

2026 年度

事業計画書

自 2026 年 4 月 1 日 至 2027 年 3 月 31 日まで

I. 事業計画書

1. 事業方針

2026 年度は、「アドミュージアム東京」移転リニューアル費用を含め、前年予算並みの事業費を見込む。移転リニューアル企画設計費等の設備投資を行う。

公益事業 1 および公益事業 2 について

- ・公益事業 1

これまで行ってきた各事業の実施と全面的な見直しを並行して行う。委託研究については、今年度から新たなテーマで開始する。

- ・公益事業 2

「アドミュージアム東京」は、移転リニューアルを視野に 3 つの事業活動（アーカイブ活動、公開活動、発信活動）を積極的に推進していく。

2. 公益事業 1 事業計画

公益事業 1 は、一般研究助成、事業助成、調査研究（消費者調査データ提供事業）、新規の委託研究、褒賞（助成研究吉田秀雄賞）の実施および情報提供（研究広報誌『アド・スタディーズ』の発行）を実施する。それと並行して各事業の見直しも行う。委託研究については、『プロジェクション・サイエンスの学術的基盤の確立と国内外でのその概念の定着』を新たに研究テーマに選定し、今年度から開始する。

2026 年度は事業費として、93,599 千円を予算計上する。

(1) 各事業の見直し

最近の社会情勢の変化を見据え、これまで長年実施してきた各助成事業等について全面的に見直す。今後は、昨今の社会課題の解決の一助となることが期待される委託研究の推進を中心とする事業形態にシフトしていくことを検討する。これを踏まえ、2026 年度以降の各事業の方針は下記の通りとする。

- ・一般研究助成

2026 年度の募集（2026 年 2 月 26 日開催の選考委員会で採択されたもの）を最後に 2027 年度以降の募集は停止とする。

- ・出版助成

出版助成は 2025 年度で終了とする。2026 年 3 月以降の公募は停止とする。

- ・事業助成

事業助成は、2026 年度（2026 年 1 月 29 日の審査委員会で採択されたもの）で終了とする。2027 年度以降の公募は停止とする。

- ・調査研究（吉田秀雄記念事業財団 消費者調査データ提供事業）

消費者調査の年 2 回の実施とデータの無償提供に関しては、今後も継続する。

- ・褒章事業（吉田秀雄国際学術賞、助成研究吉田秀雄賞）

吉田秀雄国際学術賞：2026 年度以降は予算を計上せず、2026 年 4 月からの応募受付は停止とする。

助成研究吉田秀雄賞：2026 年 2 月 26 日に採択された一般研究助成の成果を対象とした助成研究吉田秀雄賞の贈賞式が開催される 2028 年 11 月で停止とする。

- ・情報提供（研究広報誌『アド・スタディーズ』の発行）

研究広報誌の発行は今後も継続するが、現在の特集企画のテーマ選定の実態に合わせ、『アド・スタディーズ』の名称変更の検討を開始する。

(2) 今年度の各事業計画

① 一般研究助成

2026 年度 第 60 次の一般研究助成は、常勤研究者 53 件と大学院生 12 件、合わせて 65 件の応募があった。2 月 26 日開催の選考委員会で審査した結果 15 件（常勤研究者 10 件、大学院生 5 件）の研究が選出された（別表 1）。

2026 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、大学院生 1 件）と合わせて常勤研究者の部 14 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 2025 年度

常勤研究者の部	53 件	(33 件)	大学院生の部	12 件	(6 件)
単年度研究	18 件	(9 件)	単年度研究	9 件	(5 件)
継 続 研 究	35 件	(24 件)	継 続 研 究	3 件	(1 件)
〔うち指定課題	32 件〕		〔うち指定課題	8 件〕	

【採択予定件数】（ ）内は 2025 年度

常勤研究者の部	10 件	(7 件)	大学院生の部	5 件	(4 件)
単年度研究	3 件	(3 件)	単年度研究	4 件	(3 件)
継 続 研 究	7 件	(4 件)	継 続 研 究	1 件	(1 件)
〔うち指定課題	7 件〕		〔うち指定課題	4 件〕	

