

2020年度 定時総会報告



一般社団法人日本広告業協会2020年度定時総会が6月1日、新型コロナウイルス感染症の影響を鑑み出席を正副理事長、監事1名と専務理事、常務理事に限定し、電通銀座ビル・8階会議室で開催された。

開催に先立ち、成田理事長より挨拶があった。

理事長あいさつ

成田 純治

理事長の成田です。

本日は、お忙しい中、またコロナという事態の中、お集まりいただき、ありがとうございます。

ひと言、ご挨拶をさせていただきます。

今年2020年、JAAAは創立70年を迎えます。

JAAAとしては、過去の70年を振り返るのではなく、次の100周年に向けたステップとして、この先30年を考える節目にしたいと思えます。

また今年度は、ビジョンを立ち上げて3年目となります。

広告業界がこれからもずっと「魅力ある場所」であるために、人材育成、クリエイティブ、デジタルを事業の柱として、チャレンジを続けていきたいと思えます。

今年度も、皆様のご支援・ご協力を、ぜひ、よろしく願いいたします。

以上、ご挨拶に代えさせていただきます。

ありがとうございました。

* * *

進行役の荒木常務理事より「議決権のある会員代表者から委任状提出を求める開催とした。出席者5名、委任状の提出が115名、合計120名で、会員総数151名の過半数を超え、定款第17条及び第18条により本総会は有効に成立している」旨、報告があり開会を宣言した。

成田理事長を議長に、議事録署名人として、ADKホールディングスの植野副理事長、電通グループの石井副理事長を選任し、議案審議に入った。議案は、村井専務理事が説明した。

〈報告事項〉

① 2019年度事業報告の件

2019年度は、ビジョンの2年目、「ホップ/ステップ/ジャンプ」の「ステップ」の年となる。

「協働スキーム」は、昨年度から始めた「委員長会議」があげられる。30の委員会から委員長が集まり、委員会が協力して新しいセミナーを開催するなど、具体的なアクションにもつながった。

「人材育成」は、新人セミナーとフォローアップセミナーでは、多くの会員社の新人が参加し、大好評となった。また新たな取り組みとして、マスメディアンと組んで開催した学生向けのセミナー、広告関係24団体と一緒に開催した大学出張セミナーなど、学生に向けた新たなアプローチもスタートさせた。

「デジタルへの対応」は、JAAやJIAAと一緒に、デジタル広告における品質課題の適正化のための仕組みづくりを始め、準備委員会を立ち上げた。

「働き方改革」は、この3年間、広告業界の働き方改革のための施策を進め、制作領域やデジタル領域の改革のほかにも、広告会社の働き方改革の現状把握や情報共有など、新しい働き方へのアクションを進めた。

「メディアビジネスの活性化」は、テレビ委員会では、2度にわたり、業界関係者900名を集めた「フォーラム」を開催し、JAAAの存在感を示した。オンライン送稿や字幕CMの推進など、ビジネス環境の変化にも対応した。また新聞、雑誌、ラジオ、交通広告など、現場支援のためのセミナー開催など、各種施策を推進、定着させた。

「クリエイティブ」は、若手に向けて新しいスタイルの講演会の開催や、学生向けセミナーでライター・オブ・ザ・イヤー受賞者を講師にするなど、新しいアクションを実施することができた。

「PR戦略」は、HPのリニューアル、会報の編集内容の改訂など、協会のPR活動を見直し、読んでもらえる広報を目指して改革を進めた。さらに、広告業界の魅力を内外に発信するという新たなミッションを掲げ、「業界を元気にする」ことを目指して改革を進めた。

2019年度の会員社の動勢は、入会3社退会1社で、2020年3月31日現在の会員社数は150社となった。

2019年度定時総会以降に退任した理事は4名となった。

以上、村井専務理事が「2019年度事業報告」を説明した。

〈決議事項〉

第1号議案 2019年度決算報告承認の件

〈貸借対照表・2020年3月31日現在〉

■資産の部

「資産合計」が、1億8,824万5,964円

■「負債の部」

「負債合計」が、1億2,357万4,755円

■「正味財産の部」

「正味財産合計」は、6,467万1,209円

「負債及び正味財産合計」は、1億8,824万5,964円

〈正味財産増減計算書・2019年4月1日～2020年3月31日〉

■「一般正味財産増減の部」

「経常収益計」は、1億9,797万3,478円

「経常費用計」は、1億9,430万3,968円

■「当期経常増減額」は、366万9,510円

■「当期一般正味財産増減額」は、366万9,510円

■「一般正味財産期首残高」が、6,100万1,699円

■「一般正味財産期末残高」は、6,467万1,209円

■「正味財産期末残高」は、6,467万1,209円

〈財務諸表に対する注記〉

「重要な会計方針」として

- ・固定資産の減価償却の方法は定額法を採用。
- ・退職給付引当金については、職員の期末退職給与の要支給額を計上。役員退職給付引当金については、内規に基づき期末退職給与の要支給額を計上。
- ・消費税及び地方消費税の会計処理は、税込方式を採用。

