

NIKKEI BtoBマーケティングアワード2021 企画協賛のご案内



NIKKEI
BtoB Marketing Award

2021年3月

日本経済新聞社

デジタル事業 メディアビジネスユニット

近年のデジタルの急速な発展に加え、新型コロナウイルス感染症拡大によりビジネスの価値観や人々の働き方が大きく変化したことは、BtoBマーケティングにも変革を与えました。

その影響は単なるマーケティング活動のデジタルシフトだけではなく、自社のビジネスが社会に与える価値を見直すことにつながっており、経営視点でプロセス全体が最適化された「顧客視点での経営」を意識した新たな時代のマーケティングに取り組む必要性が認識されております。

激動の時代の中、日本経済新聞社は昨年、日本のBtoBマーケティングの発展と日々奮闘するマーケターを応援することを目的「NIKKEI BtoBマーケティングアワード」を立ち上げました。

新たな時代のマーケティング活動における創造性や新規性、経営へのインパクトなどを基準に審査し、様々な優れた取り組みを発見し、オンライン上でのイベントや日経メディアを中心として世の中に発信しました。

第二回となる今回も優れた事例の紹介、勉強会/分科会の実施、メディアを活用した取り組みの発信を通じて、強力的にBtoBマーケティングの発展・プレゼンス向上を推進していきます。

- 本事業を通して、BtoBマーケティングについて優れた事例の表彰、知見の共有、ネットワークの醸成を行います。
- 結果として、マーケターの意識向上やBtoBマーケティングの技術・業界の発展・情報発信に寄与することを目的とします。

BtoBマーケティングアワードの構成プログラム⇒

表彰事業

- マーケティング部門・担当者の社内プレゼンス向上
- 業界全体の価値向上
- 優れた事例の社会への啓もう

分科会/セミナー

- マーケティングに関する技術や知見の提供
- マーケターや企業間のネットワーク醸成
- 企業経営層のマーケティングへの関心やリテラシーの向上

メディアによる発信

- 新聞、電子版などの日経メディアをフルに活用した情報の発信
- その他パブリシティにより受賞内容や活動の様子などを拡散

昨年度実績①

■全体概要

主 催：日本経済新聞社
特別協賛：HubSpot Japan
協 賛：ブレインパッド
協 力：BASE Q

■受賞企業

○大賞

アスクル株式会社「データ×テクノロジーによる「売らないマーケティング」」

新型コロナ感染拡大による衛生用品の買い占めに対応、医療機関などが必ず購入できるシステムを構築した。業種や購買履歴を分析して本当に必要とする施設を特定、推定される必要数と在庫に応じて施設ごとに提供する商品と数量を決定し、メール配信システムで案内、他の施設は購入できない仕組みとした。

○ブランディング賞

アスクル株式会社 ※大賞との2賞同時受賞となります

○デマンドジェネレーション賞

ブラザー販売株式会社「ニューノーマル時代に対応したマーケティング戦略の見直しと実施」

データを活用したBtoBマーケティングによる成長をめざして2019年に専門グループを新設。施策の自社最適化をはかり、短期間のうちに案件創出額や大口案件獲得数で成果を上げた。新型コロナ感染拡大によるニューノーマル時代に対応、すべてのフェーズで施策を見直し、オンライン対応を推し進めるなどして進化をはかった。

