



In-Store Marketing Awards

2026年
7月3日
(金)

出品説明会

JPM

ZOOM
14時00分
～15時00分

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会

<https://zoom.us/j/92532181421?pwd=iCyON0D36PPUmvFbIMZahgmVSbUnl2.1>

パスコード: 230698





In-Store Marketing Awards

出品説明会



一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会

<https://zoom.us/j/92532181421?pwd=iCyON0D36PPUmvFbIMZahgmVSbUnl2.1>

パスコード: 230698



ご参加の皆さまへのお願い

本日は、お忙しい中、
JPMアワード インストアマーケティング部門
出品説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。
ご参加に当たり、下記についてご協力をお願いいたします。

- ①説明内容の無断転載は厳禁です。
- ②ご質問は、画面下の「チャット」からご記入ください。
説明会の最後にお答えさせていただきます。
- ③マイク・カメラをOFFにしてください



アジェンダ

Contents	ご参照 ページ	話 者
総合司会		小 原
1. 開会にあたって	P. 1- 4	内 田
2. JPMアワード ISM部門の概要	P. 5-12	小 原
3. エントリーに際し事前にご確認いただきたい資料	P.13-17	小 原
4. 部門の分類について	P.18-28	山 根
5. 展示に関しご留意いただきたい点	P.29-39	福 澤
6. POP広告作品の出品申込み方法	<u>P.40-46</u>	小 原
7. エントリーシステム各項目入力時にご留意いただきたい点	P.47-54	小 原

日本プロモーション・マーケティングアワード インスタマーケティング部門

概要

これまで「インスタマーケティングアワード」と独立したアワードとして展開してまいりましたがプロモーション産業に携わる皆様にとって、より理解しやすく体系的な枠組みとして提示するため、昨年度より「インスタマーケティングアワード」と「プロモーション・プランニングアワード」を一本化し、統一された大きな傘の「日本プロモーション・マーケティングアワード」の名称のもとに、それぞれ「部門」として位置づけることといたしました。

プロモーションからインスタへ
販促市場から店舗販売市場へ業界を広く包含し参加の機会を拡大する良い機会になればと思います。

A background illustration showing various people engaged in shopping activities. Some are pushing shopping carts, some are using baby strollers, and others are carrying shopping bags. The scene is set in a bright, clean environment.

日本プロモーショナル・マーケティングアワード インストアマーケティング部門

買い物を

より便利に楽しくした

POP広告を表彰するアワードです

日本プロモーショナル・マーケティングアワード インストアマーケティング部門は、生活者の購買行動をより豊かな体験としたPOP広告と、携わった企業やご担当者表彰することで、関係者を発揚することと、プロモーショナル・マーケティングへの社会的認知を高めることを目的としています。

変化し続ける 店頭販促

POP広告の 新時代を共有します。



2025年 審査員特別賞
カゴメベジチェック



2025年 経済産業大臣賞
パナソニック 冷蔵庫HY2特別展示キット



2024年 審査員特別賞
リンドールWOW什器



2024年 経済産業大臣賞
IPSA MELコメンダー

Q POP広告とは？

※POP=Point Of Purchase(購買時点)

A 店頭で、商品の情報を知らせて、購入を促進する広告。

このほかにも、生活者を店内に誘導する、商品の前で足を止めさせる、商品を手に取らせる、インターネットツールでの検索・共有・拡散を促すなど、さまざまな役割を担っています。日本プロモーションル・マーケティングアワード インストアマーケティング部門への出品作品や受賞作品は店頭販促の今と未来を示しています。





「過去の受賞作品と作品募集ポスター」



HISTORY
1971年に第一回目を
開催して以来
今年で55回目を迎える、
歴史あるアワードです。

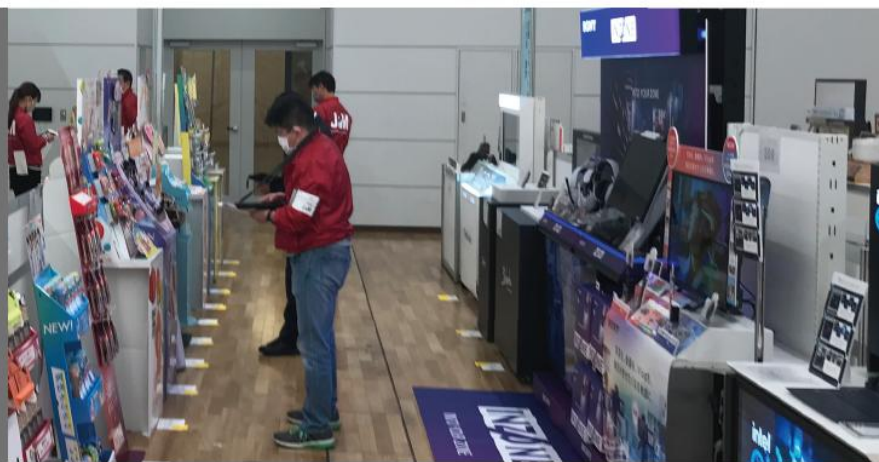


応募総数は近年でも約400点にのぼります。それらが一堂に展示される
JPMアワード インストアマーケティング部門の会場で 審査員と
ご来場者は、社会動向、マーケティング傾向のPOP広告への影響を一望
できるとともに、それらを、デザイナーや構造設計士がどのように咀嚼し
POP広告に展開したか、上下左右から、つぶさに観察することができます。

**約400点の
POP広告
現物を展示**

会場審査

審査員は、個々のPOP広告に込められたクリエイティブ力について、存在感や素材感を確かめながら、どの作品も同じ環境下に置かれた状態で、公平に審査することができます。



【1次審査会について】

9月17日(木) 1次WEB審査会予定 1次審査会終了後9月末を目途にご出品各社に審査結果をご連絡いたします。

左・右上/JPM協会内審査による第二次審査の様子

右下/第三次・最終審査の様子

第一次審査
入選
約**400**点

第二次審査
銀賞
約**40**点

第三次審査
金賞
約**30**点

最終審査
経済産業大臣賞
1点

1次審査の内容について補足説明

1次審査で行う主な審査内容は以下となります

- ・ エントリーが正しい部門にされているか
- ・ POP広告作品であるか
- ・ エントリーの基本的な応募条件を満たしているか
などのレギュレーションの確認となります。

