

## 第19回定時理事会、第8回定時評議員会を開催しました

6月7日(水)帝国ホテルにおいて、当財団の第19回定時理事会を、また6月22日(木)に、同じく帝国ホテルにおいて第8回定時評議員会を開催しました。

第19回定時理事会、第8回定時評議員会それぞれにおいて、「平成28年度事業報告および決算報告」について審議が行われ、いずれにおいても原案どおり承認されました。

その他、第19回定時理事会においては、「定款改定の件」「基本財産・事業資金運用資産管理規則改定の件」「評議員会に推薦する理事候補選任の件」「選考委員新任期選任の件」が審議され、すべて原案どおり承認さ

れました。

また、第8回定時評議員会においては、「評議員会運営規則改定の件」および「任期満了に伴う理事選任の件」が審議され、いずれも原案どおり承認されました。



第8回定時評議員会の様子

### 貸借対照表

平成29年3月31日現在

(単位：千円)

科目	金額
<b>I 資産の部</b>	
1.流動資産	239,471
2.固定資産	
(1)基本財産	32,744,294
(2)特定資産	10,214,058
(3)その他固定資産	607,536
資産合計	43,805,360
<b>II 負債の部</b>	
1.流動負債	112,433
2.固定負債	50,370
負債合計	162,803
<b>III 正味財産の部</b>	
1.指定正味財産	41,229,590
2.一般正味財産	2,412,966
正味財産合計	43,642,557
負債及び正味財産合計	43,805,360

### 正味財産増減計算書

平成28年4月1日から平成29年3月31日まで

(単位：千円)

科目	金額
<b>I 一般正味財産増減の部</b>	
<b>1.経常増減の部</b>	
(1)経常収益	
基本財産運用益	457,464
特定資産運用益	105,428
受取寄付金	20,897
雑収益	1,968
経常収益計	585,759
(2)経常費用	
事業費	508,758
管理費	93,400
経常費用計	602,158
評価損益等調整前当期経常増減額	△ 16,399
評価損益等計	△ 52,533
当期経常増減額	△ 68,932
<b>2.経常外増減の部</b>	
(1)経常外収益	-
(2)経常外費用	0
当期経常外増減額	△ 0
当期一般正味財産増減額	△ 68,932
一般正味財産期首残高	2,481,898
一般正味財産期末残高	2,412,966
<b>II 指定正味財産増減の部</b>	
基本財産運用益	431,401
特定資産運用益	105,428
特定資産売却償還損	2,112
一般正味財産への振替額	557,727
基本財産評価益	1,946,870
特定資産評価益	229,519
特定資産評価損	28,155
当期指定正味財産増減額	2,125,223
指定正味財産期首残高	39,104,367
指定正味財産期末残高	41,229,590
<b>III 正味財産期末残高</b>	<b>43,642,557</b>

# 平成28年度助成研究集の刊行



当財団は、平成28年度(第50次)の助成研究成果の要旨をまとめた『助成研究集(要旨)』を刊行しました。掲載されている研究テーマ等は以下のとおりです。

なお、本誌のPDF版は、当財団のホームページ上でご覧いただけます。

## 【常勤研究者の部】(50音順)

研究テーマ	氏名	所属
顧客と共創するブランドコミュニケーション ～ブランドアドボケイトの役割について～	青木 慶	大阪女学院大学 国際・英語学部准教授
大阪万博の企業パビリオンにおけるテクノロジー表象に関する学際的研究 【継続研究】	飯田 豊 他2名	立命館大学 産業社会学部准教授
消費者の価値観とアイデンティティがもたらす影響 ～その心理的基礎過程とコミュニケーション機能の解明～ 【継続研究】	唐沢 穣 他2名	名古屋大学大学院 情報学研究科教授
脳波信号情報を基に広告の見方・感じ方を評価する	川畑 秀明 他2名	慶應義塾大学 文学部准教授
自社 Web サイトにおけるレコメンデーション効果の研究 ～クチコミ情報の正負比率と事前のブランド選択行動の有無の視点から～ 【継続研究】	久保田 進彦 他1名	青山学院大学 経営学部マーケティング学科教授

計5件

## 【大学院生の部】(50音順)

研究テーマ	氏名	所属
製品カテゴリーの社会的形成におけるラベルとコミュニケーションの役割 ～渋谷系音楽を事例として～	朝岡 孝平	一橋大学大学院 商学研究科博士後期課程
価値転換と市場創造 ～「結婚情報サービス業界」のイメージ転換に関する経済社会学的研究～	織田 由美子	一橋大学大学院 商学研究科博士後期課程
クロスメディア環境下におけるオンラインビデオ広告の効果	渋瀬 雅彦	法政大学大学院 経営学研究科博士後期課程
サービス・リカバリーの経験がフロントライン従業員自身に及ぼす影響	武谷 慧悟	早稲田大学大学院 商学研究科博士後期課程
エスニックフードの受容におけるフード・ネオフォビア緩和のための探索的研究	地頭所 里紗	神戸大学大学院 経営学研究科博士後期課程
2016年参議院選挙におけるビジュアル・フレーミング ～候補者がソーシャルメディアを通じて発信する写真を分析対象として～	横山 智哉	一橋大学大学院 社会学研究科博士後期課程

計6件

※継続研究は2年間の研究です

※研究者の肩書は報告書提出時のものであり、現在とは異なることがあります

## 編集後記

**イ**ンマン先生との雑談で、日本ではニュース等で触れられない米国内地域の企業や生活者の情報を伺い、気づかされることが多々あった。企業取材では“顧客を深く理解し、自社にとどまらず業界全体を視野に牽引する姿勢”、また、“顧客や業界と共にある未来像”を熱く語る「新しいリーダー像」を目のあたりにして勇気をもらった。(傾)

**最**近、テクノロジー関連のニュースを見ない日はないくらいですが、広告・マーケティング関連学会でも、テーマとして取り上げられる機会が増えています。本誌では、今後もテクノロジーに注目して、テーマとして取り上げることを検討しています。今回の特集企画には、慶應義塾大学の清水聡先生にご協力いただきました。この場を借りてお礼申し上げます。(葡萄)

AD STUDIES 2017年9月25日号 通巻61号  
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7-4-17 電通銀座ビル  
TEL:03-3575-1384 FAX:03-5568-4528  
URL: http://www.yhmf.jp

発行人 森 豊子  
編集長 布施博嗣  
編集部 沓掛涼香 岩本紀子  
編集協力 市川嘉彦、プレジデント社  
表紙デザイン 八木義博+畠山大介、中谷晴子(Creative Power Unit)  
撮影 片村文人

本文デザイン 中曽根孝善 南 剛  
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。