

JPM Network

2026 Vol.135



Topics【受賞特集号】

JPMアワード 2025 インストアマーケティング部門

金賞以上の賞27作品とオーディエンス賞を紹介

JPMアワード2025 プロモーションプランニング部門

金賞以上の賞6企画を紹介 入賞作品一覧を掲載

「JPM The Planner2025」は株式会社電通プロモーションの菊池雄也氏が受賞！

次世代マーケティング・チャレンジコンテスト2025

ベストチャレンジ賞2企画と特別協賛社賞2企画を紹介

次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト2025

最優秀賞2作品と特別協賛社賞作品を紹介 入賞作品一覧を掲載

2025年アワードを
観て強くなりマウス



Tsuyokunari Mouse

日本プロモーション・マーケティング アワード2025 (JPMアワード2025)



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「JPMインストアマーケティングショー&アワード」と日本を代表するプロモーション企画コンテスト「JPMプロモーション・マーケティングアワード」の2つは、本年度から統一された。「日本プロモーション・マーケティング アワード」の名称の下、それぞれ「インストアマーケティング部門」と「プロモーションプランニング部門」として展開された。

JPMアワード2025 インストアマーケティング部門 パナソニックの「冷蔵庫HY2特別展示キット」が、経済産業大臣賞を受賞 審査員特別賞は、カゴメの「カゴメベジチェック什器」

JPMアワード2025インストアマーケティング部門の最終審査は、JPMショー2025会場にて12月10日に行われた。本年度のエントリー数は388、その中から経済産業大臣賞、審査員特別賞各1作品、各部門の最高賞となる金賞26作品、優秀な作品の授与される銀賞52作品の計79作品（審査員特別賞は金賞W受賞）が選ばれた。

ここでは、金賞以上の作品を紹介する。なお各作品のコメントは、最終審査員の久保田秀明氏に作成いただいた。

また、JPMショー2025来場者投票により選出されたオーディエンス賞も合わせて紹介する。



【経済産業大臣賞】
大型キット 部門
パナソニック
冷蔵庫HY2特別展示キット
出品会社:美工

昨今サイネージを駆使した動画でのスマートな製品説明が多い中、場所を取るが実感のあるリアルな現物での表現に切り替えたところに強いインパクトがある。身近な冷凍餃子を大量に積んで見せる、また原寸の冷蔵庫ケースに食材を大量に入れた状態を見せるなど、食材が想像以上に収納できる様子をディスプレイしている。食材の長期保存に関心が高まる中、強い安心感と説得力を与えている。





【審査員特別賞】

スゴ技部門 金賞W受賞

カゴメ

カゴメベジチェック什器

出品会社:ダイナパック



「健康管理の一端を野菜の摂取量から」の理念のもと、手のひらをセンサーに当てるだけで体内の野菜分の量を手軽に測定できるツールを開発。必ずしも自社の製品の購買に結び付くわけではないかもしれないが、野菜不足による健康管理の大切さと、今野菜を少しでも摂取すべきという気づきを与える。健康管理に対する強い企業の信念を感じさせ、かつ説得力のある見事なツールになっている。



JPM
AWARDS

JAPAN
PROMOTIONAL
MARKETING



【金賞】

薬品・医療雑貨 部門

ファイントゥデイ

uno EYESUIT販促什器

出品会社:TOPPAN



全体にクールでスタイリッシュな印象を醸し出していて完成度が高い。目に光が当たったフォトもさわやかな力強さがあり、男性用コンタクトとして魅力的なアイキャッチになっている。薄い筐体、凛としたスクエアなビジュアルの取りまとめが際立っている。

トイレタリー部門

花王

MEMEMEフロア什器

出品会社:TOPPAN



商品名の「MEMEME」のブランドイメージを強調するよう棚の構成を交互に配置、月並みな型にはまらぬ様を演出。色が変わる「ME」のカットアウト、全体に蛍光色オレンジを使うなど主張の強さが際立つ。トップボードも魅力的。すべてが強烈なインパクトを出している。

