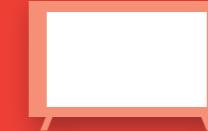


JAA
www.jaa.or.jp

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.

ご挨拶

公益社団法人日本アドバタイザーズ協会

理事長 伊藤 雅俊
(味の素株式会社 執行役会長)



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

近年のデジタル情報通信技術の進歩は、インターネットの可能性を拡げたばかりでなく、既存のメディアにも変化を迫っています。また、入手可能となった膨大なデータの活用に企業の期待がふくらむにつれて、その活用をめぐっては情報セキュリティの観点からも社会の関心が高まっています。

いま、JAAでは、変化を続けるマーケティング環境への対応や、企業と顧客を結ぶ最適なコミュニケーションの在り方を共に考える同志を募っております。

会員社の皆様の「声」と「力」を集めて活動するJAAに、何卒、貴社のご参画を賜りますようお願いします。

協会名 | 公益社団法人日本アドバタイザーズ協会
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 | 伊藤 雅俊(味の素株式会社 執行役会長)

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

JAAについて

60年以上の歴史を持つ、 日本で唯一のアドバタイザーのための公益法人です

日本アドバタイザーズ協会（JAA）は、広告活動の健全な発展への貢献目的に、アドバタ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、アドバタ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、すべてがアドバタ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プ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タ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、アドバタ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 ではアドバタイザーの「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。これまでにも、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、アドバタ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（旧Web広告研究会）

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、アドバタイザー企業、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400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。アドバタ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、世界最大のアドバタイザー団体。世界54ヶ国のアドバタ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%にのぼる。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 はアドバタイザーのみで構成されますが、デジタルマーケティング研究機構はアドバタイザー、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：小出 誠（資生堂ジャパン株式会社）
副委員長：牧野 清克（サントリーコミュニケーションズ株式会社）

アドバタイザーがテレビ・ラジオメディアを効率的に活用するために、広くアドバタイザーや広告界、生活者に対して、有益な情報提供を行っています。また、アドバタイザーの立場から、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、主張などをを行うことで、アドバタ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（パナソニック株式会社コネクティッドソリューションズ社）
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求していきます。

プロモーションメディア委員会

委員長：水谷 徹（サントリーコミュニケーションズ株式会社）

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することで、アドバタ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）

アドバタ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、アドバタイザーの立場から、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、主張などをすることで、アドバタ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：名久井 貴詞（office Nacky）

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 聰子（東レ株式会社）
副委員長：猪熊 敏博（株式会社ワコールホールディングス）

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、アンコンシャスバイアス（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：藤岡 千春（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、協会にわた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等内容の検討も行っています。

コミュニケーション戦略研究プロジェクト

リーダー：相川 貴之（パナソニック株式会社）
副リーダー：辻本 聰（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広告やグローバルプ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：刃刀 欣弥（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、アドバタ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、アドバタイザーの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、推進もこちらの委員会で進めています。

JAA広告賞プロジェクト

リーダー：大畑 俊樹（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在り方を考察し、生活者とアドバタ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（キヤ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、アドバタイザーのみならず、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、毎回多くの広告主にご参加いただいています。また少人数制勉強会では、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。

2020年開催セミナー例

デジタル

- デジタル広告の健全化へ向けた、その対応の現在
- デジタル広告品質の向上へ向けて
～JICDAQ の仕組みと、広告主の意識～
- 第34回 WAB フォーラム
- ニューノーマル時代のマーケティング
～やってみたらこうなった～広告取引
- ネット広告健全化プロジェクトセミナー アドベリフィケーション・ビフォーアフター
- 複雑なデジタル広告、発注する側として最低限知っておくべきこと
～ネット広告の仕組み～
- Web グランプリフォーラムセミナー
- モバイル委員会ウェビナー これからのマーケターが見るべき領域とは何か？
- 企業にマーケティング思考を取り込む、この絶好のゲームチェンジの機会に何をするか
- 改正個人情報保護法とプライバシーガバナンス
- マーケターに知ってもらいたい。
テクノロジーの進展や 5G が事業創造やコミュニケーションに与える影響とは？
- Podcast など急成長を見せる音声メディア、「今の流れ」と「できること」
- 2020まとめ Web 研ミニセッション集&Web 研からの発表

テレビ・ラジオメディア

- テレビ広告の新フェーズ
～『枠ファインダ』を使った新たな取引『SAS(スマート・アド・セールス)』とは～
- 字幕付きCMセミナー(東京)-字幕付きCM普及推進協議会
- テレビの今を知る！
～VR 視聴率の実践活用、TVer 配信のこれから、テレビ CM の放送確認～
- テレビ・ラジオの今を知る！
～ラジオの使い方、テレビの効果、字幕付き CM の具体的解説～

プリントメディア(新聞)

