

平成 29 年度＜事業報告書＞

＜はじめに＞

電通の「日本の広告費」によれば、2017年の日本の総広告費は6兆3,907億円となり、6年連続でプラス成長だという。経済環境に改善の兆しがあることも要因と言えるだろうが、インターネット広告の好調が全体を牽引したようだ。

一方、マスコミ4媒体合計の広告費は3年連続で減少。とりわけ雑誌広告の不調が際立っており、前年比9.0%減（200億円減）の2,023億円である。数字の上では、はっきりと明暗を分けた。

出版科学研究所のレポートでも、2017年の出版物（書籍・雑誌合計）の推定販売金額は1兆3,701億円、前年比6.9%減となり、13年連続のマイナスだと報じている。特に雑誌の落ち込みが大きく、初の二桁マイナス（同10.8%減、791億円減）になった。

暗澹たる数字が続くが、出版社も広告会社も手をこまねいているわけではない。各社さまざまに試行錯誤をし、懸命に打開策を模索している。当協会も会員社と連携し、関連団体とも協力できるところはないか、あらゆる方策を検討している。

昨年4回目となった雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」は、今春3年ぶりに報告書を作成し、最新の第5回目調査ではいくつか手法の改善を試みている。雑誌広告の活用や価値向上をどう図るか。広告主のご協力も仰ぎながら、雑誌のメディアパワーをアピールするためにさらに充実させていきたい。

また今年第61回を数える「日本雑誌広告賞」も、歴史の重みを尊重しつつ、新しい時代にふさわしい賞となるよう、様々な検討を加えたい。

雑誌および雑誌広告は部数だけでは測れない価値を持っている。デジタルやイベント、商品開発など、さまざまな連動の可能性も広がっている。雑誌広告に携わる人々の熱意と工夫がある限り、未来は決して悲観するものではない。

1. 第72回「定時総会」及び「臨時理事会」開催

第72回定時総会が平成29年5月25日午後1時から倉田和夫専務理事司会のもと、東京ドームホテルで正会員、賛助会員約350名が出席して開催された。倉田専務理事の開会の辞に続いて、高橋基陽理事長（光文社相談役）が議長となり議事に入り、議事録署名人には小宮英行氏（徳間書店執行役員）、山田文明氏（オリコム取締役メディア本部長）を選任した。続いて倉田専務理事が平成28年度事業報告、同収支決算報告書を説明し、また監事を代表して大川博氏（双葉通信社代表取締役社長）が何れも正確である旨の報告を行なった。次に平成29年度事業計画案、同収支予算案について倉田専務理事から提案理由の説明があり、全員異議なく原案通り承認可決した。

続いて任期満了にともなう役員選任に入り、下記のとおり新理事45名を選任した。

片桐隆雄、四宮さをり、森 武文、櫻井正弘、姜 明子、富田雅久、黒田武嗣、伊藤幸人、小宮英行、高杉純一、野中昭弘、佐藤 均、庄盛克也、秋山伴道、松本和之、石川真弓、桜井 靖、佐野好市郎、福本高宏、西川清史、大谷荘太郎、深川敏雄、島川智行、新開 隆、赤塚公一郎、山北太一、月野木麻里、小島尚隆、森 紀一郎、岡田聡志、田中 恵、細野敏彦、山崎久樹、山田文明、加藤雅己、巴 一寿、木村昭延、堀内丸恵、笠原 久、飯田富美男、斎藤 恵、山本 司、阿部健一郎、中村理一郎、山内科子

更に新監事3名を選任した。

大川 博、古川 肇、鈴木基予。

次に顧問には木滑良久、並河 良、石崎 孟、山下秀樹の4氏、相談役については松岡直昭氏に委嘱したことを報告し、1時30分、定時総会を終了した。

続いて理事長・副理事長・専務理事を選定するため、別室で臨時理事会を開き、理事長には堀内丸恵氏、副理事長には森 武文・片桐隆雄・中村理一郎の各氏、更に専務理事には木村昭延氏を選定した。顧問には高橋基陽氏、相談役には倉田和夫氏を新たに選定した。

