

ニュータッチ®

凄麺
すこめん

ゆでたての旨さ、再現！

ヤマダイ株式会社 / 「ダイヤモンド・チェーンストア」タイアップ

凄麺祭り

ディスプレイコンテスト

結果発表



大陳コース

対象商品60ケース以上の陳列

(順不同)



グランプリ
賞金 25万円

株式会社光洋
マックスバリュ
羽倉崎店様
(大阪府泉南郡)

凄麺発売15周年を訴求する上段のラーメンどんぶりPOPとご当地ラーメンを訴求する日本地図POPによって、オリジナリティーとアピール力を強化。入口の催事スペースで来店者の購買喚起を促進しています。



準グランプリ
賞金 10万円

株式会社ラルズ ビッグハウス岩見沢店様
(北海道岩見沢市)

ラーメンカップをイメージした大型POPには、大きな箸も添えられており、そのインパクトは強烈です。来店者の目を引き、思わず立ち寄ってしまう売場です。



準グランプリ
賞金 10万円

株式会社ラルズ ラルスマート啓明店様
(北海道札幌市)

L字型の陳列をすることで、スペース以上のボリューム感が生まれています。また、天井から吊り下げられた「凄麺」とパッケージPOPが、視認効果をアップさせています。



準グランプリ
賞金 10万円

株式会社ウジエスーパー 築館店様
(宮城県栗原市)

「あの味この味あつめて ご当地オールスターズ凄麺」と黒板POP風のトップボードを採用。コミュニケーション効果の高い演出を採用した訴求力のある売場です。



準グランプリ
賞金 10万円

株式会社
ラポート十日町
コープ中里店様
(新潟県十日町市)

エンド陳列に張り出し型を組み合わせた陳列は、その張り出しの長さがポイント。手づくりPOPとともに、来店者の興味喚起や購買喚起に効果を発揮します。



準グランプリ
賞金 10万円

株式会社キョーエイ キャロット1店様
(富山県富山市)

トップボードの日本地図でご当地ラーメンのアピールを行い、商品陳列部分にもわかりやすいように、短冊形POPで商品を訴求。興味を喚起する売場です。



優秀賞
賞金 5万円

- 株式会社ヤマヨ 十和田店様 (青森県)
- 有限会社小専商店 スーパーオセン北上店様 (岩手県)
- 株式会社ベルジョイス ビッグプロ様 (岩手県)
- 株式会社とりせん 佐野西店様 (栃木県)
- 株式会社いなげや BB鴻巣駅前店様 (埼玉県)
- 株式会社いなげや 調布仙川店様 (東京都)
- 株式会社ヒバリヤ 駒越ペイドリーム店様 (静岡県)
- 株式会社エーコープあいち 高蔵寺店様 (愛知県)
- 株式会社リパティ長岡様 (京都府)
- 株式会社コスモコーポレーション 新鮮激安市場向日町店様 (京都府)

平素は、ヤマダイ商品に格別のお引き立てをいただき、ありがとうございます。また、この度は「凄麺」発売15周年を記念した「凄麺祭り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。

審査員

ヤマダイ株式会社

代表取締役社長
営業本部 取締役 営業本部長
経営企画部

大久保慶一
小林輝夫
森田和樹

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

編集局 局長
流通マーケティング局 局長

千田直哉
味方和也

審査風景



ディスプレイコース 対象商品30ケース以上の陳列

(順不同)



トップボードからフロアシートまで、売場空間をしっかりと作り込んでいます。そして、ラーメン店をイメージさせる屋根を設置。陳列もカップ天面を見せることで、それ自体がPOPとしての訴求効果を発揮しています。



グランプリ
賞金 10万円

株式会社
ハートフレンズ
フレスコ東山安井店様
(京都市)



準グランプリ
賞金 5万円

株式会社ホクノ
新札幌店様
(北海道札幌市)

「あなたなら何を食べる?」とトップボードで訴求。それぞれのご当地ラーメンの特長をわかりやすく訴求することで、購買促進が行われています。



準グランプリ
賞金 5万円

ホームセンター コーナン
市川原木店様
(千葉県市川市)

屋台のラーメン店をイメージさせる売場づくりです。インパクトがあり、懐かしさや温かさまでも想像できる演出効果の高さが魅力となっています。



準グランプリ
賞金 5万円

株式会社しまむら
長持店様
(神奈川県平塚市)

