

# 第54回 日本プロモーションマーケティングショー2025



## 出展のご案内

専務理事 内田 剛  
常任理事 近藤 彰彦

プロモーション・マーケティングの総合展「JPM SHOW」は、今年第54回目の開催となります。

JPM SHOWでは、国内唯一、世界でも最大級のPOP広告のコンテストである「JPM インストアマーケティング・アワード」の入選作品の展示をはじめとし、第54回目の開催となる「JPM プロモーションマーケティング・アワード」の受賞作品の展示及び各種セミナーを行います。

また本年より、新たな施策としてDX領域、リテールメディア分野に参画する各社と連携し、ブランディングや商品プロモーションの世界観を来場者に訴求すべく、ご出展企業様の製品・サービスに関する展示発表を行える場を提供させていただきたく、ご案内します。

上述の各アワード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、広告担当者、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、絶好の機会です。昨年出展された企業様の反応では、新しい取引先とのビジネス創出に繋がられた。などの反響の声も頂いております。

この機会を是非ご検討いただければ幸いです。

## 開催概要

名称 : 第54回日本プロモーションマーケティングショー2025 (略称 JPM SHOW 2025)

日程 : 2025/12/11 (木) 10:00-19:00 12/12 (金) 10:00-17:00

会場 : 東京都立産業貿易センター 浜松町館4F 展示室/第1会議室/ (第2会議室) /第3会議室

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

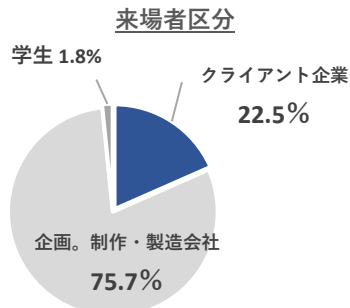
特別協賛 : 株式会社 宣伝会議

※上記の後援/協賛/特別協賛は、前回実績

# 第53回日本プロモーションマーケティングショー2024

## 来場者数及び属性

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



## SHOWの構成



**JPM インストアマーケティングショー&アワード**  
日本で唯一かつ最大のPOP広告のコンテスト



**JPM プロモーション・マーケティング・アワード**  
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



**JPM ヤングクリエイティブ・アワード**  
プロモーション業界や他業種の若手社員、全国各地の学生など、次世代を担う人材がより参加しやすい形とした新公募コンペティション



**販促見本市**  
最新プロモーションツールのアピールの場



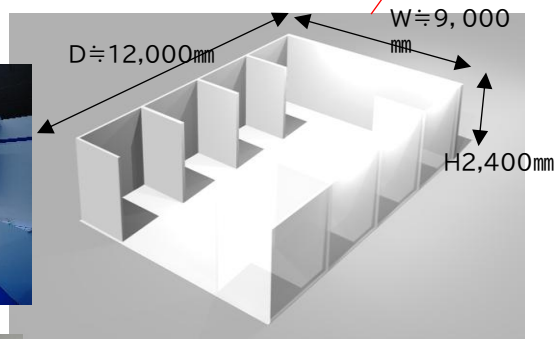
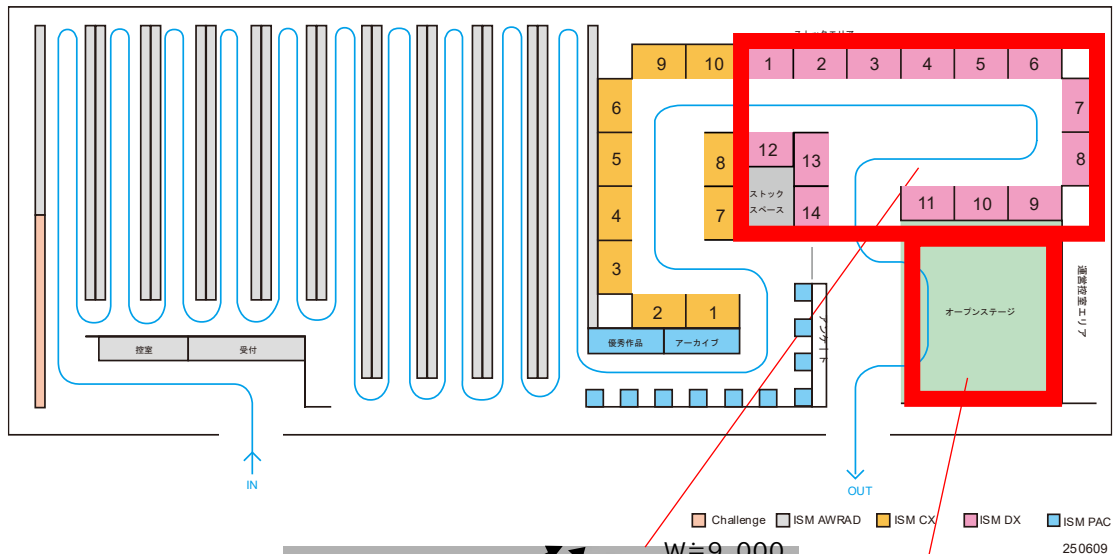
# 展開イメージ

