

令和2年度事業計画

◆協会のサービス、機能、事業、データなどを再検討し、各委員会活動内容に反映させる。
理事会や委員会の運営、開催頻度などについても検討を行う。

1. 法規に反する広告の改善や不良広告の排除に努めるなど、雑誌広告の倫理に関する活動を活発に推進する。(倫理委員会)
2. 雑誌広告のPRを積極的に展開する。(PR委員会)
有効性のあるPR活動の研究と実施。(日本雑誌広告賞入賞作品の展示およびセミナーの実施。)
3. 雑誌広告デジタル送稿推進協議会が実行している、完全オンライン化へのさらなる協力及び啓蒙を行うほか、取引・作業合理化及び活性化のための課題を検討し実施する。(取引・作業合理化委員会)
4. 雑誌広告に関する諸問題を抽出し具体的な対策を検討する。(広告問題対策委員会)
電子マガジンの展開に伴い、取り巻く課題について整理・検討する。
5. 「日本雑誌広告賞」の運営と年次表彰を行う。(広告賞運営委員会)
第63回「日本雑誌広告賞表彰会」の開催。
6. 会報「雑誌広告」〔日本雑誌広告賞特集号を含む〕を発行する。(会報編集委員会)
7. 海外の雑誌広告事情を研究調査しセミナーを開催する。(国際委員会)
海外のメディアを中心にしたビジネス事情を報告。(会報7月号)
8. 海外研修団を派遣する。(企画委員会)
研修内容が海外事情の吸収やデジタルの取り組みなど多岐にわたるため、他委員会との連動も検討。海外派遣だけでなく海外のキーパーソンの招聘も選択肢に入れる。
9. 2020年版「会員名簿」、2021年版「雑誌広告掲載料金表」を発行する。(企画委員会)
10. 雑誌広告関連の各種セミナーを検討する。(テーマ別に各委員会が担当)
関連団体と組んだ大型セミナー、協賛社獲得および運営体制の検討を行う。
11. 「雑誌広告価値検証プロジェクト」を推進する。(企画委員会)
雑誌広告効果測定調査「M-VALUE」を含めた雑誌広告価値向上のための調査や研究を推進する。
12. 調査研究活動を推進するとともに諸資料を作成する。(テーマ別に各委員会が担当)
13. 各デジタル課題への対応
各委員会や関連団体と連携し、デジタル化に対する課題の抽出(電子雑誌における広告評価、広告理論、ソーシャルメディアにおける免責事項など)と協会内の方針策定を決定し推進する。
「電子雑誌広告タスクフォース」の活動を推進し、取引ガイドラインの改訂やルール策定を実施、関連企業、関係団体との連携や説明会を行う。