

このネットワークに、JPMの協会展やプロモーション・マーケットの
応募促進のメッセージが出るようになるかと毎年、思い出すことがある。

PCD、プロモーション・クリエーティブディレクターに関する議論だ。
この4〜5年か、出ては消え、消えては出ている……。

もともとCD（クリエイティブディレクター）は知る限りにおいて、

広告表現の領域で使われ始めたものと思っているが、それは、

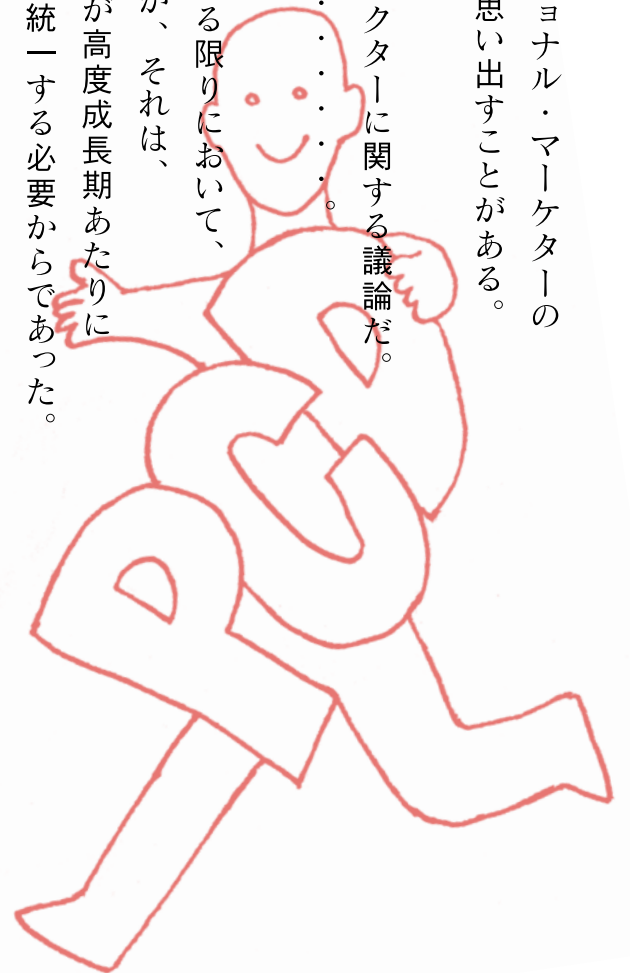
コピーライターとデザイナーで創られていた広告が高度成長期あたりに
より大型化、ポスターを含むマス四媒体の全体を統一する必要からであった。

PCDが議論されるようになったのは販促領域の重要度、期待が高まると同時に
プロモーション領域はもちろんマス広告、IT等との連携を管理する
ポジションが必要になつてきたということだろう。

場合によっては、販促領域がコンセプト、メッセージ、表現トーンを決め、
マス広告も、SPサイドから統一を図るといふ局面の想定もあるだろう。

PCDの出現、役割の確立は、業界の健全な野心の象徴とも思えてくる。それだけに、
広告領域のCD、クライアントの経営者レベルとの対等なやりとりなど
ハードな知識も必要となるが、願わくば、目指すマーケットの最も良質な
購買者の代表的見識を持てるか。その目線がPCDの命となるのではないか。

(Shintomi 紙ブログ No.37)



購買時点のソリューション力を学んだ 「『買い場』展開がよく解る基礎講座」

初歩から、買い場展開の全体像まで

22人のプロが、「買い場」展開ツールの制作を初歩から教える講座「『買い場』展開がよく解る基礎講座」(第35期)。25社から55名の受講生出席のもと、5月13日から毎週1回、全5日間日程で6月10日まで行われた。

同講座は、「購買時点のソリューション力を学ぶ」として、4つの特長を持って行われた。

① 全くの初歩から、買い場展開の全体像までをじっくり学ぶ。② ツール制作の基本、多様な素材の製造ポイントを学ぶ。③ 現場のプロから学ぶ。④ テストにより知識を定着。

