

令和3年度＜事業報告書＞

＜はじめに＞

長期にわたるコロナ禍はいまだ収束の見込みが立たないが、雑誌広告業界にとってこの2年間は大きな転機になったと言えよう。消費者の生活スタイルの変化により出版コンテンツとの接触も増え、そのかわり方も大きく進化した。メディアのデジタル化の加速や巣籠り需要による紙媒体の再評価に加え、出版ソリューションやメタバースなどの新たなビジネスの創生等、得るものも多かった。

出版科学研究所の発表によると、紙と電子を合算した令和3年の出版市場は前年比3.6%増の1兆6,742億円と3年連続のプラス成長。電子出版の市場規模が18.6%増と引き続き好調であったのに加え、紙の書籍が2.1%増と15年ぶりに増加に転じた。単行本を含む紙雑誌は、令和3年は5.4%減となったが、電子および紙書籍が市場を牽引し、売上は拡大した。しかし、新型コロナの拡大が一旦落ち着いた昨年の秋以降は販売が鈍化する傾向が見られ、コロナ禍による伸びは一過性のものとみる向きもある。

令和3年の雑誌（紙）の推定販売金額は、前年のコミックス人気タイトルの爆発的ヒットの反動や、メジャーな雑誌の相次ぐ休刊も影響し、月刊誌・週刊誌合計で前年比94.6%の5,276億円となった。それに反し、電子出版では電子雑誌と電子コミックの売上の合算は4,213億円となり前年比119.3%と大きく伸長した。電子コミックの“縦コミ”（縦スクロール）の支持拡大も売上増の要因になっている。

広告売上に関しては、電通発表の「2021年 日本の広告費」によると「総広告費」は通年で二桁増の6兆7,998億円（前年比110.4%）と大きく増加。令和2年から続く新型コロナ感染拡大の影響が下半期にかけて緩和したことに加え、好調なインターネット広告費の成長に支えられた。

新聞・雑誌・ラジオ・テレビメディアの「マスコミ四媒体の広告費」は2兆4,538億円（前年比108.9%）と7年ぶりに増加し、「雑誌広告費」（紙+電子出版）も1,224億円（前年比100.1%）と何とか前年をクリアした。「雑誌広告費」の業種別では「家電・AV機器」「案内・その他」など東京2020オリンピック・パラリンピックに関連する業種が増加、「ファッション・アクセサリ」「化粧品・トイレットリー」は前年に引き続き減少となった。

「インターネット広告媒体費」は2兆1,571億円（前年比122.8%）と非常に好調。その中で「マスコミ四媒体由来のデジタル広告費」は1,061億円で、初めて1,000億円を突破。雑誌デジタルに関しても580億円（前年比130.0%）と大きく伸長。ウェビナー企画やオンラインイベント、広告主のオウンドコンテンツ制作など編集者の知見を活かした広告企画が数字を後押しした。

協会の活動に関しても、2年続けての新年会の中止などコロナ禍での制約はあったが、各委員会ではウェビナーを積極的に開催し新たな会員社へのサービスモデルを確立した。令和2年度は中止せざるをえなかった日本雑誌広告賞だが、令和3年度は感染症対策を十分に施し、規模は縮小したものの選考会・表彰会まで無事に開催できた。また雑誌と雑誌由来のデジタルメディアの広告価値を検証する「新M-VALUE調査」も、日本アドバタイザーズ協会と連携することで、より効果的な実用調査スキームの設計を進めている。

令和4年度は、数年にわたる経費削減とコロナ禍による出費減により回復した協会資産を有効活用し、委員会の活動内容の見直しや活性化、長年の懸案であった協会ホームページのリニューアルなどの積極的な施策で、会員社へのサービス向上に貢献できればと考えている。

