

一般社団法人 日本雑誌広告協会への入会のメリット

① 会員社相互の交流が増え、ビジネスチャンスが広がります

日本雑誌広告協会には年3回の会員交流の場があります。1月の新年会、5月の定時総会後のパーティ、11月の日本雑誌広告賞表彰会後のパーティです。このパーティが会員同士の知り合う場、ビジネスチャンス場となっています。特に5月に行われる定時総会のパーティは新入会員社の方々にとってチャンスです。当協会会員社がほとんど出席する会場で、新会員社としてご紹介するからです。ここでの出会いが後に役に立ったという声を良く聞きます。

② 社会的地位が上がります

当協会への加盟には会員社2社（うち1社は役員社）の推薦が必要なため、安定的な事業を行っている会社のみが加盟できます。そのため、雑誌広告協会加盟を広告会社の口座開設の新設基準にしている雑誌社もあります。また、自社のホームページに協会加盟を表記することも可能です。

③ 倫理情報が定期的に届きます

いまや広告の倫理問題は大きなテーマです。当協会では倫理委員会で広告倫理について毎月審査しており、最新の審査情報を「倫理委員会発」として毎月正会員宛にメールにて送っています。メールで送られてくるため社内の倫理関連部署などへ送ることができ、最新情報の社内共有が容易です。また、広告の作成や審査のとき、掲載の参考となる法律、通達や業界の自主基準を客観的にまとめ、紹介した「雑誌広告掲載基準 改訂第10版」（会員社1, 836円、会員外3, 564円）は初心者からベテランまで、分かりやすい実用書としてご利用いただける一冊です。事務局では、掲載原稿の倫理問題について会員社からの問い合わせにも日常的に答えているほか、会員社を対象にした倫理講習会も定期的に行っています。

④ 日本雑誌広告賞へエントリーできます

日本雑誌広告賞は昭和33年に創設された、雑誌広告のみを扱う唯一の歴史ある賞で、経済産業省の後援を得ています。この賞は協会加盟雑誌発行社のみが作品をエントリーすることができ、受賞は広告主にとって大きな荣誉であるとともに、雑誌広告に対する評価と表現手法等の質の向上に繋がります。

また、受賞を機に広告主との更なる関係強化に繋がり、営業上のプラスになります。

⑤ 雑誌広告と業界の動向がつぶさにわかります

毎月届く会報の『雑誌広告』で、雑誌広告及び業界で起こっていることや話題が入手できます。出広する際のポイント、成功事例などを広告主が語るコラム「最前線」が評判です。また、毎月の特集では、統合コミュニケーション、デジタル、雑誌価値、販売など、広い視野で雑誌広告や業界の動向を取り上げます。さらに、「日本雑誌広告賞特集号」となる11月号では、受賞作品の紹介や講評、1月号の「JMAA 海外研修団レポート」には、海外研修参加者のホットなレポートが掲載されます。

⑥ 各種セミナーを開催しています

- ❖ ステップアップセミナー：基礎から最先端情報までを学ぶ「新任セミナー」として、6回開催し好評を得ておりましたが、平成28年から名称を「ステップアップセミナー」とし、ターゲット幅を拡大、より実践的な内容としました。今年度の講義は「雑誌広告の基礎・事例&今後の展望」「『雑誌』『編集力』『企画力』への期待は360度！マガジンハウスのB to B カスタム事例集」「テクノロジーで変容するメディアと生活の未来」「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」「1時間でわかるデジタル広告総復習！今後の予想問題集！」の5講座を6月21日に実施します。122名申し込み（有料）。
- ❖ 倫理セミナー：法改正や時流に合わせて適宜実施。今年度7月には「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、通信販売 etc～」を開催します。元 JARO の審査部長 林 功氏を講師に迎え、審査担当者、広告営業、タイアップ等を制作する編集者を対象に、業種ごとに諸法律のポイントを解説します。100名募集（有料）。
- ❖ スキルアップセミナー：昨年度は第2回スキルアップセミナーを「F I P P大会最新情報&ARから見るメディアの未来」と題し、第1部「F I P P電子雑誌シンガポールカンファレンスより～これからの雑誌デジタルを考える」講師：電通 出版ビジネス・プロデュース局 専任局長 今泉 睦氏、第2部「AR事例から見る広告とメディアの未来」講師：デジタル企画開発ユニット“AR三兄弟”企画、設計者 川田十夢氏で実施。84名の参加（有料）。
- ❖ 国際セミナー：最新のテーマにより適宜実施。今年度は、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、「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—」というテーマで7月5日に開催します。111名申し込み（有料）。

❖海外研修：50年以上続く海外研修旅行。近年は訪問先を、変化の著しい米国ニューヨーク1都市に絞り、7泊8日の日程を約20名規模で実施。今年度のテーマは「雑誌広告の現状」「雑誌広告の広告効果と新指標」「活発なデジタルメディアへの取り組み」など。当協会は雑誌社と広告会社が会員となっているため、この旅行で知り合った参加者の帰国後の交流も盛んです（有料）。

⑦ 「雑誌広告掲載料金表」の活用が定着しています

毎年発行する「雑誌広告掲載料金表」（会員社980円、会員外2,400円）に主な雑誌の広告掲載料金が掲載されるため、会員雑誌社には大きなメリットです。また、この冊子には広告サイズや部数、都道府県別百分比、全会員社の連絡先なども併載され、しかも雑誌ジャンル別にまとまったハンディタイプなので、会員広告会社にもメディアプランニングの際に役に立つと評判です。

⑧ 会員名簿が便利です

当協会では毎年7月に会員名簿を発行し、当協会加盟の特典として、また個人情報保護の観点からも会員だけに配布しています。正会員のみならず賛助会員名も列挙されている為、重要な情報として活用されています。

⑨ 雑誌広告効果測定調査 M-VALUEの実施

日本雑誌協会、ビデオリサーチとの共同プロジェクト。業界共通で利用できる雑誌の広告効果の客観的な基準値を整備、蓄積しています。昨年度は12月にセミナー「雑誌広告効果を考える M-VALUE」を日本アドタイザーズ協会と共催で開催。広告主80名を含む、330名が受講しました。（無料）なお、平成26年の第1回調査から平成28年度の第3回調査結果概要をホームページに公開しています。また、4回目調査実施についても随時お知らせいたします。得られたデータを基に、プランニングやセールスに有効活用されています。

⑩ 雑誌広告デジタル送稿の推進

日本雑誌協会、日本広告業協会とともに設立した「雑誌広告デジタル送稿推進協議会」は、雑誌広告の価値向上を目指して「純広告の完全オンライン化」を推進し、平成26年4月に本格化しました。平成28年度のオンライン送稿流通本数は、約14,000本（前年比115%）の伸びを示しております。導入により業務効率化、コストダウン、ミスの軽減などのメリットが得られます。普及・拡大に向けた活動を推進中です。