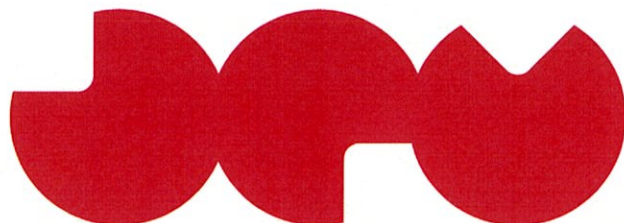


第53回 日本プロモーション・マーケティング ショー 2024



JPM SHOW 2024

In-Store
Marketing
Show & Awards

Promotional
Marketing
Awards

Young
Creative
Awards

ご協力・ご来場の御礼と開催報告



一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会

日頃は日本プロモーション・マーケティング協会の活動に、
ひとかたならぬご指導ご鞭撻を賜わり、誠にありがとうございます。

「第53回 日本プロモーション・マーケティング ショー2024」は、関係者の皆様の多大なるご協力の下、無事滞りなく終了致しました。一重に皆さまのご協力おかげでございます。誠にありがとうございました。

ご多忙な時期にも関わらず会場に足を運んでいただきました皆様、また、各アワード・コンテストにご応募いただきました皆様、販促見本市にご出展いただきました皆様、ステージゾーンでセミナー講師をお努めいただきました皆様、そして、さまざまな面でご協力を賜りました運営関係者の皆様に、厚く御礼申し上げます。

当展示会は1971年の第一回開催から半世紀の歴史を経て、第53回目の開催となりましたが、協会展の名称を「日本プロモーション・マーケティング ショー2024」と改め、新たに再定義したビジョンとコンセプトに基づき、“時代と環境の変化を反映したプロモーションの現在と未来を、魅力的に分かりやすくプレゼンテーションする日本最高峰のプロモーション総合展”として次世代に相応しい展示会と致しました。

2024年は、このコンセプトに基づき以下のゾーンで構成いたしました。

- 日本唯一かつ世界最大規模のPOP広告のコンテストである「JPM インストアマーケティングショー&アワード」ゾーン
 - 生活者を購買行動に向けて実際に動かした、日本最高レベルのプロモーション企画のコンテストである「JPM プロモーション・マーケティング・アワード」ゾーン
 - 「25歳以下の社会人と学生」という次代を担う世代の自由な発想と、新鮮なアイデアによるデザインコンテストである「JPM ヤングクリエイティブ・アワード」ゾーン
 - 最新のプロモーションツールや技術を展示・プレゼンテーションする「販促見本市」ゾーン
- 上記4つのゾーンの全アワードで一般応募も可能とし、より開かれたアワードにいたしました。また、今年から会場内に「ステージ」ゾーンを新設し、様々なセミナーやトークセッションの催し物をご披露いたしました。
- 「ショー」に改めた祭典らしく、新しいゾーン構成でお楽しみいただけましたことと思います。

激変する時代とともに変化するプロモーションの在り方や店頭の役割について、関係者の皆さまとともに考えていく契機となりますよう、JPMショーを更に活性化していく所存です。

引き続きまして、皆様のお力添えをお願い申し上げます。

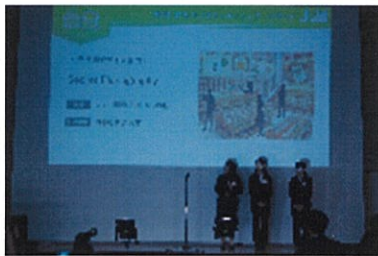
一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会
理 事 長 沼野 芳樹
インストアマーケティングショー&アワード委員会
担当常任理事 近藤 彰彦
プロモーション・マーケティングアワード委員会
担当常任理事 大畑 琢

ステージゾーン 【アワード発表&表彰式】

昨年まで別々のタイミングと手法で発表していましたが、主要3アワードの受賞作品とJPM The Planner受賞者に関して、今年から、メディア誘致活動を行い、JPMショー初日のステージで主要な賞に絞って発表いたしました。また、アワードの発表以外にJPMならではのコンテンツとして、プロモーション・マーケティングアワードの審査過程の中で、今年プロモーションを表すのに最もふさわしいと思われるワード『プロモーション・トレンドワード』の発表もトライアルで実施しました。

■内容

- 開会挨拶 沼野理事長
- アワードの説明 三浦副理事長
- JPM Awards 3アワードの受賞内容の発表
 - JPM インストアマーケティングショー&アワード
 - ・経済産業大臣賞・審査員特別賞発表
 - JPM ヤングクリエイティブ・アワード
 - ・ディスプレイ部門 / 金賞発表
 - ・売り場デザイン部門 / 金賞発表
 - ・各協賛社賞発表 (3社)
 - JPM プロモーション・マーケティングアワード
 - ・JPM グランプリ発表&表彰
 - ・THE Planner 2024発表&表彰
 - ・プロモーショントレンドワード発表



