

2025年度研究助成対象者決まる

当財団では2025年度(第59次)助成対象者を2月の選考委員会を経て3月下旬の理事会において別表のとおり決定しました。本事業は、大学に所属する常勤研究者および博士後期課程在籍者を対象に“広告・広報・メディアを中心とするマーケティング及びコミュニケーション”分野の研究を公募し、優れた研究を支援するものです。

今年度は、応募総数39件(常勤研究者33件、大学院生6件)の中から11件(常勤研究者7件、大学院生4件)が選ばれました。このうち、2年間にわたる継続研究は5件(常勤研究者4件、大学院生1件)で、指定課題は6件(常勤研究者5件、大学院生1件)です。
なお、2025年度助成金額は昨年度からの継続研究分(3件)を含め、約18,574千円となります。

2025年度(第59次)助成対象者一覧

常勤研究者の部

代表者氏名	所属	職位・課程	研究テーマ
萩原 千晶	和洋女子大学 人文学部心理学科	助手	「男性いじり」と「女性いじり」の受容度の差の検討 ～ユーモア広告がもたらすジェンダーバイアスの実証分析～
【指定課題1】 石橋 敬介 他1名	信州大学 経法学部 応用経済学科	准教授	プロモーション効果測定実務への統計的因果推論の適用に関する研究
【指定課題2】 田北 雅裕	九州大学大学院 芸術工学研究院	准教授	里親および里親希望者のインサイト分析を通じた 「里親リクルート」の指針
【指定課題3】 【継続研究】 須賀 涼太 他1名	京都産業大学 経営学部	助教	ヘルスケア・サービスにおける顧客コンプライアンスについての研究 ～制御適合理論に着目して～
【指定課題1】 【継続研究】 畠山 仁友	立正大学 経営学部	准教授	Reluctant Ad Acceptance (不本意な広告受容) ～尺度開発と広告戦略～
【指定課題2】 【継続研究】 前澤 知輝 他1名	筑波大学 人間系	助教	映像と音の時間的調和が消費者の興味を導くマルチモーダル広告の検討 ～ポップアウトを促す視聴覚広告デザイン～
【継続研究】 橋本 博文 他3名	大阪公立大学 大学院文学研究科	准教授	献血の安定供給の維持および推進を目指した広告の効果検証 ～情動的共感の限界と認知的共感の可能性を踏まえた社会実装研究～

計7件

大学院生の部

小嵐 真由香	立教大学大学院 社会学研究科	博士後期課程	新聞社の経営合理化による戸別宅配網の変容 ～新聞販売店の統廃合の実態～
趙 悦紅	一橋大学大学院 経営管理研究科	博士後期課程	従業員による無礼な行為に対する顧客の反応
【指定課題1】 山地 里奈	関西学院大学大学院 経営戦略研究科	博士後期課程	Z世代の購買行動におけるルッキズム広告の心理的影響 ～日本と東南アジアにおける心理特性と購買意向の文化間比較～
【継続研究】 国分 峰樹	東京大学大学院 教育学研究科	博士後期課程	デザイン思考はいかにして生まれたか ～Design Thinkingの形成に関わる研究と実践の歴史～

