

J



A



公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会のご案内



A



JAA

JAPAN ADVERTISERS ASSOCIATION INC.

- 協 会 名 | 公益社団法人日本アドバイザーズ協会
JAPAN ADVERTISERS ASSOCIATION Inc.
- 設 立 | 1957年(昭和32年)
- 所 在 地 | 東京都中央区銀座3-10-7 ヒューリック銀座三丁目ビル8階
- 理 事 長 | 川村 和夫(明治ホールディングス株式会社)
- 事業内容 | 人材育成事業 調査研究事業 表彰事業 啓発普及事業
相談助言事業 他団体への支援連携事業 広報事業

ご 挨 拶

公益社団法人日本アドバイザーズ協会

理事長 川村 和夫

(明治ホールディングス株式会社)



公益社団法人日本アドバイザーズ協会 (JAA) は、広告界にあって、日本で唯一のアドバイザー (広告主) のみを会員とする公益法人です。

メディアの多様化や社会の価値観が変容する中で、広告が果たすべき役割と機能はさらなる進化を求められております。広告は、生活者との双方向コミュニケーションを通じて、社会課題の解決に取り組み、新しい価値を提供する存在になっていかなければなりません。

我々アドバイザーは、生活者に必要な情報を「伝わる」形で提供し、流行や文化を創ることで、生活を豊かにし、社会をより良い方向に変えていけるよう取り組んでまいります。

JAA は、会員の皆様と共に、広告の価値を再定義し、不断の価値向上に取り組み、日本経済、社会の発展に貢献してまいります。皆様方の格別のご支援、ご協力をお願い申し上げ、ご挨拶といたします。

JAAについて

60年以上の歴史を持つ、 日本で唯一のアドバイザーのための公益法人です

日本アドバイザーズ協会（JAA）は、広告活動の健全な発展への貢献目的に、アドバイザーのみを会員とする日本で唯一の公益社団法人です。1957年の設立以来、下記を中心に、アドバイザーにとって有益となる活動を行っています。

JAA参画のメリット

実務に活かせる、最新情報

開催するセミナー・勉強会は、すべてがアドバイザーの視点で組み立てられています。他社事例や課題改善策など、JAA でしか聞けない情報は「実務ですぐに役立つ!」と、高い評価を得ています。激しく変化するコミュニケーション環境の中、個社ではフォローが難しい領域に関しても業界の動向がつぶさにわかり、効率的に変化への対応ができます。

一流のアドマン、マーケターが育ちます

JAA 会員は広告・マーケティング業界のトップクラスの人材が集まっています。こうした人材との交流を通してコミュニケーション戦略やブランディングなどのより深い知識とノウハウが身につき、一流のアドマンが育成されます。JAA の講座に参加した多くの方が、企業を代表する人材として活躍しています。

幅広い人材交流から生まれるビジネスチャンス

JAA 会員企業は様々な業種に及んでいます。勉強会、研修会は異業種交流や人脈形成の場としても大いに活用でき、こうした交流の中からアドバイザー同士のビジネスにつながってゆくケースもあります。実際に JAA での交流をきっかけに、アドバイザー同士でのキャンペーンコラボレーションや商品タイアップなども生まれています。

1社では難しい交渉もJAAが解決します

JAA ではアドバイザーの「声」を反映し、広告活動における諸課題に関して、広告界諸団体、官界等と協働・折衝を行っています。個社では難しい交渉も、JAA から業界団体に働きかけることが可能です。これまでも、広告取引に関する関係者・団体との一括交渉を行う事で、媒体料金値上げに対する抑止力効果が生まれるなどの成果がありました。

JAAの主な事業

情報発信・共有

セミナーや勉強会を開催し、アドバイザーの事業活動に役立つ広告やマーケティングの最新情報や事例を発信しています。

人材育成

実践的な業務知識を学ぶため、経験や分野に応じた階層別・目的別の勉強会や研修会を開催しています。

調査研究

媒体の利用実態や広告活動の成果測定を把握するため、包括的な調査研究を実施し、研究結果を共有しています。

広告コンクール運営

広告活動の発展のため、先進的な取り組みや建設的な貢献事業を担う企業・団体・個人に対して表彰を行っています。

他団体への支援連携

広告活動の健全な発展を目指し、関係団体との多様な連携事業を推進しています。

相談助言

広告会社との取引契約基準や広告制作における運用上のガイドラインなどに関する的確な助言を行っています。

JAAの関連組織

デジタルマーケティング研究機構

1999年4月1日発足。業界の枠を超えてWeb広告・マーケティングに取り組むすべてのプレイヤーによる研究活動を行う実践の場として活動し、アドバイザー、広告会社、制作会社、調査会社、テクノロジーベンダーなど様々な業種から約340社が参画しています。



JICDAQ:一般社団法人 デジタル広告品質認証機構

2021年3月1日発足。デジタル広告関連事業者の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する組織。アドバイザーと広告業界関係者が協働してデジタル広告品質の向上を目指します。



World Federation of Advertisers:世界広告主連盟

ベルギー・ブリュッセルに本部を置く、世界最大のアドバイザー団体。世界60以上の国、地域のアドバイザー企業と団体で構成され、構成メンバーの総広告費は世界のマーケティングコミュニケーション費の90%にのびます。WFAの調査やステートメントは業界において大きな影響力を持ち、常にその動向が注目されています。



