

令和3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推進する。(倫理委員会)
2. 有効性のある雑誌広告P R活動の研究と実施。
第63回「日本雑誌広告賞」入賞作品のP R活動。(P R委員会)
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。
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。(広告問題対策委員会)
5. 「日本雑誌広告賞」の運営と年次表彰を行う。
第63回「日本雑誌広告賞表彰会」の開催。(広告賞運営委員会)
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. 広告主のグローバルなマーケティング戦略や、雑誌に関連する海外の広告事情を研究するセミナーを開催する。
海外のメディアを中心としたビジネス・事業を報告する。(国際委員会)
8. 海外研修団の復活に備える。
新しい日常の定着を見据え、海外研修の復活に向けて内容を検討する。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、国際委員会などとも連動を検討。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。(企画委員会)
9. 2021年版「会員名簿」、2022年版「雑誌広告掲載料金表」を発行する。(企画委員会)
10. 「雑誌広告価値検証プロジェクト」を推進する。
「新M—V A L U E」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。(企画委員会)
11. 雑誌広告関連の各種セミナーを検討する。
関連団体と組んだ大型セミナー、協賛社獲得およびウェビナー対応を含め運営体制の検討を行う。(テーマ別に各委員会が担当)
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. 各デジタル課題へ対応する。
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(電子雑誌や雑誌由来のデジタルコンテンツにおける広告評価、広告価値の再定義)と協会内の方針を策定し推進する。
「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を策定、関連企業、関係団体との連携や説明会を行う。
協会ホームページの改訂を検討する。(テーマ別に各委員会が担当)