

流通専門誌「ダイヤモンド・チェーンストア」タイアップ企画

ご応募
ありがとうございました

第30回

大正製薬

店頭演出コンテスト

結果発表

実施期間 2018年7月1日(日)～8月31日(金)

この度は「第30回 大正製薬 店頭演出コンテスト」にご応募いただき、誠にありがとうございました。多くの販売店様にご参加いただき、ご好評のうちに終了致しました。弊社並びに事務局 凸版印刷(株)、(株)ダイヤモンド・リテイルメディアの3社にて厳正なる選考をさせていただきました。

企業表彰コース「企業グランプリ1企業様、企業準グランプリ2企業様、企業賞10企業様」、タワー演出表彰コース「全国グランプリ1店舗様、エリアグランプリ8店舗様、優秀賞25店舗様」、ZERO 演出表彰コース「グランプリ1店舗様、優秀賞20店舗様」の各受賞店様をここに発表、掲載させていただきます。なお、タワー演出表彰コース「演出賞400店舗様」、ZERO 演出表彰コース「演出賞500店舗様」につきましては、賞金の送金をもって発表にかえさせていただきます。

ご参加いただきました販売店様のご努力に敬意を表するとともに、当コンテストの趣旨をご理解いただき、今後とも弊社製品のご拡売に、より一層のご支援を賜りますよう、何卒よろしくお願い申し上げます。

各賞 総額 750 万円		
企業表彰コース		
企業 グランプリ 30 万円	1 賞	企業 準グランプリ 20 万円
		2 賞
		企業賞 10 万円
		10 賞
タワー演出表彰コース		
企業 グランプリ 25 万円	1 賞	
エリア グランプリ 10 万円	8 賞	
優秀賞 3 万円	25 賞	演出賞 400 賞
		5,000 円
ZERO 演出表彰コース		
企業 グランプリ 10 万円	1 賞	
優秀賞 2 万円	20 賞	演出賞 500 賞
		3,000 円

**企業
グランプリ**
賞金 30万円

(株)エーコープ関東様 (群馬県)



企業表彰コースのグランプリを初めて受賞されたエーコープ関東様。同時に、ご参加いただいた15店舗様のうち、14店舗様が入賞するという快挙を成し遂げました。各店舗の陳列技術と消費者目線にこだわった売場づくりが、受賞の決め手となりました。

「元気になる売場づくり」をテーマにした展開で初のグランプリを受賞

今回は企業グランプリを受賞することができ、光栄に存じます。賞をねらうというよりも、陳列技術の向上やマーチャンダイジング (MD) の強化として取り組んでいるディスプレイコンテストにおいて、このような最高の評価をいただけたことに感謝いたします。うれしい出来事であり、大正製薬さんにお礼を申し上げたいと思います。

JAグループの一員であるエーコープ関東は、国産農畜産物を中心に、新鮮さと、安心・安全とともに、おいしさを提供するスーパーマーケット (SM) です。近年、競合店が増えている中で、このような当社の特徴を生かしながら、価格訴求ではなく品質訴求に重点を置いた展開を行っています。

このような考えから、コンテストの参加には、基準を設けています。やみくもに参加するのではなく、「支持されている商品なのか」「購入したいと思える商品なのか」というお客さま目線によって、検証して参加を決めています。

「リポビタミンD」は、北関東での人気が高く、とくに群馬県は全国で3本の指に入る消費量があり、「『リポビタミンD』は、1日に1本飲まれている」といわれるほど。当社の商圏内で支持されており、ブランド力が高い商品であることから、長年にわたって大正製薬さんの店頭演出コンテ



代表取締役社長 織田 展男様 (左)
商品部 グロスリーグループバイヤー兼
北関東 SV 兼 群馬物流センター長
太田 正樹様 (右)

ストに参加を続けています。

今回のコンテストには、15店舗が参加して、14店舗が入賞しました。その売場づくりのテーマは、「新規ユーザーの獲得」です。

愛飲されているリピーターが多い商品ということから、さらに売上拡大をめざすために、参加全店で3本パックをメインに、「トライアル」をテーマとした売場展開を実施しました。

健康志向の方やカロリーが気になる方をはじめ、女性層にもアプローチするために、「リポビタミンD」とともに、「リポビタミンZERO」「リポビタミンファイン」「リポビタミンフィール」をラインアップ。気軽にトライできる3本パックを、好みでも選

べる売場としました。

当社の本部バイヤーと大正製薬の担当者さんが事前に打ち合わせを繰り返し、テーマと売場コンセプトを決定。各店にその情報を配信しました。その後、大正製薬の担当者さんによる各店舗へのフォローもありました。メーカーと当社各店とのコミュニケーションが、しっかり取れた中でのコンテスト参加でした。その結果、「リポビタミンD」シリーズを老若男女の新規ユーザーに勧めることができ、今回のグランプリ受賞につながったと考えています。

「リポビタミンD」は、効果の裏付けがある製薬会社のドリンク剤です。当社が、野菜や肉、魚などの食品の品質やおいしさといった特徴をしっかりと消費者に伝えているように、アピールしていくべき商品という位置付けで考えています。

