.607
美味しい食べ物がある(菓子、軽食を含む)	0.073	0.058	0.131	<b>0.756</b>	0.598
美味しい飲み物がある	0.283	-0.051	0.095	<b>0.656</b>	0.522
空腹を満たすことができる	0.049	0.148	0.055	<b>0.525</b>	0.302
のどの渇きをいやすことができる	0.197	0.003	-0.013	0.449	0.240
待ち合わせに利用することができる	0.440	0.285	0.174	0.067	0.309
一人でも気軽に利用できる	0.481	0.047	0.019	0.250	0.297
因子寄与	2.795		2.128	1.898	9.371
寄与率	16.438	15.003	12.518	11.166	55.125

(注) 最尤法、バリマックス回転による。因子付負荷0.50以上を太字にした。

### 3.3 カフェ機能の必要度と利用頻度との関連(重回帰分析)

前節でおこなった因子分析の結果抽出した4つのニーズ因子を説明変数とし、被説明変数を「カフェ利用頻度」とする重回帰分析をおこなった。利用頻度は、「あなたは月に何回くらいカフェ・喫茶店を利用しますか?」という質問に対し、「ほぼ毎日」「週3~4回」「週1~2回」「2週間に1回程度」「月に1回程度」「2~3か月に1回」「滅多に利用しない」という7カテゴリーからどれか1つを回答してもらった形式をとった。利用頻度が高くなるほど、値が大きくなるように点数化した変数を、被説明変数として使用した。

図表2 カフェ利用頻度を被説明変数とする重回帰分析

説明変数	標準偏回帰係数	相関係数
〈長居ニーズ〉	0.157	** 0.154
〈交流ニーズ〉	0.133	** 0.141
〈話題性ニーズ〉	0.135	** 0.147
〈飲食ニーズ〉	-0.085	-0.068
R2乗	0.068	
N	426	

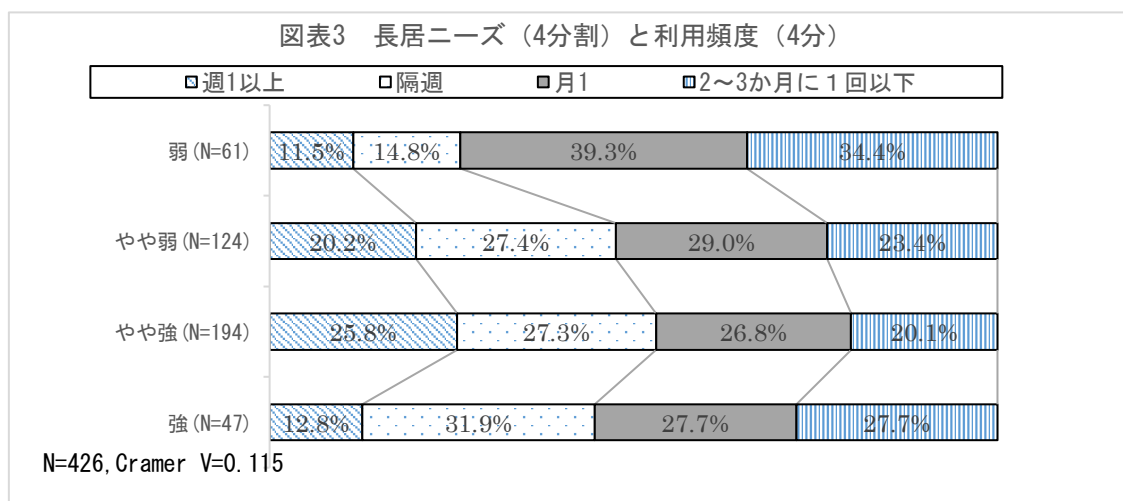
(注) \*\*<0.01

重回帰分析の結果、カフェの利用頻度に対して有意な説明変数であったのは、〈長居ニーズ〉〈交流ニーズ〉〈話題性ニーズ〉であった(図表2)。特に〈長居ニーズ〉は標準偏回帰係数が0.157であり、利用頻度への説明力が最も大きかった。一方〈飲食ニーズ〉の標準偏回帰係数は-0.068であり説明力はあまり大きくないことがわかった。

### 3.4 カフェ機能の必要度と利用頻度の関連(クロス集計)

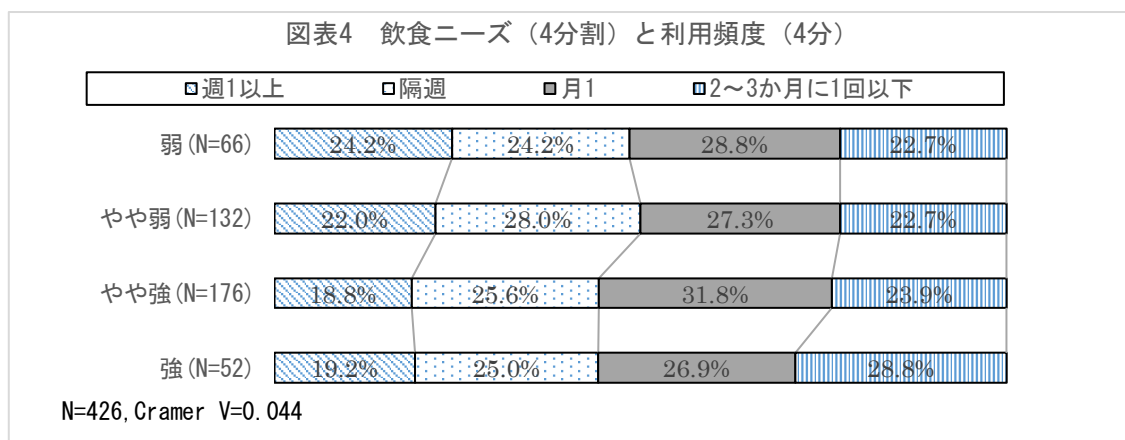
3.2でおこなった因子分析で抽出した4つのニーズ因子とカフェ利用頻度との関連をみるため、クロス集計をおこなった。集計するにあたり、まず連続変数である各因子をカテゴリー変数に変換した。〈長居ニーズ〉〈交流ニーズ〉〈話題性ニーズ〉〈飲食ニーズ〉とした各因子は、因子得点の低いほうから「弱」、「やや弱」、「やや強」、「強」の4つのカテゴリーに分け、ニーズの強弱がわかるようにした。カフェ利用頻度に関しても、7カテゴリーのままだと、「ほぼ毎日」「週3~4回」の割合が0.5%、2.7%と非常に小さく解釈がしづらいため、「週1~2回」(17.9%)と合わせて、「週1以上」とした。「2週間に1回程度」(26.1%)はそのまま「隔週」とし、「月に1回程度」(28.8%)もそのまま「月1」とした。さらに、「2~3か月に1回程度」(8.6%)と「滅多に利用しない」(15.4%)を合わせて「2~3か月に1回以下」とし、合計4カテゴリーにまとめた変数を利用した。

〈長居ニーズ〉因子と利用頻度のクロス集計結果(図表3)によると、〈長居ニーズ〉が強い人も弱い人もともに、カフェの利用頻度が低く、「やや」の人の利用頻度のほうが高くなることがわかった。利用頻度が「週1以上」の割合が最も大きいのは、〈長居ニーズ〉が「やや強」の人であり、25.8%であった。次に割合が大きかったのは「やや弱」の人で20.2%、「強」と「弱」の人では、ともに12~13%と割合が半減している。反対に「2~3か月に1回以下」の割合が大きかったのは、〈長居ニーズ〉が「弱」の人で34.4%、「強」の人でも27.7%にのぼる。しかし、〈長居ニーズ〉が「やや弱」あるいは「やや強」の人では2割強にとどまる。



〈交流ニーズ〉や〈話題性ニーズ〉の各因子と利用頻度の集計結果からは、それぞれのニーズが強い人の方が利用頻度が高いことがわかった。〈交流ニーズ〉については、「週1以上」の割合が最も大きかったのは「強」の人で、33.8%となった。「弱」「やや弱」「やや強」の人での割合は小さく、「強」とは大きく差がある結果となった。また、〈話題性ニーズ〉についても、「週1以上」の割合が最も大きかったのは「強」の人で、28.6%であった。

一方、〈飲食ニーズ〉因子と利用頻度では図表4のように、ニーズの強さによる利用頻度にあまり大きな差は見られなかった。このことから〈飲食〉と利用頻度の関連が低いことがわかる。



#### 4 考察

重回帰分析により、調査対象となった女子大生のカフェ利用頻度に最も影響があるのは、〈長居ニーズ〉であることがわかった。〈長居ニーズ〉は、カフェをゆったりと過ごす場所、まさに「心をニュートラルにできる場所」として捉えていることを示しているのではないかと考察する。〈長居ニーズ〉の因子は、「読書・勉強・仕事ができる」という機能の項目とも関連が強かった。このことから、カフェは「知的フォーラム・個人のオフィス」としても機能しているのではないかと考える。なお、クロス集計の結果を見ると、〈長居ニーズ〉が「強」の人より、「やや強」程度の人のほうが、週1以上の高頻度利用者の割合が高いということもわかった。

重回帰分析からは、〈話題性ニーズ〉と〈交流ニーズ〉についても、利用頻度を有意に説明することがわかった。一方、〈飲食ニーズ〉はカフェ利用頻度に有意な影響を与えないことがわかった。今回の調査対象女子大生にとって、カフェは飲食のための場所というよりも、ゆったりと過ごせる場所、店の雰囲気や話題性があり、客や店員の交流を持てる場所という機能があることが、利用を促進させる要素となっていることがわかる。これらの点を必要だと思っているということは、カフェが家、職場又は学校に次ぐ第3の居場所「サードプレイス」として確立されているのではないかと考える。

#### 【参考文献】

内田文雄・大竹健太郎, 2010, 「都市空間における第三の居場所としての現代カフェに関する研究」『山口大学工学部研究報告書』60 (2) : 57-61.

