

事業活動

■5つの要素からなる「広告活動の健全な発展」の実現を目指す

1. 消費者・生活者に役立つ信頼性の高い情報の提供
2. 一般市民を含む関係者の法的権利の保護
3. アドバイザーの社会的責任・倫理意識の向上
4. 合理的な広告活動モデルの構築
5. 先進的な広告関連情報を国内全域で共有

1.人材育成事業

広告活動の発展を担う人材育成を目指し、最新の情報と実践的な業務知識を学ぶため、広告業務の経験・分野に応じた習得機会を提供した。加えて、Webサイトや広告制作など専門的なスキル向上やマーケティング・コミュニケーションに関するマネジメントを理解するための事業を実施した。



■JAAセミナー

【セミナー委員会】

- 1 「超」基礎講座 春
開催日：2018年5月28日（東京）、6月26日（東京）、7月12日（大阪）
開催地：東京/大阪
開催概要：広告宣伝業務1年未満担当者対象の講座
参加人数：99社 209人
- 2 「超」基礎講座 秋
開催日：2018年11月29日
開催地：東京
開催概要：広告宣伝業務1年未満担当者対象の講座
参加人数：38社 69人
- 3 実践広告塾
開催日：2018年6月12-13日、7月19-20日、9月10-11日、10月4-5日
開催概要：広告宣伝業務全般を包括する講座
参加人数：28社 48人

Topics
of
the Year

2018年度の特ピックス

200人を超える参加者のあった、「超」基礎講座 春、

広告宣伝業務に携わる新人の育成を目的に、毎年春と秋に実施している「超」基礎講座。2018年度に東京と大阪で計3回開催された「超」基礎講座 春、には、合計99社から200人を超える業務1年未満の担当者の参加があり、広告宣伝業務の基礎をしっかりと学ぶ機会を得ました。



【クリエイティブ委員会】

④ 2018 クリエーティブ塾

開催日：2018年6月21日、7月23日、9月19日、10月18日、11月22日、

開催概要：第1回「テレビCMの失敗と成功事例からの検証！」

第2回「宣伝部だからこそできる、コミュニケーションプランニングとクリエイティブとは？」

第3回「成功確率を上げる2つのクリエイティブ調査」

第4回「クリエイターと良質な広告を生み続けるための取組み」

第5回「シェアしましょ、御社の課題と解決策！

ーみんなで考える最終回、みなさんの意見求めます！！ー」

参加人数：20社 20人

⑤ 2018 アド・フェスト研修

開催日：2018年3月19-25日

開催概要：タイ・パタヤで開催されるアジア最大規模の広告コンベンションに参加
審査委員による講評会や各種セミナーを通じて最新広告情報を習得

参加人数：9社 12人

【広告取引委員会】

⑥ 広告関連法規セミナー

開催日：2018年3月9日、7月30日

開催概要：第1回「特定商取引法」

第2回「GDPR」

参加人数：69社 87人

【Web広告研究会】

⑦ Web担当者基礎講座 in TOKYO

「B to B企業Web担当者の身につけるべき知識・ノウハウを一連の業務に沿って構成し、
基礎レベルから学べる講座」

開催日：2018年6月21-22日、11月8-9日

開催概要：『サイト要件定義～実装、運用、広告、コンプライアンス』

参加人数：45社 66人、29社 39人

⑧ Web担当者基礎講座 in KYOTO

「B to B企業Web担当者の身につけるべき知識・ノウハウを一連の業務に沿って構成し、
基礎レベルから学べる講座」

開催日：2018年8月2-3日

開催概要：『サイト要件定義～実装、運用、広告、コンプライアンス』

参加人数：12社 28人

事業活動

2.調査研究事業

媒体別の利用実態や広告活動の成果測定を把握するため、包括的な調査研究を実施し、会員社をはじめとする関係機関・団体との最新情報の共有を促進した。

【電波委員会】

① テレビスポット取引における新指標導入に向けた取り組み

2018年4月から関東地区においてテレビスポットの新取引指標が導入されたが、大阪・名古屋地区においてもそれぞれの地区の各局から新指標導入に向けた申し入れがあり、意見交換を行った。また、視聴データの現状と課題について放送局や広告会社と情報を共有するとともに、その将来的な在り方について協議した。

