

2022 年度 事業報告

(2022 年 4 月 1 日～2023 年 3 月 31 日)

■ デジタルシフトの中でのDMメディアの新たな価値を発信した

新たに導入した新ロゴ「リアル&デジタル」のスローガンで、デジタル時代のDMメディアの位置付けと当協会のスタンスをアピール、「リアルな印刷物が手元に届けられる」というデジタルでは不可能な機能を中心に、リアルでありながらリモートなメディアであるDMの価値をアピールした。「DMメディア実態調査」、「全日本DM大賞」の受賞事例、各種レポートに加え、委員会や勉強会、セミナー等の内容充実と参加者の拡大を進め、体系的なDMマーケティング知識の周知に努めた。㈱電通発表の「日本の広告費 2022」では前年に引き続き集計に協力、DM広告費 3,381 億円(前年比 98.1%)、製作費等関連市場を加えると 4,484 億円で新聞と折込を抜いてインターネット、テレビに次ぐ第 3 位のメディアであることをアピールした。

■ 認定資格・セミナーのオンライン化によって全国ベースの事業基盤強化を実現

演習主体の「DM制作教室」を除き、「DMマーケティングエキスパート研修会」、「DMマーケティングプロフェッショナル研修会」、「DM成功事例セミナー」、「データドリブン・コミュニケーションセミナー」等主要な研修セミナーと「DMマーケティングエキスパート」認定試験をオンラインで実施、全国ベースでの事業展開を実現した。

また、認定資格取得者等を対象としたCRM活動やオンラインコンテンツの活用等付加的収益化を進めることで収益基盤の強化を行った。

■ データ活用と最先端のマーケティング領域におけるDMの機能や役割について研究・発信を進めた

DMを取り巻く顧客情報マーケティングの環境が大きく変化しつつある中「データベースマーケティング委員会」を中心に、データ活用周りのマーケティングオートメーション、印刷関連技術、人工知能等新事業領域の情報収集を図りつつ委員会での研究、「データドリブン・コミュニケーションセミナー」等、情報発信も積極的に行った。

■ コロナ禍で受けた打撃からの立て直し、健全な運営基盤構築を推進

コロナ禍が継続する中、感染リスクを抑え事務局運営の安定遂行のため「部門チームごとのシフト制出社」「テレワークの併用」等の対策で感染事故なく乗り越えることができた。

2022 年度は 509 万円の赤字予算でスタート、決算は約 153 万円の赤字で約 357 万円の赤字圧縮とした。

会勢拡大についてはコロナ禍の影響により拡大活動は実質停止状態となっているなか、退会もあり、2022 年度末会員数 64 社となった。事業収益は回復基調ではあるが全体では赤字基調が続いている。

最大の課題である会員数の減少に対し、下期には協会の財務状況改善をテーマとしたワークグループを組織し、新会員入会促進策等複数の対策プランを策定した。新年度に向けて安定運営のための会勢拡大を中心とした各種施策の実施を進めていく予定である。

総務・財務委員会

1. 一般社団法人として財務の健全化(会勢拡大など)に努めた

(1)入会数 3 社目標としていたが、入会／正会員 0 社、退会／正会員 6 社の結果となった。会員数は前年度対比正会員 6 社減により、2022 年度は正会員 64 社。

(2)会勢拡大活動

協会主催セミナー受講者、書籍購入者、関係団体主催セミナー受講者へ協会パンフレットを配布。

(3)収支報告

予算時、収支差額マイナス 509 万円のところ、決算時マイナス 153 万円と約 357 万円の赤字減少となった。

会費収入では、新入会員数は予算時の目標に未達で、入会金と会費収入として対予算約 176 万円のマイナス。事業収入は、業務受託や派遣型DM講座で予算を超える受注があったことと、これまで新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止してきた事業の再開等により対予算約 325 万円のプラスとなった。また、会費と事業収入の他に事業復活支援金 100 万円を受給した。