## (6) カフェに求める機能により滞在時間はどう変わるのか？

佐藤未玖

### 1 目的

最近カフェは多様化してきている。社会の流れを敏感に察知し、ヘルシーなものを取り入れたカフェや、美や健康、アンチエイジングに注目したカフェも出てきた。そんなさまざまなコンセプトや経営スタイルがあるカフェの中で、人びとは何を重視し、求め、カフェを利用しているのか。

カフェを利用するのは一人派か一緒派かによって、各機能の必要度に差があるのか、またカフェに求める機能により滞在時間は変わってくるのか、その二つからわかる関係性は何なのかを調査する。

### 2 方法

調査では、カフェ利用人数 (Q2) について、「一人が多い」「どちらともいない」「誰かと一緒が多い」のどれに該当するかを質問している。〈一人派〉か〈一緒派〉かの違いによって、カフェの様々な機能に対する必要度 (Q6) に違いはあるのだろうか。t検定により有意な差があるかどうかを調べる。さらに、有意差が認められた機能と、そうでない機能とを取り上げて、利用人数とのクロス分析をおこなう。

さらに、カフェの滞在時間 (Q3) の長短の違いによる、カフェ機能に対する必要度 (Q6) の差についても調べた。

### 3 結果

「カフェ・喫茶店にはどのような機能が必要だと思いますか」(Q6) と尋ね、17のカフェの機能について、「非常に必要だ」から「全く必要でない」の7段階で答えてもらった。単純集計結果を見ると、「非常に必要だ」の割合が5割を超えたのが、「座れる場所がある」(76.7%)、「時間をつぶすことができる」(65.7%)、「一人でも気軽に利用できる」(61.7%)、「美味しい飲み物がある」(60.4%)、「長時間居ることができる」(50.1%)であった。

#### 3.1 機能の必要度：〈一人派〉と〈一緒派〉による違い

機能の必要度について、〈一人派〉か〈一緒派〉かによって差があるのかをt検定で調べた。なお、カフェ利用人数の単純集計結果は、「一人が多い」〈一人派〉(26.7%)、「どちらともいない」(27.6%)、「誰かと一緒が多い」〈一緒派〉(45.7%)である。

t検定の結果、1%水準の有意差で、〈一緒派〉のほうが〈一人派〉より必要度が高かったのは、「美味しい食べ物がある」「おしゃべり・打ち合わせに使える」という機能だった。逆に〈一人派〉のほうが〈一緒派〉より必要度が高かったのは、「時間をつぶすことができる」「読書・勉強・仕事ができる」「一人でも気軽に利用できる」という機能だった。

飲食に関連するカフェの基本ニーズである「空腹を満たすことができる」「のどの渇きをいやすことができる」「美味しい飲み物がある」といった機能には、有意差が認められなかった。しかし、「美味しい食べ物」については有意差があったので、〈一人派〉と〈一緒派〉では、食べ物の美味しさへのこだわりについて違いがあるとみられる。

時間や空間のニーズである「座れる場所がある」「長時間居ることができる」や、コミュニケーションに関連するニーズ「店主・店員との交流がある」「話題性がある」などについては有意差が

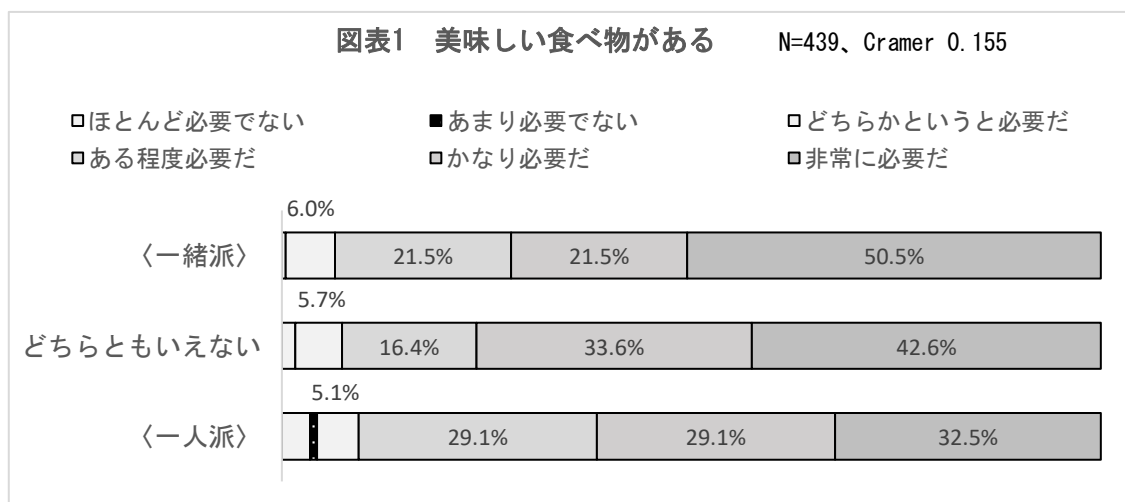


認められなかった。

〈一人派〉か〈一緒派〉かの利用によって有意な差があった機能について、クロス集計分析をおこなう。

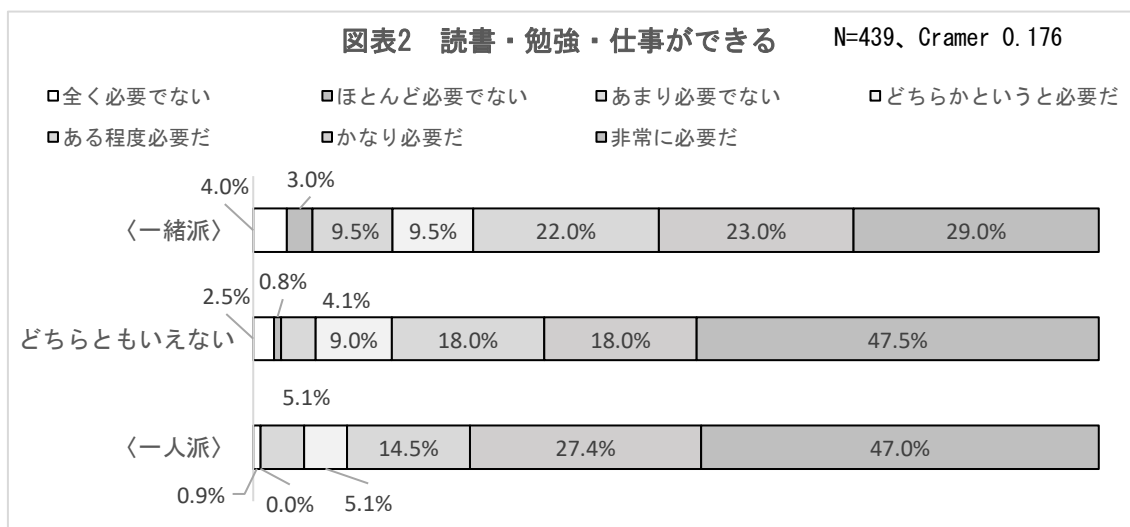
### 3.2 「美味しい食べ物がある」：〈一人派〉と〈一緒派〉による違い

図表1より、「非常に必要だ」と答えた人の割合は〈一人派〉では32.5%、〈一緒派〉で50.5%であった。〈一緒派〉のほうが強い必要性を感じている人が多いことがわかった。〈一人派〉では、「ある程度必要だ」と答える人が多く、「非常に」「かなり」「ある程度」を合計すると、必要性を感じる人の割合は、〈一人派〉〈一緒派〉ともに9割となり、差はなくなる。