② 字幕付きCMの普及促進に向けた取り組み

字幕付きCM普及促進協議会にアドバイザーの代表として参画。6月には東京において関係団体である日本広告業協会・日本民間放送連盟とともに字幕付きCMの普及に向けたセミナーを開催し、行政やアドバイザーの具体的な取り組み事例の紹介と業界全体で取り組むべき今後の課題の共有を行った。10月には障害者団体との意見交換会を実施した。

③ テレビCMオンライン送稿の実施に向けた取り組み

8月に会員各社のオンライン送稿導入実態に関するアンケート調査を実施した。また、実際に送稿を実施した企業から導入推進のための技術面・運用面での課題についてヒアリングを行った。それらを基に、日本広告業協会と今後の普及推進に向けた施策について意見交換を行った。

④ 有事対応に向けた取り組み

6月の大阪府北部地震、7月の西日本豪雨、9月の北海道胆振東部地震など数多くの大規模災害に見舞われた年となったが、迅速に会員各社のCM差し替え対応に関するアンケートを実施し、結果を共有することで各社の混乱を軽減できた。

【新聞委員会】

⑤ J-MONITOR連絡協議会との新聞広告活用セミナー

2011年4月から新聞広告の効果を可視化し、新聞出稿のPDCA管理をサポートする調査プラットフォームとしてスタートし、2018年時点で18社19紙が参画。アドバイザーへの認知向上と具体的な活用事例を共有すべく、本年2月13日(火)に共催によるセミナーを開催した。

【雑誌委員会】

⑥ M-VALUEを活用した効果測定環境の充実とデータ活用

2013年10月から、日本雑誌協会・日本雑誌広告協会・ビデオリサーチ社の参画により雑誌広告の効果測定指標整備として運用が開始された。2016年末に開催した企業の活用事例を出版社・広告会社と共有するセミナーが普及に貢献したことから、本年度も具体的効果的活用事例の研究を関係機関と展開した。8月には第5回目となる調査データが発表され、10月の雑誌委員会セミナーで詳細報告を受けた。

【広告取引委員会】

⑦ 広告会社との取引実態調査実施

「広告会社との取引に関する実態調査2017」を発刊した。本調査は国内のアドバイザーと広告会社の取引実態を明らかにするとともに、アドバイザーと広告会社のより良い広告取引の関係を築くことを目的として2002年に第1回が実施され、今回は第5回目の調査となった。広告取引の見直しをする際の参考資料としての活用を期待している。

【SP委員会】

8 交通広告共通指標システム

“交通広告共通指標推進プロジェクト”と共に交通広告データの一元化と交通広告効果の共通指標整備を長年推進してきている。調査データも徐々に蓄積されてきてはいるもののまだ十分ではない。引き続き関係機関との情報交換を重ね、「車両メディア」「駅メディア」の調査を継続実施し、指標の精度向上と、効果指標のさらなる充実に努めることを共有した。

【デジタルメディア委員会】

9 流通企業との商談用「延べCM表示回数」推計ツール策定

テレビとWebの統一した広告指標について検討し、第一歩として流通企業との商談時に利用する指標「延べCM表示回数」の推計ツールを策定した。1月に説明会を行い、2月以降流通関係団体や大手各社を訪問しツールの説明を行うなど普及促進に努めた。

10 アドベリフィケーションへの対応

取引の透明化・適正化については、i)ビューアビリティ ii)アドフラウド iii)ブランドセーフティなどアドベリフィケーションの国内企業の取り組みについてセミナーを開催し啓発活動を行うとともに、将来の第三者認証組織設立に向けて英国視察を行い、アドベリフィケーション組織「JICWEBS」(英国)や「TAG」(米国)について組織の成り立ちや運営についてヒアリングを行った。

Topics
of
the Year

2018年度のトピックス

アドベリフィケーション対応 英国視察実施

2017年以降デジタル広告の諸課題についてJAAA、JIAAと定期的な情報交換会を実施していますが、昨今アドベリフィケーションの国内対応について重要性が増しているため、3団体で先進的な取り組みをしている英国を訪問し、英国のアドベリフィケーション対応の現状や組織(JICWEBS)運営についてヒアリングを行いました。

【ダイバーシティ委員会】

11 委員の選出

まずは現状把握のために、各委員の社内におけるダイバーシティ対応の状況について情報交換を行った。また、11月には女性宣伝部長にインタビューを実施した。

Topics
of
the Year

2018年度のトピックス

ダイバーシティ委員会を発足

ダイバーシティ対応が企業課題のひとつとなっている現状を踏まえ、本年度よりダイバーシティ委員会を発足。選出された各委員が情報交換を行う等、2019年度以降の具体的な活動に向けての素地を築きました。

