

Press Release

【報道関係各位】

企業のビジネス課題解決やデータ活用機会提供を通じ、“マーケティング人材”育成を支援する、
学生向け『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』開催

アサヒビール、ANA（全日本空輸）、江崎グリコ、ソフトバンクがリアルなビジネス課題を提示、学生がマーケティング施策立案に挑む！

2018年6月26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 グローバルCEO：スコット・アーンスト 以下、当社）は、昨年に引き続き、大学生・大学院生を対象とした『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』を開催いたします。本コンテストは、協賛企業が提示する各社のリアルなビジネス課題に対し、当社が保有する消費者の意識調査データや購買履歴データを活用して、参加学生が解決策を提案するもので、日本に不足していると言われる“マーケティング人材”やデータサイエンティスト育成の一環として、2017年より実施しております。

第二回目となる今回は、課題提供企業として、アサヒビール株式会社、ANA（全日本空輸株式会社）、江崎グリコ株式会社、ソフトバンク株式会社の計4社（敬称略）に協賛をいただいています。協賛企業からは、ビジネス課題の提示と、課題解決に必要な実データを提供いただきます。

また、2018年6月28日に開催するキックオフ説明会（参加者への課題説明とデータ配布を実施）には、791名の学生からエントリーがありました。これは、第一回コンテストのエントリー数259名の3倍以上となっています。

多くの企業ではマーケティング人材の採用や、若年層向けのビジネス戦略立案に課題を抱えており、一方で、大学・大学院等の教育機関ではビジネス実務を学ぶ教育機会の創出がなかなか困難であるという課題を抱えていました。当社は本コンテストの開催を通じて、企業・教育機関・学生の課題解決を支援するとともに、日本の“マーケティング人材”やデータサイエンティスト育成の一助となることを目指しています。

【コンテスト実施概要】

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」 ※「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。（本テーマは未成年者の応募不可）
	ANA（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」
	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！～」
	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」
詳細 URL	https://www.macromill.com/s/marketing-strategy/

【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 3,800 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。

【実施スケジュール】

開催日時	内容	開催場所
2018年6月28日(木)	キックオフ説明会 ・協賛企業からテーマ課題の詳細説明 ・データ配布	株式会社マクロミル 品川本社 住所：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F
2018年8月中旬	書類選考 ・参加者から提出された解決施策の選考 【審査員】 協賛企業担当者／当社アナリスト	
2018年10月10日(水)	決勝プレゼン大会 ・書類審査を通過した各部門上位3チーム (合計12チーム)による、提案施策の プレゼンテーション 【審査員】 協賛企業担当者／当社アナリスト	東京都内を予定

【2017 年開催実績】

- ・協賛企業：ANA（全日本空輸株式会社）、カゴメ株式会社
- ・学生エントリー数：121 チーム（259 名）
- ・書類選考通過者数：6 チーム（24 名）
- ・コンテスト結果：ANA 部門 1 位 チーム「ichariba」（東京農工大学大学院）
カゴメ部門 1 位 チーム「たけっこ」（実践女子大学）

※「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>

以上

◆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. 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>

2. マクロミル、早稲田大学データサイエンス研究所と共同研究を開始（2015 年 10 月 13 日）

<https://www.macromill.com/press/release/20151013.html>

■株式会社マクロミルについて

マクロミルは、高品質・スピーディな市場調査を提供する、国内インターネット・マーケティング・リサーチのリーディング・カンパニーです。市場シェア No.1*の豊富なリサーチ実績とノウハウをもとに、お客様のマーケティング課題解決に向けて最適なソリューションを提供しています。世界 13 カ国、34 の拠点を展開しており、世界に誇れる実行力と、時代を変革するテクノロジーを統合し、唯一無二のグローバル・デジタル・リサーチ・カンパニーを目指します。

（※ オンライン・マーケティング・リサーチ市場シェア＝マクロミル単体および電通マクロミルサイトのオンライン・マーケティングリサーチに係る売上高（2016年12月末時点の12ヶ月換算（LTM）数値÷日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）によって推計された日本のMR業界市場規模・アドホック調査のうちインターネット調査分（2016年度分））（出典：日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）2017年7月14日付第42回経営業務実態調査）

会社概要

資本金：674 百万円（2017 年 6 月末時点）

代表者：代表執行役 グローバル CEO スコット・アーンスト

本社：東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー 11F

事業内容：マーケティングリサーチ事業

設立：2000 年 1 月 31 日

売上高：35,514 百万円（2017 年 6 月期）

URL：<https://www.macromill.com>

－ 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 吉村、森田

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