カップ麺でもおいしさを追求した凄麺の特長をしっかりと訴求するPOPを作成し、設置された売場です。ご当地ラーメンの訴求との相乗効果が秀逸です。



優秀賞
賞金 3万円

有限会社小専商店 スーパーオセン湯田店様	(岩手県)
株式会社エコーブ庄内 Aコープやわた店様	(山形県)
株式会社サンユーストアー 堀口店様	(茨城県)
株式会社タイヨー ビッグハウス東金店様	(千葉県)
株式会社エコーブ関東 中田店様	(神奈川県)
相鉄ローゼン株式会社 モザイク港北店様	(神奈川県)
株式会社オギノ 茅野店様	(長野県)
スター株式会社 スターグリーンヒル店様	(滋賀県)
協同組合 亀岡ショッピングセンター様	(京都府)
株式会社フレスコ ガーデンマーケットフレスコ店様	(大阪府)

企業賞

2コース合わせて10店舗以上の参加
(10店舗未満の企業の場合は、全店舗参加)



グランプリ
賞金 20万円

株式会社ビック・ライズ様
(神奈川県)



準グランプリ
賞金 10万円

北辰商事株式会社 ロヂャース様
(埼玉県)

ヤマダイ

想像以上の販促効果
来店客の反応も上々

マックスバリュ羽倉崎店が立地する田尻町は、関西国際空港を町域内に含む自治体であり、店舗は空港を臨む対岸エリアに位置する。古くからの住宅地と新興住宅地が混在しており、午前中は中高年の顧客が中心、夕方から若年層や子ども連れの顧客が増えるなど、顧客の年齢層が幅広いというエリア特性を持つ。

同店では副店長の上之山康祐さんが中心となり、コンテストに積極的に参加している。上之山さんは「コンテストに参加する目的のひとつは大量陳列でお客さまを楽しませ、圧倒したいということ。もうひとつは自分自身をはじ

め、スタッフの陳列技術の向上を図ることです。今回のコンテストでも、陳列作業中にお客さまから「すげえなあ」と声をかけていただき、大変うれしく思いました」という。

コンテストに参加する場合、大量の商品を発注することになるため、在庫管理や販売見込みについて、検討すべき点多い。上之山さんは「売れるという見込みが立つ商品については、メーカーさんからの提案を待つのではなく、自ら『DRMオンライン』のディスプレイコンテストのホームページなどで企画を探し、参加しています」と積極的。

ヤマダイのコンテストについては、「カップ麺自体、大量に積んでボリューム感を出しやすく、販売が見込める商品であるほか、『凄麺』は個々の商品が特徴を持っていて、大陳で訴求しやすいと考えました。それに加えて、私自身がもともとお世辞抜きに、ヤマダイさんの商品が好きだった、と

凄麺祭りディスプレイコンテスト
大陳コース グランプリ株式会社光洋
マックスバリュ
羽倉崎店

(大阪府泉南郡田尻町)



ご当地ラーメン各種の上部を見せる形でひな壇陳列を行ったほか、オリジナル販促物を駆使。来店客が思わず目をとめる、迫力ある演出に成功

ということも参加理由のひとつです」と上之山さんは語る。

来店客の反響は大きく、販売実績も前年対比で約7倍伸ばすことができた。上之山さんは「前年は大陳を実施していないので単純比較はできませんが、想像以上の結果が出ました。同時に、普段は目にしない商品を紹介することもできたので、今後の販売にもよい影響を与えるのではないかと期待しています」という。

リアルなカップ麺の
アイキャッチを手作り

今回の受賞陳列は入口付近の目立つ場所で展開。支給された販促物を駆使したほか、手作りの販促物が大きな効果をおげた。

特に目立つのは上部のボードやカップ

麺の造形物。「凄麺」15周年を表現した「15th」という文字入りのカップは店のスタッフの手作り。「ニュータッチの凄さを体感せよ!」のキャッチや、左右の旗、トッポボードなども手作りしている。

「店のスタッフに手伝ってもらいながら制作しました。麺は黄色毛糸、のりは画用紙で作っています。販促物を事前に用意しておいて、当日一気に陳列しました。陳列前にある程度イメージを固め、陳列数量を見込んでいましたが、それでも4人がかりで6時間程度かかりました」(上之山さん)

陳列を行った9月はまだ暑く、店内にはクーラーが入っていたという。上之山さんは、「この暑さでカップ麺が売れるかな、と思った記憶があります(笑)。結果として販売実績を大きく伸ばすことがで

き、自分なりによい陳列ができたという感触がありました。それでもまさかグランプリという評価をいただけるとは考えていませんでしたので、その点は素直にうれしいです。次のヤマダイさんの企画があればもちろん参加したいと思います」と抱負を語ってくれた。



マックスバリュ羽倉崎店



株式会社光洋 マックスバリュ羽倉崎店 副店長 上之山康祐さん(右)、ヤマダイ株式会社 大阪営業部 係長 戸田直希さん(左)

アイキャッチとしてカップ麺を売場で再現
視認性の高いボリューム感のある演出を実現