

# MJ

Nikkei  
Marketing  
Journal

日経流通新聞

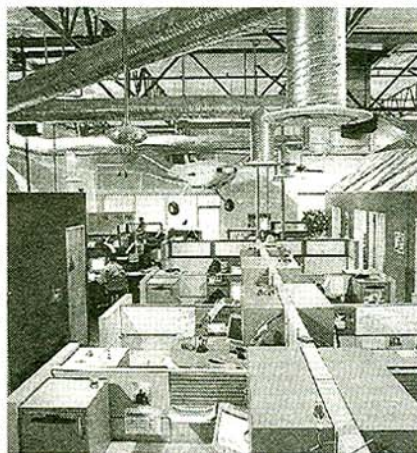
6月3日(金曜日)

月/水/金 発行

## 海外情報

米小売業界で顧客を装った調査員を派遣し、店のサービスや店舗の環境について採点するサービスマス「ミステリー・ショッピング」(覆面買い物客)が活況だ。私立探偵のような個人営業から全国に調査員を抱える大手まで千社以上がしのぎを削っている。顧客サービスについての内部調査として利用するほか、競合相手の現状把握にも役立っている。

### 米国 小売り最前線



調査員の情報を管理するN.S.S.事務所

カリフォルニア州サクラメント市。その郊外に本拠を構える業界大手ナショナル・ショッピング・サービス(N.S.S.)で、約百社について覆面調査ソコンのモニターを監視を実施中だ。毎月約三万の店舗に調査員を派遣するが「調査

## 顧客装う覆面調査活況

結果の集積から分析まで含めりポートは四十八時間以内に納品できる」とマツト・ウォズニアク社長は胸を張る。

覆面調査は、かつて店員の商品抜き取りと横流しを防ぐために経営者が私立探偵を雇ったことが起源とされる。これが顧客サービスの実態を把握する手法として発展した。N.S.S.は顧客企業と対象店舗数、地域、チェック項目など調査の概要を設定する。

店舗を訪れる調査員は、接客係の態度、商品知識に加え、陳列棚の商品の補充状況、売り場やトイレの清潔さなど平均

## 接客点検や競合店分析

二十一三十の質問項目に二十五ドルの報酬を手にする。年間七万ドル稼ぐ専らあた月額三十ドル未満入する。レストランや化粧品店の対面販売では係員の名前、容姿などへの評価も記入。評価の理由も記入することなども義務づけ、問題点を特定できるようにしている。

全国から送られた回答を元に各項目に点数をつけ、どこに弱点が存在するかを一覧表にまとめたものが顧客向けのレポートとなる。契約期間は最長一年以上。毎週、あるいは月次のレポートを継続的にチェックすることで改善の度合いが把握できるといふ。

調査員の大半は一回約

「ミュージックランド

!!河内真帆

OVERSEAS NEWS