

# 論文要旨

経営学研究科 経営学専攻修士課程

マーケティングコース

深澤 幸村

近年、わが国では外資系高級ホテルの進出が相次いでおり、高級ホテルといえどもコモディティ化は課題である。高級ホテルは歴史の物語、感動のサービスなど人々を惹きつける物語の宝庫であり、物語はブランド価値を向上させる有効な資源となり得る。本研究では高級ホテルの物語によるコミュニケーション効果を明らかにする。

ホテルの物語に関する先行研究ではその有効性、構造による効果の差異について検討がなされているが、物語構造をしていない文章（非物語）との比較、物語の題材選択についての議論は管見の限り見られない。本研究では物語と非物語の比較、歴史・デザイン・ホスピタリティという3つの題材の違いによる影響について実証研究を行う。仮説導出にあたり物語の効果のほかホテル評価に与える要因や関与、価格などの研究を概観する。

検証するのは次の5つの仮説である。

- ① 物語は非物語に比べ、物語への共感や想像力の活性化を意味するナラティブトランスポートーション、ホテル評価、ブランド経験、本物であるとみなす主観的評価であるブランド・オーセンティシティ（以下BA）、購入意図、知覚価格にポジティブな影響を与え、受容する価格が高い。
- ② ホスピタリティの物語は他の2つの題材に比べ、ブランド経験、ホテル評価、購入意図にポジティブな影響を与える。
- ③ 歴史の物語は他の2つの題材に比べ、BA、知覚価格にポジティブな影響を与え、受容する価格が高い。
- ④ 関与の高低による物語・非物語間の評価の差異。
- ⑤ 宿泊回数の多寡による物語・非物語間の評価の差異。

検証のため、過去1年間に1室約5万円以上のホテルに宿泊した人を対象に調査を行う。対象者は宿泊回数、関与に関する質問等に回答する。その後、4群に振り分け、各群で異なる架空の文章（非物語、歴史、デザイン、ホスピタリティの各物語）を読み、質問に答える。有効回答数は566サンプルである。

分析は物語と非物語間、物語の題材間比較については一元配置分散分析を、また、関与、宿泊回数の多寡による評価の比較は二元配置分散分析を用いている。

分析の結果、得られた主な知見は以下の通りである。

- ① 物語は非物語と比べ、読み手の BA にポジティブな評価を与える。
- ② ホスピタリティの物語はデザインの物語に比べ、ホテル評価にポジティブな影響を与える。
- ③ 歴史の物語はデザインの物語に比べ、非受容最高価格が高く、BA にポジティブな影響を与える。
- ④ 関与の高低による評価の差異は見られないが、低関与の読み手は、BA、知覚価格においてデザインの物語による影響を比較的受けにくい。
- ⑤ 宿泊回数多寡による評価の差異も見られないが、宿泊回数の少ない読み手は、ホテル評価、BA において、デザインの物語による影響を比較的受けにくい。

上記の①の結果は、物語は非物語と比べ、BA を顕著に知覚させることを示唆している。一方、その他の要素では物語の評価が高くはないと考察できる。②の結果は、ホスピタリティが物語の題材としても、評価にポジティブな影響を及ぼすという新たな視点を示している。③の結果においても、歴史の物語による BA の顕著な表出が検証された点が本研究の成果である。一方、④関与、⑤宿泊回数の差異による評価に関する仮説は支持されなかった。ただし、低関与の読み手の BA、知覚価格ならびに宿泊回数が少ない読み手のホテル評価、BA においてデザインの物語による影響は比較的弱いことが判明した。建築やデザインがライトユーザーに価値として伝わりにくいことを示唆しており、本研究の貢献である。

実務へのインプリケーションとしては、歴史を持たないホテルでも、歴史的要素と関連付けた物語の活用による高額な価格設定の可能性を示唆できる。また、物語は非物語と対立関係ではなく、相互に補完する概念と捉え、それぞれの効果を認識したうえで活用する必要がある。関与が高くない消費者には、歴史やホスピタリティの物語を開発して提示することがデザインの物語よりも意義のある方策となりうる。

本研究の限界および課題は 3 点挙げられる。第 1 に事前情報が果たす役割が大きいサービス財において架空の文章を利用した点である。今後は実在のホテルを対象とすることも視野に入れ、検討する必要がある。第 2 に日本語を理解し、高級ホテルに宿泊することの価値を認識している消費者を対象としているという意味で結果の一般化には至っていない。他言語や調査対象を広げることにより有用な示唆が得られると考える。第 3 に文章の題材として架空の米国発祥のホテルを取り扱っており、カントリー・オブ・オリジンが評価に影響した可能性も考えられる。