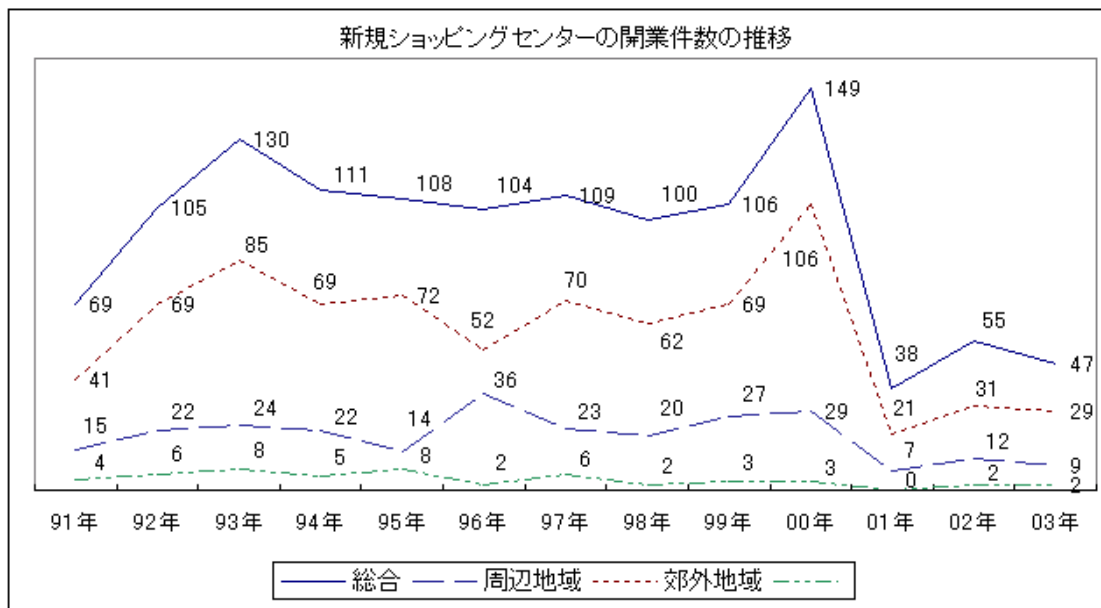


ミステリーショッパー & 店舗覆面チェック指導 資料

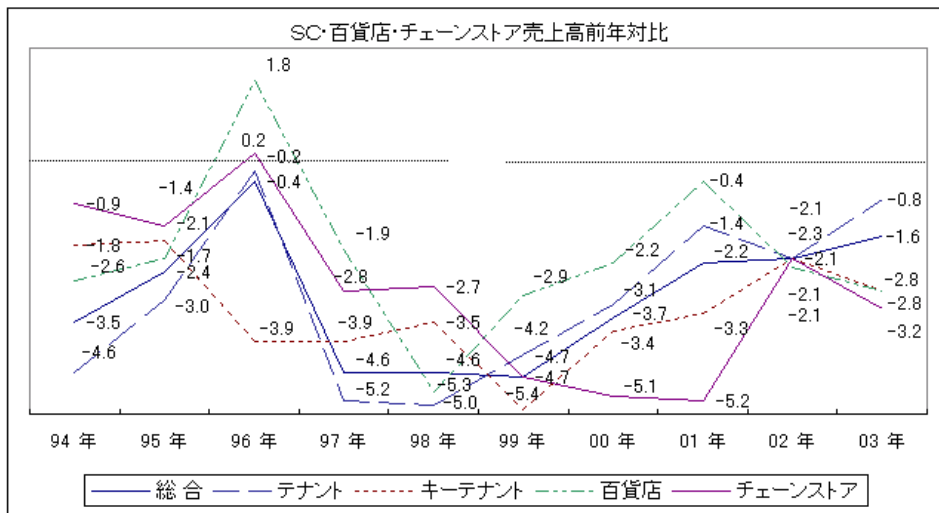


株式会社 NMR流通総研



過去十数年間のショッピングセンターの新規開業件数の推移では、1993年のバブル全盛期をピークに毎年、減少傾向を示し、2000年は「大店立地法の施行」とともなう駆け込み開業があったため急増していますが、その翌年の2001年には、そのあおりを受け、ショッピングセンターの新規開業率は激減の状態にあります。また、2002年以降についても、新規開業件数は伸び悩みを示し、「大店立地法」の影響もありますが、通常期の約30%、2000年の約25%という低さを示し、ショッピングセンターの新規開業活動の停滞が如実に現れています。

