

目的とプロセスへの焦点の文化差： サービス・リカバリーに対する影響の検討

京都大学 鈴木 智子
滋賀大学 竹村 幸祐
Curtin 大学 浜村 武

1. はじめに

サービスの提供においては、何らかのミスが起きてしまうことを完全に避けることは難しい。サービス・エンカウンターとはサービス提供者と消費者との相互作用を介した社会的交換の場でもあり、多くの場合、ヒトの関与度が高いためである。そのため、サービス業の業務上の失敗（「サービスの失敗」）に対する対処（「サービス・リカバリー」）は、顧客とのリレーションシップ・マネジメントにおいて重要な要素であり、学術的な関心も高まっている（これまでの先行研究については、小本（2011）にまとめられている）。

サービス産業のグローバル化が加速する中、サービス・リカバリーに対する文化の影響を理解することは肝要である。サービス体験に対する文化の影響が大きいことは、さまざまな研究で既に指摘されている（Hui, Ho and Wan, 2011）。本研究では、サービス・リカバリーが結果（例：返金）とプロセス（例：従業員の丁寧な態度）に分類できることに注目し、目的-プロセス志向の文化差による影響を検討した。

2. 理論的枠組みと仮説

2.1. 目的とプロセスへの焦点とサービス・リカバリー

サービス・リカバリーには、サービス提供者がサービスの失敗に対処するための行為が含まれるが、それら行為には返金や商品の交換といったサービス・リカバリーの「結果」と、サービス提供者の誠実さや対応のスピードなどの「プロセス」が含まれる。結果とプロセスのどちらも重要であることはいままでの研究でもないが、どちらをより重視するかについては個人差がある。本研究では、この個人差を説明する上で、行為を解釈するレベルの違い（Action Identification Theory, Vallacher and Wegner, 1989）が有用かどうかを検証した。

行為を解釈するとき、ある人は目的に焦点をあて、他の人はプロセスに注目する。例えば、ある人はある行動を「パソコンでレポートを書いている」と捉え、他の人はその行動を「パソコンのキーを押している」と捉えるかもしれない。Vallacher と Wagner (1989) は、この目的とプロセスへの焦点の違いには安定した個人差が存在するとした。この行為解釈傾向は、サービス・リカバリーの認識や評価にも影響を与えると考えられる。行為の目的 (vs. プロセス) に焦点をあてる傾向が高い人は、サービス・リカバリーの結果 (vs. プロセス) をより重視する (H1)。

2.2. 目的-プロセス志向の文化差

文化心理学の最近の研究からは、この行為解釈傾向に文化差があることが明らかにされている。例えば Miyamoto ら (2013) は、日本人は米国人や中国人に比べてプロセスに、米国人や中国人は目的に、それぞれ焦点をおく傾向にあることを示した。

我々は、消費者のサービス・リカバリーの認識や評価に文化が影響を与えると考える。実際、賠償（結果に焦点をあてたサービス・リカバリー）は東アジア人よりもアメリカ人に対して、サービス・リカバリー後の顧客満足を高めやすいことが明らかにされている（Mattila and Patterson, 2004）。たしかに、「お金の問題じゃない」という言葉に見られるように、日本人はサービス・リカバリーに賠償よりも誠実さを求める傾向があるように見受けられる。これらのことを考慮し、我々は次の仮説を提示する：日本人消費者は、サービス・リカバリーにおいて、結果よりもプロセスをより重視する傾向にある（H2）。

3. 調査

これら仮説を検討するため、日本人消費者を対象に、サービス・リカバリーの結果とプロセスに関する調査を実施した。

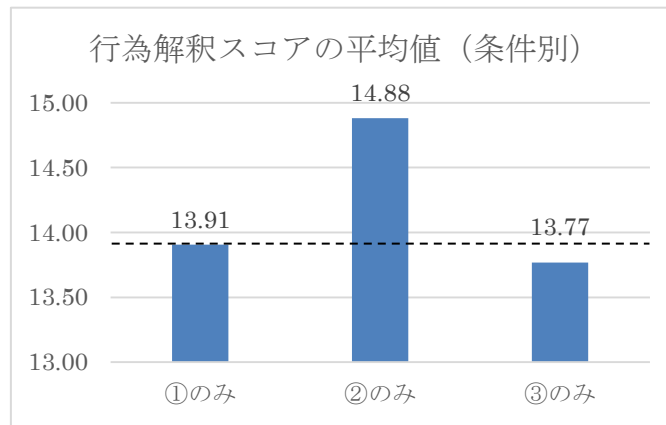
3.1. 調査 1

調査 1 では、サービス・リカバリーを実際に体験した消費者を対象に調査を実施し、消費者の行為解釈傾向とサービス・リカバリーの認識（想起）が関連しているという仮説（H1）を検証した。

