

コンビニ強化のアツギ 専用新パッケージを開発 主力ブランド・アスティークで4月1日より店頭展開

ストッキング製造販売のアツギ株式会社（本社：神奈川県海老名市、代表取締役社長：工藤洋志）はコンビニエンスストア専用のパッケージを開発しました。販売ルート別戦略に注力するアツギは、2017年度にコンビニエンスストアの専門支店を新設し、コンビニ向けの提案を強化しています。今回の専用新パッケージはコンビニ特有の狭小スペースへの戦略的提案として業界に先駆けて開発したもので、コンビニエンス各社の売上効率アップに貢献致します。専用新パッケージはアツギの主力ブランド「アスティーク」のコンビニ展開に使用し、4月1日より店頭展開します。



戦略的なサイズ設計で売り場に貢献する、新パッケージのポイント

日本のストッキング市場では、中台紙とともに商品をたたんで台紙に挟み、PP袋に入れた幅14cm、高さ22～23cmの包装が一般的です（写真右）。売場スペースに制約のあるコンビニエンスストアでは近年、同様の包装のまま小さくしたもの（幅12cm、高さ22センチ、写真中）がスタンダードな仕様・サイズとなっており、アツギもこれに準じています。

今回のコンビニ専用パッケージ（写真左）は、包装形態自体を見直したもので、中台紙・台紙をなくして商品を小さくたたみ、小型のフィルムパッケージに収納する形にしました。幅10cm、高さ18cmと現行のコンビニパッケージよりさらに小さくなりました（意匠登録出願中）。新パッケージの開発ポイントは次の3点です。

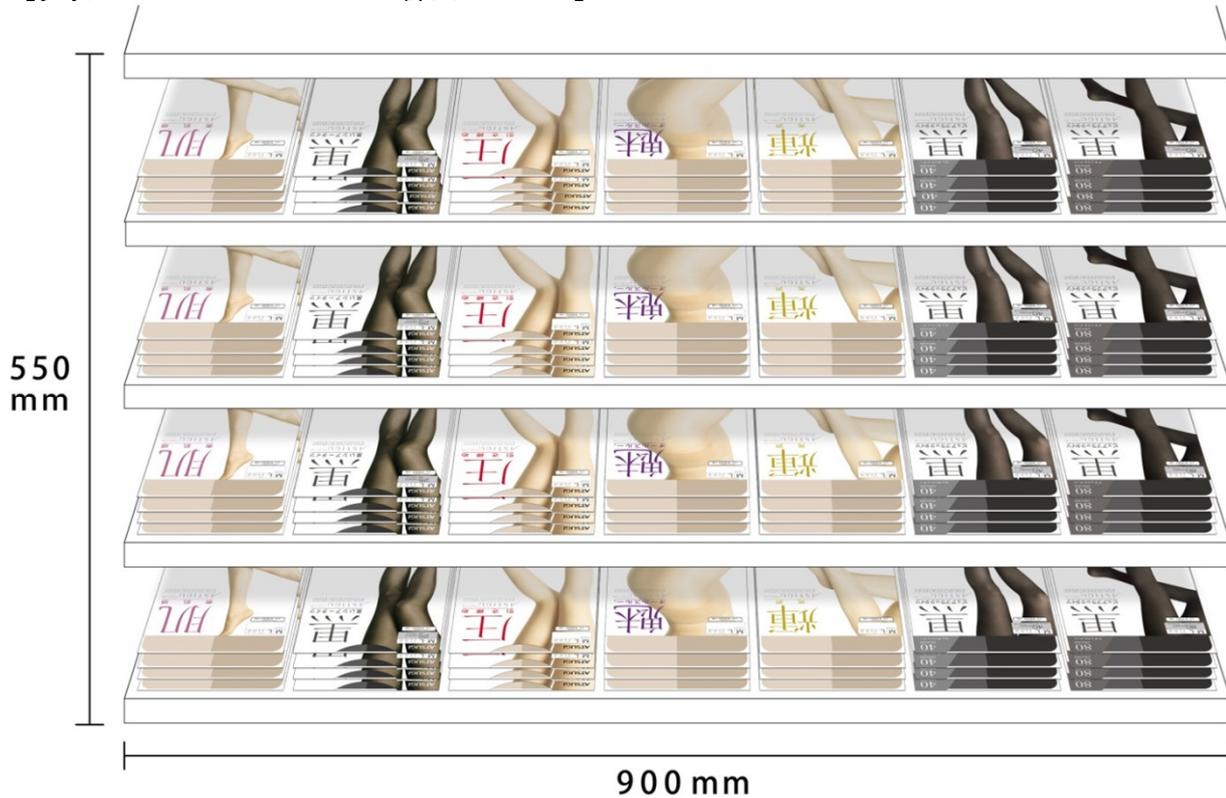


ポイント① スペース効率を維持しながら表面を露出、訴求力向上・売上アップへ

新パッケージは、単なる小型化に留まらない戦略的なサイズ設計を行いました。

現在コンビニエンスストアのストックング売場では、従来型のパッケージを商品棚に平たく積み上げる陳列が一般的になっています。この方法はスペース効率が良い反面、お客様の目線にパッケージが正対しないことや、上の棚板に隠れてパッケージ全面が見えないことから、商品訴求力が損なわれることが課題となっていました。

【現状のコンビニエンスストア陳列イメージ】



そこでコンビニ専用新パッケージは、同等のスペース感で、パッケージの表全面をフック掛けで見せながら陳列可能なアイテム数は現行パッケージとほぼ同数を維持できる、戦略的なサイズにしました。具体的には現行パッケージで7列×4段の平置き陳列（フェース数は28）が出来ていたスペース内で、パッケージ表全面、つまり訴求文言全てを見せる形で、9列×3段（フェース数は27）のフック掛け陳列が出来るように設計しました。

【新型パッケージによる陳列イメージ】



専用新パッケージで従来売場を構成すると、1フェース減少するものの、パッケージ表全面を見せられることのメリットが1フェース減少のデメリットを相殺し、上回る見込みです。というのも、ストックング専門メーカーであるアツギの70年に渡る経験値では、パッケージがお客様に正対している場合と平積みになっている場合を比較すると、前者の方が売上が明確に改善することが期待出来るためです。

今回のコンビニ専用新パッケージは、現状のスペース感の中でフェース数をほぼ維持しながらも、商品訴求力を損なわないフック掛け販売を可能にすることで、売上アップに貢献します。

ポイント② 自立型パッケージで棚置き陳列にも対応

今回の専用新パッケージは、什器を使用しない場合も棚板に置いて販売できる自立型です。陳列変更にも柔軟に対応します。

ポイント③ コンビニ特有の顧客ニーズにマッチ

専用新パッケージはコンパクト化により、持ち運びがさらに容易に。また、中台紙を使用しないパッケージなので、商品を取り出しやすいことも利点の一つです。伝線による緊急購買の来店が多いコンビニ顧客のニーズにマッチした包装形態です。

本件のお問い合わせ先

アツギ株式会社 マーケティング部 担当:山先 薫(午前9:00~午後5:00まで) お問い合わせ専用電話番号:046-235-2450

会社名:アツギ株式会社 代表者氏名:代表取締役社長 工藤洋志 資本金:317億円
本社所在地:神奈川県海老名市大谷北一丁目9番1号 お問い合わせ先:TEL:046-235-2450 FAX:046-232-7507