

掘りだそう、自然の力。

# Calbee

平素より、カルビー商品に多大なるご愛顧を賜り、厚く御礼申し上げます。  
また、この度は「ポテトチップス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より一層のご拡販を賜りますよう、お願い申し上げます。



## 結果発表

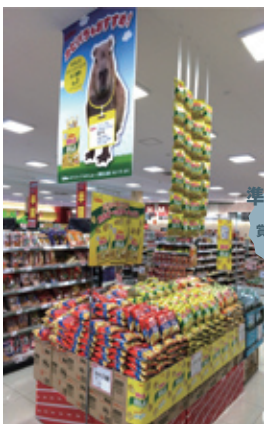
# ポテトチップス POTATO CHIPS DISPLAY CONTEST ディスプレイコンテスト

### No.1賞 (大陳部門)

グランプリ  
賞金 **15** 万円  
**ビッグハウス  
野幌店様**  
(北海道)



発売40周年の「ポテトチップスのりしお」を使って「40」の数字をダイナミックに表現。商品は見やすく取りやすい配置に工夫されており、思わず来店客が足を止めてしまう迫力満点の売場となっています。



準グランプリ  
賞金 **5** 万円

**(株)ダイイチ 音更店様**  
(北海道)

ボリューム感のある島陳列です。天井から吊り下げられた販促物と商品が目飛び込んでくる売場となっています。



準グランプリ  
賞金 **5** 万円  
**(株)一ウ商事  
マンボウ様**  
(北海道)

大量に陳列された「ポテトチップスのりしお」の中に、「うすしお」で描かれたハートの形がアイキャッチとなる魅力的な売場です。



準グランプリ  
賞金 **5** 万円

スーパーストア  
**金木タウンセンター店様**  
(青森県)

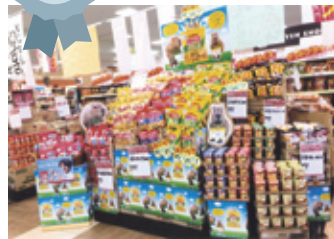
天井まで届きそうな圧巻の陳列。支給ツールも有効に活用しており、遠くからでも売場がわかる見事なボリューム感です。

準グランプリ  
賞金 **5** 万円  
**マエダ  
ガーラモール店様**  
(青森県)



青森の夏の風物詩である「ねぶた」を上手に取り入れた地域性あふれる売場です。オリジナルPOPが視認性を高めています。

準グランプリ  
賞金 **5** 万円  
**(株)セルバ 本店様**  
(山梨県)



「ポテトチップス」をはじめとした幅広いラインアップで構成されている、バラエティに富んだ売場となっています。

### 感謝賞

賞金 **1** 万円

(順不同)

(株)ダイイチ 清田店様 (北海道)	(株)マミーマート 仁戸名店様 (千葉県)	(株)松葉屋 相浦店様 (長崎県)
(株)ダイイチ 自衛隊前店様 (北海道)	相鉄ローゼン オルト新子安店様 (神奈川県)	(株)松葉屋 江迎店様 (長崎県)
(株)ダイイチ みなみ野店様 (北海道)	(株)いちやまマート 池田店様 (山梨県)	(株)松葉屋 波佐見店様 (長崎県)
(株)ダイイチ めむろ店様 (北海道)	(株)いちやまマート イツツモア玉穂店様 (山梨県)	(株)松葉屋 吉井店様 (長崎県)
(株)道東アークス ビッグハウスメッセ店様 (北海道)	(株)セルバ 富士吉田店様 (山梨県)	(株)イワサキ ACE川尻店様 (熊本県)
(株)福原 ビッグハウス中標津店様 (北海道)	(株)セルバ 御坂店様 (山梨県)	(株)マルエイ 六栄店様 (熊本県)
(株)福原 びあざフクハラ札幌内店様 (北海道)	(株)セルバ 御殿場古沢店様 (静岡県)	マックスバリュ南城大里店・イオン琉球様 (沖縄県)
(株)福原 びあざフクハラ西帯広店様 (北海道)	生鮮&業務スーパー チャレンジャー北長岡店様 (新潟県)	マックスバリュ泡瀬店・イオン琉球様 (沖縄県)
ホクノスーパー 厚別5条店様 (北海道)	HIヒロセ 食の蔵別府店様 (大分県)	マックスバリュ知花店・イオン琉球様 (沖縄県)
(株)マミーマート 柏根戸店様 (千葉県)	(株)松葉屋 六仙寺店様 (佐賀県)	マックスバリュ読谷店・イオン琉球様 (沖縄県)

