

篇名：

動漫帶動起的新型餐廳—女僕咖啡廳

作者：

李旻杰。台中縣私立慈明高級中學。餐飲三和。
黃子育。台中縣私立慈明高級中學。餐飲三和。

指導老師：

楊敦仁老師

壹●前言

動漫一詞，如詞面上一般，分為動畫（animation）和漫畫（comics）隨著時間經過，兩者間的聯繫日趨緊密，因此兩者常被合而為一稱為「動漫」。慣用說法有「動漫愛好者」、「動漫展覽會」、「動漫產業」等等。動漫產業日益與其他產業結合緊密，在日本已經形成一個成熟的產業鏈，動漫已經從單單的漫畫和電視媒體擴展到遊戲，文具，模型等眾多周邊產品。

而到最近幾年，也和餐飲業結合，衍生出了所謂的新感覺動漫契茶，也就是俗稱的女僕咖啡廳或角色扮演餐廳等.....。

筆者由於在網路上以及多次動漫季中看到關於此餐廳的廣告，因此便抱著好奇心，在某次動漫展結束後與友人一同前往位於西門町的「咖啡可思克」。體驗完之後，發現，店內客人以御宅族(註1)居多，便對此種餐廳有了興趣，碰巧，在這次決定題目時，想到了此事，因此便決定深入探討。

在本次的研究中，希望能藉由查閱文獻資料，瞭解何謂「女僕」和「女僕餐廳」的起源，以及利用問卷調查來瞭解「消費者是抱著何種心態到此消費」、以及「消費者對於女僕咖啡廳之滿意度」。

貳●正文

一、何為女僕

女僕為職業的一種，主要工作為打理家務、準備飯菜及接待客人等…。女僕的種類主要分為：

1、雜務女僕

服裝穿著以實用為主的女僕服，最早起床並將屋內打掃整理，最好在客人拜訪前將客廳等門面整理好，日常整理時需安靜，盡量別讓客人發現存在。默默工作，為傳統人們印象中的女僕。

2、客廳女僕

主要為接待客人，服裝穿著以華麗為主，通常此類女僕都是女僕中選出來較為漂亮的。女僕咖啡廳中的女僕穿著也多以客廳女僕的服裝為主。

二、女僕咖啡廳的起源

女僕咖啡廳是一項新興的行業，起源於 1998 年 8 月在東京角色展中以遊戲《歡迎來到 Pia Carrot!!》為藍本的咖啡廳。(註二) 其後，在日本也漸漸成為風潮，店內餐點以一般的咖啡廳為主，提供下午茶以及簡餐，但店內服務生的服裝是源自於 19 世紀維多利亞女王時期的女僕。起初最早由東京都秋葉原街興起，之後擴展到日本各地。

三、女僕咖啡廳的特色及服務性質

1、特色

女僕咖啡廳最大的特色在於消費者間獨特的體驗，由於現代人來自於上司、朋友、學業、父母的壓力非常大，消費者多半是為了體驗舊貴族或資產階級享受僕役服侍的快感。因此女僕咖啡廳內女僕的服務方式被視為一種演出。除了女僕裝扮之外，最近也開始出現以動漫人物裝扮為主的角色扮演餐廳，因此，店中顧客不只以舒壓為目的，也開始有些御宅族及單身男性。此外由於電車男風潮的關係也開始有情侶或女性前往女僕喫茶消費。

2、服務性質

大部分的女僕咖啡廳，主要以提供飲料、甜品為主，因為重點在於服務，因此餐點並非強項。其特色在於穿著女僕裝的服務生進行服務，因此其收費通常比一般咖啡店高，接近於餐廳消費。而部分女僕咖啡廳甚至會提供與女僕互動的服務，例如：電玩比賽、算命、合照等，這些服務有的需要額外消費，而有的店家也會不定期舉辦派對活動，如主題日、節慶活動等。

四、研究方法

這次研究的主要目的是想了解餐廳的顧客滿意度以及期許，所以才有了這次的研究調查，而我們實地去探討，去了餐廳體驗他們的服務、餐點，在我們使用隨機抽樣法問卷調查之後，發現大部分的顧客都是為了此服務而來，因為女僕咖啡廳的特殊服務，所以才能吸引到這些年齡層的顧客。

1、研究對象：

台北縣新莊市之「阿部屋女僕餐廳」之消費者，並以隨機抽樣的方式選取研究對象。

2、研究方法：

文獻分析法和問卷調查法。

3、研究工具

問卷內容

表 1 問卷內容

| 編號 | 問項 |
|----|--------------|
| 1 | 性別 |
| 2 | 年齡 |
| 3 | 第幾次來此餐廳？ |
| 4 | 從哪得知此餐廳 |
| 5 | 為何會想來此餐廳？ |
| 6 | 認為整體服務如何？ |
| 7 | 認為價錢合理嗎？ |
| 8 | 有沒有去過其他此種餐廳？ |
| 9 | 下次還會想來此餐廳嗎？ |

