

若手マーケターの"リアル"が集まる。
他社の悩みと挑戦から、
明日へのヒントを持ち帰る1日



参加満足度

93%

2025年度実績

マーケターズ パーティー

2026

JMA MARKETERS PARTY 2026

2026.10.21[Wed] 虎ノ門ヒルズフォーラム

実務で、こんな壁にぶつかっていませんか？



社内にマーケターが
少なく、相談できる
相手がいない



顧客インサイトの
掴み方に自信が持てず、
手探りが続いている



周囲と連携
しづらく、一人で
抱え込みがち



自社のやり方が
妥当なのか、比較する
基準がない

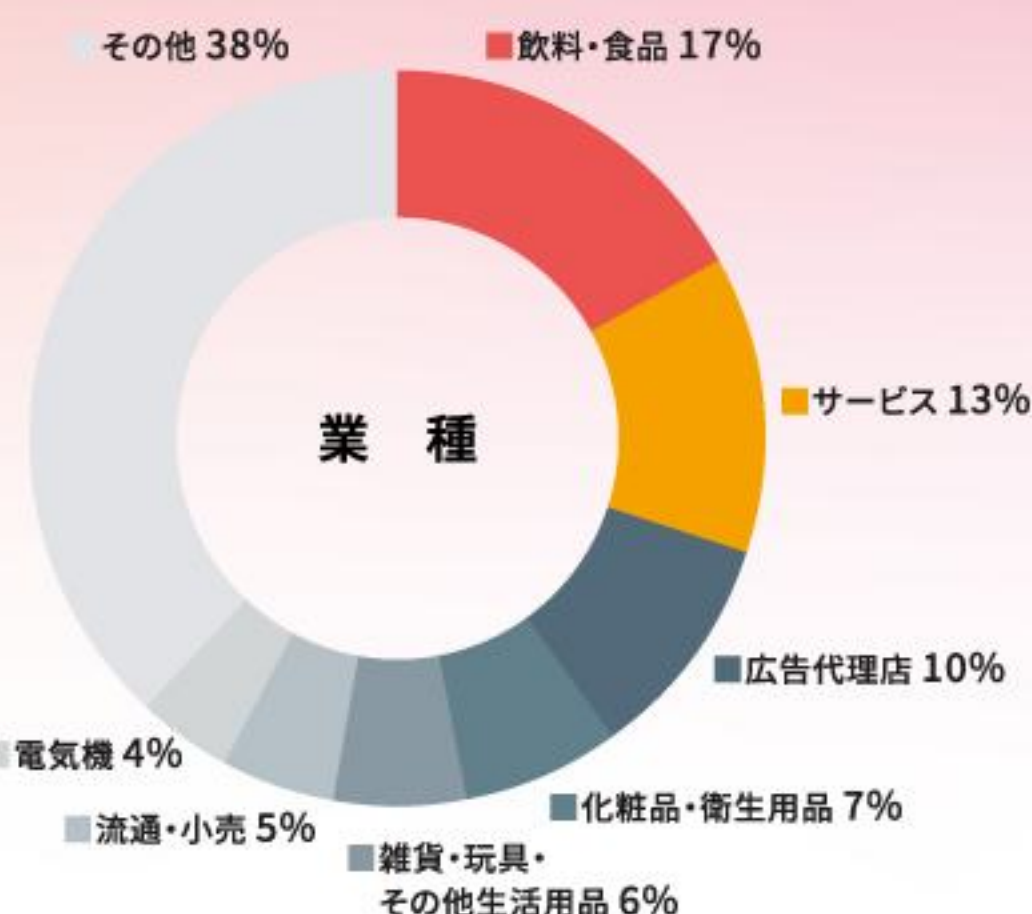
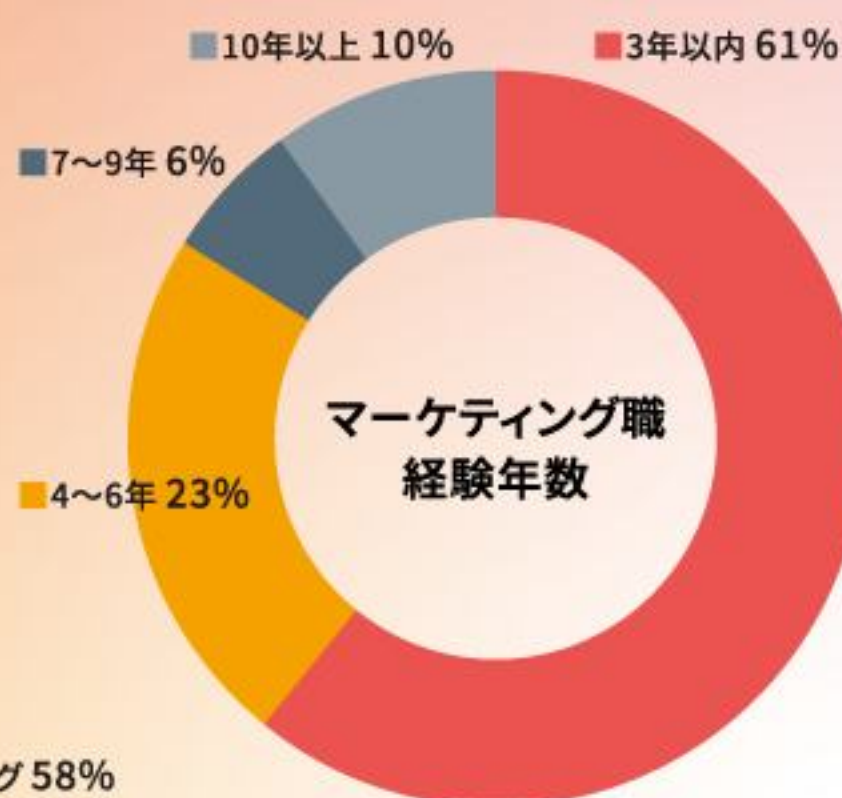
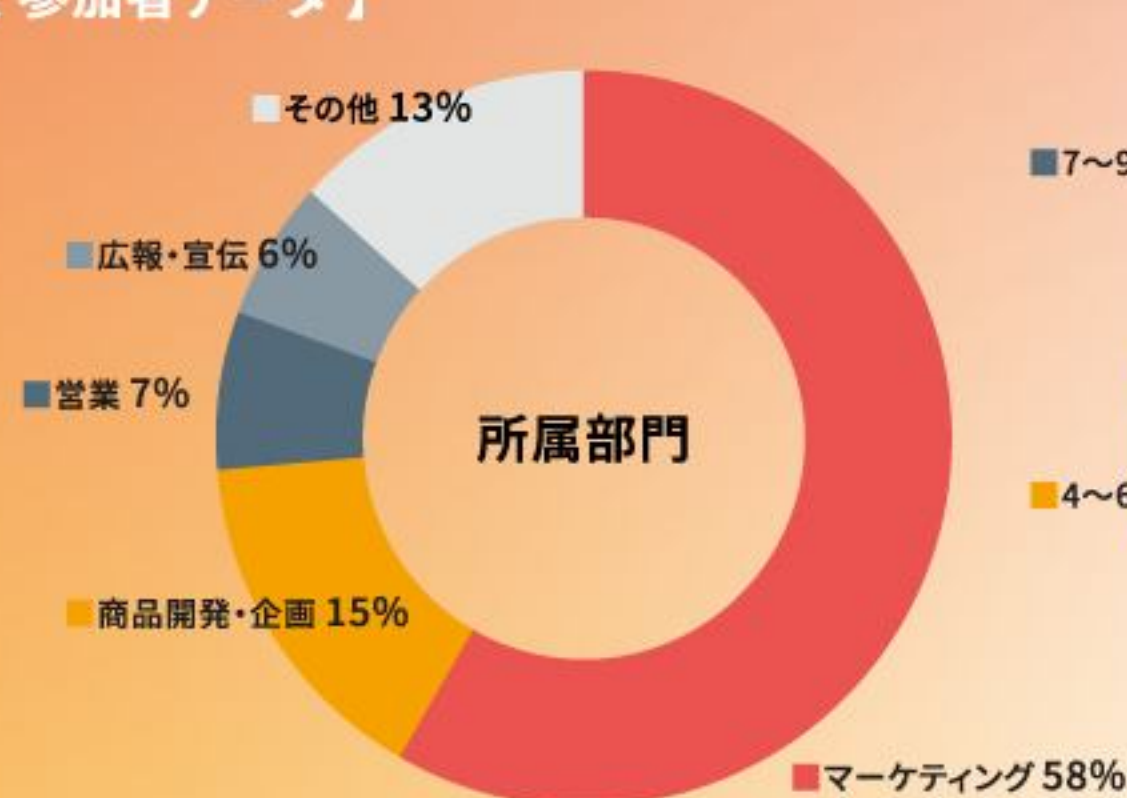


