

2024 年度 事業計画

2024 年度の事業計画は前年に引き続きコロナ期に落ち込んだ協会運営の立て直しと会勢拡大に努めることとする。また、紙代や郵便料金の値上げ等のDM業界の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DMメディアの価値発信を行うことを目指す。

■協会の魅力をアピールし、会勢拡大に注力する

現在最大の課題は 60 社台という会員数の減少である。昨年度から本格的に会勢拡大に取り組み、年会費改定や会員向け新サービスの開発を含めた「入会キャンペーン」を実施し数社の入会に結びついているが、十分な成果には至っていない。2024 年度も「入会キャンペーン」を中心とした会勢拡大施策を継続し、新たなサービス体制を基にさらなる会員数の回復を図ることとする。

■デジタルシフトの中でのDMメディアの価値を会員社とマーケットに対して発信する

「リアル&デジタル」のスローガンの下、デジタル時代のDMの役割やメリットを発信する。デジタルでは不可能な機能やBtoB領域でのリード獲得メディアといったDMならではの価値を、クライアント企業や広告・印刷・発送業界などに対して一層アピールしていく。様々な調査データや事例研究を通じて、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

2024 年度も演習主体の「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」等主要な研修セミナーと「DMマーケティングエキスパート」認証試験はオンライン主体で実施する。エリアにとらわれない全国ベースでの参加が可能な体制がほぼ完成したと言える。課題としては有料セミナーとしての価値訴求、地方のターゲットを含めたより広い対象に対する告知チャネルの拡大などがあり、2024 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、認証資格取得者データベースを活用し、認証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。

■急速な市場環境の変化に対応し、会員社と関連業界をサポートする

DMを取り巻く環境は、「日本の広告費 2023」で市場規模が前年比 91.8%と大きな減少となり、また 2024 年 10 月の郵便料金値上げなど短期的には逆風と言える。一方中期的にはデータ活用の進化やデジタルメディアとの連携など新たな展開も進行している。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、AIの活用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。

総務・財務委員会

ニューノーマルと言われる新しい行動様式が定着し、当協会でもセミナー等収益事業のオンライン化が進展した。しかしながら、コロナショックの影響から会員数が減少し、より健全な財政基盤の確立のために会勢拡大が喫緊の課題となっている。そのため、今期は次の取り組みを実施する。

会員数拡大と会員社提供価値向上を目的として、総務・財務委員会に会勢分科会を設置し、

1. 会員同士の交流や情報交換を促進することで、会員満足度及び協会認知度の向上を図る。
2. 関係団体との連携を強化し、協会の取り組みや価値を広く発信することで、会員企業層の幅を広げる。
3. 入会促進活動を継続的に実施し、新規に入会しやすい環境を整える。

また、個人情報保護法など関連した社会動静を注視しながら、倫理綱領及び社会規範に従い公正・公平に業務を執行し、協会の社会的信頼維持と法令遵守に努める。

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2024(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30日(木)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6/7(金)～6/28(金)の間、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(会場&オンデマンド配信)

第20回DMマーケティングエキスパート研修会を6/20(木)、21(金)の2日間、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6/28(金)～7/11(木)の14日間、オンデマンド配信で開催予定。修了試験は、リアル開催参加者は6/21(金)に会場で実施し、オンデマンド配信参加者は7/1(月)～7/12(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し、新たにデジタル×アナログについての講座を追加。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(会場&オンデマンド配信)

第10回DMマーケティングプロフェッショナル研修会を7/25(木)、26(金)の2日間、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8/2(金)～8/20(火)の19日間、オンデマンド配信で開催予定。修了試験は、リアル開催参加者は7/26(金)に会場で実施し、オンデマンド配信参加者は8/5(月)～8/21(火)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38回DM制作教室を10/10(木)、11(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

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費

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。また、オンデマンド配信する各研修会の講演動画はZoomを使用して収録し、コスト削減を図る。

9. e-ラーニング

2023年度に引き続き、「DM基礎講座」として会員社限定のオンデマンドコンテンツの無料提供を行う。コンテンツは①DMマーケティングエキスパート研修会のダイジェスト、②全日本DM大賞2024のトレンド、③DMメディア実態調査からみたDMのFACTの3本。Zoomを使用して収録し配信する。

10. DM診断

DM提案のサポートを目的とし、DMマーケティングプロフェッショナルで使用している「DM診断シート」を活用した「DM診断」サービス。1件につき会員社は5万円、非会員は10万円とし、新入会員は初回無料で利用できる。その後のフォローとして、近隣エリアの資格取得会員社の紹介も検討。

データベースマーケティング委員会

引き続き「進化形DM」をテーマに、国内外のデータドリブン・マーケティングについて最新動向の情報収集やデータ利活用に関するディスカッションを行い、年度末には対外セミナーやレポート等で情報発信を行う。

- (1)課題解決ディスカッション…委員各社が課題にしていることを持ち寄り、分析・指摘を実施。
- (2)共同研究会…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)進化形DMの開発方向性やPoCの手法を検討。
- (4)データドリブン・コミュニケーションセミナーの企画・開催…前述の結果などを年度末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のプレゼンスが高まるように活動していく。

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、2021、2022、2023
※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。

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、ニーズや発行時期、信書についてのページ充実、リリース時期など引き続き検討する。

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(2024)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」、「DM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。(目標:バナー広告1件、メール広告1件)

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. 各種打合せ、会議、セミナー等のオンライン/フィジカル併用での実施継続

コロナ禍にオンラインによる打合せ、各種会議、セミナー等の実施が社会的に普及したことを受け、コロナ禍後となった今後も状況に応じてオンライン/フィジカル併用、ハイブリッドでの運営、開催等も実施を継続する。

事務局においては一部テレワークも実施しながら、チーム別によるシフト制2名ずつの出勤をベースに運営を行い、感染症ほか緊急時の事務局機能の維持に備える。