

2021 年度 事業計画

2020 年初頭から始まったコロナ禍の影響で、経済活動や社会生活そしてDMメディア周辺の環境も大きく変化することになった。対人接触が避けられる中、リアル店舗やイベント等の集客ニーズは縮小し、デジタルシフトが加速している。協会活動についても事業の中心となっていたリアル開催の研修会はオンライン開催への対応を余儀なくされた。こうした状況の中、2021 年度の事業計画は急激な環境変化に対応しつつ、協会のミッションである会員社ビジネスのサポートとアフターコロナに通用できるDMメディアの価値発信を行うことを目指す。

■アフターコロナに対応したDMメディアの価値をアピールする。

「リアルな印刷物が手元に届けられる」というデジタルメディアでは不可能な機能、「対人接触が難しい場面でも大きな情報量で説得できる」という人的営業代替可能な機能、といったリアルでありながらリモートなメディアであるDMの価値をコロナ禍での有効活用法としてアピールする。様々な調査や事例研究・発信を通じて、現在のマーケティング状況にふさわしいDMビジネスへの貢献を図り、会員社のビジネスに貢献できる具体的なメリット開発を推進して協会の価値向上を目指す。

■事業基盤のオンライン化と収益力の確保

2020 年度は演習主体の「DM制作教室」を除き、「DMマーケティングエキスパート」、「DMマーケティングプロフェッショナル」、「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」等主要な研修会・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した。結果として全国ベースでの展開が可能となったわけだが、課題としては世の中にあふれる無料ウェビナーとの差別化、有料セミナーの価値訴求、地方のターゲットに対する告知チャネルの拡大などがあり、2021 年度はこうした課題に積極的に取り組むこととする。

また、認定資格取得者データベースを活用し、認定取得者への体系的なフォローにより緊密なコミュニケーションを実施していく。

■加速化するマーケティング環境のデジタルシフトの中での「DMの役割」を追究する

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、人工知能等の新事業領域の情報収集を図りつつ、研究発表やセミナー等の情報発信も積極的に行い、会員・非会員に向けたアプローチを進める。

■中期計画は一旦見直しとし、コスト削減を中心とした運営基盤の最適化を図る

コロナ禍の影響により、広告市場は縮小し打撃の少ないDM市場も前年比 1 割減という環境で、会勢拡大活動は実質停止状態となり、事業収益もオンライン配信コストの追加、集客の縮小化等の要因で赤字基調に転じている。2020 年度に策定した中期計画については一旦見直しとせざるを得ない。

2021年度については大幅な収入増が見込めない中、徹底的なコスト削減を行い市況の回復を待ちつつ、オンライン化等の新しい事業モデルのブラッシュアップを進めることとする。

総務・財務委員会

1. 一般社団法人として財務の健全化及び基盤強化に努める。

全く予想できなかったパンデミック・新型コロナウイルス感染症拡大は、2020年度の当協会の事業にも多大な影響を及ぼした。特に緊急事態宣言や外出自粛のビジネス環境下で会勢拡大もままならない上に、対人接触が基本のセミナー等収益事業においては計画変更を余儀なくされ、協会の財務基盤は大きく揺らいだ。2021年度総務・財務委員会では、いままでも積極的にコスト削減に向き合ってきたが、財政基盤の建て直しを主眼におき、より一層の削減努力を実行してこの苦境を乗り越えていきたい。

2. 会員相互の発展と会勢拡大に努める。

3. 賀詞交歓会、総会・懇親会などの運営を担い、会員の情報交換・親睦の場を提供する。

前述の通りコロナ禍において会員の相互理解を深め、また会勢拡大の機会となる総会や記念講演会、新年賀詞交歓会、懇親会等のイベント実施がすべてゼロリセットの状態のまま現在に至っている。2021年度は、ニューノーマルと言われている変化してしまった新しい行動様式を念頭において、協会運営全体を再点検し刷新していくことが急務である。

4. 個人情報保護法の改正など個人情報に関連した社会動静に対して、協会としての対応を検討する。

5. 倫理綱領及び個人情報保護法に準拠し、協会の社会的信頼維持と法令遵守に努める。

追記：中期計画へのパンデミックに起因する影響について

2020年度に承認された中期計画については、コロナ禍の対応及び状況変化、会勢拡大困難、事業集客困難等に鑑み見直しとしたい。ただし、進行中の「名称及び事業ドメインの再検討」についてはコストをかけずに結論をだしておきたい。

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2021(会場&オンデマンド配信)

全日本DM大賞の上位入賞制作者による、最新の優秀DM事例を紹介するセミナーとして、5月21日(金)に東京会場(日本印刷会館)でのリアル開催と当日の様子を収録したオンデマンド配信で開催予定。事例紹介、受賞作品の概要を含めた構成とする。

2. DMマーケティングエキスパート研修会

第17回DMマーケティングエキスパート研修会を6/17(木)～6/30(水)の14日間、オンデマンド配信で開催予定。修了試験は6/18(金)～7/2(金)の期間内にオンラインで実施。「DMマーケティング」＝DMを売る方法、営業系の知識の伝授に特化したカリキュラムとする。また、「新DMの教科書」を公式テキストとして活用する。

3. DMマーケティングプロフェッショナル研修会

第7回DMマーケティングプロフェッショナル研修会を7/15(木)～7/28(水)の14日間、オンデマンド配信で開催予定。修了試験は7/16(金)～7/30(金)の期間内にオンラインで実施。クライアントに対する提案・営業に加えて、現状のDMのクリエイティブのヒントやリバーズエンジニアリング指導もできるスキルを持つ上級の資格と位置付け、各都道府県のDMマーケティングプロフェッショナルが地域のDM市場の普及・拡大を支援可能となるようネットワークづくりを目指す。

