

MSR

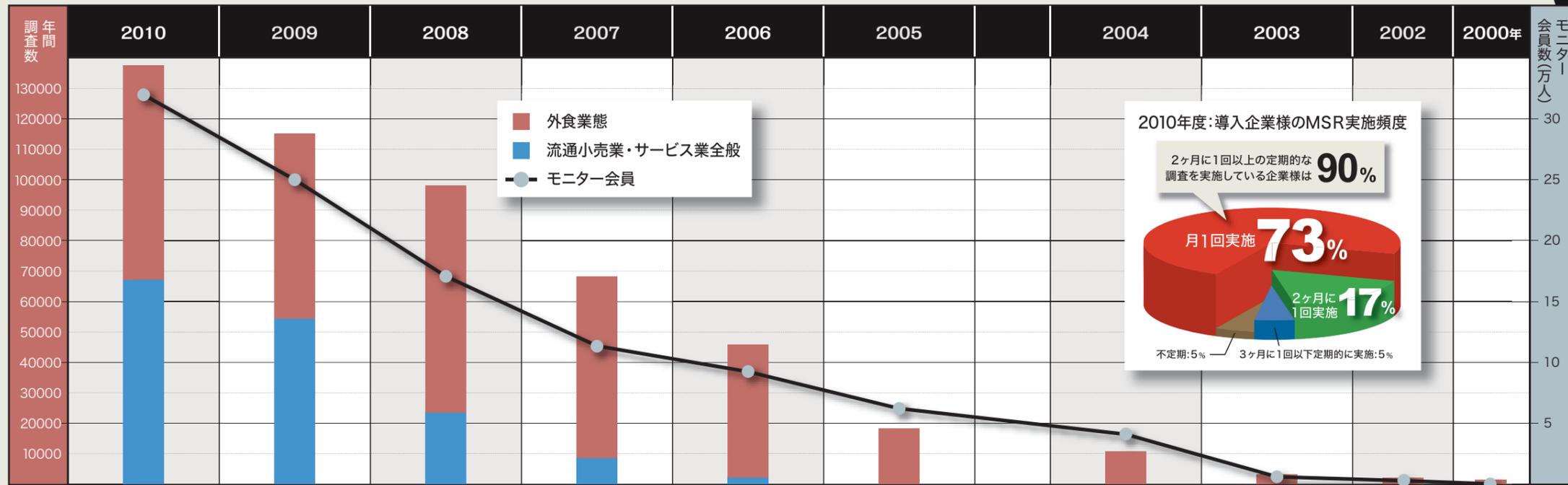
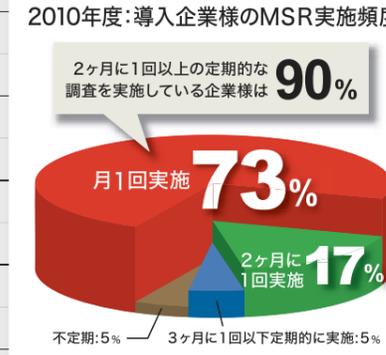
進化の歴史

2000年に始まったミステリーショッピングリサーチ(以下、MSR)もついに満10周年となり、この期間中、当初月間100件だった調査数は月間1万3000件に、モニター会員数もそれに比例して32万人を突破いたしました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。この10年間、お客様の声を従業員満足とCS改善活動にお役立て頂くというわくわくする仕事を目の前に、お客様の成果創出に向けてノウハウの研究開発に勤しんで参りました。ここでは、MSRの進化の歴史をご紹介します。

「読んだだけでお客様の気持ちになれる」レポート

MSRの運営で一番大切にしていることは、モニター様の気持ちがお客様に伝わることです。現場のスタッフさんがレポートを手にとった時の気持ち、そして改善に活かせるかどうかを考えると、データとして顧客満足度の結果が分かるという事よりも、「お客様がお店を利用した時の気持ちに共感できるかどうか」が重要だと思います。「解釈しようとしなくても、読んだだけで書いた人の気持ちになれる」ことを重視し、運営チーム全員で日々共有しています。

