

平成 27 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 27 年 3 月

# 平成 27 年度事業計画書

## 事業計画

### 1. 事業方針

当財団は、平成 26 年に発覚した不正経理事件を踏まえ、全面的に業務プロセスを見直すとともに、ガバナンス体制のさらなる強化に努めてきた。平成 27 年度においても、この取り組みを継続し、財団の信頼回復に努めるとともに、従来からの公益目的事業を継続することで、財団に対する社会からの期待に応えていきたい。

平成 27 年度は、次のような方針の下に各事業を推進する。

#### (1) 内部統制の強化

平成 27 年度は、昨年の不正経理事件発覚以後取り組んできた業務プロセスの見直しを着実に実施していくとともに、内部統制委員会を発足させ、さらなるガバナンスの強化に取り組む。

特に、経理業務プロセスの見直しの着実な実行を最優先とする。その上で、財団全体のリスク・マネジメントにも取り組んでいく。

#### (2) 財団設立 50 周年企画について

当財団は、平成 27 年 9 月 24 日に、設立 50 周年を迎える。この節目に、気持ちを新たに未来に向かうことを表明するため、財団スローガン「広告の知を未来につなぐ」を策定した。また、財団ホームページ上で記念特集コーナーを設ける。「アド・ミュージアム東京」収蔵資料も活用し「お宝 50 選（仮題）」と題して特別企画を行う。研究広報誌「アド・スタディーズ」においては「広告文化の 50 年（仮題）」と題して特集企画を行う。

#### (3) 公益事業 1 および公益事業 2 について

公益事業については、これまで同様基本となる活動は継続していくが、活動内容を精査し、効率化に努める。

公益事業 1 については、活動の基本となる一般研究助成、出版助成、事業助成、褒賞、調査研究は継続するが、委託研究は実施しない。新たな試みとして研究広報誌「アド・スタディーズ」の一部英語化を行い、海外への情報発信力を強化する。

公益事業 2 については、平成 26 年度に策定したブランド・ステートメン

トを踏まえ、アド・ミュージアム東京の MLA (Museum, Libraries and Archives) 施設としての魅力を高めるための活動を推進する。そのために、従来の常設展、広告賞展の見直しを進めると共に企画力を高め、職員のスキルアップも図っていく。

(4) 新アーカイブ構築事業について (共通事業)

当財団の現アーカイブ AdDAS の老朽化対策としてスタートした新アーカイブ事業は、平成 26 年度中にパイロットシステムの開発が終了し、平成 27 年度から試行運用を開始する。平成 27 年度中に実務上の課題を整理・解決し、平成 28 年度からの本格運用を目指す。また、新アーカイブの試験稼動に伴い、その利活用範囲を今後拡大していくために、権利処理の実務的検討を進めると同時に、教育目的利用などを想定した運用方法を研究する。

## 2. 公益事業1 事業計画

公益事業1は、広告・広報・メディアを中心とするマーケティングおよ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・情報提供を行う。

### 1) 研究助成

#### ① 一般研究助成

平成27年度 第49次研究助成は、平成27年1月9日に締め切ったところ、常勤研究者・大学院生合わせて49件の応募（うち指定課題13件、継続研究22件）があった。平成27年2月26日の選考委員会で審査した結果、12件（常勤研究者5件、大学院生7件）の研究が選出された（別表1）。

なお、平成26年度からの継続研究を含めた平成27年度の助成件数は、常勤研究者の部7件、大学院生の部7件である。

#### 【応募件数】（ ）内は平成26年度

常勤研究者の部	33件	(36件)	大学院生の部	16件	(10件)
うち指定課題	9件		うち指定課題	4件	
継続研究	20件		継続研究	2件	

#### 【採択件数】（ ）内は平成26年度

常勤研究者の部	5件	(5件)	大学院生の部	7件	(5件)
単年度研究	2件		単年度研究	7件	
継続研究	3件		継続研究	0件	
[うち指定課題	0件]		[うち指定課題	1件]	

