

## 学位論文内容の要旨

学 生 番 号 : 200882

氏 名 : 櫻井秀彦

論文タイトル : サービス品質の評価構造に関する実証的研究  
—保険薬局における患者評価を対象として—

### 1 本研究の結論と貢献

#### 1.1 本研究の結論

本論文は、サービス品質の評価構造を研究対象とし、主にプロフェッショナル・サービスに焦点を当て、先行研究の整理に始まり、個別の評価次元から総合品質、顧客満足や行動意図との関連性までを4つの実証研究を通して詳細に検討したものである。ここでは、各章ごとの結論の小括を行った上で、論文全体を通じた貢献を示すことにする。

序論では、背景と問題意識、本論文の構成と研究目的について提示した。

第1章では、サービスの評価に関し、知覚サービス品質、顧客満足、更には行動意図や顧客ロイヤルティといった概念に焦点を当てた先行研究の系譜や、そこから得られた知見について整理した。ここでの目的は、サービスの評価に関する評価基準で代表的と思われる知覚品質、顧客満足度や、その後の行動意図などに焦点を当てた研究のうち、一般的なサービス、医療サービス、人的専門サービスを対象としたものを比較検討し横断的レビューを行った。レビューの中から、調査時点において不足、または不十分している論点を抽出し、第2章以降の実証研究において検証すべき課題を明確化した。

先行研究の整理を行い、研究目的や調査者の関心領域により、個別にレビュー、議論されてきた知覚品質と顧客満足の概念を他の概念の先行研究とも合わせてその

知覚品質に関しては、1980年代後半から90年代にかけて、SERVQUALを嚆矢として品質測定尺度に関する論争が活発になった(Parasuraman, Zeithaml and Berry 1988 ; Cronin and Taylor 1992)。SERVQUALは、顧客の事前期待と知覚結果とのギャップをサービスの品質として定量的に捉える手法を採用しており、北欧学派の概念枠組をその論拠とするものであった。論争は、ギャップを取ることは是非、期待の取り方、心理統計学からの指摘という理論的な問題と、評価次元数の安定性という実証研究の結果から指摘される問題という大きく2つの問題に集約された。理論的な問題は、SERVPERFなど知覚結果のみで分析する手法が提唱されたこともあり、理論的背景や事前期待のデータ収集に重きを置くか、被験者の回答への負担など回収率に重きを置くか、どちらに重きを置くかで決まってくる。しかし、実証研究上の問題点、すなわち次元の安定性はサービスの品質測定尺

度全般に関わってくる大きな問題で、サービスという無形財を対象とする以上、避け難い問題であると考えられた。サービスのタイプや顧客の関与水準によって次元が安定しない (Carman 1990; Babakus and Boller 1992; Cronin and Taylor 1994) のであれば、サービス全般に共通した尺度を開発しようとした Parasuraman らの目的は達成できないことになり、実際に SERVQUAL の設問を用いた多くの追実験では、各論文の中で対象とした数種類のサービスのうち 1~2 種類は想定通りに因子が抽出できないなど、次元の弁別性のリスクを抱えていた (Finn and Lamb 1991; Spreng and Singh 1993; Mels, Boshoff and Nel 1997)。

よって、以降の実証研究では SERVQUAL の尺度にとらわれず、主に医療を対象とした先行研究を参考に、調査対象先企業のヒアリング、少数を対象としたプリテストを経て、質問紙を構成していくことにした。その上で、SERVQUAL などの先行研究と次元の比較を行い、薬局サービスの特性について考察することにした。

また、顧客にとって知覚品質のどの次元が重要か、すなわち総合評価への影響を考えた場合に標準化係数の大きいものは何か、といった実務上も有用性の高い知見を得るための研究は、顧客満足を対象とした同種の研究には膨大なものがあるのに対し、意外に少なかった。よって、薬局における品質評価次元のうち、どれが重要かを探る実証研究が必要であること、更に顧客の関与水準が次元の弁別性に影響することから、顧客セグメントごとでそのウェイトの違いを検討することも必要であること、などが示唆された。この実証研究を第 2 章で行うことにした。

