

平成 29 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 29 年 3 月

# 平成 29 年度事業計画書

## I. 事業計画書

### 1. 事業方針

平成 29 年度は、12 月の「アドミュージアム東京」のリニューアルオープンという大きな節目を迎える年度であり、また、平成 28 年度にシステム構築が完了する新デジタル・アーカイブシステム（「デジタル・ハブ」・略称「デジハブ」で商標登録済み。以下「デジハブ」という。）の実運用を始める年度でもある。財団の事業の質を高め、より充実させていくためのスタートとなる年度と位置づけて事業に取り組む。

#### (1) 公益事業 1 について

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、調査研究および研究広報誌「アド・スタディーズ」の発行を継続する。新たに、平成 28 年度に実施した「デジハブ」の教育利活用実験の成果を踏まえ、今後の教育利活用推進のための企画開発に取り組む。

#### (2) 公益事業 2 について

公益事業 2 については、「アドミュージアム東京」の平成 29 年 12 月のリニューアルオープンに向けて準備を行う。リニューアルオープン後は、展示内容を一新し、新たな運営方針のもとに未来に向けた事業を実施していく。また、特別企画展など新たな展示企画を実施する。完成した「デジハブ」の活用も行う。

### 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。

また、平成 28 年度に実施した「デジハブ」の教育利活用実験の成果を踏まえ、平

成 29 年度は、「デジハブ」の教育利活用推進のための企画開発を行う。

(1) 研究助成

① 一般研究助成

平成 29 年度 第 51 次研究助成は、平成 29 年 1 月 10 日に公募を締め切ったところ、常勤研究者・大学院生合わせて 31 件の応募（うち指定課題 11 件、継続研究 18 件）があった。平成 29 年 2 月 27 日開催の選考委員会で審査した結果、11 件（常勤研究者 7 件、大学院生 4 件）の研究が選出された（別表 1）。

なお、平成 28 年度からの継続研究を含めた平成 29 年度の助成件数は、常勤研究者の部 10 件、大学院生の部 4 件である。

【応募件数】（ ）内は平成 28 年度

常勤研究者の部	26 件	(27 件)	大学院生の部	5 件	(14 件)
うち指定課題	10 件		うち指定課題	1 件	
継続研究	17 件		継続研究	1 件	

【採択件数】（ ）内は平成 28 年度

常勤研究者の部	7 件	(5 件)	大学院生の部	4 件	(6 件)
単年度研究	2 件		単年度研究	3 件	
継続研究	5 件		継続研究	1 件	
[うち指定課題	2 件]		[うち指定課題	1 件]	

<平成 29 年度の指定課題>

課題① 消費者との効果的なコミュニケーションを行う方法に関する研究

課題② 広告・コミュニケーション研究やマーケティング研究の新たな方法論の開発につながる他領域における関連研究

課題③ 海外におけるインバウンド・コミュニケーションやマーケティングに関する研究

(別表1)

## 平成29年度 第51次 研究助成内定者一覧表

[常勤研究者の部] (50音順)

代表者氏名	大学・学部	職位	研究テーマ
赤松直樹 他1名	千葉商科大学政策 情報学部	助教	店舗内における今日の購買意思決定プロセス ～モバイルの利用に着目して～
【継続研究】 【指定課題③】 大津正和 他3名	同志社女子大学現 代社会学部	教授	観光地アメニティから見た外客パーソ ントリップとマーケティング・コミュ ニケーション
【継続研究】 岡崎伸太郎 他3名	キングス・カレッ ジ・ロンドン経営 ビジネス学部マー ケティング学科	教授	死への恐怖とブランド選好に関する研 究
【継続研究】 【指定課題②】 狩野芳伸	静岡大学大学院情 報学領域行動情報 学系列	准教授	自然言語処理によるキャッチコピーの 自動生成
【継続研究】 亀井憲樹	ダラム大学経済・ ファイナンス学科	専任講師	慈善活動とリンクさせたオンライン・ プラットフォームによるマーケティング 手法の評価
【継続研究】 太宰 潮 他9名	福岡大学商学部	准教授	オムニチャネル時代における消費者の 行動類型を踏まえたコミュニケーション 戦略の在り方
星野崇宏 他5名	慶應義塾大学経済 学部経済学科	教授	集計マクロレベル情報とマイクロレ ベルデータを融合した広告効果推定法の 開発と応用
			計7件

[大学院生の部] (50 音順)

氏名	大学・学部	課程	研究テーマ
【指定課題①】 奥村 孝	筑波大学大学院ビジネス科学研究科	博士後期課程	エコプロダクト広告の受容に対する新聞記事の効果
西井真祐子	早稲田大学大学院商学研究科	博士後期課程	倍音の力に着目した広告音楽のクロスモーダル効果に関する研究
【継続研究】 林 凌	東京大学大学院学際情報学府研究科	博士後期課程	「消費者志向」の歴史社会学 ～日本小売業界における経営学的知識の普及過程分析～
山中寛子	学習院大学大学院経営学研究科	博士後期課程	食品スーパーにおけるチラシ広告がストア・ロイヤルティに及ぼす影響
			計 4 件

