

オロナミンC & Fibe-Mini 陳列・演出コンクール ～家族で元気ハツラツ!～

結果
発表

実施期間：2021年4月19日(月)～6月27日(日)

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 陳列・演出コンクール』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

何卒宜しく願い申し上げます。



店舗コース

総合グランプリ

30万円

母の日



父の日



かつはら薬品 山崎店様(兵庫県)

母の日と父の日に合わせて、催事スペースでそれぞれ20日間ずつ展開した売場です。ラウンド型の陳列とオロナミンCのボトル型POP、ファイブミニを形どった陳列台などオリジナリティー豊かな売場構成によって、注目度の高いディスプレイになっています。さらに、オリジナルイラストや手書き文字による商品訴求は、「お

父さん」「お母さん」それぞれにフィットする効果的なフレーズが採用されている点も魅力的です。陳列技法によって来店客の足を止め、手づくりPOPで商品コンセプトをわかりやすく訴求し、コミュニケーションにつなげるという展開を見事に実施。アイデアと独自性が魅力的な売場です。

店舗コース

母の日賞

催事陳列

各5万円



(株)道北アークス
ウェスタン北彩都様(北海道)



ヤックスドラッグ 上茂原店様
(千葉県)



ヤックスドラッグ 夷隅店様
(千葉県)

エンド陳列

ヤックスドラッグ 竜ヶ崎藤ヶ丘店様(茨城県) ヤックスドラッグ 横芝光店様(千葉県)

ヤックスドラッグ 成田店様(千葉県)

各3万円

ヤックスドラッグ 木更津清見台店様(千葉県) ヤックスドラッグ 銚子明神町店様(千葉県)

父の日賞

催事陳列

各5万円



ホクノスーパー 中央店様
(北海道)



クスリのゆたか
(群馬県)
西中之条店様



クスリのゆたか篠島
(群馬県)
本店様

エンド陳列

(株)スーパーストア 金木タウンセンター店様(青森県) ヤックスドラッグ 市原辰巳台店様(千葉県) セブンスター三津店様(愛媛県)

各3万円

ヤックスドラッグ 八街中央店様(千葉県) ドラッグかつはら 菅生店様(兵庫県)

NEW

運動会賞

催事陳列

各5万円



(株)ユニカ ファーマーズマーケット
千歳屋様(東京都)



まつばや
(佐賀県)
六仙寺店様



サンロードシティ
(熊本県)
錦店様

エンド陳列

各3万円

(受賞対象店該当なし)

ルーキー賞

各3万円

東武サウスヒルズ 中標津店様(北海道)

サニーTSUBAKI 古川店様(愛媛県)

フレッシュパリュラヴィ 松山店様(愛媛県)

(その他7店舗該当なし)

企業コース

総合グランプリ

30万円



(株)アレス様(熊本県)

各店舗が陳列ノウハウやオリジナルPOPを活用することで、注目度の高い売場づくりが行われました。その特徴は、店内で目立つように工夫された大型POPやオリジナルトップボードにあります。大型の商品POPを採用したり、切り抜き文字を飛び出すようにレイアウトしたトップボードを作成するなど、視認効果や演出効果の高さを追求しています。

また、店頭演出だけでなく、全店舗で「月間おすすめ品」として販売にも注力。店内の目立つ場所で全面に展開し、来店客の購買意欲を掻き立てるような売場となりました。もちろん、店舗によって来店客のニーズに応える単品販売も実施しています。エンドの下段には、ワゴンと組み合わせた張り出し陳列やラウンド型の陳列など、来店客が立ち止まるような陳列構成が実施されており、各店舗ともこだわりを持ってオリジナリティー豊かな売場づくりが実施されました。

準グランプリ

各15万円



(株)千葉薬品様(千葉県)



(株)マイ様(愛媛県)



(株)松葉屋様(長崎県)

母の日賞

各5万円

父の日賞

各5万円

NEW

運動会賞

各5万円

(株)タイヨー様(茨城県)

(株)野川食肉食品センター様(山形県)

(株)道北アークス様(北海道)

トスク(株)様(鳥取県)

(株)ニシムタ様(鹿児島県)

(株)セキ薬品様(埼玉県)

(株)フーズマーケットホック様(島根県)

(株)大和様(鹿児島県)

(その他1企業該当なし)

審査のポイント

母の日 父の日 運動会の テーマ訴求度	オリジナリティ (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 ファイブミニ担当

小出 莉央

株式会社ダイヤモンド・リเทลメディア

代表取締役社長

平井 俊之

取締役

味方 和也

かつはら薬品 山崎店様(兵庫県)

手づくりPOPで売上とコミュニケーションをアップ

手づくりPOPが重要ポイント

今年の4月から6月にかけて実施された「オロナミンC & Fibe-Mini 陳列・演出コンクール」において、店舗コースの総合グランプリを受賞したのは、(株)カツハラ薬局(兵庫県姫路市、勝原眞一代表取締役社長)のかつはら薬品 山崎店である。店長の上田和彦氏は「数々の優良企業様がエントリーされている中での総合グランプリ受賞ということで、大変名誉なことであり光栄に思います。本当にありがとうございます」と語る。

売場は、「父の日」と「母の日」で、それぞれ20日間展開。手書きの文字やイラストを採用したオリジナルPOPによる演出や「オロナミンC」のボトル型POPと「Fibe-Mini」のボトル型陳列台を左右に配置。さらに、中央の陳列もラウンド型にするというオリジナリティー豊かな売場は、来店客の注目を集め、立ち寄り率をアップする展開となっている。

さらに、商品コンセプトもわかりやすく訴求されており、購買効果とコミュニケーションにつながる売場づくりが行われている。

河副裕一氏は「売場づくりは、お客さまとの接点を大切にし、商品を理解していただき、購入へとつながっていくことが大切」と話す。

今回の売場は、その取り組みが形となって、来店客の購買意欲を高めることができ、結果に結びついた売場となった。

店舗コース：総合グランプリ



複合商業施設「咲ランドショッピングセンター」の1階にある山崎店



売場づくりを担当した山崎店 店長の上田和彦氏(右)と河副裕一氏

顧客層拡大へのアプローチ

かつはら薬品 山崎店は、地域で集客力No.1の複合商業施設「咲ランドショッピングセンター」の1階にある。このエリアは、65歳以上の割合が3割を超えている。上田店長は「シニア世代を意識することは重要ですが、若い世代の顧客獲得も疎かにはできません」と話す。

毎年参加しているコンクールであるが、今回はブランド力がある「オロナミンC」だけではなく、いま若者を中心にTikTokで「Fibe-Mini」が話題になっているという情報から、Fibe-Mini展開に力を入れたという。

「Fibe-Mini」を前回の2倍以上陳列し、「1週間1日1本お試ください」のアプローチで6本パックを推奨し、トライアル購入に結びつけることもできた。

今後も、お客さまの目を引く手づくりPOPで訴求し、コミュニケーションにつながる売場づくりを続けていく考えである。