

■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。

2024年度実績
合計：10講座

のべ参加人数：
804社 1,639名

2023年度実績 合計：10講座/
のべ参加人数：
759社 1,831名

■JAAセミナー

【人材育成プロジェクト】

1) 「超」基礎講座

開催日：4月26日、10月21日
参加人数：160社 426名

2) 第33回 実践広告塾

開催日：6月13-14日、7月11-12日、9月12-13日、10月10-11日
参加人数：25社 40名

3) 「新任広告宣伝課長 勉強会&情報交換会」

開催日：10月2日
参加人数：11社 12名

4) 「新任広告宣伝部長 勉強会&情報交換会」

開催日：10月29日
参加人数：10社 10名

5) 『日本の広告費』からアドバイザーの次の一手を紐解く」

開催日：4月19日
参加人数：101社 191名

【クリエイティブ委員会】

6) クリエイティブ塾

開催日：7月26日(第一回)、8月23日(第二回)、9月27日(第三回)、10月23日(第四回)、
11月15日(第五回)、12月13日(第六回)
参加人数：92社 92名

【広告取引委員会】

7) 「広告宣伝担当者必聴：広告制作に関する基礎法規セミナー」

開催日：開催日：9月10日(著作権)、9月20日(表示)、10月9日(ステルスマーケティング)、
10月24日(肖像権)、11月8日(商標)
参加人数：314社 694人

【JAAチャレンジアワードプロジェクト】

8) 「JAAチャレンジアワード」最終審査会&贈賞式

開催日：7月4日

参加人数：32社 72名

9) 「JAAチャレンジアワード」入賞者セミナー

開催日：8月30日

参加人数：35社 72名

【デジタルメディア専門委員会/デジタルマーケティング研究機構】

10) 「デジタル人材育成講座」

会場開催日：5月22日、5月29日、6月5日、6月12日

オンデマンド開催期間：10月1日～11月30日

参加人数：(会場)20社 26名、(オンデマンド)4社 4名

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。

【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

メディア委員会を立ち上げるにあたり、新たな媒体(リテールメディア)の考え方や、媒体横断の効果測定に関する先進的な取り組みについて研究を行った。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。また、専門委員会では世界中のバリアをなくす取り組みを行っている団体「ゼロ・プロジェクト」の国際賞「ゼロ・プロジェクト・アワード2022」を日本の放送局として初めて受賞した岡山放送の活動について事例研究を行い、啓発セミナー「ユニバーサルデザインな情報発信で生まれる/広がる世界とは～国際賞受賞・岡山放送の取り組みから考える～」を開催しアドバタイザーへの啓発に取り組んだ。

TOPICS

2024年度のトピックス

of the Year

委員会組織を再編

企業のコミュニケーションを取り巻く環境変化とそれに伴うニーズの多様化に柔軟に対応し、アドバタイザーを代表する団体としてさらなる活動強化を行うため、委員会組織の再編を行った。

まず、各媒体委員会及びコミュニケーション戦略プロジェクトのメディア戦略に関する活動を統合し、メディア横断の活動を活性化すべく「メディア委員会」を新設。2つ目として、ダイバーシ

ティ委員会とSDGsコミュニケーション研究プロジェクトを統合し、広く社会課題に関するコミュニケーションについて研究する「サステナビリティ・コミュニケーション委員会」を新設。最後に、従来のコミュニケーション戦略プロジェクトの活動のうち、メディア戦略を除いたブランディング戦略に係る課題の研究・解決を目指す「ブランディング戦略委員会」を新設。また、従来の協会運営サポート委員会の役割をより明確にするために、「総務委員会」と名称変更を行った。