事業支出は、おおむね予算通りであったが、現場見学会と賀詞交歓会の会場変更による会場費増加により、対予算約 28 万円のプラス。管理費は、定時総会の会場縮小や、人件費減少により、他の項目も含め対予算約 134 万円のマイナスとなった。

2. 総会、賀詞交歓会の運営

(1)第 10 回定時総会の開催

第 10 回定時総会を 6 月 9 日(木)、日本印刷会館にて開催。2021 年度事業報告と決算報告、役員の一部改選についての審議、そして 2022 年度事業計画と収支予算の報告を行った。毎年総会後に開催していた講演会はオンライン配信を行い、懇親会は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止とした。

テーマ 全日本DM大賞 2022 からみる最新トレンド

講師 明石 智子 氏 (全日本DM大賞最終審査委員 マーケティングコンサルタント)

※所属、役職等はいずれも開催当時のもの。

(2)賀詞交歓会の開催

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の観点から中止していた賀詞交歓会を 2020 年度及び 2021 年度中の新入会員の歓迎を兼ね、3 年ぶりに 2023 年 1 月 12 日(木)にホテル雅叙園東京にて開催。約 100 名が出席、盛況裡に終了した。

3. 会員限定のメール情報提供の配信

会員メリット強化の 1 つとして、会員限定のメール情報提供を行っている。今年度は以下の 7 本を配信した。

- ・4 月 1 日(金) タグライン「リアル&デジタル」配したロゴマークについてのお知らせ
- ・5 月 17 日(火) 第 10 回定時総会記念講演のご案内について
- ・8 月 30 日(火) 令和 4 年度医薬品等広告講習会の開催について
- ・9 月 6 日(火) DM・物流の現場見学会のご案内について
- ・9 月 13 日(火) 令和 4 年度「事業者向けコンプライアンス講習会」WEB配信について
- ・12 月 1 日(木) 新年賀詞交歓会のご案内について
- ・1 月 12 日(木) 宛先への到着日に締め切りがある郵便物などのご利用(日本郵便株)について

4. 関連団体や会員社からの協賛・後援・協力依頼について

《承認》(承認順)

・名称/第37回全日本DM大賞 主催/日本郵便(株) 内容/協賛

開催期間/2022年9月1日~2023年3月31日

・名称/page2023 主催/(公社)日本印刷技術協会 内容/協賛

開催期間/2023年2月1日~3日、6日~10日

開催場所/サンシャインシティ・コンベンションセンター文化会館及びオンライン

・名称/CCAJコンタクトセンター・セミナー2023 主催/(一社)日本コールセンター協会 内容/後援

開催期間/2023年2月16日~17日 開催場所/グランパークカンファレンス及びオンライン

5. 会員社への修正対応希求について

3月1日(水)に事務局へ一般の方から「DM協会の会員社のホームページに、DM協会の『ダイレクトメールの利用に関する個人情報保護ガイドライン』を遵守している。」と記載されているが、DM協会のホームページにはそのようなガイドラインは掲げられていない。どういふことなのか。」などの問合せの電話があり、当該会員社のホームページを確認したところ、指摘の通りの記載内容を確認。委員会にて対応を協議し、2016年の個人情報保護委員会の発足や個人情報保護法の改正のタイミングで『ダイレクトメールの利用に関する個人情報保護ガイドライン』に替えて、個人情報保護委員会の定めるガイドライン等を遵守するよう、当時会員社へも周知、DM協会としてもその旨ホームページに掲載している現状を当該会員社へ連絡。事実と異なる点について修正を希求することとした。3月14日(火)当該会員社のホームページの修正を確認。一般の方からは結果や報告は求められていなかったため、本件対応完了とした。

6. 適格請求書等保存方式(インボイス制度)への対応について

2023年10月から、複数税率に対応した仕入税額控除の方式として「適格請求書等保存方式」(いわゆるインボイス制度)が開始されることから、3月20日(月)に所轄の税務署長に適格請求書発行事業者の登録申請書を提出した。

