

2019 年度 事業報告

自 2019 年 4 月 1 日
至 2020 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、財団が研究助成対象者に提供している消費者調査を抜本的に見直したほか、新たな褒賞制度「吉田秀雄国際学術賞」を制定した。また、「デジハブ」の教育現場での利活用に向けた施策として、大学教員向けの授業コンテンツの開発を開始した。

公益事業2においては、「アドミュージアム東京」リニューアルから2年が経過し、館内の展示・設備のメンテナンスを実施するとともに、引き続き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」の贈賞、「吉田秀雄国際学術賞」の制度設計）
- ③ 調査研究（消費者調査）
- ④ 情報提供（「アド・スタディーズ」の発行、財団ホームページの運営）
- ⑤ 「デジハブ」の教育現場での利活用に向けた授業コンテンツの開発

公益事業2については、以下を実施した。

- ① 国内外の広告賞展、ミニ企画展
- ② 「クリエイティブ・キッチン」を活用したイベント
- ③ 展示の一部入替えと追加
- ④ 「デジハブ」の改修と運用、データの整備
- ⑤ 館内設備の整備・改修

1. 公益事業1 報告

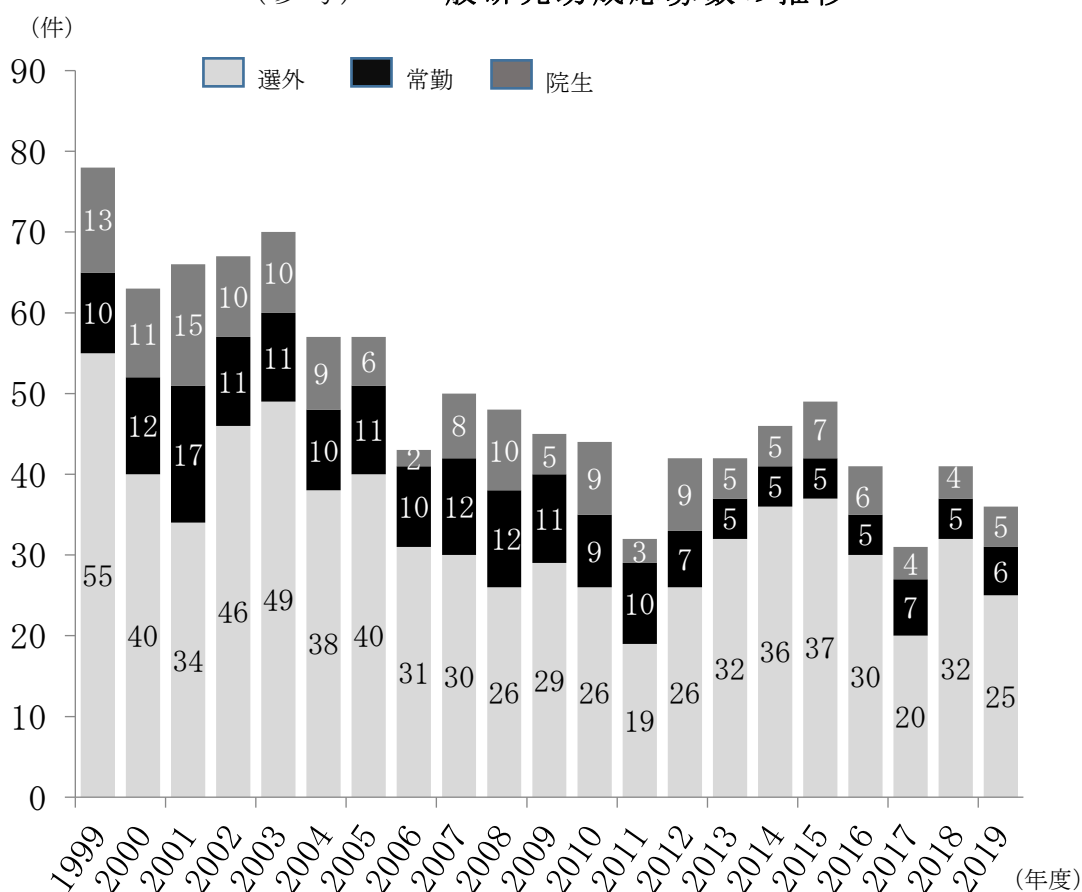
広告・広報・メディアを中心とするマーケティングおよびコミュニケーション等に
関連する分野の「研究助成事業及び褒賞・調査研究・情報提供事業」を実施した。

