

平成 27 年度
事業報告書

自 平成 27 年 4 月 1 日

至 平成 28 年 3 月 31 日

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団

1. 公益事業1 報告

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・情報提供事業を実施した。

(1) 研究助成

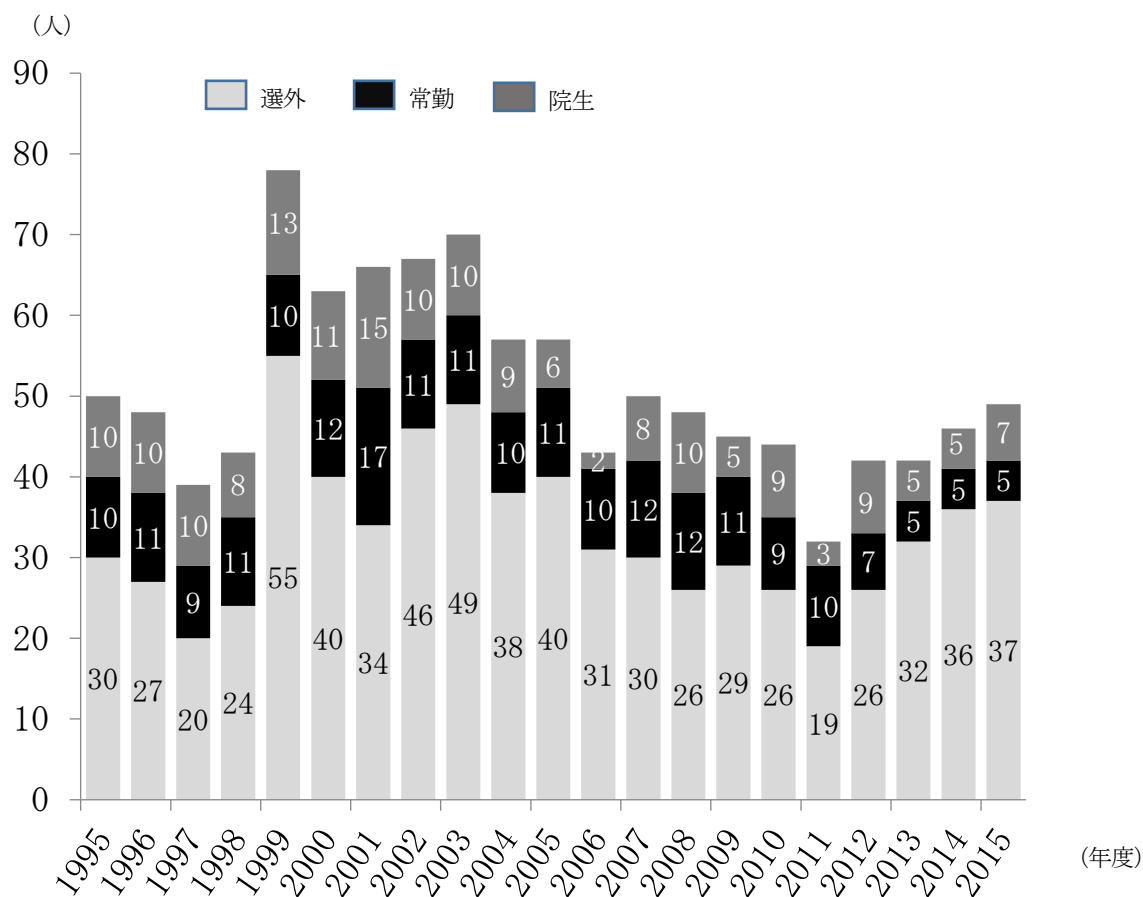
① 一般研究助成

平成 27 年度一般研究助成（第 49 次）は、応募数 49 件の中から選考委員会による審査を経て 12 件（常勤研究者 5 件、大学院生 7 件）を選出した。前年度からの継続研究（1 件）と合わせて計 13 件への助成を行った。

