

JAA
www.jaa.or.jp

2024.04版

公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会のご案内

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 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。

我々アドバタイザーは、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、ご挨拶いたします。

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 | 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

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。

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。

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、アドバタイザー、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330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60以上の国、地域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%にのぼります。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 はアドバタ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。

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）
副委員長：
テレビ・ラジオメディア：今西 周（日本コカ・コーラ株式会社）
デジタルメディア：山口 有希子（パナソニック コネクト株式会社）
プロモーションメディア：松山 健児（株式会社明治）
プリントメディア（新聞）：田原 光晃（日本たばこ産業株式会社）
プリントメディア（雑誌）：高橋 満（資生堂ジャパン株式会社）

テレビ・ラジオ・デジタル・プロモーション（屋外・交通広告及びイベント等も含める）・新聞・雑誌などメディアを扱う委員会となります。多岐に渡るメディアの情報を横断的に研究・発信することで、アドバタイザーの最適なメディアコミュニケーション策定への寄与を目指します。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、広告の発展・向上に向けた改善提案・主張などを行うことで、アドバタイザーから発信される広告の質的レベルを向上し、広く生活者の豊かな生活の実現に寄与します。

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：中塚 千恵（東京ガス株式会社）
副委員長：村岡 慎太郎（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。

サステナビリティ・コミュニケーション委員会

委員長：幼方 聰子（東レ株式会社）
副委員長：小和田 みどり（ライオン株式会社）

持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals : SDGs）の達成に向けて、コミュニケーションはどうあるべきか、企業ひいては業界全体がどのような姿勢で取り組みを進めていくべきか、旧ダイバーシティ委員会・SDGsコミュニケーション研究プロジェクトを合併し、様々な関連団体、プロジェクトと協力を図りながら、包括的に研究・情報発信を行います。

ブランディング戦略委員会

委員長：森井 理博（パナソニック ホールディングス株式会社）
副委員長：佐藤 圭一（TOPPAN ホールディングス株式会社）
ブランディング戦略は、組織や商品・サービスのイメージや価値観を効果的に伝え、市場において競争力を高める重要な役割を果たしています。この委員会は、ブランドが市場で強力且つ持続可能な存在に高めるための総合的な戦略の策定や実施に関して、国内外の事例や情報の発信を進めます。

総務委員会

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：増田 泰久（日産自動車株式会社）

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、毎回多くのアドバタ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。

2023年開催セミナー例

デジタルメディア

- ～日経記事「閲覧水増し詐欺拡大 国内被害は昨年 1300 億円」緊急セミナー
～デジタル広告の課題 広告主が知るべきこと、取り組むべきこと
- デジタルメディアの最新潮流～Originator Profile&オープンインターネット～
- JAA 会員社向け JICDAQ 事業概要及び登録アドバタイザーに関する説明会

テレビ・ラジオメディア

- 新体制紹介・委員会報告セミナー
- コネクテッドテレビの基礎知識～CTV 広告市場は今度どう拡大・成長していくのか～
- ラジオ・TargetingRadioAD 説明会
- コネクテッドテレビの海外動向
- 字幕付き CM を、字幕の効果から考える
- 在京テレビ局 戰略説明会

プリントメディア(新聞)

- 共感を生み、エンゲージメントを高めるための新聞メディア活用 (J-MONITOR 連絡協議会共催)
- 「新聞が起こすイノベーション」～信頼性、公益性を核に、データを活用して広告主と生活者をつなぐ～
- 「新聞広告から始まる SDGs コミュニケーション」
～企業の想いと成果を伝える効果的な方法とは～(日本新聞協会共催)

プリントメディア(雑誌)

- 「脱『広告』、BP 流コンテンツマーケティングへの挑戦」
- 出版社 Web メディアはデジタルマーケティングの新たな一手になるのか(雑誌協会、雑誌広告協会共催)

クリエイティブ

- ADFEST 受賞作品報告 その傾向と日本の向き合い方
- 2023 カンヌライオンズ振り返りから見る日本の広告業界の向き合い方
- いまそこにある、広告ビジネスの脱炭素化について考える

コミュニケーション戦略

- 混迷のメディアプラン 一あなたの今を整理するヒントをお伝えしますー
- ヤクルト本社「左脳から、右脳、そして社会へ。」
- KUBOTA のブランドコミュニケーション
- BtoB 情報交換会(第一回：日本ガイシ 第二回：パナソニック コネクト)

