

■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。

2022年度実績
合計:9講座
のべ参加人数:
660社 1,715名

2021年度実績 合計:9講座/
のべ参加人数:
917社 2,288名

■JAAセミナー

【人材育成プロジェクト】

1) 「超」基礎講座

開催日：4月22日、10月3日
参加人数：147社 355名

2) 実践広告塾

開催日：6月21-22日、7月28-29日、9月8-9日、10月6-7日
参加人数：24社 45名

3) 「新任広告宣伝課長講座」

開催日：10月27日
参加人数：9社 9名

4) 「新任広告宣伝部長講座」

開催日：10月4日
参加人数：9社 9名

5) JAAチャレンジアワード 最終審査会

開催日：6月1日 [Advertising Week 2022 Asia] にて配信
参加人数：450名

6) JAAチャレンジアワード 入賞者セミナー

開催日：7月7日
参加人数：38社 64名

【クリエイティブ委員会】

7) クリエイティブ塾

2021年度

開催日：1月21日、2月18日

参加人数：30社 30名

2022年度

開催日：9月2日、10月12日、11月14日、12月9日

参加人数：48社 48名

【広告取引委員会】

8) 一度は学ぼう。広告制作に関する法規制セミナー

開催日：9月16日、9月28日、10月14日、10月28日、11月10日、11月18日

参加人数：331社 656名

【デジタルメディア委員会/デジタルマーケティング研究機構】

9) 「デジタル人材育成講座」

開催日：6月1日-11月31日(オンデマンド配信)

参加人数：24社 49名

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普及推進協議会のロードマップに従い、2022年10月より日本全国の放送局で、すべての放送枠において字幕付きCM受け入れが開始された。ポストプロダクション協会の協力のもと、字幕CMの制作本数もご報告いただけるようになった。JAAにおいては会員社の字幕付きCMの導入状況の調査を行い、新たに導入した会員社の取り組みを会報で紹介するなど、普及推進に向けて取り組んだ。

2) テレビスポット取引における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

有事が発生した際のCM差し替えに関する考え方をJAAとしてまとめ、原則的に通常番組編成時は通常の自社素材にてCMを放送するものとする「大規模な災害・事件の際のテレビCM素材差し替えに関する指針」を12月に発表した。

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リアルタイム配信及びその際のCMのあり方に関して放送局や広告会社と意見交換を行ってきたが、10月にその方向性が決定した。その結果については、説明会の開催や会報への掲載により会員社に情報を共有した。また、12月にはリアルタイム配信の視聴動向検証報告会を実施し視聴者傾向の把握に努めた。

【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調査研究を行うとともに、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調査研究を行うとともに、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

2021年に設立した一般社団法人デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)の運営サポートや調査研究の協力を行うとともに、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

アドバイザーの DEI に関する取り組み事例の研究や意見交換を行うと同時に、UN Women (国連女性機関) のアンステレオタイプアライアンスへの活動協力や WFA (世界広告主連盟) が発表した「Guide to DEI」や RAC (Responsible Advertising and Children Meeting) の資料を翻訳し会報に掲載するなど国内外の最新事情の調査研究を行った。

【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 「限られた予算でもブランディングはできる～話題化に成功したKISSMEの戦略PR事例」
開催日：1月27日 参加人数：6社 7名
- ② 「ロングセラーブランドの育て方～プロモーション視点からお伝えします～」
開催日：2月16日 参加人数：6社 6名
- ③ 「凸版印刷における、リ・ブランディングの取り組み～企業ブランド再構築の考え方と実践～」
開催日：3月8日 参加人数：11社 11名
- ④ 「外資系企業による新しい顧客開拓に向けたオウンドメディア活用とブランディング」
開催日：4月21日 参加人数：7社 7名
- ⑤ 「メタバースの広告活用」
開催日：5月18日 参加人数：16社 17名
- ⑥ 「グローバル企業、ネスレが実践するメディアプランニングと効果検証」
開催日：6月8日 参加人数：13社 14名

- ⑦ 「ヤクルト本社 新規ブランドの導入戦略」
開催日：7月13日 参加人数：9社 10名
- ⑧ 「大丸松坂屋百貨店 デジタルメディアバイイング」
開催日：8月31日 参加人数：8社 8名
- ⑨ 「サウンドメディアをフル活用・カインズのデジタル戦略」
開催日：9月21日 参加人数：8社 9名
- ⑩ 「BtoB企業のデジタルコミュニケーション」
開催日：9月26日 参加人数：6社 6名
- ⑪ 「“店頭販売”につながるテレビCM」
開催日：11月2日 参加人数：9社 9名
- ⑫ 「〈ところざわサクラタウン見学会〉KADOKAWAが行う文化をつかったまちづくり」
開催日：11月25日 参加人数：8社 12名

