

平成 30 年度＜事業報告書＞

＜はじめに＞

2018 年（平成 30 年）の紙の雑誌の販売額は 5,930 億円、前年比 9.4% 減だった。また電子雑誌も、「d マガジン」の会員数減少の影響もあり、同 9.8% 減となった。（出版科学研究所調べ）

一方、電通の「2018 年 日本の広告費」によれば、総広告費は 6 兆 5,300 億円（前年比 102.2%）で、7 年連続のプラス成長だという。しかし、マスコミ四媒体の広告費は 2 兆 7,026 億円（同 96.7%）で 4 年連続で減少した。なかでも「雑誌広告費」は 1,841 億円（同 91.0%）と、苦戦を強いられている。数字は厳粛に受け止めなければならないが、反面明るい兆しも見えている。

インターネット広告費は引き続き好調で、総広告費の成長を牽引している。初公表されたマスコミ四媒体由来のデジタル広告費も急速に成長しており、雑誌デジタルは 337 億円と金額は小さいものの大幅な伸長が見られた。主要出版社では、デジタル広告の売上げが広告売上げ全体の 40～50% になるところもあり、デジタルメディアへのシフトが大きく進んだ。

この傾向は今後も続くと思われるが、出版社系デジタルメディアのコンテンツの質の高さや SNS の活用、イベントとの連動など、出版コンテンツの価値がクライアントに認められた結果とも言える。さらに従来からある紙媒体と組み合わせるなどして、その強みをさらに高める動きがより顕著になった。

時代はまさに構造変化の真ただ中にある。協会としてもその動きをいち早く的確にとらえて対応すべく、様々な活動を行った。「電子雑誌広告タスクフォース」の立ち上げ、雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」の改良、「雑誌ジャンル・カテゴリ区分」の改定など、新年度も引き続き推進する予定である。また、今後も時代にあわせた協会の運営方法を再検討し、各委員会活動にも反映していきたい。

1. 第 73 回「定時総会」開催

第 73 回定時総会が平成 30 年 5 月 24 日午後 1 時から木村昭延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。木村専務理事の開会の辞に続いて、堀内丸恵理事長（集英社 代表取締役社長）が議長となり議事に入り、議事録署名人には中村 誠氏（日本文芸社 代表取締役社長）、岡田聡志氏（博報堂マグネット 代表取締役社長）を選任した。続いて木村専務理事が平成 29 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鈴木（藤田）基予氏（小学館 取締役広告局担当）が何れも正確である旨の報告を行なった。次に平成 30 年度事業計画案、同収支予算案について木村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。

続いて理事選任の件に入り、現理事の田中 恵、新開 隆、山北太一、赤塚公一郎、月野木麻里、富田雅久、小島尚隆の 7 氏が会社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、鈴木基予、境 富士夫、橋爪義人、鶴留伸二、奥田建蔵、加藤浩志、竹内（大津）絵里子の 7 氏の候補者を紹介。質問、意見などを諮ったが発言がなく、本候補の理事選任への可否を諮り、異議なく承認可決された。

同時に、現監事の鈴木基予氏から監事を辞任する旨の届出があり、その補欠として後任監事を選任する旨を述べ、田中 恵氏を候補者として紹介し、同様に承認可決された。午後 1 時 30 分、定時総

会を終了した。

その後、佐渡島庸平氏（コルク 代表取締役社長）の「デジタル時代の『作家・漫画家』と『ファン』と『編集者・出版社』の幸福な関係」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った。堀内丸恵理事長の挨拶があり、午後4時、盛況裡に散会した。

2. 「臨時総会」開催

平成30年10月25日午後1時30分から木村昭延専務理事司会のもと、日本出版取次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165名のうち、出席者22名・委任状82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、議事録署名人に細野敏彦氏、境 富士夫氏を選任。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、現理事の西川清史氏、飯田富美男氏の2名が、社内の異動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、石井潤一郎氏、三谷（横山）恵子氏の2名の候補者を紹介した。質問、意見を諮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40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31年1月8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400名を超えた。

4. 第61回「日本雑誌広告賞」表彰会開催 <広告賞運営委員会>

第61回「日本雑誌広告賞」表彰会を平成30年11月6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24社に対し、<金賞>15点、<銀賞>15点、計30点の賞状を贈った。続いて<経済産業大臣賞>の賞状を、大臣代理・岸田篤範氏（経済産業省 コンテンツ産業課長補佐）から、バレンシアガジャパンに贈った。また<総合賞>は2年連続で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。最後にプリモ・ジャパンに対し、<広告賞運営委員会特別賞>を贈った。