組織・委員会について

広告活動に関わる多様なテーマの委員会を通して、 知見や事例の共有など活発な活動を行っています

JAAの主な活動は委員会・プロジェクトと、連携組織であるデジタルマーケティング研究機構によって企画・運営されています。JAAの委員会・プロジェクトでは、主にマス広告を中心に広告取引やクリエイティブ、社会課題まで幅広い領域に取り組んでおり、デジタルマーケティング研究機構ではデジタルマーケティングの専門的な調査・研究に取り組んでいます。

なお、JAAはアドバイザーのみで構成されていますが、デジタルマーケティング研究機構はアドバイザー、媒体社、広告会社、デジタルマーケティング関連企業などが加わり、活動を行っています。

テレビ・ラジオメディア委員会

委員長：今西 周（日本コカ・コーラ株式会社）
副委員長：堀田 晶子（サントリーホールディングス株式会社）

アドバイザーがテレビ・ラジオメディアを効率的に活用するために、広くアドバイザーや広告界、生活者に対して、有益な情報提供を行います。また、アドバイザーの立場から、広告界あるいは広く社会に向け、テレビ・ラジオ広告の発展・向上への改善提案、主張などを行うことで、アドバイザーから発信されるテレビ・ラジオ広告の質的レベルが向上し、広く生活者の豊かな生活の実現に寄与します。

デジタルメディア委員会

委員長：山口 有希子（パナソニック コネクト株式会社）
副委員長：高橋 満（資生堂ジャパン株式会社）

デジタル環境下においても広告活動の適正化と広告取引の透明化を実現し、生活者から信頼される広告の発信を目指した取り組みを進めていきます。そのために、外部関係機関とも連携してデジタル領域への専門性を担保しつつ今日的な広告モデルを探索していきます。

プロモーションメディア委員会

委員長：鈴木あき子（サントリーホールディングス株式会社）

デジタルサイネージも含む交通広告や屋外広告だけでなく、イベントなども含めたプロモーションメディアを効率的に活用するための効果的な活用方法の研究をはじめ、都市開発に伴う新施設や商業施設の出現における生活者の行動導線変化を把握し、新たな媒体の活用法を研究します。また、関係団体や広告界に対し、プロモーションメディア広告の効果測定データの改善提案や主張などを行うことで、アドバイザーから発信されるプロモーションメディア広告の質的レベルを向上させ、広く生活者の豊かな生活の実現に寄与します。

プリントメディア委員会

委員長：田原 光晃（日本たばこ産業株式会社）
副委員長：立山 昭洋（花王株式会社）

アドバイザーがプリントメディアを効率的に活用するために、成功事例の共有をはじめ、データの整備・拡充やコンテンツを活用した生活者とのコミュニケーションのあり方について研究を行い、その成果を広く広告界、生活者に対して、情報提供を行います。また、アドバイザーの立場から、関係する広告団体と協調し、新聞・雑誌広告の発展・向上への改善提案、主張などを行うことで、アドバイザーから発信されるプリントメディア広告の質が向上し、生活者に信頼性の高い情報が届けられるなど、広告活動の健全な発展に寄与します。

クリエイティブ委員会

委員長：熊切 淳（株式会社リクルート）

クリエイティブ表現の研究やトップクリエイターとの意見交換から、広告の送り手側、作り手側のクリエイティブ力、表現力、コミュニケーション力の質的向上を目指します。さらに、新しいコミュニケーションツールやさまざまなメディアに適した広告表現の研究を通じ、豊かな社会の実現と、広告の受け手である生活者との信頼構築に貢献します。また、広告会社、制作会社との「パートナーシップ」のあり方を考察し、広告制作領域における環境改善と効率化を推進しています。

広告取引委員会

委員長：野澤 英隆（ネスレ日本株式会社）

広告法規の遵守を徹底し、広告関連の知的財産権の研究・隣接権者との協議及びその成果の共有により広告業界の健全な発展に寄与します。また、円滑で健全な広告取引、効率的・効果的なビジネスモデルの研究による消費者コミュニケーション活動の信頼性の向上を目指します。

ダイバーシティ委員会

委員長：幼方 聡子（東レ株式会社）

副委員長：小池 哲夫（株式会社ワコール）

世界的な潮流であるダイバーシティ&インクルージョンへの取組みを研究し、広告表現におけるダイバーシティのあり方や、広告業界におけるジェンダー視点での働きやすい環境づくりに向けた活動を行います。また、Un Women（国連女性機関）による、国際的なプロジェクト「Unstereotype Alliance 日本支部」（メディアと広告におけるジェンダー視点での固定概念を撤廃するための基盤）に、創設メンバーとして参画をしており、広告における有害なジェンダーのステレオタイプや、アンコンシャスパイアス（無意識の偏見）排除に向けた活動を推進しています。

協会運営サポート委員会

委員長：片上 崇（味の素株式会社）

副委員長：平原 秀人（三井不動産株式会社）

協会のガバナンス強化を目的として、総会、理事会で審議・報告する事項の事前審議を行い、広告業界全体と連携しながら、協会の健全な発展につなげていきます。また、旧広報委員会を継承し、協会に関わる新規会員獲得の施策立案、入会希望企業・団体の事前審査等を行うほか、入会基準のアウトライン作成など検討します。引き続き、協会PRに関する施策や会報誌等の内容の検討も行っていきます。

