

第二号議案

平成23年度・事業計画書

自 平成 23 年 4 月 1 日
至 平成 24 年 3 月 31 日

目 次

基本方針	1
東京本部	3
1. 研修会・セミナー	3
a. 教育プログラム	3
◆ ベーシックコース	3
◆ マーケティング・マスターコース	3
◆ エグゼクティブ・マーケティング・コース	4
b. セミナー	4
◆ プログラム・セミナー	5
◆ テーマ・セミナー	5
c. 研究会	5
◆ 新領域研究会	5
◆ 次世代マーケティングプロジェクト	6
2. 調査・研究	6
◆ 「マーケティング・イノベーション 21 プロジェクト」(MI21)	6
◆ マーケティングの現状に関する調査	6
◆ マーケティング・リサーチの現状に関する調査	6
3. 表彰	7
◆ 日本マーケティング大賞	7
4. 情報収集・提供	7
a. 出版	7
◆ 「マーケティング ジャーナル」(季刊)	7
◆ 「マーケティング ホライズン」(月刊)	7
◆ Jレポートの発行	7
b. ウェブ開発(情報公開、活動告知、CRM など)	7
5. 関係機関との交流	7
a. 国内	7
◆ 他組織への支援と協力	7
◆ 関東十ゼミ討論会	7
b. 国外	8
◆ アジア・マーケティング連盟(AMF)	8
◆ 各国協会への協力支援	8
6. 交流会・委員会	8
a. 交流会	8
◆ JMA サロン	8
◆ JMA 月例会	8

◆ JMA メンバーズ・プログラム	9
b. 委員会	9
◆ JMA メンバーズ委員会	9
7. その他	9
◆ 会員拡大	9
関西支部	10
1. 研修会・セミナー	10
a. 教育プログラム	10
◆ ベーシックコース	10
◆ マーケティング・マスターコース	10
b. セミナー・シンポジウム	10
c. 研究会	10
2. 表彰	11
◆ 日本マーケティング大賞	11
3. 情報収集・提供	11
◆ 「マーケティング ビュー」	11
4. 交流会・委員会	11
◆ 関西例会	11
◆ オーダーメイド研修	11
◆ 委員会	11
九州支部	13
1. 研修会・セミナー	13
a. 教育プログラム	13
◆ ベーシックコース	13
b. セミナー・シンポジウム	13
2. 表彰	13
◆ 日本マーケティング大賞	13
3. 情報収集・提供	13
◆ 「マーケティング アイズ」	13
北海道支部	14
1. 研修会・セミナー	14
a. 教育プログラム	14
◆ ベーシックコース	14
◆ アドバンスコース	14
b. セミナー・シンポジウム	14
2. 表彰	15
◆ 日本マーケティング大賞	15

基本方針

3月11日の東北関東大震災は、死者行方不明合わせて2万1千人を超えるという戦後最大の犠牲者を生み、被災地はいまだ復興にとりかかれないう事態になっています。また電力供給の逼迫は、夏あるいは冬までかかるという予測もあります。薄日が差しかけた日本経済にまた暗雲が立ち込めています。協会も会員社の皆様とともに、日本再生の一助となりますように、微力を尽くす所存です。

さてこの1月、チュニジアに端を発した独裁政権打倒の動きはまたたく間に中東北アフリカ諸国に波及し、エジプトの崩壊が起きました。独裁権力の情報統制を乗り越え、民衆がfacebookやtwitterなど自分のメディアを持ち、「民の声」がネットワークで増殖していくという事態を世界が目撃することとなりました。これもまた「マーケティング 3.0」の世界の、ひとつの局面といえることができると思います。

加速するコミュニケーション革命はソーシャルメディアに次ぐさらなる進展を今後生み出していくと思われます。そのような視点も含め、今年の活動を進めていきます。

本年第一の課題は、公益法人申請作業です。公益法人は、その事業の50%を超える「公益事業」を行う必要がありますが、「本協会は、普及啓発を図り、もって我が国の社会経済の発展国民生活の向上に寄与することを目的とする」という趣旨のもと、公益法人の適格性を備えていると判断して、申請いたします。そのためには、新定款の採択、運営のための各内規の見直し修正、すべての事業について公益事業と収益事業の仕分け、が必要となり、現在整備を進めております。