## ZONE名称 DXエリア

JPM SHOW2025のメイン会場である展示室において、店頭における最新のデジタル施策を紹介できる場を設けるとともに会場内のオープンステージでは、各種セミナー（無償）や出展企業のPRタイムの実施検討。

浜松町館4F展示室（1,534㎡）

ISM Award&Show 2025



※上記ゾーニングイメージは、JPM SHOW 2024をベースにしたものであり、企画調整後、大幅に変更になる場合があります。

## 出展案内

### ■「DX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

デジタルサイネージ連携プロモーション

非接触型インタラクティブ販促

顧客体験向上ソリューション

AI/IoTを活用したパーソナライズドプロモーション

先端的なテクノロジーを用いプロモーション・マーケティングのDXを支援する製品・サービス

オンライン・オフライン連携販促 OMO (Online Merges Offline) プロモーション

顧客行動データ活用型の製品・サービス

スマートリテール向け販促ソリューション

### ■出展スペース

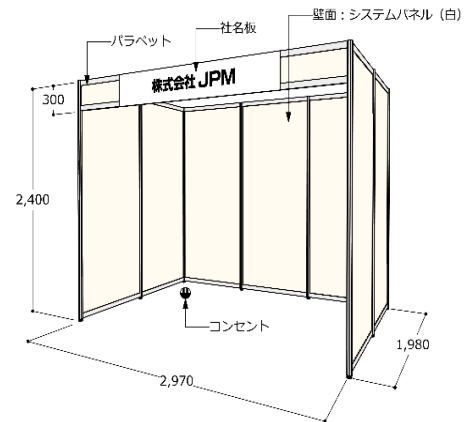
基本1コマ（幅2,970×奥行1,980×高さ2,400mm）と、2コマ（幅5,940×奥行1,980×高さ2,400mm）用意していますが、ご希望により幾つでもご用意いたします。

#### ①1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）

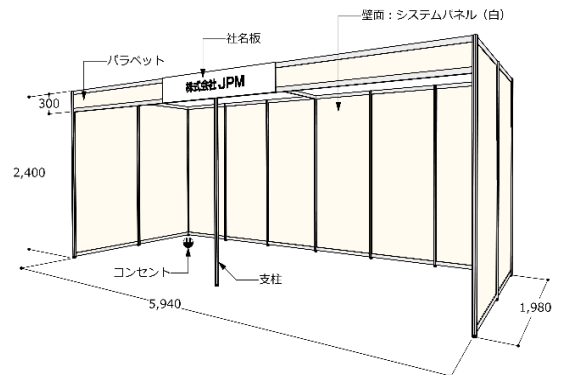


#### ②2コマ

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）



### ■出展料金（1コマあたり）

1コマ／幅2,970×奥行1,980×高さ2,400mm  
ご希望により、複数コマをお申込みいただけます。

1小間

250,000 円（税込）

## ■出展に伴う付帯サービス（予定）

- ① 会場内特設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 SHOW作品集（ガイドブック）への広告・PRページ掲載
- ④ JPM SHOW作品集（ガイドブック）贈呈
- ⑤ JPM SHOW入場券1小間当たり25枚贈呈
- ⑥ 後日「JPM会員社クレデンシャル」でのプレゼン実施（ご希望の場合）

## ■お申し込み方法

出展条件の詳細を「ISM DX出展要項」（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）

## ■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、2025年10月17日(金)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7階  
ISM DX担当 小原（おはら）・林田（はやしだ）・橋本（はしもと）  
E-mail: jpm\_show@jpm-inc.jp

# 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 Japan Promotional Marketing Institute Inc.

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 SHOW/各種アワード事業
- 4) 日本プロモーション学会事業
- 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129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窺て、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。