

# 店頭販売員における適応的熟達を果たす接客業務の質的分析

—販売員・顧客の特性と周囲の状況要因に着目して—

○石渡崇晶（筑波大学システム情報工学研究科） 上市秀雄（筑波大学システム情報系）

## Qualitative analysis of salesperson selling behavior for customer from adaptive expertise

—Focus on the situational factor and the characteristic salesperson and customer—

○Takaaki Ishiwatari(Graduate School of Systems and Information Engineering, University of Tsukuba)

Hideo Ueichi(Faculty of Engineering, Information and Systems, University of Tsukuba)

### 背景と目的

近年、「おもてなし」という言葉に代表されるように、店頭において顧客と直接対峙する販売員（以下、店頭販売員）の行う接客業務は、年々重要性を増している。そこで本研究では、単に自らの知識・経験から導かれる手法のみを行うのではなく、現在対峙する状況を判断し、自らの知識・経験に基づいて柔軟な手法を行う適応的熟達に着目した。適応的熟達は接客業務において、マニュアルなどで指定された業務を単に行うのではなく、顧客の特性（性別、年齢、パーソナリティなど）やその時の状況（季節、天候、時間帯など）によって柔軟に変化させた業務を行うことを意味している。したがって、店頭販売員に対し、適応的熟達を果たす接客業務を促すことが重要である。

適応的熟達に影響を与える販売員の特性として、対人場面における自己の行動制御をする傾向の性格特性のセルフ・モニタリングや（Snyder,1974）、自己に対する高次の認知能力であるメタ認知（Schraw & Dennison,1994）、販売員の経験・知識量（Barton et al.,1986）などが挙げられる。しかし、販売員の特性に加え、顧客の特性や周囲の状況要因を交えた分析が十分にされていない。したがって、本研究の目的は、人材教育手法の開発を念頭に、販売員の特性が適応的熟達を果たす接客業務にどのような影響を及ぼすか、顧客の特性や周囲の状況要因も交えて検討することである。

### 方法

調査時期及び対象者・対象業務 ①調査時期：

2018年12月11日と13日。②調査対象者：関東圏内に広く展開するドラッグストアにて薬剤師免許を持つ登録販売員5名。③対象業務：顧客へ医薬品を推薦する医薬品推薦業務を対象とした。

調査の手続き 手順①：販売員の特性を測定するための質問紙調査。手順②：具体的な状況設定がない場合とある場合の医薬品推薦業務の内容に関してインタビュー調査。

質問紙の項目 ①セルフ・モニタリング：石原・水野（1992）による13項目を使用した（“社会的な場面で、他人が望むように自分の行動を変えることができる”、“よく、人の目を見てその本当の気持ちを正確に読み取ることができる”、など）。5段階評定。②メタ認知：室町・上市（2015）による14項目を使用した（“自分の取っている方法がうまくいっているか、分析している”、“自分が何が得意で、何が不得意かを分かっている”、など）。5段階評定。③経験・知識量：薬剤師として働いた職務歴と店頭の薬剤師として働いた勤務歴を聞いた。④デモグラフィック項目：年齢、性別、勤務店舗、現在働く店舗での勤務歴を聞いた。

インタビュー調査の質問項目 ①医薬品推薦業務の探索的調査：普段、顧客に対して風邪薬を推薦する業務について、周囲の状況や顧客の設定をせずにインタビューした。②状況要因による接客業務の差異：医薬品推薦業務のプロセスに影響を与える要因として予測される、顧客の性別や年齢、見た目、接客をする時間帯、季節という5つの要因がすべて異なる接客状況を2種類提示し、それ

それに対する接客業務についてインタビューした。

**分析手続き** まず、質問紙調査の結果を基に、販売員の特性や経験・知識量の高低で分類した。そして、インタビュー調査の録音をテキスト化したものを被験者間で比較することにより、適応的熟達に影響を与える要因について検討した。

### 結果と考察

医薬品推薦業務において、顧客情報の収集を行う業務に対する結果を Table. 1 に示す。この結果より、同じ状況であっても被験者によって異なる解釈をした結果、適応的熟達を果たす接客業務の内容が具体的に明らかとなった。そして、特にメタ認知の高い群は、与えられた状況を適切に抽象化し、過去の経験を根拠に、その状況に適した接客業務を行っていた。また、メタ認知はセルフ・モニタリングや経験・知識量に比べ、適応的熟達とより関連する可能性が示された。

山内 (2016) は、鉄道従業員のアナウンス業務における適応的熟達を促す教育手法を開発するために、メタ認知を高める必要性を主張した。そして問題解決のために必要なメタ認知的知識を享受するような講義やテストを課し、それらが有用である可能性を示した。本研究において示された店頭販売員の商品推薦業務におけるメタ認知的知識

は、1)自分の業務における知識が、店舗に来る顧客の特性や、その時々状況要因によってどのように生かすことができるかという知識、2)自分の業務における知識以外の知識を、自分の業務へどのように活かすことができるかという知識があることが分かった。よって、メタ認知的知識は、店頭販売員に対する有効な人材教育手法の開発へ還元することができると考えられる。

### 引用文献

Barton A. Weitz, Harish Sujana & Mita Sujana 1986 Knowledge, Motivation, and Adaptive Behavior : A Framework for Improving Selling Effectiveness, Journal of Marketing, Vol.50, 174-191.

石原俊一・水野邦夫 1992 改定セルフモニタリング尺度の検討 心理学研究, 63 卷, 1 号, 47-51.

室町祐輔・上市秀雄 2015 メタ認知尺度作成の試み 日本心理学会第 79 回大会発表論文集, 1PM-101.

Schraw & Dennison 1994 Assessing meta-cognitive awareness Contemporary Educational Psychology, Vol.19, 460-475.

Snyder, M. 1974 The self-monitoring of expressive behavior, Journal of Personality and Social Psychology Vol.30, 526-537.

山内香奈・菊地史倫 2016 鉄道従業員の案内業務の適応的熟達を促す訓練手法の開発 日本教育工学会論文誌, 40, 077-080, 2016.

本研究は、平成 30 年度科研費補助金挑戦的萌芽 (研究代表者, 上市秀雄, 課題番号 16K13394)の助成を受けた。

Table. 1

調査結果の概要 (○ : 全ての被験者に共通する項目, ・ : 被験者ごとに異なる項目)

	群①	群②	群③	群④
業務の種類	セルフ・モニタリングとメタ認知が高く、経験・知識量も高い被験者	セルフ・モニタリングとメタ認知が高く、経験・知識量が低い被験者	セルフ・モニタリングとメタ認知が低く、経験・知識量が高い被験者	セルフ・モニタリングとメタ認知が低く、経験・知識量も低い被験者
顧客情報の収集業務	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用中の医薬品を聞く ・生活環境 (食事や睡眠) の状態を聞く ・眠くなって困るか、この後運転するかなどを服装や雰囲気、時間帯から推測し、補足的に聞く	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用中の医薬品を聞く ・3, 4 回質問を繰り返す、自分が飲む薬で無い場合はさらに細かく質問をする ・時間帯による客層の変化に注意する	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用中の医薬品を聞く ・今一番つらい症状を止めたいのか、それともこれから起こる症状を止めたいのか聞く ・季節によって症状の推測が異なる	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用中の医薬品を聞く ・季節によって症状の推測が異なる