

2023年度 事業報告

(2023年4月1日～2024年3月31日)

■DMメディアの価値と課題について提言を継続

デジタル時代のDMメディアの位置付けとして「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デジタルとの親和性の高い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」の受賞事例発信、各種レポートに加え、委員会や勉強会、セミナー等の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啓蒙に努めた。(株)電通発表の「日本の広告費 2023」では前年に引き続き集計に協力、DM広告費 3,103 億円(前年比 91.8%)、制作費等関連市場を加えると 4,218 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。

また、郵便料金を2024年10月から値上げする内容となる、総務省からの「郵便法施行規則の一部を改正する省令案及び民間事業者による信書の送達に関する法律施行規則の一部を改正する省令案」に対するパブリックコメントについて、会員各社からの意見をとりまとめ「DM利用者にとって値上げの不利益を緩和する対策の要望」を中心とした意見を1月に提出した。

■オンライン化による全国ベースの事業基盤の確立

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、運用し事業収益確保に貢献した。

■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を継続、2月の「データドリブン・コミュニケーションセミナー」では生成AIもテーマに加えるなど情報発信も積極的に行った。

■健全な運営基盤構築を目指し会勢拡大に注力

2023年度は375万円の赤字予算でスタート、決算は369万円の赤字となった。

会勢拡大についてはコロナ期の停止状態を終え、2023年度は本格的な会勢拡大活動を実施した。入会金無料をはじめ入会特典としての無料コンテンツの視聴などを含めた「入会キャンペーン」を中心に総務・財務委員会で入会勧奨活動を行った。新規入会は7件あったが、退会も多く2024年3月末時点での会員数は63社と減少傾向は改善に至っていない。

事業収益は回復基調ではあるが、会員数減少のため全体では赤字基調が続いている。新年度に向けては引き続き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 18 社目標としていたが、入会／正会員 7 社、退会／正会員 8 社の結果となった。会員数は前年度対比正会員 1 社減により、2023 年度は正会員 63 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。
- ・入会キャンペーンを促進する目的で、参加会員社に対して新規入会勧誘に応じて「DM診断」サービスが無料提供される「入会サポーター制度」を下期に導入したが、3月末時点での利用は無く、改善を検討する。

(3)収支報告

予算時、収支差額マイナス 375 万円のところ、決算時マイナス 369 万円と約 6 万円の赤字減少となった。

会費収入では、新入会員数は 7 社入会に至ったが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 189 万円のマイナス。事業収入は、対予算 98 万円のプラスで、DMマーケティングエキスパート関連で予算を超える受講者があり対予算 183 万円のプラス。DM制作教室は対予算 67 万円のプラス。DM成功事例セミナーは対予算 56 万円のマイナス、派遣型DM講座は対予算 96 万円のマイナス。他事業はおおむね予算通りとなった。事業支出は、対予算 87 万円のマイナスで、各セミナー等の受講者数によって費用の増減があった。管理費は、各会議形式をオンラインからリアル開催に戻したことにより、会議費にかかるオンライン機器レンタル費用の削減、また運営努力により他の項目も含め対予算 9 万円のマイナスとなった。

2. 総会、賀詞交歓会の運営

(1)第 11 回定時総会の開催

第 11 回定時総会を 6 月 23 日(金)、ホテルグランドヒル市ヶ谷にて開催。2022 年度事業報告と決算報告、会費の新設、定款の一部変更(案)と入会規程の一部変更(案)、任期満了に伴う役員改選についての審議、そして 2023 年度事業計画と収支予算の報告を行った。また、定時総会後に下記の講演会と懇親会を開催。70 名を超える多くの会員が参加した。

テーマ 変化・進化・深化するダイレクトメールを活用したマーケティング

講師 佐々木 卓也 氏 (フュージョン㈱ 代表取締役社長) ※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

2023 年度中の新入会員の歓迎を兼ね、2024 年 1 月 9 日(火)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 10 本を配信した。

- ・6 月 27 日(火) 新サービス導入と 2023 年度入会キャンペーンのご案内について
- ・9 月 13 日(水) 東京都生活文化スポーツ局による令和 5 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
- ・10 月 18 日(水) JARO主催「機能性表示食品の広告・表示に関するセミナー」について
- ・11 月 21 日(火) 新年賀詞交歓会のご案内について
- ・12 月 25 日(月) DM・物流の現場見学会のご案内について

