10 月 21 日

販売・接客向上委員会～志高きセールスパーソンが集う勉強会～

第 18 回　1 部「色の豆知識を学んでみよう」
　　2 部「実際に店舗のディスプレイを見ていこう」

研究会の目的
コロナの影響で消費者の販売動向が WEB に流れつつある。その中でも実店舗を続けていくために、さらなる販売・接客の向上や付加価値を高めていく。

1 部「色の豆知識を学んでみよう」

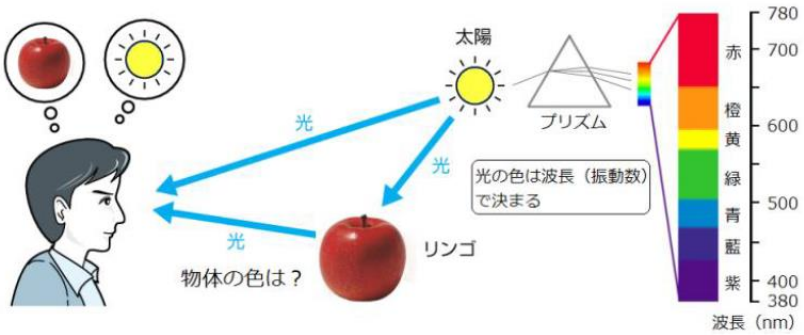
Lessom1　色彩の基礎

1）色の実態と人

人間は何色くらいの色を見分けられるでしょうか？

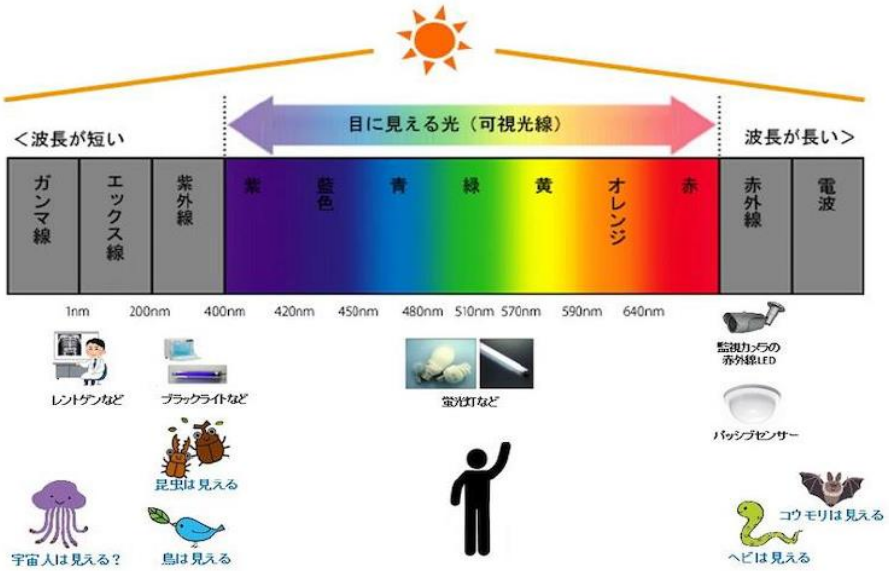
A．単色だけだと 200～250 色
　明るさや鮮やかさを変えると数百万色。その中で女性と男性は見分け方が違う。
　一部、一億色以上見分けられる人が女性の 12%いるとも言われている。
　（女性が綺麗なものが好きや色の組み合わせなどに敏感などが納得…）

●人が色をみる仕組み



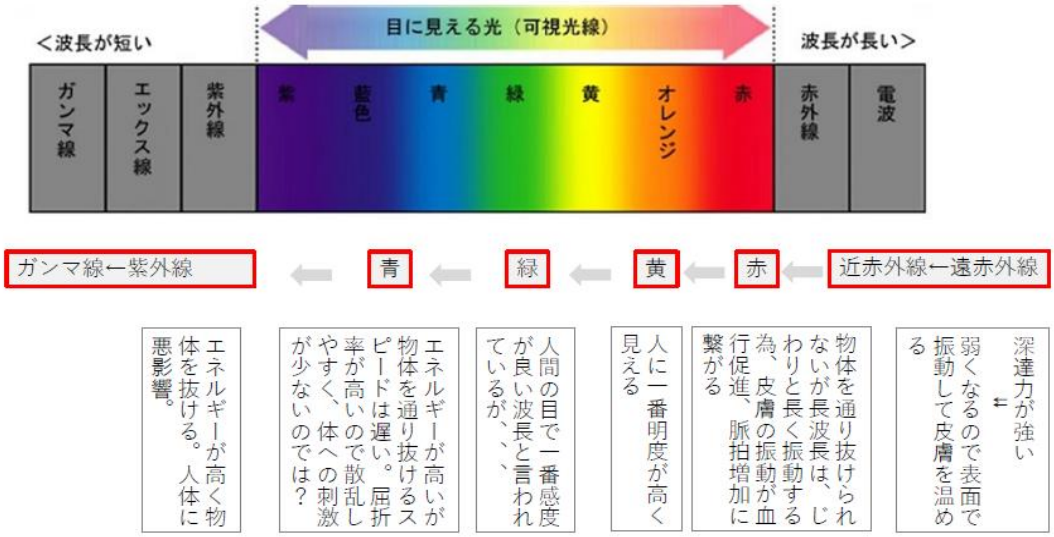
色を見る条件としては、目＋物体＋光
太陽（光）がリンゴ（物体）に光を当て、跳ね返った波長を目が感じて目の視神経が何の色かを感知する。そのため夜は光が当たらないのでその波長が感知されないので色が認識できない。

