

純日本品質
東海漬物

東海漬物 2016年・夏期 ディスプレイコンテスト

結果発表

東海漬物おすすめの漬物で

～おいしい漬物あるじゃん・こんなメニューありじゃん～

実施期間 2016年5月20日(金)～7月20日(水)

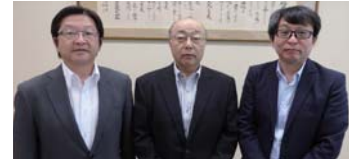
対象商品 「キューちゃん100g」をはじめとする、東海漬物全商品

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。
『2016年・夏期 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。
東海漬物株式会社

審査風景・審査委員



東海漬物株式会社
代表取締役社長 永井 英明
常務取締役 國松 晃雄
株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア
取締役 編集局長 石川 純一



スーパーボリュームコース

総陳列数 1000袋以上

グランプリ 20万円 (1店舗)



冷蔵陳列ケースとワゴンなどを組み合わせて、圧倒的なボリューム感を生み出しています。キューちゃんの大型POPをトップに4つ並べることで、離れた位置からでも目立つ売場です。また、多彩な商品を大量に陳列することで、来店者の興味喚起を図り、購買促進につなげる陳列となっています。

(株)PLANT SUPER CENTER
PLANT-3津幡店様 (石川県)

優秀賞

10万円
(5店舗)



(株)マエダストア
ガーラモール店様 (青森県)



河口湖 BELL 店様
(山梨県)



(株)PLANT SUPER CENTER
PLANT-6瑞穂店様 (岐阜県)



キッチンランドSUNSUN様
(京都府)



(株)フクヤ白鳥店様
(京都府)

全コース共通

最多陳列数賞 1店舗・3万円

食品館あおば川崎富士見店様
(神奈川県)

最多SKU賞 1店舗・3万円

TOKUYA ビエリ守山店様
(滋賀県)

アイデア販促物賞 5店舗・3万円

(株)遠鉄ストアフードワンきらりタウン店様(静岡県)

TOKUYA ビエリ守山店様(滋賀県)

(株)スーパーナショナル森小路店様(大阪府)

(株)JAおきなわAコープとみえ～る店様(沖縄県)

(株)JAおきなわAコープ首里石嶺店様(沖縄県)

東海きずな賞

1企業・10万円/15店舗・3万円

(株)ハヤシ様(千葉県)

(株)イーチェーン食品館イー仙台東店様(宮城県)

(株)タジマヤTマート事業本部取手店様(茨城県)

(株)たいらや今泉新町店様(栃木県)

(株)せんどう東金プラザ店様(千葉県)

オーケー(株)北山田店様(神奈川県)

(株)北長野ショッピングセンターながの東急ライフ様(長野県)

(株)サンヨネ魚町本店様(愛知県)

フレッシュ食品 Y ストア可児店様(岐阜県)

(株)ぎゅーとらラプリー大黒田店様(三重県)

協同組合ハニー新鮮館三番通り様(福井県)

にしがき駅前店様(京都府)

マックスリュウ西日本(株)西脇小坂店様(兵庫県)

(株)マルイイーストランド店様(岡山県)

アトラス菰店様(山口県)

(株)ハローディ周船寺店様(福岡県)

審査のポイント

お漬物の“おいしい食べ方”や“魅力”を提案できる演出

購買意欲を刺激する「オリジナリティ」のある演出

「手に取りやすさ」と「アピール力」が両立した陳列方法

陳列数及び陳列SKU数

ボリュームコース

総陳列数 500袋以上、1000袋未満

グランプリ 15万円 (1店舗)



冷蔵陳列ケースでの売場展開ですが、POPを上手に使用することで、東海漬物のコーナーとして明確化されています。天井からの吊り下げPOPとパッケージの大型POP、什器を組み合わせたことで、冷蔵陳列ケースの弱点でもある、視認率アップに成功した例です。ボリューム感がけがに頼らない工夫のある売場になっています。

(株)清水屋藤ヶ丘店様 (愛知県)

優秀賞

8万円

(5店舗)



(株)スーパーストア 鶴田フードリバーモール店様 (青森県)



食品館あおば関内駅前店様 (神奈川県)



(株)銀ビルストア 福崎店様 (兵庫県)



トスク(株)智頭店様 (鳥取県)



(株)J.Aおきなわ Aコープアール店様 (沖縄県)