3) 有事対応に向けた取り組み

災害等が発生した際に会員社に対して、CM差し替えに関する各社の対応についてアンケートを実施し、情報共有を行った。

4) コンテンツ配信に関する取り組み

リアルタイム配信の視聴動向につき、その流量や属性、どのような番組がどのように視聴されたのか、地上波への影響などについて、検証報告会を通じて現状把握に努めた。

〈新聞メディア専門委員会〉

5) 新聞媒体の活用のあり方に関する取り組み

PR媒体としての新聞媒体の活用、新聞広告を起点にしたSNSの活用事例などの研究を行い、具体事例を交えたセミナーを開催した。

〈雑誌メディア専門委員会〉

6) 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行い、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」と意見交換を行った。また、昨年より日本雑誌協会、日本雑誌広告協会による、雑誌由来のWebコンテンツ＝出版社メディアとそれ以外のパーティカルメディアやニュースポータルなどの「一般Webメディア」の差異を数値化し効果検証する「M-VALUE DIGITAL」調査への協力をを行い、調査結果に関して啓発セミナーを開催した。

〈プロモーションメディア専門委員会〉

7) 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〉

8) 「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。

9) デジタル広告市場の健全化に向けた取り組み

アドバイザーのアドベリフィケーション対応強化について研究を行い、事業会社やアドバイザーの最新の取り組み事例について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】

10) 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を行い、それらに関する啓発セミナーを開催した。

【ブランディング戦略委員会】

11) ブランディングに関する研究

国内外の主要なブランドのブランド戦略に関する事例研究や意見交換を行い、日本BtoB広告協会共催で、企業のリブランディングをテーマにセミナーを開催した。

12) BtoB広告に関する研究

BtoB企業のコミュニケーション活動が活発になる中で、各企業の課題についてヒアリングを行い、それらの課題に対する実際の取り組み事例の研究と情報交換会を開催した。

【人材育成プロジェクト】

13) 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、以下のテーマでミーティングを実施した。

- ① 「ファイントゥデイからみる、広告会社の報酬・コミュニケーション費用のチェック機能について」
開催日：1月18日 参加人数：8社 8名
- ② 「富士通のグローバルブランディングを通じた企業成長の取り組みについて」
開催日：2月21日 参加人数：12社 12名
- ③ 「明治が取り組む子ども向けマーケティングのいまとこれから」
開催日：3月5日 参加人数：11社 11名
- ④ 「キッコーマン食品がチャレンジする売上最大化への取り組み」
開催日：6月26日 参加人数：10社 10名
- ⑤ 「サッポロビール 箱根駅伝での取り組みと、スポーツ協賛の意義・検証」
開催日：8月28日 参加人数：11社 11名
- ⑥ 「ホーユー 多様化する広報の役割とその実現のコツ」
開催日：10月15日 参加人数：7社 7名
- ⑦ 「YAMAHA グループで仕掛けるブランド発信拠点が生む新しい顧客接点」
開催日：11月1日 参加人数：10社 12名
- ⑧ 「アドバイザー×Z世代意見交換会 ～今あらためてZ世代への広告コミュニケーションを考える～」
開催日：12月18日 参加人数：9社 22名

TOPICS

2024年度のトピックス

of the Year

「広告の定義」プロジェクト始動

SNS等の普及により、生活者が市場や企業の動向に対して大きな影響力を持ち始めるなど、広告界ではさまざまな変化に直面している。特にデジタル分野においては従来の広告の定

義にあてはまらない手法が確立しつつあり、コミュニケーション手法が多様化・複雑化している。こうした中で、「広告」の定義をあらためて見直すため、主要アドバイザー企業のほか学識者の皆様にも加わっていただき、本プロジェクトが11月にスタートした。

広告取引の適正化・透明化に向けた関連団体との連携による是正措置へ着手

従来の広告関係業界において、慣習上、広告会社・制作会社間での明文による業務契約がなされず、作業量や対価が曖昧な状態で進行している制作業務が多々存在し、結果、関係会社の労働環境がしばしば劣悪なものとなっていた。

この状況を改善すべく、広告取引の適正化・透明化に向けた取り組みに着手した。関連団体(JAAA、JAC、OAC、JPPA等)と連携し、情報収集・意見交換を行い、発注確認書への記載団体名追加など、是正に向けた取り組みを開始した。

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62回JAA広告賞 消費者が選んだ広告コンクール



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、デジタル音声広告)、OOH広告、フィルム広告(短編の部、中編の部、長編の部)

【入賞発表】2025年1月

【表彰式】2025年2月27日

【応募総数】965件(第61回実績:879件)

