

第54回インナーゼミナール大会

研究計画書

ゼミ名	森ゼミ	チーム名	時は金なり
タイトル	人はなぜ待つことができるの？		
テーマ群	g. その他		
メンバー	岩川琴美、宇之木美也翔、小幡桃花、西久保美侑、二杉愛翔、好村亮哉		
研究計画内容	<p>【研究背景】</p> <p>行列が出来ている飲食店やブランド店では、1時間前後の待ち時間が生じていても、多くの方達が列に並んでいる。そういった店舗へはどのような人が集まり、店舗側はどのような工夫を行っているのだろうか。そこで、「待てる顧客」と「待っている顧客への配慮」の特徴をデータの的に分析する。</p> <p>【研究内容】</p> <p>本研究では、テーマである「なぜ人は待つことができるのか？」という問いかけに対して、「顧客側の意識」と「待っている顧客への企業側の配慮」の二点に注目した。そして、そもそも顧客が待つことに寛大であったことが原因だったのか、もしくは企業のサービスが顧客の忍耐力を引き上げたのかなどを見ていく。</p> <p>そのため研究の一環として、選択肢にて「店舗への関心度」「誰かと一緒か」「待つ際の環境」といった実験環境をコントロールしたアンケート調査も行う。そして、環境の変化によってどこまで判断に変化が生まれるのか、また生まれないのかを見ていく。</p> <p>なお、先行研究より、外的要因が直接的な待ち時間を生むサービスの満足度に及ぼす影響についての調査によると、待てるようにするためには待ち時間そのものを短縮するのではなく、待ち時間をより魅力的にすることが効果的であるということが分かっている。また本稿では、客のストレスを軽減する店側の戦略がいくつか挙げられている。</p> <p>【期待される効果】</p> <p>本研究から期待される効果は、「待てる顧客」が待てる理由として、どれだけ「内的要因」と「外的要因」に委ねられているのかを分析できる点にある。結論として、企業はコアターゲットを「待てる顧客」にしなければならないのか、もしくは、企業として顧客が待ってくれるような「店内サービス」を実現すれば、顧客はそれについて来るため問題ないのか。「待ってもいいと思わせるような、高い顧客満足度を実現する企業」の特徴を発見したい。</p> <p>【参考文献】</p> <p>Pruyn, A., & Smidts, A. (1998). Effects of waiting on the satisfaction with the service: Beyond objective time measures. <i>International journal of research in marketing</i>, 15(4), 321-334.</p> <p>最終閲覧日 2024年10月15日</p>		