

東京浅草中央ロータリークラブ

【週報】平成18年4月19日発行

第985回例会 第971号

会長:中村 義英 副会長:長沼 一雄 幹事:片岡 邦夫 会報委員長:藤野 勝彦

<2005-2006年度テーマ>

・超私の奉仕 ・超私の奉仕 ・20周年を迎えて、更に大きく『愛』の輪を	RI会長 カール・ウィルヘルム・ステンハマー 2580地区ガバナー 古宮 誠一 クラブ会長 中村 義英
今日の卓話 「中小企業と政策金融」 株式会社 カジワラ 代表取締役 梶原徳二様(東京小石川RC) 紹介者: 植木 栄 君	◎次回卓話予定(4月19日) 「超私の奉仕を元氣から」 立教大学コミュニティ福祉学部 非常勤講師 藤井 陽江 様 紹介者: 上原 洋一 君

<4月の卓話予定表>

4月5日	「ロータリーと仏教」	東京寝台自動車(株) 代表取締役 近藤龍観 様
12日	「マーケティングについて」	エンバイロセルジャパン(株) 代表取締役 打田光代 様
19日	「中小企業と政策金融」	(株)カジワラ 代表取締役 梶原徳二様(東京小石川RC)
26日	「超私の奉仕を元氣から」	立教大学コミュニティ福祉学部 非常勤講師 藤井陽江 様

年間100%出席 おめでとうございます。

小林 博君(10回)

[平成18年4月12日 第984例会の記録]

【会長報告】<中村会長>

先週は花まつり(お釈迦様の誕生日)にて欠席を致しました。地区協議会も済み来年度の役員の皆様も活動がはじまりました。会長幹事も先日念入りに引き継ぎを行いました。それにしても、会員増強の当初目標純増一人いまだ、その煙も見えません。あと二ヶ月余り宜しくお願い申し上げます。

【幹事報告】<片岡幹事>

本日例会終了後、2F事務室にて第10回理事・役員会を行いますので、出席対象の方は宜しくお願い致します。「友」ホームページ情報より、06-07年度「ロータリーの友」の表紙写真を募集しておりますので、ご希望の方は資料あり。小石川RCの94~95年度に会長を務められた山崎至朗氏が病氣療養中の処、逝去されました。あすかRCから4/25(火)の例会が、4/26(水)王子RCとの合同例会の振替になっております。

【委員会報告】

《次期会報委員会》山尾委員長

先週の例会で広報しておりますが、次期会報委員会からアンケートをお願いしております。まだ回答されていない方は本日までお願いします。

《旬の会》山尾君

9月1日、2日に八尾の風の盆の企画をたてております。ご興味のある方は、牧野・山尾迄ご連絡ください。

来訪者数	例会出席報告	会員出席率
ゲスト1名 ビジター 2名	第984例会	総数49名, 出席39名, 欠席7名, 出席率 84.78%
	第982例会	修正変更/6名欠席 出席率84.96%(免除 2名)

ニコニコボックス

■中村君

先週は花まつりの行事で欠席いたしました。
長沼さん代行有難うございました。

■長沼・永井君

地区協議会に出席して頂いた皆様ありがとうございました。

■上原君

本日卓話していただく打田光代様をご紹介します。

■古谷・井田・宮沢・田村・伊石・松崎・永井・吉田君

上原さん、素敵なお話者のご紹介有難うございます。
次回も是非年齢制限でお願いします。

■笹生君

結婚記念の花束、有難うございました。38年を迎えました。

■大塚・柿沼・斉藤・宮村・原田・藤田君

山尾さん先日は次回の旬の会の打合わせ会設営ご苦労様でした。魅力あるお店での会、夫婦共楽しい時を過ごす事が出来ました。有難うございます。

■旬の会出席者一同

「旬の会」会食をご夫婦6組も含め楽しく過ごしました。

9月の風の盆が楽しみです。残金をニコニコします。

■小林(博)君

年間100%の出席の表彰いただきまして、誠に有難うございました。

【卓話】

「マーケティングについて」

エンバイロセルジャパン株式会社

代表取締役 打田光代 様



■ エンバイロセル社について

まず、エンバイロセル社の概要をご説明致します。創業者で現在もCEOの任にあるパコ・アンダーヒルが考案した「徹底した行動観察に基づく分析手法」を小売業に活用させる目的の企業で、社名「エンバイロセル」は環境を意味する「エンバイロメント」と売る「セル」の言葉を合成し創られた造語で顧客の行動や心理に影響を与える環境を改善し「売れるための環境創り」に必要な解答を顧客に提供させて頂くという理念が込められています。