化粧品・カウンター部門(販売・陳列機能) A 部門

伊勢半

ヒロインメイク20周年記念スーパーWPマスカラ

出品会社:TMC



ヒロインメイク20周年の祝祭感を演出。特別な衣装のブランドキャラを大きく扱い、強く印象付けている。製品イメージの「絹ツヤブラック」を、絹のパール感の白とツヤの黒のコントラストでストレートに表現。加えてPETの曲面表現が滑らかさを引き立てている。

化粧品/カウンター(販売・陳列機能) B 部門

花王

ケープマスカラ下地カウンター陳列台

出品会社:システムコミュニケーションズ



製品特徴であるまつ毛のカーブ感がひと目でわかる立体形状を、ボードトップで表現。遠目からでも「強いマスカラ」の印象が伝わる。古典的なギミックながらわかりやすく、かつ斬新なインパクトを与えている。メタル表現も巧妙。うまく鮮度感を出している。

花王

ALBLANCバイタライジングクリーム小口展開台 出品会社:TOPPAN



中心にあるクリームの表現が、巧みなギミックで不思議な立体感を出し強く目を引く。これが背景の大きなクリームにもうまく連動し、すべてがリアルな立体表現に見えるようになっていて秀逸。のびやかでリッチな商品特性を直感的に伝えていて参考にすべき作品。

アルビオン

24AWコフレ演出セット 出品会社:共同印刷



商品のデザインテーマである「ナイトミュージアム」を見事に演出。月や星を象徴的に使い、紺と金のコントラストが上質なゴージャス感を醸し出す。商品をミュージアムに見立てた魅力的なジオラマに仕立てた緻密な構成で、強いアイキャッチ効果を出している。

コーセートラベルリテール

WALL VMD TOOL LIPOSOME 出品会社:TOPPAN



おおらかな曲面を持つ美しい構成をベースに、中心の円が全体を引き締めている。メタル材や透明材が複雑に絡み合い、さらに光が加わり神秘的な紫の競演に。商品を引き立たせ、人を引き付ける「輝くステージ」として実に素晴らしい仕上がりになっている。

レブロン

レブロンSLグリマーリップオイル

出品会社:エクスプレス社



リップオイルのとろけるような質感を際立たせたディスプレイ。中央のリップオイル陳列部で、PET材を曲げたブルツとしたツヤ表現が強いアイキャッチになっている。さらにバックボード上のツヤ表現と呼応し、什器全体で商品特徴を強く印象付けていて素敵だ。

花王グループカスタマーマーケティング
KATEリップモンスタータワー什器

出品会社:TANAX



「モンスター」の名の通り、角が生え、ゆがんだ口のような切れ込みに怖いようなインパクトが。大中小三層の展示プレート、特徴的な脚、全体の赤黒の強い印象も含め、実に不思議な存在感のある什器。徹底したイメージ作りが生んだ傑作ディスプレイといえる。

ソフトバンク

HeartBuds Charger展示台 出品会社:TOPPAN



ハート形のチャージャーを引き立てよう、アクセサリーに見立ててドレッサーのイメージで展示台に。半透明アクリルをうまく使い、透けのあるキャンディートーンで演出。商品をバルーンのように浮かせ、小さいながらもかわいらしいインパクトを醸し出している。

パイロットコーポレーション
Juiceマルシェ ペンケース×自動販売機型什器

出品会社:レンゴー



ボールペン「Juice」に因んで、ジュース缶風のペンケースが入手できる自販機型の什器。ペン8本のまとめ買いで6種のペンケースから選べる。思わず押したくなるような大きめのボタン形状が気持ちをそそる。おもしろみがあり、まとめ買い促進に貢献したと思われる。

パナソニック

25年ドルツ電動歯ブラシW1800展示台 出品会社:美工



ドルツ製品のラインナップが分かり易く配置され、左側のサインージで商品理解を深め、自分に合った機種をじっくり選ぶことができる贅沢なコーナー什器。青緑色のカラーリングがメディカルな信頼感を与え、高性能な製品であることをしっかり印象づけている。

MTG

SIXPAD Medical エンド什器

出品会社:TANAX



最先端感を印象づけ、ブランドの世界観をLEDで輝く什器とともに鮮烈に表現。光る原寸大トルソでどこに装着する製品なのかひと目で分からせ、詳細は動画で解説。モニターはお客様や店員が接客しやすいようセンサーでトップに切り替わるように配慮されている。