コミュニケーション戦略研究プロジェクト

リーダー：森井 理博（パナソニックホールディングス株式会社）

副リーダー：辻本 聡（トヨタ・コニック・プロ株式会社）

多様化するコミュニケーションチャネルの統合的な戦略立案と効果の可視化に関する研究のほか、BtoB広告やグローバルブランディングに関する国内外の事例研究を進めます。旧国際委員会の活動も継承します。

SDGsコミュニケーション研究プロジェクト

リーダー：小和田 みどり（ライオン株式会社）

副リーダー：田辺 義晴（鹿島建設株式会社）

SDGsの達成に向けて企業での取り組みが広がる中、SDGsの今を学び、アドバイザーとして何ができるのか、何をすべきなのか、様々な先進事例を研究しながら、生活者とのコミュニケーション活動への活かし方等について研究を行います。また、アドバイザーのSDGsコミュニケーションスキルを向上させることで、広く生活者との良好な関係構築に寄与していきます。

人材育成プロジェクト

リーダー：霜田 朝之（株式会社オリエンタルランド）

副リーダー：澤村 環（アフラック生命保険株式会社）

各委員会の活動成果に基づき、広告の健全な発展を担う人材を育成するためのセミナーを開催しています。同様に、地方でもセミナーを開催し、首都圏に片寄りがちな情報の共有を図り、地域格差の是正に取り組んでいます。これらのセミナーには一般の方も有料で参加できます。チャレンジアワードに関する事業の企画、推進も当プロジェクトで進めていきます。

JAA広告賞プロジェクト

リーダー：岩井 信幸（第一三共ヘルスケア株式会社）

生活者視点から優れた広告を選考する「JAA 広告賞 消費者が選ぶ広告コンクール」を主管しています。同事業を通じ、生活者が共感するコミュニケーションのあり方を考察し、生活者とアドバイザーのよりよい関係構築に貢献するとともに、広告の健全な発展に寄与します。

デジタルマーケティング研究機構

代表幹事：中村 俊之（株式会社ポーラ）

副代表幹事：西田 健（キャンノンマーケティングジャパン株式会社）

マーケティング・コミュニケーションに必須となったデジタルの活用について、アドバイザーのみならず、広告会社や制作会社などと共に広く活発な研究を行い、その成果を共有しています。

セミナーのご紹介

多岐にわたるセミナーやワークショップを開催。 JAA 会員企業は全て無料で参加が可能です

広告やマーケティングにたずさわるトップの人材を講師にお呼びし、事業活動に役立つ広告やマーケティングの最新情報や事例を発信しています。

テレビや新聞などのマス広告をはじめ、デジタルマーケティングや広告取引など、マーケター必聴の多種多様なセミナーをラインナップし、毎回多くのアドバイザーにご参加いただいています。また少人数勉強会では、他では聞くことができない JAA だからこそ「ここだけ話」を聞くことができます。

2022年開催セミナー例

デジタルメディア

- 「デジタル広告を取り巻く環境はどう変化しているのか
～今起きていること、これから起こること～」
- JAA 会員社向け JICDAQ 事業概要及び登録アドバイザーに関する説明会

テレビ・ラジオメディア

- 「テレビメディアの現在地 ～未来図と効果的な活用を探る～」
- 「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」
- 在京テレビ局 戦略説明会(全5回)

プリントメディア(新聞)

- 「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～
- 『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～(J-MONITOR 連絡協議会共催)
- 「SDGs 時代のパーパスブランディングと新聞広告の役割」

プリントメディア(雑誌)

- 「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」

クリエイティブ

- 「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」

コミュニケーション戦略

- 少人数制ミーティング：統合型メディアプランニングとは？
デジタルシフト時代のコミュニケーションプランニングの考え方を学ぶ(全3回)
- “MAKE WAVES” ヤマハがすすめるブランドプロミス
- 「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」
- 少人数制情報交換会：Global One Hitachi
「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」

SDGsコミュニケーション

- 「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～」
- 「まちづくりを通してサステナブルな社会へ ～三井不動産のSDGsコミュニケーション～」
- 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

ダイバーシティ

- 「今若い世代はジェンダーをどう考え、捉えているのか？」
- 「NEC way -NECのI&Dの取り組み、グループガバナンス-」
- 「しなきゃ、なんてない。」LIFULLのブランドコミュニケーション

プロモーションメディア

- 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
(デジタルマーケティング研究機構共催)
- 「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」

広告取引

- 一度は学ぼう。広告制作に関する法規制セミナー(全5回)
- 一度は学ぼう。広告制作に関する法規制セミナー延長戦：少人数制情報交換会
- デジタル広告法務セミナー「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、JAAA共催)

人材育成講座のご紹介

JAAでしか受講することができない、 充実した人材育成講座をラインナップしています

実践的な業務知識を学ぶため、広告業務の経験や分野、階層に応じた多数の人材育成プログラムをご用意しています。広告、マーケティング業界でもトップクラスの人材を講師に迎え、高い評価を得ています。

階層別 勉強会

「超」基礎講座 (初心者対象講座)

新たに広告宣伝セクションに配属となった方々を対象に、広告の基礎を半日で学ぶ講座です。テレビ、新聞、雑誌などのマスメディアからデジタルマーケティング、クリエイティブまでをアドバイザーの視点でわかりやすく解説します。年2回開催しており、毎回200名超の受講がある人気講座です。

