

# 苦情行動と苦情対応に関する研究

— 場面想定法を用いた検討 —

薊 理津子\*

## 要 約

本研究は場面想定法を用いて、苦情場面（法的苦情・非法的苦情）ごとで苦情行動の規定因を検討し、さらに苦情場面×苦情対応（謝罪・商品の補填・消費者優位・対応の未提示）別に消費者の今後の行動（今後の店の利用・他者への拡散）の規定因の検討を主な目的とした。苦情場面別で苦情行動の規定因について検討したところ、苦情場面の種類によらず、過去の苦情行動に関するポジティブ経験が苦情行動を促進した。非法的苦情場面では苦情感情が苦情行動を促進したが、法的苦情場面ではこのような結果は得られなかった。苦情場面×苦情対応別の今後の行動を規定する要因については、法的苦情場面における全ての場面で、店員の誠意が今後の店の利用を促進した。また、他者への拡散は、場面によって規定因が異なることが示された。苦情に関する先行研究で指摘された個人特性については、苦情場面と苦情対応によって、その影響が異なることが示唆された。

キーワード：苦情行動，苦情対応，誠意

## 問題・目的

苦情とは企業側に対する消費者からの不満の表明である（池内，2010）<sup>①</sup>。国民生活センター（2017）によると、2016年度における国民生活センターへの相談件数は88.7万件であった。この相談件数は相談件数が最も多い2004年度の192万件よりも約半数に減少しているものの、全国から消費生活情報を収集したデータベースを活用し始めた1984年の相談件数が4.9万件であることから比較すると、依然高い水準を維持しているといえるだろう。

森山（2008）は苦情を法的苦情と非法的苦情の2つのタイプに分類している。法的苦情とは、企業が提供した商品・サービスによって消費者が何らかの損害が生じた場合や、購入した商品の不良が理由で修理や交換、代金の返却といった金銭補

償等の法的対応が必要となるものである。これに加え、企業の法令違反に対する苦情も、企業側が法的対応を取る必要があることから法的苦情とされている。一方、非法的苦情は、単純な手続きミスや対応の悪さ、設備の不備等に対する苦情であり、消費者に損害が生じず、また法令違反が問題とされないため、法的対応を行う義務がない。

これまでの苦情の生起要因に関する心理学的研究では、池内（2006）が苦情行動に影響を及ぼす個人特性として統制の所在、攻撃性、完全主義を取り上げ検討している。ここでいう苦情行動とは、企業が設置している「お客様相談室」や「購入先の担当者」に苦情を訴えた経験を指している。結果、統制の所在と攻撃性は苦情行動と関連がみられなかったが、完全主義的傾向が強いほど苦情行動の回数が多いことが見出された。苦情行動の生起には、常に商品やサービスにおいても完全でありたい、自分の期待が完全に満たされたいといった態度が根底にあると、池内（2006）は示唆している。また、この研究では苦情行動に影響を及ぼ

2017年11月30日受付

\* 江戸川大学 人間心理学科講師 社会心理学

すと考えられる事前期待と、苦情対応に不満を抱いた消費者からの口コミが企業に負の影響をもたらすことから、周囲に不満を話した経験についても検討している。苦情行動の経験の有無と不満の大きさ、事前期待には関連が見られなかったが、周囲に不満を話した経験のある人は経験のない人よりも商品やサービスに対する不満が大きい傾向があり、事前期待も大きいことが示された。

他に、池内（2010）は、欲求不満一攻撃仮説（Dollard, Doob, Miller, Mowrer, & Sears, 1939 宇津木訳 1959）を基本とし、苦情行動に肯定的な態度と苦情を正当化する傾向を測定する苦情に対する態度尺度を作成した上で、苦情行動の生起メカニズムを検討している。結果、苦情に対する態度と商品（サービス）への不満の高さが苦情行動の生起を促すことが示された。さらに、自尊感情と情動知能の下位因子である「自分自身の情動調整」「他者の情動評価と認識」が苦情行動に及ぼす影響についても検討され、自尊感情と情動知能の「自分自身の情動調整」の高さが苦情に対する態度を強めることが見出された。自尊感情については、自尊感情が高い人ほど苦情に関する自分の正当性を確信した可能性、もしくは目の前の苦情場面を自分の目標を妨害する企業からの挑発として認知した可能性が示唆された。情動知能の「自分自身の情動調整」は、自分自身の気持ちをコントロールできる能力である。池内（2010）は、苦情を伝える行為は相手との交渉と言い換えることが可能であり、加えて、この研究で測定された苦情に対する態度にはなんらかの目的を意図した要素が強いと述べている。例えば、「商品に不具合があった場合、新品との交換だけではなくプラスアルファの得点をつけるべきだと思う」という項目があり、不満を訴えるというよりも、自分がより得をするよう要求している。このことから、「自分自身の情動調整」が苦情に対する態度を促進した結果について、相手との交渉を冷静に行うことができるという自信の表れであると解釈された。

苦情は抑制されるべき行為というわけではない。藤村（2000）は消費者が不満を経験することは避

けられないことであり、苦情は企業が提供する商品およびサービスへのフィードバック情報となるため、適切な苦情対応は企業にとって有益な結果をもたらすと述べている。また、企業が適切な苦情対応を取れば消費者の満足や再購入意図が高まることが指摘されており、この現象はリカバリーパラドックスといわれている。

さて、消費者から訴えられた苦情に対して、企業は適切な対応が求められるわけだが、企業が苦情に適切に対応できなかった場合、消費者に不満足な経験を与えることになる。消費者は満足経験よりも不満足経験をより話す傾向があり、さらにこのような口コミは拡散しやすく他者に大きな影響を及ぼす（佐藤，2001）。つまり、苦情への対応を誤れば、企業が受けるダメージが深刻になるといえるだろう。そこで、どのような苦情対応が適切であるかについて考える必要がある。消費者は苦情対応の早さよりも、誠意のある苦情対応に満足を感じるという（池内，2008）。池内（2008）は、苦情対応の内容と誠意を感じた程度との関係について検討し、謝罪のみの対応には全く誠意を感じないこと、「同等クラスの商品との交換」といった商品自体の補填には誠意を感じることに、「商品（サービス）代金の返金」や「お詫びの品の支給」などの消費者優位の対応は消費者によって誠意の感じ方が異なることを見出した。また、同研究では、商品かサービスかといった苦情の種類によって適切な対応が異なる可能性についても議論された。

### 本研究の目的および分析モデル

これまでの心理学的な苦情に関する研究では、苦情行動の生起要因や、誠意と苦情対応の内容との関連が検討されている。しかし、苦情の種類によって、どのような苦情対応が適切であるかについては実証的に検討されていない。苦情の種類によって適切な対応が異なる可能性が示唆されていることから（池内，2008）、苦情の種類と苦情対応を整理した上で、改めて効果的な苦情対応について検討する必要がある。また、池内（2006；2008；2010）で用いられた研究方法では、個人の

