

第一号議案

2022 年度・事業報告(案)

自 2022年4月 1日

至 2023年3月 31日



公益社団法人

日本マーケティング協会

目次

目次.....	- 1 -
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 研究会	- 6 -
③ セミナープログラム	- 7 -
④ JMA+	- 8 -
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】	- 8 -
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】	- 9 -
5. マーケティングに関する研究に対する支援【定款第4条第5項】	- 11 -
6. PR活動や会員サービス事業.....	- 11 -
7. マーケティング検定に関する運営【定款第4条第7項】	- 16 -
II. 2022年度新入会員社.....	- 17 -
III. 関西支部事業報告	- 18 -
1. 人材育成・教育【定款第4条第1項】	- 18 -
2. セミナー【定款第4条第1項】	- 20 -
3. 情報発信【定款第4条第4項】	- 22 -
4. 第14回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第4条第3項】	- 22 -
IV. 九州支部事業報告	- 24 -
1. 人材育成・教育【定款第4条第1項】	- 24 -
2. セミナー・講演会【定款第4条第1項】	- 25 -
3. 情報発信【定款第4条第4項】	- 25 -
4. 第14回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第4条第3項】	- 26 -
V. 北海道支部事業報告	- 28 -
1. 人材育成・教育【定款第4条第1項】	- 28 -
2. セミナー【定款第4条第1項】	- 28 -
3. 第14回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第4条第3項】	- 29 -

概況

入退会

2022年度はコロナ禍の影響の余波を受けて、26社もの退会が発生したが、一方でリスクリングの必要性が叫ばれ始めたことが良い方向に影響し、22社の入会申し込みがあった。主な新規入会企業としては、京セラ、旭化成、NTTPC コミュニケーションズ、ヤマダホールディングスなどがあげられる。

業績

2022年度は、最終損益 6,716,044 円の黒字を計上達成することができた。昨年度に比べると黒字の幅は減少したが、各種の活動がオンラインからリアル開催をとシフトしてきたために、経常費用の増加が会場費、運営費を中心に 1,683,373 円増加したことが主なる要因である。事業収益に関しては、12,680,225 円の増加と順調に推移したが、雇用調整助成金が 10,608,376 円昨年比べて減少した。

基幹教育研修

入社 5 年～10 年の社員を対象にしたマーケティング・ベーシックコースは完全オンラインで実施した為、196 名の参加者のうち約 3 割が関東圏以外からの参加となった。今まで受講が不可能だった地方からの参加が増えたことは、「マーケティングの普及・啓蒙」に大いに役立ったと言える。40 歳前後の幹部候補生を対象にしたマスターコースはハイブリッドでの開催とした。受講者の希望でオンラインか教室かを選べる形式にしたが、徐々に教室参加の割合が増えて行き、最大で 9 割の受講者が教室参加となる講義も現れた。また、6 社 7 名が初参加であった。幹部社員を対象としたエグゼクティブコースは参加者同士のコミュニケーションを重要視し逆にリアル開催としたが、昨年度に比べて 4 名増の 15 名に参加となりコロナ以前の規模へと近づく手ごたえを感じる事が出来た。

セミナー・研究会

セミナーの実施回数は昨年と同数の 60 回を数えることが出来、最低週一回情報発信の場としてセミナーを開催するといった目標は達成することが出来た。セミナー参加者は 4,475 名から 6,448 名と約 50%の増加を見たが、増加分の半数はスポンサードされた無料セミナーによるものであった。昨年度は参加者が教室に出席して講義を受ける形式は 1 回のみだったが、2022 年度は教室での講義やオンラインでも受講できるハイブリッド型のセミナーを合計で 12 回開催することが出来た

日本マーケティング大賞

第 14 回日本マーケティング大賞はコロナ禍でオンライン開催したが、6 月 16 日の総会に合わせて高輪プリンスホテルで表彰式を行うことが出来た。グランプリにはアサヒビールのスーパードライノベティブマーケティング～With コロナ時代の新しいビール飲用価値～、準グランプリにはコロナ禍のピンチをチャンスに！300 万個売れるヒット商品&週間 200 万回利用の顧客体験変革で堂々のメイク市場 No.1 達成！KATE「no more rules.」パーパスブランディング花王㈱「KATE」が選ばれた。

ワールドマーケティングサミット オンライン

昨年度に続き各国でのツアー開催からグローバルなオンラインでの開催となった。11 月 6 日から連続 48 時間にわたって、各国のマーケター約 110 名が、サステナブルな社会を形成していく上でマーケティングがどのように貢献しなければならないかについて語りあった。日本からはサントリーの小野執行役員、早稲田大学川上教授等にご登壇いただいた。ビデオオンディマンドで昨年までの 1 ヶ月間録画へのアクセスが可能となった為、全世界での聴講者は約 5,000 万人に達した。

マーケティング検定

マーケティング検定が発足して以来 5 年が経過した。従来から懸案となっていた 1 級試験を 9 月 25 日に開催することが出来た。受験者数は順調に増加して来ており 2022 年度は 3 級受験者数約 3,470 名、2 級受験者数 910 名、1 級受験者数 60 名を達成することが出来た。また、問題集も 2022 年度改定版を新たに発行することが出来た。

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・リサーチの現状に関する調査

- ・ 『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』は、1985年以降隔年で実施してきた調査で、これまでマーケティング・リサーチが経営・マーケティング活動を実践する上で意思決定にどう役立っているかなど、企業の活動実態を報告している。
- ・ 2022年度は、現在のマーケティング・リサーチの現状についてのディスカッションや外部での調査やデータ分析についてヒアリングなどを行い、マーケティング・リサーチについての現状把握をすすめた。

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

- ・ カリキュラムは別表の通り
- ・ 指導講師 顧問 恩藏 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
指導講師 橋田洋一郎氏 専修大学 経営学部教授
坂下 玄哲氏 慶應義塾大学大学院 経営管理研究科教授
結城 祥氏 神戸大学大学院 経営学研究科准教授
芳賀 康浩氏 青山学院大学 経営学部教授
須永 努氏 早稲田大学 商学大学院教授
田嶋 規雄氏 拓殖大学 商学部教授
松下 光司氏 中央大学大学院 戦略経営研究科教授
石田 大典氏 日本大学 商学部 准教授
横山 斉理氏 法政大学 経営学部 教授
- ・ 実施期間 夏期水曜コース 2022年6月1日(水)～7月20日(水) 8回 66名
木曜コース 2022年6月2日(木)～7月20日(水) 8回 35名
秋期木曜コース 2022年10月13日(木)～12月8日(木) 8回 60名
金曜コース 2022年10月14日(金)～12月8日(木) 8回 35名
- ・ 会場 オンライン開催

◆ マーケティング・マスターコース

- ・ 22年7月には第28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

ソロ社会日本のキープレイヤー「中高年ソロ男性」へのマーケティングアプローチ

森永乳業(株) 内門 将彦氏

優秀論文 3点

「〇〇世代」の呪縛から脱却する、親マーケティング

～基礎調味料におけるロイヤル化サイクルモデルの構築～

キッコーマン食品(株) 下田 麻未氏

グローバル B2B 事業をドライブする「共創マーケティング」のあり方

パナソニック コネクト(株) 川口 美樹氏

ヘルステックを含む月経前症候群(PMS)対処ビジネスのバリュー・プロポジションに対する考察

ライオン(株) 新藤 愛氏

【第29期マーケティング・マスターコースについて】

- ・ 現状の現場で必要とされるマーケティング課題をカリキュラム内容に反映し、今期もコースを開講している。会場受講とオンライン受講が混在するハイブリッド形式にて実施中。
- ・ 実施時期 2022年9月7日(水)～2023年7月26日(水)終了予定
- ・ 参加者 30名
- ・ 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

2022年9月時点(社名50音順)

