

『慶應マーケティング論究』
第 22 卷 (Spring, 2026)

サービス品質に関する属性別評価が総合評価に与える影響 ——2つの評価環境要因の調整効果に着目した再吟味——

平 壮真

サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、不満を抱いた顧客が入力する負の評価が緩和すると主張した研究がある。しかし、彼らは、その現象が成立する要件を考慮していない。本研究は、顧客が入力する属性別評価の水準がその直後の総合評価の水準に与える影響を調整する変数として、評価時の他者の有無および記名の有無の2点をモデル化して、先行研究の主張を精緻化する。

第1章 はじめに

サービス企業は、しばしば、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼することがある。実際に食べログやホットペッパーグルメといった大手グルメサイトでは、来店後に自動でレビュー依頼のメールやプッシュ通知が届くようになっている他、楽天トラベルや Airbnb といった大手宿泊予約サイトでは、部屋の清潔さやホスピタリティについて、宿泊後にレビュー依頼が届くようになっている。先行研究によると、顧客は、しばしば、他者の評価を参照して意思決定を行うため、レビューシステムに入力された評価は、サービス企業の売上に影響を与えるという (e.g., Chevalier and Mayzlin, 2006; Chintagunta, Gopinath, and Venkataraman, 2010; Burtch, Hong, Bapna, and Griskevicius, 2018)。サービス企業は、顧客によりよい評価を入力してもらうために、レビューシステムに入力された過去の評価を参照して、日々サービスの改善・向上に努めている。

これまで数多くの研究が、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客が入力する評価の水準に影響を与えるサービス品質の先行要因について議論してきた。Lehtinen and Lehtinen (1991) によると、サービス品質は、物質的品質 (製品の質)、インタラクティブな品質 (コミュニケーションの質)、および企業品質 (ブランドの質) の3つによって構成されるという。Santos (2003) によると、e サービス品質は、ヒット率、粘着性、および顧客維持率を高めるための、初期利用を促す側面 (例えば、Web サイトの使いやすさや外観、レイアウトなど) と継続利用を促す側面 (例えば、Web サイトの信頼性や効率性、安全性など) を持ち合わせる必要があるという。このように、サービス企業が提供するいかなるサービスに対して、顧客がそのサービス品質を高いと知覚するのかということについて、議論が交わされてきた。

また、サービス品質自体の他にも、レビューシステムの形式が、顧客が入力する評価の水準に与える影響について、議論が交わされてきた。Berger and Iyengar (2013) によると、製品やブランドに関する説明

を书面形式で行うように依頼するレビューシステムの方が、口頭で行うように依頼するレビューシステムに比して、顧客は、より洗練された考えを伝えようとして、より長い時間をかけるため、より興味のある製品やブランドについて言及しようとするという。Tsekouras (2017) によると、評価スケールの端点（例えば、1～5段階の評価スケールにおける1段階目と5段階目）にのみ記述（例えば、「素晴らしい」や「とても満足である」など）が添えられているレビューシステムの方が、評価スケールの中間点（例えば、1～5段階の評価スケールにおける3段階目）にも記述（例えば、「普通である」や「どちらとも言えない」など）が添えられているレビューシステムに比して、社会的望ましきバイアスが抑制されるため、顧客は、中立的な段階を選択せず、極端な評価を入力しようとするという。

レビューシステムの形式が顧客が入力する評価の水準に与える影響について探究した最新の研究の1つに、Mehr and Simmons (2024) がある。彼らは、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くため、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムの方が、総合評価のみを行うレビューシステムに比して、顧客は、高水準の総合評価を入力すると主張した。否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くというこの顧客の行動を、彼らは、「負の冗長性の回避」と定義した。Mehr and Simmons (2024) は、「負の冗長性の回避」を識別した点において、非常に有意義な研究であると言っているであろう。

しかしながら、Mehr and Simmons (2024) は、1つの大きな問題点を抱えている。それは、上記のメカニズムが成立する要件を何も考慮していないという点である。現実には、評価時の他者の有無や記名の有無といった評価環境要因によって、「負の冗長性の回避」が働くか否かは変わるであろう。

そこで、本研究は、評価時の他者の有無および記名の有無という2つの評価環境要因を考慮すると、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼したとしても、顧客が入力する総合評価は、低水準に留まる可能性があることを主張する。そうすることによって、レビューシステムの形式が顧客が入力する評価の水準に与える影響に関する研究を前進させることを試みる。そして、レビューシステムに入力された過去の評価をサービス改善やブランド価値向上に結び付けるためには、いかなる形式のレビューシステムを採用すべきかという実務的課題に対する含意を、サービス企業に対して提供する。また、レビューシステムの形式が顧客が入力する評価の水準に与える影響を調整する変数として、評価環境要因を考慮することによって、レビューシステムの形式やレビュー依頼対象の選定方法の適切性について、実務的な判断指針を提供することを目指す。

第2章 既存文献レビュー

2-1 サービス品質レビューの重要性

レビューシステムに入力された評価がサービス企業の売上に影響を与えるということについて、さまざま

まな議論が交わされてきた。Chevalier and Mayzlin (2006) によると、書籍をオンラインで購入することのできる 2 つのサイト (Amazon.com および Barnes and noble.com) におけるレビューを分析したところ、レビューの数および平均評価は、書籍の売上に影響を与えるという。Chintagunta, *et al.* (2010) によると、アメリカ市場での映画の興行収入に関するデータを分析したところ、公開された映画についてのレビューの平均評価は、将来的な興行収入に影響を与えるのに対して、公開された映画についてのレビューの量および分散は、将来的な興行収入に影響を与えないという。Burtch, *et al.* (2018) によると、サービス企業は、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、金銭的インセンティブに加えて、レビューシステムへの入力を動機付ける情報 (例えば、顧客が既に入力したレビューの数) を与える場合の方が、金銭的インセンティブのみを与える場合に比して、顧客は、レビューシステムに、より詳しく記述し、結果として、サービス企業に最大の利益をもたらすという。

また、レビューシステムに入力された評価が製品製造企業の売上に影響を与えるということについても、議論が交わされてきた。Zhu and Zhang (2010) によると、レビューの数が多くなるにつれて、あるいは、レビューの平均評価が高くなるにつれて、人気のない製品の売上は、増加するという。彼らは、顧客は、人気のない製品を購入する際、その製品情報を確実に入手しようとするために、多くのレビューを参照しようとする主張した。

2-2 サービス品質の先行要因

サービス品質の先行要因に関する研究は、数多く蓄積されており、サービス品質研究の主たる潮流を形成している。Lehtinen and Lehtinen (1991) によると、サービス品質は、物質的品質 (製品の質)、インタラクティブな品質 (コミュニケーションの質)、および企業品質 (ブランドの質) の 3 つによって構成されるという。彼らは、それぞれの先行要因について、物質的品質は、サービスの具体的な側面に関連した品質を、インタラクティブな品質は、顧客とサービス企業との間に発生する双方向の関係性についての品質を、企業品質は、現在の顧客や潜在的な顧客、その他公衆がサービス企業に対して抱くイメージについての品質を指していると主張した。その一方で、Grönroos (1982) によると、サービス品質は、技術的側面 (どのようなサービスが提供されるのか) および機能的側面 (どのようにサービスが提供されるのか) の 2 つによって構成されるという。

