

第一号

2023 年度・事業計画

自 2023 年 4 月 1 日

至 2024 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	3
東京本部	5
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	5
a. 人材育成・教育プログラム	5
b. セミナー	6
2. 研究・調査（定款第4条第2項）	7
a. 研究会プロジェクト	7
b. 調査	8
3. 表彰（定款第4条第3項）	8
4. 情報収集・提供（定款第4条第4項）	8
a. 出版	8
b. ウェブ開発	9
5. 関係機関との交流（定款第4条第5項）	9
a. 国内	9
b. グローバル	9
6. 交流会（定款第4条第6項）	9
7. 検定事業（定款第4条第7項）	10
8. その他	10
関西支部	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	12
c. 研究会	12
d. マーケティング・フォーラム	13
2. 表彰（定款第4条第3項）	13
3. 出版（定款第4条第4項）	13
九州支部	14
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	14
a. 教育プログラム	14
b. セミナー・シンポジウム	14
2. 表彰（定款第4条第3項）	14
3. 情報収集・提供（定款第4条第4項）	15
北海道支部	16
1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）	16
a. 教育プログラム	16
b. セミナー・講座	16
2. 表彰（定款第4条第3項）	16

基本方針

2022 年度に実施した弊協会の事業に関しては、そのほとんど全てにおいて継続し、発展拡大を目指すことにしています。詳しくは、次ページ以降の各章で述べていくのでご参照していただきたく存じます。2023 年度は、加えて大きく 6 件の施策の立ち上げを予定しています。2020 年初頭からに感染が大きく拡大したコロナ感染症は、2023 年度にどのような変化を遂げていくか未知数ですが、有史以来現在まで感染症は例外なく収束を迎えているのも事実です。このため第一の方針として 2023 年度はコロナパンデミックが収まっていくことを想定した事業展開の必要があると考えました。人と人が直接出会い議論を交わし、学びを通じて親交を深められる場の提供を目指します。

① JMA サロンの復活

1982 年以来 41 年間続いていた各界の知識人を招いての講演会付きディナーパーティーを 2 年半ぶりに復活させます。7 月開始の想定で会場はホテルオークラを予定しています。2 ヶ月おきに年間約 6 回の開催予定です。すでにサロン委員会のメンバー 6 名も決定し、2 月中旬に講師選定の会議を開催予定です。

② 2022 年度新入会員社 相互懇親会の開催

2022 年度に新たに入会して頂いた企業は、2023 年 1 月末段階で 21 社に上ります。これまで新入会員社に対しては、入会後のフォローがなされていなかった為に入会后早期に退会される事態が散見されました。2023 年度は、GW 開けのタイミングで弊協会に各社のご担当者をお招きして、改めて JMA の活動の紹介、各社の自己紹介、各社間の相互の懇親の会を開催する予定です。

③ 九州支部、北海道支部でのコミュニティづくり

九州、北海道の両支部でコロナ禍以降途絶えていた地域での会員社のコミュニティの再開を目地します。会員社持ち回りでの発表を中心とした定期的な勉強会&懇親会の開催を考えています。

第二の方針としては、企業の人事制度が、終身雇用をベースとしたメンバーシップ型から、雇用の流動性を高めるジョブ型へとシフトが加速している中で 2022 年度は 7 社からマーケティング分野における社員教育の相談を受けました。2023 年度も可能な限り対応してきています。

④ 新入社員向けの E ラーニング講座の無料提供

新年度開始に合わせて、新入社員の方々にマーケティングへの興味&関心を持っていただく事を目的に、HP 上での E ラーニング講座 10 回シリーズを無料提供する事にしました。

⑤ マーケティング分野での社員教育のアウトソーシング先としての対応の強化

2022 年度にご協力出来た成功事例を会員各社に可能な範囲で情報公開して、会員各社の社員教育部門の担当者との連携を強化していきます。

第三の方針としては、デジタルマーケティング領域でのセミナーや研究会の開催頻度を大幅に増やしていく予定です。

⑥ デジタルマーケティングに関わるデジタルテクノロジーの紹介連続セミナー開催

AI のビジネスへの活用、クッキー代替技術、カスタマーサクセス、リテールメディアライブコマース、デザインシンキング、ローカル 5G、Web3.0 などのテーマを連続して取り上げる形式のオンラインセミナーを開催し、多くの会員社のインターネット関連にかかわる社員の方々の要望に答えて行きます。また更に深い理解を得たい方々へは、グループレークを中心とした研究会の開催も検討していきます。

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65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)	～12月中旬
	秋期金曜コース	10月中旬(金)	～12月中旬
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 65名		

