

景気よくいきましようか。一日で1兆6000億円の売り上げ。ご存知昨年の11月11日、中国アリババの売り上げである。

日本のネット販売の動きを見ると、上位100社の売り上げ合計が、昨年で3兆2000億である。結局、アリババは、日本の上位100社の年間売り上げの半年分を一日で達成したことになる。なんとも中国は参考にならない……

とはいえ、ネット販売による購買の動向は、今年のテーマの一つになることは間違いないでしょうね。さまざまな局面が予想されます。

なかでも、ちよつとオモシロソーなのは、購買に関する新しい？あるいは潜在的にあつた価値観の変化、台頭ですかね。独断を許していただければ、従来の購買基準は、好きか、嫌いか。損か、得か……の二択。

そこに割って入ってきたのは、「買う行為がカンタン、便利」という価値基準。クリック一つで、一時間で届くという新サービスも出現したり。

価格やブランドよりも便利さが優先する購買行為。

高齢者の富裕層や、共働きの高収入層がけん引する便利購入マーケット。

ネットも店頭、実売も同じプロモーションの領域、それぞれの強みを生かして、互いに照らし合う効果、そして密なる連携プレーを駆使して

個人消費の拡大！ ドーンとGDP600兆円の達成に貢献しましょうか??

(Shintomi 紙ブログ No.55)

年頭の「ご挨拶」

明けましておめでとうございます。

平素は、当協会の活動に對しまして、特別のご厚情とご支援を賜り、深く感謝申し上げます。

急速なデジタル化による事業環境の変化の中で、未来に向け競争力ある構造を整えるため、日々たいへんなご努力をされていることと存じます。

マーケティング成果の一つである「購買」を担う我々プロモーション業界においても、この激しい変化にどう対応していくかは極めて重要な課題です。あらゆるものがネットワークに接続される時代へシフトし、データをもって成果が問われる時代になっています。

このような状況で、「GPA（グッドウィル・プロモーション・アライアンス）運動」では、一時点ではなくPDC Aサイクルによる継続的なマーケティング活動での「購買成果」を最大化するべく、提案の質および業務プロセス・マネジメント力の向上を追求してまいりました。

おかげさまで、発足2年目にして第45回日本プロモーション・マーケティング協会展で、GPA部門が経済産業大臣賞に選出されるなど、会員各社の皆さまのご理解とご協力によって、一定の評価を得ることができたと思っております。プロセス・マネジメント力を向上させることは、クライアントとの仕事のプロセスが可視化され、フェアな

ビジネスにつながっていくものと確信しております。アライアンスという言葉に象徴されるように、協会会員社皆さまの持つ様々な専門性を連携させ、付加価値の高いサービスを提供することがクライアントから求められていると考えます。

2019年、当協会は創立50周年を迎えます。本年は、50周年に對する準備を本格化する年となりますが、このGPA運動の進展と社会的リスベクトの獲得が50周年記念事業の基幹となります。クライアントのマーケティング投資に對する「提案責任」「実施責任」を高め、プロモーション業界の量的拡大に努めてまいります。

また、おかげさまで、当協会の名称でもあるプロモーション・マーケティング理論の普及・定着が進展しており、プロモーション・マーケティング認証資格制度は、昨年で約9000名の受験者を数えました。この実績をもとに、プロモーション業界の人材育成においても新たな研究会を發足させ、理論内容の補強に取り組む予定であります。

どうぞ本年も、昨年以上のご指導とご協力をお願い申し上げます。皆さまの一層のご多幸とご健勝をお祈りし、新年のお慶びを申し上げます。

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 松原靖広



新年の抱負

JPM協会理事からの「新年の抱負」

新たな年、2016年を迎えるにあたって、JPM協会の理事の方々に、「新年の抱負」を、以下の5つの項目にわけて書いていただきました。

- ① 予想と期待 (2016年、貴社の業界の景気予想と期待について)
- ② 注力課題 (2016年、特に力を注ぐべきとお考えの課題は?)
- ③ 関心動向 (2016年、貴社の業界で特に注目されている動向は?)
- ④ JPMの課題 (JPM協会が強化すべきと思われる取り組み課題は?)
- ⑤ GPA活動について

景気は回復基調ながら不透明、世界情勢も変化中、2016年の「予想と期待」「注力課題」「関心動向」等を挙げていただき、当該業界の課題、プロモーション全体の役割、方向性、また「GPA活動」についても、メッセージをいただきました。ご多忙なか、ご執筆いただきました理事の方々には、厚く御礼申し上げます。



副理事長
凸版印刷
専務取締役
新井 誠

- ① 予想と期待 独自のコンテンツやモノづくり等、日本の強みを武器にしたビジネスを大きく伸ばせる時。
- ② 注力課題 経済効率だけにとらわれない、人々の心を満たす新ビジネス創出。
- ③ 関心動向 インバウンドとラグビー人気。
- ④ JPMの課題 多様化する購買行動に對した、プロモーション・ツールのモノづくり力の強化。
- ⑤ GPA活動 すべてのプロモーション活動の基盤とし、社会的認知を図っていく。



副理事長
大日本印刷
執行役員
情報ソリューション事業部長
浅羽 信行

- ① 予想と期待 中国の景気減速や世界情勢の不安定化はあるが、さらなるグローバル化の進展とインバウンド需要によるプロモーションの活性化に期待。
- ② 注力課題 イノベーションによる新たなマーケティング&プロモーション手法を模索していきたい。
- ③ 関心動向 ダイバーシティ経営。東京オリンピックに向けた新たな社会基盤の構築。
- ④ JPMの課題 デジタル技術を活用した店頭コミュニケーションの方向性。
- ⑤ GPA活動 GPA活動の浸透を図ることが業界の発展と社会貢献に繋がると確信している。