アサヒ飲料

カルピスじゃぐち什器

出品会社:TOPPAN



「カルピスが出てくる蛇口」というシンボリックなディスプレイ。大きなサイズの蛇口とビッググラスが強力なアイキャッチとなっている。実際に鮮度の良いカルピスが飲め、排水の機能もしっかりしている。ここで飲めることが直感的に分かる楽しいアイデアだ。

ベネッセコーポレーション
「しまじろう」スタンディ

出品会社: 光村印刷



しまじろうとの背比べや、マグネットシートの工作などと一緒に、写真を撮り、投稿してもらうという連の体験を実現させるディスプレイ。楽しいキャラに囲まれ子どもたちがはしゃいで遊ぶ様子が想像できる。子どもの成長を記録する楽しさに満ちていて素敵だ。

花王
テープマスカラ下地ハンガー陳列台

出品会社: システムコミュニケーションズ



製品特徴であるまつ毛のカーブキープ感がひと目でわかる立体形状をトップで表現。遠目からでも「強いマスカラ」の印象が伝わる斬新なハンガーディスプレイとなっている。2フェイスから1フェイスに切り替えることができ、様々な売り場環境への配慮がある。

森永製菓
チョコボールガチャ什器

出品会社: レンゴー



子どもが思わず触ってみたいくなるような“動く仕掛け”を組み込んだ什器。ボタンを押せば商品が出る、上のカプセルの中からキャラが出現する。見る・触る・動かす、のワクワク感がある。紙素材メインで店頭ならではの楽しい購入体験を模索した傑作ツール。

アラハタ
Spoon FreeモバイルPOP

出品会社: レンゴー



片手で楽にジャムをパンに掛けられることを端的に訴求。紙の柔軟性を活かし、らせん状のフォルムに着目した点は古典的表現だが秀逸。狭いジャム売り場で使える、効果的でミニマな表現が光る。「片手で手軽に…」「さよならスプーン」などのコピーもうまい。

アルビオン
IGピールオフスタンド(24冬)

出品会社: 共同印刷



サンプルをお渡しするチケットを立看板の中に、はがせるように配置することで、広告効果を高めながらサンプルをもらいやすくなるように行動誘引設計がされている。広告的にならず、的を絞った表現が深い。また植物の表現がブランド観をうまく引き立てている。

花王グループカスタマーマーケティング
IROKAステーション什器

出品会社: 共同印刷



高級感のあるプレミアム柔軟剤の什器。演出する土台にLEDを内蔵し、多彩な演出ツールを組み合わせることでプレミアム感を表現。透明感のある商品を光らせることで「香水のような格調高い香り」を演出し、思わず人を引き込むような強い魅力を作り出している。

サントリーフーズ
カフェカップ型コーヒーコーナーキット

出品会社: TOPPAN



カフェのカップをモチーフにした、タテサイズを可変できるゾーニングツール。ラインナップの多いクラフトボスの陳列コーナーの様々な売り場環境にフレキシブルに対応でき、紙をメインにした素材の軽さ、廃棄処理のしやすさも評価のポイントになっている。

METABEV KOREA
THE GLENALLA CHIEGIFT

出品会社: DOBIN



従来のウイスキーとの差別化を図り、単なるパッケージではない「シングルモルトグレンアラヒー 15年」の特別な価値を提供。パッケージ自体をジオラマに見立て、美しい蒸留所をフィギュアや小物などで飾り、特別なオブジェとして楽しめるよう工夫されている。

資生堂

NEWアルティミューン展示台

出品会社: 大日本印刷



ツバキエクスに由来する商品の広告イメージを、リアルで華やかな立体造形に仕上げています。アクリルに印刷と曲面曲げ加工を施し、美しい花びらと流れる様を再現。緻密な造形表現が見事なボリューム感とインパクトを出している。あまり類似の事例が無い傑作。

ヤマト運輸

2025年日本国際博覧会宅配・手荷物預かりゲート店

出品会社: 大日本印刷



ヤマト運輸が万博会場で、宅配や荷物預かりのサービスだけでなく、わかりやすく楽しい工夫を考慮。サイン計画、発送時の注意喚起のシールなどで利用者への安心感を、AR展示や大きなクロネコオブジェなどの体験型コンテンツで創造性と来店価値を高めている。