1. 第76回「定時総会」および「臨時理事会」開催

第76回定時総会を令和3年5月27日午後1時から木村昭延専務理事司会のもと、出版クラブビル3階ホールで開催した。

木村専務理事が「定款17条の定足数事項を満たしているので成立した（正会員144名のうち、出席者6名、委任状86名）」旨を報告、片桐隆雄理事長が議長となり議事に入り、議事録署名人には佐藤均氏、金原亨氏を選任した。続いて木村専務理事が令和2年度事業報告書、同収支決算報告書を説明し、また監事を代表して石井潤一郎氏が何れも正確である旨の報告を行なった。次に令和3年度事業計画案、同収支予算案について木村専務理事から提案理由の説明があり、全員異議なく原案通り承認可決した。

続いて任期満了に伴う役員選任の件に入り、下記のとおり新理事45名を選任した。

四宮さをり、姜明子、黒田武嗣、佐藤均、庄盛克也、桜井靖、山崎久樹、巴一寿、木村昭延、山内科子、木島秀夫、鈴木基予、竹内絵里子、島内卓、古川公平、田中恵、勝川賢一、久米功、前田一郎、堀内善太、大井淳司、西澤元晴、三好真、池田孝之、松本晃治、桜井浩一、川野敦志、下村雅美、小林伸一、佐藤薫子、橋爪義人、大川昭子、金原亨、大平若菜、岸達朗、小泉弘、高木温人、渡部超、小濱千丈、中部嘉人、太田昌宏、高橋弘典、馬田和典、前川昌子、井倉聡

さらに下記3名を監事に選任した。

大川博、古川肇、熊井昌広

次に顧問には石崎孟、山下秀樹、高橋基陽、堀内丸恵の4氏、相談役については松岡直昭、倉田和夫の2氏に委嘱したことを報告し、午後1時30分、定時総会を終了した。

続いて理事長・副理事長・専務理事を選定するため、臨時理事会を開き、理事長には中部嘉人氏、副理事長には佐藤均、鈴木基予、金原亨の各氏、さらに専務理事には木村昭延氏を選定した。顧問には片桐隆雄氏を新たに選定した。また、企画委員長・前川昌子氏、倫理委員長・木島秀夫氏、PR委員長・高木温人氏、取引・作業合理化委員長・松本晃治氏、広告問題対策委員長・西澤元晴氏、財務委員長・古川公平氏、広告賞運営委員長・鈴木基予氏、会報編集委員長・姜明子氏、国際委員長・田中恵氏を選任した。

2. 「臨時総会」開催

1. 臨時総会を令和3年10月28日午後3時30分から木村昭延専務理事司会のもと、出版クラブビル3階ホールで開催した。

木村専務理事が「定款17条の定足数事項を満たしているので成立した（正会員142名のうち、出席者4名、委任状106名）」旨を報告、中部嘉人理事長が議長となり、議案の審議に入った。まず、議事録署名人に佐藤均氏、金原亨氏を選任。次いで補欠理事選任について審議を行った。

木村専務理事から、現理事の木島秀夫氏および木村氏本人より理事を辞任する旨の届出があり、その補欠として後任理事を選任する旨を述べ、候補者として酒井逸史氏、矢野正晃氏を紹介した。質問、意見を募ったが特に発言がなく、本候補者の理事選任への可否を諮り、異議なく承認可決した。以上をもって、午後3時45分、臨時総会は終了した。

引き続き、10月度定例理事会において、専務理事に矢野正晃氏を選定、倫理委員長に酒井逸史氏を選任し、前専務理事の木村昭延氏を相談役に推薦した。

2. 臨時総会を令和3年12月16日午後3時30分から矢野正晃専務理事司会のもと、出版クラブビル3階ホールで開催した。

矢野専務理事が「定款17条の定足数事項を満たしているので成立した（正会員142名のうち、出席者4名、委任状105名）」旨を報告、中部嘉人理事長が議長となり、議案の審議に入った。まず、議事録署名人に佐藤均氏、金原亨氏を選任。次いで理事選任について審議を行った。

矢野専務理事から、現理事・副理事長の藤田基予氏から理事・副理事長を辞任する旨の届出があり、その補欠として後任理事を選任する旨を述べ、候補者として竹原功氏を紹介した。質問、意見を募ったが特に発言がなく、本候補者の理事選任への可否を諮り、異議なく承認可決した。以上をもって、午後3時45分、臨時総会は終了した。

