

元気ハツラツ!
オロナミンC with トクホのセンイ
ファイブミニ

結果
発表

ディスプレイコンテスト

実施期間

2018/4/2 [月] ▶ 6/17 [日]



日頃より、弊社商品に格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。
「元気ハツラツ! オロナミンC with ファイブミニ ディスプレイコンテスト」に
ご参加いただき、誠にありがとうございました。

厳正な審査の結果、各賞が決定いたしましたので、ここに発表いたします。

今後とも弊社商品の拡販に、より一層のご支援を賜りますよう、何卒宜しくお願い申し上げます。

店舗コース

スーパーグランプリ

20万円 1店舗様



(株)ダイイチ 東光店様
(北海道)

オロナミンCとファイブミニの2商品で構成された島陳列と、オロナミンCのみで構成された島陳列を同時に展開。トップボードで、「おやつにも! がんばりたいときにも!! ためしてみよう ハツラツMIX!」と訴求。オロナミンCを使用したアレンジドリンクとして「オロナミンミルク」「オロナミンフロート」「オロナミンセーキ」の3種類が紹介されています。それを受け、陳列什器を使用して、牛乳売場では「オロナミンミルク」、アイス売場では「オロナミンフロート」、卵売場では「オロナミンセーキ」を訴求する陳列も実施。訴求テーマに関連性を持たせた多箇所展開によって、興味喚起と購買促進を図っています。

ファイブミニにおいても、「トクホのセンイ」をはじめとした商品の特徴がしっかりとアピールされた売場となっています。

店舗コース

グランプリ

各 **10万円**
5店舗様



(株)道北アークス
ウェスタンパワーズ店様(北海道)



ヤックスドフラッグ
竜ヶ崎藤ヶ丘店様(茨城県)



ヤックスドフラッグ
木更津清見台店様(千葉県)



キッチンランド SUNSUN 様
(京都府)



かつはら薬品 山崎店様
(兵庫県)

「母の日」[父の日]に
関連した、テーマが
わかりやすいディスプレイ!

「母の日」賞

各 **1万円** 30店舗様

| | | | |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| イオンスーパーセンター 金ヶ崎店様(岩手県) | ヤックスドフラッグ 土気店様(千葉県) | ファーマシー木のうた 法隆寺店様(奈良県) | 杉山薬局様(徳島県) |
| エコス 新治SC店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 東金新町店様(千葉県) | トスク ちづ店様(鳥取県) | スーパー大浦 パシオ鷹尾店様(宮崎県) |
| ヤックスドフラッグ 阿見店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 白子店様(千葉県) | トスク ふなおか店様(鳥取県) | だいわ 串木野店様(鹿児島県) |
| ヤックスドフラッグ 牛久神谷店様(茨城県) | しまむらストア 旭店様(神奈川県) | トスク 吉成店様(鳥取県) | プラッセだいわ 川内店様(鹿児島県) |
| ヤックスドフラッグ 新利根店様(茨城県) | ヤナギ 豊浜店様(愛知県) | トスク 若桜店様(鳥取県) | (株)JAおきなわAコープ 首里石嶺店様(沖縄県) |
| ヤックスドフラッグ 千代田店様(茨城県) | 太陽堂 市場店様(京都府) | トスク 本店様(鳥取県) | (その他1店舗様) |
| ヤックスドフラッグ 成田店様(千葉県) | かつはら薬品 山崎店様(兵庫県) | トスク 用瀬店様(鳥取県) | |
| ヤックスドフラッグ 多古台店様(千葉県) | ファーマシー木のうた 桜井店様(奈良県) | フレッシュライフ いわみ様(鳥取県) | |

