



JPM

In-Store Marketing Show

Officially licensed by **shop!** Enhancing Retail  
Environments & Experiences

# 出品説明会

JPM

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会



# ご参加の皆さまへのお願い

本日は、お忙しい中、  
日本プロモーショナル・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  
出品説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。  
ご参加に当たり、下記についてご協力をお願ひいたします。

- ①説明内容の無断転載は厳禁です。
- ②ご質問は、画面下の「チャット」からご記入ください。  
説明会の最後にお答えさせていただきます。



# アジェンダ

Contents	ご参照 ページ	話 者
総合司会		小 原
1. 開会にあたって		内 田
2. 日本プロモーショナル・マーケティングアワードの概要	P. 5-13	小 原
3. エントリーに際し事前にご確認いただきたい資料	P.14-18	小 原
4. 部門の分類について	P.18-29	山 根
5. 展示に関しご留意いただきたい点	P.30-40	福 澤
6. POP広告作品の出品申込み方法	P.41-48	小 原
7. エントリーシステム各項目入力時にご留意いただきたい点	P.49-57	小 原

# 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

### 概 要

昨年まで「インストア・マーケティングアワード」と独立したアワードとして展開してまいりましたが、プロモーション産業に携わる皆様にとって、より理解しやすく体系的な枠組みとして提示するため、今年度より「インストア・マーケティングアワード」と「プロモーション・マーケティングアワード」を一本化し、統一された大きな傘の「日本プロモーション・マーケティングアワード」の名称のもとに、それぞれ部門」として位置づけることといたしました。

プロモーションからインストアへ販促市場から店舗販売市場へ業界を広く包含し参加の機会を拡大する良い機会になればと思います。

# 変化し続ける 店頭販促

# POP広告の 新時代を共有します。



## Q POP広告とは?

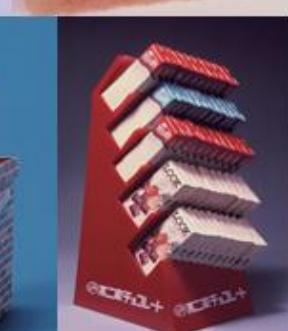
※POP=Point Of Purchase(購買時点)

## A 店頭で、商品の情報を知らせて、購入を促進する広告。

このほかにも、生活者を店内に誘導する、商品の前で足を止めさせる、商品を手に取らせる、インターネットツールでの検索・共有・拡散を促すなど、さまざまな役割を担っています。日本プロモーショナル・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への出品作品や受賞作品は店頭販促の今と未来を示しています。<sup>56</sup>



「過去の受賞作品と作品募集ポスター」



HISTORY  
1971年に第一回目を開催して以来、今年で54回目を迎える、歴史あるアワードです。

# POP広告の世界大会 「Shop! Global Awards」への 登竜門



2019年に、店頭体験の向上に取り組む世界的な業界団体である Shop ! Association より、当領域に関するアワードの世界基準 shop!OMA のプログラムライセンスを受けました。これにより、日本プロモーション・マーケティングアワードで部門最高賞を受賞した POP 広告は、shop!Association に参加する世界各国の同様団体が主催する POP 広告のコンテストで部門最高賞となった作品だけがエントリーできる shop!Global Awards への参加が可能となります。

Shop! Global Awards 2024では、JPM協会より  
3社5作品がエントリー。



**shop!**  
**GLOBAL**  
**AWARDS**  
2023



応募総数は近年でも約400点にのぼります。それらが一堂に展示される第54回日本プロモーションマーケティングショーの会場で審査員とご来場者は、社会動向、マーケティング傾向のPOP広告への影響を一望できるとともに、それらを、デザイナーや構造設計士がどのように咀嚼しPOP広告に展開したか、上下左右から、つぶさに観察することができます。

約400点の  
POP広告  
現物を展示

# 会場審査

審査員は、個々のPOP広告に込められたクリエイティブ力について、存在感や素材感を確かめながら、どの作品も同じ環境下に置かれた状態で、公平に審査することができます。



左・右上/JPM協会内審査による第二次審査の様子



右下/第三次・最終審査の様子

第一次審査  
入選  
**約400点**

第二次審査  
銀賞  
**約50点**

第三次審査  
金賞  
**約24点**

最終審査  
経済産業大臣賞  
**1点**

審査員長

山形 季央

多摩美術大学 名誉教授

寺井 剛敏

金沢美術工芸大学 ホリスティックデザイン専攻  
教授 社会連携担当理事

森下 郁恵

株式会社宣伝会議「ブレーン」編集長

倉林 武也

株式会社リテイルインサイト 代表取締役

向坂 文宏

桜美林大学 芸術文化学群  
<ビジュアル・アーツ専修>准教授

中島 聰

日本アドバイターズ協会 専務理事

近藤 彰彦

JPM協会 常任理事

林 直人

JPM ヤング部会 部会長

久保田 秀明

JPM協会 参与

インダストリー・  
アカデミアの  
有識者で構成される  
第三次・最終審査員

# あなたの作品もぜひご応募ください。

近年の生活者の購買行動の変化に伴い、POP広告に求められる要素も常に変化しています。その変化と進化を、日本プロモーショナル・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へのご参加を通じ、ぜひ共有してください。



## 「第54回 日本プロモーショナル・マーケティングショー 2025」の概要

【応募要項】 7月11日（金）JPM協会ホームページに掲載

【応募対象期間】 2024年9月1日（月）から2025年8月31日（日）の12ヶ月に販促目的で展開されたPOP広告が対象

【申込受付期間】 2025年7月15日（火）から2025年9月4日（木）

問合せ先 JPM協会事務局 日本プロモーショナル・マーケティングアワード担当 小原 林田 jpm\_show@jpm-inc.jp

**エントリーに際し  
事前にご確認いただきたい資料**

# 応募要項

日本プロモーショナル・マーケティングアワード インスタマーケティング部門のエントリーに関わる全規定を掲載しています。

7月11日（金）JPM協会ホームページに掲載します。

## 第54回 日本プロモーショナル・マーケティングショー2025 日本プロモーショナル・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 POP広告・インストア広告作品応募要項

### JPM In-Store Marketing Awards

Officially licensed by  Enhancing Retail Environment & Experience

この協会は主催する「日本プロモーショナル・マーケティングショーアワード」マーケティング部門は、JPM協会唯一、ひとつの部門でも最も幅広いPOP広告コンテストです。主催者の運営が確実で、最も多く候補したPOP広告やプロモーションページなどを審査するインストアマーケティング部門のPOP広告・インストア広告作品応募要項です。

