

投稿類別：觀光餐旅類

篇名：

霍格華茲裡的冰品店-台中宮原眼科消費者滿意度之探討

作者：

周沂蓁。私立葳格高級中學。觀光二乙
李品誼。私立葳格高級中學。觀光二乙
林怡萱。私立葳格高級中學。觀光二乙

指導老師：

林于安 老師

壹●前言

一、研究動機

近幾年來，休閒觀光已經成為現代人不可或缺的一部分，台中是五都之一，很多人都選擇來台中觀光。宮原眼科是台中的新興地標，大部分的人都會以為是眼科還是醫院，沒錯它曾經是間眼科。在台中火車站附近，有間店總是大排長龍，它的特殊日治建築外觀讓本組注意到，看到裡面的空間設計感覺好像來到哈利波特裡的霍格華茲，重點是那些豐富多樣口味的冰淇淋更吸引本組，本研究很好奇宮原眼科背後創業的改變故事以及是什麼原因讓它人潮不斷成為知名景點。

二、研究目的

- (一)認識宮原眼科的起源與歷史。
- (二)分析台中市知名冰品店比較。
- (三)探討消費者對宮原眼科的滿意度。
- (四)探討消費者前往宮原眼科的主要目的。

三、研究方法

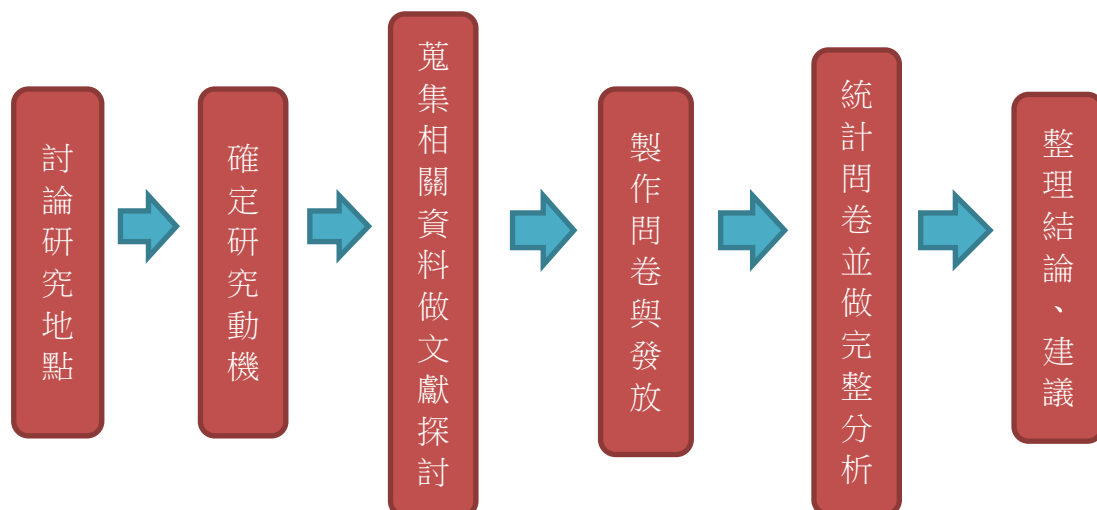
(一)文獻分析法

運用網路資訊蒐集宮原眼科的相關資料，並加以統整。

(二)問卷調查法

實際前往宮原眼科發放問卷，採不記名方式，並且當場回收。

四、研究流程(自製)



貳●正文

一、餐飲業的定義

『在特定場所提供餐食、點心、飲料，俾使招徠的客人得到充分休息而且能夠恢復精神(Google, 2011)。』雖然說飲食是人類基本需求，但隨著時代進步，越來越多人不是只追求吃的飽，而是吃的好、吃的精緻、吃的健康，於是台灣的餐飲業越來越走向多元化，每家餐廳也隨著顧客需求有不一樣的改變，消費者也依照自己喜歡的用餐方式、餐點特色去做選擇，滿足自己並得到身體所需的能量。

