



総合1位はヤッコマリカルドと アングリッド

達成率90%超の店舗が20店、80%超が35店を数える

今回の調査では、全国主要都市を10地区（①札幌、②仙台、③東京Ⅰ（渋谷・新宿・原宿）、④東京Ⅱ（丸の内・銀座）、⑤横浜・川崎、⑥名古屋、⑦大阪Ⅰ（心齋橋・なんば）、⑧大阪Ⅱ（梅田・神戸）、⑨広島、⑩福岡）に地区分けを行い、各地区当たり約10店（東京Ⅱは11店、大阪Ⅰは9店）の合計100店について、9月12日（月）から9月25日（日）にかけて覆面の調査員を派遣。消費者の目線で店づくりおよび接客状況について一斉に

調査を行った。調査は入店から退店するまでをシーンに応じてセクション分けして評価した。なお詳しい調査設計については26ページを参照。

①商品陳列、クレンリネス
外（インスタアの場合は通路側）から売場を見たときに立ち寄ってみたくなるようなディスプレイ展開がなされていたか、店内の買い回りや商品の品定めなど

がストレスなくできるか、また陳列や什器などに乱れはないかをお客さまの立場で調査した。

②入店あいさつ、接客環境
入店時または売場で近くに立ったとき（擦れ違ったとき）に感じの良いあいさつができていくか。スタッフの身だしなみは清潔感があり、売場の雰囲気と合致したものであったか。動的待機ができていたか、売場にいるお客さまへの配慮は見られたかなどソフト面が作り出す

場環境（居心地の良さ）を確認する調査。

③接客応対《《アプローチ》》
店内を軽く回った後に気になる商品の前で立ち止まり、商品を手に取ったり、体に合わせてみたりといった動作を行った際に、タイミングよくアプローチができていくか、またその際の質問に対してしっかりと応対ができていくかを確認する調査。

④接客応対《《ニーズの聞き出し》》提案》
アプローチ後（アプローチがなかった場合はこちらから声を掛けた後）のニーズの聞き出しからコーディネート提案までの一連の流れがしっかりとできているか確認する調査。

⑤接客応対《《フィッティング》》
実際にフィッティングルームを使って試着をし、フィッティングからクロージングまでの一連の流れと、試着後フィッティングをした商品を購入しなかった場合でも、気持ちよく送り出しができていくかを確認する調査。

F 印象評価 《再来店意向》	総合	
	合計51.0点	
配点6.0点	得点	達成率(%)
6.0	50.0	98.0
6.0	50.0	98.0
4.0	49.0	96.1
6.0	48.5	95.1
6.0	48.0	94.1
6.0	48.0	94.1
5.0	47.7	93.5
6.0	47.7	93.5
6.0	47.3	92.8
6.0	47.0	92.2
5.0	47.0	92.2
5.0	47.0	92.2
3.0	47.0	92.2
6.0	47.0	92.2
6.0	46.7	91.5
4.0	46.0	90.2
6.0	46.0	90.2
4.0	46.0	90.2
6.0	46.0	90.2
6.0	46.0	90.2
6.0	46.0	90.2
4.3	39.4	77.3

上位ランキング20店

順位	店名	エリア	A 商品陳列、 クレンリネス	B 入店時あいさつ、 接客環境	C 接客応対 《《アプローチ》》	D 接客応対 《《ニーズの聞き出し》》提案》	E 接客応対 《《フィッティング》》 《《クロージング》》
			配点8.0点 得点	配点11.0点 得点	配点8.0点 得点	配点11.0点 得点	配点7.0点 得点
1	ヤッコマリカルド 心齋橋大丸店	大阪Ⅰ (心齋橋・なんば)	7.0	11.0	8.0	11.0	7.0
1	アングリッド 神戸マルイ店	大阪Ⅱ (梅田)・神戸	8.0	11.0	8.0	10.0	7.0
3	メーカーズシャツ鎌倉 ランドマーク店	横浜・川崎	8.0	11.0	8.0	11.0	7.0
4	マッキントッシュ フィロ ソフィー大丸福岡天神店	福岡	8.0	10.5	8.0	10.0	6.0
5	アルファベッツアルファベ ット オーロラタウン店	札幌	8.0	11.0	8.0	8.0	7.0
5	アースミュージック&エコロジ ープレミアムストア札幌パルコ店	札幌	8.0	11.0	7.0	11.0	5.0
7	デスティネーション トー キョー新宿店	東京Ⅰ (渋谷・新宿・原宿)	8.0	9.7	8.0	11.0	6.0
7	コーエン グランドストア 広島府中店	広島	7.0	9.7	8.0	11.0	6.0
9	ナチュラルビューティー ベーシックなんばCITY	大阪Ⅰ (心齋橋・なんば)	7.0	8.3	8.0	11.0	7.0
10	シッパス名古屋店	名古屋	7.0	11.0	8.0	10.0	5.0
10	ヤッコマリカルド 名古屋栄メルサ店	名古屋	7.0	11.0	8.0	9.0	7.0
10	アップルハウス銀座店	東京Ⅱ (丸の内・銀座)	8.0	11.0	8.0	10.0	5.0
10	ビームス札幌店	札幌	7.0	11.0	8.0	11.0	7.0
10	レイビームス原宿	東京Ⅰ (渋谷・新宿・原宿)	8.0	9.0	8.0	9.0	7.0
15	ユナイテッドアローズ 原宿本店 ウィメンズ館	東京Ⅰ (渋谷・新宿・原宿)	8.0	9.7	8.0	8.0	7.0
16	フレイ アイディー エスナル仙台店	仙台	7.0	11.0	8.0	10.0	6.0
16	インディヴィ 阪急うめだ本店	大阪Ⅱ (梅田)・神戸	8.0	11.0	8.0	8.0	5.0
16	ステューディオス 福岡パルコ店	福岡	8.0	11.0	8.0	8.0	7.0
16	スナイデル ルミネ横浜店	横浜・川崎	8.0	7.0	8.0	11.0	6.0
16	スムーズ ステラブレイス店	札幌	7.0	11.0	8.0	8.0	6.0
全国平均			7.2	8.4	7.0	7.5	5.0

⑥印象評価《《再来店意向》》
入店から店を出るまで一連の買物体験を通して、入店のしやすさ（演出や雰囲気、接客応対）と再来店意向（また買物に来たいと思うか）の顧客印象をそれぞれ4段階で評価した。

以上の大きく6つの項目について、客観的に評価できる項目をメインに、一部お客さまとしての視点を踏まえつつ数値化し、ランキングを作成した。

今回調査を実施した全国10地区合計100店の中で、1位に輝いたのは、ワイエムファッション研究所のヤッコマリカルド心齋橋大丸店とマークスタイラーのアングリッド神戸マルイ店で同率の1位（50点、達成率98・0%）を獲得した。次いで僅差で3位となったのはメーカーズシャツ鎌倉ランドマーク店の49点（達成率96・1%）。4位が三陽商会のマツキントッシュフィロソフィー大丸福岡天神店で48・5点（同95・1%）。5位が同率で2店、アルファベッツパステルのアルファベッツアルファベットオーロラタウン店とストライプインターナショナルのアースミュージック&エコロジィプレミアムストア札幌パルコ店の48点（同94・1%）という順位となった。

また全体の平均得点は39・4点（平均達成率は77・3%）。達成率の分布を見ると90%（45・9点以上）台が20店（図表参照）。80%台（40・8点以上）が35店の結果となった。