

小売店舗における陳列改善策の検討とVRの活用に関する研究

学籍番号 98713 氏名 川口大輔 指導教官 鶴田三郎 黒川久幸

1. 序論

近年、人件費の高騰等により、店舗における販売方法は従来の対面販売からセルフ販売に移行しつつあり、客に対して常に店員がつくことがなくなり、客が自由に商品を選ぶ売り方が多くなった。そのため、陳列テクニックや広告技術は、ますます重要度を増している。しかし、多種多様な陳列方法の中から適切な陳列方法を選択する指標はなく、店主の経験と勘に頼っているのが現状である。そのため、多種多様な陳列方法の中から売場の目的に応じた陳列方法を明確にするため、陳列方法の整理分類が必要である。そこで、本研究では陳列目的をもとに陳列方法の整理分類を行うことを研究の第一の目的とし、店舗の陳列改善へ、この分類を適用し、その有効性を検証する。

また、陳列評価へのバーチャルリアリティの応用の可能性に関して検討を行うことを研究の第二の目的とする。

2. 陳列方法の分類

既存の陳列方法を調査し重複したものを除いた61通りの陳列方法について整理分類を行った表を作成、分類の視点は陳列目的、陳列方法の適用場所、適用費用、適用期間とし、これら4つの視点で陳列方法を整理分類する。

まず、売場や陳列方法を構成する陳列目的を大きく5つに分けた、さらにすべての陳列方法について5つ陳列目的べつに、使用時の目的達成度の高さから「主目的、副目的、その他の目的」に分類し陳列方法の陳列目的達成度表を作成。そして、残りの適用場所、適用費用、適用期間をそれぞれの陳列方法の主目的を中心に分類し陳列方法分類表を作成した。

研究の第一目的は、この2つの陳列方法を分類した表の有効性について検証することとした。

3. 問題点の抽出及び改善策の検討

本研究では小売店舗を研究対象とし、陳列に関する検討を行うこととした。具体的には茶小売店である「玉露軒」を対象とした。

この店舗は、茶を専門としてその他に関連する幾

つかの商品を取り扱う店舗である。また、販売方法は基本的にセルフ販売とし、デパートやスーパーに専門店として出展している典型的な小売店舗である。

対象店舗の陳列に関する問題点の抽出及び、その改善策の検討を行った。この検討を行うために、アンケートにより問題点を抽出した。また、表1を用いて、使用されている陳列方法をもとに売場ごとの陳列目的の達成度を求めた。そして、とより問題点を整理、分類した。次に、表2を用いて問題点ごとの改善案を作成した(表3)。

4. VRを用いた陳列評価システムの開発

従来の陳列評価方法では現実店舗の陳列状態の把握が困難であった。そこで、この問題を解決するための1つの方法としてVRを応用した陳列評価システムを構築する。

この評価システムに求められる機能は以下の2つである。

物体の表示に関する機能

視野視界再現に関する機能

は実店舗の陳列状態を再現するための機能である。

はより現実に近い評価を可能にするための機能である。

結果、上記の2つの機能をもった陳列評価システムについて、研究第二目的である陳列評価へのVRの応用についての検証を行った。

VRの応用の可能性に関して検討を行うために、陳列評価システムに対する5段階評価(5大変良い~1大変悪い)によるアンケートを実施した。その結果、の機能については、平均3.2となった。の機能については、3.6と妥当な評価を得た。これより、臨場感を持った陳列状態の再現が可能となった。

このシステムにより既存の陳列方法の問題点をある程度解消でき、陳列評価方法へのVRの応用が可能であることを示すことができた。

5. 結論

目的分類表と陳列方法分類表を作成。作成した陳列方法を分類した表を用いて改善案の立案を行い、この分類の有効を示した。VRを活用した陳列評価システムを構築した。そして、アンケート結果より本システムは、陳列改善案に関する評価が可能であることを示し、これにより陳列評価へのVRの応用の可能性を示した。

表1 陳列方法の陳列目的別達成度(一部)

陳列目的	時間帯陳列	カラーグループ陳列	カラフル陳列	階段陳列
目立つ				
見やすい				
選びやすい				
手に取りやすい	x		x	x
買いやすい	x	x	x	

表2 陳列方法の分類表(一部)

陳列目的	陳列名	方法	場所	陳列変更	
				費用	期間
目立つ	時間帯陳列	時間帯で、陳列を変え	店頭系陳列	無し	短期間 1日未満
目立つ	カラーグループ陳列	同色の商品を集める	店頭系陳列	無し	中期間 1日~1ヶ月未満
目立つ	カラフル陳列	店頭を暖色系の商品で明るくする	店頭系陳列	1万円未満	中期間 1日~1ヶ月未満
目立つ	階段陳列	階段状の陳列棚を使用する	棚系陳列	1万円未満	中期間 1日~1ヶ月未満

表3 陳列改善案(一部)

対象売場	対象目的	売場の目的	問題点	改善案	改善案の種類	原因となっている陳列方法	改善案で使用される陳列方法	期間	費用
緑茶売場	見やすい		商品棚中段の商品が見難い	(1)写真のように上段の陳列商品により下段の陳列商品が見難くなることのないように陳列棚を変更する。 その際、特に商品の移動等は行えない。 陳列自体は、そのままに、陳列される商品の陳列位置を入れ替える。 例えば、パッケージが大きい商品やパッケージの色が派手で目立つ商品等の位置を変更する。	陳列棚の変更	階段陳列		長期	大
				商品の陳列位置の変更	階段陳列	カラフル陳列	短期	小	

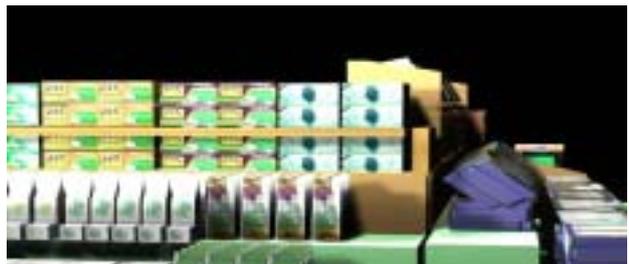


図1 陳列改善案の実行例