二、宮原眼科的歷史

『據說，台中人現在都流行看眼科，宮原眼科可說是對台中的文創跟餐飲業者投下強烈的震撼彈(里維, 2013)。』宮原眼科原名為宮原武雄氏眼科醫院，創立於 1927 年日治時期，是當時台中市最大規模的醫院，創辦人為日籍醫師宮原武熊，是當時政治及醫界的活躍人士。光復時期曾經為台中市衛生院(今日的台中市衛生局)。1956 年台中市政府為建新衛生大樓，用宮原眼科醫院做為工資抵償，宮原眼科易主。後來數十年，宮原眼科建築歷經 921 地震摧殘、卡玫基颱風肆虐被閒置多年，成為荒涼的破舊老屋。2010 年，台中鳳梨酥名店-日出購入建築，重新整建裝修，內部全部改建，外觀保留部分元素及騎樓，並保留「宮原眼科」招牌，成功改為販售糕點、飲料、甜品等精緻商業空間。

三、宮原眼科簡介

『存舊立新不在凍結時空或保存過去，而在於延續過去，賦予建築物新的生命力(宮原眼科官方網站, 2013)。』在日出集團的努力下，位在綠川東街口的一棟老式的日治時期洋樓建築物恢復了生機，並成為台中必去的景點。宮原眼科最有名的莫過於冰淇淋、宮原珍珠奶茶、以及日出集團的一些周邊伴手禮。獨樹一格的冰品，口味高達 40 幾種，讓遊客排再久也願意。讓人驚嘆的豪華內部裝潢感覺來到哈利波特裡的霍格華茲學院，店裡的每一角都很有特色，在高樓矗立的現代社會，保有過去味道的宮原眼科顯得特別亮眼，新的生命力在台中誕生，不僅為台中注入多元的建築活力，更吸引更多的人潮前往。



圖一▲日治時期的台中衛生院



圖二▲現今的宮原眼科

四、台中知名冰品店比較

比較 項目 商店 名稱	交通	價格	商品特色	缺點
宮原眼科	1.位於台中火車站前面，屬於熱鬧地段。 2.多台公車直接到達方便快捷。	1.單球\$90、雙球\$150、三球裝每球\$75，加甜筒或餅乾\$20 一般消費者較多覺得昂貴。	1.商品選擇性多樣高達 40 幾種。 2.冰淇淋口感綿密不甜膩。	1.沒有提供座位，消費者需站著吃。 2.停車不便。 3.無提供廁所。
豐仁冰 創始店	1.孔廟斜對面，鄰近一中商圈繁華地段。 2.多台公車到達。	1.一碗\$40 平價且美味吸引大多數消費者。	1.現切水果、特製牛奶冰淇淋。 2.古早風味。	1.店內無提供冷氣。 2.停車不便。
東東芋圓	1.大坑圓環附近，不太屬於熱鬧商圈。	1.一碗\$45 屬較平價冰品。	1.手工芋圓 Q 彈有勁。 2.現煮現賣堅持 100%新鮮原味。	1.所在位置較難抵達。 2.較市面冰品小碗。
美村 點頭冰	1.位於美村路上，鄰近勤美附近熱鬧商圈。	1.平均價位 \$40-\$80，屬中價位。	1.現切水果。 2.冰品皆採用自製牛奶雪花冰真材實料，料多味美。	1.店內座位數一位難求。 2.停車不便。
Cold Stone	1.台中各大百貨公司皆有，多屬繁華地帶交通方便。	1.依照經典/自創口味和份量約 \$100-\$220 不等，加美味脆餅 waffle 原味 \$20、巧克力 \$30、原則上加一種配料如需多加料一樣 \$15，屬於高價位。	1 商品多樣，顧客可自行搭配。 2.新鮮手工餅乾以及現做冰淇淋。 3.每種冰淇淋料多實在。	1.多位於百貨公司美食街無自家店面座位，座位常常一位難求。 2.消費者大多覺得商品較甜膩。