そのために、企業内での陳列技術の向上、MDや販促企画の強化を図り、お客さまに“気づき”を提供できる売場づくりを推進していきます。さらに、コンテスト参加の経験を生かし、グロスリー売場だけではなく、各売場との連携を取ることで、店全体の活性化や新しい価値観がある売場を提案していきます。

今後も、大正製薬さんの協力を得ながら、普段の売場づくりや店頭演出コンテストに参加して行きたいと考えています。

企業表彰コース

**企業
準グランプリ
賞金 20万円**

(株)ダイユー様 (栃木県)



全店参加を続けられ、今回初めて企業表彰コースの準グランプリを受賞されました。いままでの個店での優秀賞受賞経験やノウハウを活用しながら、挑戦し続け、“気づき”を訴求するお客さま目線を大切に売場が展開されました。

従業員一人ひとりが意欲的に参加する環境で売場づくりに取り組む

当社は、大正製薬さんの店頭演出コンテストに8年前から参加しています。店舗単位での受賞は何回ありましたが、企業賞のような大きな賞で、準グランプリを受賞できたことは、うれしい限りです。ありがとうございました。

3年前から全店(11店舗)参加をしていますが、当初は参加を希望する店舗のみでした。

当社の商品部一般食品バイヤーの星公枝が、店舗スタッフだった時代にさまざまなメーカーのコンテストへ積極的に参加。当時は、まだ大正製薬さんのコンテストは実施されていませんでしたが、コンテスト参加による陳列技術の向上や演出力強化など、さまざまなメリットを認識していたようです。

そして、星が本部バイヤーに就任したのをきっかけに、大正製薬さんのコンテストにも参加するようになりました。ヘルスケア商品が注目を集め出した時期でもあり、健康的で明るい暮らしを応援するロングセラー商品「リポビタミンD」は、取り組む価値がある商品ということもありました。

参加希望店舗での挑戦時期があり、個店でのグランプリをめざして、企業を挙げて1店舗に集中して参加することもありました。結果は、優秀賞などの受賞までで、グランプリには届きませんでした。



代表取締役社長 営業本部長
渡部 俊雄様

しかし、あきらめずに、挑戦を続けました。コンテストに参加することで、売場づくりや販促のスキルアップになります。そして、それは、お客さまにとって、楽しい買い物をしていただける店づくりになると考えたからです。

当社はCGCグループの一員ですので、CGCの大陳コンテストにも参加しています。さらに、自社でも売場づくりコンテストを実施しています。ひな祭りや丑の日、ハロウィンなど、歳時をテーマにしたコンテストです。

社長の私が、店舗に行き、実際に売場を採点します。そして、優秀な売場の表彰は、各店舗内でそれぞれの店長に表彰を手渡ししています。また、業務改

善チームを各店に発足させました。従業員一人ひとりが、自らの改善点を自主的に考え、レポートをまとめて提出しています。トップダウンの指示では、従業員の成長は望めず、モチベーションも上がりません。「みんなで考え、みんなで参加する」。そのいい機会になっているのが、コンテストです。だからこそ、全店参加にしました。

当社は、地域密着の地場スーパーマーケットです。そのため、地域に根ざした営業活動や品揃えが重要です。地元の野菜をはじめ、親しまれている味噌や醤油などの商品は、地元商材として必須です。地元の生産者や企業との密接な関係によって、地域の生活者が求める店づくりを行うことで、競合他社との差別化を打ち出しています。

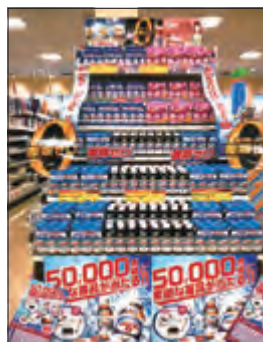
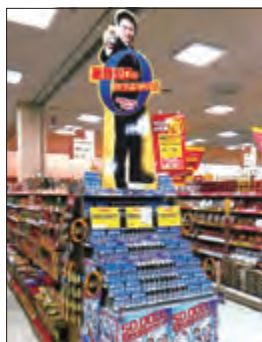
同様に、地域的に販売力がある「リポビタミンD」は、地場商品と同様の存在。新規顧客や女性層を取り込むために、「リポビタミンZERO」や「リポビタミンファイン」を陳列することで、気づきを与えることもでき、販売強化につながりました。

お客さまに喜ばれる売場づくりは、従業員も楽しんで取り組みます。コンテストで高い評価をいただくと、モチベーションは大幅にアップします。従業員自らの創意工夫で、次のコンテストも一番をねらって参加したいと思います。

企業表彰コース

**企業
準グランプリ
賞金 20万円**

(株)ヨークベニマル様 (福島県)



今回は 30 店舗様が参加され、企業表彰コースの準グランプリを獲得したヨークベニマル様。1 本や 3 本パック商品を中心とすることで、新規ユーザーの獲得と売上アップを目的とした売場づくりが、個性豊かに実施されています。

【コンテスト参加には売場づくりのノウハウ継承という意義もあり！】

グロサリー 加工食品担当

マーチャンダイザー

菊地 貞勝様

今回、大正製薬さんの店頭演出コンテストで 3 回目の企業賞を受賞することができました。ありがとうございます。

メーカーの力を借りながら、お客さまに感動を与えられる売場づくりの絶好の機会として、さまざまなメーカーのコンテストに参加しています。

その中でも、大正製薬さんのコンテストは、何ととっても、それぞれの店舗スペースをはじめとする実情に合わせて参加しやすいコースなどが設定されていることが魅力です。小スペースでも工夫次第でチャレンジできます。そのおかげで、当社も今回は 30 店舗が参加することができました。

