

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。

2025年度実績
11講座
1,086社2,149名

(2024年度実績 10講座/804社1,639名)

■ JAAセミナー

【人材育成プロジェクト】

1) 「データ活用基礎講座」

開催日：1月23日、2月7日、2月20日

参加人数：75社99名

2) 「超」基礎講座

開催日：4月18日、10月20日

参加人数：171社476名

3) 地方セミナー：名古屋(DMI共催)

開催日：6月4日

参加人数：23社33名

4) 「実践広告塾」

開催日：6月12-13日、7月10-11日、9月11-12日、10月9-10日

参加人数：26社38名

5) 地方セミナー：大阪(DMI共催)

開催日：7月31日

参加人数：22社30名

6) 「新任広告宣伝課長勉強会&情報交換会」

開催日：10月14日

参加人数：10社10名

7) 「新任広告宣伝部長勉強会&情報交換会」

開催日：9月16日

参加人数：7社7名

8) 「日本の広告費の今とこれから」セミナー

開催日：4月17日

参加人数：135社285名

9) 「生活者の共感を高める広告コミュニケーションの課題と展望
～『広告主動態調査2025』の結果から考える～」セミナー

開催日:7月4日

参加人数:42社61名

10) 「戦略視点で業務にデータを活用するポイント
～『データ活用基礎講座』受講に向けた事前セミナー～」

開催日:12月11日

参加人数:27社45名

【クリエイティブ委員会】

11) 「クリエイティブ塾」

開催日:7月11日(第一回)、8月8日(第二回)、9月5日(第三回)、10月3日(第四回)、
10月24日(第五回)、11月14日(第六回)、12月12日(第七回)

参加人数:84社89名

【広告取引委員会】

12) 「広告宣伝担当は押さえない:広告制作に関する基礎法規セミナー」

開催日:9月17日(著作権)、9月26日(表示)、10月8日(ステルスマーケティング)、10月
23日(肖像権)、11月5日(商標)

参加人数:373社824人

【JAAチャレンジアワードプロジェクト】

13) 「JAAチャレンジアワード」最終審査会&贈賞式

開催日:6月18日

参加人数:30社67名

14) 「JAAチャレンジアワード」入賞者セミナー

開催日:7月28日

参加人数:29社49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】

15) 「デジタル人材育成講座」

会場開催日:7月17日、7月24日、7月31日、8月7日

参加人数:16社18名

事業活動

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。

特に、広告を取り巻く環境が大きく変化する中で、「アドバイザーにとって広告とは何か、何であるべきか」を考え、言葉として明文化することを目的に「広告の定義プロジェクト」を立ち上げ、生活者との関係性、企業の責任、広告の役割や手段の多様化といった論点を深掘りするなど議論を重ねてきた。そして2025年4月、「広告の定義」として発表した。本定義は、広告に込められた意味や価値をアドバイザー自身の視点で言語化したものである。

【メディア委員会】

1) メディア横断のプランニング・効果測定に関する取り組み

広告出稿にあたり、複数のメディアをどのように使い分けているのか、またその際にどのような難点があるのかを明らかにすべく、メディア配分の実態についてアンケートを行い、59社から回答を得た。同アンケートの集計結果を出発点に、さらに課題を明確化すべく、5社のメンバーによるワーキンググループを組織し、媒体横断の出稿時の実際について定期的な議論を行った。各メディア専門委員会の調査研究については以下の通り。

<テレビ・ラジオメディア専門委員会>

2) 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、字幕付きCMの普及状況を定期的に調査し、最新トピックスとともに『字幕付きCM通信』を通じて業界全体に発信した。

<新聞メディア専門委員会>

3) 新聞媒体の活用のあり方に関する取り組み

各地域でのPR媒体としての新聞媒体を上手に活用した事例の共有をはじめ、新聞広告とSNSとの連携を前提とした新聞広告の新たな活用方法などについて研究を行い、日本新聞協会との共催セミナーでその成果を周知した。また新聞折込広告の活用法や広告効果測定データに関する研究成果などは、関係する日本新聞折込広告業協会やJ-MONITOR連絡協議会等と共催セミナーを開催し、幅広く調査・研究成果を周知した。