こうした中で、サービス品質に関する初めての評価手法である SERVQUAL モデルが、Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) によって開発された。彼らは、信頼性 (従業員が約束されたサービスを確実に提供しているかどうか)、対応性 (従業員が顧客を積極的にサポートしているかどうか)、確実性 (従業員が専門知識を持っているかどうか)、共感性 (従業員が顧客に対して適切な配慮ができていないかどうか)、および有形性 (設備や施設などの物的サービスが充実しているかどうか) という 5 つの主要な側面が、サービス品質の先行要因であるという考えに基づいて、各属性に対する顧客の知覚水準から、各属性に対する顧客の期待水準を差し引くことによって、サービス品質に関する顧客満足度を測定するという上記のモデルを開発した。

しかしながら、SERVQUAL モデルは、上述した Grönroos (1982) の定義したサービス品質における 2

つの側面のうち、機能的側面のみしか考慮していないという点について、さまざまな研究者によって批判されてきた (e.g., Mangold and Babakus, 1991; Richard and Allaway, 1993; Baker and Lamb, 1994)。これを踏まえて、Rust and Oliver (1994) は、サービス品質は、顧客と従業員との相互作用 (機能的側面) および成果 (技術的側面) に加えて、サービスを受ける環境という 3 つの側面によって構成されると主張した。また、Brady and Cronin (2001) は、サービスを受ける環境は、環境条件、施設のデザイン、および社会的要因の 3 つによって構成されると主張した。

さらに、オンラインでの購買が活発になるにつれて、サービス品質の中でも特に、e サービス品質の先行要因について、議論が交わされてきた。Santos (2003) によると、e サービス品質は、ヒット率、粘着性、および顧客維持率を高めるための、初期利用を促す側面と継続利用を促す側面を持ち合わせる必要があるという。

2-3 レビューシステムの形式

第 2-2 節において言及したサービス品質自体の他にも、レビューシステムの形式が、顧客が入力する評価の水準に与える影響について、さまざまな議論が交わされてきた。Berger and Iyengar (2013) によると、製品やブランドに関する説明を書面形式で行うように依頼するレビューシステムの方が、口頭で行うように依頼するレビューシステムに比して、顧客は、より洗練された考えを伝えようとして、より長い時間をかけるため、より興味のある製品やブランドについて言及しようとするという。彼らは、顧客がより洗練された考えを伝えようとする要因として、レビューシステムの形式の同期性、すなわち、リアルタイムで相互にコミュニケーションを取る必要があるかどうかということが挙げられると主張した。

Tsekouras (2017) によると、評価スケールの端点 (例えば、1~5 段階の評価スケールにおける 1 段階目と 5 段階目) にのみ記述 (例えば、「素晴らしい」や「とても満足である」など) が添えられているレビューシステムの方が、評価スケールの中間点 (例えば、1~5 段階の評価スケールにおける 3 段階目) にも記述 (例えば、「普通である」や「どちらとも言えない」など) が添えられているレビューシステムに比して、社会的望ましきバイアスが抑制されるため、顧客は、中立的な段階を選択せず、極端な評価を入力しようとするという。

Xu (2021) によると、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、特定の属性について選択形式で負の評価を行った上で自由形式で評価を行うレビューシステムの方が、自由形式でのみ評価を行うレビューシステムに比して、顧客は、その属性について入力した評価が低水準である理由をより詳しく記述することによって、レビューをより説得力のあるものにしようとするという。

2-4 製品品質およびサービス品質に関して属性別評価を行うレビューシステム

製品製造企業が、自社製品を購入した顧客に対して、その製品品質に関して属性別評価を行うレビューシステムへの入力を依頼することが、顧客が入力する評価の水準に与える影響について、さまざまな議論が交わされてきた。Bickart (1993) によると、製品製造企業が、自社製品を購入した顧客に対して、その

製品品質に関して属性別評価(例えば、ランニングシューズのスタイルや色、衝撃吸収性などの各属性に対する評価)を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客が入力する属性別評価の水準と総合評価の水準との間に相関関係が見られたという。彼は、この相関関係の原因として、顧客は、最初の質問に対して行った評価の水準を考慮した上で、後続の質問に対して評価を行うというキャリアオーバーのメカニズムが働いていると主張した。

また、Chen, Hong, and Liu (2018)によると、顧客は、購買意思決定を下す前に、複数の属性について評価を行う方式(multidimensional rating system)に基づいて評価を行う場合の方が、単一の属性について評価を行う方式(single-dimensional rating system)に基づいて評価を行う場合に比して、製品情報をより確実に入手することができ、製品が自身の好みに合っているかどうかということをもよりよく理解することができるため、自身の好みとの適合度がより高い製品を選択しようとするという。そして、製品製造企業が、自社製品を購入した顧客に対して、その製品品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客は、ネガティビティバイアスによって、特定の属性についての負の評価に重きを置いた上で評価を入力する一方で、その製品品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客は、全ての属性についての評価の水準を考慮した上で評価を入力する。したがって、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムの方が、総合評価のみを行うレビューシステムに比して、顧客は、高水準の総合評価を入力するというのである。

さらに、Schneider, Weinmann, Mohr, and Brocke (2021)は、Chen, *et al.* (2018)を拡張し、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客が、高水準の総合評価を入力する場合だけでなく、低水準の総合評価を入力する場合も存在すると主張した。彼らは、瞬間的に活性化された認知が、その後に行われる関連行動についての判断に影響を与えるという想起可能性-診断性フレームワークに基づいて、顧客は、総合評価を入力する前に高水準の属性別評価を入力した場合、直前に行った属性別評価の水準の高さに強く影響を受けた上で総合評価を入力するため、高水準の総合評価を入力するのに対して、顧客は、総合評価を入力する前に低水準の属性別評価を入力した場合、直前に行った属性別評価の水準の低さに強く影響を受けた上で総合評価を入力するため、低水準の総合評価を入力すると主張した。

こうした中で、Mehr and Simmons (2024)は、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客は、低水準の属性別評価を入力したとしても、高水準の総合評価を入力すると主張した。具体的には、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くため、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムの方が、総合評価のみを行うレビューシステムに比して、顧客は、高水準の総合評価を入力すると主張した。否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くというこの顧客の行動を、彼らは、「負の冗長性の回避」と定義した。彼らが新たに定義した「負の冗長性の回避」に関する研究潮流については、次節第2-5節において詳細に検討することにする。

2-5 「負の冗長性の回避」

Chen, Shechter, and Chaiken (1996) によると、高自己監視者、すなわち、自分の態度や行動がもたらす社会的影響を気にする顧客は、他者にポジティブな自己像を伝えるために、しばしば、行動を制御しようとするという。彼らは、低自己監視者、すなわち、自分の態度や行動が自分自身の内面的な価値観や基準にどの程度一致しているかを気にする顧客は、内容の正確性を重視して会話を行うのに対して、高自己監視者は、他者から見た印象を重視して会話を行うと主張した。

高自己監視者と同様に、製品品質やサービス品質に関して評価を行う顧客も、他者にポジティブな自己像を伝えるために、しばしば、行動を制御しようとする。先行研究によると、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客は、しばしば、正直な評価を入力しないことがあるという (e.g., Chung and Darke, 2006; Berg, Sletteime ås, Kjørstad, and Rosenberg, 2020)。Chung and Darke (2006) によると、自己概念に関連する製品の製品品質に関して評価を行うように依頼するレビューシステムの方が、実用的な製品の製品品質に関して評価を行うように依頼するレビューシステムに比して、顧客は、自己をより詳細に表現する機会であると判断して、より大げさな評価を入力しようとするという。Berg, *et al.* (2020) によると、P2P サービスを利用する顧客は、そのサービス品質に満足している場合だけでなく、不満がある場合においても、文句を言うことを好まないために、しばしば、否定的評価を行うことを躊躇することがあるという。

サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼すると、顧客は、自分自身をよく見せようとして、しばしば、正直な評価を入力しないことについて、さまざまな議論が交わされてきた中で、Mehr and Simmons (2024) は、Grice (1975) の提唱した協調原理 (Cooperative Principle) を援用して、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くという顧客の行動を、第 1 章において言及したとおり、「負の冗長性の回避」と定義した。協調原理とは、人々は、他者と会話する際、共有されている目的に資するような発言を行おうとして、しばしば、正直に発言を行うのではなく、さまざまな言外の内容を含めて発言を行うと説く原理である。彼らは、「負の冗長性の回避」を識別した点において、非常に有意義な研究であると言っているであろう。

2-6 評価時の他者の有無および記名の有無

評価環境要因が顧客の心理的反応および顧客の評価の水準に与える影響について、さまざまな議論が交わされてきた。まず、評価時に他者がいる場合、他者に対して自分自身をより良く見せたいという欲求 (e.g., Argo, Dahl, and Manchanda, 2005; Kurt, Inman, and Argo, 2011) や、他者から見られていることによる緊張あるいはストレスなど (e.g., Dahl, Manchanda, and Argo, 2001; Kinard, Capella, and Kinard, 2009) が働くということが示唆されている。前者について、Argo, *et al.* (2005) によると、顧客は、同じ売り場にいる他者が多いほど、またその距離が近いほど、ネガティブな感情をより強く抱き、より高額なブランドを選択しようとするという。Kurt, *et al.* (2011) によると、個の確立や他者との相違を追求する顧客、すなわち、作動性の志向を有する顧客は、友人と同伴しながら買い物を行う場合の方が、独りで買い物を行う場合に比して、

友人から見た自分をよりよく見せようとするため、支出金額はより高いという。後者について、Dahl, *et al.* (2001) によると、顧客は、避妊具や生理用品などの製品を購入する際、他者の存在を意識する場合の方が、意識しない場合に比して、恥ずかしさの知覚水準はより高いという。Kinard, *et al.* (2009) によると、顧客は、他者の存在を意識すると、自分自身の行動が他者から見られていることに対する心理的不快感を抱くため、セルフサービス技術（例えば、セルフレジ）の利用意図は低下するという。

次に、評価時の記名の有無が顧客の心理的反応に与える影響について、Hill, Dill, and Davenport (1988) によると、顧客は、無記名で回答する場合の方が、記名で回答する場合に比して、よりプライベートな情報を提供しようとするという。また、Klein and Cheuvront (1990) によると、無条件の場合、約 5 分の 1 の被験者が、自分自身のプライベートな情報を実験者に提供すると回答したのに対して、提供された情報を公開しないことを被験者に約束した場合、約 3 分の 1 の被験者が、自分自身のプライベートな情報を実験者に提供すると回答したという。さらに、Joinson (1999) によると、顧客は、無記名で回答する場合の方が、記名で回答する場合に比して、社会的不安および社会的望ましさの知覚水準はより低く、自己肯定感はより高いという。

以上のとおり、評価時の他者の有無や記名の有無といった評価環境要因が顧客の心理的反応および顧客の評価の水準に与える影響について、さまざまな議論が交わされてきた。それにもかかわらず、Mehr and Simmons (2024) は、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼することが、顧客が入力する評価の水準に与える影響を検討するに際して、評価環境要因を考慮していないと指摘しうるであろう。

第 3 章 仮説提唱

第 2-4 節および第 2-5 節において言及したとおり、Mehr and Simmons (2024) は、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くため、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムの方が、総合評価のみを行うレビューシステムに比して、顧客は、高水準の総合評価を入力すると主張した。そして、この否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くというこの顧客の行動を、彼らは、「負の冗長性の回避」と定義した。Mehr and Simmons (2024) は、「負の冗長性の回避」を初めて識別した。

しかしながら、Mehr and Simmons (2024) は、1 つの大きな問題点を抱えている。それは、上記のメカニズムが成立する要件を何も考慮していないという点である。現実には、第 2-6 節において言及したとおり、評価時の他者の有無や記名の有無といった評価環境要因によって、「負の冗長性の回避」が働くか否かは変わるであろう。そこで、本研究は、評価時の他者の有無および記名の有無という 2 つの評価環境要因を考慮すると、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムへの入力を依頼したとしても、顧客が入力する総合評価は、低水準に留まる可能性があるとして主張する。サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、

そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、他者がいる状況の下で評価を入力する場合、他者から見た自分をよく見せようとするために (Kurt, *et al.*, 2011)、自身が行った評価の水準よりも高水準の総合評価を入力しようとするのに対して、他者がいない状況の下で評価を入力する場合、他者から見た自分をよく見せようとはしないために、自身が行った評価の水準どおりに総合評価を入力しようとするであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 1 (A) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、(C) 顧客が評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、高水準である。

同様に、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、記名で回答する状況の下で評価を入力する場合、社会的不安および社会的望ましさの知覚水準は高いために (Joinson, 1999)、自身が行った評価の水準よりも高水準の総合評価を入力しようとするのに対して、無記名で回答する状況の下で評価を入力する場合、社会的不安および社会的望ましさの知覚水準は低いために、自身が行った評価の水準どおりに総合評価を入力しようとするであろう。以上の議論より、次の仮説を提唱する。

仮説 2 (A) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、(C) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、高水準である。

第 4 章 実験 1

4-1 プレテスト

実験 1 を実施するに先立って、実験 1 に使用する予定のシナリオに記載されているサービス品質が標準以下のサービス品質であると被験者に評価されるかどうかということを検討するため、プレテストを実

施した。プレテストの被験者は、20代～60代の40名（男性22名、女性18名）であった。

まず、Mehr and Simmons (2024) が実験に使用したシナリオを参考にして、架空のホテルが提供するサービスに関して、高いサービス品質のシナリオを1つ、標準以下のサービス品質のシナリオを3つ、著者が独自に作成した。実際に実験に使用したシナリオは、図表1のとおりであった。

図表1 実験に使用したシナリオ

シナリオの種類	シナリオの内容
高いサービス品質のシナリオ	<p>ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したため、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、部屋は清潔で、センス良く整えられており、必要なものがしっかりと揃っていることに気がきます。アパートは、重要な観光地の近くに位置しており、あなたは、この場所に位置しているアパートにお得感を抱きます。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。</p>
標準以下のサービス品質のシナリオ1	<p>ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したため、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチンの皿やカトラリーのいくつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。</p>
標準以下のサービス品質のシナリオ2	<p>ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の直前に予約したため、料金が割引などの特典はつかず、通常価格でした。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、部屋が清掃されていることが確認できましたが、ベッドにシーツや布団カバーが敷かれていないことに気づきます。トイレトペーパーやタオルなどの必需品は提供されていますが、シャンプーなどはありません。アパートは、予約ページに書かれていた通りに位置しており、市内の観光地区から徒歩で約30分の距離にあります。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。</p>

図表 1 実験に使用したシナリオ (つづき)

標準以下のサービス品質のシナリオ 3	ヨーロッパの大都市を旅行する間に 5 日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引ではなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで 15 分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約 5 分の距離に位置しています。5 日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。
--------------------	---

次に、Mehr and Simmons (2024) と同様に、高いサービス品質のシナリオを 1 つと、標準以下のサービス品質の 3 つのシナリオのうちから 1 つの合計 2 つを読むように、被験者に依頼した。なお、プレテストを実施するに際して、Angrist and Krueger (1991) を参考にして、被験者を、誕生日に基づいて、3 条件 (高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ 1 を読むという条件、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ 2 を読むという条件、および、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ 3 を読むという条件) のいずれかに無作為に割り当てた。