対象者：過去 1 年以内に利用したサービスや商品、その企業の従業員に対して不満を感じ、クレームした消費者 492 名（女性 149 名； $M_{\text{年齢}} = 44.52$, $SD_{\text{年齢}} = 11.31$ ）。

方法：まず対象者が経験したサービス・リカバリーについて、①「企業から何らかの対価を得られず、また、企業とのやりとりの過程もとても悪かった」②「企業から何らかの対価を得たが、企業とのやりとりの過程がとても悪かった」③「企業から何らかの対価は得られなかったが、企業とのやりとりの過程がとても良かった」から該当するものを選択してもらった（複数回答可）。その後、Behavior Identification Form（BIF）を使って、対象者の行為解釈傾向を測定した。我々は、②のみを選択した対象者は行為の目的に焦点をあてる傾向が高く、③のみを選択した対象者は行為のプロセスに焦点をあてる傾向が高いと予測した。

結果：①のみ（コントロール群）、②のみ、また③のみを選択した対象者はそれぞれ 222 名、84 名、65 名だった。まず、BIF 尺度の 25 項目それぞれで、行為の目的に焦点をあてている選択肢を選んだ場合には「1」、行為のプロセスに焦点をあてている選択肢を選んだ場合には「0」を付与した。そして 25 項目の点数を合計し、行為解釈スコアを算出した（点数が高いと、目的に焦点をあてる傾向が高い）。1 要因の分散分析の結果、②のみを選択した対象者の行為解釈スコア（ $M = 14.88$, $SD = 3.60$ ）は、③のみを選択した対象者のスコア（ $M = 13.77$, $SD = 4.23$; $F(1, 147) = 2.99$, $p < .10$ ）よりも高い傾向にあった（図 1 に 3 つの条件別の行為解釈スコアの平均値を記した）。この結果は、行為の目的に焦点をあてる傾向が高い人は、サービス・リカバリーの結果をより重視し、行為のプロセスに焦点をあてる傾向が高い人は、サービス・リカバリーのプロセスをより重視するという仮説を支持する傾向にある。



3.2. 調査 2

調査 2 では、日本人消費者はサービス・リカバリーにおいて、結果よりもプロセスをより重視する傾向にあるという仮説（H2）を検証した。参加者は 2 種類のシナリオ（サービス・リカバリーで賠償あり・謝罪なし vs. 賠償なし・謝罪あり）を読み、質問に回答した。

対象者：日本人消費者 200 名（女性 57 名； $M_{\text{年齢}} = 45.04$, $SD_{\text{年齢}} = 10.36$ ）。

方法：参加者は、2 つのシナリオを読んだ後、それぞれのシナリオに書かれたレストランを評価した（否定的・肯定的に感じた程度を 7 段階で測定）。2 つのシナリオはいずれも、レストランで店員が注文を間違えたという設定だった。賠償のあり・なしは、次回無料券の有無で操作された。また、謝罪のあり・なしは、店員本人の謝罪の有無、ならびに店長の謝罪の有無で操作された。

結果：2 つのシナリオのレストランに対する評価を比較したところ、賠償なし・謝罪ありのサービス・リカバリーを提供したレストランの評価（ $M = 4.15$, $SD = 1.70$ ）の方が、賠償あり・謝罪なしのサービス・リカバリーを提供したレストランの評価（ $M = 2.79$, $SD = 1.65$; $t(199) = 8.24$, $p < .001$ ）よりも高かった。H2 は支持された。

4. まとめ

本研究では、行為を解釈するレベルの違い（目的またはプロセスへの焦点）がサービス・リカバリーの認識に影響を与える傾向にあることを示し、日本人がプロセス志向寄りであることを踏まえて、日本人がサービス・リカバリーにおいて、結果よりもプロセスをより重視することを明らかにした。アメリカ人がサービス・リカバリーの賠償を重視するという先行研究の知見と合わせて考慮すると、サービス・リカバリーの内容によって、その後の満足度に文化差があることが示唆された。本研究の貢献は、行為を解釈するレベルがサービス・リカバリーの評価に影響を与えることを示し、さらにはこれまでのサービス・リカバリーの比較文化研究では取り上げられなかったサービス・リカバリーのプロセスに焦点をあてたことである。サービス業においては失敗を避けることが難しく、サービス・リカバリー対策は必須である。サービス業のグローバル化が進む中、サービス・リカバリーの文化差を理解することは、顧客リレーションをグローバルで維持する上で重要であろう。

参考文献は当日の配布資料に記載