

伊藤ハム

朝のフレッシュ  
シリーズ

## ディスプレイコンテスト

実施  
期間

2020年10月1日(木)~11月30日(月)

朝のフレッシュウインナー



**“電子レンジ対応”の商品特徴が  
分かりやすくなってリニューアル!!**

平素より伊藤ハム製品に格別のお引き立てを賜り厚く御礼申し上げます。

この度、朝のフレッシュウインナーの商品特長をさらに分かりやすく

お客様に伝えるために包材リニューアルを行い

シリーズ全体でディスプレイコンテストを展開させていただき運びとなりました。

ぜひこの機会をご利用いただき、商品特長の訴求された売場演出から

ご拡販にお役立ていただきますよう何卒よろしくお願いたします。

伊藤ハム株式会社

# 朝のフレッシュ

## 全商品が対象商品

シリーズ

※朝のフレッシュウインナー2B、3Bどちらかは必須



朝のフレッシュあらびきポークウインナー 2B(90g×2)



一目で分かるレンジ対応!



朝のフレッシュあらびきポークウインナー 3B(60g×3)



※2Bは印刷包材、3Bはワンポイントシール対応になります。



朝のフレッシュロースハム 4枚入り×3個パック



朝のフレッシュももハム 4枚入り×3個パック



朝のフレッシュハーフベーコン 4枚入り×3個パック



朝のフレッシュ生ハムロース 6枚入り×3個パック

## 審査のポイント

商品特長の訴求を主な審査ポイントとさせていただきます。

- ① **商品特長訴求** | レンジ対応、開けやすさ、使い切りなど、商品特長の訴求に注力した売場づくり
- ② **オリジナリティ** | 独創性のある売場表現（陳列方法やPOP等）
- ③ **ブランド訴求** | シリーズ全ラインアップ等、朝のフレッシュブランド訴求に注力した売場づくり

※今回のコンテストでは大量陳列は審査ポイントの対象外とし、売場作りの工夫を重視します。

## 売場展開例

### ▶ 平台展開例



### ▶ 多段展開例



※展開例はイメージです。

## 表彰内容

**グランプリ**・30万円・1店舗様

**優秀賞**・3万円・20店舗様

**準グランプリ**・10万円・5店舗様

**企業賞**・10万円・3企業様

※企業賞は10店舗以上または10店舗に満たない企業は全店での参加



# 応募要項

**実施期間** 2020年10月1日(木)～11月30日(月)

**対象店舗** 全国の販売店様(業態は問いません)

**対象商品** 朝のフレッシュシリーズ全商品が対象

※朝のフレッシュあらびきポークウインナー2Bか3Bはどちらか必須

**参加条件** 期間中1週間以上の売場展開をお願いいたします。

**応募方法** 弊社営業担当者にご連絡ください。応募シートを送付いたします。

**審査方法** 伊藤ハム株式会社と流通専門誌「ダイヤモンド・チェーンストア」編集部との共同選考により、厳正に審査をさせていただきます。

**応募締切** 2020年12月11日(金)

**結果発表** ダイヤモンド・チェーンストア2021年3月15日号(予定)の誌上にて発表させていただきます。

# 案内販促物ツール

BIGダミー(2B)(W372×H632mm)  
(3Bタイプ版も用意しています)



タレント半身パネル(WW421×H580mm)



タイトルボード(W600×H300mm)



デジタルフォトプレーヤー枠(7インチ)



ポケット付デバイダーPOP  
(タレント有)(W60×H140mm)



レンジ訴求POP(W65×H300mm)(3Bタイプ版も用意しています)



下段デバイダーPOP(タレント有)(W250×H65mm)



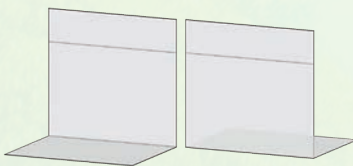
カテゴリズPOP左右セット  
(W80×H400mm)(クリップ2個セット)



のぼり(タレント有)  
(W500×H1500mm)