苦情経験を想起して回答を求めるという手続きが用いられており、苦情が生じた様々な場面、苦情の種類が混在している。そこで、本研究では、苦情の種類と苦情対応を整理して研究を行うために、池内（2006；2008）で示された不満経験が多く、苦情行動の生起率が高い飲食店の場面に限定し、場面想定法を用いて検討を進める。苦情場面は森山（2008）の分類である法的苦情と非法的苦情の2種類を設定し、苦情対応については、池内（2008）に基づき、謝罪、商品の補填、消費者優位の3つを用いることとした。

さらに、効果的な苦情対応を明らかにするためには、消費者の今後の行動を規定する要因を検討する必要がある。ただし、企業が苦情対応を取るには消費者による苦情行動の生起が前提となる。よって、本研究では苦情行動と、苦情対応後の消費者の行動の規定因を検討することを目的とする。苦情対応後の消費者の行動は、苦情対応の適切さの指標とするために、その後の店を利用する意図（以下、今後の店の利用）および、他者に出来事を伝達する口コミ行動（以下、他者への拡散）を扱う。

この目的を検討する上で、本研究では苦情の原因を何に帰属するのか、つまり原因帰属についても扱う。原因帰属に関する研究では、物事の原因

を内的もしくは外的のどちらに帰属するかによって生起される感情や行動に違いがあることが示されている（Weiner, 2006 速水・唐沢監訳 2007）。何かしらのトラブルが発生した場合、消費者がトラブルの原因を企業側に帰属すれば、怒りや不満などの感情（以下、苦情感情）や苦情行動が生起し、消費者自身に非があると認知すれば苦情感情や苦情行動は抑制される可能性がある。また、消費者が企業側に原因を帰属しやすい苦情場面や、逆に、企業側に原因を帰属しにくい苦情場面もあるかもしれない。

加えて、本研究では個人特性と過去の苦情に関するポジティブ経験・ネガティブ経験も扱う。個人特性については、先行研究で苦情行動を促進した完全主義（池内, 2006）、自尊感情、情動知能の「自分自身の情動調整」（池内, 2010）と、池内（2010）では苦情行動に影響を及ぼさなかったが情動知能の「他者の情動評価と認識」も扱う。「他者の情動評価と認識」については、池内（2010）が指摘したように、苦情を言われる側の情動をいかに認識できるかによって苦情行動は影響を受けると考えられるためである。また、池内（2010）は苦情行動を攻撃行動の反応的攻撃と道具的攻撃になぞらえ、道具的苦情に関して学習によって獲得される要素の強さを論じた。ゆえに、

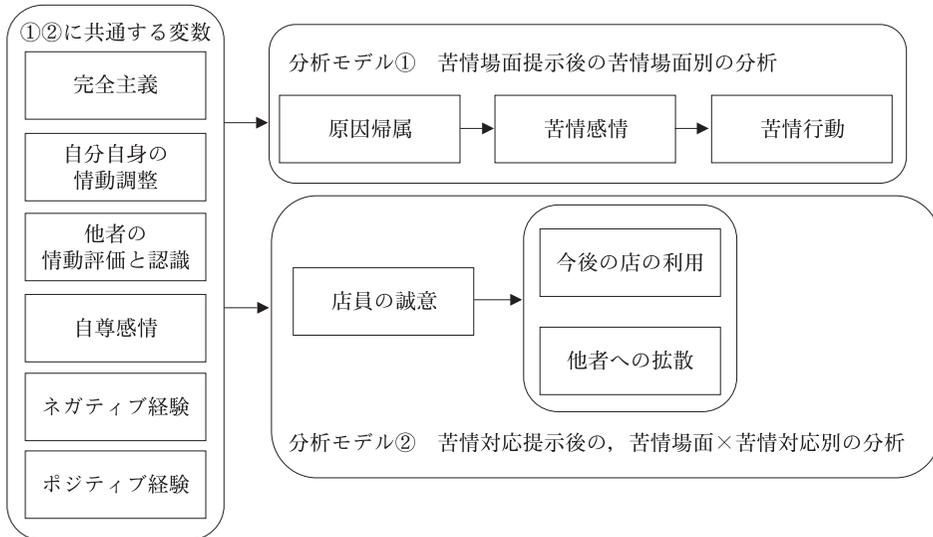


図1 本研究の分析モデル

本研究では、過去に苦情を訴えたことによって得た経験をしたポジティブ経験、損な経験をしたネガティブ経験についても検討する。

以上より、本研究では、図1の2つの分析モデルを想定した。本研究は苦情場面を提示した後に苦情対応を提示するという手続きを取る。これは、原因帰属、苦情感情、苦情行動は時系列的に苦情対応が行われる前に生じるので、苦情場面と苦情対応の提示を分けて各変数を測定する必要があるためである。ゆえに、まずは個人特性、ポジティブ経験とネガティブ経験が原因帰属に影響を及ぼし、原因帰属によって苦情感情に影響を受け、苦情感情が苦情行動を生起させるモデルを想定し、苦情場面別に分析を行う（分析モデル1）。次に、個人特性、ポジティブ経験とネガティブ経験が店員の誠意に、また、店員の誠意が今後の店の利用と他者への拡散に影響するモデルを想定し、苦情場面と苦情対応を組み合わせた場面ごとで分析を行う（分析モデル2）。

## 方 法

### 調査対象者

大学生 250 名（男性 115 名，女性 135 名，平均年齢 19.91±1.52 歳）が調査に参加した。

### 調査時期

調査は 2016 年 5 月から 9 月にかけて実施された。

### 調査方法

心理学関連の講義において集合調査、および個別配布・回収を行った。配布時には、この調査は、飲食店での行動について検討することを目的としており、得られた回答は全て厳重に管理されることを説明した。

### 調査内容

質問紙の構成を表1に示す。質問紙は前半と後半で構成された。前半では、苦情場面を提示後に苦情感情などの質問（3種類）、後半では、苦情対応を提示後に苦情対応に誠意を感じた程度などに関する質問（5種類）、個人特性を測定する尺度（3種類）に回答を求めた。前半のシナリオ

（苦情場面；法的苦情・非法的苦情）と後半のシナリオ（苦情対応；謝罪・商品の補填・消費者優位・対応の未提示）を組み合わせた計8種類の質問紙のいずれかを、調査対象者にランダムに割り当てた。

以下では、構成の順番に沿って、場面および質問について説明する。なお、調査では、消費者による店側への期待を測定する尺度が含まれていたが、本論文では扱わないこととする。そのため、本論文からその説明を省略する。

表1 質問紙の構成

- |   |
|---|
| 1. フェイスシート<br>苦情場面（法的苦情・非法的苦情）のシナリオ提示                   |
| 2. 苦情感情，原因帰属，苦情行動<br>苦情対応（謝罪・商品の補填・消費者優位・対応の未提示）のシナリオ提示 |
| 3. 誠意*，満足*，今後の店の利用，他者への拡散，<br>ポジティブ経験とネガティブ経験           |
| 4. 完全主義，情動知能，自尊感情                                       |

