

I. 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. 消費者を含むアドバイザーなどの関係者の法的権利の保護
4. アドバイザー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

II. 活動計画

本年度は、技術革新に対応したコミュニケーション活動のための環境整備と人材育成に注力し、社会におけるコミュニケーション活動の価値の向上と広告業界の健全かつ持続可能な発展を目指す。具体的には以下の通り。

1. 生活者の信頼を得る広告活動の推進

以下の活動を通じて、持続可能な広告活動の促進、社会的価値の創出をはかる。

1) 広告倫理と透明性の強化

- ① 広告の再定義
- ② 高い倫理観に基づく透明・公正な取引環境の整備
- ③ JICDAQとの連携徹底によるデジタル広告の透明性の推進

2) 社会課題に対応したコミュニケーションのあり方の研究・環境整備

- ① DEI・脱炭素等社会課題への取り組みに関する国内外の取り組みを研究並びにガイドライン・ルール作りの検討
- ② 企業の社会課題に対応するコミュニケーション活動に対する生活者の反応調査

上記の取り組みにあたっては、関係団体、学会、学生広告研究団体等と連携し調査・研究を行い、その成果物については普及、啓発、理解促進のために各種セミナーを実施する。

2. 人材育成

以下の活動を通じて、広告業界の次世代リーダーを育成し、業界の持続可能な発展と生活者主体のコミュニケーション活動の促進を目指す。

1) 人材育成プログラムの強化

- ①階層・経験年数に応じたプロフェッショナル育成のためのプログラムの再構築及び認定制度の導入の検討

2) 会員間の知見の共有

- ①理事、委員、会員（特に関西・東海地区）間のネットワーキングの機会提供

3) 会員の課題解決に向けた相談助言事業の強化

- ①経験豊富な人材の活用

3. 効率効果の改善の研究とそれに向けた諸課題の解決

以下を通じてコミュニケーション活動全般の効率効果を高め、生活者視点での広告環境の改善をはかる。

1) 各媒体の統一的な効果測定指標の整備と運用促進

2) 統合的なマーケティング施策に必要なデータの確立に向けた研究及びステークホルダーへの提言

3) リテールメディア等新たなメディアの研究

4) 広報・販促などを含めたトータルコミュニケーションの研究

上記の取り組みにあたっては、関係団体、学会、学生広告研究団体等と連携し調査・研究を行い、その成果物については普及、啓発、理解促進のために各種セミナーを実施する。