<雑誌メディア専門委員会>

4) 雑誌媒体の活用のあり方に関する取り組み

雑誌広告ビジネスにおけるデジタルタイアップについて研究を進め、日本雑誌広告協会による雑誌広告ビジネスの効果指標の統一化等に向けた取り組み「デジタルタイアップ価値証明プロジェクト」との連携によるセミナーで成果を周知した。また、日本ABC協会とも連携を深め、少人数による雑誌編集長との意見交換を実施するなど、雑誌ビジネスの深化をテーマに研究を行い、共催による特別フォーラムで啓発に取り組んだ。

<プロモーションメディア専門委員会>

5) 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。

<デジタルメディア専門委員会>

6) 「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)・JAAA・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。

7) デジタル広告市場の健全化に向けた取り組み

総務省による2025年6月9日の「デジタル広告の適正かつ効果的な配信に向けた広告主等向けガイダンス」を受け、同ガイダンス趣旨を広く会員企業に共有するため、JAA、JAAA、JIAA、JICDAQの四団体の主催で、総務省の吉田弘毅企画官を招き、アドベリフィケーション対応強化についてアドバイザー、広告会社、行政のそれぞれの立場から考え方、事例、課題について共有するセミナーを開催した。

併せて、一般社団法人デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）の認証制度の啓発・普及並びに登録アドバイザーへの参加促進活動を行った。

【サステナビリティ・コミュニケーション委員会】

8) サステナブルな企業コミュニケーションのあり方に関する取り組み

多様化する生活者のライフスタイルについての研究やダイバーシティに関する国内外のアドバイザーの取り組み事例の研究を行うと同時に、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を行い、それらに関する啓発セミナーを開催した。また、アドバイザーが広告コミュニケーションにおいてDE&Iの観点から注意すべき点をまとめた「広告コミュニケーションにおけるDE&Iガイドライン」の作成に着手した。

【ブランディング戦略委員会】

9) 「ブランド」に関する研究

「ブランド」の理論と実践の双方に造詣の深いアカデミシャンを招き、ブランドに関する基本的な考え方の説明と誤解されやすい点を整理するセミナーを行うとともに、各社の担当者のブランドに関する悩みや意見の交換を行った。

10) コーポレート・ブランドに関する研究

「企業風土変革」という切り口で、コーポレートブランドのつくり方・育て方をテーマにセミナーを開催するとともに、参加社の課題と取り組み事例の共有を行った。

【人材育成プロジェクト】

11) JAAゼミナールの実施

アドバイザーの直近の課題を検討し、以下のテーマで事例研究を実施した。

- ①「日清オイリオは「これからも。」～生活者はもちろん、コミュニケーションに携わる、すべての方とのポジティブな「共創」を目指して」
開催日：1月22日 参加人数：11社12名
- ②「アテニアが進める企業ブランディング再構築、そのステップとは」
開催日：4月11日 参加人数：9社9名
- ③「今企業が改めて押さえるべきレピュテーションマネジメント」
開催日：5月14日 参加人数：14社15名
- ④「“はみだせ！うみだせ！旭化成”新しい企業広告を開始した旭化成のチャレンジ」
開催日：7月22日 参加人数：15社17名

【総務委員会】

12) 『広告主動態調査2025』の実施

日経広告研究所との共同調査でアドバイザーの2025年の課題を探り、企業と生活者の新たな関係構築に向けた広告コミュニケーションの在り方について調査研究を行った。

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63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。

【応募期間】8月1日～10月1日

【対象作品】プリント広告(新聞広告、雑誌広告)、オーディオ広告(ラジオ広告、デジタル広告)、フィルム広告(短編フィルム、中編フィルム、長編フィルム)、OOH広告

【入賞発表】2026年1月15日

【表彰式】2026年2月26日

【応募総数】996件(第62回実績:965件)

入賞作品 JAA賞グランプリ

プリント広告部門 株式会社岩手日報社

3月11日を大切な人に「ごめんね」を言う日にも/教材化広告

〈審査員コメント〉

- ・震災の悲劇や悲しみを伝えつつ、記録を残し若い人に伝えていく大切さがわかる
- ・日常的に、大切な人への気持ちを言葉で伝えようと思った
- ・響く、惹きつけられる、心に残る
- ・後世に残してほしい取り組み
- ・普段の生活を大事にしたいと思った