2024年 プロモーショントレンドワード
ジレンマからの脱出



- ・当日来場したメディアは、WEBメディア6媒体（ライフスタイル系：5、業界系：1）でいずれも記事掲載。
- ・掲載依頼アプローチでWEBメディア30媒体（ニュースサイト、生活情報、エンタメ、業界誌系）に掲載。
- ・アワード発表後、11/27当日配信した事後リリース（PR Times）からの転載でWEBメディア21媒体に掲載。

■掲載例（一部）



ステージゾーン 【セミナー&トークセッション】

協会展から「ショー」に。新たに再定義したビジョンとコンセプトに基づき、“時代と環境の変化を反映したプロモーションの現在と未来を、魅力的に分かりやすくプレゼンテーションする日本最高峰のプロモーション総合展”として相応しい情報発信を行う場として、またコミュニケーション交流の場として、ステージゾーンを設置致しました。27日（水）～29日（金）の毎日、各日別にコミュニケーションテーマを設け、様々な業種、業態でご活躍の講師の皆さまを迎え、ご来場の皆さまへ最新の情報発信とコミュニケーションをお届けいたしました。

| ■実施内容 | | 2024年11月27日(水) フューチャーデイ 店舗における未来を予測し、 新たな生活様式を創造する企業の講演 | 2024年11月28日(木) プランニングデイ デジタルナログ問わず、時代に合った創業工場で 新たなプロモーションを実現する企業の講演 | 2024年11月29日(金) クリエイティブデイ POPから空欄まで、店舗における体験価値を向上させる 優れたPOPを実現する企業の講演 | | |
|-------|------------|--|--|---|-----|-----|
| 10:00 | 基調講演タイム | 開会の挨拶 JPM協会理事長 沼野 芳樹 3アワードの受賞内容の発表 | 1-1 | TOPPAN様 協賛 講演タイトル 「店頭体験価値向上・環境配慮商材の最新事例紹介」 青山和寛、鉄矢俊一、 野坂知新、井上敬宏 | 2-1 | 3-1 |
| 11:00 | | インターバル | インターバル | インターバル | | |
| 11:30 | アワードタイム | ヤングクリエイティブ・アワード審査員より 第一部 「第2回ヤングクリエイティブ・アワード」審査講評 第二部 「POPの歴史と未来」 売り場の魅力を創る演出家たちのトークセッション | 1-2 | プロモーション・マーケティングアワード 審査員よりアワード講評 トークセッション ハッピーアワーズ情報室 藤井 一成 LINEヤフー 半田 英智 電通リテールマーケティング 根本 淳 | 2-2 | 3-2 |
| 12:30 | | インターバル | インターバル | インターバル | | |
| 13:00 | スペシャルタイム 1 | プロモーションとクリエイティブのバライティシフト 第1部]あらゆる“境界線”が 溶解していく時代のマーケティング 宣伝会議 谷口 優 【第2部】総合広告会社とプロモーション、 クリエイティブ人材の今(トークセッション) 宣伝会議 谷口 優×情報室 深澤 拓哉、萩原 陽介 | 1-3 | JPM学会 第1回次世代マーケティングチャレンジコンテスト受賞発表会 ・学生部 ベストチャレンジ受賞者の発表 ・一般部 ベストチャレンジ受賞者、佳作受賞者の発表 ファミリータ/中央大学大学院教授 中村 博 | 2-3 | 3-3 |
| 14:00 | | インターバル | インターバル | インターバル | | |
| 14:30 | スペシャルタイム 2 | リテールAI研究会 林 拓人 講演タイトル 「現場が牽引するテクノロジーによる販売促進の進化」 | 1-4 | 株式会社丸井グループ マルイファミリーーズ 井波 秀之 講演タイトル 「サステナブル・コミュニケーション」 | 2-4 | 3-4 |
| 15:30 | | インターバル | インターバル | 終了の挨拶 | | |
| 16:00 | スペシャルタイム 3 | | 1-5 | 特別講演 Shop! Association / Leo van de Polder 講演タイトル 「What's going on at retail worldwide?」 / 「世界の売り場・買い場では何が起こっているのか」 | 2-5 | |
| 17:00 | | 終了 | 終了 | | | |

■セミナー&セッション事例



第53回「JPM インストアマーケティングショー＆アワード」ゾーン

JPM インストアマーケティングショー＆アワード（旧POPクリエイティブアワード）は、今回53回目の開催で、応募総数409点、経済産業大臣賞1点、審査員特別賞1点、金賞32点、銀賞51点という結果になりました。