研究成果は、平成 28 年 3 月末日までに当財団に提出された。助成対象者及び研究テーマは表 1 の通り。

また、助成研究への支援を目的として、助成対象者が参加できるオムニバス消費者調査を平成 27 年度も実施した。

(図 1) 一般研究助成応募者数の推移



(表1) 平成27年度 第49次 研究助成対象者一覧

常勤研究者の部(50音順・職位は応募時)

代表者氏名	大学・学部	職位	研究テーマ	助成金額
【単年度研究】 小野譲司 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～	300
【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的研究	300
【継続研究初年度】 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	110
【継続研究初年度】 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ーがもたらす影響 ～その心理的基礎過程とコミュニケーション機能の解明～	155
【継続研究初年度】 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～	195
【継続研究次年度】 菅野佐織 他1名	駒澤大学 経営学部	准教授	ライフイベントにおける父親のアイデンティティー形成と消費の関連	123
計6件				1,183

(単位:万円)

大学院生の部 (50 音順)

氏名	大学・学部	課程	研究テーマ	助成金額
【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	新製品の正当化プロセスに関する研究 ～古楽をめぐることばの変化に着目して～	50
【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～	23
【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	新製品の採用意思決定への事例ベース意思決 定理論(CBDT)の適用	50
【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～	50
【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与える負の効 果 ～広告画像の典型性と具体性に着目して～	50
【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	機能的食品の広告と消費者行動 ～消費者の知識と知覚の観点から～	50
【単年度研究】 吉井健	中央大学大学院 戦略経営研究科	博士 後期 課程	スマートフォンを通じた情報探索がショールー マーとリバーズ・ショールーマーの購買行動に与 える影響についての考察 ～リアル店舗内で収集する情報への満足感と知 覚リスク低減効果との関係性の実証研究～	50
計7件				323

(単位:万円)

② 出版助成

年2回公募を行い、選考の上、以下1件に対し出版助成を行った。

書名：『外部マーケティング資源としての消費者行動

—市場の異質性から競争優位を獲得する』

著者：西本章宏氏（関西学院大学准教授）

出版社：有斐閣

③ 事業助成

当財団の研究助成領域に関連する学会・団体等の研究事業に対し以下の助成を行った。

イ. 関係団体の事業への協賛

- ・日本広告学会クリエイティブ・フォーラム 2015
主催： 日本広告学会
開催日／会場： 平成 27 年 5 月 16 日／九州産業大学
- ・第 26 回全広連夏期広告大学
主催： 全日本広告連盟
開催日／会場： 平成 27 年 7 月 2 日～7 月 16 日／全国 5 地区
- ・第 8 回 JAC ディレクターズセッション
主催： 日本アド・コンテンツ制作社連盟 (JAC)
開催日／会場： 平成 27 年 10 月 14 日／千代田放送会館
- ・第 8 回全広連秋のシンポジウム
主催： 全日本広告連盟
開催日／会場： 平成 27 年 11 月 5 日～19 日／全国 3 地区
- ・日本広告学会第 46 回全国大会
主催： 日本広告学会
開催日／会場： 平成 27 年 10 月 23 日～25 日／京都産業大学

ロ. 学会等への参加・賛助

- ・学会 (計 8 件)
日本広告学会、日本広報学会、日本商業学会、日本消費者行動研究学会、日本ダイレクトマーケティング学会、日本マーケティング・サイエンス学会、日本マス・コミュニケーション学会、商品開発管理学会、日本マーケティング学会
- ・その他団体 (計 4 件)
AC ジャパン、日本マーケティング協会、日経広告研究所、IAA 日本国際広告協会

