

第一号議案

2025 年度・事業報告

自 2025年4月 1日

至 2026年3月 31日



公益社団法人

日本マーケティング協会

目次

概況.....	- 2 -
I. 本部活動状況	- 3 -
1. マーケティングに関する調査及び研究【定款第 4 条第 2 項】	- 3 -
2. マーケティングに関する研修会及びセミナー等の実施【定款第 4 条第 1 項】	- 3 -
① 人材育成・教育プログラム.....	- 3 -
② セミナープログラム.....	- 6 -
3. マーケティングに関する情報の収集及び提供【定款第 4 条第 4 項】	- 6 -
4. マーケティングに関する内外関係機関との交流及び協力【定款第 4 条第 5 項】	- 7 -
5. PR 活動や会員サービス事業.....	- 8 -
6. マーケティング検定に関する運営【定款第 4 条第 7 項】	- 13 -
II. 2025 年度新入会員社.....	- 14 -
III. 関西支部事業報告	- 15 -
1. 人材育成・教育【定款第 4 条第 1 項】	- 15 -
2. セミナー【定款第 4 条第 1 項】	- 17 -
3. 情報発信【定款第 4 条第 4 項】	- 18 -
4. 第 17 回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第 4 条第 3 項】	- 18 -
5. PR 活動や会員サービス事業.....	- 19 -
IV. 九州支部事業報告	- 20 -
1. 人材育成・教育【定款第 4 条第 1 項】	- 20 -
2. セミナー・講演会【定款第 4 条第 1 項】	- 20 -
3. 情報発信【定款第 4 条第 4 項】	- 20 -
4. 第 17 回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第 4 条第 3 項】	- 21 -
V. 北海道支部事業報告	- 23 -
1. 人材育成・教育【定款第 4 条第 1 項】	- 23 -
2. 講座【定款第 4 条第 1 項】	- 23 -
3. セミナー【定款第 4 条第 1 項】	- 23 -
4. 第 17 回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第 4 条第 3 項】	- 24 -
ガバナンスに関する事項.....	- 26 -

概況

<入退会>

2025 年に新たに入会した企業は 15 社、退会が確定したき会社は 18 社であった。約 5 社が 4 月 8 日現在で退会意向が確定していないため、最終的には前年対比-3 社〜-8 社の範囲で着地する事になる。主な入会社はイオンリテール、岩谷産業、NHK アート、レオパレス 21、クレオ等、入会 2〜3 年後の退会社が多く、退会の理由としては期待していた程に人脈生成が出来なかったと言うものが多い。

<業績>

2025 年度の業績は 4/9 日現在の概算で約 750 万円程度の赤字なる見込みである。経費に関しては昨年度から約 100 万円削減できた。収益に関しは会員社の減少による減収は約 100 万の程度であったが、セミナー&勉強会の減収が約 800 万円となり、この金額ほぼ同額の減益となってしまった。

<各種教育研修>

主要な教育研修である東京ベーシックコースは 202 名から 7 名増えて 209 名、マスターコースは 32 名から 4 名増えて 36 名（25 年度に限り女性枠を試験的に開放して参加者は 50 名）と順調に推移した。大阪のベーシックコースは 7 名減の 52 名、マスターコースは 1 名減の 15 名と振るわなかった。カリキュラムの再考が必要な時期に来ていると思われる。東京のエグゼクティブコースも参加者が昨年同様の 9 名に留まった為に 2026 年度は大幅な改定を予定している。

<セミナー・研究会>

JMA の主要活動であったセミナー事業の衰退が大きな課題となっている。コロナ禍以降に無料のオンラインセミナーが数多く配信されており、ここ 2〜3 年では Peatix 等の無料セミナー専用のポータルサイトも登場している。更には AI に代理聴講させて要約されたものを視聴または閲覧する用なスタイルも可能となっている。教室を保有している点を活用して参加者が直に会って議論し懇親する事が出来る新たなセミナースタイを模索して行く予定である。

<マーケティング検定>

受験者数は 3 級が 7%UP の 4452 名、2 級が 18%UP の 1970 名、1 級が 6%UP の 73 名であった。合格率に関しては昨年とほぼ同じで 3 級 68%、2 級 36%、1 級 19%である。マーケティング検定は 2017 年に開始して以来累計での受験者が 3 万人を突破した。検定テキスト、E ラーニングも順調に部数、視聴者数を伸ばしている。

<マーケティング大賞>

17 回日本マーケティング大賞では、アサヒビールの「未来のレモンサワー」が大賞に選出された。本賞は、社会課題解決や SDGs の視点を重視し、生活向上と経済活性化に貢献した活動を顕彰するものである。準グランプリにはマイナビのプロジェクトが選ばれたほか、花王や麒麟など 6 件が奨励賞を、各支部から 3 件が地域賞を受賞した。2025 年 6 月の総会で報告が行われ、9 月のオンライン報告会では受賞企業による講演も実施された。

<国際活動>

5 月に中国西安に行われたアジアマーケティング連盟の理事会に高石専務理事と河野事務局が参加。アジアマーケティングアワードの審査委員を務めた。11 月にスリランカで開催されたアジアマーケティングフォーラムでは、高石専務理事が、約 1000 名の聴衆を前にトヨタの KAIZEN についての講義を行った。

I. 本部活動状況

1. マーケティングに関する調査及び研究【定款第4条第2項】

◆ マーケティングにおけるAI・デジタル活用に関する調査

- ・日本マーケティング協会では、日本の上場企業を対象に「マーケティングにおけるAI・デジタル活用に関する調査」を実施し、2025年11月にレポートとして公開した。
- ・本調査は、多様化するマーケティング業務において、企業がAIやデジタル技術をどの程度活用しているかを包括的に把握し、今後のマーケティング活動の方向性を検討するための基礎資料となるものである。
- ・調査結果では、生成AIを含むデジタル技術の活用が急速に進んでおり、マーケティング業務におけるAI活用はすでに9割近くの企業で導入されている一方、業務自動化など高度な活用は限定的であることが明らかになった。
- ・2025年度は、AI活用の実態把握に加え、外部調査やデータ分析のヒアリングを行い、企業のデジタル活用の現状と課題を整理した。

2. マーケティングに関する研修会及びセミナー等の実施【定款第4条第1項】

① 人材育成・教育プログラム

◆ マーケティング・ベーシックコース

- ・指導講師
顧問 恩蔵 直人氏 早稲田大学 商学大学院教授
三浦 俊彦氏 中央大学 商学部教授
委員長 久保 知一氏 中央大学 商学部 教授・委員長
コーディネーター 芳賀 康浩氏 青山学院大学 経営学部教授
田嶋 規雄氏 拓殖大学 商学部教授
指導講師 松下 光司氏 学習院大学 経済学部教授
坂下 玄哲氏 慶應義塾大学 経営管理研究科教授
結城 祥氏 神戸大学 経営学研究科准教授
石田 大典氏 同志社大学 商学部准教授
横山 斉理氏 同志社大学 商学部教授
竹内 亮介氏 明治大学 商学部専任講師
須永 努氏 早稲田大学 商学大学院教授
- ・実施期間
夏期水曜コース 6月4日(水)～7月24日(木) 8回 57名
木曜コース 6月5日(木)～7月24日(木) 8回 41名
秋期木曜コース 10月9日(木)～11月27日(木) 8回 62名
金曜コース 10月10日(金)～11月27日(木) 8回 49名
- ・会場 公益社団法人日本マーケティング協会 9階アカデミーホール
オンラインのハイブリッド開催

◆ マーケティング・マスターコース

- ・25年7月には第31期の修了生32名が修了した。
- ・マスターコースの修了要件のひとつである論文執筆について、第17期マーケティング・マスターコースより、日本のマーケティングの発展に多大な功労を頂いた、鳥井道夫氏の功績を長く顕彰すべく、鳥井道夫賞(サントリーホールディングス(株)協力)を創設し、表彰している。受講者の論文執筆に対するモチベーション向上に寄与している。

最優秀論文 1点

なぜ東京オリンピックのキャラクターは性別がなかったのか?～令和におけるジェンダーの描き方とは～

(株)電通 長谷川まどか氏

優秀論文 4点

M&A後の企業文化融合を導く「文化融合インフルエンス・モデル」の実証研究

～ブランド体験・心理的影響力理論・システム思考による“深層融合”の新アプローチ～

日清紡マイクロデバイス(株) 高橋 恵輔氏
日本の BtoB 製造業はどう生き残るべきか?～「VRIO×SDL」再定義が導く、共創時代における
競争優位の新たな条件～

パナソニック コネクト(株) 藤永 巖広氏
「没入指数」で TikTok コンテンツを評価するファンマーケティング視点での、Z 世代 メディア
TikTok コンテンツの評価指標開発

ライオン(株) 兼松 大樹氏
「没入指数」で TikTok コンテンツを評価するファンマーケティング視点での、Z 世代 メディア
TikTok コンテンツの評価指標開発

ビービーメディア(株) 大伴 峻也氏

【第 32 期マーケティング・マスターコースについて】

- ・ 2025 年度より、事業におけるマーケティング活動の中心を担う人材 (CMO 候補) の育成を目的とした、中堅・リーダー層向けの長期研修コースとして再構築した。
- ・ 多様な業種のマーケティング実務者を講師に迎え、マーケティングの実行に必要な理論・知見を体系的に習得できるプログラムを提供している。
- ・ 最新のマーケティング事例を多数取り入れ、実務に直結する内容へとアップデートを図った。
- ・ 企業の次世代を担う人材育成の機会として、会場受講とオンライン受講を組み合わせたハイブリッド形式で実施している。
- ・ 実施時期 2025 年 9 月 3 日 (水)～2026 年 7 月 30 日 (水)修了予定
- ・ 参加者 50 名 (25 年 9 月開講時)
- ・ 会場 公益社団法人日本マーケティング協会・オンラインのハイブリッド開催

マイスター

2026 年 2 月時点 (社名 50 音順)