注) \*が付いている質問は、対応の未提示条件では回答を求めている。

**フェイスシート** 性別と年齢に回答を求めた。

**苦情場面** 本研究は、池内（2006；2008）で苦情の対象として上位に上げられていた飲食店サービスを対象とし、また、ほとんどの大学生にとって飲食経験があると予想されるファミリーレストランでの場面を扱うこととした。本調査に先立ち、飲食店でのアルバイト経験者を対象として、苦情を受けた経験について予備調査を行ったところ、法的苦情では「商品の間違い」（得られた回答中 60.00%）、非法的苦情では「商品の提供遅れ」（得られた回答中 42.86%）が各苦情中で最も多く、これらを苦情場面として採用した。具体的には、法的苦情場面は「注文した食事とは異なる食事が運ばれてくる」という内容であり、非法的苦情場面は「注文した食事がすぐに提供されず、待たされる」という場面であった（表2）。シナリオ中の時間帯の設定については、苦情対応のシナリオに関する説明にて改めて述べる。なお、後に苦情対応のシナリオを提示する都合上、苦情場面のシナ

リオの最後に、店員に苦情を伝えたという旨の文を加えた。

表2 苦情場面のシナリオ

【法的苦情】

あなたは駅前のファミリーレストランに來ています。もうお昼なので店内はほぼ満席となっています。そこで商品を注文しましたが、あなたの頼んだ物とは別の商品が運ばれてきました。あなたは注文した商品とは別の商品であることを店員に伝えました。

【非法的苦情】

あなたは駅前のファミリーレストランに來ています。もうお昼なので店内はほぼ満席となっています。そこで商品を注文しましたが、商品が30分程運ばれてきません。あなたは商品が全然運ばれてこないことを店員に伝えました。

**苦情場面提示後の質問項目** 調査対象者は苦情場面のシナリオを読んだ後に、(a)~(c)に回答した。(a)苦感情感について、「怒り」(「全く怒らない(1点)」~「非常に怒る(4点)」の4件法)と「不満」(「全く不満に思わない(1点)」~「非常に不満に思う(4点)」の4件法)の2項目で測定された。(b)苦情場面の原因帰属(以下、「原因帰属」)について、「店員の数が少ないから」、「店員が不注意だったから」、「自分の注文の仕方が悪かったから」などの合計7項目を用意した。それぞれ「全くそう思わない(1点)」~「非常にそう思う(4点)」の4件法で回答を求めた。(c)店員に苦情を伝えると思う程度(以下、「苦情行動」)について回答を求めた。これを測定するにあたり、単に店員に事実(法的苦情の場合は提供された商品に誤りがあること、非法的苦情の場合は商品が提供されていないこと)を指摘するか否かを尋ねるだけでは、本研究で用いる苦情の定義に十分に相当しない。何故ならば、苦情には、消費者の不満という感情が含まれているためである。ゆえに、店員に自身が置かれている状況を指摘するか否か、また、不快な気持ちや不満を訴える可能性を尋ねた。選択肢についてもこの点を鑑み、得点が高くなるほど苦情の表出が強くなるよう「指摘しないと思う(1点)」~「不快な気持ちを出して指摘すると思う

(4点)」の4件法で回答を求めた。

**苦情対応** 苦情対応のシナリオを質問紙の後半に提示した。池内(2008)に基づき、店員が謝罪を行うものの、その後の対応をとらない「謝罪」条件、店員が謝罪をして客の要望に対応する「商品の補填」条件、店員が謝罪を行うだけでなく、ドリンク券を配布する「消費者優位」条件を設定し、これに苦情対応のシナリオを提示しない「対応の未提示」条件を加えた。池内(2008)は、謝罪を行うが顧客の苦情に対応しない場合は、客は誠意を感じないと指摘している。つまり、謝罪を

表3 苦情対応のシナリオ

苦情場面：法的苦情

【謝罪】

あなたは注文した商品とは別の商品であることを店員に伝えました。そうすると店員から「大変申し訳ありませんでした」と謝罪はありましたが、あなたの訴えに対応してくれませんでした。

【商品の補填】

あなたは注文した商品とは別の商品であることを店員に伝えました。そうすると店員は「大変申し訳ありませんでした」と謝罪をした後に商品の交換をしてくれました。

【消費者優位】

あなたは注文した商品とは別の商品であることを店員に伝えました。そうすると店員は「大変申し訳ありませんでした」と謝罪をした後にお詫びの品としてドリンク券を渡してくれました。

苦情場面：非法的苦情

【謝罪】

あなた商品が全然運ばれてこない事を店員に伝えました。そうすると店員から「大変申し訳ありませんでした」と謝罪はありましたが、あなたの訴えに対応してくれませんでした。

【商品の補填】

あなた商品が全然運ばれてこない事を店員に伝えました。そうすると店員から「大変申し訳ありませんでした」と謝罪をした後に商品の提供をすぐしてくれました。

【消費者優位】

あなた商品が全然運ばれてこない事を店員に伝えました。そうすると店員から「大変申し訳ありませんでした」と謝罪をした後にお詫びの品としてドリンク券を渡してくれました。

行っても、適切な苦情対応を行わなければ、何もしないことと同様であると解釈できるだろう。「対応の未提示」条件を設定することで、「謝罪」条件との差異を検討する。表3に苦情対応の各条件のシナリオを示す。

ここで、苦情場面のシナリオを、昼の混雑時間帯に設定した理由について説明したい。商品の誤りというような法的苦情場面において、謝罪のみで対応が取られない（謝罪条件）という事態が生じるとは通常考えにくい。しかし、混雑時間帯であれば、店全体が多忙で苦情に適切に対応できない可能性、つまり、今回設定した謝罪条件の事態が生じる可能性がある。そのため、本研究では苦情場面のシナリオで混雑する時間帯を設定した。なお、(c)で店員に「指摘しない」を選択した調査対象者にも、指摘したと仮定して苦情対応のシナリオに進み、以降の質問に回答するよう求めた。

**苦情対応提示後に尋ねる質問** 調査対象者は苦情対応のシナリオを読んだ後に、(d)~(h)に回答した。(d)苦情対応に誠意を感じた程度（以下、「誠意」）について「全く誠意を感じない（1点）」~「非常に誠意を感じる（4点）」の4件法、(e)苦情対応に満足を感じた程度（以下、「満足」）について「全く満足しない（1点）」~「非常に満足する（4点）」の4件法、(f)「今後の店の利用」について、「全く利用したいと思わない（1点）」~「非常に利用したいと思う（4点）」の4件法で回答を求めた。(g)「他者への拡散」を測定するために、「家族」、「友達」、「SNS」、「その他」の計4項目を用いた。それぞれについて「非常に話したいと思う（1点）」~「全く話したいと思わない（4点）」の4件法で回答を求めた。分析では、得点が高いほど他者へ情報を拡散する行動を取ると解釈できるように逆転処理をして用いた。

