

# 特定課題研究「サービス・エンカウンター・ トランスフォーメーションに関する研究」 研究経過報告書

上 元 巨

## 要 旨

顧客の迷惑行為や、近年「カスハラ」として社会問題になっている顧客の機能不全行動は、サービス産業の生産性向上を阻害し従業員の離職やウェルビーイングに悪影響を与える要因としてサービス・マーケティング研究では解決すべき課題の1つであると考えられている。店舗や施設といったサービス・エンカウンターにおける顧客の機能不全行動を防止し、サービス提供者と顧客との価値共創を促進するためには、顧客の機能不全行動を理解することが重要となるが、機能不全行動の具体的な行為については先行研究において一貫しておらず、業種や業態ごとの機能不全行動の違いに関心が払われてこなかった。この研究では、顧客の機能不全行動を防止するために必要な、機能不全行動の尺度開発および業種や業態ごとの違いについて明らかにする。

キーワード：機能不全行動、サービス産業、尺度開発、因子分析、クラスター分析

## 1. 序論

いわゆる物流の2024年問題に代表されるように、サービス産業における労働環境の改善は社会的課題の1つになっている。近年「カスハラ」ということばに代表されるように、顧客の機能不全行動いわゆる迷惑行為はサービス提供者に負の影響を与え、事業者の生産性を低下する要因にもなっている。そして、我が国のサービス産業が直面する問題には海外からのインバウンド観光客の増加への対応も存在している。サービスに対する需要の増加によりサービスの多角化が進み、独自のビジネスモデルを形成することとなっているが、顧客の機能不全行動への対応も複雑になることが考えられる。

## 2. 先行研究と理論的課題

顧客の機能不全行動とは、顧客の故意か過失かを問わず、サービスの生産や物的環境を毀損・破壊したり、他の顧客に対する好ましくない行為のことを指す (Lovelock 1994)。先行研究においては顧客不作法 (Customer incivility)、顧客不正行為 (customer misbehavior)、顧客逸脱 (deviant customer) など多様な概念で研究が行われてきた。いわゆる迷惑行為のことであり、暗黒面の消費者行動 (dark

side of consumer behavior) として *Journal of Business Research* や *International Journal of Hospitality Marketing* を中心に研究が活発化している (Lages *et al.* 2023)。

顧客の機能不全行動に関し、本研究では2つの理論的課題に着目する。1つめは、測定尺度に関する課題である。機能不全行動には、従業員に対する暴言、設備施設の破壊、従業員への責任転嫁、金銭の搾取といったように多様な行動が含まれるが、既存の測定尺度は専ら従業員に対する過度な苦情や暴言に関するもので構成されている (Maxham and Netemeyer 2002; Alola *et al.* 2019)。そのため、本来の顧客機能不全行動の概念を捉えることのできる測定尺度の開発が必要であると考えられる。2つめは、業種や業態の違いに関する課題である。機能不全行動は産業によってその実態が異なることが指摘されつつも (Harris and Reynolds 2004)、その違いや、違いが生じる要因に着目する研究はほとんど無い。そのため、上記2点に着目した探索的調査を実施する。

### 3. 調査概要

R5 (2023) 年 10 月に、20 のサービス産業に従事し、なおかつ直接的・間接的に接客業務に関わる 649 名を対象としたオンラインにおける質問紙調査を実施した (アイブリッジ株式会社の Freeasy を利用)。

Study1 では、機能不全行動に関する先行研究から 24 個の質問項目を作成し (7 段階)、フロア効果が確認された質問項目を除外した上で探索的因子分析および確認的因子分析によって 5 次元 16 項目からなる尺度を開発 (スクリープロット固有値、対角 SMC 数値などを考慮) した。それぞれの次元および質問項目は先行研究にもとづき言語的攻撃性 (顧客はサービスの不満を言いたそうにしている・顧客はあなたや他の従業員に侮辱的な発言をする・顧客はあなたや他の従業員に怒りをぶつける・顧客はあなたや他の従業員に向かって乱暴な口調で話しかける・顧客はあなたや他の従業員に向かって乱暴な口調で問いかける)、生産阻害 (顧客は従業員の仕事を妨害しようとする行動を取る・顧客は従業員の仕事を妨害しかねない行動を取る)、負の顧客間相互作用 (施設内において、顧客の大声によって他の顧客に迷惑をかけている・施設内において、顧客のマナーが悪く他の顧客に迷惑をかけている・施設内において、顧客のクレームで他の顧客が不快に感じている)、補償要求 (顧客はサービスに関する不当な返金を要求する・顧客はサービスに関して不当な金銭的補償を要求する・顧客は自分勝手な理由でサービスの返金を要求する・顧客は自分勝手な理由でサービスに関して不当な金銭的補償を要求する)、施設フリーライド (サービスを利用することなく施設に立ち入る人がいる・サービスを利用することなく施設の設備を利用しようとする人がいる) と名付けた。

