

2020 年度
事業計画書

自 2020 年 4 月 1 日

至 2021 年 3 月 31 日

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団

I. 事業計画書

1. 事業方針

2020年度は、当財団の2つの公益事業の質を高め、より充実させていくために、運営費を増額し、設備投資も積極的に行う。

(1) 公益事業1および公益事業2について

① 公益事業1

一般研究助成、出版助成、事業助成、褒賞、調査研究の実施および研究広報誌「アド・スタディーズ」の発行を継続する。

2020年度は、国際的な業績を挙げた研究者を顕彰する「吉田秀雄国際学術賞」の選考を開始する。

② 公益事業2

「アドミュージアム東京」は3つの事業活動（アーカイブ活動、公開活動、発信活動）を連携させ、一体的な運営を継続する。2020年度は、特別企画展を実施し、それに伴う発信を強化する。

(2) 事業費の概要

2020年度の公益事業1および公益事業2の事業費を以下の通り予算計上する。

	事業内容	予算額
公益事業1	一般研究助成	36,283
	出版助成	2,490
	事業助成	4,920
	褒賞	6,290
	調査研究	11,800
	研究広報誌「アド・スタディーズ」	29,810
	ホームページ運営	1,090
	事業管理	340
	公益事業1 計	93,023
公益事業2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	34,055
	公開（展示・ライブラリー）	52,910
	発信（広報・情報発信）	13,041
	事業管理・運営	66,717
	公益事業2 計	166,723
	合計（公1＋公2）	259,746

- ・公益事業1は人件費関連、賃借料、減価償却費、租税公課の38,386千円を含め、
合計131,409千円
 - ・公益事業2は人件費関連、賃借料、減価償却費、租税公課の275,100千円を含め、
合計441,823千円
- 事業費合計573,232千円**を予算計上する。

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などに関連する分野の「研究助成事業および褒賞・調査研究・情報提供」を行う。

2020年度は、事業費として93,023千円を予算計上する。

(1) 研究助成事業

① 一般研究助成

2020年度第54次研究助成は、常勤研究者20件 大学院生12件、合わせて32件の応募があった。2月26日開催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）の研究が選出された（別表1）。

2020年度の助成件数は、昨年度からの継続研究※（常勤研究者5件、大学院生1件）を含め、常勤研究者の部11件、大学院生の部6件を予定する。

※継続研究：2年間で行われる研究

【応募件数】（ ）内は2019年度

常勤研究者の部	20件	(26件)	大学院生の部	12件	(10件)
単年度研究	8件	(11件)	単年度研究	11件	(8件)
継続研究	12件	(15件)	継続研究	1件	(2件)
[うち指定課題	13件]		[うち指定課題	5件]	

【採択予定件数】（ ）内は2019年度

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

<2020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 企業・組織のグローバル展開におけるコミュニケーション研究やマーケティング研究

2020年度は、一般研究助成費として研究助成金 25,363 千円（常勤研究者 15,731 千円、大学院生 2,473 千円、2019年度からの継続研究 6件 7,159 千円）、審査費 4,400 千円、募集経費・要旨集作成費他 6,520 千円、合計 36,283 千円を予算計上する。

(別表 1)

2020年度 第54次 研究助成内定者一覧表

[常勤研究者の部]

(単位：千円)

代表者氏名	大学・学部	職位	研究テーマ	助成金額
【指定研究①】 圓丸 哲麻	大阪市立大学 経営学研究科	准教授	消費者基点の「百貨店らしい」広告表現のあり方 ～大型小売業における百貨店の同質性と競争優位性の源泉を求めて～	2,940
【指定研究②】 狩野 芳伸 他 1名	静岡大学大学院情報 学部行動情報学科	准教授	メタファーの自動生成による意味的な重ね合わせのあるキャッチコピー生成器の構築	2,992
【継続研究】 【指定研究①】 鶴見 裕之 他 2名	横浜国立大学 国際社会科学研究院	准教授	消費者のモビリティに与えるモバイルアプリ・コミュニケーションの影響分析	3,211
【継続研究】 【指定研究②】 久保 貞也	摂南大学経営学部 経営情報学科	准教授	デジタルサイネージによる広告効果の実証方法の開発	3,116
【継続研究】 【指定研究②】 水野 誠 他 1名	明治大学商学部	教授	消費者間コミュニケーション構造に関する計算社会科学的研究	1,086
【継続研究】 【指定研究②】 渡部 諭	秋田県立大学総合科 学教育研究センター	教授	デジタルナッジが高齢者の選択行動に与える効果に関するパラデータ分析による検討	2,386
計 6 件				15,731

継続研究は初年度金額を記載

[大学院生の部]

(単位：千円)

