

第3期事業計画

(社)日本POPサミット協会は、平成23年に一般社団法人に設立し、ここに第3期を迎えることになりました。設立時の事業方針であった法人としての組織の強化、外部に向かっての積極的なPR活動など、ホームページ・会報誌の情報媒体、また活動を通して、ほぼ目標を達成することが出来たと考えます。会員の皆様の協力と熱意ある活動によるものであり、敬意と感謝を表します。

さて、第3期の事業計画にあっても、当協会の目標と

するところは同じです。その原動力となるのは、会員の結束力と前進するエネルギー、そして常にレベルアップが肝心です。そこで第3期は、一般社団法人日本POPサミット協会の現在の基盤の上にあって、「プラスワン」志向を目指したいと望みます。「プラスワン」とは、もう一つの創造性、独自性、実力などと言えます。すなわち、付加価値のある活動です。こうしたプラスワン志向で、更なる飛躍を図りましょう。

代表理事(会長) 安達昌人

【講習会】

- (1) POPインストラクターによる講習の活性化。
- (2) パソコンPOP講習会の実施の推進。

【出版関連事業】

- (1) 講習教材・資料にオリジナルテキストの積極的推奨を図ります。第3版「POP基礎編」

【POP広告作品募集とコンテストの実施】

- (1) 実施期間/4月~7月
- (2) 賞品/抽選で10名にオリジナルテキスト2冊セット
- (3) 上位賞/3名(良い品検討中、ご期待を!)
- (4) 優秀作品はホームページや会報誌で発表

【会員向け事業】

- (1) POPインストラクターのための、ラッピング、ディスプレイ、カラーなど関連講座の開催を行う。
- (2) ホームページの会員専用ページの充実。

【会報誌】

- (1) 次号は7月(夏号)発行予定
- (2) 内容/売場におけるカラーコーディネート(仮題)・ちょっと工夫でバッチリPOP・POPを職業にする~販促POP制作を指導するプロ、POPインストラクター

【サミット・全国大会】

- (1) 26年度サミット開催~関西地域予定

講師派遣のご案内

販促POP技術講習会

- 売場のPOP広告、売出し企画の立て方からチラシ制作、ラッピングなどの講習会
- 売場改善ディスプレイ・診断及び指導

人材が揃っている、当協会から講師・POPインストラクターを派遣致します。売りにつながる実践指導が『売り!』です。

2・3ページ【クイズ】の解答

ベスト	S	赤	オレンジ	黄	緑	青	紫	白	黒	灰	ベージュ	↑ サイズ ↓
	M											
	L											
フルオーバー	S	赤	オレンジ	黄	緑	青	紫	白	黒	灰	ベージュ	↑ サイズ ↓
	M											
	L											
カーディガン	S	赤	オレンジ	黄	緑	青	紫	白	黒	灰	ベージュ	↑ サイズ ↓
	M											
	L											

サイズ別に棚割陳列する方法も悪くはないが、商品別→カラー別→サイズ別(上からS・M・L・LL)に陳列することの方がお客さまにとって買い物しやすい陳列方法です。

	ベスト	フルオーバー	カーディガン
S	赤・橙・黄 緑・青・紫	赤・橙・黄 緑・青・紫	赤・橙・黄 緑・青・紫
M	ベージュ・白・灰・黒	ベージュ・白・灰・黒	ベージュ・白・灰・黒

(サイズ別棚割陳列例)



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 春号



リズム活動で顧客の心にフィットした店造り

日本販売促進学会・
NPO日本マーチャント協会
最高顧問 DrスミスA634経営学
小濱 岱治氏

心地よい音楽には快いリズムがあります。人は、そのリズムによって、ある時は悲しく、ある時は明るく、時には楽しいリズムで身体を揺らしていることもあります。

また日本には世界の何処の国よりも「季節を大切にする習性」を持っています。万葉集で詠まれている歌の殆どは季節を読み込んでおりますし、俳句はもともと季節を主題にした情感の短詩で、それが日本人の多くの人々に愛されています。

広告宣伝や店内の演出も同じで、客の心に訴えるリズムの演出が必要です。ある時には店を上げての楽しいイベント等で顧客の心にフィットした激しい活動の時期もあれば、ある時には静かにゆっくりと顧客の心に落ち着いた気持ちのサービスを行う期間があったり、ある時には特定の商品の宣伝に力を入れてみたり、連休日やお盆のような時期には、顧客と一緒に花火を楽しんだり、ぬり絵や輪投げ大会などをするから、店は店の物で無く「顧客のための店」の雰囲気を感じられるようになるわけです。まさに店は顧客が育ててくれるとはこゝろ