【働き方改善プロジェクト】

12 4団体の円卓会議にて“新しい働き方について”を発信

より適切で効率的な働き方の設計と実行を目指してJAAA、OAC、JACの3団体と協議を繰り返し、3月に共同で「広告制作取引受発注ガイドライン」を、9月には「新しい働き方のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック」を相次いで発刊した。併せて、それらの普及啓発活動の一環として9月末に「効率的な広告制作のための「知って得する」セミナー」を開催した。

3.表彰事業

広告活動の一層の発展のため、先進的な取り組みや建設的な貢献事業を担う企業・団体・個人に対して表彰する。

① JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール

実施概要：生活者視点から評価した優れた広告を表彰するとともに時代に即したコミュニケーションのあり方を模索することで、広告の健全な発展に寄与することを目指した広告賞。



消費者が選んだ
広告コンクール

【応募期間】2018年8月1日～10月1日

【対象作品】新聞広告、雑誌広告、テレビ広告、ラジオ広告、デジタル広告、屋外・交通広告

【入賞発表】2019年1月

【表彰式】2019年3月4日

【応募総数】1,409件(2017年実績：1,337件)

入賞作品 JAA賞グランプリ

新聞広告部門

味の素株式会社
ごちそうさま、平成。

平成の終わりを感じさせる「平成最後の晩餐、あなたは何を食べますか?」のコピーが目を引く。その時代の食を振り返ることができ見入ってしまう。今年だからこそこのベストマッチな広告。(審査員:女性)



雑誌広告部門

日本ガイシ株式会社
家庭でできる科学実験シリーズ

自分でも実際にやってみたくなった。他の作品とは毛色が変わっていて大変面白く好奇心をくすぐられる。自分のペースでじっくり読んで理解できる雑誌ならではの広告。(審査員:男性)



テレビ広告部門

SOMPOホールディングス株式会社
「SOMPO認知症サポートプログラム始動」篇

認知症になると何もわからなくなるというイメージがあるが、このCMは認知症の人もコミュニケーションを取れるんだという前向きで希望を持てる感動的な広告。(審査員:女性)



ラジオ広告部門

パナソニック株式会社
「メダルの音」篇

メダルの音でパラリンピックを応援しているのがとってもいい。メダルは色だけでなく音も違うということを初めて知った。耳で音を聴くというラジオの特性を活かした素敵な広告。(審査員:女性)

女性NA:あなたは、「メダルの音」を
聞いたことがありますか?

SE:カシャカシャカシャカシャ…

女性NA:これは、銅メダルの音。

デジタル広告部門

株式会社そごう・西武
母の日テスト

若い人は自分の事で手一杯で親の事なんか考えていないんじゃないかと思ったけど、今時の若者の母親への優しさが伝わってきた。母親と話す子供の表情に温かい気持ちになった。(審査員:男性)



屋外・交通広告部門

東宝東和株式会社
ジュラシック・ピラー

その場でチケットが買えたり、空席状況もわかったりと、デジタル技術を駆使した今までにない新しさを感じた。日常生活を送る中で、こういう体験型イベントがあるととても楽しい。(審査員:女性)



入賞作品 経済産業大臣賞

デジタル広告部門

ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング
株式会社
ダヴ リアルビューティーID

女子高校生の表情の変わり方が非常に自然で、しかもドラマチック。人はちょっと褒められるだけでこんなに笑顔になれるんだなと明るい気持ちになった。(審査員:女性)



事業活動

② Webグランプリ贈賞式

実施概要：Webサイトの健全な発展を目指すとともに、Webユーザーの利便性向上に優れた功績を残した企業および人物を顕彰しその労と成果を表彰

【受付期間】2018年8月1日～8月31日

【贈賞式】2018年12月6日

対象部門 企業グランプリ部門

【企業 B to B サイト賞】 「ココヨの実験」(ココヨ株式会社)



【企業 B to C サイト賞】 日めくり絶滅危惧種 (ブラザー工業株式会社)



【プロモーションサイト賞】 絶やすな!絶品高崎グルメ「絶メシリスト」(高崎市)



【コーポレートサイト賞】 近畿大学公式ウェブサイト (近畿大学)



