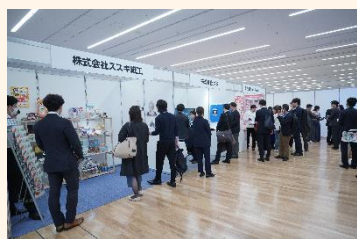


第54回 日本プロモーション・マーケティングショー2025

「CXエリア」 出展のご案内

(旧称：販促見本市)



写真：第53回 JPM SHOW「販促見本市」の様子

プロモーション・マーケティングの総合展「日本プロモーション・マーケティングショー」は、今年で第54回目の開催となります。

国内で唯一、世界でも最大級のPOP広告コンテストの入選作品の展示をはじめとし、第23回目の開催となるプロモーション・プランニングの受賞企画の展示も行います。

会場を構成するもう一つの重要なゾーンとして、昨年まで「販促見本市」の名称で親しまれておりました出展企業様の製品・サービスの展示発表を行えるゾーン名称が、今年から「CXエリア」の名称になります。顧客体験（CX：Customer Experience（カスタマーエクスペリエンス）という意味で名付けました。

CXエリアには、JPM協会の会員社ではない企業様にもご出展いただくことができます。

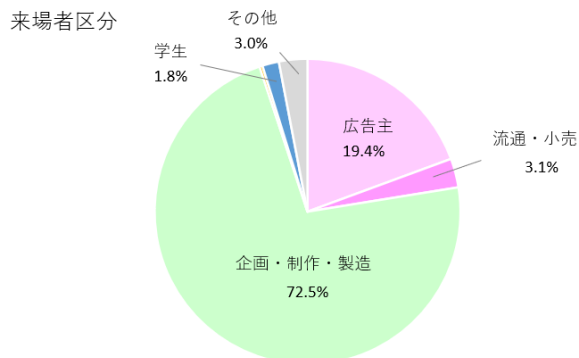
上述の各コンテストの結果を観覧にいらっしゃる、広告主企業や流通業のSP担当者、POP広告担当者、およびPOP広告、POPディスプレイの供給者など、プロモーションビジネスの専門家に、各社の製品・サービスについて、直接アピールすることができる、またとない機会です。

次ページに、「CXエリア」の概要をまとめておりますので、是非ご覧いただき、貴社の製品・サービスのご出展につきまして、ぜひご検討をお願い申し上げます。

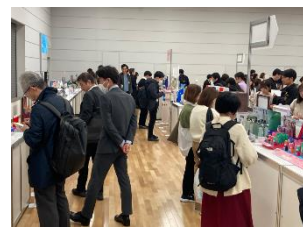
第53回 JPM SHOW 2024 来場者数

日程	11月27日	11月28日	11月29日	合計
会場時間	10:00～17:00	10:00～17:00	10:00～16:30	
来場者	937	1,280	1,538	3,755

※ 2023年より354名増



写真：第53回 JPM SHOWの様子



■ 「CXエリア」でアピールいただきたい製品・サービス群

これからのプロモーション・マーケティングに有効な製品・サービスをぜひご紹介ください！

例

SDG's を踏まえ開発された製品・サービス

Z世代をターゲットとした製品・サービス

POPサイネージ、3Dプリンター、IoT関連機器、映像機器など

販促キャンペーンの企画や仕組みに役立つキャラクターや事務局運営メソッドなど

ベーシックな販促ツールやメソッド、売り方提案など

今年のJPM SHOWでは、デジタル販促ソリューションご紹介のエリア「DXエリア」を設けさせていただきます。出展料、コマ面積など変わりありません。

デジタル販促ソリューションに特化してアピールされたい会社様は、「DXエリア」へのお申込みをよろしくお願いいたします。

■ 出展スペース

基本1コマ（幅2,970 X 奥行1,980 X 高さ2,400mm）と、2コマ（幅5,940 X 奥行1,980 X 高さ2,400mm）をご用意しておりますが、ご希望により幾つでもご用意いたします。

■ ご出展に伴う付帯サービス（予定）

- ① 会場内オープンステージでのプレゼンテーションの場のご提供（ご希望の場合）
- ② 会場内での社名表示
- ③ JPMショー作品集（ガイドブック）への広告・PRページ掲載
- ④ JPMショー作品集（ガイドブック）贈呈
- ⑤ JPMショー入場券1小間当たり25枚贈呈