更に、知覚品質と顧客満足を混同して議論されていたり、個別の評価次元は重視せず、総合知覚品質と総合満足との関連性にのみ着目したりする研究が多かった。しかし、消費者行動論での期待不一致モデルがあり、これが北欧学派のサービス品質概念や SERVQUAL の方法論と混同されやすい原因の 1 つとも考えられた。そこで、知覚品質と顧客満足の概念の相違について、従来の理論、または定義による識別でなく、実証研究によるデータ主導型の識別の確認を検討することにした。これは第 3 章で知覚品質と顧客満足の関連性に関する実証研究で合わせて行うことにした。

知覚品質と顧客満足の関連性については、知覚品質が顧客満足の先行変数となるとする説 (Cronin, Brady and Hult 2000)、その逆であるとする説 (Bitner 1990)、サービス提供時か時間経過後かで因果の方向は異なるとする説 (Oliver 1997) 含め、双方向とするものなど (Taylor and Cronin 1994) がある。加えて、専門サービスでの方向を実証的に確認したものも結果が分かれており (Taylor and Cronin 1994, McAlexander, Kaldenburg and Koenig 1994)、この因果の方向性は個別の品質評価次元の行動意図までの影響を確認する上で重要であるため、第 3 章では道具的変数法を用いてこれを確認することにした。

次に、サービスの分類に、カスタマイズと労働集約性の水準で分類するもの (Schmenner 1986; Schmenner 2004) や提供する主体で分類するもの (島津 2005) があり、双

方ともプロフェッショナル・サービスを 1 つの独立したカテゴリーとしていた。しかし、先行研究レビューの中では、プロフェッショナル・サービスまたは人的専門サービスに焦点を当て、知覚品質や顧客満足に関する評価の構造を検証したものは極めて少なかった。加えて、医療など専門サービスでは、情報の非対称性の問題が不可避となるが、経済学のアプローチでは、情報の非対称性は与件とされ、その状況や程度の相違などを明示的に取り入れた研究はほとんどなかった。そこで、プロフェッショナル・サービスそのものの知覚品質の評価構造を検証する研究の必要性が示唆され、本論文では薬剤師というプロフェッショナルが提供する医療サービスを事例とした実証研究を行い、第 4 章において詳細な検討を加えた。

この章の最後では、“医療の質”の概念に対する考察を行った。医療経済学や医学系の研究者が研究対象とする重要な概念に“医療の質”があり、その代表的な Donabedian(1966)の概念枠組と北欧学派の 2 元論や Rust and Oliver (1994)の 3 次元との対比において、共通したものがあることを示した。加えて、顧客満足との関連性の捉え方が、“医療の質”では内包される、いわゆる要素としての位置付けであるのに対し、サービス・マーケティングでは、独立した別の概念として捉え、その関連性については諸説があるものの、総じて知覚品質は顧客満足の原因変数と考えられていることなどを示した。最後に、薬局における「結果品質」は、主に情報提供、情報の交換によるもので、医学で想定される直接的な臨床効果とは異なることなどを確認した。

第 2 章では、サービスの品質評価構造に関して保険薬局の利用患者を対象とした実証研究を行い、専門サービス提供組織の総合評価への影響経路と影響するウェイトなどの影響構造を確認した。評価の構造に関しては、重回帰モデルや、北欧学派の 2 元論などの枠組みを参考に因子分析モデル、高次因子モデルなど検討し、先行研究との結果の比較を行う。更に、顧客セグメント等で母集団別分析を行い、どのような相違がみられるのかを探った。

具体的には、保険薬局を対象としたサービスの知覚品質に関する調査・分析を行い、先行研究との比較を通して新たな知見を探った。SERVQUAL の方法を採用し、広く認知され、既存顧客が 9 割を超える薬局で、純粋な事前期待の測定は困難と判断し、既存患者のみを分析対象とした。ここで明らかになったことは以下の 3 点である。

- (1)ここで調査対象とした薬局に関するサービス品質の測定・評価次元は、5 次元に弁別されたが、これらは SERVQUAL の基となった Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)の 10 次元に内包され、SERVQUAL のオリジナルとは若干異なる内容で 5 次元に集約されたと考えられた。SERVQUAL のオリジナルと異なって、集約されずに弁別された「能力」、「礼儀」、「安全性」は、医療においてそれぞれに重要な要素であり、これらが独立して抽出されたことは薬局サービスとしての特が反映されているものと考えられた。

