SENKEN
Daily News of The Fashion Business

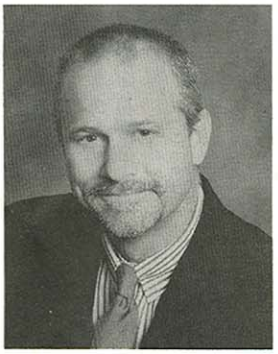
米国流覆面診断・ミステリーショッピング

顧客満足度、万引き減に効果

市場規模15億ドル、調査員150万人

「ミステリーショッピング」（MS）とは、日本ではルミネなど一部の小売業が「覆面診断」と呼んで実践している実態調査のことである。米国では、MSは15億ドル市場、ミステリーショッパーの数は約150万人と推計されている。大手の一つのナショナルショッピングサービス（NSS、カリフォルニア州ロックリン）は19万人以上のミステリーショッパーを抱え、月3万件以上の調査を行う。（ニューヨーク＝杉本佳子通信員）

MSは店やレストラン、ホテルなどさまざまな施設で行われる。店の場合、ミステリーショッパーたちは売り場の清潔度、商品の陳列状況、販売員の商品やサービスに対する知識、あるいは買い物や返品時の担当者の対応などをチェックする。



ウォズニアック社長兼CEO

クローズアップ

NSSのマット・ウォズニアック社長兼CEO（最高経営責任者）によると、多くのMSプログラムは継続的に行われ、ショッパーたちは毎月1、2回、あるいは4回以上、依頼されたロケーションを訪れる。多いときは、1人のショッパーが40人もの販売員を調査することもある。

NSSは、依頼主に対し、調査した販売員1人について4ドル、または店全体で75ドルなどと請求する。食料品店や最高級品店によっては、金銭の代わりに商品やサービスを提供する店もある。

NSSは、ショッパーに対して通常、調査した販売員1人について1ドル50セントを支払う。2時間かけた詳細な調査に対して、45ドルを支払うケースもある。

大方のショッパーはパートタイムだ。NSSでは25～40歳の女性が多い。採用にあたり、排除する特定の職業・職歴はないが、個々の得意先に対して偏見のない人を派遣する。

多くのショッパーは、オンラインのテストと口頭試問を受ける。オンラインでは書面、デジタル写真、ビデオなどを使った訓練を行う。詳細な調査を必要とする場合、面と向かった訓練が行われることもある。

得意先は大会社とは限らないが、通常は50店舗以上持つ会社が多い。

各調査結果は、得意先に渡される前に検定システムを通過する。調査した販売員の体形的特徴や近所の特徴を聞いたり、レシートを確認したりして、ちゃんと調査が行われたかチェックする。

調査から得意先提出まで3時間でできることもあるが、通常は1、2日。

最近は、デジタル写真など、視覚的資料の提出を求める会社が増えた。通常は、あらかじめ店から店内撮影の許可を得る。得意先が完全な秘密裏の調査を求める場合は、隠しカメラや極小マイクを使って記録を残す。

NSSによると、得意先の一つである音楽専門店のミュージックランドは、MS開始以来、顧客満足度を20％上げ、万引きを33％減らし、顧客当たりの購買額を20％伸ばしているという。

（写真＝NSS提供）