【広告取引委員会】

11) 広告取引基本契約書の改定に関する取り組み

2008年改定の「広告取引基本契約書モデル案」を昨今の取引事情の変化に対応すべく、改定に向けて意見交換等を行った。

【コミュニケーション戦略研究プロジェクト】

12) メディア戦略最新事情に関する研究

メディア戦略に関する広告会社の最新の取り組みや調査会社のプランニング後の分析などについてヒアリングと意見交換を行った。

13) ブランディングに関する研究

国内外の主要なブランドのブランド戦略に関する事例研究や意見交換を行った。

14) BtoB広告に関する研究

特にBtoB企業の広告戦略に関して事例研究や意見交換を行った。

【SDGsコミュニケーション研究プロジェクト】

15) 企業コミュニケーションにおけるSDGsの取り組みの研究

本年度はプロジェクトメンバーの募集に始まり、メンバー間で取り組み状況や課題等についての情報共有を行った。また、内外への取り組み情報の発信の仕方や、Z世代へのアプローチなどについて事例研究を行った。

【協会運営サポート委員会】

16) 月刊JAA

「重点広告課題アンケート調査」を行い、コロナ禍におけるアドバイザーの課題と対応などについて調査研究を行った。

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) 第60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】 2022年8月1日～10月3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】 2023年1月13日
- 【表彰式】 2023年2月27日
- 【応募総数】 1,164件(第59回実績:1,530件)

入賞作品 JAA賞グランプリ

新聞広告部門 株式会社山陰中央新報社

「新聞を配ることは、気を配ること。」
山陰中央新報140th

〈審査員コメント〉

- ・新聞に携わる人の気持ちや息遣いが伝わる。
- ・新聞はそのコンテンツとしての効果もそうだが、届けることにも大きな意義があるのだと知った。
- ・今のデジタル社会の中で紙の新聞の良さが伝わる。



雑誌広告部門 味の素株式会社

野菜の花言葉

〈審査員コメント〉

- ・野菜を花に見立て、花ことばがあるのは気付き。
- ・見てもおもしろく、読んでもおもしろい。
- ・野菜の花束が斬新でとてもキレイ。



テレビ広告部門 公益社団法人ACジャパン

寛容ラップ

〈審査員コメント〉

- ・見た目の対比をうまく織り込み、印象に残るメッセージである。
- ・テンポの良い音楽で、人を思いやる気持ちの大切さが伝わった。
- ・人は違う事を楽しく教えてくれる。
- ・やさしい気持ちになれる。



ラジオ広告部門 森ビル株式会社

はしの名前

〈審査員コメント〉

- ・非常に上手くまとまった展開で印象に残る。
- ・新しい気付きがあり、最後のオチも笑える。
- ・澄み切った未来を作る企業姿勢が感じられて良い。

SE:川の流れる音

NA:「にほんはし」「えいたいはし」「くらまえはし」
「まんせいはし」「きよすはし」

川にかかる「はし」の名前には、
「てんでん」をつけないようにしているって知っていましたか。

たとえ読みにくくても、
あえて「てんでん」をつけないようにしているのは、
すみぎった綺麗な川になりますように。と、
昔「はし」をかけた人たちの、未来へのやさしい想いから。

これから先、私たちも木や森を大切に、
すみぎった都市をつくっていきたい。
そんな想いを込めて…
もうおきつぎですよ？
このCMには一切、てんでんを使っていません

都市をつくる、森…
もり…もり…
もりひ、てんでん、る…
ああ…すみません！

森ビル

デジタル広告部門 佐賀県

Start in Saga

〈審査員コメント〉

- ・行政である佐賀県から、「結婚はゴールではない」という強いメッセージが生まれてくるのが素敵。
- ・結婚は当人だけでなく、社会全体で支えていくことが伝わる。
- ・全ての人を幸せにするサポートを佐賀県として推進するのが強く感じた。



屋外・交通広告部門 静岡市

静岡市プラモデル化計画

〈審査員コメント〉

- ・身近なものを变形させることでよりインパクトが増し、メッセージがわかりやすい。
- ・非常におもしろい企画。考えてもみませんでした。
- ・おもしろい！なるほど！と思ったし、誰かに話したくなった。



