

関東 10 ゼミ討論会  
美容室における品質評価と消費者行動

2006 年 10 月 28 日

慶應義塾大学商学部 濱岡豊研究会

3年 小花絵里

佐藤結希

神馬良輔

新延涼介

## 目次

- 1 研究概要
- 2 問題意識
- 3 研究目的
- 4 先行研究
  - 4.1 サービス・マーケティングの広がり
  - 4.2 サービス・マーケティング・ミックス
  - 4.3 サービスの特徴
  - 4.4 サービス品質
- 5 仮設設定
  - 5.1 問題意識
  - 5.2 顧客の視点からのサービス品質
  - 5.3 検証手順
- 6 仮設検証
  - 6.1 共分散構造分析
  - 6.2 考察
- 7 探索的分析
- 8 考察
- 9 結論
- 10 検討課題

参考文献

付属資料

## 1.研究概要

企業側の視点に立ったマーケティング研究が錯綜する昨今、美容室という小規模経営体に既存の理論やモデルは成り立つのであろうか。先行研究をより優れたものとするべく、また美容室などに見られる小規模経営体との整合性を得るため、20代を中心とした96名を対象に美容室評価に関するアンケート調査を行った。我々は主に、サービス品質の新しいモデルの検証を行うことでサービス品質評価を『結果品質』『過程品質』『道具品質』に分類し、期待と実績の差の分析を行うことで顧客の視点からサービス品質を捉えることができた。さらに、小規模経営者のためのインプリケーションとして、経営の改善必要点や改善の必要度合いを示す具体的な指標を示した。

## 2.問題意識

美容・健康の分野を選択した我々は、まず美容室に着目した。カリスマ美容師という言葉に表現された一時の流行はすでに過ぎ去ったが、その顧客、とりわけ女性は常に自身の外見に対して身だしなみや美しさといったそれぞれの価値観を持って美容室でサービスを受ける。このとき、顧客はどのような基準で美容室を評価し選択しているのだろうか。また、そのような顧客に対応しなければならない美容室の多くが個人経営であり、経営努力の方向性が掴めていないのではないだろうか。サービス品質の評価は、モノ製品の品質評価に比べて、サービス固有の特徴から来る困難性が存在する<sup>1</sup>。ならばサービスを選択するとき、製品を選択する以上に意思決定過程は複雑であると考え、美容室における品質評価と消費行動を主題として取り上げるに至った。

## 3.研究目的

本稿が目的とするのは、美容室の経営指針の指標として実用に適うものを検討することである。具体的には、美容室に対応したサービス品質評価モデルを用い、顧客の美容室評価の構造を明らかにする。

## 4.先行研究

### 4.1 サービス・マーケティングの広がり

経済全体における第三次産業の比重が大きくなるにつれて、第二次産業の消費財を中心としたマーケティングとは異なる、サービス固有の知識体系として、サービス・マーケティングが位置づけられ、議論されてきた。2004年に改訂された直近の定義<sup>2</sup>によると、以前マーケティングといえ

---

1 「サービス品質の評価について」(近藤、1999)

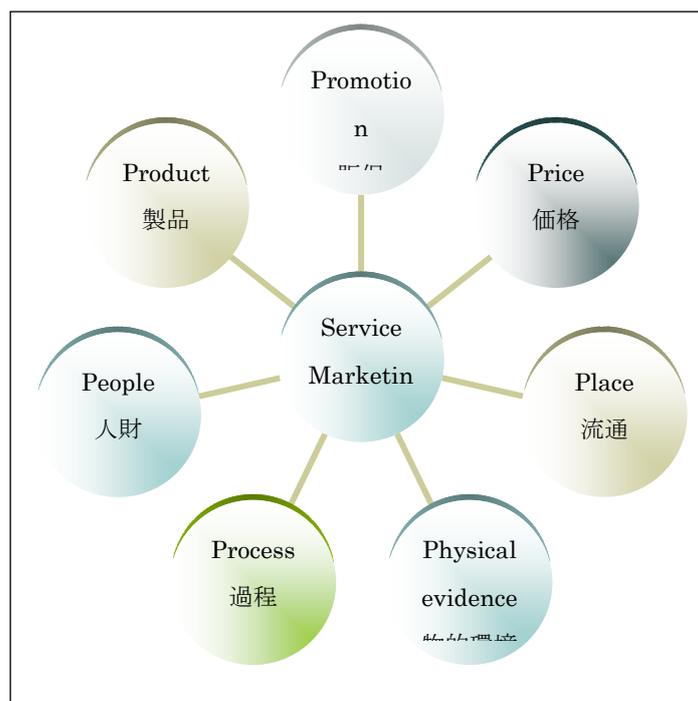
2 米国マーケティング協会より抜粋「Marketing is an organizational function and a set of processes for creating, communicating and delivering value to customers and for

ば 4Pの最適化、いわゆるマーケティング・ミックスであったが、現在ではマーケティングはコミュニケーション、顧客価値の創造とCRM<sup>3</sup>によって組織と利害関係者の便益を生み出す、一つの組織機能、創造過程の一つの方向とされている。この大きな方向性の転換は、前述のサービス・マーケティングの新たな位置づけが大きく影響している。尚、本稿では、サービス・マーケティングはサービス・マネジメントを包含した概念とする。<sup>4</sup>

## 4.2 サービス・マーケティング・ミックス

サービス・マーケティングでは、マーケティング・ミックスの 4P に 3 つの P:「People」「Physical Evidence」「Process」を加え 7P とするのが一般的である。この新たな 3P は、既存の 4P の「Product」に含まれるべきだという議論もあるが、この 3 つの持っている顧客への影響の大きさを勘案すると、別個に取り上げるべきであろう。我々の取り上げた美容室においても、「People」すなわち人的資本は特に大きく影響していることが容易に想像できる。

図表 1 サービス・マーケティング・ミックス



managing customer relationships in ways that benefit the organization and its stakeholders.」とされている。

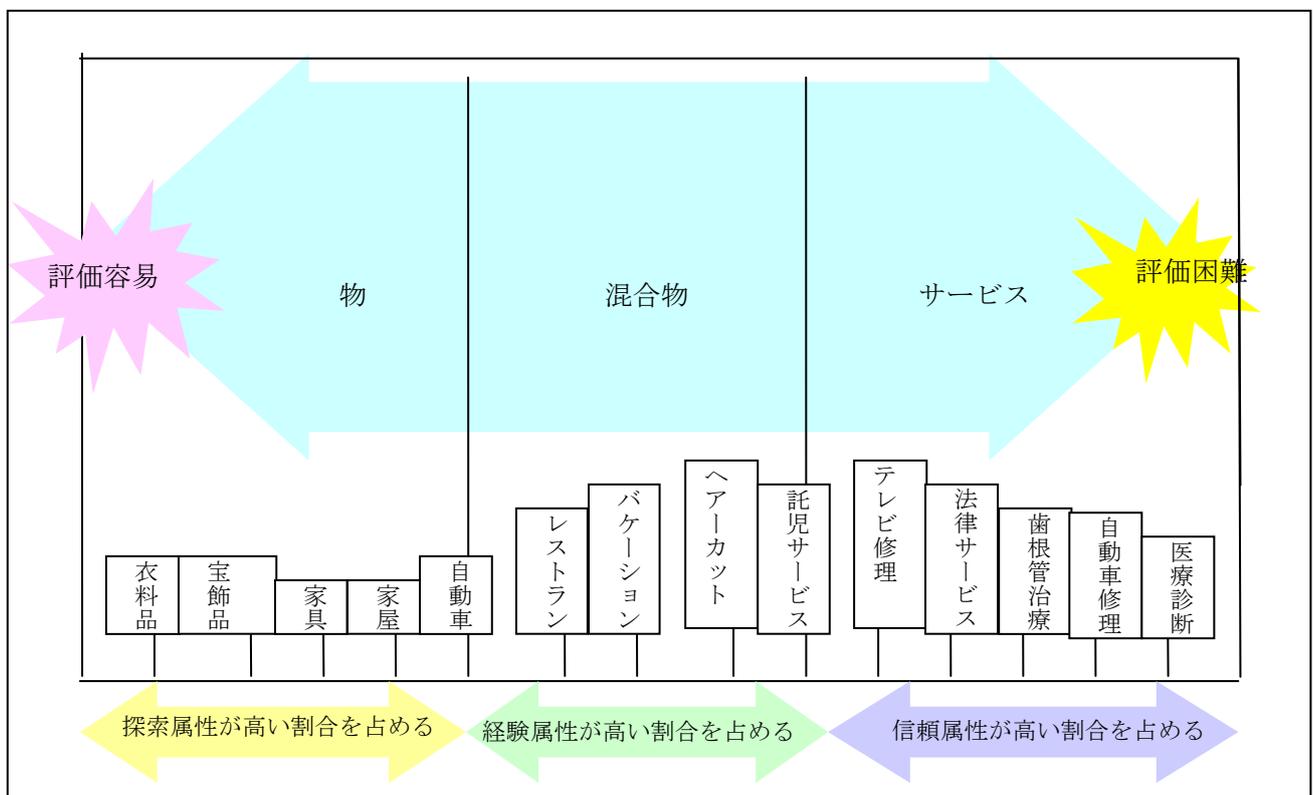
<sup>3</sup> **Customer Relationship Management** 顧客関係性管理のことを指す。具体的には顧客との取引関係の継続化、企業による ICT を用いた顧客データベースを下に関係を構築することが挙げられる。関係性マーケティングに包含されるひとつの手法である。

<sup>4</sup> サービス・マーケティングに近い言葉としてサービス・マネジメントが挙げられるが、これは企業の内部管理を指し、具体的には顧客に関わる諸活動のマネジメント、サービス生産に係る諸活動のマネジメントを意味する。言い換えれば、サービスにおいてマーケティング戦略を考えることは、すなわち組織戦略、経営資源といったマネジメントまでも含めて考えることとなる。

### 4.3 サービスの特徴

さらに、サービス財の物財との違いについても触れておきたい。サービス財は無形であり、一過性と不可逆性を有し、また、生産過程に需要者(効用実現者)が参加するという特性を持つ。<sup>5</sup>また、物財・サービス財は「探索属性」「経験属性」「信用属性」3つの属性項目に分類できる。例えば、信用属性とは、医療サービスなどにおいてサービスを受けてから結果が得られるまでに時間差が生じ、それに係るリスクが同時に発生するサービス財である。この分類の中で、美容室は経験属性が大きいと言える。