表彰会は藤田基予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、続いて佐々木 宏審査委員長から審査の経過報告を行った。各賞表彰に続いて、経済産業省 コンテンツ産業課長補佐 岸田篤範氏・日本アドバイザーズ協会 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 聡氏とバレンシアガジャパン 代表取締役CEO 金子 信隆氏が謝辞を述べた。

引き続き別会場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600名に達した。

本年度の広告賞の作品提出数は2,751点で、これらの作品について7月26日、当協会役員社を代表する43名の選考委員が厳正な協会選考を行ない、229点を選出した。その中から9月4日L E V E L X X Iで下記7名の審査委員により入賞作品を決定した。

○審査委員長=佐々木 宏 (クリエイティブディレクター)、審査委員=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)、中井美穂 (フリーアナウンサー)、田中宏樹 (前年度総合賞代表 パナソニック ブランドコミュニケーション本部宣伝部クリエイティブ推進室主幹)、佐藤 圭 (日本アドバタイザーズ協会 雑誌委員会委員長)、中村理一郎 (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)

ノルウェー水産物審議会 (金1)、ポーラ (金1・銀1)、ドルチェ&ガッバーナ (金1)、パナソニック (金2・銀3・総合賞)、セコム (金1)、ルミネ (金1)、ザ クリーム オブ ザ クロップ アンド カンパニー (金1)、コンバースフットウェア (金1)、トヨタ自動車 (金1・銀1)、大和ハウス工業 (金1)、内閣府 (金1)、三和酒類 (金1)、バレンシアガジャパン (金1・大臣賞)、ワコールホールディングス (金1)、オンワードグローバルファッション (銀1)、せとうちクルーズ (銀1)、日本たばこ産業 (銀1)、イプサ (銀1)、ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク (銀1)、ベツダイ (銀1)、相鉄ホールディングス (銀1)、農林中央金庫 (銀1)、エルメスジャポン (銀1)、ヨックモック (銀1)、プリモ・ジャパン (広告賞運営委員会特別賞)

5. 第5回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、平成27年9月に第3回目、続いて平成29年2月に第4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、ADKマーケティング・ソリューションズ)、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。続く第5回調査も同じく春の調査とし、平成30年2月26日から4月末日までの発売号を対象として調査を実施した。前回よりも参加誌も増え、23社、13ジャンル38誌となった。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。

本調査の結果は平成30年10月にリリース発表し、11月に参加出版社への報告会および勉強会を実施した。

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. 第3回「ステップアップセミナー」開催 〈企画委員会〉

ビギナーからベテランまで、より実践的に活用できるセミナーとして好評の「ステップアップセミナー」も今回で3回目となった。定員100名の募集としたが35社、132名で締め切った。出版社の通販事業、メディア環境分析と予測、SNS活用事例などに関する3講座を展開した。

日時：平成30年6月13日午前10時30分～午後3時45分

場所：講談社 N201 会議室

会費：9,000円（昼食、飲料、資料）

【プログラム】（部署・役職はセミナー開催時）

—午前10時30分 開講—

*司会進行 水本九州男氏（KADOKAWA 営業2部部長）

開講挨拶 日本雑誌広告協会副理事長

森 武文氏（講談社 取締役相談役）

第I講 「私たち、本気で通販やっています！」

集英社 ブランド事業部部長代理 小倉千絵氏

第II講 「情報のデジタル化から、生活のデジタル化へ」

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所主席研究員 加藤 薫氏

第III講 「バズるか死ぬか」

B u z z M a c h i n e 栗林和明氏

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）

—3時45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〉

平成30年2月度第22回「雑誌分類認定委員会」での「雑誌ジャンル・カテゴリ区分」改定の決定を受け、現在の出版状況に合う改定案を4月から検討。平成30年8月7日第23回委員会で改定案を承認し、10月から当協会、日本雑誌協会、日本ABC協会の3協会加盟雑誌発行社に調査を依頼した。改定のポイントは次の通り。

- ① 性別を大前提に細分化された146区分を62区分とする。
- ② 紙媒体だけでなく紙媒体の無い電子雑誌とWEBマガジンもデータに組み込む。
- ③ 雑誌コンテンツの活用に伴い、読み放題やSNS等への展開を調査する。

