

VMDの重要性

シダックスコントラクトフードサービス株式会社
MD・CSチーム



「VMDの重要性について」

ビジュアルマーチャンダイジングとは文字どおりマーチャンダイジングの視覚化である。それは**企業の独自性**を表わし、**他企業との差別化**をもたらすために、**視覚的要素を演出し管理する活動**である。この活動の基礎になるものがマーチャンダイジングであり、それは企業理念に基づいて決定される。



営業店・SV任せになってしまっている現状から一定のセンスを持った標準化を目指します！



VMDの重要性について

VMDとは・・・

・VMDとは

マーチャндаイジング（商品化計画）をヴィジュアル（視覚的）に行うことです。要するに、売りたい商品を見えやすくして購買意欲を向上させることです。視覚効果で販売スタッフが接客をしなくても、販売に繋がるようにします。

POINT

- ・VMDとは、売りたい商品を見えやすくして買いやすくすること。
- ・アパレル業界で浸透しており、マネキンやディスプレイなどがその一例である。あらゆる小売業に活用できる。

・食堂におけるVMD

1. 料理の味や盛り付けだけでなく5感に訴える事で価値観が上がる
2. 盛り付けに気を配ることでCSが向上し集客UPにつながる
3. お店の顔となり、これが弱いと他社営業に狙われやすい
(逆に力を入れていると抑止効果があると考えられる)

・目標及び期待効果

1. テレワークにより在宅率が上がる中、入社(登校)した方々の**食堂利用の向上**
2. 売場がきれいになる事によって**ES向上**につながる (従業員モチベーション向上)
3. サンプル台の価値向上によって盛り付けにも気を配るようになり**CS向上**につながる
4. 売り場の好変化がわかりやすく**CS向上**につながる



VMDの重要性について

VMDとは・・・

引用：五感を刺激する美味しい食の作り方（広島文化学園短期大学 島田いづみ）食物栄養学科講師
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/116080.pdf>

五感を刺激する美味しい食の作り方

広島文化学園短期大学 島田いづみ

1、おいしさを感じる食とは？

- 味覚・・・味のバランス（辛・甘い・酸っぱい等）の良し悪しの判断をする。
- 視覚・・・おいしいの記憶を導く大切な感覚。色・形で美味しさを感じる。
- 嗅覚・・・臭いで美味しさを感じる。
- 聴覚・・・調理の音、かんだ時の音、BGM等で美味しさを感じる。
- 触覚・・・舌触り、食感等で美味しさを感じる

五感すべてが喜ぶ食卓ではじめておいしいを感じることができる。→特に視覚

幸せな食の時間を作り出す為に、五感を喜ばす食空間づくり、特に視覚効果を考えてテーブルコーディネート・フードスタイリングが必要になる。

非常に重要

視覚 = VMD



VMDの重要性について

VMDに関する豆知識

■ VMDの守備範囲

照明やカラーコーディネート、文字の大きさなどもこの範疇。

そのあたりに加えてゾーニングと呼ばれる配置の考えやレイアウト、陳列、POPなんかの論理的ノウハウが入ってきます。空間を効果的に使って商品やサービスを提供する場合は、このVMDに特に注目する必要があります。

■ VMDで意識すべき3つのゾーン

①VP (Visual Presentation)

空間全体のイメージを作る場所です。**サンプルケース**や**イーゼル**にて表現。

お店やブランド、企業の「イメージ」と「雰囲気」を伝えること。季節的にテーマに沿った重要商品を展示したりして戦略的に展開することが重要です。

②PP(Point of Sales Presentation)

提供カウンターでの表現です。VPとのバランスを見ながら文字やPOP等による演出も効果的です。

③IP(Item Presentation)

