

## 4 お客様を引きつける陳列方法

### ◆◆◆ 「前進陳列」—最も基本となる陳列

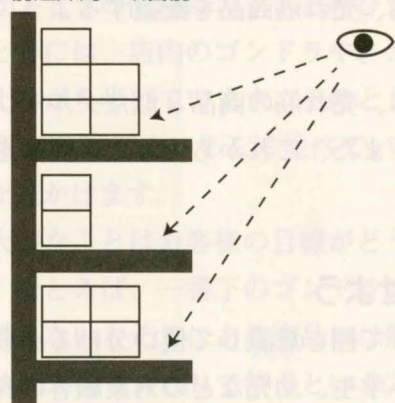
「前進陳列」とは下の図に示しているように、商品を棚やフックの端側の前面(お客様が商品を見る側)のぎりぎりまでに出して並べることをいいます。この陳列は売り場の品出し作業のときに行うだけでなく、店内にほかの作業でいる場合にも気がついたら手直すように心掛けることの1つです。

この陳列のメリットは、

- ①商品が新鮮に見える。→実施しない場合は、奥に下がったままになり、残りものように見えてしまいます。
- ②商品が前面に出ているので、陳列棚にボリュームができる。→実施しない場合は、前面に出していないので陳列棚にボリュームがなくなります。
- ③お客様からの死角になっている商品をなくすことができる。→実施しない場合は、棚の場所によっては、お客様から見えないので、いつまでもデッドストックのままになってしまいます。

### ■ 機会ロスなく「前進陳列」の鉄則

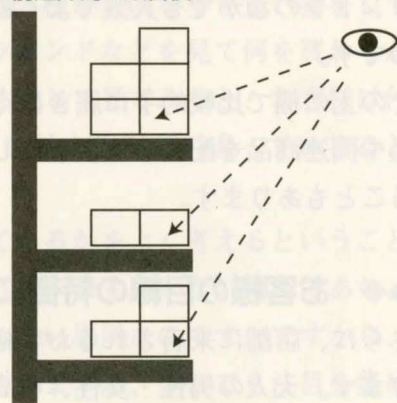
前進陳列の改善前



売れない

- ・商品が奥まっけてお客様の視線に入らない。
- ・奥に手を伸ばして取らなければならない。
- ・商品のボリュームや迫力、鮮度が弱まってしまう。

前進陳列の改善後



売れる

- ・商品がお客様の視線に入る。
- ・自然に商品を取ることができる。
- ・商品にボリュームや迫力、鮮度が出てくる。

### ◆◆◆ 「前進陳列」を徹底させよう

棚に並んでいる商品やフックに掛けている商品はすべて、「前進陳列」するように心がけましょう。

さらに、この言葉を全員に徹底させると、次のようなメリットがあります。

新しく入社したスタッフやアルバイトであっても、この言葉をよく説明しておく、店長や売り場リーダーが、「棚に並んでいる商品やフックに掛けている商品はすべて、前に出して陳列するようにしてください」と、必要以上にこと細かくスタッフにいうよりも、同じことを「前進陳列してください」とか「前進陳列できていませんよ」というだけで、指示された内容がきちんと伝わるようになります。または、もっと簡単に「前出し」というお店もあります。

こうした指示を繰り返し続けていることで、「前進陳列」について徹底された店舗になっていくのです。

### ◆◆◆ ゴンドラエンドを魅力的に

ゴンドラエンドはお客様の注目を集めやすい場所や集めなくてはならない場所だといえるでしょう。つまり、すでに説明している「マグネット」となるコーナーにあたるのが、什器のエンドだといわれています。

### ■ 商品棚の両端をゴンドラエンドという



ほうっておくと Gondra エンドは単調になってしまうことがあります。この Gondra 什器の使い方の大切さを理解して、お客様の興味を上手く引くことで、それぞれのお客様の店内での回遊性を高めることができます。さらに、手前の什器から隣の什器へ、そして、それらの商品を見ながら次の場所にある奥の什器へとお客様を誘導することができるようになるのです。

