



公益社団法人
日本マーケティング協会



内閣府認定 マーケティング検定 ご案内



jma2-jp.org/marken/



内閣府認定マーケティング検定について

公益社団法人日本マーケティング協会が主催する、マーケティング能力を測定するための内閣府認定の資格試験です。初学習者向けの3級、中級者向けの2級、そして上級者向けの1級と受験者の習熟に合わせて段階に分かれています。

試験方式は、CBT (Computer Based Testing)を採用。全国各地で、受験者の皆様の都合のいい会場と日時を選び、受験することができます。

マーケティング検定の受験は、次の方々にお薦めします。



マーケティングを習得し業務成果を高めたい方

基礎から応用までマーケティングを体系的に習得し、自分自身や所属の会社の業務成果を高めたい。



社会人としてのスキルアップを目指される方

直感や曖昧な知識ではなく、確固としたマーケティング理論を身につけたい。



将来に向けてキャリアアップを望まれる方

内閣府認定の資格を取ることで、昇進・異動・起業などのキャリアアップにつなげたい。



就職活動中もしくは転職活動中の方

内閣府認定の資格を取ることで、面接の際にアピールの材料として活用したい。

マーケティング検定は多くの企業・学校法人に採用されています。

多様な企業が社内教育の一環として採用しています。

マーケティング検定をきっかけとして、社内にマーケティングの知識の統一を図ることができます。

その結果、例えば営業部門がマーケティングに触れることにより、マーケティング部門との意思疎通が円滑になります。また顧客に対しては、マーケティングの知識をしっかりと身につけることでコミュニケーションが豊かになり、ビジネスが円滑に進みます。

採用企業／株式会社インテージ、エーザイ株式会社、株式会社東急エージェンシー、
(50音順) NECソリューションイノベータ株式会社、第一三共ヘルスケア株式会社、株式会社博報堂、
株式会社山口フィナンシャルグループ、ユニ・チャーム株式会社など 他多数

採用企業のインタビュー記事「採用企業の声」 <https://www.jma2-jp.org/marken/uservice>



学校法人が単位認定試験としてマーケティング検定を導入しています。

マーケティング検定の取得は、学生にとって就職活動のアピール材料になります。また大学のゼミや授業の理解度を測るための試験としても、活用することが可能です。資格試験講座にマーケティング検定を導入し、より充実した内容を提供できます。

マーケティング検定の概要

実施方式	CBT (Computer Based Testing) 方式試験
受験会場	全国300ヶ所以上(2024年1月現在) ※最寄りの試験会場は、試験運営団体(株)CBTソリューションズのページ 「全国CBTテストセンター」 (https://cbt-s.com/testcenter/)をご確認下さい。
出題形式	2級・3級は多肢選択式、1級は記述式。
受験種類	1級、2級、3級の3段階方式
合格基準	2級・3級は70%以上。1級は400点満点の60%程度の得点かつ受験者全体の上位20%内に属することを基準として、検定委員の審査によって決定。
受験資格	2級・3級は制限なし、1級は2級試験の合格者
試験申込期間	2級・3級は随時 1級は2024年6月3日(月)～2024年9月19日(木) 1級の試験のお申込みは2024年7月中のお申込みを推奨いたします。
受験日時	2級・3級は随時開催(受験者の都合に合わせて日時を設定できる) 1級は年1回開催。今年度は2024年9月22日(日)14:00～16:00に実施。



※試験問題は、早稲田大学 恩蔵直人教授を中心とした専門家によって策定(14ページに検定委員の一覧を記載)。

マーケティング検定の各級の目的・レベル

マーケティング検定は3級、2級、1級の3段階があり、初学習者向けの3級から中級者向けの2級、そして上級者向けの1級と受験できます。下記は、各級の評価基準やレベル、出題形式となります。

3級	目的	マーケティングの基礎概念の習得度を測定する。
	対象者	学生や新入社員などマーケティングを基礎から学習する方。
	試験内容	マーケティングの基礎概念である10領域から出題。
	試験方法	多肢選択式(30問)。試験時間は60分。試験終了後に試験結果レポートを取得。
2級	目的	マーケティングの基礎概念の理解および応用力を測定する。
	対象者	3～4年のマーケティングの実務経験が身についている方。
	試験内容	マーケティングの基礎概念から応用概念まで16領域から出題。
	試験方法	多肢選択式(40問)。試験時間は90分。試験終了後に試験結果レポートを取得。
1級	目的	マーケティングの応用問題を通じて、総合力を測定する。
	対象者	10年以上のマーケティングの実務経験が身についている方。 マーケティング検定2級試験の合格者。
	試験内容	マーケティングの重要概念の応用問題。
	試験方法	記述式。4題。試験時間は120分。



