

## 消費者満足の規定因についての実験的研究

濱 保 久

### はじめに

本研究は、消費者満足の規定因を明らかにするという基礎研究的側面とともに、地域が直面している具体的問題の検証という応用研究的側面ももっている。そもそもこの研究テーマに取り組もうと思うようになったのは、北海道での自分自身の消費生活を通してこの地域の接客コミュニケーションに対しカルチャーショックを受けたからである。実はこのようなショックを受けている本州人は少なくない。観光立国宣言をした北海道の接客が心ならずも道外の人々から低い評価を受けている事実を真摯に受けとめ、その問題点を明らかにすることが地域の発展に貢献することにもなる。本論文では北海道と他地域との比較は行わないが、しかし、北海道で軽視されている要因が、消費者満足を規定する大きな要因であることを立証することで、本道の接客に対する提言としたいと考える。

北海道の生活文化の特徴は合理性であるといわれているが(岩崎, 1989), 別の表現を使えば実質性重視の文化であるということができる。形式を重視したくても物理的あるいは経済的理由であきらめざるを得なかった入植初期の頃からの伝統として、北海道では実質性を重視する考え方が主流になってきたのであろう。食文化においても見た目よりも満腹感を満たすことに重きがおかれているようである。ちなみに、北海道の外食産業では、量が本州の1割増しあるいは2割増しでないと客が入らないというのが通説になっている。全国展開をしているコンビニエンスストアの弁当の量も北海道は本州よりも多めに設定されているのである。また、結婚式や葬儀のやり方も極めて実質的である(濱, 1992, 1994)。

しかし、接客場面においては、この実質性重視の習慣は問題を発生さ

せることもある。消費者はお金を払って、商品あるいはサービスを手に入れるが、消費者の満足は必ずしもその品質だけで規定されるものではない。その商品やサービスを提供した人物の個人的特性によっても消費者の感じる満足感は左右される。前田（1982）はサービスを、何らかの便益を供与するという本来の活動との関連で機能的にとらえられる側面と、情緒的側面の二つに分けて論じている。前者は、ある程度客観的事実として判断し得るところから存在型用法と命名され、後者は、供与の仕方、つまり客と従業員の関係において相互作用的に成立し、客の主観的評価と関連することから評価型用法と命名されている。たとえば、指定期日に宅配便が届いたとしても、ぶっきらぼうな配達員が配達したならそのサービスは客の満足感を生み出さないであろう。なぜならば、機能的側面は満たされていても、情緒的側面が満たされていないからである。小島（1978）は、消費者満足を生み出す要因をM（魅力）要因、消費者不満を生み出す要因をH要因とし、M要因が欠落している場合にはいくらH要因が満たされていても消費者満足は不十分なものになるというHM理論を提唱している。このように接客サービスにおけるM要因は、消費者の感情的、心理的側面に関連したものだと考えられる。それを日常的な言葉で表現すれば「愛想」ということにもなる。そこで、本研究では「愛想」が顧客満足に与える効果を二つの実験から明らかにしたいと考える。

## 第1 実験

### 【目的】

接客サービス場面において客の満足感に影響を及ぼす要因として、実質的要因と感情的要因（愛想）があると考えられるが、本研究では、客の要請に対する対応に注目している。すなわち、まだ、不満も満足も発生していないニュートラルな状態を起点として、要請に対するいかなる対応が、客の不満あるいは満足を生み出すのかを明らかにすることを目的としている。そして、その規定因として、実質的要因と感情的要因（愛想）の他に、接客サービス要員の裁量権の有無も実験デザインに取り入れた。これは、客と対応した接客サービス員が、客の要請を承諾する権

限をもっているかどうかということである。

第1実験の仮説は以下の通りである。

仮説1：顧客満足（顧客不満）に及ぼす感情的要因（愛想）の影響は大きいであろう。しかしながら、主婦は学生に比べて消費者としてシビアであるために、感情的要因だけでは満たされず、実質的要因が満足感の規定因としてより大きな働きを示すであろう。