### 3.3 「読書・勉強・仕事ができる」：〈一人派〉と〈一緒派〉による違い

図表2より、「非常に必要だ」と答えた人の割合は〈一人派〉では47.0%、〈一緒派〉で29.0%であった。〈一人派〉のほうが強い必要性を感じている人が多いことがわかった。〈一人派〉では、「非常に」「かなり」「ある程度」を合計すると、必要性を感じる人の割合は88.9%と9割近くに達するが、〈一緒派〉では合計しても74.0%であり、両者の差は依然として大きいことがわかった。



### 3.4 機能の必要度：滞在時間の長短による違い

カフェに求める機能と滞在時間の関連について調べた。滞在時間を長短の2グループに分けて、カフェ各機能の必要度の差をt検定により検討した。滞在時間は、平均値83分、中央値と最頻値が60分、標準偏差が43分であった。中央値60分を境に、滞在時間の長いグループと短いグループの2つに分けて分析をおこなった。

その結果、「美味しい飲み物がある」「時間をつぶすことができる」「待ち合わせに利用することができる」「おしゃべり・打ち合わせに使える」「長時間居ることができる」「読書・勉強・仕事ができる」「写真映えする(店の内外、飲み物・食べ物)」「話題性がある」「店の外観や内装がおしゃれである」の機能項目で、滞在時間による必要度の有意差があった。すべて、滞在時間が長いグループのほうが短いグループより、必要度が有意に高いという結果だった。

## 4 考察

一人でカフェを利用することが多い人は、一人でも気軽に利用できることや、読書・勉強・仕事ができることを求めている。誰かと一緒に利用する人が多い人は、おしゃべり・打ち合わせに使えることや、美味しい食べ物がある(菓子、軽食を含む)ことを求めている。一方、滞在時間とカフェ機能との関連については、滞在時間が長い人ほど、時間つぶしや、待ち合わせ、おしゃべり、打ち合わせに使ったり、あるいは読書・勉強・仕事ができたり、長時間居られるという機能を必要としている。また、美味しい飲み物があり、おしゃれで話題性があり、写真映えすることについても必要だと考えていることが明らかになった。

カフェ利用人数と滞在時間、必要だと思うカフェの機能との関連をまとめると、滞在時間が長い〈一人派〉に大きなニーズがあるのは、「時間をつぶすことができる」カフェ、「読書・勉強・仕事ができる」カフェとすることができるだろう。また、滞在時間が長い〈一緒派〉に大きなニーズがあるのは、「おしゃべり・打ち合わせに使える」カフェとなるだろう。

## (7) 性格によってカフェに求める機能に違いがあるのか？

白井麻莉

### 1 目的

現在カフェにはさまざまなタイプが存在している。「地域コミュニティにおけるソーシャルキャピタル―神楽坂地域の喫茶店を事例にして―」（田中・梅崎、2012）によると、喫茶店は3つのタイプ（喫茶店・セルフ・多目的）に分類することができる。「喫茶店タイプ」は、最も標準的な喫茶店で、喫茶サービスのみを提供する。「セルフタイプ」は、チェーン店に多く、顧客がコーヒーを運ぶ営業スタイルであり、店舗スペースも広い。「多目的カフェ」は、喫茶以外の機能を持った喫茶店である。

以上から、サービスの質や目的に応じて、カフェを選択することができる。そこで、人はどのような視点をもってカフェを選んでいるのかに関心を持ち、性格によってカフェに求める機能に違いがあるのではないかと考えた。以下では、性格とカフェに求める機能との相関についての分析をおこなう。

### 2 方法

「性格特性のBig Fiveと日常生活におけるプライベート空間の7機能」（泊・吉田、2001）によると、性格特性によって日常活動がある程度規定されること、さらにそうした日常活動の違いによって確保されやすいプライベート空間の機能も異なることが示されている。この先行研究で用いられていたBig Five尺度を参考に設問された20種類の性格に関する質問項目とカフェに求める機能との関係を以下の手順で明らかにする。

- ①性格項目（20項目）を用いて因子分析をおこなう。
- ②抽出した因子（5因子）に対して、それぞれ名をつけ、変数を保存する。
- ③変数を用いて、カフェに求める機能についての質問項目（17項目）との相関分析をおこなう。

### 3 結果

#### 3.1 単集レベルの傾向

20種類の性格項目に対して、「当てはまる」「まあ当てはまる」「どちらともいえない」「あまり当てはまらない」「当てはまらない」の五段階の回答選択肢を設定して調査した（図表1）。以下に、割合（%）の高い性格項目を順に3つずつ示す。

「当てはまる」人が多かった性格は、「緊張しやすい」39.2%、「不安になりやすい」34.2%、「興味の広い」26.6%であった。一方で、「無口」は4.0%にとどまり、最大%と最小%の差が大きかった。「まあ当てはまる」人が多かった性格は、「成り行きまかせ」45.4%、「温和な」42.9%、「飽きっぽい」40.5%。「どちらともいえない」人が多かった性格は、「親切な」41.7%、「地味な」40.9%、「臨機応変な」38.7%。「あまり当てはまらない」人が多かった性格は、「勤勉な」31.3%、「独立した」26.1%、「無口な」25.6%。「当てはまらない」人が多かった性格は、「無口な」19.9%、「勤勉な」15.4%、「くよくよしない」12.4%。「まあ当てはまる」と「どちらともいえない」を除く回答は、いずれも最大%と最小%との差が大きい傾向がある。

図表1 性格項目の回答割合

	(単位:%)				
	当てはまる	まあ当てはまる	どちらともいえない	あまり当てはまらない	当てはまらない
活動的な	16.9	34.2	25.6	16.9	6.5
想像力に富んだ	18.9	32.8	26.4	19.2	2.7
成り行きまかせ	25.3	45.4	15.6	9.9	3.7
くよくよしない	10.4	23.1	29.0	25.1	12.4
温和な	21.3	42.9	24.8	10.2	0.7
几帳面	12.9	31.3	25.1	23.6	7.2
社交的	13.4	30.8	28.6	19.7	7.5
不安になりやすい	34.2	35.7	15.4	9.4	5.2
興味の広い	26.6	36.8	20.4	13.4	2.7
無口な	4.0	27.0	23.6	25.6	19.9
臨機応変な	8.4	30.0	38.7	18.1	4.7
緊張しやすい	39.2	36.2	15.6	5.5	3.5
短気	12.7	28.5	25.1	21.6	12.2
独立した	7.7	21.8	33.5	26.1	10.9
親切的な	10.9	39.7	41.7	6.0	1.7
地味な	6.7	27.3	40.9	18.1	6.9
飽きっぽい	26.1	40.5	19.2	12.2	2.0
怒りっぽい	10.9	27.8	28.5	20.8	11.9
傷つきやすい	24.3	36.5	21.8	12.9	4.5
勤勉な	5.0	17.1	31.3	31.3	15.4

### 3.2 性格に関する因子分析

はじめに20種類の性格項目を用いて因子分析を行い、5つの因子を抽出し、第1因子〈明るい〉、第2因子〈くよくよ〉、第3因子〈怒りっぽい〉、第4因子〈おとなしい〉、第5因子〈まじめ〉と名づけた(図表2)。

第1因子〈明るい〉は、「活動的な」「社交的」「想像力に富んだ」「温和な」といった性格項目と関連が強い因子である。(列挙項目の順番は、因子負荷量の高い項目から)

第2因子〈くよくよ〉は、「不安になりやすい」「傷つきやすい」「緊張しやすい」「くよくよしない」(「くよくよしない」は逆転項目のため、「くよくよする」ということ)と関連が強い。

第3因子〈怒りっぽい〉は、「短気」「怒りっぽい」、第4因子〈おとなしい〉は、「無口な」「地味な」、第5因子〈まじめ〉は、「几帳面」「勤勉な」と、それぞれ関連が強い因子である。

