

『第一回 日本マーケティング大賞』について

『日本マーケティング大賞』は、厳しい経済環境の中でも、企業組織における新しいマーケティングやコミュニケーションの手法、もしくはビジネスモデルの開発を積極的に促すことを目的に、創立 50 周年を記念して昨年新設されました。マーケティングに関する表彰としては他に類を見ない特徴のある表彰制度といえます。消費者の生活の向上と経済・社会の活性化に資する活動を奨励することによって、日本におけるマーケティングのprestige 向上が期待されています。

対象活動： 新しく需要を喚起、または市場を再活性化させた、優れた商品もしくはサービス

< 対象活動の具体例 >

- a 新たにマーケティングの概念を取り入れたプロジェクト
- b 社会との新たな共存・共生を目指したプロジェクト
- c 新しいコミュニケーション手法の開発
- d 新しいビジネスモデルによるプロジェクト

対象範囲： 日本市場における企業・団体・組織の活動および日本法人の海外市場での活動
(自治体、NPO(非営利組織)、大学、病院なども含む)

対象期間： 2008 年 1 月 1 日～12 月 31 日(継続活動については同期間を含むこと)

推薦資格： 日本マーケティング協会の法人会員・学会会員(自薦・他薦を含む)

募集期間： 2009 年 1 月 6 日(火)～2 月 6 日(金)
推薦プロジェクト数 146 件

審査方法： 運営委員会により 2 段階審査を経て、4 月 13 日大賞ほか各賞を選定。
4 月 24 日、日本マーケティング協会理事会にて承認。

贈賞式： 6 月 2 日(火)の日本マーケティング協会の総会にて各賞贈呈
(於：東京都千代田区 アルカディア市ヶ谷)

主 催： (社)日本マーケティング協会

後 援： 経済産業省