* 作品を評価する審査は2次・3次会場審査で行います、なお近年1次審査を通過しなかった作品はございません。

審査員長

山形 季央

多摩美術大学 名誉教授

寺井 剛敏

金沢美術工芸大学 ホリスティックデザイン専攻
教授 | 副学長 社会連携担当理事

森下 郁恵

株式会社宣伝会議「ブレーション」編集長

倉林 武也

株式会社リテイルインサイト 代表取締役

向坂 文宏

桜美林大学 芸術文化学群
＜ビジュアル・アーツ専修 教授

河上千明

日本アドバイザーズ協会 専務理事

尾崎俊介

サミット株式会社 広報・ブランド価値共創部
マネジャー

林 直人

株式会社DOBIN 専務取締役

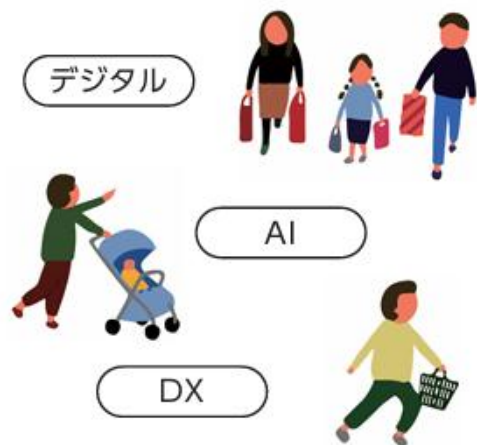
久保田 秀明

久保田秀明デザイン事務所

**インダストリー・
アカデミアの
有識者で構成される
第三次・最終審査員**

あなたの作品もぜひご応募ください。

近年の生活者の購買行動の変化に伴い、POP広告に求められる要素も常に変化しています。その変化と進化を、日本プロモーション・マーケティングアワード インストアマーケティング部門へのご参加を通じ、ぜひ共有してください。



「第55回 日本プロモーション・マーケティングアワード 2026」の概要

応募要項 7月10日(金) JPM協会ホームページに掲載

【応募対象期間】 2025年8月1日(金) から2026年7月31日(金) の1年間に販促目的で展開されたPOP広告が対象

【申込受付期間】 2026年7月15日(水) から2026年9月7日(月)

問合せ先 JPM協会事務局 日本プロモーション・マーケティングアワード担当 小原 林田 jpm_show@jpm-inc.jp

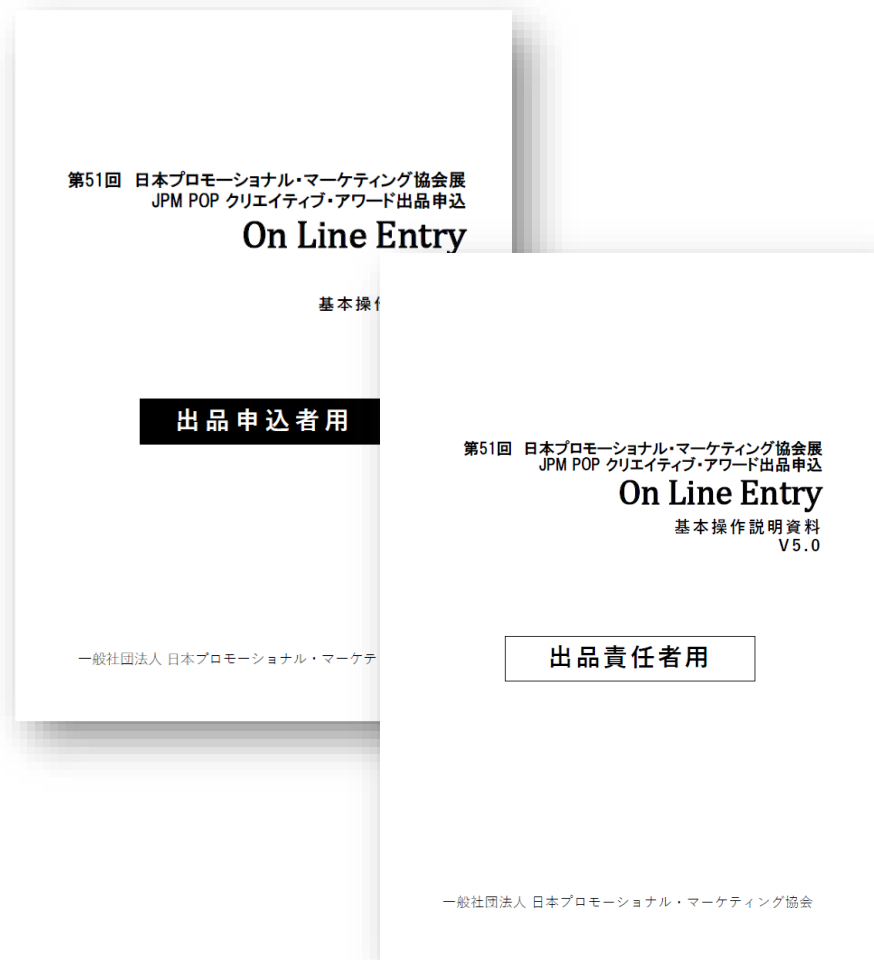
**エントリーに際し
事前にご確認いただきたい資料**

Online Entry 基本操作説明書

JPMアワード インストアマーケティング
部門 オンラインエントリーシス
テムのマニュアルです。

「出品責任者用」と「出品申込者用」
に分かれています。

**JPM協会HP> アワード／展示会
> JPMアワードに7月10日（金）
に掲載**



応募要項

JPMアワード インストアマーケティング部門のエントリーに関わる全規定を掲載しています。

7月10日（金）JPM協会ホームページに掲載します。

第55回 日本プロモーション・マーケティングショー2026
日本プロモーション・マーケティングアワード
インストアマーケティング部門
POP広告・インストア広告作品応募要項



