

第55回 日本プロモーション・マーケティングショー2026



CXエリア／DXエリア ブース出展募集のご案内

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会

今年で55回目となるプロモーション・マーケティングの総合展
「日本プロモーション・マーケティングショー(JPM SHOW)」を
12月16日(水)～18日(金)の3日間で開催いたします。※昨年は2日間開催

会場(3階展示室)では、日本プロモーション・マーケティングアワード(JPMアワード)の
インストアマーケティング部門(POP広告・プロモーションスペース etc.)の作品展示と
プロモーション・プランニング部門の企画展示を行います。

また、プロモーション業界のトップランナーによるセミナー(4階会議室)も期間中に開催いたします。

会場を構成するもう一つの重要なゾーンとして、出展企業様の製品・サービスの展示発表を行える
ブースゾーンがあります。こちらは、「CXエリア」と「DXエリア」の2つで構成されており、
JPM協会の会員社ではない企業様にもご出展いただけます。

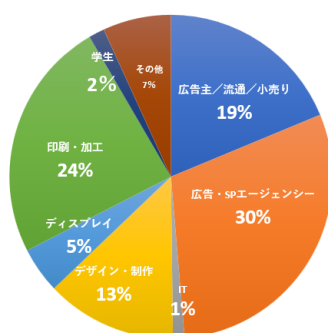
JPMアワード作品を観覧にいらっしゃる、メーカーや流通のSP担当者、POP広告担当者など、
プロモーションビジネスの専門家に、各社の製品・サービスについて、
直接アピールすることができるまたとない機会です。

次頁以降で出展概要をまとめておりますので、是非ご覧いただき、
貴社の製品・サービスのご出展につきまして、ご検討をお願い申し上げます。

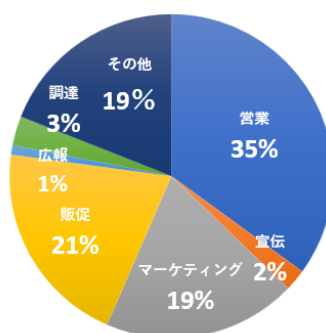
第54回 JPM SHOW 2025 来場者数(昨年実績)

日 程	12月11日	12月 12日	合 計
会場時間	10:00～19:00	10:00～17:00	
来場者	1,957名	1,834名	3,791名

来場者区分



職種区分



※JPM協会調べ

日本プロモーション・マーケティングショー は、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です。
1971年の第1回開催から半世紀の歴史を経て、今年で第55回目の開催となります。

開催概要

日程 : 2026年12月16日(水)、17日(木)、18日(金)

会場 : 東京ポートシティ竹芝オフィスタワー内

東京都立産業貿易センター 浜松町館3階

後援 : 経済産業省

協賛 : 公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会／一般社団法人 日本印刷産業連合会／

一般社団法人 日本広告業協会／公益社団法人 日本サインデザイン協会／

一般社団法人 全国スーパーマーケット協会／一般社団法人 日本ディスプレイ業団体連合会／

一般社団法人 日本空間デザイン協会／公益社団法人 日本パッケージデザイン協会／

公益社団法人 日本マーケティング協会／日本チェーンストア協会／

特定非営利活動法人エムシーイーアイ／日本プロモーション・マーケティング学会

特別協賛: 株式会社 宣伝会議



写真提供 東京都立産業貿易センター

ゾーン構成

以下のゾーン構成を予定しております。

ショーを開催することにより、JPM協会が確立を目指すブランド価値の具現化を目指しています。

日本プロモーション・マーケティングアワード(JPMアワード)

- インストアマーケティング部門: 日本で唯一かつ最大のPOP広告のコンテスト
- プロモーションプランニング部門 : 生活者を実際の購買行動に向け動かした日本最高レベルのプロモーション企画コンテスト

CXエリア プロモーションツール出展ブース

DXエリア 販促領域のデジタルソリューション出展ブース

次世代チャレンジコンテスト 学生・若手の方々に向けたコンペティション(2コース)

- エントリーA : 次世代マーケティング・プロモーション企画
- エントリーB : 次世代クリエイティブ・プロモーション制作

同時開催

NEXTセミナー ホール4階の大会議室で各種セミナー開催をします

※詳細は JPM 協会HP <https://jpm-inc.jp/exhibition/> に順次掲載して参ります。

昨年のJPM SHOW 2025 (参考)

日本プロモーション・マーケティングアワード 2025 (JPMアワード 2025)



CXエリア / DXエリア



NEXTセミナー



次世代チャレンジコンテスト



「CXエリア」でアピールいただきたいソリューション

例

SDG'sを踏まえ開発された製品・サービス POPサイネージ、3Dプリンター、映像機器など
Z世代をターゲットとした製品・サービス ベーシックな販促ツールやメソッド、売り方提案など
販促キャンペーンの企画や仕組みに役立つキャラクターや事務局運営メソッドなど

