

第一号

2026 年度・事業計画

自 2026 年 4 月 1 日

至 2027 年 3 月 31 日



公益社団法人

日本マーケティング協会

基本方針.....	2
東京本部.....	3
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	3
a. 人材育成・教育プログラム.....	3
b. セミナー.....	4
2. 研究・調査（定款第4条第2項）	5
a. 研究会プロジェクト.....	5
b. 調査.....	5
3. 表彰（定款第4条第3項）	5
4. 情報収集・提供（定款第4条第4項）	6
a. 出版.....	6
b. ウェブ開発.....	6
5. 関係機関との交流（定款第4条第5項）	6
a. 国内.....	6
b. グローバル.....	6
6. 交流会（定款第4条第6項）	6
7. 検定事業（定款第4条第7項）	7
8. その他.....	7
関西支部.....	8
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	8
a. 教育プログラム.....	8
b. セミナー.....	9
c. 研究会.....	9
2. 表彰（定款第4条第3項）	9
3. 出版（定款第4条第4項）	9
九州支部.....	11
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	11
a. 教育プログラム.....	11
b. セミナー・シンポジウム.....	11
2. 表彰（定款第4条第3項）	11
3. 情報収集・提供（定款第4条第4項）	11
北海道支部.....	13
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	13
a. 教育プログラム.....	13
b. セミナー・講座.....	13
2. 表彰（定款第4条第3項）	13

基本方針

70 年度目を迎える 2026 年度は「JMA・メタモルフォーゼ 2026」をスローガンに掲げ、当協会が時代の変化に即応し、新たな価値を創造する組織へと進化する端緒の年とすべく、以下の 7 項目を重点施策として推進する。

1. 会員社への貢献最大化とパートナーシップの強化

会員各社が直面するマーケティング課題や市場環境の変化に対し、実効性の高い支援を提供できる体制を整える。各社への貢献を主眼に置いた双方向のコミュニケーションを深め、共に課題解決に取り組むパートナーとしての機能を強化する。

2. 個人会員制度の導入に向けた具体的検討の推進

マーケター個人のキャリア形成を支援するコミュニティのあり方について検討を開始する。組織の枠を超え、マーケティング専門人材に知見を提供し、相互に共有し合える場の構築を目指し、個人会員制度の導入に向けた制度設計や諸課題の整理を進める。

3. 教育機能の質的向上を通じた企業・組織のマーケティング力向上への貢献

研修・教育プログラムの内容を精査・充実させ、「現代のマーケティング」の実践に資するより高度な学びを提供する。当該研修を必要とする企業・組織への確に周知を図ることで、より多くの実務者の育成と組織のマーケティング力向上に寄与する。

4. 国際交流による創発効果の創出と日本市場への還元

JMA 主催の国際イベントを通じて参加国間の知見交流促進と新たな知見創出を支援することで、主催者として当協会のプレゼンスを高め、ひいてはグローバルにおける日本のマーケティングによる価値創造を通じたより豊かで持続可能な社会形成に繋げる。

5. 協会ブランドのアップデートと情報発信の最適化

協会の活動実態とそれについての情報発信のあり方を時代の要請に合う形に U P D A T E し、先進的かつ信頼性の高い、公益に資する最先端の組織であることの認知と理解にもとづくブランドを確立し、公益社団法人としての活動を支える基盤としていく。

6. 持続可能な組織運営に向けた管理部門機能の強化

公益社団法人として健全性と機動力を高めるため、協会内管理機能を強化し、多様な公益事業を安定的かつ持続的に遂行できる堅実な経営基盤を構築する。

7. 新たな顕彰制度の立ち上げ

永年にわたり日本のマーケティング発展に貢献した卓越した功績を讃え、その優れた功績を広く共有し、次世代リーダー育成や産業界活性化を推進すべく、功労者顕彰制度を整備する。