具体的には、本年5月の年次総会において新定款の採択、8月下旬ごろの申請、年を明けて年初の認可、4月よりの新年度開始、2012年5月の年次総会にて正式の「公益社団法人日本マーケティング協会」の発足となります。申請後に公益事業が50%未満との裁定が出る懸念が強くなれば、申請中止、一般社団法人への申請作業開始、と変更せざるを得ないことも申し添えておきます。

第二の課題は、基幹教育プログラム、研究開発、セミナー、など事業全般におけるアップデートです。IT先進国でありながら、ソーシャルメディアの普及成長が国際潮流とは若干異なる日本。しかし今年からはfacebookなどの急速な普及もあり得ます。このような流れをいち早くとらえ、マーケティングの教育や研究にどう反映していくか、に力を注ぎます。

第三の課題は、さらなる法人会員の拡充です。2009年度は16社に過ぎなかった新入会員社は、2010年度は40社に上りました。事務局による積極的な勧誘運動もありますが、協会のWEBサイト経由で申し込まれたケースもあります。また、各月1回のペースで行われている無料セミナーや、会員社の皆様でテーマ（店頭、メディア、シニアのマーケティング）を審議いただく委員会がスタートしたことなど、会員中心のプログラムの充実が実ってきていると思われます。本年度もさらに会員サービスを多方面で充実させていきます。

最後は、国際活動です。昨年夏のアジアマーケティング連盟の年次総会で日本が会長国となりました。11月に東京で理事会が開催され、招待に応じて韓国代表が参加、今年初めに加盟を表明す

るなど、拡大の成果が上がりました。本年は FELLOW プログラムの進展を図ることと、来年の国際大会（アジアマーケティング連盟会長国の義務）の構想を作っていきます。

会員社の皆様がたも大震災の影響甚大とは存じますが、本年もこれまでに変わりませず、サポートご支援のほど、よろしく願いいたします。

東京本部

1. 研修会・セミナー

a. 教育プログラム

◆ 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月開講の65名編成の2コース（水曜・木曜）のほか、秋コースとして10月に1コースを実施する。
- マーケティングの基礎知識の修得だけにとどまらず、グループ研究などを通じて、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。
- 本コースの指導講師が中心となってまとめた「マーケティング用語辞典」（日経文庫）の他、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2010年9月に刊行、新たな参考図書として使用する。

● 日 程	水曜コース	6月1日(水)	～ 7月6日(水)
	木曜コース	6月2日(木)	～ 7月7日(木)
	秋コース	10月20日(木)	～ 12月1日(木)
合 宿	水・木コース	7月11日(月)	～ 7月12日(火)
	秋コース	12月12日(月)	～ 12月13日(火)
対 象	新しくマーケティング部門に配属された方		
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、内外から高い評価をいただき、昨年まで第1～16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17期マスターコースを実施中であり、第18期コースは本年9月から開講する。
- 本年度は、マイスターを中心とした実務家講師陣による講義に加え、より学習効果を高めるために、少人数のゼミに分かれてのディスカッション中心の授業や、1科目に1回はマイスターを中心にしたディスカッション形式の授業にするなど、インタラクティブな授業をさらに充実させる。

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と新しい概念を創造する力を持ち、実務の《知》と理論的《知》を併せ持った真のマーケティングスペシャリストを育成する。

（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修了論文（修論）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 事例研究論文作成

論文はマスター資格を得るための要件である。各自の関心の高いテーマを設定し、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。原則として異業種企業をインタビュー、研究し、課題解決の方向を探る。

また、マイスターの個別指導に加え、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 JMA認定資格マスター授与

本コースを修了し、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。

⑦ 日 程 平成23年9月～平成24年7月

対 象 ベーシックコースの修了者またはそれと同等の知識を持つ方

募集人員 40名

◆ エグゼクティブ・マーケティング・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として実施する。

- 日 程 平成23年7月25日～平成23年7月31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 北海道・札幌

