

# かなめ流通G ホットライン

第10回

## 店舗デザインについて

「いいお店」とは店主の持つコンセプトとそのお店を利用するお客様の抱いているイメージが一致している店、これが「いいお店」とお客様から言われる定義です。なので来店者が少ないからといって悪い店ではないのですが、それでは商売として成り立たないという現実もあります。

来店者数を伸ばしたいとお考えがあれば、それはお店の前を通る人たちに、このお店が目に入ってこないのか、見た目のイメージ（価格も含）が合わない可能性が高いでしょう。故に、イメージ創り（デザイン）が大切になってくるのです。

近年、新聞の折込広告は新聞自体をとっている家が減少して、あまり効果が得られないという話を耳にします。今はインターネットの時代だからホームページ（以下、HP）でないと…と持っている方も多いのではないのでしょうか。HP等で全国的に洗濯物を集めているクリーニング店は除きますが、HPの場合検索という作業がつかまとう故にテレビCMなどで「〇〇で検索」などという手法をとって消費者に検索を促しています。これは大資本の成せるワザで、一般的にはHP制作会社などで「クリーニング」などの関連ワードを引くと上位に名前が出てくる程度のモノになってしまっているのが現状かと推測されます。

HPを持たれている会社は無数に存在し、その中からピンポイントで自分の店を検索してもらう事は大変な事です。既存のお客様に観ていただくためのモノであれば問題視する必要は無いと思いますが、新規顧客の獲得となるとピンポイント検索は難しいでしょう。SNSの活用も重要な宣伝ツールになっているようですが、これも同様です。

ここではHPやSNSを既に活用しているお店に向けて話を進めてきましたが、「HPやSNSなんてやっていない」というお店の方々にも是非知っていただきたい事があります。

銀行員や美容室のお客様等、一般消費者に向けて当社独自のアンケート（160人）結果から普段利用しているク店は自宅、会社の近くを利用しているという回答が70%になった反面、少し遠くてもキレイなお店に行きたいと回答した人が80%にもなりました。この「キレイな」という言葉はいろんな意味を持っていると思いますが、あえていうなら消費者が持つお店への「期待感」ではないでしょうか。

私たちは日常生活の中で沢山の「お店選び」をしていると思います。例えばスーパーマーケットでも品揃えの豊富さ、プライス、鮮度等、人により価値観は違えどその要望を叶えてくれそうなお店を選んではいませんか？ また、見知らぬ土地の旅先で昼食をとる飲食店でも要望を満たしてくれそうな店を選んだり、旅先で宿泊先に到着した時、建物を見てガッカリしたり期待したり、そんな経験をしたことがあると思います。そこに消費者ニーズ（期待感）が隠れているのです。せっかくの素晴らしい設備や技術、高いサービスを備えていてもお客様に来店していただかなくては売上に結びつきません。

そこで、「店舗は観た目が大事」となるのです。観た目＝期待感＝デザイン「キレイ」を売っているお店だからこそ店主の持つクリーニング業への志を表現したデザインが必要不可欠になってくるのです。

文頭のHP、SNSの話に戻りますが、アンケート結果からも解るようにお客様は「近くて期待感の持てるお店」を探しているのです。よって新規顧客を取り込むには自店そのものが最大の広告塔になりHPも検索していただけるでしょう。お店の前を通る人の「気になるお店」になりましょう。

クリーニング店はクリーニングの文字がやたら大きく店名がとにかく目立たないお店が多い事に驚かされました。確かに何屋を素早く理解してもらうためには効果的ですが、ピンポイントで顧客の獲得をしていかなくは利用者の絶対数が半減している現代では店名を明確に認識してもらう事も大切です。

クリーニング店は（例えば悪いと叱られるかもしれませんが）スーパーマーケットに陳列されているお豆腐に例えると、中身の見た目はどれも白くてさほど代わり映えはしないので豆腐であればなんでもいいヒトは安価なモノを、それでも安値が不安なヒトは少し高価なモノを、原料や味にこだわりがあるヒトは値段ではなく品質で選びます。しかし、後者のヒトがここに列んでいるお豆腐を一度も食べた事がない場合、パッケージの観た目から情報を読み取って購入動機に結びつけます。

クリーニング店もお客様から商品が外からでは明確に見えません。なので看板を含め店舗そのもののデザインが大切になってくるのです。

example



Before



After

このお店はスーパーの駐車場の一角に有り店名変更というキッカケでお店を見直したいとの依頼で現地を観に行きました。

プレハブの小さなお店ですが、既に風景と同化していて存在感が打ち消されておりました。まず、前面道路からも見えるように存在をアピールすることを提案し、駐車場内ということから歩行者も多いので自店のこだわりや特徴を見やすい位置に掲示する提案をしました。

### まとめ

こちらは「気になるお店」として提案させていただきました。

目立つということ、それは派手にするばかりではありません。店主の想いを外に向けて発信すること、価値観の多様化によってお客様も様々になりました。価値観を共有できるお客様を増やしていくことが大切だと思います。

次回：思わぬところに宝の山

提供：ソリッドプラント

SHOP TOTAL PRODUCE

CHANGE

施工工事にこだわらず、デザインのみのご依頼も大歓迎！  
新築・改築・増築から印刷物・販促ツールまで。

気になるお店へ、「デザイン」のチカラで…。

建築からサインや什器まで、素材がわかっているからイメージ通りの仕上がりが見えてくるデザイン。  
当社はデザインをメインとして営業しております。  
是非お気軽にご相談ください！  
最寄りの資材・機材商様にもお声がけください。

有限会社 ソリッドプラント  
■お店に関わるあらゆるものをデザイン・提案致します  
PHONE: 027 (235) 5819  
MAIL: info@solidplant.jp  
群馬県前橋市上小出町3-55-12 〒371-0037 FAX: 027(235)9245