仮説2：裁量権の有無によって、顧客満足（顧客不満）に与える影響は異なるであろう。

仮説3：接客対応者に対する対人イメージは、感情的要因（愛想）によって規定される程度が大きいであろう。

仮説4：ペンションに対するイメージは、実質的要因によって規定される程度が大きいであろう。

#### 【方法】

被験者：学生161名、主婦80名。

手続き：被験者は、客とペンションの接客者との対話を質問紙上で提示され、もし自分自身がその客の立場だとしたらという仮定で、その時に感じる、満足感あるいは不満足感の程度を-50から+50までの間で評定させられた。また、その接客者とペンションに対する印象に関する6項目、そのペンションの再利用希望程度については5件法で評定が求められた。さらに、料理のおいしさ、清潔さに関する推測についても5件法で回答が求められた。

実験は、2（裁量権の有無）×2（感情的要因の満足／不満足）×2（実質的要因の満足／不満足）のデザインで構成され、被験者はそれぞれの条件にランダムに振り分けられた。また、感情的要因（愛想）の操作については2回の予備調査によって妥当性を確保した。実質的要因については、客の要請を承諾するか否かということによって操作した。裁量権の有無については、ペンションのオーナーが対応する場合を裁量権ありとし、従業員が対応する場合を裁量権なしとした。

具体的な、提示刺激は以下のとおりである。基本的にオーナーと従業員の台詞に差はないが、（感情的要因不満足、実質的要因不満足）条件においては、対話の流れからみて不自然にならないように、「そう言われま

しても」という台詞の挿入部分を裁量権あり条件（オーナー条件）と裁量権なし条件（従業員条件）で若干変えてある。

提示刺激文

（裁量権あり／感情的要因満足／実質的要因満足）

客　：夕食は何時ですか？

オーナー：夕食は6時から8時の間となっております。

客　：あー，そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…

オーナー：ではお客様のお時間に合わせて夕食を御用意しておきますので，どうぞ，ごゆっくり楽しんでいらして下さい。

（裁量権あり／感情的要因満足／実質的要因不満足）

客　：夕食は何時ですか？

オーナー：夕食は6時から8時の間となっております。

客　：あー，そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…

オーナー：できれば時間をずらしてさしあげたいのですが，今日は大きな宴会が入っておりますので，どうしても無理なんです。申し訳ございません。

（裁量権あり／感情的要因不満足／実質的要因満足）

客　：夕食は何時ですか？

オーナー：夕食は6時から8時の間となっております。

客　：あー，そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…

オーナー：本当は困るんですけど，どうしてもっておっしゃるならお客様の時間に合わせて夕食を用意いたします。

（裁量権あり／感情的要因不満足／実質的要因満足）

客　：夕食は何時ですか？

オーナー：夕食は6時から8時の間となっております。

客 : あー, そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…  
オーナー : そー言われましても, 今日は大きな宴会が入ってますのでその時間以外は無理です。

(裁量権なし／感情的要因満足／実質的要因満足)

客 : 夕食は何時ですか？  
従業員 : 夕食は6時から8時の間となっております。  
客 : あー, そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…  
従業員 : 少々おまちください。オーナーに聞いてまいります。

<しばらくして従業員は戻ってきた>

従業員 : お待たせいたしました。ではお客様のお時間に合わせて夕食を御用意しておきますので, どうぞ, ごゆっくり楽しんでいらして下さい。

(裁量権なし／感情的要因満足／実質的要因不満足)

客 : 夕食は何時ですか？  
従業員 : 夕食は6時から8時の間となっております。  
客 : あー, そうですか。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…  
従業員 : 少々おまちください。オーナーに聞いてまいります。

<しばらくして従業員は戻ってきた>

従業員 : お待たせいたしました。できれば時間をずらしてさしあげたいのですが, 今日は大きな宴会が入っておりますので, どうしても無理なんです。申し訳ございません。