(1) 研究助成

① 一般研究助成

2019年度第53次一般研究助成は、応募数36件の中から選考委員会による審査
を経て11件（常勤研究者6件、大学院生5件）を選出した。

(参考) 一般研究助成応募数の推移



今年度選出された11件のうち1件が助成を辞退し、前年度からの継続研究4件
と合わせて計14件に対し助成を行った（表1）。研究成果は、2020年3月末日ま
でに受領した。

また、2020年度の募集にあたり、大学院生向けの研究相談会を12月6日に開催

した。過去に助成を受けた若手研究者がアドバイザーを務め、応募予定の研究計画について相談を受けた。

(表1) 2019年度 第53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】 武部 貴則 他5名	横浜市立大学医学部	教授	コミュニケーション・デザインを活用した院内体験価値向上戦略	3,000
【継続研究初年度】 川村 洋次	近畿大学経営学部	教授	消費者の関与を獲得する広告技法の分析	3,080
【継続研究初年度】 佐々木 裕一 他2名	東京経済大学 コミュニケーション学部	教授	社会的空間を分析視点に据えたモバイル動画視聴の利用および効用実態の把握 ～5G 導入も視野に入れて～	2,164
【継続研究初年度】 井上 由里子 他11名	一橋大学大学院 法学研究科	教授	商標訴訟の証拠としての消費者アンケートの設計手法の研究 ～マーケティング研究と法学の融合によるアプローチ～	2,544
【継続研究初年度】 杉谷 陽子 他2名	上智大学経済学部	教授	広告への好意度の国際比較研究 ～ズームイン/ズームアウト型認知と広告表現～	1,412
【継続研究初年度】 新藤 浩伸	東京大学大学院 教育学研究科	准教授	1960年代以降の日本におけるメディア・イベント及びその空間の機能に関する研究	3,386
【継続研究次年度】 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～	1,980
【継続研究次年度】 富田 健司	同志社大学商学部	教授	創業ベンチャーにおける知識商品のプロモーション戦略	1,090
【継続研究次年度】 山家 智之 他5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
計9件				20,656

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】 馮 昕	慶應義塾大学大学院 商学研究科	後期 博士 課程	消費者クチコミ発話プロセスの解明 ～デコーディングとエンコーディングに 着目して～	500
【単年度研究】 福光 直美	広島大学大学院 社会科学部研究科	博士 後期 課程	避難情報受信者の当事者性を高めるリス ク・コミュニケーション ～自治体への信頼と情報伝達行為を中心 に～	495
【単年度研究】 松井 彩子	一橋大学大学院 経営管理研究科	博士 後期 課程	非発言者に着目した SNS 上のブランドコ ミュニケーションメカニズムと対人影響 の変化	500
【継続研究初年度】 多田 伶	大阪大学大学院 経済学研究科	博士 後期 課程	情報過多時代に求められるコミュニケー ション戦略 ～消費者への最適な接近方法とは～	177
【継続研究次年度】 石川 洋行	東京大学大学院 教育学研究科	博士 後期 課程	1980 年代消費記号論の知識社会学的研究	200
計 5 件				1,872

