

2024 年度

事業計画書

自 2024 年 4 月 1 日から 2025 年 3 月 31 日

I. 事業計画書

1. 事業方針

2024 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」エントランスビジョンの更新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、積極的な運営を行う。

(2) 事業費の概要

2024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	2024年度 予算額	2023年度 予算額	増減	
公益事業1	一般研究助成	42,068	39,402	2,666	*1
	出版助成	2,460	2,460	0	
	事業助成	6,220	2,820	3,400	*2
	褒賞	7,560	7,440	120	
	調査研究	11,100	11,100	0	
	委託研究	9,820	10,100	△280	
	研究広報誌『アド・スタディーズ』	36,270	32,730	3,540	*3
	事業管理	618	322	296	
	公益事業1 計		116,116	106,374	9,742
公益事業2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	54,853	45,617	9,236	*4
	公開（展示・ライブラリー）	57,180	46,111	11,069	*5
	発信（広報・情報発信）	22,871	15,810	7,061	*6
	事業管理・運営	69,475	91,981	△22,506	*7
	公益事業2 計		204,379	199,519	4,860
合計（公1＋公2）		320,495	305,893	14,602	

- ・公益事業1は人件費関連 34,561千円、減価償却費 10,203千円、計 44,764千円を含め、**合計 160,880千円**
- ・公益事業2は人件費関連 62,560千円、賃借料 127,252千円、減価償却費 59,872千円、租税公課 4,601千円、計 254,285千円を含め、**合計 458,664千円**
事業費合計 619,544千円を予算計上する。

主な増減要因

- *1 助成支援システムの改良、Windows OSバージョンアップ等への対応のため
- *2 全広連からの助成申請が増加したため
- *3 WEB配信の準備、発送費の値上げのため
- *4 外部倉庫に保管している資料の整備、保管棚の追加等のため
- *5 2023年度に予定していた企画展が2024年度に延期になったため
- *6 新図録の制作により無償配布、送料が発生するため
- *7 全館のカビの点検除去作業が終了、空調設備工事が完成したため

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。

2024年度は事業費として、**116,116千円**を予算計上する。

(1) 研究助成事業

① 一般研究助成

2024年度 第58次の一般研究助成は、常勤研究者33件と大学院生11件、合わせて44件の応募があった。2月19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）。

2024年度の助成件数は、昨年度からの継続研究※（常勤研究者7件）と合わせて常勤研究者の部14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2023年度

常勤研究者の部	33件	(29件)	大学院生の部	11件	(6件)
単年度研究	14件	(11件)	単年度研究	11件	(6件)
継続研究	19件	(18件)	継続研究	0件	(0件)
[うち指定課題	16件]		[うち指定課題	2件]	

【採択予定件数】（ ）内は2023年度

常勤研究者の部	7件	(8件)	大学院生の部	4件	(2件)
単年度研究	4件	(1件)	単年度研究	4件	(2件)
継続研究	3件	(7件)	継続研究	0件	(0件)
[うち指定課題	1件]		[うち指定課題	0件]	

<2024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)

2024年度 第58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
石橋 敬介 他1名	信州大学 経法学部 応用経済学科	准教授	製品カテゴリー特性尺度日本語版の作成と推定結果の公開 ～国内におけるマーケティング・コミュニケーション研究の基礎的研究として～	2,879
川越 仁恵	文京学院大学 経営学部 マーケティング・デザイン学科	准教授	幕末から近代初期の広告と渋沢栄一の時代 ～日本実業史博物館資料から～	1,750
八島 明朗	専修大学 商学部	准教授	電力会社の選好における環境ラベルの効果の検討	3,000
【指定課題1】 益子 宗	芝浦工業大学 デザイン工学部	教授	メタバース店舗におけるVRライ 1o0 フログを活用した接客支援シ ステムの構築と評価	2,916
【継続研究】 治部 れんげ	東京工業大学 リベラルアーツ 研究教育院	准教授	企業広告における正当化ロジック ～無償ケア労働の担い手としての 母親/主婦表象～	186
【継続研究】 田中 知恵 他2名	明治学院大学 心理学部心理学科	教授	ノスタルジア感情がグランド・ジ ェネレーションの健康志向に及ぼ す影響	1,201
【継続研究】 真鍋 公希	中京大学 現代社会学部	専任 講師	現代日本社会における時間意識と メディア利用 ～誰が、なぜ「タイパ」を追求し ているのか～	1,334
計7件				13,266

※ 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
森 亜由葉	立教大学大学院 21世紀社会デザイン研究科	博士 後期 課程	ジェンダー表象に見る広告表現の変遷 ～1963年から2019年の『コピー年鑑』を手がかりに～	500
柳 志暎	東京大学 学際情報学府	博士 後期 課程	テレビCMにおけるダイバーシティ表象の記号論的分析	500
楊 雅韻	京都大学 文学研究科	博士 後期 課程	大衆消費社会の萌芽期における欲望創出にかんする一考察 ～視覚メディアとしてのマネキン・ガールを例に～	500
六嶋 俊太	一橋大学大学院 経営管理研究科	博士 後期 課程	オンライン空間における異質な消費者の相互行為とブランドのダイナミクス ～日本におけるオンライン対戦ゲーム・コミュニティを対象としたネットノグラフィー調査～	500
計4件				2,000

