

2023 年度

## 事業計画書

自 2023 年 4 月 1 日 至 2024 年 3 月 31 日

### I. 事業計画書

#### 1. 事業方針

2023 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」の空調設備機器の入替等のため、設備投資も増額する。

##### (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、委託研究の計画を進める。

###### 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、アフターコロナを見据え、社会状況に合わせた柔軟な運営を行う。

(2) 事業費の概要

2023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	2023年度 予算額	2022年度 予算額	増減	
公益事業1	一般研究助成	39,402	29,175	10,227	*1
	出版助成	2,460	2,460	0	
	事業助成	2,820	5,220	△2,400	
	褒賞	7,440	6,740	700	
	調査研究	11,100	11,000	100	
	委託研究	10,100	7,000	3,100	
	研究広報誌『アド・スタディーズ』	32,730	29,227	3,503	
	事業管理	322	290	32	
		<b>公益事業1 計</b>	<b>106,374</b>	<b>91,112</b>	<b>15,262</b>
公益事業2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	45,617	33,352	12,265	*2
	公開（展示・ライブラリー）	46,111	34,573	11,538	*3
	発信（広報・情報発信）	15,810	15,538	272	
	事業管理・運営	91,981	66,754	25,227	*4
		<b>公益事業2 計</b>	<b>199,519</b>	<b>150,217</b>	<b>49,302</b>
	<b>合計（公1+公2）</b>	<b>305,893</b>	<b>241,329</b>	<b>64,564</b>	

- ・公益事業1は人件費関連 29,511千円、減価償却費 8,050千円、計 37,561千円を含め、**合計 143,935千円**
- ・公益事業2は人件費関連 71,375千円、賃借料 124,867千円、減価償却費 53,760千円、租税公課 2,804千円、計 252,806千円を含め、**合計 452,325千円**  
**事業費合計 596,260千円**を予算計上する。

主な増減要因

- \*1 常勤研究者の部の助成件数が増えた
- \*2 ライブラリースタッフの費用を事業管理・運営からアーカイブへ変更した
- \*3 2022年度にカビ除去のための臨時休館により、展示が2023年度に繰越された  
コロナ禍により中止していたイベント等を実施する
- \*4 空調設備機器の入替にともなう費用と、環境維持のためのメンテナンス費用による増額

## 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。

2023年度は事業費として、106,374千円を予算計上する。

### (1) 研究助成事業

#### ① 一般研究助成

2023年度 第57次の一般研究助成は、常勤研究者29件と大学院生6件、合わせて35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、10件（常勤研究者8件、大学院生2件）の研究が選出された（別表1）。

2023年度の助成件数は、昨年度からの継続研究※（常勤研究者4件）と合わせて常勤研究者の部12件、大学院生の部2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2022年度

常勤研究者の部	29件	(22件)	大学院生の部	6件	(6件)
単年度研究	11件	(13件)	単年度研究	6件	(5件)
継続研究	18件	(9件)	継続研究	0件	(1件)
[うち指定課題	17件]		[うち指定課題	3件]	

#### 【採択予定件数】（ ）内は2022年度

常勤研究者の部	8件	(5件)	大学院生の部	2件	(4件)
単年度研究	1件	(1件)	単年度研究	2件	(4件)
継続研究	7件	(4件)	継続研究	0件	(0件)
[うち指定課題	5件]		[うち指定課題	0件]	

#### <2023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)

## 2023年度 第57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
【指定課題1】 青木 哲也 他1名	一橋大学社会科学高等研究院	専任講師	消費者はプラットフォームに従う	1,875
【継続研究】 黒田 敏史 他1名	東京経済大学経済学部	准教授	レビュー利用行動を内生化した消費者需要モデルの推定とシミュレーション	3,000
【継続研究】 山本 奈央 他3名	名古屋市立大学経済学研究科	准教授	デジタル環境下におけるサービス提供のあり方と消費者評価の関係	2,267
【継続研究】 柴田 典子	横浜市立大学国際マネジメント研究科／国際商学部	准教授	ブランドに求める自分らしさと自己概念の明確さの関係	2,068
【継続研究】 【指定課題1】 藪野 祥太	流通科学大学商学部マーケティング学科	専任講師	発信者の異なる情報源への接触が支払意思額に及ぼす影響の検証	1,953
【継続研究】 【指定課題2】 出馬 圭世 他2名	高知工科大学経済・マネジメント学群	教授	効果的な広告とは？脳イメージングによる新たな評価手法の開発	1,288
【継続研究】 【指定課題2】 野村 亮太 他2名	早稲田大学人間科学学術院	准教授	行動指標を用いた広告動画に対する好意度予測	2,586
【継続研究】 【指定課題2】 星野 准一	筑波大学大学院システム情報工学研究科	准教授	人間スタッフとAIアバターの連携によるリモート接客の受容性と顧客満足に関する研究	2,000
計8件				17,037

※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
石田 真貴	関西学院大学大学院 商学研究科	博士後期 課程	リードユーザーによる革新的 新製品の評価とフォールスコン センサス効果の検証	500
宮本 純至	慶應義塾大学大学院 商学研究科	博士後期 課程	消費者による購買チャネル使 い分けの意思決定とパターン に関する研究	500
計 2 件				1,000

提出のあった研究成果に関しては報告会を実施する。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対して進捗状況を報告する中間報告会を行う。

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て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「アドミューリアム東京」のライブラリーにおいて一般の閲覧に供する。