具体的には、計画面では、「買い場」の実際を踏まえ、同じ商品でも小売り業態により全く異なる「売り方」に合わせて、最適な店頭プロモーションをプロデュースするための基礎知識を学び、ツール作りの基本と制作、製造では「多様な売り場条件に合わせたPOPツールの作り方、また、多様な素材の持ち味を生かし、購買に直結する訴求力のあるツール作りのポイント」、素材別の品質、スケジュール、コスト管理上のポイント」を学んだ。そして、現場のプロからの最新知識

と経験を踏まえた最新事例と実践的な情報を取得し、テストにより知識を定着するため、講座の最後に全体を網羅した確認テストを実施、学んだ内容の再確認、定着が図られた。

カリキュラムの構造と流れ

本講座は、次のようなカリキュラム構造で、講義が行われた。

- ① 「買い場」ツールの企画制作——「買い場」展開の原点である「買い場行動」の基本、また、「買い方」分析に基づく売り場作り提案の基本を学ぶ。
- ② 「買い場」の理論と実際——「買い場」展開で、最も重視すべきポイント。「今、買うべき動機づけ」という、POP広告制作の原点を学び、また、ネット展開とのクロス展開技法を学ぶ。
- ③ 「買い場」ツールの実際——高品質で訴求力のあるPOP企画・制作のために、ツール、素材の特徴を習得し、①品質 ②日程管理 ③コスト管理のためのポイントを学ぶ。そして、理解度テスト、修了証の発行(23単位以上



講義風景

の出席)……という流れで行われた。

「買い場」講座の位置づけ

本講座は、プロモーション・マーケティング関連「4講座」の導入講座として位置づけられている。

「『買い場』展開がよく解る基礎講座」次に、7月開講の「プロモーション・マーケティング入門講座」、そして、秋から始まる「インスタ・マーケティング・スペシャリスト養成講座(ISM)」(9月〜2月開講)があり、2月開講の「プロモーション・クリエイティブディレクター養成講座(PCD)」という流れだ。この(ISM)と(PCD)の間に、11月実施の「プロモーション・マーケット認証資格試験」がある。

本講座は、導入講座として、①小売業態別「買い場施策」を考える力、②プロモーション・ツールの企画・制作の知識の高まりと、③これらの知識に裏打ちされた、確かなプロダクション・マネジメント力が、受講生一人ひとり、身についたと思われる。

今回受講できなかった方は、来年はぜひ受講されること、おすすめします。



品質向上と業界の標準づくり

「プロセス」の周到性・優秀性を評価する

「GPAアワード」(POP広告部門)、応募中

去る6月17日、日本プロモーション・マーケティング協会の第45回定時総会が開かれた。この総会において、今年度の「運営基本方針」が発表された。

この中のひとつ、中長期構想に基づく事業開発として、「GPA構想に基づく業界基準・プロモーション・プロセス」点検制度とコンテスト(GPAアワード)・主査制度の設定」が語られた。

「社会価値性(社会にいいこと)」を競争軸に加え、新たな「攻め」の扉を開く

GPA (Goodwill Promotion Alliance) は、「人」と「社会」を原点に踏まえつつ、効果をさらに高めるプロモーションを創り出す運動体であり、旧来からの「効果性」と「遵法性」に、「社会価値性(社会にいいこと)」を競争軸に加え、新たな「攻め」の扉を開くことにより、プロモーションのビジネスチャンスを広げる運動である。

「POP広告」では、こんな仕事が目立つ

このGPA運動を目に見える形で、具体的に推進・発展させるものとして、今年度から、秋のJPM協会展に「GPAアワード」が開設された。この賞は、「効果性・社会価値性・遵法性」をバランスよく高めたPOP広告やプロモーション計画の「プロセス実例」を顕彰し、業界の内外に提示し、また互いに切磋琢磨し、その能力を高めるためのものとしている。

この、モノの「仕上げ力」と同時に、実施過程をしっかりと支える、いわば「プロモーション・プロセス」の周到性・優秀性を審査する「GPAアワード」、そのPOP広告部門の応募が、すでに6月16日から始まっている。応募締め切りは、8月7日(木)だ。