東京本部

1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）

a. 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

- 若手学者を中心とした講師陣のもと、6月初旬開講の50名編成の2コース（水曜・木曜）のほか、10月中旬開講の秋期コースとして2コース（木曜・金曜）の開催を検討している。オンライン形式の開催により全国から受講生を募集する。
- マーケティングの基礎知識の習得だけにとどまらず、科目毎での演習やディスカッション、グループ研修などを通じて、理論と実務の架け橋になるようなカリキュラム構成とする。
- カリキュラムのうち企業のケース紹介の部分は、指導講師に司会進行をして頂き、事例の紹介だけにとどまらず多角的な解説をしていただく。
- 本コースのカリキュラムの内容をまとめた書籍「ベーシック・マーケティング」（同文館出版）を参考図書として使用する。

● 日	程	夏期水曜コース	6月初旬(水)	～7月下旬
		夏期木曜コース	6月初旬(木)	～7月下旬
		秋期木曜コース	10月中旬(木)	～11月下旬
		秋期金曜コース	10月中旬(金)	～11月下旬

対 象 新しくマーケティング部門に配属された方など

募集人員 各コース 50名程度

◆ マーケティング・マスターコース

- マーケティング・マスターコースは、参加企業から高い評価をいただき、昨年まで第1～31期の当協会認定のマーケティング・マスターが誕生した。第32期にカリキュラムの大幅な改編を行い「CMO養成」の色合いを濃く打ち出している。
- マスターコース修了生は、第1期から今期第32期までを合わせると、約1500名のコミュニティとなり、今年度よりアルムナイを結成し全世代合同のOB・OG会開催など、修了生同士の絆を深め、情報交換を促進し、継続的な学びと成長を支援している。

① 人材育成の基本方針

将来のCMO候補としての「視座」を高め、変化し続ける社会・市場環境への「学び続ける力」「変化対応力」「思考力」「発想力」を養い、異業種の受講生・マイスターとの交流による「多様性の享受と自らの成長」を促す。

（教育課程修了者に「JMA認定資格マーケティング・マスター」授与）

② カリキュラムの特徴

- ・ 実務と理論の両面から「生きた《知》」を体系的に学ぶことのできる科目群
- ・ 実務家「マイスター」による現場の《知》と事例を組み込んだ講義内容
- ・ 共同討議から新たな知的発見を導くゼミ形式のディスカッション
- ・ 企画力、発想力、創造力を鍛える創造性育成科目群
- ・ 論理構築力、情報収集力、プレゼンテーション力を高めるマスター研究論文執筆

③ 受講条件

実務を5年以上経験し、将来のマーケティング幹部に資する社員。

④ マイスター制

当協会会員社の中で幅広い知識と実務経験を持つ、真のマーケットとして高度なレベルに達している方々にマイスターの称号を授与し、そのマイスターが中心となり、実務をベースとしたマスターコースのカリキュラム作成とマスターの養成にあたる。

⑤ マスター研究論文作成

論文はマスター資格を得るための要件である。各自のマーケティング研究課題を設定し、必要な情報を自ら集めて論証を行う。テーマにふさわしいマイスターに個別に指導していただく。研究方法としては、企業ヒアリング、自主リサーチ、文献にもとづく理論研究等がある。また、マイスターの指導に加え、論文の課題意識を明確にし、より質の高い論文を作成することを目的として、ゼミ形式による論文指導を行う。いくつかのゼミに分かれて、ディスカッションを中心に論文の方向性を考える。

⑥ 鳥井道夫賞について

34年間の長きにわたり当協会の発展に多大な尽力をされた鳥井道夫元会長の功績を長く顕彰しようということから、元会長が特に創設に力を注いだマーケティング・マスターコースの優秀論文表彰（4名）を鳥井道夫賞として、第17期マスターコース（関西は11期）から表彰している。

