



【お知らせ】

株式会社マクロミル主催
学生対象「データ分析に基づいたマーケティング戦略立案コンテスト 2018」
決勝プレゼン大会 結果のご案内

2018年10月31日
株式会社マクロミル
(コード番号：3978 東証一部)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役社長 グローバル CEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、10月10日（水）に、大学生・大学院生を対象とした「マーケティング戦略立案コンテスト2018」（以下、コンテスト）の決勝プレゼン大会・表彰式を開催しました。当日は、総エントリー数 266 チームのうち、審査員による事前審査を通過した 12 チームの学生によるプレゼンテーションが行われ、厳正なる審査の結果、各部門の優勝チームが決定しましたのでお知らせします。

本コンテストは、企業が取り組んでいる実際のビジネス課題を題材に、当社が保有する様々なマーケティングデータを活用して戦略立案することをテーマに、2017年より開催しており、今年で2回目を数えます。当社は、本コンテストの開催を通じて、学生の皆様に実際のマーケティング戦略立案やデータ分析に触れる機会を提供するとともに、昨今ますます需要が増加している「データを活用してビジネス課題を解決できる人材」の育成を目指しております。

コンテスト課題は、アサヒビール株式会社、江崎グリコ株式会社、全日本空輸株式会社、ソフトバンク株式会社の4社（五十音順、敬称略）から、それぞれ「ビジネス課題」「課題解決に必要となる実データ」をご提供いただきました。



優勝チーム：

- （左）アサヒビール部門 1位：チームミクロ丸（創価大学）
- （右）江崎グリコ部門 1位：はちみつレモン（東海大学）



優勝チーム：

(左) 全日本空輸部門 1位：MPH3 (慶應義塾大学大学院)
 (右) ソフトバンク部門 1位：スターライト (名古屋学院大学)

各部門の審査員長：

アサヒビール株式会社	常務取締役 兼 常務執行役員 マーケティング本部長	黒木 誠也氏
江崎グリコ株式会社	常務執行役員 マーケティング本部長	奥山 真司氏
全日本空輸株式会社	代表取締役副社長	志岐 隆史氏
ソフトバンク株式会社	常務執行役員 プロダクト&マーケティング戦略本部 本部長	桶谷 拓氏

決勝プレゼン大会 審査結果

課題 A：アサヒビール株式会社「ビール類、チューハイなどの RTD※を飲む若者を増やす施策 (商品・販促・広告) の企画」 ※「Ready to Drink」の略。購入後、そのまま飲用可能な缶チューハイなどを指します。			
チーム名	大学	氏名	結果
チームマイクロ丸	創価大学	吉崎彩香さん、鈴木伸二さん、米本圭吾さん、石川清美さん、奥村文華さん、崔眞雄さん	1位
順天堂大学 情報科学ゼミ	順天堂大学	藤田実樹さん、高田謙さん、宝田啓介さん、内藤みなみさん、橋本優実さん、山家和さん、渡邊康平さん	2位
りあるちゃんズ	高知工科大学	渡邊亜弓さん、小松葵さん、谷澤優芽さん	3位
課題 B：江崎グリコ株式会社「学生たちのチョコレート消費量を5倍に増やせ」 ～日本のチョコ文化の常識を覆す“新習慣”を生み出す戦略を提案せよ！～			
チーム名	大学	氏名	結果
はちみつレモン	東海大学	川崎香織さん、小泉剛大さん、崎山奨さん、嶋田幸乃さん、藤田真緒さん、吉田光希さん、林見卓真さん	1位
ホワイト女子	実践女子大学	羽田彩乃さん、榎本真梨さん、齋間新菜さん、美馬沙里奈さん、渡部舞さん	2位
近江魂	滋賀大学	小西秀明さん、朱澤胤さん	3位

課題 C : 全日本空輸株式会社 「新しい旅アプリの若年層ユーザー拡大に向けた戦略立案」

チーム名	大学	氏名	結果
MPH3	慶應義塾大学大学院	小山貴弘さん、河田友紀子さん、藤波優さん	1位
Team Endo	福島大学	佐藤勇輝さん、甚田洋克さん	2位
チームしょうへい	筑波大学、法政大学	八角まみさん、星野弘樹さん	3位

課題 D : ソフトバンク株式会社 「ソフトバンクショップを活用した新規ビジネスの立案」

チーム名	大学	氏名	結果
スターライト	名古屋学院大学	鈴木勇輝さん、桑島尚太郎さん、保田祥希さん、須賀弘大さん、山口憂耶さん、横井仁さん	1位
teamBT905	法政大学	飯田集志さん、入内島茉歩さん、上松瀬日香留さん、小松碧さん、坂本穂子さん、杉山瑞稀さん、田村一行さん、Yunjeong Baeさん、吉田大地さん、李嘉耀さん、渡邊彩香さん、渡部祐也さん	2位
H2O	福岡大学	池田颯真さん、井尾大河さん、犬丸涼太郎さん、力丸夢叶さん、里村亮輔さん、村上公一さん	3位

コンテストの実施概要詳細はこちら

<https://www.macromill.com/s/marketing-strategy/>

主催者コメント

この度は「データ分析に基づいたマーケティング戦略立案コンテスト 2018」に、多数のご参加をいただきありがとうございます。二回目となる今回は、前回の3倍以上の学生の皆様にエントリーいただいたこともあり、更に多様なアプローチの提案が集まりました。複雑な分析モデルを用いたチームもあれば、自ら追加アンケートやインタビューを実施して消費者のインサイトを探り当てたチーム、学生ならではの斬新な視点で提案をしたチームもありました。