資料來源:研究者自行整理

五、問卷分析

本研究以台中宮原眼科之消費者為研究樣本，現場發放問卷並當場回收，總計發出 150 份，無效問卷為 37 份；有效問卷為 113 份，以下是分析問卷的研究結果。

(一)消費者對宮原眼科所處地點交通便利滿意分布圖

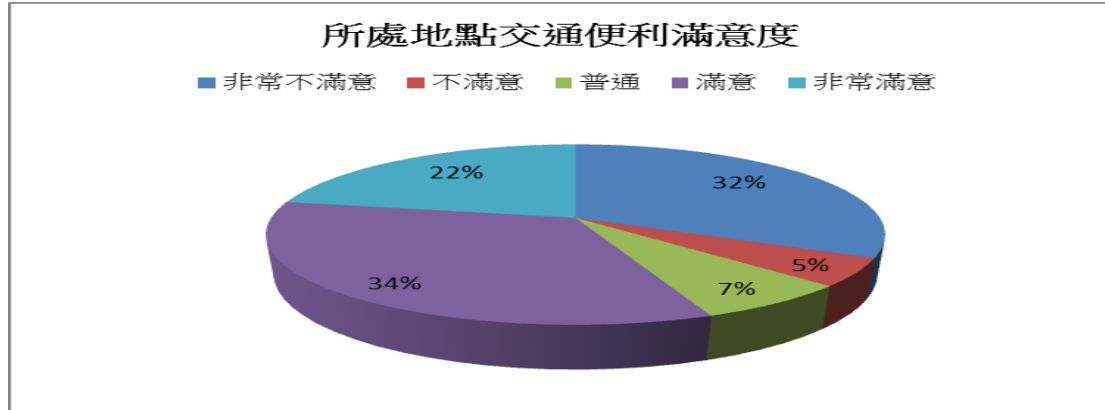


圖 1 所處地點交通便利滿意度

由圖 1 可得知，消費者對這裡的交通便利滿意度『滿意』為最高，佔總樣本的 34%；其次依序為『普通』佔 32%；『非常滿意』佔 22%；『不滿意』佔 7%；最少為『非常不滿意』僅佔 5%。由此可知，消費者覺得交通滿意是因為宮原眼科所在位置距離台中火車站很近，附近也有多台公車可以到達，所以消費者可以很方便的來宮原眼科消費，但停車位置可能不足或較偏離宮原眼科，所以對自行開車及騎乘機車前來的消費者稍嫌不便，附近交通擁擠，消費者須注意行車安全。

(二)消費者對宮原眼科用餐環境舒適整潔滿意度分布圖

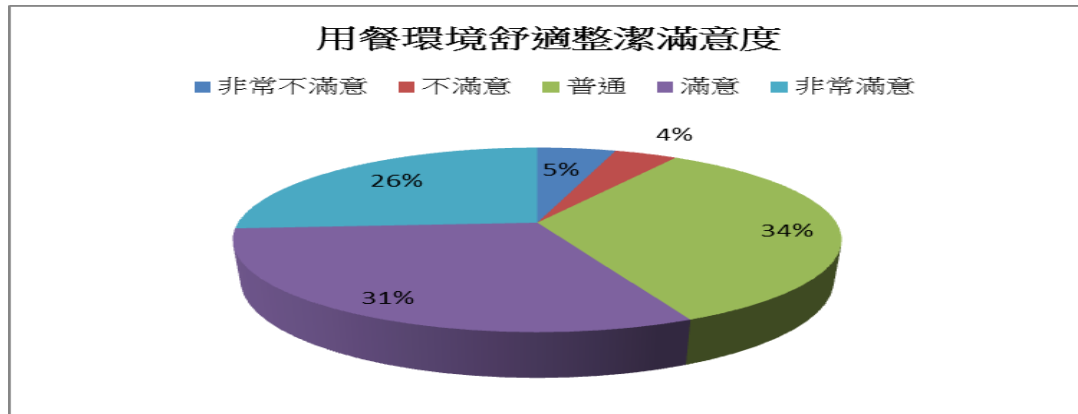


圖 2 用餐環境舒適整潔滿意度

由圖 2 可得知，消費者對這裡的用餐環境舒適整潔滿意度『普通』為最高，佔總樣本的 34%；其次依序為『滿意』佔 31%；『非常滿意』佔 26%；『非常不滿意』佔 5%；最少為『不滿意』僅佔 4%。由上述分析可知，宮原眼科隨時派店員在店外打掃維持整間店的整潔，尤其會特別留意消費者用完餐的狀況，並注意是否有遺留隨身物品或垃圾，留給下一位消費者乾淨的用餐環境。

