

平成 25 年度
事業計画書

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団

平成 25 年 3 月

〈目 次〉

事業計画書

1. 公益事業1 事業計画	1
2. 公益事業2 事業計画	8

事業計画書

1. 公益事業1 事業計画

広告・広報・メディアを中心とするマーケティング及びコミュニケーションに関連する分野の研究助成事業及び褒賞・調査研究・情報提供事業

1) 研究助成

① 一般研究助成

平成 25 年度 第 47 次研究助成は、常勤研究者、大学院生合わせて 42 件の応募数（内、指定課題へは 12 件）があり、平成 25 年 2 月 19 日（火）の選考委員会で審査した結果、11 件（常勤研究者 6 件、大学院生 5 件）の研究が採択された（別表 1、2）。

なお、平成 24 年度からの継続研究を含めた平成 25 年度の総助成件数は、常勤研究者の部 11 件、大学院生の部 7 件である。

【応募件数】（ ）内は平成 24 年度

常勤研究者の部	30 件	(26 件)	大学院生の部	12 件	(16 件)
〔うち指定課題	10 件〕		〔うち指定課題	2 件〕	

【採択件数】（ ）内は平成 24 年度

常勤研究者の部	6 件	(7 件)	大学院生の部	5 件	(9 件)
単年度研究	4 件		単年度研究	5 件	
継続研究	2 件		継続研究	0 件	
〔うち指定課題	2 件〕		〔うち指定課題	1 件〕	

【平成 24 年度からの継続研究】

常勤研究者の部	5 件		大学院生の部	2 件	
---------	-----	--	--------	-----	--

【平成 25 年度総助成件数】

常勤研究者の部	11 件		大学院生の部	7 件	
単年度研究	4 件		単年度研究	5 件	
継続研究	7 件		継続研究	2 件	

・平成 25 年度の指定課題

- 課題 1 東日本大震災後の日本人の価値観・意識・ライフスタイル・消費行動およびメディア・企業活動・コミュニケーションの変化に関する研究
- 課題 2 コミュニケーション大変革時代における広告概念・機能・役割に関する研究
- 課題 3 企業のマーケティング・コミュニケーション体制の変化に関する研究
- 課題 4 広告・メディアを中心とした知的財産およびその著作権に関する研究

昨年の選考委員会において、最近の傾向として継続研究の成果に対する疑義が呈されたため、平成 24 年度の助成対象者（常勤研究者）から継続研究第 1 年次中間報告会に選考委員が出席することになった。今後もこの方式を継続する。

また、助成対象者と選考委員および財団とのリレーション、研究者間の情報交流の促進を目的に、平成 25 年 8 月に懇親会を開催する。

(別表1)

平成25年度 第47次 研究助成内定者一覧表

[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
【単年度研究】 北村 智	東京経済大学 コミュニケーション学部	専任 講師	ソーシャルメディアにおける情報環境の構成と消費者情報行動の関連に関する研究
【単年度研究】 守口 剛 他4名	早稲田大学 商学大学院	教授	消費者の解釈レベルによるマーケティング・コミュニケーション効果の相違に関する研究
【単年度研究】 【指定研究①】 大平 修司 他2名	千葉商科大学 商経学部	准教授	日本のソーシャル・コンシューマーの意思決定プロセス
【単年度研究】 【指定研究③】 芳賀 麻誉美	一橋大学大学院 国際企業戦略研究科	特任 講師	マーケティングリサーチを利用した企業の価値共創ターゲット選定とコミュニケーション支援に関する研究
【継続研究】 斉藤 嘉一 他2名	明治学院大学 経済学部	准教授	SNS上での消費者間コミュニケーションが購買行動に及ぼす影響 ～ソーシャルメディアの固有の効果と既存メディアの交互効果～
【継続研究】 余田 拓郎 他1名	慶應義塾大学大学院 経営管理研究科	教授	組織購買行動における広告コミュニケーションに関する実証研究 ～メッセージとしての成分ブランドの可能性に着目して～
			計6件

(別表2)

[大学院生の部] (部門別・50音順)