「父の日」賞

各 **1万円** 30店舗様

| | | | |
|------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| (株)ダイイチ 二条通店様(北海道) | TAIRAYA 古河店様(茨城県) | ドラッグ イチワタ 皆野バイパス店様(埼玉県) | キョーエイ セレブ店様(徳島県) |
| ホクノスーパー 中央店様(北海道) | ヒーロー 稲敷店様(茨城県) | (株)長野県Aコープファーマーズ 南長野店様(長野県) | (株)ハローデイ様(福岡県) |
| 西條 稚内店様(北海道) | ヒーロー 下館店様(茨城県) | KOマート 大井川店様(静岡県) | サンキュードラッグ 大島薬局様(福岡県) |
| 西條 名寄店様(北海道) | ヒーロー 牛久店様(茨城県) | たつみストア 大清水店様(愛知県) | サンシールさの様(宮崎県) |
| SUPERオセン 北上店(岩手県) | ヤックスドフラッグ 玉造店様(茨城県) | ヤマナカ 一宮フランチ館様(愛知県) | スーパーとむら 吾田店様(宮崎県) |
| (株)Aコープ東北 かしまだい店様(宮城県) | ヤックスドフラッグ 荒川沖店様(茨城県) | かつはら薬品 城東店様(兵庫県) | まつの 恒久店様(宮崎県) |
| (株)ウジエスーパー 栗駒店様(宮城県) | ヤックスドフラッグ 大多喜店様(千葉県) | ドラッグかつはら 養父店様(兵庫県) | |
| (株)ウジエスーパー 南佐沼店様(宮城県) | セキ薬品 秩父店様(埼玉県) | (株)広電ストア 楽々園店様(広島県) | |

オリジナリティで勝負!

ファイブミニ賞

各 **1万円** 30店舗様

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|
| (株)道北アークス ウェスタン北彩都店様(北海道) | ヒーロー 土浦店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 千葉山王店様(千葉県) | ドラッグかつはら 養父店様(兵庫県) |
| (株)道北アークス スーパーアークス パルプタウン店様(北海道) | メルシー つくば店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 八日市場店様(千葉県) | ドラッグかつはら 玉手店様(兵庫県) |
| 西條 枝幸店様(北海道) | メルシー 守谷店様(茨城県) | クイーンズマート・ヤオマサ様(神奈川県) | ドラッグかつはら 菅生店様(兵庫県) |
| ヒーロー 阿見店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ つくばみどりの店様(茨城県) | (株)キュービット 豊栄店様(新潟県) | ドラッグかつはら 砥堀店様(兵庫県) |
| ヒーロー 水戸双葉台店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ つくばみらい平店様(茨城県) | MEGADON・キホーテ 長野店様(長野県) | セブンスター 三津店様(愛媛県) |
| ヒーロー 水戸双葉台店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ つくば高見原店様(茨城県) | かきこや 入出店様(静岡県) | フレッシュパリュール 西条店様(愛媛県) |
| ヒーロー 石岡店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 江戸崎店様(茨城県) | ショッピングスクエア・ノセボックス様(大阪府) | (株)サンシャインチェーン本部様(高知県) |
| ヒーロー 千代田店様(茨城県) | ヤックスドフラッグ 市原八幡店様(千葉県) | かつはら薬品 城東店様(兵庫県) | |

企業コース

スーパーグランプリ

20万円 1企業様

(株)千葉薬品様

「母の日」と「父の日」をテーマに、各店が陳列技法を駆使し、手づくりPOPを採用することで、オリジナリティあふれる売場が展開されました。同社の特徴ともいえるテーマは統一されていても、ひとつとして同じような売場、似たようなPOPで展開しないという考え、姿勢がうかがえます。各店が切磋琢磨することで、レベルの高い売場がラインアップされました。



グランプリ

各 5万円
5企業様



(株)ヒーロー様



(株)キューピット様



(株)勝原薬局様



トスク(株)様



(株)マルナカ様

審査風景



審査委員

大塚製薬株式会社

ニュートラシューティカルズ事業部営業本部営業企画部 部長 山本 昌芳

ニュートラシューティカルズ事業部製品部 オロナミンC PMM 西 健太郎

ニュートラシューティカルズ事業部製品部 オロナミンC APMM 小出 莉央

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

取締役 平井 俊之

流通マーケティング局 局長 味方 和也

審査のポイント

| | | | | |
|-----------|---------|------------------------|-------------|-------|
| ブランドメッセージ | 陳列ボリューム | オリジナリティ (手づくりPOPなど) | 陳列期間 & 陳列場所 | 買いやすさ |
|-----------|---------|------------------------|-------------|-------|

