
2019年度事業報告

2019年4月1日から2020年3月31日まで

2019年度事業報告

はじめに

「2019年日本の広告費」においてインターネット領域の広告は、6年連続で2桁成長し構成比で約30%を占めるに至ったとされた。広告界そして産業界全体の変化が急速に進む環境下で、JAROは審査・啓発などの「基本事業領域における業務基盤の整備と業務の深化」と、「社会的に求められる、広告・表示領域におけるJAROの新たな役割の模索」を事業の2つの柱として、広告・表示の適正化のために活動を推進した。

2019年度のJAROの総受付件数は12,489件(前年度比113.0%)と大きく伸長し、4年連続で過去最多件数を更新することとなった。苦情・ご意見も9,324件(同111.2%)と増加したが、中でも期中に改修したJAROウェブサイト上の「広告みんなの声送信フォーム」(※)経由のものが6,718件(同124.1%)と大きく伸長、受け付けた苦情・ご意見の72.1%を占めることとなった。※「JAROオンラインご意見箱」から改称。

「2019年日本の広告費」と同様に、JAROにおいても、2019年度に寄せられたインターネット上の広告・表示に関するご意見がテレビ広告に関するものを超えるに至った。対象とされた広告には著しく不適切なものも少なくなく、2月までに業務委員会が審議した34件中、28件がインターネットに関するものとなり、そのうち26件に「警告」を発信した。それらの中にはアフィリエイトサイトが関与するものが多く、広告主等に対する「見解」とは別に事務局から注意文書を発信するなど、より幅広い関与者に対しても適正化を求めた。

著しく不適切な広告・表示を行う事業者が急増してきたことから、審査委員会にこうした事業者への対応について諮問し、2020年度からはさらに強く適正化を求める「厳重警告」を設け、対応強化のための施策も導入することとした。

近年の消費や事業の形態、メディア環境の変化により、行政から発せられる措置命令や課徴金納付命令などの件数は高い水準を維持、また行政の対応状況も変わってきている。こうした変化をとらえるた

め、JAROでは行政機関や各種団体との情報交換会を実施し、情報の収集や現状の把握、そしてセミナーや講師の派遣を通じて情報を提供、理解促進を図る活動を展開した。

環境変化に合わせて広告・表示の適正化を推進していくためには、活動に賛同する会員社を拡大していくことが不可欠であり、またその対応のための財務面での強化も欠かせない。2019年度は新規会員社30社の入会を目標に取り組んだ。年度末に活動を停止せざるを得なかったこともあり新規入会は27社に留まったが、多くの新しい領域で事業を展開する企業を会員社とすることができた。また会員社向けの無料セミナー「JAROの会」の開催や、利便性アップのための会員社向けウェブサイトの改修などサービス向上にも努めた。

事務局では新たに「コンテンツ」「会員管理システム改修」「ケースノート改修」「研修」といったプロジェクトを立ち上げ、既存のプロジェクトと共に事務局内横断的施策として推進した。社会の変化に伴いJAROに求められる業務領域を拡大していくために、今後もこの種の活動は継続していきたい。

新型コロナウイルスの影響で2月下旬より、予定していたセミナーや講師派遣、委員会を中止もしくは延期とした。4つの部会は書面決議とし、理事会は全理事、監事同意の下、決議を省略することとした。JAROも不確実性の高い状況下で新年度を迎えることになったが、こうした環境にも柔軟に対応し、広告・表示の適正化のため活動を推進していきたい。