【マイスター代表】

小泉 篤氏 (株)花王

【マイスター】

- ・ 経営戦略とマーケティング
並木 将仁氏 A.T. カーニー(株) シニア アドバイザー
- ・ イノベーションとマーケティング
福德 俊弘氏 (株)エイチ・アイ・エス 常勤顧問
鬼木 美和氏 (株)大広 取締役執行役員
深田 欧介氏 (株)電通 執行役員
- ・ マーケティングとリーガル・コンプライアンス
根岸 申明氏 キッコーマン(株) 執行役員 監査部長
星 知矩氏 (株)電通コーポレートワン 法務・コンプライアンスオフィス法務部 ディレクター
- ・ リーダーシップ・プロジェクトマネジメント
井上亮太郎氏 慶應義塾大学大学院/(株)パーソル総合研究所 特任講師/上席主任研究員
福島 常浩氏 (株)AEOS 取締役
- ・ 企業と社会のマーケティング
加治 慶光氏 (株)シナモン AI 取締役会長 兼 チーフ・サステナビリティ・デベロップメント・オフィサー/(株)日立製作所 Lumada Innovation Hub Senior Principal/鎌倉市スマートシティ推進参与
戒田 信賢氏 (株)電通 第 4 マーケティング局未来ソリューションコンサルティング部ストラテジスト
木山 修辞氏 (株)朝日新聞社 メディア事業本部マーケティング部部長
- ・ グローバル・マーケティング・マネジメント
小泉 篤氏 花王(株) 特命フェロー・グローバルコンシューマーケア部門
大泉 裕樹氏 BranDev(株) 代表取締役
古川 裕康氏 明治大学 経営学部 教授
- ・ サステナビリティとマーケティング
朝岡 崇史氏 (株)ディライトデザイン 代表取締役/法政大学大学院 客員教授
金澤 基史氏 イオンリテール(株) 経営企画本部長
- ・ デジタル・AI・マーケティング
森川 東勲氏 TOPPAN(株) ビジネストランスフォーメーションセンター エンゲージメントサービス本部 マーケティングアナリティクス部部長
中村 信氏 (株)博報堂 DY ホールディングス 執行役員
道上 禄可氏 (株)NTT ドコモ マーケティング戦略部サービスマーケティング室
関口 昭如氏 パナソニック コネクト(株) デジタルカスタマーエクスペリエンス・エクゼクティブ (兼)ディレクター

- ・ CX/CRM マーケティング
中川 香織氏 日産自動車(株) Japan ASEAN デジタルトランスフォーメーション部 主管
- ・ B2B マーケティング
山口 修氏 NTT ドコモビジネス(株) リュウシヨウ&マーケティング 本部パートナービジネス部パートナーセールス部門長
伊藤 宏隆氏 BtoB マーケティング研究所 代表
- ・ デザイン・シンキング
原 節子氏 the team(株) 代表取締役
- ・ ブランドマネジメント
土屋 亮氏 (株)博報堂コンサルティング 代表取締役社長 CEO
- ・ コミュニケーション&エクスペリエンスデザイン
黒澤 高次氏 (株)博報堂 クリエイティブ局シニアエグゼクティブ 兼局長兼第二エグゼクティブルーム長
磯島 拓矢氏 (株)電通 zero クリエイティブディレクター/コピーライター
作田 賢一氏 (株)電通 BX クリエイティブ・センター プランニング・ディレクター
和田 龍夫氏 サントリーホールディングス(株) コミュニケーションデザイン本部 チーフ・クリエイティブ・オフィサー
- ・ マーケティングとリサーチ
長崎 貴裕氏 (株)イメージ 常務取締役 CISO
大倉 新也氏 (株)東急エージェンシー ソリューション推進本部 執行役員 本部長
- ・ 生活者インサイト
伊賀 聡氏 (株)アキラカ 代表取締役
内門 将彦氏 森永乳業クリニコ(株) 執行役員 クリニカルマーケティング部 副部長
- ・ コンセプトメイク・製品開発
加藤 昌治氏 (株)博報堂 研究デザインセンター/UNIVERSITY of CREATIVITY 参与
大森 剛介氏 (株)マンダム 執行役員 ブランドマーケティング部 部長
加藤 拓巳氏 明治大学 商学部 准教授
佐藤 実氏 森永製菓(株) 執行役員 マーケティング本部 健康マーケティング部長
多田 誠司氏 サントリー食品インターナショナル(株) ブランドマーケティング本部部長
- ・ 流通戦略
本田 裕之氏 三菱食品(株) 戦略研究所所長
- ・ 修了論文
中野 香織氏 駒澤大学 経営学部市場戦略学科 教授
田中 大貴氏 (株)Paidy CHRAO
- ・ 実践的事業創造演習
近藤 精一氏 (株)NTTPC コミュニケーションズ 経営企画部長
向井 英伸氏 みずほビジネスパートナー(株)

コース構成：計 35 日、1 日 4 コマ、1 コマ 90 分 毎週水曜日開講

【MARKETING MASTER ALUMNI (マスターコース同窓会)について】

- ・ マーケティング・マスターコースは、1994 年の開講以来、32 年にわたり東西で約 1,730 名のマーケティング・プロフェッショナルを育成・輩出してきた。
- ・ 近年、マーケティングを取り巻く環境は急激に変化しており、それに対応するため日本マーケティング協会は 2024 年 1 月に、30 年ぶりとなるマーケティングの定義を改訂。
- ・ また、第 32 期からのカリキュラム改編に伴い、受講生や修了生が交流し、視野を広げ、学び続ける場を提供することを目的として「マーケティング・マスターコース アルumni」を発足した。
- ・ 修了生・マーケティング・マイスター・特別ゲストによる講演会、懇親会、企業見学会など、不定期に企画。

◆ マーケティング・エグゼクティブコース

- ・ マーケティングワークショップでは、ビジネスゲームを実施して、好評であった。
 - ・ 若手起業家を講師に招き、イノベーションマインドを学んだ
 - ・ リアル開催で、講師と参加者のコミュニケーションが取れて、好評であった
- 委員長 黒岩健一郎氏 青山学院大学大学院 国際マネジメント研究科教授
講師 内田 和成氏 早稲田大学 名誉教授
岡田 正大氏 慶應ビジネススクール教授
山田 英夫氏 早稲田大学 ビジネススクール教授
栗木 契氏 神戸大学大学院 経営学研究科教授

木村美代子氏 (株)キングジム 代表取締役社長
 瀬田 信吾氏 (株)ウィル・シード 代表取締役社長
 関口 昭如氏 パナソニックコネク(株) デジタルカスタマーエクスペリエンス統括部長
 加治 慶光氏 (株)シナモン AI 会長兼チーフ・サステナブル・デベロップメント・オフィサー(CSDO) / 鎌倉市スマートシティ
 推進参与/日立製作所 Lumada Innovation Hub シニア・プリンシパル

- ・ 実施期間 2025 年 8 月 4 日(月)～8 月 7 日(木)
- ・ 参加者 9 名
- ・ 会場 軽井沢プリンスホテル ウェスト

② セミナープログラム

開催日	テーマ	参加者
5 月 27 日(火)	JMA インサイトスクール 27 回 技術と生活者インサイトの交差点を見出せ ～資生堂の研究開発拠点が描く、インサイト活用の未来～	28 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
5 月 30 日(金)	情報メディア白書 2025 セミナー 電通メディアイノベーションラボ メディアの大変革期、未来を形作る新たなコミュニケーションの地平	38 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
6 月 3 日(火)	ミラノデザインウィーク 2025 ～これからのブランド体験とライフスタイルデザイン	74 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
7 月 23 日(水)	AI とマーケッターの不都合な(?)関係性	22 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
9 月 26 日(金)	カンヌライオンズ 2025 レポート	166 名
会場：オンライン開催		
10 月 2 日(木)	自律一体型マーケティング組織への変革と 現場の知恵と想いを引き出す 「戦略創発会議	41 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
10 月 28 日 (火)	顧客の行動を変えるストーリー設計 ～データ活用による新しい関係構築とは～	50 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
11 月 4 日(火)	ところで、マーケティングってなに？	28 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール		
12 月 2 日(火)	ブランドの森 2026 自由回答データと生成 AI がブランドの「いま」と「これから」をあぶり出す	16 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
1 月 23 日(金)	最先端テクノロジーの祭典“CES2026”現地取材速報！JMA マーケティング マイスターによる現地取材生レポート！	256 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
3 月 5 日(木)	視聴データの変遷とマーケティングへの活用	47 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		
3 月 31 日(火)	サステナブル・ブランディング講座	4 名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		

3. マーケティングに関する情報の収集及び提供【定款第 4 条第 4 項】

◆ 出版活動、ウェブサイト運営

「マーケティングホライズン」(季刊・情報誌)

- ・編集委員長 ツノダフミコ氏 (株)ウェブプラネット 代表取締役
- ・季刊冊子、WEB 版ホライズンを発行。
- ・本年度の特集テーマについては次のとおり。
WEB 版ホライズン

2025 年 3、4 月 読むこと、書くこと、考えること。

5、6 月 健康のアナ 見過ごされる大問題

7、8 月 コミュニケーションの光と影

9、10 月 学生(若者)と企業の認知距離 メディア、広告の現在地を踏まえた考察

11、12 月 わたしとわたしたちのこれから

2026 年 1 月 年末年始号

1～3 号 あなたにとってマーケティングとは？12 人のマーケティング点描

季刊ホライズン

2025 年春号 時代を映す言葉の行方

夏号 読むこと、書くこと、考えること。

秋号 コミュニケーションの光と影

冬号 年末年始号

ホームページ

<https://horizon.jma-jp.org/>継続して、多くの方々にアクセスをしていただけるよう、定期的にサイトを更新に SEO を高め、さらにアクセス解析を踏まえながらユーザーの利便性向上に努めた。