ダイレクトマーケティング委員会

1. DM成功事例セミナー2022(会場&オンライン)の開催

全日本DM大賞最終審査委員による全体総括と、受賞作品の中から上位入賞の制作者によって事例解説をしてもらうという内容で、会場とオンラインで開催した。また、会員社向け法人パッケージも実施した。

【実施】5月25日(水)/会場、6月3日(金)~6月17日(金)/オンデマンド配信

【結果】目標の30名予定に対して、125名(一般9名、会員116名)+法人パッケージ1件が申込。

2. 第18回DMマーケティングエキスパート研修会の開催

DMマーケティングに理解の深い人材を育成、DMの普及を促進するべく、企画・営業系のカリキュラムを中心とした第18回DMマーケティングエキスパート研修会を新型コロナウイルス感染症対策として、オンラインで開催した。

【実施】6月17日(金)~30日(木)/オンデマンド配信

【結果】目標の新規46名・更新55名予定に対して、新規54名が申込。修了試験採点の結果、全員が合格。資格更新試験は全員が合格。更新者83名(DMマーケティングプロフェッショナル移行者含む)と合わせて計137名(一般26名、会員111名)をDMマーケティングエキスパートとして認定した。

3. 第8回DMマーケティングプロフェッショナル研修会の開催

「制作も営業提案も一定のスキルを有する、DMのコンサルティングができる人材」の育成・認定を目的に、DM関連の責任者向けカリキュラムを中心とした第8回DMマーケティングプロフェッショナル研修会を、会場とオンラインで開催した。

【実施】7月13日(水)、14日(木)／会場、7月22日(金)～8月4日(木)／オンデマンド配信

【結果】目標の新規20名・更新45名予定に対して、新規23名が申込。修了試験採点の結果、1名が不合格。資格更新試験は全員が合格。新規22名・資格更新者46名の計68名(一般13名、会員55名)をDMマーケティングプロフェッショナルとして認定した。

4. 第36回DM制作教室の開催

DM制作の技術と知識を身につけた人材を育成、DMの品質向上を促進するべく、制作系のカリキュラムを中心とした第36回DM制作教室を、新型コロナウイルス感染症対策をとった上で開催した。

【実施】10月4日(火)、5日(木)／日本印刷会館(中央区・新富)

【結果】目標の20名予定に対して、17名(一般12名、会員5名)が申込。17名をDMアドバイザーとして認定した。

5. DM成功事例セミナー2022(オンライン)再配信の開催

全日本DM大賞の募集期間に合わせ、9月1日(木)から約2ヶ月間、5月に配信した動画6コマ(全体総括、事例5)の再配信を実施した。

【実施】9月1日(木)～10月31日(月)／オンデマンド配信

【結果】4名(一般3名、会員1名)が申込。

6. 2022年度DMマーケティングエキスパート認定資格試験 事前対策セミナーの開催

【実施】10月7日(金)～13日(木)／オンデマンド配信

【結果】目標の4名予定に対して、11名(一般11名、会員0名)の受講。事前対策セミナー受講者のDMマーケティングエキスパート認定資格試験は8名合格、3名不合格。合格率は72.7%だった。

7. 2022年度DMマーケティングエキスパート認定資格試験の開催

オンライン試験システム(CBT)を導入し実施。試験問題は「新DMの教科書」に準拠し、選択肢問題100問、計算・記述問題22問を出題した。

【実施】11月9日(水)／オンライン開催

【結果】目標の40名予定に対して、35名(一般17名、会員18名)が申込。25名合格、10名不合格だった。

合格率は71.4%。試験合格の25名をDMマーケティングエキスパートとして認定した。

8. 派遣型DM講座について

会員社、非会員者ともに1社ずつ計2件の依頼あり。7月7日(木)、8日(金)(会員社 レギュラーコース3本)と7月15日(金)、27日(水)(非会員社 レギュラーコース2本)に実施。

