

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、最新の情報を提供し経験豊富な講師陣による育成講座を提供した。加えて、Webサイトや広告制作など専門知識の習得や広告・宣伝部門のマネジメントをテーマにセミナーを実施した。

2019年度実績
合計：13講座
のべ参加人数：
753社 1,123人

2018年度実績 合計：8講座/
のべ参加人数：
349社 579人

■JAAセミナー

【セミナー委員会】

- 1 「超」基礎講座 東京
開催日：2019年5月29日、12月3日
参加人数：100社 190人
- 2 「超」基礎講座 大阪
開催日：2019年7月11日
参加人数：12社 30人
- 3 実践広告塾
開催日：2019年6月11-12日、7月18-19日、9月5-6日、10月3-4日
参加人数：30社 54人
- 4 新任広告宣伝部長勉強会&情報交換会
開催日：2019年9月18日
参加人数：10社 10人
- 5 新任広告宣伝課長勉強会&情報交換会
開催日：2019年10月30日、11月27日
参加人数：14社 14人

【クリエイティブ委員会】

- 6 2019 クリエーティブ塾
開催日：2019年6月20日、7月18日、9月12日、10月17日、11月19日、
参加人数：140社 140人
- 7 2019 アド・フェスト研修
開催日：2019年3月18-24日
参加人数：6社 8人

Topics
of the Year

【広告取引委員会】

⑧ “これだけはおさえない！” 広告関連法規セミナー

開催日：2019年7月26日、8月23日、9月30日、10月25日、11月21日

参加人数：138社 203人

【Web広告研究会】

⑨ 関西セミナー WestWebマーケティング委員会 BtoCセミナー

開催日：2019年7月12日

参加人数：59社 120人

⑩ 関西セミナー WestWebマーケティング委員会 BtoBセミナー

開催日：2019年8月23日

参加人数：54社 80人

⑪ Web担当者基礎講座 in TOKYO

開催日：2019年6月20-21日

参加人数：82社 118人

⑫ Web担当者基礎講座 in NAGOYA

開催日：2019年9月5-6日

参加人数：34社 48人

⑬ Web担当者基礎講座 in TOKYO

開催日：2019年11月7-8日

参加人数：74社 108名

Topics of the Year 2019年度のトピックス

28年続く伝統の広告講座 「実践広告塾」に 50名を超える参加者！

～のべ1,000名を突破～

広告主による広告主のための人材育成プログラムとしてスタートして28年。これまで約1,000名の卒業生を輩出している伝統の広告講座です。

広告宣伝業務経験3年未満の方を対象とした本講座は、会員広告主の最前線で活躍されているベテランの皆さんに講師役をお願いし、他では聞くことができない「ここだけの話」が盛りだくさんです。

中でも少人数のグループワークは、講座の初回から議論をスタートし、最終日のプレゼンに向けて大いに盛り上がりました。



2. 調査研究事業

媒体毎の課題、広告効果の把握、ダイバーシティをはじめとした社会課題等に関する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
視聴データの現状と課題について放送局や広告会社と、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普及促進協議会に参画。9月には東京において日本広告業協会・日本民間放送連盟とともに字幕付きCM普及に向けたセミナーを開催。『字幕付きCMハンドブック』の解説や、音声認識技術などの事例を紹介した。また、10月より同協議会の幹事団体を引継いだ。
- 3** テレビCMオンライン送稿の実施に向けた取り組み
オンライン送稿の推進を目指し1月に説明会を実施し、オンライン送稿導入の経緯やメリットなどについて実施済み企業から話を伺った。また、日本広告業協会のCM素材オンライン運用推進プロジェクトより進捗報告を受けるとともに課題解決に向けた意見交換を行った。
- 4** 有事対応に向けた取り組み
有事対応に係る現在の状況について、放送局や広告会社と情報共有を行った。また、10月の台風19号について会員各社の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広告主各社の混乱を軽減した。
- 5** CM考査ワーキンググループ発足
放送局のCM考査に関する様々な課題を解決するためにワーキンググループを発足した。放送局や広告会社との意見交換を通じて、アドバイザーが投稿しやすい環境整備を行う。

【新聞委員会】

- 6** J-MONITOR連絡協議会との新聞広告活用に向けた取り組み
新聞広告の効果を計る調査プラットフォームである「J-MONITOR」について、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、2月に同協議会との共催によるセミナーを開催した。

【SP委員会】

- 7** 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より、2018年度版の交通広告共通指標に関する説明を伺い今後の進め方について意見交換を行った。

