

氏名	濱中 友美
学位の種類	博士(経営管理学)
報告番号	甲第417号
学位授与年月日	2015年9月19日
学位授与の要件	学位規則(昭和28年4月1日 文部省令第9号) 第4条第1項該当
学位論文題目	プロフェッショナル・サービスの対個人サービスにおける顧客満足構成要素の研究
審査委員	(主査) 高岡 美佳 亀川 雅人 黒木 龍三

I. 論文の内容の要旨

(1) 論文の構成

第1章 課題と視角

第I部 プロフェッショナル・サービスの顧客満足構成要素に関する理論的検討

第2章 サービス概念とプロフェッショナル・サービス

第3章 顧客関係性マーケティング

第II部 プロフェッショナル・サービスの顧客満足構成要素の開発

第4章 弁護士を対象とした事例検証

第5章 税理士・公認会計士を対象とした事例検証

第6章 歯科医師を対象とした事例検証

第7章 総括と今後の展望

(2) 論文の内容要旨

本論文の目的は、日本のプロフェッショナル・サービス財において、サービスの供給側と需要側の双方の視点に立ち、プロフェッショナル・サービスが顧客満足に与える影響について解明することを通じて、経営の効率的で最善な意思決定に資することにある。本論文は、市場が歪みやすいプロフェッショナル・サービスという特殊な財を対象としており、個人の知識や能力・スキル・経験に依存している専門サービスが、現実の顧客との間でどのように取引され、そこにいかなるメカニズムが作用しているのかを、3つの事例調査を通じて実証的および理論的に考察している。

本論文を通じて得られた結論は、次の通りである。

第一に、本論文で検証した3つの事例調査に共通するのは、「知覚品質（サービス品質）－顧客満足－ロイヤルティ、クチコミ」の一連の関係にプラスの影響があることである。サービス品質の向上は、顧客満足の向上、ロイヤルティの向上、そして継続利用意向の向上へと、連鎖する因果関係が存在している。

第二に、プロフェッショナル・サービス産業において、特に顧客満足に繋がるサービスの共通因子を検証した結果、「信頼性」、「共感性」、「応答性」であることが明らかになった。具体的には、弁護士事務所において特に顧客満足に影響を与えている因子は、「信頼性」、「応答性」、「確信性」、「共感性」であり、税理士事務所においては、「共感性」、「信頼性」、「応答性」、「能力」であった。また、歯科診療所においては、「共感性」、「信頼性」、「応答性」、「ケア」であった。すなわち、クライアント（患者、依頼者）のニーズを把握しながら、提供するサービスの内容をわかりやすく説明し、その上で提供サービス内容の同意を求め、サービス内容の記録を正確に管理・報告し、一連のサービスをミスなく行うことが顧客満

足に繋がるという知見が得られた。

上記の結論を導くに至るまでのプロセスを、各章の検討結果をもとに示したい。

第1部（第1～3章）では、プロフェッショナル・サービスの顧客満足構成要素が理論的に検討されている。プロフェッショナル・サービスは、プロフェッショナルにサービスを委任するので、エージェント関係に相当する。ゆえに、クライアント（例：患者）が期待したほどの結果（例：健康の回復）が得られないとしても、それが専門サービス提供者の力量や努力不足によるものなのか、専門サービス提供者が最善を尽くしたにもかかわらず、結果が得られなかったのかを判別できない。また、エージェントが提供する財・サービスにおいて、能力・特性等のわからない私的情報があるために、結果的に品質が低い、あるいは隠れた情報を恐れるがあまり、効率的な取引が出来ないという逆選択の問題も起こり得る。したがって、この問題を回避する手立てとして、本研究において、プリンシパルであるクライアント（患者）に顧客満足度調査を実施し、プロフェッショナル・サービスの評価結果を数値化することでサービス品質の可視化を行うことに意義があると結論づけられている。

第2章では、サービス概念とサービスの特性・分類の先行研究を概観した上で、プロフェッショナル・サービスの位置づけ、定義が明らかにされる。経済学では、サービスを産業構造的アプローチから有形財か無形財かで分類し、残余の活動を広義のサービスとして定義する。一方、経営学では、有形・無形に関わらず、財の性質によって分類し狭義のサービスとして定義する。本研究では、サービスを議論の中心に置く、Vargo and Lusch（2004）の定義に準じて、サービスを行為、プロセス、パフォーマンスを通じて提供される特別な能力（知識・技術）の適用であって、他者または自分自身のベネフィットのために行なわれるものと認識した。さらに、本研究で扱う対個人のプロフェッショナル・サービスについて、「長期間の教育訓練によって習得される知識と経験、倫理性を持った専門家が、顧客に対して提供する特定分野の高度専門的なサービス」と定義づけた。