4. マーケティングに関する内外関係機関との交流及び協力【定款第 4 条第 5 項】

◆ アジア・マーケティング連盟

- ・アジア 17 カ国・地域のマーケティング団体・研究所で構成されるアジア・マーケティング連盟は、定例の総会をスリランカのコロンボで開催した。
- ・AMF 理事会 5 月 15 日 中国（西安）
- ・AMF 年次総会 11 月 14 日 スリランカ（コロンボ）

◆ ワールド・マーケティング・フォーラム

- ・WMF2025 11 月 12 日～15 日 スリランカ（コロンボ）

◆ その他の後援・協賛・協力

後援

開催日	名称	主催団体
4 月 2 日～4 日	第 8 回マーケティング Week 春 2025	RX Japan(株)
6 月 18 日～20 日	第 17 回マーケティング Week 夏 2025	RX Japan(株)
東京ビッグサイト		
4 月 22 日～24 日	第 6 回マーケティング Week 大阪 2025	RX Japan(株)
インテックス大阪		
4 月 9 日～11 日	ファーマ IT&デジタルヘルスエキスポ 2025	インフォーマ マーケッツ ジャパン(株)
東京ビッグサイト 東 4 ホール		
6 月 5 日審査日 9 月 9 日表彰式	2025 日本パッケージングコンテスト後援名義 使用及び協会賞交付	(公社) 日本包装技術協会
東京ガーデンパレス		
10 月 16 日～18 日	ad:tech tokyo 2025	コムエキスポ ジャム・ジャパン(株)
東京ミッドタウン&ザ・リッツ・カールトン		
11 月 6 日	第 36 回シンポジウム「考える人材の育て方」	神戸大学 現代経営学研究所 ／神戸大学大学院経営学研究科
神戸大学大学院経営学研究科 本館 2 階 206 教室		

2月20日・26日	CCAJ コンタクトセンタ・セミナー2026	(一社)日本コールセンター協会
大手町ファーストスクエアカンファレンス・エッサム神田2号館・オンラインのハイブリッド開催		
2月12日審査	第65回2026年 ジャパンパッケージングコンペティション審査会・後援	(一社)日本印刷産業連合会
審査：日本印刷会館 2階会議室 展示：東京サンケイビル ブリックギャラリー		
審査日11月5日 展示会1/26～30	第67回全国カタログ展 審査会	(一社)日本印刷産業連合会
審査日12月10日 展示会1/26～30	第77回全国カレンダー展 審査会・後援	(一社)日本印刷産業連合会 ・(株)産業経済新聞社
審査：共同印刷 TOMOWEL ホール		
12月2日～4日	Advertising Week Asia 2025	Emerald X、Advertising Week Asia 実行委員会
シェラトン都ホテル東京		
3月24日～25日	AI/DX 営業・マーケティング展 2026 Spring	(株)イプロス
東京ビッグサイト 東4ホール		

協賛

開催日	名称	主催団体
9月10日～12日	国際物流総合展 2025	(一社)日本能率協会 (公社)日本ロジスティクスシステム協会
東京ビッグサイト 東展示棟		
9月10日～12日	第24回自動認識総合展	(一社)自動認識システム協会
東京ビッグサイト 西2ホール		
12月11日～12日	第54回日本プロモーション・マーケティング協会展 2024	(一社)日本プロモーション・マーケティング協会
東京都立産業貿易センター		

協力

開催日	名称	主催団体
発表日8月20日	実務者が選ぶマーケティング本大賞 2025	(株)翔泳社
オンラインにて発表		
12月3日	The MEET-UP from BE THE LOVED COMPANY PROJECT ティングを学ぶ総合講座	経済産業省近畿経済産業局中小企業政策調査課、九州経済産業局企画調査課
電通九州 11F ホール		

5. PR 活動や会員サービス事業

◆ 第17回日本マーケティング大賞【定款第4条第3項】

- ・2007年に創設された日本マーケティング大賞は2025年4月21日、実行委員会・選考委員会合同の最終選考会が開かれ、「大賞」「奨励賞」の選定、および各支部で選ばれた「地域賞」の承認が行われた。6月12日のJMA定時総会にて報告。9月29日のオンライン報告会で受賞企業に講演いただいた。
- ・2018年9月より賞のコンセプトを定め、諸規定を整え、募集・選考を行った。委員会組織は以下の通り

【実行委員会】(2024年11月時点)

実行委員長 藤重 貞慶氏 JMA 会長 (ライオン(株) 特別顧問)
 実行副委員長 恩藏 直人氏 JMA 理事長 (早稲田大学 商学大学院教授)
 実行委員 石井 直氏 JMA 副会長 (株)電通 相談役
 古宮 洋二氏 JMA 副会長 (九州旅客鉄道(株) 代表取締役社長執行役員)
 宮口 宏夫氏 JMA 副会長 (北海道新聞社 代表取締役社長)
 鹿毛 輝雅氏 JMA 副会長 (dentsu Japan 執行役員 関西代表)

高石 一朝氏 JMA 専務理事

【選考委員会】

選考委員長 坂本 裕寿氏 (株)読売新聞東京本社 取締役ビジネス局長
選考副委員長 古川 一郎氏 一橋大学名誉教授 武蔵野大学経営学部教授
選考委員 青木 茂樹氏 駒沢大学経営学部市場戦略学科 教授
高橋千枝子氏 武庫川女子大学経営学部教授
神谷 歩氏 味の素(株) 執行役 食品事業本部 副事業本部長コンシューマーズ`事業部長
深田 欧介氏 (株)電通 執行役員
岩崎 拓氏 (株)博報堂 常務執行役員 ブランド`デザイン事業ユニット長【JMA 理事】
廣瀬 涼氏 (株)ニッセイ基礎研究所 生活研究部 研究員
勅使河原史彦氏 (株)毎日新聞社 営業総本部総務
三浦憲一郎氏 TOPPAN(株) 情報コミュニケーション事業本部ビジネス`ロデュースセンター センター長
【JMA 理事】
長江 紀和氏 資生堂ジャパン(株) マーケティングソリューション部部長
梅原 武士氏 サントリー(株) ビール本部 ブランド戦略部長
中澤千代子氏 (株)東横イン 執行役顧客満足推進本部長
竹下 伸哉氏 (株)ADK マーケティング`ソリューションズ` 執行役員マーケティング`インテリジェンス本部長
酒匂 淳一氏 (株)読売新聞東京本社 ビジネス局 総務

【運営事務局】

運営事務局 竹原 聖人 日本マーケティング協会 事務局長
川井 直人 日本マーケティング協会 広報事業局長
平栗 豊 日本マーケティング協会 関西支部 事務局長
和泉 宏 日本マーケティング協会 九州支部 事務局長
小林 聡 日本マーケティング協会 北海道支部 事務局長
高田 綾子 日本マーケティング協会 広報事業局
伊藤 梓沙 日本マーケティング協会 総務部

日本マーケティング大賞の設立趣旨

厳しい経済環境下においても、企業・自治体・団体等の組織における新たなマーケティングやコミュニケーション手法、あるいはビジネスモデルの開発を積極的に促すことで、消費者の生活向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励し、マーケティングの прести`ジを高めることを目的として 2007 年に発表された賞である。第 1 回は 2009 年より実施されている。第 17 回となる本年は、社会問題の解決や SDGs (持続可能な開発目標) においてマーケティングの役割が拡大する中、厳正な審査を経て上記の受賞案件が選出されたものである。

日本マーケティング大賞の応募要件と選考概要

対象活動： a. 新たにマーケティングの概念を取り入れた企業や NPO、自治体等の活動

b. 新しい価値の提案やトレンドを生み出した活動

c. 生活者・社会との共存・共生/社会的課題の解決に貢献した活動

d. 社内外、産・官・学とのコラボレーションを取り入れた活動、または生活者との共創

e. BtoB ビジネスや専門市場におけるマーケティングとして際立った活動

f. グローバル市場で成果のあった活動

g. マーケティングによりブレイクスルーをもたらした活動

h. オリジナルな新しいビジネスモデルの構築

i. 規模が小さくても、キラリと光る活動

j. 地域特性を活かしたマーケティング活動

k. 上記以外でも、今年を象徴するに値する新鮮な戦略提案 (マーケティング提案)

対象範囲： 日本市場における企業・団体・組織の活動、および日本法人の海外市場での活動(自治体、NPO、大学・病院なども含む)

推薦資格： 日本マーケティング協会会員および日本マーケティング学会会員(自薦・他薦を含む)

募集期間：2024年12月2日～2025年1月30日

審査方法：選考委員により、推薦資料を基に追加情報を含めて討議を実施し、選定

結果発表：2025年6月12日(木) ※JMA 総会にて表彰式・懇親パーティを実施 JMA ホームページで発表、プレスリリース

エントリー費用：無料

主催：公益社団法人 日本マーケティング協会

協力：日本マーケティング学会

- 日本マーケティング大賞

総合的に周到なマーケティング計画のもと、市場へのインパクト、独自性、ブランド定着性など、目覚ましい成果を上げたプロジェクトを選考委員会で選定。

世界初・本物のレモンスライス入りチューハイ「未来のレモンサワー」の挑戦：

アサヒビール(株)

アサヒビールは、2024年6月、独自のフルオープン缶を使用した世界初のレモンスライス入りチューハイ「未来のレモンサワー」を発売。この商品は、開栓すると缶の底からレモンが浮かび上がる特徴を持ち、視覚的に楽しむことができ、レモンをかじって食感を楽しむこともできる。味覚や嗅覚だけでなく五感をフルに使うことで楽しめる新しい価値を持ったRTD（Ready to Drink）である。従来のRTDは、果汁量や酸味、甘みなどの原材料組成に基づく物性特性の差別化が商品選択のポイントであったが、「未来のレモンサワー」は「世界初の本物レモンスライス入り」により、自然で個性豊かな味わいを提供し、物性価値から体験価値へと昇華した。

同社は、「未来のレモンサワー」を量産化を実現するために、原材料調達や品質保証、装入設備開発において多くのイノベーションを実現した。製造に制約がある中でエリア限定販売方式を採用し、お客さまの購入意欲の高まりにつながった。結果として、通常のRTDの2倍程度の価格にもかかわらず、売り切れる店舗が続出した。