■各種メディア露出

○LPサイト



URL:<https://ps.nikkei.co.jp/b2baward/>



○新聞広告



レクタングルバナー

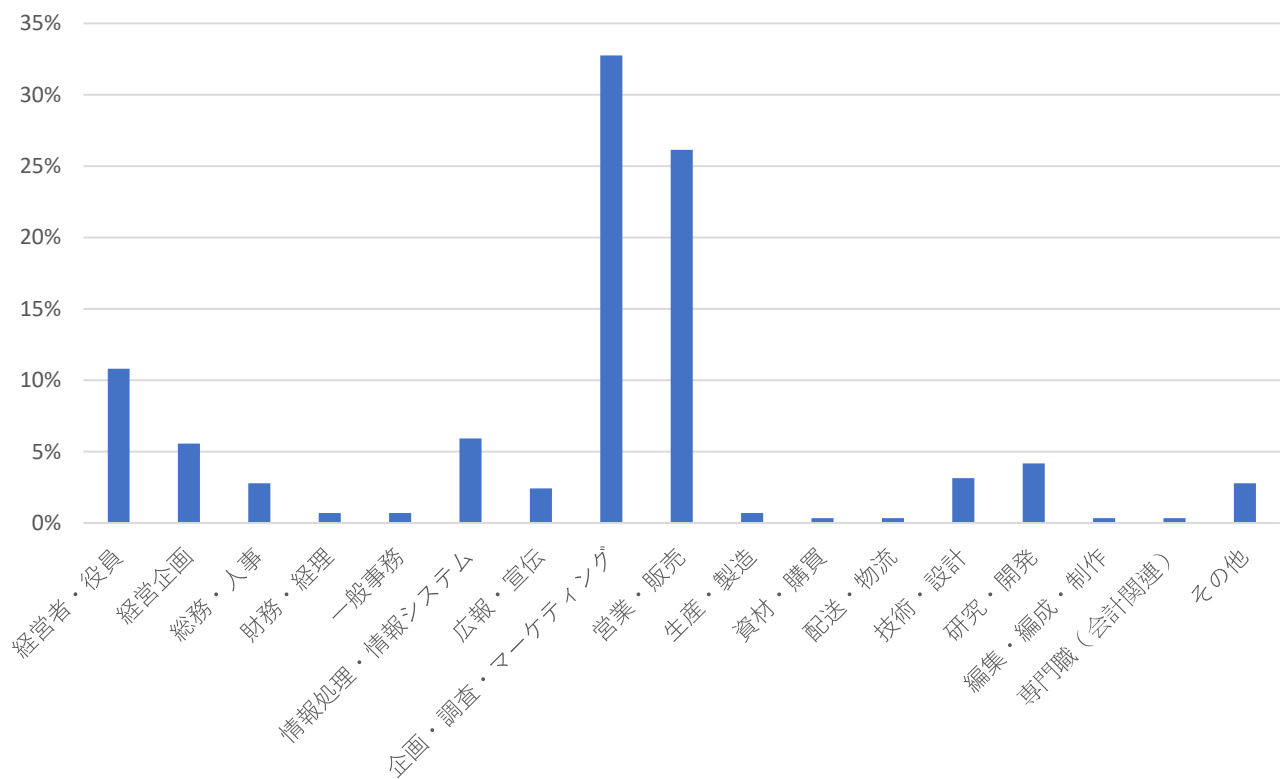


2020年8月6日付 日本経済新聞朝刊
全15段モノクロ全面広告

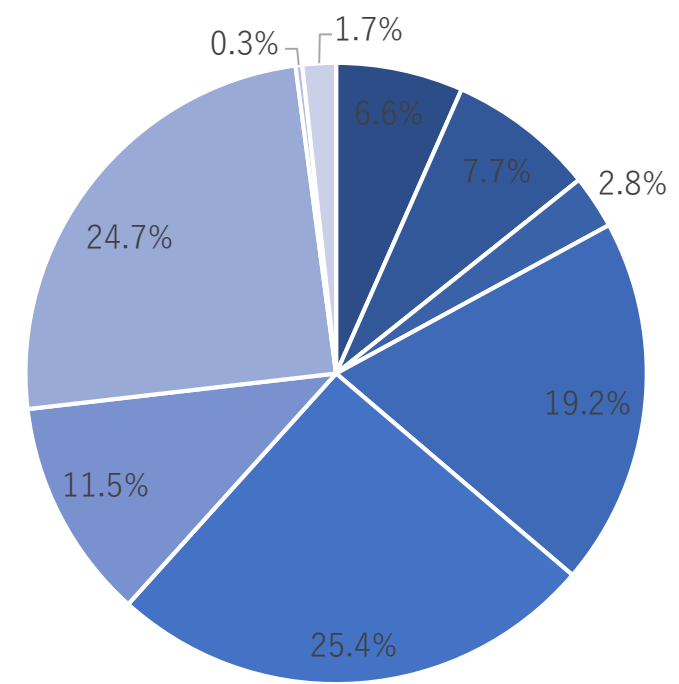
■参加者属性

○表彰式応募者属性

職種



役職



- 経営者
- 役員クラス
- 本部長クラス
- 部長クラス
- 課長クラス
- 主任/係長クラス
- 一般社員
- 契約社員
- その他

★マーケティングに関わるマネジメント層からの高い関心。

○全体概要

事業名：NIKKEI BtoBマーケティングアワード2021

主 催：日本経済新聞社

協 賛：マーケティング支援を行っている事業者様を想定

対 象：BtoB企業の経営層、マーケティング担当部門長・担当者

○表彰式

日 時：2021年12月頃予定

内 容：受賞企業発表、インタビュー、トークセッションなど



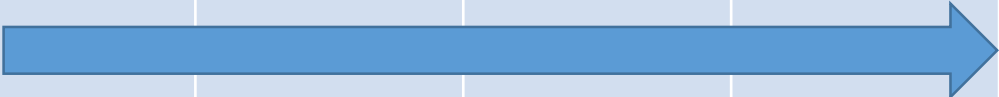

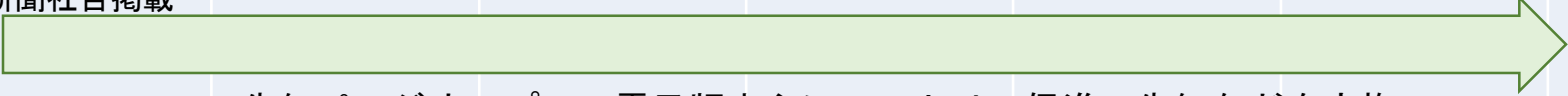
○分科会/勉強会概要

日 時：6月以降募集期間中随時実施予定

実施方法：オンラインでの開催を予定

内 容：詳細はP13に記載

想定スケジュール

	21年5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	
イベント	第1回審査委員会					最終審査会		表彰式	
分科会/勉強会		 随時実施							
エントリー									
メディア露出		新聞社告掲載	 告知ページオープン、電子版中心にエントリー促進の告知などを実施						表彰式の レポートを掲載

審査委員



審査委員長 内田 和成氏

早稲田大学 大学院経営管理研究科（ビジネススクール）教授
東京大学工学部卒業。慶應義塾大学大学院経営管理研究科修了(MBA)。日本航空を経て、ボストン・コンサルティング・グループ(BCG)へ。2000年6月から04年12月までBCG日本代表。06年「世界でもっとも有力なコンサルタントのトップ25人」(米コンサルティング・マガジン)選出。同年から現職。『仮説思考』『論点思考』『右脳思考』(東洋経済新報社)、『異業種競争戦略』『ゲーム・チェンジャーの競争戦略』『リーダーの戦い方』(日本経済新聞出版社)など著書多数。