マーケティング検定 3級

The 3rd Level

出題範囲

マーケティング検定3級試験は、マーケティングについて幅広く理解することを踏まえ、下記の10の領域から出題されます。

- 1 基本概念
- 2 市場環境
- 3 戦略的マーケティング
- 4 マーケティング・リサーチ
- 5 消費者行動
- 6 製品戦略
- 7 価格戦略
- 8 コミュニケーション戦略
- 9 チャンネル戦略
- 10 サービス・マーケティング

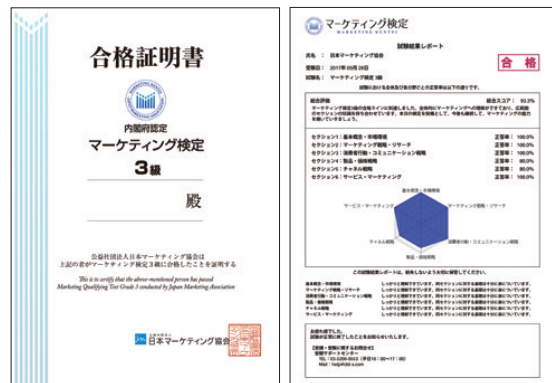


試験結果の評価

上記の10領域から、6つのセクションに組み合わせて、試験結果を評価します。

試験終了後に取得できる「試験結果レポート」(右下)では、セクションごとの評価と総合的な評価を記載しており、受験者の習熟度や理解度が分かるようになっています。

- | | |
|--------|-------------------|
| セクション1 | 基本概念・市場環境 |
| セクション2 | 戦略的マーケティング・リサーチ |
| セクション3 | 消費者行動・コミュニケーション戦略 |
| セクション4 | 製品・価格戦略 |
| セクション5 | チャンネル戦略 |
| セクション6 | サービス・マーケティング |



※ご希望の方には、合格証明書を発行(価格は1,210円(税込、送料込))

マーケティング検定3級の 出題例

(1) STPとは、Segmentation、Targeting、Positioningを略したものである。

このうち、Positioning（ポジショニング）の説明として正しいものを、以下のア～エの中から選びなさい。

- ア. ポジショニングとは顧客のマインドに対して働きかける方策と考えるべきである。
- イ. ポジショニングは製品が設計され、完成した後に確定するべきである。
- ウ. ポジショニングで決められるブランドの位置づけは、相対的というよりも絶対的なものである。
- エ. ポジショニングでは顧客の感覚よりも、製品の特徴の方が重要となる。

(2) マーケティングにおいては、消費者のもつ「知覚」を押さえることが重要である。消費者の知覚に関する記述として、下記の中から誤っているものを選びなさい。

- ア. 知覚とは、人間が外部の情報を意味づけするプロセスであり、情報へ接触し、注意を向け、解釈するという3つの段階で構成される。
- イ. 消費者にとって主観的に意味づけされた品質のことを知覚品質と呼び、マーケティングを行うにあたっては知覚品質を高めることが重要な課題となる。
- ウ. 知覚マップとは多様なブランドに対する消費者の知覚を図示したものである。
- エ. 知覚マップを活用すると、ブランド間の位置づけが分かり、市場の潜在性を的確に発見できる。

解答&解説

(1) 正解 ア ポジショニングは製品そのものに対して行われる方策というよりも、顧客のマインドに働きかける方策である。顧客が相対的に比較する際の感覚によって、製品やブランドの位置づけが決定する。

(2) 正解 エ 知覚マップとは各ブランドのイメージに関する質問を行い、その回答を統計分析して、2軸で図示したものである。これにより、ブランド間の位置づけは分かるものの、即座に市場の潜在性を把握することはできない。