(三) 消費者對宮原眼科的餐點多樣性滿意度分布圖

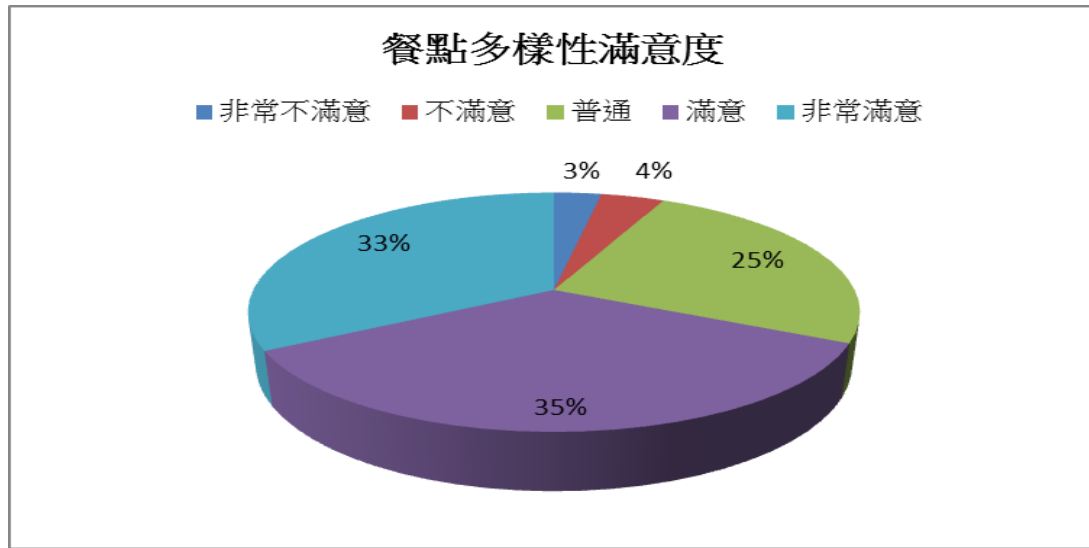


圖 3 餐點多樣性滿意度

由圖 3 可得知，消費者對這裡的餐點多樣性滿意度『滿意』為最高，佔總樣本的 35%；其次依序為『非常滿意』佔 33%；『普通』佔 25%；『不滿意』佔 4%；最少為『非常不滿意』僅佔 3%。由此可得知，宮原眼科在產品創新及多樣化這塊做得很好，產品口味多達四十幾種，並隨時跟進現代人喜愛且易接受的口味潮流，研發更多當季產品，讓消費者能有更多樣性的選擇。

(四) 消費者對宮原眼科建築外觀具有特色滿意度分布圖

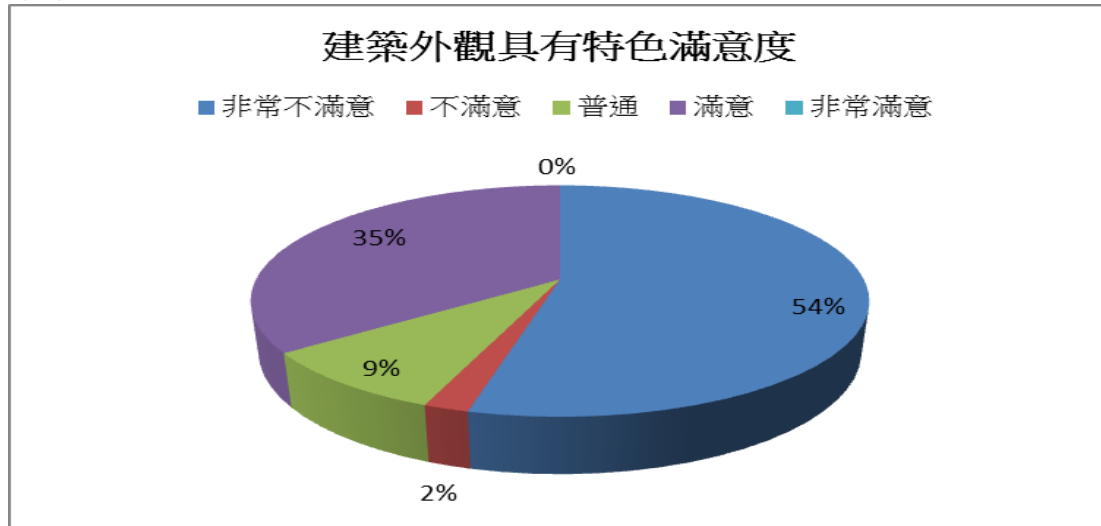


圖 4 建築外觀具有特色滿意度

由圖 4 可得知，消費者對這裡的建築外觀具有特色滿意度『非常滿意』為最高，佔總樣本的 54%；其次依序為『滿意』佔 35%；『普通』佔 9%；『不滿意』佔 2%；最少為『非常不滿意』僅佔 0%。由上述分析推論，宮原眼科建築外觀很有特色，保留當時日治時代建築，又有創新的空間設計。在到處都是高樓大廈的時代，更顯得格外有特色，不只是外來的觀光客，連在地民眾都會特別留意其特色外觀，這也是吸引消費者前來消費的一大特點。