「DXエリア」でアピールいただきたいソリューション

例

売場をメディア化する「データ連動型サイネージ・リテールメディア技術」など
棚前の顧客行動を可視化する「AIカメラ・店舗アナリティクス」など
スマホとリアルを融合させる「AR体験・スマート什器」など
購買をファン化につなげる「レシート連動型SNSプロモーション・CRMツール」など
制作の現場をDXする「生成AIを活用したPOP・クリエイティブ自動生成」など

■出展スペース

基本1コマ(幅2,970X奥行1,980X高さ2,400mm)と、2コマ(幅5,940X奥行1,980X高さ2,400mm)
ご用意しておりますが、ご希望により幾つでもご用意いたします。

■ご出展に伴う付帯サービス(予定)

- ① 会場内での社名表示
- ② JPM SHOW「作品集」への広告・PRページ掲載
- ③ JPM SHOW「作品集」贈呈
- ④ JPM SHOW 入場券(1小間当たり25枚)贈呈

■ご出展料金(1コマあたり)

1コマ／幅2,970×奥行1,980×高さ2,400mm
ご希望により、複数コマをお申込みいただけます。

JPM協会 会員
一般
(共通)

300,000 円(税込／1コマ)

■お申し込み方法

出展条件の詳細を「出展概要」にてご確認のうえ、「出展申込書」に必要事項をご記入いただき、
メール添付で JPM協会 事務局担当者までお申込みください。

■お申し込み締切日

2026年9月11日(金)

■ご出展料のお振込み

「出展申込書」受理後、E-mailにて、ご請求書(pdfデータ)をお送りします。
ご請求書に記載の振込先まで、2026年10月16日(金)までにお振り込みいただくことになります。

～ お問い合わせ先 ～

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会
〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館7階
事務局担当 江角・橋本・林田・小原
E-mail: jpm_show@jpm-inc.jp

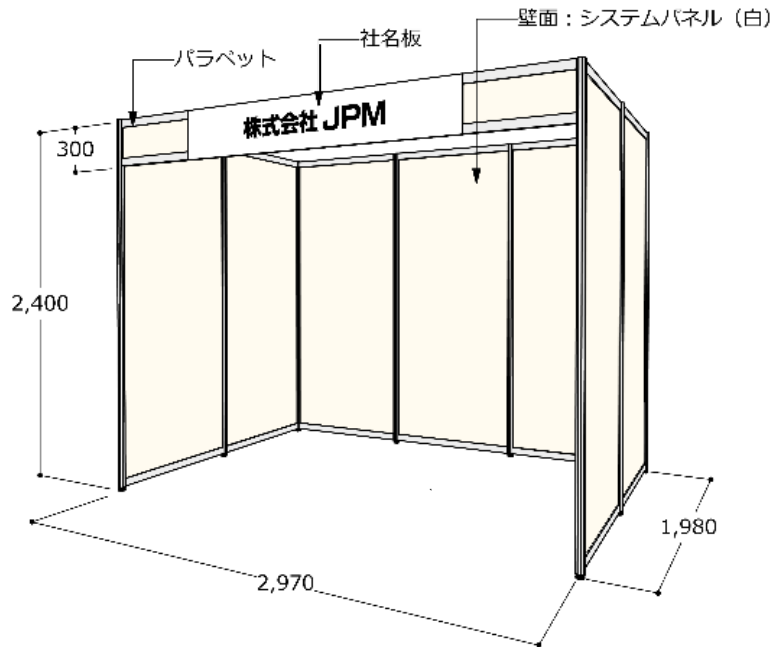
展示コマ仕様について

1小間

サイズ:幅2,970×奥行1,980×高さ2,400mm(芯々寸法)

【基本設置】

- ・ 壁面:システムパネル(白)
- ・ パラペット:システムパネル(白)
- ・ 社名板:統一書体、スミ文字(W1,800×H300mm)

