

2025 年度

事業計画書

自

2025 年 4 月 1 日 至 2026 年 3 月 31 日

I. 事業計画書

1. 事業方針

2025 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、事業費を増額する。「アドミュージアム東京」デジタルコレクションテーブル交換工事等の設備投資を行う。

(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。また、委託研究プロジェクトの成果発表を行う。

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、積極的な運営を行う。

(2) 事業費の概要

2025 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。

(単位：千円)

	事業内容	2025 年度 予算額	2024 年度 予算額	増減	
公益事業 1	一般研究助成	41,204	42,068	△864	*1
	出版助成	2,460	2,460	0	
	事業助成	5,730	6,220	△490	
	褒賞	7,010	7,560	△550	
	調査研究	11,900	11,100	800	
	委託研究	1,400	9,820	△8,420	
	研究広報誌『アド・スタディーズ』	37,461	36,270	1,191	
	事業管理	208	618	△410	
	公益事業 1 計	107,373	116,116	△8,743	
公益事業 2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	59,268	54,853	4,415	*2
	公開（展示・ライブラリー）	80,407	57,180	23,227	*3
	発信（広報・情報発信）	30,892	22,871	8,021	*4
	事業管理・運営	94,525	69,475	25,050	*5
	公益事業 2 計	265,092	204,379	60,713	
合計（公 1+公 2）		372,465	320,495	51,970	

- ・ 公益事業 1 は人件費関連 42,207 千円、減価償却費 10,004 千円、計 52,211 千円を含め、
合計 159,584 千円
- ・ 公益事業 2 は人件費関連 54,394 千円、賃借料 127,252 千円、減価償却費 65,046 千円、
租税公課 4,130 千円、計 250,822 千円を含め、**合計 515,914 千円**
事業費合計 675,498 千円を予算計上する。

主な増減要因

- *1 2 か年計画の委託研究が終了したため
- *2 外部倉庫の環境整備(収蔵用の箱などの製作と入替など)等実施のため
- *3 展示制作の外注により業務効率化を進めるため
- *4 ミュージアムグッズ売上増加に伴う仕入が増加するため
- *5 運營業務委託先変更とカビ対策(環境整備)のため水道光熱費と清掃費が増加

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「研究助成事業および褒賞・調査研究・情報提供」を行う。

2025 年度は事業費として、107,373 千円を予算計上する。

(1) 研究助成事業

① 一般研究助成

2025 年度 第 59 次の一般研究助成は、常勤研究者 33 件と大学院生 6 件、合わせて 39 件の応募があった。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）。

2025 年度の助成件数は、昨年度からの継続研究※（常勤研究者 3 件）と合わせて常勤研究者の部 10 件、大学院生の部 4 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 2024 年度

常勤研究者の部	33 件	(33 件)	大学院生の部	6 件	(11 件)
単年度研究	9 件	(14 件)	単年度研究	5 件	(11 件)
継続研究	24 件	(19 件)	継続研究	1 件	(0 件)
〔うち指定課題	16 件〕		〔うち指定課題	3 件〕	

【採択予定件数】（ ）内は 2024 年度

常勤研究者の部	7 件	(7 件)	大学院生の部	4 件	(4 件)
単年度研究	4 件	(4 件)	単年度研究	3 件	(4 件)
継続研究	3 件	(3 件)	継続研究	1 件	(0 件)
〔うち指定課題	5 件〕		〔うち指定課題	1 件〕	

<2025 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 心と身体に関するマーケティング研究

(別表 1)

2025 年度 第 59 次 一般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	助成額
萩原 千晶	早稲田大学 文学学術院	助教	「男性いじり」と「女性いじり」 の受容度の差の検討～ユーモア広 告がもたらすジェンダーバイアス の実証分析～	600
【指定課題 1】 石橋 敬介 他 1 名	信州大学 経法学部 応用経済学科	准教授	プロモーション効果測定実務への 統計的因果推論の適用に関する研 究	1,701
【指定課題 2】 田北 雅裕	九州大学大学院 人間環境学研究院	専任 講師	里親および里親希望者のインサイ ト分析を通じた「里親リクルー ト」の指針	1,264
【指定課題 3】 須賀 涼太	京都産業大学 経営学部	助教	ヘルスケア・サービスにおける顧 客コンプライアンスについての研 究～制御適合理論に着目して～	1,070
【指定課題 1】 【継続研究】 畠山 仁友	立正大学 経営学部	准教授	Reluctant Ad Acceptance (不本 意な広告受容) ～尺度開発と広告 戦略～	2,881
【指定課題 2】 【継続研究】 前澤 知輝 他 1 名	筑波大学 人間系	助教	映像と音の時間的調和が消費者の 興味を導くマルチモーダル広告の 検討～ポップアウトを促す視聴覚 広告デザイン～	1,950
【継続研究】 橋本 博文 他 3 名	大阪公立大学 大学院文学研究科	准教授	献血の安定供給の維持および推進 を目指した広告の効果検証～情動 的共感の限界と認知的共感の可能 性を踏まえた社会実装研究～	1,925
計 7 件				11,391

