

元気ハツラツ! オロナミンC

**結果
発表**

ディスプレイコンテスト

実施期間

2016/4/17 [日] ▶ 6/19 [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。

「元気ハツラツ! オロナミンC 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
1店舗様

(株)道北アークス ウェスタン川端店様
(北海道)



圧倒的なボリューム感がある売場です。「母の日」と「父の日」それぞれの展開を個別に行っていますが、いずれも「母の日」用と「父の日」用に合わせた手づくりのオリジナルPOPを作成し、訴求しています。

天井からの大型吊り下げボードや垂れ幕、フロアに敷かれたシートで、広がりのあるオロナミンC空間を創出。そのなかで、陳列方法にこだわった扇形の陳列や島陳列と棚陳列を組み合わせることで、売場

に変化が生まれ、インパクトや楽しさにつながっています。

「母の日」「父の日」ともにオリジナリティーと演出効果が抜群で、訴求力の高い売場になっています。

店舗コース

グランプリ

各 **10** 万円
5店舗様



(株)中央スーパー 本店様
(北海道)



(株)さえき フーズマーケットさえき
大南店様(東京都)



キッチンランド SUNSUN 様
(京都府)



ドラッグかつはら玉手店様
(兵庫県)



マルエー生活館様
(長崎県)

「母の日」「父の日」に
関連した、テーマが
わかりやすい
ディスプレイ!

「母の日」賞

各 **1** 万円 30店舗様

(株)道北アークス ウェスタンパワーズ店様(北海道)	ヤックスドラッグ九十九里店様(千葉県)	ドラッグかつはら溝口店様(兵庫県)	トスク本店様(鳥取県)
(株)道北アークス ウェスタン北彩都店様(北海道)	ヤックスドラッグ佐倉寺崎店様(千葉県)	ドラッグかつはら菅生店様(兵庫県)	フレスタ 室の木店様(山口県)
(株)道北アークス スーパーアークス/パルプタウン店様(北海道)	ヤックスドラッグ銚子南小川町店様(千葉県)	ドラッグかつはら砥堀店様(兵庫県)	マルナカパワーシティ鳴門店様(徳島県)
西條百貨店士別店様(北海道)	ヤックスドラッグ土気店様(千葉県)	勝原薬局 養父店様(兵庫県)	サンリブシティ小倉様(福岡県)
西條百貨店名寄店様(北海道)	ヤックスドラッグ東金田間店様(千葉県)	ホームセンターコーナン西宮今津店様(兵庫県)	まつばや 佐々店様(長崎県)
スーパーセンターアマノ 男鹿店様(秋田県)	ヤックスドラッグ東庄店様(千葉県)	ホームセンターコーナン宇品店様(広島県)	アタックス 高鍋店様(宮崎県)
(株)マルサンシステム新鮮市場八幡店様(埼玉県)	ヤックスドラッグ日向店様(千葉県)	トスク岩美店様(鳥取県)	
(株)せんだう茂原緑ヶ丘店様(千葉県)	かつはら薬品 山崎店様(兵庫県)	トスク吉成店様(鳥取県)	

「父の日」賞

各 **1** 万円 30店舗様

(株)道北アークス ウェスタン北彩都店様(北海道)	(株)ヒーロー龍ヶ崎店様(茨城県)	ドラッグランドひかり花園藤ノ木店様(京都府)	MrMax 長崎店様(長崎県)
ホクノスーパー中央店様(北海道)	(株)ヒーロー佐原店様(千葉県)	ホームセンターコーナン東大阪菱江店様(大阪府)	マルエー食品館様(長崎県)
西條百貨店枝幸店様(北海道)	(株)尾張屋 横田店様(千葉県)	マックスパリュフォレオ広島東店様(広島県)	まつの 恒久店様(宮崎県)
クスリのゆたか Aコープ原町店様(群馬県)	ヤックスドラッグ木更津清見台店様(千葉県)	杉山薬局様(徳島県)	サンキュー 新栄店様(鹿児島県)
クスリのゆたか 西中之条店様(群馬県)	そうてつローゼン 大和店様(神奈川県)	ホームセンターコーナンめいのはま店様(福岡県)	タイヨー 西加治木店様(鹿児島県)
クスリのゆたか 長野原店様(群馬県)	(株)さくらコマース さくら市場館 府中フォーリス店様(東京都)	Aコープからつ店様(佐賀県)	ユニオン あげな店様(沖縄県)
(株)ヒーロー水戸店様(茨城県)	エブリィビッグデー富士店様(静岡県)	Aコープやまもと店様(佐賀県)	
(株)ヒーロー千代田店様(茨城県)	大阪屋ショップ近岡店様(石川県)	MrMax 時津店様(長崎県)	

