

令和 5 年 5 月 31 日現在

機関番号：32702

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2019～2022

課題番号：19K01949

研究課題名（和文）企業成果をドライブする現場従業員のクリエイティビティの再定位

研究課題名（英文）Realigning the creativity of frontline employees to drive business performance

研究代表者

藤井 誠（Fujii, Makoto）

神奈川大学・経済学部・准教授

研究者番号：50779725

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,300,000円

研究成果の概要（和文）：本研究の目的は、サービス組織の現場従業員におけるクリエイティビティとその規定因、成果との関係を概念化し、特に顧客満足との関係について実証研究を通じて明らかにすることである。調査会社のモニターを対象に、ヘアサロンをコンテクストとする場面想定法実験を実施した結果、初回利用の場合、現場従業員のクリエイティビティは顧客満足を低下させることが明らかになった。また、金融機関の現場従業員と顧客を対象に質問紙調査を行った結果、情緒的信頼と顧客の要求水準はクリエイティビティと顧客満足の関係をそれぞれ調整していたことが明らかになった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

サービス組織の現場従業員のクリエイティビティは、顧客の潜在ニーズを識別し、顧客の要求や期待を満たすべく新しく有用なアイデアを生成することで、顧客満足をもたらすものと考えられてきた。しかしながら、サービス組織の現場従業員のクリエイティビティと顧客満足の関係を実証した研究は比較的限られていた。本研究は、現場従業員のクリエイティビティが顧客満足に負の影響を与える状況を実証的に明らかにした点で学術的意義があると考えられる。

研究成果の概要（英文）：The purpose of this study is to conceptualize the relationship between creativity, its antecedents, and consequences among frontline employees in service organizations and, in particular, to empirically investigate the relationship between creativity and customer satisfaction. The results of a hypothetical online experiment in the context of a hair salon indicated that the creativity of FLEs negatively influence customer satisfaction for a first-time customer. Moreover, the results of statistical analysis indicated that affective trust and customer demandingness moderated the relationship between creativity and customer satisfaction, respectively.

研究分野：マーケティング論

キーワード：クリエイティビティ サービス・マーケティング 顧客満足 現場従業員

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

AI やロボットなどの発展による労働者の代替性が危惧される中で、サービス組織の現場従業員のクリエイティビティは競合企業との差別化の源泉になりえるとして、注目されつつある。サービス組織の現場従業員は顧客に向けたサービスと組織内でのそれぞれの局面においてクリエイティビティが発揮されるにもかかわらず、一部の研究を除くと (Madjar & Ortiz-Walters, 2008), クリエイティビティ概念を 2 つに弁別した上で先行要因と結果との関係について包括的に検証した研究は限られていた。

2. 研究の目的

本研究の目的は、サービス組織の現場従業員におけるクリエイティビティとその規定因、成果との関係を概念化し、特に顧客満足との関係について実証研究を通じて明らかにすることである。

3. 研究の方法

(1) Web of Science を用いて、現場従業員のクリエイティビティと顧客満足の関係に関する文献レビューを実施した (検索期間: 1993 年-2021 年)。

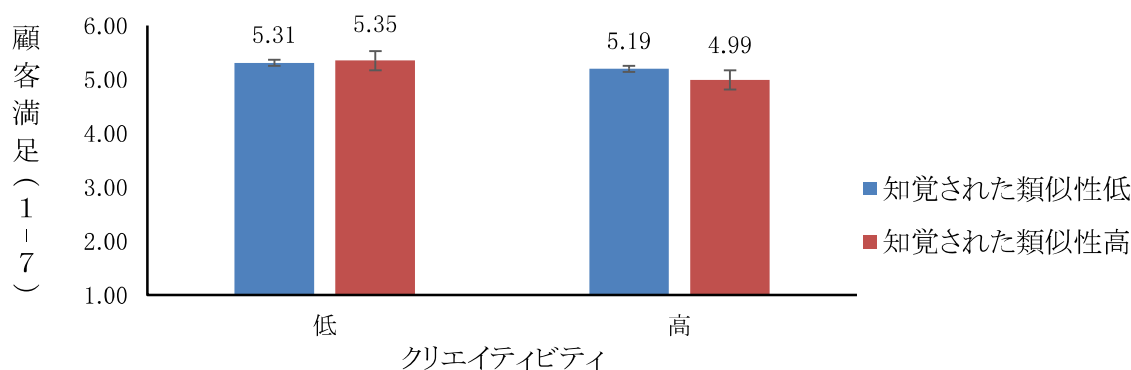
(2) 調査会社のモニターを対象に、ヘアサロンをコンテクストとする場面想定法実験を実施した (n=600)。