音部 大輔氏

クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役
日米P&G、ダノンジャパン、ユニリーバ・ジャパン、資生堂などで、マーケティング担当副社長やCMOとしてマーケティング組織を構築・指揮し、持続的成長を実現。2018年より現職。国内外の多様なクライアント企業にマーケティング組織強化など提供。博士（経営学 神戸大学）。日本マーケティング学会 理事。NIKKEI BtoBデジタルマーケティングアワード、日経BPマーケティング・オブ・ザ・イヤー審査員。著書に『なぜ「戦略」で差がつくのか。』（宣伝会議）、『マーケティングプロフェッショナルの視点』（日経BP）



庭山 一郎氏

シンフォニーマーケティング株式会社 代表取締役
1962年生まれ、中央大学卒。1990年9月にシンフォニーマーケティング株式会社を設立。数多くのマーケティングプロジェクトを手がけ、1997年よりBtoBにフォーカスした日本初のマーケティングアウトソーシング事業を開始。製造業、IT、建設業、サービス業、流通業など各産業の大手企業を中心に国内・海外向けのマーケティングサービスを提供している。中央大学大学院ビジネススクール客員教授。



上島 千鶴氏

株式会社Nexal 代表取締役
事業戦略からマーケティングを定義し、組織成長を後押しするBtoBビジネスコンサルティングに従事。【論より成果】【一過性ではなく再現性】を重視する実践型ファシリテータとして、数多くのプロジェクトで道標・道筋を提示し、DX推進に関与。
2018年「リードビジネス”打ち手”大全」インプレス
2016年「マーケティングのKPI “売れる仕組み”の新評価軸」日経BP
2009年「Web来訪者を顧客に育てるリードナーチャリング」年日経BPコンサルティング



後藤 洋氏

トライベック株式会社 代表取締役社長
慶應義塾大学卒業後、2001年にソフトバンクに入社。同社にて新規事業立ち上げのマーケティング全般を担当後、2002年トライベック・ストラテジーに参画。同社のコンサルティング事業を一手に担い、幅広い業界のデジタルマーケティング戦略、オウンドメディア戦略などに多数従事。現在、子会社2社を束ねるトライベック・グループのCEOとして、オウンドメディアを中心に多くの講師を務める。2019年11月にCXコンソーシアム代表幹事に就任。

他、主催者より1名

■アワード一覧(検討中)

