

第5回

DIAMOND DRUG STORE

POPコンテスト

開催のご案内

今回のテーマ商品

大塚製薬
『オロナインH軟膏
チューブ(50g,11g)』



POPのテーマ例

オロナインH軟膏 チューブ(50g,11g)の使用シーンの訴求
利便性(常備のしやすさや持ち歩きなど)

ターゲット

40代以下の男女 ●子育て世代の男女●学生●20代、30代の男女など

商品特徴

オロナインH軟膏は、殺菌成分を配合した親水性軟膏です。にきびや吹出物から、
きず、かゆいやけど、水仕事等によるひび・あかざれなど、日常の皮膚トラブルのファ
ーストエイドとしてご家族でお使いいただけます。お客様の使用シーンに合わせ、容
量別に瓶3種類、チューブ2種類と2タイプの容器をご用意しています。
2017年3月に追加した50gチューブは、ワンタッチキャップ&スタンドタイプで利
便性を追求。発売3年目を迎え、20-40代のお客様が増加。5アイテム中で購
入者平均年齢が最も若いアイテムです。

強調したい部分

春夏の使用シーンに沿った効能・効果提案&箱からはわかりにくいチューブ容器
(50g,11g)の利便性
●殺菌成分を配合しているため、にきび(※)や吹出物にも使える医薬品であること
●お料理やレジャーでのきずや軽いやけどなど、皮膚トラブルのファーストエイドとし
て使える医薬品であること
●50gチューブ「おうちチューブ」は、お子様のきず〜ママのひび・あかざれまでファミ
リユースにも適した容器:ワンタッチキャップ&スタンドタイプであること

※効能・効果の範囲の皮膚疾患

〈使用シーン例〉

水仕事によるひび・あかざれ。料理中のきりきずや軽いやけど。寒い冬のしもやけ。鼻
のかみすぎなど、ティッシュでこすれたきず。アウトドアでのすりきず・きりきず・軽いやけ
ど。海や山でのすりきず・きりきず。ヒゲソリやカミソリでのきりきず。にきびや吹出物。

親しみやすさと訴求力の強さで、

店頭で効果抜群の、

個性あふれる「手書きPOP」。

このたびDIAMOND DRUG STOREでは、
ドラッグストアの店頭販促強化策を提案する

『てんとうむしweb』と共同で

テーマ商品に関する手書きPOPを募集し、

優秀作を表彰する

『POPコンテスト』を開催いたします。

第5回のテーマは

大塚製薬

『オロナインH軟膏 チューブ(50g,11g)』です。

みなさま、奮ってご参加ください。

メーカー担当者より

大塚製薬(株)ニュートラシューティカルズ事業部 製品部
OTC担当
山本りか様



オロナインH軟膏は、お子様のきずや軽いやけど、思春期のニキビや社会人にな
ってできる吹出物、水仕事などによるひび・あかざれなど、世代を通じてお使い
いただける暮らしの常備薬です。

傷ついた状態にある皮膚に殺菌成分を配合した軟膏を塗ることで、化膿を防ぎ
治癒をサポートします。

2020年はブランド67年目、30年を1世代とすると現在、3世代目の顧客育成
時期となります。現在もティーン層からシニア層まで幅広い世代にご使用いた
いていますが、「お母さん&お父さんに塗ってもらった」、「いつも家にあった」オ
ロナインが次世代のお客様にもご使用いただけるよう、これからも暮らしに寄り
添う提案を続けてまいります。

注意事項

オロナインH軟膏は第2類医薬品です。

添付文書・パッケージに記載している効能・効果(※)の範囲内かつ
1種類以上の効果を記載すること。

※(効能・効果)にきび、吹出物、はたけ、やけど(かゆいもの)、ひび、しもやけ、あかざれ、
きず、水虫(じゅくじゅくしてないもの)、たむし、いんきん、しらくも

〈記載例〉

●にきび、吹出物にも効く! ●軽いやけどときず、にきびに!

医薬品等適正広告基準(平成29年9月29日薬生発0929第4号)もご参照ください。



てんとうむしwebの

株式会社ティラノ
「てんとうむしweb」編集長
上島 大輔

POP作成
ワンポイント
アドバイス

今回の課題商品は、皆さんご存知の「オロナインH軟膏」。どの家庭にも必ず一個はあるといっても過言でないほどのロン
グセラー商品です。ただ、「家に必ずある」というイメージは薄くものの、「では一体何に効くのか」と聞かれると、「擦り傷?」
「ニキビ?」「やけど?」と一概に言い切れないのではないのでしょうか。実際、にきび、きずなど12の効能・効果を持つ医薬品な
のですが、POPにおいては、「こんな時に」と具体的な用途を述べた方が効果的です。そこで今回の見本POPでは「誰が
(Who)、いつ(When)、何に使うのか(Why)の3W」というセルフPOPの基礎を押さえつつ、「チューブタイプの持ち運びや
ずさ」もアピールポイントに据えました。見本POP①は「お母さんが」「外出時に」「自分のあかざれ、子供の急なやけど・ケ
ガに」、見本POP②は「学生が」「学校で」「ニキビケアに」というシーンに訴求を絞り、ターゲットの方に刺さりやすいPOP
になっています。注意点としては、左ページ下部にもある通り、医薬品の効き目を述べるときは、事例のように必ず1つ以上
の効能を記載する必要があります。こちらを踏まえながら、さまざまなシーンでのオロナインPOPをお待ちしております。