入賞作品 JAA賞グランプリ

プリント広告部門 味の素株式会社

団ランランタン

〈審査員コメント〉

- ・ビジュアルの美しさ、文言の共感性、わかりやすさ、いずれも高評価。
- ・広告を切ってランタンにする発想と団らんとのかけ合わせが good。
- ・スマホを使わずに家族の会話のひとつになりそう。
- ・食事スタイルの新提案。
- ・色鮮やかで温かみを感じる。

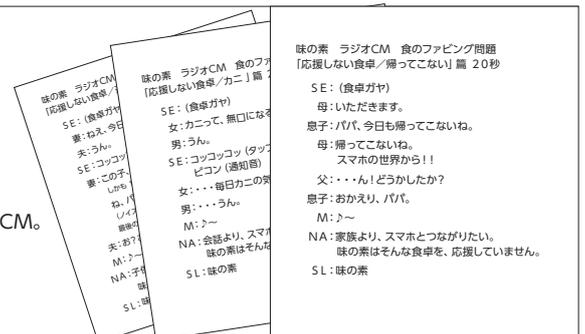


オーディオ広告部門 味の素株式会社

食のファビング問題「応援しない食卓」 帰ってこない篇/カニ篇/遠い声篇

〈審査員コメント〉

- ・「応援していないんかーい!」と思わず突っ込みたくなるクセになる CM。
- ・あるある!!自分も身につまされる、パパだけじゃないよね。
- ・一緒に食事をとる大切さ、今の時代とても大事と思う。
- ・食の楽しみを提案している、自分も考えさせられました。

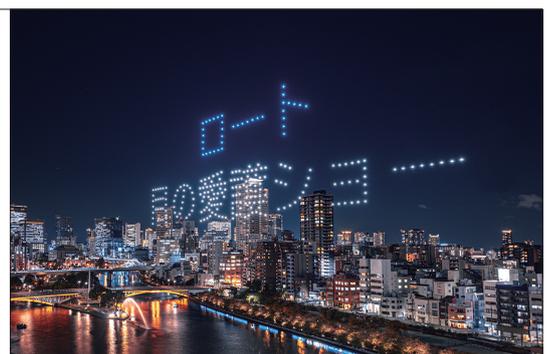


OOH 広告部門 ロート製薬株式会社

ロート「目の愛護ショー」

〈審査員コメント〉

- ・夜空とドローンを使った企業広告が斬新・ユニーク。
- ・癒しにもなるし空間やアイデアが素晴らしい!まさに今の広告。
- ・新しい!すごい!おもしろい!
- ・私も生でみたかった、見たら感動する。
- ・「ハトハト」最高でした。



フィルム広告部門(短編) 北海道漁業協同組合連合会

秋鮭といくらで世界一美しいプリンセスドレスを作ってみた篇
 北海道の昆布を10時間かけて編み込んでみたら…?篇
 北海道のほたてを使ってモンスターを爆誕させてみた篇

〈審査員コメント〉

- ・食材の魅力を余すことなく美しく表現していて印象的。
- ・絶対食べてみたいと思えるような魅力ある広告。
- ・視覚で味の素晴らしさが伝わる。
- ・芸術的!目が釘付けになった。
- ・食材の使い方が絶妙。
- ・ユーモアがありおもしろい。



フィルム広告部門(中編) キリンビール株式会社

晴れ風 未来のお花見篇/夏と晴風篇

〈審査員コメント〉

- ・企業が社会貢献をしているのか知れ、自分の購入が役立つのが知れた。
- ・日本の原風景とビールの組み合わせが爽やかで美しい。
- ・未来に向けて明るい気持ちになる。
- ・日本の伝統を守る活動に好感・共感。
- ・味でなく活動にスポットをあてているのがよかった。



フィルム広告部門(長編) 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
 風の電話篇/漂流ポスト篇

〈審査員コメント〉

- ・「ありがとう」をいう日は多いけど「ごめんなさい」をいう日があってもよいと思った。
- ・当事者のエピソードが当たり前の日常の大切さを考えさせてくれた。
- ・泣ける、自分も大切な人に言おうと思った。