今回の改定による各調査内容をもとに、まずはデータベースを作成することに注力。改定後初めての新規掲載希望、ジャンル変更希望、調査データ等について、平成31年1月22日に雑誌分類認定小委員会による仮認定作業を実施、2月13日第24回委員会にその結果を諮った。新規掲載は78誌（紙媒体56誌、電子雑誌3誌、WEBマガジン19誌）、ジャンル・カテゴリ変更は紙媒体13誌、休刊による削除は紙媒体85誌であった。また、紙媒体の電子版率は53.8%だった。そして、新規調査内容

は下記の通り。

調査内容の内訳

単位：誌

削除後総数	読み 放題	WEB サイト	Face book	Twitter	You Tube	LINE	Insta gram	雑誌 アプリ	メール マガジン	読者 組織	EC
986 内訳：紙媒体 964 電子雑誌 3 WEB マガジン 19	168	272	304	390	73	121	195	101	154	78	68

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委員会副委員長、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、ADKマーケティング・ソリューションズ）で構成される。

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。

8. 第54回海外研修団派遣 <企画委員会>

ここ数年間アメリカのメディア先端都市ニューヨークでの研修が続いたが、独自の文化と流通機能を有するヨーロッパから学ぶべきことも多いことから、第54回はイギリスとドイツを研修先として企画した。ヨーロッパへの研修団派遣は10年ぶりとなる。

23名の参加者（メンバーは後述＝社名・役職は研修時）は平成30年11月10日に羽田空港を出発し、7泊8日の全日程を終えて11月17日に羽田に帰国した。

出発前の事前研修として2回の勉強会を実施した。

イギリスでの訪問先は国際雑誌連合（FIPP）、英国雑誌協会（PPA）、Amplifi社（電通イメージスグループ）、デニス社（出版社）、エコノミスト社（出版社）、TIメディア社（旧タイムインク社）の6社。ドイツではMedia Group Medweth社（出版社）を訪問した。

イギリスとドイツの雑誌業界は雑誌と信頼性のあるコンテンツの融合を具現化し、雑誌ブランドにひもづくイベント、購読者とのクラブなど、読者に深くささり、繋がるための取り組みを推進している。物販や番組制作、Eコマースなどそれぞれに独自のビジネスを展開する。

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60ページを超える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）

田中 恵 集英社 常務取締役

【副団長】

増田みずき 電通 出版ビジネス・プロデュース局 出版業務推進部

榎本洋行 博報堂DYメディアパートナーズ 雑誌局業務推進2部

【編集長】

鈴木 深 小学館 広告局シニアマネージャー

【団員】(申込順)

長沼博宣 CCCメディアハウス メディア・プロモーション局

川上慎太郎 集英社 広告部デジタルプロデュース課課長代理

栗田久隆 新潮社 広告部主任

大矢真史 講談社 第1事業局コミュニケーション事業第1部副部長

小澤昌弘 光文社 メディアビジネス局広告部副部長

成井 毅 日之出出版 取締役広告部部長

井村圭佑 文藝春秋 メディア事業局メディア事業2部統括次長

麻坂博史 マガジンハウス 広告局メディアプロモーション部メディアディレクター

大島 優 ミツバチワークス 第7事業部企画／編集

松村健吾 八重洲出版 広告営業部主任

並河 圭 ADKマーケティング・ソリューションズ 出版ビジネス局局长

吉岡 真 第一通信社 第5営業部副部長

土屋由加子 博報堂 出版・エンタテイメント営業局プロデュース4部

和田智一 双葉通信社 業務推進部課長メディアグループ長

山本毅直 文化企画 企画営業3部部長

池田孝之 徳間書店 メディア・ソリューション局局长

藤生康孝 東急エージェンシー 出版ビジネス部スーパーバイザー

青柳壮助 ビデオリサーチ メディアコミュニケーション部副主事

岸 斉史 ビデオリサーチ 第3営業部課長

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

適正な化粧品広告のポイントを解説するセミナーを平成30年5月28日午後3時～4時45分まで、集英社 アネックスビル8階会議室で開催した。

第1部は倫理委員の大川一郎氏から「ここに注意！化粧品広告 審査のポイント」と題して、注意事項やNG表現などの3大ポイントを解説。第2部は日本化粧品工業連合会 広告宣伝委員会の鈴木一美氏より、「化粧品広告のルール-薬機法に触れないためのポイント」と題して、昨年改正した「化粧品等の適正広告ガイドライン2017年版」を基に、改正医薬品等適正広告基準に適用するルールについても具体的に説明があった。第3部は再び大川氏より、「化粧品広告 審査の実例ポイント解説」として、消費者庁や倫理委員会が判断した広告の実例をとおして、法律に抵触する表現を指摘した。参加者は39社93名。

