

## 平成 29 年度 事業計画

行動喚起やコンバージョンに強い、デジタルを補完するメディアとしてDMが見直されている。デジタルメディア全盛の中でDMなどのリアルメディアにしかできないことを求めるニーズが強まり、DM関連のノウハウやさまざまな情報が強く求められている。DMを知らない、DMを利用したい、新たなターゲットに向けた、より一層の活動強化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。

### ■事業基盤の全国拡大へ

「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認証体制が完成したことを受けて、今期は各認証取得者の組織化推進とともに、全国エリアへと拡大し、潜在的なニーズの掘り起こし、地方のDMビジネスとの連携の推進に本格的に着手する。「DMマーケティングエキスパート」認証試験の単独開催を第3四半期に東京・大阪でスタートし、今後の全国展開を目指すとともに、「DM成功事例セミナー」を東京・大阪・福岡で開催し、レギュラー化を図る。

### ■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、ビッグデータ、マーケティングオートメーション、人工知能等の情報収集を図りつつ情報収集及び発信を積極的に行い、潜在的な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 28 年度は 756 万円、4 期連続黒字となったが、平成 29 年度は 207 万円の赤字予算とした。

会勢は規模的には減少傾向にあり、安定運営基盤を構築するにはいたっていない。一方で事業収益は拡大しているものの、それに伴う運営基盤強化と固定費増のカバーも含めて、新たな収益事業の拡大が求められている。

赤字については中期的な協会の発展基盤構築のための先行投資としてご理解をお願いしたい。

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。

- 中期目標としての正会員 150 社
- 年会費での運営費支出充当
- 研修・セミナー事業収入の安定化と拡大
- 全国、地方への活動拡大
- 告知メディアの拡大／メルマガ会員 4,000 名

## **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. 倫理綱領および個人情報保護ガイドラインの運営主体となり協会の社会的信頼維持と法令遵守に努める。
5. 個人情報保護法の改正、経済産業省の「個人情報の保護に関する法律についての経済産業分野を対象とするガイドライン」の改正などの動きの都度、必要に応じて協会としての対応を検討し対処する。

## **広報委員会**

1. 協会報の発行
  - ・今年度より、メルマガ・ホームページでのデジタル媒体による情報発信を強化するに伴い、協会報「DM NEWS」は年 4 回発行(春号:4 月末、夏号:7 月末、秋号:10 月末、冬号:2 月初)に移行する。
  - ・協会報は「協会の事業活動に関する報告媒体」と位置づけ、主に総会や理事会の報告、また協会で主催した研修会の活動報告や、会員情報等を掲載する。
2. 協会ホームページの運用
  - ・メルマガと連動する点は迅速に更新を行い、掲載内容の充実を強く推し進める。
  - ・ダイレクトマーケティング委員会と連携し、DMマーケティングエキスパート試験(単独開催)コンテンツの追加、また会報に掲載していた海外事例紹介等コンテンツアップを行う。
3. メルマガの発信
  - ・よりタイムリーな情報発信を目指し、これまで協会報に掲載していた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ため原則月 2 回の配信に拡大予定。
  - ・保有チャンネルの強化の意味からも、従来同様、メルマガ登録者数増加のため、「全日本DM大賞(2017)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
  - ・従来同様、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。
  - ・DM REPORTは、DMの最新動向の紹介と捉え、最新のDM REPORTに限り協会HP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従来同様、会員限定)。
  - ・DM ANNUALについては、従来同様必要に応じて印刷できるよう、会員専用ページにPDF形式のファイルをアップする。
5. 入会案内の修正

現行の協会案内のリーフレットの掲載内容について見直しを行う。
6. 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。
7. バナー広告募集

2 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(税抜)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13回DMマーケティングエキスパート研修会を6/22(木)、6/23(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。
- ・新規申し込み及び資格更新に当たっては、修了試験または更新テストを実施、70点以上に認証を提供する。なお、不合格者でも希望者に限り有料で追試験を実施し、資格の価値向上につなげる。
- ・合格者には、「DMマーケティングエキスパート」認定証を付与し、名刺等へのロゴマーク使用を許可する。
- ・29年度より、資格更新者が300名を超えるため、更新テストに関しては、オンラインでの実施および提出とする。
- ・日程調整等のニーズに対応するため、「受講者15名程度の確保、会場費負担、研修会同等カリキュラム」を前提に1社だけの単独開催も受け付け、DMME認証に地位向上と拡大を目指す。
- ・昨年度同様、1社5名以上で新規受講・更新した場合の「団体割引」の説明を徹底し、資格保有者の拡大と継続促進を図る。