入賞作品 経済産業大臣賞

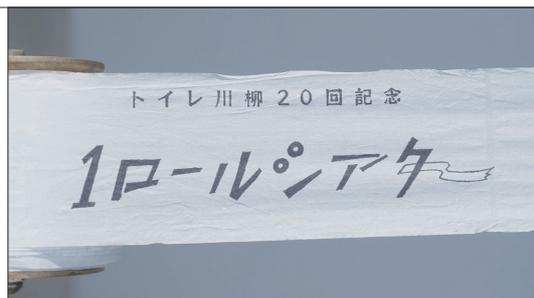
フィルム広告部門(長編の部)より

TOTO株式会社

トイレ川柳20回記念 1ロールシアター

〈審査員コメント〉

- ・トイレトーパーに家族のストーリーを描いているのはトイレメーカーらしいし、おもしろい。
- ・トイレと人生が物語になっていて心が温まる。
- ・子供時代のトイレの思い出、たくさんあるな〜。
- ・あるあるトイレの中。



2) 第12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。

【応募期間】 2024年4月1日～8月30日

【贈賞式】 2024年12月5日

対象部門 企業グランプリ部門

【コーポレートサイト賞】

株式会社I-neコーポレートサイト
(株式会社I-ne)



【企業BtoBサイト賞】

あなたのとりの明電舎
(株式会社明電舎)



【企業BtoCサイト賞】

ビートルランド・米原
(奥伊吹観光株式会社)



【プロモーションサイト賞】

おくすりシートリサイクルプログラム
(第一三共ヘルスケア株式会社)



【アクセシビリティ賞】

帝国ホテル公式サイト
(株式会社帝国ホテル)



対象部門 Web人部門

【Web人賞】

伊原 力也氏 (フリー株式会社)

田中 邦裕氏 (さくらインターネット株式会社)

平田 麻莉氏 (一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会)

山口 真一氏 (国際大学)

渡辺 由美子氏 (認定特定非営利活動法人キッズドア)

3) 第2回 U35 Creative & Communication Award 2024

【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】 2024年9月5日～10月15日

【授賞式】 2024年12月6日

【受賞者】 **最優秀賞**：大越 兼灯氏(法政大学大学院 デザイン工学研究科 システムデザイン専攻)
岩井 拓諒氏(東北大学 理学部数学科)
馬場 由峰氏(株式会社Qoil)

優秀賞：飯島 夢氏(Septeni Japan株式会社) 小川 敬典氏(株式会社東北新社)
佐野 弥詩氏(株式会社電通東日本) 田中 見希子氏(株式会社東北新社)

4) 第4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4回目の実施となった。



最終審査会及び贈賞式は7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】

「音楽のよろこびを、だれにでも」「だれでも第九」コンサート

加藤 剛士氏、東 奈穂氏
(ヤマハ株式会社)



加藤 剛士氏



東 奈穂氏

【銀賞】

「～若い人も”よく考えて備えてね♪”～
プロモーションの力で保険と若年層の距離を縮める!」

鎌倉 淳貴氏
(アフラック生命保険株式会社)



鎌倉 淳貴氏

【銅賞】

「飲めても飲めなくても、みんな飲みトモ。
スマートドリンク(=スマドリ) 2023年コミュニケーション戦略について」

宮崎 智子氏
(アサヒビール株式会社)



宮崎 智子氏

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。

2024年度実績
合計：49講座
のべ参加人数：
3,310社 8,813名

※一部社名不明のため、
実際の参加社数より少なめとなります

2023年度実績 合計：52講座/
のべ参加人数：
4,754社 9,507名

JAAセミナー

【テレビ・ラジオメディア専門委員会】

1) 「第4回リアルタイム配信視聴動向検証報告会」

開催日：1月10日 参加人数：58社 81名

2) 「在京テレビ局 戦略説明会 2024年1～2月」

開催日：1月12日(TBSテレビ)、1月17日(フジテレビ)、1月23日(日本テレビ)、
1月24日(テレビ朝日)、2月9日(テレビ東京)

