

百貨店・〇〇〇〇〇〇コーナーモニタリング活動

活動レポートまとめ

1990年代後半

I N D E X

百貨店化粧品コーナー利用状況プロフィール.....	P. 3
モニタリング活動レポート.....	P. 5
1. キャンペーン（ニューワールドキャンペーン）の案内・内容に関するレポート	
(1) キャンペーン内容説明のわかりやすさ	
(2) 一人一人のスキンケアニーズに応えたパーソナルキャンペーンであることの実感	
2. 接客全般に関するレポート	P. 6
(1) 接客における販売スタッフの「時間感覚」	
(2) コーナー全体の印象	
モニタリング活動レポート（自由意見）	P. 7
1. キャンペーン（ニューワールドキャンペーン）の案内・内容に関するレポート	
(1) キャンペーン内容説明のわかりやすさ	
(2) キャンペーンの説明のなかで魅力に感じたこと	P. 9
(3) キャンペーン説明に対する疑問点・不満点	P. 11
(4) ニューワールドキャンペーンが一人一人のスキンケアニーズに応じたパーソナル対応のキャンペーンであることの伝わり方	P. 13
2. 接客全般に関するレポート	P. 15
(1) 販売スタッフの「時間感覚」	
(2) コーナー全体の雰囲気	P. 17
(3) 販売スタッフの印象	P. 20
モニタリング終了後の感想・今後の接点について.....	P. 26

活動概要

1 活動目的

●○○○○百貨店内コーナーにおける新規客対応力強化のためのモニタリング活動を行う

百貨店コーナーの位置づけ

- ・ 広告、SP が実を結ぶ○○○○の顔 ⇒ 媒体露出以上の印象を与えられているか、コーナースタッフの吸引力、コーナーのメンテナンスは十分か？
- ・ お客様の悩みを解決する情報セッション ⇒ 来店客の問題、情報を正しく引き出せるか、適切なアドバイス、商品を提示できているか、押しつけ、思い込みでセールにつなげようとしていないか、コミュニケーション能力の検証
- ・ 商品の販売を実施するセールの基礎 ⇒ 来店客の申告に対し適切な商品を勧めているか、顧客化、ファン化を勧めているか、顧客満足度検証

2 活動内容

■対象者抽出について

- ・ コーナー、接客についてのデプス調査に対応できるモニターとする
- ・ 百貨店×購入が定着、かつプレステージブランドにも慣れたコスメモニターを電話スクリーニングにより抽出する

■モニタリング店舗について

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|
| I. 店舗大きく多忙
来店客自体も急いでいる
単品買いが多い | } 多忙ななか、どう
1人1人に対応するか | } 新宿 伊勢丹
渋谷 西武
池袋 西武 |
| II. 客数の割に接客に
ゆとりがある | | |
| III. ゆっくり接客できる
固定客が多い
客単価が高い | } 新規客をどう
取り込むか | } 日本橋 高島屋
日本橋 三越
玉川 高島屋 |
| | | |
- 横浜 高島屋／銀座 松屋／新宿 京王

■モニタリングチェック内容

- ①百貨店化粧品売場にある「○○○○○」のコーナーで、販売員の説明や対応をチェックしレポートする。
- ②この期間は、新製品のデイクリームが発売の時期でもあり、新規で来店した人にも、00000のスキンケアとファンデーションの魅力を知って頂く“ニューワールドキャンペーン”を展開している。このキャンペーンに対する意見をレポートする。
- ③事前のこのニューワールドキャンペーンの内容を理解したうえで、販売員のキャンペーンに対する説明や各自のスキンケアニーズに対する対応力などを、消費者の視点からレポートする。
(ニューワールドキャンペーンの詳細は後述)
- ④チェックする百貨店は3店。同じ視点で3店についてレポートする。

ニューワールドキャンペーンの内容

①時期

※初日はデイクリームが新発売

②キャンペーン内容

- ◆期間中、フェイスケア商品およびファンデーション類を計2点以上ご購入のお客様は、ニューワールドサイズの商品(通常サイズの約1/2容量のもの)を1つ¥100にて購入できる。
※ニューワールドサイズは、通常のアイテム(スキンケア、メイクアップ)より希望のものを選択できる
- ◆期間中、フェイスケア商品およびファンデーション類を計1点以上ご購入のお客様には、アンケートをお渡しし、次回ご来店の際に10月22日に発売になる新製品のトライアルサイズ(通常サイズの1/3容量)をプレゼント。(一般の人より早く試せる。しかも通常のサンプルよりずっと大きい)
※期間中にオールスキン、オールエイジ対応のナイトローションが新発売になる

3 モニター別訪店一覧

NO	氏名	年齢	未婚	職業	居住地	店舗									
						I			II			III			
						新伊	渋谷	池西	横浜	銀座	新松	日高	日三	玉高	池東
A1		24	未	フルタイム	川崎市		○			○		○			
A2		25	未	フルタイム	川崎市		○			○				○	
A3		25	未	フルタイム	立川市	○					○	○			
A4		24	未	フルタイム	横浜市		○		○					○	
A5		28	未	フルタイム	川崎市	○					○			○	
B1		30	既	専業主婦	新宿区	○					○				○
B2		32	既	専業主婦	世田谷区		○				○			○	
B3		33	既	専業主婦	川崎市		○			○		○			
B4		34	既	専業主婦	町田市			○			○				○
B5		34	既	フルタイム	市川市	○				○		○			
						4	5	1	1	4	5	4		4	2

4 調査機関

株式会社ウィズプランニング

モニタリング活動レポート(カウントパーツ)

1 キャンペーン(ニューワールドキャンペーン)の案内・内容に関するレポート

(1) キャンペーン内容説明のわかりやすさ

N=30								
	I		II		III		計	
1.よく理解できる	3	30%	2	20%	2	20%	7	23%
2.やや理解できる	4	40%	7	70%	4	40%	15	50%
3.あまり理解できない	2	20%	1	10%	2	20%	5	17%
4.ほとんど理解できない	1	10%	0	0%	2	20%	3	10%
計	10	100%	10	100%	10	100%	30	100%
Total Positive	7	70%	9	90%	6	60%	22	73%
平均値	3.60		4.00		3.20		3.60	

※平均値は、1.よく理解できるを5ポイント、2.やや理解できるを4ポイント、3.あまり理解できないを2ポイント、4.ほとんど理解できないを1ポイントとして算出

■店舗内訳

②は人数 ()はモニターNO				N=10		
	Ⅰ		Ⅱ		Ⅲ	
	7名		9名		6名	
Total Positive	③新宿伊勢丹 (A5,B1,B5) ③渋谷西武 (A1,A2,B3) ・池袋西武(B4)		・横浜高島屋(A4) ④銀座松屋 (A1,A2,B3,B5) ④新宿京王 (A5,B1,B2,B4)		・日本橋高島屋 (A1) ④玉川高島屋 (A2,A4,A5,B2) ・池袋東武(B4)	
Total Negative	3名 ・新宿伊勢丹(A3) ②渋谷西武(A4,B2)		1名 ・新宿京王(A3)		4名 ③日本橋高島屋 (A3,B3,B5) ・池袋東武(B1)	
計	10		10		10	

(2) 一人一人のスキンケアニーズに応えたパーソナルキャンペーンであることの実感

N=30								
	I		II		III		計	
1.かなりそう感じられる説明	2	20%	3	30%	2	20%	7	23%
2.ややそう感じられる説明	3	30%	3	30%	0	0%	6	20%
3.あまりそのように感じられない説明	3	30%	3	30%	4	40%	10	33%
4.ほとんどそのように感じられない説明	2	20%	1	10%	4	40%	7	23%
計	10	100%	10	100%	10	100%	30	100%
Total Positive	5	50%	6	60%	2	20%	13	43%
平均値	3.00		3.40		2.20		2.87	

※平均値は、1.かなりそう感じられる説明を5ポイント、2.ややそう感じられる説明を4ポイント、3.あまりそのように感じられない説明を2ポイント、4.ほとんどそのように感じられないを1ポイント、として算出