なお、本年 3 月に提出された平成 28 年度研究助成の成果については、4 月に成果報告会を実施する。平成 28 年度の研究助成成果は、その要旨を冊子にまとめ大学図書館等に配布する他、報告書全文を広告図書館での公開に加え、平成 29 年度より当財団ホームページ上で公開し、一般の幅広い閲覧が可能となるようにする。

② 出版助成

広告・マーケティング領域の優れた書籍の出版を助成する。査読審査を経て 2 件程度を採択予定。

③ 事業助成

広告・マーケティング関連の団体が実施し、当財団の事業目的に合致する事業に助成する。応募のあった事業について平成 29 年 1 月 26 日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、7 件の事業が選出された（別表 2）。

(別表 2)

件名	主催	予定 時期	備考
平成 29 年度全広連夏期広告大学	全日本広告連盟	7 月	5 地区
平成 29 年度全広連秋のシンポジウム	全日本広告連盟	10～12 月	3 地区
日本広告学会第 48 回全国大会	日本広告学会	11 月	
日本広告学会クリエイティブフォーラム 2017	日本広告学会	5 月	
JAC AWARD 2017 若手映像制作者育成支援	日本アド・コンテンツ制作協会	12 月	
SCP-JACS カンファレンス	日本消費者行動研究学会	5 月	
AAA Global Conference 2017 (アメリカ広告学会グローバルカンファレンス 2017)	同運営委員会	7 月	
		計 7 件	

## (2) 褒 賞「助成研究吉田秀雄賞」

平成 28 年度の助成成果の中から、特に優れた研究を第 15 回「助成研究吉田秀雄賞」として褒賞する。予備審査および本審査の結果を踏まえ、吉田秀雄賞、準吉田秀雄賞、奨励賞の各賞を選出する。本審査は 9 月に実施し、贈賞式は 11 月に開催予定。

## (3) 調 査 (第 17 回オムニバス調査)

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を平成 29 年度も実施する。本調査は、対象者属性やメディア接触状況などの基本項目に加え、助成対象者から提出される質問と財団独自の質問で

構成し、首都 30km 圏の一般男女個人 750 名を対象とする。財団独自の質問では、時系列変化を把握する項目や時事的な項目を盛り込み、消費者と社会の動向について継続的な観察を行う。

調査結果データは当財団ホームページ上で公開し、一般研究者の利用に供する。また、調査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」

広告・マーケティング領域の研究広報誌「アド・スタディーズ」を年 4 回発行する。平成 29 年度の特集企画は以下を予定している。

号数	発行予定日	特集企画テーマ (仮)
60 号	6 月 25 日	広告デジタル・アーカイブの未来像
61 号	9 月 25 日	マーケティングとテクノロジー
62 号	12 月 25 日	アドミュージアム東京リニューアルオープン
63 号	3 月 25 日	(未定)

発行部数は各号約 1,900 部 (非売品) を予定し、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。全バックナンバーを財団ホームページ上に掲載するとともに、特集記事の一部英訳・公開を継続する。

##### ②吉田秀雄記念事業財団ホームページ

当財団研究助成事業の研究成果、オムニバス調査データ、研究広報誌「アド・スタディーズ」など当財団が蓄積してきた資料・情報を掲載する。

平成 29 年度は「アドミュージアム東京」のリニューアルオープンにあわせ、ホームページの一部を英訳し、海外に向けた発信に努める。

#### (5) 「デジハブ」の教育利活用推進のための企画開発

平成 28 年度に実施した「デジハブ」の教育利活用実験の成果を踏まえ、平成 29 年度は「デジハブ」の教育利活用を推進していくための企画開発を行う。

### 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およ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年度より進めてきた「アドミュージアム東京」のリニューアル計画に基づき、平成29年4月より施設工事を開始し、同ミュージアムが15周年を迎える平成29年12月1日のリニューアルオープンを目指し準備を進める。このため、同ミュージアムは、平成29年3月末より11月末までの期間を全館休館とする。休館の期間を活用し、オープニングの展示企画を行うとともに、土台となる所蔵資料の整備を進める。また、平成28年度に完成した「デジハブ」の利用を開始する。

#### (1) 「アドミュージアム東京」のリニューアル後の事業方針

「アドミュージアム東京」は12月より『Into Creativity』というコンセプトのもとに新たなミュージアムとして生まれ変わる。

新たな魅力を創出していくために、

- ・土台となる資料の整備を行う「アーカイブ」活動
- ・来館者・利用者への情報提供の場となる「公開（展示・ライブラリー）」活動
- ・外部への発信を行う「広報・情報発信」活動

の3つの活動を連携させ、一体的な運営を行う。

#### (2) 「アドミュージアム東京」活動計画

##### ① アーカイブ

ミュージアムの土台となる資料の整備を進める。平成28年度に完成した「デジハブ」を活用し、ミュージアムの要となる一次資料（錦絵・ポスター・看板からテレビCMなどの広告現物：206,729点）と二次資料（広告およびマーケティングに関する図書・雑誌、助成研究報告書・統計資料、所蔵資料の知見を深める参考資料など：約37,000点）を、一括管理する体制と管理方法を構築する。