(d)~(h)は苦情対応に関する質問であったが、それとは別に(h)過去に苦情行動を行ったことで得をした経験（以下、「ポジティブ経験」）と損をした経験（以下、「ネガティブ経験」）について尋ねた。回答はそれぞれ「全く経験ない（1点）」~「よく経験ある（4点）」の4件法で求めた。

**個人特性の測定** (i)完璧主義 桜井・大谷

(1997)の新完全主義尺度のうち「完全でありたい」という欲求」因子から、「どんなことでも完璧にやり遂げることが私のモットーである」「物事は常にうまくできていないと気がすまない」「中途半端な出来では我慢できない」「できる限り、完璧であろうと努力する」「やるべきことは完璧にやらなければならない」の5項目を用いた。各項目について、「全く当てはまらない（1点）」~「非常に当てはまる（5点）」の5件法で回答を求めた。 $\alpha$ 係数は.84であった。(j)情動知能 Wong & Law (2002)が作成した Wong & Law EI Scale (WLEIS) から「他者の情動評価と認識」と「自分自身の情動調整」を構成する各4項目の計8項目を使用した。前者は「他者の気持ちや感情を敏感に感じ取ることが出来る」「友人の行動を見れば、その友人が今どんな気持ちなのかわかる」「周りの人たちが皆、今どんな気持ちなのかいつも周囲を観察して気にかけている」「何か起こったとき、周りの人たちがどうしてそんな気持ちになっているのかわかる」、後者は「自分自身の気持ちをうまくコントロールできている」「腹が立って気持ちが高ぶっていても、すぐに落ち着きを取り戻すことが出来る」「自分自身の気持ちをコントロールするのが上手だ」「難しい問題が起こった時でも、自分の気持ちを抑えてきちんと解決できる」といった項目で構成されている。各項目について、「全く当てはまらない（1点）」~「非常に当てはまる（5点）」の5件法で回答を求めた。 $\alpha$ 係数は両因子ともに.85であった。(k)自尊感情 Rosenberg (1965)が作成した自尊感情尺度の邦訳版（山本・松井・山成, 1982)を使用した。「私は少なくとも他の人と同じ程度には価値のある人間だと思う」「色々な良い素質を持っている」「敗北者だと思ふことがある（逆転）」「物事を人並みには、うまくやれる」「自分には、自慢できるところがあまりない（逆転）」「自分に対して肯定的である」「だいたいにおいて、自分に満足している」「もっと自分自身を尊敬できるようになりたい（逆転）」「自分は全くだめな人間だと思ふことがある（逆転）」「何かにつけて、自分は役に立たない人間だと思ふこと

がある（逆転）」の10項目から成る。回答は「全く当てはまらない（1点）」～「非常に当てはまる（5点）」の5件法で求めた。 $\alpha$ 係数は.86であった。

## 結果

### 各尺度の検討

#### 苦情感情

「怒り」と「不満」との間の相関係数を算出したところ、有意な正の相関が示された ( $r=.50, p<.01$ )。ゆえに、この2項目の平均値を苦情感情として、合成得点を作成した。

#### 原因帰属

原因帰属に関する7項目について因子分析（主因子法，promax回転）を行ったところ、固有値の減衰状況（2.07, 1.22, 1.04, …）と因子の解釈可能性から3因子が得られた（表4）。第1因子は「店員が不注意であったから」と「店員同士の意思疎通が出来ていないから」の2項目であり、店員に原因を帰属していると解釈できることから、「店員への帰属」と命名した。第2因子は「自分の注文の仕方が悪かったから」と「似た注文をする人が周りにいたから」の2項目であり、注文内容や注文の仕方に帰属していることから「注文への帰属」と命名した。第3因子は「店内が混んできているから」「店員の数が少ないから」の2項目で、店内の状況に帰属していると解釈できることから「状況への帰属」と命名した。全ての因子

は2項目で構成されていたので、各因子で2項目間の相関係数を算出した。相関係数は順に.54, .39, .22で、全て0.1%水準で有意であった。各因子で、平均値を算出して合成得点を作成した。

#### 店員の誠意

当初は「誠意」と「満足」をそれぞれで分析に用いると考えていたが、「誠意」と「満足」との間の相関係数を算出したところ、有意な高い正の相関が示された ( $r=.81, p<.001$ )。ゆえに、この2項目の平均値を「店員の誠意」の得点として扱うこととし、合成得点を作成した。

#### 他者への拡散

「その他」の回答数が少なかったため、「その他」を除いた「家族」「友達」「SNS」の3項目の信頼性係数を算出したところ、 $\alpha$ 係数は.70であった。3項目の平均値を合成得点として作成し、以降の分析で用いた。

### 苦情場面間の検討

苦情場面による諸変数の平均値の差異を検討するために、苦情場面（法的苦情・非法的苦情）を独立変数、苦情感情、原因帰属、苦情行動を従属変数とした対応のない $t$ 検定を行った（表5）。その結果、苦情感情 ( $t(248)=-2.09, p<.05$ )、状況への帰属 ( $t(246)=-4.48, p<.001$ )において、法的苦情場面よりも非法的苦情場面の方が有意に高い得点を示した。また、店員への帰属 ( $t(242.63)=7.89, p<.001$ )、注文への帰属 ( $t(224.57)=6.76$ ,

表4 原因帰属に関する因子分析の結果

	F 1	F 2	F 3
<b>【F 1：店員への帰属】</b>			
店員同士の意思疎通が出来ていないから	.94	-.02	.15
店員が不注意だったから	.57	.04	-.09
<b>【F 2：注文への帰属】</b>			
似た注文をする人が周りにいたから	-.02	.63	.07
自分の注文の仕方が悪かったから	.05	.62	-.06
<b>【F 3：状況への帰属】</b>			
店内が混んできているから	-.25	.01	.60
店員の数が少ないから	.22	.01	.46
因子間相関	F 1	.46	-.16
	F 2		-.13

表5 苦情場面による苦情感情, 原因帰属, 苦情行動に関する  $t$  検定の結果

	苦情場面		$df$	$t$ 値
	法的苦情 ( $n=122$ )	非法的苦情 ( $n=128$ )		
苦情感情	2.24 (0.60)	2.41 (0.64)	248	-2.09*
原因帰属				
店員への帰属	2.92 (0.66)	2.21 (0.76)	242.63	7.89***
注文への帰属	2.18 (0.73)	1.62 (0.55)	224.57	6.76***
状況への帰属	3.05 (0.58)	3.35 (0.48)	246	-4.48***
苦情行動	1.89 (0.56)	1.60 (0.76)	232.41	3.40***

上段：平均値, 下段：標準偏差

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

$p < .001$ ), 苦情行動 ( $t(232.41) = 3.40, p < .001$ ) においては, 法的苦情場面の方が非法的苦情場面よりも有意に高い得点を示した。