図表2 製品タイプによる評価の難易度



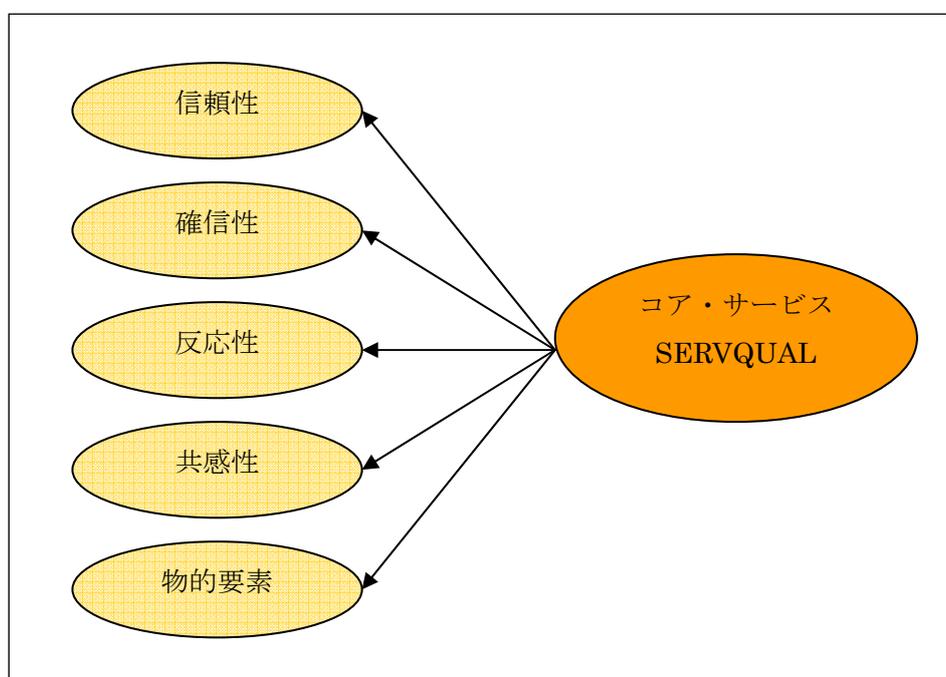
(白井(2003)P31 より加筆作成)

<sup>5</sup> サービス財の持つ固有の問題を挙げたい。まず作り置きが出来ず、限定された場所、時間で生産し消費しなければならないという一過性がある。サービス財を享受した後では、結果がどうであれ復元が難しい。これを不可逆性という。さらに生産過程に消費者が参加するため、常に一定水準以上のサービスが生産者には要求される。

#### 4.4 サービス品質

Parasuraman、Zeithaml、Berryが1988年に発表したSERVQUALという測定方法は、5つのサービス品質次元に大別された22の質問を7段階評価で、対象の顧客に期待と実績<sup>6</sup>についてそれぞれ評価してもらい、サービス品質を測定してもらうというものである。SERVQUALでの品質次元とは、期待した結果がなされるという「信頼性」、期待した結果が得られるという「確信性」、迅速なサービス提供する意欲である「反応性」、顧客の要求に対する理解などである「共感性」、施設や設備の充実などの「物的要素」の5つである。SERVQUAL発表後、これを援用したサービスに関する研究は多く、またこれに対する検証・批判の議論、研究も多くなされている。現在、サービス品質の測定について、この方法を越えて決定版となるような研究はまだ出ていない。

図表3 SERVQUALパス図



<sup>6</sup> 期待から実績を差し引いて品質や満足を測定する手法、いわゆるギャップ理論、不一致理論である。この手法により固有の価値観を排除することが出来る。品質を測定する場合における確立された理論である。

## 5. 仮説の設定

### 5.1 問題意識

サービス・マーケティングにおいては、依然として「コア・サービス (SERVQUAL)」「サービス・マーケティング・ミックス (7P)」のような従来のマーケティングの視点、つまり企業側の視点からの理論が支配的である。SERVQUAL は企業の視点が起源であり、7P はマッカーシーの 4P を発展させた理論である。

しかし、現在「消費者との価値共創」「関係性マーケティング」など顧客指向が叫ばれながら、特に顧客との関係が重要と言われているサービス・マーケティングにおいて、そのような「SERVQUAL」や「7P」がサービス品質の基準とされているのは、現実にそぐわないのではないだろうか。マーケティング・ミックスの 4P の視点はいずれも売り手の側の見方であり、ロバート・ラウターボーンは買い手側の視点での 4C という枠組みを提案して根本的な批判を行なったが、同じ批判がサービス・マーケティングにもあてはまるのではないだろうか。

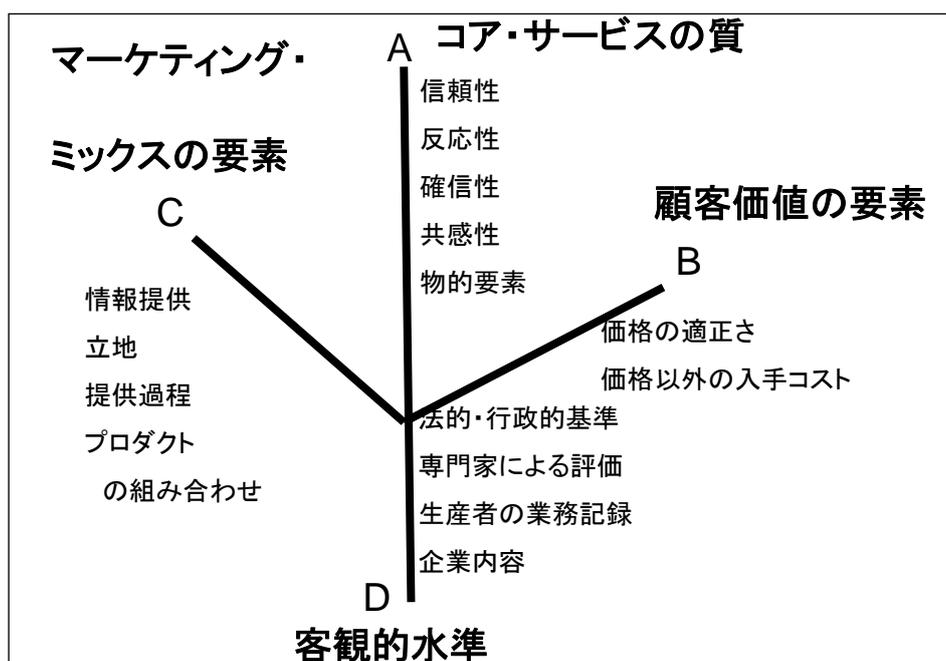
また、「SERVQUAL」「マーケティング・ミックス」などの視点は、明らかに小規模商店の意思決定には不向きな概念である。最も数の多い小規模商店に不向きであれば、サービス品質の基準とするのは不都合であろう。

以上のことを踏まえ、本稿では、美容室というサービス業を介して、顧客の視点から見たサービス品質の基準を探索したい。

### 5.2 顧客の視点からのサービス品質

近藤(1999)において、サービス品質は以下のようにまとめられている。

図表 4 サービス品質構成図



本稿では、上記のうち、サービス品質の基準としてよく用いられる

A「コア・サービスの質」

C「マーケティング・ミックスの要素」

を取り上げて、美容室を介した顧客の視点からのサービス品質基準を探索したい。<sup>7</sup>

近藤(1999)では、2つの次元から抽出した諸要素を顧客の視点から

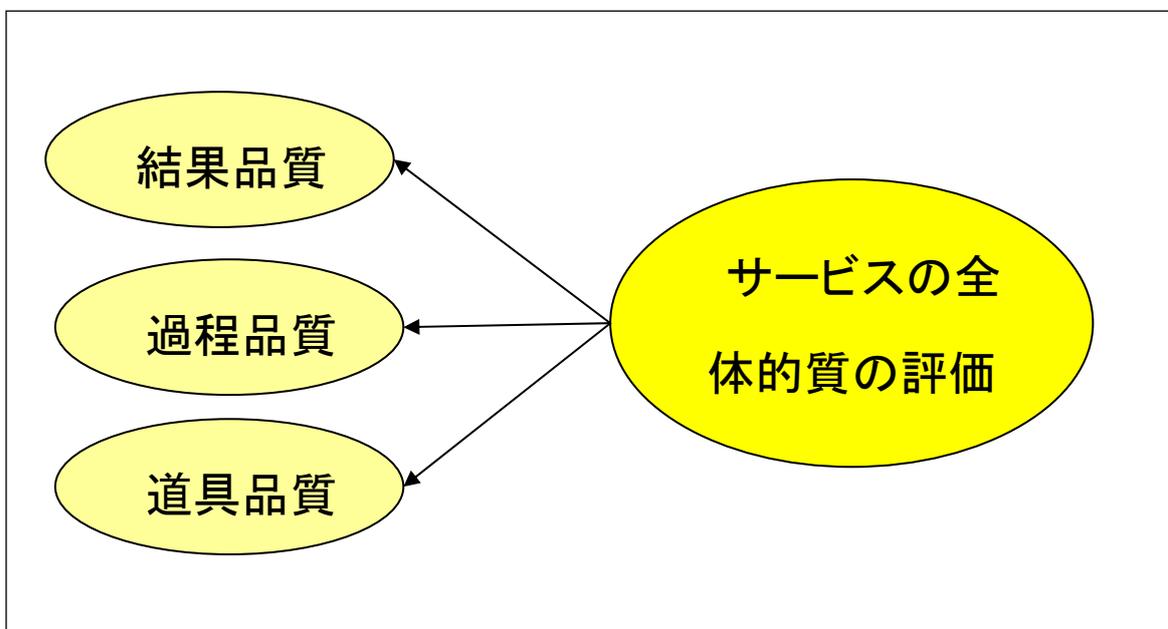
a:結果品質

b:過程品質

c:道具品質

と3つのカテゴリーに再分類することが提案されている<sup>8</sup>。

図表5 本稿の提案モデル



本稿では近藤(1999)が提案している枠組みを検証し、サービス品質を顧客の視点から捉えたい。

<sup>7</sup> 「顧客価値の要素」で問題になる費用、「客観的情報」で問題になると考えられるクチコミや自己の経験は、本稿では扱わない。一般的に用いられていない基準であることも理由の一つであるが、費用を扱わなかったのは個人経営が主体の美容室では席数が非常に限られているため、価格決定に言及するのは非常に困難に思われたからである。また、クチコミや自己の経験を扱わなかったのは、頑健なモデルが見あたらなかったため、徒に論筋を複雑にしたくなかったからである。

<sup>8</sup> 「基礎となった各理論に関する研究的検討よりも、それらの理論が示唆する視点を重視していることをあらかじめお断りしておきたい」「この枠組みの現時点での問題点は、このモデルがいくつかのサービス・マーケティングのコンセプトを出発点に、演繹的、仮説的に構成されたという点である」とあるように、現在のところ理論化されてはいない。

## 仮説: サービス品質は『結果品質』『過程品質』『道具品質』に分けられる

以下は前述した再分類について、従来型の視点と対応付けたものである。

図表 6 従来型×再分類型対応表

『企業の視点』	要素	『顧客の視点』
コア・サービスの質	信頼性	結果品質
	確信性	過程品質
	反応性	
	共感性	
	物的要素	道具品質
マーケティング・ミックス要素	情報提供	過程品質
	立地	道具品質
	提供過程	過程品質
	プロダクトの組み合わせ	結果品質

### 5.3 検証手順

図表 6 のように組み替えられるという前提であるので、「コア・サービス」「マーケティング・ミックス」を判断するときの項目を、「結果品質」「過程品質」「道具品質」から再分類する。具体的には、「SERVQUAL」や「サービス・マーケティング・ミックス」の質問項目を利用する。