In-Store Marketing Awards

JPM協会が主催する「日本プロモーション・マーケティングアワードインストアマーケティング部門」は、
わが国で唯一、かつ世界でも最大級のPOP広告・インストア広告のコンテストです。
生活者の購買行動をより豊かな体験としたPOP広告やプロモーションスペース・POPパッケージなどを表彰し、
インストアマーケティングに対する社会的認知を高めることを目的に毎年開催しています。

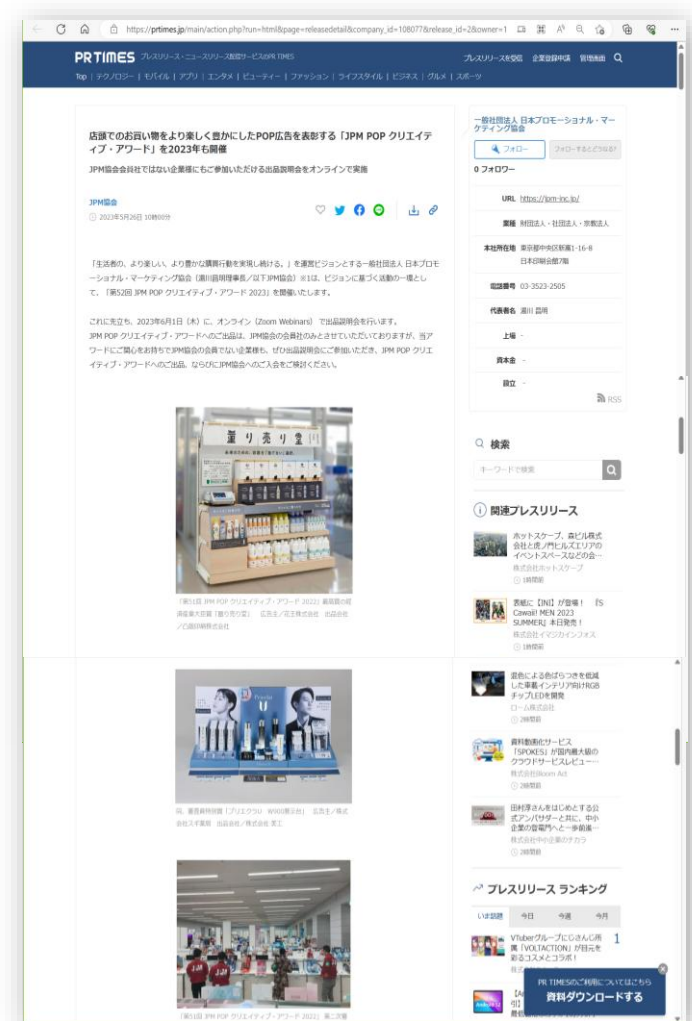
JPMの規定するPOP(購買時点)広告・インストア広告

デジタルの進展・普及によって変化している生活者の購買行動に対応するために、POP広告・インストア広告に求められる役割も大きく変化しています。従来のリアルな店頭における最終的な購買促進としてのPOP（購買時点広告）はもとより、お客様を店内に誘導するための店頭サインやディスプレイ、またSNSの普及によって重要性を増している「検索」や「共有・拡散」のフェーズにおいて積極的に購買促進につなげるツール。
また店頭販売のポップアップショップなどのプロモーションスペースも含めて、それら全てをインストア広告として掲載規定します。
※ 間接的にでも購買に結びつかないツールやディスプレイ（例えば、季節感などを演出するウィンドウディスプレイなど）はPOP広告・インストア広告ではありません。
※ 「検索」や「共有・拡散」を促進するための、デジタルコンテンツ制作は、POP広告・インストア広告ではありません。

ニュースリリース

日本プロモーションアルマーケティング
アワード インストアマーケティング部門
について、JPM協会会員社ではない企業の
皆様にも、メディアを通じて知っていただ
くことを期し、7月10日（金）にニュース
リリースを発信予定。

店頭でのお買い物をより楽しく豊かにした
POP広告を表彰する「日本プロモーションアル
・マーケティングアワード インストア
マーケティング部門」を2026年も開催



日本プロモーションナル・マーケティングアワード
インストアマーケティング部門へのエントリーを
呼びかけるポスターのデータを準備予定

- ・ **ポスター（A3判PDFを7月中旬にHPに掲載）**

エントリー部門・コードの 分類について

エントリー時点で、特徴が類似した作品同士を予めカテゴリズ。
公平かつ効率良く審査ができるようにしています。

ISMの応募部門の大分類は、主に「業種別」と「形態別」となります。
このほかの大分類として「その他」「特別」がございます。

業種別

形態別

その他

特別

「業種別」は、その作品の広告対象となる商品が属する業種による分類となります。

基本的に「カウンタータイプ」または「フロアタイプ」で大別。

それでも出品数が過多の部門について、製造コスト別にコードナンバーを振り、分類しています。

これは、「コード」毎のエントリー数をなるべく均等に保ち、コード毎に付与される「銀賞」の競争率をできるだけ均等にするためです。

業種別			
カウンタータイプ		フロアタイプ	
製造コスト別 コード	製造コスト別 コード	製造コスト別 コード	製造コスト別 コード

「形態別」は、
「業種別」のカウンタータイプとフロアタイプ以外で、
定番的な形態のPOP広告について、
類似性の強いもの同士をグルーピングして分類しています。

形態別	ハンガー
	ショウカード,ステッカー
	のれんバナーフラッグタペストリーウォール
	のぼり立看板バルーンカットアウト
	サインディスプレイ
	キット

「その他」は、近年POP広告として定着しつつある比較的新しいカテゴリー（POPパッケージとスゴ技）と、2019年まで出品社が日本国外の会社の場合一律「海外部門」としてきたものを再整理し、日本国外で展開されたPOP広告を扱う「グローバル部門」で構成しています。

「特別」は、従来の量産型POP広告とは異なるものの、店頭での販売促進機能を持つ、空間や装置について、エントリーしていただきます。

—昨年「ミニマム・ロット」部門を設置しました。⇒ [詳細は次ページ](#)

