JPM Network 2
2018
Vol.80

男子中学生が将来なりたい職業の３位にYOU TUBER、
２位、ゲームクリエィターで、１位はIT エンジニア・プログラマー。
YOU TUBERの日本の年収ランキングのトップは、１億136万円。
これが世界ともなると、推定で約14億円。中学生の憧れにもなるはず？
おおむね、金の匂いがプンプン。将来の日本の一角を担う女子中学生、
１位は芸能人。だが、女子のトップテンの中にイラストレーター、
デザイナーが入っている。希望・・・・・・？

When we sponsor a YouTuber who likes to be the center of attention, we must prepare ourselves.

第13回プロモーショナル・マーケター認証資格試験

合格者数456人～累積6，240人に

昨年10月29日（日）、第13回プロモーショナル・マーケター（PM）認証資格試験が行われ、456人が合格となった。受験者数は728人。合格率は62・6％だった。ちなみに、合格率を会場別に見ると、東京は61・1％、大阪は64・6％、名古屋は75・9％。

今回を含め13回通算での受験者数は1万人を超え1万395人。通算での合格者数は6240人となり、これまでの「プロモーショナル・マーケター認証資格者」が誕生したことになる。

今回の受験者所属企業の業種割合は、広告主系18・3％、広告会社系15・0％、広告制作会社系13・3％、SP・マーケティング会社系21・7％、印刷会社系25・0％、ディスプレイ会社系2・5％、加工・材料会社系2・5％、その他1・7％となっている。（**図1参照**）

さらに裾野広がる「PM視点・理論」の実践

受験者の年代別割合を見ると（**図2参照**）、20代が全体の53・7％を占め、30代が30・4％で、20代、30代で80％強を占めている。

男女別割合では、男性65・5％、女性34・5％の比率となっている（**図3参照**）。また、今回の受験者の所属企業として、うちJPM協会会員社が33％で、ほか、会員会社ではない企業が70％近くを占めている。

非会員社からの受験は、全般的には、個人としての申し込みによるものが多いが、ここ数年、会社として一括数人受験申し込みが増えている。これもまた、プロモーション業界全体において、「プロモーショナル・マーケティング理論」をもとに実務を正確に迅速にすすめ、得意先の期待に応えていきたいとしていることの表れではないかと推測される。

図1　受験者所属企業の業種割合

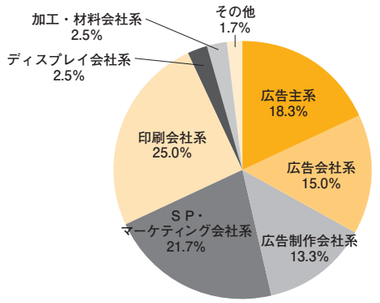
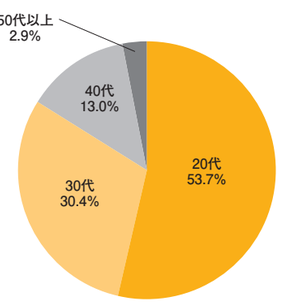


図2　受験者の年代別割合



試験風景（東京会場：青山学院大学）

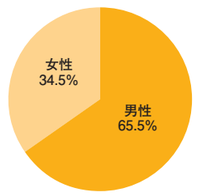


図3　受験者の男女別割合

＊「JPM Network」は2018年1月号よりJPM協会のHP（http://jpm-inc.jp）に公開しています。

優秀なプロモーション企画を生む

プランニング・ソリューション・アワード セミナー2017

２日間にわたって行われたプランニング・ソリューション・アワード セミナー2017

審査委員長、近野慎一氏が2017年ＰＳＡ応募・入賞企画の傾向を評す。

昨年11月30日（木）、12月1日（金）の2日間、「プランニング・ソリューション・アワード2017」が行われた。同セミナーはこれまで、秋のJPM協会展内で行われてきたものを、バージョンアップし、日本印刷会館2階大会議室で開催。