- 「POP広告」部門では、そのプロセスにおける、こんな仕事が目立つ。
- エコ素材を使いエコ印刷し、ブランド価値をPOP広告の「製作仕様」でも表している。
- ターゲット調査で、表現計画の「販促効果性」を検証し、方向設定している。
- 表現テーマを、地域福祉貢献という「社会価値性」におき、ブランド価値を発展的に再規定し設定している。
- 組立構造などにおいて、「法規点検」を周到に行っている。

POP広告制作における周到で優秀なプロセスを

POP広告の設置率などを高めるために、秀逸な「取扱説明書」を工夫している。等々…。POP広告を製作するにあたっての、周到で有効な仕事を顕彰する。

「GPAアワード」の企画部門への応募は、すでに締め切れ、現在、最終の審査に入っている段階にある。この「企画部門」には応募されなかったところは、「POP広告」の応募開始を待たれていたのではないか。

「GPAアワード」へ応募いただくのに必要な書類は、JPM協会のHP (<http://www.jpma-inc.jp/>) に、アップロードしている。すぐにダウンロードするには、下記のURLにて。
<http://jpma-inc.jp/news/2014-03-td1269.html>
<http://jpma-inc.jp/sub/downloads.php>

応募にあたって提出いただくものは、エントリーシート(共通+POP部門)、プロセス点検表(点検シート)だけ。記入用として、ワード原稿にしている。記入いただき、専用メールアドレス(jpm-inc.jp)に、応募を。
JPM協会で行っているもうひとつの「賞」、「JPMクリエイティブ・ソリューション・アワード」も、6月16日から応募が始まっている。こちらとの併願応募も可能だ。同じ作品で、「GPAアワード」への応募は、いかがか。

Goodwill Promotion Alliance
GPA活動

勝因は、
周到なプロセスにあった。

これからのプロモーション

社会価値性: 社会にいいこと
遵法性: 迷惑をかけず
効果性: ブランドを強く

脱、受け身。

確かにプロモーションの仕事は、受注産業といわれてきました。

しかし、これからの競争の中、結果を重んじるクライアントの強い意志に、仕事を待つ、受け身の姿勢で課題にこたえられるでしょうか。しっかりした基礎、土台ある無しの、あなたの10年後を考えてください。

繁る木には、強い根があります。自己流でいつまで続くでしょうか。

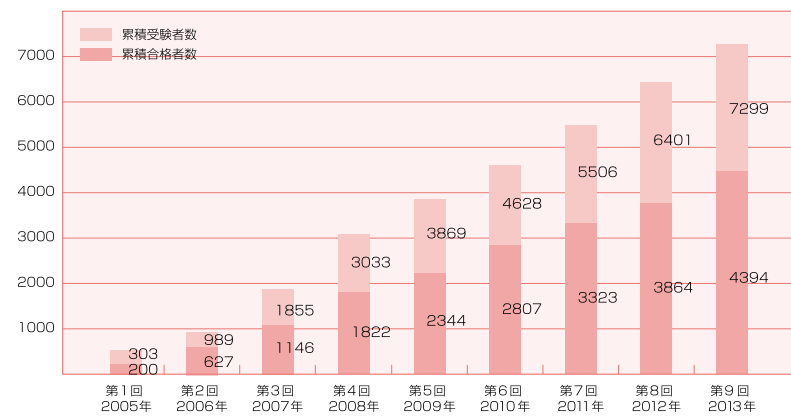
特に若い人へ。これからの長いプロモーション人生を充実したものにしていただきたい。