■ ご出展料金（1コマあたり）

1コマ／幅2,970×奥行1,980×高さ2,700mm
ご希望により、複数コマをお申込みいただけます。

・JPM協会 会員
・一般
（共通）

250,000 円（税込）

■ お申し込み方法

出展条件の詳細を「CXエリア 出展概要」（後送）にてご確認のうえ、「出展申込書」（後送）に必要事項をご記入いただき、Eメールに添付しJPM協会事務局担当者までお申込みください。

■ お申し込み締切

2025年9月5日（金）

■ ご出展料のお振込み

「出展申込書」受理後、E-mailにて、ご請求書(pdfデータ)をお送りします。
ご請求書に記載の振込先まで、2024年10月15日(火)までにお振り込みいただくことになります。

■ お問い合わせ先

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会
〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館7階
販促見本市 担当 江角（えずみ）・林田（はやしだ）・小原（おはら）
E-mail: jpm_show@jpm-inc.jp

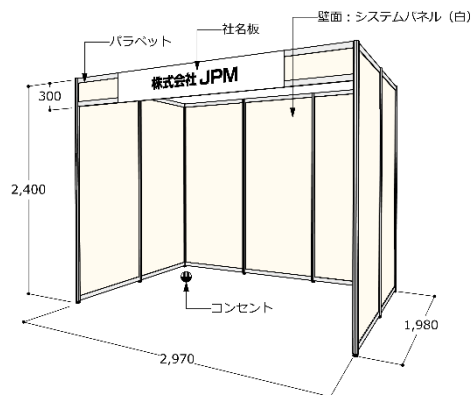
展示コマ仕様について

① 1コマ

サイズ：幅2,970×奥行1,980×高さ2,400mm（芯々寸法）

【基本設置】

- ・壁面：システムパネル（白）
- ・パラペット：システムパネル（白）
- ・社名板：統一書体、スミ文字（W1,800×H300mm）
- ・コンセント：左奥下2口×1個（1kw）

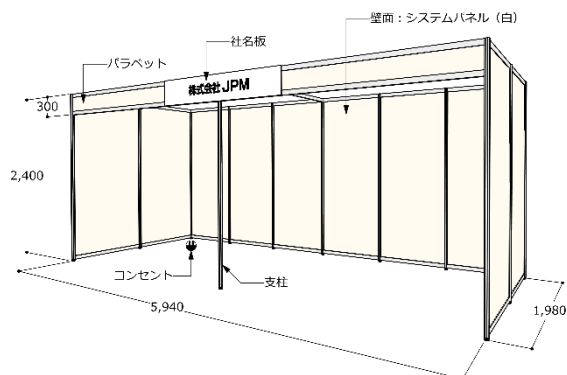


② 2コマ

サイズ：幅5,940×奥行1,980×高さ2,400mm（芯々寸法）

【基本設置】

- ・壁面：システムパネル（白）
- ・パラペット：システムパネル（白）
- ・社名板：統一書体、スミ文字（W1,800×H300mm）
- ・コンセント：左奥下2口×1個（1kw）



第54回 日本プロモーション・マーケティングショー 2025

日本プロモーション・マーケティングショーは、時代と環境の変化を反映したプロモーションの現在と未来を、魅力的に分かりやすくプレゼンテーションする日本最高峰のプロモーション総合展です。
1971年の第1回開催から半世紀の歴史を経て、2025年は第54回目の開催となります。

開催概要

- 日程** : 2025年12月11日（木）、12月12日（金）
- 会場** : 東京ポートシティ竹芝オフィスタワー内 東京都立産業貿易センター 浜松町館 4階
- 後援** : 経済産業省
- 協賛** : 公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会／一般社団法人 日本印刷産業連合会／
一般社団法人 日本広告業協会／公益社団法人 日本サインデザイン協会／
一般社団法人 全国スーパーマーケット協会／一般社団法人 日本ディスプレイ業団体連合会／
一般社団法人 日本空間デザイン協会／公益社団法人 日本パッケージデザイン協会／
公益社団法人 日本マーケティング協会／日本チェーンストア協会／
特定非営利活動法人エムシーイーアイ／日本プロモーション・マーケティング学会
- 特別協賛** : 株式会社 宣伝会議

