

---

## 一般社団法人インターネット広告推進協議会（JIAA）

### 平成 23 年度の事業計画を発表

インターネット広告の価値と信頼の向上のために  
ビジネスの標準化と新たな技術や手法における信頼性の確保を図り  
社会の発展に寄与する

---

一般社団法人インターネット広告推進協議会（以下、JIAA）は、平成 23 年 6 月 10 日に東京都中央区 コートヤード・マリOTT 銀座東武ホテルにて「平成 23 年度定時社員総会」を開き、『インターネット広告の価値と信頼の向上のために、ビジネスの標準化と新たな技術や手法における信頼性の確保を図り、社会の発展に寄与する』をスローガンとする基本方針を発表しました。

重点課題として、新たに「スマートデバイス（スマートフォン）広告の標準化検討」と、「広告掲載契約の課題整理」に取り組むほか、引き続き「行動ターゲティング広告ガイドラインの遵守状況のモニタリングと消費者への啓発キャンペーン実施」を推進するなど、10 項目を掲げました。

#### ■概要

平成 22 年暦年のインターネット広告費<sup>\*1</sup>は、媒体費と広告制作費をあわせて 7,747 億円、前年比 109.6%で、市場は全体として回復基調にあった。検索連動広告とモバイル広告が市場を牽引。ソーシャルメディアが拡大し、広告メディアとしてスマートデバイスが急速に注目を集めた。

復調傾向にあった市場は、平成 23 年 3 月に起きた東日本大震災で一変した。広告主の自粛により広告出稿が減少し、今後のビジネスへの影響が懸念される状況となった。一方で、震災時にインターネットメディアやサービスが情報収集・伝達の手段として多くの人々に利用され、社会的なインフラとしてあらためて認識されることとなった。

平成 23 年度のインターネット広告市場は、震災の影響で見通しが不透明な状況にあるが、ソーシャルメディアやスマートデバイスが広告メディアとして大きく伸張することが期待される。新たなデバイスの普及とテクノロジーの進化が、生活者と企業の広告コミュニケーションの機会を広げ、広告のあり方はますます多様化している。

近年、アメリカのオンライン広告市場<sup>\*2</sup>では、ディスプレイ広告が伸張している。日本では横ばいであり、市場で過小評価されているディスプレイ広告の一層の価値の向上が求

められる。ターゲティング技術や広告配信手法の進化によって質と量の両面で向上、拡大が進んでいるが、オーディエンスデータの活用には信頼性の確保が欠かせない。

平成 23 年度は、新しいメディアや広告手法が急速に広がる中で、ビジネス環境の整備が急務となる。コミュニケーションテクノロジーの進展がもたらす環境の変化を注視しながら、インターネット広告の健全な発展を支える「ビジネスの標準化」と「新たな技術や手法における信頼性の確保」により、社会のニーズと信頼に応えることを基本方針として、事業を推進する。

\*<sup>1</sup> 電通「日本の広告費」

\*<sup>2</sup> 米 IAB「Internet Advertising Revenue Report」

## ■基本方針

インターネット広告の価値と信頼の向上のために  
ビジネスの標準化と新たな技術や手法における信頼性の確保を図り  
社会の発展に寄与する

- ・ガイドライン策定による自主的な基準作りと関係省庁・諸機関とのリレーション強化
- ・ガイドラインの普及啓発による業界スタンダードの定着と生活者・広告主の理解促進
- ・新たなインターネット広告ビジネス領域の課題への対応
- ・広く社会に向けた情報発信と会員間での情報共有の推進

## ■重点課題

1. スマートデバイス（スマートフォン）広告の標準化検討 <新規>
  - 広告規格やカウンティングなどの課題抽出と標準化ガイドラインの検討
2. 広告掲載契約の課題整理 <新規>
  - 掲載事故等の免責と補てんの考え方、掲載開始時間や掲載期間設定の考え方を整理
3. 行動ターゲティング広告ガイドライン遵守状況のモニタリングと消費者への啓発キャンペーン実施
4. 広告フォーマットに関するガイドラインの普及啓発による広告規格標準化の推進
5. 広告掲載基準ガイドラインに関してより実務的な指針の取りまとめ
6. アドネットワークに関する実態調査報告書の取りまとめ
7. 広告出稿状況調査による出稿動向の把握
8. インターネット CM の音楽著作権の取り扱いに関する対応
9. 関係省庁・団体との連携強化
10. 東京インタラクティブ・アド・アワード（TIAA）事業再構築

以上

【一般社団法人インターネット広告推進協議会（JIAA）について】

一般社団法人インターネット広告推進協議会（Japan Internet Advertising Association：略称 JIAA）は、インターネットが信頼される広告メディアとして健全に発展していくために、共通の課題を協議しビジネス環境を整備することを目的として、平成 11（1999）年 5 月に任意団体として発足しました。平成 22（2010）年 3 月に一般社団法人化を図り、同年 4 月より移行。現在、インターネット広告、モバイル広告ビジネスにかかわる企業（媒体社、メディアレップ、広告会社など）152 社が集まって、ガイドライン策定、調査研究、普及啓発などを行っています。また、優れたインタラクティブ広告を表彰する「東京インタラクティブ・アド・アワード」を開催するなど、インターネット広告市場の健全な発展、社会的信頼の向上のために、多方面にわたる活動を行っています。

