

平成23年度 事業報告書

（自 平成23年 1 月 1 日）
（至 平成23年12月31日）

平成23年度 事業報告書< 1 >

活動の概要

第54回通常総会を2月25日、丸の内東京會館で開催した。事業報告、決算、平成23年度事業計画など諸議案が上程され、いずれも全会一致で可決、承認された。

役員選任の件では、役員任期の満了に伴う全役員の改選があり、理事55名と監事3名の就任が全会一致で可決承認された。引き続き開かれた臨時理事会において、西室泰三氏にかわり佐治信忠氏（サントリーホールディングス代表取締役会長兼社長）が第8代理事長に就任した。

平成23年3月11日、東日本大震災の発生により、広告界においても多くの混乱が生じた。日本アドバイザーズ協会では、3月11日震災発生以降の実態を踏まえ、超日常的な重大な事象が発生した際の対応策について広告関係団体と議論を進めている。

なお、8月に内閣府認定等委員会に対し公益社団法人移行への申請を行い、12月に移行認定相当との答申が出された。平成24年1月から公益社団法人日本アドバイザーズ協会として活動を進めることになる。

また、本年は「新中長期5ヶ年計画」の最終年にあたり、以下の事項に取り組んだ。

実施事項

1. 広告取引の透明性と効率化の更なる推進

- マス4媒体の広告データの精度向上促進
- インターネット領域媒体の広告効果測定モデルの研究
- 交通メディアに関する広告データの整備
- 広告会社との基本契約書モデル案運用マニュアルの作成

2. 倫理観に裏打ちされた広告活動の推進

- 倫理意識向上のためのセミナーの実施
- コンプライアンス・CSR等のケーススタディ研究
- 第51回消費者のためになった広告コンクールの開催

3. 媒体の統合的戦略の研究

- 消費者・生活者を中心に据えたコミュニケーション戦略の研究
- 媒体の価値の評価と活用法の研究

モバイル広告の将来性と可能性の研究
戦略的広告調査の実施
効果的な広告コンテンツと広告表現の研究

4. 人材のスキルアップ

新人向けセミナーの開催
第20回JAA実践広告塾の開催
第38回JAA広告論文の実施
JIM (JAA Incubation Meeting) の開催

5. 国際化の推進

WFA (世界広告主連盟) との連携強化

6. 協会の体質強化

公益社団法人への移行申請

最後に、平成23年協会収支決算内容は、収支決算報告書に記載の通り、堅実な運営管理が行われたことを、ここに付記しておく。

常任理事会・理事会

定例理事会は第54回通常総会で承認された平成23年度事業計画の重点目標を踏まえ、基本計画の円滑な遂行と、会員社の強固な連携を図りつつ、その役割と責任を果たした。

本年は、協会役員の任期満了に伴う全役員の改選、および新理事長、新専務理事の就任、新役員による協会活動・運営等の具体的な執行、あるいは公益社団法人への移行のための諸対応など、さまざまな課題に対する対応を進めた。

なお、本年は、下記の通り役員の異動があり、後任に任務を引き継いだ。

常任理事

(順不同・敬称略)

前 任	後 任	引継 時期
パナソニック株式会社 榎谷 秀喜 (アドメディアセンター 所長)	パナソニック株式会社 上川内 利博 (アドメディアセンター 所長)	4月
株式会社東芝 桐山 輝夫 (広告部 部長)	株式会社東芝 末澤 光一 (広告部 部長)	6月

理 事

(順不同・敬称略)

キンビール株式会社 佐藤 章 (営業本部 マーケティング部長)	キンビール株式会社 林田 昌也 (営業本部 マーケティング部長)	4月
株式会社大和証券グループ本社 植原 恵子 (執行役)	株式会社大和証券グループ本社 松下 浩一 (常務執行役)	4月
明治製菓株式会社 中村 高士 (菓子マーケティング部 部長)	株式会社明治 村上 欣也 (マーケティング推進本部 宣伝部 部長)	4月
本田技研工業株式会社 平澤 聡 (営業開発室 参与)	本田技研工業株式会社 近藤 一彦 (営業開発室 商品ブランドブロック ブロックリーダー)	6月
NEC 広津留 大輔 (CRM本部 グループマネージャー)	NEC 中山 啓二 (CRM本部長)	10月
株式会社講談社 森 武文 (専務取締役)	株式会社講談社 大竹 深夫 (取締役)	10月
東京海上日動火災保険株式会社 松原 正浩 (広報部長)	東京海上日動火災保険株式会社 浅野 洋 (広報部長)	10月
株式会社レナウン 川崎 和則 (経営統括本部 業務統括部 担当部長)	株式会社レナウン 砥綿 篤志 (業務推進部 宣伝・販売促進グループ 部長)	10月

