

眼鏡の接客、どこで「差」がつく？買上率と相関は？

アイウェア店舗 接客調査レポート

最短2週間で店舗の改善ポイントがわかる、業界初のファッション・コスメ企業向けCS・ES改善クラウド『SEEP（シープ）』は、SEEPの顧客満足度調査を活用した「アイウェア店舗における接客実態調査」を2020年2月14日～2月29日に行いました。ファッションとしてのみならず、機能面での革新性もあり、この10年でより身近なアイテムとなったアイウェア業界。「数値化」×「他社比較」で見たときのアイウェアの接客のリアルとは？



顧客満足度は横並び、『待ちの接客姿勢』に課題あり

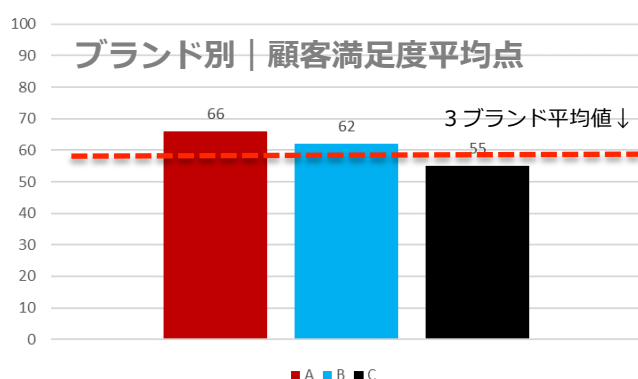
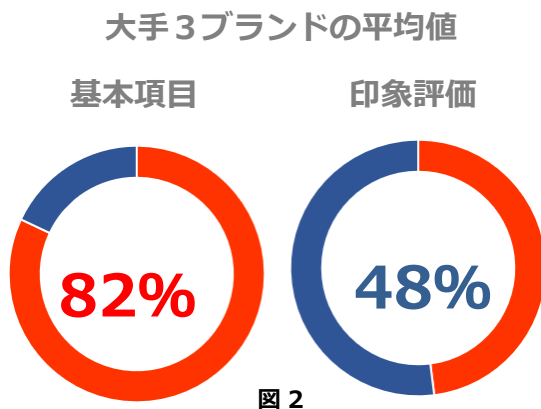


図1

ブランドによる攻守の入れ替わりが活発なアイウェア業界。手に取りやすい圧倒的な価格競争力と、視力矯正「以外」の機能やコンセプトがセールスポイントになりつつあります。今回実施した大手3ブランドの顧客満足度は、平均値60点を境にほぼ横並びの結果となりました（図1）。しかし、接客に関わる最初の声かけや提案などお客様とのコミュニケーション力を左右する『アプローチ』、『ヒアリング～プロポーザル』のシーンに差が見られ、調査員からは「声をかけられない」「提案がない」という声が上がりました。

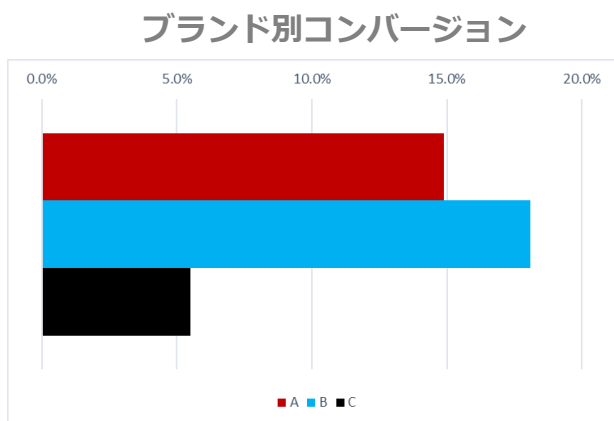
アイウェア業界はアパレルと違って目的買いの顧客が多く、接客の質に左右されずに必需品としてビジネスが成立する傾向にあります。業界全体として、明確な商品コンセプトと販促ツール（POPやディスプレイでの動画再生等）が充実しており、逆に現場をささえる「人」が主役になりきれていない実態が今回の調査でも浮かび上がってきたと言えます。

