

第 9 回 カラーリング（色 使 い）の 実 際

1. カラーリング（色 使 い）の 実 際

カラーリングは店舗の内装・看板などに用いて店舗イメージ、マグネットに用いて店内のアクセント、商品陳列に用いて個々の商品の販売促進などさまざまなレベルで用いて有効な手段です。

店舗の中でカラーリングを用いて特に有効な場所は入口近辺、壁面、エンド、主通路の突き当たりなどマグネット（お客を誘導するための磁石）を配置する場所です。

カラーリングは色のコントロールだけではなく、商品の陳列（色で構成する面の形や大きさ）とも密接に関係しますので陳列技術の一環として身につける必要があります。

図表—1は、それぞれの場所におけるカラーリングの仕方を整理したものです。

① 壁面—1 入口付近の壁面

ア. 目線の高さで横に広く展開する

150坪以下の店舗では、壁面に通路を採り、ビューティ関連から売場をスタートする店舗が多く見られます。

ビューティのきれいなイメージ、鮮やかなパッケージの色でお客を惹きつけることが目的です。これらの商品はアイテム数・フェイス数とも多く、パッケージの色が鮮やかで色数も多いために色をコントロールするか否かで売場の見栄えが大きく変わってきます。

このような場合には、目の高さにある棚板 2～3 枚の高さを総て合わせ（そうすることによって陳列線の横への広がり が自然に感じられ、上下の棚板も比較的高さが合わせ易い）、同一商品を大量に陳列する、もしくは同系色の商品を集めることで色による「面」を構成します。

90cm（棚板の巾）×60cm（棚板 2～3 枚分の高さ、高さ 180～210cmの什器に対して約 3 分の 1）の色の面は遠めに見てもかなり目立ちます。多少上下の部分の色が違ってても売場を引き締める役割を十分に果たすでしょう。色をコントロールした什器が数台連続して入口付近を構成すれば、ひじょうに強力なマグネットとして機能します。医薬品の壁面などでも同様ですが、連結の長い壁面を迫力あるものにする有効な手法と言えます。

イ. 縦にカラーリングする

「ア」で示したやり方が大きな面で色を構成して訴求する手法であるのに対し、ここで説明するのは「変化や動きを強調する」手法と言えます。

棚板 1 枚の中を 3 つぐらいの色に分けて縦（棚板 3～5

枚分の高さ(60cm~100cm)に色を揃えていきます。5~6色ぐらいを繰り返し展開することでリズムを表現します。色の順序、色の巾(均一、徐々に変化させる)などを変えることでイメージが大きく代わります。

②壁面—2 売場奥 中島什器越しに見える壁面
店の入口に立った時に奥の壁面がキレイに見えると自然と奥まで行ってみたいくなるものです。特に奥の壁面は15~30mの長さがありますのでその長さを活かして棚板2枚分(什器の高さ2100~2700の間)ぐらいの色の面を作ります。長さが長い分、余り細かく分けずに什器2本(90cm×2)ぐらいを単位として同一商品、または同系色のパッケージでまとめるとキレイに見えます。

②ゴンドラ・エンド (特に表エンド)

ドラッグストアの多くは、表エンドにディスプレイを施し、細かく陳列しています。しかし、人間の目から見た場合には多くの色が入り交ざった複雑な形は認知し難いものです。多くの建物・看板・樹木などの中にあっても認知しやすいよう研究された交通標識の形は丸、三角、四角であり、色数も無彩色を除けば2色までです。最も認知し易いのは単純な形と色の組み合わせなのです。

エンドの役割は、他の定番商品とは異なり季節商品、話題商品、お買い得商品などを目立たせて集中販売することです。同一商品を大量陳列するなどして同系色の面を広くし、周囲から目立たせる必要があります。

③主通路の突き当たり(特に入口から始まるL字)

入口を入ってすぐ真正面に見える主通路の突き当たりは入口近辺と共に店内の印象を決定付ける重要な場所と言えます。主通路巾(什器3~4本分)の分は意識的に色をコントロールする必要があるでしょう。少なくとも、什器の上半分は目立つように色を強調します。

2. カラーリングのポイントと注意点

カラーリングは決して難しいものではありません。次のような点に注意することで初めての人でも容易に始めることができます。ぜひ試してみてください。きっとお客や売上に変化が見られるはずですよ。

(1)色の面の構成(大きさや形作り)

店内で目立たせるためには、周りに埋もれないように少しオーバーなぐらいに色の面を大きく採る必要があります。また、色の面が明確に認知されるためには陳列線が複雑に入り組むことなくキチンと揃っている必要があります。陳列線は縦横とも棚板単位で設定すると決め易いの

で隣の什器と棚板の高さを合わせて什器3本，棚板3枚分というようにして設定すると良いでしょう。

(2) 商品の設定

同一商品で総てを構成するのが一番やりやすい方法です。無理であれば医薬品のようにパッケージだけのダミーを用いることも有効ですし，類似商品の中から同系色のパッケージを集めても良いでしょう。

(3) 色の組み合わせ・使い方

① 使う色；淡色は目立たないので赤，オレンジ，黄，青，緑などなるべくトーンの高い濃い色を用います。パッケージの色はできるだけ色数が少ない方が面を構成した時にキレイに見えます。

② 色の組み合わせ；基本的には単色で面を構成した場合がよく目立ちます。変化を強調したい時には反対色（赤／緑，青／黄など）で構成すると良いでしょう。

多くの色を組み合わせる場合には色相環の色配列を用います。色相環はもともと自然界にある虹の色（スペクトル）をベースに作られています。最も自然な色の並び方であり，多くの色を整理する時に用いると便利です。トーンが違った場合でも一度同系色単位にまとめた上でなるべくトーンを合わせながら色相環の順に並べていくとまとまりやすくなります。

色はコントロールしなければ売り場を見難くしますが理解して用いればとても有効な手段になります。