



学生番号:14104237	クラス:B	氏名:斎藤 安希子	提出日:2008 年 1 月 15 日
論題	外食の店舗選択の際、消費者が重視する品質情報 ～クチコミによる情報提供～		

【 キーワード 】 サービス商品、外食、クチコミ情報、SERVQUAL、顧客価値の要素、
サービス・マーケティング・ミックス、4 つの品質カテゴリー(結果品質、過程品質、
道具品質、費用)

【 論文要旨 】

本論文の目的は、未経験のサービス商品を購入する際、消費者が事前に求める情報はどのような内容のものを解明することである。未経験のサービス商品はモノ製品よりも品質を判断することが難しく、事前の情報が重要であるといわれている。その情報の中でも、サービス商品の購買を検討する際は、マス広告による商業的情報よりも同じ消費者同士で交換される信頼性の高いクチコミ情報が消費者の意志決定に大きく影響を与えることが明らかになっている。そこで、消費者が求める情報内容を検討するにあたって、情報をクチコミ情報に限定して本論文を進めることとした。更に、サービス商品といっても映画や外食、教育、病院など様々なサービスが私たちの消費生活を取り巻いている。それらサービス商品において事前に必要とするクチコミ情報は異なると考え、本論文では外食に焦点をあてることとした。つまり、本論文の目的は、外食の店舗選択をする際、消費者は事前にどのような内容のクチコミ情報を必要とするのかを解明することである。数多くあるサービス商品の中でも外食は消費者にとって身近なサービス商品の 1 つであり、外食店舗ホームページ内のクチコミ情報やグルメクチコミサイトなど情報ネットワークの拡大とともに外食におけるクチコミ情報の重要性が注目されている。また、1990 年代まで順調に拡大を続けてきた外食産業が近年縮小しているという問題を抱えているのは、情報提供に問題があると考えた。外食産業の拡大期では、店舗のチェーン化が進み、次々と新業態が生まれ、当時の消費者にとって新鮮で新しい食経験であった。しかし、消費者のニーズは多様化・高度化し、当時の店舗では新しい感動を与えることは難しくなっている。今日でもフード・テーマパークなど新業態が続々と生まれているものの、その存在が消費者に伝わりきれていないことが近年の外食産業の縮小をもたらす要因の 1 つではないだろうか。そこで、本論文において、外食におけるクチコミ情報内容を検討することとした。

本論文の目的であるクチコミ内容を解明するために、消費者のサービス商品評価の視点から、SERVQUAL の 5 つの要素、顧客価値の要素、マーケティング・ミックスの要素の 3 つのレベルを紹介し、それらをサービス商品の特性から更に、結果品質、過程品質、道具品質、費用の 4 つの品質カテゴリーに分類した。それら 4 つの品質カテゴリーをクチコミ内容の枠組みとし、その枠組みと予備調査を参考に、外食の店舗選択をする際に必要とされるクチコミ情報を 11 項目に絞り込んだ。また、外食という消費が起こる状況を 5 つのパターンに分類し、各消費状況における 11 項目のクチコミ情報の重要度を調査し、分析にかけた。最後に、その結果を考察し、インプリケーションを導いている。