

眞露

新規顧客開拓にも挑戦

今年の夏に開催されたJINRO「2019夏 ディスプレイコンテスト」の店舗コースにおいて、グランプリを受賞したのは(株)すぎた(愛知県岡崎市、杉田至代表取締役)の一ツ木店である。売場づくりを担当した主任の杉本達哉氏は「2年連続のグランプリ受賞の後を引き継いだため、プレッシャーがありました。無事に受賞することができ、自信になりました」と語ってくれた。

売場は、レジそばの目立つ催事スペースで展開された。杉本主任は、同社に入社して2年目で、一ツ木店に赴任して、半年ほど。「売場づくりはまだ慣れていないので、店長にアドバイスをもらったり、過去の受賞店の売場を参考にするなど、試行錯誤しながらつくり上げました」と杉本主任。

人気の「レモンサワー」を訴求ポイントに、固定ファンが多いJINRO商品を訴求。同時に、新規顧客開拓として、ライトユーザーや女性をターゲットにしたチャミスルラインアップや「マッコリ」とシリーズの「マッコリ マンゴー」、「マッコリ ピーチ」など、豊富な商品ラインアップによって、より多くの来店客をターゲットとした売場をつくり上げた。提案型のオリジナルPOPによるアピール効果がいまいった、販促効果が高評価となった売場である。

2019夏 ディスプレイコンテスト  
店舗コース グランプリ

(株)すぎた 一ツ木店  
(愛知県刈谷市)



トライアル需要にも応える豊富な品揃えと、レモンサワーのフレッシュな味わいを訴求するレモンのディスプレイが効果的な売場



酒専門店としての豊富な品揃えで、時代とともに変化する消費者ニーズを反映することをポイントにしている一ツ木店



一ツ木店 主任の杉本達哉氏(右)と、眞露(株) 関西支社 中部支店 主任の前川祐介氏

専門店としての提案型売場

130年以上の歴史(創業明治15年)がある(株)すぎた。愛知県内に24店舗を展開しており、現在では、PBを含めて10000

種類以上の酒類を扱っている。酒専門店として、「豊富な選択肢」「欲しいものがある」という顧客の満足感につながることに對するこだわりを持っている。

一ツ木店は、名鉄名古屋本線「一ツ木駅」に近いことから、仕事帰りの単身者が立ち寄って、酒と夕食のおかずやつまみを購入することが多

い。そこで、食品などの品揃えを強化してきた。最近では、RTD(Ready To Drink)商品の売上が伸びていることから、帰宅後にすぐに飲めるように冷やした缶飲料商品を揃えている。「家飲みのために、1~2本を購入していく方が増えており、なかでも、レモンサワーの人気の高いので、その比率を増やしています」と杉本主任。

売場は、リピーターが多いJINROとしてのアピールと、新規顧客開拓へのアプローチという両面からトライをしたことで、通常と比べて140%以上の売上を達成。受賞のためではなく、売上アップのための販促として取り組んでいるコンテストは、狙い通りの結果となった。

売場づくりの技術向上やノウハウの蓄積にもなるコンテストによって「成長を感じる部分と、課題を発見できることが参加のメリット」と語る杉本主任は、「実績のある店舗の担当を引き継いだので、次回もグランプリを取れるように、自分のスキルを磨いていきたい」と抱負を語ってくれた。

固定ファンに喜ばれることはもちろん  
新規顧客獲得のための工夫をした売場