以上、2019年度決算について村井専務理事の説明が終了した。

続いて、早川監事より「①事業報告等の監査結果は、法令及び定款に従い、法人の状況を正しく示しているものと認める。②計算書類及びその付属明細書並びに財産目録の監査結果は、法人の財産及び損益の状況を、すべての重要な点において、適正に示しているものと認める。」旨、監査報告が行われた。

議長が、質疑を受けたが、特になく、「第1号議案2019年度決算報告承認の件」は、異議なく、原案の通り承認された。

第2号議案 2020年度役員選任の件

本年度は役員改選期ではないが、2019年度定時総会以降に4名の理事の辞任があった。役員は、定款12条により総会において選任する。役員欠員補充で、第317回理事会において、昭通・中村哲也氏、電通アドギア・遠藤弘暢氏、電通デジタル・川上宗一氏、フロンテッジ・高瀬竜一郎氏の4名と、専務理事の辞任にともない、理事候補者について、会員代表者以外から理事長・副理事長会議にて橋爪恒二郎氏を理事候補者として選出した。

任期は定款第24条第2項により前任者の残任期間となると、村井専務理事が報告した。

議長が、「第2号議案 2020年度役員選任の件」について議場に諮ったところ、異議なく承認された。

〈報告事項〉

② 2020年度事業計画並びに 収支予算報告の件

定款に則り、事業計画並びに収支予算については、理事会にて決議しているためその結果を報告する。

[2020年度事業計画]

コロナという未曾有の事態から始まった2020年度、まだまだその影響は続き、依然として収束が見えない状況である。

今年度70周年という節目は、協会にとって記念すべき年ではあるが、ただ過去を懐かしむのではなく、「来たる100周年に向けて、この先30年をスタートさせる年」という考え方で進めていきたい。

今年度、「次の30年に向けた新たなスタートイヤー」として、新しいプランは次のとおり。

まず、これまでの資産を次世代に活かすために、これまでのセミナーのあり方を見直す。会議室を少し改装し、常設のセミナールームとし、月例の定例

セミナーを始める。オンライン研修も検討する。

次に、未来を担う若者にプロジェクトを託し、これからの広告業界、これからのJAAAの姿を考えてもらう試みを始める。「若手が参加し、一緒に考える場」を作ることで、新しい広告のあり方、新しいアクションを始めるきっかけとする。

最後に、これまで以上に「会員社との接点」を増やす。今年度4月から、ツイッターやフェイスブックなどのSNSを始めた。HPも読みやすく改定する。こうした取り組みを通して会員社の課題を共有し、そこから新しいアクションプランを発見できるようにしたい。

今年度も、ビジョン3年目として「JAAAは激変する広告業界を支え、業界をリードするエンジンとなる」という目標を継続し、達成させる1年となる。

7つのアクションプランも継続し、「協働スキームの強化」を第一の目標にあげたい。

2つ目は「デジタルの強化」で、安全安心なデジタル広告市場を作り上げるための活動を、さらに強化していく。

3つ目が「人材育成」で、今後も、若手の育成のためにアクションを続け、若手が活躍できる業界を築き上げていきたい。

[2020年度収支予算計画]

「経常収益計」は、2億0,110万2,000円で、前年度予算より、765万0,000円程多く計上した。

「経常費用計」は、2億0,841万6,154円となり、前年より、646万1,000円程少なく計上した。

「当期経常増減額」は、-731万4,154円となり、「一般正味財産期首残高」が、6,467万1,209円に対して、「一般正味財産期末残高」は、5,735万7,055円となり、「正味財産期末残高」は、5,735万7,055円を見込む。