9. 「新DMの教科書」の発行と大口注文の受付

販売は基本的に発行元である㈱宣伝会議が行うが、大口注文(一度の注文で30冊以上かつ納品先1か所に限る)については、協会でも申込みを受け付け、宣伝会議から手数料を受け取る仕組み。

【結果】3月末時点で大口注文受付は0件。

10. eラーニング

Zoomを使用してDMマーケティングエキスパート認定資格試験事前対策セミナーの各講演を収録し、配信を行った。

11. 研修事業運用インフラ

各種セミナー・研修会の申込みはオンラインで対応中。また、2019年度に導入した資格取得者データベースをもとに、資格保有者向けフォロープログラムとしてDMレポートや調査報告をメールで配信。

データベースマーケティング委員会

1. 勉強会の実施

昨年度に引き続き委員会の活動テーマである「進化形DM(データ×DMの文脈でDMの価値を再定義する)」について

- ・リアル&デジタルの作業フローやコンテンツ活用について検討し最適化を探求。
- ・データドリブン・コミュニケーションの調査、研究について勉強会を実施。

勉強会の参加は委員会社限定とし、各テーマに沿った外部講師の講演と委員社の取組みを発表。「withコロナ、アフターコロナのBtoBマーケティング、DMの役割」をテーマに4回開催済。

(1)7月6日(火)にオンラインで実施。委員会社48名が参加。

外部講師:マーケティングコンサルタント「DMいろはの「い」今、最大限効果を発揮するDMとは？」

(2)8月19日(金)に会場(共同印刷㈱)とオンラインで実施。委員会社54名が参加。

外部講師:滋賀県立大学「DMのための行動インサイト」

(3)11月8日(火)にオンラインで実施。委員会社52名が参加。

外部講師:㈱GRCS「個人情報保護とクッキー管理の動向」、ペタビット㈱「プライバシーリスクを踏まえた企業マーケティング戦略のポイント」

(4)12月14日(水)にオンラインで実施。委員会社62名が参加。

外部講師:リコージャパン㈱「印刷会社に求められる変化とは?ストーリーとしてのDM戦略」

2. データドリブン・コミュニケーションセミナー2023の開催

「アフターコロナ時代のダイレクトマーケティング~2023年の課題と解決のヒント~」をテーマに、5講座をオンデマンド配信にて開催。セミナーの内容は、3月30日(水)発行の「DMレポート No.5」にて報告済。

【実施】2月20日(月)~3月6日(月) / オンデマンド配信

【結果】目標の60名予定に対して、74名(一般13名、会員61名)が申込。

研究開発委員会

1. DMメディア実態調査2022

今期も定点観測調査を12月に実施。結果速報は3月の全会員連絡文書に同封、報告した。

調査報告書はDMの現況を広く知らせ、利用を促進する意味からも、その要約版は協会ホームページ内「調査統計資料・その他資料ページ(無料)」に掲載、非会員へも広く公表する予定(2023年4月)。詳細版は、会員社へは従来通り協会ホームページ内「会員専用ページ(無料)」にて公開するとともに、非会員へは協会ホームページ内「オンラインショップ(有料)」にて有償にて販売。DMの特性の伝播に繋がりたいと考えている。

2. コンテンツ販売

協会ホームページ内「オンラインショップ」で、協会保有コンテンツの販売を行う。2023年3月末時点の実績は下記の通り。

「DMメディア実態調査・完全版 2021」 4件 (非会員4件)

「DM FACTBOOK 2018」 1件 (非会員1件)

ロジスティクス委員会

1. 現場見学会について

トッパン・フォームズ(株)とトッパン・フォームズ東海(株)の協力をいただき、10月21日(金)に実施。静岡県にある「トッパンフォームズ東海 袋井工場」にて、ビジネスフォームの製造工程やカード、PFIDの製造工程、BPO業務などを見学した。委員社含む会員社16社24名が参加。好評のまま無事終了した。