(2) 褒賞「助成研究吉田秀雄賞」

平成 26 年度研究助成の成果 (常勤研究者の部 5 編、大学院生の部 5 編) を対象に審査の結果、第 13 回助成研究吉田秀雄賞を決定した。

常勤研究者の部は松井剛氏、大学院生の部は赤松直樹氏に奨励賞が授与された。なお両部門ともに吉田秀雄賞、準吉田秀雄賞の該当はなかった。(表 2)

贈賞式は、平成 27 年 11 月 10 日に当財団で実施した。

(表2) 第13回助成研究吉田秀雄賞 受賞者一覧

常勤研究者の部

賞	研究テーマ	受賞者
奨励賞	ことばを通じた市場創造 ～「女子」をめぐる消費者の価値観の変化と消費者行動に関する研究～	松井 剛 (一橋大学大学院商学研究科 教授)

大学院生の部

賞	研究テーマ	受賞者
奨励賞	ライン拡張と消費者の態度の関係について	赤松 直樹 (慶應義塾大学大学院商学研究科 後期博士課程)

(受賞者の職位・課程は成果提出時のもの)

(3) 調査研究 (オムニバス調査)

一般研究助成の研究支援及び研究者へのオープンデータの提供を目的に消費者オムニバス調査を実施した。一般研究助成対象者のうち9人が参加した。

例年同様、訪問留置調査法により750サンプルを回収。助成対象者による質問項目とは別に、財団独自の質問項目も時系列で追えるように継続している。平成27年度は財団独自の質問の中に広告の社会的・文化的機能や役割に注目した質問、2020年の東京オリンピック・パラリンピックを見据えた質問の追加を行った。

調査結果は財団ホームページに公開し、広く一般の研究者の利用に供した。あわせて研究広報誌「アド・スタディーズ」にオムニバス調査分析レポートを連載し、本調査の認知向上に努めた。

(4) 情報提供

① 研究広報誌「アド・スタディーズ」

平成27年度は、第52号から第55号まで4回発行した。創立50周年を記念し特集した53号では、公開トークイベント「すてきな広告、未来の予感。—広告のこれまでから未来が見える」をアド・ミュージアム東京にて実施し、誌面に再録した。

各号の発行部数は約1,800部、そのうち約1,700部を研究者、過去の助成対象者、広告関係団体等に無料で配布した。併せてPDFデータを財団ホームページで公開した。

また、今年度は新たに特集記事の一部を英訳・公開し、海外への発信に取り組んだ。

平成27年度の各号の特集タイトルは以下の通りである。

Vol.52 Summer (6月25日) :

マーケティングの先にあるもの—広告論の可能性を開く

Vol.53 Autumn (9月25日) :

広告の知を未来につなぐー吉田秀雄記念事業財団創立 50 周年を迎えて
Vol.54 Winter (12月25日) :

ネットコミュニティから見えるコミュニケーションの姿

Vol.55 Spring (3月25日) :

ブランド論を問い直す

② 財団ホームページ

創立 50 周年を機に、財団ホームページのリニューアルを行うと同時に 50 周年記念サイトを設けた。中でも「いま、吉田秀雄の言葉」と題するコンテンツは、(株)電通第 4 代社長・吉田秀雄の肉声と映像を編集したショートムービーや、氏の遺した言葉をまとめた PDF を公開し、大きな反響を得た。

平成 27 年度の財団ホームページ運営は、アクセス数 3,368 件/月、ページビュー数 8,434 件/月であった。(アド・ミュージアム東京のホームページを除く)

2. 公益事業2 報告

平成 27 年度に策定したブランド・ステートメントを踏まえ、Museum 機能(企画・展示部門)、Library 機能(図書館部門)、Archives 機能(資料部門)の 3 部門が協力し、「アド・ミュージアム東京」の一体的運営を推進するとともに、認知拡大のための活動に一層力を注いだ。

また、平成 29 年 12 月の「アド・ミュージアム東京」の全面リニューアルに向けて、基本構想の策定を行った。

(1) Museum (企画・展示部門)