(五) 消費者對宮原眼科的服務人員態度親切滿意度分布圖

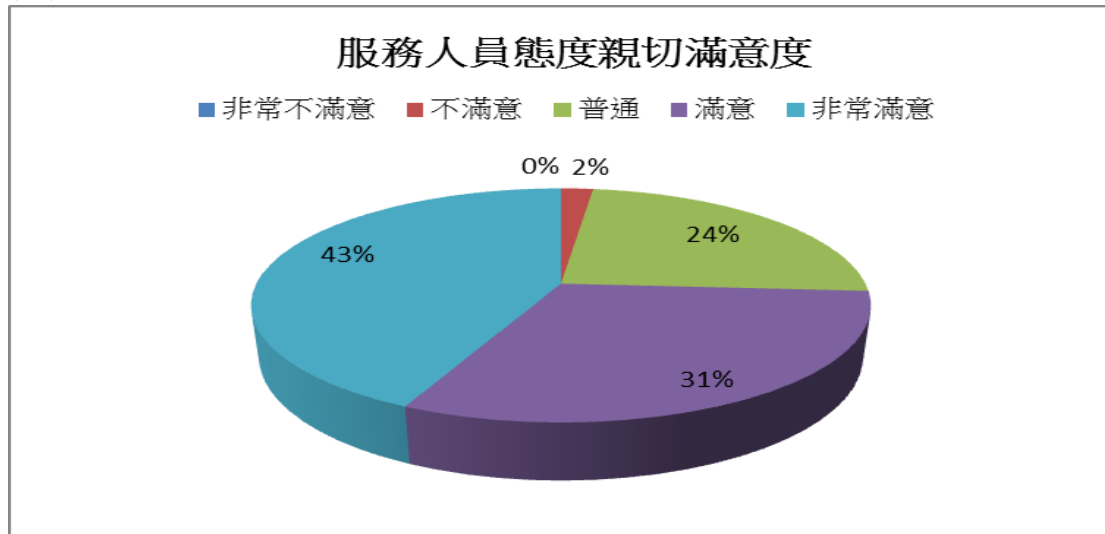


圖 5 服務人員的態度親切滿意度

由圖 5 可得知，消費者對這裡的店內服務人員的態度親切滿意度『非常滿意』為最高，佔總樣本的 43%；其次依序為『滿意』佔 31%；『普通』佔 24%，『不滿意』佔 2%；最少為『非常不滿意』僅佔 0%。本研究根據上述分析推測，宮原眼科服務人員經過一定的專業訓練，主管嚴格的巡視還有標準的作業流程，讓服務人員注意每個服務細節，並且相當親切、誠心的服務待客，讓消費者感覺舒服。

