

## 進化する『VMD』

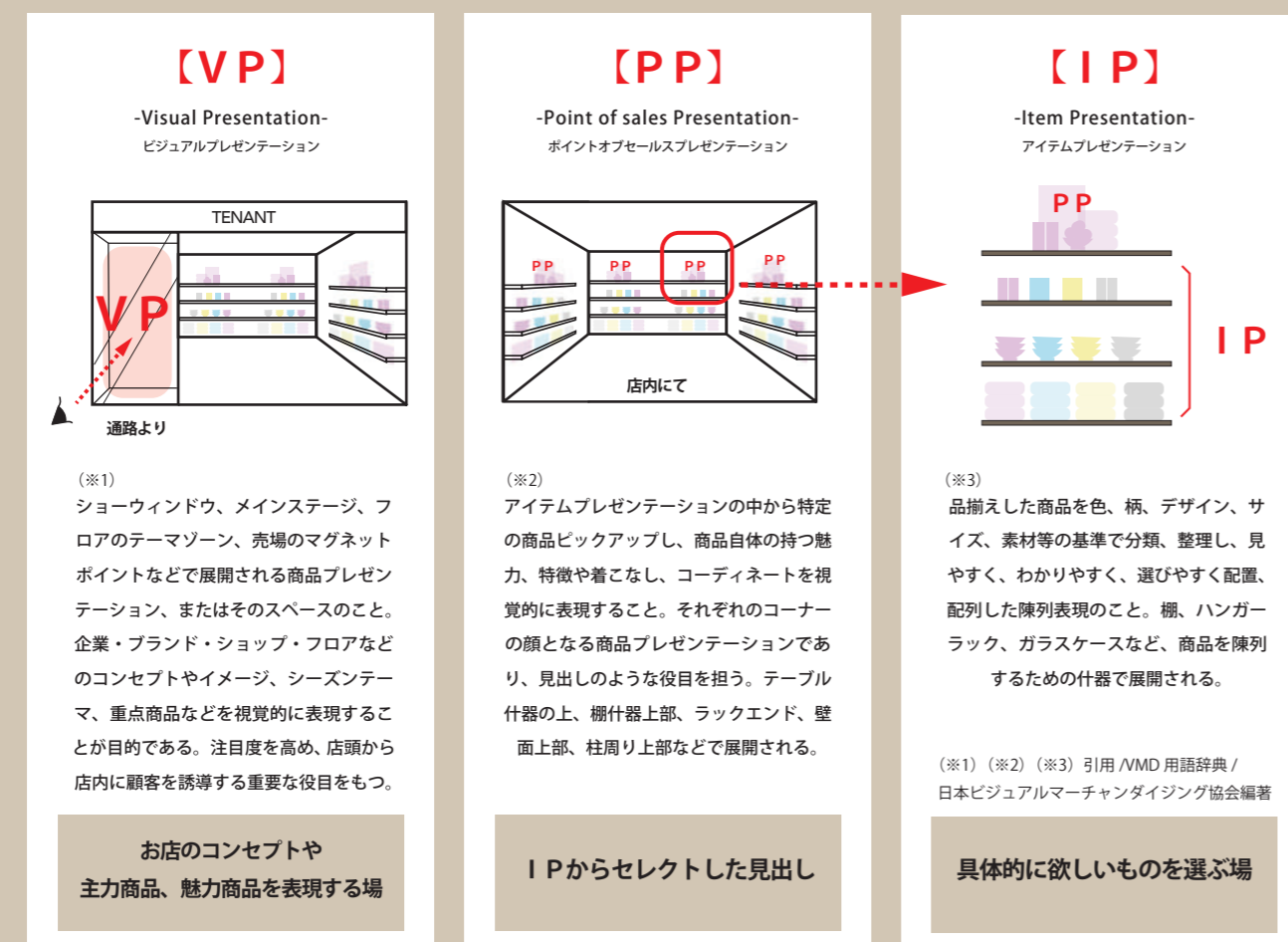
-『VP』の魅力溢れる進化- [1/3]

2017年10月20日 丸山 朋子

前回のレポートでは、『商品を魅力的に見せるお店づくりのアプローチ』として、商品と店舗空間をつなぎ、商品を魅力的に見せる『VMD』が重要であるとお伝えした。第2弾ではテーマに掲げている「『VMD』の進化」について、一体どのようなものなのかを、基本的な考え方とその進化について具体的にご説明したい。