(裁量権なし／感情的要因不満足／実質的要因満足)

客 : 夕食は何時ですか？  
従業員 : 夕食は6時から8時の間となっております。

客 : あー, そうですね。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…

従 業 員 : ちょっと待っててください。オーナーに聞いてきますから。

〈しばらくして従業員は戻ってきた〉

従 業 員 : 本当は困るんですけど, どうしてもっておっしゃるならお客様の時間に合わせて夕食を用意しておきます。

(裁量権なし/感情的要因不満足/実質的要因不満足)

客 : 夕食は何時ですか?

従 業 員 : 夕食は6時から8時の間となっております。

客 : あー, そうですね。近くの露天風呂に行こうと思ってるんですけど…

従 業 員 : そう言われましても……ちょっと待っててください。オーナーに聞いてきますから。

〈しばらくして従業員は戻ってきた〉

従 業 員 : 今日は大きな宴会が入ってますので, その時間以外は無理です。

### 【結果・考察】

満足度, 再利用希望の程度, 対人イメージ, 対ペンションイメージについては, それぞれの評定素点に基づき,  $2$  (裁量権の有無)  $\times 2$  (感情要因の満足/不満足)  $\times 2$  (実質的要因の満足/不満足) の  $3$  要因の分散分析を行った。

表1, 表2は学生と主婦別に行った分散分析結果を要約したものである。表1を見て明らかなように, 学生被験者の場合, 満足度と再利用希望については感情的要因が大きな影響を与えていることがわかる。主婦の場合でも, 感情的要因は有効であるが, しかし, 満足度についてみると, むしろ実質的要因の影響が大きいことが見てとれる。以上のことから, 仮説1は支持されたと考えられる。

また, 学生被験者の満足度において, 裁量権と実質要因の交互作用が

消費者満足の規定因についての実験的研究

表1 学生被験者の分散分析結果

|          | 満<br>足<br>度 | 再<br>意<br>利<br>思<br>用 | 対人イメージ   |           |             |           |          | 対ベンションイメージ   |          |           |             |           |          |              |
|----------|-------------|-----------------------|----------|-----------|-------------|-----------|----------|--------------|----------|-----------|-------------|-----------|----------|--------------|
|          |             |                       | 悪い<br>良い | 不親切<br>親切 | ふまじめ<br>まじめ | 暗い<br>明るい | 嫌い<br>好き | 誠意ない<br>誠意ある | 悪い<br>良い | 不親切<br>親切 | ふまじめ<br>まじめ | 暗い<br>明るい | 嫌い<br>好き | 誠意ない<br>誠意ある |
| 裁量権      |             |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |
| 愛想       | ***         | ***                   | ***      | ***       | ***         | *         | ***      | ***          | ***      | ***       | *           | ***       | ***      | ***          |
| 実質       | *           | +                     |          | **        |             |           |          |              | ***      | ***       |             |           | *        | **           |
| 裁量権×愛想   |             | *                     |          |           |             |           |          |              | *        |           |             |           |          |              |
| 裁量権×実質   | ***         |                       | +        | +         |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |
| 愛想×実質    |             |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |
| 裁量×愛想×実質 |             |                       |          |           |             |           |          |              | *        | *         |             |           | *        |              |

