

令和元年6月3日現在

機関番号：14501

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K17194

研究課題名(和文) 退出段階の顧客接点におけるwaitingと技術受容性、満足に関する実証研究

研究課題名(英文) Technology acceptance and customer satisfaction in exit stage service operations

研究代表者

森村 文一 (Morimura, Fumikazu)

神戸大学・経営学研究科・准教授

研究者番号：80582527

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,500,000円

研究成果の概要(和文)：この研究では、次の成果が得られた。1つ目は、サービス利用までの待ちの中で知覚する、従業員の不正な対応はサービスの魅力を著しく下げ、満足度を下げる。そして、他の選択肢としての技術的なサービスに顧客が高い期待を持つとき、この負の影響が大きいことが分かった。2つ目は、サービスデザインによって、顧客が技術的なサービスを使うに至るメカニズムが異なる。特に機能などを絞ったサービスでは、顧客が知識を持っている場合、リスク知覚が採用を妨げることが分かった。この研究全体を通して、1)従業員と技術の役割、2)顧客の特性や役割、3)サービスの機能やパフォーマンスの範囲、を包括的に考える方法を提示することができた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

サービスに技術を導入し、オペレーションや人的資源を最適化し、生産性と顧客満足度を向上させることはサービスマネジメントの研究と実務において大きな関心事である。これについて本研究は次の意義を持つ。1つ目は、従業員の不正な対応がサービスに感じる魅力を下げ、結果として顧客満足度が下がることを明らかにしたことである。加えて、この負の影響は、顧客が技術サービスに期待する場合、大きくなることを示した。2つ目は、サービスデザインによって、技術サービスの採用に至るメカニズムが異なることを発見したことである。サービスの機能やパフォーマンスを顧客ニーズに合わせた場合、技術サービスによりリスクを感じることを示した。

研究成果の概要(英文)：This research provides the knowledge as followings. First, while customers wait for services, their perception of unfairness from service employees decreases the attractiveness of services and their satisfaction. In addition, this research also found that this negative effect become strong when customers have high expectation for alternative service. In conclusion, service firms should install technologies to optimise resources to solve it. Second, this research investigated that different service designs provide different customer mechanisms of using technology-mediated services. Currently, customer demands become more complex and service firms face resource constraint situations. Thus, it is necessary to challenge to maximise customer satisfaction by developing services focusing on core functions and optimal performances for customer actual needs. This research found that especially in frugal services, customers perceive more risks which reduce their intention to adopt services.

研究分野：マーケティング

キーワード：サービスオペレーション サービスデザイン 技術仲介サービス 技術受容 イノベーションへの抵抗
期待 目標 顧客満足度

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

サービス企業にとって、価値創造、顧客満足度の向上、そしてその後の行動としての再購買や推奨行動を高めるための全体のサービス・プロセスや顧客接点の設計を考えることは極めて重要な問題である。特に、サービスは労働集約的であり、標準化による効率性の追求とサービス品質の維持・向上を両立させるために、いかに技術を導入するかが実務的にも学術的にも大きな課題である。特に日本は、サービス・デザインやサービス・プロセスに積極的に導入する動きが強く、それによって顧客が得られる利益の目標水準が高い。日本の技術導入サービスを対象として、本研究の中で対象とする課題は、次の2つである。

1つ目は、従来の個客接点に技術が導入されると、顧客は従来の顧客接点と技術が導入された顧客接点という選択肢を持つことになる。この場合、他の選択肢がもう一方の選択肢の評価に影響を与える。技術が導入されたサービス利用を促進または阻害する要因については明らかになっている。しかし、技術が導入された顧客接点が、既存の顧客接点やその中に存在する顧客満足度を下げる要因の知覚に影響を与えるメカニズムは分かっていない。2つ目は、技術が導入されたサービス(技術的サービス)は、顧客にいくつかの利益をもたらす。例えば、セルフレジだとスピード、チェックアウトの正確性、技術を操作する楽しさ、などである。他の顧客接点に技術が導入されたサービスでも、同様に複数の利益を提供する機会が多い。顧客がサービスに期待する利益はいくつかあることが分かっているが、どのような利益を得るといふ目標が、利用や満足度、再利用意向に影響を与えるかは分かっていない。

2. 研究の目的

本研究の目的は、上記の背景で述べた2つの課題を解決することである。それら2つの課題に基づいて、3つの研究目的を持つ。

1つ目に、サービス・プロセスの中でも顧客のサービス評価や満足度に決定的な影響を与える退出段階での顧客接点に技術導入をしたセルフサービスを対象に、セルフレジへの期待は、既存の顧客接点としてのチェックアウトに関する知覚や、その結果としての顧客満足度にどのような影響を与えるのかを明らかにすることである。2つ目は、顧客がどのような利益をサービスから得たいかという目標によって、技術導入サービスへの知覚や個客満足度、利用意向に与える影響が変わるのかということを明らかにすることである。3つ目は、顧客の要因(サービス知識や価値観といった特性)や技術導入サービスの利用を妨げる要因は、技術導入サービスの利用にどのような影響を与えるのかを明らかにすることである。加えて、利用を促進するためのサービス・デザインを考えることである。