- 情報戦略の起点となる新聞
～新聞社力 + デジタルで、広告主の課題ソリューションに～
- 新聞媒体を活用したメディアミックスの考え方
- With コロナ時代の新聞広告活用事例、今後の展望ほか

プリントメディア(雑誌)

- 「ニューノーマル時代の雑誌 DX」
～コロナをきっかけに進化し続ける、雑誌活用ソリューション～
- 世界文化社のデジタル戦略とコンテンツビジネス事例

グローバルコミュニケーション

- グローバル視点での広告コミュニケーション

ダイバーシティ

- ダイバーシティ社会とこれからの広告コミュニケーション
- クリエイティブ目線から見るこれからのダイバーシティ&インクルージョン

プロモーションメディア

- OOH 広告の現在と新たな価値創造に向けて

広告取引

- 聞いたその日から役に立つ！広告制作に関する法規制セミナー

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を対象に、広告の基礎を半日で学ぶ講座です。テレビ、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タイザーの視点でわかりやすく解説する、JAAでも人気の講座です。

実践広告塾 (中級者対象講座)

経験豊富なトップのマーケター やクリエイターがより実践的かつ実務に役立つ事例や取り組みを紹介する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、最終日にはワークショップも実施しています。

*有料

新任部長・課長勉強会

経験豊富なアドバタイザー企業の部長・課長に、自らが経験された貴重なノウハウや事例をお話いただきます。専門用語、広告取引、広告会社とのつきあい方にはじまり、広く情報交換の場としても人気の勉強会です。

職能別 勉強会

Web担当者基礎講座

企業のWeb担当者として身につけるべき知識とノウハウを網羅的に盛り込み、且つ基礎レベルから学べる講座です。アドバタイザー企業のWeb担当者から、広告会社、制作会社のWebプランナーまで、幅広くご活用いただけます。

*有料

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、アドバタイザーとのセッションなどJAA独自のプログラムを通じて、最新のクリエイティブトレンドを吸収することができます。

*有料

アド・フェスト海外研修会

海外研修会として、タイで開催されるアジア最大規模の広告祭、「アド・フェスト」を訪問しています。アド・フェストへの参加はもちろんのこと、審査委員やクリエイターとのセッションなどJAA独自のプログラムを通じて、最新のクリエイティブトレンドを吸収することができます。

2020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
木本 雄一朗氏

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 憲一郎氏

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

生活者と共に創する、誤解されないための広告と、傷つけないコミュニケーションのために

花王株式会社
簗部 敏彦氏

マーケティングのコツ～環境変化にどう対応していくべきか～

株式会社吉野家
田中 安人氏

2020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 代表取締役社長
中島 信也氏

第1回 テレビCMの失敗と成功事例から学ぶ味の素の「勝ちパターン」

office Nacky
名久井 貴詞氏

第2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3回 クリエイティブ調査をクリエイティブ開発へ

ライオン株式会社
片桐 理氏

第4回 クリエイターとサントリーらしい広告を生み続けるための取組み

サントリースピリッツ株式会社
重野 謙介氏

第5回 グループワークから学ぶクリエイントの課題と解決策

全講師

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

アドバタ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、その結果を広告主と共有しています。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。

CM 著作権に関するルール、 料金体系の確立

テレビ CM 著作権の帰属について、1991年に「広告主の立場から CM 著作権を考える」を発表。全日本シーム放送連盟による「CM 情報センター」設立の契機となり、業界ルールの確立に貢献しました。また CM 音楽使用料などの料金も、日本音楽著作権協会 (JASRAC) と協議を進めています。

1991

1997

1998

2000

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。



新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR

テレビ個人視聴率調査の導入

業界団体に働きかけ、個人視聴率の導入を提案。1997年に個人視聴率調査が初導入され、関東地区 600 サンプルのデータ活用が可能になりました。2003年には、「視聴率検討ステアリング・コミッティ」が発足、2011年にはパソコンでのテレビ視聴の数値が視聴率データに加えられました。

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。

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。

2003

2011

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マル値が整備されました。

2013

2014

2015

2016

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、当協会による「スマートテレビ時代の字幕等の在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タイザーの立場から推進しています。

アドバタイザーブラン

JAA 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タイザーブラン」を発表。成長の陰で顕在化しているデジタル広告の課題について、アドバタ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。

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在り方を模索し、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。



JAA チャレンジアワード

JAA チャレンジアワードは、アドバタ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、アドバタ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、アドバタ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

アドバタ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

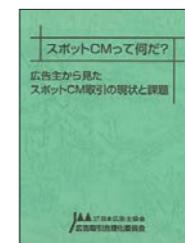
月刊JAA



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タ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 日発刊 / B5 平均 40P/
会員社無料定期購読：8,800 円(税込/年間)