以上について、村井専務理事が説明報告し、議長が質疑を受けたが、特になく、報告事項は資料の通り承認された。

以上にて、全ての議案が承認され、審議を終了、議長が閉会を宣言した。

J A A A 70 周年 特別 企画

「来たる100周年に向けて、 この先30年を新たにスタートさせる」

一般社団法人日本広告業協会 (JAAA) は、
1950年 (昭和25年) 5月1日に日本新聞広告業者協会として発足し、
本年70周年を迎えました。

これからの広告業界、これからのJAAAの進むべき未来に向かって、
新たな気持ちで1年をスタートさせていきます。

大事なことは、広告業界がこれからも輝き続け、
若い人達が夢を持って生き生きと活躍できる業界であることです。
JAAAビジョンに「人材確保・育成」をかかげて活動を行っており、
今年度はさらに、若い人達を巻き込んだ新たな施策に着手します。

今20代、30代の若い世代が、
30年後の未来に思いを巡らす場づくりなど、
彼らの思いを受け止め、
共有する枠組みを作っていきたいと考えます。

・
・
・

次ページからは、70周年特別企画として、躍進するデジタルによる激動の20年間を、JAAAの活動を通して振り返ります。
そして、これからの30年間で世界はどのように変貌していくのか、未来への視点をまとめています。
更に、未来の広告業界はどうなっているか、どんな業界になっていて欲しいか、広告業界の若手の皆様に大胆に予測して
いただきました。

最後は、2019年クリエイター・オブ・ザ・イヤーに選出された2名のクリエイターによるスペシャル対談を掲載。
30年後の未来を見据え、これからチャレンジしたいこと、広告業界のこれから等、ざっくばらんに語っていただきました。

日本広告業協会 2000年～2019年の活動

2000

平成12年

152社

日本の広告費
6兆1,102億円

5月50周年祝賀パーティーを開催、JAAAガイドとホームページをリニューアル。電通ギャラリーで「広告でつづる半世紀展」開催。共通コード・プロジェクト会議（JAA・民放連など）でテレビCMに10桁CMコードを附番することを合意し、共通コード管理センターを任意団体として開設。

2001

平成13年

151社

日本の広告費
6兆0,580億円

4月「広告取引EDIセンター機構」が運用開始。9・11テロの発生で海外広告研修団派遣中止。10月デジタルセンド、新聞広告の電子送稿サービス事業を開始。12月「広告人のための環境コミュニケーション入門」発刊。

平成19年

2007

平成18年

2006

6月「下請法ガイドブック」発行。法務委員会、公益法人制度改革に対する法人格の対応などが始まる。

162社

日本の広告費
7兆0,191億円

テレビ小委員会、3団体で構成する「視聴率検討ステアリングコミッティ」の第1WGで「サイマル放送の視聴率」、第2WGで「デジタル時代の視聴率調査」について研究。7月雑誌広告デジタル送稿推進協議会「雑誌広告デジタル送稿ロードマップ」を発表。懸賞論文「私の言いたいこと」特別部門として「環境」をテーマに募集。

164社

日本の広告費
6兆9,399億円

2008

平成20年

162社

日本の広告費
6兆6,926億円

著作権小委員会、「モノ」のパブリシティ権について研究。基本契約研究小委員会、JAAと協力して「広告取引基本契約書モデル案」のリニューアル作業を推進。

2009

平成21年

162社

日本の広告費
5兆9,222億円

5月経済産業省より土地差別調査事件について連絡を受け、法務委員会は部落解放同盟との会合対応を行い、再発防止プロジェクトとして「土地差別調査問題特別委員会」を立ち上げ。9月アド・テック2009で「次世代コミュニケーションのジレンマ」をテーマにJAAAワークショップを開催。

平成27年

2015

平成26年

2014

メディア調査研究小委員会、「民放テレビ局エリア調査」について研究しビデオリサーチに調査を依頼、3月「民放地上デジタル放送視聴環境世帯数調査」をリリース。

149社

日本の広告費
6兆1,710億円

テレビ小委員会、東日本大震災に対応した有事WGが、有事対応マニュアル案などを検討。総務省主催の「スマートテレビ時代における字幕などの在り方に関する検討会」が行われ、10月字幕普及促進に向けてJAA・民放連・JAAAで「字幕付きCM普及促進協議会」をスタート。

155社

日本の広告費
6兆1,522億円

2016

平成28年

146社

日本の広告費
6兆2,880億円

12月政府の働き方改革を受け理事長・副理事長直轄「特別委員会」を発足。広告関係4団体（JAA、JAAA、JAC、OAC）円卓会議で制作領域における働き方改革に取り組む。CM素材オンライン検討プロジェクト、関係団体・ステークホルダーとともに課題の検討を進め自由参入・協調領域などの全体ワークフローを整備。テレビ小委員会、熊本地震の震災対応とCM放送について検討を実施。