クライアント企業の悩みは千差万別です、その悩みを解決するため最適な調査手法を設計致します。調査の基本は追跡観察(トラッキング)調査とビデオ撮影による客観的調査であり、もう一つはインタビューと調査員の見聞による主観的調査が、基本的に2本の柱として成り立っています。

■ 調査方法

追跡観察調査というのは、来店客の入店中の全行動を独自のノウハウにより、気付かれることなく逐一記録するという調査で細かく観察し、時間を測定し、詳細に記録します。この調査を行うことで、来店客自身が気付いていない無意識の行動まで明らかにすることができます。ビデオ撮影による調査は入店客、店側の双方に支障ない地点に設定されたビデオカメラでの定点観測により店舗内の色々なエリアで繰り広げられるお客様の行動実態を画像として捉えることが出来ます。

この調査手法は記録性と再現性にあります。前述の追跡観測調査は来店客各一人の行動に関して非常に多くの示唆を与えてくれますが、行動を見極め判断するのが困難な場合があります。

一方のビデオ記録画像からはその行動に至る経緯というものが定点観測ゆえに時間的経過により見えて来る事が多いのです。このような客観的調査に加えて、インタビューと調査員(トラツッカー)の見聞による定性情報の収集が行われ、基本的には追跡調査をしたお客様を対象に出口や売り場の出口で買物直後の感想を聞くこととなります。これらの定性情報の主観的収集もまた、調査の重要な柱として位置付けられています。

エンバイロセルでは、以上のような客観的調査と主観的調査との組み合わせにより、真のお客様の購買行動に迫ることが出来ると考えて居ります。例えば客観的な行動を把握するための追跡調査やビデオの映像記録を主軸としながら、主観的な行動説明や属性の把握の為にインタビューを活用する相互補完的な手法を心掛けています。

■ 顧客の購買決定要因の分析

一般的に、お客様が購買を決定する要因としては宣伝広告、口コミ、イメージ、価格等、実際の来店前の段階で

影響を与える要因と、商品配置計画、店内のレイアウト、動線計画、サインやPOP等、実際の来店に伴う物理的・心理的制約要因というように、大別することが出来ると考えられます。

エンバイロセル社の場合、現場における要因を重視します。なぜなら、全てを来店前に決定し、予定調和的な購買行動をとるお客様よりも、大多数のお客様は来店後に半ば衝動的に購買行動をとる事を経験上知っているからです。又、エンバイロセルにおいては「買わない理由」を明らかにすることを重要視しますので、必然的に現場重視にならざるを得ないということになります。

さて、それではエンバイロセルの調査を通じて実際にどのような分析結果がもたらされるのか、代表的なものを幾つかご紹介致します。全てのデータは時間帯や属性、購入の有無等の要素とクロスして分析されます。

- ① 通行人がウインドウ・ディスプレイに惹かれて入店した率
- ② 店内平均滞在時間と店内進入度、店内移動パターン
- ③ 平均立ち寄り売り場数と、その滞在時間
- ④ 来店客購買比率
- ⑤ 店舗スタッフの接客と購買比率との相関関係
- ⑥ レジでの平均待ち時間と平均会計処理時間
- ⑦ エンド・ディスプレイの注目度、POPに対する注目度

以上は、あくまで代表的な調査項目の一部であり、実際にはクライアント企業の悩みを解決するためには何の項目を明らかにすれば問題が解決するのかを、クライアント企業と一緒に相談しながら選択、決定をしていく事になります。特にチェーン展開されている場合、同じ分析基軸により複数店舗を比較することからも、チェーン固有の問題なのか、地域特有の問題か等、多くの有益な情報を得ることが可能となります。

私達の仕事はお客様が何故買うのか、また、買わないのか、その理由を解明する事、換言すれば最終的に購買行動を誘引する「ラスト・ワンマイルの謎」を解き明かす事なのです。私達の言う「売り場を科学する」とはお客様がする行動とその心理を科学する事、即ちお客様のことをもっと、もっと識ることに尽きると言えるでしょう。