## ■『VMD』の基本的な考え方

『VMD』とは、ビジュアル・マーチャンダイジングの略であり、マーチャンダイジング（商品計画・商品政策）を視覚化することである。その視覚化の主な手法として、**VP・PP・IP**という構成要素が基本となっている。



**VP・PP・IP**という基本をもとに店内を整理することにより、お店のコンセプトや、主力商品、魅力商品が明確になり、「わかりやすく」、「買いやすい」売場ができあがる。基本的な『VMD』はこの手法に基づく。

## ■特筆すべきVPの『進化』

このような、「明確さ」、「わかりやすさ」、「買いやすさ」を伝えることを主とした手法は、近年では、キレイすぎてしまい売場に物足りなさを生んでしまう。魅力的なお店づくりのためには、上記の基本的な考え方を応用した進化が見所となる。まず特筆すべきは『VP』の進化だ。

## &lt;背景には&gt;

- ・施設規模の拡大 → 規模競争の激化により、同種・同様の業種との差別化をしなければならなくなった。
- ・買い方の変化 → スマホでもショッピングできる時代だからこそ、店頭で求められるものが変化している。
- ・選び方の変化 → 買い物目的ではない人の足も止めるようなパッと見の印象が重要となっている。

同種・同様の業種との差別化には、『ショーウィンドウ』を構えるというよりは、思わず店内に入ってしまうくなるような誘引力が必要となる。お客様に興味を抱いて頂き、店内に誘導する役割=『VP』だとすると、その役割は『店頭テーブル』へ移行している。

進化型『VP』は、今までの『VP』要素にプラスして、「鮮度」「動き」「見ごたえ」「提案」といった要素を持つことだ。さらに、**ここには目新しいものが揃っている、いつ来ても面白いものがあるという表現**を作ることが重要となる。テーブル上なので、商品の演出で魅せるだけでなく、手に取ってそのまま買うに結び付けられるため、興味誘発と購買を直接結びつけることができる。『VP』の進化とは、ただ魅せるだけでなく「商品を直接触れることができる場」「主力商品、魅力商品を体験できる場」「店内に誘導する場」であるため、重要度が高いのだ。

## ■プラス要素の「鮮度」「動き」「見ごたえ」「提案」とは

## ①徹底的な「鮮度」感

店頭テーブルでは、春、夏、秋、冬の4シーズン展開はもちろん、最近では時間帯別や天候などのさらなる細かな単位で商品構成を変化させ、飽きないしかけづくりを丁寧に行うことがポイントだ。

## ②多種多様な「動き」の誘発

異種、多種の商品を組み合わせることで生まれる動きで興味誘発に結びつける。

## ③「見ごたえ」

期間テーマに沿ったビジュアル備品を効果的に使い、商品と一体となった演出で、店頭テーブルに強く視線を引き付けるための強烈な印象作り。

## ④自分ゴトにしやすい「提案」型

人々の気持ちを先回りしたものや、想像を膨らませるもの、家でも試してみたいくなるような気持ちに訴える提案型のMD構成とビジュアル表現を行うことで、自分ゴトとして認識してもらう。

さまざまな変化の背景とともに、『VP』に求められることの難度が増している。「鮮度」「動き」「見ごたえ」「提案」を作っていくことは、一見華やかに見えて実は本当に根気のいる作業であり永遠に繰り返さなければならない。

**ブランドとしての主力商品を飽きさせないしかけづくりと、店頭スタッフが日々の変化をつくること。お互いにモチベーションを高めあいながら、変化ある動きある『VP』をつくっていくことがお客様の心を掴む店づくりへと繋がっていく。**次ページでは、進化する『VP』を魅力的に演出している具体例として、2つの事例を紹介したい。

## 進化する『VMD』

-『VP』の魅力溢れる進化- [2/3]

2017年10月20日 丸山 朋子

## ■圧倒的魅力を創り出す(株)ウェルカムの店舗『TODAY'S SPECIAL- トゥデイズスペシャル -』

店頭テーブル、ファサード周りを魅力的に表現し、お客様の心を掴む戦略的『VMD』の『TODAY'S SPECIAL』。前述した「鮮度」「動き」「見ごたえ」「提案」を作り、とても魅力的に表現されている。『VMD』の戦略はどういったものなのか。『VMD』ご担当の方にお話を伺うことができた。

