

2022年7月28日  
株式会社ロイヤリティ マーケティング

---

## 店舗サービスの課題・ニーズを把握する「Customer X」の提供開始 覆面調査に代わる来店客への Web アンケートで 低コスト・スピーディーな店舗評価を実現

---

共通ポイントサービス「Ponta（ポント）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LM」）は、2022年7月28日（木）、来店客へ店舗評価に関する Web アンケートを実施し、調査結果をレポート化する「Customer X（カスタマーエックス）」の提供を開始します。スーパーマーケット向けにサービスを提供し、今後、対象業種を拡大してまいります。

# CustomerX

LM は 2010 年の Ponta サービス開始当初より、企業ごとのニーズに応じたマーケティング支援を行っています。その中で、企業の方から、店舗サービスにおいて、質の向上や競合他社との差別化を図りたいとのご要望を数多くいただくようになりました。企業が店舗サービスの向上を図るには、各店舗の課題や来店客の日々変化するニーズを把握し、さらに施策に反映して現場レベルまで周知させることが重要となりますが、課題やニーズ把握にコストや時間がかかる、経営層から現場向けまで網羅できるレポート作成が困難など、さまざまな課題がありました。

そこで LM はこのたび、来店客に対して店舗評価アンケートを実施できる「Customer X」の提供を開始しました。対象となる店舗で実際に買い物をしたことのある方に対して Web アンケートで、店舗の利用状況、店舗の印象、良かった点・改善点について聴取し、レポートします。自社店舗に加え、同一・近接商圈の競合店舗の商圈居住者に絞ってアンケート聴取することが可能です。来店客の生の声を店舗単位で可視化することで、現場スタッフの納得を得やすい調査結果を確認いただけます。また自社・競合他社間の比較から課題解決策を抽出することが可能となり、サービス改善や売上向上につながる示唆を提供します。同一商圈内で、さまざまな企業が競合することが多いスーパーマーケットを対象に提供を開始し、今後、業種業態を拡大してまいります。

LM は、本サービスの提供および 1 億人超の Ponta 会員のデータ分析を通じて、企業のマーケティングにおける課題解決を目指し、今後もマーケティング支援の強化を図ってまいります。

※本サービスは、Ponta 会員規約および個人情報保護法、その他の法令・ガイドラインに則り、データ分析を行っています

**店舗の課題解決のヒントは、顧客の中に。  
 覆面調査の Digital Transformation(DX)化を実現**

■ Customer X の 3 つの特長

【特長 1】店舗利用者への満足度調査をローコスト・スピーディーに実施

店舗に調査員を派遣して行う覆面調査を、DX の考え方で一新し、日常生活の中で来店したお客様による店舗評価を Web アンケートで実施します。アンケート項目のひな型を用意しており、スピーディーな調査を実現します。また、調査員の確保や指導にかかる費用を抑えられるため、自店だけでなく競合他社の店舗に対象を広げて、同時に調査を行うことも可能です。自社・競合他社間の相対的な比較分析ができ、さらにお客様の声を可視化することによって、店舗の長所、短所を一目で把握できます。



**Key Point | 3つのX**

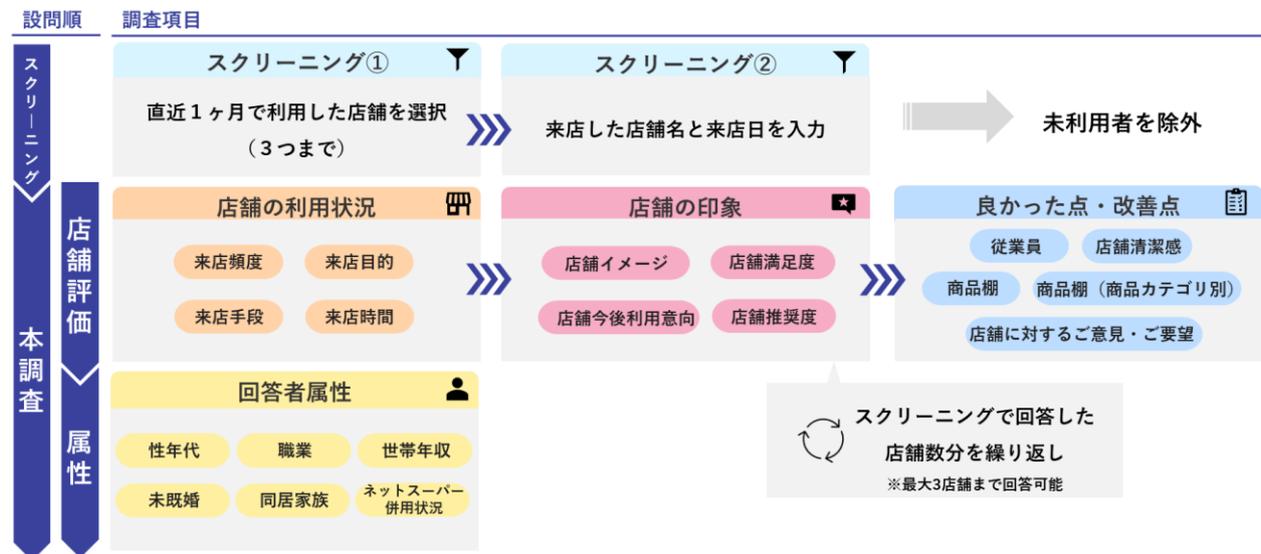
**#1 匿名のお客様 X**  
 Customer X  
 ・調査員ではなく、自然に来店したお客様が評価。  
 ・お客様が肌で感じたレビューデータは従業員の納得を得やすく、サービス改善に直結。