<2026 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)

2026 年度 第 60 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	助成額
【指定課題 1】 西井 真祐子 他 1 名	青山学院大学 国際マネジメント 研究科	准教授	擬人化の逆説効果と戦略的非透過性 ～デジタルサービスにおける高級感 の最適化～	642
【指定課題 2】 小具 龍史	二松学舎大学 国際政治経済学部 国際経営学科	教授	生成 AI とリードユーザーによる新製 品アイデア創出に関する比較分析～ 消費者の評価に基づく有用性の検証 ～	490
【指定課題 3】 井川 純一	東北学院大学 人間科学部	教授	ワクチン接種広告における恐怖喚起 の効果～健康信念モデル、フレーミ ング理論及び自己効力感に注目して ～	2,313
【指定課題 1】 【継続研究】 石井 裕明 他 1 名	早稲田大学 商学学術院	准教授	「疑いの目」を乗り越える広告コミ ュニケーション～情報環境の変化が 広告懐疑に及ぼす影響と消費者が知 覚する純粋性の効果の検討～	1,700
【指定課題 1】 【継続研究】 伊吹 勇亮	関西大学 社会学部	教授	組織能力としての SNS 運用担当者の 多重熟練の形成と維持～DMO を対象 とした国際比較研究～	2,880
【指定課題 2】 【継続研究】 関根 和生	早稲田大学 人間科学学術院	准教授	広告映像における発話とジェスチャ ーが印象形成と行動意図に及ぼす影 響	1,102
【指定課題 2】 【継続研究】 趙 唯可 他 4 名	関西大学 商学部	助教	プロモーションの不確実性が消費者 の購買行動に及ぼす影響～マルチモ ーダル計測に基づく洞察～	1,530
【継続研究】 安部 由紀子	北九州市立大学 基盤教育センター	准教授	CEO アクティビズムの国際比較と日 本への示唆～企業トップの発信が社 会的信頼をどのように形成するか～	1,259
【継続研究】 小倉 優海 他 2 名	中京大学 経営学部	助教	ブランド・イメージ形成におけるキ ャラクターの影響～イメージ・フィ ットに着目して～	2,067
【継続研究】 澤山 郁夫	兵庫教育大学 先端教職課程 カリキュラム開発 センター	准教授	教育・子育て市場におけるデジタル 広告のフィアアピール分析～注意経 済下での広告表現の変化を考える～	150
計 10 件				14,133

※ 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	助成額
長橋 明子	慶應義塾大学 大学院商学研究科	博士 後期 課程	B2B ブランド・コミュニティにおけるカスタマー・エンゲージメントの形成	500
【指定課題 1】 高 珠娟	早稲田大学 大学院商学研究科	博士 後期 課程	中古市場における背景素材の触覚的特性が消費者行動に及ぼす影響	500
【指定課題 1】 PARK KUNYOUNG	東京都立大学 人文科学研究科	博士 後期 課程	AI の視線手がかりが信頼と意思決定に及ぼす影響～不完全な AI 助言状況を中心に～	403
【指定課題 1】 渡部 優	横浜国立大学大学院 国際社会科学府 経営学専攻	博士 後期 課程	二次流通プラットフォームにおける商品発見体験と真正性の役割～セレンディピティと真正性を通じた価値評価～	370
【指定課題 1】 【継続研究】 永田 大貴	筑波大学大学院 ビジネス科学研究群	博士 後期 課程	ラジオ聴取における、大規模ログデータとモニター調査結果の統合分析～「ながら聴取」に着目した生活文脈の補完推定方法の開発～	400
計 5 件				2,173

※ 継続研究は初年度の金額を記載

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し、次年度への継続承認を得るための中間報告会を実施する。研究終了後には、助成対象者が成果を相互に発表する成果報告会を開催する。