【マイスター代表】

小泉 篤氏 花王(株) 執行役員 コンシューマープロダクツ事業統括部門 グローバル事業推進センター長

【マイスター】

伊賀 聡氏 株アキラカ 代表取締役

松田 貴夫氏 アクサ生命保険(株) 取締役専務執行役員兼チーフマーケティングオフィサー兼アジア地域担当カスタマープロポジション部門長

遠藤 真也氏 株朝日新聞社 総合プロデュース本部営業推進部マーケティング担当部長

秋元真理子氏 株旭リサーチセンター シニア・リサーチャー

石井 龍夫氏 アドビ(株) エグゼクティブフェロー

長崎 貴裕氏 株インテージ 取締役執行役員 CDO 経営推進本部長

大泉 裕樹氏 株インテグレート エグゼクティブコンサルタント

福德 俊弘氏 株エイチ・アイ・エス 常勤顧問

戒田 好範氏 株ADK マーケティング・ソリューションズ EX プランニングセンター ブランドデザインユニットシニア・プランニング・ディレクター

豊田 実氏 エコートレーディング(株) 代表取締役社長

山口 修氏 NTTコミュニケーションズ(株) ソリューション&マーケティング本部デジタルマーケティング部ソリューションDX部門部門長

近藤 精一氏 株NTTPC コミュニケーションズ 経営企画部長

伊藤 邦宏氏 株NTTドコモ スマートライフカンパニー コンシューマーマーケティング部長

向井 英伸氏 株オリエントコーポレーション 常務デジタルマーケティンググループ長

西川 昌人氏 花王(株) 生活者情報開発部コラボレーション・フェロー

宮地 雅典氏 カゴメ(株) 執行役員 野菜をとろうキャンペーン推進室長

根岸 伸明氏 キックマン(株) 執行役員 法務・コンプライアンス部長

音部 大輔氏 株ター・マーケティング・カンパニー 代表取締役

多田 誠司氏 サントリー食品インターナショナル(株) ブランド開発事業部部長

和田 龍夫氏 サントリー食品インターナショナル(株) SBFジャパン執行役員 コミュニケーション本部長

北原規稚子氏 資生堂ジャパン(株) 副チーフマーケティングオフィサー

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

和田 浩史氏 ソフトバンク(株) コミュニケーション本部アライド統括部統括部長

鬼木 美和氏 株大広 東京第1BAP本部副本部長兼D2Cビジネス推進局局長

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

磯島 拓矢氏 株電通 zero EPD

戒田信賢氏 株電通 事業共創局 ストラテジスト

作田 賢一氏 株電通 ビジネストランスフォーメーション・クリエイティブ・センター長

田中 耕平氏 株電通 第1統合ソリューション局 MD

長谷川雅典氏 株電通コーポレートワン 法務オフィス長

大倉 新也氏 株東急エージェンシー ビジネスデザイン統括本部副本部長 執行役員

長崎 桃子氏	東京電力ホールディングス(株) 常務執行役 最高マーケティング責任者兼 ESG 担当 兼チーフ・スポーツ・コース・アドバイザー兼エリアエネルギー・イノベーション事業室長
名和 正道氏	凸版印刷(株) 情報コミュニケーション事業本部デジタルセールス推進本部担当部長
福島 常浩氏	トランスコスモス(株) 上席常務執行役員
松田 良大氏	日本水産(株) ファインケミカル事業部 化成品二課担当課長
亀田 俊氏	一般社団法人熱中学園 事務局長
榎本 知佐氏	パーソルホールディングス(株)/イオンモール(株)/日本郵便(株) 社外取締役
加藤 昌治氏	(株)博報堂 UNIVERSITY of CREATIVITY 局長
黒澤 高次氏	(株)博報堂 クリエイティブ コンサルティング局長 ECD
中村 信氏	(株)博報堂 DXソリューションデザイン局局长 エグゼクティブマーケティングディレクター
原 節子氏	(株)博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局局长代理
関口 昭如氏	パナソニック コネクスト(株) デジタルカスタマーエクスペリエンス統括部長
貴田 晃氏	フレックス(株) 執行役員 自動車本部本部長
田中 大貴氏	(株)Paidy コーポレート本部長
永野 隆一氏	(株)マンダム 開発管理・OEM 企画部部長
佐藤 実氏	森永製菓(株) マーケティング本部健康マーケティング部長
谷口 竜太氏	森永乳業(株) マーケティング統括部統括副部長
南 暁氏	ライオン(株) ビジネス開発センター コンシューマーレジマーケティングリサーチ専任ディレクター
林 孝憲氏	楽天グループ(株) アド&マーケティングカンパニー Data&DXソリューション部ジェネラルマネージャー

【アカデミック・アドバイザー】

中野 香織氏	駒澤大学 経営学部市場戦略学科教授
豊田 裕貴氏	法政大学経営大学院 イノベーション・マネジメント研究科教授
横山 斉理氏	法政大学 経営学部経営学研究科教授
恩蔵 直人氏	早稲田大学 商学大学院教授
川上 智子氏	早稲田大学大学院 経営管理研究科教授

- ・ コース構成 5 領域制、計 122 セッション 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 年の開講より、第 1 期から第 27 期までの修了生総勢 1,200 名に上るマーケティング人材を輩出してきた。この、マーケティングに携わる一流の人材同士の巨大なコミュニティを活用すべく、「MARKETING MASTER ALUMNI」という同窓会を結成し、事務局で活用機会を促進している。
- ・ 特設 Web サイトを開設し、修了生同士の情報交換や活動の情報発信などを活発に行えるプラットフォームとして運用している。マーケティング・マスターコースへの指導参画や、協会事業に協力を頂けるメンバーシップ型のコミュニティとしていく。
- ・ 親睦を深める為の懇親会を年 1 回のペースで実施予定。

◆ マーケティング・エグゼクティブコース

- ・ 2 年ぶりにリアルで開催。
- ・ 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。
- ・ 新しくデザイン経営の講座を新設した。
- ・ 各回のテーマと講師は別記のとおりである。

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	JMA 理事長
	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管理研究科教授
	小田部正明氏	早稲田大学・ハワイ大学マノア校教授

岡崎 忠彦氏 (株)ファミリア 代表取締役社長
 永井 一史氏 HAKUHODO DESIGN 代表取締役社長
 山本 伸一氏 (株)チームボックス Growth Trainer
 瀬田 信吾氏 (株)ウィル・シード 代表取締役社長
 田中 安人氏 (株)グリッド CMO

- ・ 実施期間 2022年8月1日(月)～8月5日(金)
- ・ 参加者 15名
- ・ 会場 日本マーケティング協会 アカデミーホール

② 研究会

◆ 次世代マーケティングプラットフォームの研究

インサイトハブ

- ・ 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。
- ・ JMA インサイトハブを構成する活動は、最新のトピックを取り上げ、知識をアップデートするオープンセミナーSCHOOL(JMA インサイトスクール)とディスカッションを通じて問題解決の示唆を得るコミュニティスタイルのLAB(JMA インサイトラボ)に加え 本年から、インサイト理解の理論から実践例まで、網羅的に学べるオンライン講座(JMA インサイトユニバーシティ)を開催した。
- ・ コメンター

加藤 巧氏	江崎グリコ(株) 執行役員 上海江崎格力高食品有限公司総経理
小林 康二氏	日本コカ・コーラ(株) マーケティング本部ヒューマン・インサイト・リード
中村 淳一氏	Meta マーケティングサイエンスノースイーストアジア統括
鈴木 健氏	(株)ニューバランスジャパン マーケティング部ディレクター
大松 孝弘氏	(株)デコム 代表取締役社長

「JMA インサイトユニバーシティ」

開催日	テーマ	参加者
6月6日(月)	インサイト経営	348名
7月1日(金) 7月20日(水) 8月3日(水)	JMA インサイトユニバーシティ オンライン 3DAY 講座 インサイト理解の理論から実践例まで、網羅的に学べる 3DAY	22名
11月10日(木)	今年のカンヌはインサイトをどうとらえたか。	387名
会場：オンライン開催		

企業のサステナビリティと DX イノベーション ～次世代のトップランナーから学ぶ～

- ・ モデレーター 阿久津 聡氏 一橋大学大学院 経営管理研究所教授
- ・ 「急速な変化の時代」において、企業が確かなイノベーションを発揮するために押さえるべき潮流を、次世代のトップランナーという「現在進行形の事例」を通して学習する。
- ・ マーケティング・ブランド研究の第一人者である一橋大学大学院 阿久津教授や次世代のトップランナーとのディスカッション、参加者同士のグループワークを通して、参加者がイノベーションを起こすための重要なヒントを得て、新しい価値を創造するための知見の獲得していただくよう、研究会を行った。6回終了後は、懇親会を行いネットワーキングにも貢献した。
- ・ 開催期間 7月5日(火)～12月6日(火) 6回
- ・ 参加者 28名
- ・ 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

社会問題解決型 BX(ビジネス・トランスフォーメーション)セミナー

- ・ モデレーター 戒田 信賢氏 (株)電通 事業共創局
- ・ 大企業・スタートアップ・自治体・大学といったプレイヤーから社会問題解決型ビジネスの先進事例を学ぶ

- ・ 社会問題の専門家・事業企画のプロフェッショナルから社会問題解決型の事業構想の実践手法を習得
- ・ 企業の枠を超えた参加者同士のワークショップにより企画力の向上とネットワークを構築

開催日	テーマ	参加者
7月12日(火)	プレセミナー：社会問題が解決されないという社会問題と、わたしたちマーケターは、どう向き合っていくのか	260名
9月8日(木)～ 12月20日(火) 8回	社会問題解決型 BX(ビジネス・トランスフォーメーション)セミナー	31名
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		

③ セミナープログラム

◆ Z世代

開催日	テーマ	参加者
5月20日(金)	「世界のマーケターは、いま何を考えているのか?」～Z世代のインサイトと、ブランドの未来	72名
会場：オンライン開催		

◆ DX

DX 開催日	テーマ	参加者
6月24日(金)	「東大 先端物流科学がマーケティングを変える」ロジスティクス DX×マーケティングが拓く、アフター・タイムリーのマーケティング	52名
会場：オンライン開催		

◆ ウェルビーイング

開催日	テーマ	参加者
5月23日(月)	JMA ウェルビーイングセミナー第3回 Well-being 視点での新規事業創出の可能性を考える	107名
10月11日(火)	JMA ウェルビーイングセミナー第4回 Well-being 視点で考えるビジネスとマーケティング	54名
会場：オンライン開催		

