

三省堂書店 **POP**づくりの極意!

いざつくろうと思っても、「アイデアが浮かばない!」というのは、よくあること。そこで、これまでに5000枚以上のPOPを制作してきたという内田剛さんに、3つの極意と5つのコツを教えてください。

内田剛さんプロフィール

株式会社三省堂書店社員。
本屋大賞創設メンバーの1人。
制作したPOPからいくつものベストセラーが生まれ、「POP王」の異名をとる。著書に『POP王の本!』(新風舎)がある。



極意! 1 POPは下手なほうがいい!!

Q1 どうしてPOPをつくるの?

A1 本の前で立ち止まってもらうため!

コツ①

インパクト重視!

POPは、その本に対するキミの思い入れや熱意が伝わればOKです! できればのうまい、下手を気にする必要はありません。むしろ、ちょっと下手な、素人っぽいPOPのほうが、人目を引くこともよくあります。

表紙の近くに置かれるので、表紙とは違う色あいのほうが目立ちます。



Q2 何をかいたらいいの?

A2 アピールポイントを明確に!

コツ②

シンプルでOK!

お客さんがPOPを見るのは一瞬です。そこで、見る人に何を伝えたいのか、アピールポイントを決めて、目立たせましょう。キャッチコピーだけ、イラストだけといった、シンプルなPOPだってOKなんです。

説明文が長かったり、要素が多すぎたりすると、目には止まりません。



Q3 どうやってかいたらいいの?

A3 画材や素材にルールはなし!

コツ③

使えるものは何でも使う!

POP用の紙もありますが、色画用紙をハガキ大に切って使うのもいいですね。サインペンや色鉛筆などは、好きなものを使いましょう。新聞や雑誌の記事や広告、チラシなどを切り貼りしてもOKです。

わざと小さくしたり、本の形にしたりしても、目立たせることができます。



極意! 2 その本のよさを伝えよう!! 極意! 3 POPづくりを楽しもう!!

Q4 キャッチコピーが浮かばないときは?

A4 自分の思いが表現できていればOK!

コツ④

本との「出あい」から楽しもう!

本を読むときは、気になる場面やセリフ、イラストなどに、付せんを貼っておくと、あとでキャッチコピーを考えるのに役立ちます。また、その本を知ったきっかけや、表紙を見たとき、本を手にしたときに感じたことなどをキャッチコピーにしてもおもしろいですね。本との出あいや、本を選ぶことも、本を楽しむことの一部です。

「泣ける」「役立つ」など、本の効能も、キャッチコピーによく使われます。



Q5 アイデアがわいてこないときは?

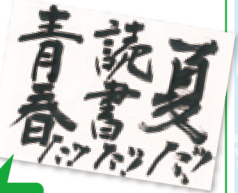
A5 他人と一っしょに考えよう!

コツ⑤

友だちを巻き込もう!

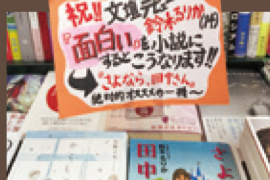
POPは1人でつくらないといけない、というわけではありません。本が好きな友だちはもちろん、絵や習字が上手な友だち、折り紙や切り紙が得意な友だちはいませんか? アイデアがわいてこないときは、友だちに相談したり、一っしょに考えたりしてみましょう。POPづくりの楽しさが、くっと広がります。

習字の上手な友だちに頼んだら、より印象の深いPOPができました。



本物のPOPを見てみよう!

キャッチコピーが浮かばないときは、街の書店に行ってみましょう。POPを使わない書店もありますが、書店員さんがかいたPOPや、出版社がつくったポスター、チラシのほか、本の表紙や帯をたくさん見ることも、参考になります。



三省堂書店神保町本店

POP王のナイショ話

じつは、僕はそれほど本が好きではありませんでした。本をたくさん読むようになったのは、書店に勤めるようになってからです。でも、だからこそ、本の魅力はもちろん、本と出あう楽しさや、本を選ぶおもしろさを、たくさんの人と共有したいと思って、POPをかき続けています。POPは、つくり手が楽しまない、本のおもしろさは伝わりません。みなさんが、POPづくりの仲間になってくれること、おもしろい本をたくさん紹介してくれることを、期待しています。