■店舗内訳

		②は人数 ()はモニターNO		N=10			
		Ⅰ		Ⅱ		Ⅲ	
		5名		6名		2名	
Total Positive	③新宿伊勢丹 (A5,B1,B5) ・渋谷西武(B3) ・池袋西武(B4)			②銀座松屋 (B3,B5) ④新宿京王 (A5,B1,B2,B4)			・日本橋高島屋 (A1) ・玉川高島屋(B2)
Total Negative	・新宿伊勢丹(A3) ④渋谷西武 (A1,A2,A4,B2)	5名		・横浜高島屋(A4) ②銀座松屋(A1,A2) ・新宿京王(A3)	4名		③日本橋高島屋 (A3,B3,B5) ③玉川高島屋 (A2,A4,A5) ②池袋東武(B1,B4)
計		10		10		10	

2 接客全般に関するレポート

(1) 接客における販売スタッフの「時間感覚」

N=30								
	I		II		III		計	
1.とてもよかった	4	40%	3	30%	3	30%	10	33%
2.まあよかった	5	50%	6	60%	5	50%	16	53%
3.あまりよくない	1	10%	1	10%	1	10%	3	10%
4.よくない	0	0%	0	0%	1	10%	1	3%
計	10	100%	10	100%	10	100%	30	100%
Total Positive	9	90%	9	90%	8	80%	26	87%
平均値	4.20		4.10		3.80		4.03	

※平均値は、1.とてもよかったを5ポイント、2.ややよかったを4ポイント、
3.あまりよくないを2ポイント、4.よくないを1ポイント、として算出

■店舗内訳

②は人数 ()はモニターNO N=10								
	I		II		III			
Total Positive	9名		9名		8名			
	③新宿伊勢丹 (A3,A5,B5) ⑤渋谷西武 (A1,A2,A4,B2,B3) ・池袋西武(B4)		④銀座松屋 (A1,A2,B3,B5) ⑤新宿京王 (A3,A5,B1,B2,B4)		③日本橋高島屋 (A1,A3,B3) ④玉川高島屋 (A2,A4,A5,B2) ・池袋東武(B4)			
Total Negative	1名		1名		2名			
	・新宿伊勢丹(B1)		・横浜高島屋(A4)		・日本橋高島屋 (B5) ・池袋東武(B1)			
計	10		10		10			

(2) コーナー全体の印象

N=30								
	I		II		III		計	
1.再来店したい雰囲気	3	30%	5	50%	2	20%	10	33%
2.どちらともいえない	4	40%	2	20%	5	50%	11	37%
3.再来店したくない雰囲気	3	30%	3	30%	3	30%	9	30%
計	10	100%	10	100%	10	100%	30	100%
平均値	2.00		2.20		1.90		2.03	

※平均値は、1.再来店したい雰囲気を3ポイント、2.どちらともいえないを2ポイント、
3.再来店したくない雰囲気を1ポイント、として算出

■店舗内訳

②は人数 ()はモニターNO N=10								
	I		II		III			
Total Positive	3名		5名		2名			
	②新宿伊勢丹 (A3,A5) ・渋谷西武(B3)		・銀座松屋(B5) ④新宿京王 (A5,B1,B2,B4)		・日本橋高島屋 (A1) ・玉川高島屋(B2)			
Neutral	4名		2名		5名			
	・新宿伊勢丹(B5) ②渋谷西武 (A1,A2) ・池袋西武(B4)		②銀座松屋(A1,B3)		・日本橋高島屋(B5) ③玉川高島屋 (A2,A4,A5) ・池袋東武(B4)			
Total Negative	3名		3名		3名			
	・新宿伊勢丹(B1) ②渋谷西武 (A4,B2)		・横浜高島屋(A4) ・銀座松屋(A1) ・新宿京王(A3)		②日本橋高島屋 (A3,B3) ②池袋東武(B1)			
計	10		10		10			

モニタリング活動レポート（自由意見）

1 キャンペーン（ニューワールドキャンペーン）の案内・内容に関するレポート

（1）キャンペーン内容説明のわかりやすさ

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

	Total Positive	Total Negative
I	②・2点以上買うとその次に必要なものが100円で買えるという内容 (A5 新伊,B3 渋谷) ・2点買うと100円で買えるという話は出たが、1点買うと…という説明はない (A2 渋谷) ●ﾊﾟｯｸを説明しただけで補足的説明がない(A1 渋谷) ・ﾊﾟｯｸに書いてある内容を読んでもらったという感じ(A1 渋谷) ●ｷｬﾝﾊﾟｰﾝについては、聞けば教えてくれるという感じ(B4 池西) ●戦略なのかもしれないが、ｷｬﾝﾊﾟｰﾝを前面に押し出していないので知らない人（気づかない人）も多いのでは(B4 池西) ・ｷｬﾝﾊﾟｰﾝについてあまり積極的に話さない(B5 新伊) ○自分に合う商品を紹介してからｱﾝｹｰﾄ回答で1/3サイズﾌﾟﾚﾝﾄの説明をしてくれる (A5 新伊) ○植物性という特長や肌別の化粧品の選び方、使用方法のていねいな説明がある (B1 新伊) ○ﾋｰﾘﾝｸﾞ、洗顔、ﾊﾞﾃｨﾝｸﾞの方法など初めて行く人にもわかりやすく説明してくれる (B1 新伊) ○今までのやり方では、肌を傷めてしまうことなど参考になる説明がある(B1 新伊)	●2点以上買うと100円で買えるという説明は最後に一言あったのみ(A3 新伊) ●ｷｬﾝﾊﾟｰﾝについて聞いても面倒そうに概要のみの説明(A4 渋谷) ・最初にｽﾎﾟｯﾄ商品の説明を求めたためか、新商品の説明と試用の印象の方が強い(A3 新伊) ●くわしい説明がなく、こちらから質問しないと話がすすまない(A4 渋谷) ●予備知識があったためか、広告やｶﾞｲﾄﾞﾝｽ以上のことはわからない(B2 渋谷)
II	・2点以上買うとその次に必要なものが100円で買えるという内容(B3 銀松) ○100円で買えることとｱﾝｹｰﾄ回答でﾄﾗｲｱﾙサイズﾌﾟﾚﾝﾄのことは、きっちり説明 (B5 銀松) ・2点買うと100円で買えるという話は出たが、1点買うと…という説明はない (A2 銀松) ②○ﾊﾟｯｸの内容は理解できる説明(A1 銀松,B2 新京) ●一通りという感じでｱﾝｹｰﾄとﾄﾗｲｱﾙサイズの説明は無し(A5 新京) ・悩み等を話す間もなく説明するので「しっかりｷｬﾝﾊﾟｰﾝ内容を話しているな」と冷めた目で見てしまう(B2 新京) ●こちらから聞くと詳しく説明してくれるが、今ｷｬﾝﾊﾟｰﾝ中ということに気付かない人も多いのでは(B4 新京) ●「ｷｬﾝﾊﾟｰﾝ」というｷｰﾜｰﾄﾞはなかった(B5 銀松) ○商品の詳しい説明がありわかりやすい(A4 横高) ・新製品の宣伝に力を入れている(B1 新京) ○他のﾌﾟﾗﾝﾄﾞにはない自然派化粧品ということが理解できた(B1 新京) ○ﾌﾟﾚｾﾞﾝﾄする取り出し方も教えてくれる(B1 新京)	●ｺｰﾅｰで商品を手にとって見えてもｷｬﾝﾊﾟｰﾝの説明は最後に「2点以上買うと100円」だけ(A3 新京)

