



QRコードから体験版を受講することができます



スーパーマーケット 基本コース 売場づくり編



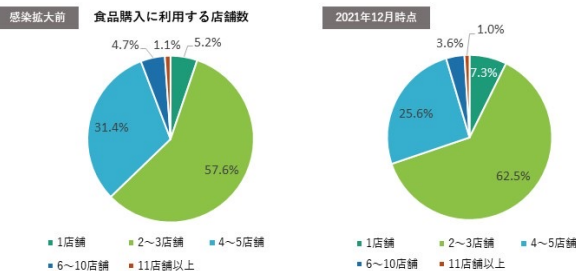
入社して半年から1年ほどの新入社員をフォロー。自身の役割を再認識しお客さま視点を考え、お客さまに寄り添った売場レイアウトづくりのポイントを習得します。

受講料：1人 5,500円(税込)
受講期間：4ヶ月 (収録時間1時間+Webテスト59問)

動画を見ながら学習します

(1) ③利用する店舗数と利用頻度

■食品購入先が多様化している



引用：新日本スーパーマーケット協会2022（一社）全国スーパーマーケット協会「消費者調査2021」

Section2

感染拡大前と2021年12月の食品購入の利用店舗数を比較すると「2~3店舗」が最も多く、大きな違いは見られません。ただし「4~5店舗以上」が減少しており、全体として数が絞り込まれる傾向もわずかにみられます。

© Nippon Consultants Group Inc. All Rights Reserved.

(2) 前進立体陳列 ②エンド

Section5

ポイント

- フェイスをすべて通路側に向け、前面の棚板や後面のバックボードが見えない
- 上の棚板との間に手の甲が入る隙間を空ける
- 最下段の陳列は棚の幅を通常より広く取る



効果

- （お客さま）▶ 整然と陳列され、店全体の清潔感・安心感を演出できる
- ▶ フェイスアップされ、商品が見やすく、売り場にボリューム感が出る

- （店舗）▶ フェイスが見やすく、補充などの作業がしやすい

エンドの前進立体陳列のポイントは、フェイスをすべて通路側に向け、前面の棚板や後面のバックボードが見えない。この陳列には、お客さまの手の甲が入る隙間を空ける。また、最下段の陳列は棚の幅を通常より広く取る。

この陳列はお客さまにとって、整然と陳列され、店全体の清潔感・安心感を演出できる。また、フェイスアップされ、商品が見やすく、売り場にボリューム感が出る。

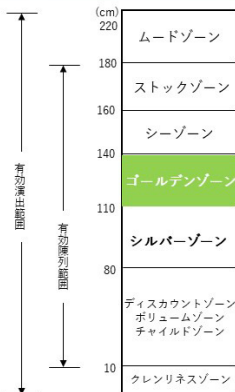
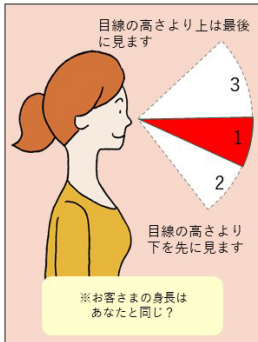
店舗の観点では、フェイスが見やすく、補充などの作業がしやすい。

メンバーに、効果をもっと共有することが重要です。

© Nippon Consultants Group Inc. All Rights Reserved.

(2) お客さまの視線：ゴールデンゾーン

Section4



人は1、自然にゴールデンゾーンを見た後、2、目線の高さより下を見て、3、最後に目線の高さより上を見ます。下を見て、上を見るということです。

ここでもう一つお伝えしたいのは、「誰のゴールデンゾーンか？」ということです。

店でお買い物されるのは、お客さまであり、私たちではありません。

ですから私たちのゴールデンゾーンではなく、お客さまのゴールデンゾーンで考えることが非常に重要です。

売り場を作り終えた後、必ずお客さまの目線の高さで確認しましょう。

© Nippon Consultants Group Inc. All Rights Reserved.

我々の役割：(1) 購買代行業

Section1



お客さまが必要とする商品を、お客さまの代わりに（代行者として）集荷し、売り場に揃えて販売する

私たちの役割、商品コーナーの準備は、「お客さまが必要とする商品を、お客さまの代わりに（代行者として）集荷し、売り場に揃えて販売すること」です。

お客さまは、「お客さまが必要とする商品」を買い取ります。私たちは、「お客さまが必要とする商品」を買い取ります。お客さまは、「お客さまが必要とする商品」を買い取ります。私たちは、「お客さまが必要とする商品」を買い取ります。

私たちの役割の一つは、「購買代行業」です。

在庫や棚などを作る時、ついでに商品の売り場も作ります。

しかし、お客さまは、それでは「お客さまが必要とする商品」を買い取ります。

© Nippon Consultants Group Inc. All Rights Reserved.