●目に見える波長、見えない波長

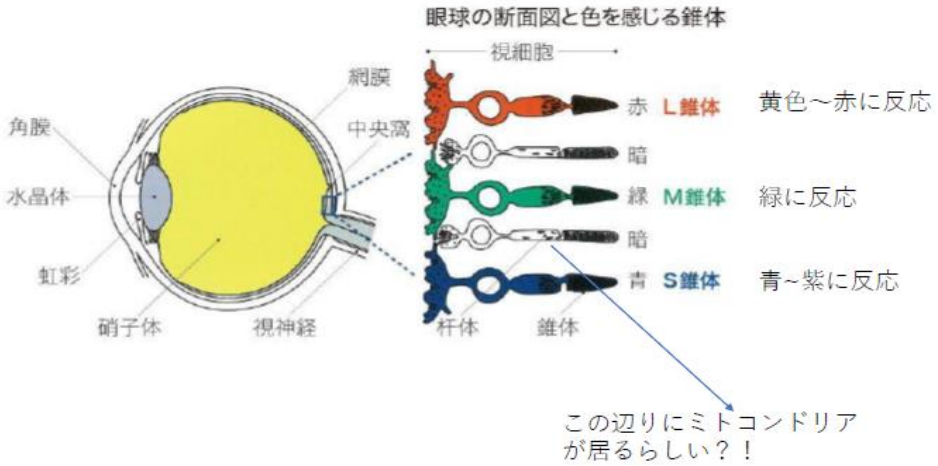


人間が見える波長（可視光線）：赤、オレンジ、黄、緑、青、藍色、紫
コウモリ、蛇には見える波長（長い）：電波、赤外線
昆虫、鳥には見える波長（短い）：紫外線、エックス線、ガンマ線
⇒　色＝ <u>波長</u>

<u>またそれぞれにこんな効果が！</u>



●人間の目が計算して色に見えている



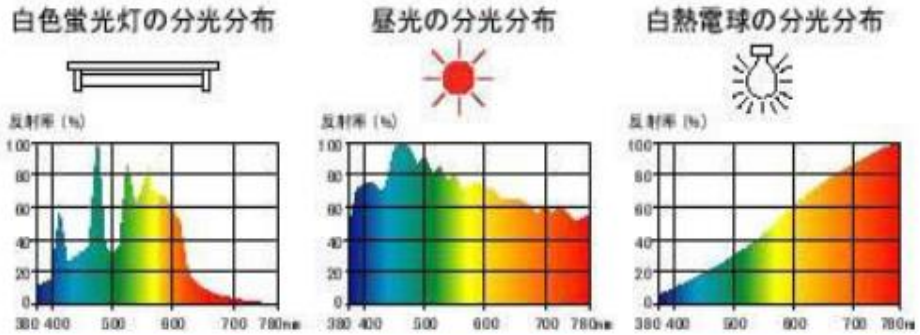
眼球の中にはＬ錐体、Ｍ錐体、Ｓ錐体というものが存在している・・・

Ｌ錐体 ⇒ 黄色～赤に反応　　Ｍ錐体 ⇒ 緑に反応　　Ｓ錐体 ⇒ 青～紫に反応

（またその付近にミトコンドリアもいるらしい…）

●分光分布をみてみよう

分光分布とは、光の中の重なり合う紫から赤までの光がどのように含まれているかを表したもの。



白色蛍光灯の分光分布 ⇒　赤が極端に減っている。

昼光の分光分布 ⇒ 紫か赤まで満遍なく含まれている。

白熱電球の分光分布 ⇒ 青が極端に減っていて、赤が極端に増えている。

近年、コロナの影響で外出する機会も減り、仕事でも在宅が主流となってきている。そのため日中部屋にこもる生活に慣れてしまった。一般的な白色 LED の分光分布では極端に青が多く、それを１日中浴びる生活をしていると人間の働き、細胞の働きが失われていく。