図表2 性格に関する因子分析結果

	第1因子 明るい	第2因子 くよくよ	第3因子 怒りっぽい	第4因子 おとなしい	第5因子 まじめ	共通性
活動的な	<b>0.66</b>	-0.08	0.07	-0.28	0.07	0.53
社交的	<b>0.62</b>	-0.11	-0.01	-0.38	0.20	0.57
想像力に富んだ	<b>0.57</b>	-0.09	0.03	-0.07	0.01	0.34
温和な	<b>0.52</b>	0.00	-0.42	0.11	0.16	0.48
臨機応変な	0.49	-0.34	-0.02	0.00	0.21	0.41
興味の広い	0.48	0.04	0.00	-0.02	-0.02	0.24
親切な	0.45	0.09	-0.15	-0.05	0.36	0.36
独立した	0.27	-0.10	0.21	0.15	0.24	0.21
不安になりやすい	0.02	<b>0.74</b>	0.01	0.05	0.08	0.56
傷つきやすい	-0.01	<b>0.70</b>	0.20	0.11	0.11	0.56
緊張しやすい	-0.02	<b>0.67</b>	-0.01	0.25	0.06	0.52
くよくよしない	0.42	<b>-0.55</b>	-0.02	0.08	0.02	0.49
短気	0.00	0.06	<b>0.90</b>	0.08	0.02	0.81
怒りっぽい	-0.06	0.13	<b>0.87</b>	0.04	0.06	0.78
飽きっぽい	0.25	0.08	0.27	0.15	-0.20	0.20
無口な	-0.13	0.04	0.09	<b>0.72</b>	0.17	0.57
地味な	-0.11	0.24	0.05	<b>0.56</b>	-0.07	0.39
几帳面	0.08	0.09	0.01	0.05	<b>0.56</b>	0.33
勤勉な	0.23	0.11	0.08	0.08	<b>0.52</b>	0.35
成り行きまかせ	0.30	0.03	0.14	0.19	-0.39	0.30
因子寄与	2.58	2.08	1.96	1.25	1.14	9.00
寄与率	12.88	10.38	9.78	6.26	5.68	45.0

(注) 最尤法、バリマックス回転による。因子負荷 0.50 以上を太字にした。

### 3.3 性格によってカフェに求めるニーズに違いがあるのか（相関分析）

3.2 で抽出された 5 つの性格因子を用いて、カフェに求める機能に違いがあるのか、について 2 変量の相関分析を行った。結果は、以下の通りである（図表 3）。なお、「カフェに求める機能」については、図表 3 の表側にある 17 項目に関して「非常に必要だ」から「全く必要でない」の 7 段階で必要度を尋ねている。

第 1 因子〈明るい〉は、「待ち合わせに利用」「おしゃべり・打ち合わせに利用」「読書・勉強・仕事ができる」「写真映え」「店の外観や内装がおしゃれ」という機能との相関係数が 0.1 を超えた。さらに、「店主・店員との交流」「話題性がある」という機能との相関係数は 0.2 を超え、「客同士の交流」「地域情報の収集」という機能との相関係数については 0.3 を超える強い関連が見られる。以上から、〈明るい〉性格の人ほど、人と過ごすことや交流、話題性があるおしゃれな空間に対して

ニーズが高いことが分かる。

第2因子〈くよくよ〉は「美味しい食べ物がある」、第3因子〈怒りっぽい〉は「待ち合わせに利用」という機能との相関係数が0.1を超え、関連が見られた。第4因子〈おとなしい〉については、「読書・勉強・仕事ができる」と逆相関となり、〈おとなしい〉性格にとっては読書・勉強・仕事の場という機能は必要でないということがわかる。〈くよくよ〉と〈怒りっぽい〉性格に関しては、いずれの機能とも相関が小さく、関連は弱いものであった。

第5因子〈まじめ〉は、第1因子〈明るい〉と共通している部分が多い。「店主・店員との交流」「客同士の交流」「地域情報の収集」「写真映え」「話題性がある」「店の外観や内装がおしゃれである」という機能へのニーズが高く、相関係数はすべて0.1を上回った。異なる点としては、「座れる場所がある」「時間をつぶすことができる」の必要度との相関係数が0.1を上回るが、符号はマイナスであったことである。

図表3 性格とカフェのニーズに関する相関分析結果

カフェに求める機能	性格類型				
	明るい	くよくよ	怒りっぽい	おとなしい	まじめ
美味しい飲み物がある	-0.063	0.047	-0.014	-0.017	-0.059
美味しい食べ物がある(菓子、軽食を含む)	-0.072	0.107*	0.004	0.013	-0.022
空腹を満たすことができる	0.099*	0.014	0.021	0.039	0.039
のどの渇きをいやすことができる	0.052	0.014	-0.022	0.067	0.013
座れる場所がある	0.060	0.005	0.050	-0.011	-0.191**
時間をつぶすことができる	0.068	0.043	0.056	-0.071	-0.106*
待ち合わせに利用することができる	0.135**	0.047	0.117*	-0.053	0.089
おしゃべり・打ち合わせに使える	0.146**	0.051	0.047	-0.067	-0.023
長時間居ることができる	0.088	0.061	0.050	-0.101*	-0.005
読書・勉強・仕事ができる	0.109*	0.073	0.034	-0.117*	0.029
一人でも気軽に利用できる	0.075	0.010	0.040	-0.094	0.013
店主・店員との交流がある	0.272**	0.025	-0.022	0.041	0.126*
店内のイベントを介して客同士の交流がある	0.306**	0.084	-0.021	0.031	0.164**
地域の情報が得られる	0.300**	0.046	0.023	0.093	0.167**
Q60.写真映えする(店の内外、飲み物・食べ物)	0.183**	0.060	0.011	0.005	0.116*
話題性がある	0.210**	0.080	0.024	0.004	0.177**
店の外観や内装がおしゃれである	0.145**	0.078	0.021	-0.085	0.117*

数字はピアソンの相関係数

## 4 考察

因子分析と相関分析の結果から明らかになったことは、以下の2つである。

①明るい・まじめな性格の人は、カフェに対して、人と過ごすことや交流、話題性があるおしゃべりな空間という機能に対するニーズが高い傾向がある。

②くよくよ・怒りっぽい・おとなしい性格の人は、カフェに対して求めている機能は少ない。くよくよする性格の人は、カフェに対しておいしい食べものがあること。そして、怒りっぽい性格の人は、待ち合わせに利用できること、に対するニーズがそれぞれ高い。おとなしい性格の人にとって、読書・勉強・仕事ができるという機能は必要度が低い傾向にある。つまり、カフェに対してこれらのニーズは求められていない。

本稿冒頭の「1 目的」で示した先行研究に基づき、喫茶店のタイプに分類すると、明るい・まじめな性格の人は、「セルフタイプ」を好むのではないかと考える。「セルフタイプ」は、知り合いが集まれるテーブル席が多いという特徴を持っているため、交流することが可能であるからだ。また、サードプレイスという視点から「現代カフェ」を見てみると、地元アーティストによるライブ、展示会などのイベントを定期的に行ったり、家具屋・花屋・ケーキ屋などの同・他業種と店舗内融合し、さまざまな取り組みや情報を地域の人々に伝える形態のカフェが存在している。このように、現代カフェは多様化する人々のニーズをうまく取り入れている。つまり、利用者にとって数多くの選択肢があるということである。以上の豊富な選択肢を背景とし、性格によってカフェに求める機能に違いがあると考えられる。

### 【参考文献】

- 内田文雄・大片健太郎, 2010, 「都市空間における第三の居場所としての現代カフェに関する研究」『山口大学工学部研究報告書』60 (2) : 57-61.
- 田中瑞季・梅崎修, 2012, 「地域コミュニティにおけるソーシャルキャピタル—神楽坂地域の喫茶店を事例にして—」『地域イノベーション』(5) : 9-20.
- 泊真児・吉田富二雄, 2001, 「性格特性の Big Five と日常活動におけるプライベート空間の7機能」『社会心理学研究』16 (3) : 147-158.

## (8) 一人利用か一緒利用かによるカフェ利用要因

田中楓菜

### 1 目的

現在、カフェ・喫茶店はさまざまなタイプのものがあり、利用者の目的や利用実態もさまざまである。私は友達とカフェを利用することがほとんどであるが、利用する際、「長時間滞在できるか?」「美味しい食べ物、飲み物はあるか?」「写真映えするか?」といった点を重視してカフェを選ぶことが多い。反対に一人で利用する際は、「一人でも気軽に利用できるか?」「のどの渇きをいやせるか?」「時間をつぶせるか?」といった点を重視することが多いように感じる。

今回、地域の大学に通う大学生を対象に調査をした。調査対象は女子大生である。そこで、私と同じように「一人利用か一緒利用かによって、カフェに求める機能に差はあるのか?」と興味を持ち、一人利用か一緒利用かによるカフェ利用要因について分析することにした。