#### Shop DMA Awards プログラム

Shop: Entertainment Association ([shopassociation.com](http://shopassociation.com)) は以下述べ  
小売の発展と実績の向上を目指す世界的な業界団体です。Shopでは、全ての個人  
が選ばれ、公平に認められ、さまざまな視点、意見、考え方、アイデアが賞賛され、  
受け入れられる環境を実現することに重点を置いた活動を行っています。2013年  
12月、小売連盟協会 (AREL) やPOPアワード (POPWA) を合併してShop  
Entertainment Awards Inc. (本部:米国) になりました。



Shop DMA Awards  
Shop DMA Outstanding Merchandising Achievementの杯。Shop DMA Awardsは50  
年以上にわたり、もっとも革新的で実績のある企業がPOPディスプレイを実現  
してきました世界最大のアワードです。

JPM協会は、2008年より、Shop DMA Awards プログラム内の企賞受賞作品は、  
Shop DMA Awardsおよび世界中のShop 開催場所のShop 開催場所アワードの企賞受賞作品となり、  
Shop Global Awardsに応募することができます。

#### JPMの指定するPOP(企賞受賞)広告・インストア広告

デンタルの医療・薬局によって販売している製造者の適切な位置に対応するために、POP広告・インストア広告に求められる仕様も大きく変化しています。従来のリアルな店頭における顧客対応としてのPOP(企賞受賞)はもとより、お客様を店内に誘導するための看板サインやディスプレイ、またSNSの普及によって変性性を増している

看板(サイン・看板・看板)のフレームにおいて複数することで空間的に複数位置につなげていくツール。また複数部のチャックアッパーなどのプロモーションツールも含めて、それらの全てをインストア広告として機能実現します。

空間的にすぐさま目に届かないツールやディスプレイ(例えば、看板屋だけを満足するウンドウディスプレイなどは、POP広告・インストア広告ではない)です。

(サイン・看板)を組成するもの。デンタルコンテンツ教材は、POP広告・インストア広告ではないとします。

# Googleフォーム Entry 基本操作説明書

JPMアワード インストアマーケティング部門  
Googleフォーム エントリーのマニュアルです。  
昨年まで使用していたオンラインエントリーシステムからGoogleフォームでのエントリーに変更となりました。

\* 昨年まで出品責任者用と出品申込者用の  
2種類ありましたが今回より出品申込者用の1種類のみとなります。

マニュアルは7月11日（金）にJPM協会ホームページに掲載します。

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・マーケティングアワード  
インストアマーケティング部門  
出品申込マニュアル

Google Forms Entry

基本操作説明資料  
V 1.0

一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会

# ニュースリリース

日本プロモーショナル・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について、JPM協会会員社ではない企業の皆さんにも、メディアを通じて知っていただくことを期し、7月11日（金）にニュースリリースを発信予定。

店頭でのお買い物をより楽しく豊かにしたPOP広告を表彰する「日本プロモーショナル・マーケティングアワード マーケティング部門」を2025年も開催

The screenshot shows a news article on PR TIMES. The title is '店頭でのお買い物をより楽しく豊かにしたPOP広告を表彰する「JPM POPクリエイティブアワード」を2025年も開催' (Award for POP advertisements that make shopping more fun and fulfilling at store counters will be held again in 2025). The article discusses the award's purpose, the categories (Insta-store Marketing), and its impact on consumers. It includes a photo of a store counter with various products and a QR code. The page also features a sidebar with related news items and a ranking section.

日本プロモーショナル・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へのエントリーを  
呼びかけるポスターのデータを準備予定

- ・ ポスター（A3判PDFを7月中にHPに掲載）

## エントリー部門・コードの 分類について

エントリー時点で、特徴が類似した作品同士を予めカテゴライズ。  
公平かつ効率良く審査ができるようにしています。

ISMの応募部門の大分類は、主に「業種別」と「形態別」となります。  
このほかの大分類として「その他」「特別」がございます。



業種別

形態別

その他

特別

「業種別」は、その作品の広告対象となる商品が属する業種による分類となります。

基本的に「カウンタータイプ」または「フロアタイプ」で大別。

それでも出品数が過多の部門について、製造コスト別にコードナンバーを振り、分類しています。

これは、「コード」毎のエントリー数をなるべく均等に保ち、コード毎に付与される「銀賞」の競争率をできるだけ均等にするためです。

業種別			
カウンタータイプ		フロアタイプ	
製造コスト別 コード	製造コスト別 コード	製造コスト別 コード	製造コスト別 コード

「形態別」は、  
「業種別」のカウンタータイプとフロアタイプ以外で、  
**定番的な形態**のPOP広告について、  
類似性の強いもの同士をグルーピングして分類しています。

## 形態別

ハンガー

ショウカード,スティッカー

のれんバナーフラッグタペストリーウォール

のぼり立看板インフレータブルカットアウト

サイン

キット

「その他」は、近年POP広告として定着しつつある比較的新しいカテゴリー（POPパッケージとスゴ技）と、2019年まで出品社が日本国外の会社の場合一律「海外部門」としてきたものを再整理し、日本国外で展開されたPOP広告を扱う「グローバル部門」で構成しています。

「特別」は、従来の量産型POP広告とは異なるものの、店頭での販売促進機能を持つ、空間や装置について、エントリーしていただきます。

一昨年「ミニマム・ロット」部門を設置しました。⇒ [詳細は次ページ](#)

