03
マーケティング・リサーチ分野

感染症対策ガイドライン ミステリーショッピング調査

Mystery Shopping Research

弊社では、各業界団体が策定した「新型コロナウイルス感染症対策ガイドライン」が有効活用されているか確認するため、ガイドラインに記載されている取り組み項目の実施状況を把握する“ミステリーショッピング調査”をご提供しております。ミステリーショッピング専門の調査員が、現場に潜むリスクを明らかにいたします。

商品・サービス戦略

- ガイドラインが有効活用されているか、実態を明らかにしたい！
- 現場に潜むリスクを把握し、従業員やお客様の安全を確保したい！

「感染症対策ガイドラインミステリーショッピング調査」3つの特徴

01

「○」「×」判定の他、「いつ」「何が」「どのような状況で」という定性情報を収集

02

“偏りのない第三者評価”を安全に行うため、調査員への「感染症対策」教育・研修を徹底

03

全国４７都道府県、どこでも同じ品質による調査を実施します！

00 調査実施の背景と主旨

- 新型コロナウイルス感染症対策として、各種業界の代表的な団体においては、加盟会員様並びに新たに業界参画する法人様に向けた、「新型コロナウイルス感染症ガイドライン」を作成しています。
- 企業は経済活動を停滞させないため「新型コロナウイルス感染症ガイドライン」を順守し、お客さまや従業員の安全を守りながら、安心できる社会経済活動を再開しております。
- 感染リスクの可能性を完全には排除出来ない環境下において、現場で働く方々はガイドラインの実践による安全確保に注力されておられます。その取り組みの成果検証として有効性の確認が必要です。

新型コロナウイルスと「どのように向き合い」「どのような感染症対策を行えば良いのか」という社会的ニーズが課題となっており、早急な対処が求められています。

弊社の「感染症対策ガイドライン ミステリーショッピング調査」は、単にガイドラインの実践が出来ていない箇所を発見するだけではありません。詳細報告として、「いつ」「何が」「どのような状況下で」実践出来ていなかったのかを明らかにいたします。

01 詳細な定性情報を収集できる理由 ⇒「専門調査員の起用と教育・研修の実施」

調査プロセス

Point 3 リサーチャーによる全工程のワンストップオペレーション

調査設計

調査員リクルート

Point 1 調査員採用基準の設定／調査員教育の徹底

- ☑ 面接
- ☑ 基礎研修
- ☑ 実地研修
- ☑ 本調査実施

- 弊社がこれまで手掛けた多数の業務に携わった経験豊富な調査員をリクルート
- 新たに調査員を採用する場合、「面接」「基礎研修」「実地研修」を経た上で調査員としての資質を判断し合格した者のみ本調査にアサイン
- 第三者視点での冷静な観察により、今後の施策立案に資する具体的コメントの記述可能な調査員が多数在籍

本調査実施/管理

Point 2 調査管理体制の確立と徹底した検票

- ☑ 入退店管理
- ☑ 全票チェック
- ☑ フィードバック
- ☑ 調査員評価

- ミステリーショッピング調査専門の管理チームが対応
- 調査員の調査予定や当日の入退店把握など、調査工程を徹底管理
- 調査結果を記入した調査票は全票チェックを実施
- チェックの結果を全票、調査員にフィードバックすることで品質を担保
- 調査終了後は調査員評価をし、当社水準をクリアした調査員のみ今後も継続して起用

集計・報告書作成

▼当社の経験豊富なリサーチャーが、下記、全工程を一元管理することで調査目的の達成が可能となります。

①調査の設計

②調査員リクルート

③調査実施／管理

④データチェック

⑤データ精査／集計

⑥報告書作成／とりまとめ

02 正確な調査を“安全に”実施可能な理由 ⇒「弊社独自のミステリーショッピング調査ガイドラインを策定」

- **弊社では独自に「ミステリーショッピング調査における感染症対策ガイドライン」を策定し、ガイドラインに基づいた調査員研修を実施しております。**
  ※以下一部抜粋

ミステリーショッピング調査における感染症対策ガイドライン

2020 年 6 月 10 日
株式会社サーベイリサーチセンター

1. はじめに

2020 年 5 月 25 日、東京都を含む全都道府県で新型コロナウイルス感染症に関する緊急事態宣言が解除され、弊社のフィールドリサーチも順次再開する予定でおります。しかしながら、新型コロナウイルスの脅威が去ったわけでは無く、第 2 波と言われる感染拡大を防ぐため、社会経済活動においては、感染予防対策を行うことが重要となっております。弊社が加盟する日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）では 6 月 3 日に対面手法の一つである会場調査（CLT）において、適切な予防策を伴う運営を徹底するためのが「会場テスト（CLT）における新型コロナウイルス感染症予防対策暫定ガイドライン」を策定しております。しかし、その他の対面手法についてガイドラインは未だ策定されておりません。そのため、弊社のミステリーショッピング調査においては、弊社独自のガイドラインを作成し、予防に努める必要があり、本ガイドラインを策定いたしました。本ガイドラインの策定にあたっては、先に挙げた JMRA の「会場テストにおける感染症予防対策暫定ガイドライン」や各種業界団体が策定しているガイドラインより、ミステリーショッピング調査員が訪問することの多い業種のガイドラインを参考にしております。

