

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：2020年4月16日(木)～6月26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



ホクノースーパー中央店様  
(北海道)

母の日といえば、カーネーション。赤いカーネーションとリンクするようなオロナミンC10本パックの赤いパッケージをワイドに陳列したインパクトのある売場です。「いつも頑張るお母さんに元気ハツラツな贈り物を届けましょう!!」と書かれた大型ボードと「おかあさんいつもありがとう」というラウンドシートのメッセージには訴求力があります。さらに、中央には「感謝状」POPもあり、お母さんへの感謝と応援メッセージが伝えられています。右側には「ファイブミニ」を陳列し、しっかりと手軽においしく食物繊維を摂取できることがアピールされています。このように、イラストを活用したオリジナルPOPを採用することで、アイキャッチ効果や親しみやすいイメージが創出されています。また、商品特長やメリットもわかりやすく、アピール力のある売場になっています。

## 店舗コース

### グランプリ

各 **10** 万円



(株)道北アークス  
ウェスタンパワーズ店様(北海道)



(株)スーパーストア金木  
タウンセンター店様(青森県)



かつはら薬品 山崎店様  
(兵庫県)



セブンスター  
(愛媛県) 垣生店様



セブンスター 三津店様  
(愛媛県)

NEW

### 「母の日」・「父の日」賞

各 **5** 万円

※同店舗にて「母の日」・「父の日」の両方での陳列が応募条件となります

ヤックスドラッグ 上茂原店様(千葉県)

ドラッグかつはら 菅生店様(兵庫県)

(株)フーズマーケットホック 伯耆店様(鳥取県)

ヤックスドラッグ 大多喜店様(千葉県)

ドラッグかつはら 砥堀店様(兵庫県)

スーパーキッド 新外店様(熊本県)

ヤックスドラッグ 木更津清見台店様(千葉県)

(株)フーズマーケットホック 皆生店様(鳥取県)

スーパーキッド 田井島店様(熊本県)

NEW

### エリア賞

各 **5** 万円

全国8地域から2店舗ずつ選出させていただきます。  
(エリア)北海道・東北・関東・中部・近畿・中国・四国・九州

(株)道北アークス ウェスタン川端店様(北海道)

ファーマシー木のうた 法隆寺店様(奈良県)

サンシールさの様(宮崎県)

(株)道北アークス ウェスタン北彩都店様(北海道)

トスク 吉成店様(鳥取県)

(株)スーパーストア 中里ショッピングタウンベル店様(青森県)

トスク 本店様(鳥取県)

(株)スーパーストア 鶴田フードリバーモール店様(青森県)

セブンスター 石井店様(愛媛県)

キッチンランドSUNSUN様(京都府)

セブンスター 別府店様(愛媛県)

(その他5店舗様)

NEW

### ルーキー賞

各 **3** 万円

※前年のコンテスト不参加店舗様が対象となります。

A・コープきそ店様(長野県)

PLANT-5 境港店様(鳥取県)

キョーエイ 北島店様(徳島県)

(その他2店舗様)



# 企業コース

## スーパーグランプリ

20万

(株)千葉薬品様(千葉県)

各店舗がオリジナリティー豊かに売場づくりを行っています。手づくりPOPはもちろん、演出物もひと手間加えることで、視認効果が格段にアップしています。また、店内のどこからでも目立つことを考えて、大型トップボードやタペストリーなどは天井から吊るすことで高さを出す陳列が行われています。このように、同社の基本フォーマットを利用しながら、各店舗がその枠に収まらず、独自性を追求し、創意工夫をすることで、魅力的な売場ができて上がっていると考えられます。立ち寄り率を上げ、購買にまで結びつける売場になっています。



## グランプリ

各 5万



(株)道北アークス様(北海道)



(株)タイヨー様(茨城県)



トスク(株)様(鳥取県)



(株)勝原薬局様(兵庫県)



(株)松葉屋様(長崎県)

### 審査のポイント

ブランド メッセージ	陳列 ボリューム	オリジナリティー (手づくりPOP)	陳列期間 & 陳列場所	買いやすさ
---------------	-------------	-----------------------	-------------------	-------

### 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製品部 オロナミンC PMM 山野 順平  
 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(兼)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  
 代表取締役社長 平井 俊之  
 取締役 味方 和也

## ホクノスーパー中央店（北海道）

## 例年以上に「母の日」に感謝を伝える展開！

## 感謝のひと工夫が魅力に！

今春、実施された「オロナミンC & Fibe-Mini 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。同店食品バイヤーの中川卓哉氏は「昨年のスーパーグランプリ受賞時には、私は関わっていませんでしたが、その流れを引き継げるように

がんばりました。プレッシャーもありましたが、2連覇を達成できてうれしいです」と語ってくれた。

昨年とは違うテーマでの売場展開を考えていた中川バイヤーは「新型コロナウイルスの影響に伴う休校やテレワークによって、例年以上にお母さん方がご苦労されていたと思います。そこで、『感謝を伝える』をコンセプトにした売場をつくらう」と決めたと話す。

大型トップボードでは「いつも頑張るお母さんに元気ハツラツな贈り物を届けましょう」と訴求し、ラウンドシートにも「おかあさんいつもありがとう」というメッセージでアピールを行っている。

さらに、大陳の中央に大型の「感謝状」POPを設置。お母さんへの感謝と応援のメッセージが伝えられている。これだけにとどまらず、来店客が持ち帰れる「ミニ感謝状」も用意するというプラスアルファのアイデアが好評だったという。「多くのお客さまが『ミニ感謝状』を持ち帰っていただけだったので、とてもうれしく、つくってよかったと思いました」（中川バイヤー）。

## 店舗コース：スーパーグランプリ



地域密着店として顧客のニーズに応えることと、商品提案を両立しているホクノスーパー中央店

母の日といえば、カーネーション。その赤色を連想させるように、オロナミンC10本パックの赤いパッケージをワイドに陳列。カラーリングによって、演出効果とインパクトが高められている。バラ陳列も行うことで、顧客のニーズに応えられる商品陳列が行われたことも、売上アップへのポイントとなっている。

右側には「ファイブミニ」を陳列。しっかりと手軽においしく食物繊維を摂取できることがアピールされている。

親しみやすく、わかりやすいPOP類には、イラストを採用するなど、オリジナル作成ならではの効果が発揮されている。

## 売場工夫の可能性を実感

1970年代前半に開発された札幌市内の大型団地「もみじ台団地」の地域密着スーパーマーケットとして1976年にオープンしたホクノスーパー中央店。もみじ台地域の高齢化とともに、顧客の高齢化率も進んでいる。「最近では、新型コロナウイルスのためか、20~40代の女性のお客さまが夕方にご来店される比率が増えたと感じます」と中川バイヤー。そのため、売場には、高齢者向けの訴求だけではなく、若い主婦層向けのアプローチも工夫している。

今回のディスプレイコンテストにおいても、売り方を工夫することで、売上確保と利益向上につなげることができたという。中川バイヤーは「オロナミンCは、当店で圧倒的な売上を誇っていますが、平行線の上昇させることが難しい商品でした。しかし、今回の売場づくりによって、売り方を工夫することの重要性を改めて実感しました」と語った。

今回の経験を生かして3連覇とボカリスエットのコンテストにも参加し、受賞できる売場づくりを行いたいと抱負を語ってくれた。

今回の経験を生かして3連覇とボカリスエットのコンテストにも参加し、受賞できる売場づくりを行いたいと抱負を語ってくれた。



(株)ホクノ ホクノスーパー中央店 食品バイヤーの中川卓哉氏