

# 2018年度 事業報告

自 2018 年 4 月 1 日  
至 2019 年 3 月 31 日

公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団

## 主な事業内容

公益事業1においては、研究助成事業の見直しのためのヒアリング調査を実施するとともに、財団が研究助成対象者に提供している消費者調査の改善に向け見直しを行った。また、広告アーカイブシステム（デジハブ）を活用した公開講義「広告の学校」を開催した。

公益事業2においては、「アドミュージアム東京」の事業推進体制の強化と認知拡大のための活動を行った。

公益事業1については、以下を実施した。

- ① 研究助成（一般研究助成、出版助成、事業助成）
- ② 褒賞「助成研究吉田秀雄賞」
- ③ 調査研究（オムニバス消費者調査、研究助成事業の課題抽出およびオムニバス消費者調査の見直し）
- ④ 情報提供（「アド・スタディーズ」の発行、ホームページの運営）
- ⑤ 「デジハブ」の教育利活用に向けたモデル講義「広告の学校」

公益事業2については、以下を実施した。

- ① 「クリエイティブ・キッチン」、「〇〇の本棚」スペースの活用
- ② オリジナル企画展、国内外の広告賞展
- ③ 「デジハブ」の運用、データの整備
- ④ 「アドミュージアム東京」リニューアル後の改修・是正工事

## 1. 公益事業1 報告

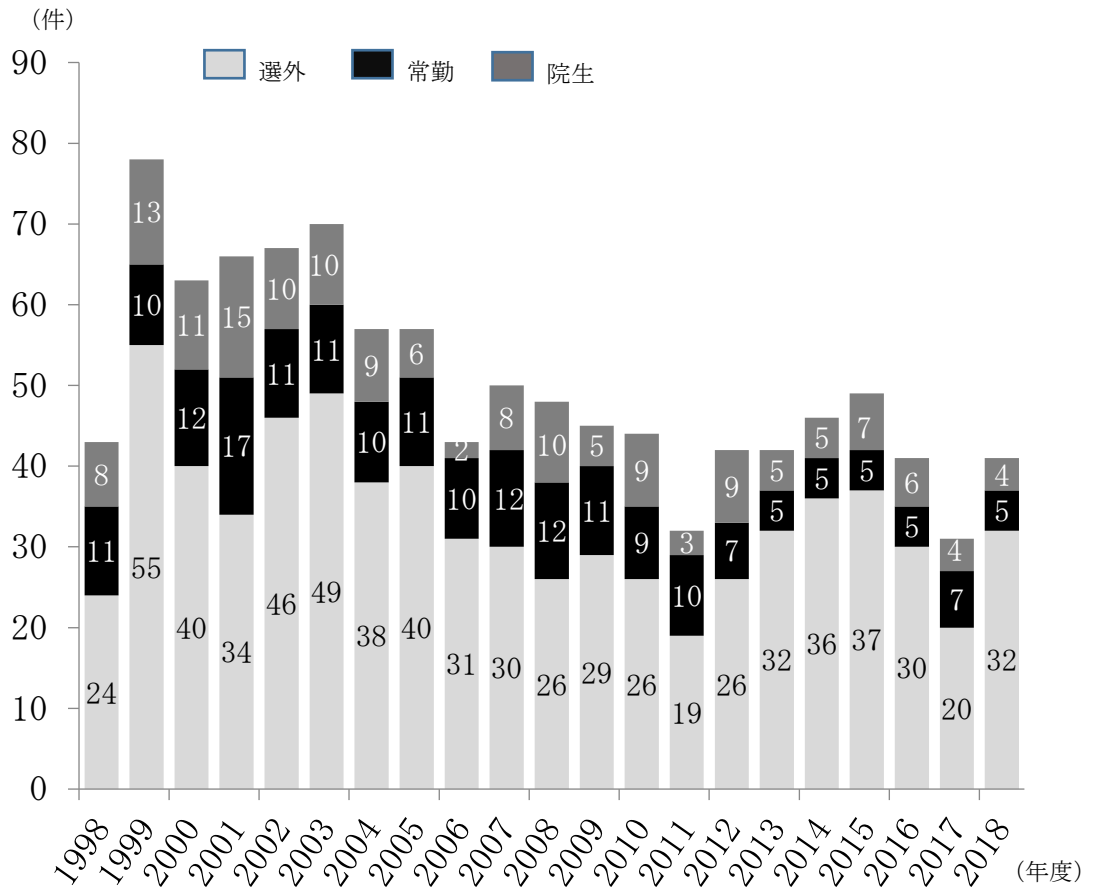
広告・広報・メディアを中心とするマーケティングおよびコミュニケーション等に関連する分野の「研究助成事業及び褒賞・調査研究・情報提供事業」を実施した。