- (2)他の価値概念との関連性を考えた場合、統計学的な論拠からも階層構造が支持され、北欧学派の「技術品質」または「本質的評価」、「機能品質」または「表層的評価」2元論に集約され、それらが総合評価に影響するという2階のモデルが採択された。また、この2次元はサービス・マーケティングにおけるサービス要素でのコア・サービス要素と補完的サービス要素という分類(Grönroos 2000; Lovelock and Wirtz 2007)に当てはまると解釈でき、更にコア・サービスは薬剤師(専門職)によるデリバリー、補完的サービスは専門職でなくとも提供可能な次元であるとも解釈できた。
- (3)総合評価などへの相対的影響度は、顧客標本全体では表層的な品質評価(補完的サービス要素)よりも本質的な品質評価(コア・サービス要素)の方が影響度は高いが、顧客セグメントごとで検討するとそれぞれ全く異なることが明らかとなった。特に性別と慢性/急性の違いが、評価構造に強く影響していることが示された。また、病院に近ければそれで良いという薬局の選択、ないしは薬局サービスに対する関与水準が極めて低いと思われる患者層とそうでない患者層でも、性別に近い違いがあることが示された。すなわち、女性、急性疾患、薬局選択への関与水準が比較的高い患者の群は本質的品質評価(コア・サービス要素)の影響が大きくなり、慢性疾患の患者は、この2要素をほぼ平等に評価し、男性や薬局への関与水準が低い患者は表層的品質評価(補完的サービス要素)の影響が大きくなることから、このような属性の傾向を把握したうえでオペレーション戦略を構築する必要性が示唆された。

第3章では、サービス品質の概念と顧客満足との混同があるとする指摘(Fisk, Brown and Bitner 1993, 村上 1995, 山本 1999)に対し、専門サービスを対象とした実証研究から知見を探った。具体的には、専門サービス提供組織の機能・サービスに対する個別の評価次元からの総合品質や顧客満足、行動意図という3つの総合評価指標への影響構造、加えて総合知覚品質と顧客満足、行動意図の関連性を明らかにする目的で調査・解析を行った。独自の質問紙調査により、『薬剤師職能』、『管理機能』、『待合室機能』、『アクセス』の4つの評価次元が抽出された。各次元から各総合評価指標への影響構造を考慮した上で、「総合サービス品質」と「総合満足度」が、「再来意図」と「他者推薦意図」で構成される『行動意図』へ影響するモデルを検討した。ここで明らかになった点は以下の4点である。

- (1)患者全体を母集団とした場合、すべての総合評価変数に対して『薬剤師職能』の影響が最も大きく、2番目に影響する次元がそれぞれ異なった。このことから、薬局の評価要因として薬剤師の職能が最も重要であり、コア・サービスとして認識されていると捉えられた。
- (2)顧客セグメントごとで検討すると、各総合評価指標へのそれぞれ影響経路が異なってくることが示された。性別では、男性のみが『待合室機能』による影響を受け、初回利用患者とかかりつけを表明した患者では知覚品質に、慢性/急性では行動意図に、それ

ぞれ影響構造の違いがみられるなど、顧客の属性ごとでの評価構造を把握する必要性が示された。

- (3)知覚品質の概念と顧客満足の概念に混同があるとする指摘(Fisk, Brown and Bitner 1993 ; 村上 1995 ; 山本 1999)に対しては、今回のデータ主導型の検証では、2 番目の影響要因がそれぞれ異なったことから、顧客視点でも異なる概念として捉えられていることが示された。
- (4)本調査における専門サービスのエンカウンターでは、知覚品質と顧客満足の因果方向については、顧客満足を知覚品質に影響するのではなく、品質が満足を影響することも示された。

第4章では、第2章、第3章とは異なり、薬剤師が提供する医療サービスである服薬指導の品質評価構造について、専門サービスに不可避である情報の非対称性を明示的に取り入れた実証研究を行った。これにより、顧客にとって“手がかり”として機能していると考えられる評価次元などの検討を行い、オペレーション上の知見を探った。