実践広告塾 (中級者対象講座)

経験豊富なマーケターやクリエイターがより実践的かつ実務に役立つ取り組み等を紹介する、広告宣伝実務経験3年未満の中級者を対象とした講座です。合計8日間にわたる充実したプログラムが特徴で、講師陣は各企業の広告宣伝セクションの最前線でご活躍されている方々ばかりです。豊富な事例に基づくバラエティ豊かなカリキュラムは、他では聞くことができない「ここだけ話」が盛りだくさんです。

*有料

新任課長講座 新任部長講座

他部門から広告宣伝部門に異動され、広告界独自の商習慣に日々戸惑いを感じながらも慌ただしくお仕事をされている管理職の方々を対象とした、日々のお悩み、疑問・課題などを解決に導くための勉強会&情報交換会です。各企業の現役部長・課長にモデレーター役を依頼し、広告宣伝部署のマネジメントに必要な実践的なノウハウを伝授していただきます。

2022年 実践広告塾 講座例

ソーシャルコミュニケーションの基本と活用事例

日本航空株式会社
山名 敏雄氏

新聞広告の上手な使い方

味の素株式会社
三輪 壮氏

電波メディアの有効活用について～バイイングから～

日清食品ホールディングス株式会社
米山 慎一郎氏

B to B企業のブランド戦略

横河電機株式会社
瀬戸口 修氏

新たなブランド体験の創出に向けて

日本コカ・コーラ株式会社
今西 周氏

トータルコミュニケーションに必要な視点とは

アフラック生命保険株式会社
森 有紀氏

職能別 勉強会

クリエイティブ塾

クリエイティブの効果検証や KPI などの課題を、参加者の事例発表やディスカッションを通して、検討・解決してゆく参加型の勉強会です。第一線で活躍するクリエイターをお招きしながら、アドバイザーの目線でクリエイティブを多角的に理解、検討しています。

*有料

デジタル人材育成講座

マーケティングコミュニケーション施策を推進していく上でデジタルをよりシームレスに活用することを目指す、アドバイザー企業のマーケティング担当者を対象とした講座です。デジタルに関する知識や考え方だけでなく、マーケティングやコンプライアンスも含め、総合的に学ぶことができます。

*有料

2022年 クリエイティブ塾 講座例

モデレーター
株式会社東北新社 顧問/CMディレクター/
エグゼクティブクリエイティブディレクター
中島 信也氏

第1回	豊かな社会に向けて 一広告を通じて企業がすることー	中島 信也氏
第2回	企業から見たCM/動画制作の超基本と「アート」「サイエンス」のバランス	株式会社リクルート 萩原 幸也氏
第3回	デジタル時代におけるコミュニケーションプランニングとは	サッポロビール株式会社 福吉 敬氏
第4回	「コアアイデアの創出」と「マインドセット」 ～ライオン流クリエイティブの考えかた～	ライオン株式会社 片桐 理氏
第5回	サントリー流クリエイターとのコミュニケーション術 ～奇跡の確立をあげるために～	サントリー株式会社 重野 謙介氏
第6回	明日から実践! グループワーク	全講師

*社名表記は開催時点の表記です。

調査・研究活動のご紹介

今では当たり前となっている業界のルールの中には JAA が作りあげてきたものが数多く存在しています

アドバイザーなら当然知りたいデータや情報も、なかなか整備されないのが広告界の現状です。媒体の利用実態や広告活動の成果測定を把握するため、他団体とも連携しながら包括的な調査研究を実施し、その結果をアドバイザーと共有しています。今では当たり前となっている広告界の常識も、JAA からの提言で変革した成果が多くあります。

M-VALUE

雑誌広告効果測定調査 「M-VALUE」の導入

関係団体に働きかけ、2013 年に雑誌広告の効果測定調査として M-VALUE 調査が実施されました。各出版社の雑誌を同じフレームワークで調査を行うことにより、個々の雑誌の広告効果を横並びで確認できるとともに、データを蓄積することで雑誌広告の効果を測るノーム値が整備されました。

報酬制度の見直し

2003 年、「広告会社への報酬制度～フェアな取引に向けて」を発表。これを機に、広告取引の透明性、フィーとコミッションという言葉が広告界に定着し、広告会社における報酬制度の見直しを図る機運を醸成することになりました。

「基本契約書モデル案」を発表

広告宣伝取引に関する契約を交わす際の指針となるよう、1998 年に「広告宣伝取引に関する基本契約書モデル案」、2000 年に「タレント広告出演契約書モデル案」などの基本ルールを確立し、広告界全体のクオリティアップに貢献しました。また、2009 年には「基本契約書モデル案」の改訂版を発表しました。

CM 共通コードの導入

地方局などによる契約 CM 未放送問題に対して迅速に対応。テレビ CM の正確な運用を目的に各団体に働きかけ、10 桁の CM 共通コード付与が義務付けられました。これにより、ミスの防止と容易に放送確認ができるシステムを確立しました。



新聞広告共通調査 プラットフォーム 「J-MONITOR」の導入

長年にわたり日本新聞協会、新聞各紙に働きかけた結果、2011 年に新聞広告共通調査のためのプラットフォーム J-MONITOR が導入されました。これにより、これまで各新聞社が独自に調査していたものを共通のプラットフォームで調査することが可能となり、新聞社間の横並び比較が容易にできるようになりました。



