

# ユニバーサルサービス視点 による売場の改善ポイント

鈴木 淳

NPO法人ユニバーサルファッション協会 副理事長

---

## お客様が我慢しない売場づくり

お年寄りや身体の不自由なお客様等、様々な理由で買い物を避けるようになったお客様、あきらめているお客様に、もう一度買い物を楽しんでもらうには、「商品」「売場」「接客」の3つのユニバーサル化が必要です。接客については、これまでの連載でも触れていますので、今回はユニバーサルサービスの視点の売場改善について説明したいと思います。

改善というと、どうしても準備に手間や費用がかかるという意識がありますが、そんな心配はありません。巢鴨地藏通り商店街や京王百貨店などでは、お客様に喜ばれる小さな工夫やちょっとした配慮を積み重ねていて高齢者に人気の売場となっています。改善のためには、身体のつらさや不自由さを我慢してわざわざ来店してくれたお客様への感謝の気持ちが根底にあり、お客様の我慢やストレスを解消しようという気持ちがあればよいのです。

---

## 買いやすい店づくりのポイント

### 1) 入りやすい入口に

通路や出入口の通行の妨げになる放置自転車、看板、植木等を片付け、段差を極力なくし、スロープを設置するなどして、スムーズにアクセスできるようにしましよ

う。さらに、入口付近を清潔で明るい印象にすることが重要です。入口付近の手入れが行き届かずお店に入りにくくなっていると、お客様に対して「心配りが足りない」印象を与えます。

### 2) 通路を通りやすく

松葉杖の利用者や車椅子利用者でもすれ違えるように、通路の幅が広がっていることが必要です。一般のお客様でも通路が狭いと、落ちて買い物ができないので、買い物を途中で切り上げてしまう傾向があります。

車椅子約90cm、両松葉杖120cm、白杖使用者120cm、歩行者60cmの幅が歩行的に必要です。車椅子が転回するには140cm角以上のスペースがなければなりません。小型店舗で十分な通路幅が確保できない場合は、可動式の什器を用いるなどの対処をしましょう。

### 3) 売場の案内を分かりやすく

売場案内、入口、出口、非常口、トイレ、通路、レジなどの位置を分かりやすく表示しましょう。

初めて行った店で、店内が分かりづらくて困った経験は、客離れの大きな原因になります。レイアウト変更により売場レイアウトが変わることで敬遠するお年寄りもいます。分かりやすい売場案内は、お客様が商品を見つけ出す時間とストレスを軽減し

てくれるのです。

#### 4) ゆっくり休めるスペースを用意

疲れやすいお年寄り、妊産婦、怪我の人など、長時間立ったり、歩いたりすることが苦手な人もお客様として店舗を訪れます。疲れて買い物をする意欲が削がれてしまうと売上げ機会を失うこととなります。ゆっくり休むスペースを用意することは、これまでスペースの無駄と考えられていましたが、「購買意欲」を充填するための補給場所だと考えてみてはどうでしょう。



荷物おき兼イス

### 商品が選びやすい店づくり

#### 1) 商品を見やすくする

高齢になると白内障にかかる人が多くなります。(発症率は60代で60%) 瞳の水晶体にごるので、色が分かりにくくなります。色が分からなければ、(商品の鮮度も分かりづらくなり買い物が不安になってしまいます。自然光を取り入れたり、または、色が分かる明るいスペースをつくるなどの配慮が必要です。また、車椅子や子供の視線からでも見えるように商品の陳列位置にも注意が必要です。

#### 2) お客様の手が商品に届くように

お年寄り、四十肩・五十肩の人、車椅子

の利用者、小さな子供など手が届く範囲が限られているお客様がいます。手が届きやすい場所に商品を配置しましょう。また、什器を少し低くするだけで、商品が取りやすいだけではなく、店内の見通しも良くなり、商品の豊富さもアピールできます。

#### 3) 商品説明を分かりやすく

お客様にとって分かりやすく説明するには、難しい専門用語を使わず、小学生でも分かる言葉で表現します。特にお年寄りは横文字が苦手です。また価格や商品の種類だけではなく、商品の特長、お客様にとってのメリット、他のお客様からの評価などを伝えてみましょう。出来れば、パンフレットや点字ガイドを用意するのも親切です。

#### 4) POP広告は見やすく・分かりやすく

お客様は購買を決めるまで、いろいろな情報を収集し、どの商品がよいか比較し、自分自身で使用しているシーンをイメージします。その上で店員に声をかけるのです。ですから、接客以前の情報提供量が購買決定のためには必要なのです。もちろん会話が出来ない聴覚障害のお客様ならなおさらです。価格、サイズやカラーなど必要な情報が離れた場所からパッと分かるように大きく、はっきりした文字で書きましょう。

#### 5) 納得するまで試着・試用

身体が不自由で簡単に外出できないお客様は、出来るだけ返品しないようにしっかりと商品を選びたいと考えています。例えばお年寄りのための利便性を提供する商品は、見ただけでは機能が分かりません。試着や試用をすることで、お客様が安心して購入することが出来ます。また、身体が不自由なため試着を面倒がることもあります。試着室に腰をかけられる椅子、荷物を

置く台を用意しましょう。

---

### ユニバーサルな売場づくりのために

---

これらのポイントはほんの一例なのですが、自分の店の不便さについては、その店で働く販売員がいちばん気付きません。その不便さを見つけ出すために役立つのが「高齢・障害疑似体験」と「お客様へのアンケートやモニター」です。

疑似体験では、自分で実際に車椅子を利用したり、白内障ゴーグルをかけることで、障害の状況を再現し、売場の不便さの発見に役立っています。このような疑似体験装具はユニバーサルサービス研修のプログラムに組み込まれることも多いものです。

またアンケートやモニターは、実際に身体の不自由なお客様に意見を求めるもので



高齢体験

す。めったに来店しない障害を持つお客様の声を聞いても無駄だと考える店主もいるようですが、実際には不便さに感度が高い高齢者や身体の不自由な方の意見は、店舗の不便さを解消し、お客様のストレスを取り除くためには、かなり効果的なのです。