JPM Network

2026 Vol.138



Topics

プロモーションのヒント

「お宝」を探せ、つかめ、持ち帰れ!

第55回日本プロモーショナル・マーケティング ショー 2026開催

- **日本プロモーショナル・マーケティングアワード2026：**
  インストアマーケティング部門、全応募作品現物展示
  プロモーションプランニング部門、優秀企画概要説明パネル展示
- **企業出展：CXエリア、DXエリア**
- **JPM 次世代チャレンジコンテスト：最終審査会、最終ノミネート作品＆企画展示**
- **同時開催 NEXTセミナー：プロモーション領域に関わるトップランナー達が、現在と未来を語る。**



プロモーションのヒント

「お宝」を探せ、つかめ、持ち帰れ！

第55回日本プロモーショナル・マーケティング ショー 2026 開催



第55回
日本プロモーショナル・
マーケティング ショー 2026
JAPAN PROMOTIONAL MARKETING SHOW 2026
2026 12.16 WED.–18 FRI. 会場 東京都立 産業貿易センター浜松町館
売り場・買い場・魅せ場 集え！日本のプロモーショナルマーケター 東京で体験する最新のインストアマーケティング

JPM SHOW 2026
Japan Promotional Marketing Awards
Promotion Planning Awards | In-Store Marketing Awards

「JPM SHOW 2026」が12月16日（水）～12月18日（金）の3日間にわたり、東京都立産業貿易センター浜松町館で開催される。

半世紀を超える歴史の中で、本イベントは常に時代の変化に対応し、プロモーションの可能性を探求してきた。

今年も会場では、実際に店頭で使用されたPOP・ディスプレイ作品の実物展示や、実施・展開されたプロモーションプランニングの企画展示が行われる。さらには、若手マーケター、デザイナーのプレゼンテーションや先端の販促ソリューションやツールを展示するブースなども用意されている。また、同時開催でプロモーション領域の最新動向を伝えるセミナーも実施される。

このイベントの参加者は、ほぼ全員がプロモーション領域のプロのはずだ。JPM SHOW 2026で紹介される最新事例の中から、自分の仕事につながるヒントを、プロの視点で探して欲しい。ひとつのPOPやパネル、発表者の言葉から、どれだけのヒントをつかめるか、そしてそれを持ち帰り次の仕事に活かして欲しい。さあ、宝探しの始まりだ。

さて、その心の準備のために、今回は現状分かる範囲で、開催概要をお伝えしたい。



POP・ディスプレイのヒントが、ここに！
JPMアワード「ISM部門」作品展示→詳しくは3ページで

プロモーションプランニングのヒントが、ここに！
JPMアワード「PP部門」企画展示→詳しくは3ページで

販促ソリューションやツール活用のヒントが、ここに！
CXエリア、DXエリア、→詳しくは4ページで

若手の発想からのヒントが、ここに！
JPM次世代チャレンジコンテストの
プレゼンテーションの実施→詳しくは5ページで

最新動向からのヒントが、ここに！
NEXTセミナーの実施→詳しくは6ページから

JPM
AWARDS
JAPAN
PROMOTIONAL
MARKETING

実例からヒントをつかめ!

日本プロモーショナル・マーケティンアワード 2026

インストア マーケティング部門　全応募作品を現物展示

わが国のプロモーション業界で、唯一かつ最大のPOP広告のコンテスト。前身のPOPクリエイティブアワードは1971年にスタートし、今年で55回目を迎える。応募280作品をすべて現物展示。全体で最も優れた作品を経済産業大臣賞として選出。30のエントリー部門の最高賞（金賞）と優秀賞（銀賞）も発表される。
例年、メモを片手に作品を凝視する参加者が多数いる。優秀作のどこが評価されたのか、自分の仕事に関連する作品は、どんな工夫をしているのか。参加者それぞれの観点でヒントを読み取ってほしい。