『TODAY'S SPECIAL』VMD 担当者（以下T.）

— 足の速いお客様に対して魅力的にひきつける店頭テーブル周りの演出とは？

T. 「今日が特別になる発見」「旬を贈る楽しさ」に出会えることを目的に、異なる属性の商品を組み合わせた「行動提案型」のビジュアルプレゼンテーションを行っています（例：コーヒー豆+ミルク+抽出器具+マグ+コーヒーの書籍=今日はお家で豆から挽いてコーヒーを淹れてみたいかななど）。またすべての売場は行為（「作る・食べる」「贈る」「整える」「着る」「育てる」「飾る」）でゾーニングされており、それぞれの空間コンセプトの元、異なる商品群を組み合わせた提案を行い、売場ごとに新鮮な気持ちで楽しんでいただける空間作り＝「宝探し感」を心がけています。

— 店頭周りに鮮度感を保つための工夫は？

T. 季節や歳時記に合わせた行為を提案する「プロモーション」を毎月展開。プロモーションに合わせて商品・販促・ディスプレイが更新される為、常に空間の鮮度は維持されています。

— その他、VMDとしてポイントとは？

T. 環境のコンセプトとして、「市場」や「蚤の市」を挙げています。商品ひとつひとつがイキイキと並んでいる賑やかな、整然さとはかけ離れた雰囲気。そんな空間が市場でお買い物をする際のワクワク感につながると考えています。

行動提案型ビジュアルプレゼンテーションの実行。さらには、月ごとに季節や歳時記にあわせた提案型「プロモーション」。双方が相乗効果を生み、楽しい店頭を生み出している。下の写真は竣工当時のものであるが、毎月だけでなく、毎日でも行くたびに表情が変わる。丁寧に丁寧に作り上げることで、「宝さがし」が実現するのだ。

異なる商品軍を組み合わせた「宝探し」！ここには、必ず自分の欲しいものがあると思わせるのも、『VMD』のポイントだろう。是非とも、毎月変わる店頭を見に行き体験して欲しい。



▲『TODAY'S SPECIAL Shinjuku』竣工当時の店頭写真

## ■たくさんの商品が生き生き見え思わず手に取りたくなる『hands be- ハンズビー -』

『ハンズビー』は「東急ハンズ」から生まれた、ナチュラルコスメやステーションナリーを中心に扱う、こだわり感や上質感を求めるお客へ向けた提案型ライフスタイルショップ。

商品の種類が複数になり煩雑になりそうな店内をVP・PP・IPの基本構成を使いながら、進化する『VMD』で個性を出す『VMD』担当のオフィス アイ・リーの入江氏に話を伺った。

入江氏より

新店のMDマップを頂いた際に、MDと連動したビジュアルプレゼンテーションをデザインしていきます。定番アイテムの「ビューティ」「ステーションナリー」、季節毎に変わる「シーズン雑貨コーナー」の各MDを魅力的に表現するアイデアを出します。ターゲットが女性ということもあり、女性目線が重要です。目線の先、導線の先に、思わず、「可愛い〜」と声を出してしまうような商品コーディネートです。そして、見て楽しい売り場作りに加え、必要な物だけでなく「何か欲しくなる！」「何か買いたくなる！」という気持ちの変化を生み出すために、「出会い」や「発見」を意識します。品揃えも豊富なので、躍動的に魅せる場所（お客様の興味の誘発する場所、きちんと商品を陳列する場所（自分の好きなものをゆっくり選ぶ場所）の構成バランスを取るのがポイントです。

その次に効果的な演出備品を考えます。内装工事の中で作って頂く什器と、お店で揃えて頂く小道具（コの字の亚克力や商品スタンド等）、さらに自身で用意する演出備品です。この3つ備品の組み合わせが商品をしっかりと魅せることと、魅力的に魅せることの双方を兼ね備えた演出が可能になります。演出備品を商品ディスプレイに効果的に使うことで、お店のブランディングも統一され、お客様にダイレクトに響くと感じています。

『ハンズビー』は商品アイテム数（SKU）が多いため、店頭テーブル演出だけでなく、それぞれのカテゴリーの編集コーナー、つまり『PP』の演出も大事だと入江氏は言う。

▼ 9月29日にOPENし、弊社が施工を担当した『ハンズビー トリエ京王調布店』



季節感のある秋色で商品を取り揃えた店頭テーブル。ランチボックスに、保温機能のマグ、ちょっと肌寒くなくても楽しくランチタイムが過ごせるような気持ちに訴えかける演出だ。



