表と裏を見る眼

異業種・異数・異地・異品種・異動
複数・複合・複数・複式・複線
拡散・拡張・拡張・拡大・拡張

モノの捉え方

異業種の売り場展開が新しい

売れる！売り場の活性化術

活かす商品陳列と売り場づくり

⑨商品陳列の訴求ポイントづくり

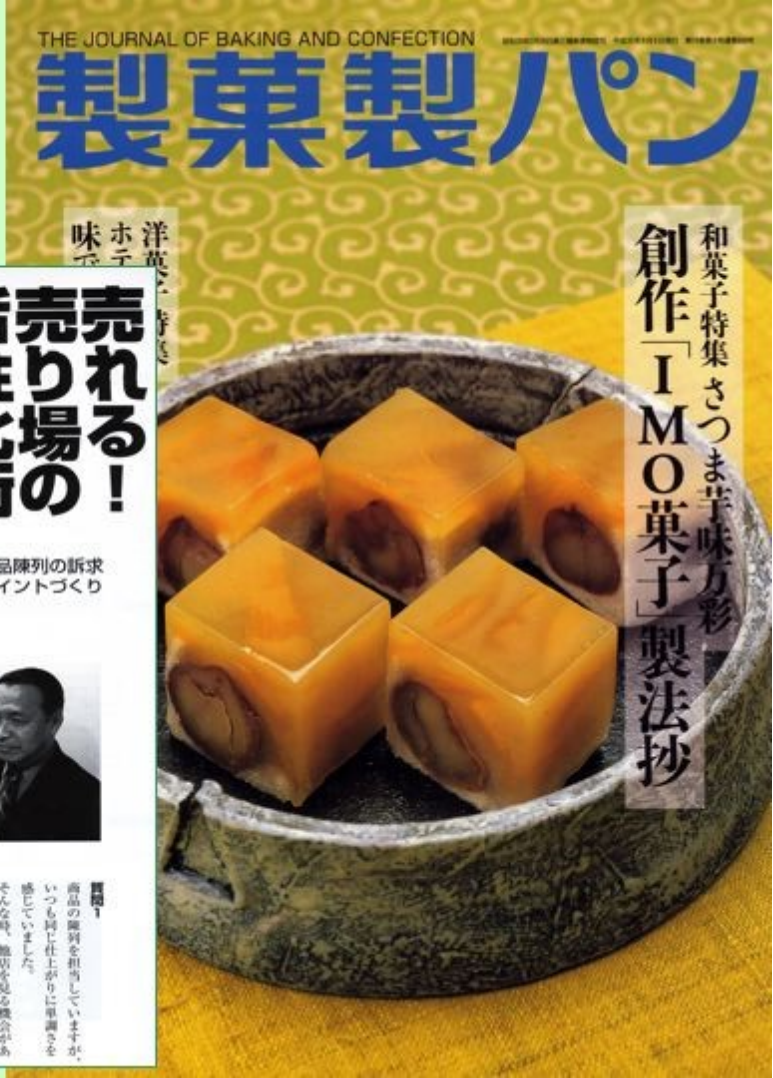
福田ひろひで
（VMDディレクター）

商品陳列は、商品展示と違い見て楽やかさはありません。やや乱雑な商品の展示で、商品が有りか無いか程度で非常してしまいがちです。しかし、商品が陳列されているその場こそ、実際にお客さまが商品を購入する地点であり、この点から捉えると、かなり重要な場であることがわかります。すなわち、「探し場」「買い場」としての環境を整えることが大切です。そのためには、商品の陳列が単調になることなく、訴求ポイントを明確にし、メリハリの展開に心がけていく必要があります。

今回はほんのようなテーマを中心に、お答えしていきます。

問題1

商品の陳列を担当していますが、いつも同じ仕上がりに単調さを感じていました。

そんな時、他店を見る機会がありました。それは商品の展示と言うよりは宝の山を見ているような感じでした。重厚なテーブルの真ん中には、色とりどりの花が咲く大きな花瓶。そのまわりには各種パンが美味しそうに盛り付けられ、まるでパンが歌っているよう。雰囲気も他のバランスも、とにかく見ていて楽しく、しばらく立ち止まって見入ってしまいました。

このような変化のある陳列を行うには、何か特別なものが必要なのでしょうか。またどのような点に注意すれば良いのでしょうか。