

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 15 日現在

機関番号：32506

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2015～2016

課題番号：15H06574

研究課題名（和文）サービス・エンカウンターにおける顧客の行動変容に関する研究

研究課題名（英文）Customer's Behaviour Modification in Service Encounters

研究代表者

上元 亘（Uemoto, Wataru）

麗澤大学・経済学部・助教

研究者番号：50759595

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,100,000円

研究成果の概要（和文）：これまでに顧客がどのようにして規範逸脱行動を修正するのかについてはほとんど関心が払われてこなかった。その結果として、そうした顧客マネジメントの諸方策の有効性や顧客の逸脱修正行動が明らかにされてこなかった。本研究では顧客の逸脱修正行動に与える多様な要素とトリガーが明らかとなった。調査結果によると、顧客の逸脱修正行動に与える2つの主要な要素が発見されるとともに、顧客の逸脱修正行動を引き起こす7つのトリガーが発見された。これらの結果からは、顧客の規範逸脱行動が持つ好ましい側面と、サービスの場における顧客マネジメントの方策は限定的であることが明らかとなった。

研究成果の概要（英文）：Although some prior researches suggested some customer management tactics in service settings, researchers have paid little attention to how customers modify their dysfunctional behaviours. Consequently, validity of customer management tactics and possibility of other customers' contribution for modifying dysfunctional behaviour have not yet been revealed. This revealed a wide variety of elements and triggers which affect the modification of dysfunctional customer behaviour. According to the research findings, two major elements are identified and interactions with unknown other customers particularly may have a strong impact on behaviour modification. Furthermore, seven triggers for customer behaviour modification were exploited. Results reveal the positive aspects of the negative phenomenon of dysfunctional customer behaviour in service settings and limited effectiveness of customer management tactics in service settings.

研究分野：サービス・マーケティング

キーワード：逸脱修正行動 顧客マネジメント サービス・マーケティング

1. 研究開始当初の背景

申請者はこれまで、サービス・マーケティングに関する研究を中心に実施してきた。サービス消費における顧客の規範逸脱行動は、同じ場に存在する他の顧客に悪影響を与えたり、サービスの生産や提供を阻害することから解決されなければならない課題と考えられ研究が進められてきた。ところが、そうした顧客の規範逸脱行動に関する一連の研究は、顧客の規範逸脱行動が他の顧客やサービス提供者に与える影響について研究上の関心が集められてきたいっぽうで、企業がそうした顧客の規範逸脱行動を改めさせるための方策や、顧客の規範逸脱行動が改まる要因については検討されてこなかった。

企業によるサービス提供の現場を見ると、そうした顧客の規範逸脱行動を改めさせるためのマネジメントの重要性が理解できる。例えば鉄道会社、テーマパーク、映画館、スポーツ施設などでは利用者にルールや規則を守らせるよう注意書きやアナウンスなどで注意喚起を行っている。また、近年ではSNSを通じてサービスの場における顧客の規範逸脱行動が広く社会一般に拡散し企業の適切な対応が求められるようになった。

顧客の規範逸脱行動の修正（以下、逸脱修正行動）を明らかにすることは理論的にも実務的にも意義のあることであると考えられた。

2. 研究の目的

これまでのサービス・マーケティング研究では明らかとされていなかった、サービスの場における顧客の逸脱修正行動を解明することを目的とした。つまり、小売店舗やレストラン、映画館や乗り物といったサービスが提供され消費される場において顧客がサービスの生産に何らかの好ましくない影響を与える行動を規範逸脱行動とし、そうした規範逸脱行動を顧客自身がいつどういった局面で、何あるいは誰によって修正されるのかに関する知見である。

3. 研究の方法

本研究は、文献レビュー及び質問紙における自由記述データの解釈による定性的調査を実施した。文献レビューは、サービス・マーケティングに関する先行研究の中でも顧客の規範逸脱行動に関する研究のみならず、顧客の規範逸脱行動が考察されている顧客間相互作用研究や社会心理学などを広くレビューした。

質問紙における自由記述データの解釈による定性的調査は、文献レビューにおいて顧客の逸脱修正行動に関する知見が存在せず、社会心理学や学習心理学から援用できると考えられる知見が無かったため、顧客の逸脱修正がいつどういった局面で、何あるいは誰によって修正されるのかを探索的に明らかにするために実施した。収集したデータは、質的内容分析によってコーディング及び解釈し、妥当性を高められる手続きを行った。

4. 研究成果

◆サービスにおける顧客間相互作用と顧客行動との関係に関する研究

本研究は、サービスにおける顧客の規範逸脱行動が顧客間相互作用によっても生じる可能性が顧客間相互作用研究の文献レビューを通じて示唆されたことから、サービスの場における顧客間相互作用と顧客行動との関係の可能性に関する文献レビューを実施した。