【デジタルメディア委員会】



- 8** 「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」策定
2018年6月、世界広告主連盟(WFA)が「WFA Global Media Charter」を発表し、デジタル広告がグローバル市場で直面している諸課題に対して、アドバイザーも含め、プラットフォームなどパートナーが守るべき原則を示した。これを参考に、日本のデジタル広告の課題を調査・分析し、アドバイザーとすべてのパートナーが取るべき原則をまとめた「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」を11月に発表した。(P13参照)
- 9** 「海賊版サイトへの広告出稿抑制に関する合同会議」参加
海賊版サイトへの広告出稿の抑制などを目的として、コンテンツ海外流通促進機構(CODA)・日本広告業協会・日本インタラクティブ広告協会との合同会議が発足し、JAAからは山口デジタルメディア委員長が本会議の委員として参加した。

【ダイバーシティ委員会】



⑩ ダイバーシティに関する実態調査、意見交換会の実施

8月にダイバーシティに関する各社の取り組みや課題、また広告表示の適正化対策について会員社アンケートを実施した。10月には、子どもの権利を推進し、貧困や差別のない社会を実現するために世界70カ国以上で活動する国際NGO 公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパンのユース・メンバーと、ユース世代(15-24歳)が広告からどのような影響を受けているかについて意見交換会を開催した。ユース300人の調査によれば「不快感を感じた広告がある(41.8%)」が「良い印象を抱いた広告がある(30.2%)」を上回った。

【働き方改善プロジェクト】

⑪ 4団体の円卓会議にて新しい働き方について検討

適正な働き方の設計と実行を目指して日本広告業協会、日本広告制作協会、日本アド・コンテンツ制作協会の3団体と協議を行った。5月に広告関係4団体「働き方」アンケート結果報告会を開催し、『受発注』ガイドライン/広告制作プロセスマネジメントハンドブックの利用状況について4団体で共有した。

【セミナー委員会】

⑫ JAAミーティングの実施

アドバイザーの直近の課題を検討し、以下のテーマでミーティングを実施した。

① 「広告効果測定 ～そのデータ、どのように活用しますか?～」

開催日 : 2019年1月24日
参加人数 : 10社 11人

② 「動画広告活用のポイントとその効果検証」

開催日 : 2019年3月19日
参加人数 : 12社 12人

③ 「今注目の音声コミュニケーションの最新動向を知る」

開催日 : 2019年3月26日
参加人数 : 10社 11人

④ 「広報担当者に求められるもの、役割とコツ」

開催日 : 2019年5月16日 5月22日
参加人数 : 18社 18人

⑤ 「アドバイザーはデジタルシフトにどう向き合うべきか?」(大阪)

開催日 : 2019年6月4日
参加人数 : 5社 5人

⑥ 「サンリオ 攻めのブランド戦略」

開催日 : 2019年6月20日
参加人数 : 5社 7人

⑦ 「テレビ広告を取り巻く環境変化」(大阪)

開催日 : 2019年8月29日
参加人数 : 12社 12人

⑧ 「アドバイザーが押さえておくべき電波・デジタル・ダイバーシティ問題」(大阪)

開催日 : 2019年12月6日
参加人数 : 19社 33人

3.表彰事業

先進的な取り組みや建設的な企業・団体・個人に対して表彰する。

① 第58回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】2019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】2020年1月16日

【表彰式】2020年2月27日

【応募総数】1,544件(2018年実績:1,409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
非常においしく食べられます。

非常食をおいしく食べられるようアレンジレシピを紹介しているのが斬新で面白い。非常食の始末の悩みを解消してくれる有用な広告。これを機に非常食の賞味期限を確認しようと思った。(審査員:女性)



雑誌広告部門

味の素株式会社
シニアこそ、お肉。

キャッチフレーズとおじいちゃんおばあちゃんの表情がインパクト大。高齢化社会の現代を反映している。おじいちゃんおばあちゃんの笑顔がサイコー!!!(審査員:男性)



テレビ広告部門

株式会社クボタ
壁がある。だから、行く。
[Try For Dreams.]篇

貧困と社会貢献をテーマにしているがつまらぬ内容ばかりでなく未来がしっかり見える感動的なCM。企業の取り組みがうまく表現されていて企業イメージがアップした。(審査員:女性)



ラジオ広告部門

パナソニック株式会社
温度を聞く

温度と音の視点がユニーク。音の違いなど意識していなかったが音の魅力を最大限に活かして面白。そうなんだ!と新たな発見とともに友達に話して聞かせたい。(審査員:女性)

SE : ガチャ(室内の扉)
夫 : はあはあ、ただいま。
妻 : あら、ランニング?
夫 : うん、健康のためにね。ちょっと水、水ちょうだい。
妻 : はいはい。
SE : …コポコポコポコポコポコポオ〜(お湯を注ぐ音)
夫 : ねえ…それ、お湯だよね…。
妻 : いいじゃない、お湯でも水でも。
これラジオCMなんだし、わかりやしないうて。