他社の成功事例や
施策の進め方を
知る機会が少ない

実務の壁に、実務で応える

業務で行き詰まったとき、他社の実践や、同じ立場のマーケターの視点にヒントを求めたことはありませんか。
このイベントでは、若手マーケター同士が悩みや工夫を持ち帰り、業種の垣根を超えてフラットに語り合います。
一方通行のセミナーでは得られない対話を通じて、業務に活かせる"具体的な打ち手"が必ず見つかります。

【2025年度 参加者データ】



【主な対象職種例】

□商品企画・ブランドマネジメント □デジタルマーケティング(SNS運用、Web広告、SEOなど) □マーケティング戦略立案・市場調査
□BtoBマーケティング(展示会、ホワイトペーパー、ナーチャリングなど) □BtoCマーケティング(販促、キャンペーン企画など) □CRM・会員対応・カスタマーリレーション

※マーケティング業務に直接関与しない職種(営業、広報・PRなど)は対象外となります。

JMA MARKETERS PARTY 2026

日 時 | 2026年10月21日(水) 13:00～19:00(懇親会含む) 会 場 | 虎ノ門ヒルズフォーラム
定 員 | 350名 若手・中堅マーケター向け(20代～30代中盤/現場の第一線で施策・企画を担当しているマーケターの方)

主 催 | 一般社団法人日本能率協会
参加料 | 5,500円(税込/懇親会含む)

お申込みは
こちらから



ライブな空気が、新しいアイデアと化学反応を生み出す。

4つの会場で集中できる環境を確保。少人数のチームでアイデアを出し合い、実践的なプランニングを体験。

13:00-13:05

オープニング (主催者挨拶)

13:05-13:40

オープニングセッション

13:45-14:00

ファシリテーターによる進め方説明

14:10-15:10

グループディスカッション

4つのルームに分かれてディスカッションを実施。ルームの詳細はP.3をご覧ください。
※具体的なディスカッションテーマは当日のお楽しみです(事前準備不要)

15:20-16:00

ルーム内共有 (ポスターセッション形式)

16:00-16:50

各ルームMIXのディスカッション

4つのルームのメンバーをシャッフルした新グループで議論を実施。
多様なマーケターの視点を掛け合わせ、実務上の悩み解決を目指します。

16:50-17:00

個人で振り返り (アンケート回答形式)

17:00-17:20

全体総括

17:30-18:45

懇親会



マーケター同士で交流の機会をもてることはないので、とても楽しかった。
また、2年目のマーケターとしての**もがきや課題**
も他社先輩マーケターに聞けてとても良かった。



大手のマーケターの社内制度の整いように驚いた。
私の会社はまだベンチャーだが、むしろその**仕組み**
をつくっていくパイオニアとしてこんなことをしてい
こうと次の行動がみえたことがとても良かった。