ボリューム重視ではなく、1 本や 3 本パックを中心にしたエンド展開を実施。アウト展開となることで、視認効果をアップすることができました。店舗としては、売上アップと利益率の向上を図ることができます。

最近では、人手不足が問題になっていますが、当社もその影響が現れています。日々の業務は、商品の補充作業や発注に忙殺されるなど、余裕を持って作業にあたる環境にありません。そのような状況のため、お客さまにアピールできるよ

うな陳列技術の向上やノウハウの蓄積、そして、伝承が思うようにできません。この課題の解決に活用できるのが、コンテストです。

大正製薬さんと当社スタッフが協力し合いながら売場をつくっていききました。忙しい中での作業でしたが、10 本箱やケースを陳列するのではなく、1 本や 3 本パックの陳列なので、女性スタッフでも手軽に陳列ができ、短時間で売場を完成することができます。誰もが参加しやすく、売場づくりのノウハウやスキルを養うことができるのが、大きなメリットです。日々のこなすだけの業務と違い、自分が関わった売場で商品が売れることを実感でき、表彰までしてもらえるコンテストは、スタッフのモチベーションアップにもなります。

年 1 回、全店が参加する当社の「店頭技術コンクール」とともに、各メーカーさんの大陳コンテストを組み合わせることで、売上確保という側面と、スタッフがやりがいや楽しみを見出しながら、売場づくりを学べる場としています。

スーパーマーケットである当社のお客さまは、9 割が女性です。「リポビタンD」は、ドリンク剤の中でトップクラスの売上有る人気商品ですが、男性需要が高



いのも事実です。そこで、女性層を取り込むために、「リポビタンZERO」や「リポビタンファイン」も陳列した売場づくりを行いました。いつもの「リポビタンD」に加え、女性向けや糖類ゼロというアピール力のある商品をラインアップしたことで、女性の目を引く売場展開ができたと思います。

同業他社やドラッグストアなど他業態との競争が激しくなっています。その競争と同質化せずに、当社としての独自路線を打ち出すことが必要です。消費者の健康に対する意識は高まっていますので、そのニーズに応える品揃えや健康コーナー化はポイントになります。

その 1 つの施策になるのが、大正製薬さんの店頭演出コンテストです。次回も、お客さまに喜ばれる提案型の売場として、参加したいと思います。

企業表彰コース

企業賞
賞金 10万円

(株)マエダ様
(青森県)

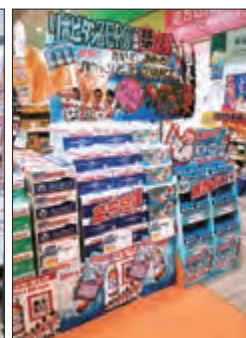
ボリューム感のある売場を基本にしています。「リポビタンD」の人気の高い地域であり、大量購入をする顧客向けの陳列ですが、ジャンブルボックスに陳列した1本や3本パックで、新規ユーザー獲得も推進しています。



企業賞
賞金 10万円

紅屋商事(株)様
(青森県)

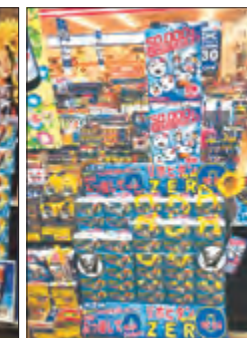
各店がユニークな視点で制作したトップボードが特徴の売場です。イラストと伝わるフレーズを採用したコトPOPであり、来店客に気づきを与えるアプローチになっています。商品が手に取りやすい陳列もポイントです。



企業賞
賞金 10万円

アークドラッグ(株)様
(新潟県)

夏をテーマにした売場や健康志向の「リポビタンZERO」をメインで訴求する売場、流行りの出来事をテーマにした売場などバラエティーに富んだ展開です。各店の商圈特性に合わせてオリジナリティーが発揮されています。



企業賞
賞金 10万円

(株)長野県A・コープ様
(長野県)

可能な限りインパクトのあるボリューム陳列を行っています。各店の展開スペースの事情に合わせて、最適な売場づくりを実施。目を引くPOPを活用することで、視認性のアップや興味の喚起を促進しています。



企業賞
賞金 10万円

マックスバリュ中部(株)様
(愛知県)

「リポビタンD」シリーズを試してみたいという来店客に向けて、豊富なラインアップを揃えています。1本や3本パックなど、手に取りやすく陳列されていて、トライアルユーザー獲得に効果的な売場となっています。



企業表彰コース

企業賞
賞金 10万円

(株)ママイ様
(愛媛県)

チェーンストアとして統一感のある陳列を基本にしている中で、各店が独自性を発揮しています。とくに、アピール力のあるトップボードは、各店がアイデアを活かして製作。それぞれ個性的な世界観を生み出しています。



企業賞
賞金 10万円

(株)Aコープ西日本様
(広島県)