② 出版助成

3月と10月に公募を実施し、査読審査の結果、以下の2点に出版助成を行った。

(ア) 書名：「ツイッターの空間分析」

著者：桐村 喬 他7名

出版社：(株)古今書院

(イ) 書名：「メガマーケティングによる市場創造戦略」

著者：西本章宏、勝又壮太郎

出版社：(株)日本評論社

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助成を行った（表2）。

(表2) 2019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2019 (日本広告学会)	5月11日	虎ノ門ヒルズ内ADK	200
第30回全広連夏期広告大学 (全日本広告連盟)	7月25日～9月9日	全国5地区	1,500
日本広告学会第50回全国大会 (日本広告学会)	10月12日～14日	千葉商科大学	300
第12回全広連秋のシンポジウム (全日本広告連盟)	9月18日～12月14日	全国3地区	900
JAC AWARD 2019 (日本アド・コンテンツ制作協会)	12月12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

① 「助成研究吉田秀雄賞」

2018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17回「助成研究吉田秀雄賞」を決定した。常勤研究者の部では亀井憲樹氏に準吉田秀雄賞、大学院生の部では河塚悠氏に奨励賞を授与した（表3）。

贈賞式は、2019年11月9日に当財団で実施した。

(表 3) 第 17 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
準吉田秀雄賞	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	亀井 憲樹 (ダラム大学経済・ファイナンス学科 准教授)

大学院生の部

賞	研究テーマ	受賞者
奨励賞	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ケージから消費者はどのように摂食するのか?～	河塚 悠 (慶應義塾大学大学院商学研究科 後期博士課程)

(受賞者の肩書は成果提出時のもの)

② 「吉田秀雄国際学術賞」

広告・マーケティング分野の研究において国際的な業績を挙げた研究者を顕彰する制度として新たに制定した。

2020 年度からの実施を目指し、制度設計を行った。

(3) 調査研究 (消費者調査)

研究助成対象者の利便に供するため 2001 年度から継続してきた消費者調査を抜本的に見直した。これまでの訪問留置調査による共同調査 (オムニバス調査) に代わり、個別カスタマイズ調査を含む次の 2 段階のウェブ調査へと移行した。

① 財団専用のモニターパネルによる共通調査 (サンプル数 5,000 件)

研究者グループの協力のもと対象者属性、情報・消費行動、価値観などの基本項目を幅広く体系的に聴取した。2019 年 4 月と 2020 年 1 月の 2 回に分けて実施した。

② 研究助成対象者ごとの個別カスタマイズ調査

今年度採択した研究助成対象者 10 人のうち 8 人が参加し、①の共通調査のモニターパネルを利用して独自の調査を実施した。

なお、共通調査の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、一般研究者の利用に供した。

(4) 情報提供

① 研究広報誌「アド・スタディーズ」の発行

2019年度は、第68号から第71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。MaaSを特集した第69号は国が主導する「スマートモビリティチャレンジ」、金融テクノロジーを特集した第71号は「キャッシュレス・消費者還元事業」など、リアルタイムなテーマを取り上げた。

(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. 68 (Summer)	6月25日	世界が認める価値を生み出す —インバウンドから考える	独自の視点で日本の価値を見出し、ビジネスに転換する企業等へのインタビューや論考を掲載し、海外の視点も理解しながら本質を変えない進化についてのヒントを探った。
Vol. 69 (Autumn)	9月25日	MaaSが起こすサービス革新	モビリティ・データとデジタル決済の活用でより質の高いサービスにつなげることが可能となるMaaSを特集した。都市や地方が手を組む新サービスについても紹介した。
Vol. 70 (Winter)	12月25日	金融テクノロジーが変革する 経済構造	2019年10月から国をあげてキャッシュレスが推進された。ビジネス社会を再編するほどの大きな影響力を持つ金融テクノロジーについて、理論と実践の双方の視点から考察した。
Vol. 71 (Spring)	3月25日	地域が育むイノベーション —関西の流儀	2025年の大阪万博開催など、近年、関西に人や資本が向き始めている。オープンイノベーションを地域に根付かせる取り組みと今後のビジョンなどについて、産と学の視点で紹介した。

