

令和 4 年 6 月 27 日現在

機関番号：34304

研究種目：若手研究

研究期間：2019～2021

課題番号：19K13840

研究課題名(和文) サービスにおける顧客の規範的影響に関する研究

研究課題名(英文) Customers' Normative Influences in Service Settings

研究代表者

上元 亘 (UEMOTO, WATARU)

京都産業大学・経営学部・准教授

研究者番号：50759595

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円

研究成果の概要(和文)：本研究を通じて、顧客がサービス提供者に対して規範的であると考えられる行動が、顧客の意図とは逆にサービス提供者に対して負の影響をもたらしてしまうことに着目し、そうした顧客の行動をありがた迷惑行動として概念化するとともに、複数の産業を対象とした調査を通じて具体的な顧客のありがた迷惑行動を明らかにした。また、顧客のありがた迷惑行動の規定要因を明らかにするため、探索的調査を実施し、顧客の利他的意図をもとにしたサービス提供者に対する行動が負の結果を生む要因を明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、顧客の利他的意図をもとにしたサービス提供者に対する行動が必ず好ましい結果を導くという理論的前提に疑義を投げかけ、組織論における知見も踏まえそうした利他的意図をもとにした行動がサービス提供者に負の結果を生む行動をありがた迷惑行動としてはじめて概念化し、サービス従事者を対象とする調査でその所在を明らかにするとともに、その要因を明らかにするなど、サービス・マーケティング研究に新たな潮流を起こしうるものと考えられる。また、顧客のありがた迷惑行動は、顧客、企業双方にとっての金銭的・非金銭的コストになるものゆえ、サービス不経済の解消に向けた知見も提供できると考えられる。

研究成果の概要(英文)：We conceptualized customer's unwelcome altruistic behaviour toward service providers, that customers think normative but have negative impact on service providers. Through a research for three service industries, actual unwelcome altruistic behaviours were revealed. Furthermore, factors that customer's behaviours based on altruistic intentions cause negative consequences on service providers were exploited.

研究分野：サービス・マーケティング

キーワード：顧客のありがた迷惑行動 サービススケープの境界 顧客の日常的習慣 サービス提供者と顧客との知識ギャップ

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、研究者個人に帰属します。

## 1. 研究開始当初の背景

本研究は、研究代表者がこれまでに進めてきた顧客の機能不全行動に関する研究をもとに、以下の研究を実施する予定であった。

- (1) 顧客ごとの規範意識の違いに着目しこれまでの先行研究において主にサービスの提供者側から定義付けられた機能不全行動が顧客の認識とは違うこともあり得ること、またそれは個人要因によって異なることを明らかにする。
- (2) 顧客の機能不全行動の改善トリガーには相反する要素が存在するため、その状況依存性を機能不全行動よりも一般的と考えられる規範の影響に着目し、明らかにする。
- (3) これまでの研究成果にもとづき、仮説を構築し質問紙調査によりサービスにおける顧客の規範の影響を明らかにする。

以上の背景をもとに、サービスの提供者にとっての機能不全行動、すなわち顧客がサービス提供者に対して負の影響を与える行動について先行研究のレビューを進めていたところ、メタ的観点から、企業に負の影響を与える機能不全行動は顧客の利己的な意図によって生じ、その対極に位置する企業に正の影響を与える顧客市民行動は、顧客の利他的な意図をもとに生じているという暗黙の前提が明らかになった。本研究は、そうした先行研究において捉えられていなかった、顧客の利他的な意図によって企業に負の影響を与える行動やその要因を明らかにすることとした。

## 2. 研究の目的

仮に、顧客の利他的な意図によって企業に負の影響を与える行動が存在しその因果関係が明らかになれば、先行研究では全く捉えられていなかった研究領域を開拓できるとともに、またサービス不経済の解決に向けた知見の提供に繋がると考えられた。顧客の利他的な意図をもとにした行動は、顧客のサービス提供者に対する協力行動などの、労力や時間といった主に非金銭的成本を投じるものであり、顧客の企業に対する負の行動は、従業員のウェルビーイングに負の影響を与えたり、サービスのやり直しといった、非金銭的・金銭的成本につながる。すなわち企業・顧客双方にとってコストとなるサービス不経済の状態となり、我が国のサービス産業において重要な課題とされているサービスの生産性向上の足かせであると考えられる。

そのため、本研究ではサービスの生産性向上のための理論的知見を提供することを最終的な目的とし、顧客の利他的な意図をもとにしたサービス提供者に対し負の影響を与える顧客行動とその因果関係の解明を研究目的として設定した。

## 3. 研究の方法

顧客の利他的な意図をもとにしたサービス提供者に対し負の影響を与える顧客行動について、文献レビューを通じて概念化し、定性的手法を用いて具体的行動や因果関係を明らかにする手法を採用した。その理由として、研究課題が未知であり新たな知見を発見したり、事象の複雑な因果関係を明らかにするためには定量的手法よりも定性的手法のほうが適切であると考えられていることが大きな理由である。

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みならず、利他的意図をもとにした人の行動が客体に負の影響を与える知見を探し、組織論における従業員間のソーシャルサポートが負の結果を生む知見を援用した。そして、本研究において概念化されたありがた迷惑行動の具体的な行動およびその要因に関する解明について、飲食業・小売業・宿泊業のサービス従事者および利用者に対するデプス・インタビューを用いた。そして、収集したデータの分析にあたって、サービス・マーケティング研究が志向する広くサービスに関する因果関係の解明や研究成果の一般化を指向し、M-GTAの手法を用いてコーディングした。