I-ne
BOTANISTtreehouse 出品会社: リンクス

特別な場所で展開するスペシャルな什器。展示寸法に制約のある中、絶妙な什器の構成になっている。環境に配慮したリボードを使い、木の持つ自然な感じをうまく表現。樹皮やツタの葉、輪切りの表現に鮮度感があり、商品イメージをいっそう引き立てている。



【オーディエンス賞】



パイロットコーポレーション
Juiceマルシェ ペンケース×
自動販売機型什器

出品会社: レンゴー

JPMショーの来場者が、エントリー部門を問わず最も印象的、魅力的と感じた作品を選んだ賞。総投票数1,785の内、最多得票を獲得した作品。部門金賞も受賞した。10位までの結果が、JPMのホームページに掲載されている。審査員とは異なる視点で選んだにもかかわらず、それらはすべて入賞作品であった。



JPMアワード2025 プロモーションプランニング部門 マイナビの「座ってイッスPROJECT」が、 グランプリ 経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞を受賞

JPMアワード2025プロモーションプランニング部門は、最終審査会を10月31日に実施した。全エントリー93企画の中からグランプリの経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞をはじめとし、各エントリーカテゴリーの最優秀企画に与えられる金賞6企画、優秀と認められた銀賞13企画の計19企画（グランプリは金賞の中から）が

選出された。

ここでは、金賞以上の企画を紹介し、入賞企画の一覧を掲示する。

また同時に、プロモーション・マーケター有資格者を対象とした奨励賞も紹介したい。

【グランプリ 経済産業省大臣官房商務・サービス審議官賞】



マイナビ
座ってイッスPROJECT
(社会課題プロモーション企画 カテゴリー 金賞)
出品会社: TBWA\HAKUHODO
共同出品会社: 博報堂

働く人の環境改善という社会問題へ対応した企画。レジの業務は立ちっぱなしが、暗黙の習慣だった。軽くコンパクトで姿勢よく座れる「レジスタップ専用イス」を開発し、「座れるアルバイト」の実現を試みた。調査PRで実態を明らかにし、ソーシャルボイスで拡散。イス導入が人材の確保や定着につながることをアピールした。1年間で250社を超えた導入企業のバイト数応募数は増加し、マイナビバイトの求人掲載数もアップした。



【金賞】

ブランディングプロモーション企画 カテゴリ

ビーケージャパンホールディングス
バーガーキングを増やそう
出品会社: ザ・プロデュース 共同出品会社: DE



「店舗数が少ない」というネガティブ要素を逆手に取り、バーガーキングの出店を希望するお客さんに「物件を探してもらう」というキャンペーン。応募方法の紹介MOVIEと物件応募WEBサイトを展開。予想を大きく上回る圧倒的なビジネス成果を上げた。

リテールマーケティング企画 カテゴリ

イトーヨーカ堂
涼しさを届ける、青いヨーカドーの清涼祭
出品会社: スコープ



猛暑日が続く夏。衣・食・住を涼しくするアイテムが揃い、館内も涼しいことをアピール、「クーリングシェルター」と位置付けた。ロゴマークを青く変更し、売場・PRイベント・自社メディアを通して清涼アイテムの訴求や熱中症対策の啓蒙を行った。

エリア限定プロモーション企画 カテゴリ

和歌山県海南市
「鈴木姓のルーツ」和歌山県海南市のイベント「鈴木サミット」
出品会社: 博報堂



消滅可能性自治体とされる海南市を救おうという企画。海南市が「鈴木姓のルーツ」であることに着目した。かつては学術的だった「鈴木サミット」をオープン化、エンタメ化してイベントや様々な発信を行った。苗字の観光地化に成功し、来訪者の増加に貢献した。

セールス&コマースプロモーション企画 カテゴリ

エスエス製薬
お守りEVE
出品会社: ハッピーアワーズ博報堂
共同出品会社: 博報堂、博報堂プロダクツ



鎮痛剤EVEを、どんな時も力を出しきるための身につけるアイテムとして、シンボル化した。EVEが入る「お守り型ミニボーチ」プレゼントや、デジタル「お守りEVE」を企画。マス広告、ビールオフ広告、インフルエンサーなども活用し、売上げの大幅アップを実現した。