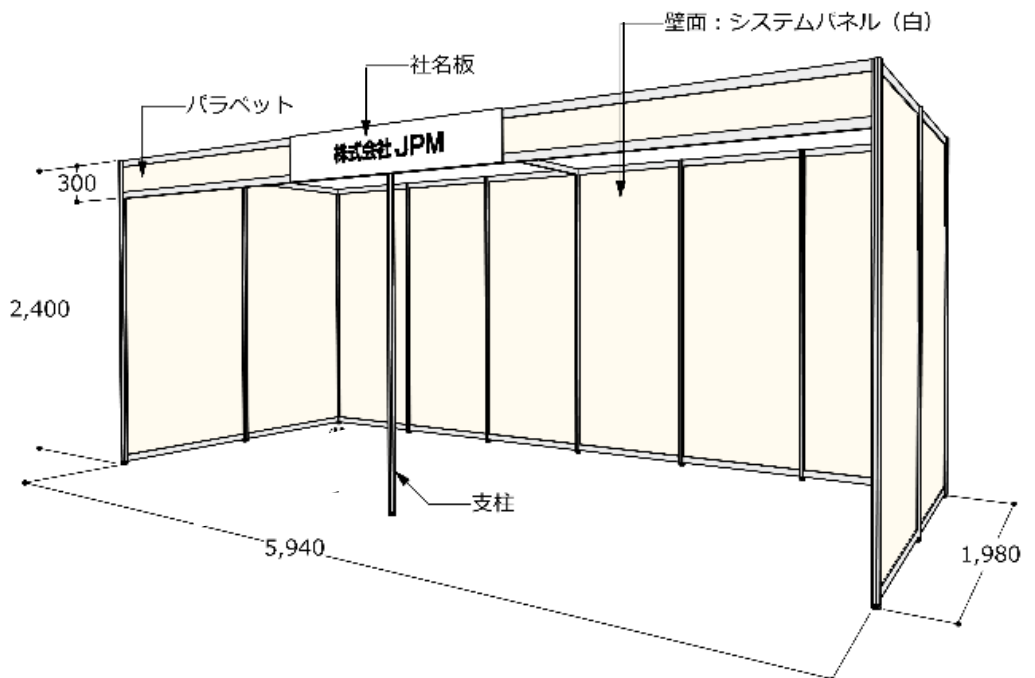


2小間

サイズ:幅5,940×奥行1,980×高さ2,400mm(芯々寸法)

【基本設置】

- ・ 壁面:システムパネル(白)
- ・ パラペット:システムパネル(白)
- ・ 社名板:統一書体、スミ文字(W1,800×H300mm)





日本プロモーション・マーケティング協会は、プロモーション業界全体の活性化に向けて、プロモーション・マーケティング領域における以下の5つの事業を柱に展開しています。

- 1, 講座／セミナー事業
- 2, プロモーション・マーケター認証資格事業
- 3, JPM SHOW／アワード事業
- 4, 日本プロモーション学会事業
- 5, 書籍事業

沿革

1969年 米国POP広告協会日本支部として設立

1971年 現「日本プロモーション・マーケティング協会展」の開催を開始

1978年 現「プロモーション・マーケティング実態調査」を開始

1990年 通商産業省(現:経済産業省)管轄 社団法人 日本ピー・オー・ピー広告協会 設立 認可を得る

2000年 米国POP広告協会から独立し、英文名と略称を変更

※英文名:Japan Point of Purchase Promotion Institute Inc. 略称:JPP

2005年 プロモーション・マーケター認証資格制度を発足

「第1回プロモーション・マーケター認証資格試験」を実施

2007年 現「日本プロモーション・マーケティング学会」を発足

2009年 「日本プロモーション・マーケティング協会」に名称変更

2012年 一般社団法人「日本プロモーション・マーケティング協会」として登記

2019年 創立50周年

2026年6月現在 会員社数123社

「JPM協会の存在意義と目的」

世の中全体でデジタル化が進んでい中、新型コロナウイルスのパンデミックによって、DX化はさらに加速度的に進展しています。こうした環境変化の中で、生活者は新たな生活様式を模索し、リアルとデジタルを組み合わせたハイブリッドな購買行動が定着しつつあります。

これまでの常識や前例が通用しない激変する環境下において、プロモーション業界には事業構造を時代に合わせて柔軟に見直し、生活者や社会に向けた提供価値を継続的にアップデートしていくことが求められています。日本プロモーション・マーケティング協会は、こうした環境変化に適応し、会員企業の事業成長を支援し、プロモーション・マーケティング業界を発展させていくために、2022年6月の「定時総会」において「JPM協会の存在意義と目的」を以下のように再定義いたしました。

【PURPOSE】存在意義と目的／何のためにJPM協会が存在するのか

生活者の購買行動をより豊かな体験とし、その価値を向上させるために、プロモーション・マーケティング業界の牽引役として、会員社の事業成長を支援し、ひいては日本経済の発展に寄与する。

【MISSION】そのためにJPM協会は何を行うのか

生活者を実際の購買行動に導いていくために必要なあらゆる領域において、専門性の追求に有益な国内外の情報を迅速に提供するとともに、会社や事業の垣根を超えたネットワークを構築するための場を提供することで、会員社のビジネス拡大に貢献する。また、環境変化に適応しながら、会員社とともにプロモーション・マーケティングの新たな価値を創造し、それらを常に進化・アップデートさせていく。

【VISION】JPM協会が実現したい未来

生活者の、より楽しい、より豊かな購買行動を実現し続ける。

【VALUE】価値観と行動姿勢

- ・常に環境変化に柔軟に対応する。
- ・主体的に自ら市場を観て、生活者の声を聴く。
- ・新たな事業価値創出のためのイノベーションマインドを持つ。
- ・多様性の尊重と地球環境への配慮