【浅川賞】 トータルアシスト自動車保険 (東京海上日動火災保険株式会社)



対象部門 Web人部門

【Web人大賞】 金 高恩氏 (JapanTaxi株式会社)

【Web人特別賞】 辻 正浩氏 (株式会社so.la) 藤中 太郎氏 (Integral Ad Science Japan株式会社) 高頭 博志氏 (Momentum株式会社) 笠井 北斗氏 (日本アフィリエイト協議会)

【Web人 of the year】 上田 慎一郎氏

【Web人賞】 松田 紀子氏 (株式会社KADOKAWA) 西田 真樹氏 (Bytedance株式会社) 深津 貴之氏 (株式会社ピースオブケイク) 小和田 みどり氏 (ライオン株式会社)

4.啓発普及事業

広告活動に関する最新情報を関係機関・団体の取り組みとともに共有し、各社の事業活動に反映すべく、幅広い領域の事象についてセミナー等を開催した。

■JAAミーティング 【セミナー委員会】

- ① “結果に繋ぐ Online to Offline”
開催日：2018年3月7日
参加人数：5社 6人
- ② “アドバイザーはどのようにデジタルシフトしていくべきか”
開催日：2018年4月18日
参加人数：8社 8人
- ③ “LINEで実現するフルファネルマーケティング”
開催日：2018年5月31日
参加人数：43社 49人
- ④ “ARのプロモーション活用事例”
開催日：2018年6月27日
参加人数：19社 25人
- ⑤ “Yahoo!ニュースの立ち位置と広く届き、深く刺さる記事広告の可能性”
開催日：2018年8月29日
参加人数：26社 37人
- ⑥ “劇的にマーケティング効果を高める広告効果測定と検証”
開催日：2018年9月5日
参加人数：11社 14人
- ⑦ “味の素株式会社のスポーツ支援活動と企業コミュニケーション”
開催日：2018年9月20日
参加人数：15社 16人
- ⑧ “新任広告宣伝課長勉強会&情報交換会”
開催日：2018年10月26日
参加人数：8社 8人
- ⑨ “新任広告宣伝部長勉強会&情報交換会”
開催日：2018年11月14日
参加人数：5社 5人
- ⑩ “イベント協賛の極意”
開催日：2018年12月4日
参加人数：10社 11人

2018年度実績

合計：40講座

のべ参加人数：

2,300社 4,719人

2017年度実績 合計：45講座／

のべ参加人数：

2,342社4,284人

事業活動

■JAAセミナー

【消費者委員会】

- ⑪ “JAA広告賞 グランプリ受賞3社が語る 消費者に響く広告創りの秘訣”
開催日：2018年7月1日
参加人数：89社 168人

【電波委員会】

- ⑫ 字幕付きCMセミナー(東京)-字幕付きCM普及推進協議会
開催日：2018年5月21日
参加人数：110社 207人

【新聞委員会】

- ⑬ “J-MONITOR連絡協議会との新聞広告セミナー”
「効果測定で高まる実践マーケティング力」
開催日：2018年2月13日
参加人数：60社 90人
- ⑭ “日本経済新聞電子版の広告への取り組み事例”
開催日：2018年7月10日
参加人数：33社 50人
- ⑮ “新聞広告の魅力再発見 ～新聞はKPIが設定できる“使える”メディア～”
開催日：2018年10月2日
参加人数：57社 91人
- ⑯ “第11回 日本新聞協会と日本アドバイザーズ協会との共催セミナー”
「デジタルコミュニケーション時代の広告を考える」
開催日：2018年11月21日
参加人数：56社 88人

Topics
of
the Year

2018年度の特ピックス

恒例となった日本新聞協会との共催セミナー

日本アドバイザーズ協会と日本新聞協会の共催で行われるセミナーは恒例となり、2018年には11回目の開催となりました。今回は、第1部で「つながる世界で広告と新聞はどうかわる?」と題したパネルディスカッションと新聞社からの事例紹介、第2部では新聞社からの提案としての事例紹介が行われ、デジタルトランスフォーメーションが進むなかでの新聞広告のあり方について考える機会を得ることができました。当セミナーには日本アドバイザーズ協会会員社からの56社88人を含む320人が参加し、盛況のうちに終了しました。



【雑誌委員会】

- ⑰ “①出版と雑誌広告の未来、②出版社動画タイアップの効果、③新しい雑誌の形”
開催日：2018年6月4日
参加人数：63社 110人
- ⑱ “日経BPのデジタル・マーケティング・ソリューション”
開催日：2018年10月22日
参加人数：49社 76人