2006 年 10 月 15 日～23 日にアンケートを実施した。

調査対象: 20 代を中心とした女性 96 名

調査方法: 調査票および WEB ページでの回答を依頼した。

以下の 35 項目の質問に対して、

A. 重要だと思うことについて

B. 最後に行った美容室について

に分けて、7 段階尺度であてはまるか否かを質問した。

A が期待、B が実績の測定である。

図表 7 調査票の質問項目

質問項目
カット・パーマ・毛染めなどが思い通りに仕上がる
カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十分に用意されている
個人の希望にそった対応ができる

施術後のフォローがある
困った問題が起きたときに十分な対応ができる
美容師・スタッフの技術・知識が十分である
美容師、スタッフなどの人数が十分である
礼儀正しく、親しみのある対応ができる
プライバシーに配慮した対応がなされる
注意を怠らず、必要な場合迅速な対応がなされる
「待ち時間」が短くなるような工夫や努力がなされている
施術の時間は適切である
事前、施術中、事後の情報提供が十分である
個人的問題への配慮(例えば心理的不安)に対応できる
客に公平に対応している
美容室・美容室の設備が新しい
美容室の建物、部屋などのスペースが十分である
客が利用する部屋、設備等の使い勝手が良い
システムがわかりやすい
快適な環境を提供している
安全・衛生管理が十分である
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気有している
部屋、設備等にプライバシーへの配慮がある
便利な場所に立地している
予約ができる
他の美容施設とのネットワークがある
施術の内容に関する説明は十分である
パンフレット等の内容が十分でわかりやすい
苦情対応のシステムがある
料金が適切である
美容師指名料、髪長さなどの追加料金の価格が適切である
費用の内訳について十分な説明ができています
クチコミで話題になる
雑誌・新聞・テレビ・ラジオ・インターネット・フリーペーパーなどで取り上げられている
自身が以前にその美容室を利用した経験がある

## 6. 仮説検証

### 6.1 共分散構造分析

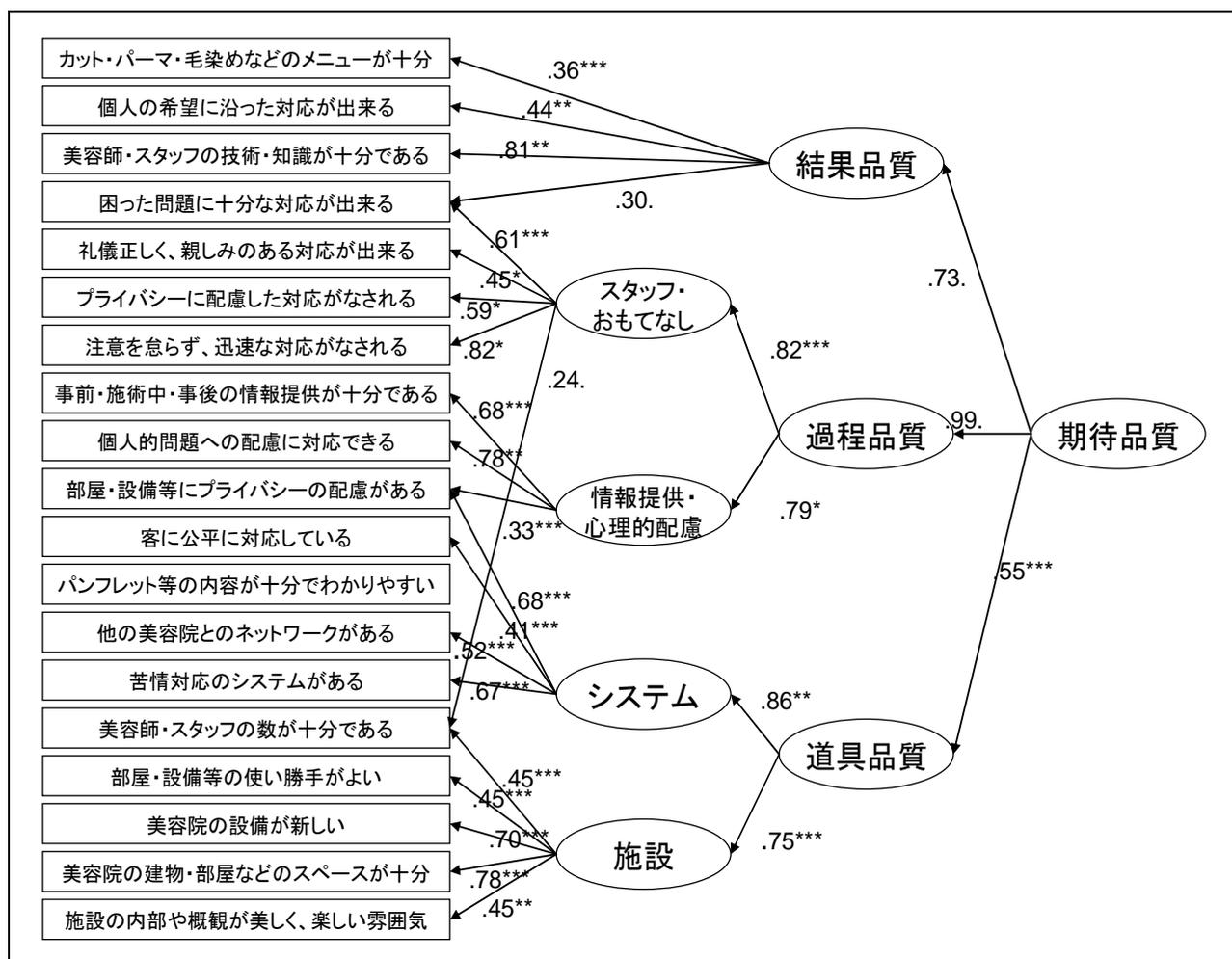
仮説が正しければ、最終的に図表5のようなモデルが出来るはずである。そこで、本稿では複数の構成概念間の仮説を反映させたモデルを検証することが出来る共分散構造分析を用いて、仮説について検証する。

アンケートから得られたデータを整理し

#### A. 重要だと思うこと

について、以下のパス図に従って共分散構造分析した。<sup>9</sup>

図表 8 共分散構造分析結果 パス図



\* 注意 \* パス係数は標準化済み、\*\*\*は 0.1% \*\*は 1% \*は 5% .は 10%で有意

<sup>9</sup> ここでは最終的なモデルのみを示す。詳細な分析過程は付属資料に記す。

以下に、適合度指標<sup>10</sup>を示す。

図表 9 適合度指標

GFI	AGFI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ 乗
.881	.824	.996	.014	.426

GFI・AGFI は「あてはまりがよい」とされる基準には満たないが、CFI・RMSEA・ $\chi^2$ 乗は「非常にあてはまりがよい」範囲内であるので、本稿の探索的な目的も考慮し、本モデルを採用する。

## 6.2 考察

上記の分析を経て、

### 仮説: サービスの品質は『結果品質』『過程品質』『道具品質』に分けられる

は支持された。分析の詳細は付属資料に詳しいが、「コア・サービス」「マーケティング・ミックス要素」の質問項目を探索的に因子分析した結果において、すでに『結果品質』『過程品質』『道具品質』につながる因子解釈が出来ることから、顧客の視点から見ればサービス品質を『結果品質』『過程品質』『道具品質』を基準とすることはごく自然な態度だとも言えるだろう。

## 7.探索的分析

上記の共分散構造分析の結果から検証された『結果品質』『過程品質』『道具品質』に対する期待および評価<sup>11</sup>を明確に解釈するために、

- A. 重要だと思うことについて
  - B. 最後に行った美容室について
- の両方について、比較・分析する。

<sup>10</sup> 朝野・鈴木・小島（2005）、豊田（2003）などに詳しい。

<sup>11</sup> 顧客の満足は顧客の期待したサービスに対する受け取りのサービスで表され、ギャップとは、顧客の期待サービスと受け取りサービスの差である。〔白井（2003）〕



という既存の枠組みを広げたモデルを検証したことは画期的な研究であったと言えるのではないだろうか。次に、3種の品質から構成されるサービス品質を基礎に、期待と実績の差の分析から読み取れるのは、生じるギャップを埋め合わせる補完性を3種の品質が持っていることを発見できたのが大きな成果である。

具体的に解釈過程を挙げる。顧客は思い通りの仕上がりになることを第一の期待としているが、実際には期待通りのサービスを受けていると感じてはいない。そこで、サービスを受ける過程で満足を得ることで、総合的に満足したと認識し、一度行ったことのある美容室に再び行くことで期待と実績のギャップをある程度予測し妥当な満足感を得ようとしていると考えられる。このことから、顧客満足が決定される際に有効に効いてくる基準は、思い通りの仕上がりになるという『結果品質』だけではなく、その期待と実績とのギャップを埋め合わせるための『過程品質』も十分影響を与えているということが示唆されるのである。

## 9. 結論

まず、小規模経営ではサービス・マーケティングそのものが扱づらいという観点から、我々は先行諸研究が前提とし採用している売り手の立場から買い手の立場へ移動することから始めた。そこで、近藤(1999)で提案されている『結果品質』『過程品質』『道具品質』に分類し、それらからサービス品質評価が可能であることを実証した。同時に顧客の視点からサービス品質を捉えることにも成功し成果を上げることができた。次に、小規模経営者のためのインプリケーションとして、経営の改善必要点や改善の必要度合いを示す具体的な指標を提案するべく、期待と実績の差の分析を行った。顧客は、結果を期待しつつも、満足しないことを前提として美容室に行くとは推測でき、以前美容室に行った経験から、美容室では期待通りの結果が望めないことを顧客は学習すると言える。そこで顧客が美容室に求めるのは『過程品質』、つまり、サービス提供過程で顧客がいかに満足のいく時間を過ごせるかなのである。ゆえに、美容室の評価を向上させるためには、顧客が美容室に来店している時間の顧客価値向上に尽力することが絶対条件であると言える。

## 10. 検討課題

今回の調査は、質問紙調査とWebアンケートの2種を混合して行った。よって、回答者の属性に関しては、女性のみという制限と、年齢についてのみの言及となり、地域的な特性を考慮、識別することは出来なかった。また、期待と、実際に受け取ったサービスについての評価を同時に行ったために、評価についてはサービスを受けた直後のものではない。よって、最後に美容室に行っただけからの経過期間も異なるため、公平性はあまり評価できないという点が本調査の限界点である。実際に美容室に出向き、サービスを受ける前に期待度を品質評価してもらい、サービスを受けた

後、再び品質評価してもらうことが可能であれば、より当てはまりの良い結果が得られたかもしれない。

## 参考文献

- 朝野熙彦・鈴木督久・小島隆矢『入門共分散構造分析の実際』講談社、2005
- 近藤隆雄『サービス品質の評価について』1999
- 近藤隆雄『サービス・マネジメント入門』生産性出版 2003
- 白井義男『サービス・マーケティングとマネジメント』同友館、2003
- スティーブ・バロン、キム・ハリス、澤内隆志訳『サービス業のマーケティング——理論と事例』同友館、2002年
- 豊田秀樹『共分散構造分析[疑問編]』朝倉書店、2003
- 南方建明・酒井理『サービス産業の構造とマーケティング』中央経済社、2006
- 和田充夫・日本マーケティング協会編『マーケティング用語辞典』日本経済新聞社、2005