⑦ JMA 認定資格マスター授与

本コースを修了し、マスター研究論文等一定の基準を満たした方に JMA 認定の資格として「マーケティング・マスター」の称号を授与する。

日 程 2026 年 9 月～2027 年 7 月

対 象 マーケティング実務経験 5 年以上の方、マーケティング幹部候補

募集人員 50 名程度

◆ マーケティング・エグゼクティブコース

- マーケティングの意志決定次元が高まり、その対象範囲もさらに拡大し、経営に直結したエグゼクティブ・クラスのマーケティング研鑽の場が強く求められる時代になっている。事業運営全体に責任を持つエグゼクティブの立場から、いかに成長の仕組みを構築・実行していくかを体系的に習得する場を提供する。

● 日 程 未定

対 象 エグゼクティブもしくは候補生（部長クラス以上）

研修会場 未定

募集人員 30 名

b. セミナー

昨年度までオンラインセミナーあるいはならびにオンライン・オフラインを併用したセミナーを週 1 回程度の頻度での実施を目論んできたが、市場環境と当会が発信すべき情報レベル、そして受講意義を勘案し、対面での開催を主目的に頻度にこだわることなく高い価値を提供できるセミナーを厳選して実施することとする。

高度化・複雑化するマーケティング課題に合わせたセミナーの企画・開催に向け、本年度より会員社による本部直轄にて「セミナー研究部会」を発足し、同部会にて今後の当会のセミナーのあるべき姿から定め、具体的な企画を進める。従来通り、本部・支部連携のもと関連団体や様々な組織とのコラボレーションなどもこれまで以上に幅広く、国外情報も合わせ積極的にすすめていく。

テーマは、以下を中心に検討し、実施していく。

- ・生活者トレンド
- ・最新メディア動向
- ・データ・テクノロジー関連
- ・マーケティングの潮流・未来展望
- ・グローバルマーケティング関連
- ・生成 AI 活用マーケティング関連
- ・インサイト関連

- ・「価値創造」関連
- ・主要海外イベントレポート

2. 研究・調査（定款第4条第2項）

a. 研究会プロジェクト

- マーケティング新領域の開発・新テーマの開拓を目標にイノベーションを軸とした産学協働（研究者と企業、研究者間・企業間の横のつながり）のプロジェクトを推進して、広く情報発信をすすめる。
研究を軸としたネットワークの拡大も視野に入れ、外部の関連団体・組織などとも連携をすすめ、JMA オリジナルのネットワーク構築をめざす。
- 参加者間のネットワーキングを深め、中長期的には活動を通じて、産学における創造型人材の育成、マーケティング分野におけるリーダーシップの確立をめざす。
- インサイト研究プロジェクト 「JMA インサイト・ハブ」
「JMA インサイト・ハブ」の活動をベースに、「JMA インサイトスクール（インサイトユニバーシティ）」のセミナー（単発・連続）を実施する。
「ビジネスリーダーが消費者/ユーザーの本質的な欲求の理解を通じて、社会に新価値を創造するためのネットワーク」をめざす。
- 「生成 AI 活用マーケティング研究会」
生成 AI がもたらす大変革期において、業界の垣根や競合関係を越えた「共創の場」を構築し、日本全体のマーケティング知見を底上げを目指す研究を行う。実務家同士が知見と課題をオープンに共有し合うことで、AI 時代の新たな顧客体験と持続可能なビジネスモデルを迅速に社会実装することを目論み、多様な視点の交錯を通じて、個別の企業活動を越えた市場全体のイノベーションを牽引する、次世代の羅針盤としての役割をも担う研究会としたい。

b. 調査

◆ マーケティング・リサーチの現状に関する調査

これまで実施した『マーケティング・リサーチの現状に関するアンケート調査』をベースに、そのリサーチ結果からの知見もことに、マーケティング・リサーチ 2.0 研究プロジェクトなどとも連携をして、リサーチの新分野などといった具体的な、新たな方向性についての検討をすすめていく。

