

投稿類別：商業類

篇名：

「食」在好可愛

作者：

何姿瑩。新竹市私立光復高級中學。幼保學程二年 61 班

鍾靜佳。新竹市私立光復高級中學。幼保學程二年 61 班

蔡絮綦。新竹市私立光復高級中學。幼保學程二年 61 班

指導老師：

古孟玲 老師

壹●前言

一、研究動機：

在現代社會中，餐廳的風格樣式變幻無窮，現在有很多的主題餐廳都以可愛的卡通風格去設計，吸引各種年齡層的大朋友小朋友一同去朝聖，例如：台北的 Hello Kitty 餐廳，內部裝潢充滿 Hello Kitty 圖案，每一種圖案的設計都不一樣，每個座位的設計概念都不同，但都以粉色系為主，每樣餐點都有 Hello Kitty 的造型，而且做得很精緻，不只小朋友喜歡，連大人也都為之瘋狂，包括我們自己看了，情緒也激動的想去吃一次。

我們在網路上看到有很多地方都有類似這種卡通風格的餐廳，意外發現原來新竹也有一家阿朗基餐廳。我們在網路上看了相關照片，覺得內部裝潢很有療癒作用，裡面的電燈有阿朗基圖案的燈罩，桌椅上也都有阿朗基的相關圖案，裝潢十分的繽紛亮眼又可愛、很受年輕人歡迎，「青少年是餐飲市場上的主力消費群體之一」，(黃瀏英，2002)因此我們想進一步去了解，到底主題餐廳在現代受歡迎的程度是多少？高中生對於主題餐廳的滿意度又是多少？阿朗基主題餐廳的起源是什麼？為什麼會想用阿朗基作為餐廳的主題？對於高中生的吸引力有多大？主題餐廳的行銷方式是什麼？

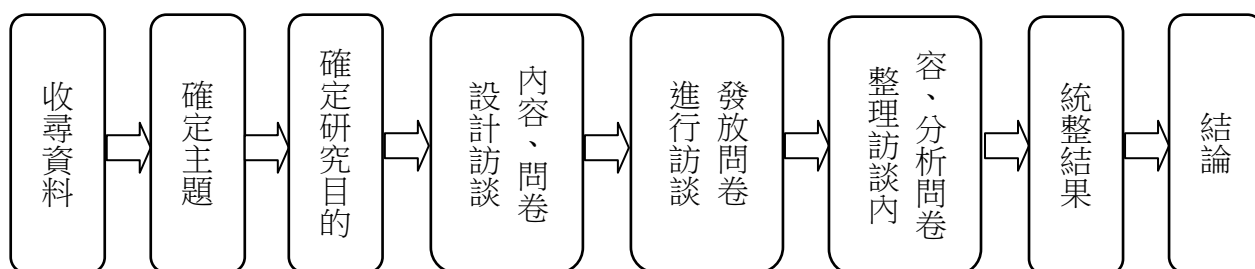
二、研究目的：

- (一)探討阿朗基主題餐廳的源起。
- (二)了解阿朗基主題餐廳的行銷方式。
- (三)調查新竹市高中生對於阿朗基主題餐廳的喜好程度。

三、研究方法：

- (一)問卷調查法：採立意性抽樣，用問卷給高中生填寫，了解其對於阿朗基主題餐廳之喜好度。
- (二)訪談法：訪談阿朗基主題餐廳店長，了解其行銷方式及經營理念。

四、研究架構：



圖(一)研究架構

貳●正文

一、探探討阿朗基的源起

從新聞網上發現餐廳的由來原來是由「小天堂董事長謝聖麒規劃了一間主題咖啡廳，讓裡面所有的文宣、餐飲、裝飾都有阿朗基的圖案，被部落客發現後因此爆紅」。(報橘新聞網，2015)現在有很多卡通、插畫都來自於日本，「以熊貓哥、白兔妹、河童君與壞東西等可愛角色而聲名大噪的原創品牌 Aranzi Aronzo 阿朗基阿龍佐，這次選在台灣做品牌特展的首發」，(有質讀誌社群，2015)也因為有阿朗基愛旅行的展覽，阿朗基在台灣就更受歡迎，我們第一眼看到阿朗基就被它可愛的造型給吸引住了，一個生物科技基因檢測公司的網站指出：「蒙特利爾麥吉爾大學的團隊發現肥胖是因基因缺陷、環境壓力、心理健康等因素導致的。讓她們無法抗拒甜食的誘惑」，(生物科技基因檢測公司，2014)因此更受女性的歡迎。

