

■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。

2021年度実績
合計：9講座
のべ参加人数：
917社 2,288人

2020年度実績 合計：9講座／
のべ参加人数：
719社 1,605人

■JAAセミナー

【人材育成プロジェクト】

1)「超」基礎講座

開催日：5月11日、10月25日
参加人数：159社 343名

2)実践広告塾

開催日：7月13-14日、8月26-27日、9月16-17日、10月7-8日
参加人数：27社 55名

3)「新任広告宣伝課長講座」

開催日：11月19日
参加人数：10社 10名

4)「新任広告宣伝部長講座」

開催日：12月3日
参加人数：2社 3名

【クリエイティブ委員会】

5) クリエイティブ塾

2020年度
開催日：1月21日 参加人数：24社 24名

2021年度
開催日：9月15日、10月15日、11月12日、12月13日
参加人数：60社 60名

【広告取引委員会】

6) ここはおさえない！広告制作に関する法規制セミナー

開催日：9月6日、9月14日、9月21日、10月5日、10月14日
参加人数：351社 670名

【人材育成プロジェクト】

7) JAAチャレンジアワード 最終審査会

開催日：5月27日 [Advertising Week 2021 Asia] にて配信

参加人数：500名

8) JAAチャレンジアワード 入賞者セミナー

開催日：7月2日

参加人数：40社 71名

【デジタルマーケティング研究機構】

9) Web担当者基礎講座

「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：6月1日、3日、8日、10日、11月9日、11日、16日、18日

実施概要：『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：244社 552名

Topics
of
the Year

2021年度のトピックス

協会活動強化に向けた委員会組織改編

昨年、活動強化プロジェクトを発足し一年かけて検討した結果、委員会組織が大幅に改編されました。会員各社の長年の課題であるコミュニケーション戦略等への取り組みを強化すべく、新たに2つのプロジェクト(コミュニケーション戦略研究プロジェクト、SDGs コミュニケーション研究プロジェクト)を発足し、DXや社会課題に対応した企業の消費者コミュニケーションのあり方を検討することになりました。また、Web 広告研究会もデジタルマーケティング研究機構に名称を変更し、マーケティング領域に活動範囲を広げ、メンバー各社のニーズに応えてまいります。

Topics
of
the Year

2021年度のトピックス

JAAA、JIAAとともに一般社団法人デジタル広告品質認証機構(JICDAQ) 設立

JICDAQ は JAAA、JIAA、JAA の広告関係 3 団体を中心となり、広告関係者が協働してデジタル広告品質の向上を目指す目的で設立されました。機構はデジタル広告関連事業者の「アドフラウドを含む無効トラフィックの除外」と「広告掲載先品質に伴うブランドセーフティの確保」に関わる業務プロセスの認証基準を制定し、それに沿った業務を適切に行っている事業者を認証し社名を公開いたします。この認証が広告市場のスタンダードとなることにより、最終的に健全な広告ビジネスが確保され、生活者にとっても有益な環境が整備されることとなります。



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。

【テレビ・ラジオメディア委員会】

1) CM素材に関する取り組み（字幕付きCMの普及促進）

字幕付きCM普及推進協議会において、YouTubeに公式チャンネルを開設し「字幕付きCM5つのお話（動画）」を公開した。また、字幕付きCM導入の意義などについて実施企業にヒアリングを行い、その内容を会報に掲載した。

2) テレビCM取引のデータ整備に関する取り組み

各ステークホルダーと取引指標となる視聴率データに関する意見交換を積極的に行った。

3) 有事対応に向けた取り組み

有事の定義に対する考え方や、自社都合以外でCMを差し換えざるを得ないような状況が発生した際に、どのような対応が可能かについて放送局や広告会社と意見交換を行った。また、ACジャパンに対し「有事対応AC素材」の放送局への周知徹底を依頼した。