具体的には、第2章や第3章で各総合評価に最も影響する評価次元であることが明らかとなった薬剤師職能に関する実証分析を試みた。すなわち、薬剤師が提供する医療サービスである服薬指導というコア・サービスと考えられる評価次元に限定し、その内部の評価構造について分析した。人的専門サービスそのものを対象とした測定尺度は報告されていないため、医療、薬学系の患者調査の結果をもとに『促進情報提供』、『リスク情報提供』、『情報有形性』、『顧客理解』の評価次元を想定し、情報の非対称性の状況(薬局、薬剤師、処方薬、疾病が初めてか否か等)ごとに共分構造分析で検討した。その結果、以下の4点が明らかとなった。

- (1)『リスク情報提供』は薬剤師の総合評価に与える影響が有意でないか、有意傾向しかしめさず、患者は服用に関する注意などの説明の評価の良し悪しと薬剤師の評価の良し悪しを関連付けて評価していないことが示された。他の評価次元のパス係数は標本全体では、ほぼ等しく、情報の非対称性の状況で違いを見せた。
- (2)処方薬と疾病の違いで検討した場合、急性期または薬が初めての場合に『促進情報提供』の影響が相対的に高まり、逆に『有形情報性』の影響が低まる傾向があることが示され、特に急性期で薬が初めての場合は評価のウェイトが他の状況と異なること、慢性期の場合は薬の経験は評価のウェイトにあまり影響しないことが示された。
- (3)評価主体とサービス・エンカウンターの経験の違いでは、同じ薬剤師との接触機会が増えることで薬剤師の総合評価からの行動意図への影響が大きくなる傾向にあることが示された。
- (4)各評価次元と総合評価の評価得点では、『促進情報提供』以外の個別評価次元や総合評価等については、慢性期と急性期、特に「慢性/既往薬」と「急性/初薬」で有意差が

みられることが分かった。ここから、急性期で特に初めての処方薬の時になるに従い、評価得点が低くなる傾向が伺えた。

第5章では、第4章で着目したコア・サービスではなく、補完的サービスに焦点を当てた実証分析を行った。待合室という補完的サービスに注力した薬局と、従来型店舗との比較実験を行い、評価構造や評価得点の相違などを確認した。具体的には、同一市内所在の同じ薬局チェーン4薬局の利用患者を対象に独自の質問紙調査を行い、「技術」、「関係性」、「環境」、「管理」、「エンカウンター」の5つの評価次元を確認した。各次元と各総合評価変数間の影響を考慮した共分散構造分析モデルを検討したところ、以下の3点が明らかとなった。

- (1)総合知覚品質への個別の評価次元において、従来型店舗は、第2章、第3章と同じく、薬剤師の説明に関する次元である「技術」が最も影響するのに対し、補完機能強化型店舗では、「環境」の評価次元の影響が圧倒的に大きかった。
- (2)そして、総合満足度と行動意図への影響について、標準化総合評価効果を確認したところ、従来型店舗は、やはり「技術」や「関係性」が相対的に強く影響するのに対し、補完機能強化型店舗では、「環境」の評価次元の影響が圧倒的に大きかった。
- (3)個別の変数の評価得点で見ても、待合室や、それに関連すると思われるプライバシーなども、有意に補完機能強化型店舗の方の得点が高く、それが総合評価変数の有意差に影響したと見て取れた。

終章では、本論文のまとめと貢献限界と今後の課題を整理したうえで、以上の知見を受けて、今後の薬局におけるサービス展開について考察した。

## 1.2 本研究の貢献

先行研究レビューでは、サービスの品質評価に関する先行研究は多々あり、顧客満足や行動意図など他の概念との関連性など、様々な知見が存在するが、本研究で着目した専門サービスについては、まだまだ検証すべきことが多々あるということが示された。例えば、サービス全般に共通した知見を探るにしても、サービスの特性ごとで探るにしても、個別の評価次元とその影響構造について、十分な知見がもたらされてはいないことが示された。加えて、コア・サービス要素と補完的サービス要素のどちらのウェイトが大きいかもあきらかでないだけでなく、顧客の関与水準や、情報の非対称性と手がかりとの関連など、未解決な課題が多いことが示された。