二、阿朗基餐廳的行銷方式

(一)餐廳的餐點設計：

「既然民族嗜好喝的國粹飲品，斷無機會的可能，關鍵在賣什麼茶？以及怎麼賣？前者是商品的內涵，後者是行銷的溝通」。(吳伯超，2014)由此可知，當阿朗基餐廳在受到淡旺季的影響時，在不放棄下，店長一定也在想要怎麼設計出一些活動來賣出自己的餐點。「日本餐飲品牌來勢洶洶、各類餐飲店競爭激烈，不做輕鬆的低價競爭、努力突顯自家強項，是企業永續經營的不變法則」。(洪麗君，2016)由此可知，經營一家餐廳不是靠低價格，而是高品質的食物，所以阿朗基主題餐廳的價格會比較貴就是因為食物美味。從網路上看到顧客對於阿朗基餐廳的設計感到滿意，無論是便利商店的集點活動，還是下午茶咖啡廳，都會使用人氣很夯的卡通人物來招攬客人。餐點設計是以阿朗基人物作為造型蛋糕，十分的可愛，如果是套餐會在上面放卡通的卡紙，而飲料則在上面做拉花的動作，讓人很捨不得把飲料給喝掉，「日本人氣插畫阿朗基造型蛋糕，人物奶泡拉花受顧客喜愛，餐廳處處也見得到卡通人物身影，讓顧客直呼好療癒」。(奇摩新聞，2014)由此可知阿朗基在台灣人氣高漲，而且越來越多相關的主題餐廳、咖啡館開張，我們也收尋得知在新竹有一家阿朗基餐廳，我們選擇它來做研究。

(二)餐廳的裝潢設計：

我們在網路上看了相關照片，發現這家店很貼心，在店門口標示著 10 公斤以內的小型犬、貓可以放置提籠內，即可帶進店內用餐，這對於愛寵物的主人是個貼心的做法，用餐時可以顧到寵物，不會怕牠到處亂跑。餐廳座位是沙發，而且每個兩人座的位子上都有一個阿朗基的抱枕，超有家的感覺。牆壁上滿是阿朗基的相關角色，讓人有種被阿朗基包圍住的感覺，很討喜，相信女生只要一看到這種地方鐵定愛不釋手、為之瘋狂。知名美食評價網內有網友寫到：「店裡面的牆壁也都太可愛了，都有對應的桌子圖案，連天花板都有人跟你 SAY HELLO」，(愛評網，2014)台灣現在有很多家分店，裝潢風格都不太一樣，「每家分店的裝潢都各有巧思，有的是溫馨鄉村風、有的是樸實和風」(樂時尚網，2015)。

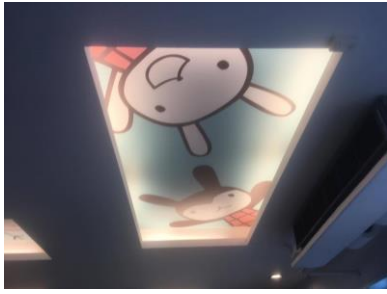


圖(二) 阿朗基全景一 資料來源：本組拍攝



圖(三) 阿朗基全景二 資料來源：本組拍攝

「食」在好可愛



圖(四) 造型天花板 資料來源：本組拍攝



圖(五) 沙發及牆面彩繪 資料來源：本組拍攝

三、調查新竹市高中生對阿朗基主題餐廳的喜好程度

我們從網路上的部落格看到吃過阿朗基的人都對餐廳滿意度很好，位於板橋店的阿朗基餐廳是走日式風格，店內以插畫角色河童君的部屋風格去布置，也特別規劃榻榻米座席，讓人感覺像是待在日式茶屋，中央社記者也訪問過板橋店的阿朗基咖啡店長，店長表示：「當初走日式風時擔心消費者不能接受，結果卻大受歡迎，尤其是榻榻米座席可坐可躺臥，特別受親子型消費者喜愛」，(奇摩新聞，2015)我們從餐廳的裝潢方面及餐點設計上就可以看出他們的用心，尤其女生對於可愛的東西更是愛不釋手，因此顧客大多都以女性占較多數，另外也挺受親子家族的喜愛。