## 4. 研究成果

本研究の成果は大きく分けて以下の3点にまとめられる。

- (1) サービスが提供され消費される場を示すサービス・エンカウンターにおけるありがた迷惑行動の存在を示唆し、既存研究における顧客行動との違いを踏まえた理論枠組みを構築した点である。利他的意図を“A”(altruistic)、利己的意図を“S”(selfish)、そして企業や従業員に対する正の結果を“P”(positive)、負の結果を“N”(negative)とし、それぞれを組み合わせサービス・エンカウンターにおける顧客の従業員に対する社会的行動を類型化すると、それぞれ下記の表1におけるA-P型とS-N型となる。そして、顧客の意図は利己的行動で

あるが、従業員に対する影響は正のものとなる S-P 型は、唯一 Groth (2005) が顧客市民行動との違いを明確にした上で「共同生産」(customer co-production) として概念化しており、これはサービスが成功裡に生産されたりデリバリーされるために顧客に期待され要求される行動のことをいう。第 1 章で述べたことに関連するが、顧客はサービスの共同生産者であり、サービス提供者が期待する行動を遂行することにより、顧客はサービスの便益を効果的に享受し企業の収益につながる。本研究において定義する顧客のありがた迷惑行動は、先行研究において議論されていない領域の、顧客の利他的意図のもとで従業員に対して負の結果となる、A-N 型の行動として位置付けられる。

表 1. サービスにおける顧客のありがた迷惑行動の理論枠組み

		従業員に対する影響	
		正の結果	負の結果
顧客の意図	利他的行動	顧客市民行動 (A-P 型)	ありがた迷惑行動 (A-N 型)
	利己的行動	顧客共創 (S-P 型)	機能不全行動 (S-N 型)

(上元 2021)

- (2) 飲食業・小売業・宿泊業という我が国におけるサービス産業を代表する複数の業種において具体的な顧客のありがた迷惑行動とその多様性を明らかにした点である。サービス・マーケティング研究はこれまで、SERVQUAL にせよサーバクション・モデルにせよ、比較的業界横断的な一般理論の構築を志向して進められてきたが、SERVQUAL の適用可能性・外的妥当性をめぐって批判が為されているように実際には一般化が可能な知見とそうでないものに分けられる。本研究における調査を通じて、顧客のありがた迷惑行動についても業界横断的なものと業界特殊なもの双方があることが明らかになった(表 2)。

表 2. 各サービス産業における顧客のありがた迷惑行動

飲食業	小売業	宿泊業
食器重ね	物品提供	片付け
片付け	小銭支払い	食器重ね
物品提供	整理・清掃	節電
小銭支払い	拾得物の届出	
整理・清掃	袋詰め	
チップ	万引き対処	
	釣り銭拒否	

(上元 2021)

- (3) サービススケープの境界、顧客の日常的習慣、そしてサービス提供者と顧客との知識ギャップという、サービスにおける顧客のありがた迷惑行動の要因をはじめて明らかにした(表 3)。顧客のありがた迷惑行動は、顧客・サービス提供者双方にとって時間や労力に関するコストとなり、サービス不経済という帰結になる。本研究で明らかにされた要因に企業が留意

し顧客の利他的意図にもとづく行動がサービス提供者にとって好ましい結果につながるよう適切にマネジメントすることによって顧客市民的行動を促進し、サービスの生産性やサービス提供者のウェルビーイングを高めることの一助となることが考えられる。

表3. ありがた迷惑行動の要因

サービススケープの境界	業態や企業、また個店のサービススケープにおける規則や望ましいマナーに関する違いの大きさ
顧客の日常的習慣	自宅や職場といった、店舗や施設以外における日常の習慣をサービススケープにおいても実行してしまうこと
サービス提供者と顧客との知識ギャップ	文化の違いや顧客経験の少なさ、また企業が顧客に提供するサービス知識の少なさに起因する、従業員と顧客との間に生じる知識ギャップ

(上元 2021)

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計2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 1件）

1. 著者名 上元 亘	4. 巻 -
2. 論文標題 サービス顧客の「ありがた迷惑」行為：利他的動機に基づく顧客の機能不全行動	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 第61回 消費者行動研究コンファレンス報告要旨集	6. 最初と最後の頁 80-83
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 有
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 上元 亘	4. 巻 39
2. 論文標題 顧客のサービス従業員に対するありがた迷惑行動：飲食業・小売業・宿泊業における分析	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 京都マネジメント・レビュー	6. 最初と最後の頁 55-73
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 オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件/うち国際学会 0件）

1. 発表者名 上元 亘
2. 発表標題 サービス顧客の「ありがた迷惑」行為：利他的動機に基づく顧客の機能不全行動
3. 学会等名 第61回消費者行動研究コンファレンス
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 上元 亘
2. 発表標題 サービス従事者が知覚する顧客の「ありがた迷惑」行動に関する研究
3. 学会等名 サービス学会第10回国内大会
4. 発表年 2022年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

サービス学会第10回国内大会の学会発表が大会優秀賞に選出され、査読付学会誌『サービソロジー』への論文投稿に招待されている。

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
--	---------------------------	-----------------------	----

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
---------	---------