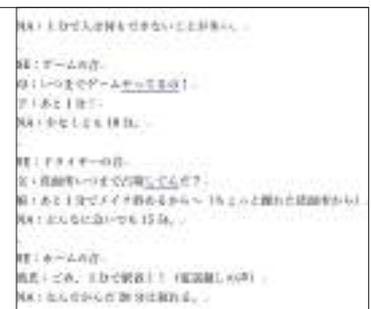


オーディオ広告部門 ライオン株式会社

「1分」篇

〈審査員コメント〉

- ・商品の機能性を1分で上手にアピールできていて面白い
- ・最後の一言がキレイなおチで◎
- ・60秒の尺をうまくいかしている
- ・本当に1分で?と試したくなった(笑)
- ・日常のアルアルに思わず笑ってしまう
- ・商品への落とし込みがスマート!
- ・掃除の手軽さがわかりやすい



OOH広告部門 サントリーホールディングス株式会社

特茶びったり広告

〈審査員コメント〉

- ・日本ならではの電車の正確さを利用した日本にしかできない広告
- ・コンセプト、アイデア共により
- ・伝え方がとても面白くて最高!!
- ・ずれたらずれたでまた話題になりそうなところも含めずごい
- ・実際に見てみたい



フィルム広告部門 短編フィルムの部 ホクレン農業協同組合連合会

牛乳といえば北海道、北海道といえば牛乳でしょ🥛
チーズといえば北海道、北海道といえばチーズでしょ🧀

〈審査員コメント〉

- ・ミルクとチーズの映像美につい見いってしまう
- ・北海道が強い！
- ・食材の魅せ方がうまい
- ・北海道の名産品であることがシンプルなのによくわかる
- ・牛乳やチーズを素材だけで表現していてとても魅力的



フィルム広告部門 中編フィルムの部 花王株式会社

お弁当づくり卒業証書

〈審査員コメント〉

- ・子供の卒業と親への感謝のメッセージがよい
- ・家族の物語に共感、心にささる
- ・全国のお母さんへの感謝状のようで、とても感動的で素敵なストーリー
- ・証書のお弁当に愛情を一杯感じる
- ・365 日家事を支える商品ということがわかる



フィルム広告部門 長編フィルムの部 株式会社岩手日報社

『広告シリーズの教材化』篇

〈審査員コメント〉

- ・後悔のない生活をしたいと改めて思える素晴らしい広告
- ・震災を風化させない今までの取り組みが学校の教材になることがさらに素晴らしい
- ・心理的防災はとてもよい言葉
- ・震災に限らず想いを伝えることの重要性心がしっかり伝わってくる



入賞作品

経済産業大臣賞

OOH広告部門 宮崎県西都市／一般社団法人まちづくり西都KOKOKARA

18歳の図書館

〈審査員コメント〉

- ・本の力の再認識
- ・とてもステキな取り組み。他の市町村でも是非！！
- ・引き止めでなく可能性を広げるという発想が若者に寄り添っていてとてもよい
- ・過疎化、本離れ等の社会問題に向き合い、若者に未来を託す活動



※なお第62回JAA広告賞入賞作品については、(株)ビジネスガイド社主催によるプレミアムインセンティブショー(東京、福岡)内で展示会を開催した。

事業活動

2) 第13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する。

【贈賞式】12月4日

入賞作品

対象部門 企業グランプリ部門

【応募期間】4月1日～8月30日

・グランプリ受賞サイト

【コーポレートサイト賞】

集英社 2026年度採用サイト(株式会社集英社)



【企業 BtoB サイト賞】

地域共創メディア[Lumiarch](NTT 東日本株式会社)



【企業 BtoC サイト賞】

クルマづくりマイスター(三菱自動車工業株式会社)



【プロモーションサイト賞】

百様図(株式会社大丸松坂屋百貨店)



【アクセシビリティ賞】

中外製薬 創業100周年サイト(中外製薬株式会社)



