

## ASKUL、第1回「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード」 大賞とブランディング賞を同時受賞！

～コロナ禍の「データ×テクノロジーによる『売らないマーケティング』」が評価～

アスクル株式会社(本社:東京都江東区、代表取締役社長:吉岡晃、以下「アスクル」)が運営する事業所向け(BtoB)サービス「ASKUL」は、このたび、日本経済新聞社(本社:東京都千代田区 代表取締役社長:岡田直敏)主催の企業向け(BtoB)取引に関するデジタルマーケティング活動の優れた取り組みを表彰する第1回「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード」において、大賞とブランディング賞を同時受賞しました。

受賞した取り組みは、ASKUL が実施した「データ×テクノロジーによる『売らないマーケティング』」。コロナ禍での衛生用品の買い占めなどに対応し、お客様の属性データ、購買データなどのデータを活用し、本当に必要とするお客様を特定して優先的に販売するスキームです。同アワード審査委員長の内田和成・早稲田大学大学院教授からは「会社の存在理由という原点に立ち返り、やるべきことを考え、データを活用して実現した点を高く評価した」というコメントをいただきました。

当社はこれからも、ASKUL 事業のミッション「働く人のライフラインとして全ての仕事場に信頼されるサービスを提供する」ことを通して、社会課題の解決に取り組んでまいります。



### 第1回「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード」表彰式

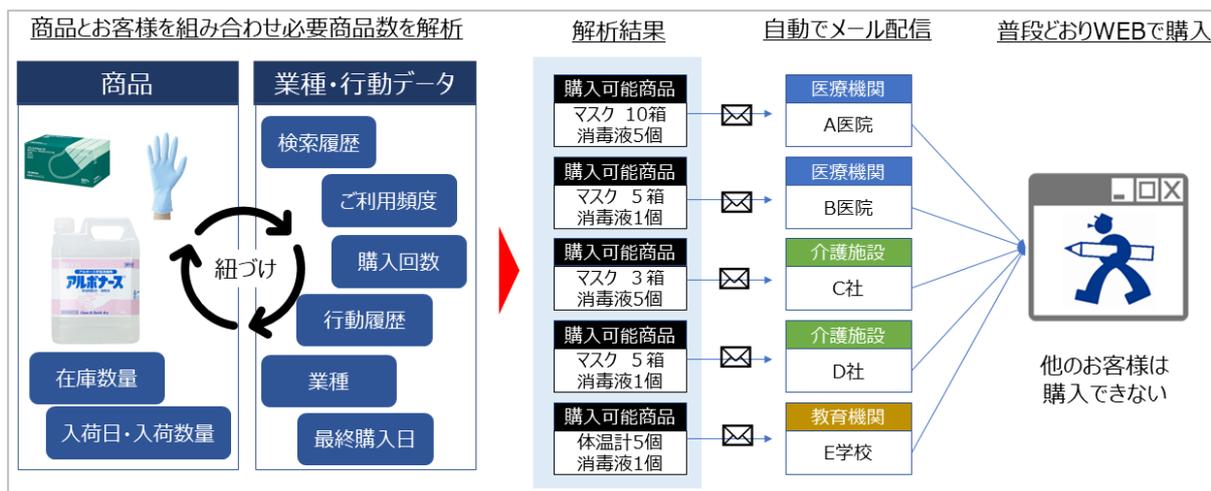
左から、審査員・音部大輔様(クー・マーケティング・カンパニー代表取締役)

当社・執行役員 ASKUL 事業本部長 宮澤典友

審査委員長・内田和成様(早稲田大学 大学院経営管理研究科 教授)

### ■受賞した「データ×テクノロジーによる『売らないマーケティング』」の概要

新型コロナウイルス感染症の拡大により、マスクや消毒液といった衛生用品の需給バランスが大きく崩れ、また、転売や備蓄等のための大量購入により、医療機関や介護施設、保育園など、本当に必要な施設が購入できない状況が発生しました。これを解決するため、①業種や過去のご購入データ、検索データ等を分析し、本当に必要としている施設を特定する、②入荷した対象商品の在庫数と施設の必要数から施設毎にご案内する商品と数量を特定する、③メール配信システムを使って対象のお客様に購入可能な商品と数量をご案内する、④ご案内対象外のお客様は購入できないようにシステムで制御する、というスキームを立ち上げ、必要な施設が必ず購入できるようにしました。



## ■ デジタルトランスフォーメーションが成功の鍵

今回の取り組みは、新型コロナウイルスの感染拡大の長期化が予測される状況下で、「いつもの ASKUL サイトで継続してご購入できる」仕組みを、どれだけ短期間で構築できるかが、最大の命題でした。当社はデジタルトランスフォーメーションを推進するため、2 年程前からビジネスとデータサイエンティスト、エンジニアが一体となって課題を解決する組織とし、短期間で業務要件・システム要件等の調整・意志決定およびシステム構築が可能になっていたことが奏功し、3 週間という短期間でシステム構築を実現しました。

また、このスキームは、経済産業省・厚生労働省が実施した消毒液の優先提供スキームにも活用することができました。今後は今回の取り組みをさらに進化させ、災害などが発生した際に、被災地が必要とする商品を確実に届けられる仕組みとすることを検討してまいります。

今回の受賞は、社会からのご支持やご期待の表れと受け止め、これからも働くすべての人たちのインフラであるとの使命のもと、変わり続ける時代やサステナブルな社会の実現に向け、社会課題を解決する「エンカル e コマース」を目指して、当社の強みであるデジタルの活用を進め、一層のサービス革新に努めてまいります。

## <第1回「NIKKEI B to B デジタルマーケティングアワード」概要>

「NIKKEI B to B デジタルマーケティングアワード」は、デジタルトランスフォーメーション (DX) が広がるなか、企業のデジタルマーケティング推進を支援する目的で新設。審査対象は応募のあった 49 件。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委員会が選考。

### ■ 大賞・ブランディング賞

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」

### ■ 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



対象：2020 年 9 月末までに実施されたデジタルマーケティング施策

応募資格：当該の施策を実施した企業・団体等の各部門

応募期間：6 月 25 日(木)～9 月 30 日(水)

審査委員：内田和成 氏 審査委員長、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  
音部大輔 氏 株式会社クー・マーケティング・カンパニー 代表取締役  
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  
上島千鶴 氏 株式会社 Nexal 代表取締役  
後藤 洋 氏 トライベック株式会社 代表取締役社長

[本件に関するプレスリリース URL(日本経済新聞社)]

[https://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/news/release\\_20201126\\_01.pdf](https://www.nikkei.co.jp/nikkeiinfo/news/release_20201126_01.pdf)

※本リリースに掲載の情報は発表日現在の情報です。その後予告なしに変更されることがございますのでご了承ください。