

2020 P&G アリエール ディスプレイコンテスト 2020年9月19日(土)~10月31日(土) 結果発表

流通専門誌
DIAMOND
Chain Store
タイアップ企画



山積大賞



Gondラを口の字型に組み、商品を陳列。中心も活用して、ひな壇陳列やLED装飾、モニターを設置。その奥にも壁面陳列を行っています。まさに、圧倒的な大量陳列で注目を集める売場です。

アークランドサカモト(株)
スーパーセンタームサシ新潟店様(新潟県)

ボリュームコース グランプリ



大スペースを存分に生かした迫力の売場展開です。メーカー提供販促物を効果的に使用し、注目度をアップ。また、段ボール陳列には、荷崩れの防止と見た目のよさを追求した、目に見えない隙間の処理など、陳列技術が注がれています。

オークワ南紀店様
(和歌山県)

アイデアコース グランプリ



同社の中でも、小スペース店舗の同店が限界に挑戦した大陳です。パネルや販促物を効果的に採用することで、視認効果をアップしています。また、アイテムごとに、来店客が商品を選びやすいようなアピールと陳列が行われています。

(株)ライフコーポレーション ライフなかもず店様
(大阪府)

主な必須商品



バイオサイエンスジェル

バイオサイエンスジェル
部屋干し用

バイオサイエンスジェル
微香タイプ

山積特別賞



(株)ナンバホームセンター
ナンバ備中高松店様
(岡山県)

ボリュームコース スーパーマーケット賞



オークワロマンシティ御坊店様(和歌山県)

ボリュームコース ホームセンター/GMS賞



(株)アヤハディオ デイオワールド草津店様(滋賀県)

〈他受賞対象無し〉

〈掲載順:すべて順不同〉

4面 Gondラ+1面の 挑戦的な大スペース展開

山積大賞

アークランドサカモト(株) スーパーセンタームサシ新潟店 (新潟県新潟市)

P&G CASE METHOD



大スペースで展開された4面 Gondラ+1面の圧倒的な陳列。そのねらいは、視認性の高い、今までにつくったことのないような売場づくりへの挑戦だった
①斜め前 ②奥の大型トップボード ③正面 ④側面

いかに目立たせるか 最大限の視認性に挑む

昨年の9月から10月にかけて実施された「2020 P&G アリエール ディスプレイコンテスト」において、山積大賞を受賞したのはアークランドサカモト(株)(新潟県三条市、坂本晴彦社長執行役員COO)のスーパーセンタームサシ新潟店である。店長の内山真也氏は「洗濯洗剤カテゴリーにおける重要なブランド『アリエール』の大幅なリニューアル時期であり、コンテストに参加することで、当店のお客さまにリニューアルの認知を徹底したいと考えて参加しました。その結果、山積大賞を受賞できたことは、素直にうれしいです」と語ってくれた。

売場は、店舗入口の一等地の催事スペースで展開。しかも、Gondラを口の字

に配置し、真ん中の空洞部分にパレットを積み上げ、その上にクリアラックを活用し、ひな壇陳列やLED電飾、モニターが設置された。その奥にも壁面陳列が実施されている。

この4面 Gondラ+1面の大量陳列は、インパクト十分であり、ほとんどの来店客が、足を止めていたという。

オリジナルPOPやオリジナルの円柱型什器などの訴求効果も加味されたことから、予測以上の売上を達成することになった。

店内のどこから見ても認知でき、目立たせるにはどうすればいいかをテーマに取り組んだ売場づくりであった。日用品担当の荒井啓佑氏は「『視認性の限界突破!!』を合言葉に取り組んだ、今までにないような売場づくりへの挑戦でした」と語った。

顧客のメリットがある コンテストのみに参加

スーパーセンタームサシ新潟店は、5千坪以上の超大型であり、旗艦店という存在でもある。

そのために、「他店より販売実績を上げる必要があります。そこで、お客さまが楽しんで買物ができる環境をつくり出すことやお客さまにとってメリットのある商品提案とプロモーション実施を重視しています」と内山店長は話す。

ディスプレイコンテストへの参加も、同様の基準で決定している。リニューアルによって、「ブランドの認知ができずに、離れてしまうケースがあります。それを防ぐためにも、品質向上も含め、リニューアルを伝える機会となるコンテストは、活用の価値が高い」と内山店長は考えている。

まさに、今回がその絶好の機会となった。「P&Gの担当者さんの協力もあり、お客さまにメリットのある売場ができたと思います。今後の励みになります」と内山店長は語ってくれた。



スーパーセンタームサシ新潟店 店長の内山真也氏(右)と日用品担当の荒井啓佑氏