表2 主婦被験者の分散分析結果

|          | 満<br>足<br>度 | 再<br>意<br>利<br>思<br>用 | 対人イメージ   |           |             |           |          | 対ベンションイメージ   |          |           |             |           |          |              |
|----------|-------------|-----------------------|----------|-----------|-------------|-----------|----------|--------------|----------|-----------|-------------|-----------|----------|--------------|
|          |             |                       | 悪い<br>良い | 不親切<br>親切 | ふまじめ<br>まじめ | 暗い<br>明るい | 嫌い<br>好き | 誠意ない<br>誠意ある | 悪い<br>良い | 不親切<br>親切 | ふまじめ<br>まじめ | 暗い<br>明るい | 嫌い<br>好き | 誠意ない<br>誠意ある |
| 裁量権      | *           |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |
| 愛想       | +           | *                     | **       | **        | **          | *         | *        | ***          | +        | **        | *           | *         | *        | ***          |
| 実質       | **          | *                     | *        | *         |             | +         | +        | *            |          | **        | +           | *         | *        | **           |
| 裁量権×愛想   |             |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          | +            |
| 裁量権×実質   |             |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |
| 愛想×実質    |             |                       |          | +         |             |           |          | +            |          |           |             |           |          |              |
| 裁量×愛想×実質 |             |                       |          |           |             |           |          |              |          |           |             |           |          |              |

注) \*\*\* : P<.001  
 \*\* : P<.01  
 \* : P<.05  
 + : P<.1

有意であった。この交互作用は、要請を承諾する場合にはオーナーが対応する方が満足感が高いが、しかし、要請を拒否する場合にはオーナーが対応した方が低くなるということを示している。(図1参照)

これは、裁量権を持つ人が承諾してくれた(あるいは、拒否した)ことが大きな意味を持つことを示唆している。また、「悪い・良い」、「不親切・親切」という対人イメージ評定項目においても、交互作用が有意な傾向を示しており、裁量権者に対する好意の返報性が認められる。これ

図 1 条件別の満足度の平均値(学生)

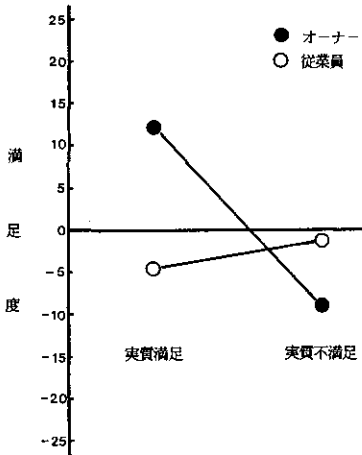
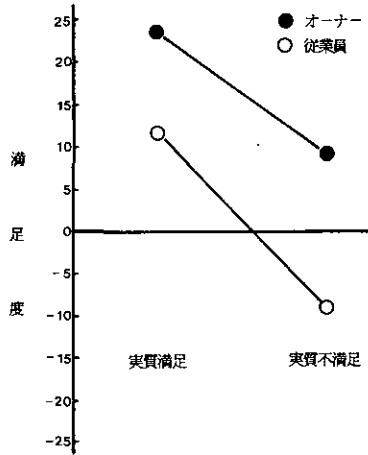


図 2 条件別の満足度の平均値(主婦)

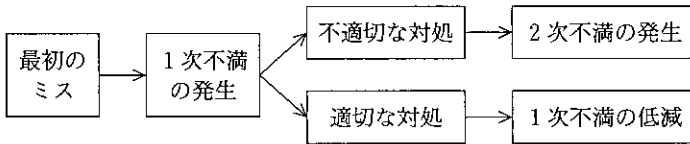


に対して、主婦の場合には、そういった交互作用は認められず、実質的に要請が承諾されたかどうか、また、裁量権を持つものが対応しているのかどうかということが重要な意味を持っているようである。(図2参照)

対人イメージについてみれば、学生の場合も主婦も場合も、感情的要因の効果が実質的要因の効果を凌いでいることがわかる。一方、対ペンションイメージについてみれば、実質的要因に対する感情的要因の優位は変わらないものの、対人イメージと比べると実質的要因の効果が認められる。このことから、仮説3は支持されたと考えられるが、仮説4は支持されなかったといえる。思った以上に、感情的要因の効果が大きかったということであるが、しかし、対ペンションイメージということになると、実質的満足が効いてくるという考え方は間違っていなかったようである。