4) コンテンツ配信に関する取り組み

テレビ番組コンテンツのオンラインでのリアルタイム配信及びその際のCMのあり方に関するアドバイザーの要望を取りまとめ、放送局や広告会社と意見交換を行った。

【プリントメディア委員会】

5) M-VALUEの調査内容検討と雑誌広告活用に向けた取り組み

雑誌広告の効果を計る調査プラットフォームである「M-VALUE」について、雑誌のデジタル化に対応した調査設計の見直しや活用促進に向けた意見交換を行った。

【プロモーションメディア委員会】

6) 屋外広告の媒体価値向上に向けた取り組み

屋外広告の媒体価値の見直しやデータ整備、媒体横断的な効果測定方法などについて、ステークホルダーと意見交換を行った。

【デジタルメディア委員会】

7) 「違法コンテンツへの広告出稿抑制に関する合同会議」参加

コンテンツ海外流通促進機構(CODA)・日本広告業協会(JAAA)・日本インタラクティブ広告協会(JIAA)との合同会議に参加し、違法コンテンツへの広告出稿の抑制について意見交換を行った。

8) デジタル広告市場の健全化に向けた取り組み

JAAA・JIAAとともに、デジタル広告の品質課題の中でも特に喫緊の課題とされるアド Fraud 及びブランドセーフティに対応すべく一般社団法人デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)を設立、認証制度を開始し、その啓発・普及活動を行った。

【ダイバーシティ委員会】

9) ダイバーシティに関する取り組み

会員社を対象にコロナ禍のダイバーシティ&インクルージョンに関する意識や対応に関するアンケートを実施し、2019年に実施した調査と比較分析を行った。また、WFA(世界広告主連盟)がグローバルに行ったダイバーシティ&インクルージョンに関する実態調査に参加し、アドバイザーだけでなく媒体・広告会社・制作会社などにも協力を依頼した。

【人材育成プロジェクト】

10) JAAミーティングの実施

アドバタ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「コロナ禍における雑誌広告の変化とこれからの考え方」

開催日：2月25日

参加人数：9社 9名

②「ニューノーマル時代におけるBtoB企業広告」

開催日：3月23日

参加人数：12社 13名

③「デジタルコンテンツの新しい活用法」

開催日：4月26日

参加人数：16社 20名

④「字幕付きCMの導入に関する注意点」

開催日：5月13日

参加人数：11社 11名

⑤「スポーツを活用したブランドマーケティング」

開催日：6月16日

参加人数：22社 23名

⑥「音声×デジタルだからこそできる新たな広告の効果と可能性」

開催日：7月28日

参加人数：10社 10名

⑦「ハウス食品における企業ブランディングの取り組み」

開催日：9月22日

参加人数：8社 8名

⑧「新規ユーザー獲得に向けた月桂冠での取り組み事例」

開催日：10月4日

参加人数：7社 7名

⑨「アフラックのDMとCMを連動させたコミュニケーション戦略」

開催日：10月18日

参加人数：11社 11名

⑩「サントリー+麒麟ビール×放送局のコラボレーション事例」

開催日：11月1日

参加人数：11社 11名

⑪「外資系企業担当者 ネットワーキング・情報交換会」

開催日：12月8日

参加人数：4社 4名

事業活動

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) 第59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】2021年8月2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】2022年1月13日

【表彰式】2022年2月28日(予定)

【応募総数】1,530件(第58回実績:1,544件)

入賞作品 JAA賞グランプリ

新聞広告部門 森永乳業株式会社

海に行けないみなさんに、海から会いにきました。
～飛び出す癒やし新聞～

〈審査員コメント〉

新聞が立体になるなんてすごい！コロナ禍で外出もままならないご時世に、動物から会いにきてくれるアイデアがとてもよい。飛び出す動物たちに癒やされるし、子供も楽しめる広告。