##### a. 一次資料について

現在デジタル化済みの一次資料は206,729点である。内訳は、江戸時代(2,450点)、明治時代(8,421点)、大正時代(3,264点)、昭和時代(65,446点)、平



成時代（64,312点）、時代不明（62,836点）となっている。これらの資料については、テキストデータに不備なものが多数あるため、優先度の高いものから順次データ整備を進めていく。また、未整理資料のうち新たに約70,000点のデジタル化・整備も進めていく。

資料の収集については、方針を明確にし、必要性の高いもの（例：リニューアル後の常設展示に欠けている物など）を選別したうえで収集を進める。

2002年の開館前後から入手している、広告電通賞、ACC賞（全日本シーエム放送連盟）、ACジャパンのキャンペーンおよび学生賞、TCC賞（東京コピーライターズクラブ）、One Show Awards、D&AD Awardsの資料については、「デジハブ」登録に着手する。

#### b. 二次資料について

現在二次資料のうち、公開機能であるライブラリーには約27,000点、内部参考資料用に約10,000点が所蔵されている。リニューアルに向けて、「デジハブ」と連動して検索性を高め、利用者の利便性がより向上するよう工夫していく。

リニューアルオープン時にデジタル化される総数は一次資料と二次資料を合わせ約314,000点となる。

### ② 公開（展示・ライブラリー）

リニューアル後は、公開ゾーンとして以下のような構成になる。それぞれの公開ゾーンを連携させることで、来館者の心に残るメッセージを発信していく。

- a. 常設展示室：「歴史を軸とした展示」と「人間の反応を軸とした展示」
- b. 企画展示室：近未来のクリエイティブを発信する場
- c. ライブラリー：利用者が情報とインスピレーションを得られる場

#### a. 常設展示室

「歴史を軸とした展示」では、それぞれの時代の広告の特徴を理解してもらえるよう、わかりやすい解説とともに、実物展示と映像展示を組み合わせ、広告のおもしろさを実感してもらえる展示を行う。また、「人間の反応を軸とした展示」では、広告の受け手の反応（感動、驚き、喜びなど）から見えてくる時代を超えた人間の本質に焦点をあて、参加型で動きのある「楽しむ」展示を行う。原則としてすべての解説に英語を併記する。

また、常設展示室はイベント開催も可能なフレキシブルなスペースとし、トークイベントなどを開催していく。

#### b. 企画展示室

企画展示室では、定期的にミュージアムの独自企画の展示を行う。リニューアルオープニング特別企画展として『Creative の未来 (仮)』をテーマに新ミュージアムのコンセプトにふさわしい発信力のある企画展を実施する。

#### c. ライブラリー

ライブラリーでは、これまでのレファレンスサービスなどのリサーチ機能や閲覧サービスは基本機能として確保しながら、来館者の誘引を目指して、展示テーマと連動した活動を行う。

なお、来館者が興味をもった事柄をより詳しく調べることができるよう、ライブラリーでも「デジハブ」閲覧環境を整備する。

また、ワークショップなどの小企画などを実施できるフレキシブルな小スペースも設ける。

### ③ 広報・情報発信

「アドミュージアム東京」リニューアルの認知拡大と来場促進のために、新コンセプト『Into Creativity』のもとに積極的な広報活動を行う。これまでの広報・PR活動の実績とネットワークを踏まえ、さらにウェブやSNSを最大限に利用した広報を行う。

#### a. ウェブサイト（「アドミュージアム東京」ホームページ）の刷新

ウェブサイトは、「アドミュージアム東京のリアルな情報を発信するツール」として位置づけ、新ミュージアムの魅力を伝えるために、内容を刷新する。

また、単なる資料コレクションの紹介にとどまらないウェブならではの企画を検討する。

多言語対応に関しては、英語版を制作し、その他の言語は google 翻訳を導入することで 90 言語に対応する予定。

#### b. 広報用制作物関連作業

「アドミュージアム東京」リニューアルに伴い新 VI を開発し、印刷物等（名

刺、封筒、レターヘッドなど）を制作する。

c. 資料の貸出しと情報の提供（一次資料）

これまで、年間平均約 50 件（約 200 点）の一次資料貸出しを現物とデータで行ってきた。主な提供先としては、博物館・美術館への展示協力や書籍・雑誌・テレビ番組などである。また、国文学研究資料館の調査収集事業に協力しており、毎年、資料室にて訪問調査の受入を実施している。同資料館の近代書誌・近代画像データベースには「アドミュージアム東京」の資料約 250 点が登録・公開されている。今後も、資料の利活用として情報提供を行い、他団体との協力関係を構築していく。

(3) リニューアル工事

平成 29 年 12 月 1 日の「アドミュージアム東京」リニューアルオープンに向けて、平成 29 年 4 月より施設工事を開始する。