

JTB が「ストラテジー部門」部門賞を受賞 日経クロストレンド BtoB マーケティング大賞 2025

株式会社 JTB は、2025 年 6 月 16 日に発表された日経クロストレンド(発行:日経 BP)が主催する「日経クロストレンド BtoB マーケティング大賞 2025」にて、ビジネスソリューション事業本部におけるマーケティング戦略が評価され、「ストラテジー部門」で部門賞を受賞しました。さらに 7 月 31 日(木)に開催される日経クロストレンド FORUM 内で登壇し、その取り組みを発表します。

■「日経クロストレンド BtoB マーケティング大賞」について

日経 BP(本社:東京都港区、代表取締役社長 CEO:井口哲也)のマーケティング & イノベーション専門メディア「日経クロストレンド」が主催する「[日経クロストレンド BtoB マーケティング大賞](#)」は、BtoB マーケティングならではの知見や取り組みにフォーカスし、国内の優れた企業事例を社会に共有することで、BtoB マーケティング分野の発展に貢献することを意図しています。2024 年に始動し、今回が 2 回目の実施となります。



■受賞内容

ストラテジー部門、ブランディング部門、デマンドプロセス部門の 3 部門、年商 1000 億円以上・未満でそれぞれ応募枠がある中から、「ストラテジー部門(年商 1000 億円以上)」にて部門賞を受賞しました。

- ・担当部門 ビジネスソリューション事業本部
- ・サービス 企業が抱えるコミュニケーション課題を中心とした各種課題解決の支援
- ・受賞内容 営業の実効力向上を目的としたマーケティングの取り組みによる、顧客課題解決に資する付加価値性の高いソリューション提供、および取扱い領域の拡大
- ・取組事項 ①マーケティング総力の強化 ②顧客分析によるターゲティング ③セールスイネーブルメント

■審査員コメント: 庭山 一郎氏 シンフォニーマーケティング 代表取締役

戦略を立て、その戦略を実現するための組織を構築し、人材を育て、さらにシステムを最適配置する。その BtoB マーケティングの王道を忠実に実現し、リアルイベントを織り込んで実績を上げ、商談化、案件化などを実数として把握しているところが素晴らしい。経営戦略を実現するためのサブ戦略であるマーケティング戦略と、現場の営業の支援という両面をバランス良く実現した点も大きく評価できる。商材の多さやビジネスの属人性から、仕組み化するのは難しいと思われていた同社が、コロナ禍を教訓として本格的に仕組み化に取り組む、ここまでの成果を上げたことは日本企業の模範となるものである。

■受賞コメント: 大塚雅樹 代表取締役 専務執行役員 ビジネスソリューション事業本部長

お客様に正対する一人ひとりの力量に頼ってきた営業スタイルから、組織の集合知をマーケット特性にマージさせ、「デジタルとリアルを組み合わせる戦略」に進化させてまいりました。選んでいただいた審査員各位に心より感謝いたします。また経営の立場として、実行した BtoB マーケティングの ROI も可視化しながら、常に効果的なアクションに再

編集してくれた事業本部のメンバーと、営業現場の社員たちのさらなる成長を支援し、お客様への価値提供につなげてまいります。

JTB は、企業のコミュニケーション課題に対するソリューションを提案し、解決に向けて伴走するビジネスパートナーとして、マーケティングを強化することでお客様の実感価値をより高めることに取り組んでまいります。

■一般のお客様からのお問合せ先

JTB ビジネスソリューション事業本部 マーケティングチーム

<https://www.jtbbwt.com/business/contact/>

■報道関係の方からのお問合せ先

JTB 広報室 03-5796-5833(東京) 06-6260-5108(大阪)