プロモーションイノベート企画 カテゴリ

森永乳業
タレント契約と発表会を“秒”速化〜秒速イタリアン・秒契約〜
出品会社: 博報堂



リニューアル&値上げをした対象商品のコンセプトは、速攻で料理が仕上がる「秒速イタリアン」。オダギリジョーさんと、期間60秒以内の「秒契約」を締結。PR発表会では、時間内で料理を作ってもらった。話題性を獲得し、低予算で売上げの拡大に貢献した。

【奨励賞】 (プロモーション・マーケター有資格者対象)



鈴木 祐気氏
株式会社 ハッピーアワーズ博報堂)
受賞企画: エスエス製薬 お守りEVE

この賞は、プロモーション・マーケターの資格保有者がエントリーした企画を対象とし、最も優れた企画でエントリーしたプランナー個人に与えられる。鈴木氏は、セールス&コマースプロモーション企画カテゴリ金賞の「お守りEVE」を企画した。



日本プロモーション・マーケティングアワード 2025 ～ プロモーションプランニング部門 ～ 入賞企画一覧

エントリー企画は6カテゴリーです。本年度は6カテゴリーに93企画がエントリーされ19企画が入賞しました。

受賞名	プロモーション名	広告主名	出品会社名	共同出品会社名
グランプリ 経済産業省大臣官房商務・ サービス審議官賞	座ってイッスPROJECT	株式会社 マイナビ	株式会社 TBWA\HAKUHODO	株式会社 博報堂

エントリー企画カテゴリー名		プロモーション名	広告主名	出品会社名	共同出品会社名
ブランディング プロモーション企画	金賞	バーガーキングを増やそう	株式会社 ビーケー・ジャパン ホールディングス	ザ・プロデュース合同会社	株式会社 DE
	銀賞	ヒガシマルは東にハマりたい	ヒガシマル醤油株式会社	株式会社 博報堂	
	銀賞	DREAM MILES PASS	日本航空株式会社	株式会社 ハッピーアワーズ博報堂	
	銀賞	スキ!が伝わる!? #ハートボッキー	江崎グリコ株式会社	株式会社 電通デジタル	株式会社 電通
セールス&コマース プロモーション企画	金賞	お守りEVE	エスエス製薬株式会社	株式会社 ハッピーアワーズ博報堂	株式会社 博報堂/ 株式会社 博報堂 プロダクツ
	銀賞	ツモれるボス雀缶	サントリーホールディングス株式会社	株式会社 電通東日本	株式会社 電通/ 株式会社 電通 プロモーションプラス
	銀賞	おうちで商店街	楽天グループ株式会社	株式会社 電通	
	銀賞	「はいよこんで 利きききどん」篇	日清食品ホールディングス株式会社	株式会社 博報堂	
リテール マーケティング企画	金賞	涼しさを届ける、青いヨーカドーの清涼祭	株式会社 イトーヨーカ堂	株式会社 スコープ	
	銀賞	日清焼そば×シャウエッセン 焼そばウインナー交互に見てプロモーション	日清食品ホールディングス株式会社	株式会社 ADKクリエイティブ・ワン	
社会課題 プロモーション企画	金賞	座ってイッスPROJECT	株式会社 マイナビ	株式会社 TBWA\HAKUHODO	株式会社 博報堂
	銀賞	能登復興支援アクション 「スキップとローファーと能登」	株式会社 講談社	株式会社 博報堂	
	銀賞	晴れ風ACTION	麒麟ビール株式会社	株式会社 博報堂	
プロモーション イノバート企画	金賞	タレント契約と発表会を“秒”速化 ～秒速イタリアン・秒契約～	森永乳業株式会社	株式会社 博報堂	
	銀賞	特茶びったり広告	サントリーホールディングス株式会社	株式会社 博報堂	
	銀賞	スポーツ熱狂シェア「Moment Booster」	DAZN Japan Investment合同会社	株式会社 博報堂	
エリア限定 プロモーション企画	金賞	「鈴木姓のルーツ」和歌山県海南市のイベント 「鈴木サミット」	和歌山県海南市	株式会社 博報堂	
	銀賞	道頓堀 金龍のしっぽ プロジェクト	金龍製麺株式会社	株式会社 博報堂	株式会社 オズマビーアール
	銀賞	PEACE WING HIROSHIMA PROJECT ONE	株式会社 サンフレッチェ広島	株式会社 電通西日本	株式会社 電通
奨励賞 (プロモーション・マーケター 有資格者対象)		お守りEVE	エスエス製薬株式会社	鈴木 祐気氏(株式会社 ハッピーアワーズ博報堂)	