募集人員 30名

b. セミナー

本年度も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を実施していきたい。

内容的には新しい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「プログラム・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「テーマ・セミナー」に大別される。

いずれも参加者が現場に戻ってすぐ応用できる実践的内容を企図する。

募集人員は80名～150名。

◆ プログラム・セミナー

- マーケティング・プランニング力強化講座
- インターネットリサーチ実践講座
- 女性のためのマーケティング講座（実践コース）
- 生活者のトレンド
- 流通の現状と今後
- 情報メディア白書 2012 セミナー
- 生活動力 2012 セミナー
- インサイト実践講座

◆ テーマ・セミナー

- アジア・マーケティング・セミナー
中国、インドなどアジアのホットな市場に焦点をあてた、専門家によるセミナー
- ニュー・マーケティング・モデル（片平秀貴氏と連携した AIDEES シンポジウム）
- デザインとマーケティング
- クリエイティブに見る消費者インサイトの潮流
- サービス化とマーケティング
サービス・ドミナント・ロジックを起点としたサービス・マーケティングの研究成果を共有する。
- ポストデジタル化の「テレビ市場」
7月24日の地上波デジタル完全以降から暫く経った秋口、「テレビ市場」に着目したセミナーを実施したい。
機器市場、メディア市場、ネット市場、コンテンツ市場、新技術の動き、等々多岐にわたった内容を目指す。
昨年度実施の「テレビのちから」の続編。

c. 研究会

マーケティング新領域の開発・新テーマの開拓を目標にした産学協働（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する。

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、JMA のブランド力向上、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。

形式としては同一参加者で複数の勉強会を実施する「研究会」と、同一テーマのもと単発セミナーを複数回実施する連続セミナー的な事業がある。募集人員は研究会で30～60名、単発セミナーで80～150名。

◆ 新領域研究会

チャレンジすべき新しい領域や、これまで余り取り上げてこなかったが、重要度・注目度の増したと考えられるテーマを研究する。

- BtoB マーケティング研究会（9月立ち上げ予定）
BtoB ビジネスのマーケティングを研究する。BtoB 企業特有の課題を抽出し参加者間で共有、その解決策を探る。本年度取り上げる具体的課題としてグローバル競争を勝ち抜くためのブランド力の強化、顧客の課題解決のための製品・サービスの提供、最終顧客に関する意識の高まりに伴うステークホルダー拡大への対応、優秀な人材確保、などを想定している。

- ソーシャル・マーケティング研究会（9月立ち上げ予定）
マーケティングと企業の社会的責任の関係について研究をすすめる、新しい時代のマーケティング・パラダイムを模索する。
- ニューロマーケティング研究会（今年度中立ち上げ予定）
技術開発が進み幅広い実務分野で応用が始められた脳科学の最新の動向を踏まえて、マーケティングがどうかわっていくのかその可能性について研究をすすめる。
- アジア・マーケティング研究会（6月立ち上げ予定）
日本がグローバル化の中で最も重要視すべき、アジア・マーケティング研究会を立ち上げ、新たな領域として取り組む。
- マーケティング・サイエンス研究プロジェクト（7月立ち上げ予定）
マーケティング・サイエンス分野で注目されているテーマに関して研究会で独自の研究を行い、新たな発見・モデル開発・戦略の構築を目指す。ⁿ
ゲスト講師からの最新のケースや研究報告から参加者がグループワークで仮説構築をおこない、研究会オリジナルのリサーチ実施・分析による検証を行う。

◆ 次世代マーケティングプロジェクト

これまで実施してきたeマーケティング研究プロジェクト、モバイル・マーケティング研究プロジェクトを整理、統合させ、次世代マーケティングに対応できるテーマ、カリキュラムを企画し、JMAオリジナルでこれからの時代に求められる研究開発、人材育成をプロジェクト研究方式で検討し、次世代マーケティングを創るしくみづくりを進めていく。（9月立ち上げ予定）

2. 調査・研究

◆ 「マーケティング・イノベーション21プロジェクト」(MI21)