#### ○平成27年度の指定課題

課題1 ネット上の情報伝播を考慮した新たな広告効果モデルの構築

課題2 メディアの新たな動向とそのインパクトに関する実証研究

課題3 スマートフォンがもたらした消費者の情報行動、消費行動の変化についての研究

課題4 博物館学、展示学、アーカイブの新たな動向についての研究

昨年度採択され、初年度が終了した継続研究については選考委員の出席を得て中間報告会を実施する(4月)。8月には今年度の助成対象者、選考委員、事務局との懇談会を開催し、相互交流を図る。

(別表1)

## 平成27年度 第49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	職位	研究テーマ
【単年度研究】 小野 謙司 他 1 名	青山学院大学 経営学部マーケティング学科	教授	エンゲージメント行動を考慮した顧客ミックスとコミュニケーション戦略 ～スマートカスタマーとロイヤルカスタマーの比較～
【単年度研究】 橋元 良明 他 7 名	東京大学大学院 情報学環	教授	広報の効果測定に関する実証研究
【継続研究】 飯田 豊 他 2 名	立命館大学 産業社会学部現代社会学科	准教授	大阪万博の企業パビリオンにおけるテクノロジー表象に関する学際的研究
【継続研究】 唐沢 穰 他 2 名	名古屋大学大学院 環境学研究科	教授	消費者の価値観とアイデンティティがもたらす影響 ～その心理的基礎過程とコミュニケーション機能の解明～
【継続研究】 久保田 進彦 他 1 名	青山学院大学 経営学部	教授	自社 Web サイトにおけるレコメンデーション効果の研究 ～クチコミ情報の正負比率とブランド態度形成の有無の視点から～
			計 5 件

[大学院生の部] (部門別・50音順)

氏名	大学・学部	課程	研究テーマ
【単年度研究】 飯島聡太郎	一橋大学大学院 商学研究科	博士 後期 課程	消費者と業界関係者のコミュニケーションを通じた新製品の正当化 ～「古楽」を事例として～
【単年度研究】 工藤大介	同志社大学大学院 心理学研究科	博士 後期 課程	風評被害による買い控えの低減に効果的なマーケティング・コミュニケーション戦略とは？ ～実務レベルへの応用を目指した感情的メッセージと論理的メッセージとの比較検討～
【単年度研究】 郷香野子	慶應義塾大学大学院 商学研究科	後期 博士 課程	新製品の採用における事例ベース意思決定モデルの適応
【単年度研究】 福田怜生	学習院大学大学院 経営学研究科	博士 後期 課程	物語広告における消費者の処理過程に関する研究 ～プロセスモデルの提案と検証～
【単年度研究】 堀田治	法政大学大学院 経営学研究科	博士 後期 課程	高関与製品の典型的広告表現が購買拒否層に及ぼす負の効果の実証研究 ～広告画像の典型性と具体性に注目して～
【単年度研究】 峯尾圭	早稲田大学大学院商 学研究科	博士 後期 課程	機能性食品の広告と消費者行動 ～消費者の知識と知覚の視点から～
【単年度研究】 【指定課題③】 吉井健	中央大学大学院 戦略経営研究科	博士 後期 課程	スマートフォンを活用したショールーミング行動に関する実証研究 ～購買地点が異なるショールーマーの情報探索と購買行動の考察～
			計 7 件

## ② 出版助成

広告・マーケティング分野の学術研究に資する出版企画を公募、選考委員の査読を経て出版助成を行う。なお昨年度まで募集していた翻訳助成については、平成 19 年の設置以来、当財団の趣旨に適う応募がなく採択に至っていない。今年度は一旦休止し、新たな制度設計を検討する。

## ③ 事業助成

広告・マーケティング関連の団体が実施する学術および研究事業を助成する。平成 26 年度に実施した事業助成の内容を精査し、平成 27 年度においては以下の 5 つの団体事業に助成を行う。

- ・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）
- ・全広連夏期広告大学（全日本広告連盟）
- ・全広連秋のシンポジウム（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を審査の上、優れた研究成果に対し「第 13 回助成研究吉田秀雄賞」を授与する。平成 27 年度は、平成 26 年度の助成研究を対象に予備審査、本審査を行い吉田秀雄賞および準吉田秀雄賞、奨励賞を選出する。贈賞式は、11 月に開催予定。