(3) 信用金庫 1 社における渉外担当者と顧客を対象に、質問紙調査を実施した (渉外担当者: n=178, 顧客: n=1424)。

4. 研究成果

(1) 現場従業員のクリエイティビティと顧客満足の関係に関する文献レビューを実施した結果、分析結果のみを見ると、現場従業員のクリエイティビティと顧客満足は正の関係にあるという仮説が実証的に支持されてきた。しかしながら、詳細な文献レビューを通じて、いくつかの先行研究の分析結果は必ずしも頑健ではない可能性が示唆された。

(2) 二元配置分散分析の結果、初回利用の場合、現場従業員のクリエイティビティは顧客満足を低下させることが明らかになった。また、知覚された類似性は現場従業員のクリエイティビティの負の影響を緩和させるという仮説は支持されなかった。



注: 図中のエラーバーは標準誤差 (± 1 SE) を表す。

図 1 二元配置分散分析の結果

(3)共同研究契約に基づき、同金庫に対して研究成果報告を実施した。階層的重回帰分析の結果、情緒的信頼と顧客の要求水準はクリエイティビティと顧客満足の間をそれぞれ調整していた。

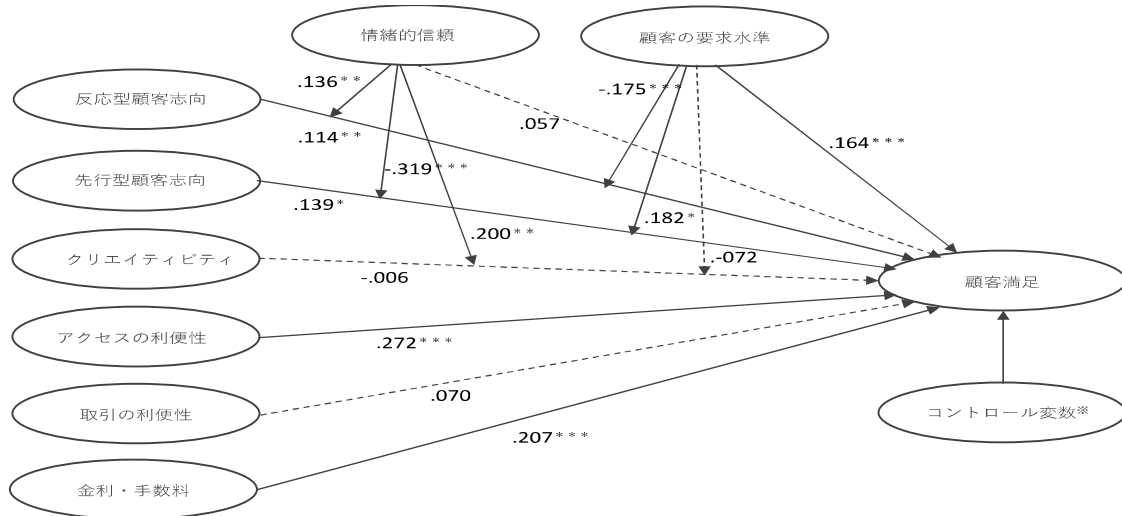


図2 階層的重回帰分析の結果

参考文献

Madjar, N., and Ortiz-Walters, R. (2008), "Customers as contributors and reliable evaluators of creativity in the service industry," *Journal of Organizational Behavior*, 29 (7), pp. 949-966.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計15件（うち査読付論文 1件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 7件）