- 日本マーケティング大賞 準グランプリ

グランプリに準じる成果を上げたプロジェクトを選考委員会で選定。

座ってイイッス PROJECT：(株)マイナビ

マイナビは、アルバイトの“立ちっぱなし問題”を解決するために「マイナビバイトチェア」を開発した。このチェアは、業務中でも「立ったり座ったりしやすい」、自由に動かしてスペースを取らない「軽くてコンパクト」、そしてお客さんからも好印象となるよう「姿勢よく座れる」デザイン性を重視している。

日本ではレジの立ち仕事が当たり前となっているが、海外では座っているのが一般的であり、韓国ではレジにイスを置くことが行政指導されている。マイナビはこの暗黙の慣習に着目し、働く人へ寛容な社会を生み出すためにこのチェアを開発した。

同社の調査によると、座っての接客が許されているアルバイトはわずか23%であり、立ちっぱなしで働くことで「集中力が落ちミスが起きた」「笑顔で接客できない」などの支障が多く発生していた。一方、雇用主の73%が座って接客しても「いいと思っている」と回答し、お客さん視点でも約8割が「気にならない」と答えていた。

マイナビは「座って働いても良い」という社会合意形成を生み出す情報設計を行った。働き手・雇用主双方のメリットを最大化する求人マーケティングを推進した。導入企業は200社を超え、プロジェクト立ち上げから半年で1200脚以上のイスが導入された。

- 日本マーケティング大賞 奨励賞

独自性や先行性、社会課題解決性、新しいマーケティングの芽など、規模は小さいながらもキラリと光るマーケティング・プロジェクトを選考委員会で選定。

「職場のロリエ」「学校のロリエ」：花王(株)

花王は、2022年にロリエのリブランディングを行い、『生理をもっと過ごしやすく』というパーパスを設定。さらに、日本初のナプキン備品化プロジェクト「職場のロリエ」を開始した。このプロジェクトは、働く女性の「職場で急に生理がきた」という困りごとを解決するために、トイレッ

トペーパーのように生理用ナプキンを当たり前に備品化することを目指した。

女性比率が低く課題の多いゼネコン・物流業界はじめ多種多様な企業への広がりが実現。賛同企業は400社に拡大している(2025年4月末時点)。さらに、学校や自治体とも協業して「学校のロリエ」も展開。健やかな学校生活のサポートを目指し、活動を更に広げていく。

これらの活動も寄与し、ロリエブランドへの好意度も2022年から2024年で10%伸長している。2024年には社内アンバサダーの活動も開始。花王グループの有志社員約590人が、取引先や知人、家族などに「職場のロリエ」の活動を拡散し、その輪を広げている。

エレキソルト スプーン：キリンホールディングス(株)

キリンホールディングスは、電気の力で減塩食品の塩味やうま味を増強する※食器型デバイス「エレキソルト スプーン」を開発・発売した。このデバイスは、食塩の過剰摂取という社会課題に対して、食器を変えるだけで減塩食をよりおいしく楽しめる新しいアプローチを提供した。

「エレキソルト スプーン」は、明治大学(学長 上野正雄)総合数理学部先端メディアサイエンス学科の宮下芳明研究室との共同研究によって5年をかけて開発・実用化した。4段階の強度レベルを選択でき、一人ひとりの好みに合わせて塩味やうま味を楽しむことができる。

おいしく減塩が継続できるオリジナルレシピの開発や、企業や自治体などと連携した減塩サポートなどの取り組みも進行中。「おいしさと健康を両立できるサステナブルな社会づくり」に向けて挑戦し続けている。

※第3回神経刺激インターフェイス研究会(2023年3月)「減塩食品の塩味を強める電気味覚波形がうま味に与える影響」体感には個人差があります。また、料理によっても感じ方が異なる場合があります。

「彩る美容液」という新提案。資生堂「ファンデ美容液」：資生堂ジャパン(株)

資生堂ジャパン株式会社は、ファンデーションでスキンケアを実現する新カテゴリー「ファンデ美容液」を新たに提案した。コロナ禍を経てスキンケア志向が高まり、ファンデーションを日常的に使わない「ノーファンデ派・レスファンデ派」が増加。同社はこの市場の変化に着目した。ファンデーションに美容液成分を加える従来の「美容液ファンデ」とは逆転の発想で、美容液の中にファンデーション成分を閉じ込める同社独自の「セラムファースト技術」を搭載した「SHISEIDO エッセンス スキングロウ ファンデーション」と「マキアージュ ドラマティックエッセンスリキッド」の2品を、生活者の口コミから着想を得て「ファンデ美容液」と名付け、「彩る美容液、という奇跡。美容液がずっと肌に触れる」というコンセプトのもと、2024年4月からマーケティング活動を展開した。

既に好評だった2品だが、“つけるたび素肌そのものを美しくする”という化粧体験の提供が奏功して過去に類を見ない爆発的ヒットとなり、2024年売上高は前年比40%超※で大きく伸長した。

※資生堂調べ 売上金額 マキアージュ：2024年1-12月と前年同期間、SHISEIDO：2024年9-12月と前年同期間との比較

「グラングリーン大阪」プロジェクト：グラングリーン大阪開発事業者 JV9 社

グラングリーン大阪開発事業者 JV9 社は、「うめきた2期地区」にて、「みどり」とイノベーションの融合」をまちづくりの目標に、世界でも例を見ない「まち」づくりを推進している。

同プロジェクトの特徴としては、あえて超一等地に、約4.5haもの「公園」を中心に据え、イノベーション施設、商業施設、オフィス、ホテルなどを一体的にデザイン・整備したこと。その結果、多様な方々を受け入れ、出会いが促進され、そこにイノベーション機能が融合することで「持続的にみんなと社会をよくしていく」具体的な活動が生まれることを狙っている。

開業半年で1000万人を超える来場者数を記録し、オフィステナントの入居や住宅の売れ行きも好調。公園が「まち」の価値向上に大きく寄与することを実証した。

ツインバード リブランディングプロジェクト：(株)ツインバード

ツインバードは、世界的なものづくりの町・新潟県燕三条地域の強みを活かし“日本の匠の技”を起点にリブランディングを実施。海外メーカー家電の台頭により伝わりづらくなっていた自社の魅力を再構築した。外部のパン職人やバリスタなど、その道を極めた匠たちと共創し、匠の技術・暗黙知を家電の力で具現化する『匠プレミアム』と、生活者の“不”を最もシンプルな形で解消す

る『感動シンプル』の2ブランドラインを新たに立ち上げ、日の丸を取り入れたロゴを用いて一貫したビジュアルを構築することで、ブランドイメージの明確化を実現した。特に匠プレミアム商品は売上が好調に推移し、また自社ブランドオンラインストアは3年連続で前年比150%以上成長。さらに新潟県企業として、県内の自治体と連携し、家電製品を通じた子ども食堂の支援を継続的に実施。地域の社会課題解決に貢献している。

● 日本マーケティング大賞 地域賞

優れたマーケティング・プロジェクトであることに加えて、経営資源が地域にあること、地域活性化に資すること、地域の特徴を活かした事業であることが条件。日本マーケティング協会の関西、九州、北海道支部でそれぞれ選考し、実行委員会・選考委員会が承認する。

関西地区 バルチカ 03

: JR 西日本 SC 開発(株) / JR 西日本大阪開発(株)

九州地区 日本の放置竹林を、資産に変える。ご当地クラフトメンマ『延岡メンマ』

: LOCAL BAMBOO (株)

北海道地区 ミルクランド北海道「牛乳飲みてえ!総選挙」と「牛乳が飲みたくなるあんぱん」

: ホクレン農業協同組合連合会

詳細は各支部報告ページに記載

第17回 日本マーケティング大賞オンライン報告会

開催日	テーマ	参加者
9月29日(月)	第17回日本マーケティング大賞 報告セミナー	72名
会場：オンライン開催		

◆ JMA メンバーズプログラム【定款第4条第6項】

- ・ JMA セミナー コンサル&サポートは、会員企業主催のセミナーを JMA が共催する。講演主催企業の調査研究、事業案内、新規サービス等を紹介する。
- ・ JMA メンバーズセミナーでは、会員社向け無料セミナーを6回開催。ビギナーズ向けの『超入門講座』は回を増すごとに参加者も増加しており、実施回数を増加。入門セミナーの需要の高さが伺えた。
- ・ 企業見学会は未実施。

JMA セミナー コンサル&サポート

開催日	テーマ	参加者
4月22日(火)	2025年度の消費と金融のトレンド予測 ～3,000人の生活社アンケートデータから探る～	223名
5月13日(火)	10億枚のレシートデータから紐解く！ ヘルスケア市場で勝つマーケティング戦略	135名
10月28日(火)	食品・日用品のマーケティング手法決定版！	171名
2月24日(火)	MarketingPulse2026 日本講演 LIONのアジア展開・習慣マーケティング	88名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催		

JMA メンバーズセミナー

開催日	テーマ	参加者
5月15日(木)	『プロ直伝！成功するマーケティングの基本と実践』から読み解くマ	299名
11月25日(火)	ーケティング超入門講座	196名
会場：オンライン開催		

◆ JMA サロン

- ・ 「JMA サロン」は会員企業のトップマネジメントクラスの方のための伝統あるコミュニティ。1982年以来44年にわたり各界の話題性のある方々をスピーカーにご登壇いただいた。少人数なら

ではこの場でしか聴くことのできない講和をお楽しみいただくほか、参加者同士の交流の場としても活用されている。

- ・ 委員長 伊藤 健二氏 TBS テレビ 営業局長
委員 田中 恵氏 (株)集英社 顧問
岩崎 拓氏 (株)博報堂 常務執行役員
長岡 杏子氏 TBS テレビ 営業局部長
- ・ 各回のテーマと講師は下記のとおりである。