その他	POPパッケージ
	スゴ技
	グローバル
特別	プロモーション・スペースデザイン
	ミニマム・ロット

## ■ 「ミニマム・ロット」

旗艦店用等、数店舗のみで体験を重視したPOP広告を展開するケースが増加していることを鑑み、製造個数が1~9点のPOP広告を応募できる部門として、大分類「特別」内に「ミニマム・ロット」部門を設けています。

- **作品の形状や大小は問いません。**

カウンタータイプから大型ディスプレイまでご応募いただけます。

- **施工を必要としない作品を対象とします。**

施工が必要な作品は、プロモーション・スペース・デザイン部門にご応募ください。

- **日本プロモーショナル・マーケティングショー会場展示は実物を原則とします。**

持ち込めない場合はB1パネルも可とします。

**※経済産業大臣賞の対象外です。**

商環境の変化、POP広告の設置傾向、ならびにISMへの応募状況を鑑み、例年調整を行っております。2025年度は、以下のようにコード統合を行います。

## ■ コード統合

昨年「業界別」の過去3年にわたり、応募数が少なかったため「トイレタリー」のカウンタータイプについて、従来は製造コスト別にそれぞれ3つのコードを設けていたものを、2コードに統合いたしました。また「食品・飲料・アルコール飲料」を3部門から1部門に統合し「たばこ」を「出版、エンターテインメント、金融、その他業種」に統合しました。

## 出品エントリー部門分類・コード表

オンラインエントリーにあたり、P6・P7もよくご覧のうえ、作品に該当するコードNo.をご入力ください。

部門別分類 	タイプ別 コスト別分類	カウンタータイプ他		フロアタイプ			
		納入単価別コードNo.(P6補足(1) 参照)					
①薬品・医療雑貨		3,000円未満 <b>11</b>	3,000円以上 <b>12</b>				<b>13</b>
②トイレタリー		1,500円未満 <b>21</b>	1,500円以上 <b>22</b>				<b>23</b>
③化粧品/カウンター (販売・陳列機能)A		1,500円未満 <b>31</b>					
④化粧品/カウンター (販売・陳列機能)B		1,500~3,000円未満 <b>41</b>					
⑤化粧品/カウンター (販売・陳列機能)C		3,000円以上 <b>51</b>					
⑥化粧品/カウンター (告知・演出機能)A		5,000円未満 <b>61</b>					
⑦化粧品/カウンター (告知・演出機能)B		5,000円以上 <b>71</b>					
⑧化粧品/フロアA							10,000円未満 <b>81</b>
⑨化粧品/フロアB							10,000円以上 <b>91</b>
⑩オーディオ、AV機器、通信、事務機器、 カメラ		3,000円未満 <b>101</b>	3,000円以上 <b>102</b>	5,000円未満 <b>103</b>	5,000円以上 <b>104</b>		
⑪文具、ファッショングループ、メガネ、時計		3,000円未満 <b>111</b>	3,000円以上 <b>112</b>	5,000円未満 <b>113</b>	5,000円以上 <b>114</b>		
⑫家庭用品、生活家電/カウンター		<b>121</b>					
⑬家庭用品、生活家電/フロア							<b>131</b>
⑭食品、飲料、アルコール飲料		3,000円未満 <b>141</b>	3,000円以上 <b>142</b>	5,000円未満 <b>143</b>	5,000円以上 <b>144</b>		
⑮運輸、エネルギー、スポーツ、旅行		3,000円未満 <b>151</b>	3,000円以上 <b>152</b>	5,000円未満 <b>153</b>	5,000円以上 <b>154</b>		
⑯出版、エンタテインメント、金融、たばこ、その他の業種		3,000円未満 <b>161</b>	3,000円以上 <b>162</b>	5,000円未満 <b>163</b>	5,000円以上 <b>164</b>		

1,000円未満

形態別	⑪ハンガーA		1,000円未満 <b>171</b>		
	⑫ハンガーB		1,000円以上 <b>181</b>		
	⑬ショウカード、ステッカー		<b>191</b>		
	⑭のれん、バナー、フラッグ、タペストリー、ウォール		<b>201</b>		
	⑮のぼり、立看板、インフレータブル、カットアウト		<b>211</b>		
	⑯サイン	店頭・店内サイン	<b>221</b>		
	⑰小型キット		<b>231</b>		
	⑱大型キット		<b>241</b>		
その他の	⑲POPパッケージ		<b>251</b>		
	⑳スゴ技		<b>261</b>		
	㉑グローバル		<b>271</b>	経済産業大臣賞対象外	
特別	㉒プロモーション・スペース・デザイン		<b>281</b>	経済産業大臣賞対象外。単品応募可	
	㉓ミニマム・ロット	カウンター <b>291</b>	フロア <b>292</b>	経済産業大臣賞対象外。 製造個数1点～9点応募可	

\*出品申込時に上記の分類を取り違えたものは、第一次審査会において訂正させていただきます。

# Focus Here !

「形態別」各部門のうち POP広告の基本的ツールともいえる

- ⑯ のれん, バナー, フラッグ, タペストリー, ウォール
- ㉑ のぼり, 立看板, インフレータブル, カットアウト
- ㉒ サイン

のエントリー数が近年少ない傾向にあります。

⇒ぜひ積極的にご応募ください！

出品社様

部門最高賞を獲得できるチャンス！

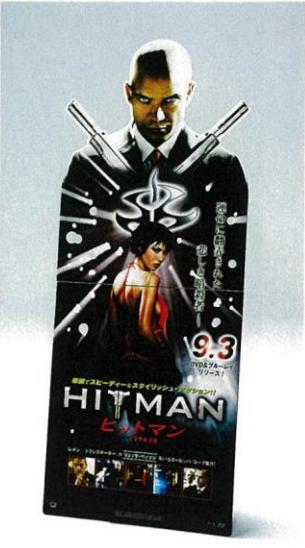
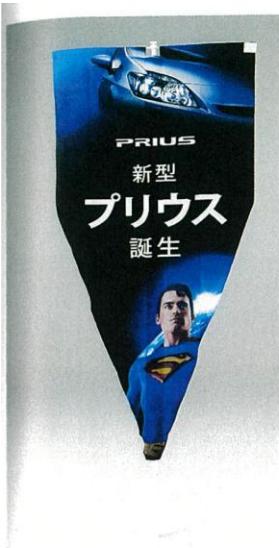
JPM協会