デジタル広告部門

東日本高速道路株式会社
父と母の卒業旅行 ~The Last Long Drive~

高齢者ドライバーという社会問題に一石を投じる時代にマッチした秀逸な作品。免許返納をポジティブに捉えているのがいい。色々な人に観てもらい家族で話し合うきっかけになればいい。(審査員:男性)



屋外・交通広告部門

南海電気鉄道株式会社
世界初!?!で超めでたい!
電車の夫婦に子どもが誕生

町や鉄道だけでなく人々の心も元気にしてくれる。人より鯛の方が多というところからのアイデアの凄さに完敗。めでたい電車に乗ってみたいとなったら応援したくなる。(審査員:女性)



入賞作品 経済産業大臣賞

テレビ広告部門

東海テレビ放送株式会社
見えない障害と生きる。

発達障害で苦しむ人々を圧倒的なリアリティで伝えている。ダイバーシティ、SDGs等昨今の社会的な課題は企業と消費者(生活者)が協同で取り組むべき大きな社会問題。普通と何か障害とは何かについて考えさせられる社会派広告。(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

【応募期間】2019年8月1日～8月31日

【贈賞式】2019年12月5日

対象部門 企業グランプリ部門

【企業 B to B サイト賞】

FUJITSU JOURNAL(富士通株式会社)



【企業 B to C サイト賞】

中部国際空港セントレア(中部国際空港株式会社)



【プロモーションサイト賞】

姫路セントラルパーク自虐サイト～春～
(株式会社ジャパンパーク&リゾート)



【コーポレートサイト賞】

めざしたのはおひつの佇まい
(シャープマーケティングジャパン株式会社)



【浅川賞】

おしえてがんゲノム医療(中外製薬株式会社)



対象部門 Web人部門

【Web人大賞】

青木 耕平氏(株式会社クラシコム)

【Web人 of the year】

蔵重 龍氏(日本放送協会)

【Web人賞】

緒方 恵氏(株式会社中川政七商店)

音部 大輔氏(株式会社クー・マーケティング・カンパニー)

坂井 康文氏(サントリーマーケティング&コマース株式会社)

西口 一希氏(株式会社StrategyPartners)

庭山 一郎氏(シンフォニーマーケティング株式会社)

廣澤 祐氏(花王株式会社)

村岡 慎太郎氏(ネスレ日本株式会社)

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。

2019年度実績
合計：31講座
のべ参加人数：
1,542社 3,503人
2018年度実績 合計：40講座/
のべ参加人数：
2,300社4,719人

■JAAセミナー

【消費者委員会】

①「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：2019年7月19日

参加人数：50社 123人

【電波委員会】

②「テレビCMオンライン送稿とテレビ広告取引のこれから」

開催日：2019年1月30日

参加人数：55社 76人

③「字幕付きCMセミナー(東京)「効果測定で高まる実践マーケティング力」

開催日：2019年9月3日

参加人数：143社 322人

【新聞委員会】

④「新聞広告から生まれる行動とその効果測定」

開催日：2019年2月27日

参加人数：33社 50人

⑤「変わる、新聞社～「スペース」の提供から「機能」の提供へ～」

開催日：2019年3月27日

参加人数：29社 42人

⑥「新聞広告でブランドをつくる ～新聞広告の本当の力とは～」

開催日：2019年4月24日

参加人数：31社 46人

⑦「異種格闘技の時代、新聞は何を提供できるのか」

開催日：2019年11月12日

参加人数：250人

事業活動

【雑誌委員会】

- ⑧「出版社のトランスフォーメーション
～マーケット、ユーザーから見た出版事業の変革とは～」
開催日：2019年1月30日
参加人数：37社 86人
- ⑨「マガジンハウスの今 ～最前線で何が起きているのか～」
開催日：2019年4月9日
参加人数：39社 86人
- ⑩「Beyond the Magazine! <第1回>
～雑誌ファンを捕まえる! 雑誌の向こう側の読者・インフルエンサーの活用と効果～」
開催日：2019年7月4日
参加人数：48社 90人
- ⑪「Beyond the Magazine! <第2回>
～雑誌ファンを捕まえる! 雑誌の向こう側の読者を動かす」
開催日：2019年9月24日
参加人数：50社 90人

【SP委員会】

- ⑫「2019⇒ デジタル進化とリアルの逆襲」
開催日：2019年1月15日
参加人数：30社 45人
- ⑬「マス×デジタル×リアル OOHメディアならではの魅力的な活用法」
開催日：2019年10月31日
参加人数：36社 70人

