

# 地域における小売店での顧客満足戦略

## —— 東広島市の生活雑貨店舗を例として ——

M1265318 進藤綾子

急速に情報化が進む現代において「消費社会」は大量生産・大量消費の時代を経て、「成熟社会」へと移行した。企業から供給される財やサービスを受動的に消費する単なる「消費者」であった人々が、いっそう主体性を持って自分の世界を豊かにしようとする「生活者」としての立場を強く持ち、生理的欲求を超えて心理的・社会的欲求の占める割合が高くなり、より高次のものを求める時代になって久しい。

このように複雑化した社会において、各企業は「顧客創造と維持」を目指し、競争優位を維持する戦略を常に模索している。価格破壊という一時的なブームが過ぎ去り、本格的なサービス競争の時代に突入しているなかで、戦略の核となるマーケティング・コンセプトにも変化が見られるようになり、「顧客満足」がその重要な要素のひとつとして捉えられている。

地域に根ざして経営する店舗においても、顧客の維持は深刻な問題であり、筆者の勤務先である、東広島市の生活雑貨店においては、空洞化が進行する中心市街地に立地することにも影響を受け、業績は低迷している。

そこで、本研究では、国内外からの生活雑貨および衣料品を扱う小規模小売店舗を対象として、顧客の要望を中心に据えた「顧客満足」の探求をひとつの切り口として研究することにより、低迷が続く勤務店舗における現状打開の戦略を模索することを目的とした。さらに、「顧客満足」の探索は、事業の存続のための戦略であり、店舗を取り巻く地域とのかかわりをあわせて検討することで、現代の地域小売業としての小規模小売店でのマーケティングについても検討することとした。

当該店舗における「顧客満足」の内容を検討するため、来店客にアンケート調査を四つの季節において実施した。調査時期は、当該店舗での「夏高冬低」という明らかな売上実績上の季節変動を考慮し、四季のデータをもとに分析するために設定されたものであり、調査項目に関しては、予め一部の顧客対象にインタビューによる予備調査を行い、社会調査法に基づいて顧客満足を構成すると考えられる基本的要素を探索したうえで作成した。通常、当該店舗は在庫管理や売上金額分類を「衣料品」と「雑貨」に大別して行っているため、質問項目もこの2つを軸にした23項目と、それらを踏まえた、総合的な店の雰囲気についての評価を得る形式をとった。

得られたデータを基に、季節や年代といったセグメ

ントによって統計的な解析を行い、さらに、地域性を考慮したうえで、当該店舗に現在求められると考えられる戦略を検討した。種々の分析結果により、季節および年代における特徴から示された対応戦略の可能性のなかで、特に、「自分らしく暮らす快適さ」という店舗の基本コンセプトに即した一貫性を保ちながら、「雑貨」を主体とした商品プロモーションと「接遇」を重視する戦略によって顧客満足を高めることが、現在の当該店舗にフィットしたマーケティングであることが示された。

このことは、モノそのものの購買よりも、「店頭で商品を見て楽しむ」「従業員とのコミュニケーション」といった購買過程自体をベネフィットとする消費社会の変遷を反映して、「見て楽しむ」要素の強い「雑貨」に強い関心が持たれるようになったと考えられる。

また、「接遇」は、人間の微妙な心理にかかわるため、その店舗に対する評価に大きく影響を及ぼす要因であるが、顧客と従業員との「コミュニケーション」としての側面も持ち、コンピュータリゼーションの発達した現代における数少ない「普遍的な人と人とのふれあい」として、地元店舗ならではのベネフィットとして捉えることも可能であろう。小売業のセオリーとしての、一貫したもてなしの姿勢と、価値観が多様化した顧客に個々に応じる臨機応変な対処という両面からの戦略が、「顧客満足」を高める「接遇」であることが推察された。さらに、近隣住民が顧客の大部分を占め、地域における長期的な存続を展望する当該店舗において、地域住民どうしの「コミュニケーションの場」としての機能もあわせて考慮する必要性が示唆された。

本研究をとおして、小売店の存続を模索するうえで、地域との関わり必要性がさらに明確になり、当該店舗の「顧客満足」における「顧客」とは、実際の購買客のみではなく、「見て楽しむ」ために来店し、「見て楽しむ」過程で生じる「コミュニケーション」を楽しむ地域住民であることが再確認された。当該店舗は、店舗の賑わいを支える地域住民を「顧客」として迎え、ひいては「街の顔」である中心市街地の賑わいに発展させる長期的なビジョンを持つ必要がある。

消費における商品とのかかわりは大きく変化を遂げる一方で、それを使う人間には基本的に変わらない普遍的な部分が残されているはずであり、物質的なゆとりが満たされた現代のマーケティングにおいて、人間の本質にかかわる要素がより重要となるといえよう。