開催日	テーマ	参加者
5月20日(火)	第238回あなたのお金は誰のため～お金と生き方に新たな視点を～ 社会的金融教育家 田内 学氏	24名
8月1日(金)	第239回世界に挑戦する日本陸上競技 スポーツジャーナリスト／大阪芸術大学教授 増田 明美氏	22名
11月10日(月)	第240回世代を超えた居場所「こども食堂」 全国こども食堂支援センター・むすびえ 公共政策アドバイザー 湯浅 誠氏	22名
2月10日(火)	第241回アメリカを動かしている反知性主義 東京女子大学学長 森本あんり氏	21名
会場：ホテルオークラ		

6. マーケティング検定に関する運営【定款第4条第7項】

◆ マーケティング検定 1級・2級・3級

- ・ 2017年9月内閣府の認定を受け、同年10月より3級を開始。2020年7月1日より2級を開始。2022年9月25日より1級を開始。
- ・ CBT(Computer Based Testing)試験を採用し、全国の誰もがどこでも受験できるシステムを構築。
- ・ マーケティング検定の問題作成委員会は、早稲田大学 恩蔵直人教授などで構成。
- ・ 大手企業を中心に幅広い業界から、新入社員研修や社内研修の一環として採用されている。
- ・ 受験者数： 3級 4,342名
2級 2,109名
1級 73名

◆ マーケティング検定 公式問題集&解説

マーケティング検定の開始と共に、公式問題集を発刊。amazon、楽天ブックスなどのネット販売、各ストアでの電子書籍に加え、2022年から日本マーケティング出版として発行し、全国の書店で購入が可能になった。団体受験希望の企業による一括購入にも対応。

◆ マーケティング検定 Eラーニング講座

- ・ マーケティング検定3級試験の内容に即したEラーニング講座を2018年10月に開始。当協会のマーケティング検定専用ホームページから販売。
- ・ 受講数： 334名

II. 2025 年度新入会員社

4 月	岩谷産業(株)	関西
4 月	(株)MSS	本部
4 月	TFCO(株)	本部
4 月	イオンリテール(株)	本部
4 月	(株)クレオ	本部
5 月	(株)NHK アート	本部
5 月	(株)AEOS	本部
6 月	(株)スイッチメディア	本部
7 月	ノウンズ(株)	本部
11 月	(株)プロダクトフォース	本部
11 月	(株)レオパレス 21	本部
11 月	(株)hootfolio	本部
12 月	REVISIO(株)	本部
1 月	(株)鎌倉新書	本部
2 月	SB ギフト(株)	本部

本部	14 社
関西	1 社
合計	15 社

III. 関西支部事業報告

概況

関西支部の2大基幹事業である、「マーケティング・ベーシックコース関西」と「マーケティング・マスターコース関西」は前年同様にリアル開催にて活況を呈した。研究会としての「ドラックストア市場創造研究会」・関西発のマーケティング情報を全国に発信する「マーケティング・ビュー」合わせて事業収入の9割以上を占める。有料オンラインセミナーは、コロナ後に無料オンラインセミナーの数が多くなり集客に苦勞した。

1. 人材育成・教育【定款第4条第1項】

◆ マーケティング・ベーシックコース関西

- ・ マーケティング分野で活躍されている大学講師陣の方から、基本的なマーケティング講義に加え、企画書を実際に作成するグループワーク演習を7月から9回にわたりリアルに開催した。例年50人以上の人気のある研修コースとなっており、若手社員教育の強化に活用されている。
- ・ 指導講師 委員長 石井 淳蔵氏 神戸大学 名誉教授
講師 栗木 契氏 神戸大学大学院 経営学研究科教授
小林 哲氏 大阪公立大学大学院 経営学研究科教授
廣田 章光氏 近畿大学 経営学部 教授
清水 信年氏 流通科学大学 商学部教授
後藤こず恵氏 流通科学大学 商学部准教授
吉田 満梨氏 神戸大学大学院 経営学研究科准教授
- ・ 実施期間 2025年7月4日(金)～9月5日(金) 9回
- ・ 参加者 52名
- ・ 会場 中之島 NCB ビル スカイルーム

◆ マーケティング・マスターコース関西

- ・ 企業の中核を担う次世代のマーケティングリーダーを育成するこのコースは、企業第一線で活躍されている約50人のマイスターとアカデミックアドバイザーの方にご協力いただき、6月からスタートして全127講座を実施した。
- ・ 実施期間 2025年6月6日(金)(開講式)～2026年3月13日(金)(修了式)
- ・ コース構成 全23科目計126セッション・基本毎週水曜日9:30～17:40にて開催。
- ・ 参加人数 15名(12社)
- ・ 会場 中之島センタービル JMA 関西支部会議室
- ・ 本年度で第25回目となった「鳥井道夫賞」を最優秀論文1本、優秀論文2本に対し贈賞した。
第25期マスターコース関西 鳥井道夫賞受賞者
最優秀論文 1点
『好き』はなぜ離れ、どう戻るのが-鉄道趣味を中心とした離脱・再燃メカニズム-
(株)JR西日本コミュニケーションズ 安田 孝史氏
優秀論文 2点
親から子に継承されるブランド消費行動とは？
江崎グリコ(株) 松井 桜子氏
「らしさ」が人の心を動かす時 ～共鳴が生む「らしさ購買」の心理的プロセス～
サラヤ(株) 安田 知加氏

第25期マスターコース関西 マイスター、及びアカデミックアドバイザー

(2025年6月現在・氏名50音順)

【マイスター代表】

木村 幸生氏 江崎グリコ(株) 執行役員 健康イノベーション事業本部 本部長

【マイスター】

秋田真奈美氏 大阪ガス(株) 経営企画本部 DX企画部ビジネスアナリシスセンター 課長

浅田 拓二氏 (株)マンダム Chief Technical Officer (CTO)

伊藤 和典氏 京セラドキュメントソリューションズ(株) マーケティング本部グローバルマルコム統括部部長

石田 良太氏 (株)阪急阪神百貨店 グリーンエイジ営業統括部 ゼネラルマネージャー
 乾 正和氏 (株)ADK マーケティング・ソリューションズ デジタルビジネス本部第1デジタルビジネス局局長
 井上 香織氏 カルビー(株) マーケティング本部ブランド戦略室 担当マネージャー
 今井 直人氏 ダイキン工業(株) マーケティングリサーチ本部 調査グループ長担当課長
 岩宮 克臣氏 (株)博報堂 関西支社 マーケティングデザインビジネス推進局チーフビジネスデザイナー
 岩本 雄平氏 象印マホービン(株) 新事業開発室 室長
 上田 昌弘氏 パナソニック(株) コミュニケーション企画センター センター長
 奥野久仁子氏 ロート製薬(株) プロダクト&ブランドマーケティング部 副部長
 奥山 保雄氏 小林製薬(株) CDO ユニット DX 推進グループ グループ長
 尾張 英正氏 (株)JR 西日本コミュニケーションズ コミュニケーションプランニング局 局長
 折井 華子氏 朝日新聞社 メディア事業本部 大阪アカウントソリューション部 部長
 加曾利一樹氏 シオノギヘルスケア(株) 経営戦略部長
 亀田 泰明氏 (株)マンダム 取締役 副社長執行役員
 川崎 真吾氏 サントリー(株) 常務執行役員 ビールカンパニー 生産研究本部長 商品開発研究部長
 川崎 達矢氏 (株)NTT ドコモ データプラットフォーム部 データ戦略担当担当部長
 河田 邦博氏 西日本旅客鉄道(株) 経営戦略本部コーポレート・コミュニケーション部担当部長
 北村 栄治氏 (株)電通 中部ビジネス局 グループ・リーダー
 久下 尋厚氏 (株)電通 第6マーケティング局 マーケティングコンサルティング部部長
 黒田 滋氏 サントリー(株) 近畿営業本部 営業企画部長
 小中 繁雄氏 (株)エネアーク関西 執行役員 販売事業部部長
 齊藤 裕子氏 TOPPAN(株) 関西 TIC 本部 デジタルマーケティング部 担当部長
 佐本 昌久氏 関電サービス(株) 取締役 イノベーション本部 副本部長
 敷田加寿美氏 フジッコ(株) コア事業本部ヨーグルト・デザイン事業部課長
 清水 憲彦氏 スプリングプランニング 代表
 柴原 一貴氏 (株)セールスフォース・ジャパン エンタープライズ営業第二本部第二営業部部長
 下村 真三氏 サントリー(株) 常務執行役員 近畿営業本部長
 白川貴久子氏 (株)NTT ドコモ 取締役
 杉本 宏治氏 月桂冠(株) 広域流通部部長
 杉本 大氏 ヤンマーマルシェ(株) 取締役 経営企画部長
 田口 敬子氏 フジッコ(株) コア事業本部ヨーグルト・デザイン事業部部長
 田中 国男氏 ケンミン食品(株) 執行役員 マーケティング部 部長
 永久 秀明氏 江崎グリコ(株) 執行役員 Glico Asia Pacific Pte.Ltd C00
 西川 昌志氏 (株)カネカ 常務執行役員 法務室長
 野上 浩之氏 (株)電通 第6マーケティング局 ブランドコンサルティング部部長
 長谷川 想氏 (株)電通 マーケティング統括センター メディアイノベーション研究部部長
 菱井 和宏氏 (株)大広 執行役員 マーケティング戦略本部 本部長
 松井玲次郎氏 関西電力(株) ソリューション本部リビングソリューショングループ部長
 松本 竜氏 読売新聞大阪本社 ビジネス局 ビジネス3部主任
 水越由利子氏 サラヤ(株) コンシューマー事業本部 ブランド統括部長
 宮本 博文氏 (株)Goldratt Japan プリンシパル
 宗利 拓也氏 阪急阪神マーケティングソリューションズ(株) 常務執行役員
 山田 則夫氏 甲南女子大学 参与
 山領 一之氏 レンゴー(株) パッケージング部門 西部営業本部営業第一部長
 吉松 一隆氏 (株)博報堂 関西支社 第2ビジネスデザイン局局長代理
【アカデミック・アドバイザー】
 石井 淳蔵氏 神戸大学 名誉教授
 川上 智子氏 早稲田大学大学院 経営管理研究科教授
 栗木 契氏 神戸大学大学院 経営学研究科教授

