

入店時の抵抗感減らす

視線 客が感じない配慮を

初めての店に入る時、多くの人が何らかの抵抗感や緊張感を持つものだ。特に入店時に店員と直接視線が合ってしまうと、「何か(無理やり)買わされるのではないか」「いきなり接客されそうで嫌だな」と、気まずさを感じやすい。その場から立ち去りたい衝動に駆られることがある。これらの要因で、「人がいると入りにくい」という認識を持っている店舗は少なくない。果たして本当にそうなのだろうか？事例とともに検証してみたい。

東京・上野の駅ナカ施設「エキュート」内に、株式会社ユニエイが運営している「SHOES & BAG REPAIR」というお店がある。名前のおり靴やバッグの修理を行っているこの店舗の右側には小さな窓が設けられ、前を通る通行人に修理をしている職人の手の動きだけが見える仕掛けが施されている。

人間は不思議なもので、視線を感じない動きに注意を向ける傾向がある。人前に出るのを好まない職人であっても、この窓の大きさであれば、通行人を気にせず作業に集中できる。

また、こちらの店舗は「高品位」をモットーに掲げているので、手作業の工程が可視化されることが、何よりの説得力となる。まさに、店頭演出の妙案と言える。

お店の入りやすさを考えた時に、「人がいるから入りにくい」のではなく、「人の視線が入りにくくさせている」ことを間違えないようにしたい。むしろ、人がいなくて、かえって入りにくい印象を与えるお店も多い。大切なのは、お店側による入店する顧客に抵抗感や緊張感を持たせないための配慮である。

従業員の立ち位置は入り口の正面を向いていないだろうか？また、直立不動で入店待ちをしていないだろうか？高級ブランド店や繁盛店では、入店時に顧客と視線が合わないように、常に店内で作業を行うスケジュールが組み立てられ、従業員が気を配り、顧客と視線を合わせるような待機の姿勢をとっていない。これはどの店舗でもできる取り組みの一つである。

また、ハード面でも視線が合わないように一部にすりガラスや格子を利用したりするのも有効だ。ただし、すりガラスや格子を利用すると、店内の見通しが悪くなり、開放度や開放感に影響を与える。

「SHOES & BAG REPAIR」のように、(接客する)オープンスペースと(作業する)クローズスペースをバランスよく配置するのも一つの方法だ。

人がいることのメリットを最大限に発揮し、入りやすい店舗づくりに取り組んでほしい。

(アズライト代表 榎本博之)