2. 「DM情報ガイド」の改訂

改訂版はいつでもスタートできる状況ではあるが、内容の精査とニーズ、リリース時期について検討中。

広報委員会

1. 協会ホームページについて

(1) 協会ホームページ

・協会報「DMニュースブログ」

新入会員、会員情報の変更を掲載。

4月に2022年春号、7月に2022年夏号、10月に2022年秋号、2月に2022年冬号を掲載。

・その他

役員一覧、国内事例ページ、お知らせ、業界トピックスを更新。

(2) 広告申請の状況

バナー広告0件、メルマガ広告1件(単独メルマガ:会員1件)。

2. メルマガについて

(1) メルマガ

毎月2回の定例配信の他に、セミナー・研修会の開催告知を臨時メルマガとして配信。2023年3月末時点での配信数は40本。

(2) メルマガ登録

全日本DM大賞ダイジェストブック(2022)を特典にした会員登録促進キャンペーンを春秋に開催し、39件が新規

登録。その他、各種セミナー・研修会の参加者などにより 183 件の新規登録を獲得。

現在のメルマガ登録数は 5,408 件となった。(2023 年 3 月末時点/目標 6,000 件)

3. DMレポートについて (執筆者敬称略)

4 月 『2022 年全日本DM大賞受賞作品から見る効果的なDM戦略』	明石智子
6 月 『DMメディア実態調査 2021 報告』	研究開発委員会
7 月 『最近の広告動向とダイレクトメール(DM)』	広報委員会
1 月 『海外ダイレクトメール事情』	広報委員会
3 月 『データドリブン・コミュニケーションセミナー2023 開催報告』	多田野政幸

※上記 5 本を協会ホームページにリリース済。

4. ロゴマーク使用申請の状況について

2022 年度の申請件数・・・0 件(2023 年 3 月末時点、前年度申請 0 件)

5. その他

『販促会議』に隔月で協会活動の紹介を連載中。2022 年度内で 6 本掲載済。新規入会やサービス利用への流入を図る。

- 6 月号 『第 36 回全日本DM大賞受賞作品が発表』
- 8 月号 『「DMメディア実態調査 2021」報告書を発表』
- 10 月号 『最近の広告動向とダイレクトメール』
- 12 月号 『全日本DM大賞 2023 応募受付開始』
- 2 月号 『「第 36 回DM制作教室」を開催』
- 4 月号 『フィジカル進む海外ダイレクトメール動向』

その他

1. 業務受託

2 件受注。1 件はDMサンプル等の保管、1 件は講師紹介・派遣・セミナー実施という内容につき、ダイレクトマーケティング委員会にて可否を検討。受託決定し、実施。

(1)全日本DM大賞の入賞作品DM等の保管管理の依頼があり、DMの普及振興を目的とした活用につなげることができればと、7 月より事務局にて対応中。

(2)会員社から全日本DM大賞入賞作品の解説と事例紹介の依頼があり、同大賞審査員でもある吉川ダイレクトマーケティング委員長にて対応。11 月 29 日(火)に実施済み。

2. 新型コロナウイルス感染症拡大防止対応策などについて

2022 年も続いている新型コロナウイルス感染症の拡大防止対応策として、2020 年 4 月から引き続き 2022 年も以下を行った。

《環境整備面》

各委員会、理事会、セミナー等でオンライン(フィジカルとの併用含む)を活用し開催。

《事務局運営面》

2022 年 3 月～2022 年 5 月…事務局内・職員間感染による事務局機能の停止を防ぐ策として、事務局に同時に職員が複数名いないよう、出勤職員を 1 名に限定。シフト制によるワンオペレーション勤務を行う。

2022 年 6 月～2023 年 3 月…東京都の感染状況を踏まえ 2022 年 3 月以前の状態である一部テレワークに戻し、チーム別によるシフト制 2 名ずつの出勤とし、どちらかのチーム 2 名が感染しても、他の 2 名 によって事務局を運営できるよう備えている。