

第一号

# 2025 年度・事業計画

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

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 基本方針.....                  | 1  |
| 東京本部.....                  | 2  |
| 1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）..... | 2  |
| a. 人材育成・教育プログラム.....       | 2  |
| b. セミナー.....               | 3  |
| 2. 研究・調査（定款第4条第2項）.....    | 4  |
| a. 研究会プロジェクト.....          | 4  |
| b. 調査.....                 | 4  |
| 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）.....  | 5  |
| a. 出版.....                 | 5  |
| b. ウェブ開発.....              | 5  |
| 5. 関係機関との交流（定款第4条第5項）..... | 5  |
| a. 国内.....                 | 5  |
| 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）.....     | 6  |
| 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.....                  | 10 |
| 1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）..... | 10 |
| a. 教育プログラム.....            | 10 |
| b. セミナー・シンポジウム.....        | 10 |
| 2. 表彰（定款第4条第3項）.....       | 10 |
| 3. 情報収集・提供（定款第4条第4項）.....  | 11 |
| 北海道支部.....                 | 12 |
| a. 教育プログラム.....            | 12 |
| b. セミナー・講座.....            | 12 |
| 2. 表彰（定款第4条第3項）.....       | 12 |

## 基本方針

2024 年度に実施した弊協会の事業に関しては、その殆どすべてにおいて継続し、発展拡大を目指すことにしている。加えて 2025 年度においては以下の三点を新しく重要課題として対応して行く方針である。

### ① DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進

2024 年度 11 月に弊協会の Web サイトを一新したが、表面上のデザインにとどまっており、バックヤードでの承認、課金、決済、回収業務に関してはアナログ的な手作業に頼っているのが実情である。2025 年度はそれらすべてをデジタル化して各種のメニューにご登録頂いた方に瞬時に返信できる大手企業の EC サイト並みにレベルアップして将来の弊協会の事業拡大に備える事とした。また登録会員者のすべてをワンアカウントで管理して one-to-one マーケティングの手法を活用したコミュニケーションができるようにする予定である。業務会計を現金主義から発生主義へと改め、迅速な予算管理が可能となるようにすることも考えている。YouTube を中心としたソーシャルメディアを利用して弊協会の PR 活動を活発化させて行く方針である。

### ② 海外マーケティング諸団体との連携の強化

海外のマーケティングの新たな知見を迅速に会員の方々にお伝えする事が重要であると考えている。先ず Dentsu Creative Global が実施した世界の CMO 950 名の意識調査の報告セミナーを実施する事が決定。このようなマーケットにとって興味深い海外案件を探しつつタイムリーにセミナーの企画・立案を行っていく予定である。また、来年度のアジアマーケティング連盟の年次総会を札幌市で開催する事となった。このため一層強化される協力関係の中で今年度からアジアのマーケティングの最新状況を紹介できる回数を増やせるように心掛けて行く。

### ③ グループワーク型勉強会の新設

Zoom 等による遠隔会議システムや YouTube ユーザー数の急速な拡大により、レクチャー方のセミナーはその多くがオンラインで行う事が可能となった。しかしながら数人で特定のテーマについて議論して、グローブ毎に考えを発表しあい、深い理解を得るといった形式についてはオンラインでの開催が馴染まない。弊協会の様に参加者が一堂に集まることが出来る会場を所有していることが必要な条件となっている。すでに弊協会ではドラッグストア研究会等いくつかの勉強会を主催してきたが 2025 年度も幾つかの勉強会を立ち上げて行きたいと考えている。既に構想段階にあるものとしては、①マーケティングにおける AI 活用の現状と可能性についての勉強会②企業内アントレプレナー養成の為の勉強会③英語とマーケティングを外国人講師から直接学ぶ勉強会などがある。

## 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1～30期の当協会認定のマーケティング・マスターが誕生した。現在、第31期マーケティング・マスターコースを実施しており、こちらは7月に修了予定。次期、第32期は時代の変化に則した改編を予定している（コース名の変更も予定）。
- マスターコース修了生は、第1期から今期第31期までを合わせると、1264名のコミュニティとなり、今年度よりアルumniを結成し全世代合同のOB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する。

##### 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、真のマーケター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 2025 年 9 月～2026 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。青山学院大学大学院国際マネジメント研究科教授 黒岩健一郎氏をコース委員長に招聘し実施する。