1. 著者名 松田温郎・山崎万緋	4. 巻 69
2. 論文標題 地方都市の商業集積を対象にした多様性評価モデルの追試研究	5. 発行年 2023年
3. 雑誌名 西南学院大学商学論集	6. 最初と最後の頁 83-104
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 松田温郎	4. 巻 1
2. 論文標題 解説および書評：新島裕基（2021）「商店街のコミュニティ対応とその評価：地域商店街活性化法の認定事例を対象にした計量テキスト分析	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 中小企業季報	6. 最初と最後の頁 38-41
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 藤井誠・関隆教	4. 巻 41
2. 論文標題 サービス組織の現場従業員のクリエイティビティが顧客満足に与える負の影響の検討ー初回利用の状況に着目してー	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 マーケティングジャーナル	6. 最初と最後の頁 72～84
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） 10.7222/marketing.2022.001	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 藤井誠	4. 巻 57
2. 論文標題 サービス組織の現場従業員のクリエイティビティと顧客満足の関係に関する文献レビュー	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 商経論叢	6. 最初と最後の頁 329-347
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 2092
2. 論文標題 気鋭の経済論点：八百屋が実践する最先端の経営学 繁盛店の秘訣は「5原則」	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 日経ビジネス	6. 最初と最後の頁 80-81
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 関隆教	4. 巻 43
2. 論文標題 内発的モチベーションと創造的な取り組みに対する外的報酬が営業担当者のクリエイティビティに及ぼす影響	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 広島経済大学経済研究論集	6. 最初と最後の頁 13-29
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 関隆教	4. 巻 43
2. 論文標題 営業におけるクリエイティビティとルーティン化の関係 - 外的報酬による調整効果の検討 -	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 広島経済大学経済研究論集	6. 最初と最後の頁 53-66
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 75
2. 論文標題 小売店訪問：moritani	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 果実日本	6. 最初と最後の頁 5-7
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 関隆教	4. 巻 42
2. 論文標題 組織のサポートと仕事の自律性が営業担当者のクリエイティビティに与える影響	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 広島経済大学経済研究論集	6. 最初と最後の頁 29-42
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている (また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 角谷嘉則・松田温郎・新島祐基	4. 巻 68
2. 論文標題 商店街における防火建築帯の整備に関する探索的調査：全国10事例の実態調査と老朽化の対応について	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 山口経済学雑誌	6. 最初と最後の頁 -
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 73
2. 論文標題 商品売り切る技術	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 果実日本	6. 最初と最後の頁 66-69
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 74
2. 論文標題 品揃えの調整を意図した販売技術の選択	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 果実日本	6. 最初と最後の頁 76-79
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 3
2. 論文標題 解説および書評：二宮麻里・瀧満久（2019）「独立零細小売商による経験価値の提供」	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 中小企業季報	6. 最初と最後の頁 41-43
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 75
2. 論文標題 品揃えのマネジメント	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 果実日本	6. 最初と最後の頁 70-73
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 松田温郎	4. 巻 76
2. 論文標題 小売店訪問：フルーツのしまだ	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 果実日本	6. 最初と最後の頁 5-8
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計5件（うち招待講演 0件／うち国際学会 0件）

1. 発表者名 松田温郎
2. 発表標題 近隣の小売商店に見出すエフェクチュエーションの実践：街の繁盛店は何をしているか
3. 学会等名 日本マーケティング学会第12回エフェクチュエーション研究報告会（オンライン）
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 藤井誠・関隆教
2. 発表標題 サービス組織における現場従業員のクリエイティビティが顧客満足に与える影響 知覚された類似性の調整効果の検証
3. 学会等名 日本商業学会第70回全国研究大会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 松田温郎
2. 発表標題 零細小売商の相対的生産性と市場成長率について
3. 学会等名 第75回実践経営学会関西支部会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 松田温郎
2. 発表標題 地域商業の現場でつくられる研究者像とその効果について
3. 学会等名 日本商業学会関西部会4月例会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 渡邊孝一郎・松田温郎
2. 発表標題 地域商業者の経営意識に基づく品揃え物の構想について
3. 学会等名 日本商業学会九州部会4月例会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計1件

1. 著者名 永田 素彦、高瀬 進、川村 尚也（監訳）松田温郎第9章訳	4. 発行年 2021年
2. 出版社 碩学舎	5. 総ページ数 313
3. 書名 実践アクションリサーチ-自分自身の組織を変える	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分担者	関 隆教 (Seki Takanori) (90825936)	広島経済大学・メディアビジネス学部・准教授 (35402)	
研究 分担者	松田 温郎 (Matuda Atsuro) (60632693)	西南学院大学・商学部・教授 (37105)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------