

## 第109回理事会・第102回評議員会開催

去る3月12日(水)、吉田秀雄記念事業財団の第109回理事会および第102回評議員会が、コートヤード・マリOTT銀座東武ホテル 龍田の間において開催されました。理事会においては、「平成20年度事業計画および収支予算に関する件」「理事長および常務理事選任の件」「評議員任期満了に伴う選出の件」「選考委員辞任に伴う補充の件」の4議案が審議され、原案通り承認されました。また、評議員会においては、「平成20年度事業計画および収支予算に関する件」「理事および監事任期満了に伴う選任の件」の2議案が審議され、両案とも原案通り可決・承認されました。

理事・評議員の改選では、理事16名(内新任2名)・監



事2名・評議員22名(内新任4名)があらたに選出されました。

なお、平成20年度予算の概要は以下の通りです。

### 平成20年度予算の概要

#### I. 事業活動収支の部

##### 1. 事業活動収入

基本財産運用収入	95,000,000
事業資金積立基金運用収入	500,000,000
ADMT商品販売収入	2,500,000
雑収入	1,000,000
事業活動収入計	598,500,000

##### 2. 事業活動支出

事業費支出	[532,330,000]
研究助成費支出	96,600,000
アド・ミュージアム東京運営費支出	408,730,000
研究広報費支出	27,000,000
管理費支出	[112,050,000]
人件費支出	67,300,000
事務諸費支出	28,750,000
設備関係費支出	14,000,000
雑費支出	2,000,000
事業活動支出計	644,380,000
事業活動収支差額	△45,880,000

#### II. 投資活動収支の部

##### 1. 投資活動収入

特定資産取崩収入	20,600,000
投資活動収入計	20,600,000

##### 2. 投資活動支出

特定資産取得支出	4,780,000
固定資産取得支出	20,000,000
投資活動支出計	24,780,000
投資活動収支差額	△4,180,000

#### III. 財務活動収支の部

##### 1. 財務活動収入

財務活動収入計	0
---------	---

##### 2. 財務活動支出

財務活動支出計	0
財務活動収支差額	0

#### IV. 予備費支出

予備費支出	[25,000,000]
当期収支差額	△75,060,000
前期繰越収支差額	177,000,000
次期繰越収支差額	101,940,000

## 吉田秀雄記念事業財団理事および監事

職名	氏名	現職	新任・再任
理事長	松本 宏	(株)電通特別顧問	再任
常務理事	松代隆子	(株)電通エグゼクティブ・プロジェクト・マネージャー	新任
理事	犬養康彦	(社)共同通信社顧問	再任
理事	荻谷東一	(株)電通常務取締役	再任
理事	梶山 皓	獨協大学学長	再任
理事	柏木重秋	元早稲田大学教授	再任
理事	亀井昭宏	早稲田大学商学大学院教授	再任
理事	佐藤安弘	(社)全日本広告連盟理事長	再任
理事	島田晴雄	千葉商科大学学長	再任
理事	嶋村和恵	早稲田大学商学大学院教授	新任
理事	田中 洋	中央大学大学院戦略経営研究科教授	再任
理事	仁科貞文	青山学院大学文学部教授	再任
理事	端 信行	兵庫県立歴史博物館館長	再任
理事	村上政敏	(社)日本広告審査機構理事長	再任
理事	八巻俊雄	東京経済大学名誉教授	再任
理事	吉田 宏		再任
監事	高橋紘二郎	(株)電通常勤監査役	再任
監事	沼田安弘	沼田法律事務所所長・弁護士	再任

(理事 16名 任期2年 平成20年4月1日～平成22年3月31日)

(監事 2名 任期2年 平成20年4月1日～平成22年3月31日)