引き続き、12月度定例理事会において、竹原功氏を副理事長に選定し、広告賞運営委員長に田中恵氏、国際委員長に太田昌宏氏を選任した。

3. 日本雑誌広告協会「新年会」開催の中止

令和4年1月6日に東京ドームホテルで開催を予定していたが、新型コロナウイルス感染拡大防止のために中止とした。会報1月号を「年頭所感特別号」とし、理事長、副理事長、各専門委員会委員長の年頭所感を掲載して、1月5日、全会員に郵送した。

4. 第63回「日本雑誌広告賞」表彰会開催 <広告賞運営委員会>

第63回「日本雑誌広告賞」表彰会を令和3年11月10日午後3時から出版クラブビル3階ホールで開催した。十分な感染症対策のもと、藤田基予広告賞運営委員長の司会で開会。中部嘉人理事長の主催者挨拶に続き、佐々木宏審査委員長のビデオ出席による審査経過報告が行われた。

その後表彰に移り、佐藤均副理事長、金原亨副理事長から入賞広告主26社に対し、<金賞>13点、<銀賞>14点、計27点の賞状を贈った。続いて<経済産業大臣賞（グランプリ）>の賞状を、大臣代理・宮野彩季子氏（経済産業省コンテンツ産業課長補佐）から東芝テックに、<日本雑誌広告総合賞>の賞状を、中部理事長からクリスチャンディオールに贈った。

大臣賞・総合賞を受賞した2社に対しては、<日本雑誌広告協会賞>として賞金も贈られ、また、大臣賞受賞作品を制作したスタッフにも、<日本雑誌広告制作者賞>としてトロフィー並びに賞金が贈られた。その後、藤田委員長から金冠堂と東芝テックに<広告賞運営委員会特別賞>の賞状を贈って表彰は終了した。

続いて、経済産業省コンテンツ産業課長補佐 宮野彩季子氏の祝辞、日本アドバタイザーズ協会プリントメディア委員会委員長 田原光晃氏のビデオによる祝辞があり、最後に受賞者を代表して、クリスチャンディオール代表取締役社長 竹林朋毅氏と東芝テック代表取締役社長 錦織弘信氏が謝辞を述べて、午後4時閉会となった。

本年度の広告賞の作品提出数は1,414点で、これらの作品について7月20日、当協会役員社を代表する43名の選考委員による厳正な選考の結果、230点を選出した。その中から、9月10日出版クラブビルでの最終審査会において、下記6名の審査委員により入賞作品を決定した。

- 審査委員長=佐々木 宏 (クリエイティブディレクター)、審査委員=箭内道彦 (クリエイティブディレクター/東京藝術大学学長特命美術学部デザイン科教授)、尾形真理子 (クリエイティブディレクター/コピーライター)、中井美穂 (フリーアナウンサー)、安藤桃子 (映画監督)、田原光晃 (日本アドバタイザーズ協会プリントメディア委員会委員長) [順不同・敬称略]
- 入賞広告主は下記の通り。(カッコ内の金は金賞、銀は銀賞の略、数字は受賞点数)
 ロッテ (金1)、資生堂ジャパン (金1)、ドルチェ&ガッバーナ ジャパン (金1)、アールシーコア (金1)、島根県 (金1)、MHDモエ ヘネシー デイアジオ (金1)、コーセー (金1)、クリスチャン ディオール (金1・銀1・総合賞)、東芝テック (金1・大臣賞・広告賞運営委員会特別賞/銀)、東日本旅客鉄道 (金1)、三和酒類 (金1)、日本財団 (金1)、救心製薬 (金1)、大塚製薬 (銀1)、エルメスジャポン (銀1)、大林組 (銀1)、良品計画 (銀1)、サラヤ (銀1)、パナソニック (銀2)、リシュモン ジャパン (銀1)、大和ハウス工業 (銀1)、北海道紋別市 (銀1)、インターメスティック (銀1)、月桂冠 (銀1)、玉露園食品工業 (銀1)、金冠堂 (広告賞運営委員会特別賞/金)。