I. 審査活動

1. 2019年度の審査報告

(1) 審査概況

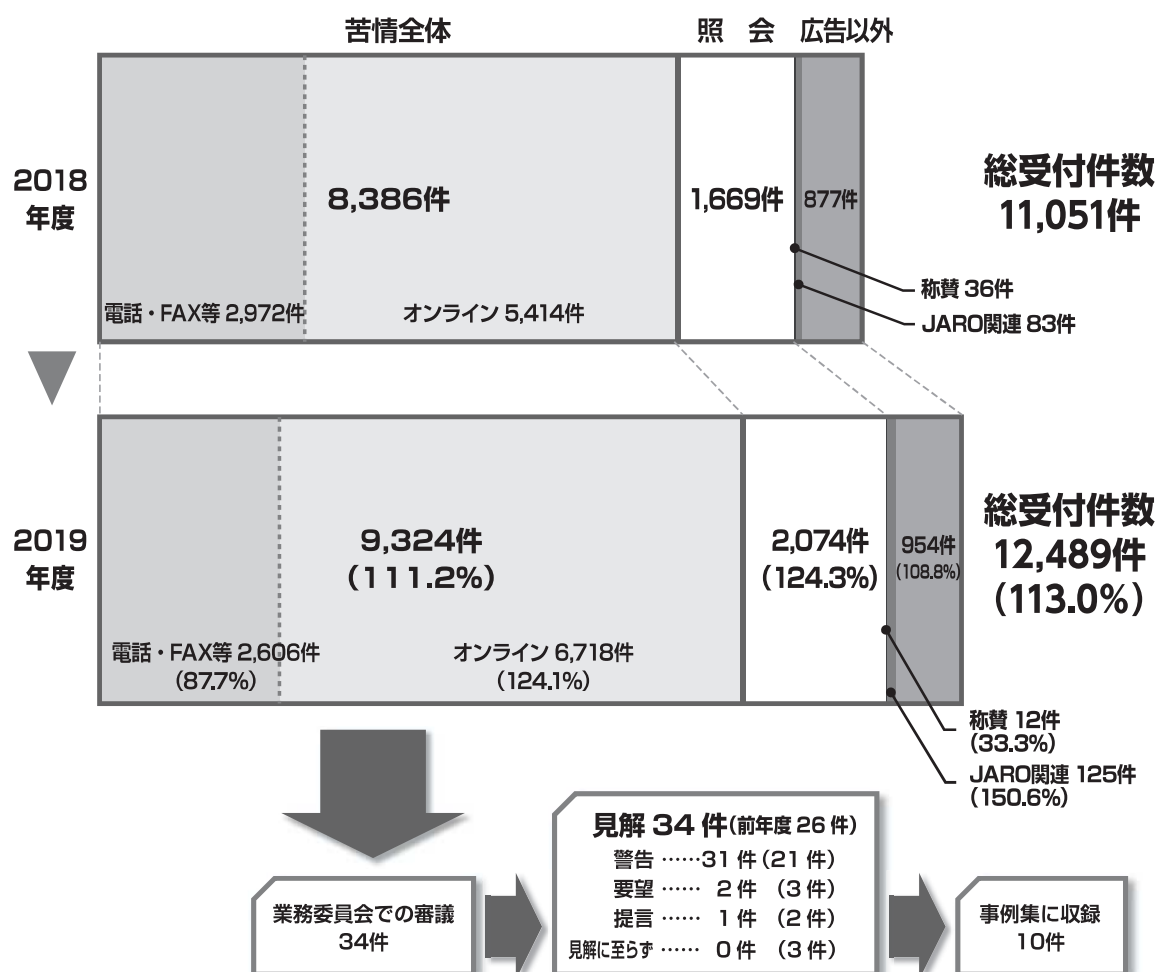
2019年度の総受付件数は12,489件(対前年度比113.0%)で、前年度より1,438件増加した。総受付件数はJAROウェブサイトの送信フォームからの受付件数(オンライン)が1,398件増加したことが主な要因となり、前年度に引き続き大幅な件数増加となった。内訳は「苦情」9,324件、「照会」2,074件、「称賛」12件、「広告以外」954件、「JARO関連」125件となった。

主に消費者から寄せられる「広告・表示が実際と異なる」等の意見である「苦情」(同111.2%)が938

件の大幅増となった。事業者からの事前相談である「照会」(同124.3%)も405件の増加となったほか、「広告以外」(同108.8%)についても77件の増加、JAROの活動その他に関する意見である「JARO関連」も(同150.6%)42件の増加となった。他方、広告に寄せられた良い意見である「称賛」(同33.3%)は24件の減少となった。

2019年度に業務委員会で審議した案件は34件で、全てに「見解」を発信した。内訳は、最も厳しい「警告」が31件、「要望」が2件、「提言」が1件となった。法令に抵触するおそれのある「警告」の比率がさらに増加した。

●受付件数の概要 ()内は前年度比



2019年度事業報告

(2) 苦情の業種別傾向

「苦情」を業種別に見ると、1位は「デジタルコンテンツ等」の855件(前年度668件)で、187件の増加となった。内容は、主に特定の広告主のオンラインゲームについて、広告・表示がわいせつな表現で不快である、広告・表示は脱出ゲームの要素であったにもかかわらず、ただのパズルゲームであって広告に表示されているシーンと実際のゲームの内容が違うなどといったものであった。2位の「健康食品」は、定期購入や返金保証など取引の条件が分かりにくいこと、医薬品的な効能効果を標ぼうしているなどの意見がインターネットの広告・表示を中心に多く寄せられ、前年度より250件増加の770件(同520件)となった。