副理事長
博報堂プロダクツ
代表取締役社長
江花 昭彦

- ① 予想と期待 個人消費が低迷する中、円安をきっかけに外国人観光客が増加、日本経済を後押しし、日常での「国際化」がさらに進んでいく。
- ② 注力課題 プロモーション領域のあらゆる分野で、クオリティ・スピード・ローコスト・ワンストップを強化。
- ③ 関心動向 デジタル領域での技術力向上と既存領域との連携。
- ④ JPMの課題 会員社を中心としたプロモーション業界の価値向上と注目度アップ・人材流入の加速。
- ⑤ GPA活動 品質の高い仕事を提供できる集団であることをあらゆるステークホルダーに伝える一年にしたい。



専務理事
日本プロモーション・マーケティング協会
坂井 田 稲之

- ① 予想と期待 中国他の経済減速が懸念も、消費増税の前倒し効果で、景気を持ち直しは期待できるとか。
- ② 注力課題 仕事の現場は千差万別・変幻自在・何でも有り。だから地味で平凡に見える「基礎力」がモノを言う。迷わずに、基礎固めが課題と思います。
- ③ 関心動向 TPP発効で変則的な日本との流通は変わるのか? 気になります。
- ④ JPMの課題 協会への加盟が、「プロの証し」に、「信頼の証し」になれるといいなあ。
- ⑤ GPA活動 須らく、成功の鍵は、成功するまでやり抜くこと、と教わりました。地道にコツコツ広げましょう。



常任理事
エキスプレス社
代表取締役社長
草賀 則彦

- ① 予想と期待 リオ五輪から東京へのパトナタッチによる高揚感を期待。
- ② 注力課題 昨年度開発した自社製品を強力で販売推進していく。
- ③ 関心動向 陳列棚用カードホルダー(メッセージ)とファブリックサイン(ファブシス)。
- ④ JPMの課題 50周年に向け、ますます各社が会員メリットを享受できるような施策づくり。
- ⑤ GPA活動 既に認証登録しているISO基準に則ったシステムプロセスを重視。



常任理事
共同印刷
SP&ソリューションセンター室長
斎藤 潤一

- ① 予想と期待 生活者の消費行動企業の経済活動がプラスのスパイラルに転じることを期待。
- ② 注力課題 高付加価値化に向けた事業領域の拡大と対応する人材の育成。組織基盤の強化。
- ③ 関心動向 海外市場への展開、インバウンド関連動向。
- ④ JPMの課題 会員企業や会員企業の得意先に必要とされるJPMとしての価値の整理・開発。それを提供するということによる業界地位向上。
- ⑤ GPA活動 粘り強い認知啓蒙活動による理解促進、浸透。



常任理事
シーレックス
代表取締役社長
栗原 敦

① **予想と期待** 日本の国内消費を支えるインバウンド消費が中国の株価の下落により減速することにより、業界の需要が減速する。それにより同業他社の統廃合が進んでいく。
② **注力課題** 製品の品質はもちろんのこと、経営の質、社員の質、仕事の質、組織の質を高める。
③ **関心动向** 中国経済の動向。
④ **JPMの課題** 毎年同じですが、会員増強です！
⑤ **GPA活動** まずは社内への理解浸透を図る。



常任理事
システムコミュニケーションズ
代表取締役社長
清水 創平

① **予想と期待** ポスト2020対策および直近でのインバウンド需要実体化。
② **注力課題** 売り場ブランディングを軸とした新規お得意先開拓と既存お得意先深耕。
③ **関心动向** 実購買行動周辺データの収集と活用。
④ **JPMの課題** プロモーション・マーケティング独自価値の確立によるクライアントへの理解浸透促進。
⑤ **GPA活動** 検証プロセスのスピードアップおよびローコスト化によるコングレブト浸透。



常任理事
スピエン
代表取締役
齊藤 疆一

① **予想と期待** 経済成長も回復傾向の兆し。「インバウンド」や「2020オリンピック」の継続的な経済効果に期待。
② **注力課題** 新サービス、新規事業へのチャレンジで新たな市場を創造する。
③ **関心动向** 参加、体験をキーワードとした参加型プロモーションの進化。
④ **JPMの課題** 学会を中心に産学連携が着実に前進。より「実務に役立つ」貢献に期待。
⑤ **GPA活動** 各会員の積極的な参画と、社会的価値のあるプロモーションの拡充を目指す。



常任理事
田原屋
代表取締役
田原 績

① **予想と期待** 景気回復が、中小企業および地方産業にとっても喜べる状況になることを期待しております。
② **注力課題** 小規模のお客様にとって、店頭販促をワンストップで安心して相談できる存在であるように努めます。
③ **関心动向** 人手不足なのに失業の増加など、矛盾する諸問題がどのように解決に向かうのか関心があります。
④ **JPMの課題** 人材育成の充実とともに、過去の受講者へのアップデート機会提供が増えると思います。
⑤ **GPA活動** 大変ですが、引き続き啓蒙活動と実績の積み重ねが重要な時期と感じております。



常任理事
美工
代表取締役社長
脇 重和

① **予想と期待** 中国経済の縮小とテロに依る輸出減少傾向。国内需要へ企業活動の拡大を大いに期待しています。
② **注力課題** インバウンド対策と地域イベント対策。オリンピック対応店頭イベント。
③ **関心动向** 体験型マーケティングと地域イベントの融合について。
④ **JPMの課題** プロフェッショナルマーケティングのプレゼンスアップを得意先に図るとともに、研修等を行いマーケティングバリエーション向上を目指す。
⑤ **GPA活動** —



常任理事
レンゴー
執行役員 S P 営業本部長
窪田 尚広

① **予想と期待** 消費増税の方向性が決定され、それに伴い消費動向を注力していきたい。
② **注力課題** 真に価値のあるものは、消費する方向になっていくと思われ、我々の提供するプランも見直していく。
③ **関心动向** 消費税の最終決着による消費動向。
④ **JPMの課題** 協会のすそ野の広がりや後継者の育成。
⑤ **GPA活動** 将来の同協会の発展に繋がる活動にしていきたい。



