

2022 年度

事業計画書

自 2022 年 4 月 1 日 至 2023 年 3 月 31 日

I. 事業計画書

1. 事業方針

2022 年度は、当財団の 2 つの公益事業の内容を大きく変えず質を保つために、運営費、設備投資とも例年並みとする。

(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、委託研究に向けた準備を開始する。

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、新型コロナウイルス感染拡大防止対策を講じながら柔軟な運営を行う。また、開館 20 周年を迎える 2022 年 12 月 1 日より、1 年にわたり記念事業を実施する。

(2) 事業費の概要

2022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	2022年度 予算額	2021年度 予算額	増減
公益事業1	一般研究助成	29,175	40,440	△11,265
	出版助成	2,460	2,460	0
	事業助成	5,220	5,320	△100
	褒賞	6,740	6,890	△150
	調査研究	11,000	11,000	0
	委託研究	7,000	-	7,000
	研究広報誌『アド・スタディーズ』	29,227	30,062	△835
	事業管理	290	340	△50
	公益事業1 計	91,112	96,512	△5,400
公益事業2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	33,352	36,505	△3,153
	公開（展示・ライブラリー）	34,573	41,870	△7,297
	発信（広報・情報発信）	15,538	10,914	4,624
	事業管理・運営	66,754	66,054	700
		公益事業2 計	150,217	155,343
	合計（公1＋公2）	241,329	251,855	△10,526

- ・公益事業1は人件費関連 26,301千円、減価償却費 6,658千円、計 32,959千円を含め、
合計 124,071千円
- ・公益事業2は人件費関連 69,291千円、賃借料 124,867千円、減価償却費 65,077千円、
租税公課 3,289千円、計 262,524千円を含め、**合計 412,741千円**
事業費合計 536,812千円を予算計上する。

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。

2022年度は事業費として、**91,112千円**を予算計上する。

(1) 研究助成事業

① 一般研究助成

2022年度 第56次の一般研究助成は、常勤研究者22件 大学院生6件、合わせて28件の応募があった。2月18日開催の選考委員会で審査した結果、9件（常勤研究者5件、大学院生4件）の研究が選出された（別表1）。

2022年度の助成件数は、昨年度からの継続研究※（新型コロナウイルス感染症の影響により期間を延長した研究を含め常勤研究者7件、大学院生2件）と合わせ常勤研究者の部12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2021年度

常勤研究者の部	22件	(26件)	大学院生の部	6件	(14件)
単年度研究	13件	(9件)	単年度研究	5件	(9件)
継続研究	9件	(17件)	継続研究	1件	(5件)
[うち指定課題	12件]		[うち指定課題	2件]	

【採択予定件数】（ ）内は2021年度

常勤研究者の部	5件	(8件)	大学院生の部	4件	(6件)
単年度研究	1件	(2件)	単年度研究	4件	(4件)
継続研究	4件	(6件)	継続研究	0件	(2件)
[うち指定課題	1件]		[うち指定課題	2件]	

<2022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 パンデミックがもたらしたインパクトに関する研究

(別表1)

2022年度 第56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	助成金額
渡部 諭	秋田県立大学総合科学教育研究センター	教授	高齢者を惑わす mindless computing を用いた e コマースでの購買行動	2,266
【継続研究】 【指定課題2】 李 振 他4名	東洋大学経営学部	准教授	インフィード広告が消費者エンゲージメントに及ぼす影響	1,450
【継続研究】 神田 正樹	京都先端科学大学 経済経営学部	専任 講師	包括的消費者エンゲージメント・モデルの構築	1,166
【継続研究】 寺崎 新一郎 他2名	立命館大学経営学部	准教授	消費者アフィニティの購買行動モデル及びコミュニケーション・アプローチ	240
【継続研究】 橋本 博文 他2名	大阪市立大学大学院 文学研究科	准教授	ヘルプマークに対する肯定的な認識を促す広告の効果検証	1,265
計5件				6,387