又、企画委員長・森 紀一朗氏、倫理委員長・伊藤幸人氏、PR委員長・斎藤 恵氏、取引・作業合理化委員長・阿部健一郎氏、広告問題対策委員長・高杉純一氏、財務委員長・佐藤 均氏、広告賞運営委員長・西川清史氏、会報編集委員長・姜 明子氏、国際委員長・深川敏雄氏、新5ヶ年計画委員長・片桐隆雄氏を選任した。

その後、川村元気氏（小説家・映画プロデューサー）の「面白さの『発見』、組合せの『発明』」と題する講演があり、終了後、業界関係者を招待した懇親パーティに移り、堀内丸恵新理事長の挨拶があり、4時30分、盛況裡に散会した。

2. 「臨時総会」開催

平成29年10月26日午後1時30分から木村昭延専務理事司会のもと、日本雑誌協会の会議室で開催した。

木村専務理事が「定款17条の定足数事項を満たしているので成立した（正会員178名のうち、出席者26名・委任状101名）」旨を報告、堀内丸恵理事長が議長となり、議案の審議に入った。まず、議事録署名人に太刀川文枝氏、黒田武嗣氏を選任。次いで理事選任について審議を行った。

木村専務理事から、現理事の福本高宏氏、伊藤幸人氏、野中昭弘氏、櫻井正弘氏の4名が、社内の異動などにより理事を辞任する旨の届出があり、その補欠として後任理事を選任する旨を述べ、廣瀬有二氏、木島秀夫氏、今中一郎氏、大森 誠氏の4名の候補者を紹介した。質問、意見を募ったが特に発言がなく、本候補者の理事選任への可否を諮り、異議なく承認可決した。

以上をもって、午後1時37分、臨時総会は終了した。

3. 日本雑誌広告協会「新年会」開催

平成30年1月9日午前11時から東京ドームホテルで開催。

堀内丸恵理事長の挨拶の後、乾杯があり、歓談で賑わう中、午後12時30分に終了した。

この日の出席者は主客併せて450名に達した。

4. 第60回「日本雑誌広告賞」表彰会並びに大阪発表会開催 <広告賞運営委員会>

第60回「日本雑誌広告賞」表彰会を平成29年11月7日午後3時から東京ドームホテルで開催し、堀内丸恵理事長、森 武文・片桐隆雄・中村理一郎の三副理事長から入賞広告主25社に対し、<金賞>15点、<銀賞>15点、計30点の賞状を贈り、続いて<経済産業大臣賞>の賞状を、大臣代理・山田 仁氏（経済産業省 コンテンツ産業課長）から、パルファン・クリスチャン・ディオール

ル・ジャポンに贈った。また〈総合賞〉はパナソニックが受賞、賞状を贈った。

続いて、〈日本雑誌広告協会賞〉として、経済産業大臣賞・総合賞を受賞した広告主に対し、堀内理事長から賞金を贈った。そして、経済産業大臣賞受賞作品を制作したスタッフに協会から、〈制作者賞〉として賞状並びに賞金を贈った。最後にビームスに対し、〈広告賞運営委員会特別賞〉を贈った。

表彰会は西川清史広告賞運営委員長の司会で開会し、主催者を代表して堀内理事長が挨拶、続いて箭内道彦審査委員から審査の経過報告、経済産業省 コンテンツ産業課長 山田 仁氏の挨拶、日本アドバタイザーズ協会 雑誌委員会委員長 佐藤 圭氏の祝辞があり、続いて受賞社からパナソニック 執行役員 竹安 聡氏とパルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポン 代表取締役社長 オリヴィエ トゥブル氏が謝辞を述べた。

引き続き別室で記念パーティを催し、5時30分盛況裡に閉会した。この日の出席者は主客併せて約600名を超えた。

大阪発表会・関西フォーラムは、11月17日、大阪市都島区の太閤園において関西地区の広告主を招待して開催した。午後1時30分から西川広告賞運営委員長の挨拶し、今回の広告賞の概況を説明した後、『TV Bros. と光浦靖子さんの関係 ～活字とテレビと芸能界～』と題した関西本音フォーラム2017が実施された。出席者は150名に達し、フォーラム後、3時から入賞作品投影と懇親会を催して4時すぎ盛況裡に終了した。