その他	POPパッケージ
	スゴ技
	グローバル
特別	プロモーション・スペースデザイン
	ミニマム・ロット

■「ミニマム・ロット」

旗艦店用等、数店舗のみで体験を重視したPOP広告を展開するケースが増加していることを鑑み、製造個数が1-9点のPOP広告を応募できる部門として、大分類「特別」内に「ミニマム・ロット」部門を設けています。

- **作品の形状や大小は問いません。**

カウンタータイプから大型ディスプレイまでご応募いただけます。

- **施工を必要としない作品を対象とします。**

施工が必要な作品は、プロモーション・スペース・デザイン部門にご応募ください。

- **日本プロモーション・マーケティングショー会場展示は実物を原則とします。**

持ち込めない場合はB1パネルも可とします。

※経済産業大臣賞の対象外です。

商環境の変化、POP広告の設置傾向、ならびにISMへの応募状況を鑑み、例年調整を行っております。2026年度は、24pのようにコード統合を行います。

■部門コード統合

部門ごとの出品数を平準化するために過去3年の出品傾向を参考にして24ページ赤字部分のように部門コードの調整を行いました。

【エントリー部門分類・コード表】

出品エントリー部門分類・コード表		オンラインエントリーにあたり、P6・7もよくご覧のうえ、作品に該当するコードNo.をご入力ください。			
部門別分類	タイプ別コスト別分類	カウンタータイプ他		フロアタイプ	備 考
		納入準備別コードNo. (P6補足(1)参照)			
業 種 別	①薬品・医療雑貨	3,000円未満 11	3,000円以上 12	13	
	②トイレタリー	1,500円未満 21	1,500円以上 22	23	
	③化粧品/カウンター（販売・陳列機能）A	1,500円未満 31			
	④化粧品/カウンター（販売・陳列機能）B	1,500～3,000円未満 41			
	⑤化粧品/カウンター（販売・陳列機能）C	3,000円以上 51			
	⑥化粧品/カウンター（告知・演出機能）A	5,000円未満 61			
	⑦化粧品/カウンター（告知・演出機能）B	5,000円以上 71			
	⑧化粧品/フロアA			10,000円未満 81	
	⑨化粧品/フロアB			10,000円以上 91	
	⑩生活家電/カウンター	101			
	⑪生活家電/フロア			111	
	⑫AV機器、通信、OA機器、カメラ	3,000円未満 121	3,000円以上 122	5,000円未満 123	5,000円以上 124
	⑬ステーションナリー(文具・事務用品)	3,000円未満 131	3,000円以上 132	5,000円未満 133	5,000円以上 134
	⑭食品、飲料	3,000円未満 141	3,000円以上 142	5,000円未満 143	5,000円以上 144
	⑮たばこ、アルコール飲料	3,000円未満 151	3,000円以上 152	5,000円未満 153	5,000円以上 154
	⑯エンタメテイメント、カルチャー (出版・ゲーム・玩具・スポーツ・旅行など)	3,000円未満 161	3,000円以上 162	5,000円未満 163	5,000円以上 164
	⑰ライフスタイル(家庭用品・雑貨・ファッション・メガネ・時計・金融サービス・その他製品)	3,000円未満 171	3,000円以上 172	5,000円未満 173	5,000円以上 174
	⑱モビリティ（自動車・オートバイ・自転車・エネルギー等）	3,000円未満 181	3,000円以上 182	5,000円未満 183	5,000円以上 184
形 態 別	⑲ハンガーA	1,000円未満 191			
	⑳ハンガーB	1,000円以上 201			
	㉑ショウカード、ステッカー	211			
	㉒のぼり、パネル、フラッグ、カットアウト、バルーン	221			
	㉓サインディスプレイ（施工を伴わない物）	231			
	㉔小型キット	241			
	㉕大型キット	251			
そ の 他	㉖POPパッケージ	261			
	㉗スゴ技	271			
	㉘グローバル	281			経済産業大臣賞選考対象外
特 別	㉙プロモーション・スペースデザイン	291			経済産業大臣賞選考対象外 単品応募可
	㉚ミニマム・ロット	カウンター 301	フロア 302		経済産業大臣賞選考対象外 製造個数1点～9点応募可

Focus Here!

「形態別」各部門のうち POP広告の基本的ツールともいえる

②① ショウカード、ステッカー

②② のぼり, バナー, フラッグ, カットアウト, バルーン

②③ サインディスプレイ (施工を伴わない物)

のエントリー数が近年少ない傾向にあります。

⇒ぜひ積極的にご応募ください!

出品社様

部門最高賞を獲得できるチャンス!

JPM協会

各年に展開されたPOP広告について、
各社様から可能な限りエントリーいただき
全体傾向の把握に努めたい!