小林 哲氏 大阪公立大学大学院 経営学研究科教授
 清水 信年氏 流通科学大学 商学部教授
 廣田 章光氏 近畿大学 経営学部教授
 吉田 満梨氏 神戸大学大学院 経営学研究科准教授

◆ ドラッグストア市場創造研究会 2025

- ・ コーディネーターの早稲田大学守口先生とファシリテーターのサンキュードラッグ平野社長のお二人により開催した。テーマは「ドラッグストア市場の近未来を学ぶ」として、デジタル時代の業界最前線の取り組みを語っていただいた。
- ・ 参加企業数 11 社 21 名の参加で、4 名の非会員を含む。
- ・ コーディネーター 守口 剛氏 早稲田大学 商学大学院教授
- ・ ファシリテーター 平野 健二氏 (株)サンキュードラッグ 代表取締役社長
- ・ 実施期間 2025 年 8 月 5 日(火)～2026 年 3 月 10 日(火) 8 回
- ・ 参加者 21 名
- ・ 会場 日本マーケティング協会 アカデミーホール・オンラインのハイブリッド開催

2. セミナー【定款第 4 条第 1 項】

◆ JMA セミナー【定款第 4 条第 6 項】

- ・ 「月例委員による JMA 例会」は新しく名前を変えて「セミナー部会による JMA セミナー」として、年 3 回開催。
- ・ セミナー部会部長 藤野 理之氏 (株)電通 関西支社 第 6 マーケティング局 局長
- ・ 各回のテーマは下記のとおりである。

開催日	テーマ	参加者
7 月 17 日(木)	第 214 回西本願寺のブランディング～お寺という事業の変革とは～	12 名
9 月 11 日(木)	第 215 回消費者の欲望を基点に可能性が広がる マーケティングの世界	19 名
2 月 18 日(水)	第 216 回 AI とヒトの協業で目指す創造性あるマーケティング支援のカタチ	11 名
会場：オンライン開催		

◆ メンバーズセミナー【定款第 4 条第 6 項】

- ・ 会員社 3 名まで無料として、春・秋リアル開催。各社様、若手入門の講座としてご利用いただき、昨年同様会場 50 人以上の参加をいただいている。

開催日	テーマ	参加者
4 月 22 日(火)	『プロ直伝！成功するマーケティングの基本と実践』から読み解く	50 名
10 月 17 日(金)	マーケティング超入門講座 2023	57 名
会場：中之島センタービル スカイルーム		

◆ 一般セミナー【定款第 4 条第 6 項】

- ・ 支部で企画したオンラインセミナーは 2 回いずれも交流会付のハイブリッドで開催した。
- ・ 女性マーケターの集いは博報堂様にコーディネーターをお願いし、花王様、大阪ガス様、博報堂様の講師の方に、ブラインドの戦い方に関して講義をいただき、交流会も盛り上がった。
- ・ オーダーメイド研修は 2 件実施。中国盛和塾の研修ツアーでは、関西企業のトップの講演会や企業見学会を実施。また阪急阪神百貨店のマーケティング企業研修を実施。

開催日	テーマ	参加者
8 月 26 日(火)	いまの富裕層を紐解く マーケティング報告会	42 名
会場：中之島センタービル内会議室・オンラインのハイブリッド開催		
10 月 10 日(金)	女性マーケターの集い コモディティ化する市場におけるブランドの戦い方	22 名

3月19日(木)	越境するマスメディア ～新たな価値を創造するトップランナーに聞く～	12名
会場：日本マーケティング協会アカデミーホール ハイブリッド開催		

3. 情報発信【定款第4条第4項】

- ・季刊紙「マーケティング・ビュー」を例年通り年4回発行できた。全国の会員社・学者へ4,000部を配布。広告集稿においては、前年実績社を中心に満稿を維持することができた。

- ・編集部会長 藤川 博章氏 (株)博報堂 常務執行役員(2025年3月現在)

4月号 トップインタビュー：森岡 義久氏 (株)ACN ホールディングス 代表取締役会長兼社長

対談： 前波美由紀氏 サントリーホールディングス(株)大阪・関西万博推進室長

7月号 トップインタビュー：中島 孝徳氏 ダイドードリコ(株) 代表取締役社長

対談： 松川 泰治氏 UHA 味覚糖(株) 執行役員

10月号 トップインタビュー：桑原 道氏 カナデビア(株) 取締役社長兼 CEO

対談： 西野 正彦氏 (株)西松屋チェーン 執行役員販促・ブランド戦略本部長

1月号 トップインタビュー：高橋 淳氏 (株)I&D 代表取締役社長

対談： 白井 敬義氏 どうとんぼり神座 (株)理想実業 CMO 兼 CHRO

4. 第17回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第4条第3項】

- ・東京本部で行われる全体選考と並行して地域賞(関西地区)の選考し、1次選考は小委員会で候補14案件から以下4案件に絞り込んだ。

1.「GRAND GREEN OSAKA」プロジェクト グラングリーン大阪開発事業者 JV9社

2.バルチカ03(ゼロサン) JR西日本SC開発(株)JR西日本大阪開発(株)

3.宮島未奈「成瀬あかり」シリーズ (株)新潮社

4.人気スポット消失の危機を、新スポット創出の機会に！道頓堀 金龍のしっぽ Project 金龍製麺(株)

運営委員会委員、及び地域賞選考小委員会委員 2025年2月現在

最終審査

委員長 下村 真三氏 サントリー(株) 常務執行役員近畿営業本部長

委員 石井 淳蔵氏 神戸大学 名誉教授

山下 竜治氏 (株)朝日新聞社 メディア事業本部本部長代理

木村 幸生氏 江崎グリコ(株) 執行役員 健康イノベーション事業本部本部長

神余 直行氏 (株)産経新聞社 大阪本社 メディア営業局長

久田英一郎氏 サントリー(株) 近畿営業本部営業企画部企画担当部長

立田 真氏 (株)市場調査社 代表取締役

萬谷 裕之氏 (株)大広 CXD 本部 副本部長

藤野 理之氏 (株)電通 第6マーケティング局局长

藤尾 典篤氏 (株)日本経済新聞社 大阪本社 メディアビジネス大阪本社広告コミュニケーションユニット長

藤川 博章氏 (株)博報堂 常務執行役員 関西支社長

飛田 拓肖氏 (株)毎日新聞社 大阪本社 営業総本部 大阪営業本部長

西村 健氏 (株)マングラム 代表取締役社長執行役員

有田 淳氏 (株)読売新聞 大阪本社 取締役ビジネス局長

西原 麻衣氏 ロート製薬(株) マーケティング&コミュニケーション部 MC2グループマネージャー

一次審査 関西支部地域賞選考小委員会メンバー

委員長 香川玄一郎氏 (株)マングラム 執行役員

委員 久田英一郎氏 サントリー(株) 近畿営業本部営業企画部 担当部長

細井 淳一氏 (株)大広 顧客価値開発本部顧客発掘局細井チームリーダー

小林 淳男氏 (株)電通コーポレート 事業・経営企画オフィス関西ビジネス推進部シニアディレクター

井川 勇氏 (株)博報堂 関西支社 マーケットデザインビジネス推進局デジタル・メディアビジネス推進部部長

谷口 武史氏 (株)読売新聞 大阪本社 広告局ソリューション開発部 部長
宇野 祥一氏 ロート製薬(株) マーケティング&コミュニケーション部 MC1 グループ リーダー

< 関西地域賞 >

バルチカ 03 : JR 西日本 SC 開発(株)/JR 西日本大阪開発(株)

JR 西日本 SC 開発と JR 西日本大阪開発は、2024 年 7 月、大阪駅直結のオフィスビル「イノゲート大阪」中層階に飲食ゾーン「バルチカ 03 (ゼロサン)」を開業した。商業施設では初めて中高年男性「おっさん(03)」をメインターゲットに設定し、大阪の人気飲食店等 50 店舗を誘致。うち 7 割が商業施設初出店である。約 3 年にわたる市場調査において、多変量解析(クラスター分析)によるターゲティング、及びグループインタビュー、エスノグラフィ等を通じ、梅田で働く中高年男性のニーズを徹底分析。提供するべき価値を明確化するとともに、柔軟な店休日・営業時間設定などでニーズに合致した路地裏の名店等の誘致を実現した。

結果、オフィスビル中層階にも関わらず、開業直後から高い集客と売上を記録。さらに、出店者主導のイベントや連携施策による双方向コミュニケーションを促進し、絶え間ない賑わいを創出している。

バルチカ 03 は、ターゲットを梅田で働く男性の、かつ特定のクラスターに絞り込む「ニッチャー戦略」を採用したこととなるが、そのキャッチーさ故に、連日多くのメディアに取り上げられ、結果として、女性ワーカーや広域からの来街者、さらにインバウンドの来店にもつながっている。

5. PR 活動や会員サービス事業

関西情報交流&懇親会 : 2025 年 11 月 18 日(火) 関西支部窓口の会員様との交流を深めるために、協会活動報告・特別講演・懇親会を朝日新聞社様に会場をご協力いただき、開催した。特別講演はマーケティング大賞奨励賞を受賞された三菱地所(株)関西支店 グラングリーン大阪室室長 岩本輝智氏に講演をいただいた。約 30 社 60 名の会員様にお越し頂き大変好評だった。

IV. 九州支部事業報告

概況

2025 年度の研修は、前年度に引き続き、ビジネスパーソンの実践的なスキル提供を主眼とした。本年度は、生成 AI のビジネス活用の進展に先駆け、「AI プロンプトセミナー」を開催した。AI との共創には、効果的な指示出し、つまりプロンプト入力の本質が重要である。そこで㈱電通で、現場の最前線で活躍するマーケッターであり、dentsuJapan AI センターで、AI ソリューションの企画・開発でのプロンプト開発リードを務める武田誠二氏を講師に招聘。ハンズオン形式で、具体的なプロンプト入力、そのテクニックを伝授して頂いた。さらに創造的なアウトプットのためにプロンプトと同時に、データ及びロジックの重要性の解説もある等極めて有意な研修となった。

