

丸美屋食品工業

「春のディスプレイコンテスト」審査結果



道北アークス ウェスタン川端店



ハマヤ サンシャインしまんとハマヤ店

今回の「春のディスプレイ」は、①売場のボリューム感 ②オリジナリティー ③買いやすさ(消費者の購買意欲を喚起できているか)という3つの共通基準を基にした厳正な審査の結果、Aコース全国大賞(賞金50万円)は「ハマヤサンシャインしまんとハマヤ店」(高知)、「道北アークスウェスタン川端店」(北海道)の2店に決定。「ハマヤサンシャインしまんとハマヤ店」(写真上・右)は、「今日もおもしろく丸美屋が春をお知らせします」と春を告げる時報テイストのトップボード、土佐弁の「好きやき」と「すきやき」をもじったポスターでの「すきやきふりかけ」のアピール、周年商品を訴求した自作の販促物などで目を引き、来店客の購買意欲を喚起する工夫が凝らされている点が高評価を得た。一方、「道北アークスウェスタン川端店」(同上・左)は、天井から大きな垂れ幕を吊るし、ふりかけの使用シーンを楽しい言葉で想起させるなど、広い売場をうまく活用したインパクトのある陳列が特徴的。また、地元北海道に馴染み深い「北海道×丸美屋」をテーマに、「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

実施結果は、小売・量販店の参加店舗数4168店で前年比4%減。写真参加店が670店で4%減。今年はふりかけ類市場が好調なことから、店頭露出を需要期より前倒しで実施する店舗があったことから、参加店舗はやや前年割れとなった。総売上数は約10万8000ケース、3%減。コース別では、Aコース(30ケース以上・大型陳列で勝負)が5%減、Bコース(10ケース以上・30ケース未満・技あり陳列で勝負)が1%増、Bコースは4年連続で増加した。

「北海道×丸美屋」をテーマに、「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

コンテスト」は、①売場のボリューム感 ②オリジナリティー ③買いやすさ(消費者の購買意欲を喚起できているか)という3つの共通基準を基にした厳正な審査の結果、Aコース全国大賞(賞金50万円)は「ハマヤサンシャインしまんとハマヤ店」(高知)、「道北アークスウェスタン川端店」(北海道)の2店に決定。「ハマヤサンシャインしまんとハマヤ店」(写真上・右)は、「今日もおもしろく丸美屋が春をお知らせします」と春を告げる時報テイストのトップボード、土佐弁の「好きやき」と「すきやき」をもじったポスターでの「すきやきふりかけ」のアピール、周年商品を訴求した自作の販促物などで目を引き、来店客の購買意欲を喚起する工夫が凝らされている点が高評価を得た。一方、「道北アークスウェスタン川端店」(同上・左)は、天井から大きな垂れ幕を吊るし、ふりかけの使用シーンを楽しい言葉で想起させるなど、広い売場をうまく活用したインパクトのある陳列が特徴的。また、地元北海道に馴染み深い「北海道×丸美屋」をテーマに、「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

丸美屋食品工業はこのほど、3月1日〜4月30日まで実施した流通向けの大型企画「春のディスプレイコンテスト」の審査結果を発表した。今年「全国大賞」「全国準大賞」のほか、「周年アピール賞」「朝食テーマ賞」「行楽テーマ賞」「新商品アピール賞」「アイデア賞」などを設定し、「ふりかけ」「釜めしの素」等を中心に売り場の活性化を図った。

「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな



長野県A・コープリカまつかわ店



テラタ バイパス店

「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

「長野県A・コープリカまつかわ店」(同上・左)は、筒状の台で立体感を出し、手作りの販促物で華やかな売場を展開。商品画像を大きく配した扇状のボードや、ピクニックでおにぎりを食べるひよこを模したマスコットなど楽しく明るい雰囲気の手作り販促物で来店客の目を引く陳列が評価された。また、「麻婆豆腐の素」のアレンジレシピ提案など、商品を手にとってみたくなる工夫も評価された。

「長野県A・コープリカまつかわ店」(同上・左)は、筒状の台で立体感を出し、手作りの販促物で華やかな売場を展開。商品画像を大きく配した扇状のボードや、ピクニックでおにぎりを食べるひよこを模したマスコットなど楽しく明るい雰囲気の手作り販促物で来店客の目を引く陳列が評価された。また、「麻婆豆腐の素」のアレンジレシピ提案など、商品を手にとってみたくなる工夫も評価された。

「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな

「道産子はやっぱり鯛でしょ!!」というキャッチーな



鍵穴