

# UCC

Good Coffee Smile

流通専門誌 **DIAMOND** Chain Store タイアップ企画

## 第22回

実施期間: 2016年4月15日(金)~6月30日(木)

# ディスプレイコンテスト COFFEE LOVER'S PLANET

## 結果 発表

平素よりUCC製品に格別のお引き立てを賜り、厚く御礼申し上げます。また、この度は「第22回 ディスプレイコンテスト」に数多くのご応募を賜りましたことを重ねて御礼申し上げます。厳正なる審査の結果、全国グランプリ、地区グランプリ、地区準グランプリ、敢闘賞の各賞が決定いたしましたので、ご報告させていただきます。今後ともUCC製品に、より一層のお引き立てを賜りますようお願い申し上げます。

### 全国グランプリ

50万円

1店舗様



## キッチンランド SunSun様

(京都府)

パッケージの大型POPと天井から吊るされた大型の垂れ幕によって、視認率の向上を高めるとともに、UCCのイメージと世界観を売場につくり出しています。大型の垂れ幕には「香りとココのW ロースト製法 職人の珈琲」と商品のこだわりと特徴をストレートに表現。また、ボリューム感のある陳列とUCC商品を多彩に陳列したことで、インパクトと興味喚起を促進する売場にもなっています。来店者の目と心理をとらえることができるポイントが随所にあります。

### 審査のポイント

#### 演出技術

インパクトが強く、楽しく華やかなボリューム陳列

#### ブランド訴求

UCC製品の特長訴求に注力した演出

#### テーマ訴求

コーヒーのファン拡大に向けた演出

### 審査風景&審査委員

UCC上島珈琲株式会社ならびに株式会社ダイヤモンド・リテイルメディアによる厳正なる共同選考の結果、受賞店を選定させていただきました。

#### UCC上島珈琲株式会社

取締役副社長 営業統括本部長	杉本 譲
営業統括本部 営業推進部 部長	末永 英樹
マーケティング本部 マーケティング企画部 部長	山崎 満信

#### 株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

代表取締役社長	三橋 和夫
DIAMOND Chain Store 編集長	千田 直哉



# 地区グランプリ

10万円  
6店舗様



(株)ホクノー  
ホクノースーパー中央店様(北海道)



(株)ヨークベニマル  
南中山店様(宮城県)



(株)長野県A・コープ  
松代店様  
(長野県)



(株)三心 三条店様  
(愛知県)



ゆめタウン南岩国様  
(山口県)



(株)タイハイ吹上店様  
(鹿児島県)

# 地区準グランプリ

5万円  
7店舗様



(株)ラルズ ビッグハウス  
岩見沢店様(北海道)



フードマーケット  
フジサキ様(宮城県)



プラザ栄光コットンハーバー店様  
(神奈川県)



トヨタ生活協同組合  
メグリア本店様(愛知県)



(株)スーパーサンエー  
光明台店様(大阪府)



(株)フジ フジグラン広島様  
(広島県)



明治屋食品 久留米店様  
(福岡県)



# 敢闘賞

1万円  
20店舗様

(株)ラルズ ビッグハウス サウス店様(北海道)

(株)エース 沼津店様(静岡県)

(株)マルエー 久安店様(石川県)

(株)Aコープ九州 大刀洗店様(福岡県)

(株)ラルズ ビッグハウス 野幌店様(北海道)

(株)エーコープあいち Aコープ高蔵寺店様(愛知県)

(株)ホームセンターみつわ 九頭龍店様(福井県)

サトー食鮮館 昭代店様(福岡県)

(株)エーコープ関東 城山店様(神奈川県)

ユニー(株) アビタ岡崎北店様(愛知県)

リパティ長岡様(京都府)

フードウェイ中洲食小町店様(福岡県)

(株)長野県A・コープ ファーマーズうえだ店様(長野県)

(株)三心 蘇原店様(岐阜県)

(株)ふじうら パサージュ浜店様(岡山県)