研究助成によって得られた成果を社会に広く共有することを目的として、研究の要旨をとりまとめ、ホームページや J-STAGE(科学技術情報発信・流通総合システム) 上での公開準備を進める。報告書全文は「アドミュージアム東京」のライブラリーにて一般公開する。

2026 年度は一般研究助成費として、研究助成金 22,870 千円（常勤研究者 14,133 千円、大学院生 2,173 千円、2025 年度からの継続研究 6,564 千円）、研究助成支援システム保守費 1,430 千円等、**合計 27,440 千円**を予算計上する。

② 出版助成

事業見直しのため、2026 年度以降は出版助成事業を停止する。

③ 事業助成

広告・マーケティング分野に関連する各種団体が実施する事業の中から、当財団の事業目的に適合するものを対象に助成を行う。2026 年度については、1 月 29 日に開催された事業助成審査委員会において審査を行い、14 事業・21 件を選出した(別表 2)。

(別表 2) **2026 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
2026 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 (6 件)	全日本広告連盟	1,800	全 6 回
日本広告学会第 57 回全国大会	日本広告学会	300	
クリエイティブフォーラム 2026 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 32 回研究発表全国大会	日本広報学会	300	
マーケティングカンファレンス 2026	日本マーケティング学会	300	
複都市カンファレンス 2027 (東京、大阪、福岡、札幌)	日本マーケティング学会	300	
第 5 回 世界マーケティングカウンスル	日本マーケティング協会	300	
第 72 回 消費者行動研究コンファレンス	日本消費者行動研究学会	300	
第 73 回 消費者行動研究コンファレンス	日本消費者行動研究学会	300	
第 15 回年次大会 (国際大会) 「可視化する力」	企業と社会フォーラム (学会)	300	
Consumer Culture Theory Conference 2026	Consumer Culture Theory Consortium (CCTC)	300	
JAC AWARD 2026 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 各 1 回
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	開会式・中間発表 最終発表 各 1 回
計 21 件		6,100	

※助成額は 1 件 30 万円以内

2026 年度は事業助成費として、出張参加費を含め 6,200 千円を予算計上する。

④ 調査研究（消費者調査データ提供事業）

研究支援の一環として消費者調査を継続する。調査は年2回（4月・10月）行い、各回の回収件数はおよそ5,000件を想定している。共通調査においては生活構造、生活意識、購買意識、情報行動、購買行動など多岐にわたる項目を聴取し、消費者および社会全体の動向を定点的に観察する。財団独自に構築したパネルを活用することで、特定のモニターを対象とした経年比較調査を可能とする。

あわせて助成対象者の研究テーマ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して活用することができる。

調査結果のデータは、『吉田秀雄記念事業財団 消費者調査データ』として、ホームページ上で公開・提供する。

2026年度は研究支援のための消費者調査費として、**11,950千円**を予算計上する。

⑤ 委託研究

委託研究は、『プロジェクト・サイエンスの学術的基盤の確立と国内外でのその概念の定着』をテーマに、学術的基盤の確立、インパクトの高い学術雑誌への投稿・掲載および海外学会での発信、書籍出版やマスコミ露出等を通じての他の領域の研究者や一般生活者への普及を目標とする。

研究期間は3年間、予算総額3,000万円とし、研究体制は以下のとおりとする。

<研究実施体制>

嶋田 総太郎	(明治大学 理工学部 教授) ※研究リーダー
川合 伸幸	(名古屋大学大学院 情報学研究科 教授)
久保(川合)南海子	(愛知淑徳大学 心理学部 教授)
田中 彰吾	(東海大学 文化社会学部 教授)

<財団側アドバイザー>

山川 茂孝	(ヤマックスラボ)
-------	-----------

2026年度は委託研究プロジェクト費として、**10,800千円**を予算計上する。

⑥ 褒賞

a. 「助成研究吉田秀雄賞」

2026 年 3 月までに報告書が提出された助成研究を対象として、特に顕著な研究成果を挙げたものを第 24 回「助成研究吉田秀雄賞」として表彰する。選考は予備審査および本審査の二段階で行い、吉田秀雄賞、準吉田秀雄賞、奨励賞の各賞を選出する。