〈本件についての問い合わせ先〉

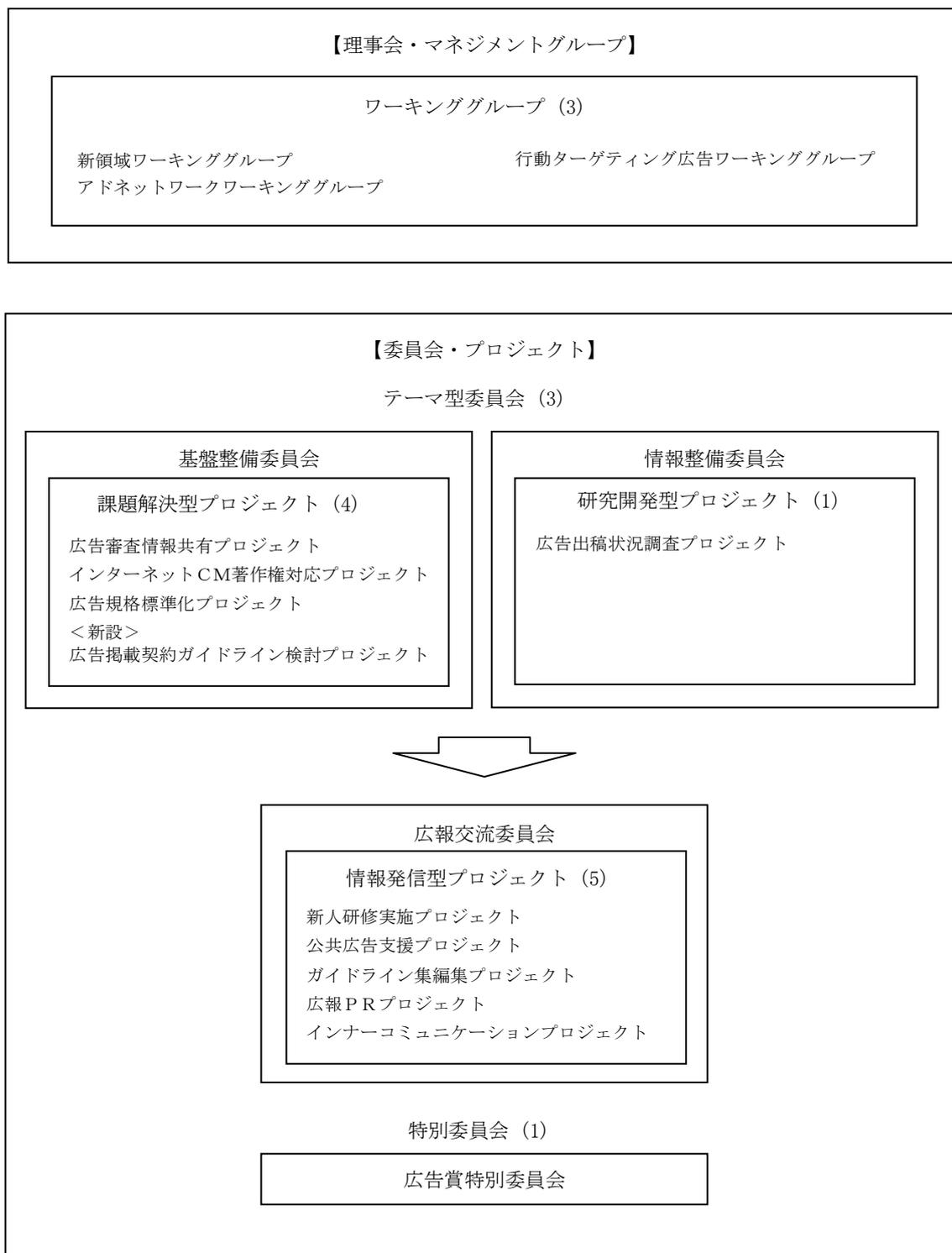
一般社団法人インターネット広告推進協議会（JIAA）事務局

〒104-0041 東京都中央区新富 2-1-7 富士中央ビル 9F

TEL.03-3523-2555 FAX.03-3523-2670 E-mail：sec@jiaa.org

<http://www.jiaa.org>

参考：平成 23 年度 JIAA 活動組織



※新規課題の「スマートデバイス（スマートフォン）広告の標準化検討」は、新領域ワーキンググループにおいて取り組む。

「広告掲載契約の課題整理」については、広告掲載契約ガイドライン検討プロジェクトを新設して取り組む。

参考：JIAA 役員一覧

役 職	氏 名 (所 属 等)
理事長	杉山 恒太郎 (株式会社電通)
副理事長 新任	井上 雅博 (ヤフー株式会社) 高橋 雄一 (株式会社日本経済新聞社) 藤田 明久 (株式会社電通デジタル・ホールディングス) 矢嶋 弘毅 (デジタル・アドバタイジング・コンソーシアム株式会社)
専務理事	若林 稔
常務理事	竹岡 敏行
理事	井上 俊行 (株式会社 ADK インタラクティブ) 岩沢 武夫 (株式会社毎日新聞社) 小川 亨 (株式会社 Impress Watch) 新任 小川 康治 (ニフティ株式会社) 勝野 正博 (株式会社博報堂DYメディアパートナーズ) 加藤 芳浩 (株式会社朝日新聞社) 新任 神戸 純 (株式会社media) 新任 菊地 雅浩 (楽天株式会社) 木佐 治彦 (株式会社フジテレビジョン) 佐藤 功一 (株式会社TBSテレビ) 新任 嶋田 幸生 (株式会社読売新聞東京本社) 遠谷 信幸 (株式会社電通) 長澤 秀行 (株式会社サイバー・コミュニケーションズ) 原 邦雄 (日本マイクロソフト株式会社) 新任 宝珠山 卓志 (株式会社ディー・ツー コミュニケーションズ) 牧野 亮 (株式会社日本経済新聞社) 三澤 淳志 (エヌ・ティ・ティ レゾナント株式会社) 新任 三村 淳 (株式会社日経 BP) 武藤 芳彦 (ヤフー株式会社)
監事	有馬 誠 (グーグル株式会社) 辻 正隆 (株式会社ミクシィ)