「JPM The Planner2025」は 株式会社電通プロモーションの 菊池雄也氏が受賞！

菊池氏は過去3年間JPMのプロモーションプランニングコンテストにおいて以下の受賞実績を積んでいるが、WEB動画やTVCM、販促キャンペーンなどの企画を通して、常に予定調和を裏切るような新鮮な驚きを探る一連の企画業務成果が審査員一同から高く評価された。



菊池 雄也氏

株式会社 電通プロモーション
(※受賞時の所属会社名は電通プロモーションプラス)
クリエイティブディレクター /
コピーライター

【JPMプランニング・ソリューション・アワード 受賞実績】

- 2022年度 統合型プロモーション企画部門 銀賞
TOKYO2020 “ENJOY+1”キャンペーン
(広告主:日本コカ・コーラ株式会社)
- 2022年度 単体型プロモーション企画 金賞
#コークで乾杯キャンペーン
(広告主:日本コカ・コーラ株式会社)
- 2023年度 統合型プロモーション企画部門 銀賞
チームコカ・コーラ「Colorful Dreams！」
(広告主:日本コカ・コーラ株式会社)
- 2023年度 単体型プロモーション企画 銀賞
チーム コカ・コーラ「KANPAI! STADIUM」
(広告主:日本コカ・コーラ株式会社)

【プロフィール(略歴)】

東京都八丈島出身。2003年電通テック入社。
コピーライティングに軸足を置きながら、グラフィック・TVCM・プロモーション・イベント・デジタルなど、枠にとらわれない雑食性で、“あたりまえの隣にある”クリエイティブ&プランニングワークを実践。主な仕事は、日本コカ・コーラ「SHIBUYA COUNTDOWN」「TOKYO2020+1」「Team Coca-Cola Colorful Dreams」、日清シスコ「コナツツ3:20」「青春と大人のメッセージサブレ」、森永乳業「でるサイユのぼら」など。JPMでの受賞の他、第1回販促コンペ | グランプリ、NY FESTIVAL | ゴールド、日本雑誌広告賞、JAA広告賞、OCC、など受賞。

【受賞コメント】

私は、クリエイティブやプランニングにおいて「人の想像や予定調和を裏切るときに新鮮な驚きが生まれる」というのをひとつのテーマにしているのですが、この受賞は想定外だったので、まさに新鮮に驚きました。選出いただきありがとうございました。

JPM The Planner

「JPM The Planner」は、2018年度に創設された“生活者を購買行動に向けて実際に動かす企画力と実施力において突出した成果を安定的に生み出した個人”を顕彰する賞である。DXの進展といった環境の変化に適応したプロモーションの進化と領域の広がりを反映し、そこに携わる

プランナーの世の中における価値向上を目的とする。

審査は、JPMのプロモーションプランニングコンテストの実績に基づいて行われた。同アワードの入賞企画をプライズごとに点数化し、個人別の過去3年間の受賞履歴を累計ポイント化。今回はその上位8名を候補者とし、JPMアワードプロモーションプランニング部門の審査員18名の合議によって決定された。



JPM 次世代チャレンジコンテスト 2025

次世代マーケティング・チャレンジコンテスト2025

次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト2025

プロモーション・ビジネスの次世代を担う若者たちが一堂に会して知恵とアイデアを競うコンテストとしてマーケティング部門の「次世代マーケティング・チャレンジコンテスト」とクリエイティブ部門の「次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト」が開催された。JPMショーの場において、それぞれのコンテストのファイナリストたちによるプレゼンテーションが行われ、最終的な受賞企画及び作品が決定した。