マーケティング検定 2級



The 2nd Level

出題範囲

マーケティング検定2級試験は、マーケティングの基礎から応用まで幅広く出題されます。具体的な出題範囲は、下記の16の領域となります。

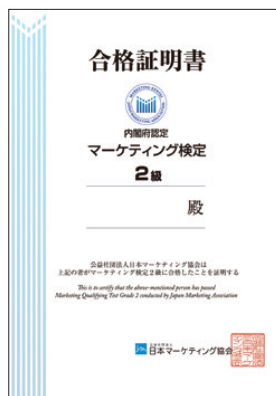
- | | | | |
|---|------------------|----|--------------------|
| 1 | マーケティング・マネジメント | 9 | ブランド・マネジメント |
| 2 | マーケティング環境の分析 | 10 | マーケティング・コミュニケーション |
| 3 | 資源配分と製品ポートフォリオ管理 | 11 | サプライチェーン・マネジメント |
| 4 | マーケティング組織のデザイン | 12 | 顧客関係マネジメント |
| 5 | 産業と競争の構造 | 13 | サービス・マーケティング |
| 6 | 消費者行動の分析 | 14 | 生産財(B to B)マーケティング |
| 7 | 価格設定のデザイン | 15 | ソーシャル・マーケティング |
| 8 | 製品開発と顧客価値 | 16 | グローバル・マーケティング |

試験結果の評価

上記の16領域から、8つのセクションに組み合わせて、試験結果を評価します。

試験終了後に取得できる「試験結果レポート(右下)」では、セクションごとの評価と総合的な評価を記載しており、受験者の習熟度や理解度が分かるようになっています。

- | | |
|--------|------------------|
| セクション1 | マーケティング・マネジメント基礎 |
| セクション2 | 事業組織のマネジメント |
| セクション3 | 消費者行動の分析 |
| セクション4 | 市場提供物のデザイン |
| セクション5 | 顧客価値の伝達 |
| セクション6 | 顧客価値の提供 |
| セクション7 | 専門分野の理解 |
| セクション8 | 長期的成長の実現 |



※ご希望の方には、合格証明書を発行(価格は1,210円(税込、送料込))

マーケティング検定2級の 出題例

市場細分化（セグメンテーション）に関する記述として誤っているものを、以下のア～オの中から選びなさい。

- ア. 市場細分化によって、ニーズが似通っているセグメントをうまく抽出することができたら、セグメントの固有のニーズにふさわしい製品の提供が可能になり、個別の顧客にカスタマイズするよりも生産効率を高めることができる。
- イ. 同じセグメント内においては、できるだけ製品の仕様や、価格に対する感受性、利用頻度の高いメディアなどが異なっていなければならない。
- ウ. 対象とするセグメントの規模があまりに小さいと、十分な売上と利益が確保できず損益分岐点を下回る恐れがある。そのためセグメントを決定する際は採算性を見込める必要がある。
- エ. 市場細分化されたセグメントは規模が推定可能であり、その特性から具体的なマーケティング・ミックスの示唆が得られるようであればならない。
- オ. 市場細分化のデメリットとして、細分化されたセグメントの分だけ製品・サービスの種類が増えると、企業のコスト負担が増加することが挙げられる。

解答&解説

正解 イ 市場細分化で満たすべき条件として、「独自性があること」「十分な規模であること」「確実性があること」の3つがある。これらの条件のうち「独自性があること」とは、細分化されたセグメントは、マーケティングの手法にそれぞれ異なる反応を示すものでなければならないことを示している。したがって、異なるセグメントでは必要となる製品の仕様、価格に対する感受性、利用頻度の高いメディアなどが異なっていなければならない。逆に、同じセグメント内においては反応の違いが少ない方が、マーケティングの効果や効率は高まるため、マーケティングの手法に対する反応は似ていた方が良い。



マーケティング検定 1 級



The 1st Level

受験条件

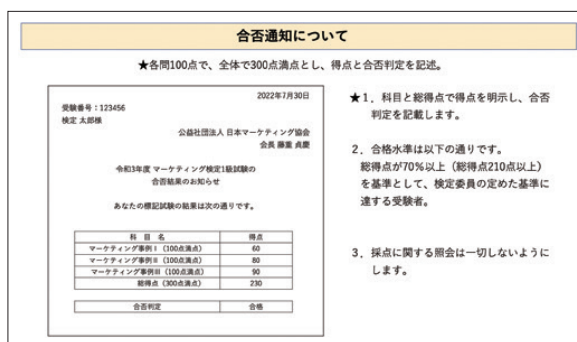
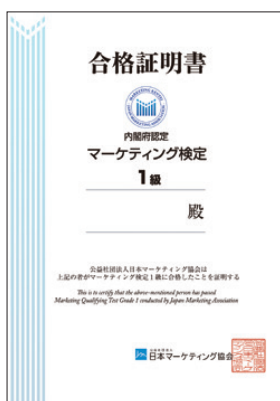
- 2 級試験に合格し、マーケティングの全般的な素養のある方。
- プロフェッショナルのマーケターとして実力をお持ちの方。
- マーケティングの最上位の資格を取ることで、キャリアアップにつなげたい方。

