

商品を知ってもらうきっかけの場として活用！

オリジナルPOPでアピール

今春、実施された「オロナミンC & 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)ホクノ（北海道札幌市、野地秀一代表取締役社長）のホクノスーパー中央店である。同店の食品・日配統括バイヤーの古川智之氏は「スーパーグランプリを受賞できるとは思ってなかったので、驚いています」と笑顔で語ってくれた。

催事スペースで展開された売場は、迫力のひな壇陳列を中心に、小型の島陳列を組み合わせている。食品担当の竹達智史氏は「高齢のお客さまが多いので、若い時からなじみのあるオロナミンCをメインにして、視認率の高い売場にしました」と話す。売場に立ち寄ってもらうことで、ファイブミニにも注目してもらい、オリジナルのコトPOPで、商品特徴などを理解してもらうことで購入につなげる構成である。

オリジナルの大型トップボードとタペストリーには、「一日の始まり! オロナミンC」というキャッチフレーズと、ファイブミニ用の「美活はじめませんか? キレイは、おなかから。」というキャッチフレーズを掲げ、それぞれのイメージイラストとともにアピール。2つの商品をセンスよく融合させることで、訴求力の高いPOPとなっている。

商品の陳列については、まとめ買いをする来店客が多いオロナミンCは、10本パックを陳列。ファイブミニは、トライアル需要に対応するために、6本パックとともに単品陳列も

店舗コース：スーパーグランプリ



4年前にリニューアルを行ったホクノスーパー中央店。通路も広くなり、高齢者にやさしい店舗となっている

行った。

「お客さまに商品を見てもらうためにインバクトのある売場をつくることは、意外に簡単だと思います。その商品を手に取ってもらい、カゴに入れて購入していただくようにすることが難しい。とくに、当店のように高齢の顧客が多い場合は、新商品の購入やブランドスイッチなどをしてもらうことが難しいです」と古川バイヤー。そのために、オリジナルPOPや陳列技法にこだわり、商品のラインアップや割合、構成など、すべての面を考慮した今回の売場では、予想を超える売上を実現したという。

地域住民に親しまれる拠点に

1976年にオープンしたホクノスーパー中央店は、1970年前半に開発された札幌市内の大型団地「もみじ台団地」の地域密着SM。現在、もみじ台地域の高齢化率は約45%となっている。

高齢顧客は、昔から親しんでいる商品を好む傾向が強い。しかし、最近は健康や簡単調理などの面から、高齢者に推奨したい商品が増えている。そこで、高齢者にもわかり

やすく伝えるために、地道にコトPOPによる訴求を実施している。

また、昨年の11月、同店2階に健康をサポートする「健康ステーション」を開設。食や健康をテーマに、講座や運動教室、健康相談などを実施している。

このように、食と健康をテーマに、地域住民の暮らしの拠点となっているのがホクノスーパー中央店である。

「地域に密着したSMとして、健康サポートにつながるコンテストには、次回も参加して、2連覇の達成とともに、お客さまに支持いただける売場づくりを行いたい」と古川バイヤーと竹達氏は、今後の抱負を語ってくれた。



右から、(株)ホクノ 食品・日配統括バイヤーの古川智之氏、オリジナルの販促ツール作成を担当された小笠原のぞみ氏と長田みずき氏、食品担当の竹達智史氏

<https://www.otsuka.co.jp/>

結果発表

オロナミンC & Fibe-Mini ディスプレイコンテスト

実施期間：2019年4月25日(木)～6月21日(金)



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。

『オロナミンC & Fibe-Mini 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



ホクノスーパー中央店様 (北海道)

ボリューム感のあるひな壇陳列を中心に、小型の島陳列や什器での陳列を組み合わせた売場です。来店客にブランド力のある「オロナミンC」をメインに商品を陳列することで、視認率をアップ。オリジナルPOPの大型トップボードとタペストリーには、「一日の始まり! オロナミンC」というフレーズと、ファイブミニ用の「美活はじめませんか? キレイは、おなかから。」というキャッチフレーズを採用し、それぞれのイメージイラストとともにアピール。コトPOPも活用して、わかりやすい商品訴求が行われています。トライアル需要が多くなると考えたファイブミニは、6本パックとともに、単品も品揃えするなど、売場構成に優れています。

店舗コース

グランプリ

各 **10万円**
5店舗様



かつはら薬品 山崎店様
(兵庫県)



(株)道北アークス
ウェスタン川端様(北海道)