(六) 消費者的年齡比例分布圖

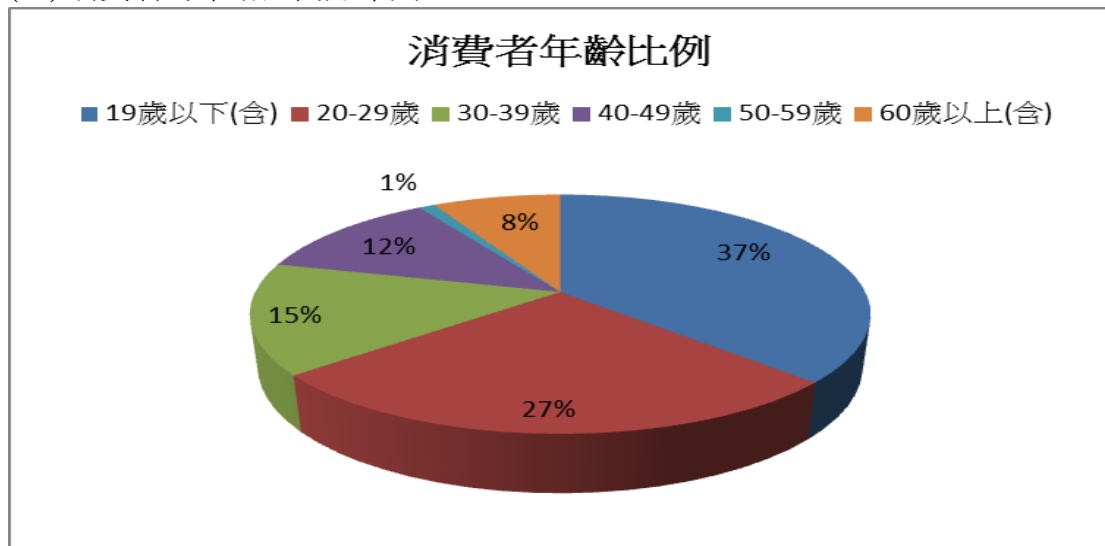


圖 6 消費者年齡比例

由圖 6 可得知，消費者的年齡比例『19 歲以下』為最高，佔總樣本的 37%；其次依序為『20-29 歲』佔 27%；『30-39 歲』佔 15%；『40-49 歲』佔 12%；『60 歲以上(含)』佔 8%；最少為『50-59 歲』僅佔 1%。本研究推論，宮原眼科較吸引年輕族群的喜愛，也是現在青少年常去的景點，相對來說老年人的活動力較低也較不易接受精緻的冰品，所以來此消費的顧客以青少年為多。

(七) 消費者的職業比例分布圖

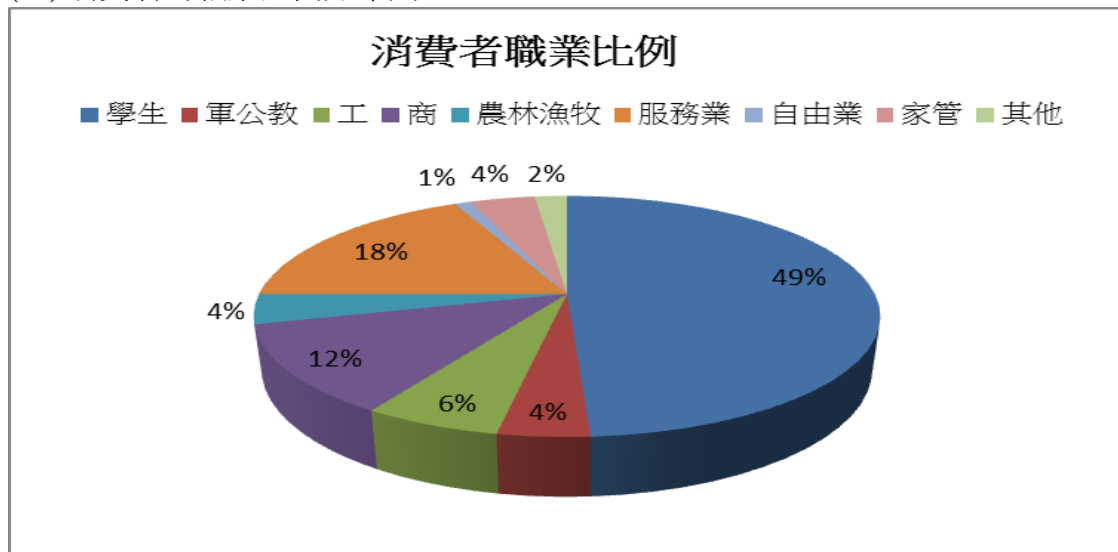


圖 7 消費者職業比例

由圖 7 可得知，消費者的職業比例『學生』為最高，佔總樣本的 49%；其次依序為『服務業』佔 18%；『商』佔 12%；『工』佔 6%；『家管』及『軍公教』還有『農林漁牧』佔 4%；『其他』佔 2%；最少為『自由業』僅佔 1%。由上述統計可知，學生的休閒時間較多，較有空閒來宮原眼科消費；上班族忙於工作，所以宮原眼科主要的客源為學生。但宮原眼科為了方便每個不一樣的客群，目前在網路上也有販售相關產品，非常替消費者著想。

