



2024 JPM YOUNG CREATIVE AWARDS 第2回 JPM ヤングクリエイティブ・アワード 応募要項

【部門】当コンペティションは以下の2つの部門で構成されています。

どちらか1つ、または、2つの部門でのエントリー（応募）が可能です。

<1>ディスプレイ 部門（立体物のデザイン）

<2>売り場デザイン 部門（平面グラフィックのデザイン）

協会ホームページ内
当アワードのご案内は
こちらから



【協賛社】

象印マホービン株式会社、パナソニック株式会社、江崎グリコ株式会社

【応募資格】

▽ 2024年9月現在、25歳以下の社会人、大学/短期大学/専門学校/高等学校の学生（年齢制限無し）であること。

▽グループ、個人どちらでも可。 ▽ 国籍は問いません。

【応募方法】

<1> <2>の部門とも、2024 JPM SHOWサイト（<https://jpm-show.jp/>）内、
第2回 JPMヤングクリエイティブ・アワード エントリー専用ページからの応募となります。

各部門の課題に沿って作品を制作し、応募期間内に必要書類および作品または作品の写真をアップロードしてください。

※各部門の課題と作品規定は、次頁の【各部門の課題と応募規定】をご確認ください。

※また、詳しい応募手順は、当応募要項巻末の【応募の手順】をご確認ください

エントリーへの
アクセスは
こちらから



【応募期間】

2024年7月22日（月）～9月20日（金）※24：00まで

【エントリー費用】

応募は無料です。

【入賞作品発表】

2024年11月27日（水）～11月29日（金） 東京都立産業貿易センター（浜松町館）

第53回 日本プロモーション・マーケティングショー2024 会場にて、入賞作品をボードまたは現物で発表展示いたします。

※作品応募いただいた方には入場チケット（ご招待）をお送りいたします。

※JPM会員社以外の一般でのご入場は、JPM SHOWサイト（<https://jpm-show.jp>）よりご登録ください。

（登録受付開始予定9月～10月）

【審査員】

▽象印マホービン株式会社、 パナソニック株式会社、 江崎グリコ株式会社 （協賛各社から1名）

▽日本プロモーション・マーケティング協会 インストアマーケティングショー&アワード委員会 ヤング部会

審査員長 林 直人 / (株)DOBIN / JPMショー&アワード委員会ヤング部会 部会長

<JPMショー&アワード委員会ヤング部会 委員>

中村 慎 / 大日本印刷(株)

宮澤 知里 / (株)博報堂プロダクツ

小辻 浩平 / レンゴー(株)

松野 拓馬 / TOPPAN(株)

岡本 晃 / (株)電通プロモーションプラス

各部門課題と審査基準、応募規定

<1> ディスプレイ部門 （立体物のデザイン）

協賛社から出された各課題商品について、販売台/告知POP/各種テスター等の各種店頭広告をデザインしてください

※店頭広告とは、ディスプレイ・什器 / スタンドPOP・スイングPOPなどの各種告知POP・サイン / フロア広告 / サイネージ / など、売り場で展開されるすべての広告ツールを示しています

商品性能・使い心地・テクスチャー・香りなどを売り場で試すツール（テスター/ディスプレイ等）も応募可能です。

※ 3 DCGやスケッチ等での応募、もしくは実際に製作した作品の写真で応募できます

1, 課題商品

象印マホービン株式会社 ステンレスマグボトル SM-WM48（かっこいい柄）、SM-WH48（かわいい柄）

パナソニック株式会社 電池がどれでもライト BF-BM11M-W ※LEDライト（懐中電灯）

江崎グリコ株式会社 ZEPPIN <甘口> <中辛> <辛口> ※高付加価値型カレールウ

※作品制作の際は、別紙「課題シート/ディスプレイ部門」を必ずご確認ください

2, 審査基準

- ①商品の価値を明快に伝えているか。（ターゲットの設定、商品特長の買い手への価値転換が明確か）
- ②独創的な表現か。
- ③購買を直接的に動機付けているか。
- ④店頭展開具現化についての策が講じられているか。（組立構造・耐久性・ユーザビリティ）
※フィジビリティの検証

3, 賞について

金賞（1点） 賞金5万円と盾 / 銀賞（1点） 盾 / 銅賞（1点） 盾

協賛社賞 各1点（計3点） 盾

※該当作品なしの場合もあります ※盾は（予定）です

4, 作品規定について

3 DCG、Adobe Photoshop、Adobe Illustrator、スケッチ、写真（実際に制作した現物の作品を撮影したもの）等のデジタルデータで応募してください。

作品全体がわかるよう、「A3サイズ（420mm × 297mm）ヨコ」のシート1枚で表現し、PDF形式またはjpeg形式（最大容量10MBまで）のデータにし、アップロードしてください。