入賞作品 経済産業大臣賞

テレビ広告部門 公益社団法人ACジャパン

寛容ラップ

〈審査員コメント〉

同左



2) 第10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】2022年4月1日～8月31日

【贈賞式】2022年12月1日

対象部門 企業グランプリ部門

【企業 B to B サイト賞】

NGKサイエンスサイト
(日本ガイシ株式会社)



【プロモーションサイト賞】

KUBOTA FUTURE CUBE
(株式会社クボタ)



【コーポレートサイト賞】

亀田製菓株式会社 コーポレートサイト
(亀田製菓株式会社)



【企業 B to C サイト賞】

ブラザーSDGs STORY
(ブラザー工業株式会社)



【アクセシビリティ賞】

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人賞】

浅沼 尚 氏 (デジタル庁)
井登 友一 氏 (株式会社インフォバーン)

香川 晴代 氏 (Index Exchange Japan株式会社)
高橋 真知 氏 (株式会社Stroly)

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2回開催となった。最終審査及び審査結果発表、表彰会



は6月にアドバタイジングウィーク・アジアの場を借りて開催し、その様子は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】

「心を揺さぶる新領域コミュニケーションへの挑戦」

玉井 美帆氏
(アフラック生命保険株式会社)



【銀 賞】

「アサヒスーパードライ 生ジョッキ缶 2021年発売時コミュニケーション」

喜多野 美鈴氏
(アサヒビール株式会社)



【銅 賞】

「サントリーが飲食店のためにコロナ禍の今できること
～「人生には、飲食店がいる。」コミュニケーション～」

細田 咲彩氏
(サントリーホールディングス株式会社)



Topics
of the Year

2022年度のトピックス

第59回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクールの表彰会を3年ぶりにリアル開催



コロナ禍で表彰会や広告賞自体が中止となっていたが、3年ぶりに JAA 広告賞の表彰会をリアルで開催しました。当初予定していた2月は感染拡大により延期を余儀なくされましたが、5月にアドバタイジングウィークアジアの場を借りて開催の運びとなりました。メダリストの表彰を事前収録するなど、感染防止対策を行ったうえで人数を制限しての開催ではありましたが、3年ぶりという事もあり大いに盛り上がり、受賞者からも喜びの声をいただきました。

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。

2022年度実績
合計：38講座
のべ参加人数：
4,031社 7,695名

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

■JAAセミナー

【テレビ・ラジオメディア委員会】

1) 「テレビメディアの現在地 ～未来図と効果的な活用を探る～」

開催日：4月11日
参加人数：61社 120名

2) 「民放5系列リアルタイム配信開始2カ月検証報告説明会」

開催日：6月24日
参加人数：69社 132名

3) 「日本民間放送連盟・研究所 テレビの広告効果に関する研究 第2回調査の報告」

開催日：6月30日
参加人数：61社 102名

4) 「在京テレビ局 戦略説明会」

開催日：7月6日、11日、14日、15日、24日
参加人数：369社 603名

5) 「リアルタイム配信に関する説明会」

開催日：10月14日、12月14日
参加人数：118社 188名

【プリントメディア委員会】

6) 「新聞から飛び出した新聞広告！～これからの新聞広告の可能性～」

開催日：1月24日
参加人数：78社 241名

7) 「社会課題解決に求められるコミュニケーション ～新聞広告が伝えるメッセージが響く理由～」 「社会課題コミュニケーションからみた新聞広告の役割」等

開催日：3月7日
参加人数：180社 287名

8) 「相互送客を生み出す、雑誌ブランドを活用したソリューションビジネス ～日之出出版『Safari』がハブとなった展開事例～」

開催日：10月12日
参加人数：27社 40名

9) 「SDGs時代のパーパスブランディングと新聞広告の役割」(日本新聞協会共催)

開催日：11月21日
参加人数：132社 400名

【プロモーションメディア委員会】

10) 「D.LEAGUEから学ぶ、アフターコロナのイベント・スポーツマーケティング」(DMI共催)

開催日：3月22日
参加人数：107社 119名

11) 「OOHをコミュニケーションの起点へ 活用事例とこれからのOOHメディア」

開催日：12月7日
参加人数：45社 70名

【広告取引委員会】

- 12) 広告法務セミナーI「2021年JAROの広告審査の概況と実例」(JARO他共催)
開催日：7月14日
参加人数：773社 1,125名
- 13) 広告法務セミナーII「景品表示法の考え方と最近の運用状況について」(JARO他共催)
開催日：8月26日
参加人数：337社 414名
- 14) 「アフィリエイトプログラムを利用した広告に関する表示規制」(JIAA他共催)
開催日：9月13日
参加人数：124社 348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：9月5日、12月12日
参加人数：59社 75名
- 16) 「デジタル広告を取り巻く環境変化」
開催日：8月5日
参加人数：38社 83名

