

2020年度 活動方針

I. 事業計画

JAA が掲げる「広告活動の健全な発展」のための 5 つの要素

1. 消費者に役立つ信頼性の高い情報の提供
2. 地域格差の是正
3. 消費者を含む広告主などの関係者の法的権利の保護
4. 広告主の倫理意識の向上による社会的責任の遂行
5. 合理的な広告モデルの構築

メディアの多様化・細分化が進む中で、いかにして消費者に最適な広告体験をしてもらうかは広告主にとって大きな課題である。国内の媒体別広告費は今年度にもデジタル広告がテレビ広告を抜くと見られ、全てのメディアのデジタルトランスフォーメーションが進んでいる。デジタル広告には課題も多く、JAAとしてその価値向上に注力する。

また、世界共通の潮流となっているSDGsやダイバーシティについては、広告表現の研究や働き方改善を通じて課題を探る。

本年度 JAA は以下を重点活動目標とし「広告活動の健全な発展」に貢献する。

1. 消費者が最適な広告体験を享受できるような環境づくり
 - 1) デジタルメディアにおけるアドベリフィケーション対応の強化
 - 2) メディア毎の共通効果指標の研究
 - 3) 各媒体の成功事例等の共有
2. グローバルに求められる社会課題についての啓発・研究
 - 1) 広告表現におけるダイバーシティ対応の事例研究
 - 2) 字幕付きCMの普及推進
 - 3) 企業Webサイトのアクセシビリティ対応の奨励
 - 4) ダイバーシティも含めた働き方改善の推進
3. JAA・Web研の組織について、環境変化に対応すべく現状の委員会のありかたを見直し、社会に対してどのような貢献をしてゆくのかが専門チームを作り検討する。

事業毎の活動計画は以下の通りである。

1. 人材育成事業
 - 1) 『「超」基礎講座』や『実践広告塾』など総合的な知識を得る講座の実施
 - 2) 『クリエイティブ塾』や『Web担当者基礎講座』など担当者の専門知識を高める講座の実施
 - 3) 関西、名古屋地区での人材育成セミナーの実施
2. 調査研究事業
 - 1) 「重点広告課題アンケート調査」や「JAA ミーティング」など広告主の最新動向を把握する調査・研究
 - 2) 各メディアの効果測定やメディア横断の共通指標などメディアのデータに関する研究
 - 3) 広告表現におけるダイバーシティ対応に関する研究
 - 4) 広告業界の働き方改善のための研究
3. 表彰事業
 - 1) 「消費者が選んだ広告コンクール」
 - 2) 「広告論文賞」を廃止し新たに「JAA チャレンジ・アワード」創設
 - 3) 「Webグランプリ」

4. 啓発普及事業

- 1) J-MONITOR や M-VALUE 等の効果測定データの活用事例に関するセミナーなど調査研究事業の成果に関するセミナーの実施
- 2) アドベリフィケーションに関する啓発セミナーなど広告を取り巻く国内外の最新動向に関するセミナーの実施

5. 相談助言事業

広告主に限らず、消費者等からの相談・問い合わせに対し、対応可能な団体や個人を紹介している。

6. 他団体への支援連携事業

- 1) 日本広告業協会、日本インタラクティブ広告協会などと連携し、アドベリフィケーションに関する監査組織の立ち上げについて検討する
- 2) 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など関連機関と協力して海賊版サイトへの広告出稿の抑制に努める
- 3) 日本民間放送連盟、日本広告業協会などと字幕付き CM の普及推進を行う
- 4) 日本広告学会への支援や広告関係団体連絡会「次世代人材研究会」との連携を通じて業界の人材育成を行う

7. 広報事業

会員社のみならず業界関係者、一般消費者との情報共有を推進すべく以下の広報活動を展開する。

- 1) 協会 Web サイト
- 2) 会報誌『月刊 JAA』

II. 運営方針

1. 会員数 目標 292 社(10 社増)

2. 協会運営

1) 総会

2月27日(木) 午後 帝国ホテル 孔雀の間

2) 常任理事会 場所：JAA 会議室

7月3日(金) 16:30-17:30 10月28日(水) 16:30-17:30

3) 理事会

1月30日(木) 16:30-18:00 5月27日(水) 16:30-17:30
7月22日(水) 16:30-17:30 11月25日(水) 16:00-17:30

4) 記者懇談会

4月20日(月) 15:30-17:30 ホテルモンテレ銀座

3. 運営に関する施策

1) 経営基盤の強化

- ① コールセンター活用によるアウトバウンドを継続し、新規会員獲得につなげる。
- ② セミナー等の一般(有料)申込増による事業収益性の向上をはかる。

2) 委員会組織の強化

従来の媒体毎の委員会体制から時代に即した委員会体制に移行するためのプロジェクトチームを結成し、1年間かけて再編に向けた検討を行う。