



学生番号:14105091	クラス: K	氏名:江連 千弥子	提出日:2009年1月15日
論題	ホストクラブ消費未経験者の感じる知覚リスクがホストクラブに対する態度に与える影響		

【 キーワード 】 性の商品化、ホストクラブ、新規顧客、サービス・マーケティング、知覚リスク、分散分析、相関分析、単回帰分析

【 論文要旨 】

本研究は、ホストクラブ消費未経験者が感じている知覚リスクを明らかにする事を目的としている。2006年に風営法の改正が行われ、ホストクラブもその規制を受け、深夜 1 時から日の出までの営業を禁止された。その影響により、ホストクラブは成長が危ぶまれた。そしてその打開策として日の出からお昼までの朝昼営業を始めるホストクラブが増え始めたのである。こうしたホストクラブを取り巻く環境の変化の中で、ホストクラブが生き残っていくためには、どうすれば良いのだろうかという思いのもと、ホストクラブにマーケティングの考えを最大限に活かしたいと思った。

本研究は第 7 章から構成されている。第 1 章では性の商品化という括りから、ホストクラブへと入っていき、ホストクラブの歴史や成り立ちなどを述べる。第 2 章はホストクラブの現状という事で、門倉貴史 BRICs 経済研究所の 2005 年のデータを用い、ホストクラブの店舗数、ホストクラブの市場規模、そしてホストクラブの客層内訳などを述べる。そして 2006 年の法改正からのホストクラブの現状を述べ「新しい営業スタイルになった事で、幅広い層での更なる新規顧客獲得が可能になり、ホストクラブ市場の更なる活性化が図れるのではないだろうか。」という問題意識を抱いた。第 3 章では、ホストクラブをサービス・マーケティングの観点から見ていき、サービスの特徴を述べた。そしてサービスの分類法をいくつか挙げ、その中でホストクラブはどこに位置するのかを見る。そして著者が行った一般女性が抱くホストクラブのイメージや意見などを聞いたアンケートから、消費者の知覚リスク理論に注目していく。そして第 4 章では、知覚リスク理論に関して述べ、知覚リスクの本研究における必要性を見ていき、「消費者がホストクラブに対して感じている知覚リスクを明らかにし、それらを低減する事で新規顧客獲得を可能にするマーケティングアプローチを提案する。」という研究目的を導き出した。第 5 章は分析であり、本調査では 4 つの分析を行った。分析 1 は対応なしの 1 要因の分散分析、分析 2 は相関分析、分析 3 は重回帰分析、分析 4 は相関分析となっている。世代別知覚リスクや、タイプ別知覚リスク、ホストクラブに関する消費者の態度などの関係を見ていく。そして第 6 章では分析における考察と、提案、本研究の有意性と今後の課題を論じる。以上が本論文の概要である。