

第16回

9/15 (土) ~ 9/16 (日)

2012

# POP サミット in 大阪

<会場> 大阪産業創造館 地下鉄堺筋本町駅徒歩5分

9/15 (土)

13:20 ~ 21:00

●総会

社団法人化2期目の協会の方針とは? 今後の協会の活動内容等が直接聞けるチャンス。ぜひご参加を!

### ●「計数がわかるとPOPも生まれ変わる!」

講師: 社団法人公開経営指導協会 青木健剛氏

◎なぜ計数が必要? 何のため? ◎私たちの仕事にどうリンクする? ◎みんなご考えよう (売上高の構成要素は? etc) ◎実際の計数活用方法と事例紹介、など計数についてわかりやすく講義して頂きます。

### ●「ユニバーサルPOPとは何か」

講師: 社団法人公開経営指導協会 青木健剛氏

これからのマーケット変化にガチに対応! ユニバーサルサービスの方針をPOPで提案する店づくりとは? などユニバーサルPOPについて学びます。

### ●「ユニバーサルPOP講習会 実際に描いてみよう!」

講師: 安達昌人会長

ユニバーサルPOPの制作とコメント作り。

### ●お楽しみ! 親睦会

大阪から元気を発信!  
みんな来てや~!



9/16 (日)

9:00 ~ 13:30

### ●「印刷まで受けても困らないデータ作成の基本」

講師: 奥田美智代氏

イラストレーターとフォトショップを使って、イラストの描き方や文字の簡単なデザイン、画像の扱い方など基本的な印刷データの作り方を学びます。同時に簡単なチラシを作成します。

### ●なごりおひいてすが... お別れ昼食会



主催: 一般社団法人日本POPサミット協会  
後援: 社団法人公開経営指導協会



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 FAX048-963-6377  
E-mail info@jpopsa.info  
ホームページ http://jpopsa.info

2012年 春号

### 『公開経営』とは何か



社団法人 公開経営指導協会  
常任理事 事務局長 内山英昭氏

会員の皆様には、公開経営といえは、POP広告クリエイター試験の実施団体との認識をお持ちかと思いますが、本欄をお借りして、当会の概要についてご紹介させていただきます。

団体名である「公開経営」の由来は、戦後の荒廃と混乱の時代状況の中、矛盾にみちた当時の税制改革を目指す「ガラス張り(公開経営)運動」によります。昭和23年、ガラス張り経営の実験店(金物屋)を東京・目黒に開店して克明な帳簿を作成、この資料が米国税制使節団のシャウブ博士に提出されて、青色申告制度の制定(昭和25年:シャウブ勧告)に大きく寄与しました。

ガラス張り(公開経営)とは、狭義の解釈では経理の公開(ディスクロージャー)を指しますが、広義の意味合いでは、お客様やお取引先、従業員に対しての“誠実経営”を訴えかけるものでした。

青色申告制度が確立された昭和30年代以降は、小売業の指導・教育機関として活動を行い、全国小売業経営者会議の開催や主婦の店(スーパー)の展開、ボランティア・チェーンの協業化推進等の成果を残して、現在に至っております。

当会の本旨は、誠実経営に代表される“理念”と計数管理に基づく“科学的経営”の融合にあります。現在は21世紀のあるべき経営像として、公開経営の現代的表で有るオープン・マネジメント(開かれた経営・社会性の追求・購買代理の実践)を提唱しております。

今後とも、微力ではありますが、公開経営理念を基軸とした指導・教育を通じて、人々の心豊かな消費生活に寄与していく所存です。引き続き、皆様方のご賛同とご支援をお願い申し上げます。

### アイデアを活かして活動を!



会長 安達 昌人

新年度は、気分一新して、新しい活動に取り組む時期です。生命力のみならず季節にあって、大いにアイデアを発揮したいものですね。

さて、私たちの仕事にあっては、企画提案の際に、またPOP広告の文案やデザインを考える場合にも、アイデア(着想)の果たす役割がいかに大きいかはいうまでもないでしょう。

先ごろ、仕事先の中華料理店で 夜間の集客数を高めるために、飲食店ではおなじみのリーズナブルな「晩酌セット」を提案して、ポスターを描きました。その際、それだけでは月並みなので「課長セット」980円、「部長セット」1,280円のメニューを設定して、興味を惹くことに。これは以前に、大阪市の食堂で「課長弁当」「部長弁当」「社長弁当」など、いかにも関西らしい遊び心のネーミングでランク付けをしていたのを思い出して、応用したものです。