本年度の広告賞の作品提出数は3,408点で、これらの作品について7月25日・26日の2日間、当協会役員社を代表する42名の選考委員が厳正な協会選考を行ない、264点を選出した。その中から9月5日LEVEL XXIで下記8名の審査委員により入賞作品を決定した。

○審査委員＝伊藤 桂（経済産業省 コンテンツ産業課長補佐）、佐々木 宏（クリエイティブディレクター）、箭内道彦（クリエイティブディレクター 東京藝術大学 美術学部デザイン科准教授）、尾形真理子（クリエイティブディレクター／コピーライター 博報堂 統合プランニング局）、五明拓弥（お笑い芸人 コピーライター／CMプランナー）、篠原直樹（前年度制作者賞代表 博報堂 統合プランニング局エグゼクティブクリエイティブディレクター）、佐藤 圭（日本アドバタイザーズ協会 雑誌委員会委員長）、森 武文（日本雑誌広告協会 副理事長） [順不同・敬称略]

○入賞広告主は下記の通り。（カッコ内の金は金賞、銀は銀賞の略、数字は受賞点数）

キューピー（金1）、シャネル（金1）、エルメスジャポン（金1）、パナソニック（金2・銀1・総合賞）、花王（金1・銀2）、日本みかん農協（金1）、ユニリーバ・ジャパン・カスタマーマーケティング（金1）、ビームス（金1・広告賞運営委員会特別賞）、ソニー（金1）、タカラトミー（金1）、スカパーJ S A T（金1）、三和酒類（金1）、パルファン・クリスチャン・ディオール・ジャポン（金1・大臣賞）、名古屋鉄道（金1）、味の素（銀1）、モンクレール ジャパン（銀1）、トヨタマーケティングジャパン（銀2）、東京都（銀1）、江崎グリコ（銀1）、資生堂（銀1）、今与（銀1）、東日本旅客鉄道（銀1）、メリアル・ジャパン（銀1）、トゥルースピリットタバコカンパニー（銀1）、イースマイル（銀1）。

5. 雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」の実施 <企画委員会>

日本雑誌協会と共同で、ビデオリサーチの協力のもと、「雑誌広告効果測定調査」を平成25年10月に第1回、平成26年10月に第2回目、続いて平成27年9月に第3回目を実施した。この調査は

雑誌広告に関して業界共通で利用できる客観的な基準値を整備、蓄積することを目的とし、各出版社からの雑誌エントリーと広告会社（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、アサツー ディ・ケイ）、およびビデオリサーチの出資による共同調査として実施してきた。調査データを通じて雑誌広告の真の価値を伝えたいという思いを込め、「M - VALUE（エム・バリュー）」《商標登録済》と名付けている。

第1回から第3回までの調査は秋であったが、他の季節のデータも必要との考えから、第4回調査は春の実施とした。第4回調査は平成29年2月1日から4月1日までの発売号を対象として調査を実施した。ネットリサーチモニターから抽出した各雑誌の読者に対して、掲載広告への接触の有無、広告接触後の心理変容・レスポンス行動などを測定することで効果を明らかにするとともに、蓄積データによる雑誌広告効果の基準整備を推進した。さらに、春の発売号データを充実させるために第5回目調査を平成30年2月26日から4月25日発売号を対象に実施している。前回よりも参加誌も増え、13ジャンル23社、のべ38誌となった。

本調査の結果は平成30年6月に参加出版社への報告会を実施し8月頃に对外発表する。

また、第4回調査のデータを基にA4カラー16ページの報告小冊子を作成し、3月22日の理事会より配布を開始した。広告主、出版社、広告会社がそれぞれの立場でデータをどう活用しているのかの実例を掲載し、理解しやすい内容となっている。会員社はもとより関係する多くの方々に配布していく。日本アドバイザーズ協会と日本広告業協会に対しては報告会を実施し、理解と活用促進を推進する。

近年、広告効果やアカウントビリティに対する意識が高まる中、「共通指標の整備」のため今後も引き続き年1回のペースで雑誌広告効果測定調査を実施し、「効果検証」を支援することで雑誌広告の信頼性や価値向上を図り、データに基づくプランニングや取引の活性化に貢献することを目指していく。