四、訪談對象背景分析：

我們對阿朗基主題餐廳很感興趣，想藉由訪談了解其經營模式及經營初衷，畢竟主題餐廳已成為飲食市場上的一個風潮，在新竹地區也逐漸興起，像是：大遠百七樓的查理布朗史努比主題餐廳，究竟要如何在同行的競爭下維持生意，於是我們透過店家電話聯絡上店長，店長也樂意接受我們的訪談邀約。

五、訪談資料整理(詳細內容於附件二)：

我們這組透過訪談的方式，根據我們的研究動機，將訪談資料整理如下：

(一)探討阿朗基主題餐廳的源起

透過訪談店長得知阿朗基是從日本大阪引進台灣的，在我們的文獻中，也知道是由「小天堂董事長」引進台灣的，故阿朗基之所以會在台灣紅起來，是因為小天堂董事長將它從日本帶到台灣的。

(二)了解阿朗基主題餐廳的行銷方式

1、請問您為什麼會想用阿朗基作為餐廳的主題？

店長看準現在年輕人對於餐廳的選擇不再是口味取向(註 1)，整個環境的裝潢及布置也概括在內，於是開設了阿朗基主題餐廳。我們贊同店長的看法，因為我們自己也是這樣，被外觀、造型吸引著。

2、選擇在新竹開店的原因是什麼？

「食」在好可愛

為了讓新竹居民也能有個舒服的用餐時間及地點，不用特地跑到台北地區，於是開設在新竹(註 2)，這也是他們生意一向不錯的原因，因為新竹就這一家阿朗基主題餐廳。

3、請問主題餐廳的行銷方式是什麼？會不會有搭配節日的促銷之類的？

餐廳的行銷方式與一般餐廳有點不同的是，有些餐廳都會收 10%的服務費，但是他們沒有，完全就是你吃多少就付多少(註 3)。不過我們認為，他們沒有搭配節日推促銷(註 4)，有些餐廳會有「情人節套餐」、「聖誕特餐」……等等的，阿朗基主題餐廳沒有，這點比較可惜，沒辦法在特定日子用餐點吸引更多的人潮。

4、請問在經營本店時，有沒有遇到什麼困難及瓶頸？如何應變？

經營餐廳會有淡旺季，店長表示，當遇到這種狀況就是採促銷方式，冬天較為常見，因為冬季顧客較少(註 7)。

5、請問在餐點方面有期待如何再創新嗎？

餐廳的餐點是由台北總部研發(註 8)，有持續不斷的在推陳出新、改良(註 9)，使民眾能食用到更美味、更安全的餐點，不過他們的餐點沒有造型，只有立牌，他們只有蛋糕、咖啡有做造型而已，我們覺得這相對於其他的主題餐廳略為可惜，如果餐點可以做出主題造型，會更深得人心，台北著名的 Hello Kitty 主題餐廳就是如此，我們期望他們未來能夠在餐點的造型、擺盤上更加用心。

6、請問本店及其他分店有什麼不同的地方？店面較小會不會導致顧客要排隊等候？

全台有好幾家阿朗基主題餐廳，雖然同名為「阿朗基」，但各有特色(註 10)，在新竹這家是走「舒適風」，座位以沙發為主，使顧客做起來不會不舒服，可以很放鬆地享用美味的餐點(註 11)。而位在台北板橋的阿朗基主題餐廳，走的是「日本風」，座位都是榻榻米，喜歡日本風格的可以去朝聖。位在台北東區的一家阿朗基主題餐廳，裝潢是滿滿的阿朗基造型，但是桌椅部分沒有造型，是一般的木桌、木椅，不過……他們天花板的燈罩有阿朗基的造型唷。

店面雖然較小，可是顧客不會因此流失，因為可以採「預約」的方式(註 12)。餐廳以前原本不在文化街的，因為之前的店面太大，於是搬家搬到了文化街這邊，他們在二樓，經過時要抬頭才可以看到他們的餐廳，不過因為餐廳的外觀有彩繪阿朗基的主題圖案，所以還算顯眼，不至於說不易被注意到。