常任理事
ヒロモリ
取締役
クリエイティブディレクター
吉村 寛子

① **予想と期待** 将来への不安はありつつも、毎日の生活は楽しむ傾向でしよう。
② **注力課題** 接点多様化の中、商品・ブランドを選択、リピートするまでの物語をプロモートできるかどうかです。
③ **関心动向** 提供するモノ、サービスの品質が安心、安全からトータルな品質管理の向上を要求されつつある。
④ **JPMの課題** 参加企業が入っている良かったと思える価値提供。
⑤ **GPA活動** 一歩ずつ浸透、前進。



理事
アサビー・ケイ
アクティベーション
プロデュース本部 本部長
丹羽 由紀夫

① **予想と期待** スマホによるさらなるコミュニケーションの進化とそれを活用した新しい仕組みづくり。
② **注力課題** SNSやパーソナルメディアからの情報発信。
③ **関心动向** 企業利益と社会利益の融合したコミュニケーションのありかた。
④ **JPMの課題** 常に新しい試みや施策を応援する組織であること。
⑤ **GPA活動** 社会に問いかける社会生活に有益な情報をいかに届けるかを企業（クライアント）と密に連携して発信していきたい。

株式会社 三水社

代表取締役社長

小暮 齊士

アオイネオン 株式会社

代表取締役社長

横山 巖

株式会社ボンビ
株式会社凡美社

代表取締役社長

山本 裕

株式会社ノムラデュオ

代表取締役社長

河西 裕二郎

シーレックス 株式会社

代表取締役社長

栗原 敦

株式会社サンボックス

取締役会長

辻本 良雄

株式会社 新和

代表取締役

藤橋 孔一

株式会社ブルー

代表取締役

宮崎 由利子

株式会社 トーエイ

代表取締役社長

堀内 幹男

日本写真印刷
コミュニケーションズ株式会社

代表取締役

成田 健介

株式会社 プロスパイグラフィ

代表取締役

秋月 誠

株式会社 スピエン

代表取締役

齊藤 疆一

D I A M J A P A N
株式会社

代表取締役

高橋 宏臣

株式会社
アローズカンパニー

代表取締役

松田 哲

株式会社 ヒロモリ

代表取締役

近藤 彰彦

株式会社 東北新社

代表取締役社長

植村 徹



理事
コモンズ
代表取締役社長
波岡 寛

① **予想と期待** 情報があふれる昨今、物を売るためのニュース作り・ストーリー作りの重要性が高まってきている。
② **注力課題** 「売り」を作るためのストーリーデザイン力の向上。
③ **関心動向** PRとセールスプロモーションとの連携とその効果。
④ **JPMの課題** GPAの積極的告知と賛同する会社の増加。
⑤ **GPA活動** 結果だけではなくプロセスを評価することが、業界の透明性・公平性を上げていくことに繋がる。



理事
サン・コミュニケーションズ
取締役会長
西川 龍太郎

① **予想と期待** 努力が、じわじわと良い結果になることでしょう。
② **注力課題** 商品の魅力が、棚から湧き出て、お客様に一瞬で届く売り場作り。
③ **関心動向** ネット販売も実店舗を作る、売り場に鍵があると確信していること。
④ **JPMの課題** これから一層、認知度を上げて、知っている方の分母を大きくすること。
⑤ **GPA活動** 今ある知恵・知識から、さらに向上しますように。



理事
サンボックス
取締役会長
辻本 良雄

① **予想と期待** 首都圏一極集中化で地方企業の活力低下が鮮明化。関西の元気企業の活躍に期待。
② **注力課題** 地方完結型産業へのアプローチ。低予算で質の高い企画の創出。
③ **関心動向** 大手食品メーカーの海外市場強化戦略に伴う、商品企画とSP戦略の再構築。
④ **JPMの課題** 「プロダクト」力の強化と原点回帰。
⑤ **GPA活動** SP活動のサポート力として期待しています。



理事
ジェイ・オール東日本企画
執行役員
企画制作本部 副本部長
プロモーション局長
石川 勉

① **予想と期待** 日本を取り巻く世界情勢により、商環境はさらに厳しくなる。より高度な販促企画が求められる。
② **注力課題** グローバルマーケットへの挑戦。商習慣や文化歴史の異なる外国でのコミュニケーション手法の研究。良質な現地パートナーとの協力体制。
③ **関心動向** TPPによる国内産業への影響。消費税10%。国際競争力ある製造業およびサービス業の海外シフト。ASEAN諸国の一般生活者の実態。
④ **JPMの課題** JPMの存在意義目的を会員社間で議論し共有すること。
⑤ **GPA活動** 業務プロセスや遵法性を評価するか、社会貢献性を評価するか。



理事
資生堂ジャパン
ブランド戦略部
トレッドマーケティング室
店舗開発グループリーダー
天野 衣恵

① **予想と期待** 国際社会における日本の役割に対し、高度な技術・発想力、多様性の強みを生かしていく。
② **注力課題** 「美しい生活文化を創り出す」ことの具体的なアクションプランの構築と実行。
③ **関心動向** ショッピングバーナレッジとイノベーションアイデアからのソリューション開発手法。
④ **JPMの課題** SPの効果検証のノウハウの体系化。
⑤ **GPA活動** プロモーションの品質向上を目指し、企業側、創り手側の役割の確立。プロモーションに対する業界標準化へのアクション。



理事
ティー・オー・ダブリュー
常務取締役第二本部長
舛森 丈人

① **予想と期待** IOTが進むほど、広告・プロモーションに求められる効果、成果の指標で、よりデジタル化が進む。
② **注力課題** デジタルとリアルを掛け合わせた、体験型のイベント提案に力を入れていく。
③ **関心動向** 放送のオンデマンドサービスへの拡大。放送とインターネット配信の進展の影響。
④ **JPMの課題** —
⑤ **GPA活動** —



理事
千修
執行役員
プロモーション本部長
富田 義弘

① **予想と期待** 2020年のオリンピックに向かい景気は緩やかに回復傾向に。しかしプロモーション業界は勝ち組と負け組の2極化傾向に。
② **注力課題** 店頭がショールーム化の傾向の中でもリアル店舗でしかできないことはたくさんあるはず。
③ **関心動向** 爆買い流行が終わった後の、海外旅行者の買い物動向。
④ **JPMの課題** 業界の地位向上、および会員企業のための活動強化。
⑤ **GPA活動** 勘と経験の世界から脱却し、プロセスをしっかりと踏まえ、その先にある課題を明確に解決する。