時間は2日間とも13時30分～17時45分。第15回JPMプランニング・ソリューション・アワード（PSA）の上位入賞優秀8企画を、4企画×2日間で紹介した。

「狙いでのネットの使い方」を学んだ。

2日間とも冒頭で、JPMプランニング・ソリューション・アワード審査委員長を務める近野慎一氏（電通リテールマーケティング代表取締役社長）が挨拶として、2017年のPSAへの応募・入賞企画について「応募54企画のうち約90％がデジタル系を融合した企画。さらにAI活用のプロモーションが4件、ベスト3賞もデジタル活用の最先端を実践した企画だった」と全体の傾向を評し、これから発表される企画について、それぞれのサマリーと特長を語った。以降――

■11月30日の発表（講義）企画と講師

〈13：45～15：30〉

① サンリオキャラクター大賞2016「なでる投票」／サンリオ（ベスト・プロモーショナル・クリエイティブ賞）

講師：大久保重伸氏（博報堂 MD戦略センターアクティベーション企画局アクティベーションプランニング3部部長）

② 写ルンです 再活性化プロモーション／富士フイルム（新規顧客獲得企画部門金賞）

講師：塚本幸治氏（読売広告社 統合ソリューション局第1ソリューションルーム プランニングディレクター）

〈15：45～17：30〉

③ ハッピーターン 日本縦断ドリームリレー／亀田製菓（ブランディング・プロモーション企画部門銀賞）

講師：若木 信氏（アサツー ディ・ケイ コミュニケーション・アーキテクト本部第2コミュニケーション・アーキテクト局 クリエイティブ・ディレクター）

④ 味の素×複数流通 SNS Wクライアント広告による流通キャンペーンスキーム構築／味の素（ベスト・プロモーショナル・プログラム賞）

講師：渡部さおり氏（電通 ビジネス・ディベロップメント&アクティベーション局局長補）

〈17：30～17：45〉

まとめ・事務局からの連絡

■12月1日の発表（講義）企画と講師

〈13：45～15：30〉

① 名前募集バーガーキャンペーン／日本マクドナ

■11月30日の講師

若木 信氏（アサツー ディ・ケイ）

大久保重伸氏（博報堂）

渡部さおり氏（電通）

塚本幸治氏（読売広告社）

■12月１日の講師

戸川進之介氏（読売広告社）

渕岡一彦氏（電通）

藤井一成氏（博報堂）

前川仁志氏（博報堂プロダクツ）

ルド（統合型プロモーション企画部門銀賞）
講師：渕岡一彦氏（電通 ビジネス・ディベロップメント&アクティベーション局インテグレーテッド・コミュニケーション・ディレクター）
② 18歳選挙で変わる、これからの投票啓発プロモーション／愛知県選挙管理委員会（社会貢献プロモーション企画部門銀賞）
講師：前川仁志氏（博報堂プロダクツ 名古屋支社プロモーションプランニング部シニアプランニングディレクター）
〈15：45～17：30〉
③「きのこの山の日」制定プロモーション／明治（既存顧客維持企画部門金賞）
講師：戸川進之介氏（読売広告社 クリエイティブ局第４ＣＲルーム プランナー／アートディレクター）
④ リプトン紅茶イノベーション Lipton Fruits in Tea／ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング（プロモーショナル・マーケティング大賞）
講師：藤井一成氏（博報堂 ＭＤ戦略センター ＭＤ・ＤＭＵ事業統括局付／ハッピーアワーズ博報堂 代表取締役社長）
〈17：30～17：45〉
まとめ・事務局からの連絡

以上、参加者は2日間にわたり、それぞれのプランナーから、その「企画意図・背景」「戦略・戦術の妙」「狙いでのネットの使い方」「反響・効果」などを具体的に聞き、その考え・方向・施策を、それぞれの持ち場、役割の中で役立てていったことは想像に難くない2日間のセミナーであった。

脇 重和 氏（美工　代表取締役社長 CEO）
JPM 協会 常任理事

「いま変わることは大事です。しかし、変わることが目的ではない。何のために、どこをどう変えるのか、方向の見定めが一番の仕事……」

過去、通産・経済産業大臣賞を、合わせて三度受賞している美工。１５０名の精鋭を先頭で引っ張る脇社長。全国区の得意先を多く持つ視点から「不易流行、今期のスローガンです。不易とは変わらない、普遍ということ。流行は変える、こと。ベースはしっかり持ちつつ時代をとり入れる。意味としては二面あると考えている。一つは得意先の利益、時代に即した商品を提供するという意志の徹底です」。