## 付属資料

### 共分散構造分析詳細

#### 分析詳細

1. 分析項目の選定
2. 探索的因子分析
3. 検証的因子分析
4. 共分散構造分析(高次因子分析モデル)

#### 1. 分析項目の選定

調査項目のうち、本稿の仮説の検証に該当するものは以下の項目である。

図表 11 検証項目

質問項目
カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十分に用意されている
個人の希望にそった対応ができる
困った問題が起きたときに十分な対応ができる
美容師・スタッフの技術・知識が十分である
美容師、スタッフなどの人数が十分である
礼儀正しく、親しみのある対応ができる
プライバシーに配慮した対応がなされる
注意を怠らず、必要な場合迅速な対応がなされる
事前、施術中、事後の情報提供が十分である
個人的問題への配慮(例えば心理的不安)に対応できる
客に公平に対応している
美容室・美容室の設備が新しい
美容室の建物、部屋などのスペースが十分である
客が利用する部屋、設備等の使い勝手が良い
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気を有している
部屋、設備等にプライバシーへの配慮がある
他の美容施設とのネットワークがある
パンフレット等の内容が十分でわかりやすい
苦情対応のシステムがある

なお、「個人の希望にそった対応ができる」と「個人の希望にそった対応ができる」「施術後のフ

フォローがある」と「困った問題が起きたときに十分な対応ができる」は Cronbach の  $\alpha$  係数が高く同一の質問項目と見なせたため、それぞれ後者をとることにした。

また、「待ち時間が短くなるような工夫や努力がなされている」「施術の時間は適切である」「美容師、スタッフなどの人数が十分である」の3項目も同一の質問項目とみなせたため、分析では「美容師、スタッフなどの人数が十分である」を使用した。

## 2. 探索的因子分析

質問項目に対して、探索的因子分析を実施し、以下のパターン行列が得られた。<sup>12</sup>

図表 12 パターン行列

質問項目	因子				
	システム	施設	結果	スタッフ・おもてなし	情報提供・心理的配慮
他の美容施設とのネットワークがある	0.706379	0.089114	-0.03708	0.097339	-0.01607
苦情対応のシステムがある	0.643121	-0.10141	0.099999	0.252362	-0.02445
パンフレット等の内容が十分でわかりやすい	0.625849	0.056731	-0.07388	-0.28989	0.145282
客に公平に対応している	0.49533	0.104838	0.036091	0.182406	-0.07768
美容室の建物、部屋などのスペースが十分である	0.144515	0.799782	-0.16746	0.056825	-0.04246
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気 を有している	-0.22897	0.684414	0.230068	-0.2031	0.078264
美容室・美容室の設備が新しい	0.238676	0.663828	0.035855	-0.22155	0.081342
客が利用する部屋、設備等の使い勝手が 良い	0.349963	0.640791	-0.03122	0.03812	-0.17663
美容師、スタッフなどの人数が十分である	0.003557	0.482872	0.246907	0.045127	0.023423
プライバシーに配慮した対応がなされる	-0.02458	-0.18342	-0.01934	0.852334	-0.0618
部屋、設備等にプライバシーへの配慮が ある	0.290161	0.083543	-0.07224	0.567435	0.096685
注意を怠らず、必要な場合迅速な対応が なされる	-0.01289	-0.03754	0.334928	0.519538	0.073572
個人的問題への配慮(例えば心理的不安) に対応できる	0.149131	0.008278	0.020181	0.410411	0.332533
カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十 分に用意されている	0.392891	-0.15714	0.748412	-0.28987	-0.042

<sup>12</sup> 最尤法、プロマックス回転で因子分析を実施した。

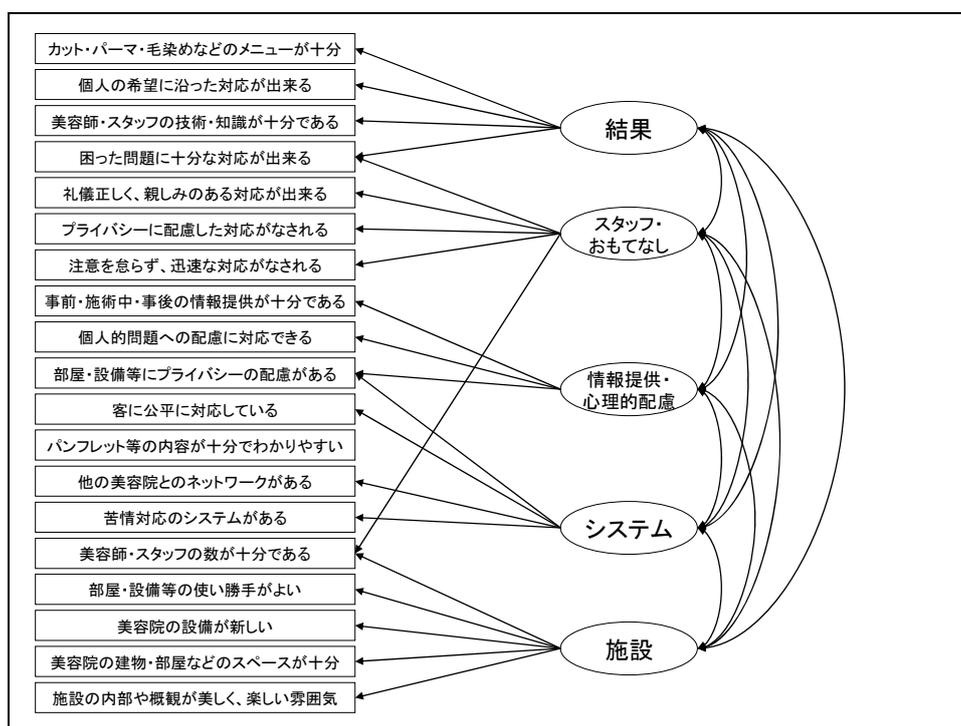
個人の希望にそった対応ができる	-0.17282	0.14069	0.537242	0.050055	-0.053
美容師・スタッフの技術・知識が十分である	-0.04866	0.137501	0.480606	0.178215	0.125282
困った問題が起きたときに十分な対応ができる	0.066955	-0.03191	0.433332	0.382939	-0.08943
礼儀正しく、親しみのある対応ができる	-0.3072	0.225882	0.346443	0.198261	-0.01878
事前、施術中、事後の情報提供が十分である	0.011649	0.009372	-0.03929	0.012064	1.004317

5つの因子を「システム」「施設」「結果」「スタッフ・おもてなし」「情報提供・心理的配慮」と名付けた。

### 3. 検証的因子分析

上記の探索的因子分析をもとに、仮説に基づいたパス図がモデルとして有意になるか、検証的因子分析を実施した。一部は近藤(1999)に倣い、上記の探索的因子分析の結果に従っていない。検証したパス図が以下のものである。<sup>13</sup>

図表 13 検証的因子分析パス



以下に適合度指標を示す

<sup>13</sup> なお、モデル自体の追求ではなく『結果品質』『過程品質』『道具品質』に分けることが出来るか否かの検証が目的であるという本稿の意味を考え、観測変数である質問項目の誤差変数間には共分散の仮定を許すこととした。

図表 14 検証的因子分析結果における適合度指標

GFI	AGFI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ 乗
.883	.823	.994	.018	.393

GFI・AGFI はあてはまりがよいとされる基準から外れるが、CFI・RMSEA・ $\chi^2$  乗はよいあてはまりを示しているので、研究の意味も考慮し、このモデルを採択する。

#### 4. 共分散構造分析

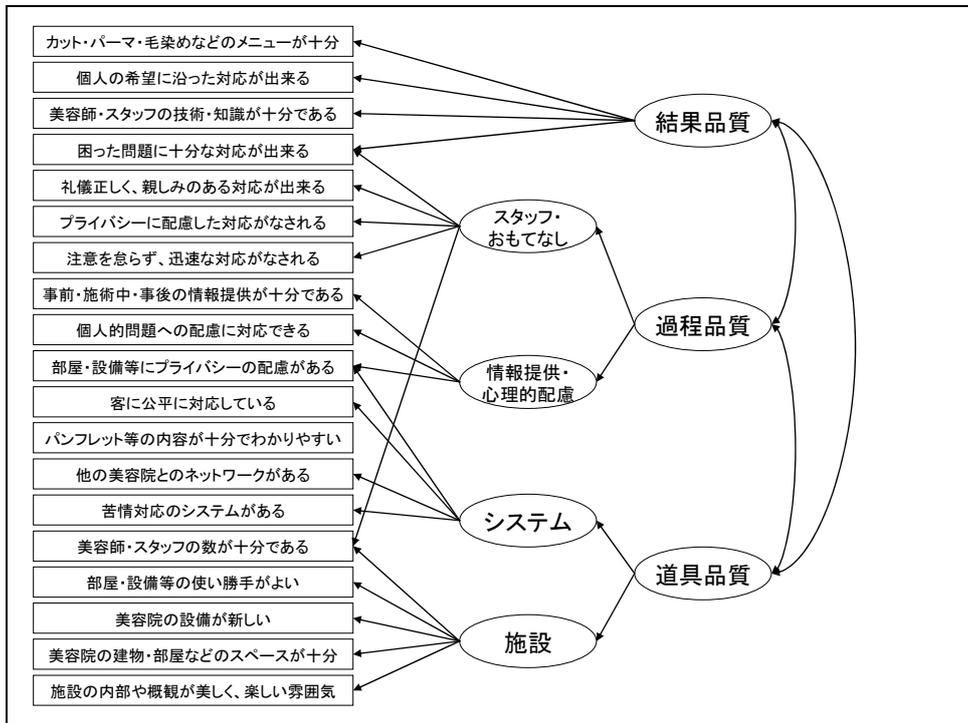
上記の探索的因子分析および検証的因子分析で得られた5つの因子は、仮説の『結果品質』『過程品質』『道具品質』に相当すると考えられる。