- ・12月27日(水) 総務省による郵便料金値上げに関する省令案に関する意見募集について
- ・1月16日(火) データドリブン・コミュニケーションセミナー2024のご案内について
- ・1月23日(火) 総務省による郵便料金値上げに関する省令案に関する意見募集への意見提出報告について
- ・2月1日(木) 年度末メルマガ広告半額キャンペーンのご案内について
- ・2月22日(木) 会員情報確認票ご返送のお願いについて

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/CCAJコンタクトセンター・セミナー2024 主催/(一社)日本コールセンター協会 内容/後援

開催期間/2024年2月8日(木)~9日(金) 開催場所/ハイブリッド型セミナー(会場+オンライン)

・名称/第38回全日本DM大賞 主催/日本郵便(株) 内容/協賛

開催期間/2023年9月1日(金)~2024年3月

・名称/page2024 主催/(公社)日本印刷技術協会 内容/協賛

開催期間/2024年2月14日(水)~16日(金)(会場)、2月5日(月)~9日(金)(オンライン)

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

5. 適格請求書等保存方式(インボイス制度)への対応

2023年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、登録番号が発行されたため、10月1日(月)から始まったインボイス制度に対応した。

6. 改正電子帳簿保存法への対応

2024年1月1日(月)から、電子取引データの保存が義務化されたため、改ざん防止のための事務処理規程を定め、索引簿を作成し、検索機能を確保した。

7. 入会書式の電子データ対応

入会書式の提出について、入会希望者から申出があった場合は、電子データ化した入会書式の提出も受け付けることを内規に定めた。

8. 定例会議の実施

9月から会勢拡大を課題とした定例会議を週1回を目安に開催。入会促進状況の報告、入会コンテンツの検討、及び過去退会社64社に向けて再入会のご案内の送付を行い、3社から反応あり、入会0社。

9. パブリックコメントの提出

総務省により、2023年12月19日(火)から2024年1月22日(月)までの間「郵便法施行規則の一部を改正する省令案及び民間事業者による信書の送達に関する法律施行規則の一部を改正する省令案」に対する意見募集があったため、会員各社から寄せられた意見を集約し、総務・財務委員会にて協議、理事に確認、ご意見をいただいたうえで、1月22日(月)に意見書を提出した。同省令案に対する意見募集の結果及び情報通信行政・郵政行政審議会からの答申は3月7日(木)付で総務省の報道資料として掲載された。

10. 消費者からの「個人情報の入手先」の問合せに当協会の名前を使用し、虚偽説明を行っていた企業(非会員)への対応について

5月16日(火)に事務局へ一般の消費者から「投資用マンション等の販売促進のDM、営業の電話あり、個人情報の入手先を確認したところ『ダイレクトメール協会から入手した』と言われたが、本当なのか。自分の個人情報をどうやって入手したのか開示を。」と入電。

消費者へは電話の主が虚偽の説明をしていることや、協会ではセミナー参加や書籍購入の経験があれば別だが、消費者の個人情報の保有はない。だから提供もない。その旨協会ホームページにも公開している。など説明。ご理解をいただく一方で、当該企業(非会員)へ事務局より連絡。実態を確認したところ、虚偽説明を行っていたことを認めたため、今回と同様のことが過去にも一度あり、今回は二度目となることから、急遽、総務・財務委員会にて対応を協議。5月24日(水)に是正と顛末書の提出、是正内容の開示などを希求。途中、修正指示・差し戻しなど数回のやりとりの後、7月4日(火)に最終提出を受け、委員会にて内容を確認。当該企業(非会員)へは「再々発のなきよう改善策の実行を」と伝え、消費者からは対応報告は求められていなかったため最終報告は行わず、本件対応完了とした。

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2023(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26日(金)／日本印刷会館(中央区・新富)、6月2日(金)～6月30日(金)／オンデマンド配信

【結果】目標の114名予定に対して、97名(一般10名、会員87名)＋法人パッケージ1件が申込。

2. 第19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19回DMマーケティングエキスパート研修会を、会場とオンラインで開催した。カリキュラムを見直しDM×デジタルの講座を追加した。