◆ 危機管理

開催日	テーマ	参加者
2月17日(金)	事例から学ぶクライシスコミュニケーション	42名
会場：オンライン開催		

◆ サステナビリティ

開催日	テーマ	参加者
8月25日(木)	サステナブル・ブランディング講座 Summer School	34名
2月9日(木)	サステナブル・ブランディング講座 Winter School	16名
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		

◆ 事業戦略

開催日	テーマ	参加者
11月2日(水)	最適なマーケティングパートナーの見つけ方」ブランドや企業として、どうマーケティングに向き合っていくべきなのか	37名
会場：オンライン開催		

◆ データ分析、リサーチ

開催日	テーマ	参加者
10月14日(金)	マーケターのためのデータ活用術-西内啓の考える『データ活用のツボ』-	508名

11月25日(金)	マーケターのためのリサーチデザイン演習-西内啓と学ぶ『リサーチデザイン(データ活用の設計図)の基礎』-	11名
会場：オンライン開催		

◆ パーセプション

開催日	テーマ	参加者
7月26日(火)	「態度変容を狙え！」ORACASモデル開発者による「購入」「継続」までの態度変容を考える一時間	50名
12月14日(水)	パーセプション 市場をつくる新発想	89名
会場：オンライン開催		

◆ メディアの動向

開催日	テーマ	参加者
3月17日(金)	情報メディア白書2023セミナー「過去・現在そして未来へ～激変するメディア環境 まるわかり」	93名
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		

◆ トレンド

開催日	テーマ	参加者
3月27日(月)	アメリカ最先端業界レポート(GES篇)	186名
会場：オンライン開催		

④ JMA+

- ・ 2022年1月よりマーケティングの最新情報を集約した動画配信サービスを開始した。
- ・ デジタルマーケティング全般、DX戦略、ブランディング、インサイトに基づく商品開発など、豊富なラインナップから観たいコンテンツを自由に選べるスタイルで、リアルタイムでは参加できなかったJMA主催のセミナーの動画をスマートフォン・タブレット・PCなどの端末で観ることができ、多様化する参加者のニーズに対応するべく随時コンテンツを増やした。3月末時点で、72本の動画が掲載された。

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」(月刊・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
- ・ 本年度はNo.763～772号を発行した。
- ・ また、読者の拡大のため、WEB版ホライズンを開設。本誌発行後2カ月程度でアップした。
- ・ 本年度の特集テーマについては次のとおり。

2022年

- 5月 Z世代 ホントのところ
- 6月 アジアのプラットフォームたち
- 7月 時間と距離を越える学びの未来
- 8月 愛と美しさを信じ、守り抜く～私たちのゆずれない姿勢～
- 9月 生活者が思うCO2削減って何だろう
- 10月 日本が逃す新事業～スタートアップ戦略こそグローバルに～
- 11月 Step! ～Another Horizon に向かって～

2023年

- 1月 ココからはじめる2023
- 2月 近くを見つめなおす
- 3月 中年という絶滅危惧種

ホームページ

- ・ <https://www.jma2-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、定例の総会をインドネシアのバリ島で開催した。

- ・ AMF 理事会
日 程 2022 年 8 月 6 日(土)
開 催 地 オンライン開催
- ・ AMF 総会
日 程 2022 年 10 月 8 日(土)
開 催 地 インドネシア バリ島

◆ ワールド マーケティング サミット オンライン

2014 年から東京で開催してきたワールドマーケティングサミットは、コロナ禍の影響によりオンライン開催となった。世界的な経営者、指導者、研究者、ビジネス・リーダーが、それぞれの立場から未曾有の「危機を乗り越えるためのアイデア」を共有する目的で、世界 147 カ国以上で配信、視聴者は世界で 9,000 万人を記録。11 月 6 日(日)～7 日(月)の 48 時間ライブ配信と終了後 2 月 13 日までのアーカイブ配信によって、世界の一流の講演が自宅や職場で視聴できるようになり、新しい国際会議の在り方を提示した。

- 公式スポンサー： ネスレ日本(株)、(株)ロッテ、(株)博報堂、(株)電通、ライオン(株)、サントリーホールディングス(株)、トランスコスモス(株)
- WMS 戦略パートナー： 日本マーケティング協会、Kotler Impact Inc.
- 主催： ワールド マーケティング サミット ジャパン カウンシル
- メディアパートナー ダイヤモンド ハーバード ビジネス レビュー、
- 協力： 経済産業省、広島県、日本マーケティング学会、日本マーケティングリサーチ協会、Japan Innovation Network、Kellogg Club of Japan、次世代マーケティングプラットフォーム研究会、中部マーケティング協会、H&K Global Connections
- 開催日： 11 月 6 日(日)～7 日(月)
- 参加者： 344 名
- 会場： オンライン開催

関連セミナー

開催日	テーマ	参加者
6 月 28 日(火)	コトラーの「マーケティング 5.0」が未来を変える	109 名

会場：公益社団法人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

◆ その他の後援・協賛・協力

後援

開催日	名称	主催団体
4 月 6 日～8 日	第 5 回 Japan マーケティング Week 春	RX Japan(株)
	東京ビッグサイト	
7 月 6 日～8 日	第 14 回 Japan マーケティング Week 夏	RX Japan(株)

幕張メッセ		
9月28日～30日	第3回 Japan マーケティング Week 関西	RX Japan(株)
インテックス大阪		
5月31日～6月2日	Advertising Week Asia 2022	Stillwell Partners Inc.
東京ミッドタウン		
6月16日	2022 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
9月28日	US-Japan Rage Study 2022 真の顧客像に迫る 同時開催の CX 調査からえるもの	(株)ラーニングイット
オンライン開催		
11月1日	HMIC カンファレンス 2022	インフォーマ マーケッツ ジャパン(株)
日本橋ライフサイエンスビル		
11月13日	第33回シンポジウム「エフェクティブ VS. OODA ルー ーキーエンス、サイボウズの事例ー」	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
オンライン開催		
5月13日・6月17 日・10月27日・11 月29日	ミライ・マーケティング研究会	産業能率大学小々馬ゼミ
オンライン開催		
12月5日	マルチスクリーン型放送研究会テレビセミナー	マルチスクリーン型放送研究会
関西テレビ 会議室・オンラインのハイブリッド開催		
1月23日～11月5 日	第6回 経営と現場を結ぶ CX フォーラム 2021	東洋経済新報社・(株)ラーニングイット
オンライン開催		
2月16日～17日	CCAJ コンタクトセンタ・セミナー2023	(一社)日本コールセンター協会
グランパークカンファレンス オンラインのハイブリッド開催		
2月20日～21日	第62回 2023年 ジャパンパッケージングコ ンペティション	(一社)日本印刷産業連合会
日本印刷会館 2階会議室		
2月28日	第64回全国カタログ展 本審査会	(一社)日本印刷産業連合会
日本印刷会館 2F 会議室		
12月13日	第74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
日本印刷会館 2階会議室		
2月15日～2月17 日	第1回 Japan マーケティング Week オンライン	RX Japan(株)
オンライン開催		

協賛

開催日	名称	主催団体
9月13日～16日	第15回 国際物流総合展 2022	(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14日～16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4ホール		
10月12日～14日	TOKYO PACK 2022-2022 東京国際包装展	(公社)日本包装技術協会
東京ビッグサイト 東1～3・6ホール		
11月30日～12月2 日	第51回「日本プロモーション・マーケティング 協会展 2022」	(一社)日本プロモーション・マーケティング協 会

協力

開催日	名称	主催団体
10月16日～19日	朝日地球会議 2022	朝日新聞社
オンライン開催		

5. マーケティングに関する研究に対する支援【定款第4条第5項】

◆ 関東学生マーケティング大会支援

マーケティングを専攻する大学生が一同に会し、学問としてのマーケティングに磨きをかけ、熱い討論会が繰り広げられた。

- ・ 開催日 2022年11月26日(土)
- ・ 参加者 13大学 18ゼミ 約280名
- ・ 会場 立教大学池袋キャンパス・オンラインのハイブリッド開催
日本マーケティング協会理事およびマイスター等20名が審査員として参加
喜悦大学 國田ゼミ、慶應義塾大学 清水ゼミ、慶應義塾大学 里村ゼミ、専修大学 八島ゼミ、専修大学 奥瀬ゼミ、中央大学 久保ゼミ、中央大学 寺本ゼミ、東京経済大学 森岡ゼミ、東洋大学 石田ゼミ、法政大学 竹内ゼミ、明治学院大学 赤松ゼミ、横浜国立大学 鶴見ゼミ、横浜国立大学 寺本ゼミ、立教大学 有馬ゼミ、立教大学 高岡ゼミ、早稲田大学 久保ゼミ、早稲田大学 守口ゼミ、千葉商科大学 西井ゼミ、目白大学 鴫田ゼミ、埼玉大学 川端ゼミ
- ・ 共通テーマ 「未来をそうぞうするマーケティング」
- ・ 審査の結果 【総合賞】1位 早稲田大学 守口ゼミC班
「行列におけるソーシャルディスタンスが購買行動に与えた影響とその要因解明ーポストコロナの未来に向けてー」
【論文賞】1位 横浜国立大学 鶴見ゼミ1班
【リサーチ賞】1位 横浜国立大学 寺本ゼミ2班
【プレゼン賞】1位 早稲田大学 守口ゼミC班