### （1）研究助成

#### ① 一般研究助成

2018年度第52次一般研究助成は、応募数41件の中から選考委員会による審査を経て9件（常勤研究者5件、大学院生4件）を選出した。

(参考) 一般研究助成応募募数の推移



その結果、前年度からの継続研究6件と合わせて計15件に対し助成を行った(表1)。

研究成果は、2019年3月末日までに当財団に提出され、常勤研究者の部と大学院生の部それぞれにおいて成果報告会を開催した。

(表1) 2018年度 第52次 一般研究助成対象者一覧

## 常勤研究者の部

(単位：千円)

代表者氏名	所属	職位	研究テーマ	助成金額
【単年度研究】 片桐 恵子	神戸大学大学院人間 発達環境学研究科	教授	人々はなぜクラウド・ファンディングを するのか	2,650
【単年度研究】 坂本 和子 他3名	豊橋技術科学大学 総合教育院	教授	擬人化エージェントのデザイン変容によ る印象評価と広告への適用	1,802
【継続研究初年度】 駒谷 真美	実践女子大学人間社 会学部人間社会学科	教授	日米の親子の消費者意識を高める ～ICTを活用したPBL実践効果研究～	2,010
【継続研究初年度】 富田 健司	同志社大学商学部	教授	創薬ベンチャーにおける知識商品のプロ モーション戦略	710
【継続研究初年度】 山家 智之 他3名	東北大学加齢医学研 究所	教授	その広告は感動を与えるか？ ～非侵襲多チャンネル顔血流からの定量 診断システムの発明～	2,000
【継続研究次年度】 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	2,053
【継続研究次年度】 亀井 憲樹	ダラム大学 経済・ファイナンス 学科	准教授	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	1,050
【継続研究次年度】 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	1,407
【継続研究次年度】 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	1,052
【継続研究次年度】 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 動生成の評価に関する研究	2,000
計 10 件				16,734

大学院生の部

(単位：千円)

氏名	所属	課程	研究テーマ	助成金額
【単年度研究】 磯田 友里子	早稲田大学大学院 商学研究科	博士 後期 課程	広告の色彩が与える時間印象 ～定量手法を用いた探索的研究～	500
【単年度研究】 河塚 悠	慶應義塾大学大学 院商学研究科	博士 課程 後期	パッケージ・デザインが消費者の製品購 買後の行動に及ぼす影響 ～食品の提供量と提供形態の異なるパッ ッケージから消費者はどのように摂食する のか?～	496
【単年度研究】 仙波 希望	東京外国語大学大 学院総合国際学研 究科	博士 後期 課程	メディア都市の復興 ～広島の<平和都市>化を主題とする歴史 社会学的研究～	496
【継続研究初年度】 石川 洋行	東京大学大学院教 育学研究科	博士 後期 課程	消費広告に関する文化記号論の方法論的 生成とその融解に関する知識社会学的研 究	400
【継続研究次年度】 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～	190
計 5 件				2,082

② 出版助成

3月と10月に公募を実施し、査読審査の結果、以下に対し出版助成を行った。

書 名：「そのクチコミは効くのか」

著 者：久保田進彦、澁谷覚

出版社：有斐閣

助成額：500,000円

### ③ 事業助成

審査委員会の審査を経て、広告・マーケティング領域に関連する学会・団体等の次の事業に対し助成を行った（表2）。

(表2) 2018年度事業助成一覧

(単位：千円)