雑誌広告部門 味の素株式会社

よくがんばりませんでした

〈審査員コメント〉

コロナ禍で家族の食事作りにおわれるなか、手間をかけない、それでもいいんだと気が楽になった。手抜きをほめる逆説性が面白い。手軽にできるのにどれも美味しそう。



テレビ広告部門 九州旅客鉄道株式会社/ 株式会社西日本シティ銀行/ LINE Fukuoka株式会社

流れ星新幹線

〈審査員コメント〉

人々の願いが乗った素敵な取り組みで、不安が多い中でも夢や希望を持ち続ける勇気あるメッセージが伝わってきた。



ラジオ広告部門 パナソニック株式会社

Voice of Home 帰っておいでアナウンス(娘)篇

〈審査員コメント〉

子供のメッセージは心に残る。日本のほとんどの企業が抱えている形骸化した定時退社の取組みとして、とてもよいアイデアだと思う。自分の職場でも導入してほしい。

SE：(オフィス環境音)

社内放送：今日は、ノー残業デーです。
定時退社へのご協力をお願いいたします。

M：♪～

NA：これは、とある会社で実際に流れる社内放送。
しかし定時退社する社員は、ごくわずか…。
そこで音響にまつわる様々な技術を追求する
パナソニックが始めたのは、
無機質な社内放送に
「命」を吹き込むプロジェクト。

デジタル広告部門 公益社団法人日本芸能実演家団体協議会

ライブのリレー

〈審査員コメント〉

生で観る楽しみが減ってしまい、心から応援したいと思った。沢山の人にシェアしたくなった、また楽しみたいと思わせてくれた。こんな時だからこそこのライブ・音楽・舞台芸術の力を感じた。



屋外・交通広告部門 株式会社クロススペース

新宿東口の猫

〈審査員コメント〉

話題性、トレンド感があり、日本のランドマークとなるか楽しみ。コロナ禍の不安な時だからこそ、ユーモアと驚きが大切。通ったら絶対目が留まる。今年最高の屋外広告。



入賞作品 経済産業大臣賞

テレビ広告部門 サントリーホールディングス株式会社

宇宙人ジョーンズ・宇宙人からのアドバイス篇

〈審査員コメント〉

感染対策のアドバイスを、ユーモアを交えながらもきちんと伝えている。先の見えない不安な日々であっても、苦境に立ち向かう気力と勇気を与えてくれた、時代に即したメッセージ性の高いCM。



2) 第9回 Webグランプリ

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】2021年4月1日～8月31日

【贈 賞 式】2021年12月2日

対象部門 企業グランプリ部門

【企業 B to B サイト賞】

がいしの歴史

(日本ガイシ株式会社)



【企業 B to C サイト賞】

済生会熊本病院ホームページ

(社会福祉法人 恩賜財団 済生会熊本病院、

パートナー:株式会社フルスケール)



【プロモーションサイト賞】

新しい自転車生活様式

(一般社団法人 自転車協会、

パートナー:株式会社ADKクリエイティブ・ワン)



【コーポレートサイト賞】

POLA 2029年ビジョン

(株式会社ポーラ)



【アクセシビリティ賞】

明治ホームページ

(株式会社 明治)



対象部門 Web人部門

【Web人賞】

青木 秀仁 氏 (Shamrock Records株式会社)

足立 義則 氏 (日本放送協会)

鶴岡 裕太 氏 (BASE株式会社)

西舘 亜希子 氏 (popIn株式会社)

米良 はるか 氏 (READYFOR株式会社)

山田 進太郎 氏 (山田進太郎D&I財団)

3) JAAチャレンジアワード

応募者が主体的に取り組んだ「チャレンジ」から得られた学びや、イノベーションにつながる提言を広く募集し、取り組み事例の規模や成否にとらわれずに、課題や社会課題の解決につながるクリエイティブなアイデアを出した応募者を表彰するアワード。本年度第1回開催となった。最終審査及び審査結果発表の様子はアドウィーク・アジアのプログラムの一部として世界中に配信された。なお、最終審査結果は以下の通り。



【金 賞】

「いいかも!オンライン飲み ASAHI SUPERDRY VIRTUAL BAR」

花田 真志氏
(アサヒビール株式会社)



【銀 賞】

「非対面コミュニケーションメッセージ刷新へのチャレンジ」

宮崎 雄一氏
(アフラック生命保険株式会社)