#### 苦情場面×苦情対応

苦情場面と苦情対応による諸変数の平均値の差異を検討するために, 苦情場面(法的苦情・非法的苦情)と苦情対応(謝罪・商品の補填・消費者優位)を独立変数, 「店員の誠意」を従属変数とした被検者間計画の二元配置分散分析を行った(表6)。苦情対応による有意な主効果が得られた( $F(2, 184) = 67.02, p < .001$ )。また, 苦情場面の主効果が有意傾向( $F(1, 184) = 2.92, p < .10$ ), 交互作用が有意傾向であった( $F(2, 184) = 2.80, p < .10$ )。単純主効果の検定を行ったところ, 謝罪条件において苦情場面の単純主効果が有意であっ

た( $F(1, 184) = 6.86, p < .05$ )。法的苦情場面と非法的苦情場面における苦情対応の単純主効果が有意であった( $F(2, 184) = 44.81, p < .001; F(2, 184) = 24.01, p < .001$ )。多重比較(Bonferroni法)の結果, どちらの苦情場面においても, 謝罪条件は商品の補填条件と消費者優位条件との間に0.1%水準で有意差が認められた。

次に, 苦情場面(法的苦情・非法的苦情)と苦情対応(謝罪・商品の補填・消費者優位・対応の未提示)を独立変数, 「今後の店の利用」「他者への拡散」の2変数を従属変数とした被検者間計画の二元配置分散分析を行った(表7)。

その結果, 「今後の店の利用」について, 苦情対応の有意な主効果が見られた( $F(3, 242) = 18.21, p < .001$ )。また, 有意な交互作用が見られた( $F(3, 242) = 4.25, p < .01$ )。単純主効果の検定

表6 苦情場面×苦情対応による店員の誠意についての分散分析の結果

苦情対応	謝罪 <sup>a</sup>		商品の補填 <sup>b</sup>		消費者優位 <sup>c</sup>		主効果	苦情場面	交互作用
	法的 $n=32$	非法的 $n=35$	法的 $n=30$	非法的 $n=33$	法的 $n=30$	非法的 $n=30$			
店員の誠意	1.89 (0.81)	2.33 (0.76)	3.42 (0.59)	3.29 (0.57)	3.17 (0.71)	3.37 (0.61)	67.02*** a < b = c	2.92†	2.80†

上段：平均値, 下段：標準偏差

† $p < .10$ , \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

表7 苦情場面×苦情対応による他者への拡散、今後の店の利用についての分散分析の結果

店員の対応	謝罪 <sup>a</sup>		商品の補填 <sup>b</sup>		消費者優位 <sup>c</sup>		対応の未提示 <sup>d</sup>		主効果		交互作用
	法的 n=32	非法的 n=35	法的 n=30	非法的 n=33	法的 n=30	非法的 n=30	法的 n=30	非法的 n=30	苦情対応	苦情場面	
今後の店の利用	2.00 (0.67)	2.49 (0.66)	3.10 (0.61)	2.85 (0.57)	2.73 (0.58)	2.87 (0.63)	2.50 (0.57)	2.43 (0.63)	18.21*** a=d<b=c	0.93	4.25**
他者への拡散	2.66 (0.78)	2.35 (0.80)	2.01 (0.86)	2.12 (0.72)	2.40 (0.79)	2.21 (0.73)	2.40 (0.81)	2.06 (0.68)	3.58* a>b	3.41†	1.10

上段：平均値，下段：標準偏差

† $p < .10$ , \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

を行った結果、謝罪条件における苦情場面の単純主効果 ( $F(1, 242) = 10.39, p < .01$ ) が有意であった。加えて、法的苦情場面における苦情対応の単純主効果 ( $F(3, 242) = 17.36, p < .001$ )、非法的苦情場面における苦情対応の単純主効果 ( $F(3, 242) = 4.44, p < .01$ ) がともに有意であった。多重比較 (Bonferroni 法) の結果、法的苦情場面においては、謝罪条件は全ての苦情対応条件と有意差が認められ、対応の未提示条件との間で1%水準、商品の補填条件と消費者優位条件との間に0.1%水準で有意であり、商品の補填条件は対応の未提示条件との間に1%水準で有意差が認められた。非法的苦情場面においては、謝罪条件は商品の補填条件と消費者優位条件との間に10%水準で有意傾向が認められた。対応の未提示条件は商品の補填条件と消費者優位条件との間に5%水準で有意差が認められた。

「他者への拡散」について、苦情対応の有意な主効果が見られた ( $F(3, 239) = 3.58, p < .05$ )。多重比較 (Tukey HSD 法) の結果、謝罪条件と商品の補填条件との間に1%水準で有意差が認められた。また、苦情場面の主効果が有意傾向であった ( $F(1, 239) = 3.41, p < .10$ )。

苦情場面別の苦情行動を規定する諸要因の検討

分析モデル①を検討するために、苦情場面別にパス解析を行った。第1水準は個人特性 (完全主義、情動知能 (他者の情動評価と認識・自分自身の情動調整)、自尊感情、ポジティブ経験、ネガティブ経験)、第2水準は原因帰属、第3水準は苦情感情、第4水準は苦情行動であった。解析は、

ステップワイズ法の重回帰分析を用いた。第4水準の変数を基準変数として第1第2第3水準の変数を説明変数とする解析、第3水準の変数を基準変数として第1第2水準の変数を説明変数とする解析、第2水準の変数を基準変数として第1水準の変数を説明変数とする解析を行った。以下の結果では、有意なパス係数が得られた変数のみを示す。

**法的苦情場面** 図2に法的苦情場面におけるパス解析の結果を示す。「ポジティブ経験」は「苦情行動」と「店員への帰属」に正のパス係数を示した。「苦情感情」に対して「店員への帰属」は正のパス係数、「注文への帰属」は負のパス係数を示した。

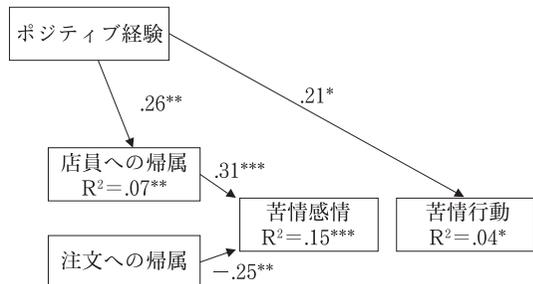


図2 法的苦情場面における苦情行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**非法的苦情場面** 図3に非法的苦情場面におけるパス解析の結果を示す。「苦情行動」に対して「ポジティブ経験」「苦情感情」「店員への帰属」は正のパス係数を示した。「苦情感情」に対しては「店員への帰属」「ネガティブ経験」「他者の情

