

「2022年 日本広告学会研究プロジェクト」募集案内

日本広告学会研究プロジェクト委員会

研究プロジェクト委員会では「2022年日本広告学会研究プロジェクト」を以下の要領で募集します。会員各位の積極的なご応募を期待しています。

募集テーマ

広告・広報・その他コミュニケーションに関する研究分野のテーマに基づく研究を募集します。

研究プロジェクトの種別

1. 自由課題研究プロジェクト(「自由課題」)

テーマを応募者が自由に設定する共同研究です。テーマは自由ですが、昨年の全国大会の統一論題(本募集案内末尾に提示した重点課題)に関わる研究も積極的に受け付けます。2022年は、最大2件(100万円以内、萌芽A・Bの応募状況により助成金額を80万円とさせていただく場合もあります)の研究に助成します。2件のうち1件は、重点課題に関わる研究を採択時に優先させる予定です。

学会全体の研究水準向上・発展につながる独創性・完成度の高い研究を期待します。

研究期間:①2022年10月頃から着手し、2023年の全国大会で報告する「1年間研究」と、②2022年10月頃から着手し、2024年の全国大会で報告する「2年間研究」の2タイプから、応募時に応募者が選択できます(2タイプは研究期間の違いだけで、助成金総額(100万円以内)は同じです。なお、研究途中で研究期間のタイプ変更はできません)。2年間研究の場合は、2023年9月末に進捗中間報告を提出していただきます。

成果報告:部会での中間報告、全国大会での発表(60分)をしていただきます。最終的には、「研究プロジェクト報告」(図表含み3万字、20ページ原稿程度)として報告(Web掲載)していただきます。

助成使途:費目による制約があります(詳細は応募用紙参照)。費目別の支出内容を記載した精算報告書(領収書付)を作成していただきます。

2. 萌芽研究プロジェクトA(「萌芽A」)

テーマを応募者が自由に設定する共同研究です。2022年は、最大5件(1件30万円以内)の研究に助成します。ただし、自由課題と萌芽Bの応募状況により3件程度の助成になる場合もあります。

これから研究領域や研究方法などを確立して行こうとする新しい観点の研究を提案してください。

研究期間:2022年10月頃から着手し、2023年の全国大会で報告する「1年間研究」です。

成果報告:部会での中間報告、全国大会での発表(30分)をしていただきます。最終的には、「研究プロジェクト報告」(図表含み6千字、4ページ原稿程度)として報告(Web掲載)していただきます。

助成使途:費目による若干の制約があります(詳細は応募用紙参照)。費目別の支出内容を記載した精算報告書(領収書付)を作成していただきます。

3. 萌芽研究プロジェクトB(「萌芽B」)

テーマを応募者が自由に設定する研究です。個人研究でも共同研究でも構いません。2022年は、最大6件(1件10万円以内)の研究に助成します。ただし、自由課題と萌芽Aの応募状況により4件程度の助成になる場合もあります。

これから研究領域や研究方法などを確立して行こうとする新しい観点の研究を提案してください。また、新しい研究領域に対するグループでの研究会提案についても応募対象とします。

研究期間:2022年10月頃から着手し、2023年の部会で報告する「1年間研究」です。

成果報告:部会での発表(60分)をしていただきます。最終的には、「研究プロジェクト報告」(図表含み6千字、4ページ原稿程度)として報告(Web掲載)していただきます。

助成使途:費目による若干の制約があります(詳細は応募用紙参照)。費目別の支出内容を記載した精算報告書(領収書付)を作成していただきます。

応募条件

1. 研究代表者が個人正会員であること。
2. 自由課題および萌芽Aについては、個人正会員か名誉会員2名以上を含む会員主体の共同研究であること。
3. 同一会員が2件以上の応募はできない(応募は1名につき1件とする)。