2. 法律の改訂に伴う追補版小冊子の作成または案内

◇「医療法」、「医療法施行規則」の改正（平成30年5月8日）また、「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に関する指針（医療広告ガイドライン）」（平成30年6月1日）の改訂に伴い、雑誌広告掲載基準の一部を修正し、冊子にまとめ配布した。

◇「個人情報保護法」（平成29年改正）を冊子にまとめ配布した。

- ◇「医薬品等広告に関する適正な監視指導について（Q&A）」（平成30年8月8日）を会員社に案内した。
- ◇「消費者契約法の一部を改正する法律」（令和元年6月15日施行）の改訂主旨を会員社に案内した。

3. その他

◇第47回モニター懇談会を開催

平成30年4月17日、午後1時30分～3時まで「モニター懇談会」を開催した。倫理委員会からは1年の活動と審査結果を報告、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.420～No.430を発行

◇東京都主催の講習会を案内

- 10月11日 「医薬品等広告講習会」福祉保健局健康安全部主催
- 10月23日・26日 「特定商取引法に関する講習会」生活文化局主催
- 10月31日 「景品表示法に関する講習会」生活文化局主催
- 12月12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 30 年度審査結果（平成 30 年 4 月～平成 31 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
30 年	440	12	0	2	184	156	86
	100.0%	2.7%	0.0%	0.5%	41.8%	35.5%	19.5%
29 年	419	20	1	3	200	118	77
	100.0%	4.8%	0.2%	0.7%	47.7%	28.2%	18.4%

広告内容別ランキング

（ ）は昨年度順位

	広告の内容	30 年度 (件数)	%	29 年度 (件数)	%
1 (2)	化粧品、薬用化粧品、トイレットリー	101	23.0%	97	23.2%
2 (1)	健康食品・飲料（機能性食品含む）	77	17.5%	102	24.3%
3 (3)	強壮食品・商品	67	15.2%	54	12.9%
4 (4)	クリニック（美容外科他）	55	12.5%	48	11.5%
5 (5)	性風俗	24	5.5%	23	5.5%
6 (—)	食品	14	3.2%	0	0.0%
7 (8)	連合（3 社以上の連合広告）	12	2.7%	11	2.6%
7 (20)	金融（FX、証券、不動産投資等）	12	2.7%	1	0.2%
9 (9)	開運商品	11	2.5%	9	2.1%
10 (15)	通信販売	8	1.8%	3	0.7%
11 (6)	医薬品、医薬部外品、医療用品	7	1.6%	13	3.1%
11 (9)	占い	7	1.6%	9	2.1%
13 (12)	ギャンブル（ロト 6・パチンコ・競馬）	6	1.4%	5	1.2%
13 (15)	飲料、嗜好品	6	1.4%	3	0.7%
15 (11)	美容商品（化粧品・食品等の連合含む）	5	1.1%	7	1.7%
16 (7)	健康商品・機器	4	0.9%	12	2.9%
17 (13)	住宅・不動産	3	0.7%	4	1.0%
17 (17)	ファッション	3	0.7%	2	0.5%
17 (20)	食器・調理機器	3	0.7%	1	0.2%
19 (13)	エステティックサロン	2	0.5%	4	1.0%
19 (20)	整体・マッサージ	2	0.5%	1	0.2%
19 (—)	通信教育	2	0.5%	0	0.0%
19 (—)	精密機器	2	0.5%	0	0.0%
19 (—)	電力	2	0.5%	0	0.0%
23 (20)	家電	1	0.2%	1	0.2%
23 (20)	旅行	1	0.2%	1	0.2%
23 (—)	企業広告	1	0.2%	0	0.0%
23 (—)	工芸品	1	0.2%	0	0.0%
23 (—)	寝具	1	0.2%	0	0.0%
	その他	0	0.0%	8	1.9%
	合計	440	100.0%	419	100.0%

10. 雑誌広告・印刷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. 2018 雑誌広告・印刷セミナーの開催

2018 雑誌広告・印刷セミナーを平成 30 年 9 月 18 日午後 2 時 30 分から 5 時 15 分まで「雑誌広告・印刷の基礎から最新テクノロジーまで～紙面から売場までのカスタマーエクスペリエンス～」と題し、大日本印刷の協力のもと、DNP 市谷佐内町ビル 多目的ホールで開催した。講義は 2 部形式で 1 部は「印刷の基礎から最新テクノロジーまで」で、講師は大日本印刷の専門部署の方をお願いした。2 部は「雑誌広告の基礎 事例&展望」で、講師は ADK マーケティング・ソリューションズ 堀埜伸二氏。会費は会員社 3,000 円。37 社 104 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 協会運営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、オンライン送稿の安定した活用のため情報交換をおこなった。