3. 表彰（定款第4条第3項）

◆ 日本マーケティング大賞

2025 年において顕著なマーケティング活動を行った企業・団体・組織の活動及びプロジェクトを表彰する。当協会会員社・理事・選考委員の方々より推薦をいただき、選考委員会で受賞プロジェクトを決める。従来、会員社からの自他薦のみ受け付けていたが、今回から非会員社からの自薦も可能とした（有料）。

賞カテゴリーとしては、「日本マーケティング大賞 グランプリ」、グランプリに準じる「準グランプリ」、「奨励賞」、「地域賞」を設け、顧客や社会との共創を通じた価値創造とその伝達によりより豊かで持続可能な社会づくりに貢献したマーケティング案件、規模にかかわらずきらりと光るマーケティング案件、地域の特性を存分に引き出し貢献したマーケティング案件を表彰する。に。発表・表彰式は 2026 年 6 月 12 日、受賞プロジェクト報告会は同年 9 月オンラインにて行う。

◆ マーケティング功労賞(仮称)

日本の産業界において革新的な価値創造と市場開拓を牽引し、マーケティングの発展に多大なる貢献を果たした先駆者の功績を称えるべく、新たな顕彰制度立ち上げの検討に入る。本顕彰制度を通じて、その精神を未来へと継承していくことで、功労者の優れた知見や成功事例を広く共有し、次代を担うマーケティングの指針とすることで、国内のマーケティング水準の向上とそれによるより豊かで持続可能な社会の形成への貢献を目的とする。

4. 情報収集・提供（定款第4条第4項）

a. 出版

◆「マーケティングホライズン」

現状の発行方式、コンテンツを全面的に見直し、当会が発信・提言すべき情報との伝達手法のあり方を検討の上、あらたな形式にて第二四半期よりWEBや誌面形式にて刊行する。

編集委員や関係者の尽力のもと、マーケティング実務担当にとって真に有意なマーケティング情報を盛り込んだ情報の提供を目指してゆく。

◆ マーケティング検定関連書籍

マーケティング検定3級・2級試験の受験希望者の自主学習用として、「マーケティング検定3級試験公式問題集&解説」「マーケティング検定2級試験公式問題集&解説」（上下巻）を発刊。紙書籍とあわせて電子書籍も製作。オンライン・オフラインで販売しており、全国の受験者が購入できる体制を整えている。マーケティング検定1級試験の過去問販売を検討中。

b. ウェブ開発

（情報公開、活動告知、CRMなど）

引き続き、広報PRの有効的ツールとして、対内外にむけて、協会に対しより興味・関心が喚起できるようなコンテンツづくりを目指す。デザイン、見せ方などを臨機応変に対応し改良を加えていく予定。

5. 関係機関との交流（定款第4条第5項）

a. 国内

◆ 他組織への支援と協力

当協会では、マーケティング関連分野のプロジェクト、催し物について、その事業の趣旨に照らし評価できるものについて後援・協賛・協力の名義を貸し出し評価するとともに、それらのプロジェクトにての登壇や出展を行うことで、当協会活動の告知・啓発機会として活用する。

b. グローバル

◆ アジア・マーケティング連盟（AMF）

アジア諸国のマーケティング団体の相互連携を進め、同地域のマーケティング分野におけるリーダーシップを発揮する。CPM(ASIA)資格認定制度、アジア・マーケティング・エクセレンス賞などの実施を通して、アジアにおけるマーケティングの普及啓発活動の実効をあげていく。

● AMF 理事会

日 程： 2026年5月

開催地： 日本・札幌で現地開催

● AMF 総会

日 程： 2026年10月

開催地： ザンビアで現地開催

6. 交流会（定款第4条第6項）

◆ JMA サロン

● 会員社トップの方々向けのコミュニケーションの場となっている夕食懇談会「JMA サロン」は45年目を迎える。協会会員の幹部の方々が多い中、一般の方々も加わり、情報交換と親睦の場としてJMA サロン自体のステータスをあげるようにする。