① 一体的運営の推進

ブランド・ステートメントおよび VI の活用を通じて、企画・展示部門を軸に「アド・ミュージアム東京」の一体的運営を推進した。

ホームページの 7 年ぶりの改定、館内や周辺の OOH への展開、スタッフユニフォームの刷新を行った。また、スタッフのビジョン共有を目的に、行動指針を明記したブランドブックを作成した。

② 財団創立 50 周年プロジェクトの実施

「広告の知を未来へつなぐ」という財団創立 50 周年スローガンのもと、50 周年記念プロジェクトとして「発見!アド・ミュージアム東京のお宝」を実施した。このプロジェクトは、広告の面白さ・奥深さを多くの方々に発見してもらうことを目的とし、各界の第一線で活躍されている 16 名の方々に、収蔵資料の中からお気に入りの広告資料を推薦してもらい、広告にまつわる思い出やエピソードなどもあわせて語っていただいた。推薦された広告作品といただいたコメントは、2015 年 6 月 1 日よりホームページで公開している。

③ 展示について

「アド・ミュージアム東京」がもつ広告資料の価値を利用者にわかりやすく訴求するため、平成 27 年度は新たに以下の施策を実施した。

ア) 常設展示の解説ガイド「日本の広告史」を制作（日本語版・英語版）

イ) 広告賞展の企画・制作の見直し *実施詳細（表 3）

・クリエイティブ・チームの活用

キービジュアルから空間演出までトータルプロデュースをクリエイターに依頼することで、展示のクオリティアップを図った。また告知制作物の内容を見直し、メッセージ性の強いチラシを制作することで、効果の向上とコストの効率化を図った。

・一部館内撮影の許可

来館者サービスの視点に立ち、共催団体の協力を得られた展示資料に関しては館内撮影ができるようにした。

ウ) その他

環境への配慮と常設展エリアの照度を上げるため、資料を傷めない LED 照明に変更した。

④ カレッタ汐留との連携

前年度に引き続き、カレッタ汐留広場のイベントに連動しナイトミュージアムを実施した。過去 3 年の経験を踏まえ、閉館時間は 20 時 30 分まで延長し、クリスマスを含む合計 4 日間の開催とした。来場者数は 4 日間合計で 3,096 名であった。

⑤ 広報活動

広報活動については、①～④を踏まえ、これまでのネットワークを最大限活用し積極的な PR 活動を行った。その結果、メディア取材は 86 件となり、特に地上波報道番組、BS 放送、中央紙などで大きく取り上げられた。

また、アド・ミュージアム東京の専用ホームページのデザインを一新し、より注目度を高めた。平成 27 年度のアクセス数は 12,200 件/月（前年比 10%増）、ページビュー数は 49,342 件/月（前年比 15%増）であった。

⑥ 来館者動向

平成 27 年度の開館日数は 219 日、来館者数は 80,965 人で、一日平均 370 人であった。3 月に実施した来館者調査では、目的のある来館者が 40%を超える結果となった。

団体見学は、ここ数年、研修や授業の一環として活用されており増加傾向にある。見学総数は、279 件（国内大学/学校関係：94 件、企業/団体：161 件、海外：13 件、その他：11 件）となっている（平成 26 年度は 231 件）。また、外国人来館者対応のため、フロアスタッフに対し英語研修を導入し、海外からの見学も積極的に受け入れた。

