

筑波大学大学院博士前期課程

システム情報工学研究科特定課題研究報告書

## ホテルポートプラザちばに対する経営改善提案

山田 崇博

山本 真吾

金 漢奎

黄 静

趙 丹花

沈 思捷

(経営・政策科学専攻)

指導教員 香田 正人

原田 信行

2012年3月

筑波大学大学院博士前期課程

システム情報工学研究科特定課題研究報告書

## ホテルポートプラザちばに対する経営改善提案

201020598	山田	崇博	修士 (ビジネス)
201020599	山本	真吾	修士 (ビジネス)
201020607	金	漢奎	修士 (ビジネス)
201020614	黄	静	修士 (ビジネス)
201020631	趙	丹花	修士 (ビジネス)
201020633	沈	思捷	修士 (ビジネス)

(経営・政策科学専攻)

指導教員 香田 正人  
原田 信行

2012年3月

Management Improvement Proposal for Hotel Port Plaza Chiba

## 報告書要旨

本研究の目的はアンケート調査、文献調査を通してホテルポートプラザちば（以下、HPP ちば）の特徴を分析し、収益拡大につながる提案を行うことである。

第2章と第3章はHPP ちばの宿泊部門に対して提案を行う。第2章では、宿泊部門におけるリピーターを増加させることを目的としている。SERVQUALモデルによって作成したアンケートのデータを使用し、サービス品質、顧客満足度、顧客ロイヤリティの三つの関係性を実証的に明らかにすることで、顧客ロイヤリティを高める方法を考察する。その結果、サービス品質を高めるだけでなく、顧客満足度を高めることで顧客ロイヤリティがより高まることが明らかになっている。第3章では、第2章と同じアンケートを用いて宿泊部門の分析を行う。第3章で着目した点は、性別や年齢などの個人特性によってサービスに対する評価がどのように変わるのかという点である。分析の結果、次の二点が明らかになっている。一点目は、年齢が低い人ほど満足度が低いこと。二点目は、一般顧客は組合員顧客よりも満足度が低いことである。

第4章では、HPP ちば宴会部門に対して改善提案を行う。サービスを改善することを目的としてアンケート調査・分析を行う。その結果、确实性を重視したサービスが重要であると結論付けている。

第5章では、HPP ちばの宿泊部門、宴会部門の両方に提案を行う。この第5章は組合員顧客の獲得を目的としており、千葉県市原市の教職員を顧客ターゲットとしてアンケート調査を実施する。分析の結果、HPP ちばの料金体制と料理内容に関するPRを強化することで、更に集客が見込めることを結論付けている。

第6章と第7章では、HPP ちば婚礼部門に対して提案を行う。第6章では、既婚者と未婚者の結婚式意識の差の分析により、結婚式に対する流行の変化をとらえることを目的としている。第7章では、SWOT分析によってHPP ちば婚礼部門の外部環境と内部環境を明らかにする。そして、その外部ニーズを満たした提案として、イタリア料理を充実させることと、内部環境の視点から定期的にウェディングプランコンテストを開くことを提案として述べている。

## Summary of the Report

The purpose of this research is to give the business proposal by the analysis of the features of the Hotel Port Plaza Chiba (HPP Chiba) through questionnaire surveys and literature search, which will hopefully lead to profit growth.

Chapters 2 and 3 proposed strategies to profit increase in the accommodation section of HPP Chiba. In Chapter 2, it aimed at making the repeater increase in the accommodation section. Using the data of the questionnaire created by the SERVQUAL model, how to raise customer loyalty was considered by clarifying three relationships of service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. As a result, it became clear that it not only raised service quality but also increased customer loyalty by raising customer satisfaction.

In Chapter 3, it was analyzed using the same questionnaire used in Chapter 2. The significant point in Chapter 3 was how the evaluation to service changes with individual attributes, such as sex and age. The following two points became clear by the analysis. The first was that a person with lower age has a lower degree of satisfaction. The second was that general customer had a degree of satisfaction lower than union member customer.