これを受けて、本論文では第2章から第5章まで、4つの実証研究で、個別の検討課題を確認した。本研究の貢献は、以下の7点に整理することができよう。

- (1)まず、本論文の貢献は、専門サービスもしくはプロフェッショナル・サービスに焦点を当て、コア・サービス要素と補完的サービス要素、提供組織と提供されるサービスごとに詳細な検討を加えたことである。先行研究でレビューした通り、専門サービスの知覚品質に対して、詳細な検討を加えたものは非常に少なく、サービスの多様性が進んでいる中、本研究が示した知見は非常に有用であると考えられる。
- (2)次に、サービスは、その消費の同時性という特性から、サービス・エンカウンターも重要となってくる。そこで、専門サービスの提供組織とサービスそのものに区分して実証研究を行い、かつ、専門サービスに不可避である情報の非対称性の問題にも、“手がかり”の概念などを用いて検討を加えた点である。実証研究の結果から、提供組織であれば、提供主体や個別のサービス特性が、手がかりとなる可能性も示唆された。一方で、サービスそのものであれば、手がかりとなるものが少なく、知覚品質を形成する場面で情報の非対称性の問題が生じる。本研究では、情報の非対称性を明示的に取り入れた希少な研究であるとも言える。
- (3)Lovelock and Wirtz(2007)のように経験的に言及されてきた、コア・サービス要素は重要だか、差別化要因として補完的サービス要素も重要となる、という従来の説明に対し、専門サービスにおける影響度は総じてコア・サービスが大きいこと、しかし顧客属性では大きく異なることを実証した点である。特に専門サービスを対象としてこの点を明らかにしたものはなく、本研究の貢献は大きいと考えられる。
- (4)知覚品質評価に関しては、今回対象とした保険薬局の場合、コア・サービスと位置付けられる薬剤師の職能に関する次元が最も総合知覚品質に影響することが示された。この結論については、第2章、第3章と異なる対象から収集したデータで行った別々の実証研究の結果から導かれており、類似した概念である顧客満足(患者満足)の研究である、Kamaei et.al.(2001)、櫻井他(2007)、櫻井他(2009)なども同様の結論を示しており、ある程度の頑健性を保っていると言ってよいであろう。
- (5)知覚品質と顧客満足の概念は研究者においてもその依拠する理論からも、混同されやすい傾向にあるが、この両者の弁別について、データ主導型の分析を行ったことで、類似するが異なるということを明らかにした点である。更に、専門サービスにおける両者間の因果の方向について、知覚品質が顧客満足に影響するという比較的多くの他の一般的なサービスを対象とした先行研究が導いた結論と同じであることを示した点である。
- (6)専門サービス、もしくはプロフェッショナル・サービスそのものは、知覚品質の評価構造においても、やはり情報の非対称性の影響を受けるものであり、情報の非対称性の水準によっても、個別の評価次元水準ならびに、その影響の仕方もかわることを示した点である。
- (7)補完的サービス要素は、従来より、差別化要因として重要と目されてきたが、本研究で

は、比較実験において、補完的サービス要素が大きく異なり、他の要素がほぼ同質を考えられる状況下で、評価構造と評価水準がどのように変わってくるかを実証した。このような実証研究によるエビデンスを提示したものは確認できないため、この点の貢献も大きいと考える。

## 2 本研究からの実務上のインプリケーション

次に、実務上のインプリケーションに言及する。本研究は、専門サービスとその提供組織の品質評価を対象としたものである。当初、サービスの知覚品質に関する測定尺度で代表的な SERVQUAL を直接援用しようと試みたが、SERVQUAL の質問ならびに測定次元はサービス特性を反映していないと考えられた。これは筆者だけでなく、調査を依頼した複数の薬局側からの指摘でもある。よって、Carman(1990)などの指摘に有るよう、サービスの特性に合致するよう、特定の質問で測定次元を構築していく方が実務上のメリットも大きいと考えられた。

実証研究の結果からは、保険薬局を対象とした場合、薬剤師の職能が総じて重要であることが示された。このため、やはり薬剤師の資質向上ならびに維持が重要となつてこよう。そして、Heskett et. al.(1994)のいう、インターナル・マーケティングによる内部顧客の満足度向上も顧客満足の上昇を通して、行動意図や顧客とのその後の関係性強化のために重要な施策となつてこよう。

また、証研究では顧客セグメントで評価の構造が全く異なることを明らかにした。ここから、従来は経験則で行っていた顧客対応戦略を見直し、コア・サービス要素やリスクなど重要な評価次元の影響が少ないセグメントに対しては、影響が大きい評価次元を“手がかり”としたアプローチ、もしくは消費者(患者)教育も重要となろう。