5. 「新M-VALUEプレ調査」調査結果発表とセミナーを開催 <企画委員会>

日本雑誌協会と共同で、ビデオリサーチの協力のもと、「雑誌広告効果測定調査M-VALUE」を平成25年10月の第1回調査から平成31年の第6回調査まで実施してきた。令和2年に、従来の「雑誌広告調査」から「雑誌+デジタル広告調査」への転換を図るため、プロジェクト体制の改編とともに、「新M-VALUE」として、調査アウトラインの再設計に着手した。

「新M-VALUEプレ調査」は、出版社6社（講談社、光文社、小学館、集英社、文藝春秋、マガジンハウス）、広告会社3社（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、ADKマーケティング・ソリューションズ）による共同プロジェクトとして、令和2年11月から令和3年3月にかけて、各出版社の本誌とデジタルメディア（計10ビークル）を対象に調査手法の開発と実査を行った。

調査結果の詳細については日本雑誌協会と日本雑誌広告協会が集約し令和3年9月にプレスリリースで発表した。これに合わせて、令和3年9月7日に、日本アドバタイザーズ協会と共催で、『DXで進化する雑誌メディア広告の真価を探る～次世代効果測定「新M-VALUE」のこれから～』と題したオンラインセミナーを開催した。クライアント、出版社、広告会社あわせて445名の参加があった。引き続き令和4年度の本調査に向けて、プロジェクトを推進している。

6. 第5回「ステップアップセミナー」を開催 <企画委員会>

会員社の第一線で活躍する中堅の方々に向けて、タイムリーな話題やビジネスを紹介する「ステップアップセミナー」、令和2年度はコロナ禍で中止となったが、令和3年度は会員社限定でオンラインセミナーとして開催した。

第1講は、講談社、小学館、集英社3社の担当者に『「漫画ライツビジネスの基礎知識」～IPの基本から成功事例まで』というタイトルで、最近の各社の取り組みと事例、出版社の持つコンテンツの強みと可能性について語っていただいた。

第2講は「北欧、暮らしの道具店」を運営するクラシコム代表取締役社長 青木耕平氏とクリエイティブディレクター・編集者の嶋 浩一郎氏に「デジタル世界でブランドをつくる」と題し、デジタ

ル上でブランドを作るための思考法・運営手法について議論いただいた。

261名の参加があり、盛況のうちに終了した。

日 時：令和3年10月29日 午後1時30分～3時

会 場：オンライン開催（Zoomを使ったWeb配信サービス）

受講料：3,000円（会員社限定）

第1講：「漫画ライツビジネスの基礎知識」～IPの基本から成功事例まで

講談社 ライツ・メディアビジネス局 IPビジネス部長 森口 智揮 氏

小学館 広告局 IP企画営業室 課長 山口 誠 氏

集英社 広告部 デジタルプロデュース課 大河 麻衣 氏

[モデレーター]

電通 出版ビジネス・プロデュース局出版業務推進1部長 平田 重遠 氏

第2講：「デジタル世界でブランドをつくる」

博報堂執行役員／博報堂ケトル取締役 クリエイティブディレクター

嶋 浩一郎 氏

クラシコム代表取締役社長 「北欧、暮らしの道具店」 青木 耕平 氏

7. 「雑誌ジャンル」の更新・維持管理と「電子雑誌研究」 <広告問題対策委員会>

「雑誌分類認定委員会」で作成したデータベースをもとに年2回の調査を行った。会員出版社には雑誌（紙媒体・電子版）とWebサイト・サービスについて調査し、回答をお願いした。調査後、雑誌分類認定小委員会で仮認定を実施し、令和3年7月13日に第29回、令和4年2月8日に第30回雑誌分類認定委員会を開催し、その結果を諮った。調査内容は下記の通り。

調査内容の内訳

単位：誌

調査雑誌元数	新規掲載誌 (内訳)	ジャンル・カテゴリ 変更	休刊等削除	削除後総数	紙媒体の 電子版率
第29回 980誌 (紙885・電子7・ Web88)	13 (紙2・電子1・ Web10)	0	47 (紙43・Web4)	933 (紙842・ 電子7・Web84)	63.7%
第30回 945誌 (紙851・電子7・ Web87)	12 (紙9・Web3)	1 (紙1)	24 (紙23・Web1)	921 (紙828・ 電子7・Web86)	66.8%