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 月発刊 / 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 月発刊 / 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、アドバタ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 月発刊 / 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、それに伴う情報接觸実態、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。生活者の接觸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わかる、日本アドバタイザーズ協会ならではの調査資料です。
2014 年 12 月発刊 / A4 146P /33,000 円(税込)

役員一覧(2021年度)

(敬称略・社名五十音順 2021年8月1日現在) ◎ = 常任理事

理事長 伊藤 雅俊 味の素株式会社
専務理事 鈴木 信二 ※常勤
常務理事 小出 誠 ※常勤

理事

◎ 〈医薬品〉 平山 雅樹 アリナミン製薬株式会社
芝村 朋宏 エーザイ株式会社
大畠 俊樹 第一三共ヘルスケア株式会社
梅岡 久 大正製薬株式会社
内田 誠彦 中外製薬株式会社

〈印刷・出版〉 白戸 雄之 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
鈴木 洋嗣 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

◎ 〈飲食料品〉 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
今村 恵三 キリンビール株式会社
多胡 賢之 月桂冠株式会社
◎ 水谷 徹 サントリーコミュニケーションズ株式会社
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
川崎 浩太郎 ハウス食品グループ本社株式会社
岩崎 晃 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 聰 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
二木 真 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〉 澤村 環 アフラック生命保険株式会社
鈴木 誠也 株式会社大和証券グループ本社

〈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
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〉

功刀 欣弥 鹿島建設株式会社
泉本 圭介 大和ハウス工業株式会社
藤岡 千春 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
大村 寛子 ヤマハ株式会社

〈精密・事務機器〉

相川 弘文 キヤノンマーケティングジャパン株式会社
植田 久美 日本アイ・ビー・エム株式会社

〈繊維・紙〉

◎ 楠神 輝美 旭化成株式会社
幼方 聰子 東レ株式会社
猪熊 敏博 株式会社ワコールホールディングス

〈電気機器〉

◎ 中山 啓二 日本電気株式会社 (NEC)
相川 貴之 パナソニック株式会社
山口 有希子 パナソニック株式会社 コネクティッドソリューションズ社
佐藤 正直 株式会社日立製作所
閔 邦彦 三菱電機株式会社

〈電力・ガス・通信・公共サービス〉

角 誠司 株式会社 NTT ドコモ
馬場 剛史 KDDI 株式会社

監事 生野 徹 東京ガスコミュニケーションズ株式会社
早川 徹 日本空港ビルディング株式会社
坂間 典人 セイコーホールディングス株式会社
相談役 佐治 信忠 サントリーホールディングス株式会社
顧問 久保田 和昌 NO WALL
顧問 土橋 代幸 トヨタ・コニック・プロ株式会社

会員社一覧

会員数 269 社(2021年8月1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

中外製薬株式会社

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

株式会社学研プラス

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

キユーピー株式会社

キリンビバレッジ株式会社

キリンビール株式会社

月桂冠株式会社

サッポロビール株式会社

サントリーコミュニケーションズ株式会社

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

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

日本水産株式会社

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

UCC上島珈琲株式会社

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

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

SMB Cコンシューマーファイナンス株式会社

SMB C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

株式会社ゆうちょ銀行

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

会員社一覧

化粧品・雑貨

株式会社アテニア
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¹
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
日本ロレアル株式会社
P&G ジャパン合同会社
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
東急不動産株式会社
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
株式会社レオパレス 21

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
カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社
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
日本郵便株式会社
ミズノ株式会社
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
ギネスワールドレコードジャパン株式会社
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
住友金属鉱山株式会社
住友商事株式会社
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
株式会社東京個別指導学院
TOTO株式会社
ナブテスコ株式会社
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
ホーユー株式会社
三井物産株式会社
ヤマハ株式会社
株式会社ユーキヤン
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
オリンパス株式会社
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
コニカミノルタ株式会社
セイコーホールディングス株式会社
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
株式会社パイロットコーポレーション
株式会社ビービット
富士フイルム株式会社
富士フイルムビジネスイノベーション株式会社
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ホールディングス
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
株式会社東芝
日本電気株式会社（NEC）
パナソニック株式会社

パナソニック株式会社コネクティッドソリューションズ社
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
エヌ・ティ・ティレゾナント株式会社
株式会社カカクコム
KDDI株式会社
株式会社セールスフォース・ドットコム
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
オイシックス・ラ・大地株式会社
株式会社小田急百貨店
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

様式第1号

公益社団法人日本アドバタイザーズ協会あて

まずは、電話または E-mail などで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 □ 264,000 円 / 年間

半期毎のご請求です。□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

MAIL jaa-info@jaa.or.jp

U R L <https://www.jaa.or.jp>

入会申込書

公益社団法人日本アドバタ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) 口数 □

賛助会員 (広告を出稿する企業・団体以外) 口数 □

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。