3. 研究の方法

本研究におけるそれぞれの課題は、1)文献調査、2)研究モデルの構築、3)質問紙調査の設計と実施という3段階で行なわれた。まず1つ目の文献調査では、本研究が学術的に主に立脚するサービス・マネジメント研究、消費者行動研究に加えて、人と技術のインターフェース研究やイノベーション・マネジメント研究など、多くの学術研究エリアを横断的に文献調査する必要があった。2つ目の研究モデルの構築では、文献調査の結果を基に、顧客の特性(サービス知識や行動特性、目標)、サービス品質知覚、イノベーションの採用/抵抗要因、異なるサービス・デザイン、利用意向、について複数の研究モデルを構築した。3つ目に、構築した研究モデルの検証に使用するデータを収集するために、質問紙調査を実施した。また、顧客が持つ目標の違いやサービス・デザインの在り方によって、上記に挙げたさまざまな要因の間の関係が異なるかを調べるために、複数のシナリオベースの質問紙調査も実施した。

4. 研究成果

(1)研究成果の1つ目として、サービス・プロセスの最後の段階で発生するチェックアウトの“待ち”に関連して発生する顧客の負の知覚が、顧客満足度をどのように下げってしまうかを明らかにした。負の知覚の1つ目は、“social injustice”である。これは、従業員が顧客を不公正に扱うことである。2つ目は、“unattractiveness”という、待っている間の環境が雑然としていたり、整えられていないことである。3つ目は、“undistractedness”であり、例えば、ディスプレイ等を通して顧客に商品・イベント情報を提供したり楽しませたりすることが無いことである。これら3つの負の知覚は、顧客満足度を下げる。また、1つ目の“従業員による不公正な扱い”を受けた場合、より“環境の雑然さ”に注意が向いてしまい、結果として満足度が下がることが分かった。また、この研究では、“セルフレジ”に高い期待を持っている場合、有人レジに並んでいる際に感じる“従業員の不公正さ”がより顧客満足度を下げってしまうことが明らかになった。

サービス・プロセスや、“待ち”に関する研究は数多く存在する。しかし、有人レジにおける待ちとそこで発生する負の知覚が、“セルフレジへの期待”によってどのように顧客満足度を下げるのかについては分かっていなかった。日本は世界的に見ても、サービス・プロセスに積極的に技術を導入する国である。今後もこの動きは進むと見られるが、この研究によって“新しい技術的サービスへの期待が現在のサービスの満足度に影響するメカニズム”を明らかにしたことで、今後の新サービス導入時に何をマネジメントしなければならないかを考えることに貢献する。

(2) 研究成果の2つ目として、技術導入されたサービスを採用するかどうかは、消費者がどのような目標を持っているかによって影響を受けるということを明らかにした。過去の多くの研究では、“技術受容モデル(TAM)”という理論モデルによって、消費者が技術的サービスを導入したいという意図は、“有用性”と、“使用容易性”という2つの知覚によって高めると説明されてきた。この研究では、消費者が持つ“目標(goals)”によって、製品・サービスのどのような点を評価するかが変わるということに注目した。具体的には、有用性は“消費者にどのような利益をもたらすか”という知覚だが、“どのような利益を得ることを目標としているか”ということと関連付けて、1) 想像がし易い近い目標(個人の利益)と2) 想像がしにくい遠い目標(社会的な、集団の利益)のそれぞれに紐づいた有用性の影響を明らかにした。技術的サービスは良いという態度には、2つの有用性知覚が貢献する。しかし、実際に技術的サービスを導入する意図がある消費者は、自分のためではなく、社会や集団の利益まで考える消費者であることが分かった。

技術受容モデルは、特定はされていないが、技術サービスから“何か利益を得られる”という知覚を対象に、技術や技術導入サービスの採用意図を説明しようとした。一方で、目標に関する研究は、消費者が持つ目標によって、サービス評価に影響を与える属性が変わることを示してきた。この研究では、これら2つの、別に蓄積が進む研究群の統合を試みた。この研究の成果に基づくと、特に個人の利益か社会の利益かという軸で、消費者が技術的サービスからどのような利益を得ようとしているのかを分けて考えることで、サービス・プロセスそのものや、プロモーションの設計を考えることができる。

(3) 研究成果の3つ目では、日本には素晴らしいアイデアや技術をベースにした技術的サービスが数多く存在するが、普及せずに市場から消えていくという現象に注目した。そして、普及しなかった理由を、技術的サービスのデザインという点から理論的に説明することを試みた。この研究では特に“frugal innovations(儉約イノベーション)”という1つの戦略的なイノベーション・デザインに着目し、儉約イノベーションが、消費者の技術的サービス採用を妨げる要因を解消するメカニズムを検討した。具体的には、消費者が技術的サービスの採用を拒否する理由は、“導入コスト”“パフォーマンスについての不確実性”“現在使用する製品・サービスとの非互換性”である。日本の技術的サービスは、他国のものに比べて、パフォーマンスが非常に高く、顧客のニーズを細かい部分まで解決できる。一方で、技術文脈が強く、複雑で、顧客にとって理解するのが難しく、導入コストが高い場合が多い。特に技術的サービスは、“事前にどれぐらいの利益が得られるかを評価できない”という特徴から、複雑性や不確実性を知覚し易いため、より採用が妨げられる。儉約イノベーションは、“顧客のニーズを解決する核となる機能”“顧客が要求するレベルのパフォーマンス”を提供し、“導入コストが低く抑えられた”イノベーションである。理論的には、儉約イノベーションのデザインを導入することによって、技術的サービスの採用を妨げる要因の影響を抑えることができる。

