

POP広告は情報バリアフリー

一般社団法人 公開経営指導協会
理事長 喜多村 豊氏

本日ここに、一般社団法人 日本POPサミット協会の第19回全国大会となる「POPサミット IN 奈良」が開催されますことを心よりお祝い申し上げます。これもひとえに安達会長はじめ、理事、会員各位のご努力が、見事に結実された結果であるとご推察いたします。

貴協会は平成23年に一般社団法人という非営利法人の法人格を取得し、これまで以上に活発な活動をされております。目指す方向性としては、「POP広告という情報発信ツールとしての活躍」を期待したいと思います。

さて、皆様もご承知の通り、POP広告は当初の「手書き」から、パソコンの普及によって、急速に「デジタル化」が進みましたが、今後とも「手書きPOP」の有用性が失われることはなく、双方の長所を生かして発展していくことでしょう。手書きであれパソコンであれ、POP広告の機能の本質は変わりません。すなわち、お客様の知りたいことを、正しく、わかりやすく伝える事が使命です。

また、わが国も超高齢社会を迎え、POP広告の役割も、これまでの「販売促進」という面と併せて、広く「サービスサイン」としての役割が求められるようになりました。社会全般に於いて、POPの役割は、今後とも重要性を増しており、貴協会ならびに会員の皆様がたのご活躍が期待されているところでございます。

ここで、私ども公開経営指導協会とPOPとの関わりにつきまして、述べさせていただきます。POP広告に関する教育は実地指導を始めとして、昭和48年には安達会長にご尽力いただき「POP広告実技講座」の通信

教育を開講、平成3年には文部省認定講座として現在に至っております。

また、昭和62年には、「POP広告クリエイター試験」を労働省認定の技能審査としてスタートさせました。平成14年からは協会（注：公開経営指導協会）認定の資格として年2回、試験を実施しており、来年2月の試験で63回を数えます。POP検定の試験運営、受験指導を日々努めていただいているサミット協会の各先生方には、この場をお借りして厚く御礼申し上げます。ありがとうございます。

近年は弊会としまして、「ユニバーサルサービス」を提唱し、あらゆる立場の人々に、公平な情報とサービスを提供すること、そのための配慮や気づき、心配りを普及・推進して参りました。2020年のオリンピック・パラリンピックの機運が高まる昨今、年齢・性別・国籍・障がいの有無にかかわらず、共生していく「ノーマライゼーション社会」において、サービスサインとしてのPOP広告は欠かすことが出来ません。

今まさに、貴協会が有されている、POPに関するコンテンツと熱意が必要とされている、と申せましょう。その意味合いからも、貴協会と共に、協力体制で推進していきたいと願っております。

（一般社団法人公開経営指導協会 理事長 喜多村 豊氏より心温まるご祝辞を頂戴いたしましたので、ここにご披露させていただきます。）



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 https://www.jpopsa.info

2018年 春号



手づくりPOPの魅力を楽しむ

NPO法人 日本マーチャンダイザー協会
会長 土屋 富雄氏

「第19回 POPサミットin奈良」に参加して、改めて手づくりPOPの魅力を楽しみました。最初からすべてを見せて戴いたわけではありませんが、大規模な飾り付け作業を間近に見るのは久しぶりであり、会員諸氏のPOP作品・商品陳列・棚割配置など、すべてが賞玩であり勉強でした。特に立体POPについては、細部の制作技術、色彩・形状の感性、文字の訴求力など、ただただ感心して眺めていました。

ところで、本協会では「マーチャンダイザー1級認定講習会」を東京と大阪で年7回開催しています。内容中の「販売促進戦略」と「商品陳列と装飾技法」（筆者が担当）の科目で、POP広告について簡単ですが触れています。POP作成については、安達昌人会長から教えて戴いた4T（Target, Timing, Thema, Taste）、情報性と視覚性などの解説と、具体的なPOP作成例を紹介しています。

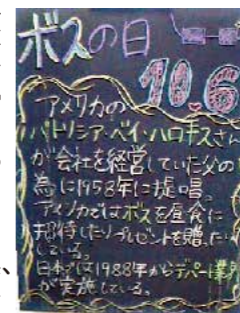
販売促進の講義のポイントとしては、季節感の演出と記念日の活用を強調しています。

季節感の演出については、季節の野菜、果物、魚介類、料理、草花、衣類、インテリア、スポーツ、年中行事、風習、伝統文化、色彩、音楽、言葉などなど、生活のあらゆる面に関係した事柄を使うことを挙げています。

記念日の活用については、五節句、二十四節気（立春、春分、夏至、秋分、冬至、大寒など）など、中国古来の暦に基づく日にち、国民の祝日、地元の祭祀、風物詩、学校行事、ビジネス行事など、記念日については一般社団法人日本記念日協会のホームページを紹介しています。

右の写真は、自宅の近くにある食品スーパーの店頭に置かれている販促黒板です。毎日手書きで記念日説明や販促メッセージが書かれています。筆者が指導しているわけではありませんが、記念日を販売促進に利用している事例と言えます。