私は「応用、あるいは模倣はアイデアの母体である」と考えています。18世紀の思想家で、名言家で著名なヴォルテールは「独創とは、賢明な模倣以外の何物でもない」とも言っています。近年の「アイデアをいただいてしまえ! ~模倣はこんなにクリエイティブだ」(スチーブ・リブキン他著、ダイヤモンド社)では、新商品や新事業を考える際に、既存のアイデアの積極的な応用の効果を説いています。手法は「代用する」「組み合わせる」「大きくする」「小さくする」などいろいろ。そのためには、ふだんから自分の内なる情報源の貯蔵庫を満たし、すぐに引き出せる柔軟性・速攻性が肝心だと、私は思います。もちろん、模倣(イミテーション)そのままでは、倫理的にも著作権上でも禁物。自分なりの加工性が大切です。

ということで、応用性・加工性は大切に結構。発展させたアイデアを原動力にして、今後いっそうの事業の、仕事の展開を図って行こうではありませんか。

2012年  
2月18日(土)

基礎がしっかりしていて、昨品のレベルが高かった!

## 第51回POP広告クリエイター技能審査試験の結果報告

実志願者464名、合格率76.1%と、高合格率を裏付けるコメントが(社)公開経営指導協会から発表されました。

### 全般的な講評

	実受験者数	合格者数	合格率(%)
東京	92	66	71.7
札幌	4	2	50.0
新潟	0	0	0
金沢	1	1	10.0
名古屋	10	7	70.0
大阪	21	15	71.4
福岡	2	2	10.0
団体受験	334	260	77.8
合計	464	353	76.1

#### 問題1-(1)

基本をしっかり学習してから試験に臨まれた方が多かった。

#### 問題1-(2)

よく出来ている方がいる一方で、(1)同様縦・横・斜め・曲線がしっかりしていないため、低い点数にとどまった方が見受けられた。

#### 問題2

問題1で減点が少ない方は、問題2でも減点が少なく、逆に問題1で減点が多い方はこの問題でも多いという結果だった。

#### 問題3

「こんな装飾方法もあるのか」という関心を誘うような作品も、多くあった。

#### 問題4・5

『一番伝えなくてはならない事から(訴求する事から)は何か?』、『全体の構成』などをよく整理してから、描くようにして欲しい。かわいいイラストに時間をかけたため作品全体が出来上がらなかつたとなつては本末転倒だ。時間配分も考えよう。

#### 問題6

問題1~問題5でしっかり得点を取れている方は、問題6でも顕著な点数を上げている人がほとんどだった。

「(社)公開経営指導協会ホームページより抜粋」



町を見直すって特別なことではない。人とのいい出会いがあれば、人とのぬくもりが感じられれば、それが町の魅力になる。  
商店街にはそれができる知恵があり、誇りがある。  
そんな商店街の心意気をご紹介します。

# 住んで良かった、と思える様な町にしたい。



マミーショッピングセンター商店会（東京都羽村市）  
会長 中村秀敏 氏

私達の商店会は、1974年5月に羽村団地内にオープンして以来、長年、地元で親しまれている、現在11店舗で営業の小規模商店街です。しかし、店舗数は少ないが、共同事業には力を入れ、夏の「七夕祭り」、年末の「歳末大売り出し」の他、毎月第2日曜日には「日曜の市」を催し、手配りチラシで集客して成果を高めています。さて、昨年は、隣接する地域の動物園を活かした活性化策を図りました。「羽村市動物園」

は規模はちいさいながら人気のレッサーパンダ、キリンなどの他、珍しい鳥類、珍しい爬虫類がいて、年間24万人の入園者を持っています。イベントの成果としては、商店街も同時売りの成果を出して、好成績をあげることができ、地域客との絆が一層深まったことです。今後も、商品開発やイベントに積極的に取り組み、「参加できる、体験できる」として地域に貢献していきたいと思っています。



震災直後。電気、水道の断絶、移動に不可欠なガソリンの不足、交通機関の不通などに翻弄され、当然予定されていた仕事はキャンセル、または延期となりました。その後は地震で壊れた自宅の片づけだけに追われ、ただ夢中で過ごす日々でした。少しだけ自分の周辺が落ち着いたとき、毎日TVのニュースで流れる映像を見、何か被災地にできることはないだろうか、あまりの悲惨さにそう思わずにはいられませんでした。