モニター様はほぼ例外なく、粗探しをしようという気持ちではなく、お店のためになるようにと思って調査に望まれています。また、それをより確かなものにするために、モニターにご登録頂く際の登録ページや調査概要の説明ページ、また、レポートして頂いた後のコミュニケーションに至るまで、「調査の目的」をお伝えして運営チームと目的を共有して頂くことが最も大切なことだと考えています。モニター様に調査結果をご報告頂いた後、結果的に約3割の方とメールやお電話で直接コミュニケーションを取り、お店に訪れた時の状況や気持ちを確認させて頂いています。モニター様が感じ、考えて頂いた事を誤解なく、かつ現場のスタッフの方々に共感頂けるようにレポートを仕上げてお届けすることが、私たちの最大の役割だと考えています。(リサーチ運営チーム)



MSR進化の歴史

お客様のご要望に沿ってカスタマイズし、メニュー毎のチェックなどを初めとした大量のチェックを行うものの、「点数に対する一喜一憂が起る位で改善が進まない」というお声を頂く。

改善活動につながりやすい項目を中心に調査票のスタンダード化を進め、同業比較が出来るようになる。また、MSRの活用により成果を上げられる店とそうでない店があることに着目。事例研究を重ねた結果、お店の良かった所に着目するポジティブアプローチが有効であることが判明。「2ストライク1ボール」理論(強み・改善点2:1)の提唱を始める。当時の月間調査件数は約800件。

チェック項目と「顧客ロイヤルティ」との関連を分析し、調査票を改訂。「顧客ロイヤルティ」と関連性の強い項目(サービスデリバリーポイント)を強化するご支援を行う一方で、ミーティングの方法やボトムアップ組織のつくり方などの店舗改善運動に関するノウハウをリリース。年末には、月間調査件数が昨年対比2倍となる約1700件に。

モニター様の感覚の違いや表現方法による品質のばらつきを最小限に抑えるため、「現場の方々の受け入れ易さ」を重視してレポートのチェック体制を強化。月間調査件数は2000件を突破。コンサルティング事例の蓄積から、以前から提唱されていた従業員満足度の向上が顧客満足に強い影響を与えることがデータとしても明らかとなり、コンサルティングノウハウの高度化に注力。

MSRがメディアで取り上げられ始めたこともあり、モニター会員数の増加ペースが倍増。月間調査件数は4000件を突破。レポートのエビデンス(レシートなどの来店証明)のチェックを強化すると同時に、モニター様と密なコミュニケーションを取ることに伴った状況描写の正確性向上に取り組み。外食業界の活性化に貢献するための表彰イベント「外食クオリティサービス大賞」を設立。

月間調査件数が5000件を突破。調査件数の増加に伴い、向上的な品質向上運動を実施。これまで主に郵送でやり取りしていたエビデンスチェックの電子化を推進。外食以外の業界へのサービス提供が本格化し、サービス業における様々な業種のコンサルティングを開始。取り組みの様子がテレビ東京「ガイアの夜明け」や「ワールドビジネスサテライト」を初めとしたテレビ番組でも注目を浴びる。

5月に株日本エル・シー・エーから分離独立し、株MS&Consultingを設立。従業員の働きがいを高め、サービス品質を向上させ、顧客ロイヤルティを高めることと従業員満足度を「サービス・プロフィット・チェーン」(従業員満足度→顧客満足度→業績のサイクル)の表現を新会社のミッションとし、新会社として新たな一歩を踏み出す。モニター会員数15万人、月間調査件数8000件を突破。

デフレ不況を背景にしたプチ稼ぎブームと一般消費者の社会貢献意欲の高まりにより、モニター会員数の増加ペースが加速し、25万人に。それに伴い、1案件当たりの調査数の多い簡易調査である、誰でもMSRなど、MSR以外の新サービスをスタート。外食以外の業界へのサービス提供が約4割となり、MSRの月間調査件数は1万件を突破。