※ 継続研究は初年度の金額を記載

[大学院生の部]

(単位：千円)

氏名	大学・学部	課程	研究テーマ	助成額
小 嶋 真由香	立教大学大学院 社会学研究科	博士 後期 課程	新聞社の経営合理化による戸別宅 配網の変容～新聞販売店の統廃合 の実態～	400
趙 悦紅	一橋大学大学院 経営管理研究科	博士 後期 課程	従業員による無礼な行為に対する 顧客の反応	447
【指定課題 1】 山 地 里 奈	関西学院大学大学院 経営戦略研究科	博士 後期 課程	Z 世代の購買行動におけるルッキ ズム広告の心理的影響～日本と東 南アジアにおける心理特性と購買 意向の文化間比較～	500
【継続研究】 国 分 峰 樹	東京大学大学院 教育学研究科	博士 後期 課程	デザイン思考はいかにして生まれ たか～Design Thinking の形成に 関わる研究と実践の歴史～	150
計 4 件				1,497

継続研究については初年度が終了した時点で、助成対象者が選考委員に進捗状況を報告し、次年度への継続承認を得る中間報告会を行う。研究終了後は、助成対象者が成果を発表し合う報告会を開催する。

研究助成の成果を広く社会に還元するため、研究の要旨をとりまとめ、ホームページや J-STAGE（科学技術情報発信・流通総合システム）上での公開準備を進める。全文は「アドミュージアム東京」のライブラリーにおいて一般の閲覧に供する。

また、2026 年度の一般研究助成募集にあたり応募を検討する大学院生等が参加できる研究相談会を実施する。過去に当財団の助成を受けた若手研究者がアドバイザーとなり、相談を受け付ける。

2025 年度は一般研究助成費として、研究助成金 18,574 千円（常勤研究者 11,391 千円、大学院生 1,497 千円、2024 年度からの継続研究 5,686 千円）、研究助成支援システム保守費 12,000 千円、審査費・募集費 6,180 千円等、**合計 41,204 千円**を予算計上する。

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費用の一部を助成する。募集は 10 月と 3 月に分けて行い、選考委員の査読を経て助成先を選出する。

2025 年度は出版助成費として、審査費を含め **2,460 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。2025 年度は、1 月 27 日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、10 事業 17 件を選出した（別表 2）。

2025 年度は事業助成費として、審査費を含め 5,730 千円を予算計上する。

（別表 2）

2025 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
2025 年度全広連広告大学 オンラインコンテンツ制作、 全国展開事業（6 件）	全日本広告連盟	1,800	全 6 回
第 73 回全日本広告連盟福井大会	全日本広告連盟	300	
日本広告学会第 56 回全国大会	日本広告学会	300	
クリエイティブフォーラム 2025 第 6 回学生広告クリエイティブ賞	日本広告学会	100	
日本広報学会 第 31 回研究発表全国大会	日本広報学会	300	
「新たな広報概念」に対する実務 （経営）における認識と期待につ いての調査研究成果の発表シンポ ジウム	日本広報学会	300	
マーケティングカンファレンス 2025	日本マーケティング学会	300	
JAC AWARD 2025 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	
Student Innovation College （S カレ）（2 件）	Student Innovation College	600	秋カンファレンス 冬カンファレンス 各 1 回
関東学生マーケティング大会 （2 件）	関東学生マーケティング 大会	600	開会式・中間発表 最終発表 各 1 回
計 17 件		4,900	

※助成額は 1 件 30 万円以内

(2) 褒 賞

①「助成研究吉田秀雄賞」

2025 年 3 月に報告書が提出された助成研究の中から、特に優れた研究成果を第 23 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。贈賞式は 11 月に開催を予定する。

