

# 全体の2人に1人が「接客が良いこと」を理由に来店 接客の良し悪しに対する口コミが、今後の来店意向に大きく影響か

## <接客に関する調査>

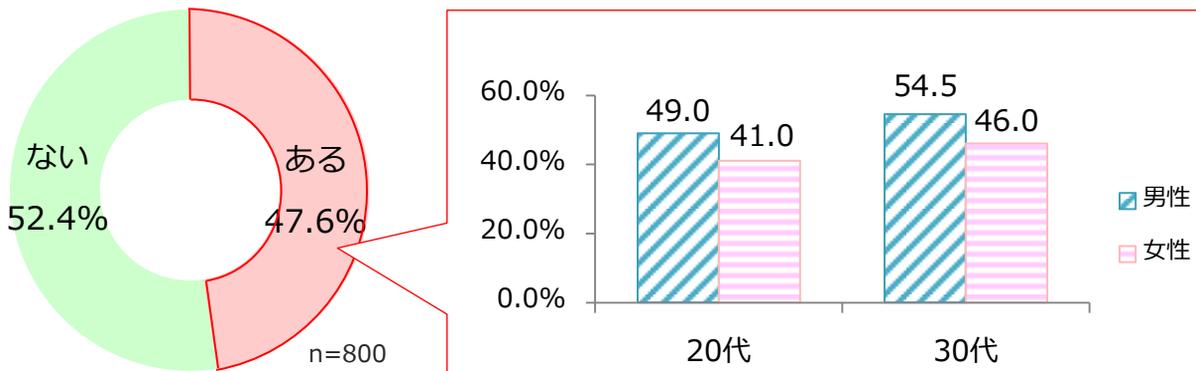
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、一都三県（東京・神奈川・千葉・埼玉）に在住する20歳～39歳の男女を対象に「接客に関する調査」を実施しました。  
※本調査は、株式会社宣伝会議と共同で行った調査になります。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <http://www.cross-m.co.jp/report/sv20160425/>

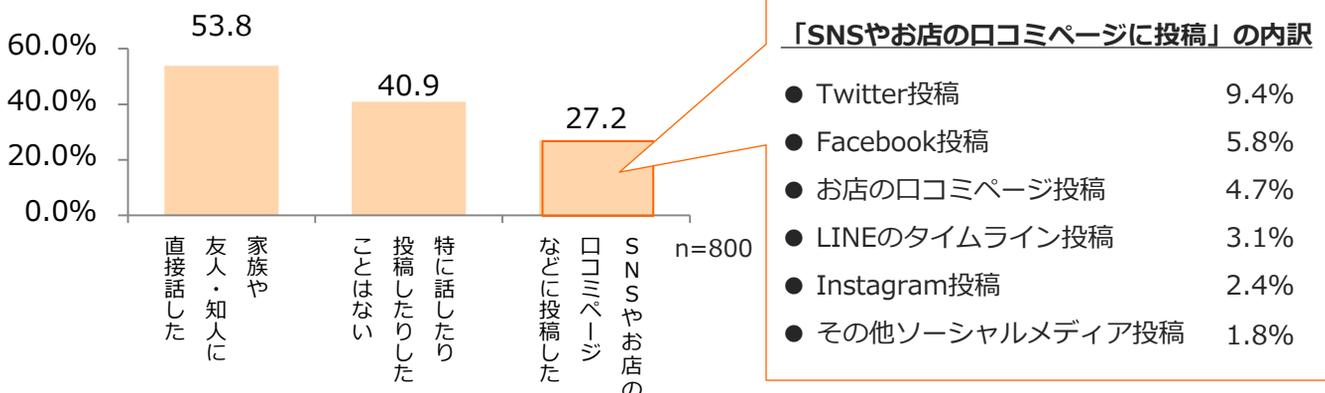
### ■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ 接客の良さで訪れている店舗の有無では【ある】（47.6%）、【ない】（52.4%）と約半数に分かれた。【ある】を性年代別にみると、20代・30代ともに女性よりも男性の方が割合が高く、接客の良さを来店理由とするのは男性に多いことがうかがえる <図1>
- ☑ 接客の良さに対する口コミ発信の有無では【家族や友人・知人に直接話した】（53.8%）が最も高く、次いで【特に話したり投稿したりしたことはない】（40.9%）と続く。【SNSやお店の口コミページなどに投稿した】（27.2%）は低く、良い接客に関して誰かに直接話したいという意識がみえる <図2>
- ☑ 接客の良し悪しに対する口コミ内容での来店意向では、「良い接客内容」の口コミでは【行ってみたいと思った】（53.7%）、【実際にそのお店に行った】（18.6%）と、合計72.3%の人が良い接客内容の口コミに対して好意的に感じ、来店意向を持っている。「悪い接客内容」の口コミでは【そのお店には行きたくないと思った】（85.3%）と高く、口コミでの接客評価が来店意向に影響することがわかった <図3>