◆ 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1～28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29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30期は現地会場とオンラインライブ（Zoomによるリアルタイム中継）を併用したハイブリッド形式にて開催する。オンラインを併用するため全国（海外を含む）から受講者を募り本年9月から開講する。
- マスターコース修了生は、第1期から今期第29期までを合わせると、1,202名を超えるコミュニティとなる。全世代合同のOB会開催など、人的ネットワークづくりを支援する。

①人材育成の基本方針

消費者、市場、社会についての深い洞察力和新しい概念を創造する力をもち、実務の《知》と理論的《知》を併せ持った、マーケティングリーダー（CMO候補）を育成する。

（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、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。

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前会長の功績を長く顕彰しようということから、前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。

⑦JMA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。

⑧日 程 2023年9月～2024年7月

対 象 マーケティング実務経験5年以上の方、マーケティングリーダー候補

募集人員 オンラインのため無制限

⑨今後の開催方法について

開講から四半世紀を超えた今、より時代をリードした教育研修にすべく27期よりリモート講義を取り入れ、受講し易い環境を整備した。Zoomの各機能を活用し、オンライン上で受講者同士、受講者と講師間で闊達な意見交換が行われた。30期は講義形態を現地会場とオンラインライブ形式を併用したハイブリット形式とし、受講者・講師ともに、東京に限定せず全国（全世界）どこからでも参加できるように改訂する。

◆ 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 2023年8月7日～8月10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 日本マーケティング協会 アカデミーホール
募集人員 30名

b. セミナー

セミナーに関しては2020年 第一回の緊急事態宣言後から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フラインも合わせ、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セミナー開催回数も大幅に増やし2021度から、JMA 発のセミナーを毎週1回以上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、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 2023 セミナー
- インサイトスクール
- パッケージデザイン講座
- ウェルビーイング・セミナー

◆ 企画セミナー

(セレクトしたテーマやホット・イシュー、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
- 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
- CSR・SDGS マーケティング・セミナー

◆ その他

(新年理事会などとの併催で時宜を得たマクロなテーマや経営戦略のタイムリーなセミナーを実施)

- 年頭記念講演会・懇親パーティー
- セミナーコンサル&サポート(適宜開催)
- マーケティング ムーブメント(適宜開催)
- 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る、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。
- マーケティング・リサーチ 2.0 研究プロジェクト
「マーケティング・リサーチ 2.0 の会」を JMA のネットワークも活用した研究プロジェクトとして情報発信を中心に事業活動をすすめる、マーケティング・リサーチの現状に関する調査との連携でもこのプロジェクト・オリジナルの企画などをすすめるセミナー・ワークショップなども実施していく。(日本マーケティング・リサーチ協会との連携もすすめていく。)

- インサイト研究プロジェクト 「JMA インサイト・ハブ」
「JMA インサイトスクール」の活動を発展させ、「JMA インサイト・ハブ」を発足させた。
「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。本年度は 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。
- リサーチデザイン研究プロジェクト 「リサーチデザインワークショップ」
昨年度より内田 JMA 理事長の紹介でベストセラー『統計学が最強の学問である』の著者である西内啓氏がオンラインで直接 講演・ワークショップを指導する、リサーチデザインワークショップがスタートした。本年度もリニューアルをすすめオンラインでのワークショップを実施する。
- 「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」
2022 年 9 月～12 月に全 8 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 6 件、新規ビジネスを創出する実践手法 5 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 2 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もと連携をさせて、コロナ後の新たな動向・リサーチの新分野などといった具体的な、この分野の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

2022 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 2023 年 6 月 19 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」(月刊)

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.773～784 号の発行予定。

◆ 「J レポート」(逐次刊行)

今年度は休刊。

◆ 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

◆ ワールドマーケティングサミットオンライン 2023

「マーケティングでより良い世界に」を合言葉に、日本から世界に優れたマーケティング実務を紹介することで、マーケティング分野における日本の престиージュ向上を目指す。世界100ヵ国以上で同時ライブ配信。その後アーカイブによる視聴提供。時期未定。

◆ 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 総会

日 程 2023 年

開 催 地 タイ 現地とオンラインのハイブリッド開催

● AMF 理事会

日 程 2024 年

開 催 地 オンライン開催

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

41 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 2023 年 7 月～2024 年 6 月 隔月開催 全 6 回
募集人員 40 名

◆ JMA メンバーズ・プログラム

- マーケティング・ビギナーズセミナー（オンライン開催）
- 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 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、総合的に展開する。

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。
- 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ターとしての視野と知見を拡げることができる。
- 日 程 2023年7月7日～9月1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 50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マーケター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。
- 昨年度は会場参加で開催。今年度も会場参加型で募集し、感染状況によりフルオンライン開催とする。
- 受講費用は今年度から3万円上げ会員社で15万円、一般で21万円（すべて税抜）とする。