- 日 程 2025 年 8 月 4 日～8 月 7 日

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 軽井沢プリンスホテル

募集人員 30 名

#### b. セミナー

セミナーに関してはオンラインセミナーにおける多くの知見が積み重ねられてきた。本年度もオンラインセミナーを中心に、オンライン・オフラインを併用したセミナーを増やし、マーケティング界が当面する課題を積極的に取り上げ、1 日または 2 日間程度で開催するセミナー実施を計画していく。

また、オンライン化による“短時間・短期間でスピーディー”な開催サイクル・どこでも参加できる利点などを十分活かし、拡張するマーケティング課題をより早くキャッチアップできるように 2021 度から、JMA 発のセミナーを毎週 1 回ほどのサイクルで開催できるように JMA 各支部と連携して JMA 全体でセミナーの企画から運営まで毎月オンラインでの検討会議を開催しており、本年度も継続していく。

拡張するマーケティング課題に合わせて各支部とも連携して、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、国外も合わせオンライン・オフラインの併用も増やして積極的にすすめていく。

内容的にはマーケティング手法の習得を通じた人材育成や定点観測レポートを紹介する定番型の「定例セミナー」と新たなマーケティングテーマと事例紹介を主とした「企画セミナー」に大別し、それぞれをバランスさせ開催していく。

募集人員は。オフライン 30 名～120 名・オンライン 50～1,000 名

◆定例セミナー(会員社から人気の高い定番セミナー)

- 生活者のトレンド
- 情報メディア白書 2025 セミナー
- インサイトスクール (インサイトユニバーシティ)
- ウェルビーイング・セミナー
- 「ヒューマンキャピタルマーケティング研究会」をはじめとする、社会課題解決にむけた研究会

◆企画セミナー

(セレクトしたテーマやホット・ 이슈、トレンド)

- マーケティングの未来展望に関するセミナー
- グローバル戦略関連のセミナー
- デジタルマーケティング関連のセミナー
- メディア環境、コミュニケーション関連のセミナー
- DX、IoT、AI、VR など 技術革新に関するセミナー
- 特化した影響力あるターゲットの セミナー
- SDGS マーケティング・セミナー

◆その他

- 外部団体とのコラボレーション セミナー・イベント

## 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。
- ミライマーケティング研究プロジェクト 「ミライマーケティング研究会」  
2019 年 JMA で開催したキックオフ記念セミナーからスタートしたミライマーケティング研究会(産業能率大学 小々馬敦ゼミ主催・JMA 後援)は、オンラインセミナーを中心に若者研究者の研究報告とネットワーキングを継続的に実施している。本年度も JMA でのサポートをさらに深め、JMA における若者市場研究のネットワークを拡げ共同プロジェクトを充実させていく。
- 「社会問題解決型ビジネス・トランスフォーメーションセミナー」  
2023 年 9 月～10 月に全 5 回開催した当セミナーは、社会問題解決型ビジネスの先進事例の紹介 3 件、新規ビジネスを創出する実践手法 3 件の講演と、異業種同士のワークショップで新規事業のアイデアを検討提案するなどの多彩なラインナップで好評を得た。本年度も第 3 弾を実施すべく企画している。

### 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

2024 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。

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取り上げる予定。賞としては、「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」を設ける。発表・表彰式は 2025 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。

### 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」

年 6 回 Web にて掲載（更新は年 18～20 回を予定）。冊子は年 4 回季刊ダイジェスト版を発行

編集委員や関係者の尽力のもと、独特で新鮮なマーケティング情報を盛り込んだ誌面づくりを目指してゆく。毎号特集テーマを掲げ、実務家読者に役立つ誌面作りを心がけてゆきたい。

本年度はNo.787～790 号の発行予定。

#### ◆ 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

当協会では直接的に関係の無い団体・組織でも、営利目的ではないマーケティング関連分野のプロジェクト、催し物を表彰し、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顕彰し永く榮譽を称えることとしている。

#### ◆ 関東学生マーケティング大会

関東圏にあるマーケティングを専攻しているゼミが集結し、11 月の発表に向けて研究発表・討論を行う場を継続して支援してゆく。それぞれ研究分野が違うゼミ・興味が違う学生と多く触れ合うことで互いを高め合い、自分達の研究テーマの幅を広げてもらうことを目的とする。当協会では講師派遣、審査委員、企業とのアテンド等における後援、および学生と企業人の交流の場の提供等を積極的に行っている。

