



「POPインストラクターを仕事にするには…」

石川県在住
東 久美 会員

『手描きPOP広告づくりを教える』という仕事の依頼が増えてきました。一言で「教える」といっても自由気ままに教えれば良いというものでもなく、やはりきちんとしたノウハウが必要となります。

POPで売上を上げられる講師としてきちんと基礎を身に付け、受講者であるお客様に信頼され、「おかげさまで…」と言ってもらえるよう、積極的に依頼主様と話し合い、提案し、指導していただけるのがプロとしてのPOPインストラクターの役割だ



と思っています。これまでも講習を通してPOP制作技術をお伝えしてきましたが、更にレベルアップを図りたいと思っていました。

POPインストラクター研修では、企画書の書き方に始まり、パワーポイントを使ってのテキスト制作や講習会の進め方、教え方に工夫が必要な角ペンの解りやすい指導方法など、皆さんはどんな風に？と求めているものがあれもこれも詰まった、とても内容の濃いものでした。特に、実際に受講生が講師をする模擬講習会では、講師陣や先輩POPインストラクターの皆さんに改善点など具体的にアドバイスをいただけたことは大きな収穫でした。

今は、POP制作だけでなく、理解しやすく喜んでいただける講習を心掛けている毎日です。

第3回POPインストラクター研修&認定試験 結果報告

平成26年10月25日、26日の2日間、第3回POPインストラクター研修&認定試験は、認定試験受験者1名、研修者2名、聴講者3名で実施しました。

POPインストラクターは、

- (1) POPインストラクター認定試験制度の目的は、POP広告技能の向上を図り、マーケットの発展に指導者的役割を担う人材の養成を行うことにある。
- (2) POPインストラクターとは、POP広告制作能力のみならずより実践的な指導能力を有している人のことをいう。
- (3) POPインストラクターは当協会の発展に寄与し、一般社団法人日本POPサミット協会の一員としてPOP広告を社会に普及、発展させることを目的とする。



その試験内容は、

- (1) 企画立案と企画書制作能力を図る
- (2) 講習テキスト制作能力を図る
- (3) 講習スライド制作能力を図る
- (4) 講習用サンプルPOPの制作能力を図る
- (5) POP改善指導が出来る
- (6) 講習能力(実践力)を図る

と6項目の課題をクリアできるか否かです。

- 第1日目は研修に力点を置き、推奨レタリングの書き方のレクチャーを重点的に行うとともに、試験内容に添った研修を行いました。
- 第2日目は、認定試験と第1回・第2回の研修を受講できなかった方の研修&実践発表です。

POPインストラクターは高い制作能力を有するとともに、POP指導能力(講師能力)も問われる資格だけに受験者は事前の準備が必要となりますが、それだけに実践に力点を置いた研修と認定試験の合格は、当協会の精鋭として現場では認知される存在となっています。



販促情報をあなたに...



発行元

一般社団法人日本POPサミット協会

TEL080-1564-5946 FAX 048-963-6377

E-mail info@jpopsa.info

ホームページ http://jpopsa.info

2014年 冬号

POP広告クリエイターとして目指す 現実から理想の未来へ



理事 大庭 昌代

私は長年POP広告クリエイターとして、個人的な受注による制作を中心にやってきたのですが、ここ10年程はアドバイザーの立場で、あらゆる業種の事業所に直接お伺いし、店舗演出における改善や様々な広告物の制作技術の指導、そしてそのための制作を行っています。そんな中、私自身の「制作」に対する考え方が、自然に大きく変化していることを実感した出来事か。

あるお店の相談事の解決方法として“店頭のガラス面の左端から右端まで空色のカットシートを貼ると良いですよ”とアドバイスをしたところ、後日、ご本人からメールが届きました。

「いつも頼んでいる業者にその件の見積りをお願いしてみたら、結構金額がかかるのでどうしようか悩んでいる」との内容。添付資料を確認すると、私自身は提案していない余計なデザインが加えられ、そのデザイン料が発生していたのです。これでは、店頭のガラス面から中を見渡した時の視覚効果が台無しになってしまう!…と、慌てて電話し、その件をストップして頂くことに。