(2) マグネット売り場の種類と特徴

Section6



① 第1マグネット
主簿の両側に設置され、顧客を売り場の奥へと誘導する商品。第1マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主。

② 第2マグネット
主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品。第2マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主。

③ 第3マグネット
主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品。第3マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主。

④ 第4マグネット
主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品。第4マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主。

出所：新日本スーパーマーケット協会各課テキストより

それぞれの特徴と取扱商品を見てください。

① 第1マグネットは、主簿の両側に設置され、顧客を売り場の奥へと誘導する商品です。第1マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主です。

② 第2マグネットは、主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品です。第2マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主です。

③ 第3マグネットは、主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品です。第3マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主です。

④ 第4マグネットは、主簿の奥側に設置され、第1マグネットと連動し、補充しながら顧客を奥へと誘導する商品です。第4マグネットの商品は、生鮮食品、惣菜、自配品が主です。

© Nippon Consultants Group Inc. All Rights Reserved.

※画像はコンテンツの一部です

各セクションの後に確認テストがあります

全てのセクションの学習後、修了テストを受講します

Section1 私たち小売業の役割を考える

売場を作る私たちには3つの役割（「購買代行業」「問題解決業」「トータルコーディネート業」）があります。売場を作る際はどんなことに気を付けるべきか、ご自身が日々行っている仕事から役割を再認識します。

Section2 お客様の「購買行動」を考える

お客様の食生活や食品購入について変わったこと、利用店舗数やお客様の購買行動について学びます。その中で、非計画購買をいかに引き出し、お客様に買い物を楽しんでもらうことの大切さを理解します。

Section3 お客様の「買う時の心理」を考える

お客様が商品に気付いてから購入に至るまでの心理過程を理解し、その中でどう納得を引き出すかを考えます。

Section4 「お客様視点」を考える

売場で買い物されるお客様がどのような視点で情報収集をしているか、「五感」「ゴールデンゾーン」を理解し、実際の売場づくりに活かします。

Section5 「陳列の基本原則」を考える

お客様のイメージと売場を一致させることについて考え、実際の写真やイラストを確認しながら陳列の基本のポイントと効果を学びます。

Section6 「売場レイアウト」の意味を考える

お客様に、いかにくまなく売場を歩いてもらうか、売場レイアウトによってお客様の購買率、満足度が変化することを理解します。★売場づくりの目的：客単価・客数を上げる→売上アップ

修了テスト

※各セクションの後に確認テストがあります。

コース概要

受講料	1人につき5,500円（税込）	受講期間	4ヶ月（収録時間1時間+Webテスト59問）
受講方法	ASP版提供	学習対象者	新入社員向け（入社して半年から1年ほど）

動作環境

【パソコン】

OS：Windows 10/11、macOS 10.15以降
ブラウザ：Windows [Microsoft Edge, Firefox, Chrome]、Mac [Safari]
※Windows 8.1以下およびInternet Explorerは、動作保証外となります。
※シンクライアントなど仮想デスクトップ環境は、動作保証対象外となります。

【タブレット、スマートフォン】

OS：iOS 14以降、iPadOS 14以降、Android 9以降
ブラウザ：iOS/iPadOS [Safari]、Android [Chrome]

【通信環境】（パソコン、タブレット、スマートフォン共通）
2Mbps以上（4Mbps以上推奨）
※2Mbpsを下回る通信環境では再生できない場合があります。

内容・お申込みに関するお問い合わせ先

TEL：03-3565-3729

【受付時間】9：00～17：00（土日祝祭日を除く）

株式会社日本コンサルタントグループ メディアセンター

〒161-0033 東京都新宿区下落合三丁目16-14

FAX：03-3565-0961

MAIL：bel_sales@niccon.co.jp WEB：https://www.niccon.co.jp/elg/



お申し込み
ページは
こちら！



弊社では、経営コンサルタント業務における商品、関連するアフターサービス、新商品・サービスに関する情報をお知らせする目的で、個人情報を保有しております。いただいた個人情報は、お問い合わせ内容に関するお答え、必要に応じた資料送付などに利用いたします。また今後、前述の目的にも利用いたします。

個人情報の取り扱いに関するお問い合わせ先 営業本部：03-5996-7541

本資料の記載内容 2023年4月現在