

第53回インナーゼミナール大会 研究計画書

| | | | |
|--------|--|------|---------|
| ゼミ名 | 宮川ゼミ | チーム名 | シン・半額弁当 |
| タイトル | 待つこの知らない世界 ～待ち時間が顧客に与える効果～ | | |
| テーマ群 | a)理論・情報 e)産業・企業 | | |
| メンバー | 谷 大和 江本雅子 布引藍子 岸田伊織 佐々木秀太 | | |
| 研究計画内容 | <p>【研究背景】 「現在〇〇分待ちです」このような表記を日常生活の中で一度は見たことがあるだろう。例えば、ラーメン店の順番待ちを思い出して欲しい。自分の順番が来るまでイライラしたり、待っている時間が退屈だったり、「この時間他のことができたのに」と自分の時間が奪われたりするなど、待つことに対して非効率であるといったマイナスなイメージを持たれがちである。しかし、待つことでリピートしたいと考えたり、同じ財・サービスでもより高品質に感じたりするなど、プラスなイメージも存在すると気づいた。以上から私たちは待つという行為は悪いことばかりではないと考え、本研究に至った。</p> <p>【研究内容】 私たちは、待つことで財・サービスへの満足度が向上するという仮説を立てた。この仮説を立証するために、アンケート、ランダム化比較試験、実験の3つの手法を用いる。 アンケートは、満足度が持続する最大待ち時間や、待つことがリピート消費に繋がっているかを明らかにするために行う。質問項目として、待ってもよいと考える許容時間、実際に待った最大時間、待ったことによる満足度、そして繰り返し利用したいかという内容を設ける。 ランダム化比較試験は、待つことが意思決定に良い影響を与えているかを明らかにするために行う。検証方法としては、「友達といる場合」「家族・恋人といる場合」「ひとりでいる場合」の3つのグループに分け、待つ場合と待たない場合で満足度に差があるのか分析する。 実験は、実際に満足度が向上しているのか、また、リピート消費に繋がっているか明らかにするために行う。検証方法としては、被験者にグミを用意し、一定時間待ってグミを食べたグループと待たずにグミを食べたグループでランダム化比較試験を行う。 以上の3つの検証において、待ち時間と満足度の関係性を数値化するために回帰分析を行い、仮説が立証されるか研究する。</p> <p>【期待される効果】 本研究の分析・結果を踏まえて、待つ場合の方が待たない場合よりも満足度が高ければ、同じ品質の財・サービスでも、待つことでより高品質に感じていることが明らかになり、待つことが意思決定において良い影響を与えているとわかる。また、実際に待った時間と満足度の関係より、1番おいしい・楽しいと感じるといった満足度が持続する待ち時間がわかる。それにより、相手を不快にさせない行動ができるため、更なる良好な交友関係が築ける。加えて、高い満足度を保った状態で顧客に商品を提供することができる。以上のことから、待つことはマイナスなイメージを持たれることが多いが、非効率な選択ではないと提案できる。</p> <p>【参考文献】 ・久保田健・山本昌(2016)『行列の待ち時間はプラスの効果を生むのか：行列形成に伴う期待水準の変化と満足度の分析からの考察』慶応義塾大学大学院経営管理研究科 ・K. Haggag, D.G. Pope, K.B. Bryant-Lees and M.W. Bos (2019)“Attribution Bias in Consumer Choice,” Review of Economic Studies 86, pp.2136-2183.</p> | | |