新聞委員会

榎谷秀喜委員長（パナソニック）の異動に伴い、4月に上川内利博氏（パナソニック）が委員長に就任した。また、専門委員長には、吉武一郎氏（トヨタマーケティングジャパン）を迎えた。

本年は、効果的な新聞活用の研究やデータ整備に向けた活動を行った。7月に日本ハムのケーススタディ、全国新聞総合調査J-READおよび在京5紙によるJ-MONITOR調査についてのセミナーを開催した。

10月に日本新聞協会との共催で第4回新聞広告セミナーを開催した。統一テーマは「未来へつながる新聞広告」。「ソーシャルメディアと新聞広告」をテーマにした基調講演、元日新聞広告調査の結果報告、アドバイザーの活用事例報告があり、最後に新聞広告を有効活用するための様々な提案についてパネルディスカッションを行った。

電波委員会

永田圭司委員長にかわり2月、高橋健三郎氏（味の素）が、また、電波専門委員会は、桐山輝夫専門委員長にかわり6月、樺沢正人氏（NTTドコモ）が、それぞれ新委員長に就任した。

3月11日発生 of 東日本大震災に伴いテレビでは多量のACCMが放送され社会のストレスとなった。また、広告料金の負担問題もあり、今後のTVCMのあり方についてアドバイザー・民放・広告業で議論・検討する3者会合（「テレビCMに関する意見交換会」）が6月に作られた。今後起こりえる非常時のCMの運用について、あるいは視聴者にストレスを与えないテレビCMのあり方についてアドバイザーの意見表明等を行うなど議論を続けている。

CM素材搬入の面で、7月からファイルベースメディアでの搬入が導入されることになり、電波・電波専門両委員会では、将来的に実現が待たれるオンライン送稿に向けてのステップとして対応をすべく、5月～6月複数回にわたり、日本民間放送連盟・日本広告業協会等から運用や準備、対応等についての説明を受けた。CM素材名の規定、10桁コードの運用徹底化、付番精度を高めるための施策等、アドバイザー側にもこれまでとは違う対応が必要となるため、説明会の開催やJAAインフォメーションでの情報提供など積極的に行った。

2003年に設置された「視聴率検討ステアリング・コミッティ」が、2011年7月の地上デジタル放送完全実施を迎えたことから、活動を終息。成果として、視聴率調査にPCでのテレビ視聴データが新たに加えられた。

そのほか、3月「CMへの文字字幕への対応」についてライオンが実施した内容について報

告。講演会として、1月「テレビの新しい波がテレビ視聴をどう変えるか？」4月「これからのテレビメディアについて～各種デバイスの登場で視聴者の視聴行動はどのように変わっていくのか～」10月「BSデジタル放送の効果的活用について」を開催。また7月には民放連営業委員との情報交換会、9月には東京キー5局営業局長による新たなテレビの魅力についてのパネルディスカッションを行った。

雑誌委員会

雑誌委員会（石川浩之委員長）では、以下の活動を行った。

9月「雑誌広告のオンライン送稿」「雑誌広告掲載基準改訂」について説明会を開催した。

また、クリエイティブ委員会との共催でセミナー「これからの雑誌広告について考えよう」を開催し、雑誌の媒体特性を活かしたコミュニケーション手法に関してパネルディスカッションを行った。

10月川崎和則専門委員長の退任にともない、砥綿篤志氏（レナウン）が専門委員長に就任した。専門委員会では、委員会活動方針の検討を行ったほか、雑誌広告価値調査結果や雑誌広告効果実証実験結果について関係者より説明を受け、より効果的・効率的な環境整備に向けた意見交換を行った。

デジタルメディア委員会

[Web広告研究会での取り組み]

デジタルメディア委員会（本間充委員長）ではWeb広告研究会の取り組みとして、2月、時事通信ホールにおいて、総会と第23回WABフォーラムを開催した。総会において、会計、活動の報告がされ、併せて予算案、今年度の活動方針について承認された。その後のフォーラムにて、企業のソーシャルメディア活用をテーマにしたトークセッション、また、多様化するデジタルコミュニケーションについての座談会を行った。最後に2011年Web広告研究会宣言として「ポスト検索～変わる生活者、Digitalコミュニケーション時代に向けて～」を発表した。