MI21プロジェクトでは、日本におけるマーケティングの現状と今後あるべき展望についての検討を継続的に研究し「マーケティング優良企業の条件」（日本経済新聞出版社）を2008年1月に出版、シンポジウムの開催などの活動をすすめてきた。本年度はリサーチデータの分析をすすめる、日本のマーケティングの方向性を探索して、課題を検討し新たにプロジェクトでオリジナルの出版物などを目標に活動し提言をすすめていく。

◆ マーケティングの現状に関する調査

2009年度からテーマをマーケティング活動全般にも拡大させ、日本の企業がどのようにマーケティング活動を実施しているかをMI21プロジェクトと共同でリサーチを実施した。本年度は「日本におけるマーケティングの現状」の定点調査となるように、企業のマーケティングの新たな方向性を把握するリサーチを実施するためのしくみづくりを検討していく。

◆ 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きた。昨年度(2010年)14回目の課題検証のためのリサーチを実施したので、本年度は継続して分析をすすめる、4月に報告会を実施する。

3. 表彰制度

◆ 日本マーケティング大賞

2011 年度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・学会会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、奨励賞、地域賞を設ける。

4. 情報収集・提供

a. 出版

◆ 「マーケティング ジャーナル」(季刊)

- 前年に続きマーケティング界の著名学者および実務家を中心として、わが国唯一のマーケティング研究論文誌を目指す。誌面の充実はもちろんのこと、読者の立場になった構成の拡充をはかると同時に院生、実務家および若手学者の論文等を積極的に採用し、斬新な視点からマーケティング全般に焦点を当ててゆく。
- 本年度は 121 号～124 号発行の予定。

◆ 「マーケティング ホライズン」(月刊)

- 編集委員や常任執筆者の尽力のもと、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。

◆ Jレポートの発行

- 今年度も No. 81 (平成 23 年 4 月発行) から No. 84 (平成 24 年 1 月発行) まで、4 回の発行を計画している。ホライズン、ジャーナルでは掲載しきれない、セミナーや講演会の要約を中心に、協会のビジョンや事業計画、協会ニュースなどを紹介して行きたい。

b. ウェブ開発 (情報公開、活動告知、CRM など)

協会入会やセミナー参加などにおいて WEB は大変有効であり、今後も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。今期は協会機関誌についてより注目をしてもらうためのページを追加予定。

5. 関係機関との交流

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物について後援・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。

◆ 関東十ゼミ討論会

関東十ゼミ討論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、12 月の発表に向けて研究発表・討論を行う場を支援する。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。

b. 国外

◆ アジア・マーケティング連盟（AMF）

AMF 会長国(会長 後藤卓也)としてアジア諸国のマーケティング団体の相互連携を進め、この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。特に新たに加盟した韓国、近い将来の加盟を目指す中国など、東アジア地域のマーケティング団体との連携の近密化を進める。

- AMF 総会
日 程 2011年5月28日(土)
開 催 地 インドネシア バリ島
- AMF 理事会
日 程 2011年秋
開 催 地 韓国
- AMF 理事会
日 程 2012年春
開 催 地

◆ 各国協会への協力支援

AMF に加盟を検討している中国市場学会マーケティング専門家委員会との情報交流や人的交流をすすめる。

また AMF 会長国として、アメリカ・マーケティング協会や欧州マーケティング連盟との連携を模索する。

6. 交流会・委員会

a. 交流会

◆ 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 28 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 平成 23 年 9 月～平成 24 年 3 月
募集人員 40 名

◆ JMA 月例会

- マネジメント、マーケティングをリードしている産業界、学界のリーダーを迎え、最新の動向を学ぶランチョン・セミナー。マーケッターの交流を深める場としての機能の充実を図り、マーケッターのネットワーク拡大に寄与してゆきたい。
- 日 程 平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月 全 8 回
募集人員 各回 100 名