◆ 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 2023年6月～2024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 18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23のカテゴリーと126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、文献に基づく理論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1～22期の当協会認定のマーケティング・マスターが427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の繋がりを深めている。コロナ禍の過去3年間は開催していない。
⑥今年度は会場参加型開催として感染予防に最大限努めて開催する。感染状況によってはオンライン開催とする。

- 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。
- 受講費用は今年度から5万円上げ会員社で88万円、一般で110万円（すべて税抜）とする。

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。秋頃会場参加型開催で、35名を募集する。。

◆ JMA 例会

「月例会部会」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120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125名が参加、有料参加者は14名。大変好評につき今年度も4月18日と秋の2回開催予定。

また、話題性のある新しい施設見学を通じマーケティング・企業文化に触れる機会を設ける。

◆ 企画セミナー「JMA オンラインセミナー」

昨年度は協会週一オンラインセミナー開催の一環で支部主催のJMA オンラインセミナーを10月、2月（2回）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3回目を開催する。

◆ BtoB マーケティング・セミナー

BtoB 企業のマーケティング戦略を企業事例の紹介とコーディネーターである神戸大学南教授・参加者・委員とのパネルディスカッションで掘り下げていく。昨年度同様、秋頃にオンライン開催、15名募集。

◆ 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3年目を開催する。

日時： 2023年7月～2024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。 30名募集を目指す

d. マーケティング・フォーラム

2023 年度の企画を検討する「フォーラム部会」を春で開催予定。2023 年 12 月～2024 年 3 月頃にて開催、45 名を募集予定。

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「小委員会」及び最終選考では「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。広告は無償 8 社（1 社は全頁広告、他は 3 段広告）の出稿を得ており、一部の入れ替わりがあるが満稿を維持する。

九州支部

1. 研修会・セミナー（定款第4条第1項）

2022 年度も研修やセミナーは新型コロナウイルス流行によりオンラインでの開催となった。2023 年度もオンラインでの開催を前提とするが、流行状況をみながらリアルでの開催に努め、人と人のつながるコミュニティの形成を行っていく。

a. 教育プログラム

◆ JMA 九州 マーケティング・ベーシックコース（リアル開催）

- 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、学者及び広告代理店の実務者を中心とした講師陣のもと、マーケティングを集中的に学ぶ場を提供する。
- マーケティングの基礎の修得だけにとどまらず、グループ討議などを通じて、理論と実務の架け橋になるようなカリキュラム編成とする。
- 昨年度に受講者に対して行ったアンケート結果を鑑み、講座の内容を一部見直す。一方、受講生からの評価が高かった講座は継続したい。
- リアル開催を予定。呼称についても「ベーシック・コース」に戻す。
- 日 程 2023 年 9 月初旬～中旬の 5 日間・15 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

◆ 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～
リモートワーク中でも誰でも利用が可能な Google jamboard（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で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します。
- 日 程 2024 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 20～30 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。

参加者が現場に戻って、すぐ役立つ実践的内容を目指す。デジタル、SNS、DX など新しいマーケティング手法の紹介にもつとめる。

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。

- マーケティングミニ情報（オンライン）またはマーケティング講演会（リアル）（運営・業務合同推進委員会と併催）
- ブランディングセミナー、デジタルマーケティングセミナー、ダイレクトマーケティングセミナー、地域の食・観光などの資源に係るセミナー
など

2. 表彰（定款第4条第3項）

◆ 日本マーケティング大賞

2022 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 104～107 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

◆ ステップアップコース

- 各専門分野で活躍している学者・実務者の講師陣のもと実施をする。
- マーケティングの応用の習得だけにとどまらず、グループ演習などを通じて、理論に加えて更に実践的なスキルが身につくカリキュラム編成とする。
- 講師陣は以下の陣容を中心に構成し、多角的に学べる内容を企画する。
 - ①マーケティング・ブランド戦略・流通システムなどを専門とする学者
 - ②広告コミュニケーション・メディア・トレンドなどを専門とする実務者
 - ③リサーチやマーケティングワークショップを専門とするプランナー・実務者
- 日 程 2023年9月8日、15日、22日、29日の金曜日（予定） 全4回
対 象 マーケティング部門・企画部門に配属された方。
広報・宣伝・販売促進部門の方。
マーケティングを体系的に学ぼうとされる方。

募集人員 30名

◆ 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 2023年5月12日19日、26日、6月9日、16日、23日、の金曜日（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。
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。

募集人員 15名

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。

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50名～70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（新春・夏季・秋季の3回を予定）

2. 表彰（定款第4条第3項）

◆ 日本マーケティング大賞

2023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・選考委員の皆様より推薦をいただき、選考委員会で受賞プロジェクト

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採りあげる予定。

北海道支部は地区選考会にて地域賞を決定し、東京での最終選考会に於いて承認を受ける。