

# 《接客調査および研修の御提案》

エイジリサーチ・アンド・コンサルティング株式会社





# 1.会社概要

エイジスリサーチ・アンド・コンサルティング株式会社

設立：2007年(平成19年) 4月1日

代表取締役社長

高岸 郁亮

資本金

5,000万円

## 事業内容

- ミステリーショッピング（覆面接客調査）  
及び 店舗診断
- オープン調査（事前に調査とお伝えし実施）
- 結果に基づく従業員の教育・研修の実施
- 来店客調査
- 通行量調査
- 商品調査
- ES（従業員満足度）調査
- 各種アンケート集計分析 など



## 2. エイジスグループについて



### 国内市場シェア

実地棚卸において業界  
トップシェアの約77%



### お取引先様

約2,000社



### 年間サービス実施 店舗

140,000店舗



### サービスエリア

国内83拠点、  
海外25拠点

# 3. エイジスグループのリテールサポート



## 棚卸

適切な在庫管理と補充を支援します。



## 集中補充

効率的な配送と補充で売場を最適化します。



## 新店セットアップ・改装

店舗運営をサポートします。



## カテゴリリセット・季節対応

お客様のニーズに合わせて 売場を最適化します。



## 売場管理

店舗運営を包括的にサポートします。



## リサーチ

お客様視点のリサーチを提供します。



## 教育研修

従業員の接客・販売力向上を支援します。



## 派遣

臨時要員の確保から管理までをサポートします。

## 4. 主な調査実績（企業様）



### 飲食業

メニュー調査、新店舗の消費者調査、顧客満足度調査



### カーディーラー

接客サービス、新車・中古車ニーズ、アフターサービス満足度



### 携帯電話

店頭接客、新料金プラン反応、ポータルサイトの利便性  
契約までの流れの調査



### 百貨店

新店舗ニーズ、売場改装動向、PB商品市場調査、接客サービス



### アパレル

新ブランド反応、接客サービス、競合店調査、PB商品



### スーパー

新店舗分析、既存店改装調査  
PB商品調査、セルフレジ調査、アテンダント調査



### ドラッグ

接客調査、新商品反応、挨拶調査、濫用等のおそれのある  
医薬品購入調査



### ラグジュアリー

新作反応、接客サービス、ブランドイメージ、競合ブランド調査

## 5. グローバル企業に選ばれる 調査サービス

当社は、世界基準に基づいた調査サービスを提供しています。**ミステリーショッピング・プロフェッショナル協会(MSPA)**の日本における初の正会員企業として認められ、国内外の大手企業から高い評価を得ています。

当社の強みは、ミステリーショッピングやカスタマー満足度調査など、世界的に通用する手法を用いて、高品質な調査データを提供できることです。これまで海外ジュエリーブランドや化粧品メーカーなど、国内外の有名企業の調査を数多く手掛けてきました。

グローバル基準に基づく調査を通じて、お客様の課題解決に貢献します。品質面、スピード面ともに世界水準の調査サービスをご提供いたします。





## 6.「サービス オブ ザ・イヤー」の魅力

### 1 公平な評価基準

様々な業種・業態の店舗を対象とし、ほぼ同一の調査項目・評価基準を用いて客観評価を実施。サービス業態の調査も可能です。

### 2 業種・業態を超えた相対評価

小売業や飲食業全体の中での相対的な評価が可能です。売場づくり・接客・クレンネスなどを各業態平均値と比較できるのも魅力のひとつです。

### 3 全国規模の調査

同業態の全国平均値との比較ができ、自社の業態間や地域間格差などを把握できるのが魅力です。

## 7. 調査員ネットワーク



### 採用基準

WEBテストと模擬試験調査を実施し、約8～13%の厳しい基準をクリアした専門調査員が在籍。



### 定期トレーニング

採用後も定期トレーニングや調査前に毎回テストを実施し、クリアした調査員のみ店舗調査に派遣することで、品質を保っています。



## 8.品質管理とスピード納品

1

### 調査票の添削

1次・2次のダブルチェック体制を整えています。

2

### 評価矛盾の抽出

調査結果のブレを抽出し、精度の高い報告書を作成します。

3

### 納品

速報版WEBレポートは調査後、1週間以内にWEB納品します。（サービス・オブ・ザ・イヤーは除く）



# 9.MS調査結果の効果的な活用方法

## 調査

店舗の現状を把握するため、トレーニングされた調査員が定期的な接客調査を行います。

1

## 本部主導の改善活動

本部が中心となって、全店舗の伸ばすべき強みや、課題に対する改善策をサポートし、全社的な取り組みを推進します。

2

## フィードバック

調査結果を本部と各店舗にフィードバックし、伸ばすべき強みや改善すべき課題の共有を行います。

3

## 現場主導の改善活動

フィードバックを受けて現場が中心となって行う改善活動のサポートをします。

4

## CS/ES向上

本部と現場が一体となって改善に取り組むことで、お客様満足度とともに従業員満足度の向上につながります。

5

# 10.調査後のサポートについて

## ■研修（集合・オンライン・オンデマンド など各種）

開催形式や時間（長さ）は貴社の都合に合わせて自由に選択いただけます。集合研修は1日に実施するコマ数（開催数）も自由に選択いただけます。柔軟な研修プランを提案し、お客様のニーズに合わせて最適なトレーニングを設計します。