● 各界からトップの方々にふさわしい多彩な講師を迎えて、参加者との交流を深め、JMAの今後のネットワークづくりなども考え、運営をおこなう。

- 日 程 2026 年 7 月～2027 年 6 月 全 4 回
- 募集人員 40 名

◆ JMA メンバーズ・プログラム

- 日本マーケティング大賞 オンライン報告会
- マーケティング超入門講座
- 最新マーケティング・ムーブメント

新しいマーケティング手法開発、野心的な挑戦等を紹介し、かつ、JMA 会員社同士の絆造りを目指すイベント

JMA の会員社が、自社の独自のサービス、事業等をストーリー形式で紹介するセミナー。

当セミナーの機会を活用し、JMA 会員社の事業をより多くの人に知ってもらおうと同時にビジネスネットワークの拡大を目指す

- JMA オフィシャルサポートセミナー（2025 年度までの「セミナー&コンサルサポートセミナー」を改称）

60 年間の歴史を持ち、多数のセミナーを開催している JMA のノウハウとリソースを活用して、会員企業のセミナー開催をサポート

企画から、集客、運営、事後フォローまで、会員社による JMA でのセミナー開催を支援する。

7. 検定事業（定款第 4 条第 7 項）

◆ マーケティング検定

- 「誰でも、どこでも、いつでも」自分のマーケティングの理解力を深め、高め、測定ができる資格制度として 2017 年にスタート。コンピューターによる試験システム（CBT）の導入により、誰もが自分の地域の会場で、都合の良い日と時間を選んで受験することができる。会員企業にとって、従業員や学生の理解力や応用力を測る客観的な指標として広く活用されるよう PR 活動を充実させる。
- 2017 年には 3 級、2020 年には 2 級、2022 年 9 月に 1 級がスタート。
- 検定のスタートに伴い、出版事業や e ラーニング講座等、総合的に展開している。

8. その他

◆ 会員社リレーション促進活動

従来から行っている会員社リレーション促進活動だが、本年度は以下に重点におき、活動を行っていきたい。

- 企業訪問、事業活動を通じた入会プロモート活動の促進。
- 新入会員社懇親会
協会の活動内容を理解頂き、また新規に入会した企業紹介で相互に懇親を深めて頂く。
- 会員サービスの充実による、さらなる協会の魅力づくり。
- 既存の会員企業課題の把握とその解決方策検討と実施によるリレーションシップ向上。
- ホームページ内での会員専用ページの充実、および利用しやすいサイトづくり。
- 社内 LAN 整備などセミナー参加者にとって利便の良い環境づくり。
- デジタル技術の活用による会員メリットの拡充や、遠隔地に向けた会員への WEB セミナー等、会員サービスの拡充。

関西支部

1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）

a. 教育プログラム

◆ マーケティング・ベーシックコース関西

- 目的・狙い

- ①理論を体系的に、企業事例を併せて学ぶことにより、生きたマーケティングを修得。
- ②グループ別ワークショップで事業計画書を作成、発表の場でプレゼンテーションのスキルアップを図る「マーケティング戦略デザイン演習」で実践力を身につける。
- ③異業種交流によりマーケットとしての視野と知見を上げることができる。

- 日 程 2026年7月3日～9月4日の週1回 金曜日に会場参加型にて開催 全9回型

対 象 新しくマーケティング部門に配属された方、
または 基礎から学びたい方のための集中講座

募集人員 54名程度

- 内容と特色

- ①企業におけるマーケティングの全体像を体系的に理解する。
- ②マーケットに必要な課題抽出から解決策に導き出す基本視点とスキルの習得。
- ③理論と実務の架け橋をグループ別ワークショップ「マーケティング戦略デザイン演習」を通して習得することが出来る。