アイデアディスプレイコース

総陳列数 200袋以上、500袋未満

グランプリ 10万円 (1店舗)



小スペースでも、目立つ売場づくりのために、ネット什器を利用したアイデアが優れています。商品をタテに吊り下げること、アイキャッチ効果が高まります。さらに、大型のザルを用いた陳列を組み合わせることで、1つの売場として完成。興味喚起と購買促進が両立しています。

(株)西鉄ストアレガネット朝倉街道店様 (福岡県)

優秀賞

5万円

(5店舗)



(株)ラルズ スーパーアークス星置店様 (北海道)



スーパーストア中里店様 (青森県)



与野フードセンター フードガーデン朝霞三原店様 (埼玉県)



(株)清水屋春日井店様 (愛知県)



(株)リパティ長岡様 (京都府)

東海漬物

東海漬物 2016年・夏期
ディスプレイコンテスト
スーパーボリュームコース グランプリ

株式会社PLANT
SUPER CENTER
PLANT-3津幡店
(石川県河北郡)

商品を“魅せる”創意工夫

今夏に開催された東海漬物「2016年・夏期 ディスプレイコンテスト」のスーパーボリュームコースでグランプリを受賞したのは株式会社PLANT(福井県坂井市、三ッ田勝規社長)のPLANT-3津幡店である。藤本太一店長は「昨年は優秀賞だったので、今年こそと、ねらったのグランプリ受賞でしたので、格別な思いです」と語ってくれた。

泉田功太副店長は「弊社は商品をしっかりと見せることを基本とし、そこに情報や演出を加えることで、より魅力的な陳列を行っています」と語る。

今回は、目立たせるためにあらゆる工夫を行っている。「最多陳列数賞」や「最多SKU賞」が新設されたことを踏まえて陳列数をアップし、ボリューム感を強化。さらに、平面的な平台に立体感を創出するために、キューちゃんの大POPを4連にし、エンドサイド什器もトップボードのように採用。フロア什器もフル活用した。その効果は、大倉良和チーフによると「高さや奥行きが出たことで、足を止めてくれるお客さまが多かったです。また、キューちゃんPOPの効果で、お子さまも喜んでくれる売場になったのがうれしかった」とのこと。

商品を主体に「見せる売場」が、数々の創意工夫によって魅力がプラスされ、「魅せる売場」となった好例である。



平面的な平台陳列に、ボリューム感とともに立体感を生み出す演出を加えたことで、来店者に注目される売場となった



同社の「スーパーセンター」2号店として、19年前にオープンしたPLANT-3津幡店



(写真中央から右へ): 株式会社PLANT PLANT-3津幡店の藤本太一店長、大倉良和チーフ、泉田功太副店長、(写真左から): 東海漬物株式会社の常務取締役 國松晃雄氏、北陸営業所アカウンターマネージャー 池田功氏

「スーパーセンター」としての役割

株式会社PLANTが展開するスーパーセンターは、「スーパーマーケットとホームセンターを1つにし、ワンストップで暮らしに必要なものが揃うという、日本で初めてのビジネスモデル」(藤本店長)ということで、人口減少が進み、商業施設も減少している地域の活性化に貢献している。

同店では、豊富な品揃えと、ローコスト・オペレーションによる低価格での商品提供が基本だが、価格は競合店も横並びになってしまいうことが多く、差別化を推進

するためにサービス強化を図っている。たとえば、広い売場と約21万アイテムという豊富な商品の相談に答える「アンサーセンター」を数カ所設置。鮮魚、総菜売場では対面販売を実施することで、コミュニケーション重視のサービスを行っている。

催事スペースでの特別なディスプレイや、今回のようなコンテストに参加することは、顧客に買物を楽しんでもらうための演出や情報提供になることから、積極的に取り組んでいる。また、「ナショナルブランドである東海漬物さんのコンテストでの受賞は、スタッフのモチベーションアップにもつながっている」(大倉チーフ)という。

「お子さんとお父さん、お母さん、そして、おじいちゃんとおばあちゃんと3世代揃って、買物に来ていただいても、1カ所でみんなの買物ができるのがこの店です」(泉田副店長)。だからこそ、楽しい売場づくりは重要。「店内のポイントとしての売場づくりが行えるコンテストは、挑戦する価値がある」と藤本店長は語ってくれた。

来店者の目と足を止めるために
「もうひと工夫」にこだわった売場づくり!