(三)調查新竹市高中生對於阿朗基主題餐廳的喜好程度

1、請問店內顧客的年齡層大約在多少？最受高中生歡迎的餐點為哪樣？覺得受歡迎原因是什麼？學生為什麼喜歡來這邊吃飯？是因為很可愛的關係嗎？哪裡是高中生最愛拍照的地方？

主題餐廳果然是年輕人的喜好，光顧他們店面的大多是高中生、大學生……等等的年輕人(註 13)，

「食」在好可愛

店內的菜單也是年輕人會點用的，像是：**義大利麵、鬆餅、三明治、吐司……等等的(註 14)**，櫃檯旁邊還有蛋糕櫃，櫃內是造型蛋糕，外觀 Q 樣很吸引學生購買。我們覺得他們的飲料部分只有咖啡有做圖案拉花，其他飲料都只有立牌而已，較可惜。店長有特別說，**學生點餐率較高的菜色是「白醬義大利麵」(註 14)**。實地參觀店內時，發現座位上有擺放一些阿朗基主題造型的抱枕，整片牆面上彩繪著阿朗基的圖案，學生都很喜歡在那邊和朋友一起拍照留念。他們還有做 8 吋的蛋糕，適合用來給壽星慶生用，故阿朗基主題餐廳也適合做為小型慶生場所，朋友慶生、小家庭慶生皆可來此，最重要的是**一壽星當天憑證件可享 9 折優惠(註 5)**。

2、請問店內有沒有哪些周邊商品吸引高中生？

阿朗基主題餐廳會在店內擺設一些相關產品，在外面的文具店可能很少見，但在**餐廳內可以看到文具、手提袋……等等的產品(註 15)**，讓喜歡阿朗基的朋友可在店內用餐時順便採購周邊產品，不用請人特地去日本代購。

3、請問現在有許多主題餐廳的開設，如何避免流失顧客？未來打算以什麼樣的方式經營本店？未來會不會增加一些本店特色、設施、餐點吸引更多的高中生消費？

店長認為**服務態度很重要(註 16)**，希望維持現狀，也就是可愛的風格且環境舒適，這是阿朗基餐廳目前的經營模式(註 17)，未來也會持續在餐點方面創新、改良(註 18)。

六、訪談心得：

(一) 何姿瑩：

1、開啟研究之路：

在網路上看到朋友放了一張在餐廳吃飯的照片，從照片中可以看出這家店的餐點及裝潢都很可愛，也因此被吸引住，決定下次一定要去吃，於是就上網找了關於阿朗基主題餐廳的文章，吃過的人都有不錯的評論，也都表示餐廳的店內裝潢很可愛，餐點方面也有做阿朗基的造型，因此吸引了許多人的消費，後來因為小論文的关系，我們這組也對主題餐廳很有興趣，於是上網找了幾家餐廳，發現新竹有一家阿朗基主題餐廳，所以就開始探討阿朗基的源起、行銷方式以及高中生對阿朗基主題餐廳的喜好程度。

2、態度決定一切：

之後就到新竹那家阿朗基主題餐廳訪問店長一些相關問題，也從訪談當中**了解到餐廳會用何種方式吸引顧客(註 1)**，在競爭激烈的職場上該如何贏得別人，所以這證明了要在工作上成功必須靠自己努力，要有創意，態度要好，適者生存，不適者淘汰，沒有持續的創新進步，是沒辦法成功的，**在經營方面也要有良好的服務態度(註 10)**，唯有好的態度，才能受到顧客喜愛，不管是經營什麼店，最重要的就是服務態度，在做任何事情上面都很重視態度，也從訪談當中得知高中生、大學生比較常到店內消費(註 7)，這也說明了餐廳的風格及餐點是會影響消費的年齡層，像是這種可愛的東西就特別吸引高中生女生，

店內還有抱枕，座位舒適，食物美味，環境到處都有可愛的圖案，連餐點上面也有阿朗基，員工都很親切，是個不錯的地方，推薦大家去用餐。

(二) 蔡絮綦：

1、意外的發現：

剛開始的時候我們對主題餐廳就很有興趣，在網路上尋找主題餐廳的時候意外的發現阿朗基主題餐廳，裡面的裝潢跟餐點設計吸引到了我們，所以我們決定研究阿朗基主題餐廳，接著我們開始收尋有關阿朗基主題餐廳的資料，發現之前在台北有阿朗基相關的展覽，陸續也有阿朗基餐廳的出現，所開的分店有台北、新竹、台南等分店。

