【第2号議案】

平成 29 年度　事業報告

自　平成 29 年 04 月 01 日
至　平成 30 年 03 月 31 日

【環境の変化と協会が取り組むべき課題】

2017 年の日本の総広告費は、電通調べによれば、6 兆 3,907 億円、前年比 101.6%で、持続する緩やかな景気拡大に伴って増加し、6 年連続で前年実績を上回った。世界経済の回復と企業収益の拡大、雇用環境の改善や円安など景気を後押しする状況が整う中、特にインターネット広告費の好調が全体を押し上げる結果となった。

市場全体として見ると、さまざまな局面でデジタル・トランスフォーメーションが進み、それぞれの媒体特性を活かした統合的なコミュニケーション活動が活発化している。

その中でプロモーションメディア広告費は、2 兆 875 億円と前年を下回り(98.5%)、3 年連続で前年から微減となったが、屋外広告 3,208 億円(100.4%)、展示・映像 3,389 億円(106.1%)については前年に引き続きプラス成長となった。

POP 広告は 1,975 億円、前年比 101.2%と微増した。商品を魅力的に見せるためのデジタルサイネージを中心とした制作費の高い説明型 POP が増加したことや、EC 市場との差別化を狙った「体験価値を提供する売り場」を演出する POP が増加したことも要因の一つと考えられる。

インターネット広告費が1兆 5,094 億円(115.2%)と 4 年連続で 2 桁成長している環境下で、生活者の購買行動は激変し、それに合わせてリアルな店頭に求められる役割や機能も大きく変化している。まさに、インターネットメディアと共存しながらデジタルとリアルをシームレスにつなぐことで、時代と環境の変化に柔軟に対応していくことが、当協会の最重要課題となっている。

江花理事長は、こうした環境の変化に積極的かつスピーディに対応しながら、当協会独自の新たな価値を生み出すことを目標に掲げ、「次世代に向けたプロモーショナル・マーケティング理論および体系の確立」を事業の中核に据えて協会活動を推進してきた。

【平成 29 年度の協会活動概況】

① 「プロモーショナル・マーケター認証資格制度」

当年度は、728 名が受験。これで、第 13 期までの累積受験数が 10,000 人を超え、累計合格者数は 6,240 人となった。受験社数の割合で見ると、非会員社が 80 社(会員社は 40 社)で、プロモーション業界全体における資格制度として、確実に裾野が広がっていると見ることができる。
また、「受験企業の業種別割合」で見ると、広告主系が 20%弱を占めており、サプライヤー系はもちろん広告主からのプロモーション領域への関心の高さがうかがえる。

② 東京都公認の職業能力開発校 「JPM ビジネス・スクール」を推進する教育事業

当期は、受講促進活動を積極的に展開した結果、参加延べ人数 167 人(昨年 146 人)と、前年を上回ることができた。今後も会員社の声を聴きながら、会員社の人材育成ニーズに合致した、魅力ある講座体系の設計と構築を図っていく。

③ 「JPM 協会展」

平成 29 年度は「JPM クリエイティブ・ソリューション・アワード」、「JPM プランニング・ソリューション・アワード」、「GPA 展示」、「買い場展開ツール・デザインコンペティション」、「販促見本市」の 5 つのゾーン構成にて展開した。
特に、2007 年から 10 年連続で減少が続いていた「JPM クリエイティブ・ソリューション・アワード」の出品数は、部門構成や応募規定を見直した結果、635 点(前年比 121%)の出品をいただくことができた。「販促見本市」はゾーニングを大幅に見直した結果、出展数は 16 社・20 小間と、昨年の 12 社・15 小間を大きく上回ることができた。来場者数も、招待チケットの配布方法を見直す等の来場促進施策により、5,612 人(前年比 115%)のお客様にご来場いただくことができた。

④ 「JPM プランニング・ソリューション・アワード」

「第 15 回 JPM プランニング・ソリューション・アワード」は 54 点の作品応募を集め、特に人々を購買行動に向けて実際に動かすためのプロモーションの企画力とアイデア開発力という視点では、日本でトップクラスのアワードとなっている。
2017 年は、従来「協会展」の開催時に短時間で実施していた「協会展セミナー」を発展的に解消し、新たに入賞作品から 8 作品を厳選して、実際に担当したプランナーの生声で企画のツボが聴けるセミナーとして、「プランニング・ソリューション・アワードセミナー2017」を開催。2 日間で延べ 200 名近い受講者にご参加いただいた。参加者のアンケート結果も大好評だったため、今年度も継続して開催する予定である。

⑤ 「会員社交流会」

平成 29 年度は、年間 3 回の交流会＋新年会を開催。参加者数も毎回 90～100 名を超える盛況を維持している。今年度も、会員社相互の連携・協働を下支えするビジネス交流の場としての価値をさらに高めていきたい。

※平成 29 年度の各委員会の活動は、次の通り実施された。