6. 「ステップアップセミナー」開催 <企画委員会>

過去の新任を対象とした「新任セミナー」からターゲットを拡大し、より実践的に活用できるセミナーへと内容を変更した「ステップアップセミナー」も今回で第2回目となった。定員100名の募集としたが42社、124名で締め切った。企画事例、カスタム雑誌実例集、調査データマーケティング、デジタルなどに関する各講座を展開し、日本広告業協会発行の「広告ビジネス入門」を資料として配布した。

日時：6月21日午前10時～午後4時40分

場所：講談社 N201 会議室

会費：10,000円（昼食、飲料、テキスト〈広告ビジネス入門／日本広告業協会編〉）

【プログラム】（部署・役職はセミナー開催時）

—午前9時30分 開場—

*司会進行 竹原 功氏（小学館 広告局ゼネラルマネージャー）

開講挨拶 日本雑誌広告協会 副理事長

森 武文氏（講談社 取締役副社長）

第I講 「雑誌広告の基礎・事例&今後の展望」

- アサツー ディ・ケイ 出版ビジネス局出版ビジネスグループ副部長 水谷隆之氏
- 第Ⅱ講 「雑誌『編集力』『企画力』への期待は360度！」
マガジンハウス 執行役員 熊井昌広氏
- 第Ⅲ講 「テクノロジーで変容するメディアと生活の未来」
博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所メディアビジネス研究グループ
グループマネージャー 加藤 薫氏
- 第Ⅳ講 「3年後、出版コンテンツ×テクノロジーは生活者に何をもたらすか？」
電通 今泉 睦氏 & 博報堂DYメディアパートナーズ 加藤 薫氏
- 第Ⅴ講 「1時間で分かるデジタル広告総復習！今後の予想問題！」
電通 出版ビジネス・プロデュース局局长 今泉 睦氏
- 閉講挨拶 日本雑誌広告協会 企画委員会委員長
森 紀一朗氏（博報堂DYメディアパートナーズ 雑誌局長）
- 4時40分 解散—

7. 「雑誌ジャンル」の更新・維持管理と「電子マガジン研究」 <広告問題対策委員会>

現代の出版状況を反映した「雑誌ジャンル・カテゴリ区分」について、平成29年度も8月と2月に「雑誌分類認定委員会」を開催し更新・維持管理を行い、最新の一覧表をホームページに掲載した。

委員会開催の2か月前に各雑誌社のジャンル変更希望等を募り、1か月前から小委員会による現区分の見直しと仮認定作業を実施、その結果を本委員会に諮った。平成29年度は8月8日と2月15日に本委員会を開催し、認定を行った。

平成29年度 認定対象総数と内訳、電子版の割合（単位：誌）

内 訳	休刊等による削除	誌名表記変更	出版社名変更	ジャンル・カテゴリ変更	新規掲載	電子版の変更	電子版あり/掲載誌総割合
8月8日 認定対象総数 107	40	0	6	7	11	43	460/1,226 37.5%
2月15日 認定対象総数 80	34	1	8	2	13	22	468/1,205 38.8%

この「雑誌分類認定委員会」は、日本アドバタイザーズ協会の雑誌専門委員会委員長、日本雑誌協会の広告委員会副委員長、日本ABC協会の雑誌業務推進委員会委員長と副委員長、日本雑誌広告協会の広告問題対策委員会委員長と仮認定作業を担う雑誌分類認定小委員会委員（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、アサツー ディ・ケイ）で構成される。ただし、2月度委員長は雑誌専門委員長に代わり雑誌委員長が就任し、審議を行った。

また、2月度委員会にて「雑誌ジャンル・カテゴリ区分」の見直し、改定を進めることが決定した。作業期間は約1年とし、次回予定していた平成30年8月度の認定作業は休みとする。

なお、当委員会のもうひとつのテーマである「電子マガジン研究」も、日本雑誌協会と共同で実施していくことになっている。

8. 第53回海外研修団派遣 <企画委員会>

前回に続きアメリカのメディア最先端都市ニューヨークにおいて、「米国雑誌および雑誌広告の現状」「雑誌広告の広告効果」「コンテンツとデジタルの活用」などをテーマに研修を行なった。