シナリオを読んだ被験者には、それぞれのシナリオに記載されているサービス品質に関する総合評価を、レビューシステムに 5 段階 (「1: 悪い」~「5: 良い」) で入力するように依頼した。

得られたデータを用いて t 検定を実施し、高いサービス品質のシナリオを読んだ被験者が入力する総合評価の水準と、標準以下のサービス品質のシナリオを読んだ被験者が入力する総合評価の水準を比較した。検定の結果、全ての標準以下のサービス品質のシナリオに関する総合評価の水準の方が、高いサービス品質のシナリオに関する総合評価の水準に比して、いずれも 1% 水準で有意に低かった ($M_{低1} = 2.385$, $SD = 1.044$; $M_{高} = 4.615$, $SD = 0.961$; $p < 0.001$, $M_{低2} = 2.500$, $SD = 0.941$; $M_{高} = 4.071$, $SD = 1.439$; $p = 0.002$, $M_{低3} = 2.077$, $SD = 1.038$; $M_{高} = 4.692$, $SD = 0.480$; $p < 0.001$)。したがって、本研究の意図するとおりに、シナリオに記載されているサービス品質の高さを操作できていると言いうるであろう。

4-2 実験デザイン

第 3 章において提唱した仮説 1 の経験的妥当性を検討するため、実験 1 を実施した。この実験においては、2 (レビューシステムの形式: 属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う) \times 2 (評価時の他者の有無: 有 vs. 無) の 2 要因被験者間計画を用いた。なお、被験者は、前節第 4-1 節において言及したプレテストの被験者とは異なる被験者であった。

実験の手続きは、以下のとおりであった。被験者を 4 つのグループに分類するに際して、まず、被験者を、他者がいる状況の下で評価を行う被験者グループと、他者がいない状況の下で評価を行う被験者グループに、無作為に分類した。他者がいる状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答

していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。」というメッセージを、他者がいない状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。」というメッセージを、回答前に呈示し、承諾してもらった被験者にも、実験に参加するように依頼した。実際に承諾した上で実験に参加した被験者は、10代～70代の222名（男性98名、女性122名、無回答2名）であった。

次に、サービスに関するシナリオを読むように、被験者に依頼した。具体的には、前節第4-1節において言及したプレテストにて、標準以下のサービス品質であると識別された、架空のホテルが提供するサービスに関する3つのシナリオのうちから1つを読むように、被験者に依頼した。なお、実験を実施するに際して、プレテストと同様に、Angrist and Krueger (1991) を参考にして、被験者を、誕生月に基づいて、3条件（高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ1を読むという条件、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ2を読むという条件、および、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ3を読むという条件）のいずれかに無作為に割り当てた。

そして、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式を、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムと、総合評価のみを行うレビューシステムの2つに分類した上で、他者がいる状況の下で評価を行う被験者グループと、他者がいない状況の下で評価を行う被験者グループのそれぞれを、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループと、総合評価のみを行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに、無作為に分類した。以上の分類の結果、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する被験者グループは54名、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する被験者グループは53名、評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する被験者グループは58名、および、評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する被験者グループは57名となった。

被験者にシナリオを読んでもらった後、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに対しては、ホテルが提供するサービスにおける各属性（設備に関する記載情報の正確性、チェックイン、清潔さ、立地、および価格）のサービス品質に関する属性別評価を5段階（「1:悪い」～「5:良い」）で入力した後、サービス品質に関する総合評価を5段階（「1:悪い」～「5:良い」）で入力するように依頼した一方で、総合評価のみを行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに対しては、サービス品質に関する総合評価のみを5段階（「1:悪い」～「5:良い」）で入力するように依頼した。最後に、全ての被験者に、年齢と性別を回答するように依頼した。実際に被験者に呈示した質問票は、補録1に示されるとおりであった。

4-3 データのスクリーニング

分析を実施する前に、前節第4-2節の手順に沿って実験に参加した被験者のうち、分析対象として不適格な被験者を、特定の基準に基づいて分析対象から除外することを試みた。Mehr and Simmons (2024) が

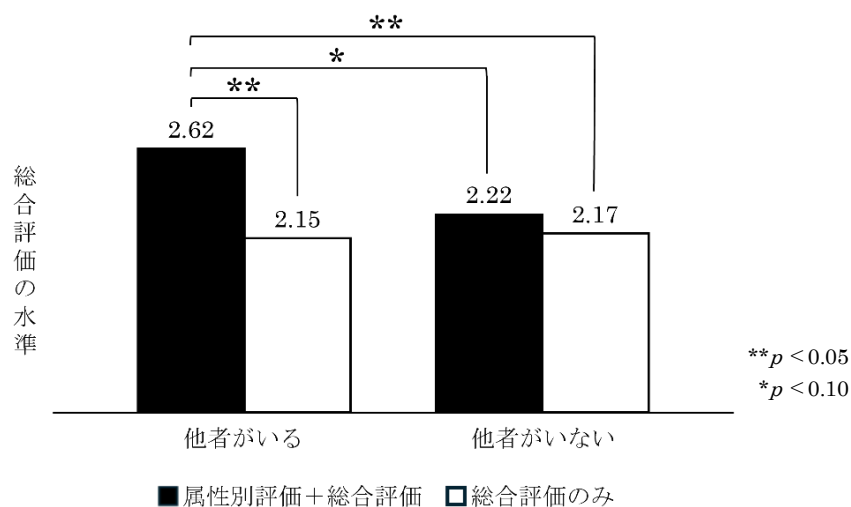
実験に使用した、評価したサービスに関する 5 つの選択肢（「1 : donate to charity」、「2 : identify animals in photos」、「3 : watch a video about the history of thanksgiving」、「4 : play a cross game」、および「5 : see and rate a painting gallery」）を参考にして、評価したサービスに関する 5 つの選択肢（「1 : 慈善団体に寄付する」、「2 : 写真の中の動物を判別する」、「3 : 感謝祭の歴史に関する動画を見る」、「4 : クロスゲームを遊ぶ」、および「5 : ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う」）を設定し、当てはまる選択肢を 1 つ回答するように、被験者に依頼した。これに対して、5 以外の選択肢を選んだ 3 名の被験者を、評価したサービスを正しく認識できていなかったとみなし、分析対象から除外した。以上のスクリーニングの結果、最終的な分析対象者数は、219 名 (98.6%) となった。

4-4 仮説 1 に関する分析の結果

まず、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式（属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う）と評価時の他者の有無（有 vs. 無）が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響を検討するため、二元配置分散分析を実施した。分析の結果、レビューシステムの形式と評価時の他者の有無の間に、10%水準という低い有意水準ではあったものの、有意な交互作用が見出された ($F=2.94$, $p=0.088$)。

そこで、被験者が、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準、評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準、および、評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間で、回答の平均値に有意な差があるかどうかということを検討するため、Dunnett 法による多重比較検定を実施した。検定の結果は、図表 2 に示されるとおりであった。

