

JPM Network

2026 Vol.136



Topics

各事業を有機的に結びつけ、協会価値を高めるために

～ 2026年度事業編成案、定例理事会で承認される～

協会HP「会員企業専用」コーナーをアップデート

プロモーション・ビジネスの未来を創る意欲的な研究を応援!

～ 研究助成論文募集 ～

各事業を
結びつけるで
ありマウス



Tsunagari Mouse

各事業を有機的に結びつけ、協会価値を高めるために

～ 2026年度事業編成案、定例理事会で承認される ～

3月18日(水)に開催された「第182回 2026年3月度『定例理事会』」において2026年度の事業編成の再編案が承認された。

本年度の事業再編は、単年度収支の黒字化をはじめとした2025年度の成果を基に、各事業をより有機的に結び付け、協会全体としての価値をさらに高めるために、事業の戦略性と一体性を一層強化したものとなっている。

今回は、沼野理事長の説明に基づいて、その内容を紹介する。

<再編の目的>

事業再編の目的として、以下の3点が挙げられる。

1. 事業の戦略的統合により協会としての価値を一体的に向上

ショー・アワード・資格・育成・学会などを相互に連動させ、個別最適ではなく、全体最適の構造へ転換する。事業間の重複を解消し、成果・評価・発信を集約することで、協会としてのブランド力と発信力を高める。

2. プロモーション業界の発展への実効的な貢献強化

プロモーション・マーケティングの定義・体系・評価軸を改めて明確化し、業界の価値基準を提示するとともに、人材基盤の整備を通じて競争力向上に寄与する。

3. 会員社への提供価値の明確化と協会理念への直結

育成・資格・顕彰・発信を一体設計することで、会員企業の人材戦略やブランド力向上に具体的に資する仕組みへ進化させ、その取り組みを協会の「ビジョン・ミッション・パーパス」の実現により直結させていく。

<具体的再編案>

現状からの変更点は、以下の3点となる。

1. 「インスタマーケティングショー&アワード委員会」と「プロモーションマーケティングアワード委員会」を統合し、「JPMアワード&ショー委員会」に

～解説～

昨年度、POP中心のISM領域とプロモーションプランニング領域の各アワードを、「JPMアワード」という名称の下に統合した。その上で本年度は、「価値を評価する機能」としてのアワードと、「価値を社会に発信・体験させる機能」を持つショーを接続し、循環構造を確立するという。

アワードで顕彰された作品や企画をショーの場で広く共有し、ショーで提示された新たな潮流や技術をアワードの評価基準へ反映させる、とのことだ。

これにより、それぞれを業界全体の価値向上に貢献出来る様に進化させたいと考えているようだ。

アワードの設計も、プロモーション・マーケティングの定義に基づいて、さらに進化させるこのこと。「POPか、プランニングか、という区分だけではなく、『購買行動などの行動変容に影響を与えるプロモーション・マーケティング全体』を評価対象とする枠組みへ拡張することが狙いです」と理事長は語る。

具体的には、「JPMブランドのさらなる明確化」「ショーとアワードの戦略的一体運営」「新たな評価軸・カテゴリーの創出検討」を進めるとのことだ。

スケジュール的には、2027年度の本格実装を目指しつつ、2026年度からの一部導入も視野に入れているようだ。

2. 「PM認証資格委員会」と「スキルアップ委員会」を統合し、「PM資格／スキルアップ委員会」に

～解説～

これは2025年度より開始した「プロモーション・マーケティング体系化プロジェクト」を進めていく中で、連携の必要性が確認されたとのこと。

プロモーション・マーケティングの知識体系を構築する取り組みを始めるにあたり、まず理論と実践を整理し、さらに実装段階へ向けての準備をするそうだ。

教育と資格制度を連動させることで「『学ぶ』『認定される』『実務で活かす』までを一体設計することで、会員社にとって実効性のある人材基盤を整備いたします」と理事長は語る。