**#2 CX**  
 Customer Experience を見える化  
 ・調査の実施に加えて、顧客体験を可視化したインタラクティブなレポートをご提供。  
 ・お客様の声が見える化されることによって、店舗の長所・短所が一目瞭然。

**#3 DX**  
 覆面調査の Digital Transformation  
 ・現地に調査員を派遣する覆面調査をDXの考え方で一新。  
 ・ローコスト/スピーディーな調査を実現。  
 ・費用を抑え、競合他社の同時調査も実施可能。

【特長 2】店舗商圈居住者に絞って Web アンケートの配信が可能

アンケート配信先を、自社・競合他社店舗の商圈にお住まいの Ponta 会員\*に絞って指定することが可能です。回答者は、最初（スクリーニングパート）に利用店舗を最大 3 つまで選択、本調査パートで各店舗に対してそれぞれ「店舗の利用状況」「店舗の印象」「良かった点・改善点」について回答します。同時に回答者の属性情報も聴取するため、婚姻状況・家族構成等、さまざまな切り口からの分析が可能です。 \*アンケートの配信が可能な Ponta リサーチ会員・メルマガ会員



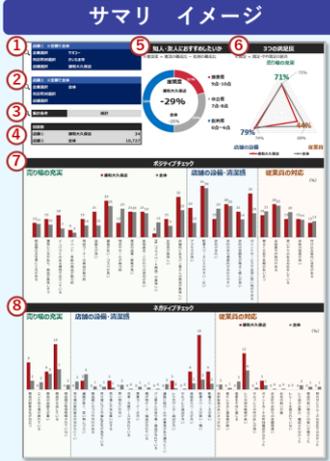
**【特長 3】さまざまな立場のスタッフ目線で活用しやすいレポートを提供**

レポートは全4ファイル、17シートのExcel形式で納品します。4ファイルの内訳は企業単位での比較が可能な「企業別集計表」が2ファイル、個店単位での比較が可能な「個店比較レポート」が2ファイルです。

特に「個店比較レポート」は、異なる職種の方でも目的に応じて、自身で店舗の状態把握・打ち手の検討ができるよう、操作性の高い形式に加工し、ご提供します。

**【個店比較レポート ①サマリ】で素早く要点確認**

スーパーバイザー・店長等の現場視点での各店舗ヘルスチェックに活用できます。



**サマリ イメージ**

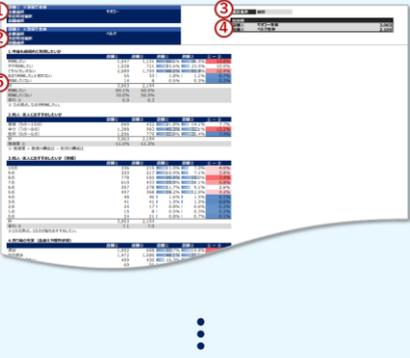
このレポートで **自社・競合店舗を『3つの満足度』で比較**

| レポート項目                     | Pick Up  |
|----------------------------|--|
| ① 自社店舗選択                   | 自社店舗と競合店舗を<br>3つの満足度で比べることで、<br>ポジティブ・ネガティブチェックが可能 |
| ② 比較店舗選択                   |  |
| ③ 集計条件                     |  |
| ④ 回答数 (店舗・全体)              |  |
| ⑤ 知人・友人におすすめしたいか (構成比・推奨度) |  |
| ⑥ 3つの満足度 (全設問の構成比)         |  |
| ⑦ ポジティブチェック (構成比)          |  |
| ⑧ ネガティブチェック (構成比)          |  |

3つの満足度: 売場の充実, 店舗の設備・清潔感, 従業員の対応

**【個店比較レポート ②全設問集計表】で競合他社との詳細比較**

経営・マネージャー等の本部視点での店舗比較・分析に活用できます。



**全設問集計表 イメージ**

このレポートで **自社・競合比較で、『店舗の強み・弱み』を把握**

| レポート項目        | Pick Up   |
|---------------|---|
| ① 自社店舗選択      | 自社店舗と競合店舗の<br>回答割合の差分から<br>『強み』と『弱み』が明らかに。<br>⑤ 回答数 割合 差分 |
| ② 比較店舗選択      |   |
| ③ 集計条件        |   |
| ④ 回答数 (店舗・全体) |   |
| ⑤ 設問別満足度      |   |

・来店の目的  
・店舗へのイメージ など

差分が赤色 ⇒ 【強み】  
青色 ⇒ 【弱み】

・ 関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング商材紹介サイト (<https://biz.loyalty.co.jp/>)

Customer X 紹介ページ (<https://biz.loyalty.co.jp/column/015/>)