- 会場参加型で募集する。

◆ マーケティング・マスターコース関西

- 目的・狙い

高度なマーケティングスキルを習得し、日々の業務を遂行するに当たり課題を解決する能力をもった真のマーケティングスペシャリストとなる人材を育成する。

- 日 程 2026年6月～2027年3月原則週1回水曜日に会場参加型にて開催

対 象 実務を5年以上経験し、マーケティングにかかわる実務的な問題意識を有している
中堅社員

募集人員 15名

- 内容と特色

- ①マーケティングの実務経験が豊富で専門領域にも秀でた企業の実務家の方が「マーケティング・マイスター」としてカリキュラムの編成から講義・演習・論文指導を行う「マーケティング・マイスター制」
- ②マーケティングのスペシャリスト育成に必要な24のカテゴリーと127コマの講座で構成され、実践的カリキュラムと数々の演習・グループワークを取り入れている。とりわけ企業様より新事業テーマを頂きグループワークを重ねてビジネスプランを作り上げる「実践的事業創造演習」は当コース前半の高評価企画。
- ③当コース修了の要件として、事例研究論文の作成が必須。各自の関心の高いテーマを設定、企業ヒアリング、自主リサーチ、文献に基づく事例研究を論文担当アドバイザーの個別指導を実施する。
- ④JMA認定資格の授与。当コースを修了し、事例研究論文等一定の基準を満たした方にJMA認定の資格として「マーケティング・マスター」の称号を授与する。これまで第1～25期の当協会認定のマーケティング・マスターが459名誕生した。
- ⑤合同総会を毎年開催。第1期から現役受講生までとマーケティング・マイスターが一堂に会して期をまたがったタテ・ヨコの繋がりを深めている。
- ⑥会場参加で型開催。

- 鳥井道夫賞について

優秀論文 3 名を鳥井道夫賞として表彰。関西は第 11 期から新設、表彰している。

b. セミナー

本年度も関西マーケティング界が直面している課題を積極的に取り上げ、90 分～半日で開催するプログラムとして、人材育成と新たなマーケティング情報や事例研究の紹介を実施していく。

参加者が日々の業務に役立つ実践的内容を企画していく。

◆ JMA セミナー(セミナー部会)

「関西支部セミナー部会」委員からの企画提案によりタイムリーなテーマとゲストスピーカーを招き、最新のマーケティング情報に触れる機会を提供する。年 4 回のオンライン開催で計 80 名募集する。(90 分)

◆ JMA セミナー (JMA 企画)」

昨年度は支部で企画したセミナーを、7 月(富裕層ターゲット)、3 月(メディア向け)に開催。今年度も会員社様のビジネスに貢献できるテーマ及びゲスト講師を選び実施。(90 分)

◆ 女性マーケターの集い

女性マーケターとしての知識・技術を高める講義と、知性と感性を触発させ、幅広いネットワークを築く場を提供する。夏頃会場参加型開催で、22 名を募集する。(半日)

◆ メンバーズ・セミナー

関西地区会員社への会員サービスの一貫として「マーケティング超入門講座」を例年春と秋の 2 回開講。昨年の参加者は約 1080 名。大変好評につき今年度も春と秋の 2 回開催予定。

セミナーの中に、グループワークを取り入れ参加者同士のコミュニケーションの場を設け、さらに希望者での交流会を実施。(半日)

*秋については、さらに深く学ぶ実践編を検討中。(有料)

c. 研究会

委員会を設置し、研究会テーマの設定やゲストスピーカーを選定する。同時に研究会において委員及び受講生の交流を図る。ドラッグストア市場創造研究会の 5 回目を開催する。

◆ ドラッグストア市場創造研究会

Well Being 社会の実現に対する関心の高まりやデジタル化の加速により、ドラッグストア業界は大きな変革の途上 にあります。業界の第一線で活躍する方々から先端的な知識と情報を習得するとともに、講師や他の参加者とのネットワーク形成を通じた、知識創造の場を提供します。