6. PR活動や会員サービス事業

◆ 第14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2022年4月28日、実行委員会・運営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16日のJMA定時総会にて報告。9月16日のオンライン報告会で受賞企業に講演いただいた。受賞の盾は、郵送でお送りいたしました。
- ・ 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】(2021年8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	内田 和成氏	JMA 理事長(早稲田大学大学院 経営管理研究科教授)
委員	石井 直氏	JMA 副会長(㈱電通 会長(顧問))
	石原 進氏	JMA 副会長(九州旅客鉄道(株) 特別顧問)
	廣瀬 兼三氏	JMA 副会長(北海道新聞社 代表取締役会長)
	辰馬 政夫氏	JMA 副会長(㈱電通 執行役員 関西支社長)
	高石 一朝氏	JMA 専務理事

【選考委員会】

選考委員長	牧江 邦幸氏	日本経済新聞社 執行役員メディアビジネス担当
選考副委員長	磯貝 智崇氏	アビームコンサルティング(株) CRM セクター長兼執行役員
委員	恩藏 直人氏	早稲田大学商学学術院 教授

古川 一郎氏	一橋大学名誉教授、武蔵野大学 経営学部長
杉谷 陽子氏	上智大学 経済学部教授
奥野 圭氏	(株)フォトワークス 企画開発部 企画開発部チーフマーカー 横浜商科大学 非常勤講師
鈴木 禎久氏	(株)電通 執行役員(JMA 理事)
岩崎 拓氏	(株)博報堂 MDX ユニット 執行役員(JMA 理事)
岡山 晃久氏	パナソニック(株) コンシューマーマーケティングジャパン本部コミュニケーション部部長 (JMA 理事)
鈴木 裕一氏	産業経済新聞社 取締役 営業統括 媒体統括(JMA 理事)
吉田 竹毅氏	日本経済新聞社 コンテンツユニットユニット長補佐
鈴木由美子氏	(株)ロッテマーケティング本部情報クリエイティブ部部長
清水 二郎氏	アサヒビール(株) マーケティング本部副本部長執行役員
久保田 哲氏	大日本印刷(株) 情報イノベーション事業部 DX センター長

【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 研究開発局 エグゼクティブコンサルタント
	河西 章宏	日本マーケティング協会 関西支部 事務局長
	水戸 信之	日本マーケティング協会 関西支部 エグゼクティブマネージャー
	和泉 宏	日本マーケティング協会 九州支部 事務局長
	梶原 仁	日本マーケティング協会 北海道支部 事務局長
	伊藤 梓沙	日本マーケティング協会 業務推進局

日本マーケティング大賞の設立趣旨

『『日本マーケティング大賞』は、厳しい経済環境の中でも、企業・自治体・団体等の組織における新しいマーケティングやコミュニケーションの手法、もしくはビジネスモデルの開発を積極的に促すことで、消費者の生活の向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励し、マーケティングのプレステージを高めることを目的として2007年に発表、第1回は2009年より実施された。14回目となる本年は、日本の市場が成熟化する中で、成長につながる創意工夫が凝らされたプロジェクトが多くエントリー、厳選な審査の中から上記が選出された。

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： 社会に新しく需要を喚起、あるいは市場を再活性化した優れたマーケティング活動
<対象活動の具体例>

- ① 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
- ② 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
- ③ 新しい価値の提案やトレンドを生み出した活動
- ④ 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
- ⑤ グローバル市場で成果のあった活動
- ⑥ オリジナルな新しいビジネスモデルの構築
- ⑦ 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
- ⑧ 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
- ⑨ 規模が小さくても、キラリと光る活動
- ⑩ 地域特性を活かしたマーケティング活動
- ⑪ 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」)

募集期間： 2021年12月1日～2022年1月29日

結果発表： 2022年6月16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

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)

エントリー費用： 無料

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

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。

スーパードライノベティブマーケティング~With コロナ時代の新しいビール飲用価値~

：アサヒビール(株)

コロナ禍におけるビール飲用のインサイトを捉え、スーパードライ(以下 SD)から消費者が心から感動するイノベーションを提供する事に挑戦。

「SD 生ジョッキ缶」は、“缶ビールなのに、まるでお店の生ジョッキ”をコンセプトに新発売。商品特長としてフタが 360° 開き、きめ細かい泡が自然に出てくるので、ジョッキのようにゴクゴク楽しめる事、フタや飲み口は手や口が切れない安心設計である事が挙げられる。発売後、体験したお客様が次々に SNS へ発信し社会現象に。お客様が一気に集中した結果、全業態発売後の翌日に一時休売となった。

また「SD VIRTUAL BAR」では、“会えなくたって、乾杯!”をコンセプトに、日本でいち早く「オンライン飲み会」を開催。1 度に 1,000 人が集まれるプラットフォームでイベントやゲームを楽しみつつ、1,000 人で乾杯するという今までにないブランド体験を提供。新時代の新しい乾杯のカタチを作った。

● 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。

コロナ禍のピンチをチャンスに！300 万個売れるヒット商品&週間 200 万回利用の顧客体験変

革で堂々のメイク市場 No.1 達成！KATE「no more rules.」パーパスブランディング

花王(株)「KATE」

コロナ禍でメイクをする機会が減り、厳しい状況にあるメイク市場において、「no more rules.」(自分を縛る、ルールを壊せ)というブランドパーパスを起点に、「メイクにもっと自由を」という想いを、商品開発から顧客体験に至るまで、一貫して実現すべくパーパスブランディングへシフト。

マスクもメイクという、メイクの枠を超えた小顔シルエットマスクや、マスクをしていてもオシャレをしたいインサイトを捉えた、マスクを外しても色落ちしにくいリップモンスターの発売によって、メイク市場に新たな価値を提案。更に、コロナ禍における行動制限を、デジタル転換のチャンスと捉え、新しい自己表現メイクを 1to1 でサポートする LINE 公式アカウント内サービス「KATE MAKEUP LAB.」の開設、店頭での非接触型体験を可能にしたデジタルテスターなど、コロナ禍でも喚起した興味を逃さず顧客化するデジタル体験を創造し、顧客とつながりながら継続した情報発信を実現。

パーパスブランディングと DX でコロナ禍でのピンチをチャンスに変え、メイク市場全体で売上シェア No.1 を獲得。

● 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。

一夜限りの「流れ星新幹線」特別運行：九州旅客鉄道(株)

九州新幹線開業から 10 周年の節目を迎え、コロナ禍の日本、九州に希望の光を灯し、明るい未来を自分たちの手で繋いでいくため、新たなプロジェクトを発足した。

これまでの感謝の気持ちと、明るい未来を願って、一夜限りの「流れ星新幹線」を特別運行するという前代未聞の計画である。

そして、2021年3月14日、全国から寄せられた8,350点の願いを乗せて、「流れ星新幹線」が特別運行。沿線、ビューイング特設会場及び同時中継によるオンライン配信等、それぞれの場所やそれぞれの方法で多くの方々がこのイベントにご参加いただいた。

運行後の「流れ星新幹線」の反響は大きく、これまで築いてきた地域の皆さまとの絆を改めて感じることができたプロジェクトとなった。

なくそう、うちのフードロス。「B面レシピプロジェクト」：(株) Mizkan

「食品ロス」は世界的な社会課題である一方、「規模が大きすぎる」「一部の意識高い人の取り組み」と多くの生活者とはまだまだ距離がある。

より身近な解決策を見出すために、ミツカンが着目したのは「従来のレシピのあり方」。実はレシピには「1/2 個」や「1/3 本」などの分数表記が多いため、レシピ通りに調理すれば自然に食材が余り、家庭の「食品ロス」を引き起こしてしまう。

そこで、余った食材でもう1品作れるレシピを提案し、食品ロス削減を目指す「B面レシピプロジェクト」を始動。中でも食材をたくさん使う「鍋」の「B面レシピ」を広げるために、ミツカンの主力商品である「鍋つゆ」のパッケージ裏面にB面レシピを記載し、販売した。

「ごま豆乳鍋」の余り食材から「天津飯」が、「焼きあごだし鍋」から「あんかけ焼きそば」が作れるなど、「普段の料理」という小さな日常のアクションから食品ロス削減に自然に参加できるきっかけを提供した。

『剃るに自由を』 コミュニケーション：貝印(株)

刃物メーカーである貝印は、10代～20代のブランド認知率が低下し、ブランド高齢化が課題にあった。そこで、若年層が多様な価値観を持ち始めてることに着目。

100年以上お客様に寄り添ってきた貝印は、剃る剃らないの自由な選択ができる世の中を目指し、『剃るに自由を』をテーマにコミュニケーションを実施した。

第1弾は、バーチャルモデルを起用し、『剃るに自由を』を訴える広告を、若年層が集まる渋谷で実施。第2弾は、正しい剃り方や毛の知識を学ぶための本『FIRST SHAVE BOOK(ファーストシェイブブック)』を開発し、渋谷や教育機関で配布した。

結果として、若年層の認知率が10%増加し、ブランド高齢化の解決を果たした。

～工場で生まれるふぞろい品の発売でフードロス削減へ～『ジャイアントカプリコ<いちご>』

ふぞろい品：江崎グリコ(株)