	Total Positive	Total Negative
Ⅲ	・2点買うと100円で買えるという話は出たが、1点買うと…という説明はない (A2 玉高) ●7/カートとトライアルサイズの説明は無し (A5 玉高) ○マニュアル通り話している印象で内容はよくわかる (A5 玉高) ○カネリッパを受ける前にキャンペーンの説明があったので、印象に残りわかりやすい (A1 日高) ●具体的な説明がないのでキャンペーンの主旨がわからない (A4 玉高) ●あまりキャンペーンを前面に打ち出している感じがせず、知らない人は知らないまま終わってしまいそう (B4 池東) ・商品の説明、対象とする人の説明はある (A4 玉高) ○ニューワールド商品はもらった試供品とは異なり、肌に対するききめを実感できると言われとても納得 (B2 玉高)	●キャンペーンの説明がない (A3 日高) ●「キャンペーンの説明をして下さい」というお客はいないので、話の中でアピールすべき (A3 日高) ●新商品 (デイクリーム) が出たということだけで、キャンペーンの説明はない (B5 日高) ●新製品の紹介もあっさりしていて、漠然とした説明しかない (B1 池東) ●商品を持ってきただけでこちらから声をかけないと説明がない (B1 池東) ●こちらが聞くことには「そうですね」とだけいう (B3 日高) ●買う意思がないとわかるのか、あまり積極的ではない (B3 日高) ●勝手に敏感肌と決めつけ、乾燥肌なのにオイル用の化粧水を紹介された (B1 池東)
全体	④・2点以上買うと次に100円で買える ③○パソの内容をよく説明している ③・2点買うと100円という話はでたが、1点買うと…という説明がない ③●パソを説明しただけで補足説明がない ⑤●キャンペーンについての説明が全く、あるいはほとんどない ②●こちらから聞かないとキャンペーンの説明がない ②○カネリッパ前、あるいは商品紹介後など、タイミングよくキャンペーンを説明 ・悩みも聞かず説明するので、冷めた目で見てしまう ・新商品の宣伝が主 ⑧○商品説明、手入れ方法、他商品との違いなどわかりやすい説明	⑥●キャンペーンの説明が全く、あるいはほとんどない ③●こちらから聞かないと話がすすまない ③●新商品の説明が主、あるいはそれさえ漠然としている ②●あまり積極的でなく、広告以上のことはわからない ●自分の肌質と違うものをすすめられた

(2) キャンペーンの説明のなかで魅力に感じたこと

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

	キャンペーンのシステムについて (18店)	スキンケア商品について (7店)	その他 (7店)
I	③○スッパツ製品の「ニューワールド」サイズを100円で試せるという説明 →スッパツ製品を一度に揃えるのは金銭的にかなりの負担になるため、今まで○○○○○を使っていない人には魅力的(A1 渋谷, A5 新伊, B4 池西) ○普通サイズは1回分なので効果がよくわからない →「ニューワールド」サイズは効果が多少わかるサイズなのがよい(A2 渋谷) ○一点購入でも1/3サイズのファンがある →今、買おうかな(A5 新伊) ●新製品の説明の後、同じハットを使って「このようなキャンペーンをやっていますのでよろしかったらご利用下さい」とだけ言われた →キャンペーンがよくわからない(A3 新伊) ●キャンペーンの説明は一応一通りしてくれた →自分にとって何がメリットかわからない(B2 渋谷)	○洗顔料に界面活性剤が入っておらず、肌がつっぱらず安心と説明 →成分について安全(B1 新伊) ○一般に化粧品の成分については、説明がないことが多い →きちんと説明してもらい、信頼できる(B1 新伊) ○商品の説明がていねい。試用もできる →商品に対する興味は充分感じる(B5 新伊) ●新製品の説明で良いものだということはわかった →自分にはあまり魅力に感じられない(B2 渋谷)	●面倒そうに説明する →魅力に感じたことは特になし。逆に嫌な気分になる(A4 渋谷) ○自分は他社製品を使っているが試せるのか →日焼けなどでダメージを受けている肌のポイント用なのでもちろん試してみることもOK(B3 渋谷) ○「まずは○○○○○を知るために使ってみては」と言われた →おしつけがましくなく自然に話が聞ける(B3 渋谷)
II	②○2点買えば100円で他のものも試せる →お得でよい説明(A5 新京, B2 新京) ○2000円くらいするものが「ニューワールド」サイズになった →100円で試せるのがよい(B4 新京) ○スッパツに必要なものが100円で買える →すごくお得な感じで安い(B3 銀松) ○自分に今必要な商品を細かく説明、アドバイスしてくれた →その商品がお得な条件で手に入るなら!(B5 銀松) ●100円は魅力だがその前に2点買うとかなりの出費 →それほど魅力ではない(A3 新京) ●3タイプあることは、説明があるが自分にどれが良いのか説明がない →よくわからない(A3 新京)	②○新製品の良さを強調された。説明もよい →ぜひ購入したい(B1 新京, B2 新京)	②●特に魅力を感じたものはない(A1 銀松, A4 横高) ●キャンペーンの詳しい説明がない →魅力を感じるものはない(A2 銀松)

	キャンペーンのシステムについて (18店)	スキンケア商品について (7店)	その他 (7店)			
Ⅲ	②○2点買えば他に100円で買える →00000を試すのによい機会(B3 日高, B4 池東) ○普通の商品と大きさがあまり変わらないのに100円で買える →魅力的(A4 玉高) ○「試供品では使用感しか試せないが、今回のキャンペーンでは、100円で効果も確認できる」と説明 →とてもお得(A5 玉高) ○予算や生活習慣によって何パターンかのラインナップを考えてくれた →自分の都合を考えて購入できそうでお得(B2 玉高) ○他社製品でかぶれたので不安を伝えると「ニューワールド」キャンペーンで手軽に試せ、気になり始めた時に77を始めれば回復も早い」と言われた →新しく買いかえるなら本当に今がチャンス(A1 日高)	6名	・新製品はビタミンがたくさん入っているという説明(B1 池東) ・新製品のサンプルを少し手で試した(B5 日高) ・新製品のビタミンの効用を説明(B5 日高)	2名	○キャンペーンの説明はなかったが、3タイプの用途が明確 →選びやすくわかりやすい(A3 日高) ・キャンペーンの詳しい説明がない →何も思わない(A2 玉高)	2名
全体	②○2点買えば他のものを100円で買える→お得 ○効果がわかるサイズなのがよい ○1点でも1/3サイズのチャンス→お得 ●100円はお得だがその前に2点買うのは出費 →魅力的でない ②○予算や肌質等、自分の都合で購入できる ③●キャンペーン内容、メリットがよくわからない	18店	③○成分等、商品の説明がていねい→信頼できる ○新製品の説明がよかった→ぜひ購入したい ④・新製品の説明があった	7店	○キャンペーン説明はないが3タイプが明確→選びやすい ④●特に魅力を感じない ●面倒そうに説明され嫌な気分になる ●他社製品を使っているでも試せる ○押しつけがましくない	7店

(3) キャンペーン説明に対する疑問点・不満点

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

	キャンペーン説明の不满 (10店)	キャンペーン内容への不满 (6店)	その他 (9店)
I	●悩みに対する説明やコンサルティングをしてくれず「とにかく夏の疲れをとってくれるのが新製品です。キャンペーン中でこういうサービスがあります」と一方的に説明(B2 渋谷) ●面倒臭そうな説明 →不快感を覚えた(A4 渋谷) ●こちらから聞かないと何も教えてくれない(A4 渋谷) ●新人だったらしく説明の途中で混乱 →不安になる(B1 新伊) ・買う気がないのがわかってしまったのか、1点買うとトライアルサイズをプレゼントという説明はない(B3 渋谷) 4名	●いくら100円といっても、その前に普段○○○○○を使用していない人がいきなり2点買うというのはあまり得な感じがしない(B5 新伊) 1名	・キャンペーンの詳しい説明がない →何も思わない(A2 渋谷) ・新製品の売り込みに力を入れている →ニューワールドキャンペーンは“おまけ”という印象(A3 新伊) ・混雑時ということもあるが、20分間立ったまま →つらい。早く帰りたくなる(B1 新伊) 3名
II	●通常1/2サイズという説明がなかった →「この大きさでけっこう使えますよ」と言われても、単なるサポールの大きさととられかねない(A3 新京) ●キャンペーンの詳しい説明がない →キャンペーンなのか普通の商品の紹介なのかかわからない(A4 横高) ●キャンペーンについてももう少し詳しく話してほしい(A2 銀松) ・1点買うと後日トライアルサイズプレゼントの説明はない(B3 銀松) 4名	●いくら100円といっても、その前に普段○○○○○を使用していない人がいきなり2点買うというのはあまり得な感じがしない(B5 銀松) ●悩みにあわせてたくさんすすめられたので、いくつかの商品を買わなくてはならない →ニューワールドキャンペーンとはいえ、それ以降大変お金がかかりそう(B2 新京) ・試すことができるニューワールドサイズの商品はパンフレットに載っている4品だけ?(A1 銀松) 3名	○トータル基礎化粧品を手につけ、ピーリングしてくれたり新色の口紅も塗ってくれた(B1 新京) ●初めての客には席に座らせないという方針でもあるのか →他に客も無く、席も空いているのに20分以上も立ったまま。他ブランドにはない対応(B1 新京) 1名