②②のれん, バナー, フラッグ, タペストリー, ウォールの例



734



741



743



735



736



742



744

②のぼり, バナー, 立看板, バルーン, カットアウトの例



762



763



764



772



773



774



765



766



775

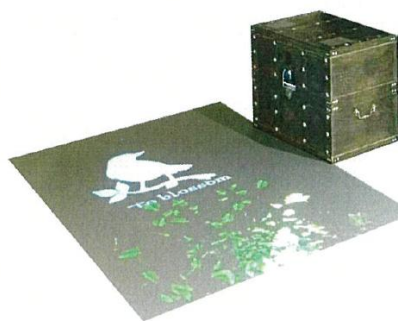


776

② サインディスプレイの例



538



539



540



541



542



543



544



545

542
ソイドワイルド ワイルドライガー立派サイン
横タカフトミー
製菓員
標高その他 900×300×600

543
「メリー・ホピンス リターンズ」風船モデル
フォルト・デイズ ニージャパン
監製印刷
AD 坂田 修一郎
紙その他 1,200×220×1,150

544
スーパーライ コルトンサイン 6L
アヒルビール
凸版印刷
AD トッパンアイテアセンター
製菓 その他 257×115×245

545
ハーゲンダッツの6種生クリームアイスバー

展示に関する諸注意

—ビジュアル資料—

※エントリーを行っていただく前に、下記のご準備が必要です。

インストアマーケティング部門で、どのように展示いただくかを想定いただき、

- ・ 展示に要するスペースサイズを割り出す
- ・ 写真撮影を行う

展示スペースについて

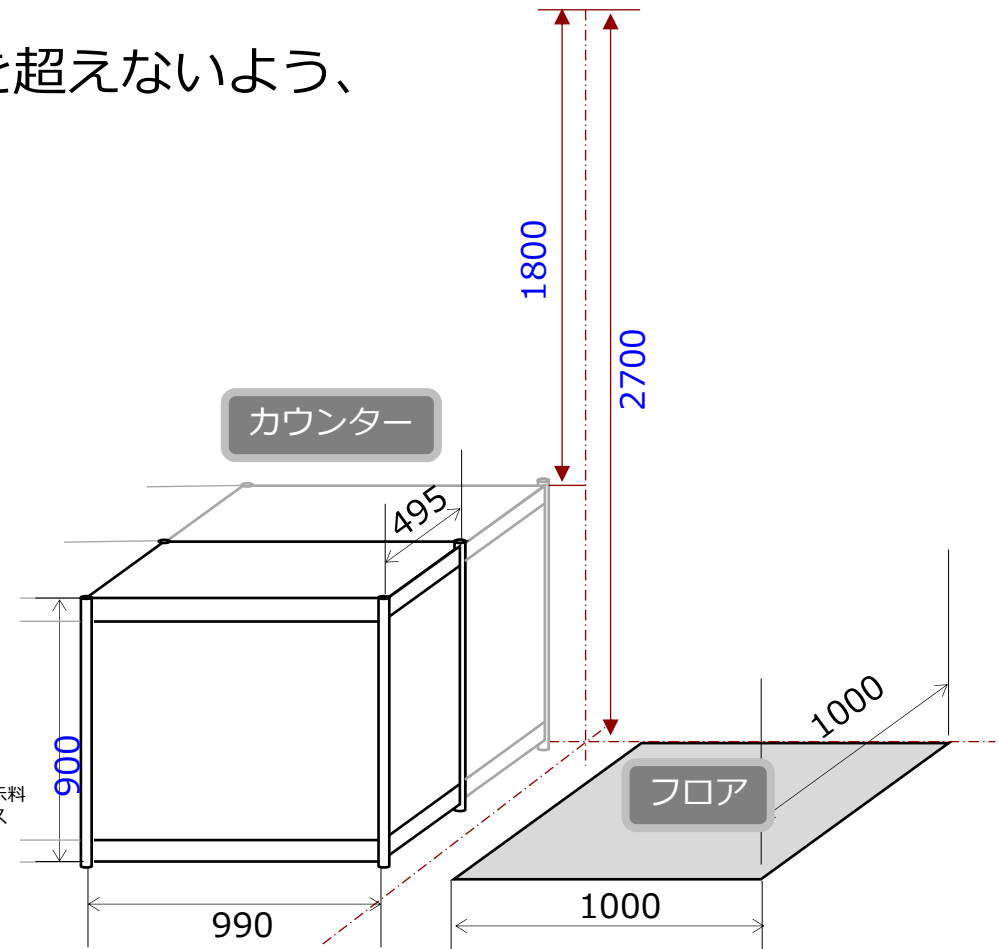
フロア/キットなど床置きの展示物について、
会場制限により、高さが **2700mm** を 超える作品は展示できません。

カウンター腰高 **900mm** を考慮し、
カウンター上の展示物は高さ**1800mm**を超えないよう、
ご注意ください。

腰高900のカウンターは
幅**990**×奥行**495**が**基準サイズ**です。

ただし基準サイズを超えるカウンター展示物
の場合でも、幅と奥行は拡大して対応可能です。

.....各展示タイプにおける展示料
の1単位となる基準スペース



会場・展示の様子

展示作業状況 ※写真は台東館



【カウンター展示状況】
基本的に1段展示となります。



【キット部門展示状況】
吊りモノも可能



【フロアタイプ設置状況】
2面以上の告知／訴求面があるような展示や什器の場合は、予め展示品の周辺に余裕をもった寸法を「展示必要スペース」へ入力するよう、申込者に周知をお願いします。

来場・展示の状況 ※浜松町館



出品作品は、原則としてキット部門以外、単品(1個)の出品となります。
ただし、下記作品は複数であっても単品扱いとします。

同一形状で企画時に複数の展示を意図した小型POP。
また、同一形状で色違い、表示違いの小型POP



機能を果たす最少個数の
ユニットディスプレイ



ショウケース内に展示する小物のディスプレイ。

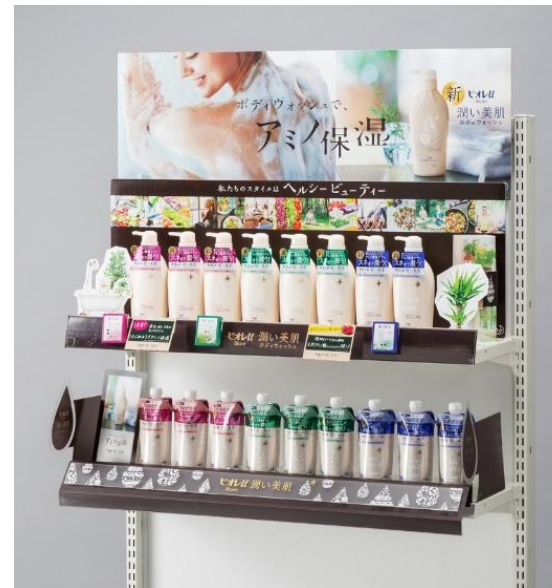
応募時に展示例または使用説明書が画像データとして添付されていれば可。1次審査にて参照します。



※出品申込時の画像が展示例を示している場合は、
別添いただく必要はありません。

Gondolaの部分使用、定番用部分キット、カウンター用キットなど。

Gondola幅以下で、3種以上のPOPが組み合わされたPOP



ゴンドラの全面使用。付属展示品含む。



エンド陳列、アイランドなど、複数のPOPの組み合わせでゴンドラ一台分の幅以上のもの



販売促進機能を持ったパッケージ。POPの機能を付加していることが条件です。

ギフトコーナーのダミーパッケージとサイネージの組み合わせ



プレゼント付パッケージ



POP機能を有さない
パッケージは、
ご出品いただけません

EC向けプレミアムパッケージ



ギフト向けパッケージ



意匠性のあるパッケージ



告知付きノベルティパッケージ



セット販売用スペシャルパッケージ



スゴ技部門は、「技術・加工面での創意工夫をアピールする部門です。」

以下の条件のいずれかに当てはまる作品を応募ください。

1. デザイン・材料・構造・加工・機能などが斬新であること。
2. 上記 1. の組合せが従来の常識を打破するものであること。
3. 流通（運送・店舗）や環境などへ特別な配慮がなされていること。