企業のマーケティング担当者が日々苦心している「消費者は何を考えているのか」という問いに対して、大学生・大学院生が、ありのままの消費者目線で、実際のマーケティングデータを使って戦略を提言するという場はなかなか無いため、双方にとって新しい発見や学びのある機会になったのではないのでしょうか。学生でありながら実際のビジネス課題に対して提案を行ったという経験は、これから社会に出ていく参加者の皆さまの糧にさせていただけると思っております。参加企業からは、「採用ニーズが高いマーケティングに興味がある学生・母集団に直接アプローチできる」や、「斬新なアイデアや気づきをもらえ、刺激を得られた」など、今後の採用活動や商品開発などへの貢献について、期待する感想をいただきました。

協賛いただいたアサヒビール株式会社、江崎グリコ株式会社、全日本空輸株式会社、ソフトバンク株式会社の皆様の多大なるご協力のお陰で開催出来ましたこと、この場を借りて御礼申し上げます。来年度以降も、より魅力的なコンテストを目指してまいります。

実施概要：

名称	データ分析に基づいたマーケティング戦略立案コンテスト 2018 ～リアルなビジネス課題に対して戦略を提言～
主催	株式会社マクロミル
エントリー資格	大学／大学院に在籍する学生の方
参加企業と 課題テーマ	アサヒビール株式会社 「ビール類、チューハイなどの RTD を飲む若者を増やす施策（商品・販促・広告）の企画」
	江崎グリコ株式会社 「学生たちのチョコレート消費量を 5 倍に増やせ！ ～日本のチョコ文化の常識を覆す“新習慣”を生み出す戦略を提案せよ！～」
	全日本空輸株式会社 「新しい旅アプリの若年層ユーザー拡大に向けた戦略立案」
	ソフトバンク株式会社 「ソフトバンクショップを活用した新規ビジネスの立案」
決勝プレゼン大会	日時：2018年10月10日（水） 14:00～18:55 場所：東京都中央区八重洲 1-3-7 八重洲ファーストフィナンシャルビル ベルサール八重洲 2F

【2017 年開催実績】

「データ分析に基づいたマーケティング戦略立案コンテスト 2017」の結果・詳細は、以下よりご覧いただけます。

<https://www.macromill.com/press/info/20171214.html>

当社では、本取り組みを通じ、学生に、より実践的なデータ活用を体感する機会を創出することで、実社会で活躍できるマーケティング人材育成を支援するとともに、不足するマーケティング人材の創出・採用への貢献、実ビジネス課題の解決を支援するデータ活用シーンの更なる普及に寄与し、マーケティング・リサーチ分野の可能性拡大に貢献してまいります。

以 上

ご参考資料

マクロミル「データ分析に基づいたマーケティング戦略立案コンテスト」について

【コンテスト開催の背景】

昨今、ライフスタイルの多様化などを背景に、生活者の消費傾向や価値観に関するさまざまなデータから、生活者ニーズをより深く、効率的に把握することがマーケティング活動の必須要素となってきています。一方で、こうしたデータを的確に分析・活用し課題解決まで導くことのできる、“マーケティング人材”やデータサイエンティストはまだ不足しているのが現状です。マーケティング・リサーチ事業を展開し、年間 4,000 社を超える企業にマーケティングデータの提供や、データ分析によるビジネス課題の解決サポートを行ってきた当社では、多くの企業から、データを活用できる人材が不足しているという課題を伺ってまいりました。そこで、当社は、業界をリードするマーケティング・リサーチ企業として、「データを活用しビジネス課題を解決できる人材」の育成支援を目的に、学生を対象としたコンテストを 2017 年より開催しています。

【コンテストの特徴】

・実際のビジネス課題がテーマ

本コンテストの最大の特徴は、企業が抱える実際のビジネス課題をテーマとしていることです。協賛企業は、現実の課題に対する学生視点・若年層視点での提案を受けることが可能となり、また、学生にとっては、大学・大学院ではあまり接することのできない実務的な課題に触れる機会となります。

・企業のリアルなマーケティングデータを提供

協賛企業からは、テーマとなるビジネス課題に関連するデータを提供いただき、学生はそのデータをもとに解決策を組み立てていきます。実務に用いるデータに触れることで、ビジネス課題解決の難しさを知る機会となります。

・マーケティング・リサーチ企業ならではの機会創出

当社は、マーケティング・リサーチ企業として、多様なマーケティングデータ（消費者の意識調査データや、購買履歴データ等）を保有しています。これらの中から、各協賛企業の課題解決に必要なデータを抽出し、参加学生に貸与いたします。また、データ分析コンテストは、本コンテスト以外にも複数存在しますが、アカデミックな研究を目的としたものが大半です。データを用いて企業の課題解決を行うノウハウを持ち、多数の企業や教育機関とのつながりを持つ当社だからこそ、ビジネス課題解決を目的とした本コンテストの開催を実現できました。

◆参考：産学連携の取り組みについての過去のプレスリリース

当社は、データ分析のできる“マーケティング人材”・データサイエンティスト育成に向け、様々な取り組みを行っています。

1. 産学連携によるデータサイエンス分野の研究開発と人材育成を推進

「横浜市立大学・マクロミル データサイエンス共同研究室」を2019年4月に設立（2018年9月26日）

https://www.macromill.com/press/release/20180926_2.html

2. マクロミル、滋賀大学とデータサイエンスの研究開発分野で提携、産学連携を推進（2017年8月30日）

<https://www.macromill.com/press/release/20170830.html>

－ 本件に関するお問い合わせ先 －

<コンテストに関するお問い合わせ先> コンテスト 2018 事務局

MAIL: Strategy_Contest2018@macromill.com

<報道関係者からのお問い合わせ先> コミュニケーションデザイン本部 森田

TEL : 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com