

パネル＋シール連動事例

ヒカリ紙工（株）

スーパー A 様

●概要

- ・ 県内に 10 店舗以上を構える
- ・ 地元根付いた地域密着型スーパー
- ・ 国内産、県内産にこだわり地産地消を推進している

●立地

- ・ 幹線道路に面し、ライバル店 3 店舗が 500m 圏内にひしめく
厳しい条件

●売場

- ・ 黒を基調としたシックで清潔感、高級感のある売場
- ・ 既に手作りのパネルや POP を使用している



スーパーA 担当バイヤー様のお声・思い

●お困り事

- ・ 周辺 500m 圏内にライバル店 3 社に囲まれていてお客様の取り合いになっている。少しでも差別化を図りたい。
- ・ 売りたい商品をどう PR して売ってよいか悩んでいる。
(シールや POP は使用しているが今ひとつ売上に結びつかない)

●今回売りたい商品

「太白ちりめん」

●なぜ「太白ちりめん」なのか？

- ・ 塩干の売上の 6 割を占めるイカ、サーモン、モズク等の漁獲量が激減したため、年中獲れるちりめんでは売上が何とかカバーしたい。
- ・ 和のイメージが強く、ちりめんの良さを知らない人（老若男女）に様々な食べ方の提案をすることで本当の良さを知って欲しい。
- ・ 地元の漁港で水揚げしてすぐに加工するので、是非その鮮度を特に地元の方に味わっていただきたい。

お客様と何度も打合せを行い、実際の売場も視察した上で売場に最適なパネル、シールをご提案させていただきました。

設置実例

メインのパネルをなるべく商品に近い所へ配置し、商品に対しての
思いやお薦めする理由をバイヤー様の顔写真と共に見易く表示。
売手の顔を出すことで、安心感と関心度をより強く与えます。
どの商品が目印となるシールの柄も表示して商品に誘導する。



若年層の目を惹くため
バイヤー様と地元主婦
との「太白ちりめん」を
巡ったやり取りをLINE風
パネルで表現。

この商品がパネル記載の
商品であることが一目で
分かるように目印として
シールを貼る。



商品を使用し調理した
1分レシピを配置。
お手軽さをアピールし更に
購買意欲をかき立てる。

スーパー A 様での結果

2016 年度

パネル+シール連動なし

月/日	合計	店舗A	店舗B	店舗C	店舗D	店舗E	店舗F	店舗G
10/30~11/5	96,877	21,271	2,239	38,078	6,374	21,041	4,168	3,706
10/23~29	137,749	27,822	10,891	46,756	13,285	22,458	6,979	9,558
10/16~22	111,534	26,416	6,126	39,106	8,272	18,391	5,343	7,880
10/9~15	117,136	28,113	4,303	46,742	2,276	24,407	4,944	6,351
10/2~10/8	84,024	20,281	0	39,762	0	19,227	2,554	2,200
9/25~10/1	82,353	19,411	6,107	33,971	0	15,551	5,849	1,464
9/18~9/24	92,522	21,488	2,217	36,861	6,987	19,651	3,739	1,579
9/11~9/17	85,656	22,127	2,383	30,363	4,953	18,989	3,823	3,018
9/4~9/10	93,430	24,067	3,349	34,924	4,666	20,331	3,083	3,010
9/1~9/3	47,659	10,701	224	19,377	1,958	12,416	1,910	1,073
合計	948,940	221,697	37,839	365,940	48,771	192,462	42,392	39,839

2017 年度

パネル+シール連動あり

月/日	合計	店舗A	店舗B	店舗C	店舗D	店舗E	店舗F	店舗G
10/30~11/5	130,632	29,406	17,541	41,262	12,877	16,957	8,707	3,882
10/23~29	153,207	31,442	23,328	40,780	15,512	23,712	9,496	8,937
10/16~22	136,647	28,772	19,426	39,868	10,481	18,496	13,233	6,371
10/9~15	164,281	31,990	27,633	44,395	17,830	24,438	7,486	10,509
10/2~10/8	112,130	25,587	21,396	29,905	12,849	17,506	0	4,887
9/25~10/1	123,269	33,507	17,675	37,427	11,741	16,360	0	6,559
9/18~9/24	140,536	32,018	29,333	33,712	10,884	21,248	7,119	6,222
9/11~9/17	166,771	36,651	27,395	45,356	11,914	25,073	14,267	6,115
9/4~9/10	170,278	32,170	33,734	45,688	13,516	23,732	11,595	9,843
9/1~9/3	65,520	17,437	6,079	19,555	7,167	7,835	4,027	3,420
合計	1,363,271	298,980	223,540	377,948	124,771	195,357	75,930	66,745

※ は店舗閉店期間（リニューアル、改装等）

総合結果

	合計	店舗A	店舗B	店舗C	店舗D	店舗E	店舗F	店舗G
前年差	414,331	77,283	185,701	12,008	76,000	2,895	33,538	26,906
	143.7%	134.9%	590.8%	103.3%	255.8%	101.5%	179.1%	167.5%

前年度対比 43%UP!!

分析結果

左記の表が実際にスーパー A 様よりご提供いただいた「太白ちりめん」約 2 ヶ月間の前年度対比の集計表になります。

結果なんと **43%もの売上アップ**に繋げる事ができました。正直この結果にはスーパー A 様はもちろん弊社も驚きと喜びを隠せませんでした。

パネルによって売り手の**強い思い**、この商品を買うと**どういった良いことがあるのか**、伝えたいことをお客様によりストレートに伝えることができたと考えられます。またこの商品がどの商品なのかシール自体に目印という**意味合いを持たせる**ことにより、お客様をうまく誘導できたと考えられます。

その結果お客様にこの商品を選ぶ理由ができ、購買意欲が上がることで今回の大幅売上アップ、売りたい商品を売ることができたという分析結果です。

ご協力いただいたスーパー A 様には引き続き様々な商品でパネル+シール連動をご提案させていただいております。

売りたいモノを売り確実に売上アップに繋げる。
それがこの企画最大のメリットです。