

2023年（令和5年）1月31日

報道関係者各位

Comexposium Japan 株式会社
代表取締役社長 古市優子

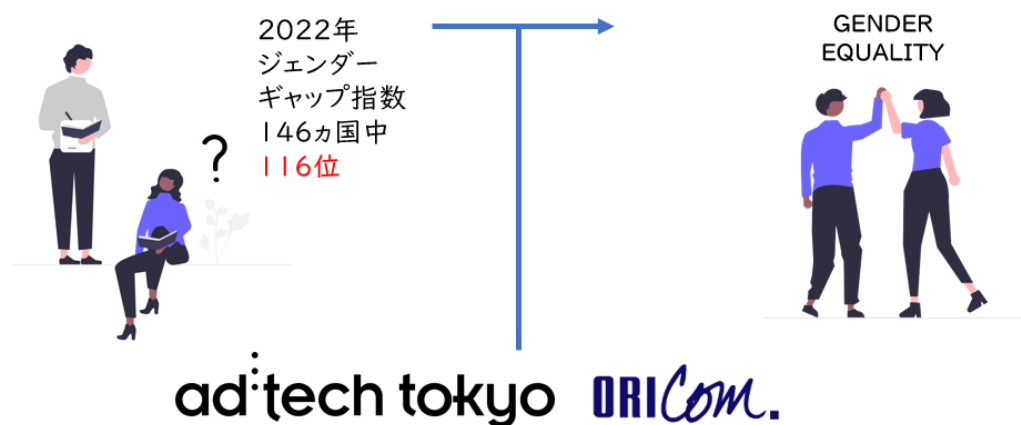
株式会社 オリコム
代表取締役社長 大塚尚司

広告コミュニケーション活動におけるジェンダーバイアスの測定基準「GEM®」を アドテック東京とオリコムが日本で本格始動

アドテック東京等のマーケティングの国際カンファレンスを多数企画・実施しているComexposium Japan（コムエクスポジウム・ジャパン）株式会社（本社：東京都港区 代表取締役社長：古市優子）と、広告会社の株式会社オリコム（本社：東京都港区 代表取締役社長：大塚尚司）は、日本の広告コミュニケーション活動において、ジェンダーギャップのない社会の実現を目指し、ジェンダーバイアスの世界的な測定基準である「GEM®（Gender Equality Measure）」を日本で本格始動します。

日本のジェンダーギャップは
まだ課題を抱える状況

広告コミュニケーション活動で
ジェンダーギャップのない社会へ



背景：広告表現にはびこるジェンダーバイアス

2022年の日本のジェンダーギャップ指数は、146カ国中116位であり、先進国の中で最低レベル、アジア諸国の中でも韓国や中国、ASEAN諸国より低い結果です。※1

そうした中、ジェンダーに関する話題は、取り上げ方を間違えると炎上に繋がりがやすく、特に「女性」というワードは、炎上関連の投稿の上位に入っております。※2

このような状況下で世界では、全米広告主協会（ANA=Association of National Advertisers）内にある女性のメディアにおける描き方を研究する団体「SeeHer」が、ジェンダーバイアスをなくす活動として、「GEM®」を開発しました。そしてこの度、全米広告主協会（ANA）と Comexposium Japan（コムエクスポジウム・ジャパン）株式会社が業務連携。そこに日本における、調査運営担当として株式会社オリコムが加わり、日本での「GEM®」を推進することとなりました。

これにより、広告コミュニケーション面から、ジェンダーギャップのない社会の実現を目指します。

※1 世界経済フォーラム 「The Global Gender Gap Report 2022」を元に内閣府男女共同参画局が作成

※2 シエンプレ デジタル・クライシス総合研究所より

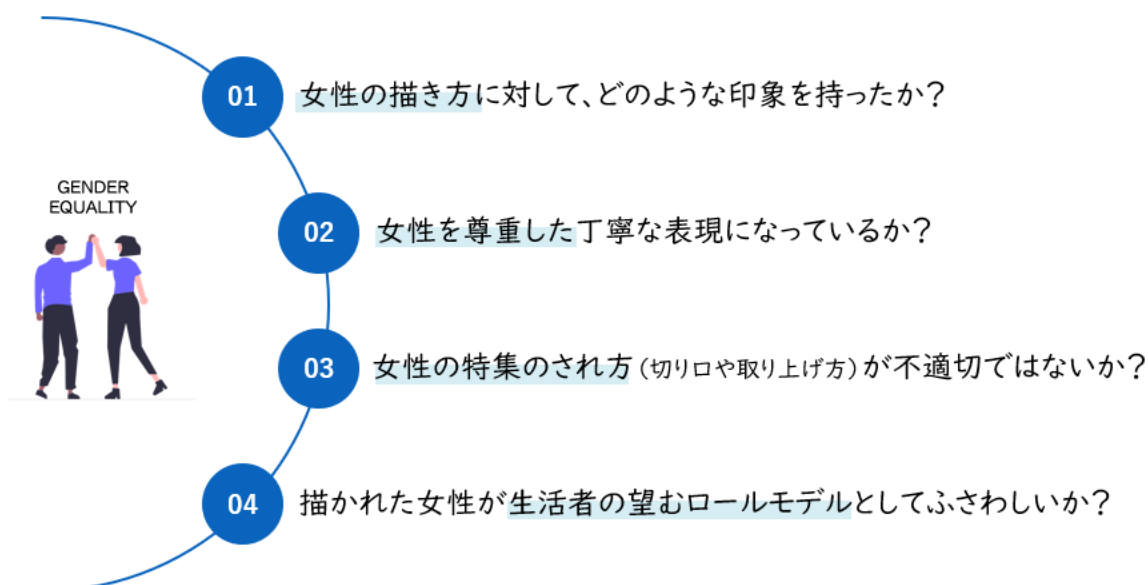
ジェンダーバイアス解消のために開発された「GEM®」

「GEM®」は、Gender Equality Measure を指します。広告やコンテンツにおいて、女性の描写に対する生活者の反応を測定します。現在、世界 14 カ国で導入され、20 万件以上の広告を評価するなど、グローバルスタンダードな手法です。

「GEM®」で測定すること

「GEM®」は独自の測定手法を用いて、男女平等の度合いを数値化した「GEM®スコア」で表わされます。「GEM®スコア」は、生活者に広告やコンテンツを見てもらい、4つの重要な要素を測定し、過去6年間に日本市場でテストされたすべての広告を基に指数化された基準値から、その高低を比べることができます。

< 4つの重要な要素 >



「GEM®スコア」の活用は、ジェンダーギャップのない品質管理の行き届いた広告コミュニケーション活動に繋がります。

「GEM®スコア」の高い広告が企業に与える影響

	アメリカ	中南米	ヨーロッパ 中東/アフリカ	アジア太平洋	
ブランドに対する評価	+56%	+37%	+53%	+92%	すでに「GEM®」を実施している国では、「ブランドに対する評価の向上」および「ブランドや商品に対する購買意欲の喚起」にも繋がったという実績もあります。
ブランドや商品に対する購買意欲の喚起	+42%	+39%	+52%	+69%	

「GEM®」を活用したいという企業のマーケター、メディアリーダー、業界インフルエンサー様がいらっしゃいましたら、ぜひお問合せやメッセージをお寄せください。

広告コミュニケーション活動から、
ジェンダーギャップのない社会の実現へ

ad:tech tokyo ORICOM.

リリースに関するお問い合わせは、下記までお願い致します
株式会社オリコム 経営企画局 井口富義・茅原匠 TEL. 03-6733-2021

<https://www.oricom.co.jp/contact/>