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」の切り替えに際し、4 月 25 日に説明会を開催、旧バージョンとの併用期間（6 月から 12 月まで）を設け、1 月に完全切り替えとなった。

11. 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. 国際セミナーを開催

平成 30 年 7 月 18 日午後 1 時 30 分～3 時まで、ビー・エム・ダブリューの BMW ブランド・マネジメント ディーラー・マーケティング・プランナー 佐伯太郎氏と、ブランド・コミュニケーション ICM 秋友博道氏を招き、「BMW のメディア戦略と雑誌」と題し、ダイヤモンド社 9 階会議室でセミナーを開催した。

BMW はプレミアムブランドとして、ラグジュアリーな価値観を共有できる消費者をターゲットとしているが、その消費者はラグジュアリーな雑誌の世界観に共鳴する読者と共通項が多い。今後はそのターゲティング・コミュニケーションを活かし、雑誌だけではなく、SNS などの電子メディア、他業種、イベントなどのコラボレーションの提案をいただきたいと、期待する声があった。終了後活発な質疑応答が行われ、盛況裡に終了した。33 社 92 名の参加があった。

2. 国際レポート

米国在住のコメンテーター、メディア・ジャパン・ネットワーク代表 渡邊卓哉氏による「デジタル時代を生き抜く、米国出版社の取り組み」を会報 7 月号に掲載した。米出版社の戦略について分析、定期購読を積極的に推進し、特化した良質のコンテンツで購読料を値上げした『エコノミスト』や、イベントによる収入増に成功している「フォーブス」、プラットフォームを横断して、SNS、Eメール、CMS などの様々なデータを分析し、インテント情報の強化を図っているメレデイス社などを報告している。

12. 会報「雑誌広告」の発行状況 <会報編集委員会>

平成30年4月号（No.744）から平成31年3月号（No.755）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.751）の「第61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平成31年1月号（No.753）「第54回JMAA海外研修団レポート特集号」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61回日本雑誌広告賞特集号」の表紙はジェイアール東日本企画による無償提供の作品である。11月・1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30年4月号・5月号が2,150部、6月号～10月号及び12月号と平成31年2月号・3月号が2,100部、1月号研修レポート特集号が2,200部。11月広告賞特集号は2,700部作成した。

また、ホームページで「最前線」のみを公開していた「会報『雑誌広告』」のページをリニューアル、4月号から会報通常号の全ページを電子版として公開した。なお、11月広告賞特集号は講評ページを掲載した。

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	77社	586部
広告会社	87社	562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	}	648部
寄稿家		70部
予備		95部
合計		2,100部

13. 各種の刊行物

- ① 2019年版「雑誌広告掲載料金表」
2,800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」
平成30年7月1日現在の雑誌発行社79社、広告会社89社の正会員、賛助会員を記載し全会員社に配布した。

14. 平成30年度中の新入会社・退会社

<退会会員>敬称略

社名	正会員	賛助会員
9月		
株式会社少年画報社	広告課課長 菱山 岳昭	広告課次長 吉沢 周一
毎日新聞出版株式会社	企画管理本部長 河田 巧	企画管理本部次長 村井 浩之
不二広告株式会社	代表取締役 平林 将宏	
10月		
大協広告株式会社	代表取締役社長 前田 豊	
3月		
株式会社サンヨー	代表取締役 松本 正治	媒体部長 石川 剛志
株式会社セブン&アイ出版	執行役員編集本部本部長 石塚 明夫	パブリッシング事業部 マーケティング部部长 佐藤 信二
株式会社ぶんか社	代表取締役 大森信太郎	第二編集部課長 大川 裕之
株式会社電通イースリー	エクペリエンス 橋爪 義人 デザイン局局长	同部長 松本 俊彦 同ディレクター 柿添 知昌 同ディレクター 日野 拓哉
株式会社ナンバー・ツー	代表取締役 池田 雄一	専務取締役 籾内 麻里 ディレクター 原田 敦子
株式会社ブレンズ	代表取締役社長 森永 敏之	

15. 平成30年度末の会員社数と会員数

	社 数	会 員 数
雑誌発行社	75社	343名
広告会社	83社	293名
計	158社	636名