参加人数：343社 601名

3) 「ユニバーサルデザインな情報発信で生まれる/広がる世界とは ～国際受賞・岡山放送の取り組みから考える～」

開催日：6月10日 参加人数：31社 38名

4) 「第5回リアルタイム配信視聴動向検証報告会」

開催日：6月26日 参加人数：89社 102名

5) 「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3回調査の報告」

開催日：7月17日 参加人数：72社 103名

6) 「ラジオ・音声メディアのケーススタディ ～深夜に広がるファンコミュニティ～」

開催日：8月21日 参加人数：54社 70名

7) 「ラジコの最新広告活用」

開催日：9月18日 参加人数：66社 94名

8) 「TBSラジオ社報告会」

開催日：10月4日 参加人数：22社 26名

9) 「第6回リアルタイム配信視聴動向検証報告会」

開催日：12月19日 参加人数：49社 71名

【新聞メディア専門委員会】

10) 「新聞広告は、ソーシャルグッドからパーソナルグッドへ。個を動かす、社会メッセージとは？」

開催日：1月24日 参加人数：36社 46名

11) 「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)

開催日：12月3日 参加人数：195社 290名

【雑誌メディア専門委員会】

12) 「第65回日本雑誌広告賞～受賞作品のご紹介と今後の雑誌広告の可能性～」 (日本広告業協会、日本雑誌協会、日本雑誌広告協会共催)

開催日：4月10日 参加人数：114社 260名

13) 「美容No.1メディア「VOCE」の360°マーケティングへの挑戦」 ～いま、真に顧客に届くコミュニケーション戦略とは？～

開催日：4月16日 参加人数：46社 127名

14) 「M-VALUE DIGITAL報告会」

開催日：8月5日 参加人数：9社 10名

【プロモーションメディア専門委員会】

15) 「銀座スカイウォーク見学会」

開催日：5月4日 参加人数：6社 6名

16) 「OOH共通指標策定に向けて OOH新共通指標策定プロジェクト報告」

開催日：9月9日 参加人数：47社 70名

【広告取引委員会】

17) 「STARTO ENTERTAINMENT説明会」

開催日：4月19日 参加人数：1社 1,250名

18) 「2023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7日 参加人数：1社 1,842名

19) 広告法務セミナーII「景品表示法の基本的な考え方」(広告関係8団体共催)

開催日：9月4日 参加人数：1社 439名

【デジタルメディア専門委員会】

20) 「デジタル広告に潜むリスクの現在～生成AIとその影響とは～」

開催日：1月15日 参加人数：121社 260名

21) 「JICDAQ事業概要及び登録アドバイザーに関する説明会」

開催日：1月19日、4月11日、7月30日、10月15日 参加人数：75社 92名

22) 「デジタル広告に潜むリスクの現在～生成AIとその影響とは～/続編」

開催日：2月21日 参加人数：88社 165名

23) 「JICDAQ ANNUAL REPORT説明会」

開催日：11月25日 参加人数：125社 166名

24) 「ELSIの視点から考えるアドテク進化の光と影：便利さと倫理の狭間で～信頼される広告であり続けるために～」

開催日：12月9日 参加人数：45社 56名

【クリエイティブ委員会】

25) 「知っているようで知らない? 『広告賞』を知ろう」

開催日：5月10日 参加人数：50社 92名

26) 「2024カンヌライオンズを3つのキーワードから振り返る」

開催日：10月25日 参加人数：56社 111名

【サステナビリティ・コミュニケーション委員会】

27) 「いい未来を、仲間と共に創る。」

～事業を通じた社会課題解決に向けたリコーの実践とコミュニケーションについて～

開催日：2月2日 参加人数：32社 60名

28) 「『Z世代的価値観』とは? 世代→価値観で考えてみる」

開催日：4月9日 参加人数：49社 84名

29) 「サステナブルカスタマーとは

『事業性』と『社会貢献性』の両立に向けた次世代カスタマーの醸成へ」

開催日：7月30日 参加人数：41社 61名

30) 「これからの『未定年&シニア層』 ～幸せ創り6つのツボ～」

開催日：9月3日 参加人数：50社 91名

31) 「インクルーシブな広告はビジネス利益を生み出す、その背景にあるものとは。～ステレオタイプのない広告表現やブランディングについて考える～」

開催日：12月12日 参加人数：37社 53名

事業活動

【ブランディング戦略委員会】

- 32) 「未来への共創 — 横河電機が挑んだリブランディングの軌跡」(日本BtoB広告協会共催)
開催日：2月28日 参加人数：30社 51名
- 33) 「第3回BtoB情報交換会(TOPPANホールディングス)」
開催日：6月5日 参加人数：17社 25名
- 34) 「第4回BtoB情報交換会(クボタ)」
開催日：9月26日 参加人数：14社 22名