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す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、2025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が若手研究者からアドバイスを得る機会を設ける。

2024年度は一般研究助成費として、研究助成金 24,218 千円（常勤研究者 13,266 千円、大学院生 2,000 千円、2023年度からの継続研究 8,952 千円）、研究助成支援システム保守費 9,500 千円、審査費 3,520 千円、要旨集刊行費 1,800 千円等、**合計 42,068 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。

2024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を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。2024年度は、1月30日開催の事業助成審査委員会で審議を行い、9事業21件を選出した（別表2）。

2024年度は事業助成費として、審査費を含め 6,220千円を予算計上する。

(別表2) 2024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
2024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（11件）	全日本広告連盟	3,300	全11回
日本広告学会第55回全国大会	日本広告学会	300	
クリエイティブフォーラム2024 第5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30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と 新たな広報理論についての セミナー等	日本広報学会	300	
マーケティングカンファレンス 2024	日本マーケティング学会	300	
JAC AWARD 2024 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
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21件	6,100	

※助成額は1件30万円以内

(2) 褒 賞

① 「助成研究吉田秀雄賞」

2023 年度の助成研究の中から、特に優れた研究成果を第 22 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 (Association for Consumer Research)

2024 年度は褒賞費として、審査費を含め **7,560 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。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。

2024 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

昨年度から実施段階に入った委託研究プロジェクトを進める。デジタル時代におい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となり、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して推進する。

2024年度は委託研究プロジェクト費として、9,820千円を予算計上する。

(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。

2024年度は『アド・スタディーズ』発行費として、36,270千円を予算計上する。

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。

2024年度は事業費として、**204,379千円**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 332,817 点（2024年1月末現在）で、そのうち広告資料 224,860 点、図書資料 30,578 点 合計 255,438 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、長年外部倉庫に預け入れしている看板資料約 700 点を中心に、経年劣化した梱包や保管スペースの見直しを実施、保管環境の改善を図る。
- ・ 広告資料用データベースシステム「デジハブ 2.0」の本稼働に伴い、これまで分散していた資料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 2024 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、2023 年度にデジタル化が完了した古典籍資料 94 タ

イトル 168 点を順次、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）」）は、機能改善による効率化を図る。
- ・2022年度から進めている「デジハブ」の改修は予定していた作業が大方完了し、6月の本格稼働を予定している。今年度は運用と並行して調整を行い、業務に滞りのない稼働を目指す。

2024年度はアーカイブ活動費として、54,853千円を予算計上する。

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）

- ・前年度分の延期作業として、デジタルコレクションテーブルの公開資料を見直し、資料の追加・削除を行う。
- ・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）

- ・前年度から延期となった「21世紀の広告」をテーマとしたオリジナル企画展「コレって広告?!展」を実施する。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（2024年度のスケジュールは別表）。

- ・TCC 賞展 2024

共催：東京コピーライターズクラブ

- ・第77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！2024展

The One Show 2024

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

D&AD Awards 2024

協力：D&AD（ロンドン）

Cannes Lions 2024

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、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。

2024年度は公開活動費として、57,180千円を予算計上する。

●2024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)	オリジナル企画 コレって広告?!展 (4/27~8/31)						TCC賞展 (9/20~11/2)	広告電通賞展 (11/8~11/30)	ミニ企画展 (12/6~12/26)	世界のクリエイティブがやってきた展 (1/7~3/29)		
〇〇の本棚 (ライブラリー)	コレって広告?! 展示連動 (4/27~6/29)			PRの歴史(仮) 企画 (7/2~8/31)			コピーライターの 本棚 (9/20~11/2)	クリエイターの本棚 (11/8~12/26)	アーカイブ展示企画 (1/7~3/29)			
クリエイティブ キッチン		●	●	●	●		●	●			●	●

* 9月3日～9月19日、館内のメンテナンスを予定

③ 発信活動（広報・情報発信）

2024年度は、2023年にカビ被害対応のため延期となった新図録の編集・発行を行う。また、X（旧 Twitter）、InstagramなどのSNSの活用を含め、充実した情報提供ができるよう継続的に情報発信を行う。ウェブサイトについては、完全リニューアルから6年が経過しているため、構造を含めた大幅な見直しと改訂を行い情報発信の改善を図る。ラジオについては、J-WAVEを聞いて来館したという声も多く、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」とリスナーの親和性が高いことから、2024年度もJ-WAVEへの出稿を継続する。来館者からの要望が多いグッズの新規開発も継続的に行う。

2024年度は発信活動費として、22,871千円を予算計上する。

④ 事業管理・運営

2023年10月から入館予約制を廃止し、来館者数も順調に増加している。2024年度もコロナ禍以前の通常運営を続けていく。

施設面では、2023年に新たなカビ被害が発生したことから、日常清掃の体制を強化するとともに、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し、さらなるカビ発生防止に注力する。また、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、エントランスのビジョンの更新を行うほか、エントランス周りの改修も実施する。

2024年度は事業管理・運営費として、69,475千円を予算計上する。