図表 15 因子の分類

因子	仮説の品質
システム	道具品質
施設	
結果	結果品質
スタッフ・おもてなし	過程品質
情報提供・心理的配慮	

そこで、2次因子を仮定したモデルの検証を試みる。このモデルで適合度が高ければ、仮説は検証できたといえる。

図表 16 2次因子のモデル検証 パス図



以下に適合度指標を示す。

図表 17 2次因子のモデル検証における適合度指標

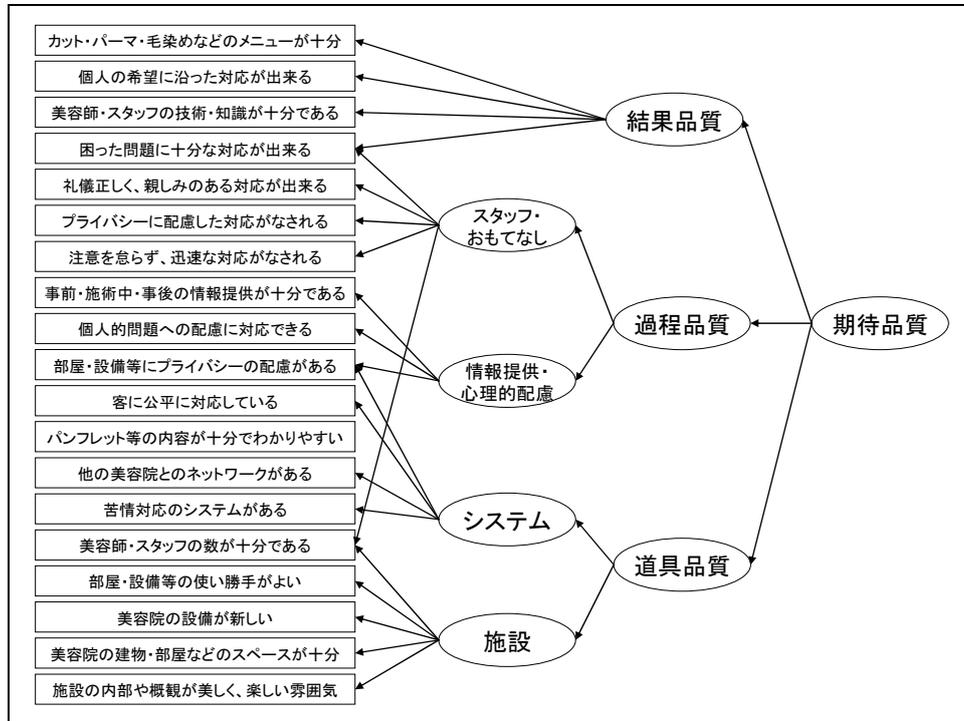
GFI	AGFI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ 乗
.881	.824	.996	.014	.426

全体として、悪くないあてはまりだと言える。

以上より、仮説は支持される。

さらに、「結果品質」「過程品質」「道具品質」の上位に因子を仮定して分析を試みる。上位因子をおくことが出来れば、パス係数などから新たな知見が得られることが予想される。

図表 18 上位因子 パス図



以下に適合度指標を示す。

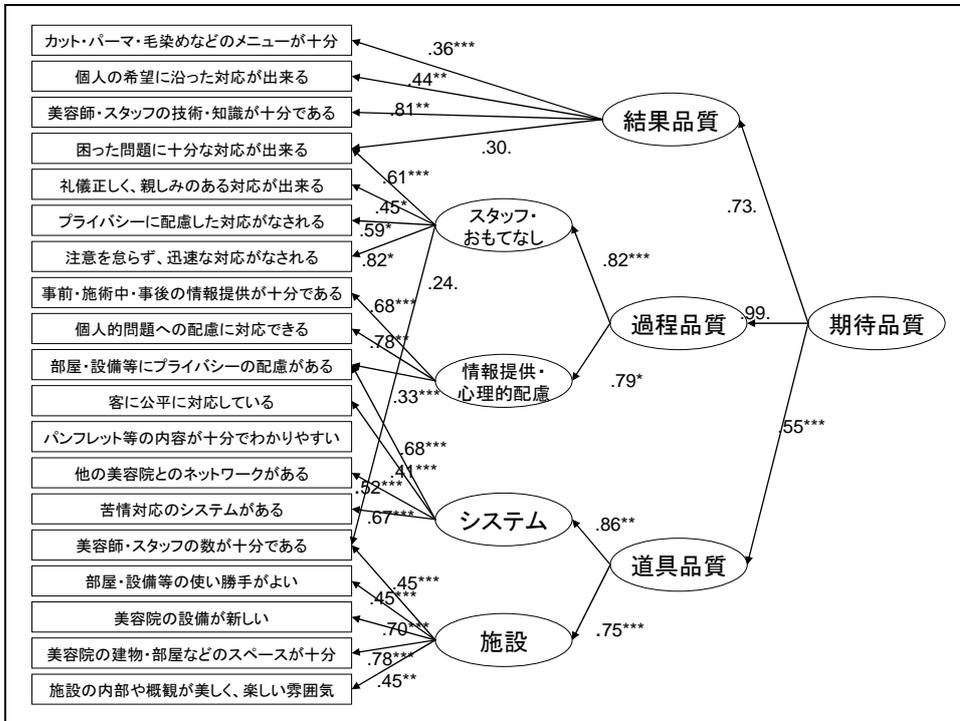
図表 19 上位因子における適合度指標

GFI	AGFI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ 乗
.881	.824	.996	.014	.426