また、本大会の一環として、学生が企業で実際のマーケティングの現場を学ぶ「チャレンジ・プロジェクト」も全面サポートしている。



## 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： 2025 年 5 月

開催地： 中国・西安で現地開催

- AMF 総会

日 程： 2025 年 10 月

開催地： モンゴル・ウランバートルで現地開催

## 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 4 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 2025 年 7 月～2026 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いと同時にビジネスネットワークの拡大を目指す

- JMA セミナー&コンサルサポート

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

### ◆ 会員活動

従来から行っている会員活動だが、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、事業活動を通し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。
- 既存の会員企業とのリレーションシップの向上。
- 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 2025年7月4日～9月5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 57名

- 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 2025年6月～2026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 16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1～24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、短期間（1 日程度）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。

### ◆ 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、30 名を募集する。

### ◆ JMA 例会

「月例部会」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 68 名募集する。

### ◆ 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。昨年は 97 名が参加、有料参加者は 13 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る。

### ◆ 企画セミナー「JMA オンラインセミナー」

昨年度は支部主催の JMA オンラインセミナーを、10 月、2 月に開催。今年度はコンテンツを絞り込み参加者が見込めるテーマ及びゲスト講師を選び実施予定。

## 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 社会の実現が注目される中、健康拠点に加え、多様な商品・サービスの提供による社会的基盤としての役割を期待される「ドラッグストア」が、今後、益々注目されている。ドラッグストア業界にフォーカスをあて、今後どのように変化してくのか？について学びながら、「人脈」や「知識から知恵への変換」が出来るような研究会の 5 年目を開催する。

日時： 2025 年 7 月～2026 年 2 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、27 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 7 日に「小委員会」、最終選考では 3 月 7 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。

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する。

## 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

##### ◆ デジタルシフト超実践講座（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、内容をより充実させる。この分野の講師陣は実務経験者が欠かせないため、これまでの実務者ネットワークを中心にカリキュラムを構成する。
- 日 程 2025年9月初旬～11月中旬の4日間・8講座（予定）  
対 象 企画・マーケティング部門担当者、新入社員～2、3年目若手社員  
募集人員 30～40名

##### ◆ マーケティング・ベーシックコース九州（リアル開催／復活）

- 一昨年は集客に苦労したため昨年休止した。しかし、一部リアル開催の有無についての問合せがあったため、入門者向けの潜在ニーズはあるものと思われる。会員各社の人事教育担当者を紹介してもらう中で、開催時期、規模を含めてニーズに応えたカリキュラムを検討したい。（短期開催など）
- マーケティングの基礎を学び実践能力の醸成を図ることを目的として、学者及び民間企業の実務者を中心とした講師陣のもと、マーケティングを学ぶ場を提供する。
- 日 程 2025年6月初旬～中旬の2日間・4講座（予定）  
対 象 企画・マーケティング部門担当者、新入社員～2、3年目若手社員  
募集人員 20～30名

##### ◆ 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を実践習得～  
リモートで誰でも利用が可能なZoom ホワイトボード（共同作業に適したデジタルホワイトボード）などのオンラインツールを活用して個人、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。
- 日 程 2026年3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。

特に今年度はマーケティング業務に関わる者同士のコミュニティを形成する取り組みことを始めていきたい。

##### ◆ JMA 例会

アイズ編集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、会員企業向けに最新のマーケティング情報に触れる機会を提供する。年2回のリアル開催で計30名募集する。

##### ◆ その他

ブランディング、ダイレクトマーケティング、地域の食・観光などの資源に係るセミナーなどの開催、戦略創発会議の提案など

### 2. 表彰（定款第4条第3項）

#### ◆ 日本マーケティング大賞

2024 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とした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 サイズ本文 28 ページを発行

マーケティング動向について一歩先の情報を提供する九州唯一のマーケティング情報誌。

九州地域の特徴・特色を踏まえつつタイムリーな話題を紹介していく。

年 4 回（4 月、7 月、10 月、1 月）季刊で発行。今年度は 112～115 号を発行予定。

## 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、小樽商科大学ビジネススクールでより実践的な理論・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教授に務めていただく。
- 日 程 2025年6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4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

2024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推薦をいただき、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採りあげる予定。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月には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。