また、2024 年度の一般研究助成募集にあたり研究相談会を実施し、応募を検討する大学院生の研究計画に対し、若手研究者がアドバイスする機会を設ける。

2023 年度は一般研究助成費として、研究助成金 25,902 千円（常勤研究者 17,037 千円、大学院生 1,000 千円、2022 年度からの継続研究 7,865 千円）、審査費 4,120 千円、研究助成支援システム保守費 5,000 千円、募集経費・要旨集作成費他 4,380 千円、**合計 39,402 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。

2023 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。2023年度は、1月31日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、9件の事業を選出した（別表2）。

2023年度は事業助成費として、審査費を含め 2,820千円を予算計上する。

（別表2）

#### 2023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
2023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	300	
日本広告学会第54回全国大会	日本広告学会	300	
日本広報学会第29回研究発表 全国大会	日本広報学会	300	
新たな広報概念の定義についてのシ ンポジウム	日本広報学会	300	
JAC AWARD 2023 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（2件） （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（2件）	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	2,700	

※助成額は1件 30万円以内

### （2）褒 賞

#### ① 「助成研究吉田秀雄賞」

2022年度の助成研究の中から、特に優れた研究成果を第21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。

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、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、我が国の国際競争力の向上を目指す。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る研究者で、以下の国際学術誌で論文を発表した方とする。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)

2023 年度は褒賞費として、審査費を含め **7,440 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。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。併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。

2023 年度は研究支援のための消費者調査費として、**11,100 千円**を予算計上する。

## (4) 委託研究

委託研究プロジェクトは具体的な研究計画を策定し、実施する。実務家からの要請が多く、社会への貢献度の高い「デジタル広告とマス広告」をテーマとして取り上げる。2つのチームに分かれ課題案を決め、多角的に検証する。

現時点の課題案は以下のとおり。

- ・「レスポンスを超え、デジタル広告の効果をどのように定義し、測定するか」
- ・「メーカーによるブランド育成において、デジタル・コミュニケーションはどのように機能しうるのか」
- ・「既存メディアとデジタル広告との最適な組み合わせ方」

2023年度は委託研究プロジェクト費として、10,100千円を予算計上する。

(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1,700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。

2023年度は『アド・スタディーズ』の発行費として、32,730千円を予算計上する。

### 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。

2023年度は事業費として、199,519千円を予算計上する。

#### (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 330,554 点（2023年1月末現在）で、そのうち広告資料 221,269 点、図書資料 29,785 点 合計 251,054 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、以前より進めている明治期以降の雑誌資料の一部約 7,000 点を優先して再整備する。
- ・ 広告資料用データベースシステム「デジハブ」の改修に伴い、一部資料の登録データの調整、現物資料の保管方法を変更する。
- ・ 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 2023 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、従来通り主要な和雑誌約 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。
- ・ 2021 年度から国文学研究資料館と連携して進めている、古典籍と江戸期浮世絵の高精細デジタル化は、2022 年度にデジタル化が完了した資料を順次、同館のポータルサイト「新日本古典籍総合データベース」で公開する。

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つのデータベースシステム（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」の改善は、これまでに進めた基幹システムの改良、さらなる業務の効率化や利活用促進に向けた検討を踏まえて作業を実施し、2024年度の本稼働を目指す。

2023年度はアーカイブ活動費として、**45,617千円**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）

デジタルコレクションテーブルの公開資料約3,500点について見直し、資料を追加・削除をする。

また、ニッポン広告史「21世紀の広告」コーナーの展示内容の更新に着手する。

b. 企画展示（Hall B）

「21世紀の広告」をテーマとしたオリジナル企画展を実施し、その知見を常設展示でも活用する。また、当館のアーカイブから季節に合わせた広告コミュニケーションなどを紹介するミニ企画展を2回開催する。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（2023年度のスケジュールは別表）。

・TCC 賞展 2023

共催：東京コピーライターズクラブ

・第76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！2023展

The One Show 2023

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

D&AD Awards 2023

協力：D&AD（ロンドン）

Cannes Lions 2023

協力：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

社会状況を見極め、オンラインも活用しながらイベントを再開していく。企画展示や「〇〇の本棚」と連動したイベントとともに、オリジナル企画も実施する。

2023年度は公開活動費として、**46,111千円**を予算計上する。

●2023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)	・デジタルコレクションテーブル／「21世紀の広告」見直し ・メンテナンス適宜											
企画展示 (Hall B)	世界のクリエイティブがやってきた展 (～5/6)	ミニ企画展 (5/12～5/30)			21世紀の広告展(仮) (8/5～9/30)		TCC賞展 (10/4～11/4)	広告電通賞展 (11/11～12/2)	ミニ企画展 (12/8～12/23)	世界のクリエイティブがやってきた展 (1/5～3/23)		
〇〇の本棚 (ライブラリー)	企画展連動 (～5/30)				アーカイブ展示企画 (8/5～9/30)		コピーライターの 本棚 (10/4～11/4)	クリエイターの本棚 (11/11～12/23)		企画展連動 (1/5～3/16)		
クリエイティブ・ キッチン					●	●		●			●	

\* 6月1日～8月3日、館内のメンテナンス工事を予定

③ 発信活動（広報・情報発信）

継続的に充実した情報提供ができるよう、Twitter、InstagramなどのSNSの活用を含め、2023年度も改善を重ねていく。開館20周年記念活動の一環として、ウェブサイトの特設ページ、メディアタイアップなどによる発信や、図録の新規製作、記念グッズの開発を行う。

2023年度は発信活動費として、**15,810千円**を予算計上する。

④ 事業管理・運営

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つつ、徐々に通常の運営に戻せるよう調整する。

施設面では、老朽化した空調設備の入れ替えを行う。また、2022年度より2カ年計画で実施している、館内の機器類（モニター等）の入れ替えを行う。

2023年度は事業管理・運営費として、91,981千円を予算計上する。