理事
電通ヤング・アンド・ルビカム
ソリューション・デザイン局長
白石 雅彦

① **予想と期待** 成長予想。新たなビジネススキームの確立への期待。
② **注力課題** 高度なマーケティング課題に対応できる高い専門性を有する組織体制作りと人材育成。
③ **関心動向** LTVを高めていくためのデータドリブン・マーケティングへの取り組みと、広義でのクリエイティブ開発。
④ **JPMの課題** 変革の時代に対応する業界の価値向上。
⑤ **GPA活動** まずは社内での業務プロセス管理の重要性を理解浸透させ徹底を図る。

共同印刷株式会社

代表取締役社長

藤森 康彰

森紙器株式会社

代表取締役

森 勇一

株式会社
ティー・オー・ダブリュー

代表取締役社長 兼 最高経営責任者(CEO)

江草 康二

株式会社 美工

代表取締役社長

脇 重和

株式会社 千修

代表取締役社長

下谷 友康

大日本印刷株式会社

代表取締役社長

北島 義俊

株式会社 ベストプロジェクト

代表取締役社長

上野 山沢也

株式会社 エキスプレス社

代表取締役社長

草賀 則彦

町田印刷株式会社

代表取締役社長

町田 誠司

国際ディスプレイ工業株式会社

代表取締役

伊藤 恒夫

株式会社 乃村工藝社

代表取締役社長

榎本 修次

株式会社 博報堂プロダクツ

代表取締役社長

江花 昭彦

株式会社
サン・コミュニケーションズ

代表取締役

西川 大介

株式会社 ADKアーツ

代表取締役社長

能丸 裕幸

明和産業株式会社

代表取締役

岡野 哲至

株式会社 ビジネスガイド社

代表取締役

芳賀 信享



理事
東北新社
上席常務執行役員
堀井 誠一郎

① **予想と期待** 景気は回復基調といながらも不透明。国内消費の活性、企業の積極的な設備投資に期待。
② **注力課題** 統合プロモーションへの対応力。
③ **関心动向** 広告×テクノロジーの進化。
④ **JPMの課題** 変化を先取りした事例、理論、技術の情報提供。
⑤ **GPA活動** 業界の知名度アップのためにも、取り組み続けることが大切。



理事
東洋紙業
西日本商印事業部
P.S.部長
島田 裕史

① **予想と期待** 景気は回復基調にあるといえるが、印刷業界ならびに個人消費は依然として低迷。関西エリアの活性化のためにも金本販神に期待。
② **注力課題** 生活者の価値観の多様化、インバウンドをはじめとする市場の変化や消費者インサイトを的確にとらえた販促ソリューションの提供。
③ **関心动向** 印刷会社としてのBPOへの取り組み。
④ **JPMの課題** 有益な情報の発信、人材育成。
⑤ **GPA活動** 売り場の活性化、得意先からの信頼獲得のために重要な活動であり、今後も取り組みを強化したい。



理事
図書印刷
クリエイティブ・センター
デジタルソリューション本部
部長
武野 一俊

① **予想と期待** 景気の改善が業界への本格的な波及に繋がることを期待。
② **注力課題** ICT要素との連携による従来型メディアの新たな価値創出。
③ **関心动向** プロモーション、コミュニケーション領域におけるインバウンド需要のさらなる拡大。
④ **JPMの課題** 業界としての市場に対するメッセージの発信。
⑤ **GPA活動** 知的財産権、情報セキュリティ、コンプライアンス等々に関する社会的要請が高まる中、プロモーションにおいてもますます重要な課題であると考えています。



理事
日交
執行役員
営業2部長
数藤 一浩

① **予想と期待** オリンピック絡みで案件が増加してきております。長期案件では消費税増税に関連しての動きも出てきました。
② **注力課題** 引き続き消費税関連の経済動向およびオリンピック需要への対応。
③ **関心动向** 軽減税率の動向、落としどころは？
④ **JPMの課題** 情報収集と提供、人材育成、会員増強。
⑤ **GPA活動** 現在、参加できていない状況で申し訳なく思っております。



理事
日本写真印刷
コミュニケーションズ
代表取締役
成田 健介

① **予想と期待** 景気を持ち直しも、生活者視点では力強さに欠けている。価格圧力は継続され、業界環境の厳しさは緩和されない。
② **注力課題** マーケティング領域を充実させ、事業領域の拡大を図ります。
③ **関心动向** 伸びるサービスや業界へのアプローチを強め、事業ポートフォリオの組み替えを目指す。
④ **JPMの課題** お客さまへのJPMの認知度向上。
⑤ **GPA活動** 法令順守、プロセス管理は重要施策として実施しています。



理事
光村印刷
印刷・情報
営業統括本部 理事
第一営業本部長
小田 島隆太

① **予想と期待** デフレ脱却に向けた明るい材料もあつたが、消費環境はまだ不透明。モノ作り、サービスで自力を発揮し、景気の足踏みムードから抜け出す年としたい。
② **注力課題** 得意先、消費者の課題解決ができる「常識」にとられない新しいサービス、商品の開発。
③ **関心动向** BPOソリューションなどによる拡印刷へのチャレンジ。
④ **JPMの課題** 市場の変化に対応できる次世代のリーダーを育成すること。
⑤ **GPA活動** GPAによりプロモーションの価値が向上することで業界の発展に寄与できることを願っています。



理事
乃村工務社
執行役員CC第一事業本部
アカウント第一事業部長
酒井 信一

① **予想と期待** 商業施設はオープンやリニューアルが見込める。今年は展示会やショールームの販促市場復活に期待。
② **注力課題** 空間創造から空間活性化のサイクルで、お客様のオンリーワン・パートナーとなる。
③ **関心动向** プロモーションにおいてリアルな「場」とバーチャルな「場」の融合をどう図るのか。
④ **JPMの課題** クライアントに対する認知向上と存在感向上。
⑤ **GPA活動** 浸透には時間がかかる。地道な活動による啓蒙が必要だと思えます。