	読み 放題	Web サイト	Face book	Twitter	You Tube	LINE	Insta gram	雑誌 アプリ	メール マガジン	読者 組織	EC
第29回 933誌	210	487	366	522	168	151	264	103	192	116	82
第30回 921誌	220	488	375	532	201	160	286	101	192	114	88

この「雑誌分類認定委員会」は、日本アドバタイザーズ協会のプリントメディア委員会副委員長、日本雑誌協会の広告委員会副委員長、日本ABC協会の雑誌業務推進委員会委員長と副委員長、日本

雑誌広告協会の広告問題対策委員会委員長と仮認定作業を担う雑誌分類認定小委員会委員（電通、博報堂DYメディアパートナーズ、ADKマーケティング・ソリューションズ）で構成される。

なお、当委員会のもうひとつのテーマである「電子雑誌研究」も、日本雑誌協会と共同で実施していく。

8. 雑誌広告の倫理向上のための活動状況 <倫理委員会>

1. 雑誌広告の審査と審査結果の周知

日本消費者協会から紹介を受けた「雑誌広告モニター」8名に雑誌24誌の調査を依頼、提出された「調査報告書」を基に4分科会で審査を行い「掲載注意」「改善申入れ」などの判断をした。倫理委員会では各分科会の審査判断を公表、質疑応答を行い、審査判断を確定。その結果は出版社、広告会社を通じて広告主に提示され、原稿の修正、改善などの注意喚起をした。また、審査内容は「倫理委員会発」で会員社に周知した。分科会、委員会ともにリモート開催のため、会議に先立ち事前に審査判断に必要な資料を作成し、関連するデータとともに各委員に送付したうえで討議を行った。

2. 行政や他団体の情報や指針を共有

経済産業省、厚生労働省、消費者庁、国民生活センターなどの行政や団体からのコロナウイルス関連予防の表現について注意喚起、薬機法の違反に課徴金が課せられる法改正、医療広告におけるウェブサイトの広告規制、全国求人情報協会の「求人情報提供ガイドライン」改訂、医療法の一部改訂等があり、委員会、倫理委員会発などを通じて会員各社に情報を発信し、共有した。

3. 第49回モニター懇談会の開催

昨年開催できなかったモニター懇談会をリモートで開催した。倫理委員会の委員長、副委員長、分科会サブチーフと日本消費者協会から1名、雑誌広告モニターが7名参加し、意見交換を行った。倫理委員会からは昨年の倫理委員会の審査結果について報告、雑誌モニターからは1年間に扱った雑誌の広告に関する感想や、コロナ禍での消費者トラブルについて報告があった。

4. その他

◇「倫理委員会発」No.452～No.462を発行

◇東京都主催のオンライン講習会を案内

- 「医薬品等広告講習会」福祉保健局健康安全部主催
- 「事業者向けコンプライアンス講習会」生活文化局主催
- 「健康食品取扱事業者講習会」福祉保健局健康安全部主催

審査判断一覧（令和3年4月～令和4年3月）

年度	審査件数	掲載不可	掲載保留	大幅改善申入れ	改善申入れ	掲載注意	問題なし
3年度	310	28	1	5	119	111	46
	100.0%	9.0%	0.3%	1.6%	38.4%	35.8%	14.8%
2年度	420	5	0	2	154	171	88
	100.0%	1.2%	0.0%	0.5%	36.7%	40.7%	21.0%