図3 1次不満の発生と2次不満の発生



## 第2実験

### 【目的】

第1実験では、客の要請に対する対応を扱ったが、第2実験では客のクレームに対する対応を扱う。第1実験では、客の満足度の初期値が全くニュートラルな状態からの変化を扱っていた。すなわち、要請を行う直前の状態は、特に満足でも不満足でもないのだが、その後の対応によってその状態からどのように変化するかを検証したのである。第2実験では、客の満足度の初期値がマイナスの状態を扱う。すなわち、すでにマイナスの状態にある客の不満足感を解消するためにはどのようなことが必要かを検証するのが第2実験の視点である。

われわれは、サービス提供場面で時として不快な思いをすることがある。その不快さは、大きく分けて2種類に大別できる。(図3参照)ひとつは、客としてなんらかの不利益を被った場合に感じる不快さで、ここではこれを第1次段階の不満(1次不満)と呼ぶことにする。そして、もうひとつは、その1次不満に対する不適切な対応に起因する不快さで、それをここでは第2次段階の不満(2次不満)と呼ぶ。たとえ1次不満が発生したとしても、適切な対応がなされれば不満は低減するであろう。では、2次不満を発生させず、1次不満を低減させる適切な対応とはどのような対応なのであろうか。本研究では、1次不満で客が実質的に被った不利益と客が感じた心理的不快感を分離して考えている。フィールドでのクレームの分析を通して、客は単なる実質回復だけでは納得していないことが多く、不満の解消には、併せて情動的フォロー(心理的回復)が不可欠であるという感触を得たので、本研究では不満の解消に及ぼす2要因、すなわち実質的回復要因と感情的回復要因に注目し、それらの効果を検証する。

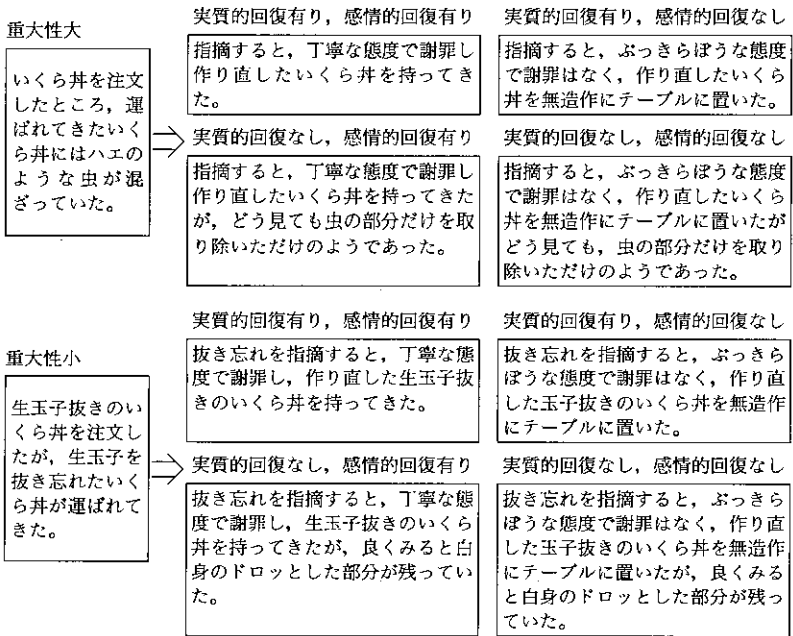
第 2 実験の目的は、「1 次不満の低減には、実質的回復と感情的回復が共に必要であり、それは 1 次不満の大きさの程度に関わらない。」という仮説を検証することである。

【方法】

被験者：学生 239 名，社会人 106 名。

手続き：まず，質問紙の中で 1 次不満状況を提示した。本研究ではレストランでのサービス提供場面を設定し，1 次不満の重大性の操作は，「イクラ丼に虫が混入」（重大性大）と「イクラ丼の卵抜きを忘れた」（重大性小）で行った。まず，そのような 1 次不満状況での，不満足感を 100 点法で，対店イメージ，対店員イメージを 5 件法でそれぞれ評定させた。そして，その店側のミスをお客が指摘した後の，店員の対応を条件に応じて提示し，もういちど同様の評定を行わせた。店員の対応は，実質的