事業名 (主催者)	開催日	会場	助成額
日本広告学会クリエイティブ・ フォーラム 2018 (日本広告学会)	5月12日	金城学院大学	200
第29回全広連夏期広告大学 (全日本広告連盟)	7月12日～8月30日	全国5地区	1,500
日本広告学会第49回全国大会 (日本広告学会)	10月12日～14日	名古屋学院大学	300
第11回全広連秋のシンポジウム (全日本広告連盟)	11月7日～1月29日	全国3地区	900
JAC AWARD 2018 (日本アド・コンテンツ制作協会)	12月13日	イメージスタジオ 109 四谷スタジオ	300
		計5件	3,200

### (2) 褒賞「助成研究吉田秀雄賞」

2017年度研究助成の成果（常勤研究者の部5編、大学院生の部3編）の中から、外部の学識者による一次選考および選考委員会による二次選考を経て、第16回「助成研究吉田秀雄賞」を決定した。

常勤研究者の部では瓜生原葉子氏と岡田彩氏に吉田秀雄賞、西本章宏氏と勝又壮太郎氏に奨励賞、大学院生の部では西井真祐子氏に奨励賞が授与された（表3）。

贈賞式は、2018年11月9日にアドミュージアム東京で実施した。

(表3) 第16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
吉田秀雄賞	ソーシャルマーケティングによる移植医療の課題解決 ～臓器提供意思表示率の向上～	瓜生原 葉子 (同志社大学商学部 准教授) 岡田 彩 (金沢大学国際基幹教育院 准教授)
奨励賞	マーケティング・コミュニケーションのビッグデータ分析による 新市場創造戦略	西本 章宏 (関西学院大学商学部 准教授) 勝又 壮太郎 (大阪大学大学院経済学研究科 准教授)

大学院生の部

賞	研究テーマ	受賞者
奨励賞	倍音の力に着目した音楽のクロスモーダル効果に関する研究	西井 真祐子 (早稲田大学大学院商学研究科 博士後期課程)

(受賞者の肩書は成果提出時のもの)

(3) 調査研究

① オムニバス消費者調査

一般研究助成の各研究の充実に資するため、助成対象者が参加できるオムニバス形式の消費者調査を実施した。2018年度は一般研究助成対象者のうち8人が参加した。

助成対象者から提出された質問に加え、財団独自の質問を盛り込み、訪問留置調査法により実施し、約750サンプルを回収した。調査結果はオープンデータベースとして財団ホームページに公開し、一般研究者の活用に供した。

② 研究助成事業の課題抽出およびオムニバス消費者調査の見直し

2018年度は、若手を中心とする研究者の協力を得て研究助成事業の課題抽出のための情報収集・分析を実施した。メールアンケートやヒアリングを通して研究者を取り巻く環境や研究助成事業に対する要望を聴取した上で、有効な研究助成事業のあり方を検討した。その結果を踏まえ、研究助成募集要綱の改定、研究支援のための消費者調査(旧オムニバス消費者調査)の改善および新事業の立案を行った。

#### (4) 情報提供

##### ① 研究広報誌「アド・スタディーズ」の発行

2018年度は、第64号から第67号まで4回発行した(表4)。各号を約1,900部発行し、広告・メディア関係者等を中心に無料で配布するとともに、財団ホームページに掲載した。中京圏を特集した第64号は名古屋の商工会議所に、スポーツマーケティングを特集した第67号はスポーツ協会・団体関係者にも幅広く配布した。

(表4) 「アド・スタディーズ」特集一覧

号数	発行日	特集タイトル	概要
Vol. 64	6月25日 (Summer)	ビジネス転換期とコミュニケーション —中京圏から考える	日本広告学会のクリエイティブ・フォーラムの名古屋開催を機に、ビジネスの転換期におけるコミュニケーションについて、中京圏の企業事例も加えながら考察した。
Vol. 65	9月25日 (Autumn)	グローバルな価値共有 —コミュニケーションで技術をつなぐ	世界レベルでの目まぐるしい環境変化に対応し、世界から「どうしても欲しい」と思われる魅力をどう生み出すか。その課題について考えた。
Vol. 66	12月25日 (Winter)	新たな価値創出とは —ベンチャー・ビジネスの視点より	新たな価値創出がもたらす既存の企業社会へのインパクトや未来への貢献などについて、ベンチャー・ビジネスの視点から考えた。
Vol. 67	3月25日 (Spring)	進化を続ける スポーツマーケティング	スポーツマーケティングは、市場規模の拡大やさまざまな社会変化を見据えて進化を続けている。専門の研究者が今後のスポーツの可能性について論じた。

