



# POP作成の改善で生まれた “時間”と“Olympicらしさ”

正直を売る——創業から58年にわたり、この理念を基軸に流通小売業界を走り続けてきた株式会社Olympicグループ。長い歴史を歩んできたOlympicが新しいPOP作成システムとカラーレーザービームプリンターを導入したのは、今から3年前だった。



## Client Profile

- 社名……………株式会社Olympicグループ
- 本部所在地……………東京都国分寺市本町4-12-1
- 事業内容……………食品、生活用品、衣料品等の販売
- 従業員数(連結)……………4,355名

(8H換算パートタイマー3,123名含む平均従業員総数)

## 1 導入背景 課題は「時間」「労力」「統一性」

POPは価格、商品、ひいては店を知るための重要なツールだ。そのため、正しい情報とともに企業のカラーを出すことが求められる。そこに、それまで各店舗でPOP作成を行っていたOlympicの課題があった。

「部門で一台しかないPOPが作成できるパソコンには、常に順番待ちの列ができていました」。同社マーケティング部の国永容子さん、3年前をそう振り返る。



▲マーケティング部  
国永容子さん

当時POPは、特定のパソコンで限られた人しか作成できず、時間もかかった。また、POPの種類も多種多様で、統一性のないPOPが飾られていた。そんなとき、導入されたのがキヤノンが販売するPOP作成システム「ポップエース」とカラーレーザービームプリンター「Satera LBP」だ。



▲ Satera LBP

## 2 選定理由 最後の決め手はキヤノンの熱意

「ポップエース」は、POPデータをWeb上で一元管理することで、どの店舗からでもサーバーにアクセスして同じPOPを作成できるシステムだ。またPOSシステムなどとデータ連携を行うことで売価違いを防止できたり、商品のJANコードをハンディでスキャンし、ポップエースに送ると商品データが自動的に連携され、そのまま印刷するだけでPOPが完成する。一方、「Satera LBP」は、高生産性と低消費電力を両立させたプリンターだ。



▲ POPの作成・管理が容易

国永さんは、「情報量の多いPOPを作成したいときは、Excel上でPOP出力ができるといった使い勝手の良い機能も魅力的でした」と話す。

同社マーケティングチームリーダーの阪本節雄さんは、「何と言っても、キヤノンの熱意が決め手でした。わが社に貢献したいという熱い思いがひしひしと伝わってきたんです。課題や要望に対しても親身になって耳を傾けてくれる姿に心強さを感じました」と語っている。

▼マーケティングチームリーダー  
阪本節雄さん



3 導入後の成果

## 作業効率の向上と統一感のあるPOPで お客さまにも従業員にも優しい売場に

ポップエース導入後、Olympicでは、本部で作成したPOPデータを店舗のパソコン画面上で選択してPOPを出力するという方法に変更した。「フォントや色などのフォーマットが統一され、パッと見ただけで商品情報がわかるようになりました。フロアに統一感が出ますし、お客さまからは見やすくなったという声も聞きます。また、どのパソコンからでもPOPが作成できるようになったことで、順番待ちといった無駄な時間が減ったこともうれしいことの一つ。今までPOP作成に費やしていた時間を別のことに使えます」とOlympic武蔵浦和店ディスカウント部門次長の前田有伺さんは話す。

さらに、同店フード部門次長の牧野洋平さんと同店フード部門の岡野建三さんは、口をそろえて作業効率アップを実感していると言う。「商品のJANコードを入力するだけで検索ができるため、



▲ディスカウント部門次長  
前田有伺さん

手入力の手間がなくなり、本当に便利になりました。それだけでなく、複数のサイズのPOPを1枚の用紙にまとめて印刷できる

ようになったので、用紙のムダも削減できました」と岡野さん。牧野さんも「操作が簡単で覚えやすいので、スタッフほぼ全員がPOPをつくれるようになりました」と続ける。

同時導入したカラーレーザービームプリンター「Satera LBP」はどうだろう。「長尺のPOPもスピーディーに印刷ができます。また、消耗品のもちが良く、交換の頻度が少ないので手間がかからず、コスト面でも大きなメリットを感じています。交換も簡単に行えるので、誰でも手軽に取り扱える点もうれしいですね」と前田さんは話す。



◀フード部門次長  
牧野洋平さん



フード部門  
岡野建三さん

4 今後の展開

## これからはスタッフの売場にかける思いを POPに乗せていきたい

「私たちの新しい挑戦をお客さまにわかりやすく表現し、伝える役割がPOPにはあると思っています」と阪本さんは言う。また国永さんも「これからは店舗の個性をどう出していくかが課題。店舗で働くスタッフの売場にかける思いをPOPにしっかり乗せられるようなシステムになっていけばうれしいです」と語っている。



▲売場の思いをPOPで表現



▲POPが売場に華を添える

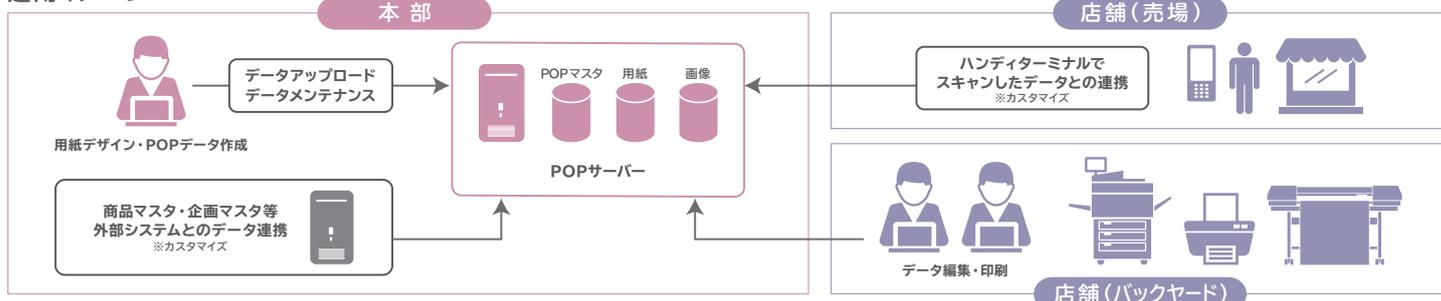
食べる楽しみ、  
見つける楽しみ  
を提供し、新しい  
食文化をつ  
くっていく会社

であり続けたい。これがOlympicの願いだ。キヤノンのPOP作成システムとカラーレーザービームプリンターが、Olympicの未来を輝かせる一助となることを期待している。

ポップエース導入後の効果

- 複数台のPCからPOP作成が可能となりPOP待ちが解消
- 簡単、分かりやすい操作で誰でもPOP作成が可能に
- 本部作成デザインの共有で商品情報が一目で分かるPOPに統一
- 外部システムとのデータ連携で手入力の手間、誤表記を削減
- 異なるサイズのPOPをまとめて印刷し用紙のムダを削減

運用イメージ



●Canon、Canonロゴはキヤノン株式会社の登録商標です。●本紙に記載されている会社名、商品名は、一般に各社の登録商標または商標です。●記載の内容は2021年1月現在のものです。●弊社の都合により予告なく変更させていただく場合がありますのでご了承ください。

製品に関する情報はこちらでご確認いただけます。

Home Page キヤノン ホームページ  
**canon.jp**

●お求めは信用のある当社で

2021年1月現在