【第2号議案】

平成 30 年度　事業報告

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

【環境の変化と協会が取り組むべき課題】

2018 年の日本の総広告費は、電通調べによれば、6 兆 5,300 億円、前年比 102.2%で、持続する緩やかな景気拡大に伴って増加し、7 年連続で前年実績を上回った。特に、2014 年以来 5 年連続で 2 桁成長を続ける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。

プロモーションメディア広告費は 2 兆 685 億円、前年比 99.1%でほぼ横ばいだったが、その中でも POP 広告(101.3%)、交通広告(101.1%)、展示・映像ほか(105.8%)は増加した。

ここ数年、マスコミ 4 媒体とプロモーションメディアの構成比が漸減する一方、連続して 2 桁成長を続けるインターネット広告費の構成比は年々高まり、2018 年には 26.9%と総広告費の 4 分の 1 を超える規模となった。

市場全体としては、まさに構造変化の真っただ中にあると言える。一方で、インターネット広告だけで解決できないマーケティング課題に対して、データやテクノロジーを駆使しながら、従来からある媒体の強みとの相乗効果で解決していく統合型ソリューションがより深化している。

デジタルテクノロジーの普及・進展によって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。

JPM 協会は、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 30 年度の協会活動概況】

① 「プロモーショナル・マーケティング　公式テキスト　改訂新版」の発行

デジタルテクノロジーの普及・進展によって大きく変化している生活者の購買行動に適応させることを目的に、2016 年の「定時総会」で本プロジェクトの構想が発表された。その後、約 3 年にわたって、「次世代に向けた PM 理論と体系検討委員会」を中心に検討と執筆が重ねられてきたが、このたび、6 月に新公式テキスト『プロモーショナル・マーケティング　ベーシック』が発行されることとなった。
なお、今年度の「プロモーショナル・マーケター認証資格試験」は、この「公式テキスト　改訂新版」に準拠して実施されることになっている。

② 「プロモーショナル・マーケター認証資格制度」

当年度は、697 名が受験。これで、第 14 期までの累積受験数が 11,000 人を超え、累計合格者数は 6,650 人となった。受験社数の割合で見ると、非会員社が 66 社（会員社は 36 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、「受験企業数の業種別割合」で見ると、広告主系が 16％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。

③ 「JPM 協会展」

平成 30 年度は「JPM POP クリエイティブ・アワード」、「JPM プランニング・ソリューション・アワード」、「買い場展開ツール・デザインコンペティション」、「アーカイブゾーン」、「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 POP クリエイティブ・アワード」の出品数は、昨年度に部門構成や応募規定を見直すことで回復傾向となり、さらに今年度は新たに 3 つの部門を新設したことなどが功を奏した結果、662 点（前年比 104％）の出品をいただくことができた。
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、5,936 人（前年比 106％）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 16 回 JPM プランニング・ソリューション・アワード」は 69 点の作品応募を集め、生活者を実際に購買行動に向けて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。
2018 年も、当アワードの上位入賞作品から 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2018」を開催。
2 日間で延べ 175 名の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。
また、プロモーション業界全体と人材の社会的ステイタスを向上させることを目的として、当アワードの過去の受賞実績をもとに、突出して優れた個人を顕彰する制度「JPM The Planner」を今年度から新たにスタートさせた。

※平成 30 年度の各委員会の活動は、次の通り実施された。