SDGsコミュニケーション

- 「SDGs 広告に必要な視点と消費者の心をつかむ伝え方」
～企業の SDGs 広告に求められる視点とクリエイティブの重要な要素とは？
- 鹿島グループの SDGsへの取組み

ダイバーシティ

- 「商品価値のその先、社会的意義の共感づくり」
～POLA BA『AGEABILITY』メッセージの確立まで～
- 広告宣伝担当は押さえたい：広告制作に関する基礎法規セミナー
第五回 広告表現(広告取引委員会共催)

プロモーションメディア

- 【施設見学】アジアを代表するグローカルシティへ 東急歌舞伎町タワー 新たな挑戦
- やっぱり OOH は面白い～ Netflix から見る会話を生む OOH 活用のヒント～
- 上を向いて歩こう～リアルの価値を再構築する、古くて新しい OOH 広告の世界～

広告取引

- 広告宣伝担当は押さえたい：広告制作に関する基礎法規セミナー(全 5 回)
- ステルスマーケティングに関するフォローアップセミナー(2 回)

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タ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线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・課長による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。

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、アドバタ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、アドバタ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

2023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・バイイングについて

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

2023年 クリエイティブ塾 講座例

モデレーター
なかじましんやオフィス
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できるることー

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方～

ライオン株式会社
片桐 理氏／福井 幸二氏

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

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、その結果をアドバタ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。

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グ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。

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。



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。

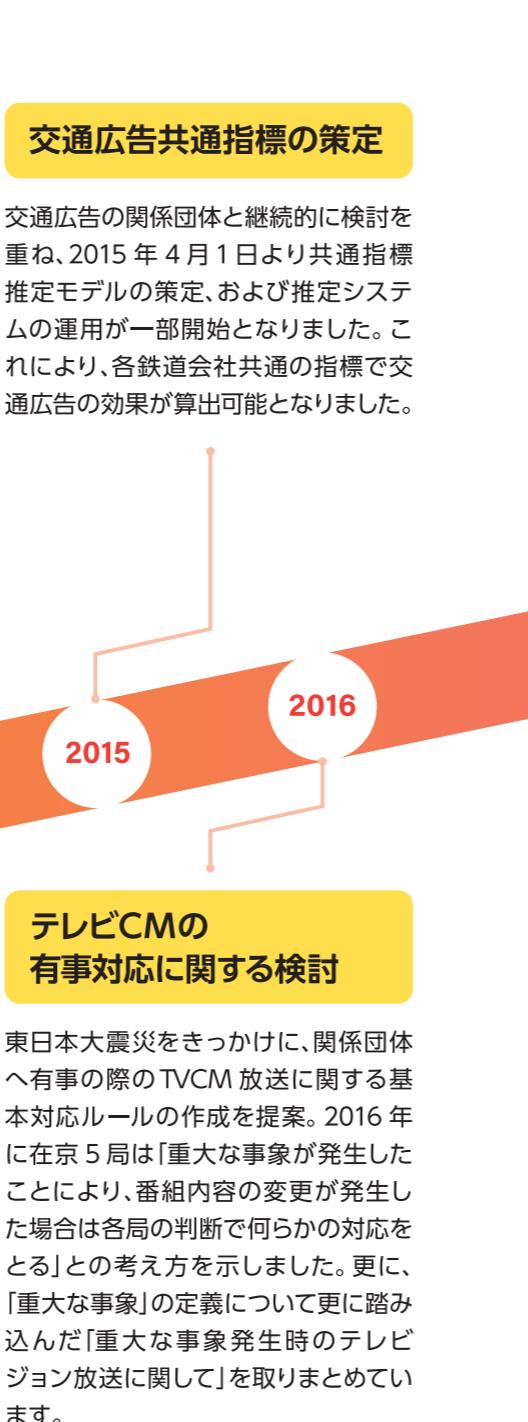


交通広告共通指標の策定

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。

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した。



「広告取引基本契約モデル案」 の改訂

日本アドバタイザーズ協会は、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、「広告取引基本契約モデル案」「タレント広告出演契約モデル案」を 1998 年に作成しました。その後「広告取引基本契約モデル案」については 2009 年、2023 年に日本広告業協会との共同作業で法律等の改定に対応するため内容を修正し、最新版を広く協会ウェブサイト等で配布しています。