広告内容別ランキング（令和3年4月～令和4年3月）

順位の（ ）は昨年度

	広告の内容	3年度		2年度	
		件数	%	件数	%
1（1）	健康食品・飲料（機能性食品含む）	74	23.9%	114	27.1%
2（4）	強壮食品	63	20.3%	28	6.7%
3（2）	化粧品、医薬部外品、医薬品、トイレットリー	51	16.5%	102	24.3%
4（6）	ギャンブル（ロト・宝くじ・競馬）	24	7.7%	15	3.6%
5（8）	通信販売	22	7.1%	13	3.1%
6（3）	クリニック（美容外科他）	21	6.8%	31	7.4%
7（8）	開運商品	13	4.2%	13	3.1%
8（5）	連合（3社以上の連合広告）	8	2.6%	24	5.7%
9（22）	健康商品・機器	7	2.3%	2	0.5%
10（6）	性風俗	6	1.9%	15	3.6%
11（12）	ヘルスケア・衛生商品	4	1.3%	7	1.7%
12（11）	金融・投資（FX・証券・不動産）	3	1.0%	10	2.4%
13（13）	嗜好品	2	0.6%	5	1.2%
13（13）	食品	2	0.6%	5	1.2%
15（13）	美容商品（化粧品・食品等の連合含む）	1	0.3%	5	1.2%
15（16）	強壮商品	1	0.3%	4	1.0%
15（16）	整体・マッサージ	1	0.3%	4	1.0%
15（19）	家庭用機器	1	0.3%	3	0.7%
15（25）	募集（芸能事務所）	1	0.3%	1	0.2%
15（一）	古物商（着物買取）	1	0.3%	0	0.0%
15（一）	視力回復システム	1	0.3%	0	0.0%
15（一）	宅配業	1	0.3%	0	0.0%
15（一）	個人輸入代行	1	0.3%	0	0.0%
15（一）	ショップ（OA）	1	0.3%	0	0.0%
	その他	0	0.0%	19	4.5%
	合計	310	100.0%	420	100.0%

9. 雑誌広告のPRを研究 <PR委員会>

1. 第63回「日本雑誌広告賞」入賞作品展を開催

令和3年12月1日から28日まで出版クラブビル3階展示場で、第63回「日本雑誌広告賞」の経済産業大臣賞（グランプリ）、日本雑誌広告総合賞、各賞の金賞作品を展示した。まん延防止等重点措置の最中の開催となった。

2. 協会ホームページのリニューアル

ホームページのセキュリティの改善、他のデバイスへのレスポンス対応、掲載コンテンツの抜本的見直し、機能面の強化、運用の一本化による安定性を考慮し、新しいホームページ開発に着手する。協会のPRおよび会員社の利便を考えコーポレートとしての機能を充実させる。

アドバイザーをニューホライズンコレクティブの今泉 陸氏に、開発は日本雑誌協会のホームページの開発・運用を受託しているサイバー・ゼロに依頼した。

10. サクセスナビセミナー開催と雑誌広告デジタル送稿推進協議会（デジ協）活動への協力 <取引・作業合理化委員会>

1. サクセスナビセミナー開催

今までサブネームとして「スキルアップセミナー」を使用していたが、「サクセスナビセミナー」と改め、第1回目の講師として、note代表取締役CEO 加藤貞顕氏をお招きし、下記の内容で開催した。

日 時：令和4年3月4日 午後3時～4時30分

タイトル：noteにおける個人・法人のメディア化の現在と出版社のビジネスモデルの未来

講 師：note代表取締役CEO 加藤 貞顕 氏

受講料：3,000円（会員社）6,000円（非会員社）

企業の情報発信はどう変わっていくのか、出版社はそれにどう付き合っていくべきか、そして、デジタル時代の広告のあり方などについて講演いただいた。179名の参加があった。

2. デジ協活動への協力

日本広告業協会と当協会、日本雑誌協会と連携するデジ協のホームページ「デジ送ナビ」のQ&Aを担当。デジ協のテクニカル回答担当メンバーに確認の上、事務局から回答を配信。回答内容はデジ協のメンバーと共有している。今後も継続してデジ協活動への協力をしていく。