日時： 2026 年 8 月～2027 年 3 月 原則月 1 回 午後開催 合計 8 回を予定

内容： 講義形式(計 6 回)、演習・発表会(2 回)を想定、21 名募集を目指す

2. 表彰 (定款第 4 条第 3 項)

◆ 日本マーケティング大賞

東京本部で行われる全体選考と平行して関西支部では「地域賞(関西地区)」の選考を行う。このため、第 1 次選考では 2 月 16 日に「小委員会」、最終選考では 3 月 12 日に「運営委員会」を開催し審議する

3. 出版 (定款第 4 条第 4 項)

◆ マーケティング情報紙「マーケティング・ビュー」

関西ならではのマーケティング視点に基づく企業情報や関西企業のエグゼクティブとのインタビューを通じて全国の会員へ情報発信を行う。年 4 回発行。広告は毎号 8 社(1 社は全頁広告、他は 3 段

広告) の出稿を得ている。

昨年度春号より PDF デジタル版を会員様に追加送付し、より多くの読者に発信。

九州支部

1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）

a. 教育プログラム

◆ JMA 九州 ワークショップ

- 「仮説力・企画力アップ・トレーニング講座」
～マーケティングの定石を使い、「逆算式マーケティング」の手法で仮説力・企画力を高める実践型ワークショップ。個人、チームでアイデアを出し合い、仮説力・企画力を高める方法を習得する。TOC 企業の新卒や TOB 企業向けとしてプログラムを最適化する。
- 日 程 2026 年 5 月 予定(1 日) 13:30～17:30
対 象 発想力あふれる新製品開発や人を動かす販促や広告を立案したい方
募集人員 20 名

b. セミナー・シンポジウム

本年度もマーケティング界が当面するタイムリーな課題を取り上げ、新たなマーケティング情報や事例紹介を行ってゆく。特に今年度は、AI との共創に必須のプロンプトについて、初級から上級まで、幅広いプログラムを揃え、スキルアップの機会を提供する。

◆ AI プロンプトセミナー（オンライン開催）

- 昨年度より開始した本講座を 2 年目も継続し、内容を拡充。ビジネスで AI 活用するビジネスパーソンを対象に、AI との共創のカギになるプロンプトを、初歩から上級プロンプトまで、幅広いプログラムを用意。また、ChatGPT の GPTs や Gemini の Gem を使った、ノーコードでの AI エージェント作成のカリキュラムも提供。めざましい勢いで進む AI 導入を先駆ける、ハンズオン形式の実践セミナー。講師は㈱電通 武田誠二氏。
- 日 程 2026 年 4 月～27 年 3 月 3 ヶ月に 1 回、計 4 回（予定）
対 象 ビジネスで AI 活用するビジネスパーソン（初心者から上級者まで、対象毎にプログラムを提供。
募集人員 90 名(1 回あたり)

2. 表彰（定款第4条第3項）

◆ 日本マーケティング大賞

2025 年において顕著なマーケティング活動を行った企業・団体・組織の活動及びプロジェクトを表彰する。九州支部では業務推進委員会を中心に、25 名の選考委員による九州地区選考委員会にて地域賞の選考、推薦を行う。

3. 情報収集・提供（定款第4条第4項）

◆ 情報・季刊誌「九州マーケティング・アイズ」

- B5 変形サイズ本文 48 ページを発行
人口減少社会によって、地域や企業の課題も変化し、新事業創造、人財、エンゲージメント、AI 活用と生産性など、複数課題が結びついています。マーケティング・アイズは、九州で唯一のマーケティング専門誌として、様々なビジネスパーソンの考え方、分析、戦略、取り組み事例などを紹介。ナレッジ共有の機会を提供し、地域や企業の価値創造に貢献。26 年 1 月号より体裁変更。装いを新たに、今まで以上に充実した誌面を目指す。
- 年 4 回（4 月、7 月、10 月、1 月）季刊で発行。今年度は 116～119 号を発行予定。
- 女性活躍、フェムテック、働き方改革 2.0、半導体、新事業・リノベーション、韓国・台湾ビジネス等を主要テーマとして扱う予定