2023

字幕付き CM の普及促進

2014 年に設立された「字幕付き CM 普及推進協議会」の検討、セミナー実施や個社への働きかけにより、字幕付き CM を出稿した企業も 90 社まで増えました(2023 年 10 月期 調査対象：在京キー 5 局)。ほぼすべての CM 放送枠で字幕付き CM への対応が可能となったことで、今後更に普及が進むことが期待されています。

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、日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、日本インテ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。

2021

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、アドバタ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」と人に対するスポットをあてた「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 11 回 Web グランプリからは、一般社団法人 Interactive Communication Experts との共催にて、若手の登竜門を目指したクリエイティブアワード『U35 Creative & Communication Award』も同時開催しております。



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 / 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 月発刊 / 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

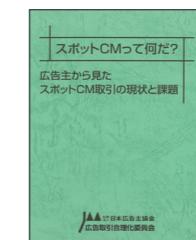


広告会社に対する報酬制度の実態調査結果をまとめたものです。海外の調査会社に調査項目や分析を委託し、同社が手がける欧州各国の同様の調査と比較分析を行っています。

2009 年 6 月発刊 / 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』

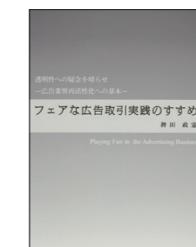
※本調査は 2009 年をもって終了しました。



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)

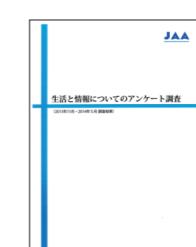
フェアな広告取引実践のすすめ



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

(敬称略・社名五十音順 2024年2月26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 聰 ※常勤

理事

〈医薬品〉 新井 茂和 アリナミン製薬株式会社
 横口 慎司 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
 林 正人 株式会社小学館
 石川 智之 TOPPAN ホールディングス株式会社
 向坊 健 株式会社文藝春秋
 橋本 英知 株式会社ペ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
 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
 村岡 慎太郎 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 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
 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〉

◎ 板橋 万里子 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

〈繊維・紙〉

◎ 坂元 善洋 旭化成株式会社
 幼方 聰子 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〉

寛司 久人 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
 中塚 千恵 東京ガス株式会社
 早川 徹 日本空港ビルディング株式会社

会員社一覧

会員数 268 社(2024 年 3 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

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
TOPPAN ホールディングス株式会社
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
サントリーホールディングス株式会社
株式会社J-オイルミルズ
敷島製パン株式会社

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

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

日本航空株式会社
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
株式会社商工組合中央金庫
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

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
NIPPON EXPRESS ホールディングス株式会社

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
クラシ工株式会社
株式会社コーネー^{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ィ
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
株式会社東京會舘
東宝株式会社
ヨネックス株式会社
AGC 株式会社
エイベックス・ミュージック・クリエイティヴ株式会社
株式会社エウレカ
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・ソシエイツ
コマツ
スピ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
デロイト トーマツ エスピーアイ株式会社
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
一般社団法人日本 BtoB 広告協会
公益社団法人日本マーケティング協会
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
株式会社ファンデリー^{リー}
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
株式会社ユーキヤン
吉本興業ホールディングス株式会社
ラクスル株式会社
楽天グループ株式会社

生活文化

株式会社LIXIL
リシュモンジャパン株式会社
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
富士フィルム株式会社
富士フィルムビジネスイノベーション株式会社
株式会社リコー

精密・事務機器

株式会社AOKI
株式会社AOKIホールディングス
株式会社イトヨー力堂
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

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
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
LINE 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
株式会社イトヨー力堂
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

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

会員社の声 (2023年JAA会員社向け「重点広告課題アンケート」より一部抜粋)

- JAAミーティングなど、同業他社の方の生々しい言葉を聞ける場は他にはありません。自社の現在地課題を、俯瞰的に知るきっかけでもあり、有意義に活用させていただいております。
- 法律関連セミナーは担当にとっては必須の知識であり、業界の常識を知る上でとても貴重な機会だと考えます。
- 実践広告塾は宣伝配属2-3年目の部員に参加させていますが、広告にまつわる知識を網羅的に学べる場、社外ネットワークを作れる場として最適と考えています。
- 最新情報や最新手法、基礎知識など幅広い情報を網羅的あるいは系列的にたてて、タイムリーに提供いただいているです。
- 広告賞は、普段の商品広告等では、中々できにくいクリエイティブや媒体等にチャレンジすることができ、社内外どちらも刺激になっています。
- 広告主全般が抱えている課題を共有することで、自分だけが悩んでいるのではなくと感じられました。

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) □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。