ショップルクリア 成長物語

12

作・松井柚子（イラストも）
監修・武永昭光（ショーアンドテル代表）

欲張らずテーマを絞って

●1月　ウインドーでショップイメージ発信

セールも一段落し、春物が立ち上がろうとしていた。打ち合わせに来た本社のスーパーバイザーに、陣店長はダメ出しをされてしまった。

「セールも昨年比を上回ったし、この調子で2月からのプロパーも頑張って。ちょっと残念なのはウインドーね。どう直したらいいかは、言われなくても分かっているはずよ」

陣店長はセールで慌ただしくて油断していたことに反省し、すっかり疲れもしなくなった麻紀にやってもらうことにした。

「麻紀、ウインドーはまだ作ったことがないよね？　やってくれる？」

「はい、やってみます」

麻紀は千夏に相談した。

「千夏さん、何から始めたらいいのでしょう？」

「ウインドーの役割は分かる？　二つあってね、ショップイメージの発信と、商品情報の発信なの」

「ショップイメージって何ですか？」と麻紀。

「『お店の印象』だね。見た人に『うちのブランドらしさ』とか『良いなあ』って感じてもらえるようなウインドーにするの」

「なるほど。でもうちらしいウインドーって…」

「うちのターゲットは30代の女性でしょ？　その中でも洗練されていて、都会的な人がメーンターゲットだから、そういう人たちに共感してもらえるコーディネートを飾ること。うちらしいプライスは、上下とインナーで3万～4万円ね」

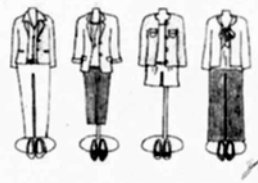
「分かりました。うちらしいコーディネートが、うちのイメージを発信するってことなんですね」

「そう。それから、いつも陣店長が言っているように欲張らないこと。あれもこれもと欲張ると、せっかく飾っても印象に残らないからちゃんとテーマを決めてね」

「分かりました」

麻紀は考えた。ウインドーにはマネキンが4体ある。メーンアイテムはジャケットに決めた。素材はウールと綿がある。

（ウールと綿を2体ずつにしよう。でも最初、4体ともウールにして、1週間後に綿にチェンジするのもアリかなぁ？）



今期のルクリアはジャケットに力を入れている。今の時期に最も旬な素材はウールだが、早い時期から綿を見せることで、綿の最需期の売り上げが伸びるかもしれない。そう期待した麻紀は「カラーはベージュで統一して、ウール2体、綿2体」でいくことにした。仕上げて陣店長と千夏にチェックしてもらった。

「なかなか良いんじゃない？」

「ありがとうございます。イメージ的にも大丈夫でしょうか？」

「上出来よね、千夏」

「ええ、こうやってテーマを絞って法則通りに作れば、洗練されたイメージが出せますね。あとはプライスカードを置いたら完璧。お疲れさま」

「はい！　ありがとうございます！」

※この物語はフィクションです。実在のショップ、人物とは一切関係ありません。