



ビフィズス菌  
Bifix

# Bifixヨーグルト 高濃度ビフィズス菌飲料Bifix1000α

ディスプレイコンテスト

結果  
発表

実施期間 2016年9月12日(月)~11月15日(火)

このたびは「Bifixヨーグルト・高濃度ビフィズス菌飲料Bifix1000αディスプレイコンテスト」に  
全国より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。  
今後とも一層のご愛顧を賜りますよう、よろしくお願いいたします。



(株)フジ フジグラン四万十店 (高知県)



左から、江崎グリコ株式会社高知エリアフィールドスタッフ 久保 恵さん、フジグラン四万十店 山崎 貴恵さん

### 受賞コメント

江崎グリコさんのコンテストでは以前に「カフェオーレ」のコンテストでグランプリをいただいたので、プレッシャーを感じていましたので、今回も受賞できて本当に良かったです。

今回は江崎グリコさんが伝えたいと考えている言葉を考え、旗POPで目立つように掲示しました。善玉菌のキャラクターは、元のイラストを自分でアレンジしたのですが、陳列を見たお客さまは「かわいい」といってくれて、特にお子さまに喜んでいただきました。私も気に入っています。

前回もそうでしたが、参加を決めた後は1週間くらい悩んでアイデアを考え、決まったら後は支給される販促物にプラスする形で、手づくりの販促物を作っていきます。今回は絵を切り抜く作業などを少しずつ進め、3~4日かかっています。

陳列も基本的にひとりで行いますが、今回は風船をたくさん膨らませる必要があったので「大変そうだから」と上司が手伝ってくれました。

冷ケースの陳列はどうしても平面的になりがちなので、籠を使うなど陳列に変化をつけています。商品のデザインがカラフルなので、その中で目立つようにPOPを黄色地にしたことも成功だったと思います。今後もインパクトがあるだけでなく「売れる」陳列をめざしていきます。

審査の  
ポイント

ボリューム

陳列場所

お客様へのインパクト

ビフィズス菌BifiXの  
商品特徴訴求

商品特徴が理解できる売場

獨創性・新奇性

独自の工夫がされている売場

キャンペーン・CMの有効活用

同時展開するキャンペーン・CMを盛り込んだ陳列になっている

ビフィズス菌  
**BifiX**



グランプリ

賞金 **20** 万円

マックスバリュ東海(株) マックスバリュ函南店 (静岡県)



受賞コメント

社内でも毎週商品を決めて陳列コンテストを実施するなど、陳列には力を入れています。ただ今回のようなメーカーさん主催のコンテストには参加する機会が少なく、いきなりグランプリという結果を聞いてびっくりしています。もちろん参加するからには賞を狙う気持ちはありましたが、それよりもアイデアを考えるのも楽しく、みんなでつくる喜びもあるので、楽しんで取り組みました。

今回の商品はとにかくお客さまにメッセージを伝えることが大事だと考えました。女性目線でアピールできるキャッチコピーを考えてボードやイラストを手づくりし、商品配置にも変化を付け、普段の冷ケースではあまりやらないような陳列をめざしました。売場写真は、脚立を使って上から撮影し、冷ケースの中がよく見えるように工夫しました。

今回の大陳はお客さまの目を引くことができ、陳列途中からも良く売れたので、2日で完売しました。それだけでなく、それ以後の定番での売上も増えました。いつも社内で競い合う中で、いいところを真似しあったり、切磋琢磨してきました。楽しみながら競ってきたことが、今回の結果につながったのだと思います。今後も声をかけていただければ、積極的に参加していきたいです。



左から、江崎グリコ(株)静岡エリアフィールドスタッフ 野本 旬子さん、マックスバリュ函南店ステابل担当 島田 秀未さん、同店ステابلチーフ 岸 浩子さん、同店副店長 弓田まり子さん、同店店長 西島 尊さん



