



顧客ロイヤルティ・モデルの再検討：コミットメント概念とロイヤルティ概念に関する実証研究

森村，文一

(Degree)

博士（商学）

(Date of Degree)

2010-03-25

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲4888

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1004888>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



氏 名	森村 文一
博士の専攻分野の名称	博士（商学）
学 位 記 番 号	博い第 4888 号
学位授与の 要 件	学位規則第 5 条第 1 項該当
学位授与の 日 付	平成 22 年 3 月 25 日

【 学位論文題目 】

顧客ロイヤルティ・モデルの再検討：コミットメント概念とロイヤルティ概念に関する実証研究

審 査 委 員

主 査	教 授	南 知恵子
	教 授	高嶋 克義
	教 授	黄 磷

論文内容の要旨

本研究は、消費者のロイヤルティ研究における、顧客満足形成から再購買に至るまでの因果プロセスを対象とする研究である。とりわけコミットメント概念に注目し、コミットメント概念を構成する感情的次元と存続的次元とを弁別し、コミットメントが再購買意図と、WOM(word-of-mouth：口コミ)の肯定的、否定的の2側面に与える影響について解明することを目的とし、ロイヤルティ・モデルの構築を意図するものである。

本論文は、顧客満足研究、ロイヤルティ研究の関連領域における先行研究のレビューをもとに仮説的構成概念を検討し、各構成概念間の因果関係についての概念モデルを提示した後、小売店舗に対する消費者満足度について収集したアンケートデータを対象に、構造方程式モデルによって検証を行い、両次元のコミットメントの再購買意図や WOM 意図への影響を明らかにするものである。

具体的な章構成として、まず第1章において、ロイヤルティ発展の前提要因として位置づけられる顧客満足概念についての議論の整理を行い、とりわけ当該分野において影響力を持つ Richard Oliver の「期待－不確認モデル」及び、それを補完する「累積的満足概念」の理論的検討を行っている。第2章では、コミットメント概念についての先行研究を検討し、感情的および存続的コミットメントという、コミットメント概念を構成する2成分についての議論を整理した。第3章では、顧客満足およびコミットメントと、再購買意図と WOM 意図との関連についての議論、さらに第4章では、ロイヤルティ概念の先行研究についての議論を整理し、第5章ではコミットメントの変化に関連する理論的検討を行っている。第6章では、各章の議論を踏まえて、コミットメントの感情的、存続的の両成分、再購買意図、WOM 意図（積極的、否定的）の仮説的構成概念の各々の因果関係を統合するモデルを構築し、構造方程式モデリングにより検証を行っている。第7章では、さらに満足経験の累積によるコミットメントの変化を対象とし、購買頻度の高低による各概念間の関係変化について構造方程式モデリングを用いて検証を行っている。第8章では、顧客満足から再購買に至るロイヤルティを説明するモデルとして、Oliver の考えに基づく「満足－再購買意図モデル」と、オリジナルである「満足－コミットメント－WOM－再購買意図モデル」の両者の比較を含む、因果パスが異なる複数モデルを比較検討した。モデルの適合度と仮説に関する因果パスそれぞれの検証により、自説のモデルが最も説明力の高いことを証明した。最終章において、理論的かつ実務的インプリケーションを提示している。

学位論文審査要旨

氏名 森村 文一

論題 顧客ロイヤルティ・モデルの再検討：
コミットメント概念とロイヤルティ
概念に関する実証研究

審査 平成22年3月

神戸大学

論文審査の結果の要旨

本論文における理論的貢献は次の通りである。第一に、再購買意図及び WOM 意図と呼ばれる、製品・サービスに関する情報を対人的に伝達しようとする意図に対して影響を与える要因について、コミットメントの2成分、感情的、存続的次元を導入することにより識別した点にある。再購買意図や肯定的なコミュニケーションを行おうとする意図には顧客満足が前提要因であるという点は先行研究において検証されてきており、また、感情的なコミットメントが再購買意図や肯定的な WOM に正の影響を与えることも検証されている。しかしながら、否定的な WOM 意図については研究の蓄積が十分とはいえず、本論文においては、コミットメントの2成分が否定的 WOM 意図に影響を与えるという因果プロセスを明らかにしたことにおいて理論的貢献が認められる。

また、ロイヤルティ研究における統合モデルを提示したという点においても理論的貢献が認められる。顧客満足研究において影響力を持ち続ける Richard Oliver の「期待—不確認モデル」及び「累積的満足概念」から導かれる、顧客満足が継続的購買につながるという因果関係フレームに対し、そこに感情的および存続的コミットメントの作用を導入することにより、顧客満足が消費者のコミュニケーション、さらに再購買意図へとつながるプロセスを構造的に明らかにしたことはロイヤルティ・モデルにおける精緻化および拡張であり、理論的貢献が認められる。

消費者の再購買意図や他の消費者への伝達行動への規定因や因果解明においては研究上の需要が多いのにも関わらず、統合モデルへの試みは不十分な段階にとどまっていた。本論文のコミットメント概念の再検討と実証による因果プロセス解明は、当該分野において理論的な貢献度が認められ、当該分野の研究のさらなる発展の可能性を拓くものであると位置づけられる。また、実務的にも消費者の、製品・サービスに関する対人的なコミュニケーションの前提要因を明らかにしたことは貢献度が大きい。

しかしながら、本論文にもいくつかの問題点がある。対象となる業界選定における妥当性の吟味において、十分とはいえないものがある。とりわけ、感情的、存続的コミットメントを議論する対象として、小売業への消費者の満足度とコミットメントを扱うことが適切かどうかについての妥当性を論文中に十分展開すべきであることが指摘される。また、変数の操作的定義、モデル導出と仮説検証における説明において一部不十分さを残し、実証論文として改善の余地が求められる部分がある。しかしながら、全体としての手続きの

手堅さや論理の運びに大きな問題を残すものではなく、本論文の理論的な貢献を考慮すると、これらの問題点は論文としての全体としての価値を損なうものではない程度のものと判断される。

以上の理由から、審査委員は、本論文の著者が、博士（商学）の学位を授与されるに十分な資質を持つものと判断する。

平成22年3月7日

審査委員	主査	教授	南 知恵子
		教授	高嶋 克義
		教授	黄 リン