対象部門 Web人部門

- 【Web人賞】 岡崎 路易氏 (株式会社大丸松坂屋百貨店)
織田 友理子氏 (認定NPO法人ウィーログ)
鎌田 義之氏 (一般社団法人企業研究会)
川延 浩彰氏 (Figma Japan株式会社)
野見山 修一氏 (宮崎県都城市)
山田 陸氏 (株式会社サイバーエージェント)



3) 第3回U35 Creative & Communication Award 2025

実施概要:若手に挑戦と経験の機会を提供することを目的として、さまざまな企画の仕事に携わる35歳以下のビジネスパーソンが、コミュニケーション課題を解決するアイデアとクリエイティブを競い、優れたプレゼンテーションを行った人物を顕彰し表彰する。



【応募期間】9月4日～10月14日

【授賞式】12月4日

【授賞者】**最優秀賞:**加藤 茶子氏 (N35インターナショナル株式会社)

木野 咲氏 (N35インターナショナル株式会社)

優秀賞:瀧田 凱斗氏 (株式会社サイバーエージェント)

佐藤 瑞樹氏 (株式会社サイバーエージェント)

4) 第5回JAAチャレンジアワード

アドバイザー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アドバイザーを表彰するアワードで、本年度第5回目の実施となった。最終審査会及び贈賞式は6月に歌舞伎座タワーで開催した。なお、最終審査結果は以下の通り。



【金 賞】

「Brand Creative Challenge ばくモレ展」

内野 吾斗陸氏 岡田 愛莉氏

(株式会社NTTドコモ)

内野 吾斗陸氏



岡田 愛莉氏



【銀 賞】

「嫌われ家事“食器洗い”を再定義したキュキュットのコミュニケーション」

田中 美瑞氏

(花王株式会社)

田中 美瑞氏



【銅 賞】

「“認識のギャップを埋める”がん保険プロモーションの新たな挑戦」

長谷雄 友理香氏

(アフラック生命保険株式会社)

長谷雄 友理香氏



事業活動

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ほか、広告業界の様々な動向に対して緊急提言を配信した。

2025年度実績
48講座
4,893社10,026名

(2024年度実績 49講座 3,310社8,813名)

■JAAセミナー

【テレビ・ラジオメディア専門委員会】

- ①「在京テレビ局 戦略説明会 2025年1～2月」
開催日：1月20日(テレビ東京)、1月22日(日本テレビ)、1月23日(テレビ朝日)、1月27日(フジテレビ)、2月13日(TBSテレビ) 参加人数：296社547名
- ②「声で繋がるリスナーシップ：TBS Podcast『OVER THE SUN』に学ぶ 音声マーケティングの可能性」
開催日：5月27日 参加人数：46社63名
- ③「フジテレビ再生・改革に関する取り組み説明会」
開催日：5月30日 参加人数：104社253名
- ④「フジテレビ再生・改革に関する取り組みについて」
開催日：7月1日 参加人数：75社199名
- ⑤「データで進化する音声広告 — radiko Adが拓く“隙間時間”アプローチ」
開催日：11月17日 参加人数：20社25名
- ⑥「有料BS・CS放送だからこそ、そこには購買力のある視聴者が — 視聴データから見る、多チャンネルサービスと最新広告事例」
開催日：12月10日 参加人数：6社8名
- ⑦「民放公式の動画配信プラットフォームTVerの現在地～コンテンツの特徴と強みを探る」
開催日：12月17日 参加人数：82社149名

【新聞メディア専門委員会】

- ⑧「定点調査の分析とアドバイザー事例から見る、新聞広告ができること」
(J-MONITOR連絡協議会共催)
開催日：3月13日 参加人数：52社153名
- ⑨「新たな視点でとらえる新聞折込広告のメディアポテンシャル」(日本新聞折込広告業協会共催)
開催日：10月30日 参加人数：74社138名
- ⑩「新!新聞広告 ～SNS拡散だけじゃない!令和時代の新聞広告～」(日本新聞協会共催)
開催日：12月8日 参加人数：88社154名