### 2 方法

Q2「同伴の有無（一人利用・どちらともいえない・一緒利用）」とQ6(1)「カフェに求める機能」をクロス集計表で分析する。利用する変数は以下の通り。

Q2「カフェ・喫茶店を利用するときは、『一人』が多いですか? 『誰かと一緒』が多いですか?」

Q6(1)「カフェ・喫茶店にはどのような機能が必要だとあなたは思いますか? 次の(A)～(Q)それぞれについて、必要だと思う程度をお答えください。」回答は7段階の必要度とした。(A) 美味しい飲み物がある、(B) 美味しい食べ物がある(菓子、軽食を含む)、(C) 空腹を満たすことができる、(D) のどの渇きをいやすことができる、(E) 座れる場所がある、(F) 時間をつぶすことができる、(G) 待ち合わせに利用することができる、(H) おしゃべり・打ち合わせに使える、(I) 長時間いることができる、(J) 読書・勉強・仕事ができる、(K) 一人でも気軽に利用できる、(L) 店主・店員との交流がある、(M) 店内のイベントを介して客同士の交流がある、(N) 地域の情報が得られる、(O) 写真映えする(店の内外、飲み物・食べ物)、(P) 話題性がある、(Q) 店の外観や内装がおしゃれ。

### 3 結果

#### 3.1 同伴の有無と「美味しい飲み物がある」のクロス分析

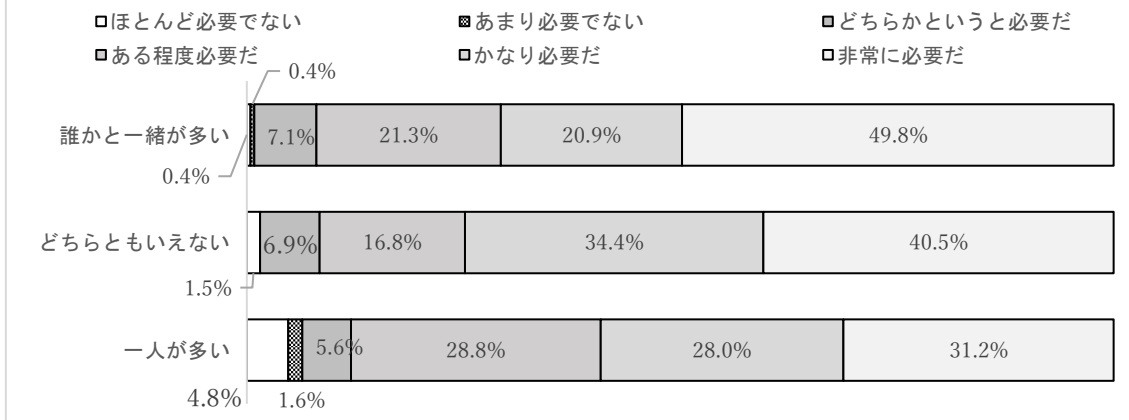
「美味しい飲み物がある」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると81.8%、「誰かと一緒が多い」人では85.3%。一人利用と一緒利用の差はわずか3.5ポイントで、ともに強いニーズがある。

#### 3.2 同伴の有無と「美味しい食べ物がある(菓子、軽食を含む)」のクロス分析

「美味しい食べ物がある」は、一人利用の人は一緒利用の人ほどあまり必要としていないことがわかった(図表1)。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」の合計は59.2%だが、「誰かと一緒が多い」人では70.7%と多い。一方、「一人が多い」人では「ほとんど必要でない」「あまり必要でない」を合計すると6.4%になるが、「誰かと一緒が多い」人では0.8%にすぎず、一人利用の人の方が美味しい食べ物をあまり必要としていない。



図表1 美味しい食べ物がある（菓子、軽食を含む） N=481, Cramer V=0.171



### 3.3 同判の有無と「空腹を満たすことができる」のクロス分析

「空腹を満たすことができる」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると35.7%、「誰かと一緒が多い」人では40.6%を占めた。

### 3.4 同判の有無と「のどの渇きをいやすことができる」のクロス分析

「のどの渇きをいやすことができる」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると65.8%、「誰かと一緒が多い」人では68%となった。

### 3.5 同判の有無と「座れる場所がある」のクロス分析

「座れる場所がある」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると96.1%、「誰かと一緒が多い」人では95.3%となった。

### 3.6 同判の有無と「時間をつぶすことができる」のクロス分析

「時間をつぶすことができる」は、一人利用のほうが必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると94.4%、「誰かと一緒が多い」人では84.9%となった。

### 3.7 同判の有無と「待ち合わせに利用することができる」のクロス分析

「待ち合わせに利用することができる」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると43.2%、「誰かと一緒が多い」人では38.2%となった。

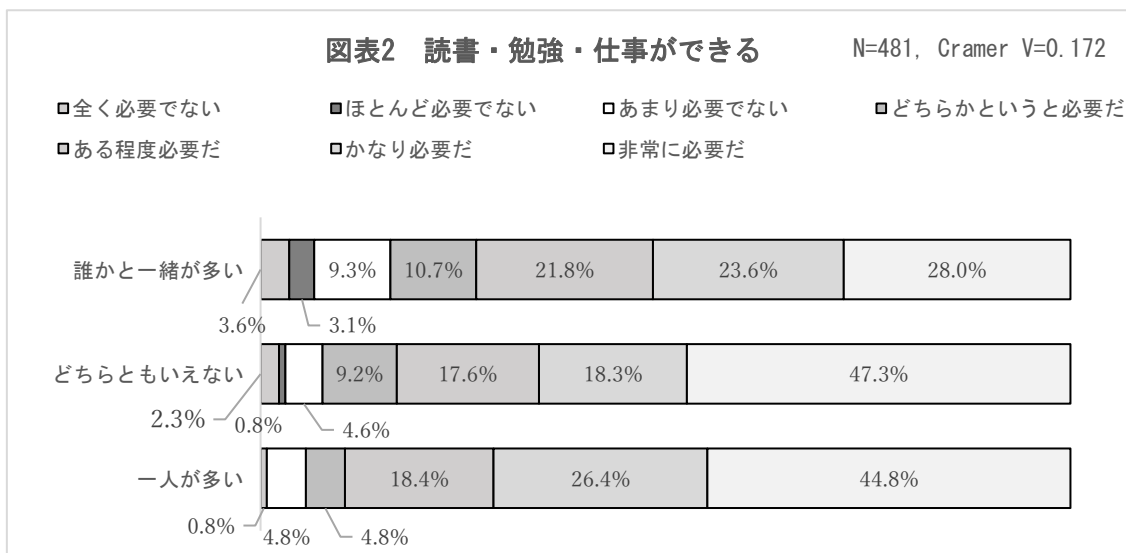
### 3.8 同判の有無と「おしゃべり・打ち合わせに使える」のクロス分析

「おしゃべり・打ち合わせに使える」は、一緒利用のほうが必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると62.4%だが、「誰かと一緒が多い」人では82.4%にのぼる。

### 3.9 同判の有無と「長時間いることができる」のクロス分析

「長時間いることができる」は、一人利用のほうが必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると76%にのぼるが、「誰かと一緒が多い」人では70.6%だった。

### 3.10 同判の有無と「読書・勉強・仕事ができる」のクロス分析



「読書・勉強・仕事ができる」は、一人利用の人ほど必要としている人が多いことがわかった（図表2）。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると71.2%にのぼる。一方、「誰かと一緒が多い」人では51.6%にとどまる。

### 3.11 同判の有無と「一人でも気軽に利用できる」のクロス分析

「一人でも気軽に利用できる」は、一人利用の人ほど必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると95.2%にのぼる。一方、「誰かと一緒が多い」人では75.8%にとどまる。

### 3.12 同判の有無と「店主・店員との交流がある」のクロス分析

「店主・店員との交流がある」は、一人利用・一緒利用共にあまり必要とされていないことがわかった。「一人が多い」人では「全く必要でない」「ほとんど必要でない」「あまり必要でない」を合計すると56%にのぼる。「誰かと一緒が多い」人では58.3%にのぼる。

### 3.13 同判の有無と「店内のイベントを介して客同士の交流がある」のクロス分析

「店内のイベントを介して客同士の交流がある」は、一人利用・一緒利用共に必要とされていないことがわかった。「一人が多い」人では「全く必要でない」「ほとんど必要でない」「あまり必要でない」を合計すると69.6%にのぼる。「誰かと一緒が多い」人では71.1%にのぼる。

### 3.14 同判の有無と「地域の情報が得られる」のクロス分析

「地域の情報が得られる」は、一人利用のほうが必要とされていないことがわかった。「一人が多い」人では「全く必要でない」「ほとんど必要でない」「あまり必要でない」を合計すると70.4%にのぼる。「誰かと一緒が多い」人では61.8%。

### 3.15 同判の有無と「写真映えする（店の内外、飲み物・食べ物）」のクロス分析

「写真映えする」は、一緒利用の人の方が必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」「ある程度必要だ」を合計すると40.8%になる。一方、「誰かと一緒が多い」人では49.3%にのぼる。

### 3.16 同判の有無と「話題性がある」のクロス分析

「話題性がある」は、一人利用・一緒利用共に中程度の必要度であることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると24%である。「誰かと一緒が多い」人では26.8%。一方、「一人が多い」人では「全く必要でない」「ほとんど必要でない」を合計すると15.2%である。「誰かと一緒が多い」人では13.8%である。