何が言いたいかというと・・・　**私たち人間は体にとって昼光が必要！**

２）自然から学ぶ

なぜ自然は綺麗なのでしょうか？

A.　1. 陰影　２．素材の反射率とその場所の光が調和している

サントリーニ島

例えば・・・

【ギリシャ】

地中海の方は湿気が無く、光が直接当たりやすい。そのため白が綺麗に映える。

またブルーなども空の色に近い色で、自然でナチュラルに映えている。

３）ユニバーサルカラーを知ろう

色覚特性

多くのヒトには違う色に見える色の組み合わせが同じ色や似たような色に見えている区別し辛い特性。

色覚特性の要因

錐体の欠員や機能不全による先天性の物、脳や眼等の病気、けが、その他過度のストレス等心因性による後天性のもの。

日本人男性の 5%（20 人に 1 人）女性の 0.2%　5%は日本人の AB 型の男性の人数に匹敵する。

2 部「実際に店舗のディスプレイを見ていこう」

☆ディスプレイ色の基本

①薄い・明るい物　　濃い・暗い物

上 ──────→ 下

左 ──────→ 右

前 ──────→ 後

②赤→オレンジ→黄色→緑→青→紫　　の順で並べる

白・黒・グレーに挟むか、有彩色の後ろへ。

③グループに分ける

【居毎のグループ】【トーン毎のグループ】

④季節、イベント毎に【テーマカラー】を決める。

⇒　ディスプレイでそのお店の印象が変わる、決定する

【ドン・キホーテ】多色、カラフル、ランダム、大量 ＝　ワクワク、お手頃、探求心

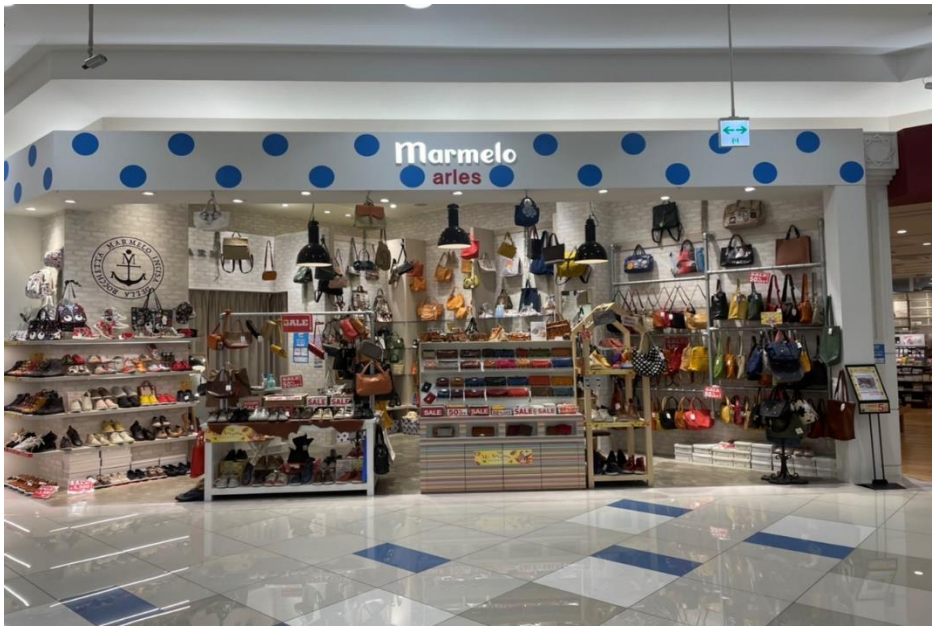
【百貨店】少色、シック、整頓、適量 ＝ 上質、高級、こだわり

各店舗のディスプレイを見ていこう

▼マルメロ橿原店

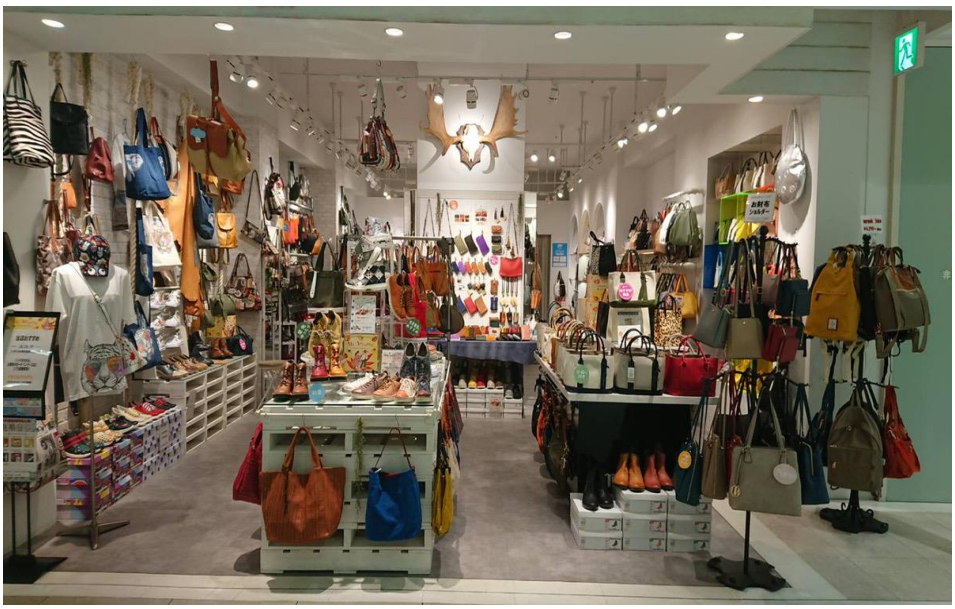
・インパクトのある商品を前に出しているため興味が湧く、印象に残りやすい