各店が競うように、陳列技法やオリジナルPOPを駆使して、来店客の立ち寄り率の高い売場づくりを行っています。常に、他にはないオリジナリティを求めることで、楽しい買い物のひとときを創出しています。



企業賞
賞金 10万円

(株)シーエムシー様
(岡山県)

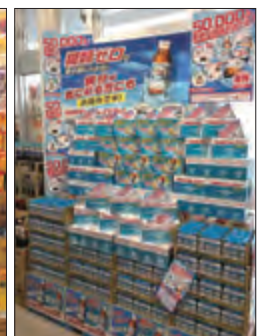
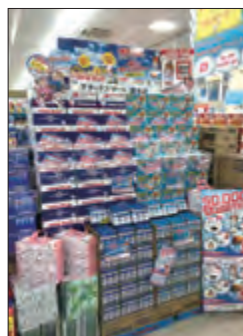
自然災害の被害を受けた地元・西日本を応援というテーマを掲げ、エールを送る展開です。「リボビタンD」の「頑張っている人を応援する」というスローガンともリンクすることから、心のこもった訴求になっています。



企業賞
賞金 10万円

(株)アタックススマート様
(大分県)

陳列技術の1つである外箱を活用する「段ボールカット」を採用し、ディスプレイを展開するなど、陳列技術やノウハウがしっかりと传承されています。見せる陳列と手に取りやすく、買いやすい陳列が両立した売場です。



他 1 企業様



全国
グランプリ
賞金25万円

生活協同組合コープこうべ コープデイズ豊岡様 (兵庫県)

コープデイズ豊岡 店長 中島 寛文様
衣・住チーフ 坂本 克子様

初の全国グランプリ受賞に驚いています。このような評価をいただき、感謝とともに、喜びもいっぱいです。

当店は、今年で20周年。それを機に、改装を行い、4月にリニューアルオープンを迎えました。そのような節目の年にいただいた全国グランプリですので、格別な思いです。

新たなスタートとなった年の店頭演出コンテストということで、大正製薬さんがオフィシャルパートナーであるラグビー日本代表のように、当店スタッフのチームワークの良さをさらに向上させたいという思いを1つのテーマとしました。さらに、お客さまへ「頑張る皆さんを応援します!! ファイト・一発!!」というメッセージのように、元氣と楽しさを毎日の暮らしに添えるお手伝いをさせていただくという2つのテーマを設定しました。

この発想は、大正製薬さんの前任の担当者さんと、転勤した副店長、衣・住チーフの坂本がラグビー好きだったことから得たものです。そのため、演出もかなり凝ったものになりました。

トップボードには、ラグビーボールを抱えたコープこうべのキャラクター。そして、当店のスタッフが日本代表の



大正製薬がオフィシャルパートナーとなっているラグビー日本代表をテーマにした売場展開です。店舗スタッフがユニホームを着て撮影した写真を掲載したトップボードには、地域の生活者の元氣な暮らしを応援するというメッセージが込められています。視認性が高いだけでなく、思いのこもったアピールがお客さまに伝わる売場です。

ユニホームを着て撮影した写真を掲載しました。前面のジャンブルボックスのボードにも同様に、代表ユニホームを着たスタッフが掲載されています。右側にはマネキンに、コープこうべのキャラクターの顔をつけ、代表ユニホームを着せています。これだけでは、ラグーマンに見えないということで、ユニホームの下にタオルを入れて、ラグーマンらしい体型にするというこだわりが込められた演出です。

インパクトのある展開だったことで、お客さまの立ち寄り率が高い売場になりました。近寄ると顔見知りのスタッフがラグーマンだと気づ

き、驚きがあったり、笑顔になったり。そして「あれ、あなたでしょ」とお客さまとスタッフのコミュニケーションが、より深まりました。

「リボビタミンD」は、ロイヤルユーザーが多い商品です。そのように多くの方に支持されている商品だからこそ、勧める価値があります。新規顧客開拓のために、トライアルユースとして、前面のジャンブルボックスに3本パックを並べました。「リボビタミンZERO」や「リボビタミンファイン」「リボビタミンフィール」など、アイテムも揃え、好みで選べるラインアップにしました。このような演出や工夫を行ったことで、売上も伸ばすことができたと思います。

リニューアルの年に、スタッフみんなでコンテストに挑戦できたことで、絆も強まりました。今回の日本一を励みに、お客さまに支持される売場づくりを続けていきたいと考えています。



後列左から、店長 中島寛文様、衣・住チーフ 坂本克子様と
売場担当者の皆さま

タワー演出表彰コース

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)ホクノー ホクノー中央店様 (北海道)

入口すぐのいちばん目立つ催事スペースでの展開。限られたスペースであることから、ボリューム感とインパクトを出す工夫として、張り出し陳列や横断幕によって、視認率の高い売場づくりが行われています。



食品バイヤー
岡村 昌敬様



食品バイヤー 岡村 昌敬様

2年連続で、エリアグランプリを受賞でき、とてもうれしく思います。ありがとうございました。夢に向かって頑張る人を応援するという「リポビタンD」のコンセプトフレーズ「Have a Dream」をテーマに掲げた売場づくりを行いました。それをよりわかりやすくするために、大正製薬さんがオフィシャルスポンサーとなっているラグビーワールドカップ2019日本大会にちなみ、ラグビー関連のオリジナルPOPを作成し、提供POPとともに効果的に使用しています。

