

魅力ある繁盛店とは!!

ブラックボードPOP広告で訴える店—逸品活動

小売店の店頭で「手書きPOP広告」がよく目につくようになりました。今日のふれあい重視の販売姿勢と、一店逸品運動の活発化から、主流であったパソコン作成に替わって、注視性と説得効果の高い手書きが復活してきたようです。わけても、ブラックボードPOP広告が盛んです。今回は、商工会での講習事例を見ながら紹介してみましょう。



作品を並べて全員で批評

今年2月、山形県・庄内町商工会へ「逸品フェアに向けたブラックボードPOP講習会」で伺いました。同商工会は2006年から「一店逸品運動協会」に加盟して、現在は会員の29店が、協会理事長の太田己津彦氏の指導のもとに、自店の逸品作りに取り組んでいます。

周知のように、「一店逸品」とは商店街などの活性化の一環として各個店が独自商品やサービスを提供する差異化戦略で、地域消費者にアピールする運動です。今回は同商工会・研究会員の「2010年春の逸品フェア」を控えたの事前講習会となったものです。

ブラックボードPOP広告の特色とは

さて、ここ10数年は、操作に慣れれば手軽に使えて、見栄えよく仕上がるパソコン作成POP広告が中心でしたが、普及率が高まってスタイルが画一化してきたこと、印刷活字で表示する単調さという面から、再び手書きの魅力が浮上しています。

特に、差異化を図る自店の推奨品(逸品)の訴求には、手で書く表現の温もり、主張性、説得力が大きな役割を果たすことが認識され、手書きPOP広告

告が復活してきたのです。片や、消費者の方も手書き表示に新鮮さを感じて、よく反応するようです。

そして、手書きPOP広告の中でも、今や人気の高い素材が、ブラックボード(黒板)です。その要因としては、①書いては消して何度でも使える再生機能、②黒地に明るい色の筆記具による注視性の高い表現、③素材のボードや筆記具の新製品が次々と登場などがあげられます。さらにいえることは、黒色自体の人気です。女性も男性も黒い衣服を身に着けている人が多い状況。ちなみに、ファッション界では「黒」は近年、日本が世界に流行させた色とされています。

ブラックボードペーパーを使用して実習

市販されているブラックボードは、従来のチョーク(白墨)で書く木製黒板と、表面が樹脂加工されたボードに専用の蛍光マーカーで書くタイプに分かれます。

木製黒板はチョークのソフトな感覚と、懐かしさを感じる温かみの特徴で、

立てて軽く運筆。読みやすいのは丸ゴシック風の字体。文字列の高さを揃え、文字間を詰めて書くのがポイントです。角芯のマーカーは、ゴシック調の太い文字を書くのに適しています。横線を書く場合には右側に倒し、縦線を書く場合には左側に倒して運筆。艶のあるブラックボードでは、滑らかに運筆でき、書き直すときには、ウ

エットティッシュで拭き取ります。艶のあるブラックボードの表面には、鉛筆などで下書きができません。書き込む位置をよく計算して、上から順に書いていきます。

POP広告のでき上がり と評価

いよいよ各店のPOP広告を作成。

飲食店などでは昔からよく使われていました。蛍光マーカーで書くブラックボードは華やかさがあり、ウェットティッシュで簡単に消せる(濡れ雑巾でもOK) 便利さで、美容院、レストランなど若い客層をターゲットとする店舗での活用が見られます(最近では、黒地以外に赤や緑色のボードも出現)。

今回の講習会で使用したのは、紙の表面に特殊加工が施されたマーカー専用タイプ。紙でできているので、好みのサイズや形に自由にカットでき、コルクボードやカラーボードに貼って使うなど、便利な材料です。価格はA1判1枚690円、A3判4枚セット970円、A4判4枚セット490円。「アマゾン」などの通信販売で購入できます(商品名「消せる紙ブラック」欧文印刷株式会社製)。専用マーカーは「呉竹」その他の筆記具メーカーが発売しています(一本250円〜300円)。

ブラックボードの書き方と留意点

講習会は、まず、テキストの見本に沿って、レタリング練習でスタート。書き方は従来のマーカーと同じです。丸芯のマーカーは寝かさずに垂直に



- 〈写真①〉丸芯のマーカーのレタリング
- 〈写真②〉角芯のマーカーのレタリング
- 〈写真③〉切り抜いてカラーボードに貼った例
- 〈写真④〉互いのアイデアがヒントに
- 〈写真⑤〉棚に取り付けたブラックボードPOP例

すでに逸品とそのキャッチコピーができ上がっている店が中心で、制作はスムーズです。一人で作成するよりも、みんなで見比べながら研修すると、お互いのアイデアがヒントになり、さらに優れた作品ができ上がります。

POP広告の紙面に変化をつけるには、ちょっとしたイラストや吹き出しなどの装飾小物が効果的。完成した作品は並べて全員で批評し合いました。

ブラックボードによるフェア開催とその成果

今回のフェアでは、ブラックボードによる統一した訴えが逸品の注目性を高め、一丸となった協調性が地域客によく伝わり、実際に好成果をあげたお店も多かったようです。さらに、3月6日には「逸品体験ツアー」を開催。ランチまたはお土産プラスお買い物券1000円がついて、参加費が1000円というお得なツアーで、24名のお客様が参加。ツアーガイドは、会員のメンバー。お店とお客様のつながりがいっそう深まりました。

こうして、ブラックボードPOP広告は、地域活性化の大きな役割を果たしたのです。