○大賞

-全体的な総合評価により最も優れた取り組みを行った企業を表彰

○優秀賞

-BtoBマーケティングにおける優れた取り組みを行った企業を表彰

中心に、他審査委員特別賞などの設置を検討しております。

①エグゼクティブ向け限定セミナー

-企業トップ、経営層を対象にビジネス全体におけるマーケティングの重要性を訴求し、トップダウンでビジネス全体で推進していくことを目的としたセミナー。審査委員を中心とした有識者に講師となっていただくことを想定。

②マーケターに向けた知見の提供とネットワーキング

-エントリー促進とマーケターの方のエンゲージメント強化を目的としたプログラム。昨年受賞企業のマーケティング施策やその後の反響をお聞きするセッションや、自社のマーケティング施策の振り返りを実施するワークショップ、審査員に向けて自社の課題をぶつける双方向セミナーなど、複数回に渡るイベントを通してマーケターの方へ知見やつながりを提供していきます。

③ソリューション紹介セミナー

-協賛企業様のソリューション訴求およびユーザー企業様へのマーケティングに関する最新トレンドや支援情報の提供、を目的とします。イベント応募者様のリード情報は協賛企業様にご提供させていただきます。ゴールドスポンサー様が主体となる単独協賛分科会(開催時期のご相談可能)、シルバースポンサー様が参画いただく複数協賛分科会(9月頃実施を予定)の2種類のイベントを実施予定。

※上記は暫定の内容案となります。

※全プログラム、オンラインでの実施を想定しております。

■ゴールドスポンサー

料金：10,000,000円(税別)

内容	説明
協賛クレジットへの社名掲載	イベント全体のクレジットに「協賛社」として社名を掲出させていただきます。
露出に際する社名・ロゴの掲載	本事業における、エントリー公募の告知、表彰式のレポート、各イベントでの掲出物など関連する露出において、協賛社として社名・ロゴを掲載いたします。
各種イベントでのCM放映	各種分科会、表彰式などでCMを放映いたします。動画素材は協賛企業様よりご用意をお願いいたします。
各種イベントへの参加招待	協賛社様より数名程度、本事業に関連する各種イベントへの参加を招待いたします。
単独分科会の設置	協賛企業様のテーマ・実施内容のご要望に沿って、エントリー公募期間中、分科会を1回実施できます。申込者のリード情報を提供いたします。(想定応募者数：400名)
エグゼクティブ向けセミナーの登壇及び応募者リードの提供	分科会の1つとして実施するエグゼクティブ向けセミナー(エントリー公募中1回実施、100名程度の応募を想定)の応募者様のリード情報を提供いたします。 合わせて、本セミナー内で協賛社様より1名、セミナーご登壇頂きライトニングトーク形式※のプレゼンテーションを実施していただけます。
タイアップ広告の実施	協賛社様スポンサーのタイアップ広告として、コンテンツを別途発信いたします。(21年12月までの公開を想定)通常タイアップ広告の500万円分のメニューとして実施いたします。

※1社様5分程度のショートプレゼンテーションを想定。CXO(役員)以上の方の方にご登壇いただき、企業のメッセージをお話いただく想定です。(自社製品のPRにつながる内容などは事前に変更をご依頼させていただく可能性がございます。)

内容の詳細は営業担当者宛にお問い合わせください。

■シルバースポンサー 料金：5,000,000円(税別)

内容	説明
協賛クレジットへの社名掲載	イベント全体のクレジットに「協賛社」として社名を掲出させていただきます。
露出に際する社名・ロゴの掲載	本事業における、エントリー公募の告知、表彰式のレポート、各イベントでの掲出物など関連する露出において、協賛社として社名・ロゴを掲載いたします。
各種イベントへの参加招待	協賛社様より数名程度、本事業に関連する各種イベントへの参加を招待いたします。
複数協賛社参加の分科会への登壇・申込者のリード獲得	BtoBマーケティングのテーマで、複数協賛社(3~4社程度想定)登壇の分科会イベントを実施いたします。本イベントにて20分のセッションへの登壇機会と申込者のリードをご提供いたします。(想定応募者数：400名)

■ブロンズスポンサー 料金：500,000円(税別)

内容	説明
協賛クレジットへの社名掲載	イベント全体のクレジットに「協賛社」として社名を掲出させていただきます。
露出に際する社名・ロゴの掲載	本事業における、エントリー公募の告知、表彰式のレポート、各イベントでの掲出物など関連する露出において、協賛社として社名・ロゴを掲載いたします。