出題範囲

マーケティング 1 級試験は、マーケティングの基礎から応用まで幅広い理解があることを前提として、実践的な思考力を測るための 3 つの事例(ケース)が出題されます。

試験結果の評価

受験者には試験終了後、11 月中旬に「マーケティング検定 1 級試験の合否通知」が届けられます。合否通知には、各事例の得点と試験全体の得点、そして合否判定の結果が記載されます。



※ご希望の方には、合格証明書を発行(価格は1,210円(税込、送料込))

Marketing Specialistについて

マーケティング検定 1 級試験合格者 (Marketing Specialist)

マーケティング検定 1 級試験に合格し、当協会から資格認定を受けた方は「Marketing Specialist」としてオープンバッジ(デジタル証明書)が交付され、Marketing Specialist 資格者名簿に掲載されます(有効期限: 発行から1年間)。

試験の概要

受験条件	マーケティング検定2級試験の合格者
試験形式	記述式(CBT試験)
問題数	4題
試験時間	120分
試験内容	マーケティングの重要概念の応用問題
合否基準	400点満点の60%程度の得点かつ受験者全体の上位20%内に属することを基準として、検定委員の審査によって決定。
認定証の発行	試験合格後、ご希望の方には合格証明書の送付を受け付けます。合格証明書の発行・送付の費用は別途(1,210円税込み)。1級試験合格の方は「Marketing Specialist」として認定されます。詳しくは下記URLをご覧ください。 https://www.jma2-jp.org/marken/grade1/marketing-specialist
試験申込期間	2024年6月3日(月)～2024年9月19日(木) 試験のお申込みは2024年7月中のお申込みを推奨いたします。
実施日程	年1回開催。今年度は2024年9月22日(日)14:00～16:00に実施。
結果発表	2024年11月中を目途に1級試験のホームページにて合格者の受験予約番号を掲載。 後日、合否結果を受験者に郵送。
実施会場	1級試験の実施会場はCBT受験予約のページで「マーケティング検定1級試験」を選択いただき、「会場の選択」の項目でご確認ください。
試験レベル	社内外でマーケティングのエバンジェリストとなるビジネスリーダー。

マーケティング検定 3級

マーケティング検定3級試験公式問題集&解説

(アマゾン・楽天ブックス・各電子書籍ストア・全国書店で購入可能)



「マーケティング検定3級試験」の出題範囲を網羅的にカバーした公式問題集です。

出題分野を章ごとに掲載しており、解説では図表を加える等して、学習者が分かりやすく理解できるようになっています。

マーケティングの基礎を理解するための代表的な問題を揃えていますので、内容を繰り返し復習することで、要点を掴み、マーケティング3級試験の合格に近づくことができます。

出版社：日本マーケティング協会 価格：3,025円(税込)

マーケティング検定3級試験の参考図書

(Amazon、出版社・同文館で購入可能)



・ベーシック・マーケティング

日本マーケティング協会のマーケティング・ベーシックコースの講師陣が執筆。マーケティングの専門知識を効率的・体系的に習得するための学習書です。各章の冒頭には、具体的な企業のミニ・ケースが掲げられており、マーケティングの基本概念が実際にどのような意思決定の場面で役立つかをイメージしやすいように工夫しています。また各章のキーワードを簡単な解説を付して、巻末に50音順にまとめています。

出版社：同文館出版 価格：3,300円(税込)

マーケティング検定3級試験 Eラーニング講座

(日本マーケティング協会検定ホームページで購入可能)

jma2-jp.org/marken/e-learning

- マーケティング検定試験の合格に向けて、全領域を分かりやすく解説しています。
- 豊富な図表による講義を通して、マーケティングの基礎をしっかりと身につけることができます。
- 各章のテストを試しながら、マーケティング検定試験の学習を効率的・効果的に進められます。

