

## 「マーケター・オブ・ザ・イヤー2024」

イノベーションを起こし、ヒット商品を生み出すのは企業ではない。人である——。新市場を創造した人や画期的なマーケティング戦略を推進した人を表彰する「マーケター・オブ・ザ・イヤー」。第7回となる2024年は、地方発を含む9つのブランドの事業拡大をけん引した功労者、11人を選出した。新型コロナウイルス禍を乗り越え生活者の日常が元に戻ったことで、改めてリアルの価値が見直された。その中でマーケターはどのような顧客インサイトを見つけ、市場創造を行ったのか。優れたマーケティング事例を手がけた受賞者を発表する。

評価基準は、以下の5つの項目。これを基に、外部審査員と編集部による選考を経て受賞者を選出した。大賞ならびに受賞者、またそれぞれの受賞ポイントは本記事後半で紹介する。

評価基準は、以下の通り。

評価項目	<b>志</b>	その企業・ブランドの理念や志を感じさせる活動か。 解決しようとしている顧客・社会の課題は明確か
	<b>挑戦</b>	新たな市場を創造し、一過性ではなく、社会や消費者のライフスタイルに継続的な変革をもたらしているか、またはもたらす期待があるか
	<b>便益</b>	正しい消費者理解をベースに対象となる顧客およびステークホルダーのインサイトを見定め、それに応じた価値を提供できたか。 この試みの結果、一定の販売数量・額をクリアしたか。 あるいは、潜在顧客を獲得できたか
	<b>実行</b>	どのような手段を用いて顧客の課題解決を試み、効果が最大化されるよう実行に落とし込んだか。 商品開発やマーケティング手法、ビジネスモデルにおける画期的な着眼点や工夫はあったか
	<b>話題性</b>	人々が驚き、納得感あるコミュニケーション設計を行い、新たな視点で世の中に価値を提供できたか