

2020 年 9 月 14 日

株式会社 MS&Consulting

(コード番号：6555 東証第一部)

新型コロナウイルス対策への安心感の違いで、再来店意思に 3 倍以上の差 ～セルフ小売店舗における新型コロナウイルス対策調査結果～

株式会社 MS&Consulting(本社：東京都中央区、代表取締役社長：並木 昭憲)は、当社が提供する覆面調査「ミステリーショッピングリサーチ」によって、セルフ小売店舗における新型コロナウイルス対策への満足度を調査いたしました。その結果、対策に対して不安を感じる店舗は 10.5%あり、非常に安心と答えた場合の再来店意思の満点獲得比率※は、不安と答えた場合の 3.2 倍に上るという結果になりました。緊急事態宣言が全国で解除されて以降も新規陽性者数の増加が報道されている中で、新型コロナウイルス対策への安心感が、お客様の再来店意思に大きく影響を及ぼすことが分かりました。

調査期間：2020 年 7 月 1 日～7 月 31 日 (N=344)

調査対象：セルフ小売業態 315 店舗

※セルフ小売業態：スーパー、ドラッグストア、食品、食物販など接客が少ない小売店舗

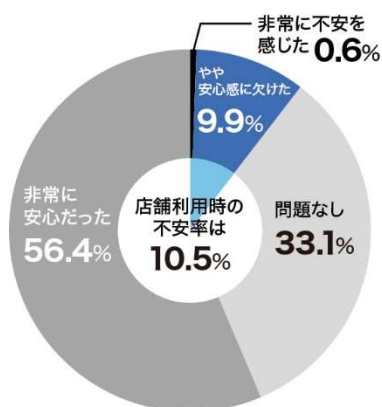
調査方法：弊社サービス 覆面調査「ミステリーショッピングリサーチ」

※再来店意思の満点獲得比率

お客様の再来店意思を確認している設問「また来たいと思われましたか。」において、回答項目の中で満点の回答をどのくらいの割合で獲得しているか、を示した値になります。回答項目は、「5 点：必ず来たい、4 点：また来たい、2 点：たぶん来ない、1 点：絶対に来ない」の 4 段階評価です。

■調査結果①：新型コロナウイルス対策への安心感

図 1. 「感染症の心配なく、店舗を安心して利用できると感じましたか」に対する回答比率



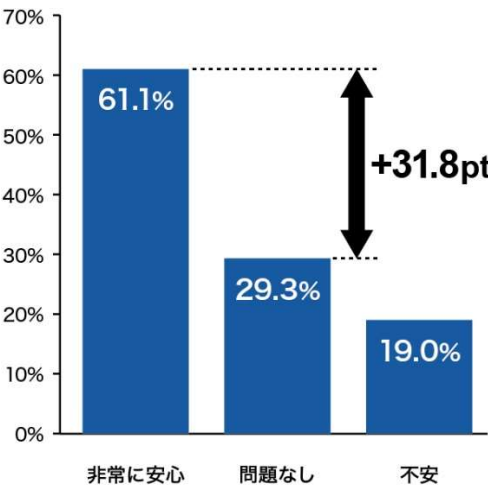
※設問「感染症の心配なく、店舗を安心して利用できると感じましたか」

回答項目は、「非常に安心だった、問題なし、やや安心感に欠けた、非常に不安を感じた」の 4 段階評価

調査結果①より、「非常に不安を感じた」と「やや安心感に欠けた」を合わせた不安に感じられた店舗は 10.5%に留まり、90%近い店舗は新型コロナウイルス対策に安心感を持たれていることが分かりました。先日リリースいたしました外食店舗における新型コロナウイルス対策調査結果では、不安に感じられた店舗が 28.3%あり、「非常に安心だった」の回答割合は 28.6%とセルフ小売店舗の結果に比べて半分ほどであるため、セルフ小売業界のほうがコロナ対策において安心感を持たれていることが分かります。

■調査結果②：新型コロナウイルス対策への安心感と再来店意思の関係

図 2. 「コロナウイルス対策への安心感と再来店意思満点獲得率の関係」



縦軸：設問「また来たいと思われましたか（再来店意思）」の満点獲得率
横軸：設問「感染症の心配なく、店舗を安心して利用できると感じましたか」の回答項目
回答項目は、「非常に安心だった、問題なし、やや安心感に欠けた、非常に不安を感じた」の4段階評価で
非常に不安を感じた+やや安心感に欠けたを「不安」と表現

