

# 宿泊業と顧客満足

## 顧客満足の調査分析

観光学部観光学科 准教授 竹田 明弘

効果的な顧客満足向上の取り組みのヒントを得るために「顧客満足×ホテル」というような検索ワードでネット検索する方は多いかもしれません。もっと行動的な方であれば、セミナーや講演会にも参加した経験があるかもしれません。これら情報収集活動は顧客満足向上活動のヒントになります。

ただし、宿泊施設を取り巻く経営環境や前提条件はそれぞれに異なります。都心の主要駅に隣接するホテルと観光地のホテル、自社の周辺にホテルが密集しているエリアで運営しているホテルと必ずしもそうでないホテル。他にもホテルを取り巻く経営環境はそれぞれに異なります。

また、接客サービスのレベルが高いホテルと必ずしもそうではないホテル、部屋の内装やアメニティが素晴らしいホテルとその部分には力を入れてこなかったホテルなど、宿泊施設の能力・評価や現状もそれぞれ異なります。それぞれが違う中で一般的な改善活動をしたとしても、必ずしも成果があがるとは限りません。

そこで、宿泊施設の顧客満足

向上の取り組みについては、宿泊施設ごと自らの調査分析の結果に基づくことが重要になります。そこでこの顧客満足を数式に表してみますと

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots$$

になります。数式を見ただけでこの後の文章を読む気がなくなつたかもしれません。ですが、数式による考え方ってかなり重要です。

ここではわかりやすさを重視するため大雑把な説明をします。上記の数式は、Y（全体的な顧客満足）に影響を与える要因は何かに関する数式です。aは定数項です。X<sub>1</sub>、X<sub>2</sub>・・・は全体満足に影響を与える個別要因です。例えばお風呂の広さ、食事内容、接客サービスなどです。例えばX<sub>1</sub>をお風呂、X<sub>2</sub>を食事内容としましょう。

ここで  $Y = a + 0.5X_1 + 0.3X_2$  の式が顧客満足の調査分析の結果として作られたとします。この数式は、お風呂の個別満足を1ポイント改善すると全体満足を0.5ポイント、食事内容の個別満足を1ポイント改善すると全体満足を0.3ポイント向上するということを示しています。では、顧客満足向上の取り組みとして、

どちらを改善する努力が優先されるべきでしょうか。0.5 > 0.3 ですので、この場合ですと、当然ながらお風呂です。スタッフ同士で顧客満足を高めるためにはという議論をするよりも、数式で判断するほうがより具体的な意思決定ができると思いませんか？

この数式を作るために実施されるのが顧客を対象とした調査です。調査表は、上記の式に該当する顧客の全体的な満足（Y）と、全体満足に影響を与える個別要因（X<sub>1</sub>、X<sub>2</sub>・・・）の両方の項目で作成します。全体満足については、例えば宿泊施設を利用して全体的な満足はどうだったか（例えば満足／不満足の5段階で調査）。個別満足については、それぞれの宿泊施設が全体的満足に影響を与えると考える具体的な項目（お風呂、食事、サービスなど）を入れ、それぞれ例えば満足／不満足度の5段階で調査します。そして、ここで集められたデータを統計分析することでこの数式が完成します。数式の計算の仕方は紙幅の関係上、割愛しますが、興味がある方は問い合わせただけだと思えます。

わだ い  
浪 切  
サ ロ ン

第139回

# 月と太陽とカレンダーの不思議な話

—なぜ、2月は28日までなのか?!—

- 話題提供者 和歌山大学 クロスカル教育機構 講師 佐藤祐介氏  
教養・協働教育部門
- 日時 2022年9月21日 水 19:00 ~ 20:30
- 参加費 無料
- 開催方法・申込手段など詳細についてはサテライトホームページをご覧ください。
- 問合せ先 和歌山大学岸和田サテライト TEL・FAX 072-433-0875