悪くない適合度といえる。

以下に、標準化係数を書き込んだパス図を示す

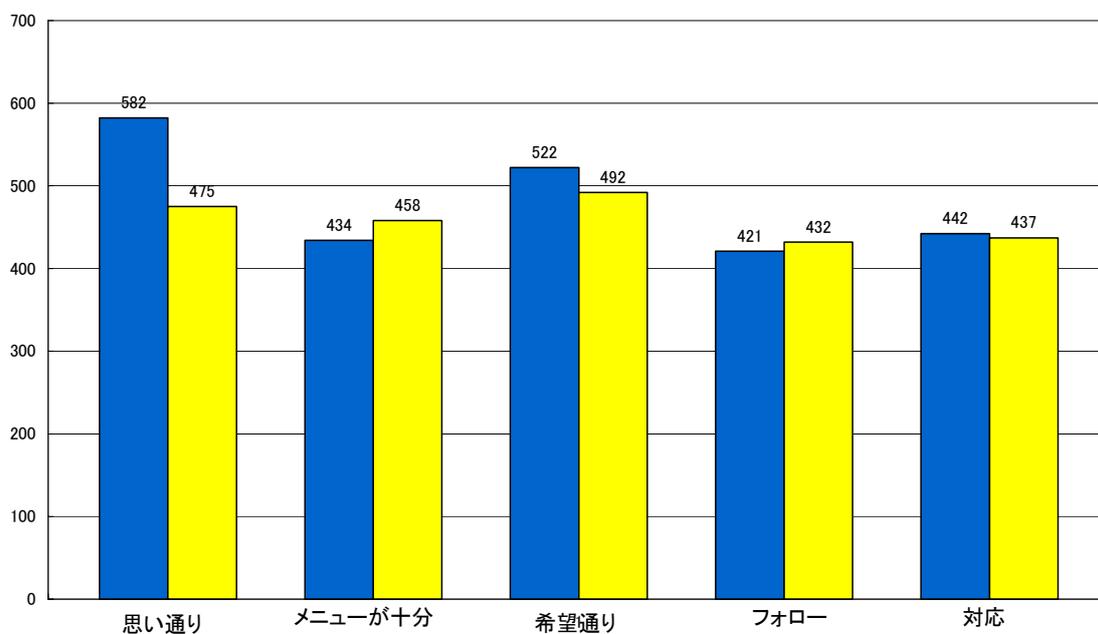
図表 20 共分散構造分析②を受けてのパス図



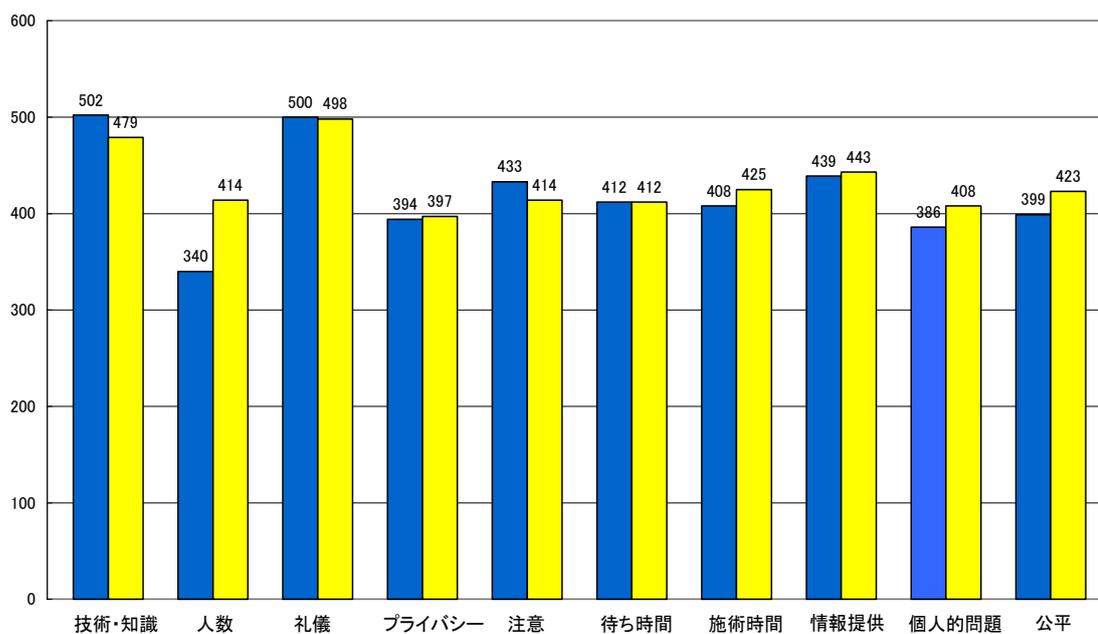
## 期待と実績の差の分析

左→期待の総計 右→実績の総計

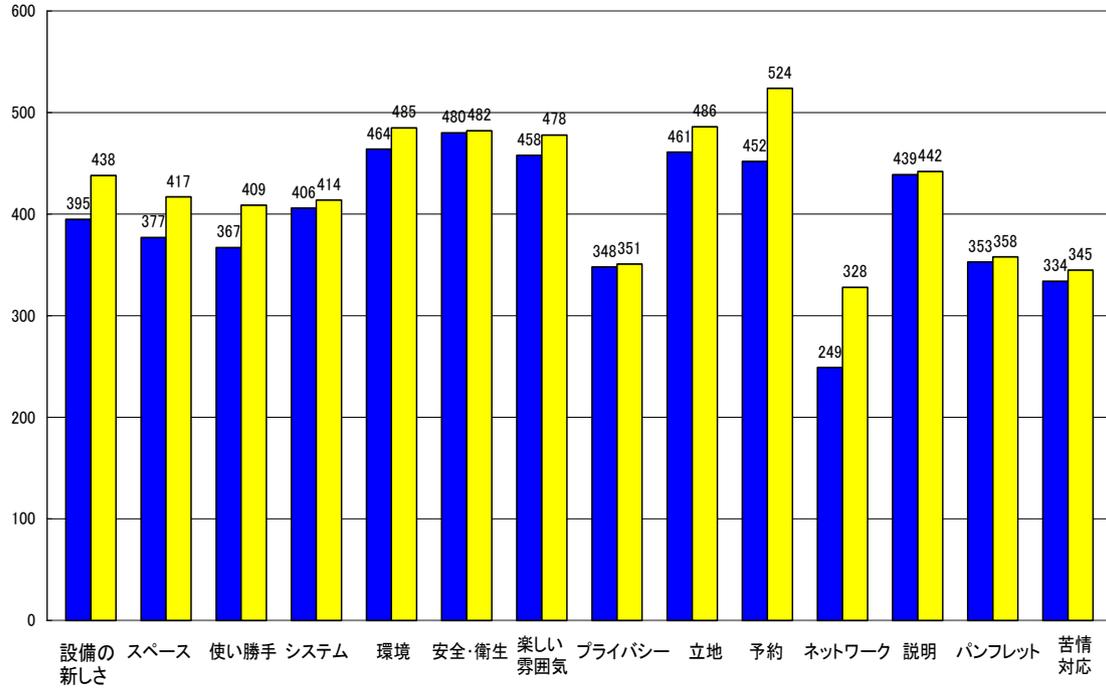
結果品質



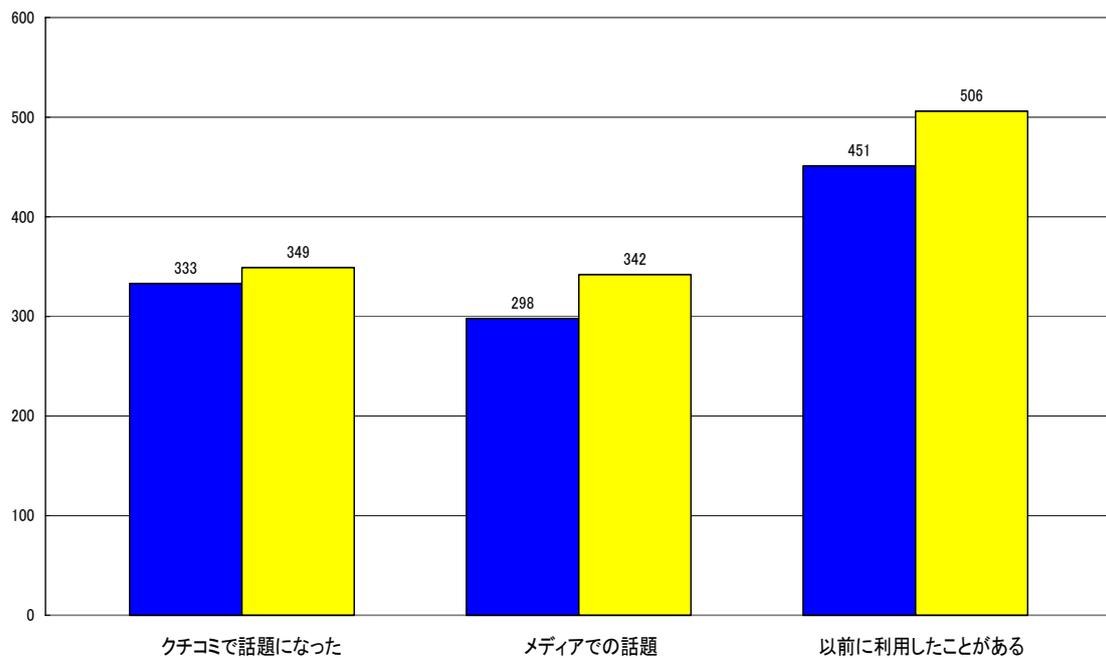
過程品質



### 道具品質



### 話題

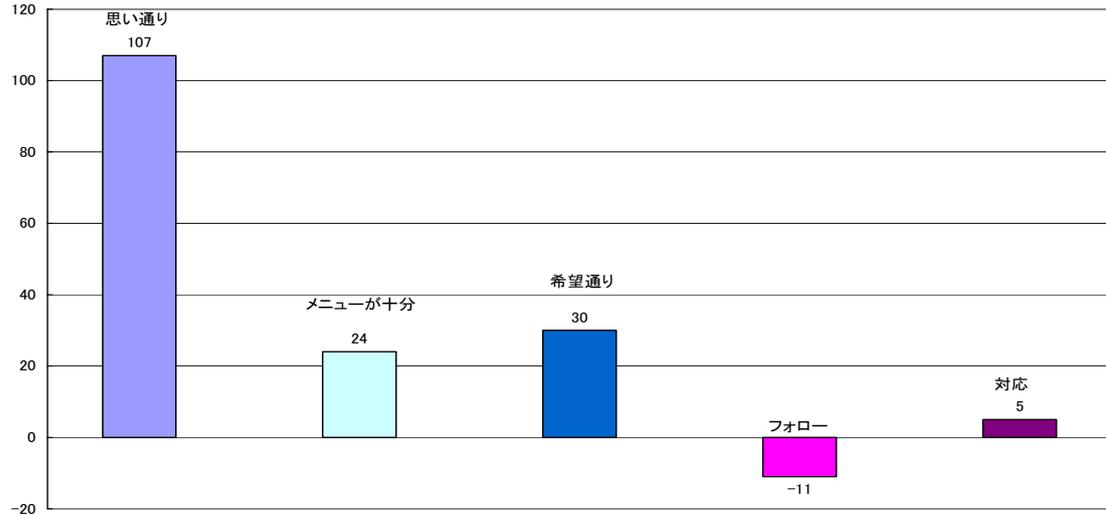


## 期待値と実際に受けたサービス評価の差

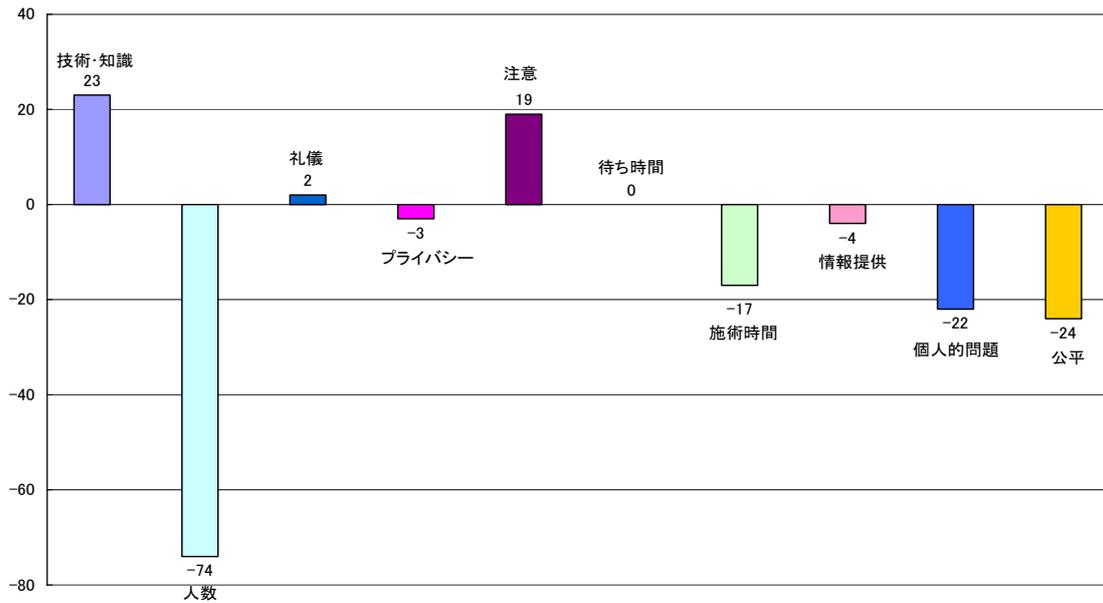
プラス → 改善課題

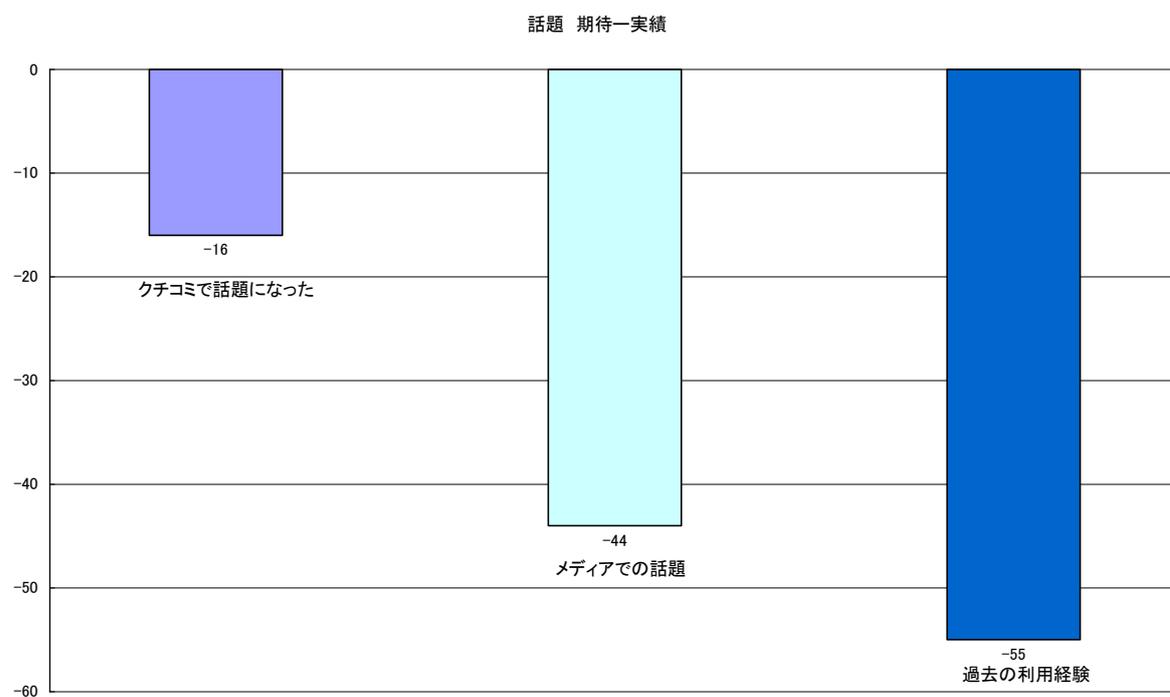
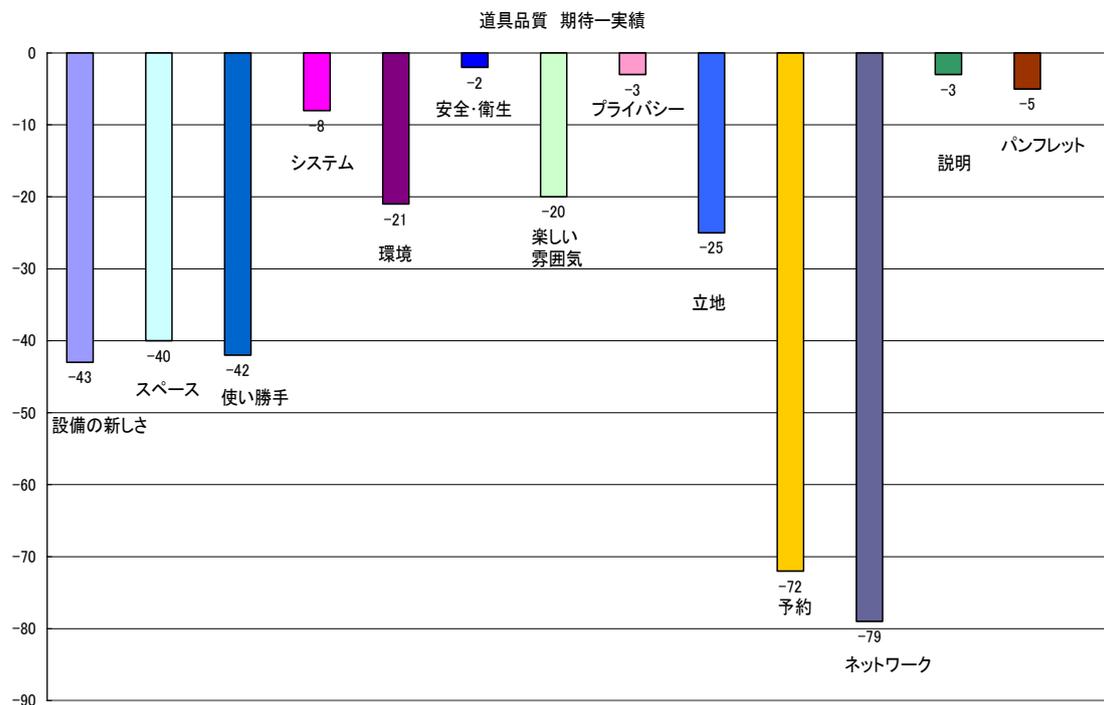
マイナス → 期待以上のサービスが得られたもの