【JAA広告賞プロジェクト】

- 35) 「JAA広告賞『消費者に響く広告創りの秘訣』」
開催日：8月7日 参加人数：92社 166名

【デジタルマーケティング研究機構】

- 36) 「各委員会オリエンテーション(DMI説明会)」
開催日：2月20日 参加人数：85社 118名
- 37) 「Webグランプリフォーラム」
開催日：2月27日 参加人数：106社 165名
- 38) 月例セミナー「2024 CESとNRFから読み解くこれからのマーケティングコミュニケーション」
開催日：3月26日 参加人数：57社 71名
- 39) 月例セミナー「2024 アドベリフィケーション・ステマ規制 社会から信頼を得るために
いま企業がしなければいけないこと」
開催日：4月23日 参加人数：79社 137名
- 40) 月例セミナー「スポーツ協賛の可能性とあるべき姿を考える～eスポーツの発展と取り組み事例～」
開催日：5月28日 参加人数：72社 106名
- 41) 月例セミナー「アクセシビリティの本質を考える」
開催日：6月25日 参加人数：102社151名
- 42) 第4回DMIフォーラム「変わるものと変わらないもの」
開催日：7月9日 参加人数：176社 278名
- 43) DMIセミナー「個人情報保護法改正の最新見込みと我々の心構えについて」
開催日：9月20日 参加人数：89社 149名
- 44) 月例セミナー「企画の立て方・進め方」
開催日：9月24日 参加人数：62社 80名
- 45) I.C.E. U35プロジェクトセミナー「クリエイティブアワード U35 C&CA 最優秀チームが語る『企画の裏話』」
開催日：10月24日 参加人数：100社 157名
- 46) 月例セミナー「新製品やサービスを市場に投入する際に
マーケティング戦略を検討すべき領域やプロセス」
開催日：11月12日 参加人数：75社 99名
- 47) 月例セミナー「組織調整に役立つ『デジマの知見』を一挙紹介。
このデータを知っていれば、社内を動かせる!?!」
開催日：11月26日 参加人数：62社 77名

【その他】

- 48) 「企業事例で解説：商品ライフサイクル・成熟度で変わる
CM貢献度分析企画の立て方・進め方」(スイッチメディア)
開催日：5月15日 参加人数：73社 127名
- 49) 「ワークショップ：広告・メディアにおける『ジェンダー表現』を考える」(オリコム)
開催日：10月1日 参加人数：13社 17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、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
- ② CODA (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
- ③ 日本民間放送連盟、JAAAと連携し、字幕付きCMの普及推進
- ④ 日本新聞協会とセミナー「新聞広告から始まるSNSコミュニケーション」～新聞の枠を超えた新聞広告～を共同開催
- ⑤ 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
- ⑥ 日本雑誌広告協会による「デジタルタイアップ価値証明プロジェクト」に関する意見交換の実施
- ⑦ JAAA、日本雑誌広告協会との共催でセミナー「第65回 日本雑誌広告賞 ～受賞作品のご紹介と今後の雑誌広告の可能性～」を開催
- ⑧ JAAA他関係団体・企業を起点とした「日本版OOHメジャメント標準化検討準備委員会」と共通指標の策定に向けた意見交換の実施
- ⑨ UN 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
- ⑩ 日本広告学会 第55回全国大会「広告の内と外-広告からの逃げ道の向こうには何があるのか」の助成、関西部会への講師 (中塚千恵広告取引委員会委員長 (東京ガス)) 派遣
- ⑪ 日本BtoB広告協会とBtoB コミュニケーションセミナー「未来への共創-横河電機が挑んだリブランディングの軌跡」を共同開催
- ⑫ 日本広告審査機構他関連団体との広告法務セミナーの共同開催
- ⑬ 全日本広告連盟と共催でアドフェスト現地研修ツアーの実施

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機関誌『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。