氏名	大学・学部	身分	研究テーマ
青木 慶	神戸大学大学院 経営学研究科	博士 後期 課程	企業と消費者がアイデアを共創するコミュニティにおいて、インセンティブが果たす役割についての研究
天野 美穂子	東京大学大学院 学際情報学府	博士 後期 課程	広告の視覚的比喩表現に関する研究
加藤 樹里	一橋大学大学院 社会学研究科	博士 後期 課程	感動する広告の説得効果とそのメカニズムに関する心理学的研究
津村 将章	東北大学大学院 経済学研究科	博士 後期 課程	マーケティング・コミュニケーションにおけるクリエイティブ評価指標の作成 ～物語型コミュニケーションを事例として～
羽藤 雅彦	関西大学大学院 商学研究科	博士 後期 課程	関係性を基軸としたブランド・コミュニティに関する研究 ～Facebook 上のブランド・コミュニティを事例として～
			計 5 件

② 委託研究

平成 23 年度に開始した委託研究は、2020 年のマーケティング・コミュニケーションや広告の将来像を展望するプロジェクトであるが、過去 2 年間は、3 つの視点（消費者、メディア・コミュニケーション、企業）別にチームを編成し、各チームを主体に研究を進めてきた。

平成 25 年度は、3 つの研究チームの成果を統合し、総合的な仮説モデルの構築とその検証、予測的調査を行い、最終報告に向けての研究を進める。

委託研究プロジェクトの概要：

・研究タイトル

「コミュニケーション・ダイナミズムが革新する新交流社会における
メディア・マーケティング・生活の進化」
副題—2020 年のマーケティング・コミュニケーション構造と広告—

・研究メンバー

全体統括	早稲田大学名誉教授	亀井昭宏氏
プロジェクト推進統括	青山学院大学名誉教授	仁科貞文氏
消費者視点チームリーダー	慶應義塾大学教授	清水 聡氏
メディア視点チームリーダー	中央大学大学院教授	田中 洋氏
企業視点チームリーダー	元金城大学教授	鈴木宏衛氏
アドバイザー	丸の内ブランドフォーラム代表	片平秀貴氏
	東京経済大学教授	岸志津江氏
	東洋大学教授	足田 聡氏

・各チームの研究テーマ

消費者視点チーム	「情報循環モデルの開発と新しい消費者行動の研究」
メディア視点チーム	「広告の将来予測と新しいコミュニケーション手法の研究」
企業視点研究チーム	「企業のマス広告およびインターネット活用動向の研究」

・研究成果報告予定

平成 26 年 3 月に中間報告会を開催する他、平成 26 年度以降に本プロジェクトの成果を発表（出版等）する。

③ 出版・翻訳助成

国内外の優れた研究成果の出版・翻訳活動に対し 2 件までの助成を行う。

なお、平成 24 年度は、朴正洙著『消費者行動の多国間分析—原産国イメージとブランド戦略—』（千倉書房）、寺本高著『小売視点のブランド・コミュニケーション』（千倉書房）および金子秀之著『世界の公共広告Ⅱ』（玄光社）の出版助成を行った。

④ 事業助成

当財団の助成対象領域の団体等の学術、研究的事業に対し助成を行う。

- ・日本広告学会全国大会（日本広告学会）
- ・クリエイティブフォーラム（日本広告学会）
- ・全日本広告連盟夏期広告大学（全日本広告連盟）
- ・広告会社三社合同セッション（全日本広告連盟）
- ・ヤング・ディレクターズ・セッション（日本アド・コンテンツ制作社連盟[JAC]）

2) 褒 賞

一般研究助成の成果の中から、優れた研究を選定し「第 11 回助成研究吉田秀雄賞」として顕彰する。平成 25 年度は、平成 24 年度の助成研究成果を対象に予備審査、本審査を経て吉田秀雄賞および準吉田秀雄賞を選出する。11 月 8 日に贈賞式を行う予定である。

3) 調 査（オムニバス調査）

研究者支援の一環として、一般研究助成対象者が自由に参加できるオムニバス形式の消費者標本調査（首都 30km 圏、一般男女個人 750 名）を実施する。本事業は、一般研究助成の対象者へ調査便益を提供するとともに、財団独自で時宜に適ったテーマの分析を行い、そのレポートを研究広報誌「アド・スタディーズ」に発表する。