工場の製造過程でチョコレート部分に空洞が出たり、形が少し欠けたりしたジャイアントカプリコを10個詰め合わせた「ジャイアントカプリコ<いちご>ふぞろい品」を発売。

製造工程で発生するふぞろいな形の製品を無駄にすることなく、フードロス解決の一助につなげたいとの思いから、社内の製品化基準を見直し、販売につなげた。社会課題として多くの消費者が関心を持っている「食品ロス」に対して、ユニークなアプローチで気づきを促すことができた。

「カタチがふぞろいだけどおいしさは変わらない、ふぞろいさも個性の一つとして認めて欲しい」というコミュニケーションも合わせて実施。

若年層を中心としてSNSでの支持が広がり、発売日には多くの方が江崎グリコのショップ「ぐりこ・や」に来店され、各メディアの報道に取り上げられた。

日本初！自治体が運営する移住の共創型オープンプラットフォーム「リモート市役所」

：長野県佐久市

「リモート市役所」とは、自治体初となるビジネスチャットツール Slack を活用した移住のオープンプラットフォームです。リモート市役所上で、佐久市や移住について、気軽にやりと

りができ、参加者同士で交流が持てるサービスとなっており、2022年5月現在で参加者数は1700名を超えました。

そして、「市民」や「移住希望者」、「関係人口」、「リモート市役所課長」、「職員」など、移住はしなくても応援したい、関わり合いたい人が、自身と佐久市への関係性や関わりしるに応じた「リモート市民」の枠組みも作りました。

また、このプラットフォームは、リモート市民同士の交流だけでなく、アイデアプラットフォームとしても活用できるようにしテーマす。

このアイデアプラットフォームから5カ月で、移住希望者のためのWEBサービス「Shijuly(シジュリー)」や、オンラインイベント「職員カイギ!」、ラジオ「FM リモート市役所」という3つのアイデアを具現化しました。

● 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 **モノづくりを実現する実学の実践拠点 THE GARAGE**：学校法人近畿大学

九州地区 **かしいかえん笑顔の閉園プロジェクト**：西日本鉄道株

北海道地区 **未来のきみに贈る歌(#ミラ歌)**：北海道新聞社(未来のきみに贈る歌実行委員会)

詳細は各支部報告ページに記載

第14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16日(金)	第14回 日本マーケティング大賞 報告セミナー	134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12日(火)	「ブランドの森 2022」シボジウム～急成長する「SNSの森」を解剖する～	22名
6月14日(火)	エムスリーが実践するヘルスケア分野における課題解決アプローチ	139名
9月5日(月)	CX時代の健康・機能性マーケティングに求められること	267名
12月12日(月)	ゼロから市場を作り上げたマーケティング戦略とは～機能性をマーケティングに活用する重要性～	375名
3月16日(木)	ヘルスケアの市場創造における「パーセプション」～消費者を適切な認識に導くマーケティング戦略～	543名
3月23日(木)	～15万人のリサーチデータから読み解く～生活者のSDGsへの意識や行動、企業に求めること	370名
3月30日(木)	マーケティングの新しい基本 顧客とつながる時代の4P×エンゲージメント～顧客体験の実装のために	443名
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		

JMA メンバーズセミナー

「マーケティング・ビギナーズセミナー2022」

開催日	テーマ	参加者
4月5日(火)	MARKETING BEGINNER'S SEMINAR 2022	403名
会場：オンライン開催		

「『プロ直伝！成功するマーケティングの基本と実践』 から読み解くマーケティング超入門講座」

開催日	テーマ	参加者
5月19日(木)	マーケティング超入門講座	44名
11月22日(火)	マーケティング超入門講座	118名
会場：オンライン開催		

◆ JMA サロン

新型コロナウイルスのため実施しなかった

7. 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 恩藏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。

◆ 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、昨年より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。

II. 2022 年度新入会員社

4 月	(同)チェリー (株)インテージヘルスケア マイボイスコム(株) 京セラ(株)	関西 本部 本部 関西
5 月	レクシスネクシス・ジャパン(株) (株)ヤマダホールディングス (株)ヴァリユーズ	本部 本部 本部
6 月	加藤産業(株)	関西
7 月	山田機械工業(株) (株)売れるネット広告社	本部 九州
8 月	(株)フォーバル (株)FoR	本部 本部
9 月	(株)博展 (株)エヌ・ティ・ティピー・シーコミュニケーションズ (株)メンバーズ	本部 本部 本部
10 月	サトーホールディングス(株) (株)グロース X	本部 本部
11 月	(株)プラップジャパン (株)Wedia	本部 本部
12 月	(株)WAOCON 旭化成(株)	本部 本部
2 月	(株)H. M. マーケティングリサーチ	本部

本部	18 社
関西	3 社
九州	1 社
合計	22 社

III. 関西支部事業報告

概況

支部活動トータルで予算を達成した。2年目を迎えたドラックストア市場創造研究会は予算人数をほぼ確保できた。またオンラインセミナー、JMA 例会は話題性のあるテーマ設定により、多くの方に参加頂き、予算達成に貢献した。

基幹事業であるマスターコース、ベーシックコースはリアル開催で行うことができた。ただコロナ前に行っていたコミュニケーションを深める懇親会などは十分に行うことが出来なかった。

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

- ・ コロナ禍ではあったが、原則リアル開催とし、感染対策を行ったうえで講義・グループワークを行う前提で募集。グループワークでも活発な議論が交わされ、受講者からの意見ではチームの交流について高い評価を受けた。ただ、最終発表会に関しては、感染状況を鑑み、派遣責任者はオンラインで参加、また懇親会は行わなかった。

- ・ 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 立命館大学 経営学部准教授

- ・ 実施期間 2022年7月1日(金)～9月2日(金) 9回 56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

- ・ コロナ禍ではあったが、感染対策をし、原則「リアル」で開催した。
グループワークも対面で実施することにより、活気ある議論が展開された。
修了式では、受講生と論文アドバイザーで約30名の方に、リアルで集まり修了式+懇親会を開催することが出来た
- ・ 実施期間 2022年6月10日(金)(開講式)～2023年3月10日(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 16名(14社)
- ・ 会場 中之島 NCB ビル JMA 関西支部会議室
- ・ 本年度で第22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22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

応援消費は一時的なのか 一応援消費をマーケティングに活用するには一

(株)マンダム 広報部 酒井美絵子氏

優秀論文 2点

産後ケア施設の普及可能性について

(株)博報堂 関西支社 第二ビジネスデザイン局第二プランニングチーム 松下裕美子氏

偶然を必然に変える パワーを持つネガティブな感情や体験の活用チャンス

江崎グリコ(株) グローバルブランドマネージャー付ポッキー企画グループ 植田 智子氏

第22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

(2022年6月現在・氏名50音順)

【マイスター代表】

細川 弓子氏 (株)マンダム ブランドマーケティング二部部長

【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
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 阪急うめだ本店イグナス・グリーンエイジ営業統括部ゼネラルマネージャー
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
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) エレクトロニックワーク社 コミュニケーション企画室長
大藪 範子氏	(株)ワコール WEB 販売事業部ウェアストア営業部ウェアストア営業企画課デジタル戦略アドバイザー
小川 謙一氏	(株)アサヒ・ファミリー・ニュース社 取締役
奥山 保雄氏	小林製薬(株) ヘルスケア事業部マーケティング部新製品開発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长
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 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 マーケティングプラットフォーム推進部 データ戦略担当部長
北村 栄治氏	(株)電通 PR コンサルティング 執行役員 関西支社長
木下 昌彦氏	朝日新聞大阪本社 メディアビジネス局 営業推進担当次長
木村 幸生氏	江崎グリコ(株) 執行役員 健康事業マーケティング部長 兼アイスクリームマーケティング部長
久賀田全計氏	三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング(株) コンサルティング事業本部経営コンサルティングビジネスユニットエグゼクティブ・ディレクター プリンシパル
黒田 滋氏	サントリーホールディングス(株) 関西担当 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	凸版印刷(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 経営企画部長兼新規事業開発部長
清水 隆広氏	宝酒造(株) 商品第3部部長
清水 憲彦氏	スプリングプランニング 代表
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 執行役員 中国支社長
杉本 宏治氏	月桂冠(株) 広域流通部 部長
杉本 大氏	ヤンマーホールディングス(株) 食事業推進室企画管理部部長
関口 聡氏	(株)ADK デジタル・コミュニケーションズ 代表取締役社長
田口 敬子氏	フジッコ(株) 開発本部 新領域開発部部長
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
辻本 建氏	西日本旅客鉄道(株) コーポレートコミュニケーション部担当部長
中尾 真範氏	六甲バター(株) 開発本部事業開発部長
永久 秀明氏	江崎グリコ(株) 執行役員 Glico Asia Pacific Pte.Ltd COO
西尾 光則氏	(株)電通 関西支社 リューション・デザイン局コネクションプランニング部シニア・リレーション・ディレクター
長谷川 想氏	(株)電通 電通メディアイノベーションラボ 研究主幹
菱田 和宏氏	(株)大広 DX 推進局局长
堀本 悟氏	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
松本 竜氏	読売新聞大阪本社 広告局営業政策部
宮本 博文氏	(株)Goldratt Japan バイアブルビジョンエキスパート
宗利 拓也氏	阪急阪神ホールディングス グループ開発室事業開発部部長
山田 則夫氏	(株)阪急阪神カード 常務取締役
山村 昇氏	日本山村硝子(株) 執行役員 プラスチックカンパニー社長
吉松 一隆氏	(株)博報堂 関西支社 第二ビジネスデザイン局第二プランニングチームリーダー

