

Before (現状診断)

“目立たない”テント看板

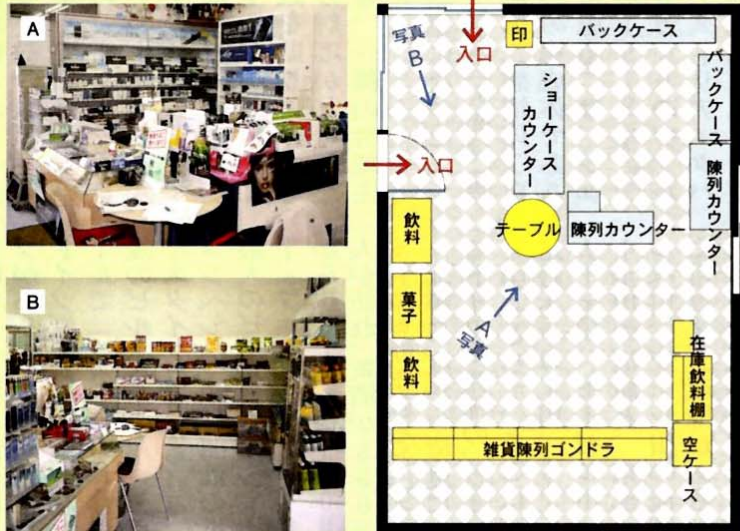
国道沿いの角店、車で立ち寄るお客様も多いようですが、建物と同色化し、目立たないテント看板は車で通るお客様にはアピール不足のようです。



“雑然”としたタバコ売場と“まばら”な雑貨商品陳列

以前はパンや飲料などを扱う雑貨がメインだった売場を、タスポの導入時期にたばこ専門店へと改装を試みたとのこと。たばこの接客カウンターにはパンのショーケースを再利用するなど、極力既存の什器を活用した構成でアイデア満載です。しかし、陳列機能には自ずと限界があり、陳列・演出が“雑然”と見え、お客様の購買意欲を刺激するには物足りません。一方、雑貨商品は Gondola の空きスペースが目立つ“まばら”な陳列となっており、補充の行き届かない鮮度不足の商品に見られてしまいがちです。

▼平面図



After (改善提案)

タバコと店内入口を

“明確”に表現したテント看板

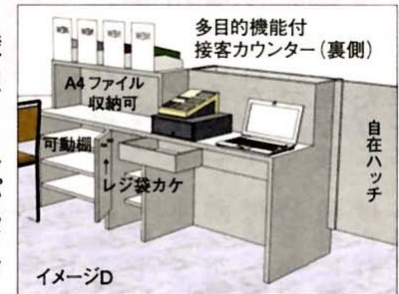
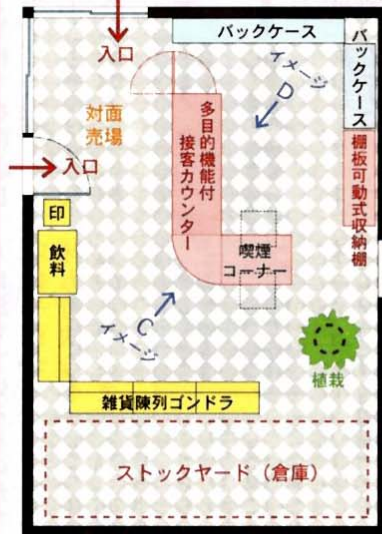
店舗角部分の日除けテントを目立つ色調とデザインでアピールします。既存入口ガラス戸下部の「赤ライン」に合わせて、テントにも「赤ライン」を入れ、店舗全体の間口感を表現しました。



タバコ売場は“インパクト”のある訴求で

たばこ売場は多目的機能を持つ、L型の接客カウンター1台と壁面に棚板可動式の収納棚1台を新設し、機能的には内照式ダミー陳列・新商品やPR商品の紹介・演出を可能にします。従って、現在のショーケース上部に雑然と上積みされていた各商品は、この陳列・演出スペースに移動し、お客様に対し、従来よりインパクトのある訴求が可能となります。雑貨商品は、棚板の空きスペースを整理することでボリューム感を出し、不要な什器のスペースはストックヤード(倉庫)として活用します。また、露出していたダンボール箱等を収納し、店内の清潔感を表現します。

▼平面図



予算の目安 ★★★★★ (10~50万円) ★★ (50~100万円) ★★ (100~150万円)