2、踏進療癒的世界：

在網路上看到許多朋友都有去吃，吃過的評論都表示不錯，吸引了許多消費者，也找到許多有關阿朗基主題餐廳的相關報導，於是我們在網路上收尋主題餐廳的時候，發現新竹市也有一家阿朗基主題餐廳，我們開始跟店長約時間要訪談，本來有點害怕店長會不給我們訪談，結果店長人很好的馬上就答應了，訪談過程中，**我們了解到當餐廳遇到淡旺季的困難時，會想一些促銷活動(註 7)**，來吸引我們消費者上門消費，來維持本店的經營，**她們的餐點都有一直在改良跟研發有陸續在推出(註 9)**，像是蛋糕每一個蛋糕上都有不同的阿朗基的圖案做的很精緻也很可愛，整個少女心都噴發了，**也得知餐廳是以有阿朗基圖案的沙發做為風格，每家餐廳都有不一樣的風格(註 10、11)**，坐在裡面會有一種被療癒的感覺，就像被帶到一個不一樣的世界，是一間很棒的餐廳，很適合帶家人跟朋友一起去，下次有空我一定會再去。

(三) 鍾靜佳：

1、好奇的踏上研究旅程：

主題餐廳已蔚為一個主流趨勢，它無形中緊緊抓著年輕人的心，就連我也深深為之著迷。在選擇論文主題時，就和幾個志同道合的朋友決定一起研究這令人著迷的秘密，也想了解其行銷方式及吸引的族群，於是就在網路上搜尋得知，原來有一家主題餐廳就離我們不遠，跟我們同居在一個城市中，餐廳的種種也吸引著我們，無論是裝潢亦或是餐點，我和組員考量地理位置與每個人的想法，最後就決定是它了一位在新竹文化街的阿朗基主題餐廳。為了解開我們對於此主題餐廳的疑惑，於是透過撥打店家電話連絡上店長，順利的找到我們論文的訪談對象。

2、阿朗基的迷惑：

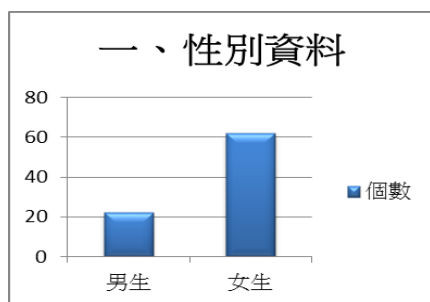
我們很高興店長爽快的答應讓我們訪談，因為如果他拒絕了我們，我們這組的論文真的不知道要怎麼繼續做下去。在訪談的過程中，我們了解到餐廳的行銷模式及前來光顧的主要客源，**雖然一年四季中沒有搭配節日推出促銷方案(註 4)**，但憑著裝潢及餐點，這種「可愛」的氣息順利迷惑了年輕的朋友們，

「食」在好可愛

當然我也是那個被迷惑的其中一個。我們也很高興能遇到一家不收服務費的餐廳(註 3)，因為說實在的，不只主題餐廳，大部分的餐廳都會收 10% 的服務費，可是阿朗基沒有，他們提供好的衛生環境、好的服務品質、好的餐點飲料，卻沒有收服務費用，真的是叫人瘋狂加分。

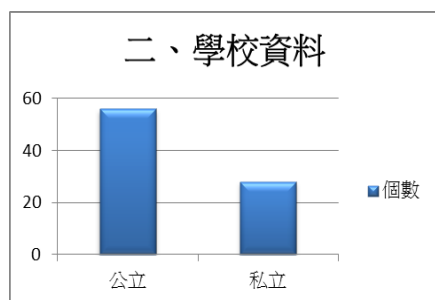
七、問卷資料分析

本次研究問卷發放 83 份，有效問卷 83 份，無效問卷 0 份，回收率 100%。以下為資料統計與分析：



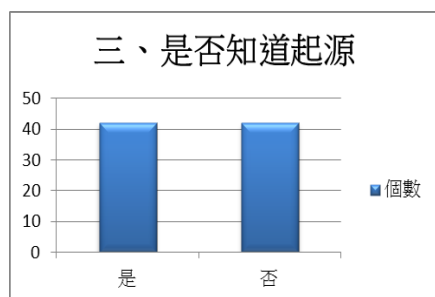
根據問卷資料顯示，女性人數大於男性一半以上，由此可知，女性果然逃不出「可愛」的魔掌。

