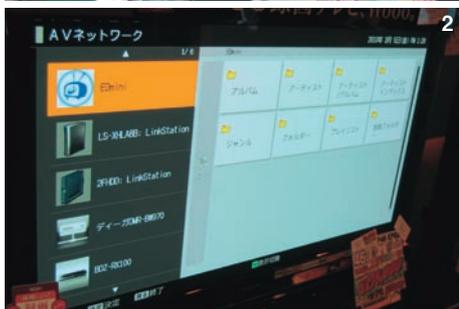


商売繁盛のための付加価値訴求は、さまざまな形で日々実践される。テレビまわりで効果的に店頭訴求を図る実例として、販売店レポートをお届けしよう。

## 「つなぐ」訴求を積極展開



### シマムセン (大阪・日本橋)

大阪市浪速区日本橋4-8-11  
TEL:06-6632-2851  
www.shimamusen.co.jp/



#### アナログ放送停波後を見据え DLNAの付加価値に期待

大阪・日本橋の音と映像の専門店、シマムセンでは、1階のテレビ、レコーダーのコーナーで「つないで見る」体験を積極的に訴求する。

店頭では、手前側の小型・中型テレビのコーナーから奥の大型テレビのコーナーに至るまで、まず随所にテレビとレコーダーが同時展示で配置されており、レコーダー内のコンテンツがすぐにテレビで再生、視聴できる状況になっている。さらに、多くの機器でDLNAのデモを積極的に実践。対応機器には、サーバー側、クライアント側の表記とともに「実演中」のPOPがわかりやすく配してある。フロア担当の細貝弘氏に話を聞いた。

「当店ではもともとLANの環境をつくっていました。デジタルテレビが出て来た頃からテレビがLANの対応になってきましたので、あと

1.DLNAのクライアント機能搭載 実演中のPOPがついたテレビ 2.DLNAでファイル呼び出す実演 3/4.DLNA接続に対応する周辺機器も展示 5.レコーダーには「サーバー機能搭載」の表記が 6.シアターシステムもテレビまわりにしっかり装備。いつでも実演可能な状態に

「部屋を超えてアクセスできる」ということは、アナログ放送停波以降も、テレビやレコーダーの付加価値として大きな武器になると思っています。今はまだメーカーの担当者でも知識が追いついていないことがあり、課題も多いですが、将来的に家を離れてもiPhoneなどでコンテンツにアクセスできるような状況になることを期待します。AVの可能性は、これからもっとも広がってくると思います」と、新たな技術開発にも期待を寄せている。

はレコーダーなど対応機器が登場するのに応じてつないでいくという形で、数年前からDLNAを試していたのです。

しかしDLNAに関しては、まだまだやりにくい部分があるという細貝氏。

「DLNAという規格そのものにはまだ不透明な部分が多く、完全に統一された内容ではありません。パソコン周辺からAV家電へと対応機器は広がってききましたが、今のところその内容はメーカーによってまちまちです」と指摘。つないで試行錯誤を繰り返して、できることとできないことのポイントをひとつひとつ自らで解決していく段階だという。

「部屋を超えるDLNA接続の場合には市販のハードディスクなども使いたいですし、いろいろな組み合わせができれば便利ですが、家電メーカーは自社製品同士をつなぐことを前提に構築していますから、できればそこをクリアにして欲しいと思うのです」と提案する。



BDレコーダーについても「単純な録画機としてだけではなく、これからはサーバーとしての機能訴求もますます大切になる」と売り場づくりにも工夫を凝らす



ishimaru本店  
遠藤光一氏

## ishimaru本店 (秋葉原)

東京都千代田区外神田1-9-14  
TEL:03-3255-1500  
ishimaru.eiden.co.jp/

お客様の最善提案として、テレビの単価下落が進む中で、周辺商品とのセット販売を重視し、力を入れるishimaru本店。BDレコーダーや音周りは言うまでもなく、耐震マットなどの小物類まで丁寧に取り上げる。提案する上で心がけているのは、まず、お客様の話をじっくりと聞くこと。「押しつけがましいのはもっと

も嫌われます。テレビがどんな環境に設置、視聴されているのかなどを把握した上で、お客様個々にご提案しています」と説明する遠藤光一氏。シアターラックも「予想以上に添付率が上がっている」と好調だ。「薄型テレビはあまり音がよくないようだと感じるお客様も少なくない」と指摘。「そうならば、サイズは問わないはず」と32V型以下のサイズにも、ラックシアターやボーズのPC用スピーカーとの組み合わせで「音」を熱心に訴える。

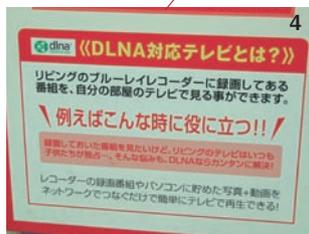
「LAN配線や無線の環境が整っている家庭は決して多くない。難しい言葉は使わず、噛み砕いて説明しないとダメ。『ネットワーク』という言葉も難しい言葉になるというから、一筋縄ではいかない説明の苦労が伺われる。「録画テレビがこれだけ普及したのは、わかりやすかったというのが何よりです。DLNAにもトライ&エラーがまだまだありますが、録画テレビを見習って、ハード側からもソフト側からももっとハードルを下げてもらわなければいけない」と注文を出す。

## お客様への最適提案でテレビの付加価値を訴える

テレビの単価下落が進む中で、周辺商品とのセット販売を重視し、力を入れるishimaru本店。BDレコーダーや音周りは言うまでもなく、耐震マットなどの小物類まで丁寧に取り上げる。

「認知度の低さが最大の課題ですね。展示面の工夫だけではどうしても限界がある。きちんとした説明が必要になります。話も難しすぎるとそっぽを向かれてしまいます」と難しさを指摘する。

一方、どんなお客様にもイメージしやすいのが3D。「パナソニックの3Dビエラの発表以降、反響はもの凄いですね。いつ発売されるのかという問い合わせや、店頭に来てどこに展示しているのかと聞かれるお客様もいます」という。4月23日の3Dビエラの発売と同時に、売り場でも大々的なコーナー展開を計画。3Dの魅力アピールしていく構えだ。



1.DLNAはリビングのレコーダーや録画テレビのコンテンツを家中のテレビで楽しめる快適性を軸に訴求。サーバー&クライアント機能を備える日立「Wooo」を前面に押し出して展開。2/3/4.ポイントを説明。対応商品には「DLNA対応」の表示をつける



テレビとのセット提案を推進するishimaru。中でも力を入れるのが音周りの提案だ。小型テレビにもボーズのスピーカー「Companion2II」を組み合わせ「テレビのスピーカーより断然音がいい」と随所でアピールする