##### ② 財団ホームページの運営

研究助成成果、オムニバス消費者調査データ、「アド・スタディーズ」など財団の独自コンテンツを更新し、充実を図った。



(5) 「デジハブ」教育利活用に向けたモデル講義「広告の学校」

「デジハブ」を教育に活用したモデル講義「広告の学校」を2日にわたりアドミュージアム東京で開催、延べ192人が参加した(表5)。講義の概要は財団ホームページに掲載し、講義の全てを収録した映像はアドミュージアム東京ライブラリーで公開している。

(表5) 「広告の学校」講義一覧

開催日	講義のタイトル	講義者	キーワード
10月15日	パロディ広告と桃太郎の文化史	早稲田大学演劇博物館館長 同大学文学学院 岡室 美奈子 教授	<文化史的視点> 桃太郎とは何か? パロディCMから日本文化の深層へ
10月15日	東京タワーとモンスター	東京大学大学院 情報学環・学際情報学府 吉見 俊哉 教授	<都市・メディア論的視点> 広告に見る戦後 東京の光と闇
10月19日	広告のクリエイティビティには、理由(ワケ)がある。 ～スーパードライの奇跡～	多摩美術大学美術学部 佐藤 達郎 教授	<クリエイティブ・マーケティング的視点> BTA分析 Behind The Advertising

## 2. 公益事業2 報告

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等に関連する分野の「資料収集・保存・公開による啓発事業」を実施した。

「アドミュージアム東京」はこれまで整備してきた3つの活動（「アーカイブ」「公開」「発信」）の体制強化と認知拡大のための活動を行った。特に新しい情報発信スペースとしての「クリエイティブ・キッチン」や「〇〇の本棚」コーナーの活用に注力した。

(表6) 2018年度 来館者・利用者数

	開館日数	来館者・利用者	1日平均
ミュージアム	226日(82)	98,232人	435人(547)
ライブラリー	226日(82)	57,855人	256人(333)

\* ( ) 内は2017年度(12月～3月)の数字

### (1) アーカイブ（収集・調査・整備等）

アーカイブ活動では、ミュージアムの存立基盤である資料の収集・調査・整備等を行った。

資料は2019年3月末時点で326,140点所蔵している。(広告資料289,398点、図書資料36,742点)

#### ① 資料の収集・調査等

- ・ 広告資料は2017年度に定めた資料収集方針を基に、優先順位に従って引き続き収集・調査を行った。
- ・ 図書資料は広告関連の書籍と雑誌約1,200点、また「〇〇の本棚」の展示を中心に多分野の書籍125点を収集した。

#### ② 資料の整備等

「デジハブ」の本稼働から1年が経過し、広告資料の新たな管理体制のもと以下の作業を実施した。

- ・ 広告関連団体からの受入資料 1,811 点を「デジハブ」に登録した。

主な受入資料：広告電通賞、ACC 賞、TCC 賞、

One Show Awards、D&AD Awards、Cannes lions

- ・ これまで購入や寄贈で受け入れた広告資料のうち、未登録資料 738 点のデジタル化と登録をした。

- ・ 「デジハブ」内の PR 誌テキストデータ 14,907 点のうち、3,230 点の整備をした。

### ③ システム管理

2017 年度に引き続き業務効率化のための機能改善と運用保守メンテナンスを実施した。

## (2) 公開（展示・ライブラリー）

### ① 常設展示（Hall A）

- ・ ニッポン広告史

アナログとデジタルを組み合わせた時代別展示について解説文の一部を見直した。

- ・ コレクションテーブル

デジタルコレクションテーブルは、利用者からの声を参考に、インターフェースを改善し、年表を追加するなどコンテンツの充実を図った。

展示数は以下の通り。

- アナログコレクションテーブル 54 点
- デジタルコレクションテーブル 1,824 点

### ② 企画展示（Hall B）

Hall B では、オリジナル企画展のほか国内外の広告賞展を実施した（表 7）。海外の広告賞展については従来の「D&AD」「ONE SHOW」に加え、今年度より新たに「CANNES LIONS」の展示を開始した。一般来館者にわかりやすく訴求するため、「世界のクリエイティブがやってきた！」というタイトルをつけ、世界 3 大クリエイティブ・アワード展を 3 期にわけて展示した。

