

2023 年度経営専門演習 I

期末レポート

Uber Eats の成功理由と今後の展望の提案

淑徳大学経営学部

経営学科

学籍番号 22G010

氏名 石川 星

指導教員 雨宮 寛二

1.はじめに

新型コロナウイルスの流行により、外食をする人が減少しデリバリーサービスの利用者が急速に増加したが、新型コロナウイルスが落ち着いた今でもその数は増え続けている。

デリバリーサービスの中でも利用者が増加している **Uber Eats** に目を向けた。

本論の 2.1 では、デリバリーサービス業界の現状と成長について現在の **Uber Eats** について述べている。

2.2.では、**Uber Eats** の SWOT 分析を行い、強みと弱みを明らかにし、SWOT 分析からわかる **Uber Eats** 課題について、2.3 では戦略を述べている。

2.4 では、**Uber Eats**、出前館、その他飲食店のデリバリーサービスの 5 要因分析を行い、2.5 で三社と比べて 5 要因分析からわかることを述べている。

2.6 では、**Uber Eats** が今後事業を展開するうえで、今後の展望の提案を述べている。

本レポートでは、**Uber Eats** がなぜ人気なのか他のデリバリーサービスと比べて分析し、成功理由について明らかにしていく。

2.本論

2.1.デリバリーサービス業界の現状と成長

オンデマンドビジネスの成長やインターネット、スマートフォンの普及により、デリバリーサービスの利用者が増加した。

また、新型コロナウイルスの流行により、外食をする人が減少しデリバリーサービスの利用者が急速に増加したが、新型コロナウイルスが落ち着いた今でもその数は増え続けている。

近年、共働き世帯が増加し、料理をする時間が取れない家庭が多くなり、家庭で手軽に用意できる食事へのニーズが高まったことに加え、Uber Eats や出前館などのデリバリーサービスが順調に成長を遂げた。

Uber Eats は従来東京の一部地域にて利用可能であったが、その後全国で利用可能になり、現在も利用可能エリアが拡大している。

最近では、Uber Taxi が千葉県成田市で利用できるようになり、成田空港や周辺地域を含む市内全域で利用可能になった。Uber Eats は利用可能エリアを拡大するだけでなく、Uber Taxi やUber 人力車など新しいことに挑戦し、成長し続けている。

2.2.UberEats の SWOT 分析

図表1 Uber Eats の SWOT 分析

	内部要因	外部要因
良い要因	強み ・提供までのスピードが速い。 ・安価な手数料。 ・スマートフォンアプリで手軽に注文ができる。 ・知名度が高い。	機会 ・コロナが落ち着いて外食産業が再び人気を取り戻している。
悪い要因	弱み ・サービスエリアが限られている。 ・地域によって頼める商品が少ない。 ・配達員によって商品状態が変わる。	脅威 ・配達員の悪評によりドライバーが減少している。 ・少子高齢化によりスマートフォンを持っていない人、使わない人が増えている。

2.3.Uber Eats の戦略

Uber Eats は履歴書も面接も必要なく、18 以上であれば誰でも働くことができる。配達員の低評価が多く、改善されない場合、アプリへのアクセスが停止される。そのため配達員の悪評によりドライバーが減少する。

誰でも気軽に働けることは良いことでもあるが、より利用者に満足してもらうためには配達員に目を向ける必要がある。直接面接することができないのであれば、メールで履歴書を送り、その後もやりとりをし、採用するべきだと考える。また、アプリだけではなく、電話でも注文ができるようになれば、高齢者がアプリをインストールしなくても気軽に利用できるようになる。