理事
リンクス
代表取締役社長
吉田 哲也

① **予想と期待** 「爆買い」で注目を集めたインバウンド市場のさらなる伸びに期待します。
② **注力課題** 人材育成と自社製品開発。ソリューション営業力の強化。
③ **関心动向** 店頭での購買行動が変化していく中での店頭販促ツールの役割。
④ **JPMの課題** 多様化するプロモーション手法を駆逐できる次世代の人材育成。
⑤ **GPA活動** 社内通常業務として活動できるよう理解を深める取り組みをしていきたい。

株式会社 コモンズ株式会社
代表取締役社長
波岡 寛

株式会社 ワークトップ
代表取締役
昼馬 勝彦

ワヨ一株式会社
代表取締役社長
和倉 大輔

株式会社 スリー企画
代表取締役社長
泉水 治子

株式会社 タナックス
代表取締役社長
田中 慶治

株式会社 リンクス
代表取締役社長
吉田 哲也

東洋紙業株式会社
代表取締役社長
小川 淳

凸版印刷株式会社
代表取締役社長
金子 眞吾

株式会社 電通
代表取締役社長執行役員
石井 直

シーシービー株式会社
取締役社長
山本 祐一

株式会社 徳山工業社
代表取締役
徳山 かおる

株式会社 電通テック
代表取締役社長執行役員
松原 靖広

株式会社 読広クロスコム
代表取締役社長
中村 幸義

トータルディスプレイ株式会社
代表取締役社長
海野 俊也

図書印刷株式会社
代表取締役社長
川田 和照

プロモコム株式会社
代表取締役
岡本 治三郎

オリオンSP株式会社
代表取締役社長
矢野 日文也

株式会社 電通東日本
代表取締役社長
正呂地 英男

株式会社 博報堂
代表取締役社長
戸田 裕一

アドセック株式会社
代表取締役社長
小泉 久也

大東印刷工業株式会社
代表取締役社長
花崎 博己

株式会社 丹青デイスプレー
代表取締役社長
久保 行雄

株式会社 アルファ
代表取締役社長
浅野 薫

岩岡印刷工業株式会社
代表取締役社長
岩岡 正哲

株式会社 大広
代表取締役社長
落合 寛司

株式会社
ジェイアール東日本企画
代表取締役社長
小暮 和之

株式会社
アサツーディ・ケイ
代表取締役社長
植野 伸一

新村印刷株式会社
代表取締役社長
新村 明義

JPM協会 贈賞式

仕事の優秀性を表彰する

2015 JPM贈賞式 開催

(表彰順)

- ◆ 第17回「買い場展開ツール」デザインコンペティション
- ◆ 第13回JPMプランニング・ソリューション・アワード
- ◆ 第2回GPAアワード
- ◆ 第45回JPMクリエイティブ・ソリューション・アワード
- ◆ 2015 審査員特別賞、経済産業大臣賞

チャレンジ、協力、プロセス、成果を総合的に見せる

提供サービスの高付加価値性と量的拡大への貢献を表彰する場。



松原靖広JPM協会理事長より挨拶

11月24日(火)、多くの来場者を迎えた大手町サンケイプラザ(4Fホール)で、「2015年JPM贈賞式」が開かれた。冒頭、松原靖広JPM協会理事長は、開催にあたってこう挨拶した。「先に行いました第45回日本プロモーション・マーケティング協会展は、「これは回顧展ではない。明日の攻め方、売り方、その出発点となる営業マン展でもある」として、実務に生かせるプロモーション手法のアイデア、技術などがご紹介できたのではないかと見ております。現在は、いかに購

買に結び付いたかをデータをもって問われる時代になってきました。この時代の流れが、今回展示された作品や企画にも表れています。また、売り場を購買成果に直結する重要な場と捉え、それぞれのプレゼンテーション力を重視した表れだと感じております。

その意味においても、生活者の利便性を高めると同時に、公正および自由で創意に富んだプロモーション業界として、提供サービスの高付加価値性、全体の量的拡大に貢献していきたいと思えます」と、プロモーション業務の意義と、その領域のさらなる拡大への期待を語った。

直接購買に与えるプロモーション活動の企画・制作力の重要性を強調。

続いて、経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課の高橋淳子課長補佐より来賓挨拶として、「今年、日本経済は、企業収益は過去最高となり、また景気は緩やかな回復基調にあると認知

謹賀新年
本年が素晴らしい年となりますように。

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会



しておりますが、まだまだ消費が十分に上向いて
いるとはいえないような状況です。

また、消費の現場では、近年インターネットの
普及によって情報の流れと購買の場が激しく変化
していると感じております。このような中、消費
者の直接の購買に与えるプロモーション活動にお
いて、商品、消費者、売り場、また情報経路など
的確に把握し、それを前提とした企画力と制作力
が重要になっていると伺っています。

昨年より設けられた「GPAアワード」は、プ
ロセスの点検として普及し、企業がさらに効果的
な手法を生み出し、それが消費行動に結び付いて
いく作品づくりとなることを期待しています。経
済産業省としても、引き続き皆さまの今後の
活動を応援していきたいと思っております」と、
産業・消費におけるプロモーションの重要性と、
そのプロセスの重要性を語った。



来賓挨拶を行った経済産業省、高橋淳子氏。

贈賞「買い場展開ツール」
「ブランニング・ソリューション」

このあと贈賞に移り、「買い場展開ツール」デ
ザインコンペティション」から行われた。

同コンペティションは、協賛企業（江崎グリコ、
資生堂、象印マホービン、日本コカ・コーラ）か
らの課題をもとに、「買い場展開ツール」を制作
するというもの。

学生の部65点・一般の部2点、計67点の応募が
あり、学生の部は佳作4点、入賞3点（金・銀・
銅、各1点）、一般の部は金銀銅の該当作品なく、
審査員特別賞2点に、賞状が贈賞された。