第3章では、顧客関係性と収益性に焦点を絞り、サービス・マーケティング論、消費者行動論の先行研究が検討されている。ここでは、クライアントと双方向のコミュニケーションを取ることでクライアントの目的がより効果的に成就することができる点、プロフェッショナル・サービス特有の消費者意思決定プロセス、サービスにおける競争優位であるサービス品質の評価指標について確認がなされた。そして、サービスの提供が個別化されているプロフェッショナル・サービスでは、顧客を満足させるサービスを目指すことが重要であることが指摘された。また、ここまでの議論を受けて、本研究における仮説が設定された。分析フレームワークは、従来の研究で用いられてきたOliver（1980）の期待-不一致モデルを鍵概念として、顧客の満足する知覚品質の因子についてサービス品質の測定尺

度であるSERVQUALを援用し、本研究におけるグラフィカルモデルが構築されている。

第Ⅱ部（4～6章）では、第Ⅰ部での議論を踏まえて、プロフェッショナル・サービスの顧客満足構成要素の導出に割り当てられている。

まず、第4章では、弁護士事務所を対象とした事例検証が行なわれた。弁護士事務所での実際の現場のやり取りや経営状況について、弁護士に定性調査を実施したところ、事務所の規模に応じて特に零細事務所においてはクライアントの個人の比率が高いという結果であった。また価格設定においては、基本的には、価格規制があった当時の価格を基準としながら、解決する問題の程度や担当する弁護士の経験、知識によって異なっているということが明らかになった。クライアント側に対する定量調査では、弁護士は、頼りになり、迅速に法的サービスを提供し、さらに、クライアントの関心事を気にかけてくれ、いつも進んで力を貸し、1人1人の要望に合わせた個別の対応ができることが顧客満足に繋がるということが明らかになった。

続く第5章では、税理士事務所が事例検証の対象となっている。税理士事務所も同様に、実際の現場のやり取りや経営状況に関して税理士に定性調査を実施している。総括としては、税理士の仕事は税務相談から人生相談までクライアントの要求に応じたサービスを提供するためサービス内容が幅広いということ、新規顧客はほぼクチコミ経由でありホームページを見てきた人は安さだけを求めている点等が指摘された。また価格の設定においては、地域で価格に格差があり、双方合意の価格設定の仕方としてその地域の競争環境が影響しており、クライアントが調べてくる情報を優先する地域と、税理士の設定した金額に従うクライアントが存在することが確認された。クライアントへの定量調査では、公認会計士・税理士は、誠実で知識・スキルを持ち、クライアントのニーズを把握し、個別の要望に合わせて対応し、税務サービスをミスなく提供することが顧客満足に繋がるということが明らかになった。

第6章では、歯科診療所を対象とした同様の実証的研究が展開される。歯科医師への定性調査では、齲蝕の減少による歯科疾患の構造の変化により、歯科診療所では海外の先進国の予防管理方法を吟味するなどして患者に対してエビデンスを収集していること、また患者からも情報を収集することにより、個別のニーズにきめ細かく対応することで歯科医療サービスにおける顧客満足度と納得感を高めていく努力を行っていることが確認された。患者への定量調査では、歯科医師は、患者の訴えをよく聞き、ニーズを把握し、歯科医師からの情報提供量が多く、一人一人の要望に合わせて対応し、精神面のケアをし、患者のことを理解しながら医療サービスを提供することが顧客満足に繋がるということが明らかとなった。

II. 論文審査の結果の要旨

濱中氏が本論文中で指摘したように、先進国において、専門性の高いプロフェッショナル・サービスに対する需要は高まっている。一方で、経営管理学の視点に立ち、同サービスの提供に着目した研究実績は少ない。本論文は、顧客満足構成要素をサービスの提供者が理解することによって、サービス財の提供者である事務所（診療所）の差別化を図ることが可能となり経営や収益の改善につながるという立場から、プロフェッショナル・サービスの生産と消費の全体像を明示しており、非常に意欲的な論文であると評価できる。

プロフェッショナル・サービス財は、事前・事後に品質を評価することが難しく、同時に、需要者と供給者の双方の対面によるサービス財提供が中心となるため、財の品質を均等化・均一化することが難しい。そのため、産業全体でとらえると、サービス品質の何を均等化・均一化し、何を個別にカスタマイズしてサービス品質を高めれば需要者から一定以上の評価をうけることができるのか、そして、双方の信頼関係を構築できるのかが曖昧なままとなっている。本論文の最大の貢献は、プロフェッショナル・サービスの各サービス品質の要素が総合満足に与える影響を統計的に明らかにしたことで、提供者（エージェント）の収益性と同産業の生産性を高める可能性を見出したことと、クライアントがサービス品質を判断するための材料を提供したことにある。

分析手法は、サービスの供給者に対してはインタビュー調査にとどまるものの、需要者に対してはデータ収集の後、共分散構造分析を用いて、先行研究にもとづき確認的因子分析を行い設定した仮説の検証を行っており、検証の手續きに不備は認められない。

本論文の分析から得られた知見は、当該分野の研究の進展に貢献したと判断し、審査員一同は、本論文の筆者である濱中友美氏が博士（経営管理学）の学位を受けるに価するものと考えます。