

飲食店におけるプロダクト・ライフサイクル理論を用いた考察 — 「いきなり！ステーキ」に関する企業研究 —

竹川 陽紀

【要旨】

SNS等が起因して2018年頃からタピオカミルクティーが流行したことで、繁華街ではタピオカドリンク専門店が数多く見られた。しかし、2020年頃には多くのタピオカドリンク専門店が閉店しているように、飲食業界も流行の移り変わりが早い業界の一つである。飲食チェーン店の一つである「いきなり！ステーキ」もTV等のメディアに多く出演したことで、市場に投下された当初から人気が高く業績や店舗数は急速に成長したが、その後数年で低迷している。このような市場に投下されてから衰退する期間が短い飲食チェーン店の成長過程を分析することで、「いきなり！ステーキ」に限らず今後の飲食チェーン店の経営方針の方向性を考える新たな指針となるものを得ることができるのではないかと考えている。また、飲食チェーン店の成長過程を分析する際に、製品や業界を分析対象とすることが多いPLC理論を用いることで、PLC理論の今後の研究にも貢献できると考えている。

【講評】

急成長企業の盛衰を既存のプロダクト・ライフサイクルを用いることで、新たなインプリケーションを引きだそうとしている点は評価することができる。新しい経営現象を古典的な理論を用いることで分析する視点は実にユニークであり、また、改めて既存理論の持つ普遍性を評価できるという点でも価値ある分析である。また、事例研究を単に記述するだけでなく、多様なデータを引用することで議論の説明力を高めている点も評価できる。その一方で、成長プロセスを議論するのであれば、競争および市場の関係性をもう少し分析の枠組みに入れて議論を進めることが必要であったと考えられる。また、参考文献や注の付け方で多少のミスがあることが課題として指摘される。しかし以上の課題は、本稿の持つ利点に比べれば軽微であり、本稿の価値を減ずるものではない。