## ■OJT（臨店）研修

専門講師が直接現場（店舗）でトレーニングを実施することで、店長様だけでなく、その日店舗にいる全てのスタッフ様が同時に研修を受けられます。現場ならではの生の声を聞きながら、実践的なスキル向上を図ることができます。

## ■店長（ストアマネージャー）面談

店長様、SCのご担当者様、弊社の担当者による三者面談を通じて、課題や強みなどの調査レポートを共有し、課題解決に向けた具体的な方策を協議します。店長様の視点や現場の生の声を活かしながら、効果的な改善策を立案していきます。

## ■（2年目以降）CS改善シートの活用&ボトムアップ

単なるトップダウンの改善活動ではなく、現場が主体的に課題を発見し、解決策を提案する仕組み作りをサポートします。お客様満足度向上に向けた現場発の取り組みを後押しし、組織全体でCS向上に取り組んでいきます。

# 11.豊富な研修プログラムと専門講師陣

お客様の課題に合わせて柔軟に設計する、多彩なラインナップの研修サービスをご紹介します。現場の課題解決に向けた実践的なスキルアップを目的とした接客研修や、店舗管理能力の向上を目指すマネジメント研修、商品陳列から店舗演出までを学べる売場づくり研修など、お客様のニーズに合わせてカスタマイズした研修プログラムをご用意しています。各テーマに精通した【**専門講師陣**】が、最新の調査データやノウハウを織り交ぜながら、効果的な研修を実施いたします。



## 接客研修

お客様満足度向上のためのサービスマインドとコミュニケーションスキルを体系的に学べる研修プログラム。店頭接客改善の糸口を見つけていただけます。



## マネジメント研修

店長様やエリアマネージャーなどの管理職を対象に、組織マネジメントの基礎から実践的なリーダーシップ養成まで、幅広いカリキュラムをご用意。



## 売場づくり研修

VMD理論から、商品陳列、ディスプレイ演出、店舗レイアウトなど、売場の魅力を高めるための実践的なスキルを修得できる研修プログラム。

# 12. 人気のトレーニングテーマ

コロナ五類移行後にニーズが高まっている研修テーマ



## 若手社員育成

早期戦力化と会社定着を目的とした実践的スキル習得



## トップセールス育成

ストアマネージャーが自身以外にも「売れるスタッフ」を育成する手法を習得する



## セールスステップ構築

アプローチからクロージングまでのステップ構築



## デジタルマーケティング

効果的な集客とSNSやWeb活用スキルUP



## モチベーション管理

部下の意欲を引き出す人材育成



## 合理的配慮

2024年4月～義務化サポート手法や考え方を習得



## インバウンド対策

お客様役の外国人を複数名手配した実践的な研修



## カスタマーハラスメント対策

実例に則した対処法を習得

※ 全国対応、250名以上の専任講師陣が対応



# 飲食店様向けに接客調査を 行う際のポイントについて



## 調査の目的を明確に

1

### 顧客満足度の向上

接客の良し悪しが顧客体験にどう影響しているかを把握します。

2

### スタッフの成長支援

接客スキルの強化やトレーニングに役立てます。

3

### 売上向上

接客がリピート率や売上にどう寄与しているかを評価します。

# 調査項目の設定の一例

## スタッフの対応

- 挨拶と笑顔
  - 来店時や退店時の挨拶が適切か表情は明るいか。
- 待機姿勢や言葉遣い
  - お客様をお迎えする姿勢と適切な言葉遣いかどうか。
- スピード → 注文や料理提供の迅速さ。
- 対応力 → 顧客の質問や要望への柔軟な対応。

## クレンネス

- テーブルや椅子の清掃状況、スタッフの身だしなみ。
- 店舗全体の雰囲気：接客が店のコンセプトや 雰囲気に合致しているか。

## CS（再来店意向）

- お客様が満足しているか。もう一度店舗を利用したいと感じたかどうか。





## 調査手法

### ■ アンケート調査

◎ メリット： 簡単で広範囲の意見を収集可能。

### ■ 覆面調査（ミステリーショッピング）

◎ メリット： 客観的な視点から詳細に評価可能。

### ■ インタビュー

→ 常連客や利用客から直接意見を伺います。



# フィードバックと改善・注意点

## ■ フィードバックと改善

調査結果をスタッフ全員に共有します。優れた点を称賛し、改善が必要な点をトレーニングで補います。定期的に調査を行い、継続的な改善を目指します。

## ■ 注意点

調査対象者（顧客やスタッフ）のモチベーションを下げないようなフィードバックを行います。ネガティブな結果が出ても、前向きな改善につなげます。

## ■ 調査項目の設定

調査項目は教育やトレーニング・店舗オペレーションに沿ったものにします。