In Chapter 4, improvement plan was given to the banquet section of HPP Chiba. A questionnaire survey and analysis were conducted for the purpose of service improvement. As a result, we conclude that assurance of service was important.

In Chapter 5, we focused on both the accommodation section and the banquet section of HPP Chiba. It aimed acquisition of union member customer's acquisition, by conducting the questionnaire survey for school staff in Ichihara City, as customer target. The result showed that customer growth can be further expected by strengthening PR about the charge organization and food contents of HPP Chiba.

In Chapter 6 and Chapter 7, business proposals was made to the HPP Chiba wedding section. In Chapter 6, it aimed at catching the change in wedding fashion by analyzing the difference of the wedding consciousness of between married and unmarried person. In Chapter 7, external and internal environments in the wedding section of HPP Chiba were clarified by the SWOT analysis. And it proposed that the Italian cuisine should be enriched to meet the external needs. Furthermore periodical wedding plan contest should be held in the HPP Chiba from an internal viewpoint as a proposal.

# 目次

第1章 序論	
1.1 はじめに	2
1.2 ホテルポートプラザちばの概要	2
1.3 目的	3
1.4 本論文の構成	3
1.5 各章の概要	3
1.6 SERVQUAL モデルとは	4
参考文献	6
第2章 ホテルポートプラザちば宿泊部門の顧客ロイヤリティ構築	
2.1 はじめに	9
2.1.1 研究背景	9
2.1.2 理論的背景	10
2.1.3 研究目的	10
2.1.4 先行研究	10
2.2 研究方法	11
2.2.1 研究・調査の対象	11
2.2.2 分析方法	11
2.2.3 仮説モデル	12
2.3 結果と考察	13
2.3.1 アンケート集計結果	13
2.3.2 共分散構造分析による分析結果	14
2.3.2.1 検証的因子分析を用いた“サービス品質（因子）”測定モデルの検討	14
2.3.2.2 2次因子モデルの検討	15
2.3.2.3 多重指標モデル	15
2.3.2.4 仮説モデルの検証まとめ	17
2.3.3 考察	18
2.4 結論	21
参考文献	22
第3章 ホテルポートプラザちば宿泊部門のサービス品質評価	
3.1 はじめに	26
3.1.1 研究背景	26
3.1.2 研究の目的	26
3.2 研究の設計	26
3.2.1 研究モデル	26
3.2.2 調査方法、研究対象	27
3.2.3 アンケートの構成について	28
3.3 仮説設定、統計分析方法	28

3.3.1	仮説設定 .....	28
3.4	研究結果分析 .....	30
3.4.1	標本の人口動態特性に関する分析 .....	30
3.4.2	仮説の検証 .....	30
3.4.3	仮説検証の結果要約 .....	36
3.5	結果と考察 .....	36
3.6	改善提案 .....	38
	参考文献 .....	39
第4章 ホテルポートプラザちば宴会部門のサービス改善		
4.1	はじめに .....	42
4.1.1	研究背景 .....	42
4.1.2	研究目的 .....	43
4.2	研究方法 .....	43
4.2.1	調査方法 .....	43
4.2.2	データの集計 .....	45
4.2.2.1	性別・年齢構成 .....	45
4.2.2.2	利用経験 .....	46
4.2.2.3	総合満足度 .....	47
4.2.2.4	個人特性別のデータ集計まとめ .....	48
4.2.2.5	各質問項目の記述統計量 .....	48
4.2.3	各質問項目と総合満足度との関係性について .....	49
4.3	主成分分析 .....	49
4.4	重回帰分析 .....	51
4.5	結論と改善提案 .....	52
4.5.1	結論 .....	52
4.5.2	改善提案 .....	52
	参考文献 .....	54
第5章 千葉県市原市の組合員顧客獲得に向けた提案		
5.1	はじめに .....	57
5.1.1	ホテルポートプラザちばの組合員に対するサービス .....	57
5.1.2	ヒアリング調査の結果 .....	57
5.1.3	目的 .....	58
5.1.4	研究の流れ .....	58
5.2	アンケート調査 .....	58
5.2.1	調査方法 .....	58
5.2.2	回収データ .....	59
5.3	「価格が適正であること」に関する分析 .....	61
5.3.1	各質問の相関関係から .....	61
5.3.2	他ホテルとの比較から .....	62