横断幕に描いたイラストのラグビーユニホームの胸には、「リポビタンD」と商品名を記載。ラグビーとの連動を明確にしています。商品陳列部分にも、ラグビーボールやラグーマンのイラストPOPを取り付けました。このように、テーマを明確にすることで、お客さまの立ち寄り率は高まります。

今回は、10本箱のみの陳列です。顧客はシニア層が多いので、購入商品の配達サービスを行っています。夏の猛暑の中では、買い物を控える傾向がありますので、まとめ買い需要に応える品揃えです。シニア層の健康や元気な暮らしの支援というテーマにも合った商品ですので、次回もコンテストに挑戦していく考えです。

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)マエダ マエダストア鯉ヶ沢店様 (青森県)

ゆとりのある催事スペースを生かしたボリューム満点の売場です。大型のPOPとオリジナルPOPを組み合わせた訴求力と陳列技法を駆使した演出力の相乗効果によって、お客さまの興味を喚起されています。



店長
三上 将志様



店長 三上 将志様

昨年は、タワー演出表彰コースの演出アイデア賞を受賞し、今年は2年ぶりのエリアグランプリに返り咲くことができました。今年から当店の店長とグロスリー担当になったこともあり、連続受賞とエリアグランプリを獲得できて、ホッとします。

催事スペースの広さを存分に活用してボリューム感を打ち出し、それに見合う陳列量のインパクトを意識した売場づくりを行っています。地域的に農繁期になると、「リポビタンD」の需要はとくに高まります。自宅需要のほかに、ちょっとしたお礼として、ケースで贈ることもあります。この場合は、どのドリンク剤でもいいというわけではありません。信頼のブランドとして認知されている「リポビタンD」以外は、贈り物としては使われません。このような商圈ですので、大量の陳列をしても、売り切れる商品です。

大正製薬さんの店頭演出コンテストは、毎年恒例となっていることから、お客さまにとっても、スタッフにとっても、一大イベント的に捉えられています。「今年もやってるね」など、陳列作業中にお客さまから声をかけられるほどです。売場のマンネリ化を防止する施策としても効果的なコンテストなので、大正製薬さんの協力をいただき、次回も挑戦したいと思います。

タワー演出表彰コース

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)エコープ関東 JA ファーマーズ・ブレイス様 (群馬県)

「リポビタンDフェア」として、シリーズ商品を多彩にラインアップしています。ロイヤルユーザーを中心にしながらも、女性向け商品などを加えることで、トライアルユーザー獲得を考えた陳列が行われています。



副店長 新井 大輝様 (左)
グロサリー担当 根岸 晴幸様 (右)



副店長 新井 大輝様

グロサリー担当 根岸 晴幸様

コンテストに参加するなら、必ず受賞すると意気込んで参加しましたが、実際に受賞でき、素直にうれしいです。

JA ファーマーズ・ブレイス店は、エコープの特徴である国産農畜産物のこだわりとともに、鮮魚にも力を入れるなど、当社の新業態のファーマーズマーケットです。基本的に、シニア層の多い地域ですが、ファミリー層も取り込める店です。

そこで、今回は「リポビタンD」のロイヤルユーザー向けをメインにしながらも、トライアルユーザー獲得を目的にした売場展開としました。「リポビタンD」の10本箱を大量陳列し、手前のジャンブルボックスに、気軽に購入できる3本パックを陳列。アイテムも「リポビタンZERO」「リポビタンファイン」「リポビタンフィール」と女性や新規ユーザーにアピールできる商品を並べました。

当店は、若いスタッフが多いこともあり、本部バイヤーなどを歴任し、定年を迎えた根岸が現場復帰。今回のコンセプトを立案するなど、その経験やスキルをスタッフに伝えています。「リポビタンD」は、当店では「神水（かみみず）」と呼ばれるほど、よく売れる商品。スタッフの成長と新規ユーザー獲得のために、根岸を中心に次回もコンテストに挑戦します。

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)ハーズ 食品館ハーズ様 (埼玉県)



お店のモットーである「お客さまへのおもてなし」を活かして「健康のおもてなし」をアピール。各部門のスタッフの顔写真をPOPにした店舗を挙げての取り組みと迫力の陳列で購買意欲をアップしている売場です。

店長補佐 兼 グロサリー部門長 水野 潤様

フロアー部リーダー 販促・広報担当 五十嵐 裕様

3年連続のエリアグランプリを受賞でき、とても光栄です。大正製薬さんの協力があったことで達成できたことですので、感謝しています。今年は、例年よりも陳列数量が少なかったのですが、グランプリは無理と思っていましたが、天井に届くほどの大型トップボードなど、工夫によってインパクトと訴求力のある売場はできたと思っていました。

当社は、チェーン店ではなく、単独店ですので、お客さまとのコミュニケーションは大切にしています。会社のテーマも「お客さまへのおもてなし」。今回の演出テーマも「おもてなし」です。グロサリー部門だけではなく、他部門と一緒に取り組む姿勢を打ち出すために、店長を中心に、全部門のスタッフの顔写真を大型ボードに取り入れました。その写真POPを見たお客さまからスタッフに声がけをいただくなど、さらにコミュニケーションが深まりました。

