

大塚食品 飲料フェア

ディスプレイコンテスト **結果発表**

平素より弊社ならびに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。  
また、この度は「大塚食品 飲料フェア ディスプレイコンテスト」に、多くのご応募をいただき、誠にありがとうございました。  
アイデアと独自性を生かした販促効果の高い売場展開をしていただきました販売店様の中から、厳正なる審査の結果、各賞を決定いたしましたので、ここに発表させていただきます。  
今後とも、大塚食品を何卒よろしくお願ひ申し上げます。

大塚食品株式会社

**実施期間** 2016年 6月1日(水)~7月31日(日)



ボリュームコース

(必須商品15ケースを含む30ケース以上の陳列)

関東  
エリア

**グランプリ (10万円・1店様)**  
(株)タジマ 大袋店様(埼玉県)



レジ前の目立つ場所につくられた売場は、段ボールのカット技法を活用し30ケースを積み上げ、迫力の陳列を実現。また、地元の高校(青春ボトル甲子園)へアプローチするPOPをつくり、訴求することで、販促促進を図るアイデアを売場で展開しています。

**準グランプリ (5万円・1店様)** すーぱーこいけ 横塚店様(群馬県)

**エリア賞 (1万円・2店様)** マルエドドラッグ 大胡店様(群馬県)  
(株)ハース様(埼玉県)

中部  
エリア

**グランプリ (10万円・1店様)**  
フィールコーポレーション ハミング店様(静岡県)



マッチの大型ボトルPOPや大型ポスター、垂れ幕は、すべて手づくりのオリジナルとのこと。店内のどこからでも目立つ効果は抜群です。さらに、圧倒的な陳列量は、迫力だけではなく、美しさとインパクトが両立したディスプレイになっているところがポイントです。

**準グランプリ (5万円・1店様)**

フィールコーポレーション 豊川西店様(愛知県)

**エリア賞 (1万円・2店様)**

田子重 清里店様(静岡県)  
フィールコーポレーション ハーモニー店様(愛知県)

中国・四国  
エリア

**グランプリ (10万円・1店様)**  
キョーエイ 藍住店様(徳島県)



「徳島の夏を元気に」をコンセプトに売場展開。さらに「徳島の高校生応援」というキーワードを具現化するためにPOPと売場づくりを地元の高校生に協力してもらったという力作。ターゲットである高校生のリアルな思いが詰まった売場です。

**準グランプリ (5万円・1店様)** キョーエイ 鳴門店様(徳島県)

**エリア賞 (1万円・2店様)** (株)フレスタ 横川店様(広島県)  
丸合 パティオ店様(鳥取県)

九州  
エリア

**グランプリ (10万円・1店様)**  
Aコープ やまもと様(佐賀県)



トップボードからフロアまで、マッチ色にすることで、世界観のある売場になっています。マッチ20周年と青春ボトル甲子園キャンペーンを大々的にアピールし、「青春のマッチ」「高校生のマッチ」という訴求が、ボリューム感とともに伝わってきます。

**準グランプリ (5万円・1店様)** タイヨー 国分店様(鹿児島県)

**エリア賞 (1万円・2店様)** ブラッセだいわ 宮之城店様(鹿児島県)  
サンキュー 新栄店(タイヨー)様(鹿児島県)



大塚食品株式会社

執行役員 営業部 統括部長 豊由 哲彦  
 執行役員 製品部長 金子 忠晴  
 さいたま支店 支店長 足田 英之  
 名古屋支店 支店長 浅野 泰孝  
 広島支店 支店長 高橋 清治  
 福岡支店 支店長 河合 利夫

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

審査のポイント

オリジナリティ

販促ツールと手づくりPOPの組み合わせで、個性とアイデアを生かした来店客へのアピール度の高い売場演出を期待します。

ボリューム感

迫力のある陳列により、来店客にとってインパクトのある売場づくりを期待しています。

展開場所

来店客への訴求効果が高く、購買促進が図れるという、お店の特長を生かした場所での陳列を期待しています。

クリエイティブコース (必須商品10ケースを含む15ケース以上の陳列)

関東エリア

グランプリ (5万円・1店舗)

チャレンジャー 燕三条店様 (新潟県)



マッチとヘリーマッチを交互にミックス陳列するアイデアが秀逸。カラフルで楽しさがひろがるように「青春の潤いにマッチ!」というトップボードのキャッチフレーズにもピッタリな売場です。視認率と興味喚起を高める効果的なディスプレイです。

準グランプリ (3万円・2店舗)

王様のお菓子ランド 古河店様 (茨城県)  
 王様のお菓子ランド 鴻巣店様 (埼玉県)

エリア賞 (1万円・3店舗)

酒のケンモチ様 (群馬県)  
 (有)ABCスター様 (新潟県)  
 (株)新潟三越伊勢丹 新潟伊勢丹店様 (新潟県)

中部エリア

グランプリ (5万円・1店舗)

Aコープ おやべ様 (富山県)



青春ボトル甲子園参加の高校の近隣店として、ポスターなどのPOPで企画を訴求。高校生に人気の高い飲料であることをアピールしています。さらに、陳列も平積みとひな壇、ラウンド型を組み合わせることで、若者を意識した変化のある陳列となっています。

準グランプリ (3万円・2店舗)

ハーツ 敦賀店様 (福井県)  
 マルヤス 松阪様 (三重県)

エリア賞 (1万円・3店舗)

フィールコーポレーション いつも店様 (愛知県)  
 コノミヤ 滝ノ水店様 (愛知県)  
 ハーツ 志比口店様 (福井県)

中国・四国エリア

グランプリ (5万円・1店舗)

サンシャイン 佐川店様 (高知県)



飲料コーナーで、島陳列による目立つ売場となっています。夏の飲料のなかでもおすすめの商品としてアピールするために、ひまわりを活用して盛夏の季節感を演出。トップボードの飲料シーンによって、暮らしのなかで有効なドリンクとしての訴求も行われています。

準グランプリ (3万円・2店舗)

(株)ココカラファインヘルスケア 呉れんが通り店様 (広島県)  
 ショージ 高屋駅前店様 (広島県)

エリア賞 (1万円・3店舗)

Aコープ西日本 ごうつ店様 (島根県)  
 ピュアクック 己斐上店様 (広島県)  
 サンシャイン オリビオ店様 (高知県)

九州エリア

グランプリ (5万円・1店舗)

ふく薬品 みどり町店様 (沖縄県)



手書きのイラストや夏のイメージをかもし出したヤシの木POPなど、手づくり感が満載のほのぼのとした売場です。商品陳列も、変化や動きを出そうといういろいろな技法を採用しています。夏らしさや楽しさがいっぱいで、親近感のある売場は、訴求効果も抜群です。

準グランプリ (3万円・2店舗)

Aコープ ララベル店様 (佐賀県)  
 ふく薬品 ふてんま店様 (沖縄県)

エリア賞 (1万円・3店舗)

ジョイフルサン 江川店様 (長崎県)  
 ミネサキ 東串良店様 (鹿児島県)  
 ふく薬品 もとぶ店様 (沖縄県)