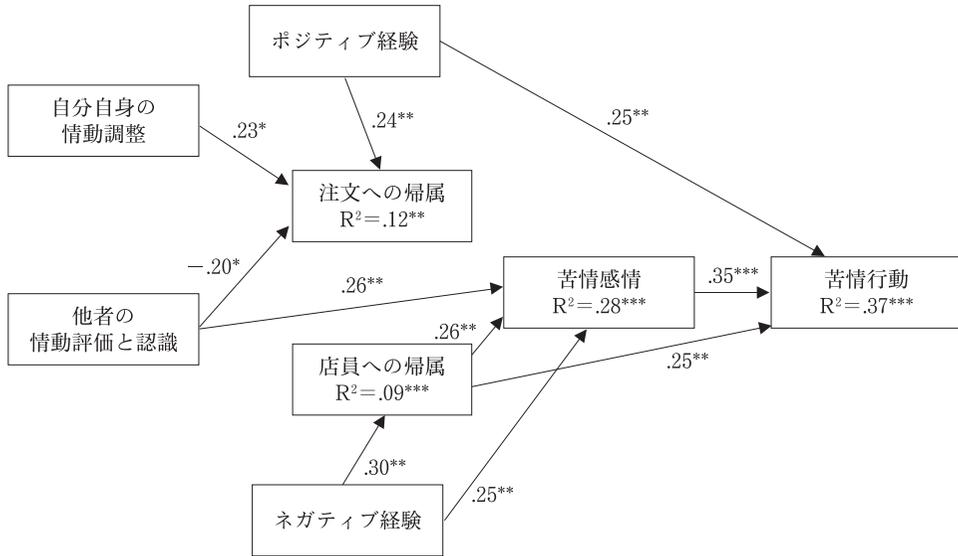


図3 非法的苦情場面における苦情行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

動評価と認識」は正のパス係数を示した。「店員への帰属」に対しては「ネガティブ経験」から正のパス係数が示された。「注文への帰属」に対しては「ポジティブ経験」「自分自身の情動調整」から正のパス係数、「他者の情動評価と認識」からは負のパス係数が示された。

#### 苦情場面×苦情対応別の今後の行動を規定する諸要因の検討

分析モデル②を検討するために、苦情場面×苦情対応別にパス解析を行った。まず、第1水準は個人特性（完全主義、情動知能（他者の情動評価と認識・自分自身の情動調整）、自尊感情、ポジティブ経験、ネガティブ経験）、第2水準は「店員の誠意」、第3水準は「今後の店の利用」「他者への拡散」であった。解析は、ステップワイズ法の重回帰分析を用いた。第3水準の変数を基準変数として第1第2水準の変数を説明変数とする解析、第2水準の変数を基準変数として第1水準の変数を説明変数とする解析を行った。なお、対応の未提示条件については、パス解析は行っていない。以下の結果では、有意なパス係数が得られた変数のみを示す。

**法的苦情場面×謝罪条件** 図4に法的苦情場面×謝罪条件におけるパス解析の結果を示す。「他者の情動評価と認識」は「今後の店の利用」に負のパス係数を示した。また、「店員の誠意」は「今後の店の利用」に対して正のパス係数、「他者への拡散」に負のパス係数を示した。

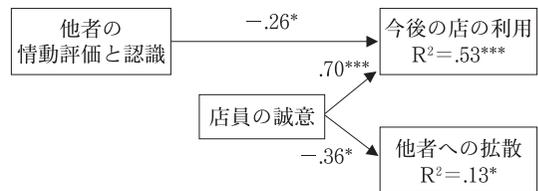


図4 法的苦情場面×謝罪条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**法的苦情場面×商品の補填条件** 図5に法的苦情場面×商品の補填条件におけるパス解析の結果を示す。「自尊感情」は「店員の誠意」に対して、また「店員の誠意」は「今後の店の利用」に正のパス係数を示した。また、「ネガティブ経験」は「他者への拡散」に対して正のパス係数を示した。

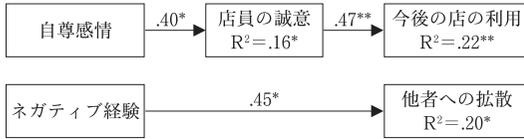


図5 法的苦情場面×商品の補填条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**法的苦情場面×消費者優位条件** 図6に法的苦情場面×消費者優位条件におけるパス解析の結果を示す。「店員の誠意」は「今後の店の利用」に正のパス係数を示し、「ポジティブ経験」は「今後の店の利用」に対して負のパス係数を示した。

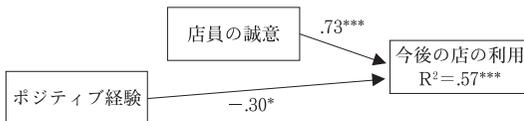


図6 法的苦情場面×消費者優位条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**非法的苦情場面×謝罪条件** 図7に法的苦情場面×謝罪条件におけるパス解析の結果を示す。「ネガティブ経験」は「店員の誠意」に、「店員の誠意」からは「今後の店の利用」に負のパス係数を示した。「ポジティブ経験」は「他者への拡散」に対して正のパス係数を示した。

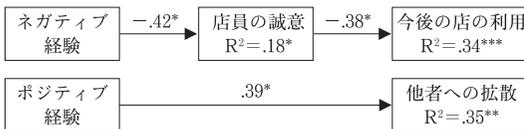


図7 非法的苦情場面×謝罪条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**非法的苦情場面×謝罪条件** 図8に非法的苦情場面×商品の補填条件におけるパス解析の結果を示す。「ポジティブ経験」「自分自身の情動調整」は「店員の誠意」に、「店員の誠意」からは「今後の店の利用」に正のパス係数を示した。また、「他者の情動評価と認識」は「他者への拡散」に

対して正のパス係数を示した。

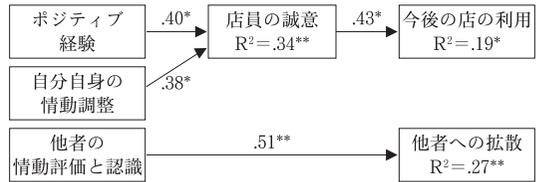


図8 非法的苦情場面×商品の補填条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

**非法的苦情場面×消費者優位条件** 図9に非法的苦情場面×消費者優位条件におけるパス解析の結果を示す。「自尊感情」は「他者への拡散」に対して正のパス係数を示した。

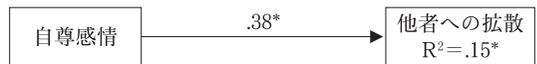


図9 非法的苦情場面×消費者優位条件における今後の行動に影響を及ぼす変数間のパス

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

## 考察

本研究では、苦情の種類と苦情対応を整理し、場面想定法を用いて、苦情行動と消費者の今後の行動の規定因を検討することを目的として検討を行った。

### 苦情場面間の差異と苦情行動の規定因について

苦情場面間の差異に関する  $t$  検定の結果から、法的苦情場面よりも非法的苦情場面の方が苦情感情が生じられやすいことが示された。今回用いた非法的苦情場面はサービスの遅れであった。特に飲食店での商品の提供の遅れであったため、消費者は既に空腹状態であるにもかかわらず、それを満たせない欲求不満の状況に置かれているといえる。ゆえに、非法的苦情場面の方が法的苦情場面よりも苦情感情が生じたと考えられる。また、非法的苦情場面よりも法的苦情場面の方が、苦情行動が生じやすいことが示された。法的苦情場面である商品の間違いは、客観的に店側の誤りが

