

情報番号：20130603

テーマ：店頭アンケート調査を積極的に活用しよう！

編著者：中小企業診断士グループ Cの会 小川亮一

店頭アンケートとは、来店者にその場でアンケートを記入してもらう方法である。コストをかけず簡単に実施でき、顧客の声を直接収集することができる。ここでは、簡易的な実施方法を具体例で説明する。

1. 店頭アンケート調査の長所と短所

店頭アンケート調査の長所は2つある。1つはコストがかからず簡単にできることである*。WEB調査のようにシステムも必要なく、外注に委託する必要がない。2つ目は、顧客の声をその場で収集できることである。したがって、店頭アンケート調査は、顧客からの意見を商品やサービスの品質改善などに反映し、顧客満足度を向上させるような目的に向いている。

短所は、来店されていない顧客の声が収集できないことである。したがって、新規顧客獲得のために潜在的なニーズを探るのには向かない。また、その場で顧客に記入してもらうため、記入に時間が少なく、多くの質問をすることができない。

※集計およびスタッフが顧客から聞き取ってアンケートを記入する場合の人件費に留意されたい。

2. 店頭アンケート調査の手順

(1) 企画設計

- ① 目的を決める。目的によって、アンケート調査を行う対象者、方法、質問項目が変わってくる。
- ② 対象者を決める。目的により、来店者全員を対象にするのか、特定の商品を購入した人や特定の客層に限定して調査を行うのかを検討する。
- ③ 期間を決める。まず目標回収枚数に必要十分な期間を取る必要がある。また、曜日により客層が異なる場合、1週間以上の回収期間をとり、曜日別の傾向を把握できるように配慮する。これは、一日の流れでも同じである。なお常に顧客の声をモニターする目的で、無期限でアンケートを設置しておくということも考えられる。この場合は、「毎日目を通して、1ヶ月ごと集計する」など集計の頻度を決めておく。
- ④ 目標回収数を決める。顧客の属性を細かく分けて分析するとき、多く回収

する必要がある。例えば、男女別に集計するだけであれば 50 枚程度でも片方で 20 枚程度のデータが集計できるが、もし男女で年齢層を 10 歳ずつ区切って調査する場合、10 以上の客層に分類されるため、100 枚回収しても、1 つの客層につき数枚しか集まらないこともあり得る。

- ⑤ 聞きたい質問を考えておく。調査目的を達成するために、何を聞くのかりストップする。全体的な顧客満足度を調査する場合、商品、サービス、清潔さなど全般的な質問をする。目的が新商品の評価なら新商品に関する品質・価格・購入意欲など掘り下げて聞く。

図表 1 企画設計の例

| 業種 | 事例 1 | 事例 2 | 事例 3 |
|------------|---|--|--|
| | 美容室 | 飲食店 | 小売店 |
| ①目的 | 顧客満足度の向上 | 特定のメニューの評価を知りたい | 競合店がどこなのか知りたい。 |
| ②対象 | 来店者全員 | メニューを注文した顧客 | 来店者全員 |
| ③期間 | 1 週間 | 2 週間 | 平日・土日 各 1 日 |
| ④目標枚数 | 100 名 | 100 名 | 1 日 50 枚 |
| ⑤ 必要な質問項目例 | <ul style="list-style-type: none"> ・カットの評価 ・スタッフの応対評価 ・設備, 雰囲気の評価 ・お客様の属性 | <ul style="list-style-type: none"> ・メニューの品質、価格、提供時間 ・次回購入意欲 ・お客様の属性 | <ul style="list-style-type: none"> ・競合店 (他に行く店) ・顧客の住所 (町など) ・来店頻度 ・何を買いに来たか |

出典：筆者作成

(2) 質問票作成

質問票作成の際は、顧客の立場に立って、回答しやすい質問票を心がける。

- ① 「アンケートにご協力ください」など簡単な言葉でタイトルを記入する。
- ② 顧客に聞きたい質問を記入する。設計のときに検討した質問項目を具体的に記入していく。質問に対する回答の選択肢をできるだけ具体的に 3 から 5 つ用意する。回答に対して番号を振っておくと、集計しやすい。
- ③ 不満や苦情など顧客が意見を記入できる質問を用意しておく。
- ④ 顧客の満足度を量る質問を入れておくといよい。例えば、「次回も購入したいですか?」「また来店したいですか?」などの再利用や再来店の意向を聞く質問や、「知人にこの商品を紹介したいですか?」などという質問を使う。
- ⑤ お客様の性別、年齢、職業などの属性を質問する。記入例のほかには、住んでいる町名や丁目、来店の目的、来店手段 (徒歩、車、電車、バス等) など、目的に合わせていろいろ考えられる。
- ⑥ 来店日時は記入欄があったほうが良い。時間帯や曜日により客層が変化したり、応対したスタッフにより評価が変わる可能性がある。
- ⑦ 顧客の貴重な時間を使っていたいただいたので、アンケートの最後に、御礼の言葉をつけておきたい。