## 吉田秀雄記念事業財団評議員

職名	氏名	現職	新任・再任
評議員	青木幸弘	学習院大学経済学部教授	再任
評議員	氏家齊一郎	日本テレビ放送網(株)代表取締役	再任
評議員	江崎勝久	(社)大阪広告協会理事長	再任
評議員	大島寅夫	(株)中日新聞社代表取締役社長	再任
評議員	大島邦彦	(社)日本広告業協会専務理事	再任
評議員	岡本新蔵	(株)電通上席常務執行役員	新任
評議員	鏡 明	(株)電通執行役員	新任
評議員	釜井節生	(株)電通常務取締役	再任
評議員	菊池育夫	(株)北海道新聞社代表取締役社長	再任
評議員	北村正任	(株)毎日新聞社代表取締役社長	再任
評議員	清原武彦	(株)産業経済新聞社代表取締役会長	再任
評議員	田中健五	日本図書普及(株)代表取締役社長	再任
評議員	鶴田卓彦	(株)日本経済新聞社客員	再任
評議員	延原和良	(株)電通上席常務執行役員	再任
評議員	箱島信一	(株)朝日新聞社特別顧問	再任
評議員	日枝 久	(株)フジテレビジョン代表取締役会長	再任
評議員	疋田 聰	東洋大学経営学部教授	再任
評議員	平山郁夫	日本美術院理事長	再任
評議員	古川一郎	一橋大学大学院商学研究科教授	新任
評議員	松田公春	(株)電通専務取締役	再任
評議員	宮田加久子	明治学院大学社会学部教授	新任
評議員	渡邊恒雄	(株)讀賣新聞グループ本社代表取締役会長	再任

(評議員 22名 任期2年 平成20年4月1日～平成22年3月31日)

# 平成20年度研究助成の対象者決定



平成20年度(第42次)の研究助成の対象者が、2月14日の選考委員会を経て3月12日に開催された理事会において以下のとおり決定いたしました。

この研究助成事業は、マーケティングや広告について、独創性・発展性のある研究を助成するもので、大学の常勤研究者および大学院生(博士後期課程在学者)を対象に毎年募集を行っています。今年度は、応募総数48件(常勤研究者の部34件、大学院生の部14件)のなかから、23件(常勤研究者の部12件、同部門継続研究2年目1件、大学院生の部10件)が選出されました。なお、継続研究(2年間)は16件の応募のうち

5件、指定課題は7件の応募のうち4件が助成対象となりました。助成金額は、常勤研究者の部において総額2,605万円、大学院生の部においては総額495万円、合計で3,100万円が給付されます。

研究成果は、来年3月上旬に最終報告書として提出され、当財団が運営する「アド・ミュージアム東京」の広告図書館などで広く一般に公開されるほか、研究要旨集は関係方面に広く配布される予定です。

## 平成20年度 第42次 研究助成対象者一覧表

### 常勤研究者の部 (部門別・50音順)

代表者氏名	大学・学部	身分	研究テーマ
李 津娥	東京女子大学 現代文化学部コミュニケーション学科	教授	政治広告における争点提示とイメージ構築 ～政治広告の変遷とその受容に関する研究～
香取 淳子	長崎県立大学 国際情報学部	教授	字幕付きTVCMの効果に関する研究～トヨタ・オーストラリアの場合～
鹿野 菜穂子 他3名	慶應義塾大学 法科大学院	教授	広告規制の比較的研究
桑原 秀史	関西学院大学 経済学部	教授	広告の産業連関分析～理論的・実証的研究～
泉水 清志	育英短期大学 現代コミュニケーション学科	専任講師	広告から喚起される「気分の確実性」が購買情報処理に及ぼす影響
竹内 淑恵 他1名	法政大学 経営学部	教授	金融リスク商品の選択における購買意思決定 ～広告誤認発生と消費者反応の分析～
山下 玲子	武蔵大学 社会学部	教授	高視聴率番組は宣伝効果を持つのか
[指定研究] 大江 宏子 他2名	横浜国立大学大学院 国際社会科学部	教授	CSR要素を巡る企業と消費者のコミュニケーションに関する実証的分析 ～企業側の期待と消費者評価の位相と媒体選別の実態に着目して～
[継続研究] 萩原 滋 他3名	慶應義塾大学 メディア・コミュニケーション研究所	教授	日本のテレビCMにおける高齢者表象と高齢者市場へのアプローチ
[継続研究] 濱岡 豊	慶應義塾大学 商学部	教授	マーケティングにおける創造性の研究 ～消費者/コミュニティの創造性を中心に～
[継続研究] 宮川 清 他1名	星城大学 経営学部	教授	企業不祥事における企業表現～目録のケース・スタディーから見る 「お詫び広告」の実践的な方向性の模索(現状と課題)～
[継続研究] 余田 拓郎	慶應義塾大学 大学院 経営管理研究科	教授	成分ブランドにかかわるコミュニケーション効果の検討
[継続研究2年目] 竹内 和久	早稲田大学 文学学術院	教授	広告受容における潜在認知過程と生体過程の解明と それに基づく分析技法の開発