(八) 消費者此次至宮原眼科用餐的動機比例分布圖

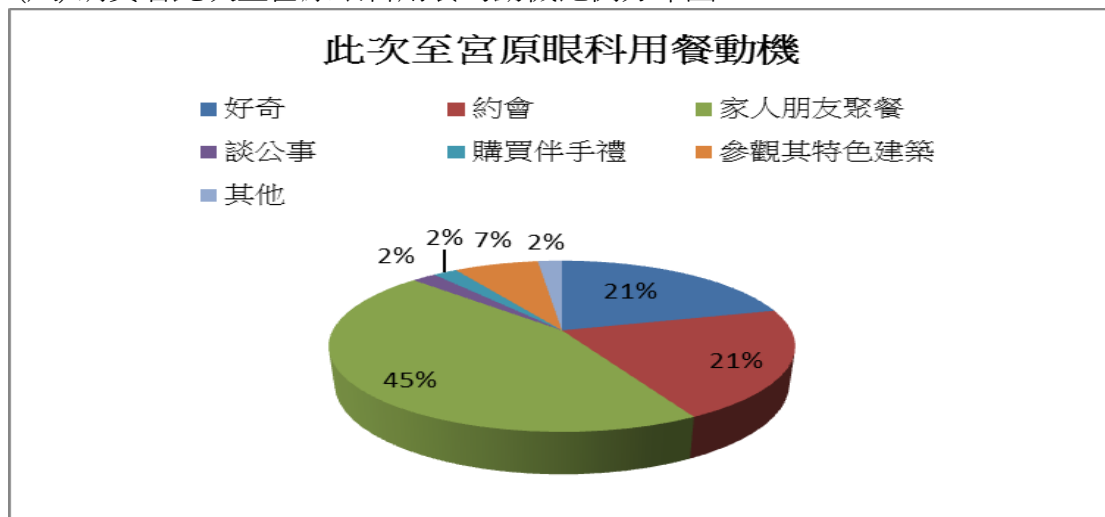


圖 8 消費者此次用餐動機比例

由圖 8 可得知，消費者此次至這裡用餐的動機比例『家人朋友聚餐』為最高，佔總樣本的 45%；其次依序為『約會』及『好奇』佔 21%；『參觀其建築特色』佔 7%；最少為『談公事』及『購買伴手禮』還有『其他』僅佔 2%。本組推論可知，宮原眼科是個適合親朋好友一起輕鬆聚會、享受美食的場所，但由於人群太多太吵雜，也沒有固定座位，比較不適合當洽公的正式談論場合，短時間的逗留或是稍微休息，宮原眼科是個最佳選擇。

參●結論與建議

為了能讓消費者了解宮原眼科如何從破舊老屋變成生機勃勃、人潮眾多的知名景點，所以本研究從各項分析中探討出宮原眼科經營的成功關鍵，以及提出對宮原眼科適當的建議並聽見大多數消費者的心聲，然後改善其各項缺點，希望宮原眼科可以在國際間打響知名度，甚至可以在國際的舞台上發光發熱、發展出店內各特色及魅力，吸引更多消費者前來光顧。

一、研究結論

(一)宮原眼科的餐點價格昂貴以及口味選擇多樣：

就問卷分析調查得知宮原眼科之餐點消費者認為在價格方面還需要調整，宮原眼科主要客群為學生，如果能在價格上面多點小用心或者推出優惠或折價活動，會讓消費者覺得更有消費動力，吸引更多消費者上門。在多樣性這方面很讓消費者開心，數十種的獨特口味讓消費者可以滿足大膽的挑剔胃口。

(二)宮原眼科的服務人員態度和藹可親：

消費者認為宮原眼科的服務人員都能有效處理消費者提出的抱怨事件並且態度得宜禮貌值得讚賞，宮原眼科的名氣已經打響台灣，讓顧客記住的不只是他們的餐點跟建築外觀，每一次的服務、每一次的親切笑容都給消費者很好的印象，畢竟服務業最重要的就是服務態度。

(三)宮原眼科的熱鬧環境以及雍塞的交通：

位在台中市一中商圈附近以及台中火車站附近的宮原眼科，在位置上就贏了一大截，在人潮聚集的地方，宮原眼科更能吸引到大量的消費者，市區內的公車也能直接到達非常便利，但過度擁擠的交通使的自行開車的消費者有停車的困擾。

(四)宮原眼科就性別及年齡總結：

女性消費者和學生一直都是宮原眼科主要的消費客群，甜點一般較吸引女性，通常女性消費者也較常和朋友出門聚會；比較職業，學生空閒時間比一般上班族多，所以能有更多的時間來此消費，如果可以建議宮原眼科可以和學校簽約特約商店，讓學生可以以優惠價格消費，增加與主要客群的互動。