- ⑧ アンケートの最初か最後の目立つ所に、アンケートの回収方法を書いておく。アンケートの回収方法がわからないと回収率が低くなってしまう。

図表2 飲食店でメニューの評価を聞くアンケート票の作成例

| | |
|---|---------------------------|
| メニューの感想をお聞かせください | ①タイトル |
| 召し上がったメニュー [] | ②顧客に聞きたい質問。3~5つの選択肢を用意する。 |
| 味： 5. 満足 4. やや満足 3. 普通 2. やや不満 1. 不満 | |
| 量： 5. 満足 4. やや満足 3. 普通 2. やや不満 1. 不満 | |
| 価格： 5. 高い 4. やや高い 3. 適切 2. やや安い 1. 安い | ③意見を書ける質問を用意する。 |
| 提供時間： 5. 満足 4. やや満足 3. 普通 2. やや不満 1. 不満 | |
| その他ご意見をお聞かせください。 | ④満足度を量る質問を用意する。 |
| [] | |
| 次回も購入したいですか？： <input type="checkbox"/> はい <input type="checkbox"/> わからない <input type="checkbox"/> いいえ | ⑤顧客の属性を質問する。 |
| ●性別 <input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性 | |
| ●年齢 <input type="checkbox"/> 10代 <input type="checkbox"/> 20代 <input type="checkbox"/> 30代 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60代以上 | |
| ●職業 <input type="checkbox"/> 学生 <input type="checkbox"/> 会社員 <input type="checkbox"/> 主婦 <input type="checkbox"/> パート <input type="checkbox"/> 自営業 <input type="checkbox"/> その他 | ⑥来店日時 |
| ●ご来店日時： 年 月 日 時 | |
| ご協力ありがとうございました。 今後の改善の参考にさせていただきます。 | ⑦アンケートへの御礼 |
| △△△店 | |
| この用紙はレジの横の回収箱にお入れください。 | ⑧回収方法を明記。 |

出典：筆者作成

(3) アンケートの実施

- ① 必要なものを用意する。
アンケート用紙をコピー、回答用のペン、アンケート回収箱、アンケート記入用のクリップボードなど
- ② 店舗のスタッフに、アンケート調査の目的と実施方法を周知しておく。
- ③ 顧客にアンケートを配布し、記入してもらう。
飲食店では、テーブルの上にアンケート用紙を設置しておき、テーブルで記入してもらうことができる。美容室など待合席があるサービス業の場合、待合席で待っている間や、終わった後で記入してもらうことができる。小売店の場合、記入する場所の確保が難しく、クリップボードを用意して立ったまま記入いただくような状況も考えられる。このような場合、顧客に声をかけアンケート用紙を配布して記入をサポートするスタッフを配置する必要がある。スタッフが顧客から聞いて記入する面談方式の方が、効率が良いこともある。
- ④ アンケートを回収する。回収箱を用意する方法、スタッフがそのまま受け取る方法がある。サービスへの不満などスタッフに知られたくないことを書いてもらう場合、回収箱など、スタッフに直接見られないような方法をとる。どちらの方法でも、アンケートを回収した際には、顧客に礼の言葉を忘れないようにする。

(4) 集計・分析・データ活用

アンケートはできるだけ早く集計する。アンケートの原本は集計後も詳細を分析するのに使用するのので、集計してすぐに捨てず保存しておく。

- ① 質問ごとに選択肢の数を数えて一覧表を作成し、グラフにまとめる。
- ② 自由意見は、可能であれば一覧表を作成する。
- ③ 問題のあった項目の原因を探る際には、その項目の評価ごとにアンケート用紙を分けて、客層による特徴、自由意見などを確認することで、原因追及の参考とすることができる。（よかった項目も同様）
- ④ 集計・分析結果は、スタッフにもフィードバックし、評価のよかった項目を喜び、評価の悪かった項目は改善策を考えて実行する。
- ⑤ 継続的にアンケート調査を行って、実施した改善策の成果を確認する。スタッフが考えて実行した改善策により成果が上がると、スタッフのモチベーションが向上し、それがさらなるサービス向上につながる。

3. 店頭アンケート調査の留意点

アンケート調査では顧客に貴重な時間と手間を費やしてもらっている。顧客の立場でアンケート調査を実施することが大事である。

(1) 質問数は多すぎないようにする

聞きたいことがあるからといっても、多くの質問を並べて回答に時間がかかるようなアンケートを作成しても顧客にとっては迷惑で、アンケートにも協力してもらえない。

(2) 回収数を上げる方法

回収数を上げるには、主に2つの考え方がある。

- ① 顧客への働きかけ方を工夫する。「アンケートを短めにして気軽に回答できるようにする」「ペンを用意しておく」「回収をスタッフに手渡しではなく、回収箱を使う」など顧客がアンケートに回答しやすいように配慮し、「アンケート用紙を渡すときに声をかける」「アンケート回収時にはお礼を述べる」「アンケート結果の公表する」など、お客様に協力をお願いして感謝しているという真摯な姿勢が大切である。
- ② アンケートの回答に対してインセンティブをつける。「アンケートと引き換えに割引クーポンを渡す」「抽選で〇〇が当たる」などが考えられる。割引クーポンを渡す場合、次の来店を促進する効果もある。抽選で景品を差し上げる場合、景品に魅力があれば回収数の増加が期待できる。

(3) 個人情報収集しない

アンケートに、顧客の名前、住所、メールアドレス、生年月日などの個人情報

報を記入してもらい、ダイレクトメールなど販売促進活動に役立てるという考え方がある。顧客の意見収集が目的であれば、個人情報の記入欄は設けない方がよい。その理由は、記名式では顧客が悪い意見を書きづらく本音を収集できないこと、個人情報の取り扱いには細心の注意が必要であることの2点である。

(2024.07 点検)

| |
|---|
| <p>(執筆者) 中小企業診断士グループ Cの会 小川亮一 掲載内容の無断転載を禁じます。</p> |
|---|