企業コース

スーパーグランプリ

20万円 1企業様

(株)千葉薬品様



各店が催事陳列、エンド陳列、レジ前陳列と可能な限り多箇所陳列を展開。店舗のスペースに合わせて、訴求効果を高めるために手書きPOPを活用し、購買促進を図っています。各店ごとに、ボリューム感を出せる場合は、インパクトのある陳列をし、スペースがとれない場合は、訴求演出を追求。適材適所で効果的な売場づくりを行っています。

グランプリ

各 5万円
5企業様



(株)道北アークス様



(株)松葉屋様



(株)ヒーロー様



(株)セキ薬品様



コーナン商事(株)様

審査風景



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 営業部 営業企画 部長 山本 昌芳
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 西 健太郎

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

取締役 編集局局長 石川 純一
ダイヤモンド・チェーンストア編集長 千田 直哉

審査のポイント

ブランドメッセージ (元気ハツラツ!感)	陳列ボリューム	オリジナリティ (手づくりPOPなど)	陳列期間 & 陳列場所	買いやすさ
-------------------------	---------	------------------------	-------------	-------

(株)千葉薬品(千葉県)

100店以上の全店が個性を競うことで企業賞受賞!

わかりやすく目立つ陳列!

今年4月から6月にかけて開催された大塚製薬「元気ハツラツ! オロナミンC ディスプレイコンテスト」の企業コースで見事、スーパーグランプリを獲得したのは(株)千葉薬品(千葉県千葉市/神崎彰道社長)である。同社商品部非食品グループ長兼健食バイヤーの中尾信崇氏は「3年前に店舗コースのスーパーグランプリを受賞し、今回は企業コースで受賞でき、光栄です」と語ってくれた。

今回は、同社が展開するドラッグストア100店舗、スーパーマーケット4店舗の合計104店舗(2016年5月エントリー時点)での参加であった。しかも、チェーンストアでありながら、そのほとんどがオリジナリティーを追求した売場展開を行っている。中尾バイヤーによると「本部からは企画内容を伝えるだけで、演出方法や訴求手法などのほとんどは、各店に任せています」と語る。このようなコンテストに参加した当初は、店舗に配付した売場展開の画像を担当者が参考にしたために、ほとんどの店舗の売場が、展開例をアレンジしたようなものばかりであった。そこで、画像配付をやめることで各店の独自性や陳列技術の向上を促進してきた。

POPもメーカー提供POPとともにオリジナルPOPを必ず組み合わせている。これも独自性を発揮する重要な要素となっている。オリジナルPOPに関しては、「お客さまにとってわかりやすく、売場が目立つことが基本。シンプルでありながら、訴求力のあるメッセージを各店がつくっています」(中尾バイヤー)とのこと。POPも本部で作成することなく、各店のスタッフが協力し

企業コース：スーパーグランプリ



ヤックスドラッグ日向店の陳列例



ヤックスドラッグ銚子南小川町店の陳列例

て、地域性を重視した訴求を展開している。地域密着型のドラッグストア(DgS)として展開している企業ならではの独自性を重視した戦略は、売場づくりにも反映されており、そのバリエーション豊かで個性的な陳列が今回の受賞理由となった。

社内コンクールで切磋琢磨

千葉県全域を中心に、DgS、調剤薬局、スーパーマーケット、介護事業などを展開している(株)千葉薬品。いずれも地域密着型として、柔軟な対応を行っている。生鮮品が買えないような状況があれば、DgSでも生鮮品の品揃えを行う。地域のニーズに応える対応によって、地域密着型を具現化している。

また、同社では社内陳列コンクールを実施。全国規模のコンテストも社内陳列コンクールの一環となっている。「オロナミンCは、人気商品なので、今回の参加となりました」(中尾バイヤー)。

コンテストの写真をアップし、閲覧できる社内ネットワークもあり、

店長や担当者が、各店の売場を確認することができる。「他店の売場を見て、作り直して再登録もできるため、このネットワークが各店の刺激」(中尾バイヤー)となっている。コンクールとコンテストが、切磋琢磨を行う場である。

同社には年間企画があり、それが優先されているが、「時期や内容があった場合は、積極的に全国規模のコンテストに参加していきたい」と中尾バイヤーは語ってくれた。



(株)千葉薬品 商品部 非食品グループ長 兼 健食バイヤーの中尾信崇氏(左)と大塚製薬(株)東京支店 千葉出張所 ニュートラシューティカルズ事業部 営業一課の西田卓也係長