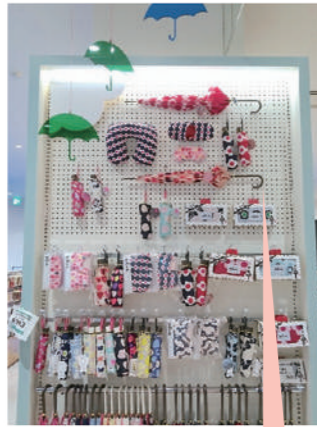
<プロフィール>  
オフィスアイ・リー 入江 史  
主に専門店テナントのVMDを担当。アパレル、ファッション雑貨、日用雑貨などを魅力的に販売していく「ビジュアルマーチャンダイジング」を得意とする。東京工学院インテリアデザイン科 & グラフィックデザイン科ディスプレイ講師、グラフィックデザイン科ディスプレイ講師兼任。

入江氏のテクニックは、主力商品を際立たせるために、関連性の高いもの、お客様の行動に沿ったもの、を瞬時の判断で組合せて魅力溢れる陳列に変化させるのは鮮やかであり圧巻である。商品が生き生きと見え、店内にいくつものストーリーが出来上がるのだ。

(次ページにつづく)

# 進化する『VMD』

—『VP』の魅力溢れる進化— [3/3]



『PP』を表現するコーナー演出も様々だ。右写真のように商品を並べたり、左写真のようなグラフィックと組合せたり、バリエーション豊かに演出されている。

写真：ハンス ビー 御影クラッセ店

## ■昨今の『VMD』について

昨今の『VMD』についてお伺いした中で、近年入江氏に多く寄せられる相談は、「お店は出来たが、売上げが上がらない、どうしたらよい？」ということだ。しかし、お店が出来上がってからは、『VMD』だけでは解決が難しい。什器の大きさ、棚の奥行き、配列、魅せたい商品にちゃんと照明があたっているかどうかなどの内装と関わる部分も多くある。『VMD』も合わせたお店づくりには、前回のレポートで執筆した、空間設計と総合的に考えた『VMD』構想を検討することの重要性を再認識した。

## ■まとめ

『VMD』は決してただ商品をきれいに陳列するだけではない。お客様に商品をひとつでも手にとってもらい、購買につなげるテクニックである。それには、日々変化し、更新を続けていく『VMD』が必要だと取材を通して確信した。そして、内装デザインと『VMD』を組合せ、細かくつなぎ合わせて一体感をもたらすことで、確実に効果を上げることができるのだ。

私達はもっと『VMD』を深掘りしていかなければならない。今後のレポートでも、引き続き面白さや、魅力をお伝えしたい。

雨軒's  
Discovery Channel

## ■マインドチェンジさせられる売り場

買い物に冷静な感覚を持つ中国の若い世代は、訪日前に作成したリストの通り買い物する以外に、友人用に日本の‘お土産’とも違う、もう少し冷めた感覚の『義理ギフト』を用意する必要がある。取材先である『TODAY'S SPECIAL』のような魅力的なテーブルは、まさに『VMD』が想像する宝さがしのような気持ちで商品を手にし、予定していた以上にお手頃商品をたくさん購入してしまう。そして、買い物体験後の「満足度が高い」というコメントが物凄く多い。冷めた感覚からのマインドチェンジには『VMD』の魅力が潜んでいた。魅力的な『VMD』は中国の若い観光客の心もしっかりと掴んでいる。

■アジアの魅力的なショップ 第1回目のレポートでは、アメリカ中心に事例をご紹介したが、今回はアジア地域の店舗を『VMD』ポイントと一緒にご紹介したい。北米もアジアも日本とは比べ物にならないダイナミックさ、大胆さ、インパクトがある。清潔と安全を重視する日本では控えてしまいがちな手法もどんどん取り入れている。急速に発展しているアジア諸国に負けていないか、日本！！

## ■OPEN HOUSE @バンコク

### 商品編集も業態MIXも圧倒される空気感

セントラルエンバシーという高級大型複合施設の6階に2017年3月25日にオープン。クラインダイサムが設計を手がける。「Hardcover」が運営する広々とした書店を中心に、飲食店、コワーキングスペース、アート、デザイン、キッズルーム、映画館など、同じ空間で多目的に利用できる場所だ。タイの感度の高さを十分に発揮した見ごたえある施設だ。

