

サッポロ一番

実施期間

2024

9/1(日)~
10/31(木)

秋の ディスプレイ コンテスト 2024

結果発表

対象商品



サッポロ一番 袋麺 各種

サッポロ一番 カップ麺 各種

この度は「サッポロ一番 秋のディスプレイコンテスト2024」にご参加を賜り、
誠にありがとうございました。

厳正なる審査の結果、各賞を決定いたしましたので、
審査結果を発表させていただきます。

今回ご参加いただきました多くの皆様の創意工夫とご尽力に心から感謝申し上げます。

今後とも貴店様の売上に貢献できますよう、より一層努めてまいりますので、
「サッポロ一番ディスプレイコンテスト」へのご参加、ご協力を宜しくお願い申し上げます。

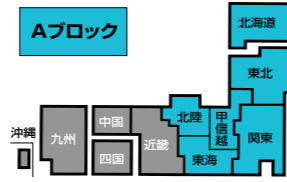


サントリー食品株式会社

A ブロック



ボリュームコース



グランプリ
30万円



株式会社ホクノ 中央店
洋日配・食品バイヤー
福士 典 様



株式会社ホクノ 中央店様(北海道)

迫力のあるひな壇陳列と左右に什器を組み合わせたことで、来店客の目を奪う圧倒的な売場展開になっています。さらに、オリジナルの大型トップボードにはCMと連動した「ずっと好きだったんだぜ。」のフレーズ、そして、ラウンドシートには「無性に食べたくなるんです～ 食欲の秋だね サッポロ一番」のフレーズを採用し、視認効果をアップさせ、同時に購買意欲も高める訴求になっています。商品特長を訴求した3食パックの陳列もポイントになっています。

準グランプリ **20**万円



株式会社マルサン スーパーマルサン吉川店様(埼玉県)

左右のワイド感だけでなく、高さのある陳列を実施したことで視認効果抜群の売場になっています。商品アイテムごとにトップボードを掲げて、商品を選びやすくしている点や、外箱の採用によって、陳列のしやすさと同時に、商品が取りやすくなっている点など配慮がある売場です。



株式会社ユニカ Farmers'Market 千歳屋様(東京都)

オリジナル作成のトップボードに「サッポロ一番でいろいろメニュー」と袋麺を使用するアレンジレシピを紹介し、購買意欲を高めています。さらに、左右にQRコードを掲出し、その場ですぐに商品情報検索ができる売場になっています。POPとともに、訴求効果を高める仕掛けがあります。

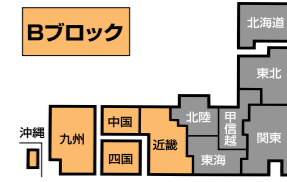
優秀賞 **3**万円

- 株式会社マルサン スーパーマルサン桶川店様(埼玉県)
- 株式会社エコス エコス川口店様(東京都)
- 株式会社ビッグヨーサン 網島梅町店様(神奈川県)
- 株式会社タカラ・エムシー フードマーケット マム 小笠店様(静岡県)
- スーパーサンシ株式会社 サンシ明和店様(三重県)

B ブロック



ボリュームコース



グランプリ
30万円



株式会社ハマヤ
サンシャインしまんとハマヤ店
グロスリーチーフ
胡麻崎 信彦様 他従業員一同



株式会社ハマヤ サンシャインしまんとハマヤ店様(高知県)

大型トップボードの「ずっと好きだったんだぜ。サッポロ一番」を受けて、右の大型ボードには「しおが好きだったんだぜ」、左の大型ボードには「みそが好きだったんだぜ」と連動させた訴求が効果的です。加えて、ロゴ入りの赤いシートをフロアに敷き、什器やジャンブルボックスを採用したことで、視認率がアップした売場になっています。パック商品の側面やカップ麺の蓋部分の商品名を見やすく陳列することで、商品名が目立ちやすくなった陳列もアイデアです。

準グランプリ **20**万円



株式会社カノー 食品館アプロ 生野小路店様(大阪府)

サッポロ一番のキャラクター「ちゆるりん」を採用し、「アプロ生野小路店 × サッポロ一番 大陳イベント」と題して展開。「ずっと好きだったんだぜ。サッポロ一番」のフレーズとともに、多彩な商品を陳列し、ハートのディスプレイを飾ることで、インパクトのある展開になっています。



サンロード株式会社 シティ店様(熊本県)

「美味しさ いろいろ 一人ひとりに愛される味」の訴求と、それを受ける「子供から大人までみ～んな大好き」「新商品も続々登場」のアピールによって、購買意欲が高められています。また、中央の張り出し陳列により、視認効果をアップ。立ち寄り率を高める工夫がある売場です。

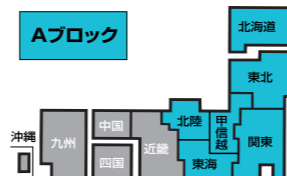
優秀賞 **3**万円

- サンエー株式会社 おおい店様(福井県)
- 株式会社カノー 食品館アプロ 高見の里店様(大阪府)
- 株式会社マルイ 国府店様(鳥取県)
- 株式会社グリーンシティー グリーンシティーショッピングセンター(島根県)
- 株式会社ホームインブルーメントひろせ スーパーコン元町店様(大分県)

A
ブロック



レギュラーコース



グランプリ

20 万円



株式会社タカラ・エムシー
フードマーケット マム 城北店
グロッサリー
山田 大晃 様



株式会社タカラ・エムシー フードマーケット マム 城北店様(静岡県)