プロジェクションマッピングとムービングを組み合わせたディスプレイ



シズル感を見事に表現しているムービングディスプレイ



梱包・展示について、店舗や環境へ配慮した工夫がされている



旧来の手法を巧みに応用し、低コストで最大の効果を発揮した事例。



期間限定等恒久的な施設ではなく、その場で商品を販売している、または売場に隣接している、プロモーションスペースが対象です。ポップアップショップはOK。展示会・ショールームは除きます。1点からエントリー可能ですが、経済産業大臣賞の対象外です

ポップアップショップ



複数の什器を組み合わせた店舗演出



期間限定の特別商業空間



売場に隣接していない
ショールームや展示会は
エントリー出来ません。



売場に隣接した体験コーナー



その他の留意点

出品しようとする作品が、
対象商品と広告表現を有しているか
ご確認ください。



カットアウトでも
販売機能のあるものは、
業種別部門に出品してください。



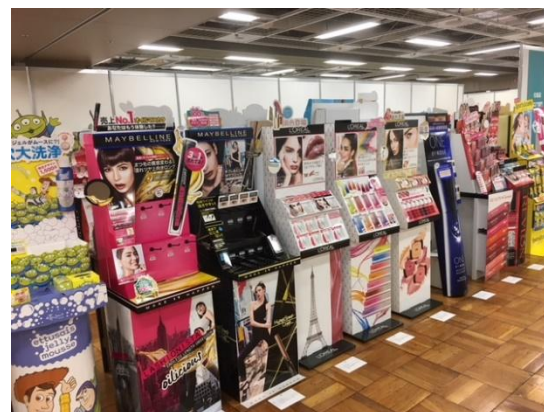
カウンタータイプ、
ハンガータイプ兼用の作品は、
両方の部門に出品可能です。



下図の場合、フックに取り付けてある
商品サンプルのディスプレイがPOPになります。
ブリストアパック(商品)はPOPではないため、審査対象外。
一次審査を通過し協会展会場展示の際に陳列することは可。



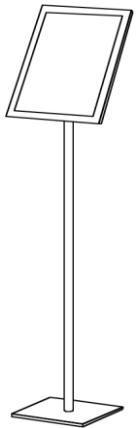
側面も見せたい作品は、展示スペースに
余裕を持たせて、サイズを申告してください。



<1次審査後> 展示に関する留意点

定番棚の前面でプライススペースまで垂れさがりやすい作品は、水平に保つための補助具を用意ください。

展示用の台には背面板がありませんので、バックボード等は自立できるように工夫してください。



補足説明パネルについて

展示の際に商品(たとえば自動車など)が持ち込めない作品や、触る・動かすなど特に説明の必要がある作品については、出品社にて補足説明用のパネルを取り付けてください。

審査に支障があるため、補足説明パネルには絶対に**出品会社名を記載しない**でください。

また、補足説明用のパネルサイズは基本的に**A4サイズ以内**とし、見やすい高さ・位置に設置すること。
設置に必要なスタンド類・アーム類は、各社にて持ち込み設置してください。
ハンガーほか壁面展示物の補足説明用で壁面貼付でよい場合は、事務局施工方に発泡両面粘着シート(ミラマットなど)程度のご用意はあります。

上記を鑑み、エントリー入力時の「展示必要スペース」欄は、パネルの設置まで含んだ想定で幅や奥行きサイズを記入してください。



オンラインエントリーシステムのご説明

**エントリーは、
オンラインシステムにて行っていただきます。**

ISMエントリー専用ホームページ (<https://show.jpm-net.com>) にアクセスし、
必要な情報を入力していただきます。

**エントリーに必要な情報(各社用ID/パスワード)は、
申込受付開始日(エントリーサイトオープン日)
7月10日(金)までに、jpm_show@jpm-inc.jpより
連絡担当者様宛にE-メールで送信いたします。**

- 各種エントリー情報のセキュリティ担保のため、各社固有の、会社ID・パスワードを付与します。
- 出品各社内での出品管理を行っていただきやすいように、**出品申込者**と**出品責任者**を設定いただきます。

出品申込者

個々の出品作品のご担当者様を想定。

その作品の詳細をご存知のご担当者様ご自身が個々に入力いただけるよう、各社内複数名が「出品申込者」としてご登録可能です。

出品責任者

各社の出品管理（会社として出品する作品を定め作品関連情報を管理する）を行う立場の方を想定。

システムログイン時、事務局が付与したID・パスワードを使用いただきます。

（出品申込者の皆さんには、このID・パスワードを共有しないでください。）

デフォルトでは、JPM協会会員の「連絡担当者様」が出品責任者となっていますが、ご変更されるケースが多数あるため、

2022年度より、オンライン上で出品会社側による変更・追加できるようにいたしました。

出品申込者

出品責任者

双方が使用

■ 作品エントリーログインURL

<https://show.jpm-net.com/>

■ ログイン用会社IDとパスワード

出品責任者

のみが使用

■ 出品責任者用アカウント情報

■ 出品責任者 変更画面 ログインURL

① 個々の **出品申込者** による入力作業

※出品申込者が複数いる場合は、それぞれ登録を行い、個別の「申込者ID/パスワード」を取得してください。

1. 出品申込者は、最初に、事務局から送付された「会社ID/パスワード」を入力してエントリーシステムにログイン。
2. 「新規出品申込者登録」欄の「登録」をクリックし、表示されたページで必要事項を入力の上「申込者ID/パスワード」を取得。※初回ログイン時のみ)
3. 「出品申込者用ページ」に、「申込者ID/パスワード」を入力の上ログイン。（2回目以降はこちらからスタート）