【銅 賞】

「コミュニケーションの力で日本を元気に!
業界の固定概念を覆した、広告主×放送局のコラボレーション企画」



長野 直樹氏
(サントリーコミュニケーションズ株式会社)

榎谷 悠紀氏
(麒麟ビール株式会社)

Topics
of the Year

2021年度のトピックス

JAA広告賞、2年ぶりに開催



昨年度はコロナ禍でやむなく開催中止となったJAA広告賞でしたが、本年度は募集対象の期間を2年分に延長して実施しました。コロナ禍を意識しつつも、前向きな「明るく温かい」作品が数多く集まり、広告の力で社会を元気にし、希望を与えたいという企業の意気込みがいつも以上に感じられるコンクールとなりました。

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。

2021年度実績
合計:39講座
のべ参加人数:
4,037社 7,938人

2020年度実績 合計: 27講座/
のべ参加人数:1,641社3,047名
Facebook再生回数
10,179回

■JAAセミナー

【テレビ・ラジオメディア委員会】

1)「デジタル化へ挑戦するテレビ広告」

開催日：2月12日
参加人数：48社 87名

2) 字幕付きCM普及推進協議会「字幕付きCM 5つのお話（動画）」公開

開催日：5月14日
視聴回数：886回（JAA篇、2022年1月20日時点）

3)「同時配信に関する説明会」

開催日：6月2日、7月1日
参加人数：69社 102名

4)「拡大続くコネクテッドTV、その実状と可能性を探る ～TVerとYouTubeを事例に～」

開催日：12月14日
参加人数：78社 147名

【プリントメディア委員会】

5)「話題になる新聞広告のつくりかた」

開催日：1月28日
参加人数：54社 143名

6)「新聞広告でSNSも盛り上がる!」

開催日：2月4日
参加人数：111社 224名

7)「ニューノーマル時代のコミュニケーション」

開催日：3月8日
参加人数：146社 416名

8)「出版社資産を有効活用して『効くデジタル広告』を創りませんか?」

開催日：6月30日
参加人数：48社 92名

9)「DXで進化する雑誌メディア広告の真価を探る」

開催日：9月7日
参加人数：160社 388名

10)「SNSと深くつながる新聞コミュニケーション」

開催日：11月18日
参加人数：136社 300名

11)「富裕層の消費行動を刺激する3つの方法」

開催日：12月9日
参加人数：39社 75名

【プロモーションメディア委員会】

12)「コロナ禍のその先へ。OOHの活用事例から見る新しい可能性」

開催日：11月11日
参加人数：33社 49名

【広告取引委員会】

13) 「2020年度JAROの広告審査と事例」(JARO他共催)

開催日：8月5日
参加人数：773社 1222名

14) 「最近の景品表示法の運用状況と違反事例」(JARO他共催)

開催日：9月2日
参加人数：337社 486名

【デジタルメディア委員会】

15) 「JICDAQ事業概要及び登録アドバイザーに関する説明会」

開催日：4月22日、5月12日、7月19日、9月28日、12月17日
参加人数：88社 125名

16) 「JICDAQ報道関係者向け説明会」

開催日：6月14日
参加人数：14社 18名

17) 「2022年4月施行『改正個人情報保護法』に向けて、広告主が取るべき対応とは？」

開催日：8月30日
参加人数：68社 159名

18) 「デジタル広告担当は今、何を考えて出稿すべきか ～他社のノウハウ、広告会社視点でのベストを学ぶ～」

開催日：10月11日
参加人数：68社 117名

【ダイバーシティ委員会】

19) 「D&I事例研究 ワコール&クボタ」

開催日：4月23日
参加人数：57社 111名

20) 「D&I事例研究・最新動向 東京海上日動火災保険、マッキン・エリクソン」

開催日：12月2日
参加人数：26社 42名

21) 「東京2020大会と障がい者スポーツ支援のこれから」

開催日：12月24日
参加人数：27社 53名

【JAA広告賞プロジェクト】

22) 「消費者に響く広告創りの秘訣」

開催日：2月4日
参加人数：111社 224名

【コミュニケーション戦略研究プロジェクト】

23) 「AJINOMOTOのグローバル展開における遠心力と求心力」

開催日：3月19日
参加人数：45社 95名

24) 「あなたの会社は大丈夫?『ダークパターン』の仕組みを理解してよりよいUIの実現へ」

開催日：9月1日
参加人数：59社 81名

25) 「BtoB企業のオウンドメディア活用が一番欠けているもの」(BBAA共催)