「学生の部」の金賞は、資生堂の「髪の輝き」。
作品スライド・商品特長・ソリューションポイント
トが映しだされ、受賞の鈴木雅士氏（東京都立中
央・城北職業能力開発センター板橋校）が登場。
プレゼンターとしてJPM協会クリエイティブ
委員会の吉村寛子氏より「学生の部」金賞受賞の
鈴木氏に賞状が渡され、同コンペティションにつ
いて――、

「この賞は、今回17回目ですが、次の後継者をつ
くりたいということでスタートしています。チャ
レンジしていただく場としてもっと活用してい
ただければと思っています。

皆さま、日々のお仕事の中で、お客さまの課題
を前に考え、いろんな企画をされていると思いま
す。時には、その壁を破るような新しいアイデア
をこのデザインコンペティションの中で発揮して
いただき、それによって、また新しい力が育てら
れていけばいいかなと思っています」

続いて、「JPMブランニング・ソリューション・
アワード」の贈賞。応募総数64点、入賞点数19点。
各部門の準部門賞（11点）、各部門の部門賞（5点）

総合得点で決めております。そういう意味の良い
企画をまた来期も期待しております」

業務に携わる様々な人々が
協力し、一つのものをゴールに。
「GPAアワード」

このあと、「GPAアワード」の表彰へ。GPA
アワードは、プロモーションの「企画・制作・実



「GPAアワード」の意義を語るプレゼンター、
小田島薫氏。

「JPMブランニング・ソリューション・アワード」に
ついて語るプレゼンター、近野慎一氏。



▲「クリエイティブ・ソリューション・アワード」
金賞受賞の方々。
▼講評を行う久保田秀明ショー委員長。



審査員長として語る、
浅羽信行氏。

審査員特別賞受賞の言葉を語る
パナソニック、実広裕嗣氏。



経済産業大臣賞を受賞したキュービー、
田川篤士氏。

「施プロセス」において、効果性・社会価値性・遵
法性を高めていく、その適切さ・周到性を表彰す
るもの。入賞は企画部門、金賞1点、銀賞3点。
POP広告・ツール部門、金賞1点、銀賞4点。
先に、各銀賞を紹介し、トロフィーが贈賞され、
続いて、金賞を紹介。企画部門は、「ソーダストリ
ームの「ソーダストリーム 初顔チャレンジ」、P
OP広告・ツール部門は、キュービーの「母の日

を紹介。トロフィーが贈賞された。
次に3賞として、ベスト・プロモーションナル・
プログラム賞（森永製菓「キャラメルフェス
2014」）、ベスト・プロモーションナル・クリエ
イティブ賞（栄ツカサップロフード&ビバレッジ「A
Rじつくりコトコトオケストラ」）を、企画記載
パネル、狙い・ソリューションポイントとともに
紹介、広告主が登場。プレゼンターとして、プロ
モーション・ビジネス研究委員会の近野慎一委員
長よりトロフィーが贈呈された。

そして、プロモーションナル・マーケティング大
賞の贈賞へ。日清フーズの「Nakamegur
o青の洞窟」。広告主が登場、プレゼンターの近
野氏よりトロフィーが贈呈され、同アワードの評
価ポイントについてこう語った。

「この賞は、企画だけで判断しているわけではあ
りません。いろいろなプロセス、例えば調査され
たことをどういう形で企画や計画に移し、それ
に基づいてどういうクリエイティブや、実行考察を
立てられたか。そしてどのような成果があったか。
その一連の流れをすべて評価ポイントにし、その

「ブーケサラダ」。それぞれ、業務内容記載パネル、
狙い・ソリューションポイントが映しだされ、広
告主が順に登場、プレゼンターのGPA推進委員
会委員長、小田島薫氏よりトロフィーが贈呈され、
「GPAアワード」の意義が話された。

「この賞は、プロモーションの品質を高めていく、
そのためにはプロセス・マネジメントをしっかりと
やっていくということ、その優秀な仕事の実際
を賞の形で皆さまにお知らせするというものです。

その仕事での項目ごとに、適切か周到かと点数
をつけ、総合的に審査しております。そこには、
クライアント様、広告会社、制作会社、デザイン
会社と、その業務に携わる様々な方々が手を取り
合って一つのことをゴールに導いていく姿が「業務」
として見えてきます。そして、その結果として新
しいものが生み出されてきます。そうしたプロセ
スをしっかりとマネジメントしていくことがこれ
からのわれわれの役割であり、こうしたことが業
界全体の発展になり、業務の幅を広げていくので
はないかと思っております。

まだまだスタートしたばかりの賞ではありません
が、来年、再来年と、さらにこの活動を広めてい
きたいと思っております。皆さま、ご協力をよろ
しくお願いいたします」

コストを掛けて質のいいものを
つくる流れが出てきた。
「クリエイティブ・ソリューション」

「JPMクリエイティブ・ソリューション・ア
ワード」に移り、最初に銀賞を部門順に、14部門59
作品、紹介。続いて金賞を発表。先に業種別11部
門での金賞発表、順に受賞広告主が登場、プレ
ゼンターの、ショー委員長、久保田秀明氏より、
一人ずつにトロフィーが贈呈された。続いて、
形態別5部門での金賞発表。同じく、受賞広告主



講評を行う吉村氏。

「買い場展開ツール」デザインコ
ンペティション、学生の部金賞受
賞で、プレゼンターの吉村寛子氏
より賞状を受ける鈴木雅士氏（写
真右）。

が登壇、贈呈された。
久保田氏は、今年の全体傾向を、こう語った。
「昨年あたりから、コストを掛けて質のいいものをつくるという流れが出てきました。予想していた通り、今年はこの家電部門で、この流れが出ています。それから、ちよつと予想外だったんですが、食品とお菓子の部門でも、このコストアップの流れが出てきています。」
今までの、短期で装飾をしていくという課題から、長期間かけて、ブランドをしっかりと実現できる流れが出てきています。いわゆる店頭での成熟したかたちがポツポツ現われてきているんじゃないかと考えております。」