もともと、ホームセンター等で材料を購入して自分達で貼ればよいという提案内容だったので、結局、その後再訪問して、予定通りの改善をすることができたわけですが、その時に気付かされたのです。

現在の私のスタンスはお店の側なので、業者に対して『余計なデザイン』とつい思ってしまいましたが、以前の私は、その業者と同じ立場であり同じようなことをしていたのでは…と。

つまり、POPや看板の制作を依頼された場合は、プロとしての自分のデザイン技術を密かに誇示しつつ、それ単体においての完成度を高めてお金に変えていたわけです。確かに、立場によってその考え方は正しいと言えます。例えば“メーカーが他社商品の中で自社商品のみを目立たせたい”など、競争が目的の場合にはかなりの効果を

発揮していましたから。

ただ、ひとつの店舗として考えるなら、競争のPOPで溢れた売場はお客さまにとっては息苦しいだけです。プライスカードのフォームがすべて違っていたり、商品のパッケージと連動しない個性的なデザインであったり…など、統一感やルールのない無秩序なPOPがあり過ぎると、お客さまは商品への興味を一気に失います。

たとえ、色やデザインに細かい工夫が見られ、プロも顔負けの芸術的な完成度であったとしても、本当に必要な情報がお客さまに伝わらないなら、もはやそれらは『POP広告』ではないのです。

では、すでにその状態になってしまった店が改善するにはどうすればよいのか?

POP制作担当者がもっと正しい知識や技術を習得すべきではないか……徐々にですが、実際、多くの店がそう考えるようになってきました。

(当協会のPOPインストラクター派遣への問い合わせが増えてきたのも、きっとその表れでしょう。)

しかし、POP制作担当者だけのせいではないのです。制作者が過剰なデザインに走りやすいのは、その見ために「上手いね!」と周りが高評価しがちだからです。プロはクライアントに、同様に、POP制作者は上司や周りの方に認められたいという感情はあって当然。しかも、技術を持たない方が、技術の高い方へダメ出しするのは難しいというのももっともな現実です。

改善を図りたいなら、制作者に関わらず全員が、当たり前ですが「POPはお客さまのために存在する」ことを、再認識することから出発するべきだと思います。

最後になりましたが、当協会のPOPインストラクターは、POP広告クリエイターのプロとして、各自の個性を発揮しながらも、POP広告の軸となる技術のノウハウを全員で共有しています。また、POPによる成功の可能性を常に実践をもって研究し続けています。(これは当協会の会員すべてに言えます)

全く売れなかったものが売れるというのがPOPの驚くべき威力であり、本来売れるべきものが全く売れなくなるのもPOPの恐るべき威力である!

それを身を持って知っているからこそ、多くの方にそのメッセージをお届けすることが私達の使命だと信じます。POP業界の理想の未来を目指して…

筆ペンで描く 和風POPセミナー

変化に富んだ自由な手描き文字は「親しみ」「温かみ」を感じ、お客様への訴求力が高いです。

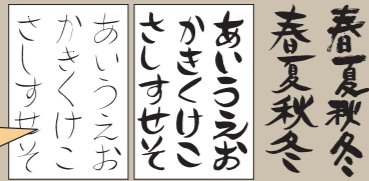
1

▶まずは筆ペンに慣れるために線を描いてみましょう。ペンを立てたり、寝かせたりすることで、太さの違う線を描くことができます。



かすれ線は、筆先をティッシュで拭い、余分な墨を取ってから描く。

▶色々な太さで文字を描いてみましょう。



くすしすぎず 読みやすく！

2

▶心を掴むキャッチコピーはこう作る！くりかえし言葉、問いかけや提案、具体的な数字の利用などで、お客様のイメージを膨らませ「買いたい」という気持ちにさせます。



くり返し言葉はイメージが拡がりやすく効果的です。

寒い夜、家族で囲む“ホッカホカ”のお鍋！思わず今夜のメニューはコレで決まり!!