各年に展開されたPOP広告について、各社様から可能な限りエントリーいただき  
全体傾向の把握に努めたい！

## ②のれん, バナー, フラッグ, タペストリー, ウォール の例



## ㉑のぼり, 立看板, インフレータブル, カットアウト の例



762

763

764

772

773

774



765

766



775

776

## ②サインの例



542  
ゾイドワイルド ウィルドライガー立像サイン  
㈱タカラトミー  
㈱萬代  
樹脂・その他 900×300×600

543  
「メリーポピンズ リターンズ」運営会社  
ウォルト・ディズニージャパン  
監修印刷機  
AD 佐田 修一郎  
紙・その他 1,200×220×1,150

544  
スーパークリー コルトンサイン H  
アリビール㈱  
凸版印刷㈱  
AD トヨバンアイデアセンター  
樹脂・その他 257×15×245

545  
ハーベンダッカ日本法人  
—アス・エクスリ...—

## **展示に関する諸注意**

**—ビジュアル資料—**

※エントリーを行っていただく前に、下記のご準備が必要です。

インストアマーケティング部門で、どのように展示いただくかを想定いただき、

- ・展示に要するスペースサイズを割り出す
- ・写真撮影を行う

## 展示スペースについて

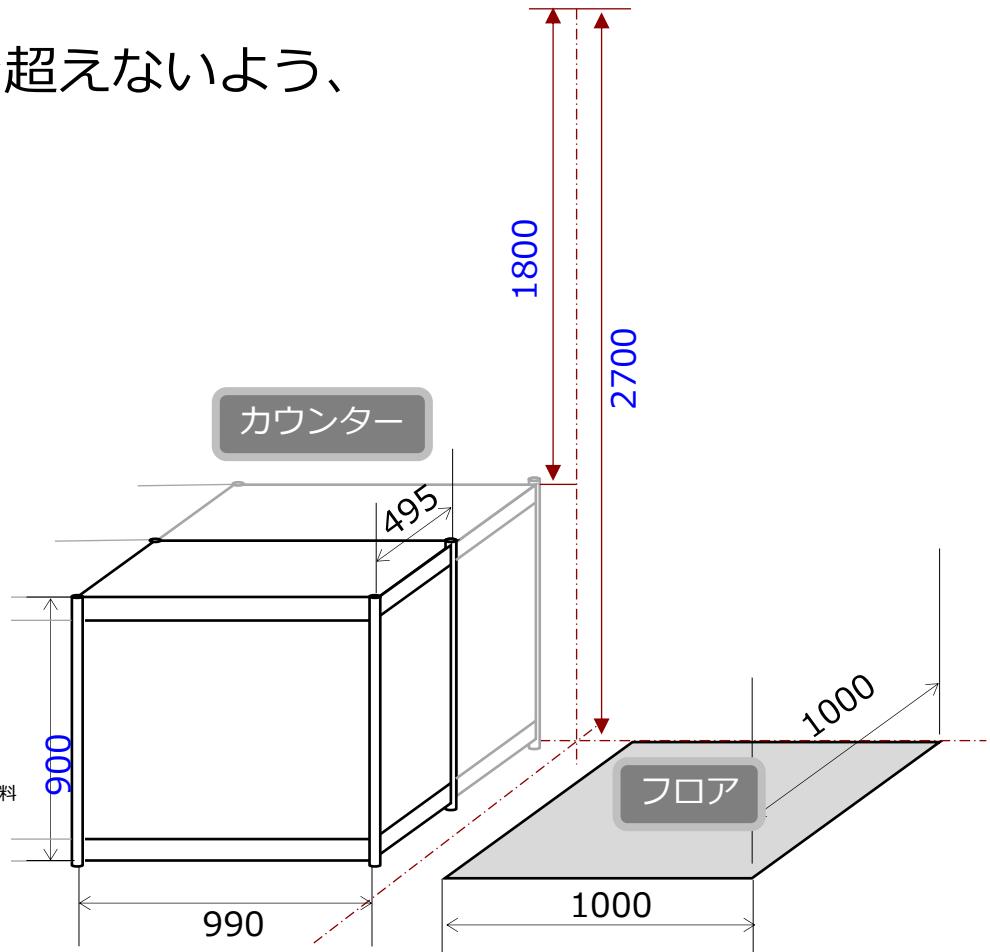
フロア／キットなど床置きの展示物について、  
会場制限により、高さが **2700mm** を超える作品は展示できません。

カウンター腰高 **900mm** を考慮し、  
カウンター上の展示物は高さ **1800mm** を超えないよう、  
ご注意ください。

腰高900のカウンターは  
**幅990×奥行495が基準サイズ**です。

ただし基準サイズを超えるカウンター展示物  
の場合でも、幅と奥行は拡大して対応可能です。

各展示タイプにおける展示料  
の1単位となる基準スペース



# 会場・展示の様子

展示作業状況 ※写真は台東館



【カウンター展示状況】  
基本的に1段展示となります。



【キット部門展示状況】  
吊りモノも可能



【フロアタイプ設置状況】  
2面以上の告知／訴求面があるような展示や什器の場合は、予め展示品の周辺に余裕をもった寸法を「展示必要スペース」へ入力するよう、申込者に周知をお願いします。