字幕付きCMの普及推進

総務省からの呼びかけにより、日本民間放送連盟、日本広告業協会、日本アドバイザーズ協会による「スマートテレビ時代の字幕等のあり方に関する検討会」が実施されました。その後、2014 年に「字幕付き CM 普及推進協議会」を設立し、技術面・運用面等普及に向けた課題の解決に向けて検討を継続しています。

交通広告共通指標の策定

交通広告の関係団体と継続的に検討を重ね、2015年4月1日より共通指標推定モデルの策定、および推定システムの運用が一部開始となりました。これにより、各鉄道会社共通の指標で交通広告の効果が算出可能となりました。

広告制作取引 受発注ガイドラインを策定

広告業務に携わる関係者全員がこれまでの働き方を見直し、長時間労働を抑制するための取り組みとして、関係団体と共に「広告制作取引『受発注』ガイドライン」を策定しました。広告業務における長時間労働削減へ向けた取り組みをアドバイザーの立場から推進しています。

JICDAQの設立

デジタル広告関連事業者の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するため、日本アドバイザーズ協会、日本広告業協会、日本インタラクティブ広告協会の広告関係3団体は、「一般社団法人 デジタル広告品質認証機構（通称：JICDAQ）」を2021年に設立しました。

テレビCMの 有事対応に関する検討

東日本大震災をきっかけに、関係団体へ有事の際のTVCM放送に関する基本対応ルールの作成を提案。2016年に在京5局は「重大な事象が発生したことにより、番組内容の変更が発生した場合は各局の判断で何らかの対応をとる」との考え方を示しました。更に、「重大な事象」の定義について更に踏み込んだ「重大な事象発生時のテレビジョン放送に関して」を取りまとめています。

アドバイザー宣言

日本アドバイザーズ協会では、会員社のメンバーで構成するデジタルメディア委員会（1996年2月設立）を中心に、デジタル環境下における広告活動の適正化と広告取引の透明化、生活者のよりよいデジタル体験と、健全な業界発展への一助となることを目指し活動を進め、2019年に「デジタル広告の課題に対するアドバイザー宣言」を発表。成長の陰で顕在化してきているデジタル広告の課題について、アドバイザーとすべてのパートナーが取るべき8つの原則をまとめました。

WFAによる DEI Census 2021に参画

WFAが27の国と地域で実施した、世界のマーケティング・広告業界におけるダイバーシティ・インクルージョン（D&I）の調査（業界全体の労働力構成や、職場での多様性、公平性、包括性に対する人々の認識）に、日本の窓口として協力、会員社・業界団体へのアンケート回答依頼を通じて、アドバイザーのみならず業界全体のD&Iに関する意識や取り組み状況の実態把握に努めました。

広告コンクール運営

広告活動の一層の発展のため、広告コンクールを開催し、
先進的な取り組みや建設的な貢献事業を担う
企業・団体・個人に対して表彰を行っています

Pick Up

JAA 広告賞 消費者が選んだ広告コンクール

JAA 広告賞は、生活者視点から優れた広告を表彰することを通じて、時代に即したコミュニケーションのあり方を模索し、広告の健全なる発展に寄与することを目的に開催しています。数ある広告賞の中でも広告の受け手である消費者が実感に基づいて審査するという世界でも類を見ない大きな特徴を持つ総合広告賞です。



消費者が選んだ
広告コンクール

Web グランプリ

Web グランプリは、企業にスポットを当てた「企業グランプリ部門」と人にスポットをあてた「Web 人部門」の2つの部門で構成されています。企業グランプリ部門では、応募各社の審査によって受賞作品を決定する、相互審査方式を取り入れており、Web に関わる人々の意識を高め、研鑽し合う事で、企業コンテンツの充実と質の向上を目指しています。また、第10回 Web グランプリでは、企業ウェブサイトの黎明期にインターネット領域で活躍した方々が、特別審査委員として一次審査にご参加いただく、初の試みも実施いたしました。



JAA チャレンジアワード

JAA チャレンジアワードは、アドバイザーが主体となって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、表彰するものです。チャレンジ事例の規模や成否ではなく、アドバイザーの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歓迎しており、そこから得た新たな発見を、プレゼン形式（パワーポイント10コマ以内）でご応募いただきます。こうした先進的な取り組みを共有することで、アドバイザーの広告活動の健全な発展を目指します。



出版物のご案内

アドバイザーの提言や各委員会の活動をわかりやすく紹介している
協会報『月刊 JAA』をはじめ、JAA が独自に行った
調査結果やアンケートなどをまとめた出版物を刊行しています

月刊JAA



1957 年より毎月発行している協会報です。コミュニケーション領域に携わる会員社を対象に、キャンペーンや事例紹介をはじめ、様々な企画をアドバイザーの視点で発信しています。JAA 会員社をはじめ、様々な方の元へ毎月お届けしています。

毎月15日発行 / B5 平均40P/ 定期購読：8,800 円(税込/年間)
*会員社は会費に含まれております。

『民放テレビ局エリア調査』

※本調査は2008年をもって終了しました。



全国の民放テレビ局 127 局の「日常一般に視聴習慣のある地域」を捉えたデータブックです。全 127 局に照会をした上で収集サンプルの分析とエリア策定を行っているため、電波料金の妥当性、広告効率算定の基礎資料として幅広くご活用いただけます。