受け身から、攻めの人へ。

2014年11月2日(日)、 第10回プロモーション・マーケター認証資格試験を実施

東京・大阪・名古屋の3会場で試験を実施します。

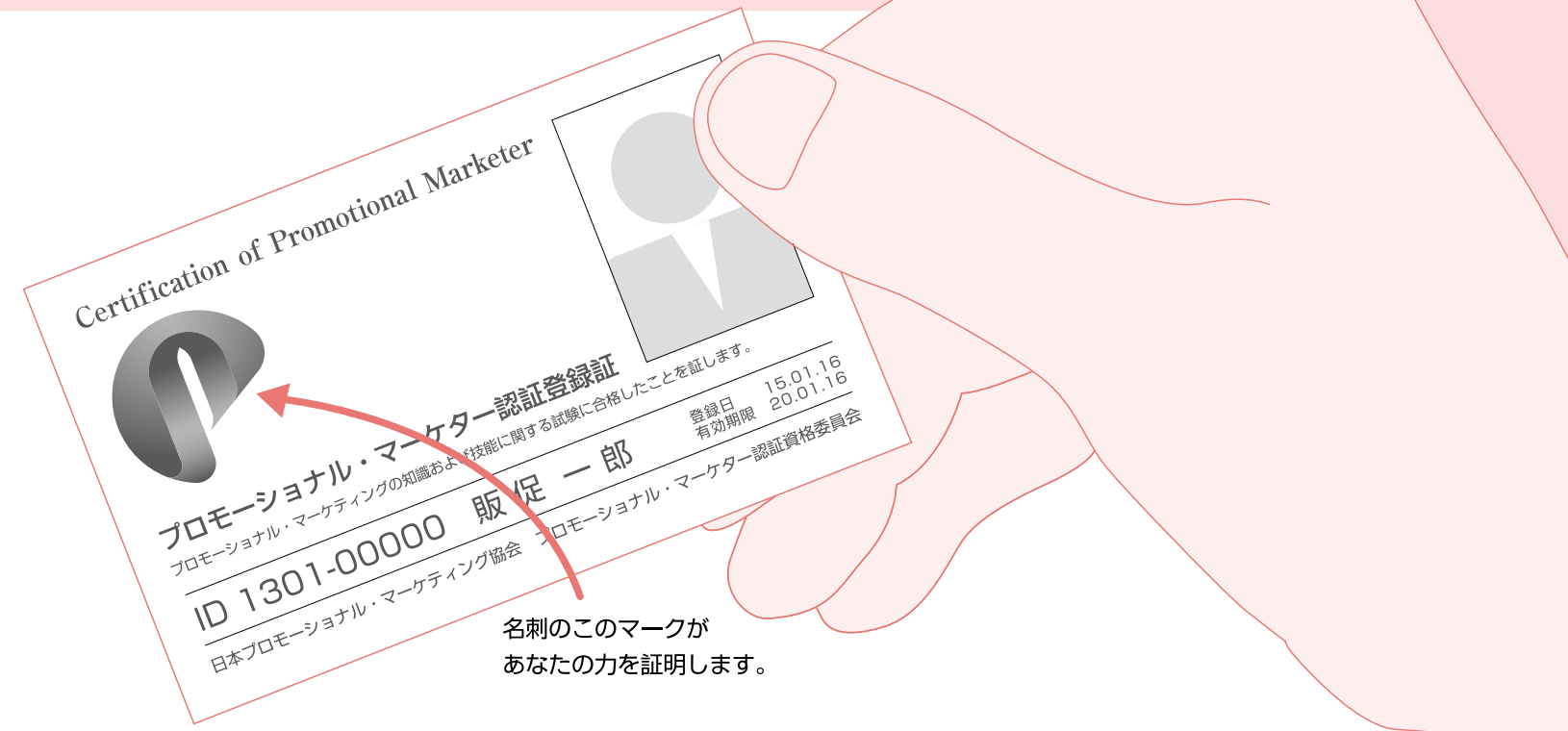
- 試験日 2014年11月2日(日)
- 試験会場 東京地区：東京女子大学
大阪地区：関西大学高槻ミュージズキャンパス
名古屋地区：学校法人 名古屋大原学園
- 受験料 32,400円(税込)
- 受付締切 2014年10月3日(金)



第9回試験風景 (東京会場：お茶の水女子大学)