図 4 実験デザイン



復の有無と感情的回復の有無によって4タイプ準備した。すなわち、本研究の条件は、重大性の大小×実質的回復の有無×感情的回復の有無の8条件であり、被験者はそれぞれの条件にほぼ均等に割り当てた。(図4参照)

## 【結果・考察】

### 1. 重大性操作の妥当性

1次不満の重大性操作の妥当性を検証するために、1次不満の程度を従属変数としたt検定を行ったところ、有意な差が認められ妥当性は確認された ( $t=7.217$ ,  $df=342$ ,  $P<.001$ )。

### 2. 不満の低減

1次不満と2次不満の差を従属変数として、 $2 \times 2 \times 2$ の3要因の分散分析を行ったところ、重大性、実質回復、感情的回復の主効果が認められ ( $F=10.59$ ,  $df=1/336$ ,  $P<.01$ ;  $F=143.94$ ,  $df=1/336$ ,  $P<.001$ ;  $F=234.14$ ,  $df=1/336$ ,  $P<.001$ )、さらに、実質回復と感情的回復の交互作用も有意であった ( $F=128.63$ ,  $df=1/336$ ,  $P<.001$ )。(図5参照)

### 3. 対店イメージの改善

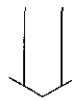
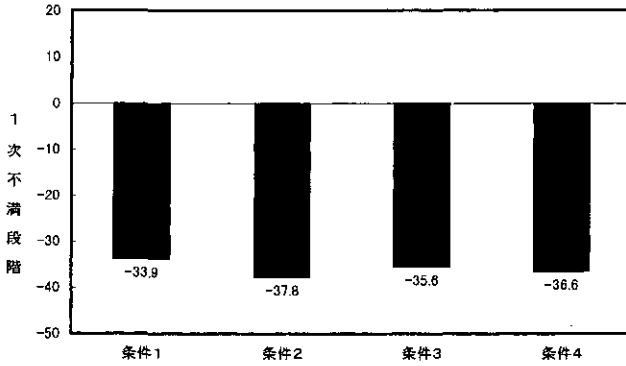
“良い・悪い”で評定された対店イメージの差を従属変数として、 $2 \times 2 \times 2$ の3要因の分散分析を行ったところ、実質回復、感情的回復の主効果が認められ ( $F=39.98$ ,  $df=1/166$ ,  $P<.001$ ;  $F=96.70$ ,  $df=1/166$ ,  $P<.001$ )、さらに、実質回復と感情的回復の交互作用も有意であった ( $F=50.38$ ,  $df=1/166$ ,  $P<.001$ )。(図6参照)

### 4. 対店員イメージの改善

対店員イメージについても同様の分析を行ったところ、重大性、実質回復、感情的回復の主効果が認められ ( $F=4.30$ ,  $df=1/167$ ,  $P<.05$ ;  $F=27.17$ ,  $df=1/167$ ,  $P<.001$ ;  $F=57.49$ ,  $df=1/167$ ,  $P<.001$ )、さらに、実質回復と感情的回復の交互作用も有意であった ( $F=35.29$ ,  $df=1/167$ ,  $P<.001$ )。(図7参照)

重大性の主効果が認められたのは、重大なミスに対する1次不満が大きかったためであると考えられる。また、すべての項目において認められた実質的回復と感情的回復の交互作用の内容を検討すると、不満の解消、

図 5 条件別の不満の低減



条件1：実質回復あり／感情的回復あり  
条件2：実質回復なし／感情的回復あり  
条件3：実質回復あり／感情的回復なし  
条件4：実質回復なし／感情的回復なし