エンドの魅力しだいで、Gondra ごとのお客様の「寄りつき」の差が大きく出るので。そして什器エンドは、その什器エンドを見て、その横や後ろにある商品も見てみようとお客様を誘うことができる情報発信の場でもあるのです。ですから、続いているほかの Gondra のことも考えて、Gondra 全体の提案コーナーとしての使い方もよく考えておくべきです。

この Gondra エンドに置くべき商品ですが「単に売り切り商品」の場所と決めつけないことです。もしすべてのエンドが、「単に売り切り商品」であれば、店舗全体が安売りイメージの店舗になってしまうことがあります（ディスカウントショップであれば、逆にそうした方がイメージにぴったりとすることができます）。

では、この Gondra エンドに置くとよい商品と、そのほかの Gondra エンドに置くべき商品の違いについて考えてみましょう。

奥の Gondra が定番商品、手前の Gondra エンドは同じ分類（カテゴリー）の商品でも動きが比較的好いと思われるアイテムを選ぶようにすべきです。その商品は、以下のような商品となります。

- ① 季節商品
- ② TV 広告でさかんに PR されている商品
- ③ いわゆるお化け商品（圧倒的シェアの商品）
- ④ 回転のよい商品＝購買頻度の高い商品
- ⑤ お買い得商品
- ⑥ 買い置きが可能な商品

つまり Gondra エンドは店内での「マグネット」となる場所なので、計画的に商品を選ぶことが非常に大切だということなのです。さらに、陳列の仕上げとして、ショーカード、スポッター、プライスカードも忘れないようにしましょう。

## ◆◆◆ 「タテ陳列」と「ヨコ陳列」の基本

Gondra 什器を見る場合、その什器を上下（タテ）に見る場合と、左右（ヨコ）に見る場合があります。そして、什器の上下（タテ）を意識した並べ方を「タテ陳列」といい、什器の左右（ヨコ）を意識した並べ方を「ヨコ陳列」といいます。

たとえば、什器の横幅が 90cm の場合、90cm を 1 スパン（けいかん 径間・間隔）としますと、その 1 スパンごとに商品を分けて隣のスパンと商品を変えたいという「タテ割り」に商品を並べる方法が「タテ陳列」なのです。

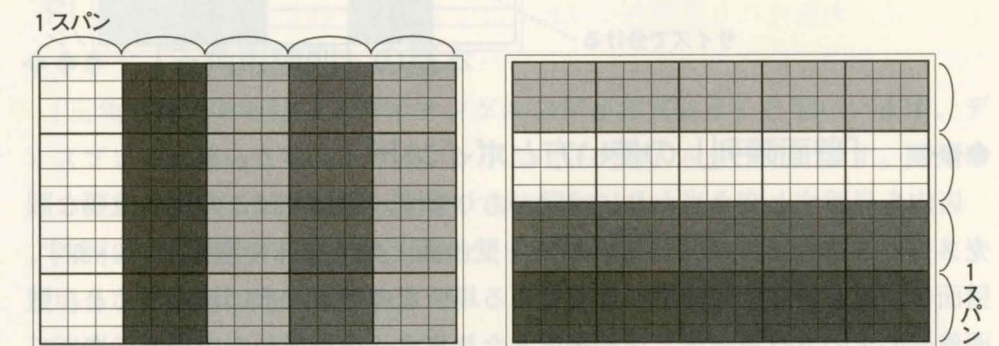
この方法のよさは、お客様が什器の前に立ったときに、そのお客様の視野のすべてが、同一種類の商品で埋め尽くされているので、そのお客様は、右や左に移動しなくても選べるという利点があるのです。

什器ごとの分類では、この「タテ陳列」が優先されることが多いとされます。

また、「ヨコ陳列」は、ヨコの位置の同じ高さの棚に、同じ商品を繰り返して続けて並べていくことをいいます。

壁面であってもそのすべてを、左右に次の什器にまでまたがって、横長に「ヨコ陳列」することはあまりないですが、店舗の規模や意識的な商品展開では使われることもあります。

### ■ タテ陳列とヨコ陳列の基本パターン



タテ陳列  
商品をタテ割で、棚ごとに分類して並べる。

ヨコ陳列  
同じ高さの棚ごとに商品が別々になっている。