4. DM制作教室

第35回DM制作教室を9/16(木)、9/17(金)の2日間、日本印刷会館にて開催予定。「ワークショップ形式のセミナー」としてコピーライティング演習、DMのリバーズエンジニアリング演習など制作系の技術知識に特化した内容とする。

5. 派遣型DM講座

新型コロナウイルス感染症の影響で集合研修が困難な中、オンライン化を含めた更なるニーズ発掘に向け、メニューのバリエーション強化も今後検討していきたい。

6. DMマーケティングエキスパート試験(試験独立)

今年度も引き続き、オンライン試験システム(CBT)で実施予定。出題範囲は「新DMの教科書」に準拠し、選択問題と計算・記述問題で120問前後とする。

7. 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

今年度も引き続き、認定資格試験の事前対策として3時間程度のセミナーを10月にオンデマンド配信で開催予定。

8. 研修事業運用インフラ

2019年度にDMマーケティングエキスパート、DMマーケティングプロフェッショナル、DMアドバイザーの資格取得者の拡大とセミナー・研修会参加者の把握管理・クロスセルを目的としてデータベースシステムを稼働。協会が主催するすべてのセミナー・研修会参加者情報を管理し、資格保有者向けフォロープログラムとして定期的にDMに関するお知らせをメールで配信。

データベースマーケティング委員会

引き続き「進化形DM」について検討・探究する。

また、「withコロナ、アフターコロナのBtoBマーケティング、DMの役割」をテーマに掲げ、下記の活動を行い、最終的に対外発信・発表を行う。

- (1)課題解決ディスカッション…委員各社のwithコロナ、アフターコロナの課題を持ち寄り、解決策を協議。自社 1 社では得られない解決策を導く。
- (2)データドリブン事例研究…データドリブンの実施事例を紹介し合い、他社事例を知る。
- (3)データドリブンの企業による事例紹介
- (4)進化形DMの開発方向性やPoCの手法を検討
- (5)DB2022 各種研究と成果発表セミナー(仮称)…前述の結果などを12月～2月くらいに成果発表セミナーとして対外発表。有償セミナーとし、収益への寄与と、協会への入会促進にもつながるように、発信・活動していきたい。

研究開発委員会

1. DMの市場等調査

2012年度から実施している定点観測型の「DMメディア実態調査」を今期も引き続き実施する。

DMに関する数少ない定期的な情報提供コンテンツであり、「日本のDMの現状」として会員社には会員特典として詳細完全版を協会ホームページ・会員専用ページで公開、無償提供。非会員には有償で提供する。

2. コンテンツの販売

研究開発委員会管轄の調査データ、レポートを中心としたコンテンツを、広報委員会、総務・財務委員会と連携し、協会ホームページ経由で外販する。

- (1)「DM FACTBOOK」 2016、2018 …DMメディア実態調査、全日本DM大賞入賞事例をベースとした営業用ツール。※会員社には会員割引あり。
- (2)「DMメディア実態調査 調査報告レポート」 2013、2014、2015、2016、2017、2018、2019、2020 ※会員社には無料で提供
- (3)「若年層のDM意識」 ※会員社には無料で提供

ロジスティクス委員会

郵便、メール便などについて利用関連業界の立場から、配達事業者などとの接点を持ち、疑問・問題点などについて改善施策が得られるような活動を行う。

1. 現場見学会の開催

物流センターほか、DMや配送に関連する現場見学会を開催する。

広報委員会

1. 協会報の発行

・協会ホームページ内「DMニュースブログ」を年4回(四半期ごと)更新する。

2. メルマガの発信

- ・セミナー案内や官公庁の調査報告、業界のお知らせ等を、メルマガを利用してよりスピーディに伝達する。原則月2回配信。セミナー・研修事業申込受付期間中は定例配信とは別に、臨時メルマガを配信する。
- ・「全日本DM大賞(2021)の作品事例PDF」をオファーにメルマガ登録推進キャンペーンを行う。

3. DMレポートの発行

・「全日本DM大賞」、「メディア実態調査」、「広告動向とDM」、「データベースマーケティング委員会 成果発表セミナー」他5本程度を協会ホームページに発表する。

4. 協会ロゴマーク使用に関する確認、承認

・会員社より提出される協会ロゴマークの使用申請について、内容を確認、承認作業を行う。

5. 広告募集

・協会ホームページバナー広告及びメルマガ広告の募集を行う。

6. 協会名称及び事業ドメイン検討結果に伴う各種情報発信

・下期より主に協会ホームページを用いて行うロゴデザイン等の情報コンテンツ作成。

その他

1. 業務受託の受付

これまで同様、「会員社限定・協会運営のスケジュールに支障・競合とならない範囲で」を前提条件に、業務受託の契約を締結した上で実施できることとする。

2. 新型コロナウイルス感染症拡大防止対応策、及び緊急事態宣言などへの対応について

新型コロナウイルス感染症拡大防止対応策、及び緊急事態宣言などへの対応は、社会の動向を踏まえながら、協会事業運営のために必要な対応、措置を引き続き講じていく。

収束の目途が立つまでは、2020年度実施中の下記も継続する。

- ・会議等のオンライン化及びテレワーク実施に不足していたツールの購入・環境整備。各委員会、理事会、セミナー等をオンライン(フィジカルとの併用含む)での開催。フィジカル開催時は換気、消毒、飛沫拡散防止用パーテーション使用、ソーシャルディスタンスの確保、参加者の体調確認、マスク着用確認などの対応策。
- ・事務局職員の一部テレワーク、シフト制による出勤職員数の半減。