メンバーの方々が、事細かく挑戦し進めてくれたことに感謝します。
「経済産業大臣賞受賞」

そして第45回日本プロモーション・マーケティング協会展、審査員特別賞と経済産業大臣賞の贈賞へ。審査員特別賞は上記3アワードの金賞および銀賞受賞作品・企画を対象に、経済産業大臣賞は同金賞受賞作品・企画を選ばれている。発表。今年の審査員特別賞は、パナソニックの「ピストロえりまきPOP」(出品会社:美工)。プレゼンター、審査員長の浅羽信行氏(JPM協会副理事長)よりトロフィーが贈呈され、受賞のパナソニックコミュニケーション課課長の実広裕嗣氏から、受賞の言葉がなされた。

「調理器具の持つ価値は、おいしい料理が食べられるとか、憧れの食卓が実現できるということだと思います。今回のこの作品においては、それをうまく表現できたのではないかと考えています。それから、「設置」の仕方について、ワンタッチで、数秒で設置ができるということで、非常に現

「三代目といわれても、ほとんど気にしてませぬね」

編集部がモクロミ、田原屋三代目の社長田原績氏に、変化の激しい販促ツールの領域で会社継承の苦労や秘話でも聞きだそう、の企画を笑顔で一蹴。

「創業は間屋として、二代目が受注型へ、そして、私の代で工場を起し製造業へ、と。そのつど、私にもある、「お客さまの繁昌」をそれぞれが追求する。受け継ぐことがテーマではなく、今、役に立つ事業かどうか、が問題で、三人とも「創業者」……いやあ、新企画一回目から難敵引いちゃった！」

「いま現在、自社で4000種に近いのぼり、オリジナルデザインがあります。それをネット上で販売して、自社工場の高い品質管理の下で提供できる。これまでは小規模のお客様は近隣マーケットのみであったが、全国的に実在するアプローチ可能なマーケットになってきた」
アナログ、職人世界からIT、デジタル化へ。
「例えばストリートビューを活用して、4000種のデザインから最適なものを、最適な配置で、個店ごとにDM化するなど、日本中の小売店さまが、商圏として見えてくる。提案から納



会場に置かれた経済産業大臣賞受賞の、業務内容を記したパネル。

場の方にも喜んでもらっているということもあります。そういった点をしっかりと評価いただいたということは非常にうれしく思っています」
続いて、経済産業大臣賞は、キューピーの「母の日ブーケサラダ」(応募会社:アイアンドエス・ビービーデイオー)が受賞。プレゼンター、経済産業省の高橋淳子氏より、受賞広告主のキューピーに、表彰状とトロフィーが贈呈された。
受賞したキューピー家庭用本部調味料部部長の田川篤志氏は、受賞の言葉として、こう語った。
「私どもは食品メーカーで、日ごろお客さまの食卓に対し、いかにおいしさ、優しさ、ユニークさをお届けするかということを考え、販売活動を進めております。こういった中、私どもと一緒に行

CONTENTS

表紙(文/AD・イラスト) 多田亮三/高橋 稔 1
年頭のご挨拶 松原靖広理事長 2
理事からの「新年の抱負」 3
/名刺広告 4
2015 JPM 贈賞式開催 11
「Pro's TALK SHOW」①(田原績氏) 15
JPM 協会 2016年の講座・行事 16

編集後記

明けましておめでとうございます。さて、2016年はどんな年になるでしょうか。いまのところ、景気は回復基調を見せながらも、どこか不透明です。世の中、国内より、国際情勢のほうが大きく揺れ動いています。方向定めは右左です。その影響を、受ける形になっています。そんな中、常に人々の変わらないものとしてあるのが、「生活をしっかりと」という願いです。「生活」を築く、しっかりとしたプロモーション、ますます必要と思われます。本年もよろしく願いいたします。(秀)



年の始めは、やはり富士山。(沼津港より撮影)

品までお客さまの繁昌に即した一貫したサービスが可能となるかもしれない」
しかし、既存業態の出遅れは否めないと語る。

「一方で、お客さまの売り上げ貢献を果たすには、のぼりだけでなくメニューやクーポンなどは、多面的な側面から売り上げに貢献できると、やりがいも倍増する。実際にお客さまへの来店数



たはら いさお
1959年2月15日東京生まれ。81年、日本大学生産工学部土木工学科卒業、日放(株)入社。83年、(株)田原屋入社、2007年1月社長就任。06年、日本大学グローバルビジネス研究科・中小企業経営コース修士課程(経営管理)修了、13年東京大学エグゼクティブ・マネジメント・プログラム修了。千葉YMCA常議員、東京旗業協会会長、東京浅草ロータリークラブ会員等を務める。

が増えるのは、とても嬉しい……そうか、田原氏は広告会社勤務の経験があった。

「ある機会に、旗の本質、究極のマークは国旗ではないかと。パッと見て分かりますよね。トリコロールの自由・平等・博愛、星条旗の星の数、合衆国、日の丸、日出る国、カナダの赤いカエデ。文字なんか、要らない。色も三色くらい。それ

つてくれたメンバーの方々が、市場性、売り場の実現性など、事細かく挑戦し、今、「新しいことに挑戦する」ということを合言葉にしておりますが、それを忘れずに進めてくれたおかげだと感謝しております」

浅羽信行副理事長は、審査員長として、こう語った。
「今回の特徴は、仕上がり感だけではなく、広くプレゼンテーションしようという意志が感じられる作品が多かったと感じています。また、経済産業大臣賞がGPA部門から選出されたことにも表れていますように、実現に至るまでのプロセスがいかにか大事かということが証明されたということかと思えます。そして私たちの仕事は、お店に行つて最後に手に取るというその瞬間、そこにいかに購買の動機付けをさせるかということに力を注ぐということが、協会展・贈賞式を通して示されたのではないかと思います」

各章の表彰・講評・受賞の言葉を通して、JPM協会展の意義が語られ、2015年度JPM贈賞式は、終了となった。

で国を統一してしまう、旗の力はすごい。全国にチェーン展開して拡散しているお店をブランド化、あるいは意識の統一力など、サービス、商品の品質にも、のぼりは少なからず影響を与えるのではないかと。そうした領域でののぼりの効果を見える化していきたい」