◆ JMA メンバーズ・プログラム

- 平成 21 年度より新たな会員サービスとしてスタートした会員企業無料セミナー「JMA メンバーズ・プログラム」を一般にも有料にて参加可能とし、本年度も引き続き実施する。
- 機関誌マーケティングホライズンの記事を中心としたセミナー「マーケティング・フォーラム」、会員企業を訪問してお話を伺う「マーケティング企業見学会」、参加者同士の交流をはかる「JMA メンバー交流会」、マーケティングの概要を速習的に学んで頂く「マーケティングビギナーズセミナー」の 4 つのプログラムを企画し、実施する。
- 月に 1 回いずれかのプログラムを開催し(年間 12 回、有料にて一般にも開放)、新しい会員サービスとして会員企業への認知・定着を進めて行きたい。

b. 委員会

◆ JMA メンバーズ委員会

ACTION NEXT で発表した異業種交流・課題解決を目的とし、昨年度スタートした本委員会だが昨年は「店頭マーケティング」「メディア」「シニアマーケット」の 3 つの委員会を開催した。本年度も新たなテーマのもと(一部引き継ぎの委員会もあり得る)に開催する。

- 本委員会では会員社の業務上の課題等を取り上げ、会員相互の意見交換の場としつつ、意見交換による課題の共有化および解決の方策を考える場としたい。
- メンバーズ委員会のテーマ選定・計画案に際しては、「テーマ審議会」にて検討する事とする。
- 本委員会が各企業の新たな課題解決の糸口を探る場となり、その方策を広く会員各社並びに一般社会への提言として報告ができればと思っている。

7. その他

◆ 会員拡大

従来から行っている会員拡大の活動だが、本年度は以下の 5 項目を重点におき、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
- セミナー会場内のインターネット環境の充実等、参加者にとって利便性の良い環境づくり
- 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を目指す。

関西支部

1. 研修会・セミナー

a. 教育プログラム

◆ ベーシックコース

- 目的・狙い
①企業におけるマーケティング戦略の全体像を理解し、②マーケターに必要な基本的視点と思考方法を習得し、③実務経験豊かな企業人の講演にも接し生きたマーケティングを学ぶ、という狙いを持つカリキュラム編成とする。
- 対象者・募集人員・実施時期
新しくマーケティング関連の仕事をする方。50名。7月～9月の週1回全9回。
- 内容と特色
中堅若手学者を中心とした講師陣のもと、コースを実施する。
教材には、本コースの指導講師が中心となってまとめた『1からのマーケティング』を使用する。
実践編のワークショップで企画書を作成し、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・マスターコース

- 目的・狙い
マーケティング戦略の中核を担う人材の育成を目的とした実践的かつ体系的なカリキュラムを実務経験豊かな企業人講師（マイスター）が中心となって指導する独自の特色あるコースを実施する。
- 対象者・募集人員・実施時期
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、20名、平成23年6月～平成24年2月原則週1回開催。
- 内容と特色
本年度のカリキュラムでは、テーマとしてはBtoBを、また、実践的創造演習を更に充実させる。
マスター資格を得るための要件として、事例研究論文の作成が必要で、各自の関心の高いテーマを設定し、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。原則として異業種企業をインタビュー、研究し、課題解決の方向を探る。これにはマイスターによる協力のもと、個別指導も行われる。
本コースを修了し、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1～10期の当協会認定のマーケティング・マスターが180名誕生した。

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積極的に取り上げ、短期間（1日程度）で開催するセミナープログラムとして、人材育成と新たなマーケティング情報や事例紹介を目指して実施して行きたい。

参加者が現場に戻って、すぐ役立つ実践的内容を企画して行く。募集人員は40名～200名。

- JMA 関西マーケティング・シンポジウム
マーケティング成功企業のトップをお招きし、その時々々のテーマについて考察する。12

月の開催、200名を募集する。

- レディース・マーケティング・セミナー
女性マーケットとしての知識・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。5月開催で、40名を募集する。
- BtoBセミナー
BtoB企業の市場戦略を中心とした教育・研究事業に取り組み情報発信を行う。9月・11月の2回の開催でそれぞれ40名を募集する。
- メンバーズ・セミナー
会員サービスの一貫として話題性のあるテーマや企業の工場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。年3回程度の開催。

c. 研究会

今年度は以下の研究会を実施する。

- ブランド研究会
ブランド戦略の成功事例を通じスキルアップを図るとともに、ディスカッションを通じて個々の参加者の悩みとその解決策を共有する。7～9月開催。18名募集。
- ビジネスモデル研究会
新規にビジネスモデル研究会を発足に向け準備する。