次世代マーケティング・チャレンジコンテスト 2025

主催：日本プロモーション・マーケティング学会

特別協賛社（江崎グリコ）課題の「一般流通における新しいカレー売場の創出」、または自由課題の「次世代のマーケティング展開やプロモーション産業の活性化にチャレンジするテーマ」に対応した企画案を策定する。一次審査を経た学生の部6企画、一般の部5企画のフ

イナリストが、JPMショー当日にプレゼンテーションを行い、「ベストチャレンジ賞」（学生の部、一般の部各1企画）、「特別協賛社賞」（学生の部、一般の部各1企画）が選ばれた。



【ベストチャレンジ賞】学生の部

行動インセンティブで創る新しい通勤体験

（自由課題）

提案者：小林大将、シュレスタ・アロク（大阪工業大学）



行動インセンティブ（ナッジ）を用いて満員電車の混雑という社会課題の解決を目指した企画。電車内のピーコンを、スマホのアプリが捉えることで乗客の位置を検出。混雑が激しいドア付近を避け、中央部へ移動した乗客には、様々な特典に変換できるポイントが付与される。車内混雑の平準化と遅延防止や安全性の向上を促進する。電鉄会社へのヒアリングも行い、事業化を目指している。

【ベストチャレンジ賞】一般の部

Supermarket 3.0 — 商い文化の再発明 ～AIと人がつくる「買い物以上の価値」～

（自由課題）

提案者：清水佑輔、甲斐郁美、馬場遼太、池田ゆい（株式会社スピン）



真のリアルショッピングの価値とは

“人間本来の 豊かさを取り戻す”

ことにある

Supermarket 1.0を「現代は失われつつある昭和の豊かさ」、2.0を「効率化を求めた現代のスーパー」と規定し、スーパーマーケットの未来像として3.0を提案した。先端技術をリアルな買い物の価値創造に活用する。具体例としてAIカメラやホログラフィを使った「市場の熱気を体験できる鮮魚売場」、対話型AIとホログラフィを活用した「生産者のこだわりがわかる野菜売場」、参加型の売り場「生活者がつくる推し棚で『布教』活動」をあげた。



【特別協賛社賞】学生の部

CHARGE'N CHAT(チャージン・チャット)

(自由課題)

提案者: 林和香(同志社女子大学)



会話中に対面している相手を無視してスマートフォンに夢中になる行為として社会問題化する「phubbing(ファブニング)」「(Phone+Snubbingの造語)に着目。携帯を手放して楽しめる環境創造を提案した。置き型充電器を全席に設置したカフェやテレビゲームルームを展開することで、新しいコミュニティプラットフォームの確立を目指した。会話(チャット)を通じて携帯もこころも充電できるゲームカフェ「CHARGE'N CHAT」と名付けた。

【特別協賛社賞】一般の部

一般流通における新しいカレー売場の創出「親心カレー便」

(協賛社特別課題)

提案者: 仲川怜希(株式会社ADKクリエイティブ・ワン)



一人暮らしの子どもを心配するお母さんがターゲット。この企画の気付きは、「カレールウには自炊を促すという力がある」ということ。ちゃんと自炊し健康でいて欲しいという思いを、ルウと具材、メッセージカードに込めて、その場で贈れる新しいカレー売場を提案した。日用品やお菓子など同時に送れる関連商品の購入促進も期待できる。一連のストーリーの中で、生活者と小売店、メーカーそれぞれにメリットを創出した。

次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト 2025

主催: 日本プロモーション・マーケティング協会

特別協賛社(江崎グリコ)のカレー「ZEPPIN」の「ディスプレイまたはプロモーション効果のある商品パッケージ・限定パッケージ」をデザインする「カテゴリー1: インスタクリエイティブ」と、「イベント性や話題性を重視した期間限定のプロモーション&販売スポット」

を企画・デザインする「カテゴリー2: ポップアップストア」がある。JPMショー当日のファイナリスト8組による最終プレゼンテーションを経て、「最優秀賞」(カテゴリー1、カテゴリー2各1作品)、「特別協賛社賞」1作品が決定した。