計13件

### 大学院生の部 (50音順)

助成者氏名	大学・学部	身分	研究テーマ
青木 孝次	早稲田大学大学院 商学研究科	博士後期課程	個人による情報発信時代の「普及モデル」の再構築
五十嵐 正毅	早稲田大学大学院 商学研究科	博士後期課程	商品パブリシティの第三者保証効果に関する実証研究
大風 かおる	法政大学大学院 経営学研究科	博士後期課程	製品パッケージによる消費者へのコミュニケーションが、製品の販売実績にもたらす影響に関する研究～潜在成長曲線モデルを利用した実証研究～
国分 峰樹	青山学院大学大学院 経営学研究科	博士後期課程	広告の意図せざる結果に対する倫理的責任についての研究
小森 めぐみ	一橋大学大学院 社会学研究科	博士後期課程	物語形式の情報と広告の関係についての心理学的検討
朴 正洙	早稲田大学大学院 商学研究科	博士後期課程	グローバル・ブランドに対する日本・韓国・中国消費者のブランド連想に関する研究
楊 韜	名古屋大学大学院 国際言語文化研究科	博士後期課程	モダン・消費・空間～日本と中国の百貨店広告に関する比較研究～
[指定研究] 矢崎 陽子	山梨大学大学院 医学工学総合教育部	博士後期課程	CSRとミュージアム・マーケティングに関する理論的・実証的考察
[指定研究] 井上 昌美	筑波大学大学院 ビジネス科学研究科 企業科学専攻	博士後期課程	ステークホルダーからの信頼を向上させるCSRコミュニケーションマネジメントに関する研究
[指定研究] 劉 慶紅	早稲田大学大学院 公共経営研究科	博士後期課程	中国における日系企業の新たな現地化戦略に関する研究～パブリックバリューの視点に基づく実証研究を中心に～