1. ミステリーショッパー&店舗覆面調査指導の必要性と目的



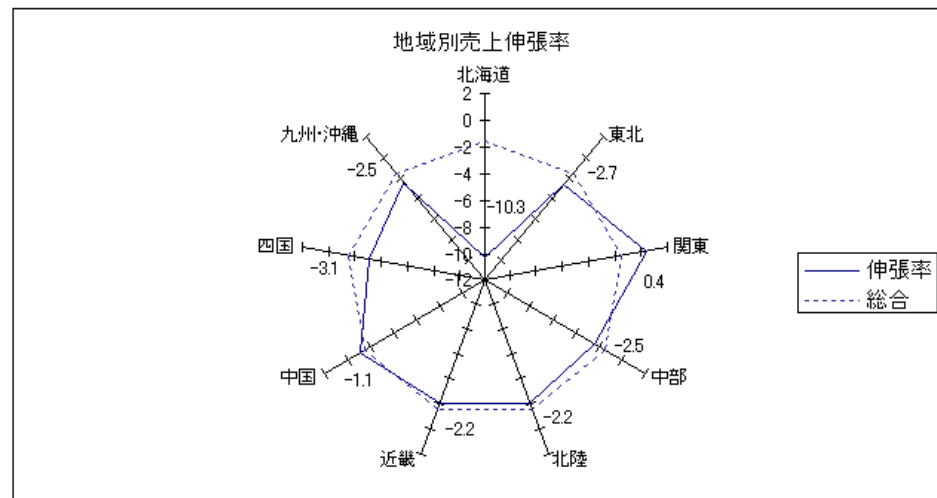
(社)日本ショッピングセンター協会資料引用

過去10年間のS C・テナント・キーテナント・百貨店・チェーンストアの売上前年対比の推移では、1994年以降すべての業態で前年割れが続いており、1996年に盛り返しはあるものの、それ以降は約4ポイント前後の減少と大きく前年を下回る状況が続いています。1999年以降若干の持ち直しの傾向は現れていますが、依然として前年を2ポイント以上下回る厳しい状況が続いています。

また、総合とテナントにおいて、巻き返しの傾向がみられ、専門店の「勝ち組企業」の伸張を表しています。

売上伸張率の状況を地域別に見ると、北海道、四国・九州・沖縄の売上減少率が高くなっており、特に地方都市での厳しい状況が伺えます。

また、全国の平均値(総合)が 1.6に対して、関東はプラス0.4とプラス傾向を示していることに対して、近畿、北陸、中部などでは 2.2~ 2.5と全国平均値(総合)以上のマイナスを示していることから、東日本より、西日本に厳しい状況がある事がうかがえます。



1. ミステリーショッパー&店舗覆面調査指導の必要性と目的



これまで確認してきた様々な資料は、現在のショッピングセンターを取り巻く環境が、極めて厳しい環境にあることを示しており、特に小売業界の市場が飽和状態にあることを示しています。

このような環境下で、全国のショッピングセンター(テベロッパー)では、テナント指導や従業員教育などに注力し、来街顧客に対する顧客満足度を高めていくというCS活動に重点を置いた活動なども多く行われ、競合施設との差別化を図るという取組みが積極的に行われています。

このような、環境の中、今後、ショッピングセンターの運営強化を図っていくためには、顧客吸引力や販売力、店舗力等が強いテナントは必要不可欠であり、現在のテナントの『勝ち組店舗』と『負け組店舗』の選別を明確に行い、それぞれのポジション別の指導や教育を行っていく必要があります、特に『負け組』店舗に対して、改善指導の効果が

みられない場合などは、退店交渉などにより、店舗構成の新陳代謝(活性化)を図っていかねばなりません。

本提案では、このような現状の店舗の運営状況を定量的に判定し、各店舗が抱えている問題点を洗い出し、その問題点の改善対策に関して改善指導を行うことで、ショッピングセンター全体の活性化へつなげていくことを目的としております。



(1)概略とフロー

ミステリーショッパー
店舗覆面調査



ミステリーショッパーの結果
分析



簡易分析結果を基に
面談・指導



成果検証チェック

ミステリーショッパーでは、主に

MD・販促面
店舗・売場面
従業員・サービス面

を基本項目に、上記の3項目を、それぞれ5～10項目の小分類項目からチェックを行い、各店舗の現状レベルをチェック・把握します。チェック項目はQSCなど現状にあわせて設計させていただきます。

ミステリーショッパーの結果簡易分析では、店舗巡回チェックの結果を、集計処理し、集計結果から問題点を抽出します。抽出項目は、

店舗総合評価
上記3項目別評価
改善対策課題を抽出

の3項目についてアウトプットします。

簡易分析結果を基にした面談・指導では、現状の店舗運営の状況や現状で抱えている問題などのヒアリングなどを行った上、

チェック結果の説明
チェック結果から抽出された問題の説明
問題解決の為の改善対策の説明・指導

を行い、「改善活動シート」をお渡しし、具体的な改善活動計画を立てていただきます。

「改善活動シート」は、約1ヶ月後に提出いただき、店舗チェックで行った結果の改善活動を、具体的に行う環境を整備します。

また、2～3ヶ月後に、成果検証チェックを行うことで、改善活動結果の成果を定量的に把握し、店舗担当者への動機付け(モラル向上)もあわせて行えます。