## 3) 調 査（オムニバス調査）

研究支援の一環として、一般研究助成対象者が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。本調査では、助成対象者からの質問に加え、一般研究者によるデータ活用を見据えた財団独自の調査項目を盛り込む。重要項目に関しては中長期にわたる観察を行い、広告・マーケティングに特化した消費者調査としての価値向上を図る。これら財団独自質問の策定については、専門家からなるチームによって検討を行い、調査項目の質と継続性



を確保する。

調査結果は当財団ホームページ上で公開するほか、調査結果データを使用した分析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。本誌は、広告・マーケティング分野における研究者や実務家にとって、知的刺激を与え合う場であると同時に、中堅・若手にとって、自らの知見を発表する場ともなっている。また、研究助成事業やアド・ミュージアム東京など当財団の活動を紹介する広報誌の役割も担う。

平成27年度は、研究者、実務家のニーズを踏まえ、一層の誌面充実に向けて編集体制を強化する。また、新たに特集記事の一部英訳・公開を試み、海外への発信力を強化する。

発行部数は各号1,750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。バックナンバーは財団ホームページ上で公開する。また、対談記事は引き続き、ウェブ版電通報へ掲載し、読者層の拡大を図る。

当年度は、以下の特集テーマを予定している。

Vol. 52	Summer	(6月25日)	「今、広告研究に求められること（仮題）」
Vol. 53	Autumn	(9月25日)	「広告文化の50年（仮題）」
Vol. 54	Winter	(12月25日)	「未定」
Vol. 55	Spring	(3月25日)	「未定」

##### ②吉田秀雄記念事業財団ホームページ

研究助成関連事業、オムニバス消費者調査、研究広報誌「アド・スタディーズ」をはじめとする当財団資料を掲載する。

また、50周年記念特集コーナーにあわせ、コンテンツの見直しを行う。

### 3. 公益事業2 事業計画

公益事業2は、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を行う。

平成27年度から、「アド・ミュージアム東京」を Museum 機能（展示部門）、Library 機能（広告図書館）、Archive 機能（資料室）の3つの機能を有する MLA 施設として位置づけ、一体的な運営を行う。

そのために、以下のように「ブランド・ステートメント」を定めた。

#### — 「アド・ミュージアム東京」ブランド・ステートメント —

日常生活の中にあふれ、いつも当たり前接している広告。

広告はいつの時代にも、人々の生活にその時々新しい風を送り、

笑いや涙を伝え、心を動かしてきました。

時代とともに遷り変わってきた広告。

けれども、それを貫いているのは、

いつの時代も変わらぬ人々の思いであり、人間の営みです。

広告の過去、現在、未来。

アド・ミュージアム東京は

一人ひとりが自分にとっての「広告」に出会う場所。

広告の歴史を通じて、人々の営みを見つめると同時に

時代を超えた広告の面白さ、奥深さを発見し、

共に考える場所でありたいと、私たちは考えています。

そして、その感動を多くの人と共有し、明日につないでいきます。

今後、このステートメントの下に、一体的で活力ある運営を行っていく。

アド・ミュージアム東京（以下 ADMT）は開館以来 12 年が経過したが、平成 26 年 1～12 月の年間来館者数は 125,886 人（開館日数 265 日、1 日平均 475 人）であった。

ADMT は当財団事業の中で人的にも費用的にも最も規模の大きな活動であり、平成 27 年度も各業務のクオリティ向上とコストの効率化に努める。

## 1) 広告図書館

広告図書館は昭和 41 年の開館以来、広告・マーケティング関連分野の研究者支援を中心に所蔵資料の充実・公開・情報提供などの業務に努め、平成 14 年度からは ADMT と連携した業務の拡充を図ってきた。平成 27 年度は開館から 50 年の節目を迎え、これら基本業務の一層の充実を図るとともに、契約職員を 1 名増員して財団各部門で所蔵する図書資料の統合的管理をさらに推進する。

また、「アド・スタディーズ」の図書資料紹介、ADMT で開催する展示との連動や独自テーマで行う図書展示コーナーを通じて、来館者への発信力向上も引き続き図る。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 27 年度も参加する。

### ●所蔵資料数

(平成 27 年 1 月末現在)