当社がメーカーのコンテストに参加しているのは、大正製薬さんだけです。長年の販売や取り組みによって、地域の方々には「リポビタンD」を買うならハーズ」と言われるほどです。「リポビタンDライト」や「リポビタンZERO」などの商品を紹介することで、新規顧客も開拓していきたいと考えています。



店長補佐 水野 潤様 (左)
フロアー部リーダー 五十嵐 裕様 (右)

タワー演出表彰コース

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)ホームセンターバロー 稲沢平和店様 (愛知県)

店舗入口のいちばん目立つ場所で、ラグビーをテーマに展開した売場です。自動車で来店される方がほとんどなので、10本箱と20本セットを陳列し、まとめ買いをされるお客さまのニーズに応えています。



登録販売者
佐藤 愛奈様



登録販売者 佐藤 愛奈様

赴任して初めて参加した大正製薬さんの店頭演出コンテストで、エリアグランプリを受賞できていると思っていませんでしたので、とてもうれしいです。ホームセンター業態での受賞ということでも、光栄です。

お客さまに支持されて、いちばん売れているドリンク剤「リポビタンD」ということで、コンテストへの参加しやすさがありました。そして、展開時期の猛暑も重なったことから、さらに注目を集め、売上もアップしました。

売れる商品ですが、さらに売上を伸ばせるように、トライアルユーザーの獲得につながる、気づきを与えられる売場づくりを考えました。大正製薬さんがラグビー日本代表のオフィシャルパートナーになっていることから、ラグビーをテーマに設定。大型トップボードとともに、マネキンに代表ユニホームを着せて、「No.1」というように指サインを強調したPOPも設置しています。まとめ買いをされるお客さまがほとんどということで、10本箱と20本セットで売場を構成。そのボリューム感がインパクトにもなっていると思います。

コンテスト参加は、売場に楽しさや新鮮さを創出でき、活性化の効果もあるので、今後も参加していきたいと考えています。

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)Aコープ西日本 Aコープたまゆ店様 (島根県)

多くのコンテストで受賞実績を持つ同店。ボリューム感のある陳列と印象的な「0（ゼロ）」のボードで、目を引く売場になっています。1本と10本箱を並べ、お客さまが選べる利便性も追求しています。



一般食品担当
森脇 大助様



一般食品担当 森脇 大助様

大正製薬さんのブランド力、商品力、担当営業さんに対する信頼など、すべてが揃っていることから、長年、店頭演出コンテストには参加しています。何回も受賞をさせていただいており、感謝の気持ちでいっぱいです。今回もフォローをいただくなど、信頼関係の中で、協力し合いながら売場をつくり上げることができました。

「リポビタンD」は、売上の高い商品です。10本箱がメインですが、最近は、1本も売れるようになってきました。糖類ゼロで注目の「リポビタンZERO」や女性に人気の「リポビタンファイン」もラインアップしています。

お客さまに商品の良さを伝える気づきを与えるためにも、立ち寄り率の高い売場が求められます。今回は、印象的な「0（ゼロ）」をデザインしたPOPを用意。不思議な世界観で、お客さまの興味を喚起することができました。

当社は、先輩社員から後輩へと売場とPOPづくりを伝承していく環境があります。仕事で学びながら、個人的にも学ぶ。私自身も色彩の勉強をし、POPづくりに活かしています。挑戦すればするほど、面白くなる売場づくりですので、今後も、スキルをアップさせながら、参加していきたいと思っています。

タワー演出表彰コース

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)Aコープ西日本 Aコープハトマート山越店様 (愛媛県)

野球処である四国らしく、今年 100 回を迎える「全国高等学校野球選手権大会」を題材にした、注目率の高い売場をつくり上げました。地域密着店のイメージそのままに、ほのぼのとした手づくり POP 類も効果的です。



グロサリー担当 油田 博前様 (左)
グロサリー担当 石黒 佐由美様 (右)



グロサリー担当 油田 博前様
グロサリー担当 石黒 佐由美様

昨年の演出アイデア賞に続いて、今回はエリアグランプリを受賞。ありがとうございます。「リポビタミンD」は、知名度も高く、広く認知されている人気商品です。当店の飲料部門の売上アップに大いに貢献していただいています。大正製薬の担当者さんの協力にも感謝しています。

今回は、100 回記念となる「全国高等学校野球選手権大会」をテーマに、松山出身で野球の発展に貢献した正岡子規と、その友人である夏目漱石の小説「坊っちゃん」に登場する人物をモチーフにオリジナル POP を作成しました。その中には、スタッフの顔写真をはめ込んだキャラクターも登場させました。

ほのぼのとした手づくり感や地元に関係したキャラクター、「高校野球といえば四国」と言われる野球処である点から、来店客の立ち寄り率の高い売場になりました。さらに、顔見知りのスタッフの顔を見つけて、盛り上がるなど、お客さまの興味を大いに喚起できたと思います。

当店は、地元でも歴史のある店です。長年ご愛顧いただいている顧客が多いことから、売場がマンネリ化しない工夫をしています。顧客に役立つ商品提案も重要だと考えています。提案型の楽しい売場で、次のコンテストも参加したいと思います。