プロモーション プランニング部門　優秀企画の概要説明パネルを展示

日本を代表するプロモーション企画コンテスト。“生活者を購買行動に向けて実際に動かした優れた企画” を表彰するJPMプランニング・ソリューション・アワードなどを経て24回目となる。6つのカテゴリーに81企画がエントリーした。最高賞であるグランプリ（経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞）、各カテゴリーの金賞・銀賞、および「プロモーショナル・マーケター認証資格」有資格者対象の奨励賞が発表される。
展示パネルには、「プロモーションの課題・目標」「戦略ポイント（プロモーションのコア・アイデア等）」「具体的な実施内容（プロモーションアイデア・仕組み・各種エグゼキューション等）」「具体的なビジネス成果」などが記載されており、最先端プロモーションの真髄に触れることができる。
同時に、「JPM The Planner2026」も発表、紹介される。

専門会社のサービス&ソリューションに触れろ！

会場内には、プロモーションやデジタルを専門として扱う企業の出展ブースエリアが展開されている。
アナログ系プロモーションツールに特化したソリューションの発表展示を行う「CXエリア」と、デジタル技術を駆使したプロモーションツールやサービスに特化した「DXエリア」だ。実務やプレゼンテーションに役立つソリューションがあるかもしれない。
各ブースでのデモンストレーションや担当者とのやり取りによって、より詳しい内容に触れることができる。もちろんその場での商談も可能だ。

【CXエリア】

CXとは、顧客体験（Customer Experience／カスタマーエクスペリエンス）のこと。かつては販促見本市として展開していた。
このエリアには５社が出展する。申請書の展示内容とみると、様々な販促ディスプレイや什器、プロモーションツール、ノベルティなどの提案があるようだ。香りを使った雑貨やオリジナルの紙器なども紹介される。また、リアルとデジタルを融合した新しい販促体験を謳うブースもある。

【DXエリア】

デジタルサイネージ、顧客行動データ活用、OMO（Online Merges Offline）プロモーション、AI/IoTを活用したパーソナライズドプロモーション、非接触型インタラクティブ販促。新たなプロモーション展開やツールが、続々と登場している。それを実現したのがデジタル技術だ。
このエリアの出展予定は５社。デジタルを活用したSPツールやリテールメディアから、販促物の管理システム、業務効率化の支援ツール、AIを使った体験ソリューションや位置連動型プロモーションまで様々なソリューションの提案が予定されている。

若者たちの発想に学べ！

JPM 次世代チャレンジコンテスト 2026

プロモーショナル・マーケティング領域の次世代人材の育成・発掘を目的として、学生や若手実務家を対象とした産学共創の取り組みとして、昨年度から始まった「JPM次世代チャレンジコンテスト」。生活者と企業・団体・社会をつなぎ、購買はもとよりあらゆる行動変容を促す価値の創造や浸透、持続的な関係性の醸成を実現する知恵とアイデアを競う。
「次世代マーケティング・プロモーション企画コース」と「次世代クリエイティブ・プロモーション制作コース」があり、それぞれ「協賛企業課題」と「自由課題」が選択できる。

今回、次世代マーケティング・プロモーション企画コースは56企画、次世代クリエイティブ・プロモーション制作コースには47作品の応募があった。
この中から、プロモーショナル・マーケティング大賞、プロモーショナル・マーケティング マーケティング賞、プロモーショナル・マーケティング クリエイティブ賞、プロモーショナル・マーケティング特別協賛企業賞が選考される。

最終選考会に、JPMショーの参加者は立ち会うことができ、最終ノミネート企画・作品（ファイナリスト）のプレゼンテーションを、聞くことができる。また、JPMショーの会場では、最終審査会進出の企画・作品と審査員セレクトの作品展示が実施される。

聞く

＜最終審査会＞

ファイナリストのプレゼンテーションを聞く

日時：2026年12月16日（水）12:30〜15:10（仮）
場所：4階 第3会議室
※尚、17:10から同会場で、各賞の発表と受賞者の挨拶が予定されている。

見る

＜展示＞

最終ノミネート作品の現物や企画パネルを見る

期間：2026年12月16日（水）〜12月18日（金）
場所：3階 JPMショー2026 展示フロア

トップランナーから お宝（ヒント）を受けとれ！



同時開催

NEXTセミナー

プロモーション領域に関わるトップランナー達が、
現在と未来を語る。

17日（木）は流通・マーケティングの現在地と未来を、
18日（金）はブランドを動かすクリエイティブの真髄を学べ。
4階第3会議室に行け！

＜DAY 1＞ 12月17日（木）

11:00〜12:00

ACC アワード（マーケティング・エフェクティブネス部門）×
JPMアワード（プロモーションプランニング部門）:

今年のグランプリ、なんで選ばれたの?
〜2人が語り尽くす、これからのマーケティング〜



向井育子 氏
味の素株式会社
理事、マーケティング
デザインセンター長兼
コミュニケーション
デザイン部長



藤井一成 氏
株式会社ハッピーアワーズ博報堂
代表取締役社長、
エグゼクティブ
クリエイティブディレクター

「今年のグランプリ、一体どこが評価されたの?」。本年度 ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS マーケティング・エフェクティブネス部門審査委員長の向井氏と、JPMアワード プロモーションプランニング部門最終審査員の藤井氏が本音で語る。
さらに「これからの日本のマーケティングはどうなっていく?どうしていきたい?」という未来の話へ。あえて着地点を決めず、お互いの主観と独自の視点から自由に語り尽くすセッション。これからのプロモーションとクリエイティブのヒントを見つけて欲しい。

12:45〜13:45



井澤充 氏
株式会社良品計画
営業本部空間デザイン室
商品開発MD

無印良品の法人向け事業とサステナビリティ
商品の背景に宿るストーリーと店舗プロモーションの実例

無印良品の商品の背景には必ず生まれた理由があり、そのストーリーを簡潔かつ丁寧に伝えるということを創業時から大切にしてきたとのこと。この姿勢は、近年取り組んでいる法人向けのサービスや商品の開発においても変わらない。そこで生まれた商品を使うこと自体が、環境配慮やサステナビリティを世の中に伝えるプロモーションとして機能する、と考えているそうだ。商品開発の背景や店舗でのプロモーションの実態を学び取れるのでは。

14:30〜15:30



尾崎俊介 氏
サミット株式会社
広報・ブランド価値共創部
マネジャー

サミットストアが取組むブランド価値共創
事業ビジョン「サミットが日本のスーパーマーケットを楽しくする」の共創型ブランディング設計

東京都を中心に首都圏で食品スーパーマーケットを展開するサミット。スーパーマーケットにおける機能的価値と情緒的価値の向上、その両立を目指す中での売場クリエイティブ開発、店頭で価値を伝える実践事例など様々な取組みや顧客評価の現在地を紹介してもらえるそうだ。

16:00〜17:00



岩川透 氏
江崎グリコ株式会社
営業本部スーパーバイザー



小川純一 氏
花王グループカスタマーマーケティング株式会社
営業部門



須加研治 氏
花王グループカスタマーマーケティング株式会社
トレードマーケティング部門
マーケティング戦略部



鬼頭一太 氏（モデレーター）
株式会社電通プロモーション
執行役員

リテールメディアは売上を変えられるのか?
〜大手メーカーの先行事例から探る、リアル×デジタル販促の真価と課題〜

大手メーカーの取り組み事例をもとに、リテールメディア活用の実際を学ぶセッション。店頭施策とデジタル販促の連動、ID-POSデータを活用した効果検証、販促施策の評価方法など、現場で直面する課題と実践例が紹介される。メーカー・小売・代理店が、どのように連携しながら販促企画を立案・運用し、売上拡大につなげているのか、その考え方と進め方を知ることができる。

＜DAY 2＞ 12月18日（金）

11:00〜12:00



石浦弘幸 氏
サントリーホールディングス株式会社
デザインセンター
シニアデザインディレクター

BEHIND THE PACKAGE DESIGN
パッケージデザインの背後

石浦氏は、「パッケージデザインは、単に商品を包む表層的なものではなく、商品の価値そのものを創造する仕事といえます」と言う。共感を生むコンセプトから心が動く表現に至るまで、コミュニケーションとしてのパッケージデザイン開発の背景を、ボスの事例を交えながら、お話しいただける。

12:45〜13:45



渡辺有史 氏
株式会社ポーラ
ブランドデザイン部
アートディレクター

デザインとアートの間でつくるブランド
限られた接点のなかで、いかに人の興味を引き、記憶に残し、やがてファンへとつなげていくのか。

1998年に株式会社ポーラ (ポーラ化成工業株式会社)へ入社。以来、パッケージデザインを中心にブランド開発やブランドマネジメントの業務を手掛け、日本パッケージデザイン協会の理事も務める渡辺氏に語っていただく。乞うご期待。