コンテスト開催概要

【実施期間】

2020年4月1日(水)~6月30日(火)

【申込締切】

2020年7月10日(金)

【応募資格】

ドラッグストア関係者およびH&BC売場を持つ小売業(薬剤師、社員、派遣
社員、パート、アルバイト、嘱託)

【応募コース】

A[企業エントリーコース]:店舗からのPOP作品応募

対象商品のPOP作品:コンテスト実施期間中に店頭で取り付けられた手
書きPOP ※売場設置写真とPOP画像を応募してください。

B[個人エントリーコース]:個人からのPOP作品応募

(応募資格はドラッグストア関係者に限ります。所属企業名、店舗名を記載
しての応募となります。ただし、企業名、本名の掲載はありません。)
結果発表に関して氏名はペンネームでの掲載、また顔写真はイラストでの
掲載となります。

【応募方法】

POPの写真もしくは画像データ(企業エントリーコース/POP全面1枚と店
頭取り付け写真1枚の合計2枚、個人エントリーコース/POP全面1枚)、
必要事項(氏名、所属企業名、店舗名、電話番号、参加コース名)を記入
のうえ、以下の宛先へeメール応募または郵送)

応募先:『DIAMOND Drug Store POPコンテスト』事務局

eメール:popcon@diamond-rm.co.jp

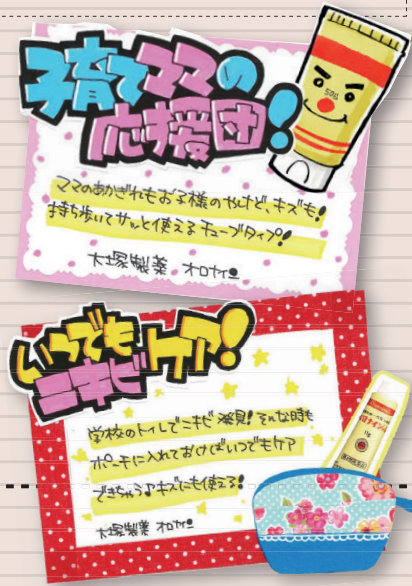
郵送の場合:〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-6-1タキイ東京ビル
7F

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

『DIAMOND Drug Store POPコンテスト』事務局

※応募があった時点で、当コンテストの規約に同意されたものとみなします。

店舗向け販促情報満載!!「ドラッグストアてんとうむし」
<http://www.10-10-64.com/>



【参加コース・賞金】

	企業 エントリーコース	個人 エントリーコース
金賞	賞金3万円×1点	商品券2万円分×1点
銀賞	賞金2万円×1点	商品券1万円分×1点
銅賞	賞金1万円×3点	商品券5千円分×1点
敢闘賞	賞金5千円×5点	商品券3千円分×5点

【審査員】

- 大塚製薬株式会社
- DIAMOND Drug Store編集長 千田直哉
- てんとうむしweb編集長 上島大輔

【結果発表】

DIAMOND Drug Store2020年9月15日号(予定)、
てんとうむしwebにて発表いたします(予定)。

【版權など】

個人エントリーに関して
①応募していただいたPOPの著作権は、応募時点で当社に譲渡されることとし、応募者は、当社お
よび当社から権利を承継しまたは許諾された者に対して著作権人格権を行使しないことに同意する
ものとします。
②書籍や新聞掲載物、ポスター、チラシ、ホームページ等の各種PR物に掲載させていただく場合が
ございます。
③応募作品は、応募者自身が作成した未発表・オリジナルのものに限りします。

【個人情報の取り扱い】

ご応募いただいた個人情報は、当コンクールの審査、発表、賞品発送、てんとうむしWeb登録のみに
使用します。

【応募規定詳細・問い合わせ先】

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア Web「Display Contest ONLINE」内
「DIAMOND Drug Store POPコンテスト」サイト

<http://www.taichin.jp/item/otsuka-20200401>

審査のポイント

- ①商品を訴求する表現▶差別化、ベネフィット、商品を愛する心の表現ができているか?
- ②テーマ訴求▶対象商品のファン獲得に向けた説得力あるPOP演出ができているか?
- ③演出技術▶購買に直結するPOP演出(コピーとビジュアル)ができているか?