2017

平成29年

144社

日本の広告費
6兆3,907億円

4月ラジオCMオンライン送稿が民放ラジオ101局で開始。10月テレビCMオンライン運用がスタート。5月「JAAA動画広告フォーラム」を開催、1000人の参加。

20世紀が終わり、21世紀に入って既に19年と半年が過ぎました。この間広告を取り巻く環境は、2011年のテレビ地上波アナログ停波、ツイッターやフェイスブックの躍進、データドリブン、スマホが市民権を得て、4K、8Kの登場とすさまじいスピードで変化しました。JAAAの20年間の主な動きを簡潔にまとめました。

※「日本の広告費」は電通発表によるもので、2007年に推定範囲を2005年に遡りして改定された。

※各年の社数は、その年の当協会会員社数。

2002

平成14年

158社

日本の広告費
5兆7,032億円

11月「CMメタデータ」を特定して運用する実証実験をスタート。ラジオ小委員会、6mmテープからMOディスクへの送稿業務検討を、民放連と開始。

2003

平成15年

158社

日本の広告費
5兆6,841億円

6月30日事務局は電通銀座ビル8階に移転。12月ラジオ小委員会、MOメディアに対応した「ラジオCMコンバーターソフト」の頒布を開始。

平成17年

2005

平成16年

2004

2月「個人情報保護ハンドブック」発行。クリエイター・オフ・ザ・イヤーの規約を改定し、イヤーに加え「メダリスト」を表彰することを決定。

165社

日本の広告費
6兆8,235億円

5月総会で「広告倫理綱領」を改定。7月「雑誌広告デジタル送稿推進協議会」を組織。CM制作取引小委員会「CMアナログ原版」廃棄処分のプロジェクトをJACと共同で実施。デジタル特別委員会、デジタル・ネットワーク環境下におけるCM運用実験（アドミッション実験）を推進。

159社

日本の広告費
5兆8,571億円

2010

平成22年

160社

日本の広告費
5兆8,427億円

民放連と広告取引の協議を進め「テレビCM素材搬入基準暫定版」「ファイルベースメディアCM搬入暫定規準」等を承認。4月雑誌広告で純広告をデジタル・ワークフローに全面移行。「広告人行動指針」を制定。「環境モラルアップ」キャンペーンを実施。

2011

平成23年

156社

日本の広告費
5兆7,096億円

1月民放連からのアナログ放送終了・デジタル放送完全移行最終計画の協力依頼を受け、会員社に報告。広告の機能と役割研究小委員会、「復興に向けて—いま、広告ができること」をテーマにパネルディスカッションを実施。

平成25年

2013

平成24年

2012

「新しい広告賞」として、「広告業界の若手が選ぶ、コミュニケーション大賞—Innovative Communication Award—(ICA)」を開始。4月CM素材ファイル運用促進プロジェクトは2011年7月に、ファイルベースメディア搬入を実現したが、普及が進まないため、アドミッションフェーズ2として「CM素材ファイル運用促進協議会」を設立。4月「CC(クロスロードキャプション)字幕付きTVCMTライアル放送2013 制作・入稿作業進行要領」を発表。

156社

日本の広告費
5兆9,762億円

4月「一般社団法人」として活動開始。テレビ小委員会、メディア調査研究小委員会とともに民放テレビ局エリア調査のデータの検討を実施。9月「インターネット広告における運用型広告取引ガイドライン」を会員社に説明。第1回「環境モラルアップポスター」を募集、入賞作品をポスターとして会員社に配布。

157社

日本の広告費
5兆8,913億円

2018

平成30年

149社

日本の広告費
6兆5,300億円

5月総会、JAAAビジョン「JAAAは、激変する広告業界を支え、業界をリードするエンジンとなる」を発表。広告関係4団体による円卓会議。5月「広告制作受発注ガイドライン」を発表し、9月「広告制作プロセスマネジメントハンドブック」説明会開催。CM素材オンライン運用推進プロジェクトは2020年の全局オンライン化を目指し、全国で普及促進説明会開催。7月ホームページを一新。

2019

平成31年／令和元年

149社

日本の広告費
6兆9,381億円

2月「テレビ広告ビジネスフォーラム2019」を開催、1000人の参加。3月には若手に向けた「クリエイティブ研究会」を実施。9月、12月マスメディアンと共催でキャリアプランをテーマに大学生対象のセミナー開催。