	キャンペーン説明の不満 (10店)	キャンペーン内容への不満 (6店)	その他 (9店)
Ⅲ	●「新しい美容液はこれです」と言ったが、この美容液について詳しい説明がない(B3 日高) ●2点以上買わないとダメと強調された →買わない客に思われた? (B4 池東) 2名	●初めての来店でいきなり2点もの商品がなかなか買えない →そんな客に「2点買えば100円で」というキャッチセールスは疑問(B2 玉高) ●「100円だから得」という感じ →“私に必要なものが100円だから”という点が伝わってこない(A5 玉高) 2名	②・詳しい説明がない →疑問までたどりつかない。詳しく説明してほしい(A2 玉高, B5 日高) ・なぜ「なめらかに」「ハリが与えられる」のかを肌構造、化粧品の成分等を解説すると説得力、安心感が得られる(A3 日高) ●最初は感じよく説明していたが、だんだん態度が悪くなる →最後はとても感じが悪い(A4 玉高) ●早い時間帯(10:05)に行ったためか清掃中で、雑巾片手に面倒臭そうに説明 →不快。普通、来客前に終わらせておくべき。接客より掃除の方が大事という印象(B1 池東) 5名
全体	●キャンペーンを一方向的に説明され、悩みに応えてくれない ②●キャンペーン商品の説明が不適切 ③●詳しい説明がない ●面倒臭そうな説明が不快 ●新人で説明が混乱して不安 ●買わない客に思われたか「2点以上」と強調された ②・1点買うとトライアルサイズプレゼントの説明がない 10店	③●いくら100円でも、その前にいきなり2点も買うのは得な感じがしない ●「得」ということが強調され、必要なものが100円とは伝わってこない ●たくさんすすめられたのでキャンペーン以降お金がかかりそう ・ニューワールド商品は4品だけ? 6店	③・詳しい説明がないので疑問もおきない ・商品のポイントが肌構造や成分等で解消すると説得力あり ●新製品の売り込みが主で、キャンペーンはおまけという印象 ●はじめは感じ良かったが、だんだん態度が悪くなっていく ②●20分も立ったまま ●掃除しながら説明 9店

(4) ニューワールドキャンペーンが一人一人のスキンケアニーズに応じたパーソナル対応のキャンペーンであることの伝わり方

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

	Total Positive (13店)	Total Negative (17店)
I	○悩みをきちんときいてコースを作ってくれる(B5 新伊) 5名 ○キャンペーンの説明後肌の様子をきいて、合う商品を紹介してくれる(A5 新伊) ○美白について2点の商品の試供品をつけてくれる(B4 池西) ○「日焼けなどでダメージを受けた肌に積極的に使ってもらおう商品」という説明で感じられる(B3 渋谷) ●「一人一人の肌に合わせた」という言葉はない(B3 渋谷) ●悩みは乾燥とシミだと言ったら、一方的に乾燥のケア製品の説明になったので、ケア用品の製品の説明や商品紹介もしてほしい(B1 新伊)	●キャンペーンについてほとんど話がない(A2 渋谷) 5名 ○キャンペーンであることを除外しても、一人一人の肌をみて商品を選択している印象(A4 渋谷) ○キャンペーン中でなくともこの位のカウンセリングをして、自分に必要なものを見つけてくれるのでは(A1 渋谷) ●どの商品がキャンペーン対象か、全く説明がない(A4 渋谷) ●新製品1本で肌の調子が皆変わるというのは、多分にマニュアル通りすぎて個別的な対応に欠けている(B3 渋谷) ●他の商品については、頭から説明するつもりがないように感じられる(B2 渋谷)
II	○まずアンケート用紙で悩みをチェックすると、それに沿って親切に詳しく説明してくれる(B4 新京) 6名 ○キャンペーンの話から肌の状態のチェックが始まり、細かく肌もしていた(A5 新京) ○目の前に商品を5点ほど並べ1つ1つの働きについて教えてくれる(B4 新京) ○エステに行っているかのように細かく説明してくれて、試用させてくれる(B5 銀松) ○トータルで肌に合う化粧品を紹介してくれる(A4 新京) ○色々なタイプのスキンケア商品が用意されることがわかる説明で、季節による肌の状態など、その時に応じたニーズによってもスキンケア商品が選べそう →自分にあった商品が購入できそう(B2 新京) ○買わないことがわかってサンプルをたくさんくれる(B4 新京) ●パーソナル対応というより“2つ買えば”ということが強調されている印象(B3 銀松) ●悩みに応じて商品紹介されるが、自分の説明だけでわかるのか不安。他ブランドではコスパを重視して水分量、皮脂量、pHなどを計測し、納得のいく説明を受けられるが、○○○○○は話しだけなので十分とは言えない(B1 新京)	②●パーソナル対応という言葉や説明がない(A3 新京, A4 横高) 4名 ●自分の肌の状態はどのタイプがふさわしいかの提案があっても良い(A3 新京) ●わかりきったことしか説明してくれない(A2 銀松) ●パーソナル対応のキャンペーンということより、2つ以上の商品を買えばニューワールドサイズのスペシャルケア製品を試すことができるということがメイン説明(A1 銀松) ●「もしよかったらどうぞ」という感じ(A3 新京)

	Total Positive (13店)	Total Negative (17店)
Ⅲ	○肌の状態にあったラインナップを紹介してくれる(B2 玉高) ・カウンセリング前にニューワールドキャンペーンの説明を受けたから、そう感じられるのかもしれないが(A1 日高) 2名	●「一人一人に合わせたもの」という説明はない(B3 日高) ●個々の商品説明はあったが「一人一人の」というコンセプトについての説明は全くない(A4 玉高) ・3タイプで一人一人に対応できるのか？ それとも色々な組み合わせがあるのか？(A3 日高) ●悩みについて聞いてくれない(B4 池東) ●肌の状態については、こちらからどんな商品があるか聞いて、はじめて「今、気になるところは」と聞く(A5 玉高) ●わかりきったことしか説明してくれない(A2 玉高) ●季節の変わり目で少しニキビができたと言うと、勝手に敏感肌用の商品を紹介し、乾燥肌なのにオイル用を持ってくるので、なんで？ という感じ(B1 池東) ●あまり突っ込んで聞かなかったためか、キャンペーンを強く宣伝しているという印象がない(B5 日高) ○キャンペーンの条件はきちんと説明してくれる(A5 玉高) ●知識・対応力・接客態度、全て悪い(B1 池東) 8名
全体	⑩○肌の状態をきいて、合う商品を紹介、説明してくれる ○色々なタイプの商品があり、自分にあったものが買えそう ○買わなくてもサンプルをたくさんくれる ●化粧品の説明が一方的 ●「一人一人の」という言葉はない ●コンピューターを使わない対応は不安 ●「2つ買えば」ということが強調されている ・カウンセリング前にキャンペーンの説明を受けたから感じる 13店	⑤●キャンペーンや「一人一人の」という説明がない ○キャンペーンでなくても一人一人の肌をみている ●キャンペーン中でなくてもこれ位のカウンセリングはしてくれる ●悩みについて聞いてくれない ●こちらから聞いてはじめて肌の状態を聞いてくる ●悩みを相談すると、勝手に肌質を決めつけ合わないものをすすめる ●マニュアル通りすぎて個別的な対応に欠ける ②●わかりきったことだけの説明 ●キャンペーンを強く宣伝していない ○キャンペーンの条件は説明している ●「2つ以上買えば」ということの方がいい ●他の商品を説明する気がない ●どのタイプの商品がっているのか提案してほしい ●全て悪い ・3タイプで一人一人に対応できるのか？ 17店