結果品質 期待-実績



過程品質 期待-実績





顧客満足は、消費者がその商品やサービスから得られるであろうと予測した期待水準と、実際に体験した知覚パフォーマンス水準、そしてこれらの期待水準と知覚水準が一致している度合いによって決定される。

期待水準の高さは、理想的期待、規範的期待、予測的期待、最低許容水準の順に低下する。通常の消費行動においては、顧客は学習によって、その予測をルーティン化し、次第に期待水準を低下させていくと考えられるが、美容院選択行動は高関与行動であり、期待水準は高くなると考え得る。

図12の a~dは過程品質・結果品質・道具品質・客観的評価においてそれぞれ期待値の総計と、実際の評価の総計を比較したものである。その差を視覚化してみると、どこに大きな期待を寄せ、また、満足のいくサービスが得られなかったのかがわかる。表13において、期待値－実績値を行った。プラスの値になっているということは、期待ほどの満足が得られなかった項目、つまり改善すべき課題であり、マイナスになっている項目は、期待以上のサービスが得られたと評価されたということを示している。

道具品質はすべての項目において期待以上のサービスが得られたと評価され、課題は結果品質にあるといえる。また、過程品質においても、技術と注意力の点で実績が評価されていないため、施術を行うにあたっての、基礎的なサービスが欠陥していると考えられる。快適な環境・雰囲気作りにおいて力を入れているものの、周辺サービスに力を入れるあまり、本来のカットにおける質の低下が露呈しているといえるのではないかと。

ここで、美容室の評価をより簡潔に行うために、期待と実績の差のポイントから、いくつか重要な項目を抽出し、顧客がどこに注目して評価をしているのか指標を抽出したいと思う。

まずは顧客視点から、期待値の平均が5を上回っているものに焦点を当てて考える。(期待の総合平均は 4.953591 であり、それを上回るもの。)

**結果品質** カット・パーマ毛染めが思い通りに仕上がる。

カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十分に用意されている

個人の希望に沿った対応が出来る

困った問題が起きたときに十分な対応ができる

**過程品質** 美容師・スタッフの技術・知識が十分である

礼儀正しく、親しみのある対応ができる

注意を怠らず、必要な場合迅速な対応がなされる

事前、施術中、事後の情報提供が十分である

道具品質 快適な環境を提供している  
安全・衛生管理は十分である  
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気有している  
便利な場所に立地している  
予約ができる  
施術の内容に関する説明は十分である

結果品質や過程品質では期待のほうが大きくなっている項目が多いが、総じて一度いったことのある美容室を選択する傾向にあることから、道具品質や、結果品質・過程品質内での期待を上回るサービスを受けることで、期待値までは届かなかった分を補ったと言えるのではないか。

平成18年10月

## 消費者行動(美容室評価)に関するアンケート

～ご回答協力をお願い～

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

さて、慶應義塾大学商学部濱岡豊研究会では、消費者行動の研究をしております。このたび、20歳以上の女性を対象に、美容室についてのアンケートを行い、どのような要素が美容室の評価や満足に影響するかについて調査したいと考えております。

つきましては、皆様の経験・考えに基づいた率直なご回答をいただきたいと思っております。皆様からの回答は、この研究の資料として活用させていただき、すべて統計的に処理いたしますので、回答者の皆様にご迷惑をおかけすることは一切ございません。

ご多忙中とは存じますが、調査の主旨をご理解いただき、なにとぞご協力の程お願い申し上げます。

敬具

<調査に関するお問い合わせ先>

慶應義塾大学 商学部 濱岡豊研究会

3年 小花絵里

佐藤結希

神馬良輔

新延涼介

[e-mail: fs040924@hc.cc.keio.ac.jp](mailto:fs040924@hc.cc.keio.ac.jp)

以下の設問について、当てはまると思うものにそれぞれ○をつけてください。

全ては美容室に関する質問です。

I. あなたが美容室を選ぶときに重視することについて、それぞれ○をつけて下さい。

図表 21 調査票および基本統計量

	全く重視しない	ほとんど重視しない	あまり重視しない	どちらでもない	やや重視する	かなり重視する	非常に重視する
カット・パーマ・毛染めなどが思い通りに仕上がる	1	2	3	4	5	6	7
平均:6.073684211、標準誤差:0.110219272、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.074284574、分散:1.154087346、尖度:0.886914201、歪度:-1.148386704、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:577、							
カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十分に用意されている	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.031578947、標準誤差:0.130853544、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.275402578、分散:1.626651736、尖度:0.285965333、歪度:-0.56303314、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:478							
個人の希望にそった対応ができる	1	2	3	4	5	6	7
平均:6.042105263、標準誤差:0.108863404、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.061069207、分散:1.125867861、尖度:0.476868299、歪度:-1.013142471、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:574							
施術後のフォローがある	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.915789474、標準誤差:0.141708625、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.381204823、分散:1.907726764、尖度:-0.528881886、歪度:-0.241841521、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:467							
困った問題が起きたときに十分な対応ができる	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.189473684、標準誤差:0.119061971、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.160472545、分散:1.346696529、尖度:0.699902281、歪度:-0.337959963、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:493							
美容師・スタッフの技術・知識が十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.852631579、標準誤差:0.109940859、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.071570939、分散:1.148264278、尖度:-0.73002997、歪度:-0.547365142、範囲:4							

最小:3、最大:7、合計:556							
美容師、スタッフなどの人数が十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.052631579、標準誤差:0.158639527、中央値 (メジアン):4、頻値 (モード):4 標準偏差:1.546226849、分散:2.390817469、尖度:-0.377411723、歪度:-0.142568148、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:385							
礼儀正しく、親しみのある対応ができる	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.757894737、標準誤差:0.105520402、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.028485661、分散:1.057782755、尖度:-0.774055374、歪度:-0.333960513、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:547							
プライバシーに配慮した対応がなされる	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.610526316、標準誤差:0.136583441、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.331250706、分散:1.772228443、尖度:0.005631743、歪度:-0.270566071、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:438							
注意を怠らず、必要な場合迅速な対応がなされる	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.010526316、標準誤差:0.12294878、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.198356471、分散:1.436058231、尖度:0.289280571、歪度:-0.172158058、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:476							
「待ち時間」が短くなるような工夫や努力がなされている	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.821052632、標準誤差:0.134671387、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.31261431、分散:1.722956327、尖度:0.201014787、歪度:-0.497373789、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:458							
施術の時間は適切である	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.8、標準誤差:0.130979598、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.276631205、分散:1.629787234、尖度:-0.049096677、歪度:-0.273265101、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:456							
事前、施術中、事後の情報提供が十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.042105263、標準誤差:0.12602617、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.228351165、分散:1.508846585、尖度:1.19510079、歪度:-0.468613831、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:479							
個人的問題への配慮(例えば心理的不安)に対応できる	1	2	3	4	5	6	7

平均:4.484210526、標準誤差:0.155426774、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.514912805、分散:2.294960806、尖度:-0.211503464、歪度:-0.438088267、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:426								
客に公平に対応している	1	2	3	4	5	6	7	
平均:4.652631579、標準誤差:0.128535921、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.252813184、分散:1.569540873、尖度:0.249911152、歪度:-0.172810375、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:442								
美容室・美容室の設備が新しい	1	2	3	4	5	6	7	
平均:4.568421053、標準誤差:0.152362972、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.485050551、分散:2.20537514、尖度:-0.114484531、歪度:-0.334986995、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:434								
美容室の建物、部屋などのスペースが十分である	1	2	3	4	5	6	7	
平均:4.4、標準誤差:0.135021047、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.316022376、分散:1.731914894、尖度:-0.131342666、歪度:-0.207115594、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:418								
客が利用する部屋、設備等の使い勝手が良い	1	2	3	4	5	6	7	
平均:4.294736842、標準誤差:0.139486889、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.359550021、分散:1.84837626、尖度:0.398143258、歪度:-0.450005433、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:408								
システムがわかりやすい	1	2	3	4	5	6	7	
平均:4.715789474、標準誤差:0.132731792、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.293709477、分散:1.673684211、尖度:0.973906674、歪度:-0.716075051、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:448								
快適な環境を提供している	1	2	3	4	5	6	7	
平均:5.378947368、標準誤差:0.1117055081、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.140911798、分散:1.301679731、尖度:-0.893624672、歪度:-0.177602335、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:511								
安全・衛生管理が十分である	1	2	3	4	5	6	7	
平均:5.631578947、標準誤差:0.119772677、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.167399652、分散:1.362821948、尖度:1.193965521、歪度:-0.796844198、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:535								
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気有している	1	2	3	4	5	6	7	

平均:5.294736842、標準誤差:0.108820084、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.060646974、分散:1.124972004、尖度:-0.089235879、歪度:-0.290851365、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:503							
部屋、設備等にプライバシーへの配慮がある	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.094736842、標準誤差:0.114045711、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.111580093、分散:1.235610302、尖度:0.249235733、歪度:-0.333027882、範囲:5 最小:1、最大:6、合計:389							
便利な場所に立地している	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.305263158、標準誤差:0.127929225、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.246899851、分散:1.554759239、尖度:-0.956548177、歪度:-0.165602487、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:504							
予約ができる	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.178947368、標準誤差:0.140371406、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.368171224、分散:1.871892497、尖度:-0.478411866、歪度:-0.381911582、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:492							
他の美容施設とのネットワークがある	1	2	3	4	5	6	7
平均:2.947368421、標準誤差:0.142264852、中央値 (メジアン):3、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.386626252、分散:1.922732363、尖度:-1.03950451、歪度:0.0226269、範囲:5 最小:1、最大:6、合計:280							
施術の内容に関する説明は十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.042105263、標準誤差:0.109887237、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.071048298、分散:1.147144457、尖度:1.551512161、歪度:-0.668910182、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:479							
パンフレット等の内容が十分でわかりやすい	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.031578947、標準誤差:0.146975961、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.432544467、分散:2.052183651、尖度:-0.324547659、歪度:-0.300443415、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:383							
苦情対応のシステムがある	1	2	3	4	5	6	7
平均:3.947368421、標準誤差:0.139883507、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.363415775、分散:1.858902576、尖度:0.278088878、歪度:-0.391882281、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:375							
料金が適切である	1	2	3	4	5	6	7