調査結果②より、新型コロナウイルス対策に「非常に安心」と回答された場合、再来店意思満点獲得率が 61.1%で「問題なし」は 29.3%となり、「非常に安心」と「問題なし」で 2 倍以上の差があることが分かりました。また、「不安」と回答された場合は「非常に安心」と比較し 3 倍以上の開きとなるものの、再来店意思満点獲得率が 19.0%あり、「問題なし」の 29.3%と約 10 ポイントしか差がないことから、コロナ対策でお客様に「非常に安心」と感じていただくことが、リピート率を向上させるためには重要であると考えられます。

■調査結果③：お客様に安心感を与える感染症対策

表 1. 「非常に安心」と「問題なし」の実施率GAP上位 5 項目

項目	問題なし	非常に安心	差
カゴやカートなど備品の消毒	28.4%	60.7%	32.3%
会計後の袋詰めをするスペースにおいて、他のお客様と間隔を保つ案内表示や誘導	43.2%	74.2%	31.1%
スタッフから店舗の感染症対策に関する説明	19.6%	49.6%	29.9%
十分な換気	77.8%	96.4%	18.7%
他のお客様との接触を避けられる工夫	70.5%	88.0%	17.5%

表 2. 「不安」と「問題なし」の実施率GAP上位 5 項目

項目	問題なし	不安	差
他のお客様との接触を避けられる工夫	70.5%	36.1%	34.4%
接客時の適度な物理的距離感	95.5%	69.4%	26.1%
マスクをしていても伝わる挨拶	86.8%	69.4%	17.4%
感染予防に関する各種注意喚起の案内・POP等	81.3%	66.7%	14.6%
会計後の袋詰めをするスペースにおいて、他のお客様と間隔を保つ案内表示や誘導	43.2%	30.0%	13.2%

表 1. 「非常に安心」 N=194 「問題なし」 N=114 差: 「非常に安心」の実施率から「問題なし」の実施率を引いた値

表 2. 「問題なし」 N=114 「不安」 N=36 差: 「問題なし」の実施率から「不安」の実施率を引いた値

調査結果③は、新型コロナウイルス対策への安心感に、どのような内容が影響を及ぼすのかを示した表になります。「非常に安心」「問題なし」「不安」と回答されたデータの各設問項目に対する実施率を算出し、表 1 は「非常に安心」から「問題なし」を引き、表 2 は「問題なし」から「不安」を引き、その差が大きい上位 5 項目を抽出しました。

表 1 から、「十分な換気」や「他のお客様との接触を避けられる工夫」など物を設置して完了する取り組みは、「問題なし」「非常に安心」の双方で実施率が高いことが伺えますが、「カゴやカートなど備品の消毒」「スタッフから店舗の感染症対策に関する説明」などスタッフからの能動的なアクションが必要な取り組みは、「問題なし」と評価された店舗でも極端に低いことが分かります。また、表 1 における上位 3 項目は「非常に安心」と「問題なし」の差が約 30 ポイントですが、下位 2 項目は差が 20 ポイントを下回っています。このことからスタッフからの積極的なアプローチがお客様からの「非常に安心」という評価につながっていると考えられます。

表 2 から「不安」と評価されてしまった店舗では、「他のお客様との接触を避けられる工夫」の実施率が 30%台と、密な状態を作ってしまったことが伺えます。差が大きい 2 番目の項目も「接客時の適度な物理的距離」となっておりますので、最低限取り組みなければならぬ密な状態の回避が出来ていないことによって、お客様へ不安を与えてしまっていることが分かります。お客様が最も気にしている密な状態を回避し、その上で積極的に取り組みをお客様にアピールすることが、お客様の安心、ひいてはリピート率向上につながっていくと考えられます。

当社ではこのようなデータを基に、弊社ソリューションの提供を通じて先行きが見えないコロナ禍の小売企業のご支援を行ってまいります。

■株式会社 MS&Consulting 会社概要

株式会社 MS&Consulting は、顧客満足度・従業員満足度の向上によるサービスの高品質化・高付加価値化を目的とした経営コンサルティングを行っており、顧客満足度覆面調査「ミステリーショッピングリサーチ」を基幹サービスとして、人材定着支援 SaaS「tenpoket」及びコンサルティング・研修などの各種サービスを提供しております。

代表者：代表取締役社長 並木 昭憲

所在地：東京都中央区日本橋小伝馬町 4-9 小伝馬町新日本橋ビルディング

創 業：2008 年 5 月

資本金：608,538 千円(2020 年 2 月末日時点)

U R L：<https://www.msandc.co.jp/>