5.4 「料理内容に魅力があること」に関する分析.....	62
5.4.1 性別による需要の違いの検証.....	63
5.4.2 年齢による需要の違いの検証.....	64
5.5 考察.....	65
5.5.1 「価格が適正であること」について.....	65
5.5.2 「料理内容に魅力があること」について.....	66
5.6 提案.....	67
参考文献.....	69
第6章 結婚歴による結婚式への意識の違いに関する分析	
6.1 はじめに.....	72
6.1.1 研究背景.....	72
6.1.2 研究目的.....	72
6.1.3 先行研究.....	72
6.2 研究方法.....	73
6.3 ゼクシィ結婚トレンド調査 2011 と結婚白書 2010-2011 の調査分析.....	73
6.4 アンケート調査分析.....	74
6.4.1 アンケート調査の概要.....	74
6.4.2 アンケートの分析結果.....	76
6.4.3 アンケート結果のまとめ.....	80
6.5 結論.....	80
6.6 改善提案.....	81
参考文献.....	82
第7章 ホテルポートプラザちば婚礼部門の経営戦略分析	
7.1 はじめに.....	85
7.1.1 背景.....	85
7.1.2 目的.....	86
7.1.3 研究の流れ.....	86
7.2 結婚式場業調査.....	86
7.2.1 現状.....	86
7.2.2 長期影響要因.....	87
7.2.3 東日本大震災の影響.....	88
7.3 HPP ちば婚礼部門の SWOT 分析.....	89
7.3.1 外部環境分析.....	89
7.3.2 内部環境分析.....	94
7.3.3 SWOT 分析によるまとめ.....	97
7.4 改善提案と今後の課題.....	97
参考文献.....	99
第8章 結論	
8.1 各章からの提案.....	101

8.1.1 宿泊部門からの視点.....	101
8.1.2 宴会部門からの視点.....	102
8.1.3 市原市の組合員に対する調査からの視点 .....	102
8.1.4 婚礼部門からの視点.....	102
8.2 全体改善提案のまとめ.....	103
謝辞 .....	105
付録 .....	106

## 図一覧

図 1-1 ホテルポートプラザちばの立地.....	2
図 1-2 本論文の全体像.....	4
図 2-1 全国宿泊者数推移.....	9
図 2-2 千葉県宿泊者数推移.....	9
図 2-3 HPP ちば宿泊者数推移.....	9
図 2-4 サービスプロフィットチェーン.....	10
図 2-5 本研究の仮説モデル.....	13
図 2-6 検証的因子分析による 5 因子モデル.....	16
図 2-7 2 次因子モデル.....	16
図 2-8 多重指標モデル.....	17
図 2-9 サービス品質から顧客ロイヤリティへの影響について.....	18
図 3-1 研究モデル.....	27
図 3-2 SERVPERF の各項目の間の平均値比較.....	29
図 4-1 HPP ちば宴会利用人数推移.....	42
図 4-2 性別・年齢構成.....	46
図 5-1 市原市と HPP ちばとの位置関係.....	58
図 5-2 平均値チャート.....	60
図 5-3 男女別の平均値チャート.....	63
図 5-4 市原市の鉄道沿線.....	68
図 6-1 研究方法.....	73
図 6-2 招待する(した)ゲストの人数.....	76
図 6-3 式を挙げたい(挙げた)結婚式場.....	76
図 6-4 結婚歴による結婚式で一番費用をかけたい(かけた)こと.....	78
図 6-5 結婚式場決定ポイント.....	78
図 6-6 料理の種類.....	79
図 7-1 全国結婚式場業市場の売上高推移.....	85
図 7-2 HPP ちば婚礼部門の施設収入、利用人数推移.....	85
図 7-3 全国出生数の年次推移.....	87
図 7-4 全国結婚式場の売上高月次推移.....	88
図 7-5 インターネットサイトの利用頻度.....	91
図 8-1 宿泊・宴会部門への提案.....	104
図 8-2 婚礼部門への提案.....	104