24名の参加者（メンバーは後述＝社名・役職は研修時）は11月11日に羽田空港を出発し、7泊8日の全日程を終えて11月18日に羽田に帰国した。

出発前には3回の勉強会と国際セミナーなどの研修を実施した。

訪問先はアメリカ雑誌メディア協会（MPA）、広告調査財団（ARF）、インタラクティブ広告協議会（IAB）、エコノミスト社、Twitter社の5社。さらに米国テレビ広告研究の第一人者であるミッチ・オスカー氏とメディアコンサルタントのサラ・チャプ氏のレクチャーを受けるスケジュールとした。

アメリカ雑誌業界は雑誌とコンテンツの融合を具現化し、デジタル雑誌や動画配信、コンテンツビジネスを通じて得たデータを分析してオーディエンスの価値を有効にアピールしている。

雑誌コンテンツやデータを使ったビジネスチャンスの可能性、それを活かせるマーケットがあるからこそ、様々な投資もいとわない姿勢を肌で感じる事ができた。

帰国後は協会会報「雑誌広告」1月号においてレポートするとともに、パワーポイントで85ページの報告レポートを作成し、協会と各会員社内において発表することで、情報共有を行った。

今回も非常に多くの収穫を収め、お互いの交流も深めた有意義な視察だった。関係者には心より感謝したい。

【団 長】（部署・役職は実施時）

古川 仁 光文社 メディアビジネス局局长 兼 デジタル事業部長

【副団長】

平田重遠 電通 出版ビジネス・プロデュース局出版業務推進部シニア・マネージャー

藤川修一郎 博報堂DYメディアパートナーズ 雑誌局雑誌2部部長

【編集長】

木村昭延 日本雑誌広告協会 専務理事

【団 員】（申込順）

中村至孝 CCCメディアハウス メディア・プロモーション局広告1部

水川正雄 集英社 広告部次長

園岡 忍 新潮社 広告部

伊東 剛 講談社 ライツ・メディアビジネス局局次長

佐野佐和子 小学館 広告局広告営業室主任

須田智子 日之出出版 サファリ編集部副部長

山崎 淳 文藝春秋 メディア事業局メディア事業2部統括次長

大島正人 マガジンハウス 広告局メディアプロモーション部

孝橋茉莉江 ミツバチワークス クリエイティブ室マネージャー

熊倉正就 八重洲出版 I&D 事業部

龍舎圭介 ADK インターナショナル メディア本部メディア推進局

倉重美紀 アサツー ディ・ケイ コンテクトプランニング本部出版ビジネス局

阿由葉慎二 第一通信社 営業部門第3営業部課長

宮川真澄	博報堂 出版・コンテンツビジネス局プロデュース2部シニアアカウントディレクター
藤原智美	双葉通信社 業務推進部課長 マーケティンググループマーケティングチーム長
中村俊介	文化企画 企画営業1部部長
湯本英朋	東急エージェンシー 新聞・出版ビジネス局出版ビジネス部部長
横澤弘樹	電通 出版ビジネス・プロデュース局出版業務推進部シニア・マネージャー
青柳壮助	ビデオリサーチ コミュニケーション事業室コミュニケーション調査1部副主事
門田 浩	ビデオリサーチ 営業局第3営業部第1グループ課長

9. 雑誌広告の倫理向上のための活動状況 <倫理委員会>

1. 倫理セミナーの開催

倫理セミナー「広告審査のイチからわかる基礎講座－化粧品、医薬品、健康食品、病医院、通信教育－」を7月18日午後3時から4時30分まで、講師にアド・リーガルオフィス 林 功氏を迎えて、小学館 一ツ橋センタービル12階会議室で開催した。

主な内容は「景品表示法と広告」、広告の種類別に「化粧品・医薬部外品・医薬品」「医療機器」「健康食品」「医療」「あん摩、マッサージ、指圧、鍼、きゅう」「接骨院」「エステティックサロン」「カイロプラクティック・整体」「通信販売」を、雑誌広告掲載基準改訂第10版と照らし合わせながら解説、消費者庁や行政から指導や注意を受けた事例等を紹介した。会費は会員社3,000円、非会員社6,000円。44社114名の参加があった。