・商品の品数が多いためワクワク感がある
・カラフルなディスプレイで目を惹く、活気のある雰囲気
・テーマごと、ブランドごとに分けていて分かりやすい、統一感がある

▼マルメロ高知店



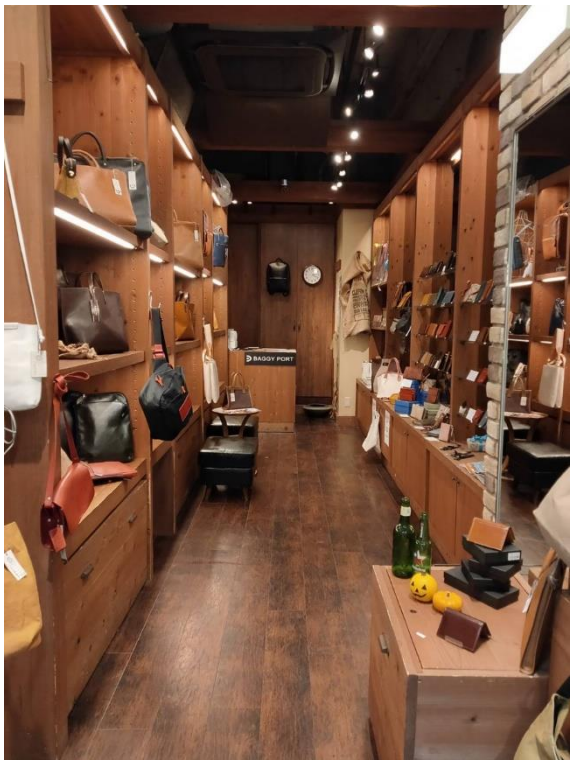
・靴やお財布（小物などがメイン）
・灯りや内装が明るいため商品が映える
・吊り下げている商品が目立つもので、目を惹く
・お財布の置き方が秋冬カラーに寄せているのが◎

▼マルメロ倉敷店



・ブランドごとに分けていて分かりやすい、統一感がある
・商品の並びや向きをしっかりと揃えていてまとまって見える
・活気もあるが洗練されている、落ち着いた雰囲気

▼バギーポート高円寺店
・ナチュラル
・木製の内装が暖かみのある雰囲気で商品との相性が◎
・一点もののような置き方が高級感
・さりげなく季節に合った小物を置いているなど細やかな工夫があってオシャレ
・ランダムに置いてあるような感じではないため落ち着いた雰囲気に。



まとめ

今まで色に関して興味はあったが、特に知識はなく感覚だけでみていることが多かった。接客をする上で色の知識を知っておくことはかなり大切なことだと感じた。今まで自分の感覚だけでお客様にご提案するのと、根拠のある理由を加えてご提案するとではやはり後者の方が説得力もあり、お買い上げにも繋げやすい。
またディスプレイの関しては、勉強をするというよりも誰かの見て、そこから自己流でというやり方をしてきたため基本を知ることができて良かったことと、改めてディスプレイの重要さを知った。各店舗のコンセプトや雰囲気に合ったディスプレイをすることでお客様の層も変わるし、お店自体の印象も変わる。誰もが目を惹き、ワクワクするようなディスプレイをするにはこれからももっと勉強していくことが必要だと感じた。

エム・イー・ジー株式会社
Uluha 事業部　吉田 瑞季