

平成23年度 事業報告

平成23年度は、未曾有の東日本大震災、大津波、原発事故という国難に直面し、新しい年度を迎える現在においても、まだまだ傷は癒えず、復興もようやく緒に就いたという状況です。また、経済の面においても、歴史的な円高や欧州の債務危機、アメリカ経済の停滞など、日本を取り囲む多くの試練に遭遇するかつてない厳しい一年となりました。

平成23年の総広告費は、5兆7,096億円、前年比97.7%となりました。マスコミ四媒体の広告費やプロモーションメディア広告費が、前年を下回る一方で、衛星メディア関連広告費やインターネット広告費が伸張し、ここ数年の傾向であるソーシャルメディア部門での増加が続いています。

大阪広告協会は、「大阪を熱く、広告で熱く。」を活動目標に置き、世界のそして日本の・大阪のCM優秀作品の紹介と研究の場づくりをはじめ、21世紀の大阪のCMを考える講演会などを開催しました。また、大阪広告協会賞や佐治敬三賞、MADE IN OSAKA CM AWARDSなどの顕彰事業においても、募集活動の充実や審査基準の再確認、内規の見直し等に取り組むと共に、CM合同研究会の皆様や会員拡充委員会、法規委員会、地域委員会、懇話委員会の各委員の皆様、各賞の選考委員の皆様の積極的なご活動により、大阪広告協会の各事業をより中身の濃いものとして実施することができました。

公益社団法人への移行については、平成24年度には、新法人としての歩み始める予定です。これまでの過程においては、全日本広告連盟をはじめ、会員各位のご指導、ご協力を頂きました。ここに御礼申し上げます。

新定款の第3条には、「この法人は、広告を依頼する者、広告を制作する者、広告を掲載・放送する者等が共同して、関係諸機関・団体との連携のもと、広告に関する情報提供や人材の育成、顕彰活動等を通して、企業と消費者の社会的責任の促進、広告の信頼性の向上、生活者に不可欠な生活情報の提供、地域経済の活性化等を内容とする広告の社会的使命を推進し、もって一般市民の文化的な生活の向上、公正かつ自由な経済活動の促進及び地域社会の健全な発展に資することを目的とする」とあります。昭和22年の設立時から諸先輩方が常に念頭におかれた「理念」と築いてこられた「信用」と「実績」があつてこそ、今日があることを肝に銘じ、今後においてもその「意志」を受け継ぎ、共に力を合わせ、価値ある活動を継続してまいりたいと考えます。