

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

上市秀雄



(筑波大学大学院システム情報工学研究科) (筑波大学システム情報系) s1920549@s.tsukuba.ac.jp

背景

➤ 接客業の現場が抱える課題

- 厚生労働省（2016）「平成18年度と25年度の求人倍率」
 - ・接客業の有効求人倍率
 - 商品販売の職業……**2.37倍**
 - 接客・給仕の職業…**4.34倍**



《接客業の現場は、深刻な人手不足を抱えている》

➤ 接客業に対する顧客の期待

- 藤原誠徳（2010）「接客マナーアンケート調査の概要とCS推進策」
 - ・接客業の重要性
 - 9割の顧客**が店を選ぶときに接客マナーを気にしている。
 - 6割以上の顧客**が不快な思いをすると、再来店をしない。

《顧客が接客に対して大きな期待を寄せている》

少ない人材に対し、
効率よく質の高い接客をすることを促す人材教育手法が、
問題解決の一助になる可能性がある。

目的

- 人材教育手法の開発を念頭に置く
- 接客業務の中でも、顧客に商品を推薦する商品推薦業務を対象とする
- 本研究の目的は、

販売員の個人特性が、接客業務における
適応的熟達行動（顧客の特性や状況に応じた適切な接客行動）
に与える影響を検討する

参考文献

- Barton A. Weitz, Harish Sujan & Mita Sujan 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巻, 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.

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。

先行研究

➤ 適応的熟達の必要性

- 適応的熟達とは（山内,2016）
 - 単に自らの知識・経験から導かれる手法を行うのではなく、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こと。**
- 適応的熟達を果たす接客業務（適応的熟達行動）**とは、

マニュアルで指定された業務を単に行うのではなく、
顧客の特性やその時の状況によって柔軟に変化させた業務を行うこと。

➤ 適応的熟達に影響を与えると予測される個人特性

- セルフ・モニタリング（Snyder,1974）
 - 対人場面における自己の行動を適切に制御する傾向の性格特性
- メタ認知（Schraw & Dennison,1994）
 - 自己の学習をもたらし、理解し、かつコントロールする能力
- 店頭販売員の**経験・知識量**（Barton et al.,1986）

➤ 先行研究の問題点

店頭販売員の接客業務において、販売員・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。

方法

- 調査内容
 - 対象：関東圏に広く展開するドラッグストアで働く薬剤師5名
 - 時間：質問紙調査10分程度とインタビュー調査20分程度の合計30分程度
 - 時期：2018年12月11日と13日

➤ 質問紙の項目

- セルフ・モニタリング（石原・水野,1992）5段階評定
 - “社会的な場面で、他人の望むように自分の行動を変えることができる”
- メタ認知（室町・上市,2015）5段階評定
 - “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”
- 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続歴
- 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舗歴

➤ インタビュー調査の質問項目

- 商品推薦業務の探索的調査
 - 普段、顧客へ風邪薬を推薦する業務の手順を聞いた。
- 状況要因による接客業務の差異の調査
 - 顧客の特性や状況要因が異なる2種類の接客状況を書面で提示し、それぞれに対する接客業務の手順を聞いた。



結果

販売員の特性と
経験・知識量の
平均値を基準に
高低2×2で分類

各販売員ごとに
異なる業務を、
適応的熟達行動
と定義し、内容
の分析を行う。

各販売員の特性によって、
顧客の特性や状況に応じた
接客業務が異なることが
示された。

〔表1〕質問紙調査の結果（尺度を用いたものは被験者ごとに平均値を算出）

被験者No.	店舗	年代	性別	役職	職務歴	勤続歴	セルフ・モニタリング	メタ認知
A	1	20代	男性	店長	5	5	3.77	4.07
B	1	20代	男性	次長	5	5	3.38	3.79
C	2	30代	男性	店長	13	9	3.08	3.64
D	3	40代	男性	店長	26	20	4.00	4.36
E	3	20代	女性	次長	4	4	3.69	4.00
平均値					10.6	8.6	3.59	3.97

➤ 適応的熟達行動の比較分析の結果

- 経験・知識量は適応的熟達と関連しない可能性がある
- セルフ・モニタリングはメタ認知と関連が強いことから、販売員の特性の中でも特にメタ認知が適応的熟達と関連する可能性がある

店頭販売員のメタ認知は、接客の状況を抽象化させ、
過去の経験を根拠に、その状況に適した柔軟な接客
業務を促す可能性が示唆された。

考察と展望

- メタ認知的知識は、店頭販売員の適応的熟達を促す可能性がある。
- よってメタ認知的知識は、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。

〔表2〕インタビュー調査の結果

（○：全ての被験者に共通した業務 ・：被験者ごとに異なる業務）

業務の手順	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：D）	セルフ・モニタリングとメタ認知が高く、経験・知識量も低い（被験者：A、E）	セルフ・モニタリングとメタ認知が低く、経験・知識量も高い（被験者：C）	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：B）
アプローチ	○声かけを行う ・高齢者であれば椅子を出して対応するなど、接客がしやすい配慮を行う	○声かけを行う ・顧客のいる売り場で声掛けを変える（A）	○声かけを行う	○声掛けを行う
情報収集	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用している薬を聞く ・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 ○聞いた情報に応じて医薬品を提案する	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用している薬を聞く ・3、4回質問を繰り返して自分が飲む薬で無い場合、さらに細かく多くの質問をする（A） ・時間帯で客層が変わることに注意する（A）	○持病・症状を聞く ○飲む人を確認する ○服用している薬を聞く ・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 ○服用している薬を聞く ・季節によって症状の推測が異なる
商品機能推薦		○聞いた情報に応じて医薬品を提案する ・季節によって症状が偏ってくるため、医薬品推薦の優先順位が変わる（A） ・医薬品に加え、栄養士の資格を活かして、普段の生活で改善できるところが無いかを一緒に提案する（E）	○聞いた情報に応じて医薬品を提案する	○聞いた情報に応じて医薬品を提案する
クロージング	○最終的には顧客に購買を決めてもらう	○最終的には顧客に購買を決めてもらう ・最後に補足的に栄養ドリンクや水分補給用の飲料を薦める（E）	○最終的には顧客に購買を決めてもらう	○最終的には顧客に購買を決めてもらう