サービスに技術を導入することや、技術的サービスの価値創造プロセスについては、最先端のサービス研究として蓄積が進みつつある。しかし、技術的サービスは“顧客に採用されて初めて価値を生む”にも関わらず、採用されることや、利益を理解できることが前提で議論が進んでいる。この研究は、他の技術的サービス研究が扱っていない“普及そのもの”も含めてサービス・デザインを考えたことと、他国に比べてサービス・プロセスへの技術導入に積極的に開発スピードも速いが、普及が進まない日本から発信したことが、大きな意義と言える。

(4) 研究成果の4つ目として、消費者への大規模質問紙調査によって、技術的サービスに対する3つの知覚“導入コスト”“パフォーマンスについての不確実性”“現在使用する製品・サービスとの非互換性”が、消費者の技術的サービスの採用意図を実際に下げることが明らかにした。加えて、“顧客のニーズを解決する核となる機能”“顧客が要求するレベルのパフォーマンス”を提供し、“導入コストが低く抑えられた”儉約イノベーションは、実際に市場に存在するドミナント・デザイン・イノベーションに比べて、“導入コスト”の負の影響を和らげるが、一方で“パフォーマンスについての不確実性”の負の影響を高めてしまうことが明らかになった。伝統的に、導入コストは、消費者のイノベーションの採用を妨げる要因として最も説明力の高い要因とされる。多機能・高パフォーマンスのイノベーションの場合、導入コストを高く知覚すると、採用意図は大きく下がる。しかし、儉約イノベーションでは、導入コストの影響は無いことが分かった。次に、儉約イノベーションに対してパフォーマンスについての不確実性を高く知覚した場合、採用意図は大きく下がる。しかし、この不確実性が低い場合、多機能・高パフォーマンスのイノベーションよりも儉約イノベーションの採用意図が高くなることが分かった。消費者は通常、価格情報を基にサービス品質を評価する。儉約イノベーションは価格が抑えられているが、それによって不確実性を高く知覚した場合、品質に不安を感じ、その結果採用意図が低くなるのだろう。

技術的サービスの導入を促進するサービス・デザインについての議論は、サービス・マーケティングの分野でもまだ新しく、特に儉約イノベーションを基にした研究は世界的にも行われていない。日本は伝統的に儉約的な消費者が多いが、一方で多機能や高パフォーマンスの製品・サービスに目が向けられがちな日本から、導入を考えたイノベーション・デザインを発信する

意義は非常に大きい。この研究の結果によって、“パフォーマンスについての不確実性”の知覚を抑えるような、儉約イノベーションそのものやインターフェースのデザイン、そしてプロモーションのデザインを考えることに貢献できることを期待する。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計2件)

Morimura, F. & Nishioka, K. (2016), Waiting in exit-stage operations: Expectation for self-checkout systems and overall satisfaction, *Journal of Marketing Channels*, 査読有, Vol.23(4), pp.241-254, DOI: 10.1080/1046669X.2016.1224309

森村文一・日置孝一(2018), 技術受容と目標が IT-mediated energy services の態度および利用意図に与える影響, *国民経済雑誌*, 査読無, 第 218 巻 6 号, 45-64 頁

〔学会発表〕(計2件)

Morimura, F., Tiwari, R., Herstatt, C., & Buse, S. (2018), Potential role of frugal innovation in home energy management system. *International Society for Professional Innovation Management Conference*, Fukuoka, Japan.

Morimura, F., Tiwari, R., & Herstatt, C. (2019), Frugal innovations for reducing attitude-behaviour gap: An investigating into the diffusion of home energy management systems in Japan. *R&D Management Conference*. Paris, France.

〔図書〕(計1件)

Morimura, F., Tiwari, R., & Buse, S. (2019), Potential role of frugal innovation for diffusing energy management system in Japan”, In Tiwari, R. & Buse, S. (eds), *Managing Innovation in a Global and Digital World: Meeting Societal Challenges and Enhancing Competitiveness*, Wiesbaden: Springer Gabler.

〔産業財産権〕

出願状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年：
国内外の別：

取得状況 (計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号(8桁)：

(2)研究協力者

研究協力者氏名 : Cornelius Herstatt (Hamburg University of Technology)

ローマ字氏名 : (Cornelius Herstatt)

研究協力者氏名 : Rajnish Tiwari (Hamburg University of Technology)

ローマ字氏名 : (Rajnish Tiwari)

研究協力者氏名 : Stephan Buse (Hamburg University of Technology)

ローマ字氏名 : (Stephan Buse)

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。