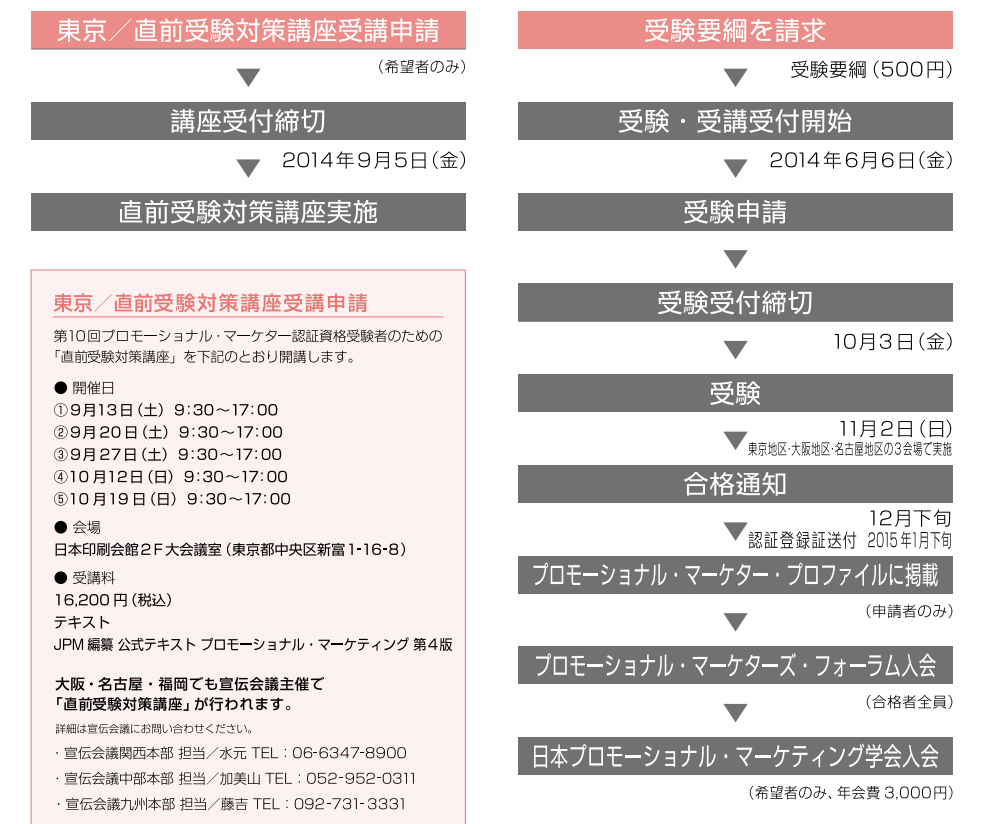


公式テキスト
プロモーション・マーケティング
<第4版>



名刺のこのマークが
あなたの力を証明します。

「プロモーション・マーケター認証資格」合格までの流れ



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 TEL: 03-3523-2505 FAX: 03-3523-2508

攻めの知識を広範に修得できる
**プロモーション・マーケター
認証資格試験 受付中**

でるか、三冠王。

これまで43年にわたり、SPクリエイティブの在り方を先導してきた実績を持つ「JPM協会展」。

その歩みは、常に明日を模索する、変化を見つめてきた道でした。そして今年、従来の

- ① JPMクリエイティブ・ソリューション・アワード(POP広告)、
- ② JPMプランニング・ソリューション・アワード(JPMプランニング賞)に加え、新たに
- ③ 企画制作実施のプロセスを結果とともに評価するGPAアワードを新設。

文字通り、マーケット効果、表現力、社会からの視点など

総合的な展示会となってきました。

加えて、新しい「プロモーション・ツール」の紹介に

特化した見本市の充実もはかりたく、

ぜひ積極的な応募・出品・出展、参加をお願いいたします。

応募・出品・出展申し込み 締切日

「JPMクリエイティブ・ソリューション・アワード」 7月31日(木)

「GPAアワード」 8月7日(木)

「見本市」 8月1日(金)

社会が変われば、
仕事も変化する。
評価のものさしも変化する。
賞のカテゴリーも変化する。
明日の変化を示す

新 JPM協会展に、
ぜひ応募・出品・出展と、ご期待を

JPM PROMOTIONAL SOLUTION EXHIBIT

開催日 10月8日(水)～10日(金)

JPM Network

2014 7月号 Vol.37

■発行人／松原靖広

■広報・JPM Network編集委員会

■発行所／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7F

Tel: 03-3523-2505 FAX: 03-3523-2508

HP: <http://www.jpm-inc.jp>