

明治

全国規模のコンクールに
初参加で最高賞獲得

長野県全域でスーパーマーケットを展開する株式会社デリシアは、本部主導で全店共通のMD展開を基本としており、メーカー主催のディスプレイについては、本部経由で情報を伝達したうえで、各店の判断で参加する形式をとっている。

今回スーパーグランプリを受賞したデリシア安茂里店店長の遠藤昌寛氏は「社内でのディスプレイコンクールも定期的に開催されており、日頃から陳列には力を入れています。ただ今回のようなコンクールへの参加は、陳列が得意で意欲のある店舗でないとなかなか難しい面があります。最近の出店は600坪クラスが標準なので、比較的売場スペースが広い店も多いのですが、コンクールに積極的に取り組んでいるのは5店舗程度だと思います」という。

そうした中で同店の大陳企画を一手に引き受けているのが、同店加工食品チーフの荻原由美子氏。もともと商品を工夫して陳列することが好きで、社内コンクールでの経験も重ねている。ただ同店に赴任して2年目で、今回のような本格的なディスプレイコンテストに参加するのは初めてだったという。

「初めての参加でスーパーグランプリという賞をいただき大変驚いています。今回はご提案をいただき、オリンピック開催1年前のキャンペーンというテーマが明確だったことや、ほかの社内企画と重なっていない時期で、タイミング的にもよかったことなどで、参加させていただくことができました。明治さんのご担当者様からアイ

明治店頭陳列・演出コンクール
TOKYO 2020
ディスプレイコース
スーパーグランプリ

デリシア安茂里店
(長野県長野市)



高さのあるひな壇と手前の円形什器を生かしたダイナミックな陳列。ジャンボチョコとリレーバトンを並べ、手書きPOPで「持ち比べてみよう!!」と呼びかけるアイデアが秀逸



ディアをいただくなど、協力もいただきましたので、結果を評価されたことは大変うれしいです」(荻原氏)

ジャンボチョコと似たかたちの
リレーバトンを配置
思わず手に取ってしまう陳列

今回の陳列では、円筒形のジャンボチョコに、陸上競技で使用するリレーバトンを合わせて陳列。「持ち比べてみよう!!」というPOPをあしらうことで、思わず商品を手

に取ってしまう演出に成功した。その効果もあってか、大陳期間中の販売実績は非常によかったという。

荻原氏は「大陳コンテストへの参加は、お客さまの目を引き、興味を持っていただくために効果的だと考えています。また売場に季節感や活気を演出する効果もあります。自分自身、こうした作業が好きだと

いうこともあります。今後機会があれば参加していきたいと思います」という。

また遠藤店長も、「その時期の担当者の余力にもよりますが、タイミングが合えばもちろん積極的に参加させていただきたいと思います。明治さんのコンクールでも陳列のアイデア次第で売れ行きがずいぶん違うことを実感しました」と効果を強調する。

「当店で競争環境が厳しい中で、価格競争以外の部分で特徴や強みを出していくことを日頃から意識しています。たとえば全社的な取り組

みとしては、品揃えの幅を厚くし、とくに惣菜部門でのオリジナル商品や、“ちょっといいもの”を揃えて上質感を訴求するほか、気持ちよく買物していただける環境づくりをめざし、接客の向上などに取り組んでいます。そうした差別化につながるポイントとして売場の演出も重要だと思います。今回のように賞をいただくことで、担当者のモチベーション向上にもつながると思います」と、参加の意義を強調。今後のチャレンジについても意欲的だ。



左から、株式会社明治 関東支社 長野オフィス 流通営業四部営業一課 渡邊翔平氏、株式会社デリシア 安茂里店 店長 遠藤昌寛氏、同店加工食品チーフ 荻原由美子氏、株式会社明治 関東支社 長野オフィス 流通営業四部リテールマーケティング課 古橋亨司氏

アイデアを生かした陳列で
高い販促効果を生み出す