② 財団ホームページの運営

研究助成成果、消費者調査オープンデータベース、「アド・スタディーズ」など財団の独自コンテンツを更新するとともに、閲覧時の利便性も向上させた。

(5) 「デジハブ」の教育現場での利活用に向けた授業コンテンツの開発

当財団の広告アーカイブシステム「デジハブ」の教育現場での活用を促すため、大学教員向けの授業コンテンツを開発する。2019年度は「デジハブ」に掲載されている広告を活用した、広告戦略プランニングのための演習プログラムを開発した。法政大学青木貞茂教授ゼミの協力を得て、8月7日、14日、16日の3日間にわたりトリアル講義を行った。

2. 公益事業2 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「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3つの活動（アーカイブ、公開、発信）を連携させ、
一体的な運営を行うとともに認知拡大のための活動を行った。なお、新型コロナウイルス（COVID-19）の感染拡大防止のため、2月26日より3月31日まで臨時休館とし、企画展の予定を一部変更した。

（表6） 2019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	200日	94,820人（98,232）	474人（435）
ライブラリー	（226）	51,007人（57,855）	255人（256）

（ ）内は2018年度の数字

（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2020年3月末時点で329,923点所蔵している。（広告資料292,372点、
図書資料37,551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、江戸時代の錦絵2点と大正および昭和初期に発行された図書3点を購入した。また、関連諸機関および個人からの寄贈を4件受け入れた。
- ・所蔵資料の活用および各種の調査研究に供する目的で行っている広告資料の貸出は、現物資料と画像データを併せて33件の依頼に対応した。
- ・ライブラリーで公開する図書資料は、引き続き広告関連の書籍と雑誌約800点を収集した。さらにクリエイティブ全般の最新情報を広く入手するため、国内外の雑誌9タイトルの収集を開始した。

② 資料の整備等

新しい資料の管理体制を開始してから2年が経過し、さらなる効率化を図りながら以下の作業を実施した。

- ・ 広告関連団体からの定期受入資料 1,708 点を「デジハブ」に登録
主な受入資料：広告電通賞、ACC 賞、TCC 賞、
THE ONE SHOW、D&AD Awards、CANNES LIONS
- ・ これまでに購入や寄贈で受け入れて未登録であった広告資料のうち、1,930 点をデジタル化と登録
- ・ 「デジハブ」に登録済で再整備が必要なデータのうち、広告電通賞の過去受賞作品約 4,500 点を修正し、錦絵と和本の見直しにも着手

③ システム管理

「デジハブ」は本格稼働から2年が経過したが、利便性を向上するために以下の改修を実施した。

- ・ 検索速度の向上
- ・ 資料管理機能の追加と改修

(2) 公開（展示・ライブラリー）

幅広い層をターゲットに、展示やイベントを通して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、来館者の視点に立って行った。

① 常設展示 (Hall A)

- ・ スライドウォール展示資料の入替え
資料を良好に保存することおよび来館者により楽しんでいただける展示とすることを目的に一部資料（8点）を入替え、より見やすくなるように展示する順序の見直しを行った。
- ・ 「デジタルコレクションテーブル」への追加
展示の拡充を目的に、資料 539 点を追加した。さらに一部の資料について、日本語の資料には英語の字幕を、英語の資料には日本語の字幕を追加した。

② 企画展示 (Hall B)

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昨年度好評

だった「世界のクリエイティブがやってきた！」展を今年度も「THE ONE SHOW」「D&AD Awards」「CANNES LIONS」の3期に分けて展示した。また、来館者から反響の大きかった「Good Ideas for Good」展の過去2回の代表的な展示資料を「Good Ideas for Good ミニシアター」として展示した。