【セミナー委員会】

- ⑲ “京都セミナー「マスメディア、広告会社、広告主は、このままで生き残れるのか」”
開催日：2018年2月27日
参加人数：61社 130人
- ⑳ “JAA広告論文 入賞者講演会”
開催日：2018年3月14日
参加人数：82社 158人

【広告取引委員会】

- ㉑ “広告法務セミナー(東京)”
開催日：2018年7月19日、8月31日
参加人数：405人、327人
- ㉒ “広告法務セミナー(大阪)”
開催日：2018年8月7日、9月3日
参加人数：110人、105人

【デジタルメディア委員会】

- ㉓ “デジタル広告の課題とデジタルメディア委員会の取組について”
開催日：2018年1月29日
参加人数：168社 339人
- ㉔ “委員会の取組報告とアドベリフィケーションに関する勉強会”
開催日：2018年7月9日
参加人数：41社 62人
- ㉕ “アドベリフィケーションとコンテンツメディア 最新事情”
開催日：2018年11月13日
参加人数：40社 70人

事業活動

【働き方改善プロジェクト】

- ②6 広告業界の長時間労働は企業のブランドリスク!! 広告制作取引「受発注」ガイドライン説明会
開催日：2018年6月14日
参加人数：52社 92人
- ②7 効率的な広告制作のための「知って得する」セミナー
開催日：2018年9月26日
参加人数：116社 210人

【Web広告研究会】

- ②8 “Webグランプリフォーラム”
開催日：2018年2月27日
参加人数：73社 134人
- ②9 ソーシャルメディア委員会セミナー「ソーシャルメディア利用実態調査2017」
開催日：2018年3月6日
参加人数：117社 185人
- ③0 “第32回WABフォーラム”
WAB宣言「消費者一人一人が多様な趣味嗜好を持つ時代=『一人多色時代』に企業はしっかり向き合おう。」に基づくセッション
開催日：2018年4月20日
参加人数：60社 84人
- ③1 月例セミナー「マーケターが考えるべきイノベーションとは？」
開催日：2018年4月24日
参加人数：70社 92人
- ③2 月例セミナー「若者のすべて～20代前半のSNS・動画調査～」
開催日：2018年5月22日
参加人数：117社 204人
- ③3 月例セミナー「情報のデジタル化から、生活のデジタル化へ ～スマートスピーカーと生活者～」
開催日：2018年6月29日
参加人数：73社 104人
- ③4 関西セミナー『BtoC向け製品・サービスにおける「ブランディング最前線」』
開催日：2018年7月13日
参加人数：39社 67人
- ③5 月例セミナー「SDGsの達成に向けた企業の果たすべき役割 ～ブランドコミュニケーションの再構築へ～」
開催日：2018年7月26日
参加人数：91社 132人

- 36 月例セミナー「サイトマネジメントを侮ってはいけない!
～2020年に向けて押さえておくべきWeb担当者が取り組むべき課題～」
開催日：2018年8月28日
参加人数：87社 122人
- 37 月例セミナー「ターゲティング広告の今後はどうなる?
～GDPRとITP2.0から考えるこれからのターゲティング広告」
開催日：2018年9月25日
参加人数：112社 173人
- 38 月例セミナー「メディア利用者の心理に寄り添った新しい広告コミュニケーションモデル
メディア・フォロワーモデルとクリエイティブの挑戦」
開催日：2018年10月23日
参加人数：77社 108人
- 39 動画活用委員会セミナー「5G時代到来を見据えた動画ブランディングの核心と未来予測!
広告主本音に迫るトークセッション」
開催日：2018年10月31日
参加人数：87社 155人
- 40 月例セミナー「プラットフォームの視点から見た今日のデータ活用における課題/
アドテクノロジーとデータ活用が健全に機能する時代は本当にくるのか?」
開催日：2018年11月27日
参加人数：70社 92人

事業活動

5. 相談助言事業

広告活動の健全な発展のため、各社と課題を共有するとともに下記の事項に的確な助言対応を実施し、必要に応じて、適切な団体・専門家を紹介した。

- ・ 広告会社との取引の在り方について
- ・ 広告の著作権の帰属について
- ・ 広告展開におけるコミュニケーション戦略、ブランド戦略について
- ・ デジタル広告の効果について