4) 情報提供

① 研究者データベース

ア) 当財団の助成対象分野の研究者データベース（平成 24 年 2 月末現在、登録研究者数 329 名）の充実を図り、研究者間の交流・情報共有を支援する。

イ) 当財団が実施のオムニバス調査の結果をオープン・データベースとして一般に公開する。一般助成対象者に提供してきた集計・グラフ・分析システムは、利用率が低いため停止する。

ウ) 広告関係団体や企業より提供されたデータベースを公開し、研究者の支援ツールとして提供する。

また、上記の運営に関し、ソーシャル・メディアなど新しいメディア環境に鑑み、より機動的な運営方式の検討を開始する。

② 研究広報誌「アド・スタディーズ」

研究広報誌「アド・スタディーズ」を年 4 回発行する。当財団の活動全般を紹介するとともに、タイムリーな特集テーマを組み、研究者、実務家、その他専門家の方々に執筆していただく。平成 25 年度は、当財団委託研究プロジェクト関連テーマも適時取り上げて特集する。

発行部数は 1,850 部（非売品）。研究者、助成対象者、広告関係団体、企業、プレス等に配布する。また、バックナンバーを PDF 化し財団ホームページ上で公開する。

<参考>平成 24 年度特集テーマ

Vol. 43	Winter	(2月 25 日)	「社会がマーケティングに期待するもの」
Vol. 42	Autumn	(11月 25 日)	「循環する情報と消費者行動」(委託研究特集号)
Vol. 41	Summer	(8月 25 日)	「TVCM60 日本のCMのぜんぶ —歴史を通して未来が見える—」
Vol. 40	Spring	(5月 25 日)	「ネットが創る新しい社会」

③ 「吉田秀雄記念事業財団ホームページ」

研究助成関連事業、オープンデータベース、研究広報誌「アド・スタディーズ」など、当財団の資料、データベースおよび関連団体の活動情報を掲載。

平成 25 年度は、ホームページの構造の見直しおよび「アド・ミュージアム東京ホームページ」との連携を強化するなど改善を図る。

5) 新アーカイブ構築準備作業(研究段階として公益事業 1 に分類)

平成 24 年度の資料室移転により現収蔵資料の整備は大きく進展したが、一方で現行のデジタルアーカイブシステム「AdDAS」は次のような課題を抱えている。

- ① インターネット、ソーシャルメディア時代の広告資料への対応
- ② 現行システム自体の古さによる制約

平成 25 年度は、新たなアーカイブ構築に向けての準備作業として、東京大学教授吉見俊哉理事を座長とした研究会を発足し、当財団のアーカイブのあり方、技術的問題の解決、アウトプットの方向、公開のガイドライン、他の研究機関との連携、実行フレームワークなどについて検討する。

2. 公益事業2 事業計画

広告・広報・メディアを中心とするマーケティング及びコミュニケーションに関連する分野の資料収集・保存・公開による啓発事業

1) 広告図書館

図書館は、開館以来の図書管理システムを平成24年度で終了し、平成25年度より新システムに切り替える。これに伴いオンライン蔵書検索をリニューアルし、学術研究を支援する専門図書館機能はもとより、一般への情報提供サービスの向上も図る。

また、他の事業との連動活動として、企画展関連資料の閲覧コーナー設置、アド・スタデイズの特集関連資料紹介などをより充実させる。国立国会図書館レファレンス協同データベース事業には、平成25年度も参加する。

●所蔵資料数

(平成25年1月末現在)

	和書	洋書	計
図書	15,816 冊	3,479 冊	19,295 冊
助成研究論文	912 冊		912 冊
合本(雑誌バックナンバー)	2,899 冊	638 冊	3,537 冊
AV 資料	329 本	331 本	660 本
雑誌(廃刊・中止含む)	154 種	29 種	183 種
雑誌記事索引 登録総数	57,357 件		

2) 「アド・ミュージアム東京」

アド・ミュージアム東京（以下ADMT）は開館以来10年が経過し、年間の来館者数はコンスタントに11万人を超えている。一般メディアの取材、広告資料の寄贈、他の博物館からの資料貸出依頼なども増えており、当ミュージアムの社会的な評価、存在感は着実に向上している。

