

第19回の日本ダイレクトマーケティング学会全国発表大会の統一論題として「デジタルコンテンツの視点から見たマーケティングの未来～ポストコロナの世界で加速する顧客体験の革新～」とさせて頂きました。AI、IoT、ロボット、等の新技術が一昨日まで語られていた今、コロナ禍がそれらを一新したとも言えるでしょう。その渦が多方面に渡り経済的に悪影響を及ぼし、企業経営を圧迫しております。オリンピックの延期、インバウンド消費の消滅、国内消費の減退、外出自粛の影響、中国等海外消費の減退などにより、この不況は数年続くとも言われております。また、この社会状況は人々の働き方のあり方さえも変えています。例えば、テレワーク等による在宅勤務が進み、それらの意識変化が企業のマーケティング活動自体を変えようとしています。

過去、当学会において、顧客体験という言葉は語り尽くされてきたと思います。しかしながら、各企業においては、今こそ顧客価値の最大化を模索する時がきたと考えます。高い顧客価値を得るために、デジタルマーケティング、コンテンツ創造、データサイエンス等において、知識・スキル等を統合することが求められます。

ダイレクトマーケティングや通信販売の分野において、革新的なデジタルサービス等と高顧客価値創造が望まれる時が来ました。本大会において、オンライン配信も活用しながら活発な議論が行われ、今後のデジタルマーケティングの進化に繋がるビジネス開発等に広がることを願っております。

大会運営委員長　海老根　智仁（デジタルハリウッド大学大学院）