2008 年 8 月発行 / A4 272P/33,000 円(税込)

日本における広告会社への報酬実態調査

広告主はどのように広告会社に報酬を支払っているか



広告会社に対する報酬制度の実態調査結果をまとめたものです。海外の調査会社に調査項目や分析を委託し、同社が手がける欧州各国の同様の調査と比較分析を行っています。

2009 年 6 月発行 / A4 167P/3,300 円(税込)

スポットCMって何だ？

～広告主から見たスポットCM取引の現状と課題～



テレビのスポット CM の入門書です。JAA 会員社への実態調査結果に基づく現状と課題の分析にはじまり、購入に関する基礎知識や実務経験者によるスポットバイイングへの提言などを盛り込んだ、単なる調査結果報告書にとどまらない内容となっています。

2004 年 9 月発行 / A5 140P/3,300 円(税込)

『消費者の媒体別広告評価と行動調査』

※本調査は2009年をもって終了しました。



首都圏在住の男女各 400 サンプルを対象に、広告媒体別の接触状況や関心度、広告と購買行動との関係などについて、様々な角度からその実態を解明したデータブックです。消費者の行動を把握できる戦略データ、広告調査データとしてご活用いただけます。

2009 年 4 月発行 / A4 173P/23,100 円(税込)

フェアな広告取引実践のすすめ



契約書や報酬制度のほか、広告会社評価の取組から交渉・検証の仕方までを具体的に解説しています。透明性の高い広告取引を行い、イコール・パートナーをどう実現するのか、アドバイザーとして知っておくべき常識が網羅されています。

2010 年 4 月発行 / A5 220P/2,750 円(税込)

第3回生活と情報についてのアンケート調査報告書



生活者の一日の行動、それに伴う情報接触実態、メディアとの関係性などを様々な切り口で明らかにした調査報告書です。生活者の接触メディアを横断的に比較することで、生活者への有効な接点が見える、日本アドバイザーズ協会ならではの調査資料です。

2014 年 12 月発行 / A4 146P /33,000 円(税込)

役員一覧

(敬称略・社名五十音順 2023年7月24日現在) ◎ = 常任理事

理事長 川村 和夫 明治ホールディングス株式会社

専務理事 中島 聡 ※常勤

理事

〈医薬品〉

◎	新井 茂和	アリナミン製薬株式会社
	芝村 朋宏	エーザイ株式会社
	岩井 信幸	第一三共ヘルスケア株式会社
	相原 大輔	大正製薬株式会社

〈印刷・出版〉

高島 祐一郎	株式会社講談社
井手 靖	株式会社小学館
石川 智之	凸版印刷株式会社
向坊 健	株式会社文藝春秋
橋本 英知	株式会社ベネッセコーポレーション
熊切 淳	株式会社リクルート

〈飲食品〉

◎	望月 省二	アサヒビール株式会社
	片上 崇	味の素株式会社
	澤村 厚之	キッコーマン食品株式会社
	秋葉 航	キリンビール株式会社
	多胡 賢之	月桂冠株式会社
◎	鈴木あき子	サントリーホールディングス株式会社
	今西 周	日本コカ・コーラ株式会社
	野澤 英隆	ネスレ日本株式会社
	三宅 英貴	ハウス食品グループ本社株式会社
◎	松山 健児	株式会社明治
	猪瀬 剛宏	森永製菓株式会社

〈運輸・運輸機器〉

辻本 聡	トヨタ・コニック・プロ株式会社
増田 泰久	日産自動車株式会社
寺尾 嘉雄	日本航空株式会社
宮島 浩一	本田技研工業株式会社

〈金融・保険〉

森 有紀	アフラック生命保険株式会社
------	---------------

〈化粧品・雑貨〉

◎	立山 昭洋	花王株式会社
	織田 浩行	株式会社コーセー
	高橋 満	資生堂ジャパン株式会社
	中村 俊之	株式会社ポーラ
	岡村 達憲	ユニ・チャーム株式会社
	松本 道夫	ライオン株式会社

〈建設・不動産〉

田辺 義晴	鹿島建設株式会社
泉本 圭介	大和ハウス工業株式会社
平原 秀人	三井不動産株式会社

〈スポーツ・レジャー・サービス〉

霜田 朝之	株式会社オリエンタルランド
-------	---------------

〈生活文化〉

田原 光晃	日本たばこ産業株式会社
吉川 剛志	ヤマハ株式会社

〈精密・事務機器〉

孫田 貴行	キヤノンマーケティングジャパン株式会社
前川 優子	日本アイ・ビー・エム株式会社

〈繊維・紙〉

◎	坂元 善洋	旭化成株式会社
	幼方 聡子	東レ株式会社
	小池 哲夫	株式会社ワコール

〈電気機器〉

◎	東海林 直子	日本電気株式会社(NEC)
	森井 理博	パナソニック ホールディングス株式会社
	山口 有希子	パナソニック コネクト株式会社
	津島 和紀	株式会社日立製作所
	阿部 敬人	三菱電機株式会社

〈電力・ガス・ 通信・公共サービス〉

坂本 秀治	株式会社 NTT ドコモ
馬場 剛史	KDDI 株式会社

監事	小泉 徹	セイコーグループ株式会社
	早川 徹	日本空港ビルデング株式会社

相談役 伊藤 雅俊 味の素株式会社

顧問 鈴木 信二

会員社一覧

会員数 264社 (2023年7月31日現在)