最近では、和食、和装、和風家具、和柄、和色など、「和心」の演出を勧めています。



理想と計画性、そして実行力が活動の源泉！

一般社団法人 日本POPサミット協会
会長 安達 昌人

会員の皆様には、仕事にプライベートに、お元気にご活躍のごことお喜び申し上げます。

一般社団法人日本POPサミット協会は、本年8月1日をもって第8期を迎えることとなります。これも、会員皆様の尽力のお陰と感謝申し上げます。

昨年も、ホームページ等のPR効果により、各界の研修・制作事業などを着実に遂行して実績を高めることができました。特に「サミットin奈良」の全国大会において著しい成果を見たことは、大きな喜びとするところです。

また「一般社団法人創立7周年記念キャンペーン」として展開中の、オリジナルテキスト「マニュアルと月別事例集」2冊セット「無料プレゼント」事業は、各地より多大な反応があり、当協会のホームページのSEOの手応えとともに、手書きPOP広告への関心の高さに大いに意を強くしている次第です。

さて、「松下村塾」で知られる思想家で教育家の吉田松陰は、名言家としても著名ですが、最も有名な名言は次の文言です。

「夢なきものに理想なし、理想なきものに計画なし、計画なきものに実行なし、実行なきものに成功なし、故に、夢なきものに成功なし。」

ここで「成功」とは、自分の想いを実現させるということでしょう。実に鮮やかで論理的な表現です。今1つ、松陰の言葉を付け加えてみます。

「悔いるよりも、今日直ちに決意して、仕事を始め、技術をためすべきである。何も着手に年齢の早い晩いは問題にならない。」

私達POP広告クリエイターにとっても、常に「夢」「理想」「計画」が大切です。そして何よりも、直ちに始める「実行力」が重要です。

私達の協会は、企画性を基盤に、実際に現場で活動する団体です。理想と計画性を持ち、創造力を高めて、実行力で進展して行きましょう。

今回のサミットの成果を活かし、今後さらにいっそう協会の飛躍を期して、しっかりと地盤を踏みしめて歩いていきたいと願っております。

皆様のご協力をよろしくお願い申し上げます。

東 久美 さん

(POPインストラクター)

富山市立図書館様にて講習

誰でもが理解できる、わかりやすいPOP広告の制作技法を教えることがインストラクターの役目。



●心掛けていたのはどんなこと？

ご年齢80歳の方も参加されておられましたが、意欲のある方々が多く、制作の基本はもちろん、「こんな発想や材料の使い方もあるんですよ」と、知識や情報を、シニアの方にもわかりやすくご説明。和紙や折り紙でのカラーシユや、筆ペンや綿棒でのレタリングなど、身近な材料での応用編の提案もさせていただいたところ、すぐに取り入れて楽しく制作して下さっていました。また、シンプルなイラストでも、入れることで注視力と見た目の楽しさが増すということや、簡単な装飾文字と罫線の入れ方なども参考に、さすがいろいろな経験をお持ちの世代の方で、様々なアイデアで楽しいPOPが仕上がって、今後の活動が楽しみです。



受講者の皆さんのPOP。
講習が新聞(1/28 北日本新聞)にも取り上げられ、新聞によると、「思ひのある本が紹介できると嬉しい。」とおっしゃっておられ、富山市立図書館によると、メンバーが紹介した本はいろいろも貸し出しがあったそうです。



2017
第19回

POPサミット in 奈良

平成29年11月4日・5日の二日間に亘り、第19回全国サミットを、本社を奈良県に置き、店舗展開をはかる株式会社ファーマシー木のうた様のご協力と、一般社団法人公開経営指導協会様の後援を得て開催いたしました。株式会社ファーマシー木のうた様法隆寺店のディスプレイ、手描きPOPの基本講習、立体コーナー看板制作講習など、いずれも目からうろこの驚きをもって喜んでいただけ、嬉しい賛辞の中で幕を閉じました。

基礎から学ぶPOP広告

POPインストラクター 丸山 浩美



受講者にはこのサンプルPOPを参考にして、POPの基本を学んでいただきました。

POP基礎セミナーは、いつになく念入りに教材、資料作成に取り組み、何度もリハーサルを繰り返して臨みました。事前準備は受講者の満足度を大きく左右し、セミナー成功のカギを握ります。

サンプルPOPは、ドラッグストアの関係者の参加が多いと聞いていたので、ドラッグストアで扱う商品で作例しました。初心者にとっていきなり、A4判サイズの白紙に手描きというのはなかなか難しいものです。苦手意識を持たないよう、今回は書き直しが楽なカラーのパーツを多用し、貼り付けて仕上げていくPOP制作にしました。受講者の方々は熱心にセミナーを聞いてくださって、作品もとても上手に仕上がりました。

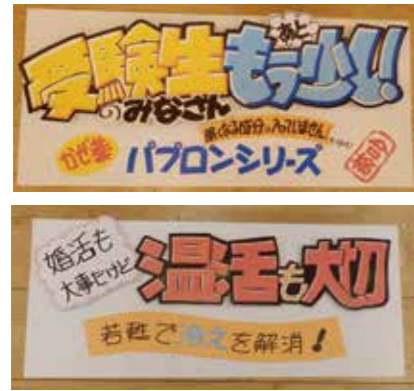
お客様の心をつかむPOPをつくるためには、やはり基本となる理論や技術は大切です。お客様とのコミュニケーションツールであることの大切さを伝え、売って嬉しい！描くのが楽しい！と思ってもらえるような講習が出来たと思います。