◆ 九州に来訪する韓国人を対象としたビジネスについて情報サービス

九州において、インバウンドの国別数で台湾や中国本土の約 10 倍に及ぶ韓国人訪日客。若年層でリピーターが多く、知識が豊富で好奇心旺盛。小売や飲食・宿泊事業者のみならず、メディア、リサーチ、シンクタンク等の業界でのマネタイズ化を検討するため、定量調査「韓国人の日本に対する意識・実態調査」を実施。考察・検証をおこない、ビジネスシーズ発見やシナリオ作成、実証支援等をおこなう。

◆ ウェルビーイングに関する、国、自治体との連携・協力

女性活躍、人的資本経営、エンゲージメント、ウェルビーイングの分野で国や自治体が推進するプロジェクトや支援事業（※脚注）とジョイントし、当協会ならではの情報発信や企業支援をおこない、ウェルビーイングな地域の実現に貢献する。

※経済産業省近畿経済産業局「BE THE LOVED COMPANY PROJECT」同省九州経済産業局「個を活かす組織経営調査」福岡市「Well-being & SDGs 登録制度」「ふくおか女性活躍 NEXT」

北海道支部

1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）

a. 教育プログラム

◆ プロジェクトリーダー養成講座

- 「ケースメソッド方式」により、企業が実際に直面した経営課題を事例研究する。グループ討議を体験することにより、「分析力」「課題解決能力」「プレゼンテーション能力」を育成する。
- ビジネススクールで活用されている資料・手法で学ぶことにより、実務知識や体験履修が身につくことを狙いとする。
- 講師は、小樽商科大学名誉教授であり、現在は北海道武蔵女子大学経営学部経営学科教授としてより実践的な理論・講義を展開する一方で、ゼミナールでは学生達と地域活性化の実践に意欲的に取り組む近藤公彦先生に務めていただく
- 日 程 2026年7月～8月（予定）全6回
対 象 企業で中枢を担う中堅社員・中間管理職・グループリーダーの方。
募集人員 販促企画・宣伝・マーケティング部門で専門能力の向上を目指す方。

b. セミナー・講座

本年度もマーケティング業界が当面するタイムリーな課題を積極的に取り上げる。

短期間（1日または3日間程度）で開催するセミナープログラムとして、「人材育成」や「マーケティング情報の提供・事例紹介」を目指して実施をして行きたい。

参加者が現場に戻ってすぐに役立つ、実践的内容を企画して行く。

デジタルマーケティングやソーシャルメディア、情報ネットワークなど新しいマーケティング手法を始めとして、広告コミュニケーション・メディア情報など、幅広いテーマの紹介に努める。

募集人員は10名～50名

- テーマ戦略セミナー（マーケティングを中心にタイムリーなテーマを提供）
- 企画力養成セミナー
- デジタルマーケティング実践セミナー
- 特別セミナー

2. 表彰（定款第4条第3項）

◆ 日本マーケティング大賞

2025年において顕著なマーケティング活動を行った企業・団体・組織の活動及びプロジェクトを表彰する。北海道支部においては北海道内の協会会員社・理事・選考委員の皆様より北海道地域賞に最適と思われるプロジェクトを推薦いただき、北海道選考委員会で受賞プロジェクトを選考。

規模の大小に拘らず、小さくてもキラリと光るマーケティングもとりあげる予定。北海道地区選考会にて北海道地域賞を決定し、東京での最終選考会に於いて承認を受ける。

8月下旬から9月上旬に北海道地域賞受賞社のオンライン受賞記念講演会を予定。