

新入会員様ご紹介



兵庫県宝塚市在住
平岩 伊佐子

日本POPサミット協会の皆様、はじめまして、平岩と申します。

私は、一応POP歴は20年位あります。POP広告クリエイター2級も20代の時に取得しました（今は2級とかはないんですね？）。20代後半の頃、「まいど」という生鮮食品のスーパーでPOPライターとして従事し、その後ダイエー・オートバックスとへて、最後はドン・キホーテの関西一号店である伊丹店にて雇われ、本部などでPOPライターの後進指導や新店のPOP制作、新人POPライターの面接や研修などをしておりました。10年ほど勤務し、退職後は兵庫県宝塚市にて手作り石けんの教室をしていたのですが、昨年よりPOPの教室も開催しております。



昔ながらのデザイン筆で描いていた時代からIllustratorやPhotoshopなどによるPC制作、ワードやエクセルでの制作など一応一通り経験があります。教室を開催するにあたり、今現在の状況など、情報収集やPOPライターさんとの交流など出来るというなと思っております。POP教室の他にも、手作り石けんやお菓子、手作りソーセージなども教えております。協会の一員として、どんどん積極的に活動していこうと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

栃木県社会就労センター協議会で ブラックボード研修を行いました。

講師/安達昌人 会長

栃木県社会就労センター協議会は、障害者など社会的なハンディを持つ人たちがリハビリや職業訓練も含めて働き、社会参加を実現している社会福祉施設で、パン・クッキー等の食品作り、ポーチ類等の手作り布製品作りとその販売から飲食店まで、事業はさまざま。今回の受講者は栃木県の同センターの生活支援員、職業指導員、施設の管理者、担当者の方など18名の方達です。

これまでに2回（年1回）、POP広告研修会を実施していて、今回はブラックボードという今人気のツールで研修を計画し、そのスキルを高めるとともに、売場での販売成果を高めて行こうというのが主催者の要望です。

研修では協会のテキストをもとに、ブラックボードPOPの果たす役割を知り、その技法をマスターするとともに、顧客をどう惹きつけるかを考慮して訴える情報文案づくりにも重点をおきました。

業種がさまざまなので、特定のサンプルPOPは作らず、ブラックボードその他のPOPの事例を参考に展示しました。

ブラックボードはマーカーの滑らかな筆致と、修正が簡単という意識のためか、手早くでき上がるのが特長。そこでまず、文案も活かして各自の訴える推奨品

やフェアなどのラフプランを白紙に書いてもらって、ブラックボードを作成しました。受講者はこれまでの研修会に出たことが無く、POPは初めてという方がほとんど。しかし意欲的に取り組んで、それぞれ個性的な出来栄となり、全員の作品を掲示して皆で評価しました。



意見を聞いてみると、誰もが今後、現場で大いに活用して成果に結び付けたいとの声でした。中には、栃木県さくら市氏家地区の伝統的な行事「雛めぐり」のフェアで、早速、今日の作品を使用するのだという人もいました。今回の成果を活かして、皆さんの今後の活動を大いに期待するものです。



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 秋号



POPの現状脱皮を！

マーケティングコンサルタント
山口 勝治 氏

皆さんこんにちは！新監事に就任いたしました山口です。よろしくお願いいたします。

さて、モノの消費が増え続けている現在、POPの意味も大きく変わってきています。

例えば書店のPOP。以前なら本屋さんの店頭でPOPを使うことはありませんでした。最近はこちらがいます。「こんなにすごい本ですよ」とナマの感想をカードに書いて本の陳列コーナーに置いています。読んでみないと分からないのが本の性格。店員さんの個性を交えて読んだ印象を伝えているわけです。

これまで小売店の店頭POPは、商品名と特長、値段を書いたものが中心でした。消費が限界を超えている今、安さやボリュームの比較ではなく「この商品の、この部分を見てほしい」「こういう方に買っていただきたい」という売側の堂々たる主張があってもよいはず。

そんな時代ですから、クリエイティブなPOPこそほしいところ。これまでの「見やすく、きれいに」から、「この商品は貴方になぜ必要か」「想定外のオヤツと思わせる」、選択と集中で、POP表現の使い分けが求められている感じがします。