日時 | 2026年10月21日(水)
13:00~19:00(懇親会含む)

会場 | 虎ノ門ヒルズフォーラム

主催 | 一般社団法人日本能率協会

定員 | 350名 若手・中堅マーケター向け

参加料 | 5,500円(税込/懇親会含む)

(20代~30代中盤/現場の第一線で施策・企画を担当している
マーケターの方)

お申込みは
こちらから



<https://jma-mkc.com/party.html>



一般社団法人日本能率協会 マーケティング総合大会事務局

あなたに合うルームは？

グループディスカッションは4つのルームに分かれて実施。
お申し込み時に、今の関心・課題感に近いテーマをお選びください。

ー1→0**課題・機会の発見**

そもそも、どこにビジネスチャンスがあるのか？

社会や生活者の変化から、まだ言葉になっていない違和感や課題を見つけ出す視点を養います。

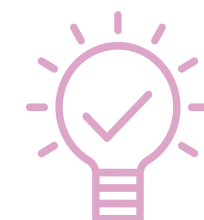
テーマ例

to B 守るための包装が、製造・物流・顧客に新たな負担を生んでいないか？

to C EV化・高齢化・都市部の車離れの中、「移動」への価値観はどう変わったか？

こんな方に

「課題はある気がするが、まだうまく言葉にできていない」方

0→1**市場創造・新規企画**

どんな新しい価値を、どう形にするか？

見えている課題やニーズに対して、新しい商品・サービスのアイデアを具体化していきます。

テーマ例

to B 「導入自体がゴールとなり、現場がシステムに合わせて動いている状態」が、業務に寄り添うツールに変わるにはどうすべきか？

to C 「消耗して買い直すだけになっている日用品」で、面倒な家事やルーティン作業そのものが楽しくなるにはどうすべきか？

こんな方に

新規企画・商品開発のアイデア出しに取り組んでいる方

1→10**市場浸透・認知獲得**

確立した価値を、どう市場へ届けるか？

良い商品・サービスのはずなのに広がらない、その理由と乗り越え方を考えます。

テーマ例

to B 「外れやすい針なしホッチキス」が、普通のホッチキスに代わってオフィスの標準装備として普及するには？

to C 正常性バイアスで事故は起きない考える人」に、ワンタイム型保険を選ばせるには？

こんな方に

プロモーションや認知拡大の壁にぶつかっている方

10→100**事業成長・拡大**

この事業を、どう持続的に育てるか？

過去の成功パターンが、次の成長の壁になっていないか。事業の成長構造を問い直します。

テーマ例

to B 機器販売と保守に頼る空調メーカーが、稼働データで新たな価値を生むには？

to C ヒット作に売上が左右されるゲームメーカーが、継続的にお金を生むためにすべきことは？

こんな方に

既存事業の成長の踊り場・伸び悩みを感じている方

※上記はテーマ例です。当日はtoB・toCの枠を超えた普遍的なお題を扱うため、ご自身の担当に関わらずどのルームでも学びが得られます。

議論はルーム内だけで終わりません——「ルームMIX」

各ルームでの議論の後、4つのルームのメンバーをシャッフルした新グループで再度議論を実施します。
たとえば「AIが当たり前になる時代に、マーケティングの役割はどう変わるか」など、業種・役職を問わず誰もが向き合うテーマで語り合います。

2025年度参加者の

97%
が初参加

迷ったら、まずは今の関心に近いものを選んでください。
皆さまの参加をお待ちしております。

日時 | 2026年10月21日(水) 13:00～19:00(懇親会含む)

会場 | 虎ノ門ヒルズフォーラム 主催 | 一般社団法人日本能率協会

定員 | 350名 若手・中堅マーケター向け 参加料 | 5,500円(税込／懇親会含む)
(20代～30代中盤／現場の第一線で施策・企画を担当しているマーケターの方)

お申込みは
こちらから