受賞者のうち選考委員から推薦を受けた大学院生については、海外学会での研究発表に必要な費用を支援する。

b. 「吉田秀雄国際学術賞」

事業見直しのため、2026 年度以降は停止する。

2026 年度は褒賞費として、審査費を含め 3,770 千円を予算計上する。

⑦ 情報提供（研究広報誌『アド・スタディーズ』の発行）

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。また、現在の特集企画のテーマ選定の実態に合わせ、『アド・スタディーズ』の名称変更の検討を開始する。

発行部数は各号 1,900 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。

2026 年度は『アド・スタディーズ』発行費として、33,261 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。

2026 年度は事業費として、288,311 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 広告資料 299,146 点、図書資料 41,815 点合計 340,961 点（2026 年 1 月末現在）で、そのうち約 25 万点を館内のデータベース検索端末およびライブラリーで公開している。

a. コレクション（資料の整備など）

- ・ 2025 年度に引き続き、外部倉庫に預け入れしている看板資料の再梱包を実施、今後数年計画で保管環境の改善を図る。
- ・ 2025 年度に引き続き、分散している広告資料の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）と AC ジャパンキャンペーン作品は 2026 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、過去に刊行された遡及を含め、主要な和雑誌約 55 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、引き続き、江戸期、大正期、1980 年代を中心に、古書店などと連携して収集を進める。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。
- ・ 所蔵資料の活用につながる各種協力依頼は、資料調査の受け入れ、研究者によるデジハブの利用、広告資料の貸出依頼を通じて積極的に対応する。

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、引き続き業務に応じて必要な改修を行い、効率化を図る。
- ・「デジハブ」は 2025 年度に、AI によるタグ付け機能を搭載した。今年度は広告資料の画像データを中心にタグ付けを行い来館者へ公開、検索の利便性を向上して資料活用の充実を図る。

2026 年度はアーカイブ活動費として、51,341 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）

- ・移転リニューアルを見据え大規模な入れ替えは実施せず、不具合の発生状況に応じて随時保守対応を実施する。

b. 企画展示（Hall B）

- ・オリジナル企画展は、社会課題と向き合う世界の優れた広告を紹介する定番企画「Good ideas for Good 展」と、当館の所蔵資料からお茶・マッチ・生糸といった輸出産業のラベルを紹介する「世界に飛び出せ！ハイカラ ラベル・コレクション展（仮）」を開催する。また、株式会社電通 PR コンサルティングとの共催により PR への理解を深める企画展を開催する。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（2026 年度のスケジュールは別表 3）

- ・ TCC 賞展 2026

共催：東京コピーライターズクラブ

- ・ 第 79 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！2026 展

The One Show 2026

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

D&AD Awards 2026

協力：D&AD（ロンドン）

Cannes Lions 2026

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、(一社)日本広告業協会(JAAA)との共催によりクリエイター・オブ・ザ・イヤー受賞者らの選書による展示「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。

2026 年度は公開活動費として、74,647 千円を予算計上する。

(別表 3) ●2026 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)	メンテナンス適宜											
企画展示 (Hall B)	Good ideas for Good 展 (4/29~6/20)		ラベルコレクション展 (7/3~8/29)			TCC 賞展 (9/18~10/31)		広告電通賞展 ミニ企画展 (11/6~28) (12/4~25)		世界のクリエイティブが やってきた展 (1/8~3/27)		
〇〇の本棚 (ライブラリー)	企画展示連動 (4/29~6/20)		企画展示連動 (7/3~8/29)			コピーライター の本棚 (9/18~10/31)		スタッフ選書紹介 (11/6~12/25)		JAAA CoY の本棚 (1/8~3/27)		
クリエイティブ・ キッチン							●				●	●