小売、ヘアサロン、フィットネス、金融、自動車、ホテル業界など多種多様な業種へサービスが拡がり、月間調査件数が13000件を突破し、均一なレポート品質を強化するため、MSRの趣旨の理解促進を目的としたモラルテスト(モニター様向けのWEBテスト)を開始。外食経営研究会、サービス・プロフィット・チェーン経営研究会(略称SPC研究会)などを発足。事例共有・学習の場を拡げる。

世の中の出来事

2000年問題が注目されたが大きな問題は起きず。雪印集団食中毒事件が発覚。シドニーオリンピックで、高橋尚子が金メダル。アメリカ・ソルトレイク冬季五輪開幕。雪印食品が解散。11バブル崩壊後、商社が外食企業に相次ぎ出資。日韓共催FIFAワールドカップ2002開催。ソシヤルネットワーキングサイトが米国で誕生。アメリカ・イラク戦争、アメリカ軍がイラクを攻撃。六本木ヒルズが開業し、セレクト文化の発信地に。個人情報保護法が参議院本会議で可決され、成立。地上デジタル放送開始。米国でBSE(狂牛病)が発生、米国産牛肉の輸入停止。日本初の第三のビール発売。米国の狂牛病発生に伴う米国産牛肉の輸入停止の影響で、吉野家が牛丼の販売を中止。消費税の価格表示が総額表示に移行。アテネ五輪で日本は金16・銀9・銅12のメダルを獲得。大手スーパー・ダイエーが産業再生機構に支援要請。

1月 外食アワード2004(第1回)発表。
1月 愛知県で愛・地球博覧会が開幕。
3月 茨城県で日本初の鳥インフルエンザ感染が発覚。
6月 「萌えブーム」でメイド喫茶開業のラッシュに。
7月 「耐震強度偽装問題」千葉県市の姉歯建築士が作成した構造計算書の偽装が発覚。建築業界全体の問題へ発展。
11月 「ライブドア事件」堀江貴文社長と取締役3人が証券取引法違反容疑で逮捕。
12月 第1回居酒屋甲子園開催。
1月 第1回S1サーバードッグランプリ開催。
1月 サッカーW杯ドイツ大会、日本は1次リーグ敗退。
6月 97年から続いた外食市場規模減が下げ止まりに。
12月 老舗企業の消費期限偽装表示が話題に。
1月 東京ミッドタウンなど東京の大規模再開発が続く。
10月 老舗企業の製造年月日偽造が発覚。
10月 「ドール・日レスホールディングス」が誕生。
11月 ミシユランガイド日本版が発売開始。
12月 原油価格の上昇により原価高騰、相次ぐ値上げに。
1月 「中国製ギョーザ食中毒問題」中国製冷凍ギョーザによる食中毒が発生。同食品から農薬が検出される。
1月 百貨店丸井令井が民事再生法適用を申請。
7月 「タスポ」導入でたばこ自販機の夜間規制解除へ。
9月 リーマン・ショックがスタート。
9月 H&M日本初出店ファストファッションが話題に。
4月 世界初のノンアルコールビールが爆発的ヒットに。
3月 ネットスーパーの急伸が話題に。
4月 日本でも新型インフルエンザが流行。
5月 改正薬事法(登録販売者制度)が施行。
6月 円高、デフレ宣言。企業業績が軒並み悪化。
10月 低価格・均一価格居酒屋ブーム到来。
12月 ツイッター利用者拡大、重要な情報メディアに。
4月 エコポイント開始。
5月 宮崎県で「家畜伝染病口蹄疫問題」発生。
7月 ドラッグストアとコンビニの融合が話題に。
8月 JCSI(日本版顧客満足度指数)第1回発表。
8月 消費者庁発足。