の様なことで、それも音楽のリズムのように、激しいイベント演奏もあれば、落ち着いたリズムでサービスを提供する時期もあるので、それだけ顧客の心に響く店の活動になると言っても良いでしょう。

特に日本の気候は季節によって特徴のある抑揚がありますから、顧客の生活のリズムも季節によって抑揚していますので、その季節ごとに高いリズムの企画を練ったり、或いは時期を見て落ち着いた活動にトーンを落としたり、その抑揚の面白さが顧客の心にフィットするようにイベント企画等をアレンジしたらどうでしょうか。

今まで筆者は、多くの店の活性化をコンサルティングする場合には、「f・mf・p・s」の記号で、抑揚活動を提案しています。「fはフォルテの記号で活動の強い期間、mfはメゾフォルテでやや強い活動期間、pはピアノで弱い活動期間、sはソロの独唱で特定サービス提供期間」と言うことですが、この様なリズムを企画に盛り込んだ活動を「春夏秋冬」それぞれにアレンジして、ある時には激しく燃える活動を、ある時には落ち着いた静かな店構えの表現を、計画的に適時にアレンジして、その抑揚の面白さ計画から結果的に顧客の心を把握する店造りを提案して喜んで貰っています。



フレーミングで提案型POPを!

副会長 鐵倉れい子氏

フリーペーパーから。魔法瓶メーカーの取り組みに魔法の言葉が...

『魔法瓶を売るのではなく、ライフスタイルを提唱している。』『新しい提案をするということは、時代の少し先を行くこと。今、お客様に支持されて、ヒットしているといえるのなら、それは、私たちの提案に時代が追いついてきたということだと思っている。』(一部割愛)というもの。「1999年アメリカではマイボトルが流行していた。日本でも同じブームが起こると信じていた。」そしてマイボトルブームが日本でも起こったことは周知のこと。

私が、なぜこれらの言葉に敏感に反応するのか? ⤴

協会名でもあるPOP広告は考え方よりその制作技法が重視される時代が長く続いたせいか、今でも『手描きorパソコン?』の対比が見られます。POP広告=販売促進とまで言い切るクリエイターが多くみられる今時では制作技法にのみこだわらなくて、時代に合った提案型POPの思考を取り入れるべき良いチャンスではないかと思えます。とはいえ、技法としては手描きPOPの方が温かみを感じてもらえ、気持は伝わりやすいものですから、敢えて軍配を上げるなら手描きであろうかと。

『モノ』にしても『ライフスタイルの提案』にしても考え方で大きく左右されます。しかし考え方を考えるのは尋常ではないため『フレーミング~視点を変える』のならば効果的であろうかと。

ライフスタイルの提案型POPの出番が今遅しと待っているのです。

基本を マナブ

POPとディスプレイの融合は魅力的！

応用を マナブ

平成13年サミットでディスプレイセミナーを開催した。従来よりPOPとディスプレイは別モノという考え方がある。本当にそうであろうか？ 一步譲って別モノだとしても、POP視点で捉えたディスプレイはきっと魅力的になるに違いない！ といった観点から、まずディスプレイの基本テクのレクチャーを受け、その後、プロテクを活かしたPOPディスプレイを実施した。



構成は…
・三角(形)構成
・シンメトリー
・くりがえし

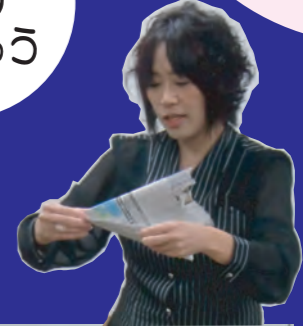
三角(形)構成は、正面からだけじゃなく、上から見ても三角形になるように…

VMD協会の室伏英男講師から基本テクをみっちり仕込まれた。フォーミング(台紙を使ったシャツのたたみ方)やテグスの使い方等々も含め、普段何気なく始末していることに少々反省。ポイントを掴んだ我々は、大庭理事指導のもと、POPディスプレイに挑戦した。