### 2. DMマーケティングプロフェッショナル研修会

- ・第3回DMマーケティングエキスパート研修会を7/27(木)、7/28(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ブス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る。
- ・新規申し込み及び資格更新に当たっては、修了試験または更新テストを実施、70点以上に認証を提供する。なお、不合格者でも希望者に限り有料で追試験を実施し、資格の価値向上につなげる。
- ・合格者には、「DMマーケティングプロフェッショナル」認定証を付与し、名刺等へのロゴマーク使用を許可する。
- ・エキスパート同様、更新テストに関しては、オンラインでの実施及び提出とする。
- ・将来的には全国の各都道府県にDMMPおよびDMMEが存在し、地域のDM市場の普及・拡大を支援可能なネットワークづくりを目指す。

### 3. DM制作教室

- ・第31回DM制作教室を9/28(木)、9/29(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のリバーブ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。
- ・全講座受講の修了者には「DMアドバイザー」の認定証を付与し、名刺等へのロゴマーク使用を許可する。

### 4. DM成功事例セミナー(東京)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、東京で5/26(金)に開催。

### 5. 派遣型DM講座

企業(会員・非会員)の要望に応じたカリキュラム、日時、場所へ講師が出向いて実施。平成25年度からのスタートだが、順調に引き合いも拡大、定期的な社内教育や対外セミナーへの活用等ニーズ発揚。講義内容、講師のラインナップを拡充し、収益事業として引き続き推進する。

### 6. 試験用テキスト開発

資格認証セミナーの東京1カ所での開催では集客の伸び止まりが考えられ、エリア拡大と費用削減を前提に、「研修会(セミナー)と認定試験の分離」の一環として、実施試験の複数エリア実施に向けた「試験用テキスト」の制作を行う。6月納品、刊行予定。

## 7. DMマーケティングエキスパート試験(試験独立)

「研修会(セミナー)と認定試験の分離」の導入テストとして、29年度は東京および大阪開催を目標に独立した試験を実施する。出題範囲は6.の試験用テキストに準拠予定。

## 8. DM成功事例セミナー(地方)

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、九州で6/8(木)、関西で6/9(金)に開催。

## 9. e-ラーニング

資格認証セミナーなどにおいて、開催地から遠く受講できない地方への対応策とし、協会サイトを經由して、セミナーコンテンツを入手できるようにする。本年度も引き続き準備期間とし検討を進める。

## 10. 資格認証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アドバイザーの既存認証取得者の拡大に伴い、Excel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。

## 11. DMマーケティングエキスパート研修会(単独開催)

会員社で15名以上の受講と会場費負担の確約が取れた場合に限り、単独開催を1社のみ受け付ける。内容は日本印刷会館で通常行われる研修会と同内容・同試験とする。

## 12. 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1社のみ受け付ける。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。

## **研究開発委員会**

### 1. DMの市場等調査とDMアーカイブ

- ・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 FACT BOOK」…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 2016 調査報告レポート」 ※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**

米国DMAが名称を「ダイレクトマーケティングアソシエーション」から「データ&マーケティングアソシエーション」へと変えたように、ビッグデータの利活用は更なる急速な広がりを見せるであろうと考え、委員会の活動を更に深化・発展させる。

1. eメールと紙の作業フロー、コンテンツの制作。最適なものを検討・探求する。
2. DBの整理の仕方の提案。

これらを委員会の活動テーマに据え、

- (1)課題解決ディスカッション…委員各社のデータベース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…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)ツールベンダーと一緒に実証実験
- (6)DB2017 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ホットライン

継続の事業として、消費者や一般の企業、全国各地の消費生活センター・消費生活相談員から寄せられる「DMに関する苦情」や「相談」等に対応し、その内容について随時取りまとめ、総務・財務委員会、広報委員会などと連携し、DMをとりまく環境整備・改善策の基礎資料とする。よくある相談や年間のまとめ等は協会ホームページで公開する。

会員社へ対する苦情の場合は、当該会員へフィードバック。問題点の改善を求めるなど、会員社のコンプライアンスの徹底を図り、DMに関するマイナスイメージの払拭を含めた自浄活動の1つとする。

また、DM受取に対しての不安解消など、消費者へ配慮した対応に努め、「情報を取りに行かなくても、取りこぼしのない」メディアであるDMへの理解を通じて消費者の利益につながるようにする。

### 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。