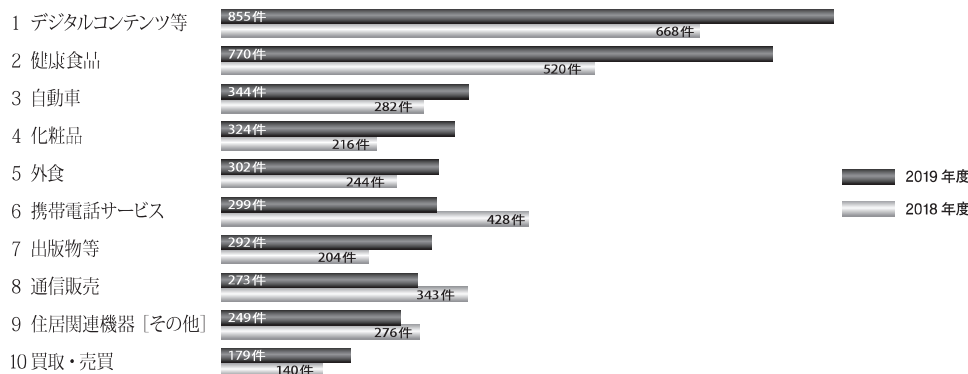
(3) 苦情の媒体別傾向

「苦情」を媒体別に見ると、「インターネット」「テレビ」「ラジオ」の順となり、2019年度は初めて「インターネット」が「テレビ」を抜き1位となった。

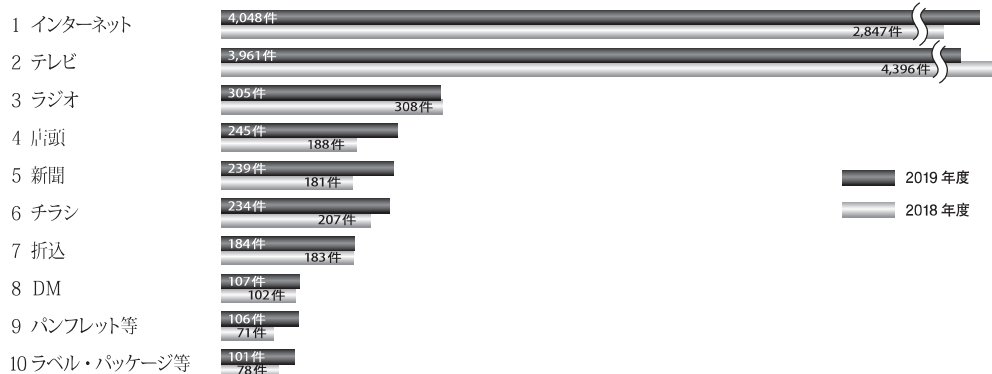
「インターネット」(4,048件)を業種別に見ると、「デジタルコンテンツ等」「健康食品」「出版物等」が上位3位までを占めた。2位の「テレビ」(3,961件)は「自動車」「住居関連機器(その他)」「デジタルコンテンツ等」となった。1位の「インターネット」と2位の「テレビ」で全体の約80%を占め、順位は入れ替わったが2媒体の寡占状態は例年通りとなった。

● 苦情の業種別／媒体別傾向

① 苦情の業種別件数



② 苦情の媒体別件数



(4) 照会

ア) 業種別・媒体別件数

主に事業者等からの広告制作時・受付時の相談である「照会」(2,074件)を見ると、最も多かったのは前年度に引き続き「化粧品」397件(前年度308件)で、次いで「医院・病院」206件(同131件)、「健康食品」201件(同185件)の順となり、2位と3位の入れ替えはあったものの、上位3業種は前年度と同様であった。

「照会」を媒体別に見ると、上位は「チラシ」「インターネット」「折込」の順となった。また4位の「ラベル・パッケージ等」については、複数の会員社からの相談が集中したため前年度の155件から245件と大幅に増加した。

イ) 事業者の内訳

事業者(会員・非会員を問わず)からの「照会」は1,963件(前年度1,552件)と、前年度の減少から増加に転じた。広告主の会員社からの相談が1,049件と前年度の701件より大幅に増加したことが要因となる。会員、非会員の内訳は会員社が1,816件、非会員社が147件と、会員社からの相談が92.5%を占めた。近年、照会など会員サービスを期待して入会する企業も多く、JAROの広告相談に関するニーズは依然高い。