受賞者のうち選考委員から別途推薦のあった大学院生に対し、海外の学会で発表するための費用を支援する。

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に「吉田秀雄国際学術賞」を贈賞する。研究者の意欲を高め、国際的な発信を促進する。受賞対象者は、過去に当財団の一般研究助成を受けたことがあり、以下の国際学術誌で論文を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 (Oxford University Press)

2025 年度は褒賞費として、審査費を含め 7,010 千円を予算計上する。

(3) 調査研究

研究支援の一環として消費者調査を継続する。回収件数は約 5000 件で、4 月と 10 月の 2 回行う。共通調査においては生活構造、生活意識、購買意識、情報行動、購買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。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。

あわせて助成対象者の研究内容に応じたカスタマイズ調査を個別に実施する。この調査では、共通調査の回答者から必要なサンプルを抽出することも可能になっている。

調査結果の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。

2025 年度は研究支援のための消費者調査費として、11,900 千円を予算計上する。

(4) 委託研究

2023 年度と 2024 年度の 2 年間にわたり実施した委託研究プロジェクトの成果を取りまとめ、公開する。このプロジェクトは、デジタル時代にあって強いブランドを構築するためのマーケティング・コミュニケーションの在り方を探索するもので、久保田進彦青山学院大学教授が座長を務め、鈴木智子一橋大学教授、高橋広行同志社大学教授がチームリーダーとなり推進してきた。研究者による学術誌での発表を軸に、当財団広報誌『アド・スタディーズ』でも研究内容を紹介し、成果の発信に努める。

2025 年度は委託研究プロジェクト費として、1,400 千円を予算計上する。

(5) 情報提供

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潮流を捉え、研究・実務に寄与するテーマを投じていく。

発行部数は各号 1,800 部程度を予定し、研究者、大学図書館、助成対象者、広告関係団体、企業、プレスなどに配付すると同時にホームページに掲載する。

2025 年度は『アド・スタディーズ』発行費として、37,461 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。

2025 年度は事業費として、265,092 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 アーカイブ活動（資料収集・調査・整備など）

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、所蔵している資料の総数は 広告資料 296,351 点、図書資料 41,331 点合計 337,682 点（2025 年 1 月末現在）で、そのうち 257,682 点を館内のデータベース検索端末およびライブラリーで公開している。

a. コレクション（資料の整備など）

- ・ 2024 年度に引き続き、外部倉庫に預け入れしている看板資料約 700 点の再梱包や管理方法の見直しを実施、保管環境の改善を図る。
- ・ 2024 年度に引き続き、分散している広告資料の管理情報をデジハブに追加登録して利便性を高め、資料情報の集約を図る。
- ・ 定期的に受入している国内外の広告賞受賞作品（ACC、TCC、広告電通賞、The One Show、D&AD、Cannes Lions）は 2025 年分を中心に約 1,500 点を登録し、公開する。
- ・ 図書資料は引き続き約 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、過去に刊行された遡及を含め、主要な和雑誌約 55 タイトルは、雑誌記事まで登録する。
- ・ 広告資料の整備のため、アウトソーシングを積極的に活用する。

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て引き続き収集を進める。また、常設展示・企画展示で得た知見を活かし、資料の充実を図る。
- ・ 所蔵資料の活用につながる各種協力依頼は、資料調査の受け入れ、デジハブの利用、広告資料の貸出依頼を通じて積極的に受け入れる。

c. データベースシステム（システム管理）

- ・広告資料を管理する「デジハブ」は改修後、本格稼働2年目となる。引き続き業務に滞りない運用を目指し、特にバックアップ環境の強化を図る。また、館内来館者向け「デジハブ」の機能改善、一部広告資料へのタグ付けを検討して検索の利便性向上を図る。
- ・図書資料を管理する「BLABO(ブラボー)」は、業務に応じて必要な改修を行う。

