

従業員の主体性を重視した店舗運営



お客様喜ばせ業の実践。
最高の満足と喜びを感じていただく！

執行役員
MD本部副本部長
兼営業部長
松浦 竜生

やるなら徹底的にやる。唯一無二の地域一番店を目指す！
中途半端になるなら毅然としてやらない！
それが「“こだわり”の専門店の集合体」のビックカメラです

ビックカメラとしてあるべき姿の実現に向けて、すべてはお客様に喜んでいただくために、“お客様にとことん集中”し、販売員が自立性をもって「接客と店づくり」に取り組みます。

- ①こだわりの安さ！ ⇒ よいものをより安く
- ②こだわりの品揃え！ ⇒ 豊富な品揃え
- ③こだわりの接客！ ⇒ お客様が納得する商品説明
- ④こだわりのサービス！ ⇒ アフターサービス万全
- ⑤こだわりの店づくり！ ⇒ 利便性の高い店づくり



池袋本店

旧池袋東口店



こだわりの専門店としての展開力で、
お客様にワクワクとドキドキを

店舗改装室
室長
滝田 昌克

お客様の五感、第六感に『伝わる』ように

店舗改装室は、『どこに何があるか迷わない、分かりやすい店・売場』『ワクワクする、楽しくなる店・売場をつくること』を最重要項目として取り組みます。

売場づくりでは、圧倒的なボリューム感と目に飛び込んでくる豊富な情報量がポイントとなる一方、『どこに何があるか迷わない、わかりやすい店・売場』。この相反することを両立した店・売場を徹底的に追求し、『こだわりの専門店』としての店づくりを行い、各店舗で販売員がお客様の購買代理人となり、お客様に喜んでいただける環境を整える下支えを行います。

商品を見たり触ったりして、驚きとともに、商品を見たり触ったりすることで、自分のくらしが豊かになっていく様子を想像し、「これがあったほうがいい、欲しい！」という気持ちがどんどん湧いてきて自然に購入したくなる。そのような状態の売場をつくるのが重要です。例えばお店の前を歩いている人全員がビックカメラに入りたくなるようにするには？店内に入ったお客様に驚きを与え、足を止め商品が欲しくなるような展開をするには？もし自分だったら、お客様だったら驚くかな？ワクワクするかな？あれも欲しいこれも欲しいと思うかな？そう自問自答しながら、自分自身の第六感を磨いています。

店づくりに対する店長の“こだわり”



有楽町店
店長
川瀬 大

『ビックカメラ有楽町店に行けば何か面白いものが見つかるかも?!』

そんな想いをお客様に感じていただけるような専門店としての品揃えや情報発信にこだわり、店づくりを行っています。

その一番の秘訣は販売員全員が自身の担当する商品が大好きだということ！人気のあるトレンド商品が並んでいるのはもちろん、担当者独自の目利きで選んだ商品が並ぶ店内では、きっと「え！こんな商品あったんだ！」とお客様に驚いていただけたと思います。また、商品の機能をただ説明するのではなく「コト軸」での提案展開にこだわることで、お客様の生活をより豊かに、そしてちょっとした悩みを解決する商品をご提案できる売場づくりを行っています。



お客様の期待に応えるこだわりの売場



新宿東口店
店長
桑原 龍邦

専門店として私が目指す理想のお店 6か条

- ① お客様がストレスを感じない売場づくり
- ② 思わず足を止めて魅入ってしまう提案展開
- ③ どのお店にもない、独創的な驚きの展開
- ④ 知りたい欲求を満たしてくれる、知れるお店
- ⑤ 欲しい欲求を満たしてくれる、見つかるお店
- ⑥ お客様の想像を上回る品揃えと展開

専門店として私が目指す理想の運営 4か条

- ① 五整：整理・整頓・整列・整然・整合
- ② お客様にとって〇か×か？お客様最優先思考
- ③ 従業員にストレスを感じさせない店づくり
- ④ 従業員ファーストの店舗運営



理想のお店6か条を体現した売場展開



池袋本店
店長
名澤 正也

『すべてはお客様に喜んでいただくため』ご支持いただけるお店を目指しています！

- 『体験・体感』ができるお店
調理実演カウンターを常設し、調理実演会にて『見る』『さわる』『使用感』を体験&想像できる売場づくりに取り組んでいます。
- ワクワク・ドキドキする売場づくり
“どれだけの『気づき』をお客様にお伝えできるか”がワクワク感やドキドキ感につながると考えています。また、楽しい気持ちを損なわないように“迷わない売場づくり”を心がけています。
- お客様の声を積極的に反映
お客様からいただいた要望をもとに、お客様が求めている商品の拡充・店舗の利便性向上・サービスの向上に取り組んでいます。



体験・体感と気づきのある売場