9月に八芳園において、第24回WABフォーラム&第9回Webクリエイション・アワード贈賞式を開催。第一部のトークセッションではソーシャルメディアのプラットフォーム企業が、これからのソーシャル活用について話しをした。第二部は企業担当者が、ソーシャルでのコミュニケーション運営における理論と現実の違いをテーマに座談会を行った。

併せて、アワードの贈賞があり、Web社会でもっとも活躍した人に贈られるWeb人大

賞に山本雅通氏（パナソニック）、長年に渡りWeb社会に貢献した人に贈られるWeb人貢献賞に稲富滋氏（日本IBM）、小林弘人氏（インフォバーン）をはじめ8名が受賞した。

また、研究会における活動成果の発表の場としてのセミナーや、人材育成のためのWebプロデューサー育成初級講座などを行い、広く研究報告・教育事業を行った。

広告調査委員会

広告調査委員会（鈴木歩委員長）では、第1回「生活と情報についてのアンケート調査」の結果を3月にまとめた。同調査は、生活者の一日の行動、それに伴う情報接触実態、メディアとの関係性を明らかにしている。複雑化する生活者の行動実態を捉えており、生活者への有効な接点を知ることができる調査となった。

結果について4月、渡辺智秋前広告調査委員長（ソニーマーケティング）を司会に、調査委員会WGメンバーによるパネルディスカッション形式で報告会を行った。

6月には、広く活用できるよう、データをCD-Rに収録し、報告書（A4判 132頁（うちカラー46頁））として刊行した。

今回実施した調査を今後も継続して行っていくこととし、7月、第2回目調査の実施内容等について作業部会で検討を行った。次回の調査では、スマートフォンでの情報接触等についての実態を把握すべく設問の追加をする等、改善をはかることを確認した。

SP広告委員会

SP広告委員会（久保田和昌委員長）では、3月30日に作業部会を開催。関東交通広告協議会と日本広告業協会交通小委員会を迎え、「交通広告調査レポート2011」の説明会、及び、意見交換を実施した。

この調査は2002年の第1回以来、04年、06年とに次いで、2010年に、車内広告の視認率調査を行い、今回、過去3回分の調査データを合算した指標を報告したもので、車内広告の効果測定の一つとして捉えられる。

交通広告小委員会とのディスカッションで、効果測定ができるデータの提示はアドバタイザー、広告会社の双方にとって有効であることを再確認し、交通広告小委員会としても、今後このレポートを進化させていくことに出来る限り協力していくとの言葉を得た。

4月27日には大阪駅再開発プロジェクト「OSAKA STATION CITY」の見学会を開催した。5月4日の開業直前での見学ではあったが、西日本旅客鉄道の協力を得、STATION CITYの概要や、広告メディアについて事前説明を受けた上で、大阪駅を

南北に縦断する連絡通路や百貨店、駅ナカ、またそれに付帯するサインージなどのメディアを見学するとともに、施設のオープンによる人の流れの活性化などを、よりリアルに感じ取れる場を提供した。

国際委員会

田崎慎委員長（日本アイ・ビー・エム）の異動に伴い瀬戸口修氏（日本アイ・ビー・エム）が新委員長に就任した。

委員会では、海外における新しいビジネスモデルや成功事例、課題などを紹介する活動を行った。

4月に「これからのグローバルブランドの在り方」、6月には「中国最新広告事情」をテーマにセミナーを開催した。

また、WFA総会（3月北京）及びアジアパシフィックミーティング（10月シンガポール）に出席し、世界の広告主協会メンバーと積極的な意見交換を行った。

法務・著作権委員会

田中泰行委員長（日本たばこ産業）の異動に伴い、家次晃氏（日立製作所）を新委員長に迎え下記の活動を行った。

委員会では「著作権セミナー」を3回シリーズで開催した。2月に広告の著作権全般を、9月と12月にはトラブルの原因となりやすい音楽とタレントにテーマを絞りそれぞれのエキスパートからリスクマネジメントに関する話を聞いた。

その他、関連団体共催による広告関連法務研修会が7月（東京）8月（大阪）10月（名古屋）に行われ、「景品表示法」「健康食品の表示」「JARO審査概況と実例」をテーマに話を聞いた。