2025年度はアーカイブ活動費として、59,268千円を予算計上する。

② 公開活動（展示・ライブラリー）

常設展示、企画展示、ライブラリーの企画コーナー、イベントスペースのクリエイティブキッチンの4項目において以下の活動を行う。

a. 常設展示（Hall A）

- ・経年劣化に伴うアナログテーブル全4台の作品閲覧用バインダーの入れ替えを行う。
- ・ニッポン広告史「21世紀の広告」コーナーの映像展示作品を見直し、2024年までの資料の追加・削除を行う。

b. 企画展示（Hall B）

- ・オリジナル企画展は、(公社)日本広告審査機構との共催によりJARO50周年のコンテンツを元にした「愛と苦情の広告史」と、ジェンダーと広告をテーマとした「わたしたちはわかりあえないからこそ展(仮)」を開催する。また、当館のアーカイブ資料を活用したミニ企画展を開催する。そのほかに開催する国内外のクリエイティブ・アワードは以下の通り(2025年度のスケジュールは別表)

- ・TCC 賞展 2025

共催：東京コピーライターズクラブ

- ・第78回広告電通賞展

共催：広告電通賞審議会

- ・世界のクリエイティブがやってきた！2025 展

The One Show 2025

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

D&AD Awards 2025

協力：D&AD（ロンドン）

Cannes Lions 2025

協力：カンヌライオンズ日本事務局（日本経済新聞社内）

c. ライブラリー

- ・ライブラリーの企画コーナー「〇〇の本棚」では、Hall Bで開催する企画展に連動する展示と、(一社)日本広告業協会(JAAA)との共催によりクリエイターの選書による展示「クリエイターの本棚」を開催するほか、所蔵資料を紹介するアーカイブ展示等を実施する。

d. クリエイティブ・キッチン

- ・企画展示や「〇〇の本棚」と連動したトークイベントとともに、オリジナル企画も実施する。

2025 年度は公開活動費として、80,407 千円を予算計上する。

● 2025 年度のスケジュール（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
常設展示 (Hall A)					・「21世紀の広告」コンテンツ入れ替え／アナログテーブルバインダー入れ替え ・メンテナンス適宜							
企画展示 (Hall B)		愛と苦情の広告史 展 (4/29～6/14)	ジェンダーと広告展(仮) (6/25～8/30)				TCC賞展 (9/19～11/1)	広告電通賞展ミニ企画展 (11/7～11/29)	世界のクリエイティブがやってきた展 (12/5～12/27)	1/9～3/28)		
〇〇の本棚 (ライブラリー)		企画展示連動 (4/29～6/14)	企画展示連動 (6/25～8/30)				コピーライ ターの本棚 (9/19～11/1)	クリエイターの本棚 (11/7～12/27)	アーカイブ展示企画 (1/9～3/28)			
クリエイティブ キッチン		●	●	●	●		●				●	●

＊4月1日～4月28日、9月2日～9月18日は全館清掃・営繕等のため休館の予定

③ 発信活動（広報・情報発信）

2025 年度は、新しい図録「More than just Ads」を発行し、全国の博物館、図書館等の施設に寄贈を行い、ミュージアムショップでの販売も開始する。Instagram、X などの SNS の活用を含めた情報発信は継続して実施する。ウェブサイトについては、必要に応じて小規模改訂を行い情報発信の改善を図る。アドミュージアム東京のターゲット層である「知的エンターテインメントアクティブ層」との親和性が高く効果が見込める J-WAVE への出稿を継続する。多様な来館者への情報提供を充実させ、ミュージアム体験をより豊かなものにするため、ウェブと連動した AI 音声ガイドサービスを導入する。ミュージアムショップの利用者数が増加しており、また来館者から要望も多いためグッズの新規開発も継続的に行う。

2025 年度は発信活動費として、30,892 千円を予算計上する。

③ 事業管理・運営

2024 年度はコロナ禍以前の来館者数を超え、活気を取り戻した。運営業務の委託先変更により、ガイドスタッフを一新し、2025 年度も来館者目線に立った運営を続けていく。見学会の内容を見直すとともに、職員（学芸員）が講師を務める出張授業も体制を整え、教育普及活動に積極的に取り組む。

施設面では、引き続き日常清掃の体制を強化するほか、定期的に大規模清掃や IPM（Integrated Pest Management／総合的有害生物管理）メンテナンスを実施する。また、適切な温湿度管理に注力し、カビ被害を防ぐとともに館内の環境整備を進めていく。計画的に実施している館内機器類（モニター等）の入れ替えの一環として、常設展のデジタルコレクションテーブルの入れ替えを実施する。

2025 年度は事業管理・運営費として、94,525 千円を予算計上する。