発行：日本マーケティング協会

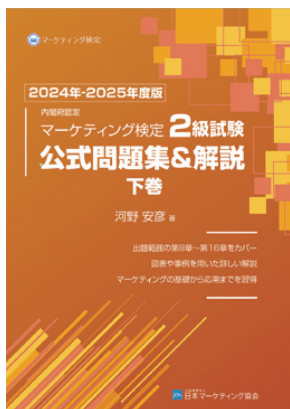
価格：一般 11,000円(税込) 協会会員社・学生 8,800円(税込)



Eラーニング講座のご紹介

マーケティング検定 2級

マーケティング検定 2級試験公式問題集&解説 上下巻



(アマゾン・楽天ブックス・各電子書籍ストア・
全国書店で購入可能)

「マーケティング検定2級試験」の出題範囲を網羅的にカバーした公式問題集です。

出題分野を章ごとに掲載しており、解説は日本企業の事例を用いる等して、学習者がマーケティングの基礎から応用まで習得できるようになっています。

マーケティングを体系的に理解するための代表的な問題を揃えていますので、内容を繰り返し復習することで、要点を掴み、マーケティング2級試験の合格に近づくことができます。

出版社：日本マーケティング協会

価格：上巻 5,500円、下巻 5,500円(いずれも税込)

2級試験の各参考図書

「コトラー & ケラー & チェルネフ マーケティング・マネジメント 原書 16版(丸善出版)」

マーケティング上級テキストの決定版として知られている『マーケティング・マネジメント』の最新版です。種々のマーケティング理論から今日的なマーケティングの実践例までを網羅的に解説しています。新たなマーケティング環境で必要とされるあらゆる枠組みやツールを、マーケティング実務を担う責任者やマーケティングを専攻するMBA学生達が学び取れる内容となっています。

「ゼミナール マーケティング入門 第2版(日本経済新聞出版社)」

企業の内部の問題、市場との関わりの問題など、5つの視点を整理しつつ、マーケティングの全体像が網羅されています。日本企業の事例や、商品・ブランドの事例を中心に取り上げられており、取引や流通などといった日本特有の問題にも留意されて記述されています。

「マーケティング New Liberal Arts Selection (有斐閣)」

消費者行動と市場分析の手法を丁寧に説き起こし、マーケティング・マネジメント、企業戦略とマーケティング戦略から、新たなマーケティングの展開や企業と社会のつながりまでを網羅しています。特に消費者行動の解説は詳細に記述されています。

2級試験合格者の資格 Advanced Marketerについて

マーケティング検定2級試験に合格し、当協会から資格認定を受けた方は「Advanced Marketer」として資格認定証（デジタル証明書）が交付され、Advanced Marketer資格者名簿に掲載されます（有効期限：発行から1年間。初年度は無料）。詳しくはAdvanced Marketerのページをご参照ください。

jma2-jp.org/marken/level2/advanced_marketer



Advanced Marketerの特典

1 名刺の資格名の記載	資格保有者は名刺に下記の資格名を記載できます。 Advanced Marketer（公益社団法人日本マーケティング協会公認）
2 名刺のロゴマークの利用	資格保有者は名刺への資格名の記載と合わせて、内閣府認定マーケティング検定のロゴマークを記載することができます。 
3 その他の特典	Advanced Marketerに認定された方には、ホームページへの氏名登録や資格名称・ロゴの付与に加えて、以下の特典があります。 ①資格者名簿への掲載 Advanced Marketer資格者は専用ページに、氏名・会社名・資格取得日が掲載されます（掲載は任意）。「社会で活躍するマーケターとして認定できる実力」のある方として公的に証明することができます。 ②オープンバッジの交付 オープンバッジは欧米を中心に海外で活用されているデジタル証明書の世界標準規格です。 資格保有者は電子履歴書、転職サイト登録、個人SNS等にバッジを掲載し、キャリア証明に活用することができます。 ※世界標準規格「オープンバッジ」について  https://www.openbadge.or.jp/ 
③ Advanced Marketer 限定の会合	Advanced Marketer資格者は、Advanced Marketer限定の会合に参加することができます（不定期）。

1級試験合格者の資格

Marketing Specialistについて

マーケティング検定1級試験に合格し、当協会から資格認定を受けた方は「Marketing Specialist」として資格認定証（デジタル証明書）が交付され、Marketing Specialist資格者名簿に掲載されます（有効期限：発行から1年間。初年度は無料）。詳しくはMarketing Specialistのページをご参照ください。