販売商品
箱入り
まんじゅう

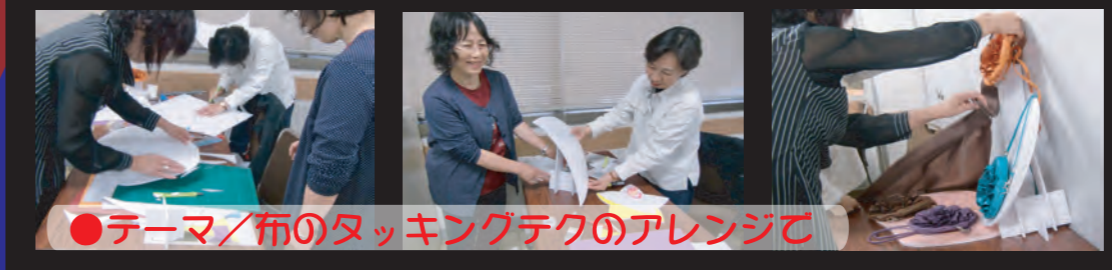


●テーマ/和テイストに

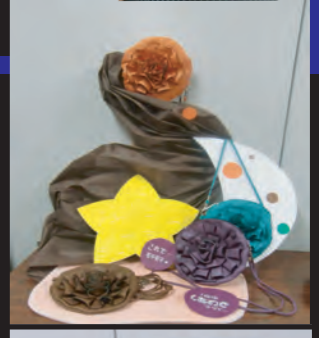


ひだを取る
テクニク
・アンビエ
・ドゥブルビエ
・タッキング

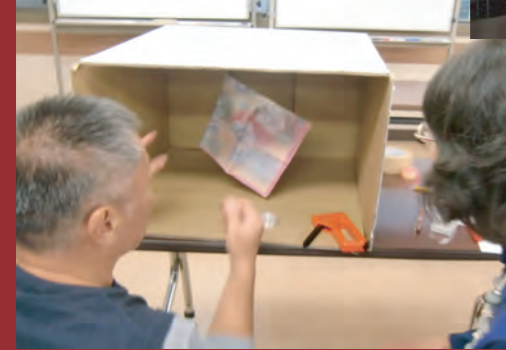
クイズ
婦人セーター売り場の陳列です。
《デザイン》3種
丸首ベスト
丸首プルオーバー
丸首カーディガン
《カラー》10色
赤・オレンジ・黄・
緑・青・紫・白・黒・
グレー・ベージュ
《サイズ》S・M・L・LL
どのように陳列するのがベストでしょうか？



●テーマ/布のタッキングテクのアレンジで



販売商品
ショルダー
バッグ



現在では、PL法で売り場等でピンやテグスを使う陳列は行われておりませんが、ウィンドウなどで、ストーリー性を盛り込む演出などの際使われることがあります。

ピンとテグスを使って布ものを張るテクニク



●テーマ/コーヒーや湯気のリアル感を演出して



販売商品
スティック
コーヒー



●テーマ/オリジナルな展示台を自由な発想で



販売商品
箱入り
クッキー

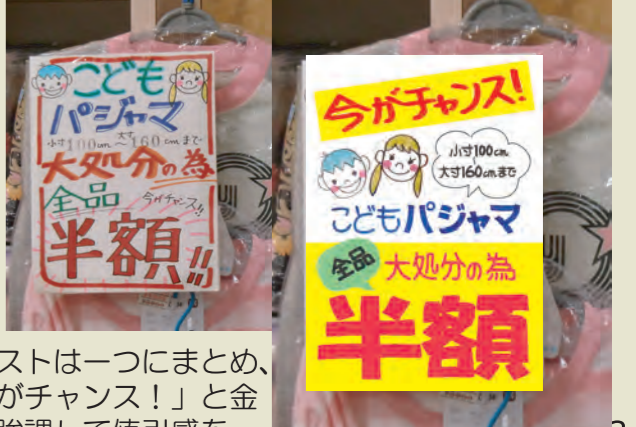
ちょっと工夫で バッチリ POP



●キュートなイラストはそのまま活かし、キャッチコピーの訴求と商品名を太い文字で、訴求性UP！



●「安い！」の文字を大きく矢印の吹出しに書くことで視覚的に安い！印象を与えることが出来ます。



●イラストは一つにまとめ、「今がチャンス！」と金額を強調して値引感を。