医薬品

アース製薬株式会社
株式会社浅田飴
アリナミン製薬株式会社
エーザイ株式会社
株式会社太田胃散
大塚製薬株式会社
株式会社大塚製薬工場
救心製薬株式会社
興和株式会社
小林製薬株式会社
佐藤製薬株式会社
ゼリア新薬工業株式会社
第一三共株式会社
第一三共ヘルスケア株式会社
大正製薬株式会社
大鵬薬品工業株式会社
株式会社ツムラ
テルモ株式会社
久光製薬株式会社
養命酒製造株式会社
株式会社龍角散
ロート製薬株式会社

印刷・出版

株式会社朝日新聞出版
株式会社岩波書店
株式会社オレンジページ
株式会社 Gakken
株式会社KADOKAWA
株式会社講談社
株式会社光文社
株式会社CCCメディアハウス
株式会社集英社
株式会社主婦と生活社
株式会社小学館
株式会社新潮社
スターツ出版株式会社

株式会社世界文化ホールディングス
株式会社宣伝会議
大日本印刷株式会社
株式会社ダイヤモンド社
株式会社宝島社
株式会社中央公論新社
株式会社東京ニュース通信社
株式会社徳間書店
凸版印刷株式会社
株式会社日経BP
株式会社ビジネスガイド社
株式会社日之出出版
株式会社扶桑社
株式会社文藝春秋
株式会社ベネッセコーポレーション
株式会社マガジンハウス
株式会社リクルート

飲食料品

株式会社アキタフーズ
アサヒ飲料株式会社
アサヒグループ食品株式会社
アサヒビール株式会社
味の素株式会社
味の素AGF株式会社
味の素冷凍食品株式会社
江崎グリコ株式会社
エスビー食品株式会社
カゴメ株式会社
カルビー株式会社
キッコーマン食品株式会社
キューピー株式会社
麒麟ビバレッジ株式会社
麒麟ビール株式会社
月桂冠株式会社
サッポロビール株式会社
サントリーホールディングス株式会社
株式会社J-オイルミルズ
東洋水産株式会社

株式会社トリドールホールディングス
株式会社永谷園ホールディングス
日清オイリオグループ株式会社
日清食品ホールディングス株式会社
株式会社ニッスイ
日本ケロッグ合同会社
日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
日本コカ・コーラ株式会社
日本マクドナルド株式会社
ネスレ日本株式会社
ハーゲンダッツ ジャパン株式会社
ハウス食品グループ本社株式会社
株式会社不二家
ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社
丸美屋食品工業株式会社
株式会社Mizkan
株式会社明治
株式会社桃屋
森永製菓株式会社
森永乳業株式会社
株式会社ヤクルト本社
ヤマキ株式会社
山崎製パン株式会社
ヤマサ醤油株式会社
雪印メグミルク株式会社
株式会社吉野家
理研ビタミン株式会社
株式会社ロッテ

運輸・運輸機器

株式会社 SUBARU
全日本空輸株式会社
ダイハツ工業株式会社
東急株式会社
東京地下鉄株式会社
TOYO TIRE株式会社
トヨタ・コニック・プロ株式会社
日産自動車株式会社
日本航空株式会社
日本通運株式会社

株式会社ブリヂストン
本田技研工業株式会社
ヤマト運輸株式会社
ヤマハ発動機株式会社

化学・石油

出光興産株式会社
ENEOS株式会社
株式会社クレハ
コスモエネルギーホールディングス株式会社
株式会社UACJ

金融・保険

アフラック生命保険株式会社
SMBCコンシューマーファイナンス株式会社
SMBC日興証券株式会社
株式会社かんぽ生命保険
株式会社クレディセゾン
ソニー損害保険株式会社
損害保険ジャパン株式会社
第一生命保険株式会社
株式会社大和証券グループ本社
東京海上日動火災保険株式会社
日本生命保険相互会社
一般社団法人日本損害保険協会
野村證券株式会社
三井住友海上火災保険株式会社
三井住友信託銀行株式会社
株式会社三菱 UFJ 銀行

化粧品・雑貨

旭化成ホームプロダクツ株式会社
株式会社アテナ
株式会社アデランス
株式会社伊勢半
エステー株式会社
花王株式会社
株式会社カネボウ化粧品
クラシエホールディングス株式会社
株式会社コーセー
サンスター株式会社
株式会社資生堂
日本メナード化粧品株式会社
P&G ジャパン合同会社
株式会社ファイントゥデイ
株式会社ファンケル
株式会社ポーラ
株式会社マンダム
ユニ・チャーム株式会社
ライオン株式会社

建設・不動産

株式会社大林組
鹿島建設株式会社
積水ハウス株式会社
大和ハウス工業株式会社
タマホーム株式会社
野村不動産株式会社
株式会社長谷工コーポレーション
三井不動産株式会社
三菱地所株式会社