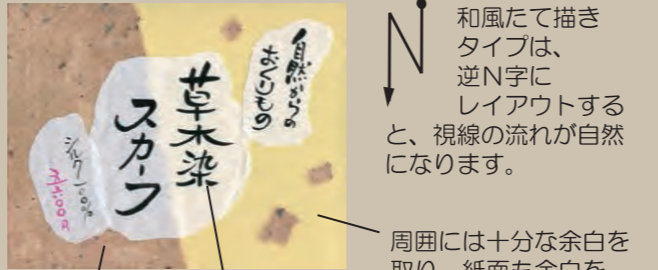
それぞれの内容で制作がすすみます。



よこ書きタイプも素敵です。

3

▶レイアウトのポイントはここ！伝えたい内容を整理し、メリハリの効いた読みやすい表現を心がけます。



和風たて書きタイプは、逆N字にレイアウトすると、視線の流れが自然になります。

周囲には十分な余白を取り、紙面も余白をうまく生かします。

和紙を貼って、和風効果を高めます。墨の適度な「にじみ」は和風文字の効果を高めます。

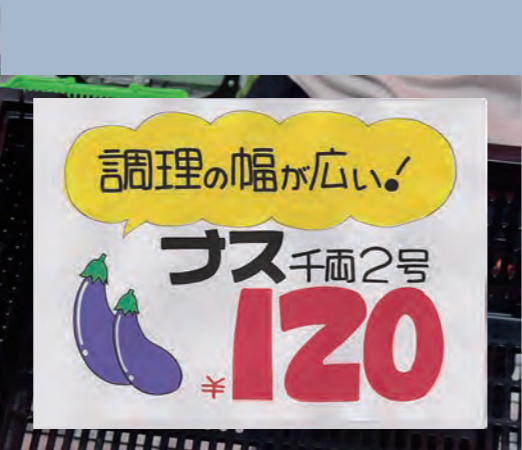
4

▶さあ、制作しましょう。作品の完成です。どれも力作揃いです。

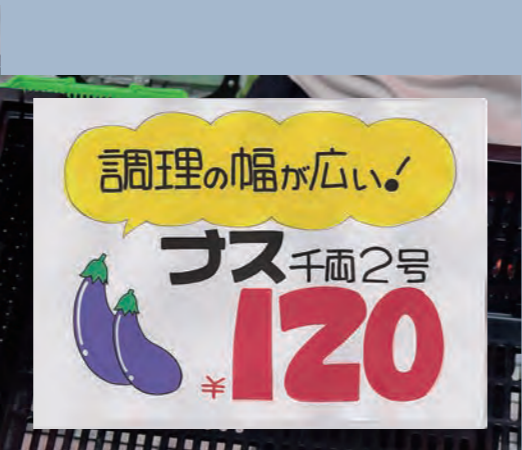


文字練習もバッチリです！

山本みゆき 講師



●キャッチコピー・商品名・金額を各々しっかり描き分けましょう。吹き出しもベタ塗りの方が目立ちます。ナスのイラストが外向きのため、視線が外へ流れるので内側に向けましょう。