	和書	洋書	計
図書	15,800 冊	3,661 冊	19,461 冊
助成研究論文	955 冊		955 冊
合本(雑誌バックナンバー)	3,131 冊	674 冊	3,805 冊
視聴覚資料	349 本	374 本	723 本
雑誌(廃刊・中止含む)	162 種	30 種	192 種
雑誌記事索引 登録総数	56,924 件		

## 2) 展示部門

### ア) 展示・施設案内の言語対応の充実

平成 27 年度は、近年増加傾向にある外国人の来館者の受け入れ体制を整えるために、常設展示解説や施設の案内表示の英語表記の充実を進める。

#### イ) 広告賞展の改編

平成 27 年度は、国内および海外の広告賞など年間 6 回 (7 企画) の広告賞展を開催する編成とした。(別表 2)

また、平成 27 年度は ADMT「お宝 50 選 (仮題)」や 2020 年に向けた中長期ロードマップの作成、新アーカイブプロジェクトに関する作業を優先するため、学生広告賞展と特別企画展は休止する。

#### 3) 資料室

平成 26 年度は、資料の受入登録など通常業務と並行し、新アーカイブシステム構築の一環として、収蔵資料の基本データ整備、メタデータの収集等を行った。平成 27 年度は、引き続き収蔵資料の基本データ整備等と、新しい分類体系への移行を行う。

#### 4) 普及・啓発活動

##### ア) 広報活動

平成 26 年度は、人的ネットワークの活用によってこれまでにない露出実績を上げることができた。平成 27 年度もこれらネットワークの活用とともに、地道な広報活動に努め、マスメディア、ウェブメディア、広告やミュージアム専門メディア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。併せて、必要に応じて展覧会内覧会、トークイベントなどを開催する。

##### イ) ナイトミュージアムの実施

12 月のカレッタ汐留イベントと連携した開館時間延長を実施する。

##### ウ) アド・ミュージアム東京ホームページ

平成 27 年度は、トップページのモバイル対応とともに、催事告知、アクセス・誘導などのタイムリーな情報発信を行う。収蔵資料の中から「お宝 50 選 (仮題)」としたページを設け 4 月、6 月、9 月と 3 期に分け公開を予定している。

(別表2)

アド・ミュージアム東京 (ADMT) 平成 27 年度 広告賞展スケジュール(予定)

	企画展名	期間	日数	備考
1	TCC 広告賞展 2015	6/18(木)～ 8/2(日)	40	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 68 回 広告電通賞展	8/6(木) ～9/27(日)	46	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	D&AD 賞 2015 展	10/29(木) ～11/29(日)	28	世界中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 2015 年の受賞作品を展示。
4	第 11 回 CR TOP NOW 展	12/3(木) ～1/11(月)	29	日本を代表する広告関連 8 団体・協会の最新広告賞のグランプリ作品を一堂に展示。
5	One Show 2015 展	2016/1/15(金) ～2/21(日)	33	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 2015 年の受賞作品を展示。
6	第 58 回 日本雑誌広告賞入賞作品展	2/25(木) ～4/10(日)	40	雑誌広告の発展を目的に設立され、今回で第 58 回目を迎える伝統ある広告賞の受賞作品を展示。
7	第 54 回 消費者が選んだ 広告コンクール			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。2015 年に刷新された。

#### 4. 新アーカイブ構築事業 事業計画

平成 26 年度は、新アーカイブの基本設計に基づき、システムについてパイロット版を作成し、権利処理について「権利処理ガイドライン」を作成した。また新アーカイブの利活用について検討が行われた。

平成 27 年度は、この成果を踏まえ、以下のように本事業を進める。

##### 1) 新システムの本格稼動に向けた作業

- パイロット版の改良
- 公開管理部分の開発
- 展示管理部分の開発
- 広告データの整備
- 三木鶏郎氏寄贈 CM データの登録
- 広告賞データの登録
- 展示データの登録

##### 2) 新アーカイブ・ネットワークに向けた作業

- デジタル・アーカイブの館外での利用方法の検討・試行
- デジタル・アーカイブの活用ネットワークの検討
- 新システムの多言語対応