圖(六) 性別之分析圖表 資料來源：本組研究



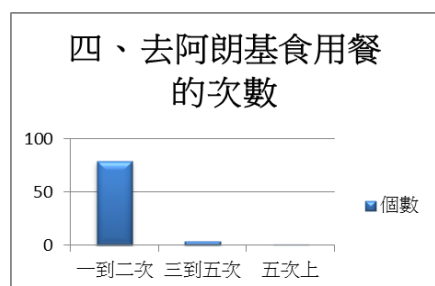
根據問卷資料顯示，公立學校人數大於私立學校近一半，我們認為可能是因為較多公立學校靠近市區的關係，或因為市區附近有許多補習班，大家去補習班吃晚餐時去了此餐廳。

圖(七) 學校之分析圖表 資料來源：本組研究



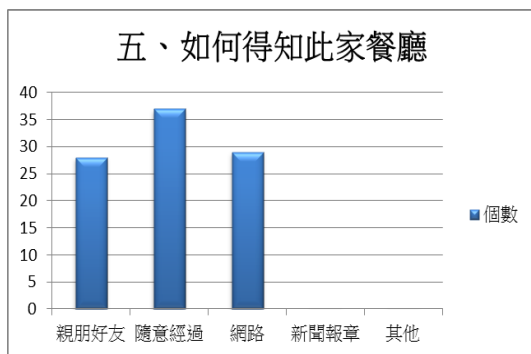
根據問卷資料顯示，知道與不知道的人數差不多，由此可知，阿朗基雖然不向三麗鷗那麼有名，但在台灣還是有一定的知名度。

圖(八) 是否知道阿朗基的起源之分析圖表 資料來源：本組研究



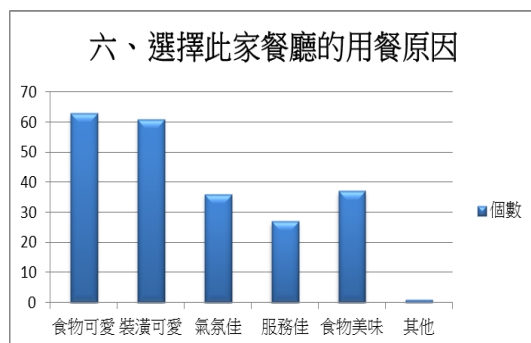
根據問卷資料顯示，大部分的人是一到二次，我們猜測大概是因為價格的關係，因為一份餐點加一杯飲料就要價約二、三百左右，造型蛋糕一快就要價一百八，對於學生來說，是稍微高了一點點，但是跟其他主題餐廳比，我們相信它的價格還算是親切的。

圖(九) 受訪者去過餐廳用餐次數之分析圖表 資料來源：本組研究



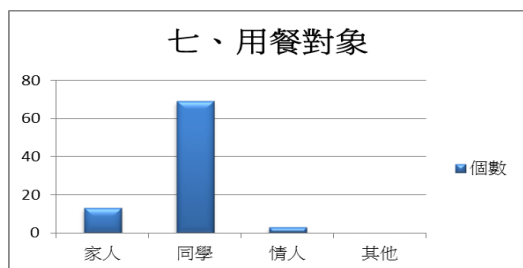
根據問卷資料顯示，我們認為有些人可能是去逛街時，或者補習前尋找覓食處時，被阿朗基的外觀裝潢吸引到，就直接進入店內用餐。網路及親朋好友的影響力也不小，知名度不用自己打造，只要做得好，自然就會有免費替你打廣告了。