2 接客全般に関するレポート

(1) 販売スタッフの「時間感覚」

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

	Total Positive	Total Negative
I	○すぐに対応してくれる(A4 渋谷) ③○すいていたので、すぐに対応してくれる(A2 渋谷,B2 渋谷,B4 池西) ○ちょうどすいていて、商品をていねいに説明してくれる(A2 渋谷) ○すいているからといって長びかずテキパキと話をすすめ20分(A5 新伊) ・混んでいて大変そう(B5 新伊) ○大変混んでいたが、すぐに気付いて、笑顔で接してくれた(A3 新伊) ○商品を手にとって見ていたら、割とすぐに声をかけてくれたカウセリングしてくれた(A1 渋谷) ○もう少し勝手に商品を見る時間がほしかったが、自然に声をかけてくれたので良かった(B3 渋谷) ・「ファンデーションや口紅もつけましょうか」と言われ、それを受けたら30分以上かかったかも(A5 新伊) ○カウセリング時間は長すぎず、ちょうど良い(A1 渋谷) ●時間は少々だが、長い気もする(A3 新伊) ○こちらが説明を求めたにもかかわらず「お時間いただきましてありがとうございました」の一言がとてもうれしかった(A3 新伊) ・買わないと言っても仲な顔一つしないでサブも色々くれる(A2 渋谷) 9名	●大変混雑していて、接客に忙しかったのか「他をまわってから来て下さい」と言われた。もっとていねいで思いやりのある対応をしてほしい(B1 新伊) 1名
II	○他のお客さんがいなかったのかカウンターに近付くとすぐ声をかけてくれる(B1 新京) ○混んでいなかったのか丁寧に説明してくれる(A2 銀松) ○混む時間帯ではなかったのか、待つことなくすぐに説明を受けられる(A1 銀松) ○混んでいて全てのスタッフの手がふさがっていても声をかけて気を遣うなど、対応が良い(B2 新京) ・混んでいて忙しそうだったので、順番にという感じだったが仕方ない(B3 銀松) ・夕方混んでいて、待たされたが気にしてくれていたのか仕方ない(B4 新京) ○混んでいたが、いやな思いもせず手抜きっぽい感じもない(B5 銀松) ○閉店30分前だったが、せかせる感じはなく手際よくテキパキとすすめ、時間オーバーもなく良い(A3 新京) ○スタッフの対応が良いせいか、一旦説明を受け出すとせわしない感じがしない(B2 新京) ・間合いは少し早かったが、気になるほどではない。20分位(A5 新京) ○説明時間も適当(B2 新京) ●カウセリングの時間は少し短い(A1 銀松) ○あらかじめ時間の都合を確認してくれる(A5 新京) ・すぐに長い説明に入ってしまうので、説明の前に「お時間ありますか?」とか「20分位かかりますがよろしいですか?」などと声をかけてくれればよいのでは(B1 新京) 9名	●最初来店した時、かなり待たされた(3~4分)(A4 横高) 1名

	Total Positive	Total Negative
Ⅲ	②○すいていたので、すぐに説明を受けられた(B4 池東, B2 玉高) ○混んでいなかったのかソファーに座らせてくれ、色々商品を紹介してくれる (A2 玉高) ○朝11時半位で他の客もいなくて15分程度の説明。早口になったりダラダラ説明することなく、聞いていて飽きない(A5 玉高) ○商品をながめているのをフリと見つつ少ししてから声をかけてきて、間は良かった (B3 日高) ・特に時間について不快に感じたことはない(A4 玉高) ○接客時間もちょうど良く、内容も濃くて満足(A1 日高) ○手短かに説明してくれて、短時間で色々なことがわかった(B2 玉高) ○何が悩みなのか、始めにしっかりつかんで解決する商品のみを説明してくれたので、短時間で終わる(A3 日高) ●少々もの足りない気もする(A3 日高)	・ほんとに混んでいて、手がまわらないみたい(B5 日高) ●客は誰もいないし、掃除をしているほどヒマなのに説明が短い。よほど接客時間をかけるのが嫌なのか。感覚がわからない(B1 池東)
全体	⑨○すぐに対応してくれる ③○混んでいたがすぐに対応してくれる ③・混んでいて大変そうだが仕方ない ○商品を見る時間がなかったが、自然に声をかけてきてくれる ○声をかけてくる間が良い ③○すいていてていねいに説明してくれる ⑧○説明時間、内容ともちょうどよい ●説明時間が長い ②●説明時間が短く、もの足りない ○あらかじめ時間を確認してくれる ・あらかじめ時間を確認してほしい ・間合いは少し早かった ○はじめに悩みをしっかりとつかんでくれるので短時間で終わる ○「お時間をいただきありがとうございました」の一言がうれしい ・買わなくても仲な顔一つしないでサツルもくれる	●かなり待たされた ・混んでいて手がまわらない ●「他をまわってから来て下さい」と言われた ●ヒマなのに説明が短い

(2) コーナー全体の雰囲気

I

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

チェック項目	1. 新宿 伊勢丹 (4名)	2. 渋谷 西武 (5名)	3. 池袋 西武 (1名)
雰囲気全般 (立地含む)	○隣の常連らしい人が仲良くメクしていて楽しそう うで良い印象(A3) ●落ち着いた説明を聞く雰囲気ではなく、帰ってしまう客もいる(B1) 2名	○化粧品売場のはじの方に位置し、カウセリング場所 も通路側に面していなかったため、通る人を気に せずカウセリングを受けられる(A1) ●ちょっとむむしているため、もう少しゆったりした 空間がほしい(A4) ●西武は天井が高くとてもよい雰囲気だが、○○○○○は すみで小さいので少々イパノ外に欠ける(B2) ●カウターが窓際ギリギリで少しせまい(A2) ○明るい感じ(B3) ○少し暗い感じ(A1) 5名	○入りやすかった(B4) 1名
設備 ディスプレイ	○仮に座って説明を受けられるのでとても落ち着 ける(A3) ○広くはないがスッキリしている(A5) 2名	○ディスプレイがきれい(B2) ○キャパ-の丸いパノフレットが取りやすい位置にある (B3) 2名	
メンテナンス クリーン	○清潔な感じ(B5) ●忙しいためか外側はきれいだが、カウターの内側 (B3)は少々乱れている(A3) ●サワ-の箱や商品が乱雑にあり、ビニールに入った商品が 山積みになっているのが見えて「汚い」印象(B1) 3名	○清潔感がある(B2) ○カラリングに清潔感がある 2名	
スタッフの対応	○感じ良かった(B5) ○混んでいても笑顔がある(A3) ○混んでいても商品をながめている客に必ず声をかけて いるので、少し待たせようという気になる(A5) ●混雑していて、散乱する前の客のカ-や商品を片付け ながらの対応(B1) 4名	●暇そうにしているスタッフが多い(B2) ●暇なスタッフがおしゃべりしていて良い印象はない (A2) 2名	
その他			

チェック項目	1. 横浜 高島屋 (1名)	2. 銀座 松屋 (4名)	3. 新宿 京王 (5名)
雰囲気全般 (立地含む)		○場所もよいし広々としていて見やすい(A2) ●デパート内で前面に出てる他ブランドのよう なイパの強さや華やかさが無い(B5)	○気軽に立ち寄れる雰囲気(B1) ●エスカレーターのそばにあるので少しごちゃごちゃと せわしない感じ(B2) ●コーナーが中央部にあるため人通りが多く気になる(A3) ●コーナーが少々せまい印象。説明するスペースもギリギリの広 さ(A5)
設備 ディスプレイ	・商品はきれいに並べてあったが、興味は持てな い(A4)	○カラリングが目をはいた(B3) ●カラリングを受けるカウンターとイスの高さが合っ ていなくて座りにくい(A1)	○ディスプレイがきれい(B1) ○フッターが多く、手にとりやすく待っている間、 色々試せる(B4) ●スペースはあるがディスプレイが多すぎてせまい(A5) ●イスがなく立ったまま試すので落ち着かない(A3)
メンテナンス クレンジング			○清潔感がある(B1) ○客が多くて大変そうだが、きちんと整理され 清潔感がある(B2)
スタッフの対応		●スタッフは立ったまま、自分は低いイスに座っての カラリングなので、上から見下ろされてる感じが する(A1)	○他に客がいないので立ちっぱなしだったが、ゆ っくり説明を受けられる(B1) ○スタッフは大勢いて明るい対応をしてくれる(B2) ●閉店近いためか、掃除などを始めていて圧迫感がある (A3)
その他		●「キャンペーンやってます」ということが、話を聞 くまでわからない(B5)	