【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

◆ 関西 BtoB マーケティング研究会

- ・ 昨年同様に半日のオンライン開催とし、参加料金を抑えた。参加者数は少数であるが参加者とコーディネーターの神戸大学大学院南教授と BtoB マーケティング研究会委員の方々との活発な質疑応答で参加者には好評であった
- ・ コーディネーター 南 知恵子氏 神戸大学大学院 経営学研究科長・経営学部長
- ・ 委員 今井 直人氏 ダイキン工業 マーケティングリサーチ本部調査グループ長(課長)
- ・ /順不同 岸本 航氏 (株)電通 関西支社 リュウジョン・デザイン局 ビジネスコンサルティング 部部長
- ・ 杉村 誠氏 (株)凸版印刷 本社 万博 I R 推進室 室長
- ・ 高木 淳氏 古野電気(株) 船用機器事業部 営業企画部 部長
- ・ テーマ **マーケティング視点で考える SX(サステナビリティ・トランスフォーメーション)**
- ・ 実施期間 2022 年 10 月 6 日(木)
- ・ 参加者 16 名
- ・ 会場 オンライン開催

◆ ドラッグストア市場創造研究会 2022

- ・ 2021 年度、第 1 回目のドラッグストア市場創造研究会を開催させて頂き、参加者から大変好評を得たので、第 2 回目のドラッグストア市場創造研究会を開催した。月 1 回協会東京本部アカデミーホールにてハイブリッド開催、7 月より計 8 回開催。
- ・ 参加企業数 24 社 32 名の参加で、9 社の非会員社を含む。
- ・ コーディネーター 守口 剛氏 早稲田大学 商学部教授
- ・ 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 2022 年 7 月 5 日(火)~2 月 7 日(火) 8 回
- ・ 参加者 32 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】

◆ マーケティング・フォーラム

- ・ 第 4 回目のマーケティング・フォーラムは注目の「ウェルビーイング」をテーマに第一人者の内田教授の講演をお聞きした後、ウェルビーイングという概念とマーケティングがどのように関係するのか、(株)大広の荘野氏にモデレーターになっていただき質問形式で進化した。
- ・ フォーラム部会長 大政 剛氏 (株)大広 大阪ブランド・アクトイノベーション・ロデュース本部顧客価値開発局 局長
- ・ 講師 内田由紀子氏 京都大学 人と社会の未来研究院 教授
- ・ モデレーター 荘野 一星氏 (株)大広 育もう「ウェルビーイング体質」proj.
- ・ テーマ ~最先端のウェルビーイング研究から学ぶ~ **幸福な仕事って、なんだろう？**
- ・ 実施期間 2022 年 12 月 20 日(火)
- ・ 参加者 11 名
- ・ 会場 中之島 NCB ビル JMA 関西支部会議室・オンラインのハイブリッド開催

◆ **女性マーケターの集い【定款第4条第6項】**

- ・ 今回のテーマは「ファン・マーケティング」。新規顧客獲得がどんどん困難になる中で注目されており、その取り組みは事業に新たな価値をもたらしている。本セミナーでは、ファン・マーケティングいま一度ふり返った上で、「ファン・マーケティング」の最前線で活躍する女性マーケターから、その“実態”を講演いただいた。
- ・ コーディネーター **細川 弓子氏** (株)マンダム ブランドマーケティングニ部部長
福嶋 由美氏 公益財団法人博報堂教育財団こども研究所 上席研究員
- ・ テーマ ファン・マーケティング
- ・ 実施期間 2022年12月8日(木)
- ・ 会場 中之島 NCB ビル スカイルーム
- ・ 参加者 47名

◆ **JMA 関西例会【定款第4条第6項】**

- ・ 最先端でマーケターに知って欲しいと思うテーマを選定。クッキーレス・メタバースといったデジタル関係のテーマは非常に人気があった。また情報過多・超高齢化社会といった時代で新規顧客を拡大する事が難しい時代に対する「ファンベース」という考え方も多数の申し込みがあった。今後日本で重要になってくる「サステナブル・マーケティング」は内閣府の推進プログラムの紹介でもあるので、公益社団法人日本マーケティング協会として発信すべき内容として実施した。
- ・ 月例部会部長 **前田 浩希氏** (株)電通 関西支社 リューション・デザイン局エグゼクティブ・プロジェクト・ディレクター

開催日	テーマ	参加者
6月8日(水)	202回:クッキーレス時代のデジタルマーケティングとプラットフォームの潮流	70名
10月4日(火)	203回:~マーケティング・広告の変革~メタバースによってビジネスはどう変わる? 創造性の解放へ	83名
3月3日(金)	204回:~支持され、愛され、長く売れ続けるための~ファンベース	71名
3月23日(木)	205回:国のバイオ戦略から見たサステナブル・マーケティングへの期待	14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回ハイブリッドで開講。会員内での評判もよく全体で100名を超える参加者となった。受講後も、参加者の中から、講師への質問等もあがり、マーケティングに触れる機会を設けることができた。

開催日	テーマ	参加者
4月19日(火)	『プロ直伝!成功するマーケティングの基本と実践』から読み解くマ	46名
10月18日(火)	ケティング超入門講座 2022	69名
会場:中之島 NCB ビルスカイルーム・オンラインのハイブリッド開催		

◆ **一般セミナー【定款第4条第6項】**

- ・ 毎週1回オンラインセミナー開催の協会目標に対応して、支部として新規に4回開催した。

開催日	テーマ	参加者
10月27日(木)	コネクテッドTVのビジネスチャンスを探る	52名
会場:QUINT BRIDGE(NTT西日本)・オンラインのハイブリッド開催		
2月9日(木)	1から実践のファシリテーション講座	35名
2月21日(火)	ダイバーシティ発想でビジネスが変わる	17名
3月24日(金)	アメリカ最先端業界レポート(NRF編)	211名
会場:オンライン開催		

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5,000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 執行役員関西支社長

春号4月	トップインタビュー: 対談:	黒田 英邦氏 コクヨ(株) 代表取締役社長 長戸 大幸氏 (株)ビーイング 取締役相談役
夏号7月	トップインタビュー: 対談:	菅谷 富夫氏 大阪中之島美術館 館長 高本 隆彦氏 大興印刷 代表取締役
秋号10月	トップインタビュー: 対談:	市川 典男氏 象印マホービン(株) 代表取締役社長執行役員 竹井 淳平氏 (株)hakken 代表取締役
新年号1月	トップインタビュー: 対談:	吉川 秀隆氏 タカラベルモント(株) 代表取締役会長兼社長 神原 清孝氏 わくわくパーククリエイト(株) 代表取締役

4. 第14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)の選考を行った。1次選考は小委員会で候補6案件から3案件、「顧客体験創出のための飲料事業開発」象印マホービン、「モノづくりを実現する実学の実践拠点 THE GARAGE」近畿大学、「KOGEI Next」クリエイティブ・マネジメント/古美術鐘ヶ江に絞り込んだ。
- ・ 最終選考は運営委員会で実施し、候補3案件より選考した。地域賞は「モノづくりを実現する実学の実践拠点 THE GARAGE」近畿大学に決定。

運営委員会委員、及び地域賞選考小委員会委員 2022年3月現在

最終審査

関西支部長	辰馬 政夫氏	電通 執行役員関西支社長(JMA 副会長)
選考委員長	下村 真三氏	サントリー酒類(株) 常務執行役員 近畿営業本部長
選考委員	石井 淳蔵氏	神戸大学 名誉教授
	安場 孝氏	(株)朝日新聞社 大阪本社 メディアビジネス局局长
	木村 幸生氏	江崎グリコ(株) 執行役員 健康事業マーケティング部長、兼アイスクリューマーケティング部長
	久田英一郎氏	サントリー酒類(株) 近畿営業本部営業企画部企画担当部長
	清澤 優氏	(株)産業経済新聞社 大阪本社 メディア営業局長
	立田 真氏	(株)市場調査社 代表取締役
	萬谷 裕之氏	(株)大広 大阪ブランド・アクチベーション・ロケース本部副本部長
	前田 浩希氏	(株)電通 京都支社長 兼関西支社ソリューション・デザイン局 エグゼクティブ・プロジェクト・ディレクター
	戸堀 勇人氏	(株)日本経済新聞社 大阪本社メディアビジネス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 執行役員 関西支社長
	西村 健氏	(株)マンダム 代表取締役社長務執行役員
	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兼営業一部長
	坂本 裕寿氏	(株)読売新聞大阪本社 取締役広告局長
	角田 康之氏	ロート製薬(株) マーケティング&コミュニケーション部部長