(表7) 企画展開催一覧

展示名	開催期間・来館者数・共催
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：13,464人（449人/日） （3/26～3/30：2,010人、4/1～5/4：11,454人） 共催：公益社団法人日本アドバタイザーズ協会
Good Ideas for Good ミニシアター	開催期間：2019年5月11日～6月22日（31日間） 来館者数：12,484人（403人/日）
TCC 賞展 2019	開催期間：2019年6月29日～8月31日（46日間） 来館者数：25,143人（546人/日） 共催：東京コピーライターズクラブ
第72回広告電通賞展	開催期間：2019年9月7日～28日（16日間） 来館者数：5,982人（374人/日） 共催：広告電通賞事務局
「世界のクリエイティブがやってきた！2019」 展	開催期間：2019年10月15日～2020年2月26日（82日間） 来館者数：39,757人（485人/日） 各賞の展示期間は以下の通り 「THE ONE SHOW 2019」10月15日～11月30日 共催：The One Club for Creativity （10月12日から開催予定であったが、大型台風の影響により15日から開催した。） 「D&AD Awards 2019」12月7日～1月25日 共催：D&AD 「CANNES LIONS 2019」2月1日～2月26日 共催：カンヌライオンズ日本代表（株）日本経済新聞社 （3月21日まで開催予定であったが、COVID-19の影響により2月26日の午後より臨時休館した。）

③ ライブラリー

交流・情報発信スペース「クリエイティブ・キッチン」を活用し、イベントを開催した（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ほか、広告業界の方に選書を依頼した書籍を紹介した（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・開催日
20世紀広告研究会	協力：須田和博氏（博報堂） 泉麻人氏（コラムニスト） 第4回 5月30日、第5回 10月18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（思考家） 第2回 7月6日、第3回 2月1日
広告小学校 2019 —高校生向け—	協力：電通広告小学校事務局 8月3日
転覆隊的SDGs広告探見会	協力：本田亮氏 （クリエイター、環境漫画家） 8月10日
「TCC賞展2019」トークライブ	協力：東京コピーライターズクラブ 8月31日（1日に3回開催）
アタマの実用に“いつかなる”トークセッション	協力：谷山雅計氏 （コピーライター、TCC会長） 11月2日
森と海、葉っぱアートで体験する地球のメッセージ	協力：本田亮氏 （クリエイター、環境漫画家） 11月23日

(表9) 「〇〇の本棚」コーナー 展示一覧

展示名	選者・開催期間
第3弾「アイデアはあさっての方 向からやってくる」	選者：嶋浩一郎氏（博報堂ケトル） 期間：4月4日～5月31日
第4弾「実用書じゃなくても『アタ マの実用』になる5冊（+15冊）」	選者：谷山雅計氏 （コピーライター、TCC会長） 期間：9月7日～11月9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、アドミュージアム東京ホームページやSNS、来館者アンケート等で認知の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が多数あった。アドミュージアム東京ホームページについては、会期ごとに企画展の紹介を行い、コンテンツの更なる充実を図るため常設展リーフレット「ニッポン広告史」の日本語版と英語版を新たに制作して公開した。また、コラム「粋と洒落！江戸の広告作法 えどばたいじんぐ」を連載した。

<主なテレビ番組と新聞メディア露出>

- ・港区広報トピック 2020年2月19日～
- ・東京MX「週末ハッピーライフ！お江戸に恋して」 2020年3月21日
- ・毎日新聞 2019年11月22日

<J-Wave スポット出稿・番組タイアップ期間>

- ・2019年12月～2020年3月

(4) 業務管理・運営

2018年4月より本稼働させた見学会を見直し、見学コースを3つに分け、コースの内容をわかりやすくした。見学コース以外にも、土曜日の来館者が増える時間帯に合わせミニ見学会を開催し、毎回好評である。

施設については、リニューアル後2年が経過したため、B2Fの床面の全面ワックスがけとB1Fの絨毯の清掃を実施した。また、壁面は汚れている部分を中心に塗装を今年度も実施した。そのほか利用頻度の高い「クリエイティブ・キッチン」に音響設備を導入するなど、効率的に利用できるよう適宜整備している。