申込書（写真データ含む）の入力作業をしてください。

② **出品責任者** による承認作業

1. 出品責任者は、事務局から送付された「会社ID/パスワード」を入力してエントリーシステムにログイン。
2. 「出品責任者用管理ページ」欄より、事務局から送付された「責任者ID/パスワード」を入力し、出品責任者用管理ページにログイン。
3. 出品責任者用管理ページに表示される各出品申込者の登録内容を確認し、問題なければ「承認」。

③ **出品責任者** の承認を以て、該当作品のエントリーが完了。

出品責任者が「承認」することにより、事務側で申込完了と認識されます。

「承認」をしないと申込が完了しませんので、ご注意ください。

<ご入力の前に>

- ・ OSについては、Windows/Mac ともに対応しています。
- ・ 推奨ブラウザは、Chrome、Firefox、Edgeとなります。
- ・ 入力の基本ルールとして、下記の条件を順守願います。

特殊文字(環境依存文字)は使用不可 / カタカナは全角入力 / 英数字は半角入力

- ・ 作品の登録画像のデータは、下記の仕様としてください。
 - **JPEG形式(RGB)高画質圧縮**
 - **1MB(350~400dpiで50×60mm相当)~3MB(350~400dpiでA5相当)程度**
8画像まで登録可能です、また一部部門につきましては動画登録の対応を準備中
詳細につきましては決定次第オンラインマニュアルに記載します。
- ・ 入力画面を30分以上放置しますとセッションが切れ、それまでに入力された情報が保存されません。**各項目の入力毎に登録**をしてください。
- ・ また、「制作意図」等、テキストを入力いただく欄については、エントリー画面でタイピングするのではなく、**予めテキストエディタ等で作文**を行っていただき、完成した文章をコピーし、エントリー画面の該当欄にペーストしていただくことを推奨します。

**入力方法の詳細については、
7月10日公開の「Online Entry 基本操作説明書」をご参照ください。**

エントリーシステムへの入力内容（テキストデータ・画像データ等は、そのままJPM協会の諸出版物、協会展展示用作品カード、贈賞式の表彰状など、全関連ツールの原稿となり、一部は一般に公開されます。

**サイズ情報は、JPMアワード インストアマーケティング部門の
展示図面に必要な情報となります。**

**エントリー時点で、
出来る限り正しく詳細に
各項目をご記入ください。**

エントリーシステム 各項目入力時の注意事項

特にご留意いただきたい箇所に★

項 目		注 意 事 項
★申込No.		出品作品毎に1番から番号をつけてください。例えば出品が7作品ある場合は、1～7番となります。 ※Web入力の場合は入力と同時に番号が振られます。
★コードNo. (申込ジャンル)		応募要項7ページの[分類表]から応募する部門を選び、 2桁又は3桁のコードNo. を記入してください。 コードNo.以外は一切入力しないでください。 例1) 口紅のフロアー販売台で納入単価が11,000円のもの、コードNo. 9 1 です。 例2) POPパッケージは、コードNo. 2 6 1 です。
★作品題名		作品題名は25文字以内でご記入ください。 作品題名(カタカナ)の項は必ずご記入ください。
★作品題名(カタカナ)		※特に漢字や英数表記の作品題名は、必ず「読み方」が分かるような作品題名(カタカナ)記載を心掛けてください。
★広告主名		POP広告物を使用する広告主会社名です。法人登記名で記載してください。 事業部門名の掲載は省略させていただきます。
★広告主名 (カタカナ)		※親会社・グループ会社以外のハウスエージェンシーは「広告主」に該当しません。
出品会社	会社名	会社名・出品責任者名・所属部課/役職名・TELを入力してください。 ※当システムの初期設定としては、出品責任者に、JPM協会連絡担当者が設定されています。 ご変更・追加方法は、連絡担当者様宛に別途ご連絡させていただきます。
	会社名(カタカナ)	
	責任者名	
	所属部署/役職名	
	TEL	
共同出品会社	会社名	出品会社は正会員会社に限り、審査手数料と入選手数料は出品会社に請求いたします。 共同出品会社はJPM会員社で無くてもOKです。 入力もれがある場合は共同出品として、受付できません。
	会社名(カタカナ)	
	責任者名	
	所属部署/役職名	
	TEL	

入力事項		注 意 事 項
制作者名		<p>全て出品会社に所属する社員に限ります。</p> <p>協会展の作品カードなど関連ツールに記載するため、フルネームで入力してください。</p> <p><職種の凡例></p> <p>AD：アートディレクター、AE：アカウントエグゼクティブ、 C：コピーライター、CD：クリエイティブディレクター、 D：デザイナー、コンストラクション、メカなど、 Dir：ディレクター、PL：プランナー、Pr：プロデューサー</p>
作品画像ファイル名		<p>実際に展示する状態を想定し、同じ状態で撮影してください。</p> <p>ガイドブックなど関連ツールには、基本的に、メインの1カットのみ掲載します。</p> <p>ムービング作品、サイン部門などのほか、1次審査時に作品の説明的に付加したい場合は、8カットまで添付できます。</p> <p><画像ファイル名の記入例></p> <p>jpm_1.jpg、jpm_2.jpg、jpm_3.jpg、など</p>
対象商品		<p>商品ブランド名ではなく、一般名称で記入。</p> <p>例) マイルドセブン → たばこ</p>
使用期間	使用開始年月	実際に使用された期間が、2025年8月1日～2026年7月31日までの作品を対象とします。
	使用終了年月	
単価		実際の納入価格を記入。
製作数量		<p>実際に製作した数を記入。製作個数が10個未満の場合は出品できません。</p> <p>ただし、プロモーション・スペースデザインは1セット・1個、ミニマムロットは9個以下でも出品可能です。</p> <p>※詳細は応募要項p.2をご参照ください。</p>