レジ前の目立つスペースで展開された売場です。多種多様な商品をコンパクトながらも豊富に陳列することで、注目度の高い展開になっています。「サッポロ一番」の〈しょうゆ味〉〈みそラーメン〉〈塩らーめん〉と「サッポロ一番 カップスター」の〈うどん〉〈そば〉は、それぞれにオリジナルで作成した商品特長POPをつけることで、多くの来店者の購買意欲を喚起しています。ひな壇型の陳列によって、商品を手に取りやすくしていることも大きなポイントです。

B
ブロック



レギュラーコース



グランプリ

20 万円



株式会社松葉屋
吉井店
店長
山口 涼介 様



株式会社松葉屋 吉井店様(長崎県)

「サッポロ一番フェア」をテーマに展開した売場は、商品を高く積み上げることで、遠くからでも目立っています。商品アイテムごとに、縦のラインで陳列することで、パッケージカラーがアクセントとなり、特別な雰囲気が出ることで、来店客を引きつける効果を発揮しています。さらに、左右に什器を設置して、人気の「サッポロ一番 みそラーメン」やカップ焼そばを陳列。商品提案としてはもちろん、視認効果をアップする仕掛けとしても一役買っています。

準グランプリ 10 万円



株式会社三和
横浜鶴見店様(神奈川県)

ワイドに大量に陳列された商品によって、迫力のある売場になっています。目を引くビッグパッケージPOPとともに、冷凍チャーハンとのラーメンのコラボも視認効果を高めています。袋麺とカップ麺のそれぞれに多彩な商品を陳列したことで、選ぶ楽しさがある売場になっています。



株式会社ビッグヨーサン 東神奈川店様(神奈川県)

「サッポロ一番のみ 全国のご当地麺を味わおう」「あの『名店の味』を美味しくカップ麺で味わおう」と、ご当地の名店の味を味わえることをアピールしています。店名やご当地名がわかるように陳列していることもポイントで、訴求POPとしての効果も発揮しています。

準グランプリ 10 万円



雷株式会社
じゃんぼ食鮮館 羽衣店様(大阪府)

「じゃんぼ食鮮館 羽衣店 × サッポロ一番祭り」をテーマに展開している売場。ビッグパッケージPOPやサッポロ一番のキャラクター「ちゅるりん」が目を引き、立ち寄り効果を発揮しています。また、人気の「天下一品」のパッケージの黒を生かした演出がアクセントになっています。



佐藤株式会社
サトー食鮮館 和白店様(福岡県)

ハロウィンをイメージした売場展開を行っています。カップ麺を中心に陳列は、手前の透明ジャンブルボックスとともに、インパクトがあります。フロアシートやボードを活用した張り出しの演出など、来店客の目を引く効果があり、立ち寄りたくなる売場になっています。

優秀賞 2 万円

株式会社野川食肉食品センター びくり市山形北店様(山形県) 株式会社オオセキ 経堂駅前店様(東京都) 株式会社 NIGITA リカーランドトップ 本厚木店様(神奈川県)

ヤオマサ株式会社 クイズスマートヤオマサ様(神奈川県) 株式会社ウシヒロ 八熊店様(愛知県)

優秀賞 2 万円

株式会社ニッコー 東山店様(大阪府) 株式会社ニッコー 星田店様(大阪府) 株式会社アオイスポート ビス進興店様(大阪府)

JA 全農 A コープ株式会社 A コープラボ店様(島根県) JA 全農 A コープ株式会社 A コープますだ中央店様(島根県)

全国
から



特別賞

カップスター50周年賞 20万円



株式会社マルイチ 財光寺店様
(宮崎県)

サッポロ一番賞 10万円



株式会社Aコープながと
Aコープ長門店様
(山口県)

ライオン賞
10万円



株式会社スパーク
(広島県) 中山店様

全国
から



企業賞



株式会社ランドロームジャパン様
(千葉県)



株式会社おーばん様(山形県)

株式会社ぎゅーとら様(三重県)

総評

2005年にスタートした「秋のディスプレイコンテスト」は、今年で18回目(11年は不開催)となる。すでに季節の風物詩として売場にしっかり根付いており、コンテスト史上最多となる店舗が参加することになった。それだけに甲乙はなかなか付け難く、審査は困難を極めた。そんな激戦を制して、各賞を獲得した店舗や企業には改めて敬意を表したい。しかし受賞の喜びも束の間、僅差で多くの店舗や企業

が後を追っていることも事実だ。ここで次回に向けて、攻略のポイントを少し紹介させていただくと、「購入ケース数と見せ方が合致しない」という意見や「写真の巧拙差が大きい」という評が多く出ていたので、強力に“ボリューム感”を押し出したり、売場の撮影方法なども工夫してみたい。

(株)ダイヤモンド・リテイルメディア
取締役 編集局 局長 千田 直哉

審査委員



サンヨー食品販売(株)

代表取締役社長
営業本部 執行役員副本部長
営業本部 営業統括部 部長
営業本部 営業統括部 部長

サンヨー食品(株)

マーケティング本部 常務取締役本部長
マーケティング本部 カップスター/既存ブランドグループ 部長
マーケティング本部 新製品/新ブランドグループ 部長

(株)ダイヤモンド・リテイルメディア

代表取締役社長
取締役 編集局 局長
シニアコンサルタント

水上 幸重(前列右から2人目)
山田 健祥(後列左から3人目)
安井 真二(後列右から2人目)
城所 哲也(後列左)

篠原 幸治(前列右)
八木 央光(後列右から3人目)
成田 卓司(後列左から2人目)

平井 俊之(前列左から2人目)
千田 直哉(前列左)
味方 和也(後列右)