立体感で訴えるコーナー看板POP

POPアドバイザー 鎌倉 れい子

講習参加者には店舗でPOPを制作している方々も見られ、いづれ劣らず力作揃いに「素晴らしい！」と、講師陣も感心しきりでした。

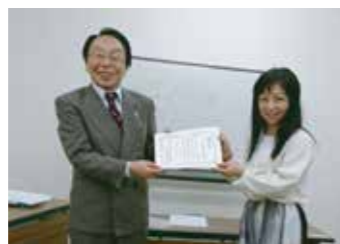


講習後、各自持ち帰り、店舗に掲示いただきました。

シーリングPOPに、コーナー看板に、いずれも商品陳列において訴求度の高い立体看板として主張しているのは見事です。(株式会社ファーマシー木のうた様に於いて)

POPインストラクターに認定されました!

福井県在住の丸山浩美さんがPOPインストラクターに認定され、安達会長より表彰されました。



ビジネス系の職業能力開発のための技能や知識を指導したりキャリア形成に関する相談・指導を行っています。理論や技術に基づいたPOP広告のコツやポイントをお伝えします。(丸山浩美)

ディスプレイ現場の奥の手!

会場/ファーマシー木のうた 法隆寺店

企画→現場まで POPアドバイザー 大庭 昌代

商品について勉強することが企画のはじまり

- 1か月程前に店舗の図面や棚割の資料等をいただき、まずは「どこを手掛けるか?」と、1週間以上はひたすらネット検索で商品の勉強です。その後、自分なりの商品のグループ化により4か所を決定し、下記条件で決めました。
- 立体に仕上げるものは下作業のみ事前にを行い、すべて現場で組み立てる。
- 見学者を魅了するショーにするため、ディスプレイの手順を工夫する。
- 店舗の方が作られた手描きPOPは残して活用する。(店舗側の希望より)テーマも決まり、ディスプレイイメージを具体化するために厚紙等でミニチュアを制作して、POPインストラクターの方々に必要な制作を依頼しました。



Before



After

テーマ(上部ディスプレイ)
「塗って効く・飲んで効く
冬に負けない! 冷え対策」



Before

After

ディスプレイの目的とは

ディスプレイを「装飾する」と捉えている方もいらっしゃいますが、本来は「効果的に展示する」ことで、私自身は特に『わかりやすさ』を目指しています。一見華やかで目立つ展示でも、商品のグループ化やテーマが曖昧だったりPOP広告等の情報が多すぎたりすると、肝心の商品自体の魅力が伝わりにくくなるので、文字情報を最小限に抑えて、ひと目で伝わる楽しい演出を心がけています。

上部には絵的なアイキャッチャーを配置して視線誘導を図り、また数種類の商品を同時にアピールしたい時は、共通のパターンや色の使い分けで見比べやすくしています。

展示台から作ると自由な発想で表現できる

店舗の売場改善やイベントのブース演出等の仕事で、いつもまず最初に考えるのが展示台の形です。

今回の企画で、メインディスプレイとなる新米コーナーは、お客様が来店時に最初に目にする場所であり仕器もない空間のため、やはり展示台のデザインからスタートしました。

イベント当日、5mm厚のスチレンボードで作った三角柱を組み合わせて展示台を制作し、実物の茶碗が画面から飛び出している立体POPに仕上げました。(右図のように重い商品に乗せる場合にはワイヤーネットを組み立てます。)

実は中央のブラックボード風な面は、「新米にイチオシ! ごはんのおともを紹介」がテーマだったので、店舗の方々の『似顔絵セミナー』が絶妙のタイミングであったため、課題作品として各自自分の似顔絵&セリフを制作してもらい活用させていただきました。とっても似てる!! その右下のブラックボードも、当協会のPOPインストラクターからPOPの基礎を学ばれた店舗の方の力作です!



テーマ
「貼る派? 貼らない派?...
どっちにしてもあったか〜い
胸キュン♥ホットカイロ」

ディスプレイを体験して

今回、特に印象に残ったのは、商品を使ったシーンを想像してもらい、購入に結び付けるという事をどのように表現するかの難しさと楽しさでした。

店頭入ってすぐの“新米コーナー”のディスプレイに使う、商品の特長POP(裏面)を制作しました。特長、食べ方、おにぎりにまつわる話しなどを、楽しく読んでもらえるようにイラストも入れてまとめました。

またPOPを設置する方法は大いに勉強になりました。専用の器具ではなく、100均を利用して安全に組み立てたり、取り付ける方法は、経費の面からもとても参考になりました。

ディスプレイというと“大変そう”という先入観や、どうしても平面的な表現になりがちだった考え方を改め、これからは立体的に捉える事を取り入れていきたいと思っています。

POPインストラクター 山本みゆき