(表3) 平成27年度広告賞展実績報告

	タイトル・会期・入場者数	実施概要
1	<p>おいしいコピーが焼けました。 TCC 広告賞展 2015</p> <p>6月18日～8月2日 (34日間) 17,876人(526人/日)</p>	<p>東京コピーライターズクラブ (TCC) との共催。2015年度 TCC 賞より一般部門 (グランプリ 1点、TCC 賞 11点、審査委員長賞 2点) 及び新人部門 (最高新人賞 1名、新人賞 21名) の全受賞作品を展示。毎年恒例のコピーライターと話ができるイベントや、受賞者の推薦図書展示ほか、常設展示との連動企画も新たに実施。受賞者によるトークイベントも計2回開催した。</p>
2	<p>第68回 広告電通賞展</p> <p>前期 8月6日～8月30日 後期 9月2日～9月26日 (41日間) 16,245人 (396人/日)</p>	<p>広告電通賞審議会との共催。日本の広告界を代表する総合広告賞「広告電通賞」の最新受賞作品8種27部門全61点を、前期・後期の2期に分けて展示。海外からの来館者向け対応の一環として作品キャプションに部門・クライアントの英語を併記した。</p>
3	<p>ピュア・デザイン D&AD Awards 2015 展</p> <p>10月29日～11月29日 (23日間) 7,865人 (342人/日)</p>	<p>英国の非営利団体 D&AD との共催。D&AD 賞 2015 より、最高賞のブラック・ペンシル5点、公共的な活動に与えられるホワイト・ペンシル4点ほか、上位賞と日本の受賞作品計51点を展示。「デザインとはなにか？」をテーマに装飾的な美しさだけに留まらない、クリエイティブの力とデザインの力を体感してもらえる体験型の展示空間とした。世界の広告コミュニケーションの現在を考えるトークイベントも開催した。</p>
4	<p>冒険があるか。 第11回 クリエイティブトップナウ展</p> <p>12月3日～2016年1月16日 (31日間) 12,499人 (403人/日)</p>	<p>8つの広告業界団体が顕彰する多彩なジャンルの最新広告賞を紹介。展示作品は、グランプリをはじめとする上位入賞作品計71点。各作品の優れたアイデアや表現を見てもらえるよう審査講評も併せて展示した。</p> <p>協力：全日本シーエム放送連盟 / 東京アートディレクターズクラブ / 東京屋外広告協会 / 東京コピーライターズクラブ / 日本グラフィックデザイナー協会 / 日本新聞協会 / 日本パッケージデザイン協会 / 日本プロモーション・マーケティング協会</p>

	タイトル・会期・入場者数	実施概要
5	<p>アナザー・マウンテン ONE SHOW 2015</p> <p>1月22日～2月27日 (27日間)</p> <p>9,270人(343人/日)</p>	<p>米国の非営利団体ワンクラブとの共催。世界のクリエイティブ業界の動向がいち早く反映される世界三大広告賞のひとつとして知られるワンショーの2015年の受賞作を紹介。本展では、最高賞のベスト・オブ・ショー1作品ほか、上位賞と日本の受賞作品計53点を展示。「アイデアの多様性」をキーワードに、さまざまな課題を「山」に見立て、世界の景色を作っている広告クリエイティブの「今」を紹介した。</p>
6	<p>素直な反応。 第54回 JAA 広告賞 消費者が選んだ 広告コンクール展</p> <p>3月3日～4月9日 (28日間)</p> <p>9,596人(343人/日)</p>	<p>日本アドバイザーズ協会との共催。生活者の視点で優れた広告を選出するJAA 広告賞の最新の受賞作品を紹介。同賞は半世紀以上にわたって実施してきた内容、審査方法を刷新し2015年度から広告の受け手が選ぶという原点を強調し、再スタートした。本展では、6部門で入賞を果たした全65点を展示した。</p>
7	<p>素直な反応。 第58回 日本雑誌広告賞展 同上</p>	<p>日本雑誌広告協会との共催。日本で唯一、雑誌広告に特化した広告賞「日本雑誌広告賞」の2015年度の受賞作品を紹介。最高賞の経済産業大臣賞をはじめ計30点の全受賞作品を展示。本展は、JAA 広告賞と同時開催とし、「素直な反応」をテーマに、来館者がお気に入りの広告にシールを貼る参加型企画を実施。生活者・読者の視点に立った広告の魅力を発信した。</p>