<https://www.jma2-jp.org/marken/grade1/marketing-specialist>



Marketing Specialistの特典

1 名刺の資格名の記載	資格保有者は名刺に下記の資格名を記載できます。 Marketing Specialist (公益社団法人日本マーケティング協会公認)
2 名刺のロゴマークの利用	資格保有者は名刺への資格名の記載と合わせて、内閣府認定マーケティング検定のロゴマークを記載することができます。 
3 その他の特典	Marketing Specialistに認定された方には、ホームページへの氏名登録や資格名称・ロゴの付与に加えて、以下の特典があります。 ①資格者名簿への掲載 Marketing Specialist資格者は専用ページに、氏名・会社名・資格取得日などが掲載されます（掲載は任意）。「プロフェッショナルなマーケターとして認定できる実力」のある方として公的に証明することができます。 ②オープンバッジの交付 オープンバッジは欧米を中心に海外で活用されているデジタル証明書の世界標準規格です。 資格保有者は電子履歴書、転職サイト登録、個人SNS等にバッジを掲載し、キャリア証明に活用することができます。 ※世界標準規格「オープンバッジ」について  https://www.openbadge.or.jp/  ③Marketing Specialist限定の会合 Marketing Specialist資格者は、Marketing Specialist限定の会合に参加することができます（不定期）。

内閣府認定マーケティング検定委員の ご紹介

内閣府認定マーケティング検定委員は、マーケティングの専門家によって構成されています。

マーケティング検定委員		
委員長	恩藏 直人	早稲田大学 商学学術院 教授
副委員長	三浦 俊彦	中央大学 商学部 教授
	芳賀 康浩	青山学院大学 経営学部 教授
委員	石田 大典	同志社大学 商学部 准教授
	久保 知一	中央大学 商学部 教授
	坂下 玄哲	慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授
	清水 信年	流通科学大学 商学部 教授
	須永 努	早稲田大学 商学学術院 教授
	田嶋 規雄	拓殖大学 商学部 教授
	橋田 洋一郎	専修大学 経営学部 教授
	廣田 章光	近畿大学 経営学部 教授
	松下 光司	中央大学大学院 戦略経営研究科 教授
	結城 祥	神戸大学大学院 経営学研究科 准教授
横山 斉理	法政大学 経営学部 教授	

ご 挨拶



日本経済の活力を 高める人材の育成を

公益社団法人日本マーケティング協会
会長 藤重 貞慶

マーケティング検定は、マーケティングの理解力を深め、高め、測定することができる資格制度です。コンピューターによるCBT試験の導入により、誰もが身近な地域の会場で、都合の良い日と時間帯を選んで受験することができます。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、ご活用されることを望んでおります。日本のさらなる躍進のカギとして、マーケティングの役割はますます重要になってきます。マーケティング検定のご活用が、日本経済の活力を高める人材の育成に寄与することを願っています。



歴史的な評価に 耐える知識を

公益社団法人日本マーケティング協会
理事長 恩藏 直人

マーケティング検定は、日本を代表するマーケティングの研究者と教育者が中心となって作成されており、専門的な観点から、現代のマーケティングを実践する上で必要な知識の習得度合いを測定するものです。その特徴は、単なる詰め込みによる断片的な知識ではなく、マーケティングの基本的な概念を枠組みとして理解できているかを評価することにあります。

マーケティングを取り巻く環境の変化は速く、この検定が問うものは歴史的な評価に耐える知識ということになりましょう。

CBT (Computer Based Testing) 試験について

マーケティング検定は、CBT試験を採用しています。

CBT試験は、漢検や英検などの検定団体の他、大学の語学入試、上場企業の採用試験や社内評価試験などにおいても導入が進んでいます。

CBT試験の特徴

主要都市を中心に全国47都道府県に300会場以上あるため、ご自宅や職場・大学からアクセスしやすい。受験者は一年を通して好きな日時に受験することができるため、受験者の都合に合わせてやすく利便性が高い※。

