

平成 30 年 11 月 1 日

電子雑誌広告における広告掲載ガイドラインの策定について

一般社団法人 日本雑誌広告協会

近年、電子雑誌・電子書籍の販売は伸長を続けており、その販売形態も多様化しております。また、出版社サイトのインターネット広告販売につきましては、JIAA を中心に様々な課題に取り組んでおり、発展的な広告への取り組みが行われております。

一方で、電子雑誌における広告については、出版社もしくは雑誌ごとに広告掲載の有無、掲載期間、原稿仕様、リンク機能の有無などが統一されておらず、広告の販売活動が行いづらい状況にあります。更には、電子雑誌広告の効果や価値検証も十分に行われていないことから、今後の成長に伴って評価のあり方が問われる事が予想されます。

そこで、日本雑誌広告協会におきましては、上記のような課題を集約し、成長が見込まれる電子雑誌広告のあり方について早期に研究・検討・対策を行い、未来への準備を行う事が急務と考え、「電子雑誌広告（雑誌のデジタル化に伴う広告）タスクフォース」を設置し、年末を目途に指針となる「電子雑誌広告ガイドライン」の策定を進める事と致しました。

関係者の皆様におかれましては、趣旨等ご理解いただきご協力いただけますようお願い申し上げます。

記

名称 : 日本雑誌広告協会 電子雑誌広告タスクフォース

設置 : 2018 年 9 月

タスクフォースでの検討課題案

- ・ 電子雑誌・電子雑誌広告の定義
- ・ 電子雑誌広告の価値とフォーマット
- ・ 読者データの取扱い
- ・ 広告原稿の有効期間
- ・ 広告商品、料金体系、効果測定、広告主・関連会社との調整など

※詳細につきましては別途、日本雑誌広告協会ホームページにて逐次お知らせいたします。

以上