<p>平均:5.747368421、標準誤差:0.113942306、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):6            標準偏差:1.110572222、分散:1.233370661、尖度:-0.431097897、歪度:-0.623586588、範囲:4            最小:3、最大:7、合計:546</p>							
美容師指名料、髪の長さなどの追加料金の価格が適切である	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:5.094736842、標準誤差:0.127050866、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5            標準偏差:1.238338662、分散:1.533482643、尖度:1.294454888、歪度:-0.629767883、範囲:6            最小:1、最大:7、合計:484</p>							
費用の内訳について十分な説明ができています	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:4.831578947、標準誤差:0.132722911、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):4            標準偏差:1.293622915、分散:1.673460246、尖度:0.170699311、歪度:-0.341678264、範囲:6            最小:1、最大:7、合計:459</p>							
クチコミで話題になる	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:3.884210526、標準誤差:0.181978155、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4            標準偏差:1.773703649、分散:3.146024636、尖度:-0.786463998、歪度:-0.031405864、範囲:6            最小:1、最大:7、合計:369</p>							
雑誌・新聞・テレビ・ラジオ・インターネット・フリーペーパーなどで取り上げられている	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:3.536842105、標準誤差:0.175683293、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4            標準偏差:1.71234893、分散:2.932138858、尖度:-0.891966685、歪度:-0.10301021、範囲:6            最小:1、最大:7、合計:336</p>							
自身が以前にその美容室を利用した経験がある	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:5.168421053、標準誤差:0.159543464、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):6            標準偏差:1.55503733、分散:2.418141097、尖度:-0.035822281、歪度:-0.703133028、範囲:6            最小:1、最大:7、合計:491</p>							

Ⅱ. あなたが現時点から考えて最後に行った美容室についてお伺いします。

	全くあてはまらない	ほとんどあてはまらない	あまりあてはまらない	どちらでもない	ややあてはまる	かなりあてはまる	非常にあてはまる
カット・パーマ・毛染めなどが思い通りに仕上がった	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.494736842、標準誤差:0.122381816、中央値（メジアン）:6、最頻値（モード）:6 標準偏差:1.192830392、分散:1.422844345、尖度:-0.191156074、歪度:-0.582748321、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:522							
カット・パーマ・毛染めなどのメニューが十分に用意されていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.263157895、標準誤差:0.127171421、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:6 標準偏差:1.239513686、分散:1.536394177、尖度:-0.717700274、歪度:-0.243934842、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:500							
個人の希望に沿った対応ができていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.663157895、標準誤差:0.113590024、中央値（メジアン）:6、最頻値（モード）:6 標準偏差:1.1071386、分散:1.225755879、尖度:-0.600252176、歪度:-0.44791203、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:538							
施術後のフォローがあった	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.926315789、標準誤差:0.136540282、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.33083005、分散:1.771108623、尖度:-0.427010567、歪度:-0.166715543、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:468							
困った問題が起きたときに十分な対応ができていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:5、標準誤差:0.121579747、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.185012793、分散:1.404255319、尖度:-0.751981114、歪度:0.352644769、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:475							
美容師・スタッフの技術・知識が十分であった	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.494736842、標準誤差:0.114828549、中央値（メジアン）:6、最頻値（モード）:6 標準偏差:1.119210248、分散:1.252631579、尖度:-1.013139171、歪度:-0.149336237、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:522							
美容師、スタッフなどの人数が十分であった	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.831578947、標準誤差:0.149394172、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.456114266、分散:2.120268757、尖度:-0.37296683、歪度:-0.186005839、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:459							

礼儀正しく、親しみのある対応ができていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.684210526、標準誤差:0.120899168、中央値（メジアン）:6、最頻値（モード）:6 標準偏差:1.178379322、分散:1.388577828、尖度:-0.677120388、歪度:-0.553569877、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:540							
プライバシーに配慮した対応がなされていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.557894737、標準誤差:0.12314995、中央値（メジアン）:4、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.200317241、分散:1.440761478、尖度:-0.149157378、歪度:0.200041053、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:433							
注意を怠らず、必要な場合迅速な対応がなされていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.768421053、標準誤差:0.107347779、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.046296728、分散:1.094736842、尖度:-0.419421142、歪度:0.537670318、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:453							
「待ち時間」が短くなるような工夫や努力がなされていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.789473684、標準誤差:0.129513464、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:5 標準偏差:1.262341095、分散:1.593505039、尖度:-0.570716792、歪度:0.051269939、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:455							
施術の時間は適切であった	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.936842105、標準誤差:0.117657737、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:5 標準偏差:1.146785761、分散:1.315117581、尖度:-0.593656783、歪度:0.255413482、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:469							
事前、施術中、事後の情報提供が十分であった	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.073684211、標準誤差:0.117115486、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:5 標準偏差:1.141500555、分散:1.303023516、尖度:-0.500595861、歪度:-0.146950567、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:482							
個人的問題への配慮（例えば心理的不安）に対応できていた	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.715789474、標準誤差:0.115595888、中央値（メジアン）:4、最頻値（モード）:4 標準偏差:1.12668935、分散:1.269428891、尖度:-0.708923399、歪度:0.447692815、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:448							
客に公平に対応していた	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.894736842、標準誤差:0.130013079、中央値（メジアン）:5、最頻値（モード）:5 標準偏差:1.267210743、分散:1.605823068、尖度:-0.132135428、歪度:-0.246837592、範囲:6							

最小:1、最大:7、合計:465							
美容室・美容室の設備が新しい	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.073684211、標準誤差:0.141375506、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.377957981、分散:1.898768197、尖度:-0.39744581、歪度:-0.359238503、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:482							
美容室の建物、部屋などのスペースが十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.821052632、標準誤差:0.151127859、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.473012165、分散:2.169764838、尖度:-0.723832919、歪度:-0.275281723、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:458							
客が利用する部屋、設備等の使い勝手が良い	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.715789474、標準誤差:0.130176173、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.268800387、分散:1.609854423、尖度:0.022351897、歪度:0.075582479、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:448							
システムがわかりやすい	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.789473684、標準誤差:0.132927025、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.295612373、分散:1.678611422、尖度:-0.126534628、歪度:-0.317079025、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:455							
快適な環境を提供している	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.547368421、標準誤差:0.1294042、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.261276127、分散:1.590817469、尖度:0.1475351、歪度:-0.612744643、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:527							
安全・衛生管理が十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.536842105、標準誤差:0.118605679、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):6 標準偏差:1.156025163、分散:1.336394177、尖度:-1.111304547、歪度:-0.239260487、範囲:4 最小:3、最大:7、合計:526							
施設の内部や外観は美しく、楽しい雰囲気有していた	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.505263158、標準誤差:0.132909288、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.295439498、分散:1.678163494、尖度:0.314485353、歪度:-0.626672076、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:523							
部屋、設備等にプライバシーへの配慮がある	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.073684211、標準誤差:0.134057287、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.306628806、分散:1.707278835、尖度:0.167104658、歪度:0.007241557、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:387							
便利な場所に立地している	1	2	3	4	5	6	7

平均:5.568421053、標準誤差:0.15527502、中央値 (メジアン):6、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.513433686、分散:2.290481523、尖度:-0.784462141、歪度:-0.716635319、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:529							
予約ができる	1	2	3	4	5	6	7
平均:6、標準誤差:0.145864991、中央値 (メジアン):7、最頻値 (モード):7 標準偏差:1.421716074、分散:2.021276596、尖度:1.425924559、歪度:-1.452129695、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:570							
他の美容施設とのネットワークがある	1	2	3	4	5	6	7
平均:3.768421053、標準誤差:0.166951879、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.627245627、分散:2.647928331、尖度:-0.501880572、歪度:-0.055224063、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:358							
施術の内容に関する説明は十分である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.084210526、標準誤差:0.131885421、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.285460079、分散:1.652407615、尖度:0.848361765、歪度:-0.681957962、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:483							
パンフレット等の内容が十分でわかりやすい	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.115789474、標準誤差:0.136229138、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.327797391、分散:1.763045913、尖度:0.329686452、歪度:-0.300418128、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:391							
苦情対応のシステムがある	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.021052632、標準誤差:0.129586255、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4 標準偏差:1.263050574、分散:1.595296753、尖度:0.899728732、歪度:-0.234454902、範囲:6 最小:1、最大:7、合計:382							
料金が適切である	1	2	3	4	5	6	7
平均:5.2、標準誤差:0.113579646、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.10703745、分散:1.225531915、尖度:-0.181581476、歪度:-0.311424031、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:494							
美容師指名料、髪の長さなどの追加料金の価格が適切である	1	2	3	4	5	6	7
平均:4.978947368、標準誤差:0.112965669、中央値 (メジアン):5、最頻値 (モード):5 標準偏差:1.101053145、分散:1.212318029、尖度:-0.373653543、歪度:-0.055374534、範囲:5 最小:2、最大:7、合計:473							
費用の内訳について十分な説明ができています	1	2	3	4	5	6	7

<p>平均:4.536842105、標準誤差:0.125040219、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4  標準偏差:1.218741296、分散:1.485330347、尖度:-0.37016914、歪度:0.164716754、範囲:5  最小:2、最大:7、合計:431</p>							
クチコミで話題になった	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:4、標準誤差:0.173237404、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4  標準偏差:1.688509351、分散:2.85106383、尖度:-0.665251228、歪度:0.12189788、範囲:6  最小:1、最大:7、合計:380</p>							
雑誌・新聞・テレビ・ラジオ・インターネット・フリーペーパーなどで取り上げられた	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:3.957894737、標準誤差:0.202402031、中央値 (メジアン):4、最頻値 (モード):4  標準偏差:1.972770972、分散:3.891825308、尖度:-1.120842718、歪度:-0.008184765、範囲:6  最小:1、最大:7、合計:376</p>							
自身が以前にその美容室を利用した経験があった	1	2	3	4	5	6	7
<p>平均:5.768421053、標準誤差:0.205986894、中央値 (メジアン):7、最頻値 (モード):7  標準偏差:2.007711895、分散:4.030907055、尖度:1.387901031、歪度:-1.67255537、範囲:6  最小:1、最大:7、合計:548</p>							

あなたについてお聞かせください。

1 年齢( )歳

平均:24.94736842、標準誤差:0.883387608、中央値 (メジアン):21、最頻値 (モード):20  
標準偏差:8.610197345、分散:74.13549832、尖度:3.928586212、歪度:2.114086906、範囲:40  
最小:19、最大:59、合計:2370

以上で質問は終了です。ご協力ありがとうございました。