作業部会では、音楽著作権団体の使用料の在り方について放送・通信それぞれ関連団体と継続して合理的・効率的なビジネスモデルの構築に向けて意見交換を行った。

セミナー委員会

セミナー委員会（笠原幸一委員長）では、広告に携わるすべての関係者の人材育成を目指し、活動を行った。

< J A A 実践広告塾 >

広告宣伝業務2～3年の担当者を対象に延べ8日間にわたって、第20回JAA実践広告塾を開催した(参加人数30名)。6月「基礎・ブランド編」「Web・新メディア編」、7月「電波編」(テレビ東京見学)「制作・クリエイティブ編」、9月「新聞編」(読売新聞社見学)「雑誌、その他編」、10月「応用編」「演習編」。

< J A A 広告論文入賞者講演会 >

第37回JAA広告論文の上位入賞者による講演会を、3月に大阪(参加人数36名)で、5月に東京(参加人数132名)で開催した。

< J I M (J A A I n c u b a t i o n M e e t i n g) >

協会の次の研究テーマを探る勉強会として、下記のテーマで開催した。

1月、「これだけは知っておきたいデジタルサイネージの最新動向と効果的な活用事例」

12月、「ソーシャルメディアでお客様との絆を構築するには？ハム係長を通じたインタラクティブなコミュニケーション」

< 関西セミナー >

下記のセミナーを開催した。

1月 「広告業界の取引実態に関するフォローアップ調査報告会」

4月 「OSAKA STATION CITY見学会」

8月 「景品表示法の運用状況と違反事例」

< 広告実務「超」基礎講座 >

11月、広告宣伝の経験1年未満の担当者を対象とした第3回広告実務「超」基礎講座を開催した(参加人数86名)。

「テレビ」「新聞」「雑誌」「Web」「SP」「クリエイティブ」「広告会社とのつきあい方」の7つのテーマで解説した。

広告取引合理化委員会

広告取引合理化委員会(若井泰雄委員長)では、合理的・効率的なビジネスモデルを確立することが、適正な出稿料・量で生活者と円滑なコミュニケーションをはかることにつながるという理念に基づき、以下の活動を行った。

1月、公正取引委員会が発表した「広告業界の取引実態に関するフォローアップ調査報告書」の内容について話を聞いた（東京・大阪）。

作業部会では、引き続き広告主の立場での「基本契約モデル案」の運用チェックリスト作成作業を行った。チェックリストはリーガルチェックを受けた後発表し、今後の契約締結啓発セミナーなどで活用する。

消費者委員会

消費者委員会（吉田勝彦委員長）は、消費者のためになった広告コンクールを主管している。第51回目を迎えた2011年度の対象は、2010年7月1日から2011年6月30日までに投稿された5部門（新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、Web）の広告で、全国30名に委嘱をしている広告推薦モニターからの応募をはじめ、アドバイザーの自薦、媒体社・広告会社・制作会社などからの応募など、7月15日の締切までに5部門合計3,689点（昨年比179点増／新聞＝1,977、雑誌＝879、テレビ＝522、ラジオ＝243、Web＝68）の応募があった。

8月26～28日に開催した予備審査会で、492点に絞られ、9月1～2日に開催した本審査会で、113点の入賞が決定した。最優秀広告に贈られる「経済産業大臣賞」には、新聞広告部門＝味の素（調味料群）、雑誌広告部門＝味の素（企業広告）、テレビ広告部門＝東京ガス（企業）の各広告が選ばれた。

表彰会は11月18日八芳園で開催した。113点の入賞広告のアドバイザー、ベストパートナー賞を受賞した広告会社・制作会社に対してトロフィーが贈られた。今林顯一経済産業省大臣官房審議官（IT戦略担当）商務情報政策局付の来賓祝辞後、嶋村和恵審査委員長（早稲田大学教授）が、審査講評を行った。

なお、前年度の入賞作品展は、例年通り、汐留のアド・ミュージアム東京で1月18日から2月27日まで開催された。

また、消費者委員会では、7月、「新しい、普遍。～進化するメディアと、変わらない人間～勃興するソーシャルメディア、普及するスマートフォン、変貌するユーザー」をテーマに、博報堂の須田和博EBUクリエイティブディレクターから話を聞いた。

広報委員会

広報委員会（三木渡委員長）では、協会報月刊JAAやホームページを通して、各委員会の活動内容、協会からの提言など、広告界をはじめ広く一般生活者への情報発信を行った。

作業部会では、協会ホームページのあり方、協会報の特集企画、広報に関する勉強会テーマについて検討を行った。

4月、東京ビッグサイトで開催されたプレミアム・インセンティブショー内で「第50回消費者のためになった広告コンクール」上位入賞作品の展示を行った。広告・販促関係者のみならず多数の来場者が参観した。

