Let's JINRO

つくるのも、たのし〜お酒

結果発表 2016夏 ディスプレイコンテスト

実施期間：2016年6月1日（水）〜7月31日（日）

日頃より眞露商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、この度は弊社の「2016夏 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。

眞露株式会社

店舗 コース

JINRO 5ケース以上の陳列

グランプリ

10万円 1店舗様

（株）すぎた　岡崎店様（愛知県）

夏の行楽をテーマに「Let's BBQ！JINRO」として展開している売場です。レンガ炉のディスプレイを中央に設置し、実際に焼いているかのように、火や網、肉類などもセッティングしBBQシーンを再現した視覚的効果は抜群。手軽に楽しめるJINRO焼酎ハイボールをはじめ、多彩なJINRO商品をラインアップしていることも、ボリューム感とともにポイントとなっています。

準グランプリ

5万円

5店舗様

ムナカタ安積四丁目店様（福島県）

マートカマヤ様（埼玉県）

相鉄ローゼン（株）（神奈川県）上星川店様

酒の日野屋様（千葉県）

（有）酒・スーパー　みどり様（新潟県）

優秀賞

1万円 10店舗様

（株）テキサス BIG テキサス北店様（北海道）
（株）いちいリカーズ酒蔵様（福島県）
ムナカタ富田店様（福島県）
ムナカタ横塚店様（福島県）
酒のサイガ土合店様（茨城県）
ブーブーチャンピオン様（埼玉県）
スーパーカワグチこてはし中央店様（千葉県）
（株）ビッグヨーサン座間ひばりが丘店様（神奈川県）
アークランド・サカモト（株）ムサシ食品館　十日町店様（新潟県）
リカーマウンテン城陽平川店様（京都府）

企業 コース

JINRO 5ケース以上の陳列、5店舗以上での参加

グランプリ

10万円　1企業様

(株)ヨシヅヤ様(愛知県)

エンドや島陳列など、各店が視認率の高い場所を選定して売場を展開しました。レモンをディスプレイとして利用し、夏に好まれるJINROのレモンサワーを積極的にアピール。購買意欲を喚起する工夫となっています。さらに、手軽に楽しめるトライアル施策として、JINRO焼酎ハイボールをラインアップするなど、購買促進のアイデアがある売場となっています。

準グランプリ

5万円

5企業様

よねや商事(株)様(秋田県)

(株)サンユー様(栃木県)

(株)トーホー・パワーラークス様(東京都)

(株)せんどう様(千葉県)

(株)ランドロームジャパン様(千葉県)

対象商品

必須商品

JINRO 375ml　JINRO 700ml　JINRO 1.8L　JINRO 2.7L　JINRO 4L

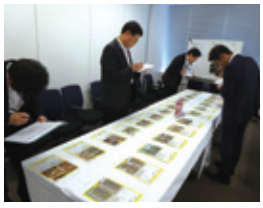
おすすめ商品

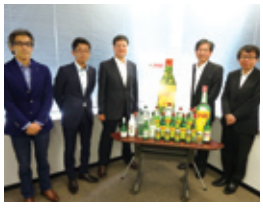
Chamisul【チャミスル】20度 700ml　Chamisul【チャミスル】22度 700ml　JINROマッコリ 375ml　JINROマッコリ 1000ml　JINRO焼酎ハイボール レモン 350ml缶　JINRO焼酎ハイボール グレープフルーツ 350ml缶

審査のポイント

1. 陳列のボリューム感　アピール力があり ボリューム感 あふれた陳列
2. 独創性のある売場づくり　オリジナルPOPの活用や アイデアあふれる 演出力がある売場
3. ブランドの訴求力　世界各国で愛されている JINROイメージの わかりやすいアピール
4. 飲み方の提案　JINROの おいしい飲み方や 楽しみ方の提案
5. 展開場所・期間　集客力の高い場所での 展開や 陳列期間の長さ

審査風景・審査委員





眞露株式会社

マーケティング部門　常務執行役員　権　弘鳳(左から3番目)
第一営業部門　部門長　上出　將人(左から2番目)
マーケティング部門　宣伝販促チーム長　信太　聡(左から1番目)

株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

代表取締役　三橋　和夫(右から2番目)
取締役　編集局長　石川　純一(右から1番目)

飲酒は20歳になってから。飲酒運転は法律で禁止されています。
妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります。
のんだあとはリサイクル。

眞露

2016夏　ディスプレイコンテスト
店舗コース　グランプリ

㈱すぎた 岡崎店

（愛知県岡崎市）

顧客のニーズにあった販促

今年の夏、開催されたJINRO「2016夏ディスプレイコンテスト」において、店舗コースのグランプリを受賞したのは㈱すぎた（愛知県岡崎市、杉田至社長）の岡崎店である。売場づくりを担当した後藤恭輔主任は「グランプリ受賞は、とてもうれしい」と笑顔で語ってくれた。

今回のコンテストには、「バーベキューはレモンサワーで乾杯！」という提供POPが用意されていたことから、後藤主任は「ありそうであまりなかったバーベキューというテーマは、効果的な販促になると確信した」という。実際に、週末になるとクーラーボックスがいっぱいになるほど酒類を購入して、バーベキューに向かう顧客が多い。今回のコンテストをきっかけに、トライアル購入によってJINROのファンを増やすことを目的に売場づくりが行われた。

「Let's BBQ! JINRO」と書かれたトップボードを掲げ、レンガ炉を設置し、バーベキューを再現することで、強力にアピール。さらに、手軽に楽しめるJINRO焼酎ハイボールもラインアップすることで、顧客のバーベキューのニーズに応えるJINRO提案が見事に行われている。「コアなファンを獲得しているJINROですが、今回、新たなファンを獲得できたと思います」と後藤主任は語ってくれた。

視覚効果による演出で、「バーベキューにもJINRO」というアピールが行われた売場

酒販店として売場面積が日本一といわれている岡崎店は、プライベートブランドも含め、豊富な品揃えが魅力

売れてこそ、受賞に価値！

酒販店として売場面積が日本一という岡崎店。その魅力は、なんといっても豊富な品揃えである。顧客の間では「飲食店で飲んで、おいしいと思った珍しい酒でも、すぎたなら置いてある」と言われるほどだ。そのため、来店客は広範囲な地域から同店にやってくる。

そのような状況に甘えることなく、同店ではコンテスト参加の有無に関係なく、最低でも月1回は催事スペースで特別な売場展開を行っている。マンネリ化を防止することや新商品の情報提供、季節演出による売場活性化が目的である。後藤主任は「コンテストでも、受賞目的に売場づくりを行うことはありません」と語る。来店者が買物を楽しめる提案をすることで売上に結びつく。売れるということは、訴求効果がある売場である。つまり、「売れる＝受賞」となる売場づくりをめざしている。

「今後も、お客さまに喜ばれることを第一に、最高の評価をいただけるような挑戦を続けたい」と後藤主任は語ってくれた。

売場づくりを担当した㈱すぎた岡崎店　主任の後藤恭輔氏（左）と眞露㈱中部支社の前川祐介氏

「バーベキュー」というテーマ設定に魅力を感じてコンテストに参加！