資料來源：本研究整理

4、調查日期

2009 年 11 月 7 日

5、問卷回收率

隨機挑選顧客 50 名，共發出了 50 張問卷，有效問卷為 50 張。問卷回收率為 100%。

五、研究結果

1、顧客性別

同圖 2-5-1。與眾人的想法所不同的，則是女性佔了 62%，或許是這次隨機抽取對象有女性團體之故，因此此項可能較為不準確。

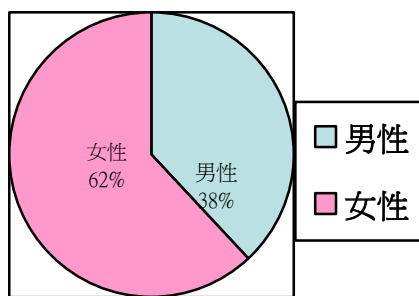


圖 2-5-1 顧客性別圖

資料來源：本研究整理

2、顧客年齡層

同圖 2-5-2。調查結果中顧客年齡層大多為 16~20 歲，其次為 21~25 歲。可見顧客年齡層多為學生族群。

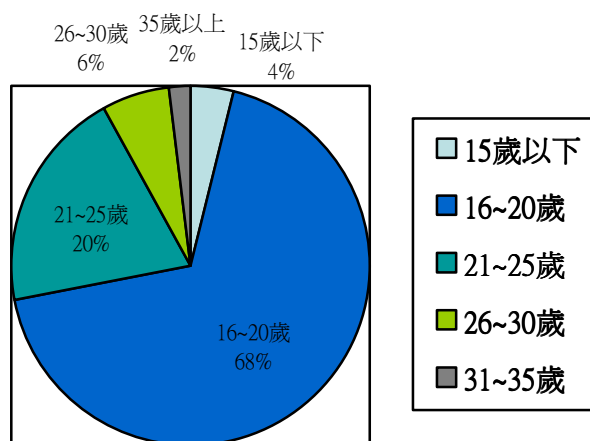


圖 2-5-2 顧客年齡圖

資料來源：本研究整理

3、顧客的消費次數

同圖 2-5-3。顧客大多為第 1 次消費客人，且依圖 4 顯示，客人大多為好奇而光顧，因此如何使客人再度光臨，是主要的目標。

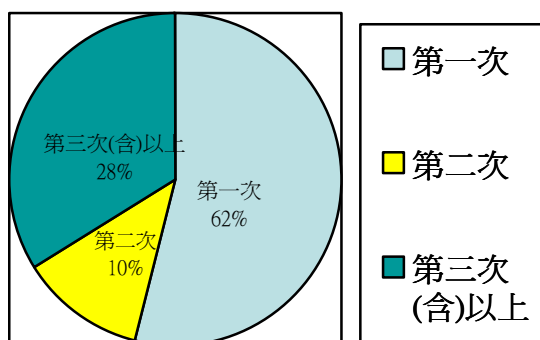


圖 2-5-3 顧客消費次數圖

資料來源：本研究整理

4、顧客從哪得知此餐廳

同圖 2-5-4。顧客得知此店，大多為親友介紹，可見如何使顧客感到滿意是一大目標。而其他部分則大多為路過，由此可知店家位置的重要性。

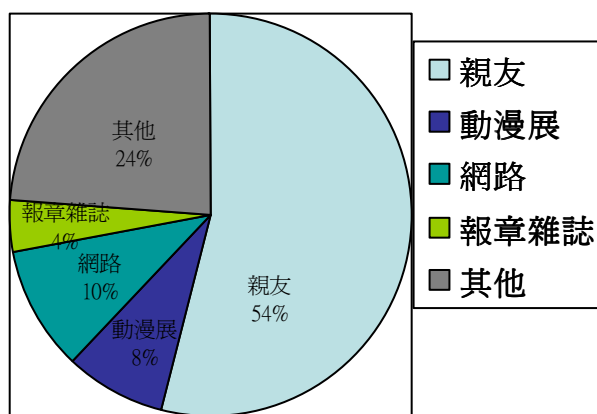


圖 2-5-4 顧客得知管道圖

資料來源：本研究整理

5、顧客為何會想來此餐廳

同圖 2-5-5，顧客消費原因所佔比例皆相差不遠，比例最高者為陪同親友和好奇各佔 30%；而選擇其他之部分，則大多為個人興趣，由此可見店中客人不乏女僕愛好者。

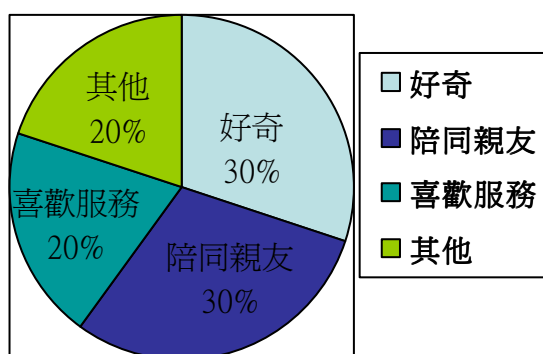


圖 2-5-5 顧客消費原因圖

資料來源：本研究整理

6、顧客認為整體服務為何

如圖 2-5-6，無顧客認為整體服務不好，因此重點應放在普通部份，努力把普通部份加強為更好。

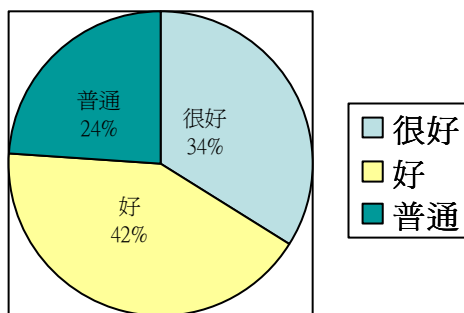


圖 2-5-6 顧客滿意圖
資料來源：本研究整理

7、顧客認為價錢合理嗎

如圖 2-5-7。大部分的顧客認為還可以接受，但認為貴的人數卻比認為便宜的人多，可見價錢還是偏向有點貴。

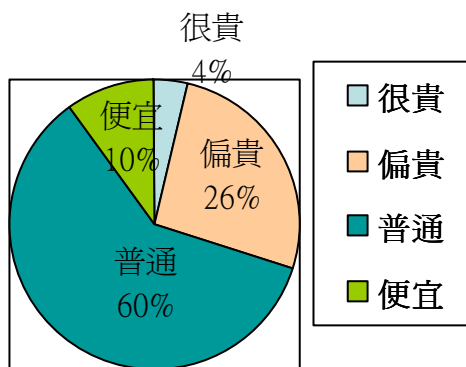


圖 2-5-7 顧客價錢意見圖
資料來源：本研究整理