氏名	大学・学部	課程	研究テーマ	助成金額
【指定課題①】 青木 哲也	一橋大学大学院 経営管理研究科	博士後期 課程	企業タイアップ型動画コンテンツとプラットフォーム内広告の相互作用	473
礪山 麻衣	東京大学大学院 学際情報学府	博士後期 課程	冷戦期日本の学生に対する米国アジア財団の広報外交	500
片倉 葵	首都大学東京大学院シ ステムデザイン研究科	博士後期 課程	大正期の図案における商品パッケージの広告的機能についての研究	500
堀 遼太郎	明治学院大学大学院 心理学研究科	博士後期 課程	広告における上司・部下のジェンダーと消費者の商品評価と購買意図に及ぼす影響	500
劉 玉婷	早稲田大学大学院 商学研究科	博士後期 課程	字幕付き動画広告に対する消費者の知覚 ～視聴環境の違いに注目して～	500
計 5 件				2,473

3月に提出された2019年度研究助成の成果については、成果報告会を4月に実施する。研究助成の成果を広く社会に還元するため、研究の要旨を冊子にまとめ大学図書館や研究者などに配布するほか、ホームページ上で公開する。報告書の全文は、「アドミュージアム東京」ライブラリーにおいて一般の閲覧に供する。

2020年度も、引き続き選考評価のフィードバックや研究相談会を実施する。

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。査読審査により2件程度の採択を予定する。

2020年度は出版助成費として、審査費を含め **2,490千円**を予算計上する。

③ 事業助成

広告・マーケティング関連団体が実施する事業のうち、当財団の事業目的に合致するものに助成する。2020年度は、1月25日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、新規3件を含む8件の事業が選出された（別表2）。

2020年度は事業助成費として、審査費を含め 4,920千円を予算計上する。

（別表2）

2020年度 事業助成内定事業一覧表

（単位：千円）

件名	主催	助成額	備考
2020年度全広連夏期広告大学	全日本広告連盟	1,500	5地区
2020年度全広連秋のシンポジウム	全日本広告連盟	900	3地区
日本広告学会第51回全国大会	日本広告学会	300	
日本広告学会クリエイティブフォーラム2020	日本広告学会	200	
JAC AWARD 2020 若手映像制作者育成支援	日本アド・コンテンツ 制作協会	300	
日本広報学会第26回研究発表全国大会	日本広報学会	300	
Student Innovation College (Sカレ)	Student Innovation College	600	秋カンファレンス 冬カンファレンス
関東学生マーケティング大会	関東学生マーケティ ング大会	600	中間発表 最終発表
	計8件	4,700	

※1件（1地区）30万円以内

(2) 褒 賞

①「助成研究吉田秀雄賞」

2019年度の助成研究の中から、特に優れた成果を第18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を経て、吉田秀雄賞、準吉田秀雄賞、奨励賞の各賞を選出し、贈賞式は11月に開催を予定する。

2020年度より大学院生のうち選考委員から推薦のあった研究者に対して、国際発表費用を支援する。

②「吉田秀雄国際学術賞」

広告・マーケティング研究分野において国際的な業績を挙げた研究者を顕彰する「吉田秀雄国際学術賞」を2020年度から開始する。研究者の意欲を高め、我が国の国際競争力の向上を目指す。受賞者は、財団が指定する以下の国際学術誌で論文発表した研究者とする。贈賞式は「助成研究吉田秀雄賞」と併せて行う。

指定国際学術誌

- ・ Journal of Marketing (American Marketing Association)
- ・ Journal of Marketing Research (American Marketing Association)
- ・ Marketing Science (Institute for Operations Research and the Management Sciences)
- ・ Journal of Consumer Research (Association for Consumer Research)

2020年度は褒賞費として、審査費を含め 6,290千円を予算計上する。

(3) 調査研究

2019年度に大幅改定した、研究支援のための消費者調査を継続する。この調査は、助成対象者の多様な要望に応じた個別カスタマイズ調査を実施するとともに、財団独自のパネルを組むことにより特定のモニターを経年的に追跡調査していく。

助成対象者の個別カスタマイズ調査に先行して実施する共通調査では、生活構造、生活意識、購買意識、購買・使用行動などの項目を聴取し、消費者と社会の動向について定点観察を行う。

調査結果データはオープンデータベースとしてホームページ上で公開する。併せて分析事例を「アド・スタディーズ」で紹介し、活用促進に努める。

2020年度は研究支援のための消費者調査費として、11,800千円を予算計上する。

(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。特集企画は引き続き、社会・経済の変化に伴うマーケティング・コミュニケーションの新しい潮流を見据えつつ、広告・マーケティング研究に寄与する未来志向のテーマを投じていく。

発行部数は各号約1,900部を予定し、研究者、助成対象者、広告関係団体、企業、プレスなどに配布する。全バックナンバーをホームページ上に掲載する。2020年度は閲覧性の向上に向け、ホームページの改善を行う。

2020年度は「アド・スタディーズ」の発行費として、**29,810千円**を予算計上する。

1. 広告資料を活用した授業ツールの開発

当財団が所有する広告資料を活用して、研究者や学生のための授業ツールを昨年度に引き続き開発する。

③ホームページでの情報提供

研究助成事業の研究成果、消費者調査データ、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。

2020年度は、ホームページ運営費として、**1,090千円**を予算計上する。

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などに関連する分野の「資料収集・保存・公開および普及・啓発事業」を行う。