2. 表彰

◆ 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「関西地域賞」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「業務推進部会」を開催し審議する。

3. 情報収集・提供

◆ 季刊紙「マーケティング・ビュー」

関西ならではの独自のマーケティング視点に基づく情報発信を行う。年4回発行。

4. 交流会・委員会

◆ 関西例会

旬な話題や時の人を招く、また、企業経営に役立つテーマを選びランチョン形式でのセミナーを開催する。年5回程度の開催を予定する。

◆ オーダーメイド研修

企業からの要望に応えた個別プログラムを用意し、適宜開催する。

◆ 委員会

関西支部における個別の事業を企画推進するため以下の各部会を運営し、実施推進する。

- 業務推進部会
関西支部最高意思決定機関として年度毎に事業実施報告・事業計画を審議する。また、日本マーケティング大賞関西地域賞の最終選考も行う。
- 月例部会
関西例会の開催を具体的に検討し実施推進する。年に2～3回程度開催する。
- フォーラム部会
関西シンポジウムの開催を具体的に検討し実施推進する。年に2回程度開催する。

- 編集部会
『マーケティング・ビュー』の編集内容を具体的に検討し、発行のための取材寄稿を促進する。年4回開催する。

九州支部

1. 研修会・セミナー

a. 教育プログラム

◆ ベーシックコース

- 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、若手学者を中心とした講師陣のもと、9月開講で15講座のマーケティングベーシックコースを実施する
- マーケティングの基礎の修得だけにとどまらず、グループ研究などを通じて、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。

- 日 程 9月5日(月)～9月14日(水)(予定)
対 象 企画・マーケティング部門担当者、22年度新入社員
募集人員 40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目指して実施してゆきたい。

参加者が現場に戻って、すぐ役立つ実践的内容を企画してゆく。

インターネット、情報ネットワークなど新しいマーケティング手法の紹介にもつとめる。

募集人員は60名～80名。

- 春季マーケティング講演会（運営・業務推進委員会と併催）
- 秋季マーケティング講演会（運営・業務推進委員会と併催）
- 新春セミナー
- マーケティング・プランニング力強化講座
- デジタルマーケティングセミナー
- インターネットリサーチ実践講座
- 女性視点をマーケティングに活用する講座

2. 表彰

◆ 日本マーケティング大賞

2011年度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・学会員の方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、奨励賞、地域賞を設ける。

3. 情報収集・提供

◆ 季刊「マーケティング アイズ」を発行

56号（2011年4月）57号（2011年7月）58号（2011年10月）59号（2012年1月）
発行

北海道支部

1. 研修会・セミナー

a. 教育プログラム

◆ ベーシックコース

- 各専門分野で活躍している学者・実務者の講師陣のもと、今年度も昨年同様、10月に実施をする。
- マーケティングの基礎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 平成23年10月6日(木)～10月27日(木)までの毎週木曜日
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
これから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

◆ アドバンスコース

- 「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。受講者同士が互いに考えを討議しながら、「解決策を見出す能力」を身につけることを狙いとする。
- 受講者同士によるディスカッション・演習により、「論理的分析力」「問題解決能力」「プレゼンテーション能力」を育成する。
- 講師は、小樽商科大学ビジネススクールに於いて、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とりくむ近藤公彦教授に務めていただく。
- 日 程 平成23年10月3日(月)～11月28日(月)までの毎週月曜日 全8回
対 象 企業で中枢を担う中堅社員や中間管理職の方
マーケティング・広報・宣伝・企画部門でさらにスキルアップを目指す方
募集人員 15名

b. セミナー・シンポジウム

今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2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いきたい。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。インターネット、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・営業支援・メディア情報など、幅広いテーマの紹介につとめる。

募集人員は 40～50 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）
- 企画力養成講座
- 営業支援セミナー
- 特別セミナー（新春・夏季・秋季の 3 回を予定）

2. 表彰

◆ 日本マーケティング大賞

2010 年度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・学会会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。賞としては、日本マーケティング大賞、奨励賞、地域賞を設ける。

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。