



「思わず寄りたい」

お店づくりにチャレンジ【第8回】

テーマ2: 什器編 その3 (演出機能)

前回まで2回にわたり什器の“陳列”と“在庫”の効率的な機能を説明してきました。今回は什器編のまとめとして“演出”の機能とテクニックを考えてみましょう。

“演出”の大切さ

「たばこ」は、お客様にとって本来「目的買い」の商品です。従って自販機でもある程度の売上げを確保することができますが、対面販売(手売り)は、さらに重要になります。これからは、「手売り」主体のお店が競合する状態になり、あらゆる面で他店との差別化をはかるための売り場づくりが必要不可欠になります。

これまでハード面(店舗外装・什器等)を中心に説明してきました。今回はさらに“演出”機能を充実させることによって、お客様にお店の存在を深く印象づけましょう。そのためには、ソフト面(装飾)へのアプローチも大切です。

見直しのポイント

- “演出”する場所と機能がありますか？
- テーマやアイデアのある“演出”をしていますか？
- 季節外れなどの“演出”になっていませんか？



売り場での“演出”ゾーン

▶ Aゾーン

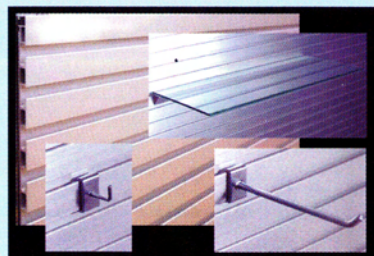
個装(またはダミー)陳列面には、当然お客様の視線が注がれます。

個装の圧倒的なボリューム感の中に、一部ディスプレイスペースを設けることによって、よりインパクトのある“演出”効果が期待できます。

▶ BおよびCゾーン

お客様の目線の高さは、床面からおおよそ1,350~1,500mmほどになります。ウインドケース開放部の両サイド(B)や、店内のバックケース上部(C)もディスプレイスペースとして利用しましょう。

便利な“演出”機能

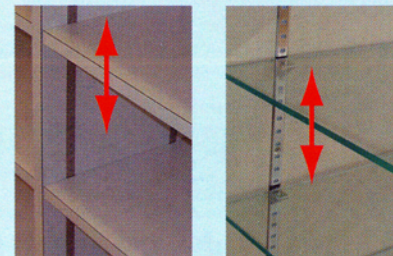


▲ 自在(フレキシブル)型パネル

着脱可能なガラス棚やフック等によって、必要な位置にディスプレイ商品を置いたり、吊るしたり、掛けたりできる機能を持ったパネルが便利です。

※ディスプレイ用小物

ディスプレイ商品を引き立たせるために、市販の亚克力ボックスやバスケット等が役立ちます。お手持ちの小物でも、アイデア次第で充分利用可能です。デコレーショングッズ(装飾小物)も取り入れて、いろいろ試してみましょう。



▲ 自在(フレキシブル)型棚板

バックケースの棚板が、自在に高さ調整や着脱が可能なものなら、商品の在庫量に応じて、空いたスペースをディスプレイ用に有効活用できます。

“演出”の具体的な展開例

▶ 新製品の紹介

新製品発売の際は、様々な広告媒体を使って、お客様に新製品の特性が紹介されます。店頭においても、前述のゾーンに販促グッズやディスプレイ用小物を使って「新製品が主役」の立体的な演出をしましょう。



▶ 季節感の表現

いよいよこれから年末商戦に入り、クリスマスの装飾が盛んな時期になります。写真のような小物を利用して、楽しく飾りつけましょう。

お正月といえば門松や鏡餅、2月は節分やバレンタインデー、3月は桃の節句・・・と、一年間の「祭事」にちなんだ小物や「季節の草花」で、少しずつ早めに季節感を表現しましょう。



▶ お客様との「絆」

大切なテーマの演出です。お客様と共有できる自慢の「品物・写真」等をディスプレイしてみましょう。ここでディスプレイされるものは、お店の「ご主人」の個性あるお店づくりの信念を表現することになります。必ずお客様からの反応があり、商品を超えたお客様との絆づくりに役立ちます。