**エリア
グランプリ**
賞金 10万円

(株)ニュー直江 ショッピングプラザキャモン店様 (熊本県)

社会や生活者ニーズの変化に対応してきた「リポビタミンD」シリーズをテーマにした売場です。ボリューム陳列とともに、アイキャッチ効果の高いイラスト POP を採用。わかりやすさと訴求力が両立しています。



取締役 総務部長 直江 真也様



取締役 総務部長 直江 真也様

エリアグランプリをいただき、ありがとうございます。毎回、高い評価をいただいております。感謝しています。

今回は、独自性にこだわりました。このコンテストの一般的なテーマは、「夏の元気」や「スポーツ」などになると思います。そこで、ロングセラー商品であり、時代のニーズを捉えて新商品を開発し、若い世代向けや女性用、より健康志向に定める商品を発売することで、ラインアップが充実している「リポビタミンD」を紹介しようと考えました。

コーナーを利用したワイドな展開を利用して、農家や漁業従事者が多かった時代から、会社勤めが多くなった現代という時代の流れをイラスト POP で表現。そして、センターに「時代のニーズに対応するラインアップ」というフレーズとともに、商品写真を並べてアピールしました。

高齢化が進んでいる地域ということもあり、最近では 10 本箱よりも、1 本や 3 本パックが売れるようになりました。「飲みたいときに、飲みたい分だけ」購入する傾向となっています。買い物をした品を重くしたくないということもあります。

小口購入は、来店頻度アップにつながります。お客さまの期待に応えられる売場づくりを続けていきたいと思っています。

タワー演出表彰コース



(株)マエダ
マエダストア大間店様 (青森県)



(株)マエダ
マエダストア大畑店様 (青森県)



(株)マエダ
マエダストアおいらせ店様 (青森県)



(株)マエダ
マエダガーラモール店様 (青森県)



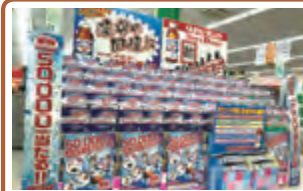
(株)マエダ
マエダストアむつ中央店様 (青森県)



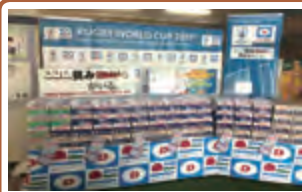
紅屋商事(株)
メガ黒石店様 (青森県)



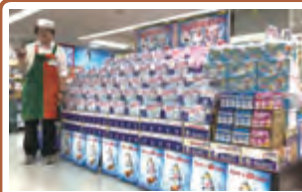
(株)アマノ
スーパーセンターアマノ 井川店様 (秋田県)



(有)中央市場
ビフレにかほ店様 (秋田県)



(株)マルイチ
マルイチサンパルク店様 (岩手県)



(株)長野県A・コープ
A・コープこまがね様 (長野県)



マックスバリュ中部(株)
マックスバリュ名張店様 (三重県)



コーナン商事(株)
東大阪菱江店様 (大阪府)



コーナン商事(株)
南津守店様 (大阪府)



(株)ライフコーポレーション
福岡店様 (兵庫県)



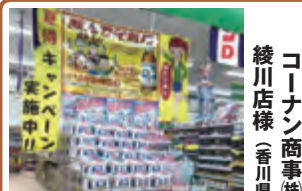
J A鳥取中央
Aコープ赤碕様 (鳥取県)



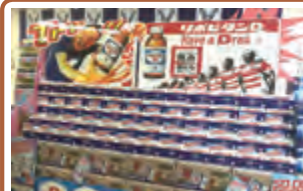
J A鳥取中央
Aコープ関金店様 (鳥取県)



(株)ハローズ
ハローズ因島店様 (広島県)



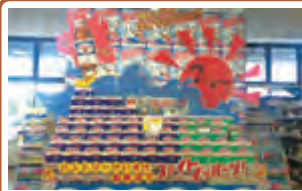
コーナン商事(株)
綾川店様 (香川県)



ユーマートグループ協同組合
ユーマート中の島店様 (大分県)



ユーマートグループ協同組合
ユーマート海崎店様 (大分県)



(有)慶助
パントリーけいすけ都農店様 (宮崎県)



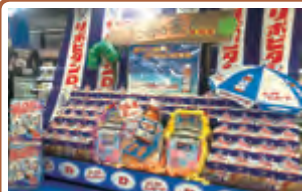
(株)アタックススマート
アタックス城南店様 (熊本県)



(株)Aコープくま
Aコープなかくま店様 (熊本県)



サンロード(株)
サンロードシティ店様 (熊本県)



(有)戸村精肉本店
スーパーとむら吾田店様 (宮崎県)



リボビタンD
【販売名】リボビタンD
【指定医薬部外品】 疲労回復・栄養補給



リボビタンZERO
【販売名】リボビタンN
【販売名】リボビタンファインN



リボビタンファイン
【販売名】リボビタンファインN



リボビタンフィール
【販売名】リボビタンファインP

リボビタンD スーパー リボビタンファインプレシャス
【指定医薬部外品】 肉体的労作時の栄養補給・滋養強壮

優秀賞
賞金3万円

ZERO 演出表彰コース

グランプリ
賞金 10万円

マックスバリュ中部(株) マックスバリュ小牧堀の内店様 (愛知県)