**LOCATION** Level 6, Central Embassy, 1031 Phloen Chit Rd, Khwaeng Lumpini, Khet Pathum Wan, Bangkok  
**Tel** +66 2 119 7777  
**Hours** 10am-10pm



各々の什器、ブースデザインがとても魅力的。写真のカウンターは、こじられたカートショップを模しており、そのディテールも感度が高い。さらには、屋外で飲食しているような感覚を演出する。ビジュアルアクセントも『VMD』には必要だ。

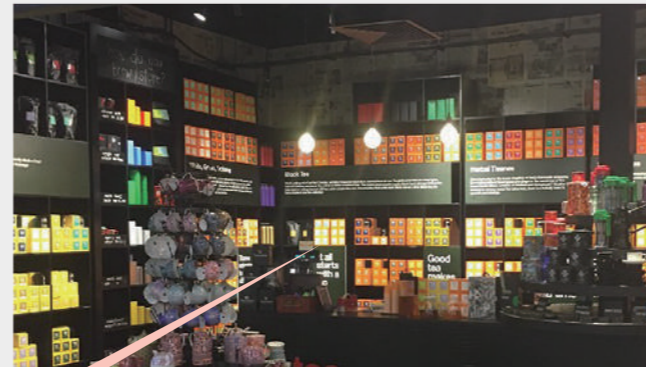
VMD POINT

## ■B.I.G Ben's Independent Grocers

### ブラックテイスト × カラフルな商品 @クアラルンプール

オーガニック専門ハイエンド向けスーパーマーケット。店内でお惣菜を食べられるグロッサリー機能も有し、ショッピングも充実。日本のスーパーでは見かけないブラックテイストの中に生鮮が目立つ構成だ。

**LOCATION** Publika (Lot UG-1A), Jalan Dutamas 1, Kuala Lumpur  
**Tel** +60 3 6209 2200  
**Hours** 10am-10pm



VMD POINT

インショップの紅茶専門店。カラフルなパッケージがブラックな内装の中で映える。美しく整理された陳列と積み上げられた陳列の対比が面白い。



## ■FUJI FLOWER & CAFE @台北

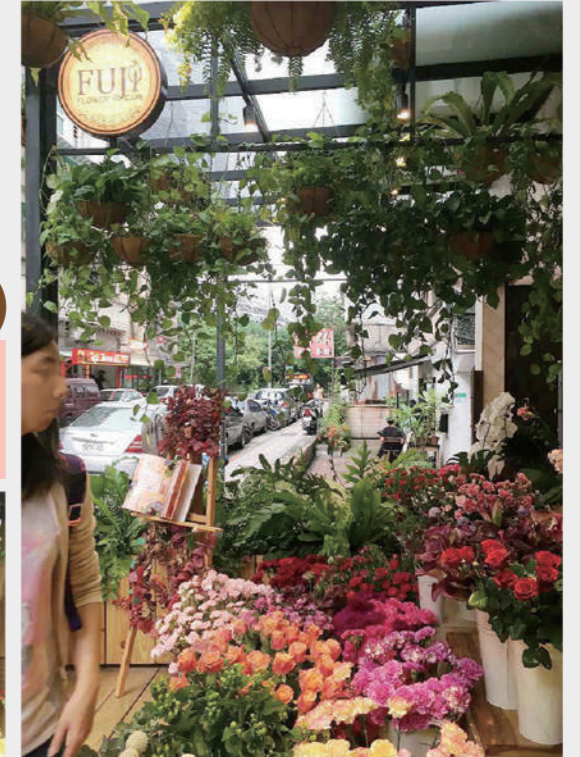
### 店頭のパリュームのある花陳列は見ごたえ十分

「誠品生活」の近くにある花屋カフェ。店頭も店内もメニューもすべてが花！！店内ではインスタ女子達がたくさん写真を撮り合っている。女子ウケ抜群カフェ。

**LOCATION** Alley 22, Lane 553, Section 4, Zhongxiao East Road, Xinyi District, Taipei City  
**Tel** +886 2 2764 8655  
**Hours** 11:30am-9pm

VMD POINT

店頭のお花に惹かれて、ついついカフェに入ってしまう誘導も『VMD』のひとつの手法。かわい〜は万国共通だ。



※アジア地域3施設の写真はすべて筆者撮影による