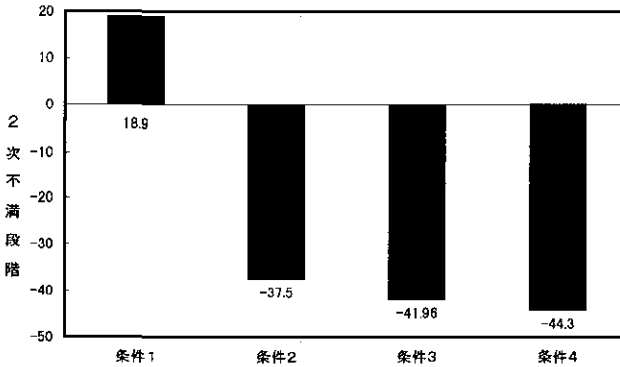
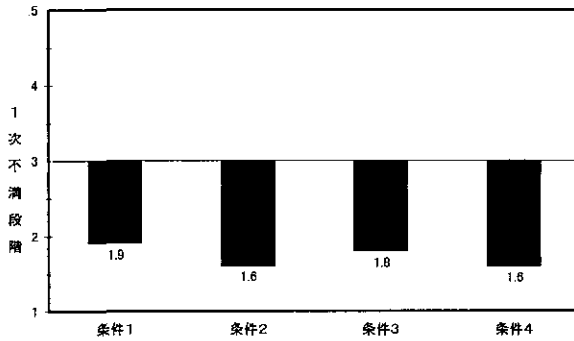


図6 条件別の対店イメージの改善



条件1：実質回復あり／感情的回復あり  
条件2：実質回復なし／感情的回復あり  
条件3：実質回復あり／感情的回復なし  
条件4：実質回復なし／感情的回復なし

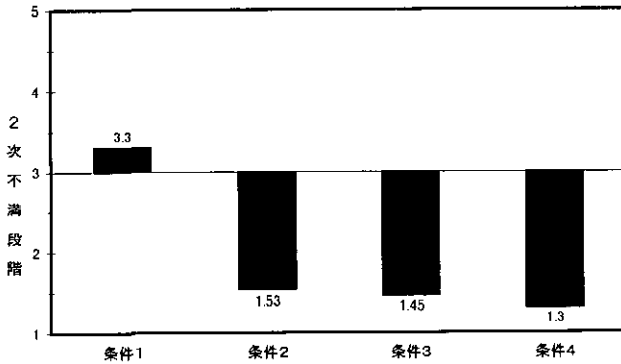
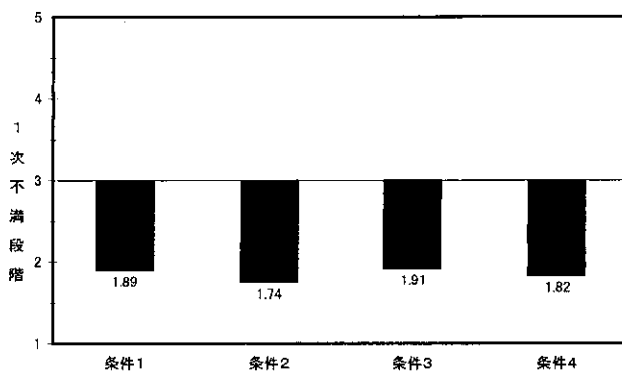
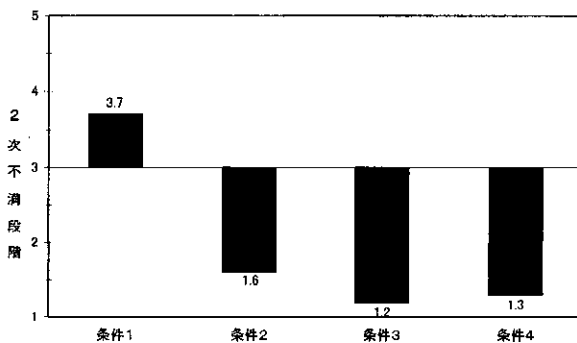


