質問紙　測定項目について

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 概念 | 測るもの | 質問項目 |
| コミットメント | 計算的コミットメント | 功利成分（得をする） | 1. 購買(大学生協)の好き嫌いは別として、PRや宣伝ツイートに比べてメリットがありそうなのでフォローしたい。 |
| 存続成分（損をする） | 1. 担当者に対する好感とは別に、純粋に購買(大学生協)を利用する上で自分にとって結びつきの深いアカウントだ。 |
| 功利成分 | 1. サポートの内容を考えると今後も付き合っていきたいアカウントだ。 |
| 功利成分  存続成分 | 1. メリットとデメリットを照らし合わせるとなくなって欲しくないアカウントだ。 |
| 功利成分 | 1. PRや宣伝ツイートに比べて役立ちそうなので、深く関わろうと思う。 |
| 感情的コミットメント | 同一化  自尊心 | 1. もし誰かがこのアカウントの悪口を言っているのを聞いたら、私は嫌な気持ちになるだろう。 |
| 同一化  喜び | 1. もし誰かがこのアカウントを褒めたら、なんとなく自分自身も褒められた気持ちになる。 |
| 愛着 | 1. もしこのアカウントがなくなったら、なんとなく寂しい気持ちになる。 |
| 愛着 | 1. 愛着を感じる。 |
| 愛着・喜び・価値意識 | 1. もしこのアカウントが有名になったら嬉しい。 |
| 愛着 | 1. もしアクティブサポートを受けたら、そのアカウントを運営している企業をもっとしりたくなる。 |
| 先行要素 | 誠意ある行動 | 誠実性 | 1. このアカウントは誠実に答えてくれていると思う。 |
| 誠実性 | 1. このアカウントはまじめに答えてくれていると思う。 |
| （逆転項目）  誠実性 | 1. このアカウントは適当に答えているかもしれない。 |
| 献身性  非機会主義性 | 1. このアカウントは常に顧客の立場でサポートしてくれていると思う。 |
| 献身性 | 1. このアカウントは一生懸命努力してくれている |
|  | 一般的能力 | 1. このアカウントの知識は確かだと思う。 |
| 適応能力 | 1. このアカウントは優れたアクティブサポートをしてくれていると思もう。 |
| 一般・適応能力 | 1. このアカウントは私の欲しいリプライをくれる。 |
| 知覚された能力 | 一般的能力 | 1. このアカウントのアクティブサポートのアドバイスは的確だ |
| 適応能力 | 1. このアカウントは顧客の不満を的確に突き止めていると思う。 |
| 一般的能力 | 1. 他の企業アカウントはしてくれないようなサポートを、このアカウントはしてくれていると思う。 |
| 友情 | 個人的友情 | 1. リプライを続けていく中で、このアカウントを友達のように感じるだろう。 |
| 個人的友情 | 1. このアカウントと会話していると、友達と会話しているような気持ちになる。 |
| 集団的友情 | 1. アクティブサポートをしてくれた購買会（大学生協）となら気持ちや考えを分かち合える。 |
| 個人的友情 | 1. このアカウントの担当者は自分のことを、一利用者以上に特別に扱ってくれていると思う。 |
| 集団的友情 | 1. アクティブサポートをしてくれた購買会（大学生協）とは、単なる顧客以上の人間的つながりができていると思う。 |
| 関係集結コスト | 探索（経済的）コスト | 1. 新たに問い合わせ先を探すのは面倒だ。 |
| 絶縁（心理的）コスト | 1. この会話をやめても、自分のことを気にかけてくれるアカウントは簡単には見つけられない気がする。 |
| 開始（経済的）コスト | 1. この会話をやめて別の企業アカウントからリプライがきても、私のことをよく分かってもらうのには時間や手間がかかる。 |
| 絶縁（心理的）コスト | 1. このアカウントよりも気にいる企業アカウントは他にはなかなかないだろう。 |

久保田進彦(2011) 『リレーションシップ・マーケティングのための多次元的コミットメントモデル』

久保田進彦（2012）『リレーションシップ・マーケティング　コミットメント・アプローチによる把握』

を基にアクティブサポートに対応させた質問項目に変更した。

尺度の信頼性分析を行い、項目（4.5.9.11.14.28.30）を削除しα係数を調整した。