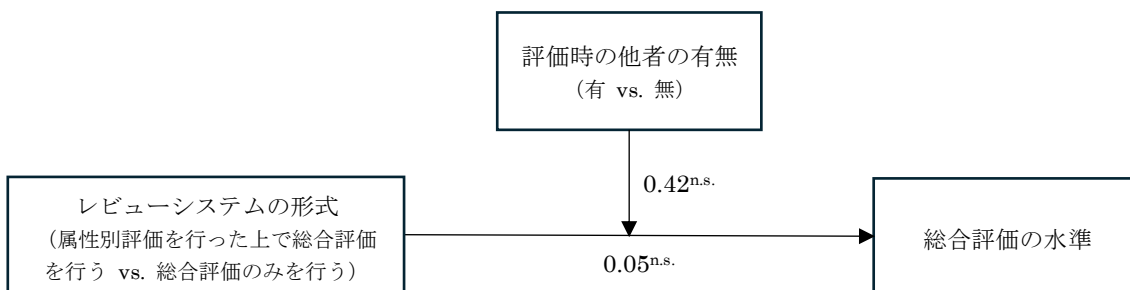
図表 2 仮説 1 に関する多重比較検定の結果



検定の結果、被験者が、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差(0.466)、および、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差(0.447)は、5%水準で有意であり(95%CI=[-0.882, -0.049], [-0.852, -0.042])、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差(0.399)は、10%水準という低い有意水準ではあったものの、有意であった(90%CI=[-0.752, -0.045])。

さらに、仮説1の経験的妥当性をテストするための追加分析として、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式(属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う)が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響を、評価時の他者の有無(有 vs. 無)が調整するかどうかということを検討するため、Hayes(2013)のモデル1を推定した。テストに際して、ブートストラップテスト(ブートストラップ標本数:5,000)を使用した。分析の結果は、図表3に示されるとおりであった。

図表3 評価時の他者の有無を調整変数としたときの調整効果



調整変数	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
他者がいない状況の下で評価を行う	0.05	0.17	-0.28	0.38
他者がいる状況の下で評価を行う	0.47	0.18	0.12	0.81

分析の結果、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式(属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う)が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響は、他者がいない状況の下で評価を行う被験者グループの場合、非有意であった(Conditional effect = 0.049, SE = 0.168, 95%CI = [-0.282, 0.379])一方で、他者がいる状況の下で評価を行う被験者グループの場合、有意であった(Conditional effect = 0.466, SE = 0.176, 95%CI = [0.118, 0.813])。したがって、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響は、評価時の他者の有無

によって調整されると言いうるであろう。

4-5 考察

前節第 4-4 節において言及したとおり、二元配置分散分析および多重比較検定を実施した結果、顧客が、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、有意に高水準であるということが示された (図表 2)。さらに、前節第 4-4 節において言及したとおり、追加分析として、調整効果分析を実施した結果、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が顧客が入力する総合評価の水準に与える影響は、評価時の他者の有無によって調整されるとということが示された (図表 3)。

以上の分析および検定の結果を踏まえると、仮説 1「(A) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、(C) 顧客が評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、高水準である。」は支持されたと言いうるであろう。

第 5 章 実験 2

5-1 実験デザイン

第 3 章において提唱した仮説 2 の経験的妥当性を検討するため、実験 2 を実施した。この実験においては、2 (レビューシステムの形式：属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う) × 2 (評価時の記名の有無：有 vs. 無) の 2 要因被験者間計画を用いた。なお、被験者は、第 4-1 節において言及したプレテストおよび実験 1 の被験者とは異なる被験者であった。

実験の手続きは、以下のとおりであった。被験者を 4 つのグループに分類するに際して、まず、被験者を、記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループと、無記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループに、無作為に分類した。記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっております。」というメッセージを、無記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答していただく

アンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。」というメッセージを、回答前に呈示し、承諾してもらった被験者にのみ、実験に参加するように依頼した。実際に承諾した上で実験に参加した被験者は、10代～70代の204名（男性87名、女性113名、無回答4名）であった。

次に、サービスに関するシナリオを読むように、被験者に依頼した。具体的には、第4-1節において言及したプレテストにて、標準以下のサービス品質であると識別された、架空のホテルが提供するサービスに関する3つのシナリオのうちから1つを読むように、被験者に依頼した。なお、実験を実施するに際して、プレテストおよび実験1と同様に、Angrist and Krueger (1991)を参考にして、被験者を、誕生日に基づいて、3条件（高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ1を読むという条件、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ2を読むという条件、および、高いサービス品質のシナリオと標準以下のサービス品質のシナリオ3を読むという条件）のいずれかに無作為に割り当てた。

そして、実験1と同様に、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式を、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムと、総合評価のみを行うレビューシステムの2つに分類した上で、記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループと、無記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループのそれぞれを、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループと、総合評価のみを行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに、無作為に分類した。以上の分類の結果、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する被験者グループは46名、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する被験者グループは46名、評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する被験者グループは58名、および、評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する被験者グループは54名となった。

被験者にシナリオを読んでもらった後、実験1と同様に、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに対しては、ホテルが提供するサービスにおける各属性（設備に関する記載情報の正確性、チェックイン、清潔さ、立地、および価格）のサービス品質に関する属性別評価を5段階（「1：悪い」～「5：良い」）で入力した後、サービス品質に関する総合評価を5段階（「1：悪い」～「5：良い」）で入力するように依頼した一方で、総合評価のみを行うレビューシステムに評価を入力する被験者グループに対しては、サービス品質に関する総合評価のみを5段階（「1：悪い」～「5：良い」）で入力するように依頼した。最後に、全ての被験者に、年齢と性別を回答するように依頼した。実際に被験者に呈示した質問票は、補録2に示されるとおりであった。

5-2 データのスクリーニング

分析を実施する前に、前節第5-1節の手順に沿って実験に参加した被験者のうち、分析対象として不適格な被験者を、特定の基準に基づいて分析対象から除外することを試みた。実験1と同様に、Mehr and Simmons (2024)が実験に使用した、評価したサービスに関する5つの選択肢（「1：donate to charity」、「2：identify animals in photos」、「3：watch a video about the history of thanksgiving」、「4：play a cross game」、およ

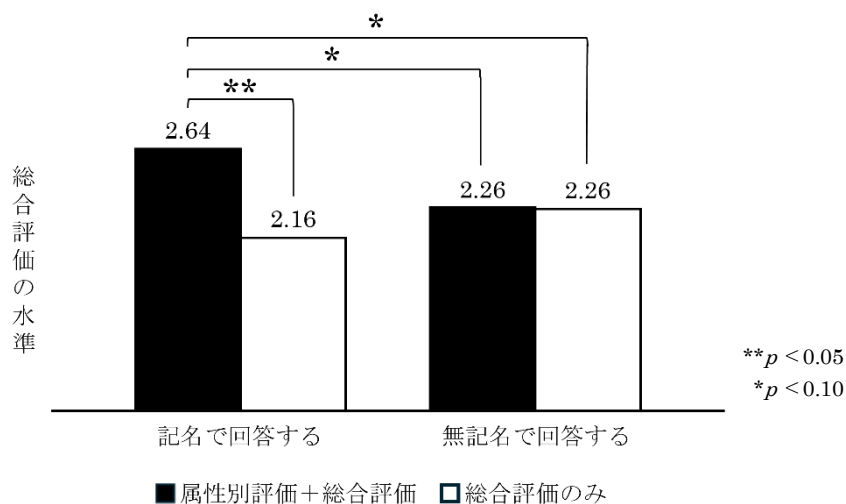
び「5 : see and rate a painting gallery」)を参考にして、評価したサービスに関する5つの選択肢(「1 : 慈善団体に寄付する」、「2 : 写真の中の動物を判別する」、「3 : 感謝祭の歴史に関する動画を見る」、「4 : クロスゲームを遊ぶ」、および「5 : ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う」)を設定し、当てはまる選択肢を1つ回答するように、被験者に依頼した。これに対して、5以外の選択肢を選んだ3名の被験者を、評価したサービスを正しく認識できていなかったとみなし、分析対象から除外した。以上のスクリーニングの結果、最終的な分析対象者数は、201名(98.5%)となった。