明白であるので、その誤りを指摘しやすい。一方で、非法的苦情場面であるサービスの遅れは、商品の提供に掛かる時間について明確な基準があるわけではない。ゆえに、誤りが明確である法的苦情場面は、非法的苦情場面よりも苦情行動が生じやすいと考えられる。

原因帰属については、法的苦情場面よりも非法的苦情場面の方が店内の状況に帰属しやすく、非法的苦情場面よりも法的苦情場面の方が店員や注文に帰属しやすいことが示された。この結果は、今回用いた場面が飲食店の混雑時間帯であったことが深く関わっていると考えられる。一般的に、飲食店の混雑時間帯は注文が殺到しているため、店員は慌ただしく動いており、混雑していない時間帯よりもサービスが遅れることは珍しくない。そのため、今回の研究では、非法的苦情場面の方が法的苦情場面よりも状況に対して帰属しやすいという結果が得られたと考えられる。一方、法的苦情場面は注文が誤っていたという内容である。そのような誤りが生じるタイミングは、混雑時間帯に限らず、消費者が注文する時点もしくは店員が注文された品物を運ぶ時点である。ゆえに、法的苦情場面は非法的苦情場面よりも、店員に原因があると考え、また、自身の注文の仕方や類似した注文が他にあったと考えやすいといえる。

次に、苦情行動を規定した要因について、苦情行動を直接的に規定した要因と苦情感情を中心に考察する。両苦情場面で共通して苦情行動を直接的に促進した変数は、ポジティブ経験であった。これについては、過去のポジティブ経験によって、自分の苦情行動に関する正当性の認知が高まっているために苦情行動を取りやすくなった可能性と、苦情行動を取れば良いことがあると学習した可能性の2つが考えられる。また、非法的苦情場面で苦情感情は苦情行動を規定し、法的苦情場面ではこのような結果は得られなかった。既に、上述した通り、今回用いた非法的苦情場面はサービスの遅れという欲求不満状況であり、非法的苦情場面において苦情感情が苦情行動を促進するという結果は、「欲求不満—攻撃仮説」と一致した結果が得られたといえる。一方、法的苦情場面において、

苦情感情は苦情行動を促進しなかったという結果は、苦情感情が高まっても苦情行動に結びつかないことを意味している。先の  $t$  検定の結果と合わせて考えると、法的苦情場面は非法的苦情場面よりも苦情行動が生じやすい場面であるが、消費者は企業に対して不満を抱いたからといって、その不満を企業に伝えるわけではない。つまり、法的苦情場面では、消費者が不満を抱いていても、企業は消費者の不満を解消できずに、潜在的な不満が燻ぶったままの状態になる可能性がある。法的苦情場面について、企業は注意する必要があるといえる。

また、苦情感情については、どちらの苦情場面でも店員に原因を帰属するほど苦情感情が促進されたが、法的苦情場面では自身の注文の仕方や類似した注文が他にあったからだと考えるほど苦情感情が抑制された。ここから、何に原因を帰属するのかによって苦情感情の生起が異なることが示唆された。

さらに、非法的苦情場面において、情動知能の「他者の情動評価と認識」が高いほど、ネガティブ経験があるほど苦情感情は高まった。他者の情動を適切に評価・認識できると思う人ほど苦情感情を抱きやすいことが示された。本研究では苦情を言われる側の情動の認識と苦情行動に関連があると想定して、「他者の情動評価と認識」を検討したが、パス解析の結果、「他者の情動評価と認識」は苦情を言われる側である店員への帰属とは関連しなかった。他者の様子からその人の気持ちを推察できると思うからこそ、逆に他者が「待たされている」という自分の気持ちを推察できないことに対して不満を覚えやすくなるのかもしれない。また、過去の苦情行動に関するネガティブ経験については、苦情感情だけでなく店員への帰属も高めている。本研究では過去のポジティブ経験、ネガティブ経験を測定する上で、その具体的な経験内容までは尋ねていないが、苦情行動を取ったことで損をした経験というのは非法的苦情でこそ多い可能性が考えられる。何故ならば、法的苦情は消費者に損害が生じているため、消費者が苦情行動を取れば、企業は対応を取らざるを得ないケー

スが多いことが予想されるが、非法的苦情は消費者に損害が生じていないため、消費者が苦情行動を取っても企業は消費者の要求通りに従うとは限らないためである。ゆえに、本研究では非法的苦情場面において、ネガティブ経験をしているほど、過去の不快な記憶が想起され、店員への原因帰属を強め、苦情感情を高めたのかもしれない。

### 苦情対応による差異と苦情対応後の消費者の行動について

まず、苦情場面×苦情対応の2元配置分散分析の結果から考察する。苦情場面の違いによらず、謝罪条件よりも商品の補填条件と消費者優位条件は「店員の誠意」が高く評価された。つまり、謝罪のみの苦情対応は商品の補填と消費者優位の苦情対応よりも、消費者は店員から誠意を感じにくいという結果であり、謝罪だけでは苦情対応として効果的でないことが示唆された。しかし、謝罪条件では法的苦情場面よりも非法的苦情場面において「店員の誠意」が高く評価されたという結果から、法的苦情に比べて非法的苦情場面では謝罪のみの対応でも、苦情対応として効果がある可能性が示唆された。

「今後の店の利用」については、法的苦情場面において、謝罪条件は他3つの苦情対応条件（対応の未提示条件も含む）よりも「今後の店の利用」の得点が低く、謝罪のみの対応は消費者に今後の店の利用意図を低下させるという結果が得られた。法的苦情場面においては、謝罪のみの対応は対応の未提示よりも得点が低いという結果が得られた。一方で、非法的苦情場面ではこのような差はみられなかった。この結果から、法的苦情において、謝罪のみの対応は何も対応しないよりも、企業に悪影響を及ぼすと考えてよいだろう。また、「他者への拡散」については、苦情場面によらず、謝罪条件の方が商品の補填条件よりも得点が高く、他者へ拡散されやすいことが示された。誠意に関する結果と合わせて考えると、謝罪のみだと誠意を感じにくく、ネガティブな情報を周囲に拡散していく可能性が示され、佐藤（2001）の指摘が支持された。

次に苦情対応後の消費者の今後の行動について、苦情場面×店員の対応ごとで行ったパス解析の結果から考察する。「今後の店の利用」を規定する要因については、法的苦情場面における全ての苦情対応条件で、「店員の誠意」が「今後の店の利用」を促進していた。池内（2008）が指摘しているように、法的苦情場面では消費者に誠意を示すことの重要性が示唆された。ただし、2元配置分散分析の結果から、謝罪のみの対応は他対応よりも誠意を感じにくいことが示されたことから、謝罪のみの対応では消費者に誠意を伝えることは難しいといえる。一方、非法的苦情場面では、商品の補填条件において「店員の誠意」が「今後の店の利用」を促進していたが、謝罪条件では、むしろ「店員の誠意」が「今後の店の利用」を抑制しており、消費者優位条件では「店員の誠意」は「今後の利用」に影響を及ぼしていなかった。非法的苦情場面では企業が消費者に誠意を示せば、消費者による今後の利用が促されるわけではないと解釈できる。非法的苦情場面での苦情対応は、企業にとって困難な事態と考えられる。