本ガイドラインは今後の感染症の動向や専門家の知見、対処方針の改定等を踏まえ、適宜必要な見直しを行っていくものです。

2. ミステリーショッピング調査を行う際の基本方針

(1.) 感染症予防対策の体制の確立

- プロジェクト管理者とプロジェクト担当者が率先して、新型コロナウイルス感染症対策の策定、変更について検討する体制を整える。
- 国や地方自治体、業界団体などを通じ、新型コロナウイルス感染症に関する正確な情報を常に収集し、関連法令上の義務を順守するとともに各種要請次項への適切な対応を図る。

(2.) クライアントへの説明と同意取得

- クライアントに対しては、本ガイドラインを用いて事前に感染症対策を説明し、同意を得る。
- プロジェクトごとに、感染症対策を施したうえでの調査による影響は異なると考えられるので、プロジェクト管理者ならびに担当者は、事前に影響次項を整理し、クライアントと共有し、同意を得る。（例：訪問先の感染症対策により、想定したシナリオ通りの調査が実施できない可能性がある等）
- クライアントには、感染防止対策の実施に伴う所要日数や費用の増加か可能性について事前に説明し、同意を得る。
- 調査内容や調査シナリオ等が感染症対策上望ましくないものであれば、変更が可能かどうかクライアントと協議する。
- 万が一調査員や調査訪問先等において感染が確認された場合には保健所の指示に従い、聞き取り等にも積極的に協力をする。
- 調査員の感染が確認された場合の、弊社内の連絡体制、クライアントとの連絡、報告体制、調査員への補償体制等、緊急時対応をプロジェクトごとに検討し、クライアントとも共有する。

3. ミステリーショッピング調査を行う際に講じるべき具体的な対策

(1.) 調査員の健康管理（安全確保）と調査員を介した感染拡大の防止

- 発熱、風邪などの症状のある方、及び最近 1 ヵ月間に・・・・
- 調査員へのインストラクションは極力対面では実施せず、WEB 会議者や電話で実施する。対面で実施する場合には、参加者と拘束時間を極力最小限にとどめ、調査管理スタッフと研修参加者同士の間隔は 2 メートルを目安に一定の距離を保ち、それぞれ検温、マスク着用、手指消毒を徹底する。またインストに使用する部屋は常時換気し、休憩時間ごとの手洗いうがいを行う。
- 調査に従事する調査員、調査当日の朝必ず検温を行う。調査を管理するスタッフは、検温結果と体調の報告を受け、記録をしてから調査従事を許可する。
- 自家用車、自転車の利用などにより、公共交通機関を使わずに通勤できる調査員は、安全に配慮したうえで、可能な限りこれを推奨する。
- 公共交通機関での移動が必要な調査員には、一般社団法人日本モビリティ・マネジメント会議が作成した「安全な公共交通の乗り方」のポスターを配布し、周知する。
- 調査に従事する調査員は、調査に従事する際、必ずマスクを着用する。そのためのマスクをあらかじめ弊社で用意する。
- 調査員は対象の店舗や施設に入店する前、必ず消毒液で手指消毒を行う。そのための消毒液をあらかじめ弊社で用意する。

03 全国規模の対応力

全国を広範囲にカバー

▶ 全国14拠点

北は北海道、南は沖縄まで、**全国で14拠点**に事務所を構えております。全国に拠点があることで大規模調査対応が可能です。各拠点には社員が常駐しており、スムーズな拠点連携が出来ることは当社の特長であり、強みです。

全国47都道府県の年間調査訪問実績

▶約10,000件訪問

年間を通し、全国47都道府県で調査を実施。
当社におけるミステリーショッピング調査の年間訪問件数は、**10,000件以上。**
“全国どこでも均一な調査が行える”幅広い対応力を顧客から評価されております。

04 類似調査のご紹介

ミステリーショッピング調査

教育されたミステリーショッピング調査専門の調査員が来店客として店舗を訪問し、
[接客] [サービス] [商品] [環境] 等について調査を行います。
企業が戦略的に設定した基準に達しているかどうか、現状把握を行い、評価・分析することで、強みや改善点について明らかにします。
ミステリーコールと合わせて実施することで、対面／非対面における詳細な接客レベルの把握が可能となります。

▼詳細▼
https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2020/05/MysteryShoppingResearch-202005.pdf

顧客満足度調査（CS調査）

自社商品や自社サービスが、利用者にどのような評価をされているか現状把握を行い、評価・分析することで、今後の伸ばすべき強みや改善点を明らかにします。

当社の強みである、クライアント様に合わせた調査設計の他に、調査実施中に「アンケート　対応窓口」としてきめ細やかな調査対象者へのご対応も可能です。

詳細
https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2020/05/CustomerSatisfactionSurvey-202005.pdf

- **その他にも「感染症対策」関連に関する各種調査メニューを用意しております。お気軽にお問合せ下さい。**

その他「03マーケティングリサーチ分野」
▼
https://www.surece.co.jp/service/marketing/

お問い合わせはこちら
▼
https://www.surece.co.jp/contact/