5-3 仮説2に関する分析の結果

まず、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式(属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う)と評価時の記名の有無(有 vs. 無)が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響を検討するため、二元配置分散分析を実施した。分析の結果、レビューシステムの形式と評価時の記名の有無の間に、10%水準という低い有意水準ではあったものの、有意な交互作用が見出された($F=3.65$, $p=0.058$)。

そこで、被験者が、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準、評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準、および、評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間で、回答の平均値に有意な差があるかどうかということを検討するため、Dunnnett法による多重比較検定を実施した。検定の結果は、図表4に示されるとおりであった。

図表4 仮説2に関する多重比較検定の結果

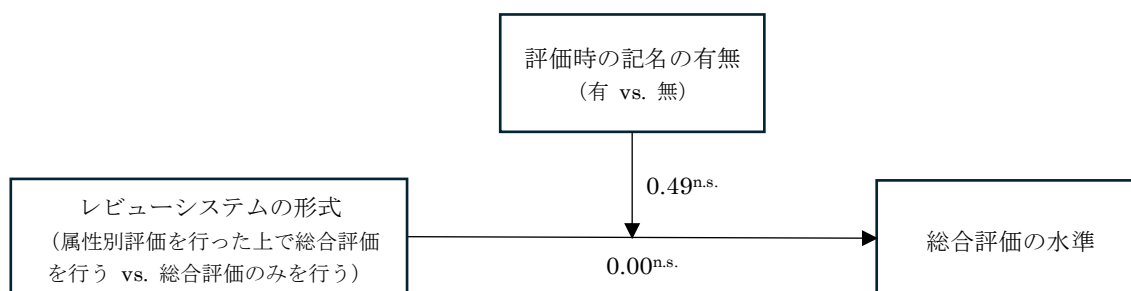


検定の結果、被験者が、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った

上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差 (0.489) は、5%水準で有意であり (95%CI = [-0.934, -0.044])、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差 (0.381)、および、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の水準と、評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価の水準との間の平均値の差 (0.385) は、10%水準という低い有意水準ではあったものの、有意であった (90%CI = [-0.750, -0.013]および[-0.758, -0.012])。

さらに、仮説 2 の経験的妥当性をテストするための追加分析として、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式 (属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う) が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響を、評価時の記名の有無 (有 vs. 無) が調整するかどうかということを検討するため、Hayes (2013) のモデル 1 を推定した。テストに際して、ブートストラップテスト (ブートストラップ標本数: 5,000) を使用した。分析の結果は、図表 5 に示されるとおりであった。

図表 5 評価時の記名の有無を調整変数としたときの調整効果



調整変数	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
無記名で回答する状況の下で評価を行う	0.00	0.17	-0.33	0.34
記名で回答する状況の下で評価を行う	0.49	0.19	0.12	0.86

分析の結果、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式 (属性別評価を行った上で総合評価を行う vs. 総合評価のみを行う) が、被験者が入力する総合評価の水準に与える影響は、無記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループの場合、非有意であった (Conditional effect = 0.004, SE = 0.170, 95%CI = [-0.331, 0.339]) 一方で、記名で回答する状況の下で評価を行う被験者グループの場合、有意であった (Conditional effect = 0.489, SE = 0.189, 95%CI = [0.117, 0.861])。したがって、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響は、評価時の記名の有無によって調整されると言うのであろう。

5-4 考察

前節第 5-3 節において言及したとおり、二元配置分散分析および多重比較検定を実施した結果、顧客が、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、有意に高水準であるということが示された (図表 4)。さらに、前節第 5-3 節において言及したとおり、追加分析として、調整効果分析を実施した結果、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が顧客が入力する総合評価の水準に与える影響は、評価時の記名の有無によって調整されるということが示された (図表 5)。

以上の分析および検定の結果を踏まえると、仮説 2「(A) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、(C) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、高水準である。」は支持されたとはいえるであろう。

第 6 章 おわりに

6-1 学術的貢献

本研究は、次のような学術的貢献を内包している。Mehr and Simmons (2024) は、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くという顧客の行動を、「負の冗長性の回避」と定義した上で、サービス企業が、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客は、否定的評価を繰り返すことに抵抗感を抱くため、属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムの方が、総合評価のみを行うレビューシステムに比して、顧客は、高水準の総合評価を入力すると主張した。それに対して、本研究は、評価時の他者の有無および記名の有無という 2 つの評価環境要因を考慮することによって、彼らが定義した「負の冗長性の回避」が働くか否かに関する境界条件を探究した。

本研究において実験 1 を実施した結果、(A) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に他者がいる状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評

価、(C) 顧客が評価時に他者がいない状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に他者がいない状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、有意に高水準であるということが示された。したがって、顧客は、他者がいる状況の下で評価を入力する場合、「負の冗長性の回避」が働くのに対して、他者がいない状況の下で評価を入力する場合、「負の冗長性の回避」は働かないということが新たに見出されたと言いうるであろう。

また、本研究において実験 2 を実施した結果、(A) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価の方が、(B) 顧客が評価時に記名で回答する状況の下でサービス品質に関して総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価、(C) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下でサービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムに入力する総合評価、および、(D) 顧客が評価時に無記名で回答する状況の下で総合評価のみを行うレビューシステムに入力する総合評価に比して、有意に高水準であるということも示された。したがって、顧客は、記名で回答する状況の下で評価を入力する場合、「負の冗長性の回避」が働くのに対して、無記名で回答する状況の下で評価を入力する場合、「負の冗長性の回避」は働かないということも新たに見出されたと言いうるであろう。それゆえ、本研究は、レビューシステムの形式が顧客が入力する評価の水準に与える影響に関する研究の前進に大きな貢献を成したと言いうるであろう。

6-2 実務的含意

本研究は、次のような実務的含意を内包している。サービス企業は、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、いかなるレビューシステムの形式を採用すべきかについて検討するだけでなく、評価時の他者の有無や記名の有無といった評価環境要因についても検討する必要があるということである。例えば、サービス企業が、ブランド価値向上を目的として、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客に、高水準の総合評価を入力してもらうために、評価時に他者がいる状況の下、かつ、記名で回答する状況の下で、サービス品質に関して属性別評価を行った上で総合評価を行うレビューシステムを採用すべきである一方で、サービス改善を目的として、自社サービスを受けた顧客に対して、そのサービス品質に関して評価を行うレビューシステムへの入力を依頼する際、顧客に、率直な総合評価を入力してもらうために、評価時に他者がいない状況の下、かつ、無記名で回答する状況の下で、総合評価のみを行うレビューシステムを採用すべきである。

6-3 本研究の限界

本研究は、いくつかの限界を抱えている。第 1 の限界は、先行研究がそうであったように、本研究の実験もまた、仮想実験に留まっていたという点である。今後の研究においては、実際に企業が採用している

レビューシステムを使用して実験を実施することによって、本研究が見出した、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響についての、評価時の他者の有無および記名の有無による調整効果が、実際の市場においても成立しうるのかということを検討することが望まれるであろう。

第2の限界は、被験者を分類するに際して、回答前にメッセージを呈示することによって、被験者の評価環境を操作したという点である。具体的には、本研究は、実験1において、他者がいる状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。」というメッセージを、他者がいない状況の下で評価を行う被験者グループに対しては、「これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。」というメッセージを、回答前に呈示し、承諾してもらった被験者にのみ、実験に参加するように依頼した。今後の研究においては、実際に他者がいる状況の下あるいは他者がいない状況の下で、サービス品質に関する総合評価を入力するように、被験者に依頼することが望まれるであろう。