4. 「2021年1年間研究プロジェクト」、「2021年2年間研究プロジェクト」、または「2020年2年間研究プロジェクト」の参加者を除く。
5. 共同研究メンバーの会員全員が、2021学会年度（2021年10月～2022年9月）および過年度の会費を2022年6月1日までに納入済みであること（申請する際に会員メンバーの会費払込を確認するようにしてください。特に大学事務を通して会費を払われている先生はご注意ください）。
6. 共同研究メンバーに非会員が含まれる場合は2022年秋の全国大会時までに入会を完了すること。

応募方法

1. 所定の応募用紙（研究テーマ・研究計画・希望助成金額・用途概要などを記すもの）があります。2022年4月1日以降に広告学会ホームページから「2022年研究プロジェクト」の応募用紙をダウンロードしてください（古い応募用紙を使わないでください）。それが不可能な場合は、学会本部事務局に郵便かFAXでご請求ください。
2. 応募用紙は下記、本部事務局住所に郵送してください。メール添付、FAXでの提出は受け付けません。
〒169-8050 東京都新宿区西早稲田 1-6-1
早稲田大学商学学術院 嶋村和恵研究室内 日本広告学会本部事務局
FAX: 03-5286-2042
学会ホームページ URL www.jaaweb.jp
3. 応募締切日：2020年6月30日（木）（当日消印有効）

採択計画

1. 研究助成予算は、自由課題、萌芽Aおよび萌芽Bを合わせ最大200万円です。応募状況によりませんが、自由課題1件、萌芽A2件、萌芽B4件が標準的な採択件数となります。
2. 採択は、「若手研究者グループ」（メンバー全員が2022年4月1日現在で40歳以下）を優先的に取り扱います。また、自由課題が2件採択される場合には、1件は「重点課題」の研究を優先的に取り扱います。
3. 「1年間研究」と「2年間研究」の選考基準は同一です（研究期間別に採択件数を割り当てることはいたしません）。
4. 申請された応募は、7～8月に研究プロジェクト委員会で選考し、9月の常任理事会において最終決定の上、研究代表者に採否を連絡します。

留意事項

1. 選考・採択にあたり、研究計画等について補足説明を提出していただくことがあります。
2. 研究プロジェクトメンバーの義務（成果報告、精算報告書作成等）が守られない場合、助成金の全額、または一部の返却を求めることがあります。

重点課題

GAF A時代の広告

広告収入を主眼とするビジネスモデルであるGoogleの売上高は（親会社Alphabet社の売上で）10兆円を超え、Facebook社も8兆円前後と、両社とも単独で電通推計の「日本の広告費」を凌駕する（広告実務でプラットフォームと呼ばれる）広告企業である。Apple社はいまや広告露出にとって不可欠なスマートデバイス（iPhone他）を提供する企業であり、株価の時価総額は200兆円を超え世界一である。Amazon社はネット通販企業でありあらゆる流通業の存続に関わる「アマゾン効果」を与えるが、その店舗とは購買履歴等に基づくレコメンデーションやランキング、各種のセールに代表されるように「広告・販促空間」そのものであり、消費財メーカーには大量のアローワンス広告の出稿が求められている。各社はそれぞれに個人情報についてそのビジネスの根幹であるビッグデータのAI処理を行い、ターゲティング広告の適法性・倫理性が世界的に問われるサービスを行っている。このようなGAF A等のプラットフォームについてはいずれもいまだ十分には広告研究の知見の一部とはなっていない。AIとデータで成り立つ不可視性に加え、日本の企業ではないことも従来の広告業界をはるかに超える理解困難性を持つ。

重点課題として、21世紀初頭のデジタル広告の新秩序を世界規模で形成したGAF A（Google、Apple、Facebook、Amazonの4社）と呼ばれるいわゆるプラットフォーム企業が果たしている役割と将来像の解明にアプローチする研究を募集する。手付かずにしてきわめて重要な広告研究の新たな枠組みの探索に寄与する意義があると考える。

以上