2. 脱毛施術広告について

医療機関とエステティックサロンでそれぞれ受けた脱毛施術により、やけどや痛み、ヒリヒリ感などの危害を受けたとする相談件数が増加していることを受け、独立行政法人国民生活センターは「なくなる脱毛施術による危害」を発表した。

この報道発表を受け、厚生労働省医政局総務課・医事課より、エステティックサロンの広告で医師法に抵触する施術や、法律に抵触する施術が行われた医療機関の広告に適正化に向けた対応や周知の依頼があったので、会員社へ周知した。

3. その他

◇4月14日第46回モニター懇談会を開催

倫理委員会の1年の活動を報告するとともに、消費者センターの相談員でもある各モニターからは、モニター誌の広告内容や消費者トラブルについて報告があり、意見交換した。

◇「倫理委員会発」No.409～No.419を発行

◇マスコミ倫理懇談会全国協議会「第61回全国大会」への参加

9月28日・29日の両日、長野市・ホテル国際21で「いま、メディアの信頼と役割は」をメインテーマに開催され、委員・事務局から4名が参加した。

◇東京都主催の講習会を案内

- 10月13日 「医薬品等広告講習会」福祉保健局健康安全部主催
- 10月27日・30日 「特定商取引法に関する講習会」生活文化局主催
- 11月7日 「景品表示法に関する講習会」生活文化局主催
- 12月13日 「健康食品取扱業者講習会」生活文化局、福祉保健局主催

平成 29 年度審査結果（平成 29 年 4 月～平成 30 年 3 月）
 審査判断一覧

年度	審査 件数	掲 載 不 可	掲 載 保 留	大幅改善 申入れ	改 善 申 入 れ	掲 載 注 意	問 題 な し
29 年度	419	20	1	3	200	118	77
	100.0%	4.8%	0.2%	0.7%	47.7%	28.2%	18.4%
28 年度	499	46	14	7	231	113	88
	100.0%	9.2%	2.8%	1.4%	46.4%	22.6%	17.6%

広告内容別ランキング

（ ）は昨年度順位

	広告の内容	29 年度 (件数)	%	28 年度 (件数)	%
1 (1)	健康食品・飲料（成分含む）	102	24.3%	119	24.0%
2 (3)	化粧品、薬用化粧品、トイレタリー	97	23.2%	104	20.8%
3 (2)	強壮食品・商品	54	12.9%	106	21.2%
4 (4)	クリニック（美容外科他）	48	11.5%	32	6.4%
5 (5)	性風俗	23	5.5%	17	3.4%
6 (6)	医薬品、医薬部外品、医療用品	13	3.1%	14	2.8%
7 (9)	健康商品・機器	12	2.9%	11	2.2%
8 (7)	連合（3社以上の連合広告）	11	2.6%	13	2.6%
9 (7)	占い	9	2.1%	13	2.6%
9 (14)	開運商品	9	2.1%	5	1.0%
11 (12)	美容商品（化粧品・食品等の連合含む）	7	1.7%	7	1.4%
12 (13)	ギャンブル（ロト6・パチンコ・競馬）	5	1.3%	6	1.2%
13 (19)	エステティックサロン	4	1.0%	2	0.4%
13 (一)	家屋、不動産	4	1.0%	0	0.0%
15 (9)	通信販売	3	0.7%	11	2.2%
15 (11)	飲料、嗜好品	3	0.7%	8	1.6%
17 (19)	水回り商品（浄水器等）	2	0.5%	2	0.4%
17 (23)	結婚情報サービス	2	0.5%	1	0.2%
17 (一)	ファッション	2	0.5%	0	0.0%
20 (一)	募集広告	2	0.5%	0	0.0%
20 (14)	金融（金融、証券、会員券等）	1	0.2%	5	1.0%
20 (17)	家電	1	0.2%	3	0.6%
20 (19)	弁護士、司法書士	1	0.2%	2	0.4%
20 (23)	学校、専門学校、塾、団体	1	0.2%	1	0.2%
20 (23)	整体・マッサージ	1	0.2%	1	0.2%
20 (23)	食器、調理器具	1	0.2%	1	0.2%
20 (一)	旅行	1	0.2%	0	0.0%
	その他	0	0.0%	15	3.0%
	合計	419	100.0%	499	100.0%