1. 人材育成・教育【定款第 4 条第 1 項】

◆ AI プロンプトセミナー

- ・ 初級編として、3 回シリーズで開催。10 のプロンプトテクニックを参加者も実際に手を動かしながら学ぶ、ハンズオン形式とした。なお初級編ながら、回を重ねる毎にやや上級にシフトする構成とし、すべて受講すると、レベルアップが実感できるように設計した。
- ・ AI プロンプトセミナーのシリーズ 2 を開催。生成 AI をかなりの程度活用しているビジネスパーソンに絞った上級者向けプログラム。「上級プロンプトの書き方」とノーコードでの「AI エージェント作成」ノウハウを伝授。初級編と同じく、ハンズオン形式の実践講座とした。
- ・ 講師 武田 誠二氏 (㈱電通 1MK 局)

開催日	テーマ	参加者
11 月 11 日(火)	電通マーケッターが教える！明日から使えるワザ大公開！目から鱗の AI プロンプト・初級編ハンズオンセミナー	30 名
11 月 11 日(火)	電通マーケッターが教える！明日から使えるワザ大公開！目から鱗の AI プロンプト・中級編ハンズオンセミナー	30 名
11 月 18 日(火)	電通マーケッターが教える！明日から使えるワザ大公開！目から鱗の AI プロンプト・上級編ハンズオンセミナー	29 名
3 月 5 日(木)	電通マーケッターが教える！AI プロンプトセミナー・シリーズ 2	26 名
会場：オンライン開催		

2. セミナー・講演会【定款第 4 条第 1 項】

◆ セミナー

- ・ 4 月と 10 月に開催した「運営・業務推進合同委員会」において、リアルでの講演会を実施した。

開催日	テーマ	参加者
4 月 22 日(火)	Media Survival 九州のメディアと広告業界はどう生き残れるか？」	21 名
10 月 15 日(水)	人口減少時代に福岡都市圏が掘るべき二つの宝の山	20 名
会場：電通九州 11F ホール開催		

3. 情報発信【定款第 4 条第 4 項】

九州マーケティング・アイズ

- ・ 例年通り年 4 回、112 号～115 号を発行した。
- ・ 全国の会員社・学者へ 2,800 部配布。
- ・ なお第 115 号より体裁変更をおこなった。創刊以来、同じフォーマットを続けてきたが、若い世代へリーチするため、専門誌然とした体裁を脱し、ロゴタイプ、フォーマット、サイズ等、全面的にリニューアルした。
- ・ 編集委員長 副田 治氏 (㈱九州博報堂 九州しあわせ共創ラボ 所長)
- ・ 編集委員 後藤 雄一氏 (西日本新聞社メディアビジネス局メディアプランニング部)
篠崎 一拓氏 (㈱大広九州 ソリューション開発局 統合プランニング部部長)
林田 和典氏 (㈱読売新聞西部本社 広告局ビジネス 1 部長)
池田 果衣氏 (㈱電通九州 インテグレーション・グロースプランニング局グロースマーケティング部)

- ・ B5 サイズ 本文 28 ページ、115 号より A5 変形サイズ本文 48 ページの体裁にて上記編集委員で編集制作

通巻	発行月	特 集
第 112 号	4 月	事業継承の今、これから。
第 113 号	7 月	働く人のウェルビーイング～「働くこと」と「幸せ」の関係～
第 114 号	10 月	新事業と地域価値の創造
第 115 号	1 月	女性が活躍する会社 若手が活躍する会社

4. 第 17 回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第 4 条第 3 項】

- ・ 2025 年 3 月 19 日に地域賞選考小委員会(秀島 徹氏 (株)西日本新聞社 執行役員メディアビジネス局長)を開催し、皆さまに投票いただき、候補 12 案件より上位 3 件を下記の要領で選考した。
また、今回より選考委員の女性比率を高めた(第 15 回 1 名⇒第 16 回 7 名)。
- ・ 運営委員会委員、及び地域賞選考小委員会委員 2025 年 3 月現在

選考委員長	秀島 徹氏	(株)西日本新聞社 執行役員 メディアビジネス局長
選考副委員長	鐘ヶ江理恵氏	九州旅客鉄道(株) 広報部部長
選考委員	井野 浩樹氏	RKB 毎日放送(株) 営業局次長 兼 営業推進部長
	時 征矢氏	(株)岩田屋三越 営業計画担当長
	西村 香織氏	九州朝日放送(株) 地域プロデュース本部本部長
	與田 靖子氏	(株)九州博報堂 プランニング局プランニング 2 部部長
	護山 龍二氏	サントリー(株) 九州営業本部企画部長
	遠山 敏行氏	JR 九州エージェンシー(株) コミュニケーションデザイン部長
	篠崎 一拓氏	(株)大広九州 ソリューション開発局統合プランニング部兼ビジネスデザイン部部長
	栗崎 克三氏	(株)TVQ 九州放送 営業局次長 兼 営業推進部長
	有吉 大介氏	(株)テレビ西日本 営業局営業推進部長
	永野 弥生氏	(株)電通九州 インテグレート・グロースプランニング局次長
	鈴木 賀雅氏	(株)西鉄エージェンシー マーケティング企画本部マーケティング企画グループチームリーダー
	藤原 誠一氏	(株)西日本新聞広告社 営業本部 副本部長 兼 営業戦略部部長
	高倉 浩之氏	(株)西日本新聞社 メディアビジネス局次長
	大原 可愛氏	西日本鉄道(株) 広報・CS 推進部 広報課 課長
	草間 祐輔氏	(株)日本経済新聞社 西部支社 広告コミュニケーション部部長
	本岡 崇宣氏	(株)福岡放送 営業部長
	荒瀬 優氏	(株)毎日新聞社 西部本社 西部営業本部 営業部長
	林田 和典氏	(株)読売新聞 西部本社 ビジネス局ビジネス 1 部長
	小野 和美氏	(株)ハピネスベイス 代表取締役
	石坂 淳子氏	(株)ひよ子 代表取締役社長
	明神 実枝氏	福岡大学 商学部 教授
	倉橋 美佳氏	(株)ペンシル 代表取締役社長 CEO
	山口タ妃子氏	佐賀大学 芸術地域デザイン学部 教授

<九州地域賞>

日本の放置竹林を、資産に変える。ご当地クラフトメンマ『延岡メンマ』: LOCAL BAMBOO (株)

LOCAL BAMBOO は、宮崎県延岡市の放置竹林問題の解決に向け、2022 年ご当地クラフトメンマ「延岡メンマ」を開発。竹を食資源化する仕組みをつくり、クラフトビールのような地域発の「ご当地クラフトメンマ」へと価値転換した。独自レシピやブランドストーリーを武器に、飲食店や民間企業、学校、自治体などへの販路を開拓。さらに、福祉施設との連携により障がい者の雇用も創出。

結果、年間約 26 トンの竹林整備を実現。ANA 国際線ファーストクラス機内食採用や、ふるさと納税返礼品採択など、多方面で成果を上げた。さらに、放置竹林で悩む全国 6 地域で「ご当地クラフトメンマ」の開発を支援している。

◆ 第 17 回日本マーケティング大賞 地域賞受賞記念

- ・ 従来は行っていなかったが、選考委員の方々への受賞報告と御礼、ナレッジ共有を兼ねて「地域賞記念講演会」を実施した。

開催日	テーマ	参加者
8 月 28 日 (木)	延岡メンマ講演会 LOCAL BAMBOO (株)	21 名
会場：オンライン開催		

V. 北海道支部事業報告

概況

北海道支部 2025 年度は、まず前年度から開催中であった「月イチデジタル 60 分 2025・SNS マーケティングの『今』!!」の第 3 回と第 4 回のセミナーを 4 月、5 月にオンラインで開催。

6 月から 7 月にかけては、企業が実際に課題として直面した事例をケースメソッドによるグループ討議にて戦略を立案する「プロジェクトリーダー養成講座」を 6 回シリーズでリアル開催。北海道支部の重要な使命として、会員社様をはじめ一般社様を含めた北海道の企業様へ、できるだけリアルでのセミナー開催をするべきと考えているが、競合する他社の多数の無料オンラインセミナーなどの影響があり、集客に苦戦する結果となった。ただ、講座内容に関してはアンケートでも高評価をいただくことができた。

9 月 3 日には「第 17 回日本マーケティング大賞 北海道地域賞受賞記念講演会」をオンラインで実施。2025 年度は、北海道の基幹産業である酪農を盛り上げ、北海道産牛乳・乳製品の需要創出・拡大を目的とした酪農家による運動「ミルクランド北海道」の案件で、北海道地域賞を受賞された「ホクレン農業協同組合連合会様」の酪農部調査役である黒政様と、このプロジェクトと一緒に取り組まれた「株式会社電通北海道様」の CM プランナーである寺岡様にお話を伺った。

10 月から 11 月にかけて「デジタルマーケティング実践講座」全 3 回をワークショップも含めてリアルで開催。また、12 月には「北海道企業セミナー」をオンラインで予定していたが、講師の体調不良により残念ながら中止となった。

2025 年 2 月から 5 月まで全 4 回で「<月イチ なるほど！マーケティング 60 分>2026」を実施。毎月 1 回 60 分、聞きたいテーマを選んで参加できるというオンラインセミナー。3 月には「消費潮流セミナー 2026<セルフカルチャー消費時代の消費行動>」を実施。「欲望トレンド」や現代の消費者を取り巻く「11 の欲望」分析から 2026 年の消費潮流を読み解いていただいた。

1. 人材育成・教育【定款第 4 条第 1 項】

◆ アカデミー

プロジェクトリーダー養成講座

- ・ 小樽商科大学ビジネススクールで使用されているケースメソッドによるワークショップでグループ討議にて戦略を立案。
- ・ 講師 近藤 公彦氏 小樽商科大学名誉教授 北海道武蔵女子大学教授
- ・ 実施期間 2025 年 6 月 17 日(火)～7 月 28 日(月) 全 6 回
- ・ 参加者 9 名
- ・ 会場 小樽商科大学札幌サテライト 中講義堂

2. 講座【定款第 4 条第 1 項】

◆ デジタルマーケティング実践講座

- ・ 講師 高野 修平氏 (株)トライバルメディアハウス 執行役員/Modern Age レベルハット
久保 杏葉氏 (株)トライバルメディアハウス リート・シニアプロデューサー

開催日	テーマ	参加者
10 月 30 日 (木)	売上の秘密、解き明かします	9 名
11 月 11 日 (火)	SNS の本質と効果、解き明かします	
11 月 18 日 (火)	売れるための秘策、解き明かします	
会場：道特会館 6 階 中会議室		

3. セミナー【定款第 4 条第 1 項】

◆ 月イチデジタル 60 分 SNS マーケティングの「今」!!