Ⅲ

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

チェック項目	1. 日本橋 高島屋 (4名)	2. 日本橋 三越 (0名)	3. 玉川 高島屋 (4名)	4. 池袋 東武 (2名)
雰囲気全般 (立地含む)	・デパート内で一番奥にあり、ちょっと地味め(B5) ・707-のすみにあり少々あかぬけない感じだが、説明を聞くには落ち着けてよい(A3) 2名		○感じの良いコーナー(A4) ○すっきり明るい感じ(B2) ○すっきりしていて印象は良い(A5) ○コーナーに適度な広さがあるため、気軽に気持ちよく行ける(B2) ●説明してくれるスペースは少しせまい(A5) 3名	○入って行きやすい雰囲気(B4) 1名
設備 ディスプレイ	○パンフレットもすぐそばにあり、ディスプレイは良い(B3) ○ディスプレイは整頓されてきれい(A3) ○コーナーの角に商品をディスプレイするのは違い、1ヶ所に全商品がディスプレイしてあるので見やすい(A1) 3名		・はじめディスプレイを見たときの商品がなく、どうやってキャンペーンのことをたずねればよいのかわからない(A4) 1名	○新商品が手に取りやすい(B4) 1名
メンテナンス クリーン				
スタッフの対応	●スタッフの明るさが今ひとつ(B3) 1名		●全てのスタッフに親近感をもてなかった(A2) ○はじめは対応がなくこちらから質問することに答えてくれる感じで、しつこさがないのが良い(B2) 2名	●カウンターが無人で外でディスプレイを掃除中。そのまま外で雑巾を持ったままの説明で感じが悪い(B1) 1名
その他				・東武デパートの店員が出入りしていたがスタッフ不足(B1) 1名

(3) 販売スタッフの印象

I

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

チェック項目	1. 新宿 伊勢丹 (4名)	2. 渋谷 西武 (5名)	3. 池袋 西武 (1名)
態度全般	○感じがよい(B5) 4名 ○笑顔がとても素敵(A3) ○とてもいねいな説明、対応(A3) ○説明がていねいでわかりやすい(A5) ○口調もなめらかで有能な印象(A5) ○忙しい時間(6:00~7:00)にもかかわらずせわしさを 感じさせない雰囲気がとても良い(A3) ●スタッフ全員接客中だったのか、みんな冷たい態度。後から来る客も接客の悪さに帰る人もいる(B1)	○全体的に良い印象(A1) 5名 ○とてもさわやかで自然(B3) ○やさしい(B3) ●感じが良くない(A4) ○はきはきしている(A2) ○無理に買わせようとしないのが良い(A2) ●いかにも買わないように見えたのか、悩みを話しても ていねいな説明をしてくれない(B2) ○買わなくても「まだやっていますので」とさわやかに 送ってくれた(B3)	○親しげで良い(B4) 1名
清潔感 (見た目の 印象)	○良い(A5) 4名 ○肌がきれいでよい感じ(B5) ○白が清潔感を、赤が暖かみを感じさせ、二色がそろう と高級感をもたせ(A3) ○白の制服がスマートで女性らしく素敵(A3) ●コーナー全体(ディスプレイコーナーの上、スタッフのコーナー)全て散乱し ていて、こんなに汚い化粧品売場を初めて見た(B1)	○清潔感がある(B2) 4名 ○化粧が派手でなくアクセサリもつけていないので、 清潔感がある(A1) ○ありがちな濃い化粧ではなく好感がもてた(A2) ○さわやかな感じ(B3) ●カウンターですれてしまっているのか、制服の胸の部分が 汚れていた(A1)	○清潔感がある(B4) 1名
親近感 (笑顔、 言葉遣い など)	②○良い(A5, B5) 4名 ○ゆっくりやさしい話し方で親近感があり、感じ は良い(B1) ○言葉遣いはていねいだが親しみがもてる(A5) ○にこやかに会話(A5) ○相槌のうち方が良い(A5) ○高級なイメージがありとっつきにくいと思っていたが、 実際はとても親しみやすく、これからお世話になりたい(A3)	③○言葉遣いはていねい(A1, B2, B3) 5名 ○笑顔は絶えずある(A2) ○ふと安心できる笑顔(B3) ●笑顔が少なくあまり和やかなムードではない(A1) ●笑顔が少なく、あまり親近感を感じない(B2) ●笑顔が全くなく、少しこわい(A4) ●あまり親近感が感じられず近寄りづらい(A4) ○若いので話しやすい(A2)	○親近感がとても感じられた(B4) 1名

チェック項目	1. 新宿 伊勢丹 (4名)	2. 渋谷 西武 (5名)	3. 池袋 西武 (1名)
悩み、相談 に対する 理解力、 対応力	○きちんと話を聞いて理解してくれた(B5) ○説明はわかりやすく満足(B1) ○悩みを一つ一つ聞いて、一生懸命応えてくれた(A3) ○話がくい違うことはない(A3) ○思ったより深いコメントがあった(A5) ・肌にさわって状態をみってくれる(A3) ●乾燥、しみ、そばかすと複数の悩みの対応を望んだが乾燥にだけの商品紹介、説明なので残念(B1) ○気になるポイントをフォローする商品を紹介してくれる(A5) 4名	○言うことをすばやく理解し、的確にまとめてくれた(A1) ●反応がない(A4) ●セルフ意識があまりないように見える(A4) ●どの商品がよいのか説明してくれないので、理解力はあっても対応力がない(B2) ○他の製品を使っていると言うと「全部変える必要はないですよ」と安心させてくれる(B3) 4名	・普通(B4) ○悩みについては聞いてくれた(B4) 1名
商品知識 および 悩みと 商品の フィット感	○一生懸命勉強している感じで好感が持てる(B5) ○全ての商品の効能を把握している感じ(A5) ○使い方、効果が良くわかった(A3) ○化粧品の成分の説明があり安心(B1) ・商品に含まれる物質(界面活性剤を含まない)の説明があったが、化学物質の説明はこれのみ。もう少し安全性の説明をした方がよい(A3) ○基本として使用する商品と、乾燥の度合いに応じて使用する商品の使い分けがわかりやすかった(B1) ○的確なサンプルをくれた(A5) 4名	○悩みに応じた商品をすばやく紹介するので、商品知識は充分ある(A1) ・若いので話しやすいが、逆に本当に知識があるのか少し不安な面もある(A2) ●特にすすめられた商品もなく、以前使っていた商品についてたずねても一言二言で終わってしまう(A4) ・新製品に関する知識はあるが、フィット感はどうかなという感じ(B2) ○この時期、肌がダメージを受けていることを説明してくれる(B3) 5名	○まあまあ良かった(B4) 1名
その他 気づいた こと	●バが小さく、荷物の置き場に困る。カッパに棚をもうけ、荷物を置けるようにしたらよい(A3) ●場所柄いつも混んでいるので、混雑時の対応を改善してほしい(B1) ○複数のスタッフの話しかける言葉が似ていて、きちんと研修してある感じ(A5) ●雑という印象(B1) ○スタッフは1人を除いて全員肌がきれいで、化粧品の効果を感じ、イメージアップになる(A3) 3名	●ディスプレイの向こう側からのぞきこむ様に説明されたので、落ち着いて聞けない(B2) ・ゆっくりと広い場所で話が聞ければ魅力的に感じるのでは(B2) ●ファンデーションをぬってもらったらかなり厚塗りになってしまったので、もう少し考えてほしい(A2) ●実際に手の甲で全ての商品を試してみたが、つけごちの感想を求められることがない(A1) 4名	・買わないと思われたのかあっさりしていて簡単にあしらわれた感じ(B4) 1名

