

Title	航空会社の事前期待に影響を与える要因分析：サービスの個別対応に着目して
Sub Title	
Author	須賀, 智子(Suga, Tomoko) 坂下, 玄哲(Sakashita, Mototaka)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2022
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2022年度経営学 第3987号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002022-3987

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（ 2022 年度）

論文題名

航空会社の事前期待に影響を与える要因分析
—サービスの個別対応に着目して—

主 査	坂下 玄哲
副 査	井上 哲浩
副 査	林 洋一郎
副 査	

氏 名	須賀 智子
-----	-------

論文要旨

所属ゼミ	坂下 玄哲 研究室	氏名	須賀 智子
(論文題名) 航空会社の事前期待に影響を与える要因分析 —サービスの個別対応に着目して—			
(内容の要旨) 日本の航空会社は顧客満足度向上に向け弛まぬ努力を続けて来た。このような状況下で COVID-19 の世界的な流行が発生し、航空産業は大きな打撃を受けることになった。顧客の行動様式・価値観の変容、DX 等の大きな変化の中で、顧客の期待にどのように応えていくか現在も試行錯誤が続いている。航空会社が提供するサービス財はその他の有形財とは異なり、無形性・同時性・消滅性・変動性といった特性から、顧客の事前期待が過度に高まるといった好ましくない事態に陥りやすい。以上のような背景から本研究は、顧客満足度に多大な影響を与える事前期待に着目し、いかなる要因がその形成に影響を与えているのかについて、特に航空会社の個別対応に焦点を当てて明らかにすることを目的としている。 以上の目的を達成するために、はじめに関連分野の文献レビューを行った結果、大きく以下の三つがわかった。第一に、期待不一致理論に関する研究知見から、サービスの品質評価において顧客の事前期待が大きな役割を演じることがわかった。ここから、航空会社の顧客満足度向上において、事前期待がいかなる要因により形成されるかに注目することの重要性が示唆された。第二に、顧客の事前期待形成に関する研究知見から、顧客の過去の経験の一つであるサービスの個別対応が事前期待の水準に影響を与えることがわかった。これにより、航空会社の事前期待形成においても類似した効果が生じている可能性が示唆された。第三に、サービスの個別対応に関する研究知見から、サービスの個別対応の概念定義が異なる研究者間で必ずしも一致していないことがわかった。よって、航空会社におけるサービスの個別対応について明確に定義を行う必要性が示唆された。以上から、以下の仮説を導出した。すなわち「個別化されたサービスは事前期待を高める」である。 仮説検証のための経験データの収集に先立って、航空会社のサービス設計全般を担当する顧客情報本部、実際に顧客にサービスを提供する主体である航空会社の客室乗務員、航空会社サービスを楽しむ一般消費者それぞれに対する三種類のインタビュー調査を行った。これらの事前調査から、本調査で被験者に提示する航空会社サービスの個別対応の具体的項目を 45 抽出した。本調査では、大きく以下 2 つの項目を含む質問票によるオンラインサーベイ (N=115) を行った。収集に際しては、主に調査コストの観点から、便宜サンプルによる調査を採用した。1 つ目は、航空会社サービスの個別対応の具体的項目を被験者に提示して評価を行わせるものである。2 つ目は、既存研究から抽出したサービス品質評価尺度を用いて、被験者に実際の航空会社サービスについて評価を行わせる質問項目である。なお、経験データ収集に際しては、航空会社の戦略立案に必要な情報を追加的に収集することを目的として、主に被験者の特定航空会社の利用経験などを質問する項目を追加した。 収集された経験データの分析結果から、インタビュー調査により洗い出された航空会社サービスの個別対応は、不安解消個別対応、スペシャル個別対応、条件反射的個別対応の 3 つの因子により構成されていることが明らかになった。このうち、不安解消個別対応および条件反射的個別対応が航空会社の事前期待水準に部分的に影響を与えていることがわかった。以上より、先に掲げた仮説は部分的に支持された。以上の結果をもとに考察を行い、航空会社への提言、理論的・実務的貢献および限界と今後の展望についてまとめた。			