来場・展示の状況 ※浜松町館



出品作品は、原則としてキット部門以外、単品(1個)の出品となります。  
ただし、下記作品は複数であっても単品扱いとします。

同一形状で企画時に複数の展示を意図した小型POP。  
また、同一形状で色違い、表示違いの小型POP

機能を果たす最少個数の  
ユニットディスプレイ



ショウケース内に展示する小物のディスプレイ。

応募時に展示例または使用説明書が画像データとして添付されれば可。1次審査にて参考します。

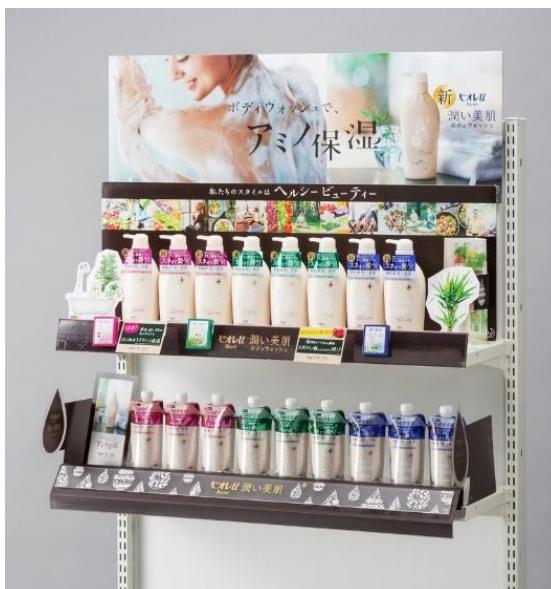
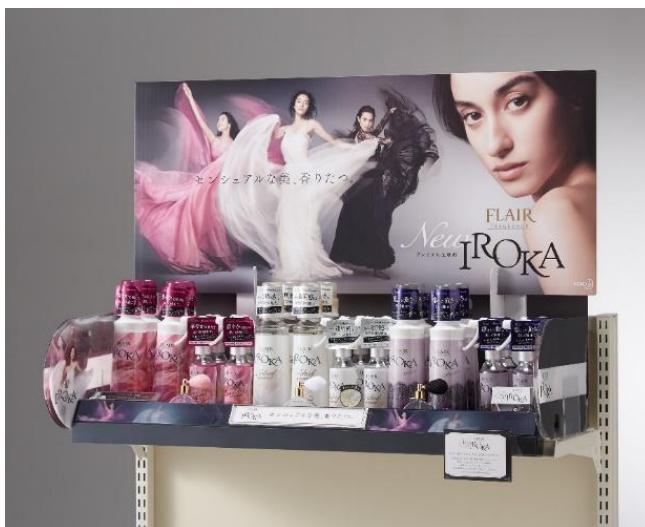


※出品申込時の画像が展示例を示している場合は、  
別添いただく必要はありません。

## ㉓小型キットの例 応募要項p6／エントリー部門と分類／㉗ ご参照

ゴンドラの部分使用、定番用部分キット、カウンター用キットなど。

ゴンドラ幅以下で、3種以上のPOPが組み合わされたPOP



ゴンドラの全面使用。付属展示品含む。



エンド陳列、アイランドなど、複数のPOPの組み合わせでゴンドラ一台分の幅以上のもの



販売促進機能を持ったパッケージ。POPの機能を付加していることが条件です。

ギフトコーナーのダミーパッケージとサイネージの組み合わせ



プレゼント付パッケージ



POP機能を有さない  
パッケージは、  
ご出品いただけません

EC向けプレミアムパッケージ



ギフト向けパッケージ



意匠性のあるパッケージ



告知付きノベルティパッケージ



セット販売用スペシャルパッケージ



スゴ技部門は、「技術・加工面での創意工夫をアピールする部門です。

以下の条件のいずれかに当てはまる作品を応募ください。

1. デザイン・材料・構造・加工・機能などが斬新であること。
2. 上記 1. の組合せが従来の常識を打破するものであること。
3. 流通（運送・店舗）や環境などへ特別な配慮がなされていること。

プロジェクトマッピングと  
ムービングを組み合わせたディスプレイ



シズル感を見事に表現している  
ムービングディスプレイ



梱包・展示について、  
店舗や環境へ配慮した工夫がされている



旧来の手法を巧みに応用し、  
低成本で最大の効果を発揮した事例。



## ②8プロモーション・スペースデザインの例

応募要項p7／エントリー部門と分類／②8 ご参照

期間限定等恒久的な施設ではなく、その場で商品を販売している、または売場に隣接している、プロモーションスペースが対象です。ポップアップショップはOK。展示会・ショールームは除きます。  
1点からエントリー可能ですが、経済産業大臣賞の対象外です

ポップアップショップ



複数の什器を組み合わせた  
店舗演出



期間限定の特別商業空間



売り場に隣接した体験コーナー

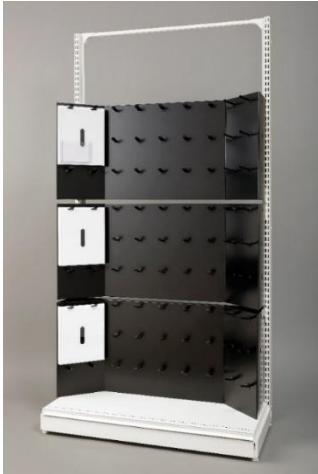


売り場に隣接していない  
ショールームや展示会は  
エントリー出来ません。



# その他の留意点

出品しようとする作品が、  
対象商品と広告表現を有しているか  
ご確認ください。



カットアウトでも  
販売機能のあるものは、  
業種別部門に出品してください。



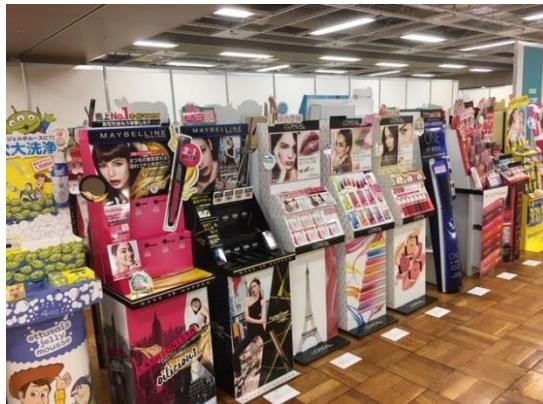
カウンタータイプ、  
ハンガータイプ兼用の作品は、  
両方の部門に出品可能です。



