

《女性研究者等研究支援成果報告 概要・要旨》

＜課題名＞

コロナ下におけるサービス経験の影響要因

＜代表者所属・職名・氏名＞

人間社会研究域経済学経営学系・講師・張 婧

＜研究成果要旨＞

【背景と目的】

新型コロナウイルス流行の長期化に伴い、消費者の消費行動やライフスタイル、企業の提供物（製品・サービス）についての評価基準には変化が生じている。特に、オミクロン株が拡大した「第6波」は広範囲の人々の日常生活に大きな影響を与えている。このようなことを背景にして、本研究調査の目的は、消費者のサービス経験にはどのような特徴があるのか、どのような要因に影響されているのかを明らかにすることである。

【研究方法】

探索的帰納手法であるクリティカル・インシデント法 (Critical Incident Technique, CIT) を採用した。消費者は重要だと思える出来事を分析対象とする研究手法である。本研究では、「過去2カ月以内、ある企業のサービスに対して満足または不満足を感じたこと」をインシデントとして定義している。インシデントを収集するために、記述式質問を中心としたインターネット調査を実施した（有効回答件数 440 件）。質的データ分析ソフトを活用してデータ分析を行った。

【結果】

分析に用いた 440 件のインシデントの中で、ポジティブなサービス経験は 198 件(45%)であり、ネガティブなサービス経験は 245 件(55%)である。また、サービス経験の対象産業として、サービス業(57.5%)、小売業(39.8%)、製造業(2.7%)になっている。そして、データ分析の結果、サービス経験の満足/不満足を判断する対象を、サービス提供物(137 件、31.1%)、従業員(177 件、40.3%)、物理的環境・設備(77 件、17.5%)、組織(49 件、11.1%)といった4つのカテゴリーに整理した

また、サービス経験に対する全体評価および企業の提供サービスに対する満足度に関する項目とクロスして分析した結果、コロナウイルスの流行という背景において、消費者のサービス経験における従業員および物理的環境・設備の評価が高いこと、また、組織に対する評価が低いことが分かった。

サービス品質に関する先行研究において、サービスエンカウンターにおける人的相互作用の重要性が強調される。本研究においても、従業員の影響度が強いことが確認できており、既存の研究成果と一致している。一方で、物理的環境・設備に関して、既存研究ではほかのサービス要素と比べて影響度が弱いことが実証されているが、本研究調査の結果では、それが顕著な影響要因であることが分かる。コロナ下において、消費者にとって、企業の感染対策が重要な要素であることが確認できた。物理的環境・設備という要因は「組織の信頼度」、「顧客視点の経営」、「社会的責任」などの項目に関連することも分かった。