※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	助成金額
Kim Nahyun	神戸大学大学院人間発達環境学研究科	博士後期課程	シニア向け SNS における弱い紐帯の形成と心理的効果	500
野村 拓也 他2名	学習院大学大学院経営学研究科	博士後期課程	消費者物質主義の低下に関する探索的研究	484
【指定課題2】 齋藤 岳人	東京都立大学大学院人文科学研究科	博士後期課程	デジタルサイネージにおける記憶の定着を促進する書体についての検討	484
【指定課題2】 西村 誠	東京都立大学大学院人文科学研究科	博士後期課程	広告内の食品刺激への注意が食物渴望および購買意欲に及ぼす影響	500
計4件				1,968

一般研究助成は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、2020 年度に採択された常勤研究者の継続研究 1 件について研究機関の延長が認められ、研究成果は 2022 年度末までに提出される。

提出のあった研究成果に関しては報告会をオンラインあるいは対面で実施する。

研究助成の成果を広く社会に還元するため、研究の要旨は冊子にまとめ大学図書館や研究者などに配付するほか、ホームページ上で公開する。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。

2022 年度は、2021 年度に稼働を始めた研究助成システムに改善を加えながら、応募や選考委員による採点、助成期間中の手続き、また情報共有をウェブ上で行う。

2022 年度は一般研究助成費として、研究助成金 18,115 千円（常勤研究者 6,387 千円、大学院生 1,968 千円、2021 年度からの継続研究 9,298 千円、研究期間延長 1 件 462 千円）、審査費 4,160 千円、研究助成支援システム保守費 2,700 千円、募集経費・要旨集作成費他 4,200 千円、**合計 29,175 千円**を予算計上する。

1. 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。募集は 10 月と 3 月に分けて行い、選考委員の査読により助成先を選出する。

2022 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。

2. 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。2022 年度は、1 月 24 日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、9 件の事業が選出された（別表 2）。

2022 年度は事業助成費として、審査費を含め **5,220 千円**を予算計上する。

(別表2)

2022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
2022年度全広連夏期広告大学	全日本広告連盟	900	3地区
2022年度全広連夏期広告大学 オンライン共有事業	全日本広告連盟	900	3地区
2022年度全広連秋のシンポジウム	全日本広告連盟	600	2地区
2022年度全広連秋のシンポジウム オンライン共有事業	全日本広告連盟	600	2地区
日本広告学会第53回全国大会	日本広告学会	300	
日本広報学会第28回研究発表 全国大会	日本広報学会	300	
JAC AWARD 2022 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)	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9件	5,100	

※助成額は1件（1地区）30万円以内

(2) 褒 賞

①「助成研究吉田秀雄賞」

2021年度の助成研究の中から、特に優れた研究成果を第20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。

また受賞した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、国際的な発表の費用を支援する。

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、我が国の国際競争力の向上を目指す。受賞対象者は、当財団の一般研究助成を受け、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 (Association for Consumer Research)

2022 年度は褒賞費として、審査費を含め 6,740 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。助成対象者の研究に応じた個別カスタマイズ調査を実施するとともに、それに先行して実施する共通調査においては生活構造、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。

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。

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、活用の促進に努める。

2022 年度は研究支援のための消費者調査費として、11,000 千円を予算計上する。

(4) 委託研究

委託研究プロジェクトの立案に向けた検討を開始する。ヒアリングや勉強会を通してテーマ設定、推進方法、委託先の選出等について議論を進める。

2022 年度は委託研究プロジェクト費として、7,000 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。

発行部数は各号約1,800部を予定し、研究者、助成対象者、広告関係団体、企業、プレスなどに配付すると同時にホームページに掲載する。また、アクセス状況や閲覧者の反応などの分析を行い、今後の誌面づくりに活かす。

2022 年度は『アド・スタディーズ』の発行費として、29,227 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。

2022年度は事業費として、150,217千円を予算計上する。

(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 331,725 点（2022年1月末現在）で、そのうち、広告資料 223,017 点、図書資料 29,208 点 合計 252,225 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）