## 審査員

### 江崎グリコ株式会社

営業本部 営業推進室 グループ長

川島 弘之

マーケティング本部 乳業マーケティング部 カテゴリーマネージャー

上鶴 俊徳

マーケティング本部 乳業マーケティング部 ブランドマネージャー

井岡 俊之

### 株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

取締役

平井 俊之



## (株)デリシア 豊野店 (長野県)



## 受賞コメント

日頃はなかなかスポッター全部を使った展開は難しいのですが、今回は思い切ったスペースを確保して陳列を行いました。江崎グリコの藤丸さんが「賞を取りましょう」と並々ならぬ意欲で動めていただいたおかげです。お互い意見を出し合いながら取り組みました。私としては、一度も受賞したことがなかったので、結果の報告を受けた時は、大変びっくりしました。

陳列では「BifiX」のブランドをアピールするほか、オリジナルPOPで機能性を打ち出しました。また販促物やダミー容器などを使って高さを出し、商品のデザインを生かしたカラフルな演出を心がけました。ショーケースの中の配置にも細かい変化をつけ、お客さまの買いやすさも意識しました。「腸内環境改善」のPOPは、全体ができた後にもう少しインパクトがほしいと思い、最後に付け加えたものですが、効果的だったと思います。

また日頃から「BifiX」は売れていましたが、今回は特にフルーツシリーズを強化し、商品の蓋を印刷して吊り下げるなどの演出でアピールしました。お客さまに気づいていただき、以後の実績ベースも上がっていますので、大変良かったと思います。



左から、デリシア豊野店副店長 中西 健太さん、同店店長 塚田 茂美さん、同店デパート担当 平林 篤宗さん、江崎グリコ株 長野エリアフィールドスタッフ 藤丸 広美さん

# 準グランプリ

賞金 5 万円

## ユニー(株) アピタ戸塚店 (神奈川県)



女性をターゲットにしたカラーリングはフロントのPOPとサイド風船でうまく調和しています。おもわずセンターにある手書きの「Bifix」POPも目が行くので、商品を手取る確率がアップしそうです。



## (株)ホクノ 厚別5条店 北海道

おながにとても良い商品をテーマにした、垂直展開。これでもか!というくらい大容量ヨーグルトで周囲を囲み、センターに飲料を配置する迫力のある陳列。左右と下の短冊にBifixのアービルポイントが記載されています。

## (株)ウオロク 緑店 (新潟県)



興行きのある売場の中心部を使い、細長い陳列台をスポットライトで照らすという、非日常感を演出した陳列です。上から吊られたバナナが陳列スペースを強調しています。

## ユニー(株) アピタ桶川店 (埼玉県)



上段のバナナと、センターに配置されたBifixス菌Bifixを模した風船が見事にマッチング。近くにある同類の商品と差別化された「島」展開でアピールしています。

## (株)フジ フジグラン北島店 (徳島県)



平台を2台使い、さらに天井までとくPOPを配置した迫力のあるディスプレイです。キャンペーン用のぼりと足元に貼り付けたすまきに思わず足をとめてしまいそうです。センター右のモニターでCMも放映し、興味を引く工夫がされています。

## 生活協同組合 共立社 鶴岡協同の家こびあ店 (山形県)



上部両サイドのぼりとセンターにヨーグルトのビッグダミーを配置することで、全体的にシメトリでバランスのよい売場になっています。遠目からでも、そこになががあるかわかりやすい陳列です。Bifixス菌Bifixの訴求も目立っています。

# 入賞

賞金 3 万円

- 生活協同組合 共立社 こびあコープ酒田店
- (株)伊藤チェーン 食品館イトー仙台泉店
- (株)Olympicグループ 港北ニュータウン店
- (株)かましん カルナ駅東店
- (株)かましん 雀宮店
- (株)ウオロク 吉田店
- (株)ウオロク 大学前店
- (株)ウオロク コモ店
- (株)ウオロク デッキイ店
- (株)ウオロク 鳥屋野南店

- (株)デリシア 伊那インター店
- (株)デリシア 梓川店
- (株)デリシア 桐店
- マックスバリュ東海(株) マックスバリュ御殿場原里店
- マックスバリュ東海(株) マックスバリュ長泉竹原店
- マックスバリュ東海(株) マックスバリュ沼津南店
- 株光洋 KOHYO 東生駒店
- (株)フジ フジグラン山口店
- (株)ニシムタ 吉野店
- (株)Aコープ佐賀 Aコープやまもと店