7月、「危機における広報対応のあり方について～不一家の事例を中心として」をテーマにセミナーを開催した。

9月、「テレビ広告に関し、テレビ局や広告会社に期待すること、一緒にできること」をテーマに、JAA役員による月刊JAA誌上座談会を開催した。

広告論文委員会

松原正浩氏（東京海上日動火災保険）の異動により、10月に浅野洋氏（東京海上日動火災保険）が新委員長に就任した。

3月に委員会を開催し、今年度の応募要項について検討を行い、「広告にできること～今こそ果たしたい広告の使命～」を基本テーマとした。

本年度は、過去2番目となる計54編の応募があった。予備審査で16編に絞り、12月の本審査会で入賞作品8編が決定した。

入賞作品は以下の通り。

JAA金賞：『スマートフォンアプリの広告メディアとしての可能性と活用方法について～アイ(i)アプリ「ストッパ@トイレ」によるマーケティングスタディ～』
(ライオン 南曉氏)

JAA銀賞：『リローンチ広告の成功の鍵は「視点」が握る～日産マーチの事例から～』
(日産自動車 黄珊珊氏)

JAA銅賞：『雑誌コンテンツ活用の大いなる有望性』
(サントリービジネスエキスパート 堀田晶子氏)

優秀賞：『AIE (=Advertising In Education) ～教育のなかの広告～についての提言』
(主婦の友社 阿南一徳氏)

優秀賞：『映画化で「悪人」はミリオンセラーになるか？～朝日文庫『悪人』200万部突破の事例から、「書店」というメディアの可能性を探る』
(朝日新聞出版 西尾茂氏)

優秀賞：『右脳と左脳両方から刺激するコミュニケーション戦略～ロングセラーブランド

「ニチレイアセロラ」シリーズならではの広告とPRのベストバランス』

(サントリー食品インターナショナル 太原夏苗氏)

優秀賞：『デジタルの時代に、BS・CSでできること～「もっと見てもらう番組」のために、
広告主として考える施策～』

(トヨタマーケティングジャパン 小川裕之氏)

優秀賞：『100年に一度の変革 100年に一度のマーケティングを目指して～電気自動車の
市場導入～』(日産自動車 大村昌宏氏)

クリエイティブ委員会

クリエイティブ委員会(島崎紘而委員長)では、3月15日～21日に渡り、アジア太平洋
広告祭(Asia Pacific Advertising Festival=通称:アド・
フェスト 開催地:タイ・プーケット)研修ツアーを実施した。本研修ツアーのレポートは月
刊JAA6月号にて報告した。

9月にはアド・フェスト広告祭入賞作品講評会、10月には雑誌委員会との共催で、雑誌媒
体とクリエイティブにスポットをあてた勉強会、12月にはカンヌ国際クリエイティビティ・
フェスティバル入賞作品講評会を開催した。

広告倫理委員会

広告倫理委員会(山本実委員長)では、ワーキンググループメンバーによる方向性の確認・
検討を行い、2011年度は、ケース事例を紹介する勉強会を開くこととし、10月に実施し
た。

勉強会では、第1部で、「今、私たちは「倫理」とどう向きあっているか。～広告制作の現
場から～」をテーマに話を聞いた。

第2部では、「生活者視点から見た広告倫理と表現～JAROへのケース事例を参考に、具
体的対応を考える～」をテーマに話を聞いた。

日本広告学会への協力

広告における理論的・実証的研究を行っている日本広告学会に対して、本年は下記事業に協
賛した。

5月、学会のクリエイティブ委員会が、青山学院大学で第4回クリエイティブ・フォーラム

を開催。クリエイティブ研究の活性化を目的に、様々なテーマでの研究発表が行われた。

11月には、近畿大学で第42回全国大会が開催された。統一テーマは、「つなぐ。人と、文化と、時代と。～広告の社会的関係構築力を追求する」。初日は、基調講演と統一論題・研究報告、会員総会および懇親会、2日目には、自由論題研究報告と研究プロジェクト報告が行われた。

新入会員社

平成23年度の新入会員社は以下の10社であった。(社名50音順)

- 株式会社大塚商会
- 株式会社KDDIウェブコミュニケーションズ
- 株式会社サントリーショッピングクラブ
- GEヘルスケア・ジャパン株式会社
- 電源開発株式会社
- トビー・テクノロジー・ジャパン株式会社
- 株式会社ニトリ
- ファイザー株式会社
- メットライフ アリコ
- UCCホールディングス株式会社