レッドキャベツ老司店様(福岡県)

(株)長野県A・コープ みゆき店様(長野県)

(株)キョーエイ キャロット1店様(富山県)

ドラッグストア サンデーズ益田駅前店様(島根県)

まいづるスリーナイン店様(佐賀県)

(掲載順: 全て順不同)

## UCC

## 2~3時間かけ売場を完成

今年4月15日から6月30日までを期間に開催された「第22回 UCC ディスプレイコンテスト」で見事、全国グランプリを獲得したのは「キッチンランドSunSun」(京都府)。売場づくりを担当した山口克彦店長は「まさか評価していただけるとは思っていません」と受賞の感想を述べる。

ディスプレイを実施したのは今年6月8日から15日の8日間。店舗の出入口近くにある常設のイベントスペースで売場をつくり、多くの来店客にアピールした。

「職人の珈琲 ドリップコーヒーまるやか味のマイルドブレンド」「ゴールドスペシャル スペシャルブレンド

SAP400g」など、同社の主カブランドをボリューム感を持たせ、天井近くまで積み上げた。さらにUCCが現在、もっとも力を入れる「職人の珈琲」をアピールするため、「香りとココのWロースト製法 職人の珈琲 ドリップコーヒー」と記した大きな垂れ幕を掲げた。

ディスプレイのポイントについて山口店長は次のように説明する。「何が並んでいるか、ひと目でわかる売場にしたい。そのためには細かい説明にこだわるのではなく、ストレートにメッセージを訴求しようと考えた」。

午後7時30分の閉店後、約3時間をかけて商品の一つひとつ積んでいった。山口店長のほか、UCC上島珈琲近畿支社営業部の毛利拓弥氏ら、取引先の営業マンも駆けつけ、試行錯誤を繰り返しながら売場を完成させた。

ディスプレイを実施した期間中は、来店

第22回 ディスプレイコンテスト  
全国グランプリキッチンランド  
SunSun  
(京都府京都市)

商業施設「ラクセーナ専門店」に店を構える「キッチンランドSunSun」



左から「キッチンランドSunSun」の山口克彦店長、UCC上島珈琲近畿支社営業部の毛利拓弥氏

客からの注目度は高く、どの商品もよく動いた。レジ近くの目立つ場所であることもあり、定番売場に並べているときに比べて、5倍以上も売れる商品も多く、山口店長は手ごたえを得たようだ。

## 地域密着型の運営を志向

「キッチンランドSunSun」は、商業施設

「ラクセーナ専門店」の1階に店舗を構えている。売場面積は約540㎡と、最近の食品スーパー(SM)からすれば小ぶりではあるが、1日の来店客数は平均で3000人を超える繁盛店である。

だが近年は、商圈内に有力店が相次いで進出してきており、年々、競争が激化している。同業のSMだけでなく、大規模ショッピングセンター、さらにディスカウントス

トア、ドラッグストアなど業態の垣根を越えた戦いが繰り広げられているのが現状だ。

厳しい状況に対し、同店では地域密着型の店舗運営で来店客からの支持獲得をめざしている。取り扱いのない商品をリクエストする声があれば、積極的に取り入れ、限られた店内ながら豊富な品揃えを实践、差別化を図っている。また「毎日、来店される方も多く、変化のある売場も意識している。定期的に売場を触り、来店のたびに楽しさを感じられる、お祭りのような店をめざしている」と山口店長。

このような方針の中、ディスプレイコンテストへの取り組みは、同店の魅力を伝えるいい機会になっているようだ。商品を視覚的にアピール、関連販売も行いながら、食べ方やおいしさなどの価格以外の価値を伝えている。

今後の抱負について、山口店長は次のように話す。「これからも機会があればディスプレイコンテストに参加したい。競争環境は厳しさを増すが、楽しい売場づくりでお客さまに喜んでもらいたい」。

## ストレートに商品を訴求し最高賞を獲得