

保険薬局における従業員と顧客とのコミュニケーションに関する研究
従業員の共感を通じた顧客満足創造プロセス

指導教授 木村純子准教授
2008 年度法政大学大学院経営学研究科経営学専攻修士課程修了
マーケティング・サービスマネジメントコース
大屋 智美

感情という要素を中心に、保険薬局での従業員とのインタラクションによって顧客がどのような満足を得ていくのかを明らかにすることを目的とする。

医師が発行した処方せんをもとに保険調剤する保険薬局は、顧客の商品に対する意向は反映されず、医療機関の近くの立地が有利とされ、広告に規制があり、商品の価格はほぼ同じである。したがって保険薬局の顧客の態度は受動的であるが、中には、保険薬局の従業員に対して好意的で能動的な態度を見せる顧客が存在する。本研究は、保険薬局の従業員に対して好意的な態度を見せる顧客が、従業員とのインタラクションによって満足を得ていくプロセスを明らかにする。調査にあたっては、解釈主義アプローチを採用し、デプス・インタビューをビデオグラフィーによって行った。

分析の結果、明らかになったことが3つある。

1 つめに、継続して服薬している顧客は、たとえ病状が安定していても、服薬していない顧客とは異なることである。服薬を続けている顧客は、たとえ病状が安定し、小康状態であっても、いつもと同じ平常の状態に回復していない。いつもと同じ平常の状態に回復していない顧客は、ネガティブな情動をもっている。

2 つめに、いつもと同じ平常の状態に回復していない顧客は、保険薬局での従業員とのインタラクションによって満足を得ることである。いつもと同じ平常の状態に回復していない顧客はネガティブな情動を解消しようと従業員に能動的な態度をとる。従業員の顧客の立場に立った対応は顧客のネガティブな情動を緩和する。

3 つめに、継続して服薬している顧客の満足は、時間が経過しても顧客の記憶に残り信頼につながることである。