【実施】6月15日(木)、16日(金)／日本印刷会館(中央区・新富)、6月23日(金)～7月6日(木)／オンデマンド配信

【結果】目標の新規57名・更新80名予定に対して、新規104名が申込。修了試験採点の結果、98名が合格(6名が不合格)。資格更新試験は72名全員が合格。新規・資格更新者(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170名(一般19名、会員151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9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9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(木)、14日(金)／日本印刷会館(中央区・新富)、7月21日(金)～8月3日(木)／オンデマンド配信

【結果】目標の新規27名・更新20名予定に対して、新規21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27名全員が合格。新規・資格更新者と合わせて計48名(一般5名、会員43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37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37回DM制作教室を開催した。

【実施】10月12日(木)、13日(金)／日本印刷会館(中央区・新富)

【結果】目標の18名予定に対して、29名(一般12名、会員17名)が申込。29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2023(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、10月2日(月)から約1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】10月2日(月)～10月31日(火)／オンデマンド配信

【結果】1名(一般1名、会員0名)が申込。

6. 2023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

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オンラインで開催した。

【実施】10月10日(火)～31日(火)／オンデマンド配信

【結果】目標の5名予定に対して、10名(一般9名、会員1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6名合格、4名不合格。合格率は60.0%だった。

7. 2023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8日(水)／オンライン開催

【結果】目標の51名予定に対して、29名(一般12名、会員17名)が申込。24名合格、5名不合格だった。

合格率は82.7%。試験合格の24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

会員社から1件の依頼あり。6月1日(木)にレギュラーコース1本実施済み。

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。また、会員社限定でDMビジネスの基礎知識をまとめた3本の動画を配信。協会ホームページ「会員専用コンテンツ」からいつでも視聴することが可能。3月末までのアクセス件数は下記の通り。

・DMの基礎(97分)／椎名昌彦

アクセス件数:74件

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。2024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 2022」 4件（非会員4件）

「DM FACTBOOK 2018」 0件

ロジスティクス委員会

1. 現場見学会について

佐川グローバルロジスティクス㈱の協力をいただき、2月20日(火)に実施。東京都江東区にある「Xフロンティア」にて、ECプラットフォームや各種ロボティクスなどを見学。委員社含む会員社10社20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

- ・入会キャンペーンの専用ページ、キービジュアル、バナーを作成。
- ・「DM診断」サービスについての専用ページを作成。
- ・6月の総会で承認された年会費の新設に伴い、「入会案内」を修正。
- ・会員専用コンテンツに「DM基礎講座」の動画3本を掲載。
- ・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2023年春号、7月に2023年夏号、10月に2023年秋号、2月に2023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1件(非会員1件)、メルマガ広告2件(単独メルマガ:非会員1件、ヘッダー広告:非会員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号外メルマガとして配信。2024年3月末時点での配信数は38本。

(2) メルマガ登録

全日本DM大賞ダイジェストブック(2023)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、20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265件の新規登録を獲得。

現在のメルマガ登録数は5,479件となった。(2024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	『2023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2022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
11月	『ダイレクトメールと気候変動』	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2024」開催報告』	データベースマーケティング委員会

上記5本を協会ホームページにリリース済。

4. 入会案内の修正

年会費の新設と、6月理事会での添田新会長就任に伴い、入会案内を修正。PDFファイルを協会ホームページへ掲載。

5. ロゴマーク使用申請の状況について

2023年度の申請件数・・・0件(2024年3月末時点、前年度申請0件)

6. その他

『販促会議』に隔月で協会活動の紹介を連載中。2023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37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2022」報告書を発表』
- 10月号 『DM企画や制作物を評価、「DM診断」サービスを開始』
- 12月号 『全日本DM大賞2024応募受付開始』
- 2月号 『「第37回DM制作教室」を開催』
- 4月号 『2024年のダイレクトメールはどうなる?』

その他

1. 業務受託

3本受注。全日本DM大賞入賞作品保管という内容につき、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大賞の入賞作品の保管管理の依頼があり、7月より事務局にて対応。
- (2)会員社から全日本DM大賞入賞作品の貸出依頼が2件あり、5月と11月に実施済み。

2. コロナ禍後の事業等の運営について

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現在も状況に応じてハイブリッドでの運営、開催等を行った。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、緊急時でも事務局体制を維持できるよう運営を行った。