## 審査員

カルビー株式会社

マーケティング本部 ポテトチップス部 部長	土谷直子
マーケティング本部 コミュニケーション部 広告宣伝課 課長	野瀬和哉
マーケティング本部 ポテトチップス部 ベーシック課	篠谷佳菜子
マーケティング本部 ポテトチップス部 ベーシック課	清田知子
株式会社ダイヤモンド・リテイメディア	
代表取締役社長	三橋和夫
取締役 編集局局长	石川純二

## 審査風景



## 企業賞



**トスク(株)様**  
(鳥取県)

## 準グランプリ



**(株)道東アークス様**  
(北海道)  
**(株)ハローズ様**  
(岡山県)

## のりのり賞 (アイデア部門)



**(株)イトーヨーカ堂**  
**アリオ上尾店様**  
(埼玉県)



支給されたツールを巧みに活用して、お菓子の家ならぬ「ポテトチップス」の家が出来上がりました。視認性や取りやすさにも十分に配慮されたボリューム感たっぷりの、グランプリにふさわしい売場となっています。



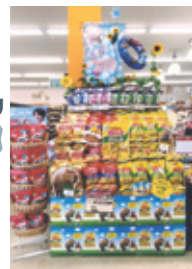
**ビブレ横手店様**  
(秋田県)

ボリューム感の演出に優れた売場です。支給ツールを有効に活用しており、商品特徴の訴求もしっかりなされています。



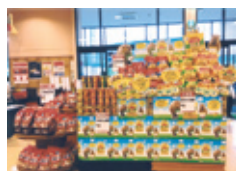
**(株)スーパーアルプス**  
**多摩境店様**  
(東京都)

「のりおNo.1」のオリジナルPOP、くす玉、王冠などで、No.1感を訴求することに成功しています。



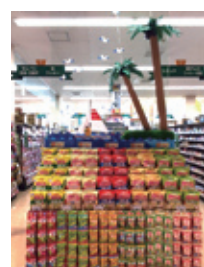
**(株)セルバ 白州エブリ店様**  
(山梨県)

