

問題

2 百貨店などの最上階でバーゲンセールや美術展を開くと、来場者が下の階を回って買い物をする効果が見込める。これを何と呼ぶか。

- (1) ハロー効果
- (2) 噴水効果
- (3) シャワー効果
- (4) デモンストレーション効果

解答

2

(3)

販売促進手法についての問題

最上階に上った客が各階の売り場を回り、買い物をしながら下りることをシャワーに見立てて表現した。階数が多い商業施設は上階ほど客の誘導が難しい。最近は百貨店の地下の売り場である「デパ地下」が人気で、デパ地下を目指して来た客が上階に上って買い物をすることを噴水効果と呼ぶ場合もある。