※今年度の指定課題は「CSRコミュニケーションに関する多角的研究」

計10件

## 研究助成選考総評

<p>選考委員長 <b>亀井 昭宏</b> 早稲田大学 商学学術院 教授</p>	<p>今年度の助成申請は、常勤研究者の部では継続研究が16件と、これまでにない件数に達していたばかりか、研究テーマも魅力的なものが多く、また研究計画も充実した内容のものがほとんどで、選考に困る程であった。半面、不必要と思われるような調査旅行が予定され、多額な旅費が計上されていた申請も数件見られた。貴重な研究費を最大限に活用し、後世にも高い評価を受けられるような多大な研究成果をあげられることを選考委員として心から祈念している。</p>
<p>選考委員 <b>安倍 北夫</b> 東京外国語大学 名誉教授</p>	<p>「CSR」について指定・一般・院生・継続を含めて関連研究が多かった。倫理的責任や偽装を含め如何に今日の課題か分かる。しかし「CSR・ステークホルダー」が企業、まして投資家、株主にとって、法的責任、また日本社会での責任のとり方、むしろ倫理的責任とのからみ。それへの意欲的アプローチもあった。こうした研究に継続を願うけれど、挑戦的であるだけむしろ単年の方がいいが。</p>
<p>選考委員 <b>梶山 皓</b> 獨協大学 学長</p>	<p>今年度の特色は、応募者の研究テーマがブランドやネットに集中する傾向が終わり、多岐にわたったことである。また常勤研究者の応募に大型研究が目立った。2年間の継続研究が16点に上り、中には単年度、コンパクトにできる研究もあるようだが、質量ともに絞りに悩んだ。大学人の教育負担や学内用務が急増している昨今、予算額よりも研究時間の余裕が求められているのかもしれない。大学院生のテーマも幅広かったが、CSR問題に関心の高さを感じた。</p>
<p>選考委員 <b>片平 秀貴</b> 丸の内ブランドフォーラム 代表</p>	<p>今年も多数の応募があり、年々審査に通るのが難しくなっている。未完成の研究の質を文章だけで判断するので審査する側も大変だが、審査していて中味は良さそうなのに書き方で損をしているものが散見される。多いのは表現が専門的にすぎるものだ。審査委員は専門誌のエディターではない。委員が十分に理解できない研究に高い点はつかない。自分の隣の分野の教授が理解できるあたりが丁度いい。質の高い研究計画を平易に表現する、難しいがチャレンジされたい。</p>
<p>選考委員 <b>嶋村 和恵</b> 早稲田大学 商学学術院 教授</p>	<p>昨年はネット・コミュニティ、CGM、eクチコミ、クロス・メディア等を対象にしたテーマが多かったが、それは一段落したようだ。指定課題以外の部分では研究テーマの広がりが感じられた。大学院生、常勤研究者どちらにおいても、ユニークで新しい視点の研究テーマが目についた。また継続研究の希望が半数にも及んでいた点が印象に残る。財団からの助成金はじっくり時間をかけた研究に使いたいという研究者の願いが伝わってくる。</p>
<p>選考委員 <b>田村 正紀</b> 神戸大学 名誉教授</p>	<p>本年度は専門的に非常に分化した研究テーマが目立ったように思う。21世紀に入って、広告を取りまく環境や企業のマーケティング活動が大きく変わる中で、広告をとらえる新しい視点の研究手法がもっと出てほしいと思う。</p>
<p>選考委員 <b>仁科 貞文</b> 青山学院大学 教授</p>	<p>昨年度に引き続き、応募総数48件のうち2年継続研究への応募が16件あり、この方式に希望が多いことを示している。その中でも半数が、費用規模は単年度研究と同じだが時間を掛けて研究したいという「研究期間延長型」であり、研究期間の自由度への要望が多いようだ。一方で指定課題への応募が振わず、「多角的研究」という緩やかな枠組みが提示されているのだが、案外にユニークなアプローチが少ないように感じられた。</p>
<p>選考委員 <b>疋田 聡</b> 東洋大学 教授</p>	<p>研究に限らず何かコトを成そうというとき、どれだけ準備をしたかがその成否に大きくかわる。研究の場合は、先行研究のレビューがそれにあたる。論文発表の「生産性」を上げるためか、この準備が軽視されているように感じる。ちょっとした思いつきや、独断的な思い込みでスタートさせたプロジェクトは、当人の努力はともかく研究とはいいいがたい結果になりがちである。焦らず慌てず諦めず、よく練られた課題を期待します。</p>
<p>選考委員 <b>藤谷 明</b> 吉田秀雄記念事業財団 常務理事</p>	<p>7年間にわたり応募研究の審査をさせて頂いた。この間、募集範囲の拡大や継続研究、課題研究の導入などさまざまな試みをしてきた。また、研究のインセンティブとして「吉田秀雄賞」を設け、優れた研究論文を褒賞してきたが、その成果は徐々に出てきたように思う。今年度助成する研究から財団として出版を助成し、世に広めるにふさわしい論文が多数出ることを期待したい。</p>
<p>選考委員 <b>古川 一郎</b> 一橋大学 教授</p>	<p>今年度は、広告やCSRに対する法的な側面からの考察、高齢者に焦点を当てた研究、企業の不祥事や広報の研究といったタイムリーなトピックスが目立った。グローバルな企業活動、ネット社会、少子高齢化という環境変化が当たり前のものとして日常化し、これまでにない問題が顕在化してきていることがこの背景にあらう。問題がまさに起こっている現場でまず人々を観察し、そこから検証可能な仮説を着想することを期待したい。</p>

(選考委員は50音順)

## 常務理事交代

### 松代隆子常務理事が就任

吉田秀雄記念事業財団では、4月1日付で松代隆子常務理事が就任、平成14年4月から3期6年にわたり常務理事を務めた藤谷明氏は、顧問に就任しました。松代隆子常務理事は株電通マーケティング局勤務を経て、総務局社会貢献部長、コーポレート計画局CSR室長、同局エグゼクティブ・プロジェクト・マネージャー等を歴任、本年3月12日に開催された第102回評議員会において理事に選任され、同日に開催された第109回理事会において常務理事に選出されたものです。