計4件

〈2025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

選考総評

選考委員	総評
選考委員長 嶋村 和恵 早稲田大学教授	今回も多くの研究計画書が提出され、選考委員として非常にうれしく感じています。財団の指定する3つの課題への応募も多くなり、広告やマーケティング以外を専門とする研究者の応募が増えているのもいい傾向であると思います。ただ、応募にあたってマーケティング分野での一般的な知見をもう少し獲得しておいたほうがいいと思われる計画書もありました。財団の研究助成がさまざまな研究分野に広がっていくことを楽しみにしています。
選考副委員長 清水 聡 慶應義塾大学教授	常勤研究者では、社会的に意義のある研究が一つキーワードになっていたと感じた。自らの研究課題を突き詰める、従来型の研究ももちろん大事だが、その研究課題の社会への影響力を考える研究者が増えてきたのは、マーケティング・広告関係の研究が正しい方向に進んでいることを認識させられた。院生研究者ではよい研究とそうではない研究の差がはっきり出ている。初めて応募する院生諸君には、是非、以前採択された先輩の研究成果報告書をみて、研究して欲しい。
青木 貞茂 法政大学教授	今年度の応募企画は、社会的な課題に対応し、広く公共的な意義のあるものが目に付きました。短期的なものではなく、長期的な展望に立って今後の研究の進展につながっていくものが多かったと思います。その中でもいっゆるアカデミックな歴史的な文献資料の保存、分析に関わるテーマは、財団の助成がなければ取り組むことが困難であると思います。あるいは、現在ブームとなっているAIやDXとマーケティング、広告に関連するものも、基礎から根本的に深く研究しその利点と限界を明らかにすることができるのは財団による助成研究だと考えます。今、メディアとテクノロジーの変革の時代だからこそ、今回の研究助成に期待が持てると確信しました。
阿久津 聡 一橋大学大学院教授	今年度の応募プロポーザルは、全体として一定の水準にあり、特にデジタル技術や社会的課題を扱う研究が増えた点が特徴的だった。大学院生の部ではテーマの多様化が進む一方、研究設計の緻密さにばらつきが見られた。常勤研究者の部では実務的な示唆を意識した研究が多かったが、国際的な視点や理論の新規性をより強化できる余地がある。今後は、より精緻な実証や理論の発展を通じて、研究の深みが増すことを期待したい。
井上 哲浩 慶應義塾大学大学院教授	本年度も、多くの学びを得ることができた。特に現象や結果に研究の焦点をあてることという科学の危機を感じた選考となった。第1に、マーケティングや消費者行動論などで主流である科学実在論の立場から、研究モデリングは理論構造を包摂しなければならず、そのモデリングを現象や結果と相応する方法で検証することが、科学的知識の健全な発展には不可欠である。そうでなければ、偶然の発見であり、発見事項を受容したならば科学の危機となる。第2に、工学や経営学など多くの分野で、知の集積が、アカデミアではなく、実業界、特定企業群に集積される傾向が高い。この傾向が強まり継続すれば、実業界にcaptiveされる科学の危機となろう。
久保田 進彦 青山学院大学教授	吉田秀雄記念事業財団の研究助成の素晴らしい点は、公共性を重視していることである。一般に、広告コミュニケーションは企業寄りの視点を持ちがちだが、本助成は社会全体に貢献する研究も高く評価してきた。今年も、そうした社会性の高い研究がいくつも見られたことは喜ぶべきことである。他方、挑戦的なテーマの研究は若干少なかったかもしれない。今後は、研究助成なしでは達成が困難な、大胆な研究の応募も期待したい。
里村 卓也 慶應義塾大学教授	今回の研究助成へも多数の応募があり、研究テーマも多岐にわたっていました。本研究助成に対し、多くの研究者の方々から高い関心を寄せていただいていることを大変喜ばしく思います。一方で、研究テーマの中に類似したものが散見されました。応募者の間で共通して関心の高いテーマであることは理解できますが、研究の独自性という観点からは、その応募者の方々にしか成し得ない独創的な研究テーマを開拓することの重要性を改めて認識いたしました。
澁谷 寛 早稲田大学大学院教授	今年度の研究申請全体の印象として、ますます研究対象および研究方法の多様化が進んでいるということを強く感じました。その分、研究方法と研究目的との関連性などのロジックにおいてやや粗削りなものも含まれ、玉石混交の度合いもまた高まっているように感じます。しかし全体としては、さまざまなアプローチの申請が増えていることはすばらしいことであり、当財団として本助成制度を続けている意義を感じます。
白井 美由里 慶應義塾大学教授	研究テーマが幅広く、さまざまなマーケティング・コミュニケーション研究が存在することを実感しました。また、生成AIに関する研究が複数あった点からも、時代の流れを強く感じました。しかし、申請書に関しては、先行研究のレビューと学術的貢献の説明が不十分なものが多かったと感じました。
田中 洋 中央大学名誉教授	例年以上に力のこもった応募が集まった。優秀と思われる応募書類では、すでに文献レビューも済ませ、調査・実験計画などが仮説の設定も含め周到に準備されていた。一方物足りないと感じた応募では、文献レビューが十分になされていない、実験や調査計画などおおよっぱな印象を与える、仮説の設定や理論の裏付けがなされていない、などの課題が見られた。財団の貴重な資源を使うということを考えると、この応募ならば安心してアウトプットが期待できる、という点がひとつの重要な審査のポイントである。
吉見 俊哉 國學院大学教授	今年度は、常勤研究者の部でも大学院生の部でも、応募テーマが非常にバラエティに富んでいたのが印象に残った。何か1つの主流の傾向があるのではなく、テーマが各種各様に広がっていた。もちろん、AIや環境、SNSについてはいくつも応募があったが、ほかにもジェンダー、地域、健康等からより多様なテーマまでがあり、この多様性は望ましいことと受け止めた。その際、新しいテーマとコミュニケーション等の分野が結びつけられるのだが、それぞれの事象がなぜコミュニケーションとして捉えられるのか、もう少し深く考えてほしいと思う応募もあった。また、やや最初から結論ありき、つまり論点が先取りされている応募があるのも気になった。