下図の場合、フックに取り付けてある  
商品サンプルのディスプレイがPOPになります。  
ブリスター(商品)はPOPではないため、審査対象外。  
一次審査を通過し協会展会場展示の際に陳列することは可。



側面も見せたい作品は、展示スペースに  
余裕を持たせて、サイズを申告してください。

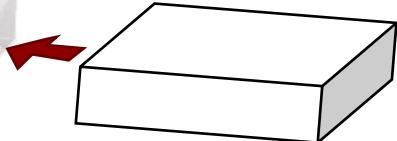


# <1次審査後> 展示に関する留意点

定番棚の前面でプライススペースまで垂れさがるような作品は、水平に保つための補助具を用意ください。



\* 透明アクリル、紙のボックスなど



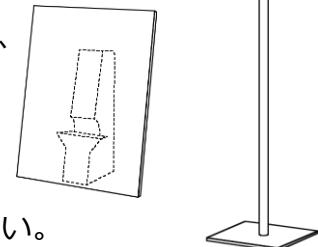
展示用の台には背面板がありませんので、バックボード等は自立できるように工夫してください。



## 補足説明パネルについて

展示の際に商品(たとえば自動車など)が持ち込めない作品や、触る・動かすなど特に説明の必要がある作品については、出品社にて補足説明用のパネルを取り付けてください。

審査に支障があるため、  
補足説明パネルには絶対に**出品会社名を記載しないでください。**



また、補足説明用のパネルサイズは基本的に**A4サイズ以内**とし、見やすい高さ・位置に設置すること。

**設置に必要なスタンド類・アーム類は、各社にて持ち込み設置してください。**  
ハンガーほか壁面展示物の補足説明用で壁面貼付でよい場合は、事務局施工方に発泡両面粘着シート(ミラマットなど)程度のご用意はあります。

上記を鑑み、エントリー入力時の「展示必要スペース」欄は、パネルの設置まで含んだ想定で幅や奥行きサイズを記入してください。

# **Googleフォームエントリーシステムの ご説明**

今回よりエントリーは、オンラインシステムではなく  
Googleフォームに変更となります。

Googleフォーム (<https://forms.gle/xwhPgLwACkhGfbWp7>) にアクセスし、  
必要な情報を入力していただきます【7月14日（月）サイトオープン】

昨年まで付与させていただいた(各社用ID/パスワード)はなくなります。

Googleフォーム入力マニュアルは

7月11日(金)までに、[jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp)より  
連絡担当者様宛にEメールで送信いたします。

なお7月11日（金）までにJPM協会ホームページに  
掲載します。

# 出品申込者と出品責任者

- 昨年まで付与していた会社ID・パスワードはなくなります。
- 出品各社内での出品管理を行っていただきやすいように、  
**出品申込者**と**出品責任者**を設定いただきます。

## 出品申込者

個々の出品作品のご担当者様を想定。  
その作品の詳細をご存知のご担当者様ご自身が個々に入力いただけるよう、各社内で複数名が「出品申込者」としてご登録可能です。

## 出品責任者

各社の出品管理（会社として出品する作品を定め作品関連情報を管理する）を行う立場の方を想定。  
応募受付締め切り後事務局からのご連絡は出品責任者様に適宜させていただきます。

出品申込者 が使用

## ■作品エントリーログインURL

GoogleアカウントありのログインURL <https://forms.gle/xwhPgLwACKhGfbWp7>

\* Googleアカウントのご利用ができない会社様につきましては

JPM協会事務局 (E-mail : [jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp)) にお問い合わせください

別途Googleアカウント無しでのエントリー方法をご案内いたします。

\* Googleアカウント無しでログインした場合自動保存は機能しませんのでお  
気を付けください。

## ① 個々の出品申込者による入力作業 出品申込者

1. 出品申込者は、Googleフォーム (<https://forms.gle/xwhPgLwACkhGfbWp7>) にログイン。

(ログインにはGoogleアカウントが必要です) 7月14日（月）サイトオープン

\* 昨年まで事務局より送付していたID/パスワードはなくなりました。

2. 出品申込書（写真データ含む）の入力作業をしてください。

3. エントリーフォームを記載いただき送信いたしますとフォームの最初に記載されているメールアドレスに回答のコピーが送信されます。

\* 出品責任者様の承認は必要ありません、

\* 回答メールには、「回答を編集」という項目がございますのでそちらから修正等可能です。

修正期限はエントリー最終日（9月4日（木））までとなります。

## ② 応募締め切り後のエントリー内容の確認

1. エントリー締め切り後9月8日（月）を目途に各出品社の出品申込者、出品責任者様宛てに出品作品一覧表をメール送信致します。  
出品作品、記載内容などに誤りがないかご確認いただき修正の有無をJPM事務局 ([jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp))にご連絡ください。
2. 修正がある場合は9月12日（金）までにエントリーフォームを修正いただきまたお送りした出品作品一覧表に修正内容を赤字で記載いただきJPM事務局 ([jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp))にメールでお送りください。
3. JPM事務局にて修正を反映したエントリーシート（A4サイズ画像入り）を1点一葉で発行し出品社様ごとにまとめて出品責任者様、出品申込者様宛てにメールでお送りしますので内容をご確認いただき変更がある場合は9月18日（木）までに出品作品一覧表に修正内容を赤字で記載いただきJPM事 [jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp) にメールでお送りください。
4. 修正のあったエントリーシートは修正後出品申込者様、出品責任者様宛てにメールでお送りしますのでご確認下さいこれがエントリー情報の最終確認となります、。
5. エントリーシートへの記載情報は全関連ツールの原稿となり一部は一般に公開されます。できる限り正しく詳細に各項目をご記入ください。