更に、補完的サービス強化型の店舗との比較実験において、その戦略の有効性が示された。保険薬局もまさに被規制産業であり、独自の展開、もしくは差別化が他の業種に比して難しいとされてきたが、このことから薬局の補完的サービス要素に着目した、顧客ロイヤルティ戦略の可能性が示唆される。医薬分業の目的からも、薬局、薬剤師のかかりつけ化は望ましいとされており、顧客属性に則したサービス要素の訴求により、知覚品質と顧客満足、ひいては顧客ロイヤルティを高めるオペレーション戦略を検討すべきである。

## 3 限界と今後の課題

本研究の限界は以下のように指摘できる。まずは、専門サービスの事例としては保険薬局および薬剤師が提供する人的専門サービスだけしか調査対象とできなかったことである。コア・サービス、補完的サービス、総合評価の因果関係、情報の非対称性の影響など、様々

な検討する必要から、その業種以外に着手できなかったが、一般的なサービスや、顧客の関与水準が異なるサービスとの比較も含め、今後の課題としたい。また、専門サービスに関する品質測定尺度が提案されておらず、今回は薬局向けに独自に設定したが、今後はより頑健性、妥当性を高めるべく、尺度開発にも挑戦したい。また、今回の質問紙では、総じて総合評価に関しては、構成概念を設定しなかった。体調の良くない患者に回答を求めており、負担を考えればやむを得ないものであったが、共分散構造分析という手法の本来の目的に合致し、かつ ACSI や JCSI などの比較も可能なように今後は個別の評価次元とのバランスで構成概念化を考えていきたい。最後に、本研究では、薬局と薬剤師の提供するサービスに、ピンポイントで焦点を当てたが、顧客の目的に照らして考えれば、顧客にとってのゴールは薬でもなく薬の情報でもなく、健康の改善または維持となる。よって、保険薬局としてのサービス提供のみならず、調剤をアウトソースされている立場から考えれば、医薬分業全体で考える視点も必要であると考えられる。すなわち、医師の診察や施術、処方(薬物療法)がコア・サービスとなり、保険薬局が提供するサービス属性は主に補完的サービスと捉えることが可能であろう。これは、本研究の守備範囲を超えるが、外来医療サービスの評価構造を検討する上では重要な視点であり、今後の課題としたい。

#### 4 本論文の基となった研究業績

##### 【第1章】

- ・ 櫻井秀彦, 川原昇平, 多田裕一郎, 中島史雄, 猪狩富夫, 百瀬晴彦, 近藤弘之, 小森雄太, 早瀬幸俊(2007), 保険薬局における患者満足の研究—共分散構造分析と重回帰分析を用いた患者アンケートデータの解析—, 薬学雑誌 127(7), 1115-1123.
- ・ 櫻井秀彦, 中島史雄, 多田裕一郎, 芳川江美, 岩橋芳樹, 藤田健二, 早瀬幸俊(2009), 薬局における処方せん調剤を目的として来局した患者の満足度に影響を与える薬局機能・サービスに関する研究, 薬学雑誌 129(5), 581-591.
- ・ 櫻井秀彦, 今野広崇, 島森美光, 杉山祐之, 吉町昌子, 河野弘之, 後藤輝明, 早瀬幸俊(2009), 薬局における患者と薬剤師の医療サービスに対する意識に関する研究, 薬学雑誌, 129(5), 557-568.

##### 【第2章】

- ・ 櫻井秀彦, 吉町昌子, 早瀬幸俊(2011), プロフェッショナル・サービス提供組織に対する品質評価構造に関する実証研究 —保険薬局を対象として—, 流通研究第 13 巻 1・2 号合併号, 印刷中

##### 【第3章】

- ・ 櫻井秀彦(2010), サービス・マーケティングにおける品質評価構造の理論ならびに実証研究—保険薬局を対象として—日本商業学会第 60 回全国研究大会報告論集, 181-190

#### 【第 4 章】

- ・ 櫻井秀彦, 早瀬幸俊(2010), 情報の非対称性を考慮した専門サービスに対する知覚品質の評価構造, 第 41 回消費者行動研究コンファレンス報告要旨集, 101-104