※全入賞作品一覧はJPM協会HPに掲載

当アワードは、2019年より、アメリカに本部を置くShop! Environments Associationの、Shop! OMA Awards プログラムのライセンスを受け、世界基準のアワードとなっています。JPM インストアマーケティングショー＆アワードで経済産業大臣賞を受賞すると、世界共通の業界最高栄誉のシンボルであるShop! OMA トロフィーが授与されます。また、金賞以上を獲得した作品は、当トロフィーの購入権を得るほか、Shop! Global Awards への出品が可能となります。

Shop! Environments Association (shopassociation.org)

店頭体験の向上に取り組む世界的な業界団体。

66年の歴史があり、世界25カ国で展開し、世界の小売市場に価値を提供している。

Shop! OMA (Outstanding Merchandising Achievement) Awards

もっとも革新的で実効力のある店頭およびPOPディスプレイを60年以上にわたり表彰してきた当領域に関するアワードの世界基準。

Shop! Global Awards

POPディスプレイ、小売マーケティングの活性化、小売設計の卓越性を競う世界的コンテスト。

JPM
POP CREATIVE AWARDS
Officially licensed by shop! Enhancing Retail
Environments & Experiences



世界共通の業界最高栄誉のシンボル
Shop! OMA トロフィー



経済産業大臣賞

「IPSA MEレコメンダー」

広告主／株式会社イプサ 出品会社／TOPPAN株式会社

審査員特別賞

「リンドールWOW什器」

広告主／三菱食品株式会社 出品会社／レンゴー株式会社



左/JPM協会会員社の中から選出の20名の審査員による二次審査。定められた二次審査の基準に基づき、タブレット端末を使用して投票を行う。

中/業界識者9名と経済産業省担当による第三次最終審査会の様子。三次審査（部門最高賞の金賞を決定）は定められた審査基準に基づくタブレット審査。

最終審査（経済産業大臣賞を決定）は、金賞作品一覧を出力した投票用紙にチェックをつけるかたちで投票。出品会社に所属する審査員は投票不可。

審査員特別賞は、金賞・銀賞の作品から、審査員より特に推薦があり、他の全ての審査員が賛同したものに贈賞。

右/作品展示会場入り口

第1回「JPM プロモショナル・マーケティングアワード2024」ゾーン

企画、クリエイティブ、ツール製作などで構成されるプロモーション業務は、さまざまな環境変化から、これまで以上に企画能力の精度を高めていく必要があります。このアワードは、今回新たに時代性に則した形で「JPM プロモショナル・マーケティングアワード」として、プロモーション指標からビジネス成果までを評価し、審査する世界に通じるプロモーション価値あるコンテストとしてスタートしました。企画能力の向上を最大の目的に設立したアワードです。2003年に、第1回「JPM プランニング賞」としてスタートして以来、本年で22回を数えます。

今回は、2023年に実施されたプロモーションを対象とし、新たな6部門から74点のエントリーを頂き、入賞企画は14点となりました。

(入賞企画概要展示はグランプリ及び金賞受賞企画6点をモニター映像・画像にて紹介しました)



第1回JPMプロモショナル・マーケティングアワード2024 入賞作品一覧

| 受賞名 | プロモーション名 | 広告主名 | 出品会社名 | 共同出品会社名 |
|-----------------------|----------|---|--------------------|-------------------------------|
| プロモショナル・マーケティング グランプリ | スマイルあげない | 日本マクドナルド株式会社 | 株式会社 TBWA HAKUHODO | |
| エントリー部門名 | プロモーション名 | 広告主名 | 出品会社名 | 共同出品会社名 |
| ブランディングプロモーション企画 | 金賞 | スマイルあげない | 日本マクドナルド株式会社 | 株式会社 TBWA HAKUHODO |
| | 銀賞 | デリカミニ ローンチプロモーション | 三菱自動車工業株式会社 | 株式会社 読売広告社 |
| | 銅賞 | 拝啓、受験前日の私たちへ | 大塚製薬株式会社 | 株式会社 大広 |
| | 銅賞 | 思い出を重ねるひな人形 きおくひとえ | 人形工房左京 | 株式会社 博報堂 |
| セールス&コマースプロモーション企画 | 金賞 | 「#本気で落ちないファッション」からの挑戦状 | 株式会社 コーセー | 株式会社 ADKクリエイティブ・ワン |
| | 銀賞 | 三角チョコバイの季節。 | 日本マクドナルド株式会社 | 株式会社 博報堂 |
| リテールマーケティング企画 | 金賞 | モンスター級の組み合わせ！オークワ×日清 リテールメディア・フュージョン広告 | 日清食品株式会社 | 大日本印刷株式会社 |
| | 銀賞 | 該当作品なし | | |
| 社会課題プロモーション企画 | 金賞 | 職場のロリエ | 花王株式会社 | 株式会社 電通 |
| | 銀賞 | 「柏の葉イノベーションフェスーTALKING CITYー」 | 三井不動産株式会社 | 株式会社 読売広告社 |
| | 銅賞 | 地域のもので美味しく食べる！「お防災」ギフト | 株式会社 リオンドルコーポレーション | 大日本印刷株式会社 |
| プロモーションイベント企画 | 金賞 | 話者をすり替え、体調管理を自分ゴト化！オリジナルAIモデル「体調あるあるフィギュア展」 | 株式会社 明治 | 株式会社 電通 |
| | 銀賞 | 日本初、チャットGPT搭載商談・営業専用ロボ「AI平野レミ」 | 森永乳業株式会社 | 株式会社 博報堂 株式会社 博報堂プロダクツ |
| エリアプロモーション企画 | 金賞 | JINS 30min Night Walk | 株式会社 ジンズ | 株式会社 スコープ 株式会社 グローバル・ディーラー |
| | 銀賞 | 空の水槽の再価値化「サンゴショウ・ウィンドウ」 | 株式会社 海遊館 | 株式会社 博報堂 株式会社 オズマビアー |