【国際委員会】

- ⑭「WFA Forum Tokyo」
開催日：2019年5月29日
参加人数：10社 15人
- ⑮「グローバルブランディング デジタル活用と広告表現の注意点」
開催日：2019年7月1日
参加人数：16社 22人

【クリエイティブ委員会】

- ⑯「最先端の広告クリエイティブからみえてくるこれからのコミュニケーション創り」
開催日：2019年9月11日
参加人数：42社 80人

【セミナー委員会】

- 17 「地味なニュースをどう発信？
～ネットメディア『日経クロストrend』のコンテンツ編集の法則とマーケの裏側～」

開催日：2019年6月26日

参加人数：31社 42人

【広告取引委員会】

- 18 「広告法務セミナー(東京)」

開催日：2019年7月12日

参加人数：373人

- 19 「広告法務セミナー(大阪)」

開催日：2019年7月18日

参加人数：153人

【デジタルメディア委員会】

- 20 「アドバイザーとアドベリフィケーション、最新状況を知る」

開催日：2019年8月30日

参加人数：66社 145人

Topics
of the Year

2019年度のトピックス

デジタル広告の課題にアドバイザーとパートナーが 取るべき原則を示した「アドバイザー宣言」を発表！

～業界全体での議論が
広がるきっかけに～

デジタルメディア委員会が中心となり検討を重ね、成長の陰で顕在化してきているデジタル広告の課題について、アドバイザーとすべてのパートナーが取るべき原則をまとめ「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」として発表しました。

生活者のよりよいデジタル体験と、健全な業界発展への一助となることを目指し、8大原則を掲げています。

パートナーシップの8大原則

1. アドフラウドへの断固たる対応
2. 厳格なブランドセーフティの担保
3. 高いビューアビリティの確保
4. 第三者によるメディアの検証と想定外の推奨
5. サプライチェーンの透明化
6. ウォールドガーデンへの対応
7. データの透明性の向上
8. ユーザーエクスペリエンスの向上

事業活動

【Web広告研究会】

- 21 “Webグランプリフォーラム”
開催日：2019年2月26日
参加人数：73社 107人
- 22 “第33回 WABフォーラム”
開催日：2019年3月25日
参加人数：51社 63人
- 23 “月例セミナー 顧客中心主義の真の顧客体験とエンゲージメント”
開催日：2019年4月22日
参加人数：85社 132人
- 24 “月例セミナー インフルエンサーと企業のこれからの関係づくり”
開催日：2019年5月31日
参加人数：114社 186人
- 25 “委員会セミナー ソーシャルメディア利用実態調査報告～消費行動にSNSが与える影響”
開催日：2019年6月7日
参加人数：84社 117人
- 26 “月例セミナー メディアはこれからどこに向かうのか?”
開催日：2019年6月25日
参加人数：65社 83人
- 27 “月例セミナー 誰のためのUX? ～アクセシビリティを再確認しよう～”
開催日：2019年7月23日
参加人数：82社 129人
- 28 “月例セミナー 知らないとまずい動画プラットフォームの本音”
開催日：2019年8月27日
参加人数：53社 72人
- 29 “月例セミナー コミュニティ型へシフトするソーシャルメディアマーケティング”
開催日：2019年9月24日
参加人数：61社 79人
- 30 “月例セミナー 企業がマーケティング活動を行う場を、真に信頼される場としていくために”
開催日：2019年10月30日
参加人数：76社 103人
- 31 “月例セミナー 「デジタル広告の課題に対するアドバタイザー宣言」解説”
開催日：2019年11月26日
参加人数：84社 122人

5.相談助言事業

生活者とのコミュニケーション改善のため、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た。

- 1) 広告取引の監査について
- 2) オンライン送稿について
- 3) 字幕付きCMについて
- 4) デジタル広告について
- 5) 宣伝と広報の連携について など

6.他団体への支援連携事業

国内外の幅広いステーク・ホルダーと多様な連携事業を推進した。

① 世界広告主連盟(WFA)総会への参加

連 携 先 : 世界広告主連盟

日 時 : 2019年3月25日~29日

場 所 : リスボン (ポルトガル)

開催概要 : 各国のアドバイザーズ協会、アドバイザー企業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 : 600人

② 日本広告学会への協賛及び参加

■クリエイティブ・フォーラムへの参加

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 : 2019年5月11日

場 所 : 虎ノ門ヒルズADK内大会議室

開催概要 : 広告会社が社外に設立する「クリエイティブ・ブティック」の役割と可能性

■全国大会への講師派遣

連 携 先 : 日本広告学会

日 時 : 2019年11月15-17日

場 所 : 千葉商科大学

講 演 : 「デジタルシフトに立ち向かう。広告主の『これまでとこれから』」
(小出 誠 常務理事)

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会報誌『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。

■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。