從醫院到廢墟，從廢墟到知名景點，日出集團花了很大的努力改變了宮原眼科的命運。宮原眼科大部分整體營運主要為年輕客群以及外國旅客，店家的所在位置非常好，用心多樣化的冰品口味深受消費者喜愛，加上店內服務人員訓練有素，親切的服務態度、精通英、日語，更擄獲顧客芳心，一家好的餐廳就像宮原眼科一樣，成功為台中帶來話題和商機。

二、研究建議

(一)給相關部門的建議：

對於宮原眼科周邊交通問題之建議，雖然宮原眼科處於熱鬧地段非常吸引消費者注意；但相反的交通上面的困擾就會增加。建議可以在店家附近多增設一些停車格，或者開設專有停車場，並控管附近的民眾交通及公車行駛路線之繁雜問題，避免讓消費者前來用餐時對於停車及交通方面造成極大的困擾。

(二)給店家的建議：

根據本研究發放問卷時發現部分消費者都沒有座位，甚至要到宮原眼科對面的公共區域尋找空位坐下享用餐點，以及店內無衛生間可以解決生理方面需求也是消費者的一大困擾，問卷分析顯示出店家可以恢復桌椅的設置，並且在一樓增設衛生間，提供消費者更舒適便利的用餐空間，也可以達到更完整的服務。

(三)給消費者的建議：

因應環保問題，希望消費者用完餐不要將其製造的垃圾隨意丟棄於附近的公共區域導致周遭環境髒亂，也期望消費者於點餐前先決定好享用的餐點避免因思考點餐內容而延誤後面客人的點餐時間，也方便點餐人員能有效快速的服務，消費者在店內也要盡量注意談話音量以保持店內良好的用餐品質。

在台中已經很有知名度的宮原眼科，整體來說消費者都很滿意，但如果宮原眼科能聽聽部分消費者的意見，在價格、廁所、停車方面加以改善，會更受消費者歡迎。本研究建議能在市場行銷部分多利用媒體資源或宣傳單讓更多人知道，因為大部分的消費者都是從朋友口中知道的，如果宮原眼科在這幾年來持續推動改善小方面缺點，相信不只是在台灣發光發熱，以後也可能往國際連鎖發展，在國際舞台上展現台灣。

肆●引註資料

里維(2013)。旅行中的小奢華。台灣：時報文化。

楊清田 (2013)。藝術欣賞 2013 夏季號第 59 期。台北：國立台灣藝術大學。
餐飲業的定義。(檢索日期：2014/7/27)

<http://w3.tps.h.tp.edu.tw/organization/shcool/intro1/workinrto/001/005/a103/11.htm>

宮原眼科景點介紹-旅遊資訊王。(檢索日期：2014/8/1)

<http://travel.network.com.tw/tourguide/point/showpage/104859.html>

宮原眼科-四方通行。(檢索日期：2014/8/1)

<http://guide.easytravel.com.tw/scenic/19021>

[台中市]原宮原武雄氏醫院-樂多日誌。(檢索日期：2014/8/1)

<http://blog.roodo.com/coolfu/archives/6828311.html>

七十年老店-豐仁冰創始店。(檢索日期：2014/8/1)

<http://0422245083.tw.tranews.com/>

宮原眼科 miyahara。(檢索日期：2014/8/1)

<http://www.miyahara.com.tw/index.html>

東東芋園-since1995 手路冰專賣大坑名產。(檢索日期：2014/8/1)

http://www.don-don.com.tw/dondon_scenic.html

COLD STONE CREAMERY TAIWAN 酷聖石冰淇淋。(檢索日期：2014/8/2)

http://www.coldstone.com.tw/05_events.asp

台中美村點頭冰@愛吃鬼芸芸 愛旅遊::痞客邦 PIXNET::。(檢索日期：2014/8/2)

[http://anise.pixnet.net/blog/post/41323852-](http://anise.pixnet.net/blog/post/41323852-%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E5%BC%8E%E7%BE%8E%E6%9D%91%E9%BB%9E%E9%A0%AD%E5%86%B0)

<http://anise.pixnet.net/blog/post/41323852-%E5%8F%B0%E4%B8%AD%E5%BC%8E%E7%BE%8E%E6%9D%91%E9%BB%9E%E9%A0%AD%E5%86%B0>