「JPM ヤングクリエイティブ・アワード」ゾーン

JPM ヤングクリエイティブ・アワード は、若い感性やアイデアでつくりあげた作品を広く募集し顕彰するコンペティションです。プロモーション業界や他業種の若手の方、リアル店舗の売り場や買い物に興味がある方、全国各地の学生の方など、次世代を担うヤング層に向けた公募型のアワードで、象印マホービン株式会社、パナソニック株式会社、江崎グリコ株式会社の協賛各社から、課題を提供いただいています。

販売台・告知POPなど、課題商品の立体店頭販促物をデザインする【ディスプレイ部門】と、協賛社課題または応募者が選ぶフリー商品課題について次世代の売り場を自由にデザインする【売り場デザイン部門】とで構成されています。第2回の今回も全国各地から多くの応募があり、以下の作品をはじめ計9作品が入賞となりました。

※対象は、25歳以下の社会人・大学/短期大学/専門学校/高等学校の学生(年齢制限なし)。

★全入賞作品は協会SHOWサイトに掲載 ディスプレイ部門: https://jpm-show.jp/events/young_creative_award/result_display/

売り場デザイン部門: https://jpm-show.jp/events/young_creative_award/result_saleroom/

ディスプレイ部門



左/金賞「選ぶ楽しさ!見つける喜び!」千葉県立東金テクノスクール 杉田 一花 (課題提供社 象印マホービン)

中/銀賞「安心を届けたい -Gift of Light-」東京都立城南職業能力開発センター大田校 伊東 るみ (課題提供社 パナソニック)

右/銅賞「マグ&ピース~2WAY-DISPLAY~」東京都立城南職業能力開発センター大田校 村上 薫凜 (課題提供社 象印マホービン)

売り場デザイン部門



左/金賞「Secret Floriography」同志社女子大学 田邊 琴乃、木村 心万、木瀬 那津海 (フリー課題/花屋)

中/銀賞「謎を照らす」TOPPAN株式会社 齋藤 陽菜 (課題提供社 パナソニック)

右/銅賞「roux Me Labo」株式会社 東具 和田 莉乃亜 (課題提供社 江崎グリコ)

「販促見本市」ゾーン

最新の販促新技法や販促ツールが一堂に会し、これからのプロモーション・マーケティングの展開に有効な技術やツールなどの展示・商談ゾーンです。JPM協会の会員社ではない企業様にもご出展いただくことができます。
今年により見やすく、より商談しやすい場として、アワードゾーン回遊後の場所に位置し、全ての来場者が訪れるエリアに設置いたしました。
ビジネスにつながる新たな気付きや発見の場として、より多くの企業様にご活用いただけますよう、更に工夫をして参りたいと思います。



販促見本市出展社（アイウエオ順）

- 小倉美術印刷株式会社
- 株式会社 グミ
- 株式会社 K・M・J
- 重光商事株式会社
- 株式会社 スズキ紙工
- 大日本印刷株式会社
- 株式会社 東海製作所
- 株式会社 東具
- 株式会社 博報堂プロダクツ
- 株式会社 美工
- 株式会社 フレームワークスインターナショナル
- 株式会社 プロテラス
- ワヨー株式会社
- 株式会社 OnePlanet



ご来場者は業界関係者に自ずと絞られており、他の展示会に比べ、展示テーマに関する深く濃い対話ができるのが特長。