サービス研究のみならず社会心理学における知見を取り入れることで、サービスの場において顧客が他の顧客と行動を同調させるか、または逸脱させるかといった同調・逸脱行動に影響を与える要素を明らかにした。それらは、年齢や個人主義の程度といった①顧客属性、結果の不確実性や知識・技術、状況への適応性といった②購買環境、そして他の顧客に対する好意や類似性といった③顧客間関係性であり、サービスの場における顧客の規範逸脱行動や今後のサービス・マーケティング研究に対する新たな可能性を示唆した。この研究は、査読無の国内雑誌に掲載された。

◆サービスにおける顧客間相互作用と顧客行動との関係に関する研究

本研究は、サービスにおける顧客の逸脱修正行動を明らかにした研究である。企業によってサービスが提供され消費されるサービスの場は、サービスの便益を受けるために顧客の自由が侵害されるような局面が存在する。そうして自由が侵害されると、人は侵害された自由を取り戻すべく動機付けられることがあり、サービスの場は顧客の規範逸脱行動を引き起こしやすい場であると考えられる。先行研究における顧客の規範逸脱行動

には、従業員や他の顧客への暴言、暴力、故意のルール違反、そして万引きなどが取り扱われてきた。

先行研究ではこうした顧客の規範逸脱行動への対処として、顧客接点従業員の対応策であったり、サービス・マネージャーの基本原則などが取り上げられているが、こうした従業員であったり企業の対応策がどういった形で顧客の逸脱修正行動に影響を与えるかについては検証されていない。本研究では、サービスの場における顧客行動に影響を与える要素が多様であることに着目し、どういった要素がサービスの場における顧客の逸脱修正行動に影響を与えるか、そしてどういった要因がサービスの場における顧客の逸脱修正に影響を与えるかの2つを調査課題として定性的調査を実施した。

定性的調査は、インターネット上で過去3ヶ月の間にサービスの場において規範逸脱行動を修正したことを自覚している20歳から69歳までの男女に対し、自由記述で回答することを要請した。結果として集められた44の有効回答を質的内容分析によって分析し得られた知見をインプリケーションとした。

まず、サービスの場における顧客の逸脱修正行動に影響を与える要素は、表1のように、他の顧客と従業員に大別されるとともに、他の顧客は見ず知らずの他者と同伴者に、従業員は顧客接点の従業員とマネージャーの2つに大別されることが明らかとなった(表1)。特にこの中でも、見ず知らずの他者が与える影響が最も大きいと考えられることが分かった。

他の顧客		従業員	
見ず知らずの他者	18	顧客接点の従業員	8
同伴者	13	マネージャー	5

表1. 顧客の逸脱修正行動に与える要素とその数

次に、サービスの場における顧客の逸脱修正に影響を与える要因を分析したところ、7つの逸脱修正トリガーが発見された。それらは、他の顧客の規範逸脱行動、他の顧客の規範遵守行動、他の顧客の負の反応、他の顧客からのアドバイス、従業員譲歩、従業員注意、従業員疲労である(表2)。

トリガー種類	説明
他の顧客の規範逸脱行動	他の顧客の規範逸脱行動を悪しき見本として観察
他の顧客の規範遵守行動	他の顧客の望ましい行動を学習
他の顧客の負の反応	他の顧客の困惑/戸惑った様子を観察
他の顧客からのアドバイス	他の顧客からの望ましい行動のアドバイス
従業員譲歩	顧客の行動を尊重する従業員の行動
従業員注意	逸脱行動をしないよう要求する従業員の行動
従業員疲労	従業員の疲れ果てた/惨めな姿の観察

表2. 逸脱修正トリガー

この研究によるインプリケーションは3つある。1つは、サービスの場における顧客の規範逸脱行動は修正され得ることで、それらは多様なトリガーによって引き起こされることを明らかにした。2つ目に、サービスの場における顧客の規範逸脱行動は、他者の逸脱修正行動に影響を与えることから、顧客の規範逸脱行動が持つ好ましい側面が明らかとなった。3つ目に、サービスの場における顧客行動に影響を与える要素として、他の顧客の重要性の高さが示唆された。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計1件)

① 上元 亘、「サービスにおける顧客間相互作用と顧客行動との関係に関する調査諸課題の検討」、Open Journal of Marketing、私的市場戦略研究室、査読無、平成28.1、pp. 1-17

[学会発表] (計1件)

① Uemoto, Wataru, “Exploiting Triggers for Consumer Behaviour Modification,” 26th Annual RESER (The European Association for Research on Services)

Conference

6. 研究組織

(1) 研究代表者

上元 亘 (UEMOTO, Wataru)

麗澤大学・経済学部・助教

研究者番号：50759595