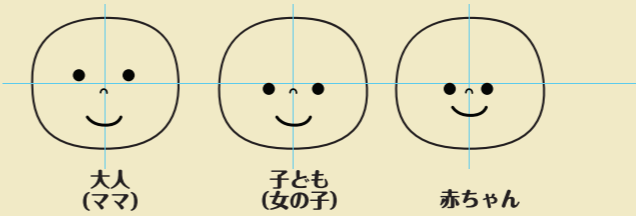


●グラスとボトルを中央に向けることで視線を紙面に集めることができます。集まった視線は太くした矢印に流れるため、ワインセラーへ誘導されます。



1

輪郭の基本はおまんじゅう型 大人、子ども、赤ちゃんの描き分けは目や鼻、口の位置で。

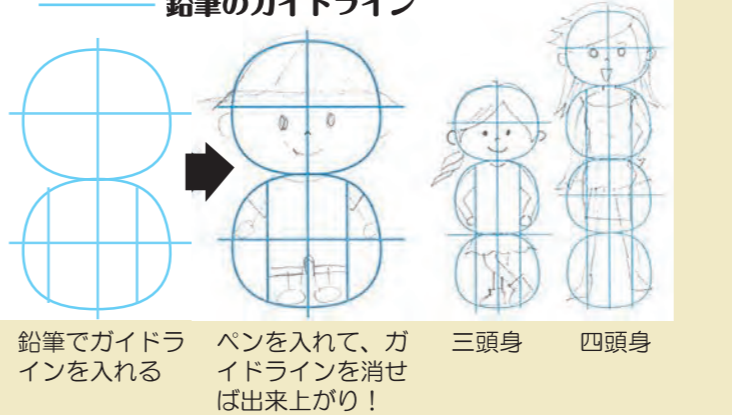


2

個性の描き分けは、輪郭や、リボン、帽子、などのアイテムで

3

全身を描いてみましょう 全身も基本の分割を覚えればカンタン



鉛筆でガイドラインを入れる ペンを入れて、ガイドラインを消せば出来上がり！

三頭身 四頭身

簡単作成 イラストセミナー

平成14年サミットでは「筆ペンで描く和風POPセミナー」と「簡単作成イラストセミナー」を開催しました。いつも使っているマーカーを筆ペンに変えてみるだけでグッと和風のイメージ。苦手と思っているイラストも、コツを抑えた描き方で、赤ちゃんから大人まで描けるように！和風POPに仕上げるコツや、自分で描いたイラストをPOPにちょっと添えてみる、など少しの工夫でPOPの表現方法もぐ〜んと広がります。

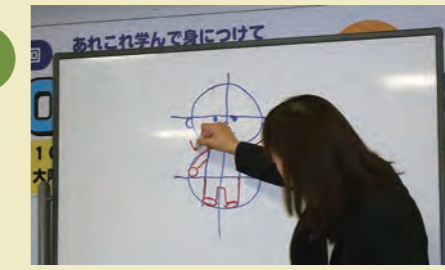


少し描けると ドンドン楽しくなる イラストの不思議！

イラストが描けたらいろいろな所に活用できるのはわかっているのだけどちょっと苦手…。そんな方のための人物の初歩的な描き分け方を伝授！

イラストはそもそもその人なりの個性が出た方が良いのだけれど、他の人から見て、かわいい人物、あるいは動物と認識してもらうためには、やはり少しコツが必要。ポイントがわかれば案外カンタン！

4



好みの洋服を着せて出来あがり



●自分は苦手と置いていたけれど、かわいい女の子が描けました！

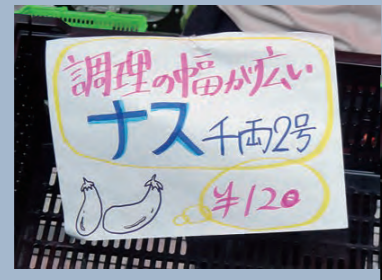
●POPにも活用できそう！



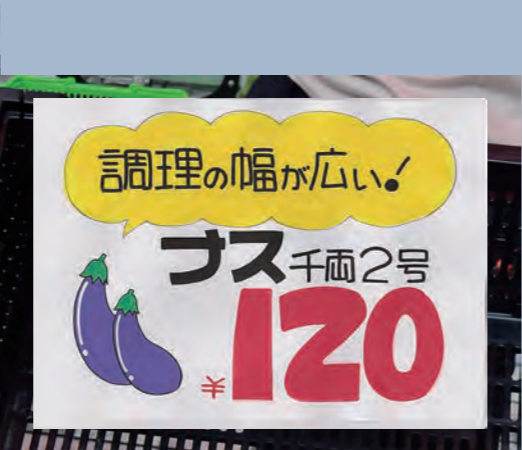
●完成！みなさんスイスイ描けちゃいました！

奥田美智代 講師

ちょっと工夫で バッチリ POP



●キャッチコピー・商品名・金額を各々しっかり描き分けましょう。吹き出しもベタ塗りの方が目立ちます。ナスのイラストが外向きのため、視線が外へ流れるので内側に向けましょう。



●グラスとボトルを中央に向けることで視線を紙面に集めることができます。集まった視線は太くした矢印に流れるため、ワインセラーへ誘導されます。



●売出し商品は目立つ工夫が肝心。蛍光色の用紙に、価格表示も赤で大きく、そのためにも用紙をタテに使用するのが最適です。