※会場の空き状況によっては、希望の日時に受験できない場合もございます。

※会場の都合にもよりますが、受験予約は3ヵ月先まで可能です。

試験会場

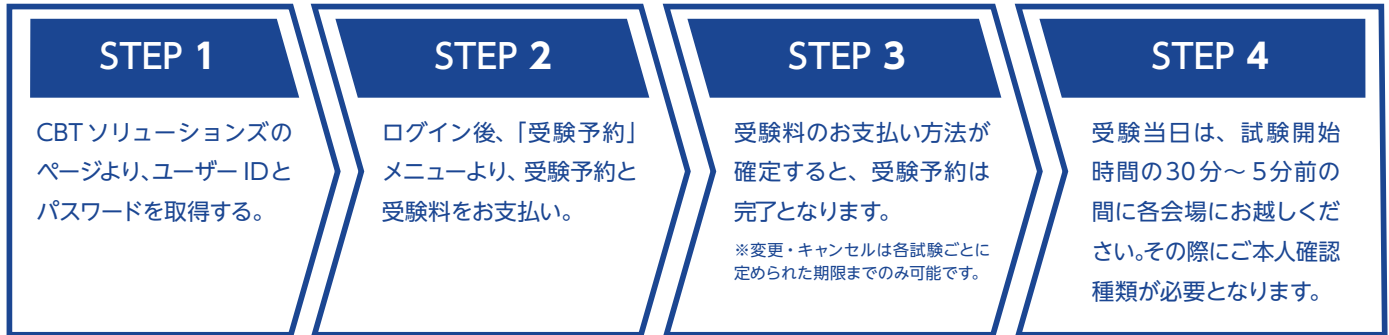


最寄りの試験会場は、
試験実施会社(株)CBTソリューションズの
ページ(試験会場一覧)
から確認することができます。
<https://cbt-s.com/testcenter/>

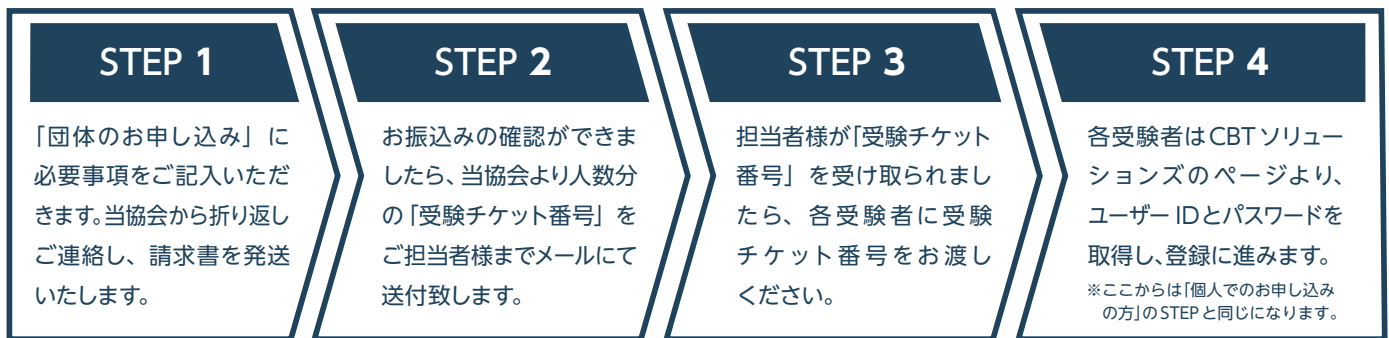


受験までの流れ

個人受験の場合



団体受験の場合



※受験チケット番号の有効期限は、発行日より3ヶ月となります。

受験料

・マーケティング検定3級

一般	日本マーケティング協会会員社	学生
6,600円(税込)	個人・団体共に1名につき 5,500円(税込)	

・マーケティング検定2級

一般	日本マーケティング協会会員社	学生
9,460円(税込)	個人・団体共に1名につき 8,360円(税込)	

・マーケティング検定1級

一般	日本マーケティング協会会員社	学生
14,850円(税込)	個人・団体共に1名につき 13,750円(税込)	

お申込み・お問い合わせ先

お申込みやお問い合わせはマーケティング検定 公式ホームページからお願い致します。

<https://www.jma2-jp.org/marken>

公益社団法人 日本マーケティング協会 マーケティング検定事務局(担当：河野、石川)

〒106-0032 東京都港区六本木3-5-27 六本木YAMADAビル9F

TEL (03)5575-2101 FAX (03)5575-0626 E-mail: marken@jma-jp.org