## <ご入力の前に>

- ・入力の基本ルールとして、下記の条件を順守願います。

**特殊文字(環境依存文字)は使用不可**／カタカナは全角入力／英数字は半角入力

- ・作品の登録画像のデータは、下記の仕様としてください。

- JPEG形式(RGB)高画質圧縮

- 1MB(350～400dpiで50×60mm相当)～3MB(350～400dpiでA5相当)程度

8画像まで登録可能です、また一部部門につきましては動画登録の対応を準備中

詳細につきましては決定次第Googleフォーム入力基本操作説明書に記載します。

- ・また、「制作意図」等、テキストを入力いただく欄については、エントリー画面でタイピングするのではなく、**予めテキストエディタ等で作文**を行っていただき、完成した文章をコピーし、エントリー画面の該当欄にペーストしていただくことを推奨します。

入力方法の詳細については、7月11日にJPM協会ホームページに公開される「Googleフォーム基本操作マニュアル」をご参照ください。

**Googleフォームによるエントリーへの入力内容は、  
JPM協会の諸出版物、協会展展示用作品カード、贈賞式の表彰状  
など、全関連ツールの原稿となり、一部は一般に公開されます。**

**サイズ情報は、日本プロモーショナル・マーケティングアワード  
インストアマーケット部門の展示画面に必要な情報となります。**

**エントリー時点で、出来る限り正しく詳細  
に各項目をご記入ください。**

## **Googleフォーム 各項目入力時の注意事項**

特にご留意いただきたい箇所に★

項目	注意事項
★申込№.	出品作品毎に1番から順通し番号をつけてください。例えば出品が7作品ある場合は、1~7番となります。 ※自動で作品番号の付番はされません
★コード№. (申込ジャンル)	応募要項8ページの[分類表]から応募する部門を選び <b>2桁又は3桁のコード№</b> を記入してください。 <b>コード№以外は一切入力しないでください。</b> 例1) 口紅のフロアー販売台で納入単価が11,000円のものは、コード№.91です。 例2) POPパッケージは、コード№.251です。
★作品題名	作品題名は25文字以内でご記入ください。 作品題名(カタカナ)の項は必ずご記入ください。
★作品題名(カタカナ)	※特に漢字や英数表記の作品題名は、必ず「読み方」が分かるような作品題名(カタカナ)記載を心掛けてください。
★広告主名	POP広告物を使用する広告主会社名です。法人登記名で記載してください。 事業部門名の掲載は省略させていただきます。
★広告主名(カタカナ)	※親会社・グループ会社以外のハウスエージェンシーは「広告主」に該当しません。
出品会社	会社名 会社名(カタカナ) 責任者名 所属部署/役職名 TEL
	会社名・出品責任者名・出品申込者それぞれの所属部課/役職名・TEL・メールアドレスを入力してください。
	出品会社は正会員会社に限ります。審査手数料と入選手数料は出品会社に請求いたします。
	共同出品会社はJPM会員社で無くてもOKです。
	入力もれがある場合は共同出品として、受付できません。
共同出品会社	

入力事項	注 意 事 項				
制作者名	<p>全て出品会社に所属する社員に限ります。</p> <p>協会展の作品カードなど関連ツールに記載するため、フルネームで入力してください。</p> <p>&lt;職種の凡例&gt;</p> <p>AD：アートディレクター、AE：アカウントエグゼクティブ、      C：コピーライター、CD：クリエイティブディレクター、      D：デザイナー、コンストラクション、メカなど、      Dir：ディレクター、PL：プランナー、Pr：プロデューサー ML:製作担当者</p>				
作品画像ファイル名	<p>実際に展示する状態を想定し、同じ状態で撮影してください。</p> <p>ガイドブックなど関連ツールには、基本的に、メインの1カットのみ掲載します。</p> <p>ムービング作品、サイン部門などのほか、1次審査時に作品の説明的に付加したい場合は、8カットまで添付できます。</p> <p>&lt;画像ファイル名の記入例&gt;</p> <p>jmp_1.jpg、jmp_2.jpg、jmp_3.jpg、など</p>				
対象商品	<p>商品ブランド名ではなく、一般名称で記入。</p> <p>例) マイルドセブン → たばこ</p>				
使用期間	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">使用開始年月</td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">使用終了年月</td> <td style="padding: 5px;"></td> </tr> </table> <p>実際に使用された期間が、2024年9月1日～2025年8月31日までの作品を対象とします。</p>	使用開始年月		使用終了年月	
使用開始年月					
使用終了年月					
単価	実際の納入価格（税別）を記入。				
製作数量	<p>実際に製作した数を記入。製作個数が10個未満の場合は出品できません。</p> <p>ただし、プロモーション・スペースデザインは1セット・1個、ミニマムロットは9個以下でも出品可能です。</p> <p>※詳細は応募要項p.2をご参照ください。</p>				