「他者への拡散」については、法的苦情場面では、謝罪条件で「店員の誠意」が抑制、商品の補填条件でネガティブ経験が促進した。非法的苦情場面では、謝罪条件でポジティブ経験、商品の補填条件で「他者の情動評価と認識」、消費者優位条件で自尊感情が促進した。苦情場面と苦情対応によって「他者への拡散」を規定する要因が全て異なったことから、全てに共通する「他者への拡散」の規定因を見出すことができなかった。「今後の店の利用」に関する結果と異なり、消費者の苦情行動に対して企業が誠意を示せば、他者への拡散が妨げられるという結果は、法的苦情場面の謝罪条件を除き、得られなかった。しかし、本研究では他者に伝えたいと思う内容を具体的に尋ねていないため、どのような苦情対応によって、消費者はポジティブな内容を拡散するのか、それともネガティブな内容を拡散するのかについては不明である。そのため、これ以上の「他者への拡散」の規定因に関する考察は留め置く。企業側の苦情対応によって消費者が拡散する内容は重要な意味

を持つので、今後の検討課題であるといえよう。

### 個人特性について

これまで考察してきたように、個人特性が苦情行動、消費者の今後の行動の規定因となるか否かについては、苦情場面と苦情対応により大きな相違が見られた。これは、苦情場面および企業側の苦情対応の内容によって、苦情に関連する個人特性が異なる可能性が示唆されたといえよう。先行研究で、個人特性に関して得られた結果については再検討するべきかもしれない。ただし、本研究では池内（2010）と異なり、苦情に対する認知的態度といった変数を用いていない。ゆえに、本論で想定した分析モデルに、苦情に対する正当性の認知などの変数を媒介変数として組み込めば、苦情行動および消費者の今後の行動に影響を及ぼす共通する個人特性を見出すことができた可能性はある。

### 本研究の限界および今後の課題

最後に本研究の限界について4点述べる。第1に、苦情場面と苦情対応を組み合わせた場面ごとのパス解析を行ったが、各場面での分析対象人数が少なかった。第2に、本研究は理不尽な要求を訴えるモンスター・カスタマーを対象とした研究ではなく、大学生を対象とした研究である。田中・渋谷・西川・吉田（2013）によると、大学生は不満を感じていても、苦情行動を起しにくいことが示されている。よって、結果の解釈には一定の限界がある。第3に、本研究では飲食サービスを取り上げたが、ここで得られた知見が他の業種の苦情場面でのどの程度適用できるかについては更に検討する必要があるだろう。第4に、本研究では法的苦情を商品の誤り、非法的苦情をサービスの遅れとして設定したが、法的苦情と非法的苦情の中でも各対象商品によって差異がみられる可能性がある。以上、今後の検討課題である。

\* 本論文は、飯田隆弘氏が平成28年度江戸川大学社会科学部人間心理学科の卒業論文として提出したものを著者が再分析および修正加筆したものである。

### 《注》

- (1) 苦情と類似した用語にクレームがある。クレームは企業側に対する賠償・補償の請求に限定され、苦情よりも狭い概念である（池内，2010）。本研究では苦情とクレームを区別せず、苦情という用語を用いる。

### 引用文献

- Dollard, J., Doob, L. W., Miller, N. E., Mowrer, O. H., & Sears, R. R. (1939). *Frustration and aggression*. New Haven: Yale University Press. (宇津木保（訳）(1959). 欲求不満と暴力 誠信書房)
- 藤村和宏（1999）. 適切な苦情処理がもたらす効用と抑制される苦情行動 香川大学経済論業, 72, 325-366.
- 池内裕美（2006）. 苦情行動に影響を及ぼす社会心理学的諸要因の検討 研究双書（関西大学経済・政治研究所）, 142, 101-131.
- 池内裕美（2008）. 誠意とは何か——苦情行動者の特性と適切な苦情対応—— 研究双書（関西大学経済・政治研究所）, 147, 91-122.
- 池内裕美（2010）. 苦情行動の心理的メカニズム 社会心理学研究, 25, 188-198.
- 池内裕美（2013）. 苦情行動者の心理——消費者がモンスターと化す瞬間—— 繊維製品消費科学, 54, 21-27.
- 国民生活センター（2017）. PIONETにみる2016年度の消費生活相談の概要 <www.kokusen.go.jp/pdf/n-20170810\_1.pdf>（2017年11月29日）
- 森山満（2008）. 企業のためのクレーム処理と悪質クレマーへの対応 <改訂版> 商事法務
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 桜井茂男・大谷佳子（1997）. “自己に求める完全主義”と抑うつ傾向および絶望感との関係 心理学研究, 68, 179-186.
- 佐藤和代（2001）. 顧客満足／不満足経験とその後の選択行動 日本消費経済学会年報 23, 203-208.
- 関根眞一（2007）. となりのクレマー 苦情を言う人との交渉術 中央公論新社
- 田中泰恵・渋谷昌三・西川千登世・吉田正穂（2013）. 大学生のクレーム行動について——「クレーム体験の頻度」と「クレーム体験の行動」に着目して—— 目白大学総合科学研究, 9, 71-79.
- 山本真理子・松井豊・山成由紀子（1982）. 認知された自己の諸側面の構造 教育心理学研究, 30, 64-68.
- Weiner, B. (2006). *Social motivation, justice, and the moral emotion: an attributional approach*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (速水敏彦・唐

- 沢かおり（監訳）（2007）. 社会的動機づけの心理学 — 他者を裁く心と道徳的感情 — 北大路書房)
- Wong, C. S. & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The Leadership Quarterly*, 13, 243-274.

## Complaint behavior and response: An analysis using vignettes

Ritsuko AZAMI

### Abstract

This study uses vignettes to analyze the determining factors behind complaint behavior in different scenarios (legal complaints and non-legal complaints), and examine the determining factors behind future consumer behavior (future patronage of the establishment, sharing complaints with others) given different responses to complaints (apology, product compensation, preferential treatment, and no response shown) in each type of scenario. Analysis of the determining factors behind complaint behavior for each scenario reveals that, regardless of complaint scenario, consumers' positive experiences of past complaint behavior encourages them to complain. While grievance sentiment encourages complaint behavior for non-legal complaint scenarios, this is not the case for legal complaint scenarios. With regard to the factors determining future complaint behavior for each type of complaint response within each type of scenario, sincerity of staff members promotes future patronage of the establishment in all of legal complaint scenarios. Furthermore, with regard to sharing their complaint with others, the study finds that the determining factors differed between scenarios. The results indicate that the individual traits suggested in prior studies on complaints exert different effects depending on the complaint scenario and complaint response.

**Keywords:** complaint behavior, responses to complaints, sincerity