

過度なサービスは消費者に満足感をもたらすのか

梅澤ゼミ 4 年 五味 尚希

1. 研究の動機・目的

日本のホスピタリティサービスは、どの国から来た人でも驚くほど良いと感激されるようだ。例えば旅館でもてなされるサービスやレストランや商業店舗のサービス、またトイレのウォシュレットなどがある。他にも日本のホスピタリティサービスの事例は多く存在するが、これらのサービスは日本人独特のおもてなしの精神があるからだと思う。

しかし、サービスは人によってとても満足感をもたらすサービスと、逆に不快に感じるサービスがある。私自身、買い物をする中で受けるサービスによっては不快感を得ることがある。例えば商品をゆっくり見ていたいと思っているにも関わらず、何かと話しかけてくる従業員のサービスや、試着をしていると「どうですか」と確認をしてくるサービス。一番不快感を持っているのは購入した商品を出口まで運びうやうやしく渡され見送られるサービスである。購入後もう少し店内を見ていたいと思ってもこのサービスをされると少しせかされているように感じてしまうことや、商品を持ってもらってわざわざ出口まで向かうのは恥ずかしさもある。そのため「そこまでしなくても」とサービスに不快を感じてしまう。それでも人によってはこのようなサービスに嬉しく感じる人もいる。

このような同じサービスによって消費者が得られる満足感に違いが出るため、過度なサービス（気を使ってしまうサービス）は消費者にとって満足感をもたらすのだろうか、また過度なサービスはサービスといえるのだろうかという事に疑問を感じた。

そこで接客によるサービスの中で実際に消費者はどのようなサービスに満足感を得ているのか、どのようなサービスに不快感を得ているのか調査し比較・分析を行い、今後のサービスのあり方について考えていきたいと思った。

2. 先行研究の検討

- ・今後検討していく予定

3. 調査概要

- ・アンケート調査（ヒアリング調査、予備調査）

調査対象：多摩大学生（100 名）

調査目的：どのような接客サービスに満足感や不快感を得るのか本調査の精査

- ・アンケート調査（ヒアリング調査、本調査）

調査対象：20 代~50 代の社会人（各世代 30 名、計 120 名）

調査目的：どのような接客サービスに満足感や不快感を得るのかを把握

4. 今後のスケジュール

7月：SRC 発表

8月：先行研究、予備調査の資料作成

9月：予備調査実施、予備調査まとめ、本調査の資料作成

10月：本調査実施、本調査結果の集計、分析

11月：本調査のまとめ、結論、今後の課題

12月：清書、論文完成

5. 参考資料

<http://komachi.yomiuri.co.jp/t/2013/0327/582552.htm>