アパレル企画～マーチャンダイジング： VMD プランニング及び実施支援

職務遂行のための基準

(VMD計画の作成)

- VMD（ビジュアルマーチャンダイジング）の最新トレンドを把握し、自らのセンスを活かしてVMD計画を策定している。
- マーチャンダイザーとブランドコンセプト、特にブランド、自店舗の独自の魅力、ターゲット顧客に伝えたい商品への思い入れなど確認し、VMDのあり方を検討している。
- 何を（WHAT）、いつ（WHEN）、どこで（WHERE）、だれに（WHO）、なぜ（WHY）、どんな方法で（HOW TO）、どのくらい（HOW MANY）提案していくかなど、5W2Hを考慮して商品の配置、展開方法、陳列方法を含む基本的な売場構成を明確にしている。
- ブランドコンセプトに基づき、主体的にフェイス仮説を立案し、売り場における月別の導線、ゾーニング、什器の配置、商品陳列及びディスプレイの計画等に反映させている。

(VMDマニュアルの作成と徹底)

- 店頭フェイス仮説の視点から、売り場における月別の導線、ゾーニング、什器の配置、商品陳列及びディスプレイ等に関するマニュアルを作成している。
- 商品陳列における定量を保つ商品補充、豊富なバリエーションを紹介することで売り場を活性化するPP（Point of Sales Presentation）手法などを細かくマニュアルに決めている。
- 各店長に対して、VMDのコンセプトを伝え、VMDマニュアルの内容を解説、徹底している。
- 作成したVMDマニュアルの徹底のための集合研修を企画し、指導している。
- 各店舗の状況を踏まえ、各店長からの相談・質問に対応している。

(臨店指導)

- 市場・店頭に対する深い理解を通じて、市場の変化と、時系列における店頭要件の変化を踏まえ、市場ニーズにあったVMD計画を設計し推進している。
- 随時、VMD計画の検証、編集を行い、市場変化に対応した店頭コントロールを実施している。
- 顧客の来店頻度、商品購入の状況をチェックし、再来店が少ないなど問題があれば、店舗の環境、商品、価格、接客などのどこに問題があるか店長等と検討し、VMD計画等にフィードバックしている。

(必要な知識)

1. ファッション全般に関する知識 ・ コレクション情報 ・ カラートレンド情報 ・ 素材トレンド情報
2. デザインに関する知識 ・ デザインの種類、分類方法の知識 ・ シルエット基本知識 ・ アイテム知識 ・ デイテールデザイン知識
3. VMD（ビジュアルマーチャンダイジング）関連知識 ・ 照明効果 ・ 売り場演出方法 ・ 什器の知識 ・ 購買心理 ・ 購買パターン
4. 世の中の変化に関する知識 ・ 生活者意識・ライフスタイル