

「JPM協会の存在意義と目的」の再定義

■ 環境認識と再定義の必要性

世の中全体でデジタル化が進んでいた中、新型コロナウイルスのパンデミックによって、DX化はさらに加速度的に進展しています。こうした環境変化の中で、生活者は新たな生活様式を模索し、リアルとデジタルを組み合せたハイブリッドな購買行動が定着しつつあります。

これまでの常識や前例が通用しない激変する環境下において、プロモーション業界には事業構造を時代に合わせて柔軟に見直し、生活者や社会に向けた提供価値を継続的にアップデートしていくことが求められています。

日本プロモーショナル・マーケティング協会は、こうした環境変化に適応し、会員企業の事業成長を支援し、プロモーション業界を発展させていくために、「JPM協会の存在意義と目的」を以下のように再定義いたします。

■ 「JPM協会の存在意義と目的」の再定義

【PURPOSE】 存在意義と目的／何のためにJPM協会が存在するのか

生活者の購買行動をより豊かな体験とし、その価値を向上させるために、プロモーショナル・マーケティング業界の牽引役として、会員社の事業成長を支援し、ひいては日本経済の発展に寄与する。

【MISSION】 そのためにJPM協会は何を行うのか

生活者を実際の購買行動に導いていくために必要なあらゆる領域において、専門性の追求に有益な国内外の情報を迅速に提供するとともに、会社や事業の垣根を超えたネットワークを構築するための場を提供することで、会員社のビジネス拡大に貢献する。また、環境変化に適応しながら、会員社とともにプロモーショナル・マーケティングの新たな価値を創造し、それらを常に進化・アップデートさせていく。

【VISION】 JPM協会が実現したい未来

生活者の、より楽しい、より豊かな購買行動を実現し続ける。

【VALUE】 値値観と行動姿勢

- ・常に環境変化に柔軟に適応する。
- ・主体的に自ら市場を観て、生活者の声を聴く。
- ・新たな業界価値創出のためのイノベーションマインドを持つ。
- ・多様性の尊重と地球環境への配慮

以上