8、顧客有沒有去過其他女僕咖啡廳

如圖 2-5-8。大部分顧客皆去過其他女僕咖啡廳，因此如何凸顯出屬於自己的特色，則非常重要。

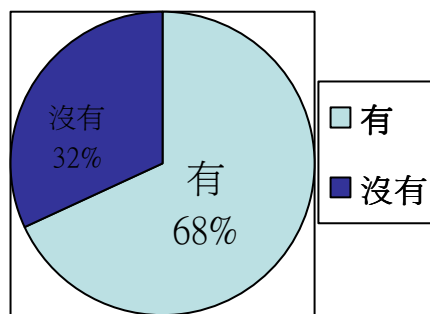


圖 2-5-8 顧客消費比較圖
資料來源：本研究整理

9、顧客是否有再度光臨的意願

如圖 2-5-9。將近一半的顧客表示一定會再來，可見顧客對於女僕咖啡廳還是充滿新奇的。

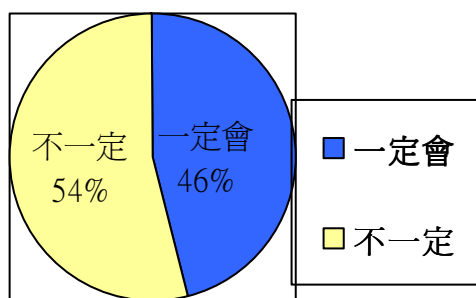


圖 2-5-9 顧客再度光臨意願圖

資料來源：本研究整理

參●結論與建議

1、文獻部份

根據文獻資料發現，女僕咖啡廳是因動漫迷的喜好而開立的，後來由於大眾對此餐廳的好奇，以及現代人放鬆壓力的需求而逐漸林立。後來發展到台灣，也逐漸被消費者接受。

2、問卷調查部份

根據問卷調查得知，女僕餐廳主要年齡層為 16~20 歲的年輕族群，因此如何抓住年輕人的心態則成為銷售重點。且顧客消費原因中好奇及陪同親友共佔了 60%，因此較好的推廣方法則是利用各種行銷手法（如：買一送一、折價券、購餐送女僕公仔……等）吸引人顧客的注意，以及讓顧客感到值回票價而介紹給親友。另外，在顧客的期望中，顧客希望的不是價錢能調降，而是增加服務員（女僕）服裝的多樣性，由此可見顧客對於服務員（女僕）服裝的重視。

3、綜合結論

綜合以上兩點，可知女僕咖啡廳較主要的客源為因好奇而消費的新顧客，以及本身有興趣的動漫迷，因此若想長期行銷，最好的方法為增加服裝的可看性，如因節日而改變服裝等，或是舉辦降價促銷活動。

肆●參考文獻

1. (註一)：維基百科 2007 年 御宅族。2009 年 10 月引用
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%BE%A1%E5%AE%85%E6%97%8F>
2. (註二)：維基百科 2007 年 女僕咖啡廳。2009 年 10 月引用
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E5%A5%B3%E5%83%95%E5%92%96%E5%95%A1%E5%B%B3>
3. 維基百科 2005 年 電車男。2009 年 11 月引用
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%9B%BB%E8%BB%8A%E7%94%B7>
4. 池上良太 《女僕圖解》、2007、漫遊者文化事業股份有限公司。(頁 140-頁 165)