10. 雑誌広告のPRを研究 <PR委員会>

雑誌広告のPRのために、広告主の宣伝部や事業部の担当者、広告会社のプランナー向けに配信するB to BのためのCMSサイト（仮称「雑誌PRサイト」）を、日本雑誌協会と合同で作成するために協議した。

このサイトは、雑誌の広告出稿を促進することを目的に、スマートフォンに対応した、広告関連の最新情報が入手できるキュレーションサイトとする。内容は最新の雑誌やイベントなどの情報、編集長のコメントや広告企画、効果を紹介する記事等であり、更新は協賛各社が対応する。このような仕様で主要各社にヒヤリングをしながら意見の集約を図った。

その結果、会員社が自社サイトを運営していることを踏まえ、広告主がリピートし続けるコンテンツを作成できるか、専任スタッフがいないためSNSに対応した技術や、効果的な最新情報を出し続けることができるかなど課題も多く、今回の提案は見送ることとなった。

11. スキルアップセミナー開催と雑誌広告デジタル送稿推進協議会(デジ協)活動への協力 <取引・作業合理化委員会>

1. 「スキルアップセミナー」の開催

第3回スキルアップセミナーは11月17日午後3時から4時30分まで「ARから見るメディアの未来」と題し、小学館 一ツ橋センタービル12階会議室で開催した。講師は川田十夢氏（開発者：開発ユニット“AR3兄弟”長男）。最新テクノロジーの中で、特に雑誌、雑誌広告に活用できる新しい事例の数々をビジュアルデータを中心に解説した。会費は会員社3,000円、非会員社6,000円。32社97名が受講した。

2. デジ協活動への協力

当協会と日本雑誌協会、日本広告業協会の3協会で開催する雑誌広告デジタル送稿推進協議会（デジ協）は、デジタルSEND社と連携し、オンライン送稿のより一層の促進施策を実現させるための検討を進めた。

また、JMPAカラー委員会が検討していた新バージョン「JMPAカラー2018」について、12月にホームページ「雑誌デジ送ナビ」にリリースを掲載した。

12. 雑誌広告の国際的な調査・研究のための活動 <国際委員会>

1. 国際セミナーを2回開催

◇「コンデナスト・ジャパンのデジタル戦略～デジタルトレンドに対し、どう向き合いどう対応していくか」を7月5日午後1時30分から3時まで、コンデナスト・ジャパン デジタルビジネス担当副社長 新井 良氏を講師に招き、マガジンハウス7階会議室で開催した。VOGUE、GQなどデジタルメディアを積極的に展開し、動画を含めたデジタルコンテンツ制作を手がける同社の、デジタルトレンドに対する考え方、現在の組織のありよう、さらに今後の課題について話があった。講演終了後、多くの質問が寄せられ関心の高さを物語った。会費は会員社3,000円、非会員社5,000円。32社116名の参加があった。

◇「アメリカ雑誌広告の最新事情～逆風を跳ね返す戦略」を、10月16日午後3時から4時30分まで、3回にわたり国際レポートを会報にも報告いただいているニューヨーク在住ジャーナリスト津

山恵子氏を講師に招き、講談社 N-201 会議室で開催した。モバイル・ファーストのアメリカの消費者に対し、雑誌社が取組む対応にデジタル広告が増えていることなどの紹介があった。会費は会員社 3,000 円、非会員社 6,000 円。35 社 109 名の参加があった。

2. 海外広告レポート

津山恵子氏のレポートによる「最新米出版社のミレニアル世代へのアプローチを考える WEB メディアへの取り組み方」を会報 7 月号に掲載した。ツイッターなどのソーシャルメディアを駆使してドナルド・トランプ大統領が誕生したように、その重要性が増していることを強調。モバイル・デジタルに対応して広告売り上げを伸ばす米出版社を報告している。

1 3. 会報「雑誌広告」の発行状況 <会報編集委員会>

平成 29 年 4 月号 (No. 732) から平成 30 年 3 月号 (No. 743) まで、毎月 1 日を発行日に 8 ページ建てを 11 回、40 ページ建てを 1 回、合計 12 回発行した。