同店でもよく売れている「リポビタン」シリーズに、昨秋に加わった「リポビタンZERO」。今回の店頭演出コンテストは、顧客にその良さを知ってもらえる絶好の機会と捉え、「リポビタンZERO」だけで構成するという大胆な売場づくりが行われました。



登録販売者 **田中 秀和様**
登録販売者 **岡野 文重様**

大正製薬さんの店頭演出コンテストには、何年も参加させていただいていますが、まさか全国を対象とした賞でのグランプリを受賞するとは思っていませんでした。うれしさよりも、驚きの方が大きいです。

当店は、午前中はシニア層、夕方はファミリー層に加え、近隣の工場や倉庫にお勤めの方が仕事帰りに立ち寄られます。そのため、「リポビタン」シリーズは、よく売れています。コンテストのときだけではなく、普段からエンド1本やレジ手前の冷ケースで「リポビタンD」「リポビタンDスーパー」「リポビタンファイン」「リポビタンフィール」の売場を展開しています。

最近では、ドリンク剤を購入されているお客さまの中にも、糖類やカロリーを気にされている方が増えていると感じていました。そのような傾向があり、「リポビタンZERO」を提案する良い機会だと思い、今回「ZERO 演出表彰コース」への参加を決めました。

参加条件は、「リポビタンZERO」を中心としたシリーズの展開でしたが、思い切って人気の「リポビタンD」などを陳列せずに、「リポビタンZERO」のみの売場展開を行いました。

新しい商品なので、とにかく目を引くことを考えました。青果売場から中通路に入るコーナーという目立つ場所に売場を設置。多くのお客さまが通るところなので、「リポビタンZERO」を目にし、関心を持っていただけたと思います。

トップボードやのぼりなどのPOPをつけることで、ボリューム感もアップさせました。「リポビタン」シリーズは、日頃から1本、3本パック、10本箱とまんべんなく売れていたことから、本品も同様にラインアップしました。トライアルユーザーが購入しやすいように、1本を中央上段に陳列し、下段左に10本箱、それ以外のスペースに3本パックを展開して、選んでいただきやすく、手に取りやすい売場づくりを



登録販売者 田中 秀和様 (左)
登録販売者 岡野 文重様 (右)

行いました。

売場展開中に、テレビCMの放映があり、1本、3本パック、10本箱とも、売上は好調でした。エンドやレジ前の冷ケースに多箇所展開を実施しましたが、どこもよく回転しました。

シニア層のお客さまは、薬やサプリメントとの飲み合わせを気にされる方がいます。迷われているお客さまがいる場合は、お声がけをしています。登録販売者として、お客さまに安心と健康を提案できる売場づくりを続け、次回もコンテストに参加したいと思います。

ZERO 演出表彰コース



(株)ダイユー
ダイユー中央店様 (栃木県)



(株)ダイユー
ダイユー矢板店様 (栃木県)



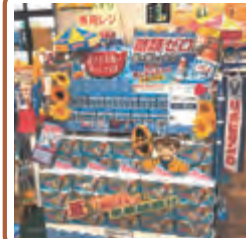
(株)ダイユー
ダイユー黒羽店様 (栃木県)



(株)ダイユー
ダイユー那須高原店様 (栃木県)



アークドラッグ(株)
アークドラッグ柏崎店様
(新潟県)



アークドラッグ(株)
アークドラッグ三桑店様 (新潟県)



マックスバリュ中部(株)
マックスバリュ春日井坂下店様
(愛知県)



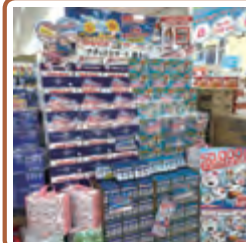
マックスバリュ中部(株)
マックスバリュ鳩岡店様 (愛知県)



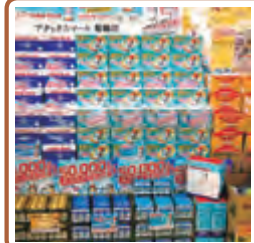
(株)Aコープ西日本
Aコープいわみ店様 (島根県)



(株)Aコープ西日本
Aコープたまゆ店様 (島根県)



(株)アタックス
アタックス鹿本店様 (熊本県)



(株)アタックス
アタックス菊陽店様 (熊本県)



(株)アタックス
アタックス日田店様 (大分県)



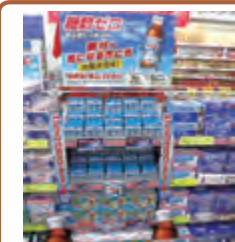
(株)アタックス
アタックス鶴崎店様 (大分県)



(株)アタックス
アタックス佐伯店様 (大分県)



(株)アタックス
アタックス大分店様 (大分県)



(株)なご薬品
なご店様 (沖縄県)



他 3 店舗様

優秀賞
賞金2万円

審査員 & 審査風景



大正製薬株式会社
営業本部長
マーケティング本部長

凸版印刷株式会社
生活・産業事業本部 パッケージソリューション事業部
第一営業本部 本部長

株式会社ダイヤモンド・リテイ尔メディア
代表取締役社長
流通マーケティング局 局長

角田 桂喜
梅岡 久

川又 一浩

石川 純一
味方 和也