【雑誌メディア専門委員会】

- ⑪「出版デジタルタイアップレポート統一化と出版社制作の動画広告の最新事例
～雑誌および雑誌デジタルの活用にあたって～」
開催日：1月28日 参加人数：46社78名
- ⑫「編集長が語る、メディアの今とこれから」(日本ABC協会共催)
開催日：7月9日 参加人数：17社23名
- ⑬「進化する雑誌ビジネス～Z世代メディアの編集長たちが語るきざし～」(日本ABC協会共催)
開催日：10月2日 参加人数：395社834名
- ⑭「雑誌編集長との交流会：広がる“やさしさ”、深まる“つながり”
～社会を結ぶメディアの力～」(日本ABC協会共催)
開催日：11月20日 参加人数：15社20名

【プロモーションメディア委員会】

- ⑮ 「TAKANAWA GATEWAY CITY見学会」
開催日：6月19日 参加人数：20社37名
- ⑯ 「OOHの未来を拓く：プランニングとメジャメントの最前線」
開催日：7月16日 参加人数：62社106名
- ⑰ 「リテールメディア：デジタルとリアルで潜在顧客に効果的な訴求を
～店頭を核とするこれからのマーケティング戦略とは～」
開催日：9月25日 参加人数：17社20名

【広告取引委員会】

- ⑱ 広告法務セミナーI「2024年度JARO広告審査の概況と事例」（広告関係8団体共催）
開催日：8月20日 参加人数：966社2582名
- ⑲ 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」（広告関係8団体共催）
開催日：9月12日 参加人数：277社422名

【デジタルメディア委員会】

- ⑳ 「プラットフォームが取り組むデジタル広告の品質管理を学ぶ
～より安全で、効果的な広告配信を実現するために～」
開催日：2月4日 (Meta社)、2月5日 (Google社)、2月6日 (LINEヤフー社) 参加人数：175社412名
- ㉑ 「アドバイザー企業向けJICDAQ説明会」
開催日：1月27日、4月16日、7月1日、10月16日 参加人数：107社148名
- ㉒ 「デジタル広告の『今そこにある危機』——総務省ガイダンスから読み解く、
知っておかなければならないリスクと求められる対応」
開催日：6月16日 参加人数：322社967名
- ㉓ 「JICDAQ ANNUAL REPORT説明会」
開催日：12月1日 参加人数：73社128名

【サステナビリティ・コミュニケーション委員会】

- ㉔ 「若年層インサイト：Truth About Youth Japan～Z世代の真実～調査レポート」
開催日：7月18日 参加人数：32社60名
- ㉕ 「人々を突き動かすサステナビリティ・コミュニケーションとは」
開催日：9月19日 参加人数：14社18名

【ブランディング戦略委員会】

- ㉖ 「企業風土変革から始めるコーポレートブランディング(みずほFG)」
開催日：9月2日 参加人数：11社12名
- ㉗ 「ブランド再考——「知ってるつもり」を超えて(丸の内ブランドフォーラム)」
開催日：10月6日 参加人数：12社15名

【JAA広告賞プロジェクト】

- ㉘ 「JAA広告賞『消費者に響く広告創りの秘訣』」
開催日：7月29日 参加人数：50社87名

【クリエイティブ委員会】

- ㉙ 「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」5団体セミナー
開催日：11月28日 参加人数：106社218名

【デジタルマーケティング研究機構】

- ㉚ 「Webグランプリフォーラム」
開催日：2月25日 参加人数：138社225名

事業活動

③①月例セミナー「広告業界への緊急提言：信頼回復と健全な発展に向けて」

開催日：3月25日 参加人数：103社132名

③②月例セミナー「ダークパターンについて講演・ディスカッション」

開催日：4月22日 参加人数：87社110名

③③月例セミナー「SXSW報告会」

開催日：5月13日 参加人数：81社103名

③④月例セミナー「デジタルマーケティング領域におけるAI活用の未来」

開催日：6月23日 参加人数：109社146名

③⑤月例セミナー「カンヌライオンズ2025報告会」

開催日：7月22日 参加人数：138社266名

③⑥月例セミナー「若手クリエイターが語る、アイデアづくりと企画化のツボ」

開催日：8月26日 参加人数：74社99名

③⑦月例セミナー「メーカーECの今を知る メーカーECの現在地」

開催日：9月24日 参加人数：43社62名

③⑧月例セミナー「顧客価値起点の製品開発～コンセプト設計の本質～」

開催日：10月30日 参加人数：76社146名

③⑨月例セミナー「Cookie同意ツールの課題と企業の取り組み」

開催日：11月25日 参加人数：92社116名

【その他】

④①「ROI視点で考える、ブランディング施策のPDCAの在り方」(マクロミル)

