

平成 25 年度 卒業論文研究計画書

アパレル店員と消費者の接客タイプの考察

2013 年 7 月 20 日

酒井麻衣子ゼミ

21011078 岡島 杏香

1. 背景

アパレル業界の規模は 4 兆 1,986 億円（業界動向 search.com/平成 23 年情報参照）であり、推移は年々減少傾向に見られる。ファッションは日々進化し続け、流行はものすごい速さで変化していくため、アパレル企業は生き残りをかけて必死で試行錯誤を続けている。最近では外資系のファストファッションが参入し、価格競争もますます激化している。

一方で、「洋服」は衣・食・住の一つでもあり、日々の生活を過ごしていく中で、必要不可欠な存在である。その為、今後いかに消費者のニーズに応え、業界を成長させていくかが私達の生活にとっても、とても重要になる。

そこで、アパレル業界の中でも一番、消費者と近い立場にある販売業にスポットを当てた。販売業において、売上を伸ばすために重要なことは「接客」である。

消費者心理が消費者の購買行動に大きな影響をあたえることはよく知られている。つまり、消費者と一番近い立場にある販売業で消費者の心を動かすためには、接客が非常に重要である。しかし、アパレル業界の現状からみて、消費者のニーズに応えた適切な接客が出来ているようには思えない。

2. 目的

販売業（今回の調査ではアパレル業）が、消費者のニーズに応える接客をするという目的のために、

- ・現在行われている接客

（どのような消費者をターゲットとし、どのような効果を目的として行われているかを明らかにする。）

- ・消費者側の接客求めている接客

（消費者一人一人が接客に対して求めているものが異なるのか、そして同じ消費者でも買う店や物により、求める接客が異なるのかを明らかにする。）

- ・販売業が、消費者のニーズに応える接客をするという目的のためには、どうあるべきかを明らかにする

3. 研究方法

「販売業が消費者のニーズに応える接客をする」ことを目的に、店舗調査を行い、現在行われている接客を探る。また、質問紙調査を行い、消費者側の求めている接客を明らかにする事により、「販売業が消費者のニーズに応える接客をする」とはどういったことかを研究する。

4. 調査概要

店舗調査

調査対象：低価格ブランド・高価格ブランド各 10 店舗

調査方法：店舗覆面調査

調査内容：評価基準に基づき、入店から退店までの流れを調査

質問紙調査

調査対象：10～60代 男女 100～200名

調査方法：アンケート調査 (web)

調査内容：アパレル店員の接客について

5. 今後のスケジュール

～7月12日：研究計画書完成

7月13日：SRC 中間発表

～7月下旬：質問紙調査項目・店舗調査項目作成

8月上旬：質問紙調査項目・店舗調査項目作成

8月中旬：仮調査実施

9月～10月中旬：本調査実施・分析

11月～12月：論文作成

6. 参考文献

- ・ 業界動向 search.com
<http://gyokai-search.com/3-apparel.htm>
- ・ 消費者庁ホームページ
<http://www.caa.go.jp/>
- ・ アパレル・ファッション業界情報サイト apparel-web.com
<http://www.apparel-web.com/>