圖(十) 得知此餐廳途徑之分析圖表 資料來源：本組研究



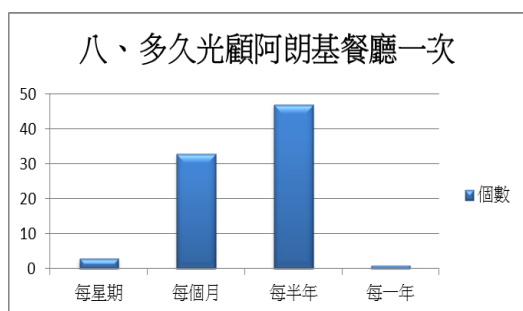
根據問卷資料顯示，「可愛」是這家店的招牌，大家都是衝著造型、裝潢去的。

圖(十一) 選擇這家餐廳用餐之分析圖表 資料來源：本組研究



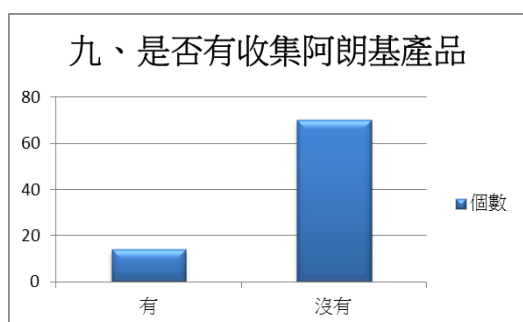
根據問卷資料顯示，學生常會和同學一起去餐廳用餐，由此可知，同儕對於學生的影響力不小。

圖(十二) 跟誰一起用餐之分析圖表 資料來源：本組研究



根據問卷資料顯示，大部分學生的回顧率大約半年一次，我們認為可能是因為價格關係，導致學生不會常常去餐廳食用，但是每半年就會去一次，享受可「可愛」的氣息包圍住。

圖(十三) 多久光顧一次之分析圖表 資料來源：本組研究



根據問卷資料顯示，大部分的學生沒有在收集阿朗基的周邊產品，我們認為可能是因為不易取得商品的關係，因為外面一般的文具店真的很少在賣，要買大概就是網購，或請人從日本代購。

參●結論

透過這次的研究，了解位於新竹的阿朗基內部營運模式、經營餐廳會遇到的瓶頸及因應政策、對待客人所需的態度、看準經營的商機，選擇符合現代人的需求去做創業的選擇。阿朗基之所以會如此吸引人，一是它的餐廳氛圍，讓人沉浸在可愛的氣息中享用插著可愛立牌的餐點及有可愛拉花的飲品；二是工作的服務人員態度親切和善，不會讓人覺得冷漠進而影響顧客消費者心情；三是餐廳的環境裝潢，座位以舒適的沙發為主，牆面上、天花板燈罩、窗戶、桌子、廁所，滿滿都是阿朗基的主題圖案，讓人踏入療癒般的世界。這三個關鍵因素，促使阿朗基主題餐廳取得青少年的青睞，尤其是女性，雖然餐點的價格微高，但依舊是不少人被它的「可愛」所迷惑，就連我們自己也是，阿朗基主題餐廳真的成功地抓住青少年的餐飲市場。

肆●引註資料：

黃瀏英(2002)。主題餐廳設計與管理。台北市：揚智。

報橘新聞網。2015年4月23日，取自 <http://bit.ly/1kEXfTx>

有質讀誌社群。2015年1月23日，取自 <http://bit.ly/1P4b8qW>

生物科技基因檢測公司。2014年6月11日，取自 <http://bit.ly/1kF2JO9>

吳伯超(2014)。紅茶就是高科技：以一杯茶打造國際餐飲集團的牧羊法則。台北市：商周。

洪麗君(2016)。經濟風靡全台-日本 BYO 株式會社「驚克米」搶攻你的味蕾。料理.台灣雜誌，29。

奇摩新聞。2014年10月21日，取自 <http://bit.ly/1kEvzhF>

愛評網。2014年9月30日，取自 <http://bit.ly/1kEtW3h>

樂時尚網。2015年6月26日，取自 <http://bit.ly/1P4cfqG>

奇摩新聞。2015年4月5日，取自 <http://bit.ly/1SfZ5oT>

附錄一：對於阿朗基主題餐廳喜好程度之間卷調查

親愛的高中生您好：

我們是新竹市光復中學幼兒保育學程的學生，我們想藉由此份問卷了解高中生對於阿朗基主題餐廳的喜好程度，希望能借用您幾分鐘寶貴的時間協助我們完成這份調查表，此份問卷採不記名方式，純屬研究之用，無商業用途，請放心填寫，謝謝您！

新竹市光復中學幼兒保育學程學生：何姿瑩、鍾靜佳、蔡絮綦 敬上
指導老師：古孟玲 敬上

壹、基本資料：

一、性別：男 女 二、學校：公立 私立

貳、研究主題問卷：

一、請問您知道阿朗基的起源嗎？ 知道 不知道

二、請問您去過幾次阿朗基主題餐廳？ 一到二次 三到五次 五次以上

三、請問您如何得知此家餐廳？(可複選)