### 3.17 同判の有無と「店の外観や内装がおしゃれである」のクロス分析

「店の外観や内装がおしゃれである」は、一人利用・一緒利用共に必要としていることがわかった。「一人が多い」人では「非常に必要だ」「かなり必要だ」を合計すると46.4%にのぼる。「誰かと一緒が多い」人では46.3%となった。

## 4 考察

一人利用・一緒利用の人共に、のどの渇きをいやすことができるなどの飲み物があることや、待ち合わせに利用したり長時間居ることができるなどの時間をつぶすことができる機能は、同じくらいに必要だと感じていることがわかった。この2つはカフェを利用する上で、当たり前というか基本的な基準になっているように思える。

一方で、読書・勉強・仕事ができる、一人でも気軽に利用できる機能を必要としている人は、一人利用の人が多かった。読書・勉強・仕事は誰かと一緒にやる人もいると思うが、基本的に一人でやるが多かったり、一人で落ち着いてやりたいという人が多い。一人でも気軽に利用できるというのは、一人で利用する際に多くの人が気にする点である。このため、一緒利用の人より一人利用の人の方が必要としているのではないかと思う。

また、一人利用の人はあまり美味しい食べ物がある機能を必要としていないこともわかった。一緒利用の人は一緒に行った相手とおしゃべりしながらご飯を食べたりする上で必要としているが、一人利用の人は少し休憩をとったり、何かの作業をしたりするのにあまり必要としていないのではないかと思った。

さらに、一緒利用の人は美味しい食べ物や写真映えする機能を必要としていることがわかった。美味しい食べ物は、友達と出かけた時などに食べる人が多いのだと思う。また、今回のアンケートでは女子大生を対象としたので、インスタ映えといったSNS映えを意識した回答が多かったのではないかと考える。

## (9) 一ヶ月に自由に使える金額によって、カフェ利用頻度やカフェでの利用金額に

### 変化はあるのか？

塚越来未

#### 1 目的

女子大生がカフェをどのくらいの頻度で利用しているのか、利用する際に使う金額はいくらくらいなのか、また、どんな機能を求めてカフェを利用しているのか、実態を明らかにすることで、女子大生がカフェをどのような位置付けで、生活の中で利用しているのか明らかにすることができる。

また、サードプレイスとしてカフェを利用している女子大生はいるのか、どのようなカフェが女子大生に求められているのかという点も明らかにすることができる。

本稿は、女子大学アンケートの結果から、女子大生が1ヶ月に自由に使える金額に着目し、その金額によってカフェの利用頻度やカフェでの利用金額に差はあるのかどうか、明らかにすることを目的とする。また、カフェで満たせる7つの機能についての必要度は、1ヶ月に自由に使える金額による差はあるのかについても同時に明らかにする。

#### 2 方法

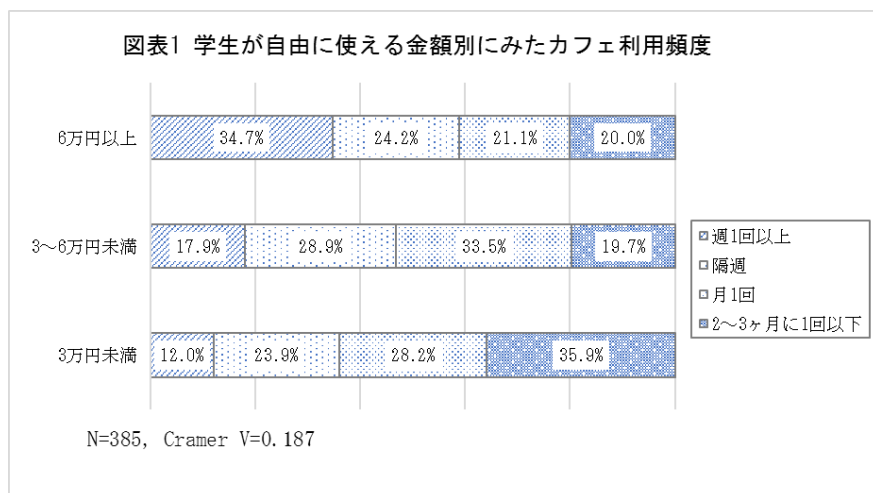
調査方法は、女子大学アンケートの結果から、1ヶ月に自由に使える金額（FQ4）の結果を「3万円未満」、「3～6万円未満」、「6万円以上」に3分割したものを原因変数とし、以下の3つの変数を結果変数としてクロス表を用いて分析する。

- (1) カフェの利用頻度（Q1）を結果変数とする。利用頻度は7段階のカテゴリーで尋ねているが、「ほぼ毎日」「週3～4回」という高頻度利用者が少ないため、「週1回以上」、「隔週」、「月1回」、「2～3ヶ月に1回以下」の4つのカテゴリーにまとめた。
- (2) カフェ1回の利用金額（Q4）を結果変数とする。利用金額は数値で答えてもらっているので、「600円未満」、「600円～900円未満」、「900円以上」の3カテゴリーに分けて分析した。
- (3) カフェで得られると思う機能（Q8-2）を結果変数とする。7つの機能について、「はい」「いいえ」で尋ねているので、1ヶ月に自由に使える金額帯によって、得られると思う機能に差はあるのかを分析する。

#### 3 結果

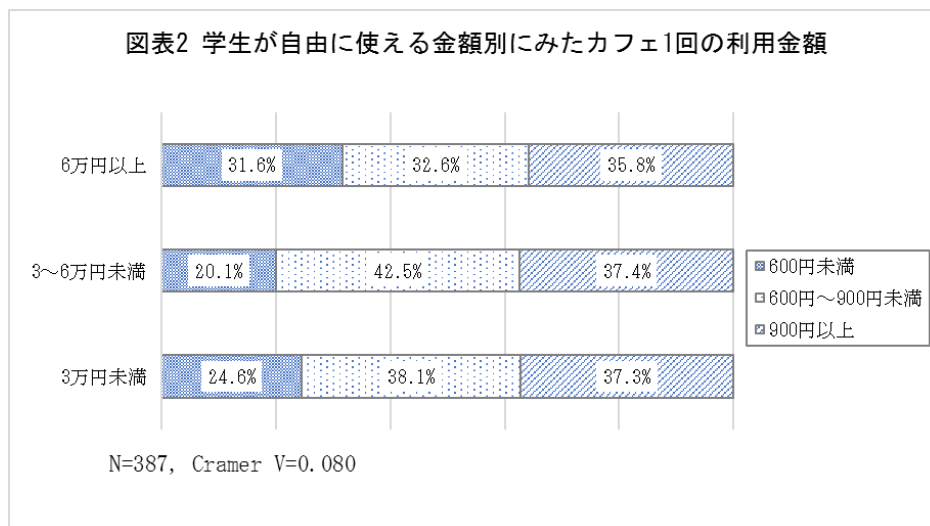
##### 3.1 自由に使える金額とカフェの利用頻度（図表1）

自由に使える金額が多い人ほど、カフェを高頻度に利用していることがわかった。1ヶ月に自由に使える金額が「3万円未満」の人では、「週1回以上」の利用は12.0%なのに対して、「3～6万円未満」では17.9%、「6万円以上」では34.7%となった。高頻度利用者の割合は、金額が大きくなるほど高くなっている。一方、利用頻度が1番低い「2～3ヶ月に1回以下」の割合は、「3万円未満」の人では35.9%と1番多く、次に「3～6万円未満」が19.7%、「6万円以上」は20.0%となる。低頻度利用者の割合は、金額が小さい人ほど低い。



### 3.2 自由に使える金額とカフェ1回の利用金額 (図表2)

カフェ1回の利用金額が少ない人は、自由に使える金額がたくさんある人に多く、自由に使える金額が中程度の方はカフェで使う金額も中程度の方が多かった。カフェ1回の利用金額が「600円未満」の人の割合は、1ヶ月に自由に使える金額が「6万円以上」の人では31.6%を占めた。「3～6万円未満」の人では20.1%と大幅に割合が小さくなり、「3万円未満」の人では24.6%と再び増える。一方、カフェ1回の利用金額が「600円～900円未満」という中程度の方の割合は、自由に使える金額が「3～6万円未満」という中程度の方に多い。1回の利用金額「900円以上」の割合には、自由に使える金額帯による差がない。