6-4 今後の課題

本研究は、次のような課題を今後の研究に残している。第1の課題は、本研究は、評価時の他者の有無および記名の有無という2つの評価環境要因を考慮することによって、彼らが定義した「負の冗長性の回避」が働くか否かに関する境界条件を探究したわけであるが、これらの評価環境要因について、再検討する余地が残されているという点である。本研究においては、評価時の他者の有無を2値変数として扱い、顧客と他者の関係性や、他者の人数といった条件を考慮しなかった。また、評価時の記名の有無についても、2値変数として扱い、記名する情報（例えば、ニックネームや本名など）や、記名する媒体（例えば、紙媒体や電子媒体など）といった条件を考慮しなかった。今後の研究においては、評価時の他者の有無および記名の有無について、再検討した上で分析を行うことによって、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響について探究することは、興味深い課題であろう。

第2の課題は、本研究は、評価環境要因として、評価時の他者の有無および記名の有無という2つの要因を考慮した上で、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響について検討したわけであるが、評価環境要因については、他にも、評価を行う場所や、回答結果の用途（例えば、サービスの改善や純粋な学術的研究への活用など）といった要因が考えられるであろうという点である。今後の研究においては、本研究において考慮しなかった、他の評価環境要因を考慮した上で、サービス品質に関して評価を入力するレビューシステムの形式が被験者が入力する総合評価の水準に与える影響について探究することは、興味深い課題であろう。

以上のような課題を残しているものの、本研究は、既存研究が考慮してこなかった、評価時の他者の有無および記名の有無という2つの評価環境要因を考慮することによって、彼らが定義した「負の冗長性の回避」が働くか否かに関する境界条件を探究し、実務的な示唆を与えた。この点において、本研究は、レビューシステムの形式が顧客が入力する評価の水準に与える影響に関する研究の前進に大きな貢献を成した

と言いうるであろう。

(記) 本論の執筆に際して、お力添えくださった全ての方々に対して、この場を借りて感謝の意を表します。慶應義塾大学商学部小野晃典先生からは、お忙しい中、昨年度の秋学期から今年度の秋学期の終わりに至るまでの長期間において、たくさんの丁寧なご指導を賜りました。また、慶應義塾大学商学研究科助教の北澤涼平先生（小野晃典研究会第16期OB・第20期大学院生）、兪 嘉寧さん（小野晃典研究会第22期大学院生）からも、本論を執筆する上でたくさんのご助言を賜りました。特に、小野先生と北澤先生に、仮説に関する相談に乗っていただき、仮説の文言がより伝わりやすいものになるように、何度もアドバイスしていただいたこと、心から感謝しております。さらに、同期の第22期生からも、本論を執筆する上でたくさん相談に乗っていただきました。最後に、本論の執筆に際して、いつも応援してくれた友人、そして、忙しくても温かく見守ってくれた家族に対する感謝の意を表します。本当にありがとうございました。

参考文献

- Angrist, Joshua D. and Alan B. Krueger (1991), "Does Compulsory School Attendance Affect Schooling and Earnings?" *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 106, No. 4, pp. 979-1014.
- Argo, Jennifer J., Darren W. Dahl, and Rajesh V. Manchanda (2005), "The Influence of a Mere Social Presence in a Retail Context," *Journal of Consumer Research*, Vol. 32, No. 2, pp. 207-212.
- Baker, Julie A. and Charles W. Lamb, Jr. (1994), "Measuring Architectural Design Service Quality," *Journal of Professional Services Marketing*, Vol. 10, No. 1, pp. 89-106.
- Berg, Lisbet, Dag Sletteameås, Ingrid Kjørstad, and Thea Grav Rosenberg (2020), "Trust and the Don't-Want-to-Complain Bias in Peer-to-Peer Platform Markets," *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 44, No. 3, pp. 220-231.
- Berger, Jonah and Raghuram Iyengar (2013), "Communication Channels and Word of Mouth: How the Medium Shapes the Message," *Journal of Consumer Research*, Vol. 40, No. 3, pp. 567-579.
- Bickart, Barbara A. (1993), "Carryover and Backfire Effects in Marketing Research," *Journal of Marketing Research*, Vol. 30, No. 1, pp. 52-62.
- Brady, Michael K. and J. Joseph Cronin, Jr. (2001), "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach," *Journal of Marketing*, Vol. 65, No. 3, pp. 34-49.
- Burtch, Gordon, Yili Hong, Ravi Bapna, and Vladas Griskevicius (2018), "Stimulating Online Reviews by Combining Financial Incentives and Social Norms," *Management Science*, Vol. 64, No. 5, pp. 2065-2082.
- Chen, Serena, David Shechter, and Shelly Chaiken (1996), "Getting at the Truth or Getting Along: Accuracy versus Impression-Motivated Heuristic and Systematic Processing," *Journal of*

- Personality and Social Psychology*, Vol. 71, No. 2, pp. 262-275.
- Chen, Pei-Yu, Yili Hong, and Ying Liu (2018), "The Value of Multidimensional Rating Systems: Evidence from a Natural Experiment and Randomized Experiments," *Management Science*, Vol. 64, No. 10, pp. 4629-4647.
- Chevalier, Judith A. and Dina Mayzlin (2006), "The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews," *Journal of Marketing Research*, Vol. 43, No. 3, pp. 345-354.
- Chintagunta, Pradeep K., Shyam Gopinath, and Sriram Venkataraman (2010), "The Effects of Online User Reviews on Movie Box Office Performance: Accounting for Sequential Rollout and Aggregation across Local Markets," *Marketing Science*, Vol. 29, No. 5, pp. 944-957.
- Chung, Cindy M. Y. and Peter R. Darke (2006), "The Consumer as Advocate: Self-Relevance, Culture, and Word-of-Mouth," *Marketing Letters*, Vol. 17, No. 4, pp. 269-279.
- Dahl, Darren W., Rajesh V. Manchanda, and Jennnifer J. Argo (2001), "Embarrassment in Consumer Purchase: The Roles of Social Presence and Purchase Familiarity," *Journal of Consumer Research*, Vol. 28, No. 3, pp. 473-481.
- Grice, Herbert Paul (1975), "Logic and Conversation," in Peter Cole and Jerry L. Morgan, eds., *Syntax and Semantics, Vol. 3, Speech Acts*, New York, NY: Academic Press, pp. 41-58.
- Grönroos, Christian (1982), "An Applied Service Marketing Theory," *European Journal of Marketing*, Vol. 16, No. 7, pp. 30-41.
- Hayes, Andrew F. (2013), *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*, New York, NY: Guilford Press.
- Hill, Peter C., Charles A. Dill, and Ernest C. Davenport, Jr. (1988), "A Reexamination of the Bogus Pipeline," *Educational and Psychological Measurement*, Vol. 48, No. 3, pp. 587-601.
- Joinson, Adam (1999), "Social Desirability, Anonymity, and Internet-Based Questionnaires," *Behavior Research Methods, Instruments, and Computers*, Vol. 31, No. 3, pp. 433-438.
- Kinard, Brian R., Michael L. Capella, and Jerry L. Kinard (2009), "The Impact of Social Presence on Technology Based Self-Service Use: The Role of Familiarity," *Services Marketing Quarterly*, Vol. 30, No. 3, pp. 303-314.
- Klein, Kitty and Brian Chevront (1990), "The Subject-Experimenter Contact: A Reexamination of Subject Pool Contamination," *Teaching of Psychology*, Vol. 17, No. 3, pp. 166-169.
- Kurt, Didem, J. Jeffrey Inman, and Jennifer J. Argo (2011), "The Influence of Friends on Consumer Spending: The Role of Agency-Communion Orientation and Self-Monitoring," *Journal of Marketing Research*, Vol. 48, No. 4, pp. 741-754.
- Lehtinen, Uolevi and Jarmo R. Lehtinen (1991), "Two Approaches to Service Quality Dimensions," *The Service Industries Journal*, Vol. 11, No. 3, pp. 287-303.
- Mangold W. Glynn and Emin Babakus (1991), "Service Quality: the Front-Stage vs. the Back-Stage Perspective," *Journal of Services Marketing*, Vol. 5, No. 3, pp. 59-70.