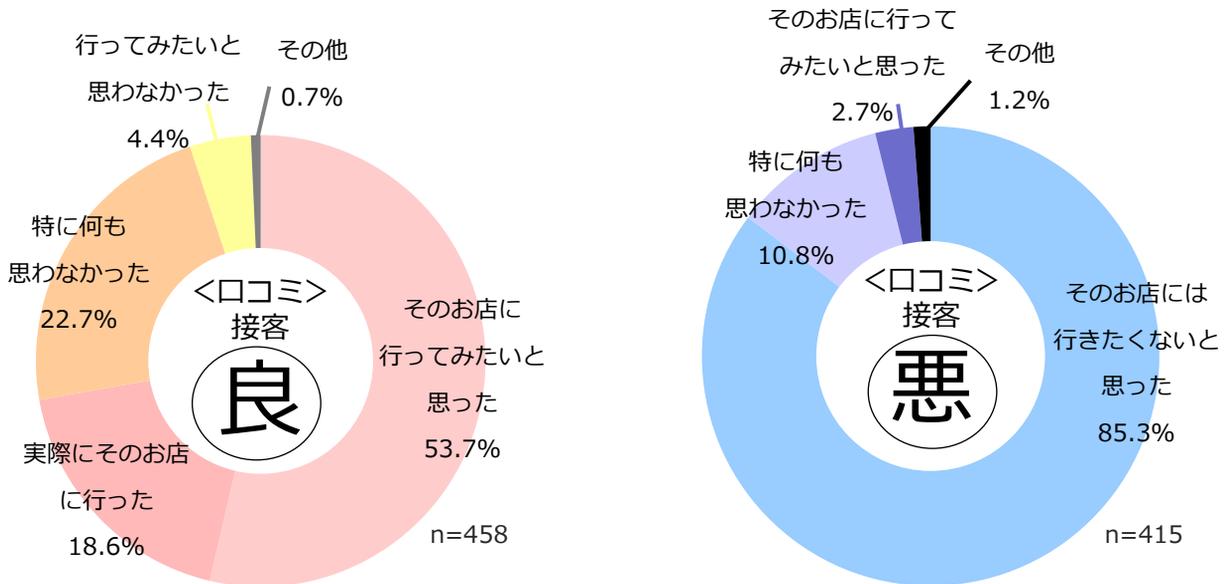
### <図1> 接客の良さで訪れている店舗の有無



### <図2> 接客の良さに対する口コミ発信の有無



＜図3＞ 接客の良し悪しに対する口コミ内容での来店意向



■ 調査内容

- 属性設問（性別・年齢・居住地・婚姻状況・子の有無・同居者・職業、勤務形態）
- 接客の良さで訪れている店舗の有無（SA）
- 接客の悪さで訪れるのをやめた店舗の有無（SA）
- 接客の良さで訪れている店舗の種類（MA）
- 接客が悪いと感じた理由（FA）
- 接客が良いと感じた理由（FA）
- 接客の良さに対する口コミ発信の有無（MA）
- 接客の悪さに対する口コミ発信の有無（MA）
- 接客の良さに対する口コミ受信の有無（MA）
- 接客の悪さに対する口コミ受信の有無（MA）
- 接客の良さに対する口コミ受信の内容（FA）
- 接客の悪さに対する口コミ内容での来店意向（SA）

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング アンケートモニター使用）  
 調査地域 : 一都三県（東京・神奈川・千葉・埼玉）  
 調査対象 : 20～39歳の男女  
 調査期間 : 2016年4月12日(火)～4月13日(水)  
 有効回答数 : 800サンプル  
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275  
 E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます

＜例＞ 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」