次に、Study2 ではサービスの業種や業態ごとに機能不全行動の 5 次元にもとづき階層クラスター分析を実施した。結果を図に記す。階層クラスター分析の結果からは、士業・生命保険や病院・介護福祉といった独特な顧客の機能不全行動が見られる業種や業態が明らかになった。そのいっぽうで百貨店・SC、スーパー、ホームセンターといった業種や業態は機能不全行動の類似性が見られることとなった。

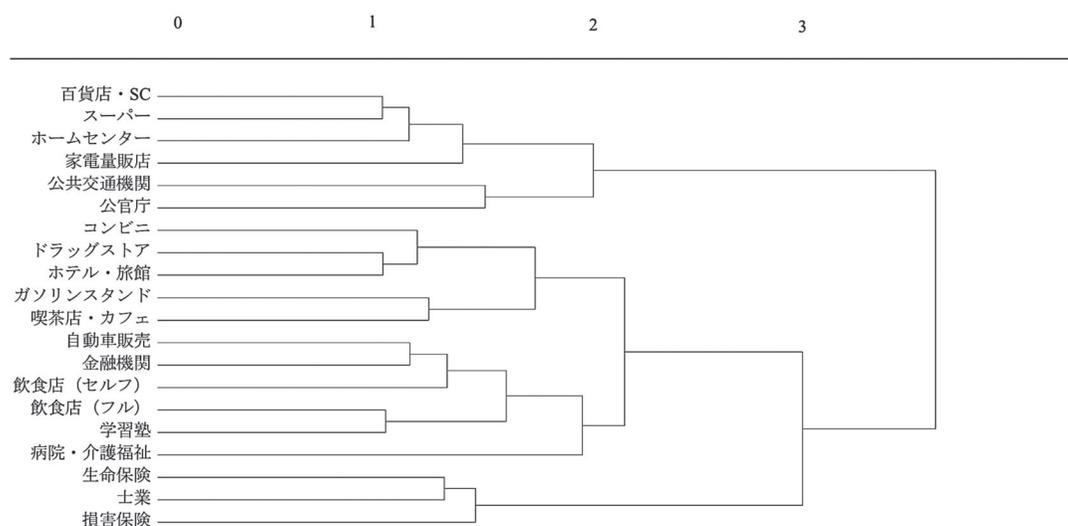


図 20 産業の機能不全行動に関する階層クラスター分析のデンドログラム  
(ウォード法, ローデータによる距離)

(筆者作成)

#### 4. まとめと展望

先行研究の知見をもとに、サービスにおける顧客の機能不全行動は、対象や行為によって5次元に弁別でき、それらは言語的攻撃性、生産阻害、負の顧客間相互作用、補償要求、施設フリーライドから成り立つことが明らかになった。特に、生産阻害、補償要求、施設フリーライドははじめて概念化された。産業ごとの機能不全行動に関しては、産業ごとに、サービスにおける機能不全行動はカテゴリーや発生頻度は大きく異なることが明らかになっている。今後は、産業ごとの機能不全行動の違いについて、取引上の特徴、財の特徴、業態の特徴、施設や設備の特徴といった観点から考察する必要がある。また、本研究による成果は、査読付海外論文への投稿を目指し執筆中である。

#### 参考文献

- Lovelock, Christopher H. (1994), *Product Plus: How Product and Service Equals Competitive Advantage*. New York: McGraw-Hill.
- Lages, C. R., Perez-Vega, R., Kadić-Maglajlić, S., and Borghei-Razavi, N. (2023). A Systematic Review and Bibliometric Analysis of the Dark Side of Customer Behavior: An Integrative Customer Incivility Framework. *Journal of Business Research*, 161, 113779.
- Maxham III, J. G., and Netemeyer, R. G. (2002). A Longitudinal Study of Complaining Customers' Evaluations of Multiple Service Failures and Recovery Efforts. *Journal of marketing*, 66 (4), 57-71.
- Alola, U. V., Olugbade, O. A., Avci, T., and Öztüren, A. (2019). Customer Incivility and Employees' Outcomes in

the Hotel: Testing the Mediating Role of Emotional Exhaustion. *Tourism Management Perspectives*, 29, 9-17.

# Summary of Research Progress about Service Encounter Transformation

Wataru UÉMOTO

## Abstract

Customer nuisance behavior, and dysfunctional customer behavior, which has become a social issue in recent years known as “customer harassment (kasu-hara),” are considered one of the key challenges to be addressed in services marketing research as they hinder productivity improvements in service industries and has negative impact on employee turnover or well-being. To prevent dysfunctional customer behavior in service encounters such as stores and facilities and to promote value co-creation between service providers and customers, it is important to understand more detailed dysfunctional customer behavior. However, previous research has not been consistent in specifying the concrete actions of dysfunctional behavior, and little attention has been paid to the differences in such behavior across different industries and business types. This study aims to develop a scale to measure dysfunctional customer behavior and clarify the differences across various industries and business types to prevent such dysfunctional behaviors.

**Keywords :** dysfunctional customer behavior, service industries, scale development, factor analysis, cluster analysis