スポーツ・レジャー・サービス

株式会社オリエンタルランド
松竹株式会社
株式会社ダンロップスポーツマーケティング
株式会社帝国ホテル
東映株式会社

株式会社東京會館
東宝株式会社
ヨネックス株式会社

生活文化

AGC 株式会社
エイベックス・エンタテインメント株式会社
株式会社エウレカ
株式会社エスピーアイ
LVMHモエヘネシー・ルイヴィトン・ジャパン株式会社
株式会社快活フロンティア
ギネスワールドレコーズジャパン株式会社
株式会社 Gunosy
株式会社クボタ
株式会社グライダーアソシエイツ
コマツ
スポティファイジャパン株式会社
スマートニュース株式会社
住友金属鉱山株式会社
セガサミーホールディングス株式会社
象印マホービン株式会社
株式会社ディー・エヌ・エー
TOTO株式会社
独立行政法人日本スポーツ振興センター
日本たばこ産業株式会社
任天堂株式会社
株式会社野村総合研究所
パーソルホールディングス株式会社
Facebook Japan株式会社
ホーユー株式会社
三井物産株式会社
ミドリ安全株式会社
ヤマハ株式会社
株式会社ユーキャン
ラクスル株式会社
楽天グループ株式会社
株式会社LIXIL
リシュモンジャパン株式会社

精密・事務機器

アドビ株式会社
株式会社インターメスティック
エプソン販売株式会社
株式会社大塚商会
カシオ計算機株式会社
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
コクヨ株式会社
セイコーグループ株式会社
株式会社トンボ鉛筆
株式会社ニコン
日本アイ・ビー・エム株式会社
日本ビジネスシステムズ株式会社
株式会社日本レジストリサービス
株式会社パイロットコーポレーション
富士フイルム株式会社
富士フイルムビジネスソリューション株式会社
株式会社リコー

繊維・紙

旭化成株式会社
株式会社オンワード樫山
帝人株式会社
東レ株式会社
トリンプ・インターナショナル・ジャパン株式会社
株式会社ワコール

電気機器

オムロン株式会社
京セラ株式会社
株式会社JVCケンウッド
シャープ株式会社
ソニーマーケティング株式会社
TVS REGZA株式会社
株式会社東芝
日本電気株式会社(NEC)
パナソニック コネクト株式会社
パナソニック ホールディングス株式会社

株式会社日立製作所
富士通株式会社
富士電機株式会社
三菱電機株式会社
横河電機株式会社

電力・ガス・通信・公共サービス

株式会社NTTドコモ
株式会社カカクコム
グーグル合同会社
KDDI株式会社
株式会社セールスフォース・ジャパン
ソフトバンク株式会社
Twitter Japan 株式会社
電源開発株式会社
東京ガス株式会社
日本郵政株式会社
ヤフー株式会社

百貨店・流通

株式会社AOKI
株式会社AOKIホールディングス
株式会社イトーヨーカ堂
株式会社小田急百貨店
株式会社セブン&アイ・ホールディングス
株式会社そごう・西武
株式会社大丸松坂屋百貨店
株式会社ニトリ
株式会社松屋
株式会社丸井
株式会社ローソン

ご入会について

まずは、電話または E-mail など事務局までご連絡ください。具体的な入会メリットや活動内容など、詳しいご説明に伺います。なお、ご入会には入会申込書受付後、理事会での承認が必要となります。手続きが完了次第、事務局からご連絡させていただきます。

● 入会金 50,000円

● 会 費 1口 264,000 円 / 年間
半期毎のご請求です。口数は別途、会費規定によります。

● お問い合わせ
104-0061
東京都中央区銀座3-10-7 ヒューリック銀座三丁目ビル8階
T E L 03-3544-6580 F A X 03-3544-6581
M A I L jaa-info@jaa.or.jp U R L <https://www.jaa.or.jp>

会員社の声

(2022年JAA会員社向け「重点広告課題アンケート」より一部抜粋)

- 時代の変化に合わせて、広告主サイドに必要な情報を適宜提供いただいており、会員社として所属することのメリットが非常に大きいと思っています。今後も風通しの良い、組織運営を期待しています。
- 広告会社やメディアからの情報提供に頼らざるを得ない中、広告主側で知見を高め、時には広告会社やメディアと交渉する際に非常に有用な組織だと思います。
- 最新情報や最新手法、基礎知識など、幅広い情報を系統立て、またタイムリーに提供いただいており、社内の勉強会だけでは網羅できない内容を講義していただき、また同じ宣伝広告に携わる別会社の方との繋がりが持てることに大きなメリットを感じています。
- 人材育成・知見向上に向けクライアント同士の交流・情報交換の場（少人数限定セミナーなど）は JAA でしか実現できないことで非常に有益。今後も JAA だからこそ!!の企画をよろしく願いいたします。いつもありがとうございます。
- セミナーは各種参加させていただいています。弊社関連組織として個人としてもナレッジの蓄積に役立っています。
- 超基礎講座、実践広告塾は、直接、当社が関与しないことも含め幅広い内容なので、新人教育にぴったりの講座と考えます。

入会申込書

公益社団法人日本アドバイザーズ協会の趣旨に賛同し、(賛助) 会員として入会を申し込みます。

☐正会員 (広告を出稿する企業・団体) ☐数 ☐

☐賛助会員 (広告を出稿する企業・団体以外) ☐数 ☐

☐入会希望日 年 月 日

申込日： 年 月 日

本社住所	〒
申込部署所在※ 1	〒
会社・団体名	
部署名・役職	
申込責任者※ 2	印
電話	
E-mail	
備考	

※ 1 本社住所と異なる場合は、ご記入ください。

※ 2 申込責任者は、会社の代表者（社長等）でなくても結構です。