【最優秀賞】

カテゴリー1: インスタクリエイティブ

「本格カレーをお持ち帰り! ZEPPINマルシェ」

出品者: 高橋和加奈(千葉県立東金テクノスクール)



企画意図: 「40数種のスパイスを使用した本格カレー」を表現するために、スパイスを売っているカートイメージフロアタイプのPOPにすることで、遠目からでも視線を惹きつけるデザインにしました。中央にはZEPPINカレーの最大の魅力である「40数種のスパイス」と「デューセルソース」の原材料を、写真だけでなく実物のサンプルを置くことで、スパイスの本格さと本場のマルシェにいるようなリアル感を演出しました。

【最優秀賞】

カテゴリー2: ポップアップストア

「ZEPPINマイカルテ」

出品者: 赤田陽香、山本美空、松井美優、北浦桃華(同志社女子大学)



企画意図: 平日の昼間に1人での主婦は、昼ごはんを調理するときに「作るのが面倒」「栄養が偏る」と感じる人が多い。実際お昼をパンやおにぎりで済ませ、体が重く感じる経験をした人も少なくない。そんな日常の中でも「食べながら自分を整える時間」があったら良いと思い、この企画を考えた。提案するのはボックスに入るだけでAIが体調を分析し、その日の自分にぴったりのカレーを提案してくれるサービスである。カレーという親しみやすい料理を通して、孤食の時間を「自分と向き合うきっかけ」に変えることができる。また、そのおいしさや健康体験を家族や友人と共有することで食を通じたつながりや会話が生まれ、日常に小さな楽しみが増える。毎日の食事がただのルーティンではなく「心と体のメンテナンス」になるような新しい食の形を目指している。さらに、人とのコミュニケーションが生まれることでカレールウの販売促進にも繋がる。



【特別協賛社賞】

カテゴリー1：インスタクリエイティブ

おいしさと健康のベストバランス

出品者：坂野利幸（千葉県立東金テクノスクール）



企画意図：おいしさと減塩(健康)のバランスが取れる商品であることをアピールするために、天秤を使い、釣り合いがとれている様子を、見る人に一目で分かりやすく表現しました。POP全体をキッチンの雰囲気にまとめ、日常から健康的な食生活の提供ができることを、見る人に興味を抱かせるデザインになっています。

見事な企画や作品が
集まった2025年で
ありマウス！



次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト入賞作品一覧

賞名／カテゴリー	作品名	学校名／会社名	氏名
最優秀賞	インスタクリエイティブ 本格カレーをお持ち帰り！ ZEPPINマルシェ	千葉県立東金テクノスクール	高橋 和加奈
最優秀賞	ポップアップストア ZEPPINマイカルテ	同志社女子大学	赤田 陽香、山本 美空、松井 美優、北浦 桃華
特別協賛社賞	インスタクリエイティブ おいしさと健康のベストバランス	千葉県立東金テクノスクール	坂野 利幸
優秀賞	インスタクリエイティブ 今宵、華麗なひとときを	東京都立中央・城北職業能力開発センター板橋校	松原 佳代
優秀賞	インスタクリエイティブ 旅する食卓	株式会社 東具	和田 莉乃亜
優秀賞	インスタクリエイティブ 保冷巾着のおまけ付き3種アソートで 「みーんなZEPPINIST」作戦	学校法人専門学校 東洋美術学校	桐生 麗慈
優秀賞	ポップアップストア ZEPPIN！香るスパイス花言葉診断	TOPPAN株式会社	横山 実樹子
優秀賞	ポップアップストア あの人のための愛情カレールム	株式会社ノムラメディアス	辻子 萌乃
優秀賞	ポップアップストア あなたをタマネギらいます	同志社女子大学	四良丸 紗羽、久城 雅、義間 美幸
審査員セレクト	インスタクリエイティブ 絶品の味をあなたのお口へ	東京都立城南職業能力開発センター大田校	川越 莉々香
審査員セレクト	ポップアップストア ZEPPIN FES	安田女子大学	高岡 柚季
審査員セレクト	ポップアップストア スパイス香房	桜美林大学	谷島 美乃里、江端 悠莉、澤柳 円花
審査員セレクト (会場展示)	ポップアップストア ZEPPIN夫人の旬カレー教室	株式会社 東具	長田 郁美