3. 新たに「次世代キャリア創出委員会」を設置し、「日本プロモーション・マーケティング学会」および「ISM委員会内のヤング部会」の機能を包含する

～解説～

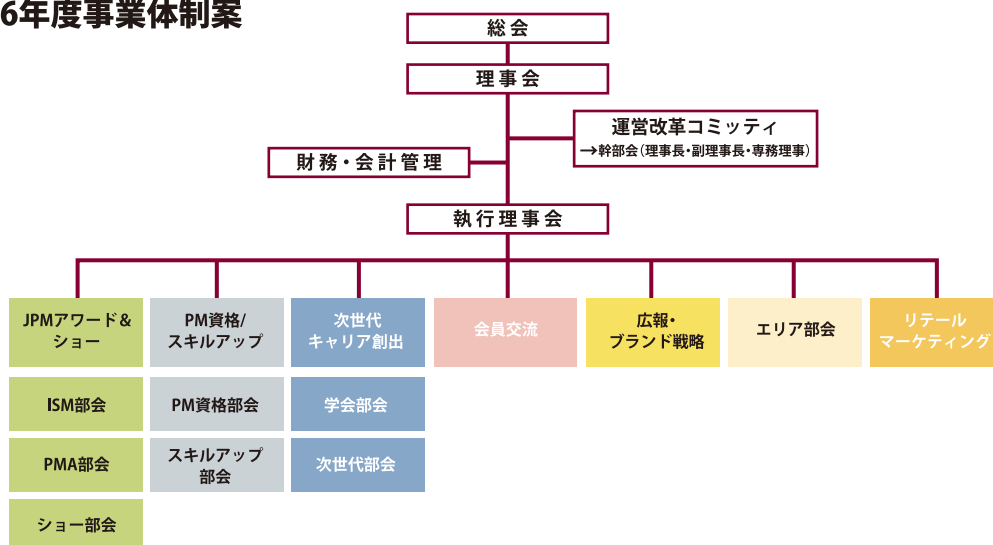
この体制により学会活動の位置づけが大きく変わる。学会を、単なる研究発表の場だけではなく、「プロモーション・マーケティングの理論化・体系化を担う知の基盤」としようとする試みだと考えられる。

学会を若手育成やキャリア形成と同じ構造の中に置くことで、「理論と実務の接続」「研究成果の実装」「若手人材への知的基盤の提供」を実現しようと考えているようだ。

また、学生→若手社員→会員社とつながる、人材循環の仕組みの構築も目論んでいる。「学会活動を独立した存在とするのではなく、『次世代キャリア創出』という未来志向の文脈に組み込むことで、業界への新たな人材流入と価値創出につながることを期待しています」と理事長は加えた。

※会員交流委員会、広報委員会、リテール・マーケティング委員会、関西部会は現行体制を維持するが、広報委員会は広報・ブランド戦略委員会と改称し協会のブランド価値向上のための戦略検討機能を付加する。また、関西部会はエリア部会として関西以外へのエリア展開の検討を進める。

JPM 2026年度事業体制案



協会 HP「会員企業専用」コーナーをアップデート



Member
会員企業専用

JPM協会のホームページ内に設置された「会員企業専用」コーナーがアップデートした。実務への活用や会員相互の連携に促進に向けて、利便性を向上させた。
主なアップデート内容は、以下の3点となる。

1.「受賞作品アーカイブ」の新設

JPMが主催する各種アワードの受賞作品・企画が確認できる。

現在は、以下のアワードが掲載中。

- ・JPMアワード2025 インストアマーケティング部門：金賞以上の受賞作品
- ・JPMアワード2025 プロモーションプランニング部門：受賞企画一覧
- ・次世代マーケティング・チャレンジコンテスト2025：ベストチャレンジ賞、特別協賛社賞
- ・次世代クリエイティブ・チャレンジコンテスト2025：最優秀賞、優秀賞、特別協賛社賞

2.「募集中のイベント」ページの新設

募集中のセミナー・交流会・勉強会やアワードのエントリー情報などを一覧で掲載。

イベントスケジュールの確認や、参加を検討のする際の情報把握に活用できるようにした。

3.「会員名簿の閲覧」への検索機能追加(営業品目検索)

従来の「会員種別」「社名」による検索に加え、新たに「営業品目」での絞り込み検索を可能にした。

これにより、特定の会員企業情報の検索、確認が容易になった。

※なお、「会員企業専用」コーナーにはこの他に、「会報誌『Network』」のアーカイブ、「プロモーション実態調査」報告書の掲載、

「役員一覧」での定款と役員名簿の掲載もされている。

※ログインには、会員社専用のID・パスワードが必要となる。



プロモーション・ビジネスの未来を創る意欲的な研究を応援！

本年度も、日本プロモーション・マーケティング学会による、研究論文・研究レポートへの助成が行われる。この活動は、今回で20年目となる。助成の対象は、プロモーションビジネスへの実務的示唆の期待できる研究計画。

マーケティングやコミュニケーションを専門とする学生・大学院生およびプロモーション業界やコミュニケーション業界の実務家を中心に幅広く募集するが、学会員であることを条件とする。

プロモーションビジネスの今日的視点、あるいは次世代への提言という観点も含め、新たな視点と自由度の高い果敢な研究に期待する。また、本助成を大学や大学院の各課程における卒業論文や修士・博士論文等に活用することも出来る。

募集期間は、4月10日(金)～6月26日(金)

募集要項等、詳しくはJPM協会ホームページの「お知らせ」をご覧ください。