一次審査 関西支部地域賞選考小委員会メンバー

委員長	木村 幸生氏	江崎グリコ(株) 執行役員 健康事業・新規事業マーケティング部部長
委員	永野 隆一氏	(株)マンダム ダイレクトマーケティング部部長
	久田英一郎氏	サントリー酒類(株) 近畿営業本部営業企画部企画担当部長
	中井 啓祐氏	(株)博報堂 関西支社 マーケティング・デザイン・ビジネス推進チーム・ビジネスプロモーター
	小林 淳男氏	(株)電通コーポレートワン 事業企画・関西ビジネス推進部

大政 剛氏 (株)大広 大阪 BPA 顧客価値開発局局長
水谷 浩樹氏 日(株)本経済新聞大阪本社 メディアビジネス 広告コミュニケーションユニットプロデュース部 シニアプロデューサー
角田 康之氏 ロート製薬(株) マーケティング&コミュニケーション部部長

モノづくりを実現する実学の実践拠点 THE GARAGE : 学校法人近畿大学

THE GARAGE は、大学と企業の垣根を超えたモノづくりの真剣勝負の場。地元東大阪や八尾の中小企業や教員、学生など、多様な個性をぶつけ合い、専門領域を超えた試行錯誤を繰り返しながら、共に社会問題に立ち向かう。

その具体的活動としては、

- ①東大阪のモノづくり企業が持つ特殊な素材を集めて常設展示す「MATERIAL ゾーン」設置。
地元企業の有する素材や新たな可能性を創造する素材などを展示。実際に手に取り、質感や重量などを直に感じることができ、施設に関わる地元企業、学生に対して、課題を解決する機会を提供。
- ②会員企業や学生・教員が自由に交流できる場の設置。
企業、学内リソースとを「マッチング」させ、新しいモノづくりに対する「コンサルティング」体制を確立。地元企業の課題や社会課題に対して、GARAGE を基点にモノづくりで解決していくための環境を整備した。

IV. 九州支部事業報告

概況

- ・今年度も基幹事業である教育研修、セミナーは引き続きオンラインで実施された。一方、リアル開催の要望も根強く、コロナが収束の傾向にあった9月以降はリアルでも開催した（D2C フォーラムイベント、ワークショップや季刊誌「アイズ」の編集会議など）。
- ・まず、研修事業である「JMA九州マーケティング・エントリーコース」（従来の「ベーシックコース」の名称を改めたもの）については、今年度もオンラインで開催した。昨年の参加者の満足度アンケートを基に、プログラムの内容を改めた。
- ・変更した主なポイントは
1. 全国向けのオンライン研修のため、講師陣については九州に限定せず、東京や関西のマーケティング関係者に講師をつとめていただいた。
2. 初日のマーケティング概論（産業能率大学 小々馬氏）の内容について、他の講師の方にも内容を共有していただき、プログラムとして整合性の高いものを心掛けた。
3. D2C やリサーチについて新たなコマを追加した。
- ・一般セミナーについては「顧客体験価値ランキング 2022」「D2C（ネット通販）【A/Bテスト】結果大公開セミナー」「コスパ病セミナー」をオンラインで実施した。
- ・また、リアルイベントとして、売れるネット広告社と共同で300人規模のリアルイベント「D2Cの会フォーラム 2022」を東京（渋谷）で開催した。趣旨はD2C（ネット通販）で急成長した大物経営者19名にスピーカーとして登壇していただき、成功のノウハウなどについて共有するというものであったが、D2C支援事業社の方々にもご参加いただき、学ぶだけでなく、業界での新たなネットワーク作りも行われた。この共催により、330万円増の収入を得ることができ、九州支部の予算を達成した。
- ・情報季刊誌「九州マーケティング・アイズ」は、100号～103号を発行した。100号は広告コンテンツとしてのオリジナルアニメの可能性に着目した「コンテンツマーケティングの現在」について特集した。101号では九州の起業にフォーカスし、「官民共働型のスタートアップ支援」について特集した。102号は「宇宙ビジネス」の最新動向について、103号では企業・学校・自治体における「LGBTQ+」取り組み動向について特集をした。
- ・オンライン化により九州の会員が、東京や関西で毎週開催されている研修・セミナーにもオンライン参加が容易になったことであるが、最近では実際に足を運んでの出張参加も散見されるようになってきている。
- ・支部入会社は1社、退会は1社であった。

1. 人材育成・教育【定款第4条第1項】

◆ マーケティング・エントリーコース

- ・マーケティングの基礎を1から学び、更に実践の場で活用することを目的とするセミナー。対象は、マーケティングに関わる企業に入社された方、マーケティングの現場に配属された方、実務に生かすために学びたい方など。
- ・実施期間 2022年9月6日(火)～10月18日(火) 全5日間 15講座
- ・参加者 14名
- ・会場 オンライン開催

◆ 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、「逆算マーケティング」の手法で仮説力・企画力を高めるワークショップ。「逆算マーケティング」とはヒット商品を企画者になったつもりで、発売前にさかのぼり、

仮説や企画を想像して考えていく手法。九州支部では久々の対面式の講座となった。参加者からは対面で参加者同士が知り合えたことへの満足度が高かった。

開催日	テーマ	参加者
3月16日(木)	仮説力・企画力アップ・トレーニング講座	12名
会場：電通九州 11階ホール		

2. セミナー・講演会【定款第4条第1項】

◆一般セミナー

- ・ブランディングの講座をおねがいしているインターブランドジャパンによる「顧客体験価値ランキング」の発表セミナーと九州マーケティング。アイズに毎号執筆していただいている J-Tech Transfer and Trading 代表の小島氏による「コスパ病セミナー」を実施した。

開催日	テーマ	参加者
7月8日(金)	顧客体験価値ランキング 2022～丸亀製麺がなぜランキング1位となったのか。「顧客体験」からみる市場の最新トレンド	14名
1月19日(木)	コスパ病：過度な安売りはどのようにして始まったのか。	54名
会場：オンライン開催		

◆イベント

「D2Cの会」フォーラム 2022 共催

- ・9月開催のフォーラムでは、D2Cで急成長したD2C事業主19名にスピーカーとしてご登壇いただき、成功のノウハウについて共有。またD2C支援会社（プランニング、広告、包装、配送、決済事業など）の方々にも参加いただき、学ぶだけでなく、業界での新たなネットワーク作りも行われた
- ・フォーラムへの参加募集告知として、8月に『A/Bテスト結果大公開セミナー』を実施した。

開催日	テーマ	参加者
8月19日(金)	D2C『A/Bテスト結果大公開セミナー』D2Cの会フォーラム2022プレセミナー	176名
会場：オンライン開催		
9月28日(水)	「D2Cの会」フォーラム2022～ともにD2Cの成功ノウハウを学び、ともにD2Cの売上を劇的にアップする未来を創る～	293名
会場：セルリアンタワー東急ホテル(渋谷)		

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

- ・季刊誌「九州マーケティング・アイズ」を例年通り年4回発行できた。
- ・全国の会員社・学者へ2,800部配布。
- ・編集委員長 **渡辺 徹氏** (株)西日本新聞社 お客様センター メディアビジネス局メディアプランニング部担当部長
- ・編集委員 **副田 治氏** (株)九州博報堂 九州しあわせ共創ラボ 所長
草原 佳智氏 (株)大広九州 ソリューション開発局ストラテジックプランニング部部長
林田 和典氏 (株)読売新聞西部本社 広告局ビジネス1部長
吉田 考貴氏 (株)電通九州 インテグレート・グローバルプランニング室グローバルマーケティング部
- ・B5サイズ 本文28ページの体裁にて上記編集委員で編集制作
- ・年4回 2,800部発行、全国の会員に配布

通巻	発行月	特 集
第 100 号	4 月	コンテンツマーケティングの現在
第 101 号	7 月	九州の起業をサポートする
第 102 号	10 月	九州発 宇宙ビジネスの今とこれから
第 103 号	1 月	企業・学校・自治体は LGBTQ+とどう向き合っているか

4. 第 14 回日本マーケティング大賞「地域賞」【定款第 4 条第 3 項】

- ・ 2022 年 4 月 20 日に地域賞選考小委員会(一瀬 文秀氏 (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 13 案件より上位 3 件、を下記の要領で選考した。

- ・ 運営委員会委員、及び地域賞選考小委員会委員 2022 年 4 月現在

選考委員長	一瀬 文秀氏	(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	山内 圭一氏	九州旅客鉄道(株) 総合企画本部経営企画部担当部長
選考委員	豊田 和男氏	RKB 毎日放送(株) テレビ営業局営業推進部部長
	上野 晃氏	(株)朝日新聞社 西部本社 メディアビジネス部部長
	中倉 功二氏	(株)岩田屋三越 顧客マーケティング担当部長
	川辺 圭介氏	九州朝日放送(株) 総合営業本部副本部長兼営業推進グループ長
	副田 治氏	(株)九州博報堂 統合プランニング局局長
	川村 広樹氏	サントリー酒類(株)九州支社 企画部長
	遠山 敏行氏	J R 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
	草原 佳智氏	(株)大広九州ソリューション開発局ストラテジックプランニング部長
	秋山 隆司氏	(株)TVQ九州放送 営業局業務推進部長
	黒木 亮順氏	(株)テレビ西日本 営業局営業推進部長
	森脇 淳氏	(株)電通九州 執行役員
	徳富 裕志氏	(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グループリーダー
	西牟田 理氏	(株)西日本新聞広告社 取締役
	秀島 徹氏	(株)西日本新聞社 メディアビジネス局次長
	石松 里子氏	西日本鉄道(株) 広報・CS 推進部課長
	上遠野三雄氏	(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
	水上 泰孝氏	毎日新聞西部本社 西部営業本部営業部長
	林田 和典氏	(株)読売新聞西部本社 広告局広告第一部部长