開催日：12月7日
参加人数：45社 112名

【SDGsコミュニケーション研究プロジェクト】

26) 「広告宣伝部門はSDGsコミュニケーションにどう取り組んだらよいのか」

開催日：6月23日
参加人数：94社 237名

27) 「鹿島グループのSDGsへの取り組み」

開催日：8月5日
参加人数：62社 107名

28) 「味の素グループのASV経営とサステナビリティの取り組み」

開催日：12月20日
参加人数：56社 118名

【デジタルマーケティング研究機構】

29) 「Webグランプリフォーラム」

開催日：2月24日
参加人数：75社 110名

30) 「Clubhouse内で企業公式アカウント運用を始めたMKタクシーその狙いと手応え」

開催日：3月18日
参加人数：96社 147名

31) 第1回DMIフォーラム

開催日：4月27日
参加人数：194社 345名

32) 月例セミナー「CES2021報告と日本上陸半年を過ぎた体験型店舗『b8ta』の状況」

開催日：3月23日
参加人数：80社 136名

33) 月例セミナー「各社のマーケティング領域におけるDX」

開催日：5月25日
参加人数：98社 152名

34) 月例セミナー「貴社のネット広告はブランドセーフ優先？パフォーマンス優先？ アドベリはどちらにも役立ちます」

開催日：6月22日
参加人数：65社 117名

35) 月例セミナー「コーポレートサイトリニューアル 25年目の真実」

開催日：7月28日
参加人数：116社 185名

36) 月例セミナー「個人情報保護法改正&Cookieレス 企業はこれからどうする？」

開催日：9月28日
参加人数：173社 256名

37) 月例セミナー「CxO2人が語る これからのマーケティング・デジタルの組織構築と人材育成」

開催日：10月26日
参加人数：54社 59名

38) 月例セミナー「これからの日本市場・グローバル市場に向けた、 日本企業のブランドやブランディングはどうあるべきか」

開催日：11月24日
参加人数：146社 176名

39) 月例セミナー「【人の振り見て】個人情報・ステマ・SEO・アフィリエイト2021炎上騒乱【我が振り直せ】」

開催日：12月24日
参加人数：132社 158名

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、会員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。

- ・コロナ禍のOOH広告出稿やイベント協賛について
- ・広告取引基本契約の締結について
- ・広告の著作権隣接権について など

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) 日本広告業協会(JAAA)、日本インタラクティブ広告協会(JIAA)などと連携による、アドベリフィケーションのための認証組織一般社団法人デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)の設立及び普及啓発活動
- 2) CODA(コンテンツ海外流通促進機構)、JAAA、JIAAなどと連携し、「著作権侵害に関する要警戒リスト(サイト、アプリ)」の共有により違法コンテンツへの広告出稿を抑制
- 3) 日本民間放送連盟、JAAAと連携し、字幕付きCMの普及推進
- 4) UN Women(国連女性機関)と連携した「アンステレオタイプ・アライアンス日本支部」創設メンバーとして広告表現のジェンダー視点でのダイバーシティを研究、日経ウーマンエンパワーメント広告賞への協力・審査員派遣
- 5) 日本広告学会を支援
 - 第52回全国大会
 - ・日 時：11月19-21日
 - ・場 所：関西大学
 - ・開催主題：「GAFA時代の広告」

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(<https://www.jaa.or.jp>, <https://dmi.jaa.or.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。

■ 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。