田原社長の、日本の「のれん」文化と、のぼりの、事業継承には興味があるという想いの輪郭がうかがえる。

自らを商人と語る田原氏の、JPMとは、「絶対に他のグループ、他社に負けない力を持つことを前提として、仕事上でも会員同士のスクラムを組めたら、会員も協会も強くなるという思いもしますが、それは二次的なこと。JPMの方向と田原屋の現実とは多少の違和感がありますが、そのギャップこそ、弊社のような井の中の蛙が大海を垣間見る窓口として機能していると思えます」

田原氏の略歴にあるように、氏は、興味、学びの健康家である。カタチの継承はともかく、先代たちの家訓、社訓がどれだけ世の経営者を助けているか、研究してみたい、とも語る。やっぱり、三代目だ。

苦勞も吹きとぶ2016年に。事務局一同。

小さな所帯の事務局に、盛りだくさんの企画運営のシゴト、シゴト……。しかし、すべては明日の発展のための種まき、それが私たち事務局員の働きがいです。一人欠けても、うまくいかない綱わたり(笑)。今年も心をつなげてガンバります。



JPM協会 2016年の講座・行事など 主なもの一覧 (予定)

* /日付記載なしは日程未定

1月

- 「JPM Network」1月号発行/12月28日(月)
- 第14回プロモーション・マネジメント研究会「リアル店舗効果を最大化する技術」講座(全5回)③/12日(火)
- PMFメルマガ発信/15日(金)
- JPM新年会/18日(月)
- 第27期インストア・マーケティング・スペシャリスト養成講座(第三課程/合宿集合研修)/20日(水)~22日(金)

2月

- 「JPM Network」2月号発行/1日(月)
- 第27期インストア・マーケティング・スペシャリスト養成講座(プレゼン/修了式)/1日(月)
- 2015年度JPMセミナー/3日(水)
- 第14回プロモーション・マネジメント研究会「リアル店舗効果を最大化する技術」講座④/8日(月)
- 日本プロモーション・マーケティング学会 推進会議/9日(火)
- 第15期プロモーション・クリエイティブディレクター養成講座(全4回)/①16日(火)、②23日(火)
- 執行理事会/17日(水)
- 第14回「JPMプランニング・ソリューション・アワード」募集/22日(月)~3月25日(金)
- クリエイティブ会員勉強会&懇親会/26日(金)
- 日本プロモーション・マーケティング学会 研究助成募集/29日(月)~

3月

- 「JPM Network」3月号発行/1日(火)
- 第15期プロモーション・クリエイティブディレクター養成講座/③1日(火)、④8日(火)
- 第14回プロモーション・マネジメント研究会「リアル店舗効果を最大化する技術」講座⑤/7日(月)
- PMFメルマガ発信/15日(火)
- 定例理事会/16日(水)
- JPM GLOBALSHOP 2016 視察ツアー/22日(火)~28日(月)
- 日本プロモーション・マーケティング学会総会/平成27年度PM学会研究助成論文発表会/24日(木)
- 第3回「GPAアワード」(企画部門)応募開始

4月

- 「JPM Network」4月号発行/1日(金)
- JPM会員社 交流会
- GPA主査 認証資格 取得講座
- プロモーション・マーケティング戦略研究会①

5月

- 「JPM Network」5月号発行/2日(月)
- 「買い場」展開がよく解る基礎講座(全5回)/①10日(火)、②17日(火)、③24日(火)、④31日(火)、⑤6月7日(火)
- PMFメルマガ発信/16日(月)
- プロモーション・マーケティング戦略研究会②

6月

- 「JPM Network」6月号発行/1日(水)
- 第47回定時総会(如水会館にて)/24日(金)
- 「JPMクリエイティブ・ソリューション・アワード」出品説明会/募集開始
- 「GPAアワード」(POP広告・ツール部門)募集開始

7月

- 「JPM Network」7月号発行/1日(金)
- プロモーション・マーケティング入門講座(全3回)/①5日(火)、②12日(火)、③19日(火)
- PMFメルマガ発信/15日(金)
- 第14回「JPMプランニング・ソリューション・アワード」結果発表/中旬
- 2016クリエイティブセミナー
- JPM会員社 交流会
- 「プロモーション業界実態調査/広告主実態調査 報告書」発行
- 協会展「見本市」出展説明会
- プロモーション・マーケティング認証資格試験・受験受付開始

8月

- 「JPM Network」8月号発行/1日(月)
- PMF(プロモーション・マーケティング認証資格者フォーラム)セミナー
- 「GPAアワード」審査会
- プロモーション・マーケティング認証資格試験「早わかり」講座

9月

- 「JPM Network」9月号発行/1日(木)
- 第28期インストア・マーケティング・スペシャリスト養成講座(全四課程)/第一課程①7日(水)、②14日(水)
- PMFメルマガ発信/15日(木)
- 定例理事会/21日(水)
- 第46回JPM協会展/27日(火)~29日(木)
- 協会展セミナー/27日(火)、28日(水)
- プロモーション・マーケティング認証資格試験直前受験対策講座/9月、10月

10月

- 「JPM Network」10月号発行/9月30日(金)
- 日本プロモーション・マーケティング学会「産学交流」研究会/中旬
- GPAアワード/活動報告会

11月

- 「JPM Network」11月号発行/1日(火)
- 第12期プロモーション・マーケティング認証資格試験/6日(日)
- 第15回プロモーション・マネジメント研究会(全5回)/11月~2017年3月
- PMFメルマガ発信/15日(火)
- JPM会員社 交流会
- 2016年度JPMセミナー
- JPM贈賞式

12月

- 「JPM Network」12月号発行/1日(木)
- プロモーション・マーケティング認証資格試験 合格通知
- 2016年締め 定例理事会

* 講座・行事など、ここに表されているものだけでなく、会員社様との会合、委員会の実施など、いろいろ事務局では行っております。

JPM Network

2016 1月号 Vol.55

■発行人/松原靖広

■広報/JPM Network編集委員会/酒井信二

■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.jpj-inc.jp>