- ・広告資料は明治期以降の雑誌資料の一部約 7,000 点と、AC ジャパン広告キャンペーンの関連資料を優先して再整備する。
- ・国内外の広告賞受賞作品（ACC、TCC、広告電通賞、One Show、D&AD、カンヌ）は 2022 年分を中心に約 2,000 点を登録し、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、前年度同様主要な和雑誌約 60 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引き続き積極的に活用する。

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・企画展示で得たキュレーションの視点を活かし、資料の充実を図る。
- ・2021 年度から国文学研究資料館と連携して進めている、古典籍と江戸期の浮世絵の高精細デジタル化は、2022 年度も引き続き実施する。デジタル化が完了した資料は、同館のポータルサイト「新日本古典籍総合データベース」で順次公開される。

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。
- ・広告資料用「デジハブ」は2017年の本格稼働から5年経過するため、2021年度から基幹システムの改良を中心に、さらなる業務の効率化や利活用促進に向けた機能改善の検討を開始した。2022年度は引き続き検討を行い、2023年度の稼働を目指して改修作業に着手する。

2022年度はアーカイブ活動費（資料収集・調査・整備など）として、**33,352千円**を予算計上する。

② 公開活動（展示・ライブラリー）

a. 常設展示（Hall A）

大正～昭和初期コーナーで展示している現物資料（ポスター）は、資料保存の観点から複製を制作し入れ替えを実施する。また、2021年度にデジタルコレクションテーブルに追加した動画作品を他のブースでも活用する。

また、常設展示「21世紀の広告（2001年～）」コーナーを改修するための計画を策定する。

b. 企画展示（Hall B）

2022年度はオリジナル企画展として、2020年度に予定していた「Good Ideas for Good」シリーズの第3弾を開催するほか、「春」をテーマとした広告コミュニケーションを紹介するミニ企画展も開催する。また、2021年7月に50周年を迎えたACジャパンとの共催で、「ACジャパン50周年記念展（仮）」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。（年間スケジュールは別表）。

・TCC 賞展 2022

共催：東京コピーライターズクラブ

・第75回広告電通賞展

共催：広告電通賞審議会

・ACジャパン50周年記念展（仮）

共催：ACジャパン

・世界のクリエイティブがやってきた！2022展

One Show 2022

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

D&AD Awards 2022

共催：D&AD（ロンドン）

Cannes Lions 2022

共催：日本経済新聞社

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、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を実施する。

d. クリエイティブ・キッチン

クリエイティブ・キッチンで実施するイベントは、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から中止し、次年度以降の中期的な計画を策定する。

2022年度は公開（展示・ライブラリー）活動費として、**34,573千円**を予算計上する。

●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
常設展示 (Hall A)	展示の部分入替 適宜メンテナンス・調整											
企画展示 (Hall B)	ミニ企画展 (4/22～5/28)		Good Ideas for Good 3展 (6/4～8/27)			TCC賞2022展 広告電通賞展 (9/16～10/29)(11/3～11/19)	ACジャパン展 (11/25～12/24)			世界のクリエイティブが やってきた！2022展 (1/7～3/25)		
〇〇の本棚 (ライブラリー)			クリエイターの本棚 (6/4～8/27)			コピーライ ターの本棚 (9/16～10/29)		アーカイブ展示 (11/3～12/24)				

③ 発信活動（広報・情報発信）

2022年度も引き続き、充実した情報提供ができるよう改善を図る。特に12月1日の開館20周年をターゲットに、ウェブサイト特設ページ、メディアタイアップなどの発信を行う。また、開館20周年記念として、図録の新規製作、記念グッズの開発・販売を行う。そのほか、Twitter、InstagramなどのSNSについても強化を併せて行う。

2022年度は発信（広報・情報発信）活動費として、**15,538千円**を予算計上する。

④ 事業管理・運営

2022 年度も引き続き、社会情勢および政府や東京都の方針に基づき、新型コロナウイルス感染拡大防止対策を講じながら、スタッフや来館者の安心・安全のために柔軟な運営を行う。入館予約制や開館時間の短縮なども継続する。

リニューアルから5年が経過したため、館内の機器類（モニター他）の入替を2022 年度より2カ年計画で実施する。

2022 年度は事業管理・運営費として、66,754 千円を予算計上する。