*4 月 1 日～4 月 28 日、9 月 1 日～9 月 17 日は全館清掃・営繕等のため休館の予定

③ 発信活動（広報・情報発信）

2026 年度は、Instagram、X などの SNS の活用を含めた情報発信を継続して実施する。ウェブサイトについては、必要に応じて改訂を行い情報発信の改善を図る。「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」との親和性が高く効果が見込める J-WAVE への出稿を継続する。多様な来館者への情報提供を充実させ、ミュージアム体験をより豊かなものにするため、ウェブと連動した AI 音声ガイドサービスを拡充する。ミュージアムショップの利用者数が増加しており、また来館者から要望も多いためグッズの新規開発も継続的に行う。

見学会、出張授業の需要が増加しており、参加者の層も広がっているため、見学会および出張授業の内容見直しと充実をはかる。

2026 年度は発信活動費として、28,618 千円を予算計上する。

④ 事業管理・運営

来館者数が増加を続け、館内は日々活況を呈しており、2026 年度も来館者目線に立ち、安全第一で運営していく。

施設面では、移転リニューアルを見据え、修繕等は必要最小限とするものの、日常清掃、年 2 回の大規模清掃や IPM (Integrated Pest Management／総合的有害生物管理) メンテナンスは実施し、館内環境整備に努める。

2026 年度は事業管理・運営費として、**87,755 千円**を予算計上する。

⑤ 移転リニューアル

2028 年 3 月予定の移転リニューアルに向け、新たにミュージアムコンサルタント前田尚武氏を迎え、諮問委員会において以下の項目を審議する。

・第 3 回諮問委員会 (5 月)

基本計画として、建築要件、展示要件および施設設計デザインを確定し、施工者の選定を行う。

・第 4 回諮問委員会 (8 月)

基本設計に着手し、基本設計案について検討を行う。

・第 5 回諮問委員会 (11 月)

実施設計案の提案を受け、諮問委員会において審議する。

2026 年度は移転リニューアル費として、**45,950 千円**を予算計上する。

4. 事業費のサマリー

2026 年度の公益事業 1 および公益事業 2 の事業費の内訳は以下のとおり。

(単位：千円)

	事業内容	2026 年度 予算額	2025 度 予算額	増減	
公益事業 1	一般研究助成	27,440	41,204	-13,764	*1
	出版助成	0	2,460	- 2,460	*2
	事業助成	6,200	5,730	470	
	調査研究（消費者調査データ提供事業）	11,950	11,900	50	
	委託研究	10,800	1,400	9,400	*3
	褒賞	3,770	7,010	- 3,240	*4
	情報提供(研究広報誌『アド・スタディーズ』の発行)	33,261	37,461	- 4,200	
	事業管理	178	208	-30	
	公益事業 1 計	93,599	107,373	- 13,774	
公益事業 2	アーカイブ（資料収集・調査・整備など）	51,341	59,268	- 7,927	*5
	公開（展示・ライブラリー）	74,647	80,407	- 5,760	
	発信（広報・情報発信）	28,618	30,892	- 2,274	
	事業管理・運営	87,755	94,525	- 6,770	
	移転リニューアル	45,950	0	45,950	*6
	公益事業 2 計	288,311	265,092	23,219	
合計（公 1+公 2）		381,910	372,465	9,445	

・公益事業 1 は人件費関連 35,039 千円、減価償却費 6,603 千円、計 41,642 千円を含め、
合計 135,241 千円

・公益事業 2 は人件費関連 59,593 千円、賃借料 127,252 千円、減価償却費 63,081 千円、
租税公課 3,702 千円、計 253,628 千円を含め、**合計 541,939 千円**

事業費合計 677,180 千円を予算計上する。

主な増減要因

（前提）各事業について、前年比 10%の予算削減を目標に編成

- *1 事業見直しに合わせて助成支援システム等も見直しするため
- *2 2026 年度の出版助成を停止するため
- *3 新たな委託研究を開始するため
- *4 2026 年度の「吉田秀雄国際学術賞」を受付停止するため
- *5 所蔵資料管理データベース「デジハブ」の改修が終了したため
- *6 移転リニューアル業務が始動したため