### 3.3 自由に使える金額とカフェで得られる機能 (図表3)

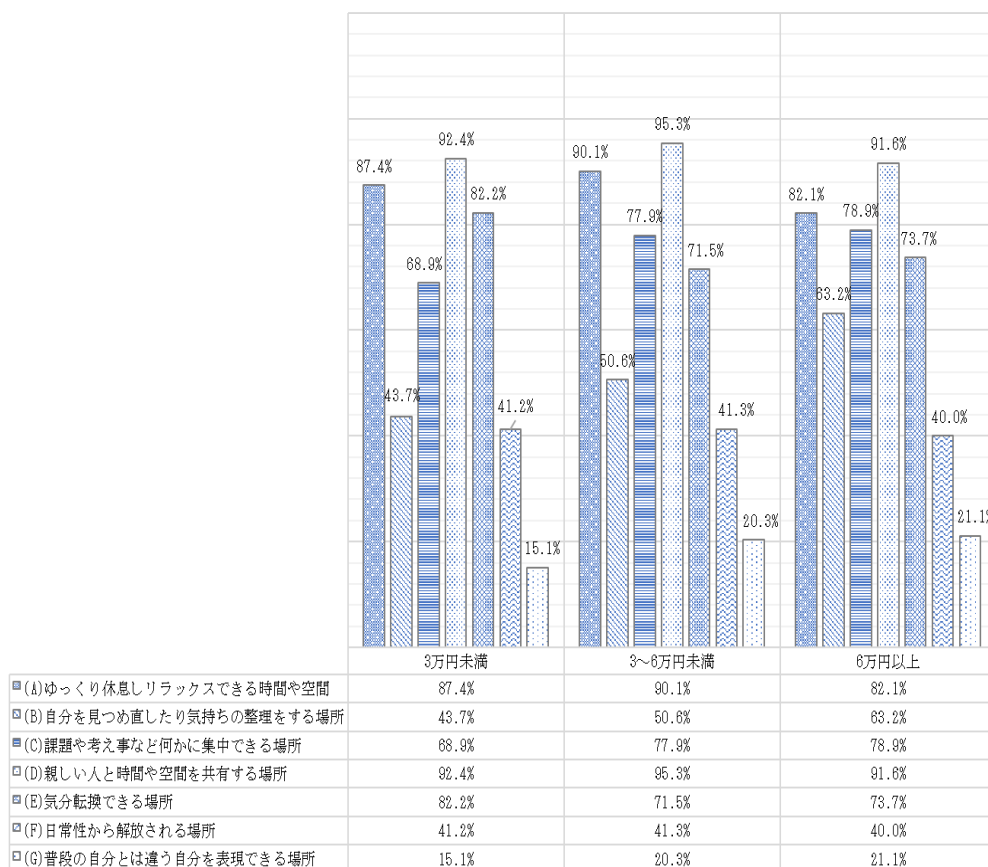
カフェで得られると思う7つの機能について、それぞれ「はい」と答えた人の割合は、「親しい人と時間や空間を共有する」(93.2%)、「ゆっくり休息しリラックスできる」(87.6%)、「課題や考え事など何かに集中できる」(75.9%)、「気分転換できる」(74.6%)、「自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」(51.8%)、「日常性から解放される」(39.6%)、「普段の自分とは違う別の自分を表現できる」(18.5%)となった。この割合を、1ヶ月に自由に使える金額別にクロス表を使って分析した結果、関連が見られたのは、「自分を見つめ直したり気持ちの整理をする」、「課題や考え事など何かに集中できる」、「気分転換できる」の3つだけであった。「自分を見つめ直したり気持ちの整理

をする」について「はい」と答えた人の割合は、自由に使える金額が「3万円未満」の人では43.7%、「3～6万円」の人で50.6%、「6万円以上」の人で63.2%となった。自由に使えるお金をたくさん持っている人ほど、自分を見つめ直す自省の場所としてカフェを利用しているようだ。

「課題や考え事など何かに集中できる」については、「3万円未満」の人では68.9%、「3～6万円」の人で77.9%、「6万円以上」の人で78.9%となった。自由に使えるお金が少ない人より、ある程度以上(3万円以上)持っている人のほうが、集中できる場所としてカフェを利用しているようだ。

「気分転換できる」については、「3万円未満」の人では82.2%、「3～6万円」の人で71.5%、「6万円以上」の人で73.7%となった。自省の場所や集中の場所としてのカフェ利用ではなく、気分転換の場としてのカフェ利用は、自由に使えるお金が少ない人のほうに相対的に多く見られることがわかった。

図表3 学生が自由に使える金額別にみたカフェで得られると思う機能



N=386, Cramer V=(A)0.095  
 (B)0.145  
 (C)0.101  
 (D)0.068  
 (E)0.108  
 (F)0.011  
 (G)0.065

## 4 考察

1 ヶ月に自由に使える金額が少ない学生ほど、カフェ利用頻度が低いことがわかった。学生がお金を費やすものの優先順位の中で、カフェはあまり上ではないということだ。カフェはお金に余裕があれば行くという感覚があるのではないか。

また、1 ヶ月に自由に使える金額が大きい学生ほど、カフェ1回の利用金額は低いことがわかった。このことから、お金に余裕がある学生でも、カフェにはあまりお金をかけずに違う場面にお金をかけている可能性があることが予想できる。カフェの利用頻度が高い代わりに、1回の利用金額を減らしている可能性も考えられる。

カフェがどのような場所として捉えられているかについての分析結果からは、親しい人と一緒に時間や空間を共有したり、ゆっくりリラックスしたりできる場所としてカフェ利用は、金銭的なゆとりの有る無しに関わらず誰にとっても当てはまることがわかった。一方、自分を見つめ直したり気持ちの整理をする場所としてカフェを利用したり、何かに集中できる場所としてカフェを利用する人は、金銭的なゆとりがある人の方に多いこともわかった。気分転換できる場所としてのカフェ利用は、ゆとりがない人の方に多い。これらのニーズを満たすカフェは、杉山・白肌・小坂(2014)が指摘する「1人ないし少人数で邪魔されずにゆったりと時間を過ごし、日頃の役割を脱した一個人の姿でリラックスして過ごすといった My Place 型」に当てはまるといえるだろう。

### 【参考文献】

杉山大輔・白肌邦夫・小坂満隆, 2014, 「サードプレイスを包含したサービスビジネスモデルの可能性」『研究・イノベーション学会 年次学術大会講演要旨集』29: 763-769.

## (10) 人の性格によってカフェの利用頻度に差はあるのか？

永井 彩香

### 1 目的

現在、カフェ・喫茶店はさまざまなタイプのものがあり、利用者の目的や利用実態もさまざまだ。そこで、カフェの利用の仕方は、利用者の性格によって変わるのではないかと考え、まず、「温かな人はカフェの利用頻度が高い」という仮説を立てた。理由は、カフェはゆっくりする空間だから、そうした空間を心地よいと感じる人は温かな性格だろうと考えたからである。性格を尋ねる質問とカフェの利用頻度を尋ねる質問とのクロス分析をしたところ、「温かな」性格が当てはまる人、当てはまらない人、両方ともカフェの利用頻度が高く、どちらともいえない人は利用頻度が低いことがわかった。予想に反する結果が出たので、さらに興味を持ち、他のさまざまな性格についても調べてみることにした。「人の性格によってカフェの利用頻度に差があるのか」を明らかにする。

### 2 方法

カフェの利用頻度は、「ほぼ毎日」0.5%、「週3~4回」2.7%、「週1~2回」17.9%、「2週間に1回程度」26.1%、「月に1回程度」28.8%、「2~3か月に1回程度」8.6%、「滅多に利用しない」15.4%という結果となった。高頻度利用のカテゴリの割合が小さいので、「ほぼ毎日」「週3~4回」「週1~2回」を合わせて「週1以上」とし、「2週間に1回程度」は「隔週」、「月に1回程度」は「月1」、「2~3ヶ月に1回程度」と「滅多に利用しない」を合わせて「低利用」とする新しいカテゴリ変数を作成した。調査では、20項目の性格について、当てはまる度合いを5段階で尋ねている。分析は、さまざまな性格とカフェの利用頻度との関連をクロス集計表をもとに考察する。

### 3 結果

#### 3.1 単集レベルの結果

まず、20項目の性格について、「当てはまる」人の割合が高かった項目は、「緊張しやすい」(39.2%)、「不安になりやすい」(34.2%)、「興味の広い」(26.6%)、「飽きっぽい」(26.1%)、「成り行きまかせ」(25.3%)となった。「まあ当てはまる」まで含めると、「緊張しやすい」は8割を超え、「不安になりやすい」と「成り行きまかせ」は7割に達する。「興味の広い」と「飽きっぽい」も6割を超え、また、「温かな」「傷つきやすい」といった項目が6割台となった。一方、「当てはまらない」人の割合が高かったのは、「無口な」(19.9%)、「勤勉な」(15.4%)、「くよくよしない」(12.4%)、「短気」(12.2%)、「怒りっぽい」(11.9%)である。「あまり当てはまらない」まで含めると、「勤勉な」は46.7%、「無口な」は45.5%に達するが、他の項目で全体の3分の1を超える割合となったのは、「くよくよしない」「独立した」「短気」のみである。