チェック項目	1. 横浜 高島屋 (1名)	2. 銀座 松屋 (4名)	3. 新宿 京王 (5名)
態度全般	●面倒臭そうな態度に不快感をおぼえる(A4) 1名	●あまり良い印象を持ってない(A1) ○ていねいで自然(B3) ○ていねいに説明してくれる(A2) ○キャリアのある感じで親切(B5) ○エッセンスのような感じ(B5) ○自分の経験等も話してくれる(B5) 4名	②○とても明るく良い感じ(A3, B2) ○元気はつらつ。感じはとても良い(B2) ○すごく親切でていねいで良かった(B4) ○忙しい中でもていねいさがうかがわれる(B2) ○研修生だったためか、ていねいで親しみやすい(A5) ○押しつけがましくなく好感がもてる(A5) ○カウンターに近付くとすぐに声をかけてくれるのが嬉しい(B1) ○帰り際に外まで出てきて見送ってくれ、また行ってもよいかなという気になる(B1) ○時間的に余裕がなかったが、必要なものを充分に説明してくれる(A3) 5名
清潔感 (見た目の印象)	○見た目は良い印象(A4) 1名	○清潔感がある(B3) ●不潔な感じはないが、制服が少しくたびれ気味(B5) ●指先のマニキュア、ささくれが手入れされていない。商品を紹介するうえで指先のきれいさも重要(A1) ●場所柄か、化粧が濃い(A2) ●場所柄か、客層からか、年配のスタッフが多く少し近よりがたい(B3) 4名	○清潔感がある(B4) ○良い。スタッフはスッキリしている(A5) ●忙しいためか、少し疲れ気味に見える(B2) ●店員の肌の状態があまりよくなくて残念(A3) ●日焼けした人だったので、しみ、そばかすの悩みをわかってくれるか不安。白い肌の方が清潔感がある(B1) ・客があまりいないせいかもしれないがとてもきれいに掃除されている(A3) ・丁度がら掃除している人がいた(A5) 5名
親近感 (笑顔、言葉遣いなど)	●笑顔はまったくなく、親近感はない(A4) 1名	○親近感はある(B5) ②○言葉遣いはていねい(A1, B3) ○話やすい感じ(B5) ○若い格好をしていたためか、フレンドリーに話をしてくれる(A2) ○笑顔もある(B3) ●少し冷たい感じ(A1) 4名	○笑顔があり言葉遣いも良い(B2) ○笑顔で説明してくれ、聞きやすい(A5) ○カウンターに近付いて笑顔で声をかけてくれて気分が良い(B1) ○言葉遣いがていねいでハキハキした口調がさわやか(B1) ●語尾を少しのぼしているのが気になる(A3) ○一生懸命さが伝わる(A5) ○新人(実習生)で一生懸命に説明してくれるので、わかりやすい(B4) ・髪をまとめるともっと素敵な笑顔になる(A3) 5名

チェック項目	1. 横浜 高島屋 (1名)	2. 銀座 松屋 (4名)	3. 新宿 京王 (5名)
悩み、相談に対する理解力、対応力	●悩みにあまり対応してくれない(A4) ●商品の紹介もない(A4) 1名	○悩みは理解してくれる(A1) ○説得力があり「安い」と思わせる(B3) ○こちらの知りたいことをきっちり教えてくれる(B5) ○それぞれの相談にきちんと応じてくれる感じが好印象(B5) ●見た目で若いと思われ何かにつけ「まだ若いけど」という説明が多い。きちんと本当の年を確かめて説明してほしい(A2) 4名	・肌状態を熱心に聞くが、少し質問が多い。より多く情報が欲しくても、もう少しシッパルに(A5) ②○商品の説明、使い方はとてもいいのでわかりやすい(A3, B1) ●商品に含まれる物質、肌構造、相互作用等、もう少し「科学的根拠」の説明がほしい(A3) ・悩みに合ったスキンケア商品を並べて説明し、サンプルを揃えてくれた(B4) ○基礎化粧品からトータルで紹介し、的確(A5) ○基本の化粧品と気になる部分に使用するスペシャルの紹介もしてくれる(B1) ・最初新製品とサンプルロケション、さらに美白用ローションとエッセンスまで勧められ、そんなに新しく購入できないと言うとしぶしぶだったがそれに応じて応えてくれる(B2) 5名
商品知識および悩みと商品のフィッティング力	・商品の説明があまりなかったので判断できない(A4) 1名	○知識はすごくある(A2) ○紹介した商品以外のものへの質問にも的確に答えるので知識は充分(A1) ○キャリアがあり商品のことはよく知りつくしているイメージで安心できる(B5) ○新商品のこともよく勉強している(B5) ・今の肌について話してくれる(B3) 4名	○知識は充分(B4) ○(他の店にはもっと知識のある人もいたが)ひととおりの商品知識はある(B2) ○勧めたい商品は把握していてポイント説明もわかりやすい(A5) ・初体験1つにしても、肌にどのような作用があってどのような効果が得られるのか等、具体的な説明がほしい(B1) ○悩みに応じて納得のいく商品を紹介してくれる(B1) ○肌に直接さわりの、オイル等、タイプにあわせた選定をしてくれる(A3) ○自分では気付かない肌状態を指摘され参考になる(A3) ・悩みの分だけ商品がふえていくので、もう少し金額等柔軟に客の都合も考えてほしい(B2) 5名
その他気づいたこと		・無駄を省いた必要最低限の質問、商品紹介という感じのカウンセリング(A1) ・あまり敷居が高すぎても困るが、雰囲気安っぽい感じで、○○○○○にしてはちょっとダサく見える(B3) 2名	○モニターした3店の中では店も大きくて良い(B4) ○キャンペーン中でも絶対売ってやろうというしっこさがなく、とてもよい印象で思わず買いたくなってしまう(B4) ●接客はしていなかったが、一番偉そうなスタッフが無愛想なのが気になる。説明を受けている横にガタと物を置くなど、せかしている雰囲気(A3) ●閉店間際で、まわりで掃除するのが気になる(A3) ○化粧品を手にもる時、エステに行っている感じの手で、とても手なれた感じ。プロだなとしばらくうっとりしてしまう(B1) 4名

	1. 日本橋 高島屋 (4名)	2. 日本橋 三越 (0名)	3. 玉川 高島屋 (4名)	4. 池袋 東武 (2名)
態度全般	○全体的に好印象(A1) ・感じ悪いわけではないが物足りない感じ(B5) ・とてもいいのだが、どこことなく冷たい感じ。ベテランらしいスタッフ3人の落ち着きが、慣れとともに冷たさを出している(A3) ●買わない客と思われたか、一応話すけど詳しくはいわないという対応(B3)		・スタッフの数が少なく、忙しそうだとまどってしまう(A4) ・最初は感じ良いが、だんだん面倒臭そうになっていくのが不快(A4) ・マニュアル通り。あまり熱心でないが、しつこくなくて良い(A5) ・説明の仕方に少々マニュアル通りという冷たさがあるが、初めての来店なのでそれも良いかなという感じ(B2) ●「これを買え」というオーラが説明にただよっていて少し恐くて断りづらい(A2)	●ぶっきらぼうでモニターした3店の中では一番そっけない感じ(B4) ●カウンター近付いても掃除に専念していて、しばらくたってからやっと面倒臭そうに対応してくれる(B1) ●新人研修等を終えてスタッフになったとは思えないほど。化粧品全体にイメージに関わるほど態度が悪い(B1)
清潔感 (見た目の印象)	○清潔な感じ(B5) ・まあふつう。汚くはない(笑)(B3) ○制服の汚れもなく、化粧も濃くなく清潔感がある(A1) ○制服をキッと着こなされていた(A3) ・髪はまとめた方が清潔感が増す(A3) ●日焼けしていると肌の美しさが半減するのでお手本にならない(A3)		○良い(A5) ○清潔感があり良い印象(A4) ○きちんと化粧していて肌もきれいで清潔感がある(B2) ●少し化粧が濃い(A2)	○良い(B4) ●化粧が派手(B1) ●雑巾を持ったままの対応は不潔。あのまま化粧品のお手入れをされたら…とぞっとする(B1)
親近感 (笑顔、言葉遣いなど)	○言葉遣いも問題なくカウンセリングの間も笑顔で対応してくれて親近感が湧いた(A1) ・笑顔でこたえてくれたが、少しお疲れのご様子(B5) ・笑顔だが冷たい感じ(B3) ・笑顔がひきつっていたのが気になる(A3) ●フィリングがあわなかったのか、あまり話はずまない(A3)		③○言葉遣いはいい(A2, A5, B2) ●表情があまり変わらず親しみやすさはない(A5) ●説明が儀礼的という感じで、あまり親近感はない(A2) ○あまり笑わないが答えが的確なので良い印象(B2) ●笑顔は最初だけで、だんだん怖い感じがしてくる(A4) ●もう少し愛想が良いともっと良い(A5)	・普通(B4) ●笑顔全くなし(B1) ●面倒臭いという感じが表情から読みとれた(B1)