## 出版助成事業

平成19年度より、「研究助成事業」の一環として新たに開始した「出版助成」の第1号として、このたび以下の書籍が刊行されました。本書は、宮田加久子教授(明治学院大学)を代表とする研究者グループが、平成16年度から平成17年度にかけて当財団から助成を受けて実施した研究成果をもとにまとめたものです。なお、この研究は第4回助成研究論文吉田秀雄賞 常勤研究者の部(第二席)を受賞しています。



### 『ネットが変える消費者行動』 —クチコミの影響の実証分析—

宮田加久子・池田謙一編著／金宰輝・繁樹江里・小林哲郎著  
(NTT出版) 2008年3月25日発刊(定価本体2,400円+税)

1901年、IOCがアマチュア規定を統一して以来、スポーツの世界には長らく、アマチュアリズムが強固な理念として定着していた。しかしその後様々な曲折を経て、1974年のオリンピック総会でオリンピック憲章からアマチュア規定が削除され、スポーツは大きな転換期を迎えた。今回、特集として取り上げた「スポーツマーケティング」は、本来、アマチュアリズムと相反しかねない要素を多く内包していたように思う。しかし、それが可能になった背景には、「するスポーツ」から「見るスポーツ」への変質、即ち大衆が求めるイベントとしてのスポーツの台頭と、それを支えたテレビを中心とするマスメディアとスポーツとの強固な結びつきがある。

強いもの、速いもの、美しいもの、楽しいものが人々の心を揺さぶる限り、そこに価値を見出した企業の、スポーツマーケティングへの挑戦が続くに違いない。

(賢一)

今回の特集はオリンピックイヤーということで、「企業とスポーツのコラボレーション—スポーツマーケティングの可能性—」である。

各執筆者から、多彩で有益な原稿が寄せられているが、中でも鈴木友也氏が米国における動向として紹介している「ROS」概念は、広告の世界においても、クロス・コミュニケーションの「ROI」測定が求められている点と一致しており、大変興味深かった。また、スポーツマーケティングでのコラボレーションが進展するように、マーケティング広告においても、昔のタイアップとは異なる、企業と企業・企業とメディア・企業と流通等の新しい形のコラボレーションが、新製品開発から広告キャンペーンまで幅広く展開されている点も、新時代のクロス・コミュニケーション戦略として注目される。

当財団の平成20年度研究助成論文にも過去の理論やモデルにとらわれず、新しい時代環境下での理論・モデル構築へチャレンジする研究者が出てきており、今後さらに意欲的な研究が登場することを期待したい。

(自然流桐齋)

新緑が美しく街を彩る季節になりました。気候も良いこの時期には、週末に家族でスポーツを楽しむ姿も多く見られます。専らインドア派の私は、スポーツには縁がありませんが、学生時代に流行のスポーツ・シューズを履いていた時期がありました。本来の目的から全く離れ、ただ見せる目的だけでしたが、そのシューズの持つ雰囲気が好きでした。私が通った学校は、制服の規定が厳しかった一方で、靴は色以外の規定がなかったので、熱心にブランドを比較した思い出があります。それを通して、スポーツ用品のメーカーを覚えていったのです。最近はお洒落なスポーツウエアに触発され、今度こそはスポーツを続けたい、と再度目かの誓いを立てています。

(norinori)

自身が水泳部に所属していたこともありですが、オリンピックではいつも平泳ぎの北島康介選手に注目します。北島選手は闘志を隠しません。オリンピックを取り巻くさまざまな思惑、プレッシャー、何もかもを飲み込んだうえで競技に挑む姿、迫りに圧倒されます。

その北島選手が、「メダルを取る感動は取らないとわからない。あの緊張感や刺激はアテネが終わってから体験していない」と、代表選手決定直後の記者会見で、五輪への思いを語っていました。彼をあれほどまでに熱く強く駆り立てるのが、「緊張感」「刺激」などを求める人間本来の「闘争本能」であるならば、その純度の高さ故にわれわれはカタルシスを覚えるのかもしれない。

(2代目かつお)