あの震災から1年がたちました。



福島 佐藤淳子

地元商店のまとまった仮設店舗の開業で、買い物に不便だった避難生活に喜ばれているなど、嬉しいニュースを見聞きするようになりました。歩みはゆっくりですが確実に復興している事を感じます。

私の住む桑折町では、復興事業の中で2月中旬から各店舗内につるし難（原発の影響で桑折町に避難されている浪江町の方々にも手伝っていただき一万個を制作）とひな人形を飾り中心商店街に人を呼び込み、お店を巡ってもらおうという「難めぐり」イベントを開催しました。

また商店街全体を100円ショップに見立てた「福桑百円商店街」（まち歩きMAPを作成）を同時進行ではじめて企画。準備した店頭ワゴン内の商品は完売が続出。どこから人が湧いて出てくるのか？と不思議なくらいのにぎわいとなりました。おかげさまでこれらのイベント企画に商店街でもちょっといい手ごたえを感じた様でしたよ。

ここ福島県は震災の被害に加え、目に見えない放射能という怪物に侵されました。しかしいずれ復興再生し、きっと復活できると信じ、自分にできることを手伝えていきたいと思っています。

最後になりましたが震災後は、安否の確認、励ましのメールなどをいただきました事、心よ感謝いたしております。この場を借りて御礼申し上げます。

微力ですが商店街の方々に使っていただけたらと、まずは今年3月下旬、以前からお世話になっていた岩手の釜石商工会議所様にPOP用フェルトペン、POP用紙を届けさせていただきました。フェルトペンはシャチハタ仙台様から一部提供も受け、おかげさまでまとまった本数となりましたこと、感謝しております。ところで同った日は釜石ではじめての地元商店街仮設店舗が、開業1週間目とのこと、被害の状況により、もちろん復興スピードに差は出てきますが、現在被災地各県では「立ち上がろう！」という合言葉のもと、沿岸部被災地では漁業や市場の再開、地元企業の復活。三陸海岸を巡る浄土ヶ浜、松島の海上観光遊覧船も運航され、観光での復興も進み始めています。また場所によっては県外企業の支援を受けた商業施設の開業（ホット横丁石巻など）。釜石のように

## ゴールデンウィーク企画

①来訪者の多いGWに、オリジナル行楽弁当、キャラクターTシャツなどの販売。②動物園に関連したイベントで、来園者を当商店街へ誘導を図る、など。（ただし、東日本大震災により、この企画は中断し、次回に持ち越されました。）



オリジナルTシャツづくりは、動物園のキリンの親子のキャラクターマークを安達昌人氏が描き、理想科学工業の協力によりスクリーン印刷で作成した。

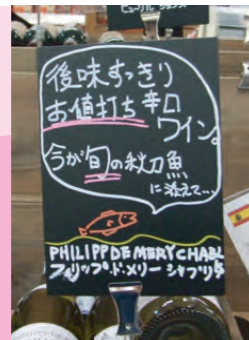
## ハロウィンフェスタ

10月30日には、産学協同イベント「ハロウィンフェスタ」を開催。商店が独自の企画で「得々ツアー」を実施。内容・条件は子供達に、  
①マミー弁当を購入して、入園料は親子共に無料。更に掛け紙のナンバーの抽選で動物園のフリーパス券を進呈。  
②「動物の名前当てクイズ」に挑戦して全問正解でシューズケース進呈、または布製バッグにプリント体験  
③園内で動物のお絵描き大会  
④商店街で、お化けかぼちゃ彫刻体験

「得々ツアー」には20組の親子が参加しました。好評だったのはスクリーンプリントで、キャラクターマークが鮮明に刷れ、子供達は驚きの声をあげました。今後は、直接、Tシャツに動物の絵を描くイベントも実施しようと計画しています。なお、前回のキャラクターTシャツの残り140着も完売です。

## ちょっと工夫でバッチリPOP

☆料理提案があっという間！  
ちょっと工夫  
文字の大きさや太さを変えてメリハリをつけてみましよう。



### 1 スーパーマーケットのPOP



☆女性向きのかわいいPOPがステキね！  
ちょっと工夫  
『お買い得』つきソックスのイラストをPOPから飛び出して変化をつけてみましよう。

### 2 靴下専門店のPOP



☆金額が目立っていいね！  
ちょっと工夫  
『季節品特価！』を強調するとよりお買い得感がでてくるでしょう。

### 3 ドラッグストアのPOP