40 ページ建ては 11 月号 (No. 739) の「第 60 回日本雑誌広告賞特集号」で、入賞した 31 作品とともに審査委員の講評を掲載した。また、11 月の海外研修団派遣については 1 月号 (No. 741) 「第 53 回 JMAA 海外研修団アメリカ研修レポート特集号」とし、参加者の研修報告を掲載した。通常号の「最前線」は、企画委員会と広告問題対策委員会、会報編集委員会で小委員会を構成し、取材候補として選んだ広告主のインタビュー記事を掲載。特集は該当月号の担当会報委員が企画を発表し、討議した内容で作成した。

「第 60 回日本雑誌広告賞特集号」の表紙はオリコムによる無償提供の作品である。11 月・12 月の特集号を除く通常号の表紙は、長場 雄氏の作品。

発行部数は、平成 29 年 4 月号・7 月号が 2,250 部、5 月号・6 月号と 8 月号～10 月号及び 12 月号が 2,200 部、1 月号研修団レポート特集号が 2,300 部、2 月号・3 月号が 2,150 部。11 月広告賞特集号は 3,000 部作成した。

また、ホームページで「最前線」を公開していた「会報『雑誌広告』」のページをリニューアル、平成 30 年 4 月号から会報通常号の全ページを電子版として公開することとした。なお、11 月広告賞特集号は講評ページも掲載する予定。

本年度末における配本内訳は表の通りである。

会報配布先	社 数	部 数
雑誌発行社	81 社	605 部
広告会社	94 社	597 部
会員社 (追加分)	9 社	136 部
会員外	3 社	3 部
関係団体 広告主	}	649 部
寄稿家		70 部
予備		90 部
合計		2,150 部

14. 各種の刊行物

- ① 2018年版「雑誌広告掲載料金表」
3,250部を12月中旬に刊行、予約申込みの会員社に頒布した。
頒布価格は980円。
- ② 日本雑誌広告協会「会員名簿」
2017年7月1日現在の雑誌発行社81社、広告会社98社の正会員、
賛助会員を記載し全会員社に配布した。

15. 平成29年度中の新入会社・退会社

<入会会員>敬称略

社名	正会員	賛助会員
1月		
株式会社 からだにいいこと	代表取締役会長 佐久間 省吾	感動創造事業部主任 長谷川 知里

<退会会員>敬称略

社名	正会員	賛助会員
9月		
株式会社 東興社	代表取締役社長 本多 俊彦	取締役営業企画部長兼媒体担当 宇留島 滋
株式会社 日本廣告社	代表取締役社長 波岡 修	代表取締役会長 江島 祥仁 取締役 蓮沼 周一 媒体部長 小野崎 健
株式会社 ヘルム・エージェンシー	代表取締役 三宅 聡一郎	
株式会社 告大社	代表取締役社長 上野 芳樹	営業推進部 今野 敏朗
12月		
株式会社 青春出版社	執行役員雑誌業務推進本部長 兼雑誌・広告部長 池田 和浩	広告部係長 野村 暁
3月		
株式会社 女性モード社	代表取締役社長 寺口 昇孝	
株式会社 実業之日本社	執行役員編集本部長 芦沢 泰仁	編集本部アウトドアグループ次長 舘 かおり
E-グラフィックスコミュニケーションズ株式会社	第2営業本部アカウントプランニング局主管 国吉 努	代表取締役社長／CEO 島田 哲夫 取締役第2営業本部部長 横溝 恵子
株式会社 サイドエー	代表取締役 伊藤 隆行	出版企画部長 田口 浩次
株式会社 三幸商会	取締役会長 早川 勢津子	代表取締役社長 早川 恵子
株式会社 スタンダード通信社	メディア事業開発本部本部長 稲垣 博充	メディアプランニング局 Media Director 六郷 泰志
株式会社 大進	代表取締役社長 城山 静香	取締役媒体部長 黒澤 真理子

16. 平成29年度 年度末の会員社数と会員数

	社 数	会 員 数
雑誌発行社	79社	355名
広告会社	89社	305名
計	168社	660名