支給ツールに加えて、エンド上部に浮き輪、麦わら帽子、ひまわりなどをあしらうことで夏の季節感が上手に演出されています。



**(株)セルバ 笛吹境川店様**  
(山梨県)

「ポテトチップス」に加えて「じゃがりこ」や「フルグラ」など幅広く取り揃え、売りにつながりやすい売場となっています。



**(株)ウオロク 村上東店様**  
(新潟県)

やしの木やかまめ、ヨットなどを夏を演出しています。取りやすいステップ陳列も評価ポイントとなっています。



**(株)松葉屋 佐々店様**  
(長崎県)

売場の左右をつなぐ「おいしさのり」のアーチ状の販促物が、全体の視認性を高めるポイントとなっています。



**(株)松葉屋 矢峰店様**  
(長崎県)

天井から吊り下げられた「ポテトチップスのりお」の垂れ幕と黄色い風船が非常に目を引き、足を止める来店客も多いと思われます。



**生活協同組合ララコープ**  
**ララ花高店様**  
(長崎県)

「ポテトチップスのりお」一色のインパクト抜群の売場。黄色い風船と「おいしさのり」のオリジナルPOPの色遣いも見事です。



**(株)鮮ど市場**  
**菊陽店様**  
(熊本県)

地元の旧跡である熊本城をモチーフにした売場です。「がまたせ!熊本」という手づくりツールのメッセージが印象的。



**(株)鮮ど市場**  
**東部店様**  
(熊本県)

熊本城をイメージした販促物の手づくり感とともに、「みんなで食べよう〜」などのメッセージが温かみを感じさせます。

カルビー

来店客の反応が  
モチベーションにつながる

メーカー主催の大陳コンテストで数多くのグランプリを獲得しているビッグハウス野幌店。その陳列を中心的に担っているのが一般食品チーフの長谷部格氏だ。最近と同じく一般食品担当の福嶋秀基氏と共同で陳列に取り組んでいる。

長谷部氏によると「コンテストへの参加を決めると、まずテーマに沿って私がアイデアを考えます。それをもとに福嶋と相談しながら詰めていくのが基本パターン。コンテストへの参加が多くなり、なかなか新しいアイデアを考えるのも大変になっていきますが、福嶋が遠慮なく自分の考えをいってくれるので助かっています」という。

ビッグハウスを運営する株式会社ラルズでは、多くの店舗が大陳コンテストに参加してきたが、長谷部氏が大陳コンテストに参加するようになったのは、部門のチーフになって、最初の挑戦でいきなり最高賞を獲得したのがきっかけ。「それまでも他店の受賞陳列などを見て、自分ならこうしたい、などと考えてきて、最初に結果が出たことが自信になりました」（長谷部氏）

陳列作業中に来店客が関心を持って声をかけてくれたり、来店する楽しみを感じてくれたりすることが、長谷部氏のモチベーションになっている。さらに価格や接客以外の部分で、店をアピールすることにつながっていると考えている。

また福嶋氏も「日常と違う陳列を行うことでお客さまにワクワク感や、買物の楽しさを提供できれば、結果として来店頻度の向上につながり、店の売上にも貢献で

「のりしお40周年」  
というテーマを  
わかりやすく  
端的に表現

ポテトチップス  
ディスプレイコンテスト  
No.1賞 グランプリ  
ビッグハウス  
野幌店  
(北海道江別市)



「ポテトチップスののりしお」を使って表現されたダイナミックな「40」周年の文字が印象的。商品は取りやすく、見やすく配置されており、思わず来店客が足を止めてしまう迫力も十分

きるのではないかと考えています」という。

長谷部氏は「社内にもコンテストで何度も受賞している担当者がいて、その陳列を見ることが勉強にもなり、大陳を意識するきっかけになりました。ただし、真似をするのではなく、どこにもない独自の陳列をめざしています。当店の店長も“どんどんやれ”と後押ししてくれるので、できる限り大陳には積極的に取り組んでいきたいと考えています」という。

陳列の土台を何度も改良し  
見やすい傾斜を実現

今回の受賞陳列は40周年を迎えたカルビーの「ポテトチップスののりしお」に焦点

を当て、ひと目で40周年を表現することがテーマ。

長谷部氏は「のりしおを使って40という文字を描くことで、わかりやすく表現してみようと思いました。最初は単に40の文字の形に商品を配置するだけの計画だったのですが、実際に並べてみると、傾斜をつけないとお客さまの目から見てわかりにくいということに気づきました。そこで土台を斜めにつくり直しました」という。

今回の陳列で最も苦労したのはその部分で、袋菓子を使って安定した形で傾斜を付けるのに試行錯誤し、何度も土台を改良する必要があったという。

「のりしお」で表現された文字の後ろには「うすしお」を配置。インパクトも強く、販売実績は大きく向上したという。

長谷部氏は「お客さまに喜んでいただくと同時に、売上向上につなげることが重要。今回は実績も上がり、カルビーさんが主催するコンテストでは連続で賞をいただきましたのですが、こうなると次回はどんなアイデアでいくべきなのか、今から悩んでいます」と次の挑戦にも意欲的だ。



ビッグハウス野幌店



ビッグハウス野幌店 一般食品チーフ 長谷部格氏(右)、同店一般食品 福嶋秀基氏(左)