「接客力」が今後より差別化要因に！



基本的な所作（言葉遣いや身だしなみ）や店舗の整理整頓などを測る「基本項目」において、3ブランドの平均値は82%と非常に高い結果となり、アイウェア業界の店舗環境に対する意識の高さを感じる結果となりました。店舗を訪問したあとのイメージを数値化した『印象評価』については、SEEPの全国平均値と比較しても大きく下回る結果に。図1,2の結果から、商品コンセプトは元より、そのコンセプトをお客様のニーズにあわせて提案する「接客力」を見直すことが、顧客満足度をあげる鍵になると考えています。「待ちの姿勢」から脱却し、どのようなお客様にどのような声かけをすると良いのか、ブランド内のナレッジ共有が求められています。

コンバージョンを上げる第一歩は、積極的なアプローチから！



今回の調査では、価格帯が近く、同じ商材を取り扱うブランドで、接客力がどのようにコンバージョン（買上率＝買上客数／入店客数）と関連しているのか、入店客数と実際に購買に至った買上客数についても調査、検証しました。

すると、最もコンバージョンが高かったのはBブランドで、次にAブランドが続く結果となりました。Bブランドは「アプローチ」「ヒアリング～プロポーザル」のスコアが高く、接客の前半における「印象づくり」や「丁寧な接客」がコンバージョンに影響を与えている可能性が高い興味深い結果となりました。

アイウェア業界のアプローチ～プロポーザル評価は、アパレル業界と比較すると伸びしろが多く、「積極的なアプローチ」を心がける姿勢が、コンバージョンを高める1stステップであることが推察されます。

シーン別評価とコンバージョン（買上率）

	アプローチ	ヒアリング～ プロポーザル	クロージング	基本項目	印象評価	コンバージョン
アイウェア	60%	52%	40%	82%	48%	12%

スコア UP へ向けたヒント

- ✓ お客様への笑顔でのお出迎え
- ✓ 声をかけやすい待機姿勢と目配り
- ✓ まずはヒアリングをする前向きな姿勢など

スコア[®]低店舗の特徴

- ✓ お客様がいても眼鏡を拭いている
- ✓ カウンターから出てこない
- ✓ 色々な商品があるのに声掛けがワンパターン など

SEEP とは



最短2週間で店舗の改善ポイントがわかる、業界初のファッション・コスメ企業向けCS・ES改善クラウドです。ファッション、コスメ、ライフスタイルに関心の高いiDA登録者20万人の中から調査員を選定。スマホで簡単に顧客満足度調査を実施することができ、結果はクラウドで一括管理が可能です。属人的だった販売スタッフの接客を数値化することで、売れる販売員のロールモデルが見える化、他店舗への事例シェアも簡単にできるようになります。「わかりやすい」「早い」「安い」が揃った、店舗スタッフのためのPDCA改善プラットフォームです。

■ 調査概要

対象ブランド：大手アイウェア3ブランド

対象店舗数：6店舗（1ブランドあたり2店舗）

調査エリア：都内エリア

実施調査数：26調査（1店舗あたり3調査以上）

調査方法：SEEP 調査員がスマートフォンで入力。

『アプローチ』『ヒアリング〜プロポーザル』『クロージング』『基本項目』『印象項目』の5項目に分けて顧客満足度を数値化。

分析したのはこの人！
SEEP 事業部長 新井 敬介



2019年10月にサービスを開始してから、のべ1,000件を超える調査を行って参りました。販売員の仕事の素晴らしさにスポットライトを当て、ロールモデルをシェアし合う。楽しみながら店舗改善が進む世界を目指します。

【SEEP に関するお問い合わせ先】

株式会社 iDA 店舗コンサルティング事業部 新井／田村 TEL：03-5354-8739

MAIL：seep@ida-mode.com URL：<https://seep.jp/>

