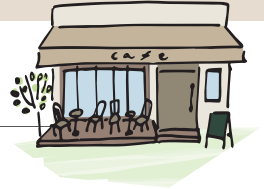


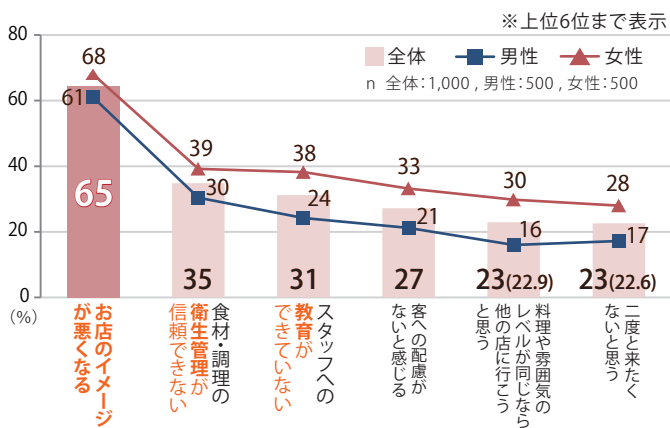
お店の印象を左右する「トイレ空間」

トイレの良し悪しで、お店全体の印象が良くなったり悪くなったり、トイレがお店全体のイメージに及ぼす影響は小さくありません。それだけに、トイレは改善効果が期待できる場所でもあります。

トイレが汚いと、お店のイメージもダウン・・・特に女性はトイレを重視



Q. お店のトイレが汚いと、どのように感じますか？(複数回答)



全体の65%が「トイレが汚いと、お店のイメージが悪くなる」と回答、さらに「衛生管理ができていない」「スタッフ教育ができていない」と続きます。女性は男性よりもすべての項目でポイントが高く、**トイレを重視**していることがわかります。

お客様の声 /

飲食店におけるトイレ利用に関する調査2014 LIXIL

トイレが汚いとお店に行きたくなくなる (40代/女性)

清潔度合いが、そのまま店のレベルに繋がる (30代/男性)

飲食店におけるトイレ利用に関する調査2014 LIXIL (洋風ファストフードの場合)

「お店に求めること」のTOP10にトイレがランクイン、その「満足度」は?

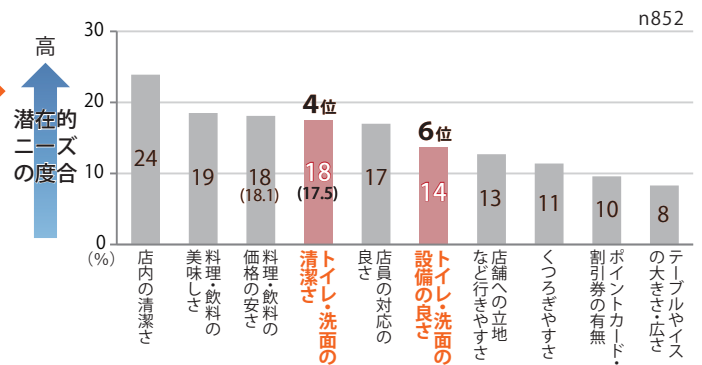
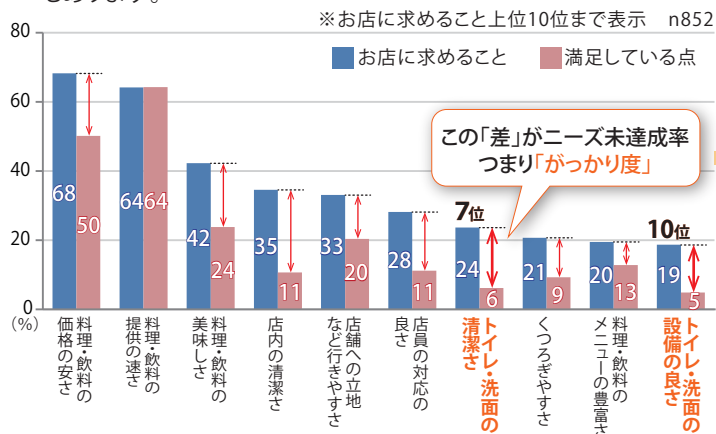


Q. お店に求めることと、その満足度は？(複数回答)

お客さまがお店に求めていることTOP10のうち、トイレに関する項目が7位と10位にランクインしたものの、満足度は低い結果に。その「差」はニーズ未達成率、つまりお店に対する「**がっかり度**」でもあります。

(Q.お店に求めること) - (Q.お店の満足点) = ニーズ未達成率 (複数回答)

お店に対する「**がっかり度**」順に並び替えると、トイレに関する項目が4位と6位に浮上。「**がっかり度**」の高さを「潜在的ニーズの度合」と捉えれば、快適なトイレ環境への潜在的ニーズは高く、その分**改善効果も期待**できます。



飲食チェーン・トイレ意識調査2012 LIXIL (洋風ファストフードの場合)

POINT!