14:30〜15:30

福井幸二 氏
ライオン株式会社
国内ビジネスユニット
コミュニケーションデザイン部
クリエイティブ開発室
クリエイティブチームリーダー

目的が違えば、クリエイティブは変わる。

「同じブランドであっても、目的が違えば、クリエイティブは変わる。誰に、何を、どうやって、伝えるかで。クリエイティブ表現の開発において、生活者インサイトを起点に目的を整理し、ブランドが提供すべきクリエイティブをどのように導き出すのか、NONIOを事例に紹介します」と福井氏からのメッセージが届いている。ブランドクリエイティブのヒントを持ち帰って欲しい。

無料で「お宝（ヒント）」を持ち帰れ！

無料セッション

16:00〜17:00

なぜこのデザインが選ばれたのか？
～ 最終審査員が語るJPMアワード受賞作の裏側と、次代を拓くヒント ～



向坂文宏 氏
桜美林大学
芸術文化学群 教授



久保田秀明 氏（解説者）
久保田秀明デザイン事務所

JPMアワード・インストアマーケティング部門の最終審査員の向坂氏と久保田氏が受賞作品を徹底解説。最新のリアル店舗動向とともに、今年のトレンドや注目ポイントも語られる。リアル店舗ならではの強みを活かした各社POP広告の特徴を、受賞作品から分析。これからの売場作りに活かせる視点と、注目すべきノウハウを解説する。POPクリエイター＆営業は必見。このセッションは、無料で参加できる。

NEXTセミナー 料金／申込み

● 会員社限定 申込み（※お申込みは11月10日(火)にて、締め切らせて頂きました）

12月17日(木)NEXTセミナー１日聴講券（４講演）¥15,000

12月18日(金)NEXTセミナー1日聴講券（３講演）¥13,000

12月17(木)、12月18日(金) NEXTセミナー２日聴講券（７講演）¥25,000

● 一般販売 インターネット申込み（JPM協会HPより購入）

¥5,000（１講演）

販売期間：11月11日(水)～12月16日(水)

※チケットはすべて税込み価格

各講演内容については、変更になる場合がある。
より詳しい最新情報や講師の方々のプロフィールはこちらから。

持ち帰って確認せよ！



「お宝」を一冊にまとめたJPM SHOW 2026「作品集」

「第55回 日本プロモーショナル・マーケティングショー2026 作品集」が、JPMショー会場内で販売される。



掲載内容として以下が予定されている

- 「JPMアワード」インストアマーケティング部門の全エントリー作品
- 「JPMアワード」プロモーションプランニング部門の受賞企画一覧
- 「JPM次世代チャレンジコンテスト」最終ノミネート企画＆作品
- 「CXエリア」「DXエリア」出展会社一覧
- 「NEXTセミナー」プログラム
- JPM協会会員一覧

価格：3,500円（税込）

JPMショーの入場チケットについて

JPM SHOW 2026

「JPM SHOW」入場チケット、併催の「NEXTセミナー」チケットは、協会HPにて事前購入することができる。

＜入場チケット＞
事前購入価格：2,500円（税込）
事前購入期間：11月11日（水）～12月15日（火）予定

＜当日券＞
当日購入価格：3,500円（税込）/キャッシュレス決済のみ

＜NEXTセミナー＞
1コマ 5,000円（税込） ※12月18日（金）16時からのコマは、無料で聴講いただけます

事前購入はこちらから▶ https://jpm-inc.jp/exhibition/registration/

JPMショーの情報を「X」で発信

JPM協会の公式Xでは、JPMショーの様々な情報も発信していきます。
フォローすれば確実に受け取ることが出来る。

公式Xはこちらから▶ https://x.com/JPM_PR

JPM Network 2026年 vol.138
発行人 / 沼野芳樹　JPM 広報・ブランド戦略委員会 / 田中徹也　発行所 / 一般社団法人 日本プロモーショナル・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 7F　HP https://jpm-inc.jp