6. 他団体への支援連携事業

アドバイザーを会員として構成する団体として、広告活動の健全な発展を目指すための政策提言を幅広く発信し、加えて、技術革新とともに変貌する課題とビジネスモデルの成果を幅広いステーク・ホルダーと享受すべく、多様な連携事業を推進した。

① 世界広告主連盟 (WFA) 総会

連携先：世界広告主連盟

日時：2018年5月15日～18日

場所：東京ミッドタウン

開催概要：各国のアドバイザーズ協会、アドバイザーを会員とする組織の年次総会、広告・マーケティングのグローバル最新事情を共有する関連会議開催

参加人数：580人

② 日本広告学会

■ クリエーティブ・フォーラム

連携先：日本広告学会、全日本広告連盟、日本広告業協会

日時：2018年5月12日

場所：金城学院大学

開催概要：名古屋の国際賞受賞作品にみる『地域を元気にする』広告クリエイティブ～産業界も広告もローカルからグローバルへ～

■ 全国大会

連携先：日本広告学会

日時：2018年10月13-14日

場所：名古屋学院大学

開催概要：地域といきる – 広告は過疎に勝てるのか –

7. 広報事業

協会の活動状況や研究成果を広く告知するため、Webサイト (<http://www.jaa.or.jp>, <https://www.wab.ne.jp>) を積極活用すると共に機関誌『月刊JAA』を発行し、会員社のみならず幅広く関係団体、さらには生活者との情報共有を推進するために広報活動を実施した。

WFAグローバルマーケターカンファレンスを東京で実施

2018年度の世界広告主連盟(WFA)総会が、5月15日～18日の3日間にわたり、東京ミッドタウンで開催されました。その中で5月17日には、WFAとJAAの共催で“WFAグローバルマーケターカンファレンス”と題したイベントを実施しました。

19社のスポンサー企業の協力のもとこのイベントでは、5名のゲストスピーカーによる講演と、ゲストが2チームに分かれてのディベートが行われました。また、ランチタイムやイベント終了後のウェルカムディナーでは、各国からのカンファレンス参加者が親睦を深め、意見交換が行われる等、有意義なイベントとなりました。

なお、当イベントは紙媒体やweb媒体等でも報道され、転載を含む媒体での露出は合計108記事にも及びました。



■スポンサー企業

ダイヤモンド: 味の素株式会社

ゴールド: 株式会社サイバーエージェント/株式会社電通/株式会社博報堂

シルバー: サントリーホールディングス株式会社/株式会社資生堂/第一三共ヘルスケア株式会社
株式会社TBSテレビ/株式会社テレビ朝日/株式会社テレビ東京/トヨタ自動車株式会社
日本テレビ放送網株式会社/パナソニック株式会社/株式会社フジテレビジョン

ブロンズ: 株式会社インテージ/株式会社インフォパズ/株式会社ビデオリサーチ/三井不動産株式会社/楽天株式会社

■ゲストスピーカー

[エージェントユニオンの現状]

ルー ドゥ・ブリス (日産自動車株式会社 常務執行役員 グローバルマーケティング/ブランド戦略担当)

[クライアントよ、クリエイティブであれ!!]

クリス・バレス・ブラウン (Upping Your Elvis スピーカー、ベストセラー作家、ファウンダー)

[クリエイティビティがもたらすもの]

ロバート・ウォン (Google クリエイティブラボ バイスプレジデント)

[テックジャイアントが取り組む真のカスタマーファースト]

イ・ヨンヒ (サムスン電子 エグゼクティブバイスプレジデント、チーフマーケティングオフィサー、
グローバルマーケティング・モバイルコミュニケーション事業ヘッド)

マーク・マシュー (サムスン電子アメリカCEO)

■ディベート：グローバルクリエイティブ VS ローカルクリエイティブ

ゲスト: サム・アーメッド (スタンダードチャータード銀行 デジタル&リテールマーケティング グローバルヘッド)

山口 有希子 (パナソニック株式会社 コネクティッドソリューション社 常務 エンタープライズマーケティング本部長)

山本 尚美 (株式会社資生堂 チーフクリエイティブオフィサー)

曽原 剛 (Death of Bad クリエイティブディレクター/パートナー)

モデレーター: ロバート・ドレブロウ (WFA マーケティングサービス グローバルヘッド)

■事業報告の附属明細書

重要な事項は、事業報告に記載した。