開催日：5月29日 参加人数：93社228名

④②「広告表現における“人権 (DEI・ジェンダー) 配慮”について考えてみる」(オリコム)

開催日：6月3日 参加人数：11社13名

④③「これまでの出稿データを資産に変える 広告会社任せではないこれからの統合マーケティングの在り方(スイッチメディア)」

開催日：6月24日 参加人数：75社153名

④④「FIELD MANAGEMENT EXPAND: Logic First からの脱却 ～集客数110% 成長へ～ (FIELD MANAGEMENT EXPAND)」

開催日：7月25日 参加人数：3社3名

④⑤「ユーザー行動データが鍵を握る！ ～行動起点の可視化による顧客理解の深化～」(LINEヤフー)

開催日：8月5日 参加人数：50社72名

④⑥「なぜ花王はCMの売上貢献を適正化できたのか 売上効果を生むテレビCM投入モデル」(スイッチメディア)

開催日：9月29日 参加人数：47社103名

④⑦「広告投資(マス・デジタル)におけるリスク管理 ～アドバイザーに不利な情報格差問題を是正するために～」(デロイト トーマツ エスピーアイ)

開催日：10月22日 参加人数：35社60名

④⑧「認知からコンバージョンまで デジタル屋外広告(DOOH)を起点とした 統合マーケティング戦略」(ジーニー)

開催日：11月11日 参加人数：50社73名

④⑨「総務省ガイダンスにみえるデジタル広告のリスク管理」(デロイト トーマツ エスピーアイ)

開催日：12月1日 参加人数：28社40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、アドバイザー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。

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)、日本アド・コンテンツ制作協会(JAC)、日本広告制作協会(OAC)、Interactive Communication Experts (I.C.E.)の5団体による合意に基づき、「持続可能なパートナーシップ構築のための広告制作プロセスマネジメントハンドブック【2025年度版】」を発行、5団体共催による説明会の実施
- ②JAAA、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組織 一般社団法人デジタル広告品質認証機構(JICDAQ)の普及啓発活動
- ③CODA(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
- ④日本民間放送連盟、JAAAと連携し、字幕付きCMの普及推進
- ⑤衛星放送協会の協力によりセミナー「有料BS・CS放送だからこそ、そこには購買力のある視聴者が——視聴データから見る、多チャンネルサービスと最新広告事例」を開催
- ⑥日本新聞協会とセミナー「新! 新聞広告～SNS拡散だけじゃない! 令和時代の新聞広告～」を共同開催
- ⑦J-MONITOR連絡協議会と「定点調査の分析とアドバイザー事例から見る、新聞広告ができること」を共同開催
- ⑧日本雑誌協会、日本雑誌広告協会による調査「M-VALUE DIGITAL」に関する意見交換の実施
- ⑨日本新聞折込広告業協会とセミナー「新たな視点でとらえる新聞折込広告のメディアポテンシャル」を共同開催
- ⑩日本ABC協会とセミナー「編集長が語る、メディアの今とこれから」「進化する雑誌ビジネス～Z世代メディアの編集長たちが語るさざし～」 「雑誌編集長との交流会: 広がる“やさしさ”、深まる“つながり” ～社会を結ぶメディアの力～」を共同開催
- ⑪JAAA他関係団体・企業を起点としたOOH広告の効果を可視化する団体「日本OOHメジャメント協会」設立への協力
- ⑫日本アド・コンテンツ制作協会による「みんなの声プロジェクト」に対し、広告業界がよりよくなるために、アドバイザー・広告会社・プロダクション・制作スタッフの垣根を超え、みんなからの声を集めるプロジェクトにアドバイザーの立場として協力
- ⑬UN 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
- ⑭日本広告学会 第56回全国大会「広告コンクールに学ぶ広告のあるべき姿」への助成、講師派遣
- ⑮日本広告審査機構他関連団体と広告法務セミナーの共同開催

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広報誌『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。