※複数の画像や説明のための文字データ等の制限はありませんが、必ず規定の容量でおさめてください。

※A3ヨコ仕様で1枚にまとめてください。 ※指定のフォーマットはありません。

- 想定サイズ、想定する素材 について、エントリーシートに記入してください
- 現物を製作し写真応募する際は、作品サイズ 幅（W）900×奥行（D）900×高さ（H）1800mm以内、素材は自由（紙、ダンボール、樹脂、糸他）。
- 作品は未発表のものに限ります。
- 何点でも応募可（1点につき1エントリーシートに記載し、作品とともにアップロードしてください。）

< 2 > 売り場デザイン部門（平面グラフィックデザイン）

協賛社から出された課題 または フリー課題について、応募規定にそって作品を制作してください

1, 課題

▽協賛社課題

① パナソニック株式会社

あなたが考える、次世代の「パナソニックの電池防災グッズ」の [売り場イメージ]をデザインしてください。

② 江崎グリコ株式会社

あなたが考える、次世代のカレールウ及びカレー売り場イメージをデザインしてください。

※①②とも、実際の売り場の写真使用は不可（★使用素材の条件は課題シートをご確認ください）

▽フリー商品課題

商品もしくはカテゴリーを設定し、あなたが考える、次世代の [売り場イメージ] をデザインしてください

※対象は、スーパーマーケット/家電量販店/ドラッグストア/コンビニ/専門店/その他で実際に販売されている

商品カテゴリーと致しますが、実在する商品ブランドは使用しないでください

※たとえば、商品カテゴリーとしてペットボトルのお茶を選択した場合、

「お〜いお茶」「綾鷹」「伊右衛門」「生茶」など、実在するブランドは使用しないでください

※実在するブランドの写真使用も不可

商品の特性を自由に想定したうえで、デザインしてください。 1応募につき1商品カテゴリーを選択してください。

<商品カテゴリーの例>

飲料、薬品・医療雑貨、トイレタリー製品、化粧品、オーディオ、AV機器、通信・事務機器、カメラ、文具、ファッション小物、メガネ、時計、家庭用品・生活家電、食品、菓子等。

[売り場イメージ]の作品を応募される場合は、選択した商品のカテゴリー全体の売り場イメージで構いません。

(※実際の売り場の写真使用は不可)

※作品制作の際は、別紙「課題シート/売り場デザイン部門」を必ずご確認ください

2, 審査基準

- ① 売り場で商品が欲しくなるような魅力あるデザインか？
- ② 未来の楽しい買い物をイメージさせるものか？

3, 賞について

金賞（1点） 賞金5万円と盾 / 銀賞（1点） 盾 / 銅賞（1点） 盾

※該当作品なしの場合もあります ※盾は（予定）です

4, 作品規定について

作品は、「A3サイズ（420mm × 297mm）横」のシート1枚（1ページ）で表現し、PDF形式またはjpeg形式（最大容量10MB）のデータにしてアップロードしてください。（必ずA3ヨコ仕様のこと。）

制作したデータが10MBを超えた場合は、Adobe Photoshopやスクリーンショットなどを活用して、データを10MB以内に変換してください。指定のフォーマットはありませんが、

※レイアウト、カラーなどは自由です。

※作品内に「企画意図」等のコピー/文字による説明は入れないでください。エントリーシートの欄に記載してください。

※作品は応募者自身のオリジナルであり、国内外で自作未発表のものに限ります。

※何点でも応募可。（1点につき1エントリーシートに記載し、作品とともにアップロードしてください。）

応募書類・提出物について ※部門 < 1 > < 2 > 共通

1, 応募の手順

応募にはIDとパスワードが必要です。各部門とも、2024 JPM SHOWサイト（<https://jpm-show.jp>）内「第2回JPMヤングクリエイティブアワード」のログインページで [応募者情報登録] を登録し、ID（アカウント）・パスワードを取得後、ID（アカウント）・パスワードでログインし、エントリーしてください。

エントリーは、① [エントリーシート] ② [応募作品] の双方をアップロードすることによって完了いたします。

[エントリーシート] は、エントリーページ内よりダウンロードし、必要項目を記入した上でアップロードしてください。

※応募後、事務局より、応募内容等に関するご確認・お問い合わせをさせていただく場合がございますので、連絡先、メールアドレスは必ず連絡可能なものをご登録ください。

また、kakuyama@jpm-inc.jp を受信可能な状態にしておいてくださいますよう、お願いいたします。

※一度ご提出（アップロード）いただいた作品は修正できません。

修正が必要な場合は、同ID（アカウント）・パスワードでログインし、新たにご提出（アップロード）をお願いいたします。

権利規定および応募に関する諸注意・※部門＜1＞＜2＞共通

- ・出品作品の著作権は、出版物・協会ホームページ・JPM SHOWサイトおよび各種PR・教育などに使用する場合、一般社団法人日本プロモーション・マーケティング協会（以下「当協会」）への委譲を承認することとします。
- ・作品制作上で利用される画像・イラスト等が第三者の有する著作権・肖像権・商標権・意匠権などの権利を侵害するおそれのある場合は、応募者の責任において必要な許可を得た上でご応募ください。
- ・作品応募にかかる費用はすべて応募者負担になります。