図 7 条件別の対店員イメージの改善



条件1：実質回復あり／感情的回復あり  
条件2：実質回復なし／感情的回復あり  
条件3：実質回復あり／感情的回復なし  
条件4：実質回復なし／感情的回復なし



イメージの改善，再来店意思の確保には，2つの要因がともに満たされなければならないことが明かである。さらに，重大性がからむ交互作用はいずれも有意でなかったことから，ミス軽重にかかわらず2要因の満足は必要であるということであり，仮説は立証されたと考える。

## ま と め

本研究では，消費者満足に影響を与える要因を実質的要因と感情的要因に分けて両要因の効果を検証した。第1実験では，ペンションでの夕食時間の変更希望に対する対応場面を設定し，変更希望がかなうかどうか，対応が丁寧かどうか(愛想がよいかどうか)，対応者がオーナーかどうかによって，消費者の満足感，対人イメージの評価，対ペンションイメージにどのような影響が及ぶのかを検証した。また，第2実験では，生玉子抜きイクラ丼を注文したにもかかわらず生玉子が入ってきた1次不満の状況が，実質的回復あるいは感情的回復によってどの程度改善されるかを検証した。第1実験，第2実験の結果は，感情的要因の重要性を示しており，北海道の接客サービスのあり方に示唆を与えているといえよう。ただ，主婦が学生に比べて実質的要因を重視しているという第1実験の結果からわかるように，消費者の層によって両要因のウエイトが変わってくることも配慮しなければならないと考える。

### 【引用文献】

- 岩崎正昭 1989 北海道と道民を知る基礎知識 北海道問題研究所  
小嶋外弘 1978 新・消費者心理の研究 日本生産性本部  
前田 勇 1983 サービスの科学 ダイヤモンド社  
濱 保久 1992 京文化からみた北海道生活文化の特徴—北海道ミニ国家論— 日本心理学会第56回大会発表論文集 p.(S 51)  
濱 保久 1994 冠婚葬祭の意識と実態に関する地域比較研究 日本応用心理学会第61回大会発表論文集 p.49

### 【参考文献】

- Choen, J. B. & Chakravarti, D. 1990 Consumer psychology. Annual Review of Psychology, 41, 243-288

- 濱 保久 1993 接客場面における不満の構造—北海道と京都の地域比較研究— 日本応用心理学会第 60 回大会発表論文集 p.288
- 濱 保久 1994 接客サービススキル尺度の試作 日本グループ・ダイナミックス学会第 41 回大会発表論文集 p.64-65
- 濱 保久 1993 消費者不満の発生と解消 日本心理学会第 41 回大会発表論文集 p.374
- 濱 保久 1994 接客コミュニケーションの地域比較研究 日本グループ・ダイナミックス学会第 42 回大会発表論文集 p.116-117
- 濱 保久 1996 電話対応の地域比較研究 日本応用心理学会第 62 回大会発表論文集 p.92
- Yi, Y. 1993 The determinants of consumer satisfaction: The moderating role of ambiguity. *Advances in Consumer Reserch*, 20, 502-507



**Abstract**

## An Experimental Study on the Determinants of Consumer Satisfaction.

Yasuhisa HAMA

In this study, I categorize the factors which influence the satisfaction of consumers as the substance and emotional factors, and examine the effect of both factors. In the first experiment, I set up a situation in which receivers deal with the requests of customers to change the time of dinner at a boarding house. Then I will examine how the satisfaction of the consumers, the evaluations of the images toward the receivers, and the images toward the boarding house are influenced by the followings: whether the request is fulfilled, whether the attitude of the receiver is polite (amiable), and whether the receiver is the owner of the boarding house.

Also, in the second experiment, I examine how substantial or emotional recovery improves the first unsatisfied situation. That is, a customer ordered a bowl of a salmon raw eggs without a raw egg but the individual finally got one that had a raw egg in it. However, the result of the first experiment shows that, compared with college and university students housewives think the substantial factors are more important. This indicates that the weight of both factors might change by the classes of consumers.