<九州地域賞>

かしいかえん笑顔の閉園プロジェクト：西日本鉄道(株)

かしいかえんは 65 年にわたり多くの方々々に愛された、福岡の遊園地である。閉園にあたり、その感謝の気持ちから、お客様・地域・従業員にとってスマイルエンディングとする為、「笑顔の花を咲かせましょ」のテーマのもと閉園施策を企画・実施し、12 月 30 日に無事閉園を迎えた。

「閉園」という悲しいニュースが起点であるため、マイナス思考から悲観視されがちだが、65 年前から変わりなく続けてきた「花で人々を笑顔にする」というコンセプトからブレることなく最後の 1 日までやりきることを目標に計画を立て実行された。

中でも大切にしたのは、これまで来園いただいたファンの方々、見守っていただいた地域の方々、そして彼らの中にあるこれまでの「思い出」。そして、いい思い出を生かし続けていくこと。

派手さはなくとも「1 人でも多くの方に閉園の瞬間まで笑顔になっていただくこと」に注力した計画は、地域を巻き込んだ独自の取組となった。多くの人の思い出づくりに寄与でき、結果と

して多くの集客と話題をもたらすことにもつながった。
コロナ禍で暗いニュースが多いなか、閉園のニュースでありながら暗くならず、3世代・4世代の幅広い来園者や、園内で働くスタッフも含めみんなが元気づけられた施策として大成功を収めた。また、審査員自身に、かしいかえんに思い出をもつ人が多かった。

V. 北海道支部事業報告

概況前年度はすべてのセミナー、講座をオンラインで行ったが2022年度はできるだけリアルに戻したく5月に「マーケティング基礎講座」6月からは「プロジェクトリーダー養成講座」を対面にて実施した。しかし、コロナ禍第7波により再びオンラインに戻さざるを得なくなった。とは言え8月に実施した「マーケティング大賞北海道地域賞講演会」は沖縄、中国上海からも視聴申込がありオンラインのメリットが生かされた。また北海道から全国に発信することの意味合いを考え今年度から「北海道企業マーケティングセミナー」をスタートさせた。小樽商科大学の講師の方々に地元の注目企業をマーケティング視点でご紹介いただいた。次年度も続けたいと考えている。昨年度から実施している「月イチデジタル60分」はその気軽さからのべ218名の方が参加いただいた。2023年度はリアルとオンライン、また北海道らしさを織り交ぜた事業展開をしたいと考えている。

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スタディを通してワークショップによって学ぶ。リアルで実施したがコロナへの懸念があり参加者は少なかった。
- ・ 講師 近藤 公彦氏 小樽商科大学 ビジネススクール 教授
- ・ 実施期間 2022年6月10日(金)～8月24日(水) 全6回
- ・ 参加者 5名
- ・ 会場 北海道建設会館・電通北海道 会議室

マーケティング・ステップアップコース

- ・ 4人の講師が商品の存在価値、DX、VUCA、デジタルクリエイティブといったちょっと踏み込んだテーマで講義を行った。
- ・ 講師 赤松 範磨氏 (株)そもそも ファシリテーター
近藤 公彦氏 小樽商科大学 ビジネススクール 教授
臼井 栄三氏 マーケティングプランナー・北海道教育大学 非常勤講師
大津 裕基氏 (株)電通 京都支社 プランナー
- ・ 実施期間 2022年9月9日(金)～10月14日(金)全5回
- ・ 参加者 35名
- ・ 会場 オンライン開催

2. セミナー【定款第4条第1項】

◆ 北海道企業セミナー

- ・ 講師 近藤 公彦氏 小樽商科大学 ビジネススクール教授
鈴木 和宏氏 小樽商科大学 商学部教授
猪口 純路氏 小樽商科大学 ビジネススクール教授
長村 知幸氏 小樽商科大学 商学部専任講師
- ・ 実施期間 2022年11月8日(火)～29日(火) 全4回
- ・ 参加者 26名
- ・ 会場 オンライン開催

◆ 月イチデジタル60分2022

- ・ 講師 高野 修平氏 (株)トライバルメディアハウス エンターテインメントマーケティングレーベル「Modern Age/モダンエイジ」執行役員
/事業本部長/クリエイティブディレクター

開催日	テーマ	参加者
10月21日(金)	SNS はもうメインのマーケティングツール！～今更聞けないソーシャルメディアマーケティングの基本と応用～	69名
11月18日(金)	インスタはもはや、企業に必須マーケティングと思え！	64名
12月2日(金)	いちばん記憶されるのは聴覚だと知ってました？音声マーケティングきてますよ	40名
1月13日(金)	若年層は未来の顧客。今つかまえないで、いつつかまえる？	45名
会場：オンライン開催		

◆ 一般セミナー

開催日	テーマ	参加者
5月24日(火)	マーケティングを、やさしく、やわらかに、リアルで学ぶ 新しい時代のマーケティング発想	12名
会場：北海道建設会館		
2月7日(火)	未来潮流セミナー2023 欲望(Desire)視点で読み解く 2022年の消費トレンドと2023年のデザインブルライフ	49名
2月15日(水)	ブランド想起セミナー 勝てるブランド想起を”調査”で見つけ出すHOW TO	29名
会場：オンライン開催		

3. 第14回日本マーケティング大賞 「地域賞」【定款第4条第3項】

- ・ 10件の推薦があった。2年連続投票のみで選考会を行ったが今年度は投票で上位3プロジェクトを選び、最終的にはオンラインにて各委員から意見をいただき地域賞「未来のきみに贈る歌」(北海道新聞社)を確定した。

- ・ 北海道地区選考会 委員 2022年3月現在

業務推進委員長	寺澤 純氏	(株)北海道新聞社 専務取締役
運営委員長	箱石 文祥氏	ホクレン農業協同組合連合会 代表理事専務
選考委員	沖津 充男氏	(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
	芦野 好幸氏	北海道文化放送(株) 常務取締役
	石津慎一郎氏	サントリー酒類(株) 北海道支社 企画部長
	西山 勝彦氏	ホクレン農業協同組合連合会 広報総合課課長
	清水 収氏	北海道放送(株) 総合ビジネス局長
	五十嵐正剛氏	(株)北海道新聞社 取締役営業局長
	山岸 浩之氏	(株)北海道博報堂 エグゼクティブマーケティングディレクター
	久保田 修氏	(株)電通北海道 コミュニケーション・プランニング部専任部長
	中藪 浩氏	札幌テレビ放送(株) 取締役営業局長
	村上 俊哉氏	(株)道新サービスセンター 常務取締役
	吉田 宏氏	石屋製菓(株) 取締役商品開発室長
	佐々木威知氏	(株)セコマ 広報室部長
	斉木 基氏	北海道テレビ放送(株) 常務取締役
	我妻 康氏	凸版印刷(株)北海道事業部 執行役員事業部長
	飯田 伸二氏	(株)テレビ北海道 専務取締役
	川崎 正隆氏	生活協同組合コープさっぽろ マーケティング部部長
	浅井 一氏	(株)インサイト 代表取締役
	山本 貴章氏	サントリーフーズ(株) 執行役員北海道支社長
	築山 祐人氏	(株)モロオ 経営戦略室 経営戦略グループ
	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	北海道教育大学 非常勤講師・マーケティングプランナー

未来のきみに贈る歌(#ミラ歌)：北海道新聞社(未来のきみに贈る歌実行委員会)

コロナ禍で部活や学校行事が中止になった高校3年生の思い出づくりを応援しようと、2021年の卒業式シーズンに照準を当てて音楽、映像、新聞などを組み合わせた「未来のきみに贈る歌(#ミラ歌)プロジェクト」を展開。

北海道と道教委の事業の一環として、「GLAY」や北海道とゆかりのある著名人の協力を得て企画し、道内外50以上の企業・団体から協力、協賛を得て実施した。

3月1日の公立高校の卒業式に合わせ、高校3年生の写真と思い、著名人のメッセージなどを掲載した特集紙面を地域別に4タイプ展開。GLAYの楽曲にのせて、ミュージックビデオも4本制作してインターネット上で公開した。

さらに、その紙面と人気漫画「銀魂(ぎんたま)」のイラストとGLAYの写真入りの特製ギフトカードを道内の卒業生4万1千人に贈呈し、道内5か所で写真展も開催。

SNSを中心に「感動した」「泣ける」「なんて素敵な企画」といった共感の声が多数寄せられた。

第14回日本マーケティング大賞 記念セミナー

開催日	テーマ	参加者
8月25日(木)	GLAYからのメッセージ～コロナ禍の高校3年生を応援する北海道新聞社の取り組み	66名
会場：オンライン開催		

2022 年度 事業報告の附属明細書

2022 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。

2023 年 6 月 19 日

公益社団法人 日本マーケティング協会