- Mehr, Katie S. and Joseph P. Simmons (2024), "How Does Rating Specific Features of an Experience Alter Consumers' Overall Evaluations of that Experience?" *Journal of Consumer Research*, Vol. 51, No. 4, pp. 739-760.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality," *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40.
- Richard, Michael D. and Arthur W. Allaway (1993), "Service Quality Attributes and Choice Behaviour," *Journal of Services Marketing*, Vol. 7, No. 1, pp. 59-68.
- Rust, Roland T. and Richard L. Oliver (1994), "Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier," in Roland T. Rust and Richard L. Oliver, eds., *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications, pp. 1-19.
- Santos, Jessica (2003), "E-Service Quality: A Model of Virtual Service Quality Dimensions," *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 13, No. 3, pp. 233-246.
- Schneider, Christoph, Markus Weinmann, Peter N. C. Mohr, and Jan vom Brocke (2021), "When the Stars Shine too Bright: The Influence of Multidimensional Ratings on Online Consumer Ratings," *Management Science*, Vol. 67, No. 6, pp. 3871-3898.
- Tsekouras, Dimitrios (2017), "The Effect of Rating Scale Design on Extreme Response Tendency in Consumer Product Ratings," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 21, No. 2, pp. 270-296.
- Xu, Xun (2021), "Closed-Form Evaluations and Open-Ended Comment Options: How Do They Affect Customer Online Review Behavior and Reflect Satisfaction with Hotels?" *Decision Support Systems*, Vol. 145, No. 1, 113525.
- Zhu, Feng and Xiaoquan Michael Zhang (2010), "Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics," *Journal of Marketing*, Vol. 74, No. 2, pp. 133-148.

質問票 1-A

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
: : : : :
悪い 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-B

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
: : : : :
悪い 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-C

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件
に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

補綴 1-3 質問票 1-C

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 … … … … …
 悪い …… …… …… 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-D

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

補綴 1-4 質問票 1-D

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 ……悪い
2
3
4
5 ……良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-E

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 …… 悪い …… 良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-F

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、周りに人がいる状況の下で、一緒に行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

補録 1-6 質問票 1-F

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 …… 悪い
2
3
4
5 …… 良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-G

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 1-H

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 …… …… ……
 悪い …… …… …… 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-1

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位の情報が外部に漏れ出すことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 1-J

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチンの皿やカトラリーのいくつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 ……
 ……悪い ……良い

Q.2-1 総合

1 2 3 4 5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-K

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 : 悪い
2 :
3 :
4 :
5 : 良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 1-1

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位の情報が外部に漏れ出すことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、必ず、独りで行ってください。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

補録 1-12 質問票 1-1

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 ……悪い ……良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-A

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっておりません。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 … … … … …
 悪い …… …… …… 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-B

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっておりません。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 2-C

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れぬことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっておりません。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件
に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 …… …… ……
 悪い …… …… …… 良い

Q.2-1 設備に関する記載情報の正確性	1	2	3	4	5
Q.2-2 チェックイン	1	2	3	4	5
Q.2-3 清潔さ	1	2	3	4	5
Q.2-4 立地	1	2	3	4	5
Q.2-5 価格	1	2	3	4	5
Q.2-6 総合	1	2	3	4	5

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-D

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートと
なっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 …… 悪い
2
3
4
5 …… 良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-E

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっておりません。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1：悪い」から「5：良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
 …… 悪い …… 良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-F

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、記名で回答するアンケートとなっておりません。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 2-G

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まっています。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れ出すことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチンの皿やカトラリーのいくつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 2-H

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第 22 期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 2-1

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れ出すことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパートに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパートに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパートは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

質問票 2-J

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れえいすることは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチンの皿やカトラリーのいくつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 ……悪い
2
3
4
5 ……良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-K

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まっています。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れ出すことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパートの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnb という宿泊予約アプリを使用して、アパートを予約しました。旅行の半年前に予約したので、早期割引を受けることができました。アパートに到着すると、キーパッドで簡単にチェックインできます。アパートに入ると、予約ページに書かれていたキングベッドがなく、代わりにツインベッドが2つあることに気がきます。また、ホストからの説明にはありませんでしたが、温水器のスイッチを使用の30分前にオンにしないとお湯が出ないことにも気がきます。さらに、キッチン皿やカトラリーのいくつつかには、食べ物の汚れが少し残っています。アパートは、最も魅力的な観光地から徒歩で約25分離れています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 ……悪い
2
3
4
5 ……良い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

質問票 2-1

サービス品質レビューに関する消費者意識調査

<ご挨拶>

私は現在、卒業論文を執筆中であり、その論文に用いるための消費者データを必要としています。

この調査は、純粋に学術的な調査であり、特定の営利企業に利用することは決まていません。また、ご回答いただいた内容は統計的方法によって処理いたしますので、個人単位での情報が外部に漏れたいことは絶対にございません。

ご多忙のところ大変恐縮ではございますが、上記の旨をご理解いただきまして、本調査へのご協力の程、よろしくお願い申し上げます。

慶應義塾大学商学部 小野晃典研究会
第22期 平 壮真

【0】以下の質問に回答してください。

Q.0-1 あなたの誕生日をお答えください。

月

【1】以下のメッセージを読んだ上で質問に回答してください。

これから回答していただくアンケートは、無記名で回答するアンケートとなっております。

Q.1-1 メッセージを読んだ上で、回答する条件

に対してご承諾いただけますか。

はい・いいえ

【2】以下のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

ヨーロッパの大都市を旅行する間に5日間アパルトの一室を借りる必要があると想像してください。あなたと友人は、Airbnbという宿泊予約アプリを使用して、アパルトを予約しました。旅行の数日前に予約したため、早期割引などはなく、通常料金での宿泊となりました。アパルトに到着すると、ホストが鍵を持って現れるまで15分待たされます。アパルトに入ると、皿やカトラリーなどのキッチン用品が提供されていないことに気づきます。床には若干の汚れがあり、シャワーにはカビがあります。アパルトは、訪れたい観光地のほとんどから徒歩で約5分の距離に位置しています。5日間の滞在後、あなたはキーパッドでドアをロックするだけでチェックアウトが完了します。チェックアウト直後、アプリから、「滞在の評価をレビューシステムに入力してください。」という通知が届きます。

次のページへお進みください

補録 2-12 質問票 2-1

【2】上記のシナリオを読んだ上で質問に回答してください。

それぞれの項目について、「1:悪い」から「5:良い」のうち、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1 2 3 4 5
: : : : :
悪
い 良
い

Q.2-1 総合	1	2	3	4	5
----------	---	---	---	---	---

【3】以下の質問に回答してください。

あなたが評価したサービスについて、当てはまる数字を1つ選んで、○で回答してください。

1	2	3	4	5
慈善団体に寄付する	写真の中の動物を判別する	感謝祭の歴史に関する動画を見る	クロスゲームを遊ぶ	ホテルで受けたサービス品質に関する評価を行う

【4】以下の質問に回答してください。

Q.4-1 あなたの年齢をお答えください。	歳
Q.4-2 あなたの性別をお答えください。	男性 ・ 女性 ・ 無回答

ご協力ありがとうございました