アパレル等という商品の陳列です。種類、デザイン、カラーなどお客様が選ぶポイントに沿った分類にて陳列します。食堂運営ではVP・PPの演出が主になります。



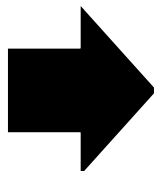
VMDの重要性について

サンプル台について

Before&After

Case 1

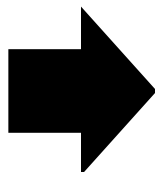
高さをうまく活用した。売りたい商品を見やすくし購買意欲の向上が見込める
商品数は変わらないが全体的に整理され見やすくなっている



VMDの重要性について サンプル台について

Before&After

Case 2



食品サンプルを有効活用し、実物大 & 立体の存在感で全体的に購買意欲の向上が見込める。また定番品を食品サンプルに変更したことで廃棄ロス減少に寄与

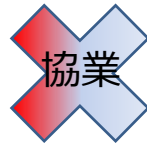


食品サンプルに関する問い合わせ先（会社登録あり）
イワサキ・ビーアイ：03-3732-3177

VMDの重要性について サンプル台について

統一されたデザインはなく、現場責任者が100均一で購入した商材にて作成を行っている。(現場センスに依存)
特にOPEN時は手間が大きく現場に大きな負担をかけている。
今後はシダックスの独自性を表現し他社と差別化を図ることが非常に重要である。

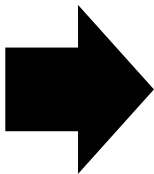
現状からの脱却



《現状》

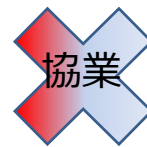


《今後》



VMD関連
デザインについて

SHIDAX
人と社会を健康に美しく



KAWAJUN
KEYUCA

『妥協のない高品質な製品づくり』河淳株式会社

空間作りのプロである河淳(株)と食堂マネジメントのプロであるシダックスコントラクトフードサービス(株)がタッグを組み食堂やデッドスペースを社員様に御寛ぎいただけるスペースにデザインします。御社従業員のESやエンゲージメント向上活動に寄与致します。



KAWAJUNとは・・・全国でKEYUCAを69店展開し、スーパーやアパレルの什器デザイン、空間デザインや店内外ディスプレイをプロデュースするアップグレードなトータルデザイン提案会社として、注目を浴びています。(社員食堂とのコラボレートは初めての試み)

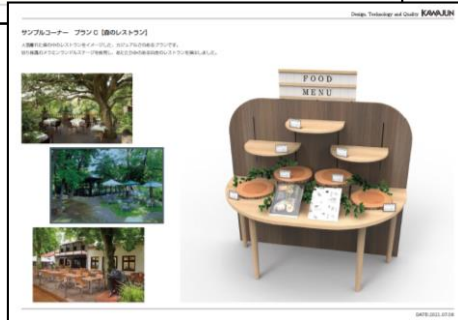
VMDの重要性について

フロー

《流れ》

支店・SV・営業店	MDCS	KAWAJYUN	支店・SV・MDCS	KAWAJYUN
<ol style="list-style-type: none"> 1. カatalog確認 2. お客様提案 3. 申請書提出 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 申請書受取 2. 本部長確認 3. 見積依頼 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 見積作成 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 見積確認 2. 設置打合せ 3. 本発注 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品準備 (1カ月) 2. 配送・設置

《イメージ》



サンプル台 依頼書

店名	〒	TEL	FAX	E-MAIL
店舗コード	住所	営業日		
営業時間	SV/発注番号	営業日		
サンプル台仕様				
品目	品名	数量	単位	備考
0	空箱			
	品名			
	数量			
	単位			
※サンプル台の設置場所は別紙にてお送りいたします。				
①サンプル台設置		②センター横並び		
デザイン				
NO.	①	②	③	④
コンセプト	飲食店	TOKYOカフェ	農のレストラン	フレッシュストア
寸法 (高さ×幅×奥行)	40×70×40	50×70×40	50×70×40	25×70×40
重量	4kg	4kg	3kg	4kg
デザイン				
希望デザイン	ご希望のデザインをお知らせください。			
備考・要望等				