- ・未成年の方は保護者の同意が必要です。未成年の方が応募された場合には、保護者の同意が得られているものとみなします。
- ・当協会は、本コンペティションに関連して生じた応募者の損害について、当協会の故意または重大な過失がない限り、一切の責任を負わないものとします。
- ・他のコンペへの二重応募は認められません。また主催者である当協会の同意なしに他に公表しないものとします。
- ・提出された資料・作品は返却いたしません。必要な場合は予め控えを残した上でご応募ください。

【個人情報の取り扱いについて】

応募者の方からご提供いただく個人情報は、一般社団法人日本プロモーション・マーケティング協会（以下「当協会」）の「プライバシーポリシー」に基づき、管理・運用いたします。当協会が「応募者情報登録」または「エントリーシート」で取得した応募者の個人情報は、以下の目的で使用いたします。

<利用目的>

- 1, 本コンペティションの応募受付、応募作品管理、応募作品審査等の運営管理
- 2, 本コンペティション運営事務局からの応募者への問い合わせ、入選通知等の連絡
- 3, その他、本コンペティション運営に必要となる一切の確認、連絡業務等
- 4, 作品発表展示（展示会場での公表）
- 5, 本コンペティションのPR業務（ウェブサイト・出版物・マスコミ等での入賞者氏名の公表）

なお、原則として、法令の規定に基づく場合を除き、ご本人の承諾なしに、それ以外の目的で個人情報を利用または第三者に提供することはいたしません。

お問合せ先： 一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会 デザインコンテスト事務局
〒104-0041 東京都中央区新富1-16-8 日本印刷会館
メールアドレス：kakuyama@jpm-inc.jp

主 催： 一般社団法人 日本プロモーション・マーケティング協会
<https://jpm-inc.jp/>



協会ホームページ内
当アワードのご案内は
こちらから



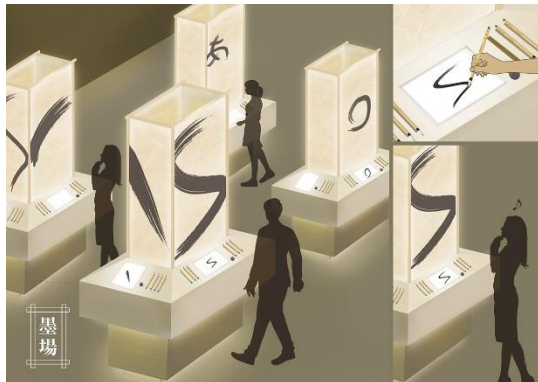
★参考★ 2023年度受賞作品

ディスプレイ部門 上段/応募データ 下段/現物展示 ※データ上でのデザイン作品の場合はボード展示となります



左/金賞「回転式影絵照射ディスプレイ」課題提供社 パナソニック 都立中央・城北職業能力開発センター板橋校 杉本 茜
 中/銀賞「会う鍵」課題提供社 資生堂ジャパン 都立中央・城北職業能力開発センター・板橋校 関根 千紘
 右/銅賞「南フランスからのお届け物」課題提供社 資生堂ジャパン 千葉県立東金高等技術専門学校 小倉 美桜愛

売り場デザイン部門



企画意図 (抜粋)

企画意図 (抜粋)

文房具売場の試し書きは、見知らぬ人が思い思いに筆を走らせた結果生まれた、共作のアートのように感じる。そんな試し書きで生まれるアートをより楽しめる売り場として企画した。扱う文具としては筆と墨を選んだ。日本の良い文化でありながら、多くの人が小学校以降触れていない。この売り場における「試し書き」は、どの商品が好みが試すだけでなく、馴染みのなくなった筆と墨に一步踏み出す、そういった試し書きである。道具をそろえることなど、始めることに障壁がある文化に、店舗デザインという体験を入口にして、ぜひ触れてもらいたいという意図で企画した。

フランスでの犬・猫の販売に関する法改正や日本におけるペットの飼育放棄問題に着目し、次世代の売り場として「動物がいないペットショップ」を提案。人と動物の持続可能な共存への願いを込め、フランス語で絆を意味する「Le Lien(ルリアン)」と名付け。従来のペットショップの販売方式では、実際にペットの世話をする際、購入前に抱いていた理想と現実の間でギャップを感じてしまいがちです。これこそが飼育放棄や虐待の原因であると考えた。Le Lienにはこのギャップを生じさせないための3つの特徴がある。1つ目は生体の展示がない体験型施設であること。2つ目の特徴は利用者の飼い主としての適性を判断する機能があること。3つ目の特徴は利用者とのマッチング機能をもつこと。

左/金賞「墨場(ぼくじょう)」レンゴー株式会社 磯田 彩穂李 丸山 恭平 山崎 玲
 右/銅賞「動物がいないペットショップ“Le Lien”(ルリアン)」同志社女子大学 豊田 くるみ 関 菜月 萩原 美紅 宮川 ことの
 ※注：売り場デザイン部門の銀賞は該当作品なし