ヤックスドラッグ
木更津清見台店様(千葉県)



トスク用瀬店様
(鳥取県)

(その他1店舗様)

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

各店舗がオリジナルのアイデアとPOPで、個性的な売場づくりを行っています。視認率の高い売場のポイントである「どこからでも目立つ」ために、天井から吊るした大型トップボードやタペストリーを採用。フロアにもアテンションとなるPOPを数こなど、基本フォーマットを活用しています。そのうえで、手書きや手書き風文字を使用したり、オリジナルイラストを採用しています。その効果で、各店に個性が生まれ、訴求力がアップすることで、購買を促進できる売場になっています。



グランプリ

各 **5万円**
5企業様



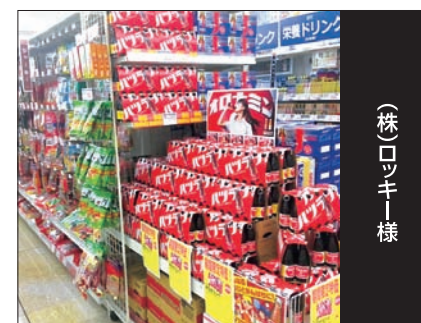
(株)勝原薬局様



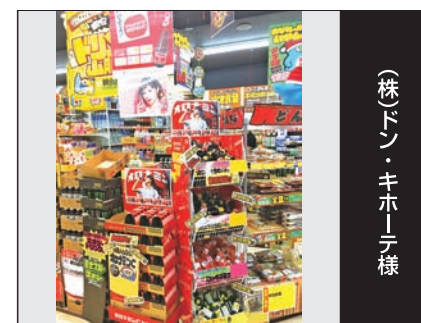
(株)サンキョードラッグ様



トスク(株)様



(株)ロッキー様



(株)ドン・キホーテ様

「母の日」賞

各 **2万円** 15店舗様

「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!

Aコープ東北 かしまだい店様(宮城県)

郷の目ストア 真室川店様(山形県)

郷の目ストア 桧町店様(山形県)

ヤックスドラッグつくばみどりの店様(茨城県)

ヤックスドラッグ荒川沖店様(茨城県)

ヤックスドラッグ九十九里店様(千葉県)

ヤックスドラッグ千葉山王店様(千葉県)

ヤックスドラッグ日向店様(千葉県)

ヤックスドラッグ八街中央店様(千葉県)

(株)シバタ パワーズ東脇店様(愛知県)

ドラッグかつはら玉手店様(兵庫県)

丸合安来店様(島根県)

ハローデイ周船寺店様(福岡県)

ニュー直江キャモン店様(熊本県)

イオン那覇店様(沖縄県)

「父の日」賞

各 **2万円** 15店舗様

(株)ヒーロー水戸双葉台店様(茨城県)

(株)ヒーロー笠間店様(茨城県)

メルシーつくば店様(茨城県)

ヤックスドラッグ 知手店様(茨城県)

ヤックスドラッグ牛久神谷店様(茨城県)

ヤックスドラッグ大原店様(千葉県)

ドラッグかつはら菅生店様(兵庫県)

サンキョードラッグ上田中町薬局様(山口県)

セブンスター別府店様(愛媛県)

サンキョードラッグ 大島薬局様(福岡県)

サンキョードラッグ石坪店様(福岡県)

スーパー・キッド宇土店様(熊本県)

スーパー・とむら 吾田店様(宮崎県)

スーパー・とむら 油津店様(宮崎県)

(その他1店舗様)

オリジナリティで勝負!

ファイブミニ賞

各 **2万円** 15店舗様

SUPERオセン北上店様(岩手県)

イオンスーパーセンター 金ヶ崎店様(岩手県)

(株)ヒーロー阿見店様(茨城県)

メルシー守谷店様(茨城県)

(株)ヒーロー佐原店様(千葉県)

ヤックスドラッグ横芝光店様(千葉県)

ヤックスドラッグ市原辰巳台店様(千葉県)

ドラッグかつはら砥堀店様(兵庫県)

ファーマシー木のうた法隆寺店様(奈良県)

ファーマシー木のうた桜井店様(奈良県)

マックスバリュフォレオ広島東店様(広島県)

サンキョードラッグ 中井薬局様(福岡県)

サンシールさの様(宮崎県)

(その他2店舗様)

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営業本部営業企画部 係長 中紙 拓也

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(薬)ファイブミニ担当 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