ゾーン構成

以下の7つのゾーン構成を予定しております。

ショーを開催することにより、JPM協会が確立を目指すブランド価値の具現化を目指しています。

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：日本で唯一かつ最大のPOP広告のコンテスト
- プロモーションプランニング部門：生活者を実際の購買行動に向け動かした日本最高レベルのプロモーションのコンテスト

DXエリア デジタル販促ソリューションのご紹介

CXエリア 最新プロモーションツールのアピールの場

PACエリア 秀作パッケージの展示紹介

オープンステージ カジュアルな様式でご覧いただけるような企画を検討中です

セミナー会場 ホールの外にある会議室での各種セミナーの開催を予定です。

次世代チャレンジコンテスト

学生・若手の方々に向けたコンペティション

- マーケティング部門
- クリエイティブ部門

※詳細は JPM SHOWサイト <https://www.jpm-show.jp/> に後日掲載して参ります。

日本プロモーション・マーケティング協会は、プロモーション業界全体の活性化に向けて、プロモーション・マーケティング領域における以下の5つの事業を柱に展開しています。

- 1, 講座/セミナー/研究会事業
- 2, プロモーション・マーケター認証資格事業
- 3, JPM協会展/各種アワード事業
- 4, 日本プロモーション・マーケティング学会事業
- 5, 調査・書籍事業

沿革

- 1969年 米国POP広告協会日本支部として設立
1971年 現「日本プロモーション・マーケティング協会展」の開催を開始
1978年 現「プロモーション・マーケティング実態調査」を開始
1990年 通商産業省（現：経済産業省）管轄 社団法人 日本ピー・オー・ピー広告協会 設立 認可を得る
2000年 米国POP広告協会から独立し、英文名と略称を変更 ※英文名: Japan Point of Purchase Promotion Institute Inc. 略称: JPP
2005年 プロモーション・マーケター認証資格制度を発足
「第1回プロモーション・マーケター認証資格試験」を実施
2007年 現「日本プロモーション・マーケティング学会」を発足
2009年 「日本プロモーション・マーケティング協会」に名称変更
2012年 一般社団法人「日本プロモーション・マーケティング協会」として登記
2019年 創立50周年

2025年5月現在 会員社数126社

「JPM協会の存在意義と目的」

世の中全体でデジタル化が進んでいた中、新型コロナウイルスのパンデミックによって、DX化はさらに加速度的に進展しています。こうした環境変化の中で、生活者は新たな生活様式を模索し、リアルとデジタルを組み合わせたハイブリッドな購買行動が定着しつつあります。

これまでの常識や前例が通用しない激変する環境下において、プロモーション業界には事業構造を時代に合わせて柔軟に見直し、生活者や社会に向けた提供価値を継続的にアップデートしていくことが求められています。

日本プロモーション・マーケティング協会は、こうした環境変化に適応し、会員企業の事業成長を支援し、プロモーション・マーケティング業界を発展させていくために、2022年6月の「定時総会」において「JPM協会の存在意義と目的」を以下のように再定義いたしました。

【PURPOSE】 存在意義と目的／何のためにJPM協会が存在するのか

生活者の購買行動をより豊かな体験とし、その価値を向上させるために、プロモーション・マーケティング業界の牽引役として、会員社の事業成長を支援し、ひいては日本経済の発展に寄与する。

【MISSION】 そのためにJPM協会は何を行うのか

生活者を実際の購買行動に導いていくために必要なあらゆる領域において、専門性の追求に有益な国内外の情報を迅速に提供するとともに、会社や事業の垣根を超えたネットワークを構築するための場を提供することで、会員社のビジネス拡大に貢献する。また、環境変化に適応しながら、会員社とともにプロモーション・マーケティングの新たな価値を創造し、それらを常に進化・アップデートさせていく。

【VISION】 JPM協会が実現したい未来

生活者の、より楽しい、より豊かな購買行動を実現し続ける。

【VALUE】 価値観と行動姿勢

- ・常に環境変化に柔軟に対応する。
- ・主体的に自ら市場を観て、生活者の声を聴く。
- ・新たな事業価値創出のためのイノベーションマインドを持つ。
- ・多様性の尊重と地球環境への配慮