入力事項		注意事項						
形態・タイプ		店頭で使用する際の 代表的な使用方法を一つ選んでください。 異なる場所で使用できる兼用POPについては、会場で展示予定のタイプを選択してください。						
		ショウカード	プライスカード	ステッカー	トッパー・ネッカー (ビン・カン)	フラッピング	商品付着	
		シェルフ	エンド	カウンター (専用棚含む)	ショウケース内小物	フロア (店内)	のぼり	
		立看板	カットアウト	インフレーター	ハンガー (シーリング含)	のれん	バナー	
		フラッグ	タペストリー	ウォール	店内サイン	店頭サイン	販売キャンペーン キット	
		店内演出キット	大量陳列販売キット	その他				
★サイズ	幅 (mm)	POP広告作品 自体の実寸 を記入してください。年鑑収録の際掲載しますので正確に記入してください。 ※ショーケース内作品など複数の作品を展示する場合は、全体の寸法を記入のこと。 幅 (mm) × 奥行 (mm) × 高さ (mm)						
	奥行 (mm)							
	高さ (mm)							
主な材質		主要材質を選んでください。2つまで選択可。						
		紙 (合成紙含む)	段ボール	樹脂 (フィルム含む)	金属	木	布	その他

入力事項	注意事項			
主な印刷方法 主な加工方法	前の項目で選択した「主な材質」への印刷方法を選択。2つまで可。 同様に加工方法も下記の表から選び入力してください。			
	主な材質	印 刷	加 工 方 法	
	紙 合成紙含む	オフセット・グラビア・シルク ・ホットスタンプ・インクジェット	塩ビ貼り・PP貼り・プレスコート・ビニール引き ・ニス引き・合紙・型抜き・真空成型（バキューム）	
	段ボール	フレキソ・シルク・インクジェット ・オフセット（合紙の場合）	合紙・ヌキ・ニス引き	
	樹脂 フィルム含む	オフセット・グラビア・シルク ・ホットスタンプ・インクジェット	射出成型(インジェクション)・ブロー成型・真空成型(バキューム) ・スラッシュ成型・ウェルダー加工・板加工	
	金属	シルク・転写・インクジェット	板金溶接加工・メッキ・塗装・プレス加工	
	木	シルク・焼印・インクジェット	型曲げ加工・塗装	
	布	シルク・転写・染色・ロゴヴェルダー ・インクジェット・グラビア・ロータリー	縫製・ヒートカット	
	その他			
耐用期間	構造や素材選択の際、想定された耐用期間を選択してください。			
	パーマネント（6か月以上）	セミパーマネント（2か月～6か月）	テンポラリー（2か月以内）	
付加機能	「有り」「無し」のいずれかを選択。			
付加機能Ⅰ	「付加機能」の項目で「有り」を選択した場合のみ、当てはまるものを選んでください。			
	電源コード使用（AC）	乾電池	ボタン電池使用（DC）	ソーラー使用
付加機能Ⅱ	「付加機能」の項目で「有り」を選択した場合のみ、当てはまるものを選んでください。			
	L（光）	M（動き）	S（音）	P（映像） その他
	※商品が持っている機能（扇風機やエアコンの風等）を利用するものや時計付はムービングとは捉えません。			

入力事項	注意事項
★展示方法	部門別分類①～⑧の業種部門は「台上」または「床置」を選択してください。 ⑭⑮のキット各部門は、単位数と台の「要」「不要」を選択してください。
★展示必要サイズ	<p>展示に必要なスペースのサイズを記入してください。</p> <p>複数を展示する場合や商品と一緒に展示する場合など、作品の周辺にどのくらいの空間が必要かを想定し、展示のために割り当てが必要な寸法を申告してください。</p> <p style="text-align: center;">幅(mm) × 奥行(mm) × 高さ(mm) × 個</p> <p>当欄で申告いただいた寸法が誤っている場合は、JPM協会展の会場において物理的に展示できない場合がございます。正確にご記入いただきますよう、お願いいたします。</p>
★展示電源	展示の際、電源が必要か否かを選択してください。
★制作意図	<p>デザイン・構造・素材、商品特徴、体験提供・動機づけ等、企画・制作のアピールポイントを、200文字以内でご記入ください。</p> <p>例</p> <p>A) 商品特長である軽さを、商品を宙で浮かせ、それを回すことで「史上最軽量」バスケット・シューズの登場感を演出。</p> <p>B) ごみが溜まっても吸引力が持続する新掃除機の機能を、従来品と比較。 店頭でお客様が手に取って試せ、目で見て、実感できるようにした体験型の組み立て什器。</p> <p>C) ジャンボパッケージ仕様で、店頭での新登場感と注目度を高めたハンガー。 わかりやすく大きく「鼻炎スプレーにも違いがある」のコピーで他商品との違いを訴求した。</p>

Shop!OMAアワードプログラム契約 一旦休止について

2019年から、アメリカの業界団体Shop!が主催する、Shop!OMAアワードという、アワードのプログラムのライセンスを受けておりましたが契約継続の可否について、契約当初の目的にたいしてのメリット等を検証した上で、また契約を継続しない場合のデメリット（GLOBALAWADに出品できない、OMAトロフィーを購入できない等）を勘案し、継続に関しては一旦休止することとなりました、このことにより、経産大臣賞を受賞した作品に贈賞していたShop!OMAトロフィーの、贈呈はなくなり、新しいデザインのトロフィーを贈賞することとなります。

主なスケジュール（予定）

- 7月10日 エントリー用ID/PW発行
- 7月15日～9月7日 エントリー受付期間
- 9月17日 1次審査
- 9月末 1次審査結果出品各社にご連絡
- 11月上旬 展示会場搬入搬出車両台数確認
- 11月中旬 展示会場搬入搬出説明会
- 11月末 展示会場搬入搬出車両証発行
- 12月15日AM 展示会場搬入展示
PM 2次・3次会場審査
- 12月16日～18日 会期
- 12月16日 18時～搬出

**エントリーシステムへの入力内容は、
JPM協会の諸出版物、協会展展示用作品カード、表彰状など、
全関連ツールの原稿となり、一部は一般に公開されます。**

**サイズ情報は、JPMアワード ISM部門の展示図面に
必要な情報となります。**

**エントリー時点で、
出来る限り正しく詳細に
各項目をご記入ください。**



In-Store Marketing Awards

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
日本プロモーション・マーケティングアワード 事務局 小原・林田
E-mail: jpm_show@jpm-inc.jp

内容精査のうえ回答させていただきますよう、Emailでご連絡ください。