【ダイバーシティ委員会】

- 17) 「今若い世代はジェンダーをどう考え、捉えているのか?」
開催日：6月17日
参加人数：40社 74名
- 18) 「NEC way -NECのI&Dの取り組み、グループガバナンス-」
開催日：9月14日
参加人数：34社 41名
- 19) 「「しなきゃ、なんてない。」LIFULLのブランドコミュニケーション」
開催日：12月13日
参加人数：34社 43名

【クリエイティブ委員会】

- 20) 「カンヌライオンから見る広告と社会課題への向き合い方」
開催日：10月17日
参加人数：49社 115名

【JAA広告賞プロジェクト】

- 21) 「JAA広告賞 受賞社セミナー」
開催日：6月2日
参加人数：410名

【コミュニケーション戦略研究プロジェクト】

- 22) 「統合型メディアプラン少人数制勉強会」
開催日：3月1日、10日、24日
参加人数：38社 38名
- 23) 「"MAKE WAVES" ヤマハがすすめるブランドプロミス」
開催日：3月17日
参加人数：33社 50名

24) [統合型メディアプランニングその効果の可視化、次のプランニングへの活かし方]

開催日：7月6日
参加人数：81社 187名

25) [HITACHIのグローバルブランディング、インナーブランディング]

開催日：11月30日
参加人数：9社 9名

【SDGsコミュニケーション研究プロジェクト】

26) [SDGsコーポレート価値創造の実践に向けて ～博報堂によるダブルインパクト実現へのアプローチと先端事例のご紹介～]

開催日：9月29日
参加人数：53社 105名

27) [三井不動産のSDGsコミュニケーション]

開催日：12月5日
参加人数：35社 86名

【デジタルマーケティング研究機構】

28) [Webグランプリフォーラム]

開催日：2月22日
参加人数：105社 157名

29) 月例セミナー [D.LEAGUEから学ぶ、アフターコロナのイベント・スポーツマーケティング] (プロモーションメディア委員会共催)

参加人数：107社 119名

30) 月例セミナー [メディア企業のECから見る新規事業への取り組み]

開催日：4月26日
参加人数：85社 117名

31) 月例セミナー [デジタルアドタイジングからデジタルマーケティングへ ～企業成長に貢献するデジタルマーケティングの潮流～]

開催日：5月24日
参加人数：103社 191名

32) 月例セミナー [個人情報保護法改正にどう対応している?～アンケートからみる企業の実態～]

開催日：6月29日
参加人数：109社 113名

33) 第2回DMIフォーラム

開催日：7月25日
参加人数：226社 512名

34) 月例セミナー [企業SNS運営の課題解決に向けて議論しよう!] ～ [企業SNSのためのKPIフレームワークVer.1.0]

開催日：9月6日
参加人数：120社 209名

35) 月例セミナー [～痛い目に遭わないために～ サイトリニューアル時に知っておく&考えておくべきこと]

開催日：10月25日
参加人数：91社 146名

36) 月例セミナー [お客さまを再定義する。思い込みからの悪手にならないための思考とは?]

開催日：11月22日
参加人数：53社 60名

37) 月例セミナー [CX (Customer Experience) が大切なのは分かった。ではどうする?]

開催日：12月19日
参加人数：48社 118名

【その他】

38) 説明会「Twitter社の今とこれから」

開催日：12月20日

参加人数：448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。

- ・ コロナ禍の広告出稿について
- ・ 広告取引の改善について
- ・ 広告の権利関係について 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) の運営サポート及び普及啓発活動
- 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
- 5) 日本広告学会を支援

第53回全国大会 日時：11月11-13日 / 場所：東海大学 / 開催主題：「SDGsと広告のこれから」

Topics
of the Year

2022年度のトピックス

民放テレビ在京5社とのリアルタイム配信の広告の扱いに関する協議まとまる

リアルタイム配信の際の広告の取り扱いについては、2021年より在京5社と議論を重ねてきました。原則的に「地上波月額提供料+リアルタイム配信料 (+追っかけ再生/キャッチアップ)」という形での取引を行い詳細については個別取引での交渉事とすること、今後も適宜意見交換を行っていくことで議論がまとまり、10月と12月に説明会を開催いたしました。

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>) を積極活用するとともに機関誌『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。