

Title	Sound Show Window : 音で来客者を店内に誘う商品棚のデザイン
Sub Title	Sound Show Window : "design of goods shelves that attract shoppers by sounds"
Author	松山, 博樹(Matsuyama, Hiroki) 奥出, 直人(Okude, Naohito)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2012
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>Sound Show Windowは来客者を店内に引き寄せるために、商業施設における一店舗内の複数の棚の中に来客者の通過を検知するセンサと一体になったスピーカーを導入した商品棚である。店舗設計において、ショーウィンドウの役割は非常に重要である。現在では、様々な表現手法の展開が見られるほか、ショーウィンドウの背景の色や照明の当て方に対する研究も行われている。しかし小売店におけるショーウィンドウは主に実物商品の展示販売を行っており、来客者を引き付けるような役割は希薄であると考えた。iiasつくばというショッピングセンターではハートアベニューというサブロードに訪れる来客者を店舗に引き付けるため、店頭にチラシやサイネージを使用するがその効果は今ひとつであったと関係者は述べている。そのため、筆者はショッピングセンターに訪れる来客者とハートアベニューにある店舗に対して調査を行い、そして音で来客者の行動を変化させ、店内に誘う商品棚を考えた。音による購買行動の変化は広く専門家の間で認識されている。Sound Show Windowを実現することで、来客者を店内に誘い、店舗の売り上げを狙う。本論文では、Sound Show Windowがショッピングセンターの通りを歩く来客者に複数の棚から音を提供することで、店内に引き寄せることを試みた。</p>
Notes	修士学位論文. 2012年度メディアデザイン学 第256号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002012-0256

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2012 年度（平成 24 年度）

Sound Show Window

-音で来客者を店内に誘う商品棚のデザイン-

慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

松山 博樹

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学) 授与の要件として提出した修士論文である。

松山 博樹

審査委員：

奥出 直人 教授 (主査)

稲蔭 正彦 教授 (副査)

加藤 朗 教授 (副査)

修士論文 2012 年度（平成 24 年度）

Sound Show Window

-音で来客者を店内に誘う商品棚のデザイン-

論文要旨

Sound Show Window は来客者を店内に引き寄せるために、商業施設における一店舗内の複数の棚の中に来客者の通過を検知するセンサと一体になったスピーカーを導入した商品棚である。店舗設計において、ショーウィンドウの役割は非常に重要である。現在では、様々な表現手法の展開が見られるほか、ショーウィンドウの背景の色や照明の当て方に対する研究も行われている。しかし小売店におけるショーウィンドウは主に実物商品の展示販売を行っており、来客者を引き付けるような役割は希薄であると考えた。ias つくばというショッピングセンターではハートアベニューというサブロードに訪れる来客者を店舗に引き付けるため、店頭にチラシやサイネージを使用するがその効果は今ひとつであったと関係者は述べている。そのため、筆者はショッピングセンターに訪れる来客者とハートアベニューにある店舗に対して調査を行い、そして音で来客者の行動を変化させ、店内に誘う商品棚を考えた。音による購買行動の変化は広く専門家の間で認識されている。Sound Show Window を実現することで、来客者を店内に誘い、店舗の売り上げを狙う。本論文では、Sound Show Window がショッピングセンターの通りを歩く来客者に複数の棚から音を提供することで、店内に引き寄せることを試みた。

キーワード：

陳列棚, 店舗設計, 音, 購買行動, インタラクションデザイン

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

松山 博樹

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2012

Sound Show Window

“Design of Goods Shelves that Attract Shoppers by Sounds”

Summary

“Sound Show Window” is a goods shelves into which the speaker with the sensor that detects the shopper walking in the passage is introduced. And, this shelves are installed in more than one shelf in a store in the shopping center in order to attract shoppers into store. The role of the shopwindow is very important in a store design. For example, there is a study for how to hit color and illumination of the background of the shopwindow. However, the shopwindow at the retail store performs the display sale of the real product mainly. I thought that the role to attract the shopper was thin. In the case of iias Tsukuba shopping center, the iias Tsukuba's office was troubled in shopper not gathering in the street called Heart Avenue. Then, they used POP and Digital display for the store, but the effect was not good enough. Therefore I investigated the shop in a shopper and the heart avenue which came in iias Tsukuba. And I did the design and implementation of the Sound Show Window based on survey. The change of the shopping behavior by the sound is recognized among experts widely. In this paper, I focused on what is going into the store shopper walking the streets of the shopping center, and how fun the window shopping by “Sound Show Window”

Keywords:

Shelves, Store design, Sound, Shopping behavior, Interaction design

Graduate School of Media Design, Keio University

Hiroki Matsuyama