お店のイメージUPやリピート率UPのために、まずは「**トイレをイメージUP!**」

両立させたい！お客さまにも スタッフにもやさしいトイレ空間

トイレをイメージアップすればよいことはわかるけど、何を優先して改善すればよいのでしょうか？

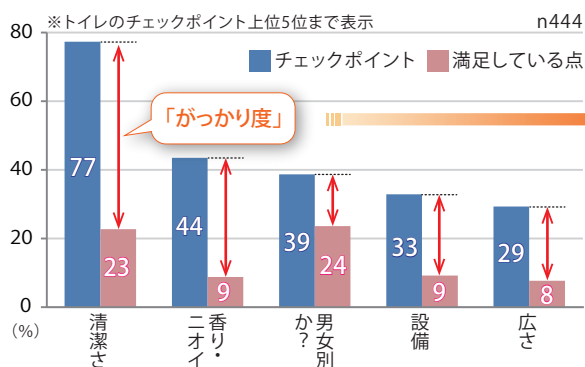
お店のトイレに対するお客さまの「がっかり」と、スタッフの「悩み」を解決するカギには、共通点がありそうです。

お店のトイレの「がっかり」、優先して改善すべきことは？

Q.お店のトイレを利用する際のチェックポイントと、その満足度は？
(複数回答)

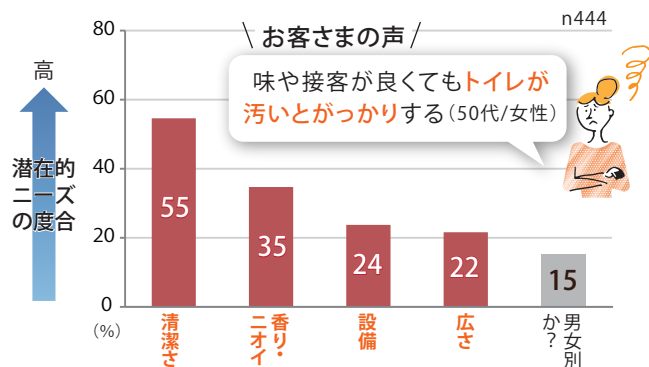
※ベース：飲食店でのトイレ利用「毎回利用」～「4-5回に1回くらい利用」回答者

お客さまがお店のトイレを利用する際にチェックするポイントTOP5。お店のトイレに満足している点と比較すると、その満足度はいずれも低いことがわかります。その「差」はお店のトイレに対する「がっかり度」に直結してしまいます。



(Q.トイレのチェックポイント) - (Q.満足点) = ニーズ未達成率
(複数回答)

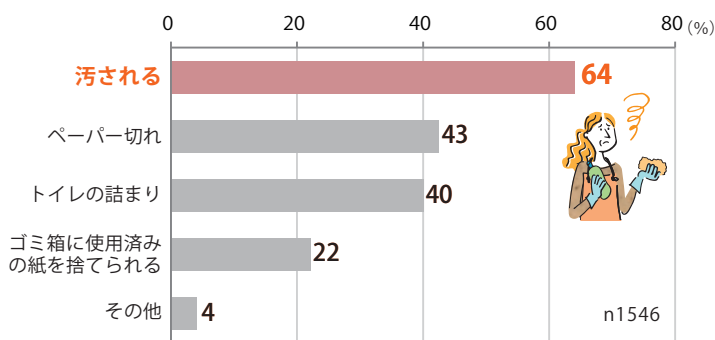
お店のトイレに対する「がっかり度」順に並び替えると、改善項目の優先順位が見えてきます。改善項目のTOP1は55%で「清潔さ」、次いで「香り・ニオイ」という結果に。最後にお店を出る時に入ったトイレが汚いと、お店に対してがっかりしてしまいます。



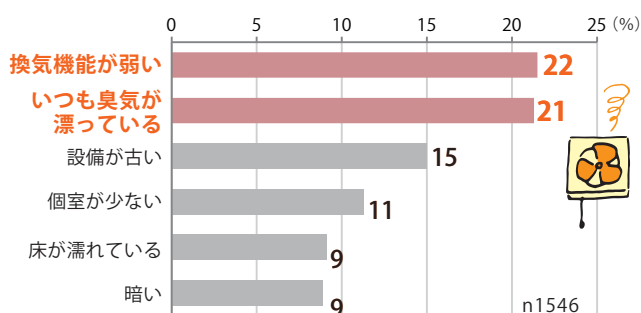
飲食チェーン・トイレ意識調査2012 LIXIL (洋風ファストフードの場合)

お店のスタッフも悩んでいる「清潔さ」と「ニオイ」

Q. お客さま用トイレのトラブルで、多いことは？ (複数回答)



Q. お客さま用トイレに関して、どのような悩みや問題点がありますか？ (複数回答)



店舗トイレに関する調査(店舗スタッフ対象)2015 LIXIL

お店のトイレの改善すべき「がっかり」の2TOPは「清潔さ」と「香り・ニオイ」。一方、お店のスタッフにとって、お客さま用トイレの一番のトラブルは「汚されること」。さらに換気やニオイに関することが悩みのタネという結果に。「清潔さ」と「ニオイ」についてはお客さまと店のスタッフ共通の悩みであることがわかります。

POINT!

お客さまにもスタッフにもやさしいトイレ空間づくりには、
「清潔さ」の維持と「ニオイ」の緩和のための、「手間をかけない工夫」が必要です