

## 2021 年度事業計画

2020 年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響で予定した事業のいくつかを断念せざるを得ませんでした。新型コロナウイルスは多くの変化をもたらすと同時にこれまでの流れを加速化することになりました。その最たるものが、「DX とデジタルマーケティングの拡大」だと考えます。

しかしながら、急速にデジタル化が進行していく中で、最も重要なことはお客さまとの関係づくりではないかと思えます。「顧客エンゲージメント」を強め、お客様をファンにしていく活動こそが益々必要な時代になってきたと言えます。

2021 年度、私たちは「生活者起点で考える。消費者視点で行動する。」を年間テーマとして活動してまいります。

昨年 8 月に会員各位に向けてアンケートを実施させていただきました。皆様の関心の高かったテーマは、

1. With コロナ時代の消費者行動の変化
2. With コロナ時代のデジタルマーケティング戦略
3. 非接触ニーズの中での営業活動
4. SDG s
5. リアルとネットの融合と今後-日本型オムニチャネルの展開
6. データ活用によるマーケティング

などでした。2021 年度は、こうした皆様のニーズに更にお応えすべく様々な活動をしてまいります。

### 1. 会員事業

- ①新規会員 20 社獲得
- ②総会 2021 年 5 月 26 日（水）
- ③機関誌「流通問題」発刊
  - ・ 57-1 号（2021 年 5 月末発刊）特集「ポストコロナの道しるべ SDG s」
  - ・ 57-2 号（2021 年 11 月末発刊）
- ④IDR 通信（Vol. 127～138）

### 2. 会員サービス事業

- ①IDR 研究交流会
- ②流通問題アカデミー

### 3. 収益事業

- ①調査研究事業
  - ・「日本国内における EC 購買実態調査」
  - ・「中国における生活者インサイと日本製品の購買行動調査」（上期・下期 2 回予定）
- ②研究会事業
  - ・ 第 38 期 IDR チャネル戦略研究交流会（2021 年 4 月～2022 年 2 月）  
テーマ：アフターコロナに求められる視点～マーケティングの原点に立ちかえるとき  
—生活者起点で考える、消費者視点で行動する—
  - ・ 銘品流通研究会（2021 年度も継続）
  - ・ 業界研究会（新規）
- ③セミナー事業
  - ・ SDGs 講座・セミナー（新規）
  - ・ 企業の DX 推進セミナー（新規）
- ④研修事業
  - ・ After コロナ時代のデジタルマーケティング講座
  - ・ 第 9 期 北海道地域フード塾（絶品コース）
  - ・ 第 3 期 北海道地域フード塾（事業化コース）
  - ・ 第 2 期 全米販中堅幹部ソリューション研修
- ⑤HCF 事業
  - ・ 第 15 回ホビークッキングフェア 2022 運営事務受託