11. 雑誌広告の国際的な調査・研究のための活動 <国際委員会>

1. 国際セミナーを開催

日 時：令和3年10月7日 午後3時～午後4時30分

タイトル：「The Future of our Media メディアの未来～さらなる変化に向けて～」

講 師：ハースト婦人画報社／ハースト・デジタル・ジャパン

代表取締役社長 ニコラ・フロケ氏

内 容：「メディア業界の現状」「変革による紙媒体の継続と繁栄」「データ中心の未来」等

のテーマで話があり、雑誌はデジタルやSNSとは異なる体験が提供できることを目指し、業界全体でサステナビリティへ取り組む必要がある。

参加者：227名

2. 国際レポート

会報7月号に、アメリカ在住の文筆家 佐久間裕美子氏による「ミレニアルとZ世代が牽引する価値観のシフト」を掲載した。アメリカにおける多様性を標榜するミレニアル・Z世代は、社会全体の变革を求める傾向にあり、政治や行政だけではなく、消費や雇用を通じて社会的格差や、マイノリティ、地球環境への取り組みなどに働きかけている。企業も消費者や従業員の要求に呼応する形で、雇用や広告を通じて社会の進化を推し進める「コーズ（大義）マーケティング」が進んでいるとする内容。

12. 会報「雑誌広告」の発行状況 <会報編集委員会>

令和3年4月号（No.780）から令和4年3月号（No.791）まで、毎月1日を発行日に8ページ建てを11回、40ページ建てを1回、合計12回発行した。

40ページ建ては11月号（No.787）の「第63回日本雑誌広告賞特集号」で、入賞作品とともに審査委員の講評を掲載した。また、1月号（No.789）も正副理事長と各委員会委員長などの「年頭所感」をまとめ、特別号として全ページカラーで発行した。

特集は該当月号の担当会報委員が企画を発表し、討議した内容で作成した。通常号の「最前線」を、令和4年2月号（No.790）から「最前線 plus」にリニューアルした。「最前線 plus」は企画委員会と広告問題対策委員会で小委員会を構成し、これまでの広告主のほか、業界に関係する方々や会員出版社・広告会社にも取材先を広げ、広告事例やデータ解析など、注目の内容を自由に語っていただく。

「第63回日本雑誌広告賞特集号」の表紙はADKマーケティング・ソリューションズによる無償提供の作品である。それ以外の表紙は、長場 雄氏の作品。発行部数は、4・5月号が1,950部、6月号～10月号、12月号～3月号までが、1,900部。11月特集号が2,000部。

また、ホームページには通常号と1月号の全ページ、11月広告賞特集号は講評ページを掲載した。

※本年度末における配本内訳は表の通りである。

会報配布先	社数	部数
雑誌発行社	68社	562部
広告会社	74社	514部
会員社（追加分）	8社	149部
会員外	3社	3部
関係団体 広告主	}	571部
寄稿家		50部
予備		51部
合計		1,900部

13. 各種の刊行物

- ① 2022年版「雑誌広告掲載料金表」
1,650部を12月中旬に刊行、予約申込みの会員社に頒布した。
頒布価格は1,000円（税込）。
- ② 日本雑誌広告協会「会員名簿」
令和3年7月1日現在の雑誌発行社68社、広告会社76社の正会員、賛助会員を記載し全会員社に配布した。

14. 令和3年度中の新入会社・退会社

<退会会員>敬称略

社名	正会員	賛助会員
9月		
株式会社ゼファ	代表取締役 川上 高義	アドバタイジングマネージャー 山崎 慎太郎
株式会社トライアウト	代表取締役 車田 宏章	取締役東京支社長 辻本 光志
3月		
株式会社誠文堂新光社	雑誌部部长 小菅山 智子	執行役員 白土 学
株式会社リイド社	クロスメディア部部长 石坂 岳大	専務取締役 齊藤 人志
株式会社栄美通信	代表取締役社長 唐橋 紹	
株式会社 コスモ・コミュニケーションズ	メディアソリューション部 ディレクター 馬田 和典	メディアソリューション部 メディアプランナー 高橋 修一 宇山 由貴 メディアマネジメント 遠田 容子
株式会社読売エージェンシー	代表取締役社長 小山 晃	

※コスモ・コミュニケーションズと博報堂マグネットの事業統合により博報堂Gravityが設立されたため、コスモ・コミュニケーションズは退会、博報堂マグネットは社名変更として取り扱う。

15. 令和3年度末の会員社数と会員数

	社数	会員数
雑誌発行社	66社	314名
広告会社	71社	260名
計	137社	574名