

POSCA
ポスカ

「山口茂デザイン事務所」代表
「POPの学校」校長
コトPOP講師 **山口 茂** 先生

POP作りにはポスカが最適！

今回は、POP界の第一人者である山口茂先生のインタビューと、「コトPOP」とは何か?? & ポスカを使ったコトPOPのコツをご紹介します♪簡単で真似したくなるテクニックが満載です！！

PROFILE



「株式会社 山口茂デザイン事務所」代表 「POPの学校」校長

コトPOP講師 **山口 茂** 先生

小学校5年生の時、なぞった習字のあまりの上手さに、先生から「お前は将来看板屋さんになる！！」と未来を予言された。高校1年生の時に友人のお姉さんが書いていたPOPと衝撃の出会い！！「文字」と関わるPOPの仕事をしよと心に決める。1984年に「株式会社山口デザイン事務所」を設立し、「POPの学校」校長として、POP・売り場づくりの指導に取り組んでいる。

モノPOPとコトPOPの違い

モノPOP

クセになる なめらかな書き味
ジェットストリーム4&1

99機能ペン(4倍ボールペン&シャープペン)

低い筆記抵抗で なめらかに書ける

くっきりと濃い描線 優れた速乾性

新機構でインクの直流&逆流を防止

超・低摩擦ジェットストリームインク搭載!

モノPOPとは、商品名、価格、特長、機能などが書かれたスペック中心のPOPのこと。

お客さまにスペックを伝えるだけでは、「買いたい!!」という感情を引き出すことはなかなか難しい。



コトPOP

その書き心地に思わず... **あっ♪**

職場で使うペン どうせなら「毎日使いたくなるペン」持ちたくないですか?

ジェットストリーム4&1

●筆圧をかけなくてもすらすら書ける

●手帳のスケジュール管理!色分けでき便利!

●見た目スマート!高級感もあってカッコイイ!

実は愛用者が多いんです!!そんな私も愛用歴2年です。

ジェットストリーム4&1

コトPOPとは、モノPOPで伝えられる商品の機能・特長が、どのように使われてお客さまのメリットを生むか、ということを書く人の価値観と言葉で訴求するPOP。お客さまはコトPOPを読むと「へえー、そうなんだ!」「うん、そうそう!」「なるほどね!」と商品に興味湧き、自分が飲んだり、食べたり、使っている楽しそうな姿をカンタンに想像することができる、読んで楽しいPOPのこと。

ポイント①



「あっ♪」
という感嘆符が「フキダシの中にあると、お客さまは一気に興味が湧き、「なんだろう?」とそのままタイトルに目が向かいます。

ポイント②

実は愛用者が多いんです!!
そんな私も愛用歴2年です。

モノPOPなら「愛用者が多い」という事実を伝えているだけ。ところが「そんな私も愛用歴2年です」と書くと、とたんに体験者の感想になるため、商品に対する説得力と安心感がアップします。

Q. 手書きPOPの良さとは?

何といっても手書きはパソコンPOPと違いヒトの温もりを読む人に感じさせることができます。
パソコンPOPの誰が作っても同じ文字より、文字の大きさにバラツキがあったり、文字にクセがあることで、書いた人の個性が前面に押し出され、お客さまはより親近感を感じます。

Q. ポスカの良さとは?

コトPOPを書く時に、道具はとても大切なパートナーです。
数あるペンの中から自分にとって書きやすいペンを探し出さなくてはなりません。
太さのバリエーションが多く、色数も多彩、発色もバツグンのPOSCAは、
コトPOPのビギナーからプロの方までオススメしたい1本です。
そしてどこでも手に入りやすいというのも魅力ですね!

私はお客さまの読みやすさを考えて、コピーを書く時には中字(PC-5M)の黒、青、赤という濃い色を必ず使います。
文字数が多いコピーは黒。特に目立たせたい言葉は赤や青で強調します。
また太字(PC-8K)はPOPパターンという「飾り罫線」や「枠」、ラインなどに使います。
黄緑、黄、桃、水色といった淡い色は文字を引き立たせてくれます。
ペンの選択も、お客さまが見やすいか・読みやすいかを第一に考えることが大切です。

先生愛用のポスカ



PC-5M (中字)



PC-8K (極太)

Q. コトPOPのコツを教えてください!

余白を取る

紙面いっぱいに文字を書いてしまうと
お客さまがコトPOPを読もうと思っても
目線の入り込むスキマが無い
つまり読みにくくなってしまいます。
文字を書くスペースの周囲には必ず余白を取って
お客さまの読みやすさを優先しましょう。

色

コトPOPの色数は決められたものではありません。
商品のイメージや季節のイメージにマッチした色を選びます。
ただし読ませたいコピーには黒など濃い色を使ってください。
多くのコトPOPで黒が使われているのは
「文字が読みやすい」からです。
新聞・雑誌も黒の文字を使っていますよね。



POPパターン

お客さまからの注目度を上げるため
文字を読みやすくするため
囲みやラインといったPOPパターンを利用しましょう。
これには文字をジャマしないような薄い色を使います。
特に囲み罫線は、文字を入れる前に書いておくことが
キレイに仕上げるコツです。

メリハリを作る

コトPOPを書く時は文字の大小や太い細いで
メリハリを作ります。
そのためにはお客さまに伝えたいことを順番に並べ
一番強く伝えたいコトを一番大きく太く書きます。
コトPOPにメリハリがあると、注目度がアップします。

Q. ポスカを使って”コトPOP”を書く人にメッセージをお願いします。



お客様の心をギュッと掴まえるコトPOPを書くためには、
まずポスカの特長をしっかりと把握し使いこなすことが大切です。

とにかく何枚も書いてみましょう！！

そして、お客様の知りたいことや聞きたいことに答えるコピーを書く！

そのためにはお客さまとの会話をたくさんしてください。

ヒントが隠されていますよ！！



山口デザイン事務所紹介



株式会社山口茂デザイン事務所

1984年設立。代表の山口茂が全国を駆け巡り、お客さま心理に基づいたコトPOPセミナーや、売れる売り場づくり研修を行っている。

企業向けの他、気軽に個人でも参加できるコトPOP勉強会も開催。

コトPOP勉強会での指導風景