#### 【第 5 章】

- ・ 櫻井秀彦, 横川加寿男, 芳川江美, 伊藤一, 早瀬幸俊(2010), 専門サービス提供組織の知覚品質, 顧客満足, 行動意図への影響要因, 第 40 回消費者行動研究コンファレンス報告要旨集, 29-32
- ・ 櫻井秀彦, 伊藤一, 横川加寿男, 芳川江美, 早瀬幸俊(2011), サービス・オペレーションの評価構造における環境要因の重要性: 保険薬局 A 社における実証研究, オペレーションズ・マネジメント&ストラテジー学会論文誌 2(1), 採択済

#### 参考文献

- Babakus E. and G.W. Boller (1992), "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale," *Journal of Business Research*, 24, 253-268.
- Bitner M.J. (1990), "Evaluating Services Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses," *Journal of Marketing*, 54 (April), 64-82.
- Brown, T. J., G. A. Churchill and J. P. Peter (1993), "Improving the Measurement of Service Quality," *Journal of Retailing*, 69 (1), 127-39.
- Carman J. M. (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions," *Journal of Retailing*, 66(1), 33-55.
- Cronin J., M.K. Brady, and G.T.M. Hult (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments," *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218
- Finn, D W. and C. W.Lamb (1991), "An Evaluation of the SERVQUAL Scales in a Retailing Setting," *Advances in Consumer Research*, 18(1), 483-490
- Fisk, R. P., S. W. Brown and M. Bitner (1993), "Tracking the Evolution of Services Marketing Literature," *Journal of Retailing*, 69(1), 61-103.
- Grönroos, C. (2000), *Service management and Marketing*, John Wiley & Sons Inc
- Heskett, J. L., T. O. Jones, G. W. Loveman, E. W. Sasser and L. A. Schlesinger (1994), "Putting the Service-Profit Chain to Work," *Harvard Business Review*, 72(2), 164-170.

- Kamei, M., K. Teshima, N. Fukushima and T. Nakamura (2001), "Investigation of Patients' Demand for Community Pharmacies: Relationship between Pharmacy Services and Patient Satisfaction," *YAKUGAKU ZASSHI*, 121(3), 215-220
- Lovelock, C. and J. Wirtz (2007), *Services Marketing*, 6th ed., Prentice Hall(白井義男監修, 武田玲子訳『サービス・マーケティング』, ピアソン・エデュケーション, 2008年)
- McAlexander, J. H., D. Kaldenburg and H. Koenig (1994), "Measurement and Assessment of Service Quality in a Health Care Setting," *Journal of Health Care Marketing*, 14 (Fall), 34-41
- Mels G., C. Boshoff and D. Nel (1997), "The Dimensions of Service Quality : The Original European Perspective Revisited," *Service Industries Journal*, 17(1), 173-189.
- Oliver, R.L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Irwin/McGraw-Hill, Boston, MA,
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, and L. L. Berry (1988), "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality," *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Rust, R. T. and R.L. Oliver (1994), "Service quality. Insights and managerial implications from the frontier," In Rust R. T. and Oliver R. L.(Eds.), *Service quality: new directions in theory and practice*, 1-19, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Taylor S., and J. Cronin (1994), "Modeling Patient Satisfaction and Service Quality," *Journal of Health Care Marketing*, 14(1), 34-44,
- 櫻井秀彦, 川原昇平, 多田裕一郎, 中島史雄, 猪狩富夫, 百瀬晴彦, 近藤弘之, 小森雄太, 早瀬幸俊 (2007), 保険薬局における患者満足の研究—共分散構造分析と重回帰分析を用いた患者アンケートデータの解析—, *薬学雑誌* 127(7), 1115-1123.
- 櫻井秀彦, 中島史雄, 多田裕一郎, 芳川江美, 岩橋芳樹, 藤田健二, 早瀬幸俊 (2009), 薬局における処方せん調剤を目的として来局した患者の満足度に影響を与える薬局機能・サービスに関する研究, *薬学雑誌* 129(5), 581-591.
- 島津望 (2005), 医療の質と患者満足 - サービス・マーケティング・アプローチ -, 千倉書房
- 村上恭一 (1995), サービス・マーケティングの課題と現状, *消費者行動研究* 3(1), 59-78.
- 山本昭二 (1999), サービス・クオリティ —サービス品質の評価過程—, 千倉書房