※ 1. 本表はあくまでイメージです。実際の商品は、仕様書やカタログにてご確認ください。
 ※ 2. 本表に記載されている寸法は、あくまで目安です。実際の商品は、仕様書やカタログにてご確認ください。
 ※ 3. 本表に記載されている重量は、あくまで目安です。実際の商品は、仕様書やカタログにてご確認ください。

御見積書

御中 見積No. _____

様 見積日 _____

〇〇株式会社

〒 東京都新宿区新宿1-2-3

新宿第1ビル2階

TEL : _____

FAX : _____

E-Mail : _____

担当 : _____

お問い合わせ

未締め翌月未払い

見積後2週間

¥0 (税込)

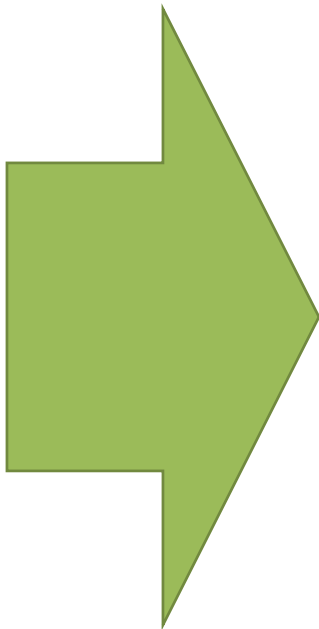
摘要	数量	単価



東京応化工業



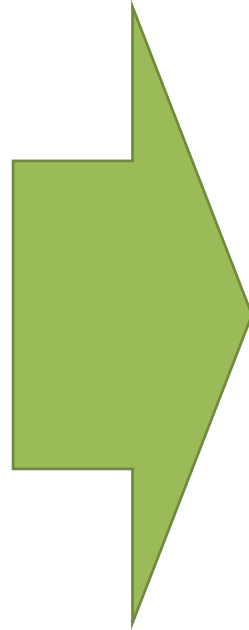
台は入れ替えなし
2万円程度



白百合学園



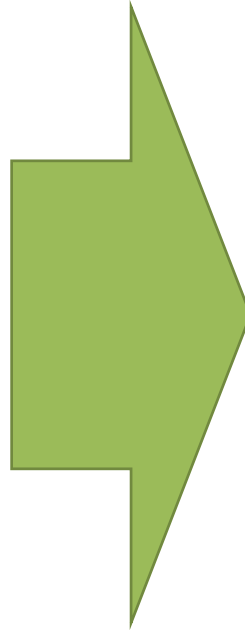
テーブル込 1 2 万円程度



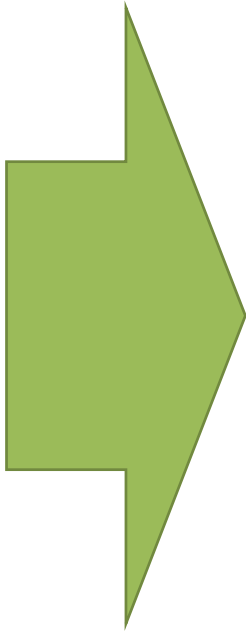
武蔵野美大



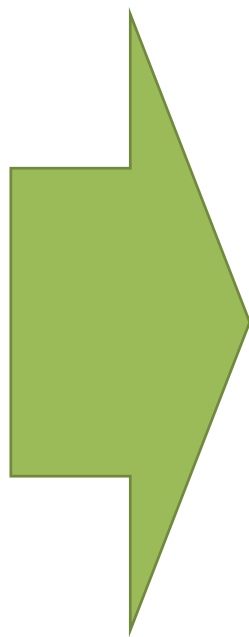
テーブル込 10万円程度



高岡病院



立教大



台は入れ替えなし
1万5千円程度



本資料は弊社の許可無く対外的に参照・配布しないようお願い申し上げます。