	1. 日本橋 高島屋 (4名)	2. 日本橋 三越 (0名)	3. 玉川 高島屋 (4名)	4. 池袋 東武 (2名)
悩み、相談 に対する 理解力、 対応力	○悩みを上手に聞き出し、対応してく れる(A1) ●通り一ぺんの説明しかないのが気になる (A3) ・あまり悩みを相談する感じにもっていけず (B5) ●「他の商品を使っているけれど…」と言っ ても、それに対して安心させてくれる言葉 がない。こちらから「別に全部揃えなくて もいいんですよね」とふっても、のって こなくて少し投げやりな感じ(B3)		○悩みを話す的確な商品を説明して くれる(A2) ○気になる点を話してから対応は早く、合 う商品を次々説明してくれる(A5) ●あまり相談にのってもらえず、反対にこち らが質問しないと商品の紹介もない(A4) ○「子供が一歳になり公園などで遊ぶことが 多くなる」と相談すると、予算に合わせて 何パターンか考えてくれたり、便利な商品を 紹介してくれたりと非常に良い対応(B2)	●あまり感じられない(B4) ●全くなし。自分でパンフレットを見て選ん だ方がまだよい(B1)
商品知識 および 悩みと 商品の フィット力	○2つのマスを組み合わせて使うこと による効果upなど、悩み解決のため の様々な案を出してくれる(A1) ●直接肌に触れることもなく、商品の提案を される(A3) ・ほり下げた説明がないのでよくわからない (B3) ・新しい商品にもとても簡単な説明のみで、 キャンペーンに関しては全く説明なし(B5)		○新発売のクリームを含め、知識 は豊富(B2) ●知識はあるようだが、説明や紹介が全くな く混乱してしまう(A4) ○手を使って紹介したりかなり詳しく説明し てくれる(A2) ○こちらが聞いたものよりもっと合う商品を 紹介してくれる(A5) ○はじめ、夏の疲れのためにと新製品 を勧められたが、話の流れからSPF値25の 下地クリームのみを使用を勧めるなど、フィッティ ング力はある(B2)	・詳しい説明はない(B4) ●全くなし(B1) ●乾燥肌なのにニベアができたというだけでトリ 用を紹介される(B1)
その他 気づいた こと	○説明が上手だったため、今回のカッ リッで紹介された商品を使ってみた くなる(A1) ●客が他にいなかったこともあるが、説明し ている店員以外の店員がこちらを見ている のが気になる(A3) ・とても混んでいてこちらからつまんだ話 はしづらく、向こうも「説明しますよ～」 という積極性がなく、結局よくわからない まま(B5)		●キャンペーンを生かした商品の説明や、 通常の商品の紹介が全くといって よいほどない(A4) ・休日での売場にはたくさん客がいるのに ○○○○○には、1人もいないのはなぜだ ろう。スタッフも優秀そうなのに理由が思いあ たらない(B2)	●クリームをパッと手の甲につけて自分で のばすよう言われ、不親切な感じ(B4) ●帰り際「また来ますからパンフレット下さい」と 言うが無言のまま渡され、もう掃除をはじめ ていた。こういう店には絶対行かない。一か ら指導すべき(B1)

モニタリング終了後の感想・今後の接点について

最終的な気持ち・行動

	人数	モニターNO
1. 全体的に関心が持てなかった	2名	A4, B1
2. キャパ-ンに関心を持てたが、○○○○○の商品に関心が持てなかった	1名	B3
3. キャパ-ンにも○○○○○の商品にも関心を持ったが、購入するまでには至らなかった	6名	A1, A2, A3, A5, B2, B4
4. スキンケア商品、又はファンデ-ションを1点以上購入し、アンケートを受け取った	1名	B5
5. キャパ-ンに乗りスキンケア商品、又はファンデ-ションを2点以上購入し、ニューワールド サイズを購入し、さらにアンケートも受け取った	0名	
計	10名	

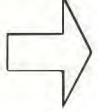
上記に至った理由

○肯定意見 ●否定意見 ・ニュートラル意見 ②は人数 ()はモニターNO N=10

化粧品コーナーについて (N=4)	キャパ-ンについて (N=6)	商品について (N=7)	その他 (N=3)
○スタッフが全然おしつけがましくなく化粧品コーナーのイメージが変わった (A5) ●店員の態度が悪い (A4) ●その場を早く立ち去りたい気持ち (A4) ○玉川高島屋のスタッフは3つの中で一番の好印象 (B2) ○エステシャンのようにきっちり相談にのってくれるスタッフ (銀座松屋) には他社にはない好感を持つ (B5) 肯定(3名) 否定(1名)	○キャパ-ンをどんどんやってほしい (B3) ●キャパ-ンにはすぐにのれない点がある (B5) ●キャパ-ンの形にはピンとこない (B5) ○買うなら今のキャパ-ン時期がお得 (A5) ○キャパ-ンは二個分で三個買えると思うと、割安感がある (B3) ○ニューワールド サイズは魅力的 (A2) ●商品を二つ買わなければならないのは、金銭的に躊躇 (A2) ●(キャパ-ンは) 少々値段が張る (A3) ●現在の肌の状態に商品が必要なのか、具体的説明、説得力に欠ける (B1) ・自分の肌質を言って、商品紹介するのではなく店側の診断も希望 (B1) ・肌質にあった商品というより新製品だから押し売りという印象 (B1) ●コンピュータ診断なら納得できる (B1) ●どちらか一方的という印象 (B1) 肯定(3名) 否定(4名) 中立(1名)	○○○○○は肌に良いものを選ぶ (B2) ○夏、肌にダメージを受けたので、自分の肌に合った商品を買っても良いと思う (B3) ○もらったサンプルを使ってみたら、肌に効果的 (A5) ○アレルギーも起きないのでもっと使ってみたい (A5) ●手の甲で試したが、帰宅途中少し肌刺した (A3) ○クレンジングで軽くパッティングして汚れをはがすように使う方法が初めての使用方法で、興味を持つ (A3) ●嫌な香りではないが、やや香料がきつい (A1) ●香りなどがあるので、少々安全性が心配 (A3) ○植物成分を多く含んでいるので安心 (A3) ○新製品にすごく魅力を感じる (B4) ●特別にこれが欲しいと思うものがない (B3) ・現在使用中のものが残っているので、購入には至らない (A5) ②・○○○○○の商品は現在使用中のものに似ている (B2, B3) ・現在使用中のものと似ているのであえて変えるほどではない (B2) ○現在使用中のメーカー以上に魅力を感じるスキンケアがあれば、○○○○○を購入する可能性あり (B2) ○○○○○の商品は思ったほど高くない (A5) ●8000円は高いので、買うのをやめた (B4) ・商品、ブランドに興味を持てない (A4) 肯定(5名) 否定(5名) 中立(3名)	○ていねいなアドバイスを受けた銀座松屋で、キャパ-ン以外の商品を購入 (B5) ○現在使用中のものを使いきった頃、もう一度コーナーを見てみたい (A5) ●よく行く玉川高島屋では、現在使用中のメーカーと○○○○○が隣合わせなために、なんとなく○○○○○は買いにくい (B2) 肯定(2名) 否定(1名)

購入者(1名)の再来店意向と理由

- 2・たぶん来店する(1名)
- 「せっかくアンケートもらったので」というぐらいの理由。時間的に余裕があれば行く



次回来店したい百貨店と理由

- Ⅱ 銀座松屋
- ・他店に比べて、細かいところまで相談にもってもらった。アンケートももらっている