

実施期間
2020年
6月1日(月)
～
6月30日(火)

SAPPORO CHU-HI 99.99

雑味ゼロ。
だから、スパイスを引き立てる。



平素は格別のお引き立てを賜り、誠にありがとうございます。このたびは、「サッポロチューハイ99.99ディスプレイコンテスト」に多数のご応募をいただき、誠にありがとうございました。厳正なる審査の結果、各賞が決定致しましたので、ここに発表致します。今後も弊社商品のより一層のご拡販を賜りますようお願い申し上げます。

サッポロビール株式会社

サッポロチューハイ99.99 ディスプレイコンテスト 結果発表

店舗賞

賞金
グランプリ 10万円

ホクノスーパー
ちびホク厚別5条店 様 (北海道)

「どんな食事にもあう」「雑味がないのでスパイス料理とベストマッチ」などのオリジナルの販促ツール各種に加えて、カレーを一緒に陳列することで「99.99」の食との親和性の高さを訴求。うちわ型のPOPで夏の季節感も演出しています。



企業賞

賞金
グランプリ 20万円
(株)すぎた 様 (愛知県)

賞金
準グランプリ 10万円
(株)エコス 様 (東京都)

優秀賞
賞金5万円

伊勢屋ガリバー 様 (静岡県)

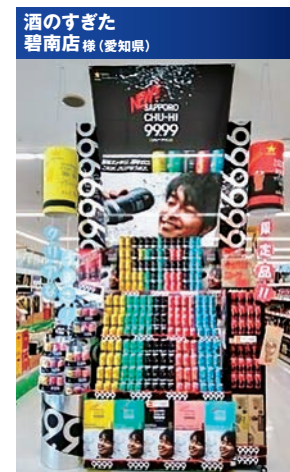
※企業賞準グランプリは1企業様、企業賞優秀賞は1企業様の受賞とさせていただきます。

店舗賞

賞金
準グランプリ 3万円



「ハードと言うよりクリアな味わい」をはじめとしたオリジナルの販促ツールが目を惹く迫力満点の売場展開です。売場手前にはレトルトカレーをジャンブル陳列し、「99.99」とカレーとのペアリングを提案しています。



ひな壇陳列の上部で「クリアドライ」で描いた「99」がアイキャッチ効果抜群です。天井から吊り下げられたタペストリーとオリジナルの缶体ディスプレイも売場の視認効果を高めています。



ひな壇陳列に半円型の什器を組み合わせてボリューム感を出しています。簾やヒマワリを活用して季節感を演出するとともに、手書きPOPで飲み比べの提案を行っている点もポイントです。



カラーコントロールを意識したボリューム感のある売場展開が印象的です。エンド上部で「クリアドライ」を活用して「99.99」を描くことで、お客様の興味喚起に一役買っています。



エンド2本をジャックした迫力満点の売場展開です。両エンド間にケースの正面を切り抜いて作ったアーチがアイキャッチ効果を高め、「99.99」のリニューアルを訴求しています。

優秀賞
賞金1万円