第48回理事会を開催しました

当財団の「第48回理事会」を2025年3月19日(水)、帝国ホテルを会場にハイブリッド会議として開催いたしました。

議案は「アドミュージアム東京リニューアルに備えた『特定資産取得・改良資金』積立計画変更について」「2025年度事業計画および収支予算に関する件」「任期満了に伴う選考委員選任

の件」「任期満了に伴う内部統制委員選任の件」「資産運用委員選任の件」「就業規則およびシニア職員規程改定の件」「出版助成の件」「株式会社電通グループ株主総会における議決権行使の件」「第17回評議委員会招集の件」の9件で、いずれも原案どおり承認されました。

2025年度予算の概要（収支予算書）

2025年4月1日から2026年3月31日まで

単位：円

I一般正味財産増減の部

1. 経常増減の部

(1) 経常収益

基本財産運用益	529,000,000
特定資産運用益	236,384,000
受取寄付金振替額	28,226,000
商品売上	9,698,000
雑収益	398,000
経常収益計	803,706,000

(2) 経常費用

事業費	675,498,000
管理費	128,208,000
経常費用計	803,706,000
当期経常増減額	0

2. 経常外増減の部

(1) 経常外収益	0
(2) 経常外費用	0
当期経常外増減額	0

他会計振替額	0
当期一般正味財産増減額	0
一般正味財産期首残高	2,234,339,551
一般正味財産期末残高	2,234,339,551

II指定正味財産増減の部

基本財産運用益	721,096,000
特定資産運用益	236,384,000
一般正味財産への振替額	△753,750,000
当期指定正味財産増減額	203,730,000
指定正味財産期首残高	33,798,960,094
指定正味財産期末残高	34,002,690,094

III正味財産期末残高 36,237,029,645

Editor's Note

国内では、人手不足の報道が多い一方で、完全失業者は188万人(2025年4月)もいるらしい。いろいろな背景や要因があると思うが、今号ではこの人手不足問題への解決のヒントを提示させていただいた。
(緑豆蒜)

「仕事は自ら創るべきで、与えられるべきではない」。かつて吉田秀雄が電通社員に向けて説いた言葉です。今回の特集を通して、仕事だけでなく、自分の人生を自ら創ることがいかに大切かを痛感しました。
(葡萄)

リニューアルオープン初日にいそいそと出掛けた「スワン銀座店 ペーカリー」。全面のガラス張り高い天井が演出する開放感は圧倒されるほど。並ぶパンの味は折り紙付き。これからも未永くおいしいパンを食べさせてください。(ひろた)

人とのつながりを保っていく難しさを感じている。それは「人とつながるための筋力」が衰えたことが理由の1つだと、今号を通して気付きを得た。これ以上筋力が衰えないよう、積極的に新しい「場」での参加を試みたいと思う。(みずさわ)

AD STUDIES 2025年6月25日号 通巻92号
ISSN 2759-565X
公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
〒104-0061
東京都中央区銀座5-15-8 時事通信ビル11階
TEL : 03-6264-1208 FAX : 03-6264-1228
URL : <https://www.yhmf.jp>

発行人 牧口征弘
編集長 小林球一
編集部 岩本紀子、沓掛涼香、小島康平
編集協力 プレジデント社
表紙デザイン 八木義博、藤木倫史郎、岩崎真也(電通) + 北中 陽、山本光流(J.C.SPARK)
撮影 永倉航介

本文デザイン 南 剛(中曽根デザイン)
校正 株式会社ヴェリタ
印刷・製本 大日本印刷株式会社

©公益財団法人 吉田秀雄記念事業財団
掲載記事・写真の無断転載を禁じます。