来店者に気づきを与える多箇所でのクロスMD

提案型の売場づくりを実施

今春、実施された「元氣ハツラツ! オロナミンC with ファイブミニ ディスプレイ コンテスト」において、店舗コースのスーパーグランプリを受賞したのは、(株)ダイイチ(北海道帯広市、鈴木達雄 代表取締役)の東光店(北海道旭川市)である。売場づくりを行ったグロサリー担当の前田元毅氏は「まさかグランプリを受賞できると思っていなかったので、とてもうれしいです。手伝ってくれたパートさんも含め、全員にとって、光栄なことです」と語る。

店内でいちばん目立つ催事スペースで展開された売場は、表裏2面構成で「オロナミンCのみの陳列」と「オロナミンCとファイブミニの2商品陳列」という島陳列となっていた。ファイブミニについては「トクホのセンイ」など、商品特徴をわかりやすくアピールするPOPを採用し、購買喚起を図っている。オロナミンCについては、オロナミンCを使用したアレンジドリンクを紹介するトップボードを掲出。「おやつにも! がんばりたいときにも!! ためしてみよう ハツラツMIX!」というメッセージとともに「オロナミンミルク」「オロナミンフロート」「オロナミンセーキ」の3種類の飲み方提案が行われた。

同時に、陳列什器を使用して、牛乳売場では「オロナミンミルク」、アイス売場では「オロナミンフロート」、卵売場では「オロナミンセーキ」を訴求。レシピとともに、クロスMDが実施された。島陳列との連動と、関連売場でのクロスMDという多箇所展開によって、来店者へ気づき

店舗コース：スーパーグランプリ



昨年の11月に全面リニューアルをして、地域いちばん店をめざす東光店

を与えるとともに、購買にも結び付けるアイデアのある施策となっている点が、今回、高い評価を得たポイントでもある。

「大塚製薬の担当者さんと相談しながら、構想から2週間の期間をかけて練り上げた企画で、その甲斐があり、売上も大きく伸ばすことができました」と前田氏。もともと、ブランド力がある人気商品のオロナミンCの売上を伸ばすには、単純に商品を積むだけでは、現状を打破できないとの考えから、今回のアレンジドリンクという提案型の展開を実施。来店客への興味喚起および購入への刺激を与える結果となった。

生鮮強化で身近な存在に!

(株)ダイイチは、帯広と旭川、札幌地区で23店舗を展開。消費者に最も身近なスーパーマーケットをめざしているため、生鮮強化を推進している。東光店においても、地元青果の販売に力を入れ、鮮魚部門は対面販売を実施することで、メニュー提案などを行っている。さらに、地域の消費者が求める総菜のラインアップや選択肢を増やせるプライベートブランド商品を品揃えするなど、消費者目線での店づくりを実施している。

同社は、方針として企業タイアップの販促はほとんど実施しない。販売本部営業企画課係長の稲見昌平氏は「お客さまに支持されている商品で、お客さまにとってメリットのある商品と判断できたので、今回は参加しました」と語る。同店は、近くにベッドタウンがあり、ファミリー層の人口も高いことから、飲み方提案などのアピールは喜ばれる企画になると考えたことが、今回の決断につながった。

「お客さまのためになり、当社の販促方針と合致する企画であれば、今後もコンテスト参加にチャレンジしていきたい」と稲見係長は話してくれた。



写真右から、(株)ダイイチ 商品第一部 食品課 兼 販売本部 営業企画課(旭川ブロック担当)係長の稲見昌平氏、(株)ダイイチ 東光店 グロサリー担当の前田元毅氏と、大塚製薬(株)札幌支店 旭川出張所 ニュートラシューティカルズ事業部 課長補佐の大森隆人氏