## 表一覧

表 1-1 割引対象に該当する共済組合.....	2
表 1-2 SERVQUAL モデルの 5 次元.....	5
表 2-1 宿泊者への満足度アンケート調査について.....	11
表 2-2 仮説モデル内の観測変数について.....	12
表 2-3 身分と性別のクロス表.....	13
表 2-4 身分と年齢のクロス表.....	13
表 2-5 信頼性係数.....	14
表 2-6 基本統計量（一般）.....	19
表 2-7 基本統計量（組合員）.....	19
表 2-8 相関係数（一般）.....	19
表 2-9 相関係数（組合員）.....	20
表 2-10 身分と利用回数のクロス表.....	20
表 2-11 利用回数と年齢のクロス表(組合員).....	20
表 3-1 千葉県宿泊客数調査.....	26
表 3-2 アンケートの構成.....	28
表 3-3 SERVPERF の各項目.....	29
表 3-4 仮説、分析方法.....	30
表 3-5 仮説 1-3 の分析結果.....	31
表 3-6 仮説 2-1 の分析結果.....	31
表 3-7 仮説 2-4 の分析結果.....	32
表 3-8 仮説 3-1 の分析結果.....	33
表 3-9 仮説 3-2 の分析結果.....	33
表 3-10 仮説 4-2 の分析結果.....	34
表 3-11 仮説 4-4 の分析結果.....	34
表 3-12 SERVPERF 項目の相関関係分析.....	35
表 3-13 仮説検証の結果要約.....	36
表 4-1 アンケートの概要.....	44
表 4-2 学校一覧と回答数.....	45
表 4-3 利用経験による顧客構成.....	46
表 4-4 性別と総合満足度のクロス表.....	47
表 4-5 年齢と総合満足度のクロス表.....	47
表 4-6 利用経験と総合満足度のクロス表.....	47
表 4-7 記述統計量.....	49
表 4-8 説明された分散の合計.....	50
表 4-9 成分行列と共通性.....	51
表 4-10 回帰分析結果.....	52
表 5-1 アンケート調査概要.....	59
表 5-2 学校一覧と回答者数.....	59

表 5-3 基本統計量.....	60
表 5-4 各質問項目間の相関係数.....	61
表 5-5 「料理内容に魅力があること」性別間の差.....	63
表 5-6 「料理内容に魅力があること」性別間のクロス表.....	64
表 5-7 「料理内容に魅力があること」性別間のカイニ乗検定結果.....	64
表 5-8 「料理内容に魅力があること」年齢間のクロス表.....	64
表 5-9 「料理内容に魅力があること」年齢間のカイニ乗検定結果.....	65
表 5-10 市原市の組合員数 .....	66
表 6-1 結婚歴と性別.....	75
表 6-2 結婚歴と年齢.....	75
表 6-3 アンケート調査を行う県と人数.....	75
表 6-4 結婚歴と最終学歴.....	75
表 6-5 結婚歴と年収.....	75
表 6-6 結婚式場を訪問する前に参考にする(した)情報源.....	77
表 6-7 インターネットサイトの中で、よく利用する(した)サイト.....	77
表 7-1 2009 年関東地域の結婚式場業の概要.....	86
表 7-2 全国と千葉県の結婚件数.....	87
表 7-3 全国と千葉県の男女初婚年齢.....	87
表 7-4 性別による未婚者の披露宴料理選択傾向.....	89
表 7-5 年齢別による未婚者の披露宴料理選択傾向.....	90
表 7-6 年齢別による未婚者の結婚参考情報傾向.....	90
表 7-7 年齢別による未婚者が結婚式に費用をかけたい項目.....	91
表 7-8 HPP ちばと競合他社の比較.....	93
表 7-9 HPP ちば周辺各結婚式場の口コミ評価.....	94
表 7-10 HPP ちば婚礼部門の SWOT 分析結果.....	97