20種類の性格項目のうち、カフェの利用頻度と関連のあるもの、ないものをクramerの係数をもとに分けてみた。利用頻度と関連のある性格は、「活動的な」、「想像力に富んだ」、「成り行きまかせ」、「くよくよしない」、「温かな」、「几帳面」、「社交的」、「興味の広い」、「臨機応変な」、「独立した」、「親切な」、「地味な」、「怒りっぽい」、「勤勉な」が挙げられる。一方、利用頻度と関連の低い性格としては、「不安になりやすい」、「無口な」、「緊張しやすい」、「短気」、「飽きっぽい」、「傷つきやすい」が挙げられる。



### 3.2 クロス集計分析

以下は、20種類の性格項目の中から、カフェの利用頻度と関連のあるものを取りあげる。

まず、「社交的な」性格と「活動的な」性格と利用頻度のクロス集計結果を検討する。次に「地味な」性格とのクロス集計、最後に、利用頻度との関連が低かった「緊張しやすい」性格とのクロス集計結果を検討する。なお、クロス集計にあたって、各性格の当てはまり度合いを5段階のカテゴリから3段階にまとめ直した。「当てはまる」と「まあ当てはまる」を「当てはまる」としてまとめ、「あまり当てはまらない」と「当てはまらない」を「当てはまらない」とした。「どちらともいえない」は、そのままとした。

#### 3.2.1 社交的な性格とカフェ利用頻度

社交的な性格が当てはまる人ほど、カフェ利用頻度は高くなる傾向がある(図表1)。カフェの利用頻度が「週1以上」の人の割合は、社交的な性格が「当てはまらない」人では13.9%だが、「当てはまる」人では26.1%と倍近く多い。「隔週」利用の人の割合を見ても、「当てはまらない」人では25.0%だが、「当てはまる」人では30.1%と多い。逆に、「月1」やそれ以下の低頻度利用者では、「当てはまらない」人のほうが割合が高くなる。

**図表1 社交的な性格とカフェの利用頻度**

当てはまらない(N=108)	13.9%	25.0%	25.0%	36.1%
どちらともいえない(N=114)	17.5%	21.1%	43.0%	18.4%
当てはまる(N=176)	26.1%	30.1%	23.3%	20.5%

N=398  
CramerV=0.184

□週1以上 □隔週 □月1 □低利用

#### 3.2.2 活動的な性格とカフェ利用頻度

活動的な性格が当てはまる人ほど、カフェ利用頻度は高くなる傾向がある(図表2)。カフェの利用頻度が「週1以上」の人の割合は、活動的な性格が「当てはまらない」では13.0%だが、「当てはまる」人では25.9%と倍近く多い。「隔週」利用の人の割合を見ても、「当てはまらない」人では16.3%だが、「当てはまる」人では27.8%と、10ポイント以上の差で多くなっている。逆に、「月1」やそれ以下の低頻度利用者では、「当てはまらない」人のほうが割合が高くなる。

**図表2 活動的な性格とカフェの利用頻度**

当てはまらない(N=92)	13.0%	16.3%	35.9%	34.8%
どちらともいえない(N=102)	16.7%	31.4%	27.5%	24.5%
当てはまる(N=205)	25.9%	27.8%	27.3%	19.0%

N=399  
CramerV=0.155

□週1以上 □隔週 □月1 □低利用

### 3.2.3 地味な性格とカフェ利用頻度

次に、消極的な性格との関連も見てみる。地味な性格が当てはまる人ほど、カフェ利用頻度は低くなる傾向がある(図表3)。カフェの利用頻度が「週1以上」の人の割合は、地味な性格が「当てはまらない」人では29.3%だが、「当てはまる」人では15.6%と半減する。逆に、月1回も利用しない「低利用」の人では、「当てはまらない」人では14.1%にとどまるのに、「当てはまる」人では32.6%と倍増している。

**図表3 地味な性格とカフェの利用頻度**

当てはまらない(N=99)	29.3%	27.3%	29.3%	14.1%
どちらともいえない(N=165)	19.4%	26.1%	31.5%	23.0%
当てはまる(N=135)	15.6%	25.2%	26.7%	32.6%

N=399  
CramerV=0.134

□週1以上 □隔週 □月1 □低利用

## 4 考察

性格とカフェの利用頻度について、関連性が見られる性格と関連性が見られないものがある。また、性格の当てはまり度合いとカフェの利用頻度の関連を示すクラマーの係数が0.2を超える関連性が強いものは見つからなかった。しかし、ある程度の関連を示す性格項目は少なくなかった。性格とカフェの利用頻度の関連性では、社交的、活動的な性格の人ではカフェの利用頻度が高く、地味な性格の人では利用頻度が低いことがわかった。外向的か内向的かの違いがカフェ利用に影響しているようだ。

### 【参考文献】

- 斎藤参郎・中嶋貴昭・木口知之・梶井昌邦・五十嵐寧史, 2008, 「消費者行動アプローチによる都心カフェの経済効果の計測—都心カフェ利用者の回遊行動特性に着目して—」『福岡大学経済学論叢』 52 (3-4) : 435-458.
- 泊真児・吉田富二雄, 1999, 「プライベート空間の機能と感情及び場所利用との関係」『社会心理学研究』 15 (2) : 77-89.
- 泊真児・吉田富二雄, 2001, 「性格特性のBig Fiveと日常活動におけるプライベート空間の7機能」『筑波大学社会心理学研究』 16 (3) : 147-158.

## (11) ゆとりの有無によってカフェの利用方法に違いはあるのか？

長瀬真穂

### 1 目的

カフェのタイプは多種にわたり、近年ではアフタヌーンティールームを先駆けとして、既存の店舗に併設するカフェが作られるといった、社会の流れに応じて様々な形態に変化を遂げている。そのような中、「サードプレースを包含したサービスビジネスモデルの可能性」(杉山・白肌・小坂、2014)の論文によると、デジタル化により人と人との関連性の希薄化が進む中、人々は自分の安心できる居場所、つまり「サードプレース」をカフェに対して求めていることがわかった。サードプレースとは、ファーストプレース=家庭、セカンドプレース=職場、に対し、サードプレース=自分として落ち着いていられる交流の場(社交場)と定義される。

このことから、サードプレースを最も求めているのは、日頃の生活の中で休むことや好きなことが出来る時間をもつ、ゆとりのある人ではないかと仮定した。

では、ゆとりのない人は、カフェに対してどのような機能を求めているのだろうか。以下では、女子大学生におこなったアンケートを使用して、ゆとりのない人のカフェの利用実態をあきらかにする分析と考察をおこなった。

### 2 方法

ゆとりのない人のカフェの利用実態を主軸に置き、カフェに必要なと思う機能、カフェの利用頻度、滞在時間や支出金額の関連を知るための分析を、下の方法でおこなうこととする。

なお、「あなたは日頃の生活の中で、休んだり好きなことをしたりする時間のゆとりがありますか？ それとも学業やアルバイト・家の手伝いなどに精一杯で、時間のゆとりがありませんか？」の質問(Q9)に関しては、選択肢4カテゴリを2カテゴリにまとめてから分析した(「1.かなりゆとりがある」「2.ある程度ゆとりがある」を「ゆとりがある」人、「3.あまりゆとりがない」「4.ほとんどゆとりがない」を「ゆとりがない」人と分けた)。

①ゆとりのある人とない人のカフェに求める機能(Q6(1)A~Q)の違いについて。カフェに求める機能AからQの17項目について必要度を尋ねている(「1.全く必要でない」から「7.非常に必要だ」の7段階)ので、この結果をもとに因子分析を行い、抽出した因子を用いて、ゆとりの有無による差を検定した。

②ゆとりの有無による、カフェ利用頻度、滞在時間、支払額の差について調べる(t検定を用いる)。

### 3 結果

#### 3.1 カフェに求める機能

カフェに求める機能AからQの17項目について必要度を尋ねた単集結果を見ると、「非常に必要だ」と最も多く回答した人は、「座れる場所がある」(76.7%)、続いて「時間をつぶすことができる」(65.7%)だった。反対に、回答した人が少なかったのが、「店内のイベントを介して客同士の交流がある」(2.7%)と、「地域の情報が得られる」(3.9%)だった。

17項目を用いて因子分析(バリマックス回転、最尤法)を行い、4つの因子(長居)〈交流〉〈話題性〉〈食事〉を抽出した。〈長居〉因子は、「座れる場所がある」、「時間をつぶすことができる」、