(2) Library (図書館部門)

平成 27 年度の開館日数は 189 日、利用者は 4,954 人 (1 日平均 26 人)。来館者の内訳は、学生 1,593 人、社会人 3,160 人、その他 201 名で、全体の 57% はリピーターであった。

年間活動は基本業務となる図書・雑誌記事の登録作業および利用者への情報発信サービス・調査補助 (レファレンス) を行い、あわせて以下を実施した。

① 企画展示「コピーライターの本棚」開催

昨年度来館者に好評であった本展は、今年度も東京コピーライターズクラブ協力のもと引き続き開催した。コピーライターが日頃読んでいる本、おすすめの本をコメントと合わせて館内で紹介するほか、今回は近隣の書店 3 ヶ所と連携し、ポスターや POP の掲示、本の展示ブース設置などを通じて積極的に周知を図った。

② 国立国会図書館レファレンス協同データベース事業への参加

平成 27 年度は 23 件の新規事例を登録した。全登録事例は 323 件となり、年度内被参照数も約 9 万 5000 件にのぼった。この参加活動が顕著な成果として認められ、国立国会図書館からお礼状が授与された。

事例の登録は利用者から受けたレファレンスを中心に行い、常に最新の情報を提供できるように既存登録内容のブラッシュアップを進めるほか、参照数の多かった事例は関連図書とともに館内で紹介するなど、情報発信を目的に活用している。

③ 財団資料の統合管理など

新アーカイブシステム構築を見据え、今年度も継続して財団各部門で所蔵する図書資料の統合管理を行った。また、広告賞展の関連図書展示、研究広報誌「アド・スタディーズ」への新刊図書紹介とレファレンス事例の紹介も継続して行い、情報発信に努めた。

(表 4) 図書館部門の蔵書数

(平成 28 年 3 月末現在)

	和書	洋書	計
図書	16,364 点	3,815 点	20,179 点
助成研究論文	970 点		970 点
視聴覚資料 (DVD)	363 点	385 点	748 点
雑誌 (廃刊・中止含む)	167 タイトル (5,376 点)	31 タイトル (973 点)	198 タイトル (6,349 点)
雑誌記事索引 登録総本数	60,890 本		60,890 本

(3) Archives (資料部門)

平成 27 年度は受入資料の登録などの基本業務と並行し、新アーカイブシステム移行へ向けた準備作業の一環として、収蔵資料のテキストデータと画像データの修正および追加作業を精力的に進めた。また、定期的に収蔵資料に関する勉強会を開き、収集経緯、特徴、未整理資料の現状把握とともに課題を明らかにすることができた。

外部機関への資料貸出は、書籍やテレビ番組での紹介、展覧会への出展を中心に、45 件(現物資料 47 点、画像資料 188 点)であった。

(4) 「アド・ミュージアム東京」リニューアルのための基本構想策定

平成 29 年 12 月の「アド・ミュージアム東京」の全面リニューアルに向けて、平成 27 年度は基本構想の策定を行った。(基本構想の内容は、平成 28 年 3 月の理事会で報告済み)

3. 新アーカイブ構築事業 報告

平成 27 年度は、平成 26 年度に開発されたパイロット版を基に、実用運用に向けたシステム改善を実施し、旧システム AdDAS データの新システムへの移管を行った。また、教育・研究利活用の実験開始に向けて、東京大学吉見俊哉教授に委託し、第 2 期研究会をスタートさせた。

4. 財団創立 50 周年事業 報告

(1) 財団創立 50 周年記念寄附募集

ホームページ上で平成 27 年 9 月～28 年 3 月までの期間で寄附募集を実施した。

(2) 吉田秀雄執務室公開

電通第 4 代社長吉田秀雄の執務室(電通銀座ビル 4 階)を期間限定で一般公開した。9 月 24 日～10 月 22 日の公開期間中、のべ 212 名の方々が来室された。