入力事項	注意事項																																			
形態・タイプ	<p>店頭で使用する際の<b>代表的な使用方法を一つ選んでください。</b></p> <p>異なる場所で使用できる兼用POPについては、会場で展示予定のタイプを選択してください。</p> <table border="1"> <tr> <td>ショウカード</td><td>プライスカード</td><td>ステイッカー</td><td>トップ・ネッcker (ビン・カン)</td><td>ラッピング</td><td>商品付着</td></tr> <tr> <td>シェルフ</td><td>エンド</td><td>カウンター (専用棚含む)</td><td>ショウケース内小物</td><td>フロア(店内)</td><td>のぼり</td></tr> <tr> <td>立看板</td><td>カットアウト</td><td>インフレータブル</td><td>ハンガー (シーリング含)</td><td>のれん</td><td>バナー</td></tr> <tr> <td>フラッグ</td><td>タペストリー</td><td>ウォール</td><td>店内サイン</td><td>店頭サイン</td><td>販売キャンペーンキット</td></tr> <tr> <td>店内演出キット</td><td>大量陳列販売キット</td><td>その他</td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>						ショウカード	プライスカード	ステイッカー	トップ・ネッcker (ビン・カン)	ラッピング	商品付着	シェルフ	エンド	カウンター (専用棚含む)	ショウケース内小物	フロア(店内)	のぼり	立看板	カットアウト	インフレータブル	ハンガー (シーリング含)	のれん	バナー	フラッグ	タペストリー	ウォール	店内サイン	店頭サイン	販売キャンペーンキット	店内演出キット	大量陳列販売キット	その他			
ショウカード	プライスカード	ステイッカー	トップ・ネッcker (ビン・カン)	ラッピング	商品付着																															
シェルフ	エンド	カウンター (専用棚含む)	ショウケース内小物	フロア(店内)	のぼり																															
立看板	カットアウト	インフレータブル	ハンガー (シーリング含)	のれん	バナー																															
フラッグ	タペストリー	ウォール	店内サイン	店頭サイン	販売キャンペーンキット																															
店内演出キット	大量陳列販売キット	その他																																		
<p><b>POP広告作品自体の実寸</b>を記入してください。年鑑収録の際掲載しますので正確に記入してください。</p> <p>※ショーケース内作品など複数の作品を展示する場合は、全体の寸法を記入のこと。</p> <p>幅 (      mm ) × 奥行 (      mm ) × 高さ (      mm )</p>																																				
<p>主要材質を選んでください。<b>2つまで</b>選択可。</p> <table border="1"> <tr> <td>紙 (合成紙含む)</td> <td>段ボール</td> <td>樹脂 (フィルム含む)</td> <td>金属</td> <td>木</td> <td>布</td> <td>その他</td> </tr> </table>						紙 (合成紙含む)	段ボール	樹脂 (フィルム含む)	金属	木	布	その他																								
紙 (合成紙含む)	段ボール	樹脂 (フィルム含む)	金属	木	布	その他																														

入力項目	注意事項			
主な印刷方法	前の項目で選択した「主な材質」への印刷方法を選択。 <b>2つ</b> まで可。			
主な加工方法	同様に加工方法も下記の表から選び入力してください。			
	主な材質	印 刷	加 工 方 法	
	紙 合成紙含む	オフセット・グラビア・シルク ・ホットスタンプ・インクジェット	塩ビ貼り・PP貼り・プレスコート・ビニール引き ・ニス引き・合紙・型抜き・真空成型(バキューム)	
	段ボール	フレキソ・シルク・インクジェット ・オフセット(合紙の場合)	合紙・ヌキ・ニス引き	
	樹脂 フィルム含む	オフセット・グラビア・シルク ・ホットスタンプ・インクジェット	射出成型(インジェクション)・ブロー成型・真空成型(バキューム) ・スラッシュ成型・ウェルダー加工・板加工	
	金属	シルク・転写・インクジェット	板金溶接加工・メッキ・塗装・プレス加工	
	木	シルク・焼印・インクジェット	型曲げ加工・塗装	
	布	シルク・転写・染色・ロゴウェルダー ・インクジェット・グラビア・ロータリー	縫製・ヒートカット	
	その他			
耐用期間	構造や素材選択の際、想定された耐用期間を選択してください。			
	パーマネント(6ヶ月以上)	セミパーマネント(2か月~6ヶ月)	テンポラリー(2ヶ月以内)	
付加機能	「有り」「無し」のいずれかを選択。			
付加機能 1	「付加機能」の項目で「有り」を選択した場合のみ、当てはまるものを選んでください。			
	電源コード使用(AC)	乾電池	ボタン電池使用(DC)	ソーラー使用
付加機能 2	「付加機能」の項目で「有り」を選択した場合のみ、当てはまるものを選んでください。			
	L(光)	M(動き)	S(音)	P(映像)
	※商品が持っている機能(扇風機やエアコンの風等)を利用するものや時計付はムービングとは捉えません。			

入力事項	注意事項
★展示方法	<p>部門別分類①～⑯の業種別部門は「台上」または「床置」を選択してください。</p> <p>⑳㉑のキット各部門は、単位数と台の「要」「不要」を選択してください。</p>
★展示必要サイズ	<p>展示に必要なスペースのサイズを記入してください。</p> <p>複数を展示する場合や商品と一緒に展示する場合など、作品の周辺にどのくらいの空間が必要かを想定し、展示のために割り当てが必要な寸法を申告してください。</p> <p style="text-align: center;">幅(        mm) × 奥行(        mm) × 高さ(        mm) ×        個</p> <p>当欄で申告いただいた寸法が誤っている場合は、JPM協会展の会場において物理的に展示できない場合がございます。 正確にご記入いただきますよう、お願ひいたします。</p>
★展示電源	展示の際、電源が必要か否かを選択してください。
★制作意図	<p>デザイン・構造・素材、商品特徴、体験提供・動機づけ等、企画・制作のアピールポイントを、 <b>200文字以内</b>でご記入ください。</p> <p>(例)</p> <p>A) 商品特長である軽さを、商品を宙で浮かせ、それを回すことで「史上最軽量」バスケット・シューズの登場感を演出。</p> <p>B) ごみが溜まても吸引力が持続する新掃除機の機能を、従来品と比較。 店頭でお客様が手に取って試せ、目で見て、実感できるようにした体験型の組み立て什器。</p> <p>C) ジャンボパッケージ仕様で、店頭での新登場感と注目度を高めたハンガー。 わかりやすく大きく「鼻炎スプレーにも違いがある」のコピーで他商品との違いを訴求した。</p>



会場で、日本プロモーショナル  
・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の  
入選作品をぜひご覧ください。



プロモーショナル・マーケティングに  
関するその他の展示も  
ご覧いただけます!



第54回 日本プロモーショナル・マーケティングショー2025

開催日程：2025年12月11日(木)10:00-19:00(最終入場18:30)・2025年12月12日(金)10:00-17:00(最終入場16:30)

会場：東京都立産業貿易センター 浜松町館（東京ポートシティ竹芝オフィスタワー内）

# JPM In-Store Marketing Awards

Officially licensed by  Enhancing Retail  
Environments & Experiences

## 問い合わせ先

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  
日本プロモーショナル・マーケティングアワード 事務局 小原・林田

E-mail: [jpm\\_show@jpm-inc.jp](mailto:jpm_show@jpm-inc.jp)

内容精査のうえ回答させていただけますよう、Emailでご連絡ください。