一方、ADMTは当財団事業の中でコスト、マンパワーともに最も規模の大きな活動であるため、これまでもコストの効率化に努めてきたが、事業収入の低迷がつづくなか、展示部門のコストをさらに見直すことが必要となった。平成25年度は、過去2年間取り組んできた企画展の再編成をさらに推し進め、展覧会の質や対外発信力は維持しながらも事業コストのスリム化に努める。

① 展示部門

ア) 企画展の計画

上記の方針のもと、平成 25 年度は国内および海外の広告賞など年間 6 回（8 企画）の企画展を開催する。前年度よりも、企画数を 2 件減らし、開催時期を再調整した年間スケジュールを編成した。（別表 3）

当館は毎年夏期に収蔵資料を中心に歴史的展覧会を開催しているが、平成 25 年度は、英国の非営利団体 D&AD と共催する「D&AD 50 周年特別企画展」をこれに充当する。D&AD 賞は、世界のデザイン／広告賞の中で最も受賞が難しいといわれているが、本展では世界最高峰と評価されるクリエイティビティの半世紀の足跡を紹介する。

イ) 常設展示「21 世紀ウォール」の改訂

平成 23 年 2 月に仮オープンした「21 世紀ウォール」の展示コーナーを、来館者の投票結果を参考にして改訂する。現在展示している資料（約 140 点）を半数以下に絞り込み、併せて広告資料を追加する。

ウ) 企画展示資料のデジタルアーカイブシステムへの統合に着手

これまで企画展で展示した資料は個別にデータ管理されてきたが、これを一元的に整理し、デジタルアーカイブ「AdDAS」との統合化を図る。

② 資料室部門

資料室は、資料の受入・整理の基本データベースとしてデジタルアーカイブシステム「AdDAS」を用いているが、インターネットをハブとした統合キャンペーンが増える中で現行システムでの対応は限界に来ている。

平成 25 年度は、現状の「AdDAS」テキストおよび画像データの修正・追加作業を継続しつつ、現行システムの問題点を洗い出し、今後の新アーカイブ構築に向けての研究会に基礎情報を提供する。

③ その他（普及・啓発）

ア) 広報活動

平成 25 年度も地道な広報活動に努め、マスメディア、ウェブメディアなどプレス関係者との継続的なリレーションシップを通じて対外的な発信活動を行う。

イ) ナイトミュージアムの実施

汐留周辺地区でのイベントに合わせ週末の開館時間延長を夏期と冬期で実施する。

ウ) アド・ミュージアム東京ホームページ

(別表3)

アド・ミュージアム東京 (ADMT) 平成25年度 企画展スケジュール(予定)

	企画展名	期間	日数	備考
1	TCC 広告賞展 2013	6/5(水)～ 7/15(月)	36	東京コピーライターズクラブ主催の TCC 賞の受賞作品を展示。併せて受賞者によるトークショー、コピーライター行動展示等を開催予定。
2	第 66 回 広告電通賞展	7/18(木)～ 8/4(日)	16	全ての広告媒体を網羅した国内で最も歴史ある総合広告賞、広告電通賞の受賞作品を展示。贈賞式は7月初めに行われる。
3	第9回 CR TOP NOW 展	8/10(土)～ 10/14(月)	57	日本を代表する広告関連9団体・協会の最新広告賞のグランプリ作品を一堂に展示。
4	第4回 スチューデントクリエイティブ 学生広告賞展			IAA、One Show、D&AD、ACC、AC 等国内外の学生広告賞受賞作品を展示。
5	D&AD 賞50周年展(仮) 併催 D&AD 賞 2013 展	10/19(土)～ 2014/1/19(日)	74	世界のクリエイターが憧れる賞と評され、毎年ロンドンにて開催される国際コンクール D&AD 賞の 50 年の歴史と 2013 年の受賞作品を展示。
6	第53回 消費者のためになった広告コンクール展	1/24(金)～ 3/2(日)	33	暮らしに役立つ優れた広告を消費者の視点で審査・評価した(公社)日本アドバタイザーズ協会主催の広告賞の受賞作品を展示。
7	第56回 日本雑誌広告賞入賞作品展			雑誌広告の発展を目的に設立され、今回で第56回目を迎える伝統ある広告賞の受賞作品を展示。
8	One Show 2013 展	3/6(木)～ 5/18(日)	52	毎年5月、アメリカ・ニューヨーク市で開催される世界的な国際広告賞の 2013 年の受賞作品を展示。