美工は１９５９年設立、来年の9月で60期を迎える。「その60年近いモノ作りのノウハウは、流れていくものではなく積み重ねてきた強さ、そしてそれをベースとしたお客さまとの信頼関係」。そしてもう一面は「得意先のために役立つ会社になるには、より強い力を備える努力、事業強化の方向性です」。例えば――、

「ＩＴ領域についていえば、やはりＡＩに踏み込みたい、希望も含めて。これまでの、そしてこれからの仕事を、前後左右からビッグデータ化していきたい。これはモノ作りにとってもたいへん有効だと思うのは、恐らくＡＩによる工程管理でミスは激減すると同時にプロセスの効率化も進化する読み」。データを独自に「ためなくてはならない」時期と語る。「失礼ですが、お得意さまにも、ウチにも匠が減っている。関係性もコンプライアンスなどで以前より薄い間柄になっている。そこをどう補い強くするか」。

わき・しげかず
1949年4月8日生まれ。大阪市出身。近畿大学商経学部中退。71年4月㈱美工入社。2002年事業本部大阪事業部長、03年執行役員、05年取締役、06年常務取締役、10年専務取締役、12年10月代表取締役社長就任。入社以来、主に松下電器産業㈱（現：パナソニック㈱）を中心に営業畑一筋。信条：「Do the Best」、趣味：ゴルフ。

そして当然のことながら、と「マーケティング領域のＡＩ導入を目指したＩＴ化です。これも待ったなしで、今度、㈱美工ＩＭＣを設立しました。データをベースとしたリアルなマーケティングとトレンドウオッチを強化し、いわば、デザイン、モノ作り、そして効果を担保する英知、その分断のない三位一体の業務形態、その計画の推進」。それが社長としての仕事、と語る。

その一方で「美工は、モノ作りから入って長い経験を持つ、それは強さではあるけれど、今後の方向から照らすと、どうしても人材的に不足がちになる、もちろん教育は大事だけれど間に合わないことも多い」。聞きたいところだ。脇社長は慌てることはない、と。「無いものは他に求めるというのが、私の主義。足らなかったら知っている方に、顧問的にお願い、デザイン出身の方、販促通の方に、お聞きすればいい。いわば、エキスパートとの繋がり、その道のプロと触れ合うことによって、社員の成長にも役立つ、本物を知ることで、目が覚める」。同じようなことが得意先との関係にも……「美工は多くの産業の方とお付きあいして、情報はある。得意先でも他の業界の変化を知らずに損をされている場合もある。そんな他企業の変化状況を企画に反映させ、発信することも大切な役割」。さらに「今度、このビルのフロアが空いたので、プロジェクターを使った原寸大のプレゼンテーションルームを開設します」。徹底した情報管理の下で、プロセスも原寸大で提示するという。

モノ作りの強化、デザイン力、そしてマーケティング、トレンド把握力、加えて得意先との品質向上も含めた関係の強化へと。脇社長は、語った。「これからはセールスプロモーション以上に、ビジネスプロモーションが大切と思う」。

