

お客との距離を意識して

目的と内容を明確に

POP（店頭広告）は、テーマを伝える有効なツールですが、ただ漠然と作るのではなく、テーマを明確にし、お客との距離を意識した記載内容にはじめて売り上げに結びつきます。POPには種類も名称もいろいろありますが、ここでは距離に応じた3種類に絞り、その作り方と効果を解説します。

ショーアンドテル代表
武永昭光

①情報を絞りテーマを決める

小売店ではまず品揃えの中身を決め、品揃えをお客に伝えます。しかし、お客は店頭の商品すべてを順番に見てくれるわけではありません。品揃えの一部でも良いから目に入れてもらい、認識してもらうことが重要です。あれもこれもと欲張らず、伝えたいテーマを絞り、商品とPOPで伝えます。

POPを作成する上でポイントは二つあります。一つはお客に見てもらい、読んでもらえること。二つ目はその内容が伝わり、理解され、売りに結びつくことです。見てもらい、読んでもらうためにはお客とPOPの距離を考慮した文字のサイズであること、そして体裁が整って

いることが必要です。用紙の色やサイズ、文字の色や字

②テーマに優先順位を付ける

VMDもPOPも伝えたい情報を絞ってのはじめて伝わりやすいです。そのためにテーマを決めます。テーマの切り口は、ファッショントレンド、歳時記・行事、エージ、テイスト、オケーション、アイテム、メーカー、ブランド、デザイン、色、柄、素材、機能、価格、こだわり、コーディネートなど様々です。

例えば切り口をファッショントレンドにした場合、テーマはマリリン、フェミニン、ブリティッシュ、マニッシュなどが考えられます（表1）。



売りの場として打ち出したいトレンドがマリリンだとしたら、該当する在庫が豊富であればそれをテーマとしてお客に伝えます。

表1 テーマの例

| | |
|------------|---------------|
| テーマの切り口 | アピールしたいことの例 |
| ファッショントレンド | マリリン |
| 行事・アイテム | 母の日用ギフトにパジャマを |
| テイスト | フェミニン |
| オケーション | 旅行服に最適 |
| アイテム | 半袖カットソー |
| 色 | ビビッド |
| 柄 | 花柄 |
| 機能 | ノーアイロン |
| コーディネート | ボーターの組み合わせ |

表2 テーマの優先順位

| | | |
|----|---------|--------------|
| 順位 | テーマの切り口 | アピールしたいこと |
| 第1 | 柄 | 花柄 |
| 第2 | アイテム | シャツ |
| 第3 | コーディネート | パンツとのコーディネート |

柄もテーマの一つです。ある婦人服の店で花柄のシャツをアピールしようとした。第1テーマの切り口は「柄」、第2テーマの切り口は「アイテム」。そして、パンツとのコーディネートも

体、レイアウト、設置場所、数量といったルールを決めま

表3 POPを読む人との距離と設置場所、目的、内容

| POP | 距離 | 設置場所 | 目的 | 記載内容 |
|-----|------|-------|----------------|----------------|
| A | 3~5m | 売り場前面 | テーマを伝えて入店を促す | キャンペーンやお得な情報 |
| B | 1m | 什器、棚 | 商品特性を伝え立ち止まらせる | 購買につながる情報や商品情報 |
| C | 30cm | 棚 | 価格を知らせて購入につなげる | 商品情報と価格 |

お客がPOPを目にする時、POPとの距離は様々です。購買率を高めるために、距離に見合った内容を記載します。

例えば、3~5m離れたお客が目にするPOP(A)では大きなテーマ、1mの距離のPOP(B)ではそれを少し絞ったテーマ、立ち止まって読む30cm先のPOP(C)ではさらに絞った小さなテーマを発信するようにします（表3）。

ある店で、クリスマスキャンペーンの時期に、お客に伝えたい情報を整理したところ、表4のようにになりました。これらから3つのPOPに記載する内容を決めます。

表4 クリスマスキャンペーンで伝えたいこと

| | |
|---------|-------------|
| テーマの切り口 | アピールしたいこと |
| ギフト | クリスマスギフト |
| アイテム | マフラー |
| 柄 | ボーター |
| トレンド | ボーターが今年の流行柄 |
| バリエーション | ボーターの太さ |
| ブランド | Qブランド |
| 価格 | 6,000円 |

POP(A)は3~5m離れたお客に、POP(B)は1m離れたお客に、POP(C)は30cm離れたお客に、それぞれ近いお客には、「Qブランド 6,000円」という「ブランド、価格」をお知らせし、POP(B)は「ボーターが今年の流行柄」と「ボーターの太さ」を豊富に伝えました。POP(C)は「この冬流行のボーターのマフラーを豊富に揃えました」と伝えます。

設定したテーマをPOPで伝えることができ、その商品の在庫が豊富であれば、売り上げを伸ばすことができます。

POP(B)

この冬流行のボーターをマフラーで取り入れて。寒いボーターから寒いボーターまで豊富に取り揃えました。

POP(A)

2013 Christmas
クリスマスギフトにマフラーを
今年はボーターのマフラーがおススメ
6000円から

POP(C)

マフラー
Qブランド
税込み 6000円