- ・ 講師 高野 修平氏 (株)トライバルメディアハウス 取締役

◆ 月イチなるほど！マーケティング 60 分 SNS マーケティングの「今」!!

- ・ 月イチデジタル 60 分から 2026 年より月イチなるほど！マーケティング 60 分に名称を変更

開催日	テーマ	参加者	
4月22日(火)	TikTok マーケティング戦略セミナー ～事例から学ぶクリエイティブ制作と運用のポイント～	17名	
5月20日(火)	今までのインフルエンサーマーケティング、本当に効果出ますか？ ～目的と効果を出す正しい実践術～	16名	
2月26日(木)	なるほど！SNSとメディアの役割はこうやればいいのか！	11名	
3月12日(木)	なるほど！正しい戦略の考え方はこうやればよかったのか！	11名	
会場：オンライン開催			

◆消費潮流セミナー2026

開催日	テーマ	参加者
3月3日(火)	セルフカルチャー消費時代の消費行動	14名
会場：オンライン開催		

4. 第17回日本マーケティング大賞 「地域賞」【定款第4条第3項】

- ・2025年4月3日(木)に北海道地域賞選考会を開催し、北海道地区選考委員の皆さまに投票いただき、候補11案件より上位2件を選考した。
- ・北海道地区選考会 委員 2025年4月現在

運営委員長	矢野 佳久氏	ホクレン農業協同組合連合会 代表理事専務
業務推進委員長	三浦 辰治氏	(株)北海道新聞社 常務取締役営業統括本部長
選考委員	木村 平氏	(株)電通北海道 代表取締役社長執行役員
	勝田 直樹氏	北海道放送(株) 代表取締役社長
	黒田 重雄氏	北海道大学 名誉教授
	山口 洋輔氏	北海道文化放送(株) 営業推進部長
	田上 昇氏	サントリー(株) 北海道営業本部 企画部長
	長谷川秀一氏	ホクレン農業協同組合連合会 広報総合課課長
	長嶋 潤二氏	北海道放送(株) 取締役総合ビジネス局長
	三浦 雅典氏	(株)北海道新聞社 執行役員営業局長
	山岸 浩之氏	(株)北海道博報堂 統合プランニング局/新どさんこ研究所所長
	横澤 伸彦氏	(株)電通北海道 執行役員
	長岡 孝之氏	札幌テレビ放送(株) 取締役営業局長
	齋藤美加子氏	(株)道新サービスセンター 広告営業本部本部長
	川南 光生氏	(株)セイコーマート 企画本部販売企画部部長
	寺内 達郎氏	北海道テレビ放送(株) 代表取締役社長
	八嶋 貴弘氏	TOPPAN(株) 北海道営業本部本部長
	門山 厚希氏	(株)テレビ北海道 執行役員
	川崎 正隆氏	生活協同組合コープさっぽろ マーケティング部長兼ギフト部長
	新井 成弘氏	サントリーフーズ(株) 北海道支社企画部部長
	石郷 慎一氏	(株)モロオ 経営戦略室経営企画グループマネージャー
	佐々木 卓也氏	フュージョン(株) 代表取締役社長
	臼井 栄三氏	マーケティングプランナー

<北海道地域賞>

ミルクランド北海道「牛乳飲みてえ!総選挙」&「牛乳が飲みたくなるあんばん」

：ホクレン農業協同組合連合会

ホクレン農業協同組合連合会は、北海道の基幹産業である酪農を盛り上げ、北海道産牛乳・乳製品の需要創出・拡大を目的とした酪農家による運動「ミルクランド北海道」の一環として、「牛乳飲みてえ!総選挙」を実施、「牛乳が飲みたくなるあんばん」の開発・販売を行った。

全国の生乳生産量1位である北海道では、コロナ禍による牛乳乳製品の需要減少や物価高騰に伴う生産コストの上昇の影響を受け、さらに近年では牛乳離れが課題となっている。そのため、牛

乳の需要喚起策として、国民の声を聴く「牛乳飲みてえ!総選挙」を実施し、10 万件以上の投票結果に基づき、1 位となった食べ合わせ「あんぱん」にちなんだ商品を開発。木村屋總本店と提携し、「牛乳が飲みたくなるあんぱん」と「牛乳」の併売により、きっかけを提案する切り口にて需要拡大に取り組んだ。

これにより、「牛乳が飲みたくなるあんぱん」販売店舗における牛乳の販売金額は前年比 109%を達成、消費者の関心を引き、牛乳消費の増加につながった。

第 17 回日本マーケティング大賞 北海道地域賞受賞記念講演

開催日	テーマ	参加者
9 月 3 日 (水)	ミルクランド北海道 「牛乳飲みてえ!総選挙」&「牛乳が飲みたくなるあんぱん」 ホクレン農業協同組合連合会	23 名
会場：オンライン開催		

ガバナンスに関する事項

本法人は、公益社団法人としての社会的責任を踏まえ、法令および定款に基づき、適正かつ透明性の高い法人運営の確保に努めています。以下のとおり、組織運営、コンプライアンス、財務管理等の各側面においてガバナンス体制を整備し、その適切な運用を図っています。

1. 組織運営と意思決定の適正化

(体制)

定款および組織規程に基づき、社員総会、理事会、常任理事会を定期的に開催し、法人運営に関する重要事項の審議および決定を行っています。理事会には外部の視点を有する理事が参画しており、意思決定および監督機能の客観性と透明性の確保に努めています。

(分掌と責任)

事務局および業務推進組織並びに事務規程により、各事業部門（教育研修、マーケティング開発）および総務部の業務分掌と責任の所在を明確化し、組織的かつ効率的な運営を図っています。また、文書管理規程に基づく稟議・決裁制度を整備し、意思決定の過程および責任の明確化を行っています。

(理事会の監督機能)

理事会は、事業執行状況および財務状況について定期的な報告を受け、重要事項に関する審議および必要な監督・是正を行うことで、理事の職務執行の適正性確保に努めています。

2. コンプライアンスおよび倫理の徹底

(倫理観の醸成)

倫理規程を制定し、役職員に対し、公益実現への寄与、私的利益の排除、利益相反の適切な開示を求め、健全な業務遂行を徹底しています。

(推進体制)

コンプライアンス規程に基づき、理事会が選任したコンプライアンス担当理事を責任者とするコンプライアンス委員会を設置し、法令遵守状況のモニタリングおよび必要な指導を行っています。

また、必要に応じて運用状況の確認を行い、継続的な改善に努めています。

(内部通報制度)

内部通報制度運用規程に基づき、総務部に相談・通報窓口を設置しています。通報者の秘匿性の確保および不利益取扱いの禁止を徹底することで、法人の自浄作用の維持に努めています。

3. 財務・資産管理の透明性と信頼性

(厳格な会計処理)

会計処理規程および支部運営処理規程に基づき、本部および各支部において、公益法人会計基準に準拠した適正な会計処理を行っています。

(資産管理)

公印取扱規程および物品管理規程により、法人の重要資産および物品について、不正使用の防止と厳格な管理を実施しています。

(寄附金の管理)

寄附金等取扱規程に基づき、一般寄附金の50%以上を公益目的事業に使用する基準を遵守し、寄附金の使途および管理状況の透明性を確保しています。

(監査体制)

監事は、定款に基づき、理事の職務執行および法人の財産の状況について定期的に監査を実施し、その結果を理事会および社員総会に報告しています。監事には法人運営から独立した立場を有する者が就任しており、監査機能の客観性および実効性の確保に努めています。

4. 情報公開と個人情報の保護

(情報公開)

情報公開規程に基づき、定款、役員名簿、計算書類等の法定書類を事務所に備え置くとともに、インターネット等を通じて積極的な情報公開を行っています。

(情報セキュリティ)

個人情報保護規程を整備し、保有する個人情報について適切な取得、利用および管理を行っています。また、電子取引データ事務処理規程を整備し、電子帳簿保存法に対応したデータ管理および改ざん防止体制を構築しています。

5. 役員報酬および外部連携の透明性

(役員報酬)

役員報酬規程および常勤理事退職慰労金規程に基づき、社員総会で承認された範囲内において適切な報酬を支給するとともに、その基準を公表しています。

(外部専門家の活用)

委員会規程、日本マーケティング大賞運営規程、客員研究員規程に基づき、外部の有識者や実務家の専門的知見を、公正かつ透明な手続きを通じて事業に反映させています。また、講師謝礼等規程により、外部協力者に対する謝礼等の支払についても、その公正性および妥当性の確保に努めています。

2025 年度 事業報告の附属明細書

2025 年度事業報告には、「公益社団法人及び公益財団法人の認定等に関する法律施行規則」第 28 条第 2 項に規定する附属明細書は「事業活動の状況の概要のうち重要なもの」が存在しないので、作成していない。

2026 年 6 月 12 日

公益社団法人 日本マーケティング協会