「食」在好可愛

親朋好友介紹 隨意經過遇到 網路 新聞報章雜誌 其他：_____

四、請問您選擇這家餐廳用餐的原因為？(可複選)

食物造型可愛 裝潢可愛 氣氛佳 服務品質優良 食物美味 其他：_____

五、請問您常和誰一起去阿朗基餐廳用餐？(可複選) 家人 同學 情人 其他：_____

六、請問您多久去阿朗基餐廳一次？ 每星期 每個月 每半年 每一年 不一定

七、請問您有收集阿朗基的相關產品嗎？ 有 沒有

*****問卷到此結束，感謝您的填寫，敬祝學業進步、和樂平安*****

附錄二：訪談阿朗基主題餐廳店長相關問題逐字稿

✦小論文題目：「食」在好可愛

✦訪談日期：105年2月2日(二) ✦訪談地點：新竹市文化街16號2F(阿朗基餐廳)

✦訪談學生：何姿瑩、鍾靜佳、蔡絮綦 ✦訪談資源：手機錄音、紙筆紀錄、手機拍照

✦指導老師：古孟玲

一、請問阿朗基主題餐廳的源起？

它是從日本大阪過來的。

二、了解阿朗基主題餐廳的行銷方式

(一)、請問您為什麼會想用阿朗基作為餐廳的主題？

因為現在很流行就是那種可愛的圖案，然後就想說作成那種餐點這樣(註1)。

(二)、選擇在新竹開店的原因是什麼？

因為新竹沒有，之前都是台北、北區才有，然後現在有擴點到桃園、台南這樣子(註2)。

(三)、請問主題餐廳的行銷方式是什麼？會不會有搭配節日的促銷之類的？

行銷方式就是沒有收服務費(註3)。

沒有耶，只有那種蛋糕組合餐，是餐點的促銷(註4)。那生日壽星，當天壽星可以打……當天的話是九折(註5)。出示證件就可以。

(四)、請問在經營本店時，有沒有遇到什麼困難及瓶頸？如何應變？

瓶頸……就是可能會有那種淡旺季，冬天的話就是客人比較少(註6)。

如何應變……就是可能會想一些促銷的方式吧(註7)。

(五)、請問在餐點方面有期待如何再創新嗎？

創新的話，我們因為那邊都是台北總公司他們研發的(註8)，所以就是陸續都會推出，然後蛋糕幾乎都……蛋糕會有新的。餐點也會有，就是我們有一直在改良(註9)，就是看能不能符合大眾。

(六)、請問本店及其他分店有什麼不同的地方？店面較小會不會導致顧客要排隊等候？

就每家店都有不同的風格(註10)，那像台北那邊就會有包廂式的，那我們這邊就是希望就是沙發，讓顧客坐起來比較舒服(註11)。我們這邊可以採預約的方式(註12)，還好。

三、調查新竹市高中生對於阿朗基主題餐廳的喜好程度

(一)、請問店內顧客的年齡層大約在多少？最受高中生歡迎的餐點為哪樣？覺得受歡迎原因是什麼？學生為什麼喜歡來這邊吃飯？是因為很可愛的關係嗎？哪裡是高中生最愛拍照的地方？

約是在高中生、大學生，也有家庭(註13)，因為家庭都會帶小朋友過來，因為這裡是可愛的，對。應該是義大利麵，白醬義大利麵。學生好像都比較喜歡吃白醬口味的，然後還有三明治，德國豬腳三明治(註14)。

(二)、請問店內有沒有哪些周邊商品吸引高中生？

商品嗎……就是都在前面那邊(店門口旁的商品展示區)，對阿就是文具阿、或是手提袋那種，高中生平常喜歡的(註15)。

(三)、請問現在有許多主題餐廳的開設，如何避免流失顧客？未來打算以什麼樣的方式經營本店？未來會不會增加一些本店特色、設施、餐點吸引更多的高中生消費？

我覺得服務態度很重要(註16)，對員工要求是希望可以親和力一點，遇到難搞的客人就店長要來。什麼樣的方式……就是……希望一樣維持現狀阿(註17)。

會阿，都一直都有在那個持續的改良(註18)。