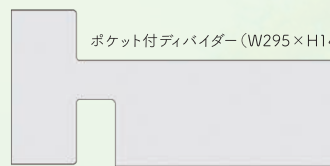
下段デバイダー左右セット(W250×H250mm)



B8POP(タレント有)(W91×H64mm)



ポケット付デバイダー(W295×H140mm)



※ご提供ツールのデザイン・仕様は、変更になる場合がございますのでご了承ください。 ※販促ツールに関しましては、弊社営業担当者にお問い合わせください。

## 袋のままレンジで簡単調理

### 「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」

伊藤ハムの「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」が袋タイプ、巾着タイプともにパッケージをリニューアル。袋のままレンジで簡単調理できる「電子レンジ対応包材」に変更することで、忙しい朝にも最適な簡便性を改めて訴求する



簡便性の高い電子レンジ対応のパッケージに変更された「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」シリーズ。いとうあさこさんを起用したTVCMも好評だ



伊藤ハム(株)マーケティング部 家庭用企画室 担当課長  
犬伏亜希子氏

### 毎日食べても飽きない 朝食に最適なウィンナー

伊藤ハムの「朝のフレッシュ」シリーズは、20年以上にわたり幅広い主婦層から支持されているロングセラーブランドだ。手軽に使い切れる小分け連パックが特長で、いつでもフレッシュな味わいが楽しめる。長年、ハム、ベーコンの2カテゴリーで展開していた同ブランドだが、20年2月、第3のカテゴリーとして「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」を発売した。

「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」の開発背景には、朝食の喫食率の変化とウィンナーの食卓登場状況が大きく関係している。(図表)のウ

ィナーの食卓出現率を見ると、直近の10年間、朝食でのウィンナーの使用はすべての年代で増加傾向にある。

ウィンナーは巾着タイプと袋タイプの2つの包装形態に大きく分かれ、18年の市場を見てみると、巾着タイプが54.1%、袋タイプが45.9%となっている。市場全体はこの数年、堅調に推移しているが、近年は袋タイプの伸長が目立つ。

伊藤ハムではメインの巾着タイプのテコ入れと新たな切り口をテーマに商品開発へ着手。小容量の食べきりサイズ、忙しい朝にも使いやすいレンジ対応、冷めても食べやすく飽きのこない味といった点を考慮し、「朝のフレッシュ」ブランドに、「あらびきポークウィンナー」を投入した。

### 食べきりやすい小分けパック 巾着タイプもレンジ対応

「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」は、巾着タイプが6本入り2パック、袋タイプが4本入り3パックとなっている。総数は同じながら、定番の6本入

りタイプと、6本では食べきれない場合の4本食べきりサイズに分けることで、あらゆる世帯のニーズに対応する。

この秋は袋のまま電子レンジで温められる機能性訴求を強化するために、パッケージをリニューアル。これまで袋タイプのみがレンジ対応だったが、今回のリニューアルにより、巾着タイプも電子レンジ対応包材に変更された。パッケージには、袋タイプは「袋のまま20秒」巾着タイプは「袋のまま約30秒」と明記され、視認性も高い。

### 新施策のコンセプトは ニュース化アプローチ キーワードは“丸投げ”

販促については9月中旬と10月中旬に、いとうあさこさんを起用したTVCMを出稿。また、9月中旬から「電子レンジに丸投げ」をキーワードとした施策のキャンペーンもTVCMと連動して実施する。

ネガティブな言葉でありそうな「丸投げ案件」というキーワードで、興味関心を施し、最後は「レンジに丸投げ」という洒落として着地させることで、「袋ごとレンジ調理できる」という点を訴求していく。

店頭ではTVCMに連動した各種POPやトップボード、エンド・アウト展開用什器トップボードなどの販促ツールも用意し、売場を盛り上げる予定だ。伊藤ハムでは、袋のまま電子レンジ調理が可能な「朝のフレッシュあらびきポークウィンナー」を通じ、カテゴリーの再活性化につなげていきたいとしている。

### ウィンナーの食卓登場状況推移

(出典:食MAP)