(表7) 企画展開催一覧

展示名	開催期間・来館者数
GOOD Ideas for GOOD II —ひと・人・ヒトを幸せにする広告— 展	開催期間：2018年4月14日～7月14日（66日間） 来館者数：28,957人
TCC 賞展 2018	開催期間：2018年7月21日～8月22日（23日間） 来館者数：12,804人
第71回広告電通賞展	開催期間：2018年8月28日～9月22日（20日間） 来館者数：7,400人
世界のクリエイティブ がやってきた！展	開催期間：2018年10月20日～2019年3月16日 （95日間） 来館者数：40,547人  *各賞の展示期間は以下の通り 「D&AD 2018」 10月20日～12月1日 「CANNES LIONS 2018」 12月7日～1月26日 「ONE SHOW 2018」 2月1日～3月16日
第57回 JAA 広告賞 —消費者が選んだ広告 コンクール— 展	開催期間：2019年3月26日～5月4日（30日間） 来館者数：13,491人  （3/26～3/31：2,010人、4/1～5/4：11,481人）

## ③ ライブラリー

交流・情報発信スペースとして新たに設置した「クリエイティブ・キッチン」を活用し、イベントやセミナーを開催した（表8）。また、「〇〇の本棚」コーナーでは、展示会場と連動した書籍の紹介だけでなく、広告業界の方に選書をお願いした書籍の紹介を行った（表9）。

(表8) 「クリエイティブ・キッチン」開催イベント一覧

イベント名	協力・開催期日
20 世紀広告研究会	協力：須田 和博氏（博報堂） ①6 月 8 日 ②9 月 7 日 ③12 月 21 日
裏アーカイブ プロジェクト	協力：倉成 英俊氏（電通） ①7 月 27 日 ②11 月 22 日 ③2 月 27 日
広告小学校 *高校生向け	協力：電通広告小学校事務局 8 月 25 日
文化人類学者とみる 広告コミュニケーション	協力：ガーニエ・アイザック氏 （ドイツ日本研究所研究員） ①10 月 13 日 ②1 月 25 日
プロが教える、アーカイブのスーパー活用術	協力：白土 謙二氏（思想家） 3 月 29 日
ヒューマンライブラリー	協力：松中 権氏（認定NPO法人グッド・エイジング・エールズ代表） ①5 月 19 日 ②6 月 23 日
TCC 展 2018 トークイベント	協力：TCC ①7 月 21 日 ②7 月 28 日 ③8 月 4 日
D&AD 2018 展 トークイベント	協力：D&AD 11 月 2 日
OneShow 2018 展 トークイベント	協力：The One Club for Creativity 2 月 1 日

(表9) 「〇〇の本棚」コーナー展示一覧

イベント名	選者・開催期間
第1弾 「思想家白土謙二の必読本 これを読むだけで、プロに なれる5冊」	選者：白土 謙二氏（思想家） 期間：2019年1月17日～2月20日
第2弾 「CMプランナー福里真一が選ぶ 複眼の広告クリエイターに なるための5冊」	選者：福里 真一氏（ワンスカイ） 期間：2019年2月21日～3月27日

(3) 発信（広報・情報発信）

認知拡大と来場を促進するための広報活動として、従来のホームページやSNS、新橋駅改札前の電飾看板のほか、来館者アンケートで認知効果が認められたラジオ（J-Wave）へのスポット出稿と番組タイアップを行った。また、テレビ、新聞、雑誌、Webなどのメディアから取材申し込みが多数あった。メディアへの露出後は問い合わせが多く寄せられ、新たな層の来館につながった。

<主なテレビ番組とオンエア日>

- ・日本テレビ 「ヒルナンデス」 10月19日
- ・BS フジ 「タイプライターズ」 12月28日（前編）／1月25日（後編）
- ・NHK 総合 「おはようニッポン」 12月28日

(4) 業務管理・運営

2018年4月より見学会を本稼働させた。来場者状況に応じたミニ見学会の開催、英語による解説など、様々な層の来館者の満足度を上げるための活動を行った。施設においては、リニューアル後の1年点検を実施し、改修・是正工事を行った。