2.4.ポーター5 要因分析

図表2 Uber Eats、出前館、その他飲食店のデリバリーサービスの5要因分析

	Uber Eats	出前館	その他飲食店のデリバリーサービス
競合企業	<ul style="list-style-type: none"> Uber Eats 出前館 その他飲食店のデリバリーサービス 	<ul style="list-style-type: none"> Uber Eats 出前館 その他飲食店のデリバリーサービス 	<ul style="list-style-type: none"> Uber Eats 出前館 その他飲食店のデリバリーサービス
新規参入の脅威	極めて小さい 知名度も高く、Uber taxi など様々な事業を行っているため、模倣が難しく新規参入の脅威は極めて小さい。	小さい 知名度が高く、模倣が難しいため、新規参入の脅威は小さい。	大きい 人手不足ではない限り模倣が簡単なため、新規参入の脅威は大きい。
代替品	スーパーのお惣菜やコンビニの食料 スーパーのお惣菜やコンビニの食料は種類も豊富で、値段も安いいため代替品の脅威は強い。	スーパーのお惣菜やコンビニの食料 Uber Eats と同じことが言える。	スーパーのお惣菜やコンビニの食料 Uber Eats と同じことが言える。
買い手の交渉力	極めて弱い アプリ1つで簡単に注文ができ、外に出る必要もないので、忙しいときでも気軽に買える。そのため店舗の定価より価格が高くても購入を希望する人が多く、コンビニなどですぐ買える低価格の商品も購入する人が多い。また、遠い店舗の商品も注文できるため購入を希望する人が多い。	弱い 電話などで簡単に注文ができ、外に出る必要もないので、忙しいときでも気軽に買える。そのため店舗の定価より価格が高くても購入を希望する人が多く、遠い店舗の商品も注文できるため購入を希望する人が多いが、最低注文料金が決まっているため低価格の商品は購入することができない。	強い 簡単に注文することができるが、最低注文料金が決まっていることやデリバリー料がかかることから購入を希望する人は少ない。またその店舗の商品しか注文することができない。
売り手の交渉力	弱い 商品を販売している飲食店側が Uber Eats に対して手数料を払ってでも商品を並べてもらいたいと思っている。また、人材不足により店舗側でデリバリー配達員を雇用することが厳しくなってきたため、店舗側から見た Uber Eats への需要が高まっている。	弱い Uber Eats と同様に、商品を販売している飲食店側が出前館に対して手数料を払ってでも並べてもらいたいと思っている。	弱い 価格を高くしすぎてしまうと、店舗での購入を希望する人が多くなってしまい、デリバリーサービス自体の需要がなくなってしまう。また、デリバリーで初めてメニューを見た人からの印象が悪くなってしまいかねない

			め、売り手の交渉力は弱いと言える。
--	--	--	-------------------

2.5.上記の5要因分析からわかること

上記の5要因分析から出前館やその他飲食店のデリバリーサービスより Uber Eats が一番優れていることがわかる。

Uber Eats は配達パートナーが近くの飲食店のデリバリー配達を行うので、飲食店のデリバリーサービスとは違い飲食店側で配達スタッフを用意する必要がない。その為コストや初期投資をしなくてもデリバリーサービスを行うことができる。

また Uber Eats の場合、注文最低料金を設けていない為、ドリンク1杯の注文も配達が可能であり、ドリンクのみでの利用者が多い。例えば、タピオカドリンク店やカフェではドリンク1杯の注文が過半数を占めている。

コロナウイルスが流行し、多くの飲食店の売上が減少している中でも Uber Eats は売上を伸ばした。

出前館の場合、最低注文料金が各店舗で設定されており、相場として1500円前後で設定されている。その為、Uber Eats は気軽に注文したい人や一人分の注文をしたい利用者に人気であり、出前館は大人数でコスパ良く注文をしたい人に人気であることが大きな違いである。

2.6.Uber Eats 今後の展望の提案

Uber Eats が今後事業を展開するうえで、以下の5つを提案する。

1. このままレストラン数を増やすだけではなく、コンビニや薬局など日用品に広げていき、飲食だけではなく、幅広い商品を取り扱うことで、更に Uber Eats の利用者が増え、事業拡大に繋がる。
2. 実店舗と同様に、複数購入してもらえりようなメニューを展開すること。たとえば、ターゲットを家族やカップルにするなど、複数の人が楽しめるメニューを展開し、客単価をあげる。現在、店舗と比べて記載されているメニューが少ないため、メニューを横展開したり、オプションを増やしたり、工夫とアイデアで様々な角度から客単価をあげることができる。
3. 繰り返し注文してもらえりようにおまけをつけたり、メッセージを書いたりと些細なことでもちょっとした気配りをする事で、リピート率に影響し、リピーターが増える。
4. 現在 Uber Eats は、サービスエリアが限られており、田舎では利用者とお店、配達員が少なくバランスが取れなくなる為、利用者とお店はあっても、配達員がいないという状況になる。これらを踏まえ、Uber Taxi を中心として配達員を最小限にし、田舎でも Uber Eats を利用可能にし、サービスエリアを拡大することで、利用者が増加する。
5. 配達員の悪評により、配達員が減少しているが、配達員の採用を厳しくし、利用者が安心して利用できる配達員を増やし、注文から配達までのスピードをより早くする。

3.おわりに

本論では、Uber Eats の強みを明らかにし、他のデリバリーサービスと比べ、Uber Eats の成功について分析を行った。

また、Uber Eats が今後事業を展開するうえで、今後の展望の提案について論じた。

本論から他のデリバリーサービスより強みが多く、アプリ一つで注文から配達状況までわかり、安心して利用できることから、Uber Eats が人気であると言える。

Uber Eats はそれぞれの需要に対応し、日本の文化へ入り込むことが成功につながっている。超高齢化社会に突入した現在、Uber Eats は外食が難しいお年寄りにも、新たな食の楽しみを届けられる存在になる。

しかし配達員の悪評などまだまだ解決しなくてはならない課題が多くある。これらの課題を解決することによって利用者はさらに増加していく。

参考文献

1. Uber Eats ホームページ (2023.08.03)
2. [Uber Eats のダウンロード | Uber Eats について \(ubereats.com\)](https://www.ubereats.com)
(2023.08.03)