ところで最近、TBS系TVの「プレバト」という番組をよく見ます。松山在住の俳人、夏井いつきさんが指南役で、お笑いタレントや俳優が意外な俳句を披露。それをズバツと捌き、的確な添削を加える。「私は嫌いですが、将来能力を買います！」と痛快なコメントもある。番組の人気の理由に「“俳句界”を一部の人のものから世間に開放してくれた」「自由に、笑いの交えて、俳句を体験できる新しい俳句世界を発見」といった感想がありました。

どんな企業、業界、分野も現状からの脱皮に苦しんでいます。その糸口が「プレバト」にあるようです。視点をずらし、外からの目線で自身の姿を捉えなおす。その発想で飛躍し向こう側の世界へ、このあたりにPOPの現状脱皮のヒントがあるように思いました。



欲張りのすすめ

一般社団法人 日本POPサミット協会
会長 安達 昌人 氏

こんにちは、皆さん！「サミットin東京2018」でお目にかかる日も間近ですが、皆さん方には仕事で日常で、元気に活躍のこととお喜び申し上げます。

さて今回は「欲張り」について述べてみたいと思います。子供の頃図書館で読んだ本に、トルストイの童話集があります。「イワンの馬鹿」は有名ですが、「人にはどれだけの土地があるか」も味わい深い物語です。

一人の農夫が身を粉にして働いてある程度の資産を持ちます。さらに家族のために土地を増やそうと、新しい村の地主の所へ行きます。地主は朝日が昇った時から日没までの間に歩いた土地が君の物だが、しかし、日没までに戻らなければ、土地は君のものではない、と条件を付けます。男は夜明けとともに必死に歩き出します。歩けば歩くほど土地は豊かに素晴らしさを増し、引き返す決断が付きません。日が傾いて来て、男は事態の重大さに気づき、大急ぎで疲れた体に鞭打って帰路につきます。村では地主をはじめ皆が総出で男の快拳を待ち、一斉に声援します。日没と同時に地主の元に息絶え絶えの男が辿り着くと「君は大変な土地を手に入れた、おめでとう」と地主は言います。しかし男はその場で息を引き取り、命を賭けて手に入れた物は、自分が埋葬された墓の僅かな土地だけだったという顛末です。

実はこの物語は、1984年（昭和59年）、公開経営指導協会初代理事長・喜多村実先生の青山教会での葬儀に参列した時に、牧師が説教の際の例話とされました。何故、この童話を離されたのかは忘れましたが、これは単なる欲張りへの訓戒ではありません。人は誰でも「欲」を持って働いています。地位、名誉、賞賛、金銭などへの欲求です。そして成功するか（幸運）、このように失敗するか（悲運）はさまざまです。

好奇心や教養、技能、資格も知的欲求です。「欲」があるから人は向上します。すなわち、欲張りは大切な人間の精神です。会員の皆さんも、今後ますます欲張って健闘して頂くことを臨んでおります。

いよいよいよいよ 20th POPサミット in 東京 2018

11月
10日 (土)

●PM2:00~3:30

●販売促進セミナー

講師：沼澤拓也 氏
協会POPアドバイザー
株ピーオーピーオリジン
代表取締役社長

知って得する
POPと販売促進の活かし方

●PM3:45~6:15

●カラーユニバーサル講演&ワークショップ

講師：伊賀公一 氏
ソラノイロ 代表
カラーユニバーサルデザイン機構 副理事長

色覚の多様性とPOP

●ワークショップ
色覚の多様性に対応したPOPを考える

●会場

埼玉県男女協同推進センター
(With You さいたま) セミナー室1

●会場アクセス

埼玉県さいたま市中央区新都心2-2
ホテルブリランテ武蔵野3・4階
・JR京浜東北線または高崎線、宇都宮線
「さいたま新都心駅」から歩行者デッキが
直結しています。徒歩7~10分
・埼京線北与野駅から徒歩6~7分

●後援

一般社団法人公開経営指導協会

PM6:45~8:30

11/10 親睦会

PM12:00~3:30

11/11 安達会長と
昼食&アンテナショップ巡り

11月
11日 (日)

●AM9:30~
11:45

●シンポジウム

基調講演：櫻井幸子 氏
協会 POPアドバイザー
彩工房 代表

人生だって
アイデアとデザイン！
もっと柔軟に生きれば
楽になる♪

●主催

一般社団法人日本POPサミット協会
〒343-0806 埼玉県越谷市宮本町2-109
TEL080-1564-5946 FAX048-963-6377
E-mail info@jpopsa.info
https://www.jpopsa.info