

## 平成 30 年度 事業計画

すべての広告メディアにおいてデジタル化が進行する中、DMの新たな位置付けを明確に定め発信していく。特に、デジタルメディアにはできないことや効率が悪い領域の補完、デジタルメディアとの連携強化、データ活用によるDMメディア自体の進化、などDM関連のノウハウや情報が強く求められている。デジタル系マーケッターを含む幅広い層に対してDM活用促進を目指す年度としていく。

### ■DMメディアと個人情報マーケティングについて積極的に発信し、協会の魅力作りを推進

「DMメディアの価値」の発見・発信を通じて、具体的な会員社のDMビジネスへの貢献を図る。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、収益事業、会員社拡大双方につなげることを目指す。重点課題である会勢拡大にむけて、経済的あるいは情報獲得面での具体的な会員限定メリットや魅力をアピールしていく。

### ■事業と会員社協業活動を全国に拡大

「DMアドバイザー」「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」の3認定セミナーの東京開催を中心に、「DMマーケティングエキスパート」認定試験単独開催の地方展開を進め、今期は東京、大阪、福岡の3か所での実施を予定。また「DM成功事例セミナー」も東京・大阪・福岡での開催を定例化し、合わせて地方のDMビジネスとの連携を推進する。

「新DMの教科書」及び「DM FACTBOOK 2018」等の出版物も活用し、オンラインショッピングを通じて幅広く全国ベースでの情報発信につなげていく。

### ■最先端のダイレクトマーケティングへの積極的な対応

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。

米国DMAとの連携を強め、世界のダイレクトマーケティングの窓口としての活動にも注力していく。

### ■会勢及び事業収益拡大を重点目標に据え、健全な運営基盤構築と新事業開発への投資を行う

平成 29 年度は 277 万円の黒字となり、5 期連続黒字を達成。

一方、会勢は入会が退会を上回るものの、微増に留まり、安定運営基盤を構築するには至っていない。

事業収益拡大に伴う運営基盤の補強の結果としての固定費増のカバー対応も含めて、新たな収益事業の開発も推進し、そのための投資も積極的に実施する。

中期的には会員社 150 社体制をはじめとした下記の個別指標を念頭に具体的な施策を推進していく。

- 全国、地方への活動拡大
- 研修・セミナー事業収入の安定化と拡大
- 告知メディアの拡大／メルマガ会員 5,000 名
- 年会費での運営費支出充当
- 中期目標としての正会員 150 社

## **総務・財務委員会**

1. 一般社団法人として財務の健全化および基盤強化に努める。
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。
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. 倫理綱領およ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。

## **広報委員会**

1. 協会報の発行
  - ・協会報「DM NEWS」をブログ化し、協会ホームページ内にコーナーを新設する。移行は6月頃を予定。
2. 協会ホームページの運用
  - ・トップページを変更する。セミナー・研修事業コンテンツの導線を整理し、集客強化につなげる。
  - ・「DM関係企業の検索」として、会員社、資格保有社・者の情報を提供するページを設ける。
  - ※掲載する情報DBのシステム改修等は総務・財務委員会が担当。
3. 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(2018)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。
4. DM REPORT、DM ANNUALの発行
  - ・DM及びDM関連業界の1年間の動向を「DM REPORT」として年6本前後、協会ホームページに発表する。最新の「DM REPORT」に限り協会ホームページやメルマガで広く一般へも公開する(バックナンバーの閲覧は会員限定)。
  - ・全「DM REPORT」を掲載した「DM ANNUAL」を会員専用ページにPDF形式のファイルをで掲載する。
5. 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。
6. バナー広告掲載
  - 4社を目標にバナー広告掲載を行う。掲載期間は原則1年間で、掲載費用は会員10万円、一般15万円(税抜)。

## **ダイレクトマーケティング委員会**

1. DMマーケティングエキスパート研修会
  - 第14回DMマーケティングエキスパート研修会を6/21(木)、6/22(金)の2日間、日本印刷会館にて開催。「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」とのリンクを含め、クリエイティブの内容も含める。
2. DMマーケティングプロフェッショナル研修会
  - 第4回DMマーケティングプロフェッショナル研修会を7/19(木)、7/20(金)の2日間、日本印刷会館にて開催。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DMMP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。

### 3. DM制作教室

第32回DM制作教室を9/27(木)、9/28(金)の2日間、日本印刷会館にて開催。「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のリバース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。

### 4. DM成功事例セミナー(東京・福岡・大阪)の開催

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、東京5/24(木)、福岡5/31(木)、大阪6/1(金)と3会場で開催。本年度より事例紹介に加え、受賞作品の概要、トークセッション等も含めた新たな構成とする。

### 5. 派遣型DM講座

平成25年度の事業開始来、順調に引き合いがあり、協会の収益確保にも貢献しているが、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)

平成30年度は開催地を拡大し、昨年度の東京、大阪に福岡を加えた3会場で実施。出題範囲は「新DMの教科書」に準拠し、マークシートによる選択問題と筆記問題で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

平成30年度より、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月に日本印刷会館にて開催。東京で受講することが適わない地方在住者への対応策として、東京での講義を撮影し、CD-ROMなどで販売することを検討。また、今後の地方でのセミナー開催を検討する。

### 8. e-ラーニング

上記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コンテンツを作成し、オフラインで入手できるようにする。

### 9. 資格認定セミナーをはじめとする研修受講者のデータベース作成

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に伴い、エクセルベースの管理から、より高機能なDBシステムへの移管の検討を進める。

### 10. DMマーケティングエキスパート研修会(単独更新)

会員社で50名以上の更新者が出た場合、単独での更新作業を受け付ける。更新試験は共通とし、手続き方法等は別途協議の上進める。

## **ロジスティクス委員会**

1. 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。
2. 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。
3. 「DM情報ガイド」改訂版を制作する。料金変更にも対応できるよう、料金表はウェブ対応にする。また要望に応じて内容変更ができるよう、オンデマンド印刷を検討中。リリースは6月を予定。

## **研究開発委員会**

### 1. DMの市場等調査

- ・平成24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し、少しでも収益化することを昨年度試行したところ、好反応だったので、今年度も継続販売する。

(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 ※会員社には無料で提供

## **データベースマーケティング委員会**

昨年度に引き続き

1. eメールと紙の作業フロー、コンテンツの制作

2. DBの整理の仕方の提案

をもとに「進化形DM」について検討・探究する。

また、今年度は新たに「データ流通事業の調査・研究」を今年度のテーマに揚げ、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…委員各社のデータ流通に関する課題を持ち寄り、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)ハッカソン・アイデアソンの実施…「進化形DM」の実現化に向けユーザー企業の協力を仰ぎ、委員社のリソースやツールを用いて提案。ベスト企業を選定いただく。

(4)データドリブンの企業訪問、事例紹介

(5)「進化形DM」の実証実験(POC)

(6)DB2018 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。

などを行っていく。

## **その他**

1. 「DM関係企業の検索」ページの設置

社団法人時代には公益事業として消費者からのDMに関する苦情相談を広く受け付け、DMをとりまく環境整備・改善策の基礎資料としてきたが、平成29年6月の公益目的支出計画の実施完了を受け、DMホットラインは「消費者向けのDMの苦情相談受付窓口」ではなく「事業者へのDM実施の推進窓口」へと、その在り方を転換。

「DMをやりたいが、どうすればいいかわからない」といった事業者がその相談先を検索できるようなページを協会ホームページに新設し、協会会員や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資格保有者の情報から該当社を抽出できるようにし、入会および資格保有のメリット創出につなげる。

2. 受託業務の受付

昨年度同様、「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。