＊「JPM Network」や記事への率直な「ご意見」「ご感想」を、編集担当、kanzawa@jpm-inc.jp（神澤）宛て、お送りください。

JPM協会 2018年カレンダー（理事会・講座・行事など主なもの一覧）<予定>

1月	第29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）／18日～19日 第3回「産学交流研究会」／22日 JPM新年会／26日
2月	第29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）／5日 特別W講演会2018（関西部会）／7日 執行理事会／14日 第17期プロモーショナル・クリエイティブディレクター養成講座（全4回）／①14日、②21日、③28日
3月	日本プロモーショナル・マーケティング学会 平成30年度研究助成募集開始 クリエイティブ勉強会／8日 第17期プロモーショナル・クリエイティブディレクター養成講座（全4回）／④9日 定例理事会／14日 日本プロモーショナル・マーケティング学会総会／平成29年度PM学会研究助成論文発表会／20日 JPM GLOBALSHOP 2018　視察ツアー／24日～30日 JPM協会展 作品年鑑2018発行
4月	JPM会員社 交流会①
5月	「買い場」展開がよく解る基礎講座 開講 定例理事会／16日
6月	第49回定時総会（如水会館）／29日
7月	プロモーショナル・マーケティング入門講座 開講 執行理事会 第16回「JPMプランニング・ソリューション・アワード」結果発表 JPM会員社 交流会② プロモーショナル・マーケター認証資格試験・受験受付開始
9月	第30期インストア・マーケティング・スペシャリスト養成講座 開講 定例理事会
10月	JPM協会展（台東館）／17日～19日 JPM会員社 交流会③ プロモーショナル・マーケター認証資格試験直前受験対策講座 第14回プロモーショナル・マーケター認証資格試験 実施（10月～11月予定）
11月	執行理事会 JPM贈賞式（大手町サンケイプラザ）／28日
12月	2018年締め　定例理事会

JPM協会 2018年1月度 新入会員社紹介

新和印刷株式会社

営業品目「企画・プランニング・デザイン・クリエイティブ・印刷」

特色「印刷物だけに拘らず、印刷付帯サービスについて効果的な提案を行い、お客様に利益をもたらすためトータルで管理。／石田大成社グループ」

◎会社代表者＝代表取締役　池山信生　会員代表者＝東京事業部長　松井 清　連絡担当者＝企画制作課　石崎博行

住所／〒550-0013大阪市西区新町1-23-8石田大成社ビル

電話06-6536-2100

FAX06-6536-3300

「プロモーショナル・クリエイティブディレクター養成講座」 2月14日（水）開講

いま、広告主がSP業務に最も期待する「販促クリエイティブ力」を創るプロモーション・テーマ開発の実践講座「プロモーショナル・クリエイティブディレクター養成講座」（第17期）を、2月14日（水）より1週間に1回、5回講義で行う。

アイデアの発想法から「人を動かす」具体的な施策立案まで、一貫した〈実践トレーニング〉で、実務に求められる3つの力――①キー！アイデア開発力、②動機づけの仕組み開発力、③プロジェクト統括・推進力――が身に付く講座。異業種交流、コラボレーション型グループワークで、「力」を高めていく。

日程：2月14日（水）／21日（水）／28日（水）／3月9日（金）

時間：各日9：20開始。14日は懇親会を設け19：30まで。21日・28日は17：00まで（3月9日は17：30まで）

場所：日本印刷会館2階会議室

受講料：JPM協会会員1名7万5600円（税込／テキスト資料代含む）

Contents

表紙（数字から見る・読む・考える）……1
第13回プロモーショナル・マーケター認証資格試験～合格者数発表…2
プランニング・ソリューション・アワード セミナー2017報告……3
「Pro's TALK SHOW」㉖（脇 重和氏）……5
News from JPM……6

編集後記

ＳＮＳを活用した販促策が盛んに行われています。例えば、あるメガネ屋さん。お客が会計時にインスタグラムのフォロワー数を提示、続いて店内や商品を撮影した写真を、規定の＃をつけて自身のインスタグラムに投稿、「1フォロワー×1円」換算で割引。また、その投稿に寄せられた「いいね！」の数に応じ、さらに「1いいね×20円」割引の追加。また、ある美容室ではフォロワー5000人以上は無料、10000人以上は1万円差しあげるとのこと。これらの施策、視点は「人の価値を活用」とのことですが、いまやフォロワー数が、その人の「価値」の一つになるということらしい……。う～ん。　（秀）

冬を語る雪と春近しを告げる梅の花芽が、２月を表します。

JPM Network　2018 2月号 Vol.80　＊「JPM Network」は2018年1月号より、JPM協会のHP（http://jpm-inc.jp）に公開しています。

■発行人／江花昭彦

■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　Tel：03-3523-2505　FAX：03-3523-2508　HP：http://jpm-inc.jp