2020年度は事業費として166,723千円を予算計上する。

(1) 「アドミュージアム東京」の事業方針

① アーカイブ（資料収集・調査・整備など）活動

アーカイブ活動は「コレクション」「キュレーション」「データベースシステム」の3つの要素に整理し、以下の活動を行う。

現在、所蔵している資料は全部で326,804点（2020年1月末現在）あり、そのうち、広告資料220,245点、図書資料27,466点 合計247,711点を館内のデータベース検索端末で公開している。

a. コレクション（資料の整備など）

- ・ 広告資料は国内外の広告賞受賞作品（ACC、TCC、広告電通賞、OneShow、D&AD、カンヌ）約1,500点に加え、ACジャパンのキャンペーン約400点、企業PR誌の一部約500点を優先して整備・登録し、公開する。
- ・ 図書資料は引続き約700点を受入・登録し、ライブラリーで公開する。目次検索を容易にするため、主要な和雑誌約60タイトルは、雑誌記事まで登録する。
- ・ アウトソーシングを活用するほか、ライブラリースタッフを1名増員して広告資料の整備を推進する。

b. キュレーション（資料の収集・調査など）

- ・ 広告資料は江戸期、大正期、1980年代を中心に、古書店などと連携し引き続き収集を進める。また、企画展示で得たキュレーションの視点を活かし、資料の充実を図る。
- ・ 図書資料は国内の関連書籍の網羅的な収集に加え、ライブラリーで展開する「〇〇の本棚」の反響と広告コミュニケーション領域の広がりを考慮して収集する。
- ・ 資料活用の促進を図るため、広告資料の所蔵状況やライブラリーで蓄積したレファレンスの情報を積極的に外部に発信する。

c. データベースシステム（システム管理）

- ・所蔵資料を管理する2つのデータベース（広告資料用「デジハブ」、図書資料用「BLABO（ブラボー）」）は、機能改善による効率化を図る。

2020年度は、アーカイブ（資料収集・調査・整備など）活動費として、

34,055千円を予算計上する。

② 公開（展示・ライブラリー）活動

幅広い層をターゲットに、広告コミュニケーションの価値に対する理解を深めてもらうための活動を行う。また、解説文の英語表記や展示の入替なども引き続き実施する。

a. 常設展示（Hall A）

展示資料（ニッポン広告史・コレクションテーブル・視聴ブース）の部分的な入替・追加と展示什器の改修を実施する。

b. 企画展示（Hall B）

オリジナル企画である「Good Ideas for Good」展の第3弾を2年ぶりに開催する。今回は「SDGs」をテーマに国内外の広告キャンペーンを紹介する。また、以下の国内外のクリエイティブ・アワードを開催する（スケジュールは別表）。

- ・ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS 展（仮称）

共催：一般社団法人 ACC *初開催

- ・TCC 賞展 2020

共催：東京コピーライターズクラブ

- ・世界のクリエイティブがやってきた！展

D&AD Awards 2020

共催：D&AD（ロンドン）

One Show 2020

共催：The One Club for Creativity（ニューヨーク）

Cannes Lions 2020

共催：日本経済新聞社

なお、JAA 広告賞展は2019年度を以て終了した。また、広告電通賞展も2019年度を以て終了したが、引き続き受賞作品をアーカイブし、ミュージアム内の検索端末で公開する。

c. ライブラリー

リニューアルオープン後、利用者が多様化し利用者層の幅が広がった。2018年度より展開している「〇〇の本棚」コーナーは好評を得ており、引き続き企画展との連動展示やクリエイターの選書による展示を実施する。

d. クリエイティブ・キッチン

2019年度に実施した各種セミナー、イベントなどは、多くの参加者から好評であった。2020年度はコンテンツの部分的な見直しを行うとともに、内容の充実を図る。

2020年度は、公開（展示・ライブラリー）活動費として、**52,910千円**を予算計上する。

● 「公開」年間スケジュール（予定）

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
常設展 (HallA)	展示部分入替 適宜メンテナンス・調整											
企画展 (HallB)	ACC賞展(仮) (4/11~6/6)		TCC賞展 2020 (6/13~8/1)		Good Ideas for Good3 (8/8~10/24)			世界のクリエイティブがやってきた！展 (11/7~3/20)				
クリエイティブ キッチン			●	●	●		●		●	●		
	※トークイベント・セミナー等 随時開催予定											

③ 発信（広報・情報発信）活動

リニューアルから積極的に実施している PR および広告出稿（ラジオ、OOH）は継続して活用する。また、公式ウェブサイトは、「アドミュージアム東京」の重要な情報発信プラットフォームとして、定期的な見直しと更新を行う。

2020年度は、発信（広報・情報発信）活動費として、**13,041千円**を予算計上する。

④ 事業管理・運営

ガイドスタッフやライブラリースタッフが行う施設運営業務は委託範囲を拡大し、業務委託を継続する。また、リニューアル後3年が経過した館内施設・設備の経年劣化防止のため、適宜メンテナンスを実施する。

2020年度は、事業管理・運営費として、**66,717千円**を予算計上する。