③ 照会の業種別件数

	業種	2019年度	前年度
1	化粧品	397	308
2	医院・病院	206	131
3	健康食品	201	185
4	医薬部外品	99	63
5	理容美容用具・機器	61	25

④ 照会の媒体別件数

	媒体	2019年度	前年度
1	チラシ	366	292
2	インターネット	337	262
3	折込	278	216
4	ラベル・パッケージ等	245	155
5	テレビ	120	83

● 事業者別照会件数内訳

事業者		会員	非会員	合計
広告主	2019年度	1,049	81	1,130
	前年度	701	126	827
媒体社	2019年度	340	12	352
	前年度	444	22	466
広告業	2019年度	427	54	481
	前年度	176	83	259
合計	2019年度	1,816	147	1,963
	前年度	1,321	231	1,552
会員/非会員 構成比	2019年度	92.5%	7.5%	100.0%
	前年度	85.1%	14.9%	100.0%

2019年度事業報告

(5) 相談者の内訳

一般からの相談は電話等とオンラインの合計で10,283件となった。男女比を見ると、男性64.8%、女性34.3%（不明0.9%）と約2：1の比率は例年通りの傾向となった。年代別では、電話・FAX等は「50代」(615件)、オンラインは「40代」(2,193件)が最

も多く、前年度と同様の結果となった。年代を構成比で見ると、電話・FAX等は「40代」「50代」が全体の約40%、オンラインでは「30代」「40代」が全体の約60%を占め、こちらも前年度と同様の結果となった。

また、消費生活センターからの相談は前年度から38件増加し、今年度は133件であった。

⑤相談者の属性

相談者	苦情	照会	その他	総計	構成比
一般	9,242	16	1,025	10,283	82.3%
消費者団体	0	1	0	1	0.0%
消費生活センター	46	76	11	133	1.1%
行政機関	2	7	1	10	0.1%
事業者	34	1,963	51	2,048	16.4%
関係団体	0	8	2	10	0.1%
その他	0	3	1	4	0.0%
合計	9,324	2,074	1,091	12,489	

⑥一般相談者の年代別・男女別内訳

	電話・FAX等			オンライン	
	男性	女性	不明	男性	女性
10代以下	11	2	0	110	77
20代	22	23	0	487	396
30代	151	100	0	1,272	791
40代	346	210	1	1,380	813
50代	414	201	0	937	390
60代	319	125	0	398	76
70代以上	237	75	0	93	19
不明	486	231	90		
合計	1,986	967	91	4,677	2,562

(6) 見解

ア) 根拠となった法令

「見解」を出す根拠となった抵触のおそれのある法令は、医薬品医療機器等法が30件、景品表示法が28件、特定商取引法が23件、健康増進法が16件、医療法が1件であった。(複数の法律に抵触する案件があるため「見解」の総件数とは一致しない)

イ) 媒体別／商品・サービス別件数

媒体別では、前年度に引き続き「インターネット」が最も多く28件、次いで「テレビ」3件、その他には「パンフレット」「新聞」「雑誌」「店頭」が各1件であった(1件の広告主に対し複数の媒体で審議を行う案件があるため「見解」の総件数とは一致しない)。

また、見解の対象となった商品・サービスは1位「健康食品」17件、2位「化粧品」8件で、この2業種で全体の約75%を占めた。

審議案件には、「健康食品」「化粧品」等、美容・健康系商品のアフィリエイトサイトが関連する「インターネット」上の広告が多数あり、アフィリエイトサイト上の不適切な表示の適正化が近年の課題となっている。

●見解の根拠となった法令

法令	件数
医薬品医療機器等法	30
景品表示法	28
特定商取引法	23
健康増進法	16
医療法	1

●見解の対象となった媒体

媒体	件数
インターネット	28
テレビ	3
新聞	1
パンフレット	1
雑誌	1
店頭	1

●見解の対象となった商品・サービス

商品・サービス	件数
健康食品	17
化粧品	8
医薬部外品	2
医療機関	2
書籍	1
衣類	1
雑貨(電気製品)	1
エステティックサービス	1
医薬品(第2類医薬品)	1

2019年度事業報告

2. 「事例集」を「会員専用ページ」にアップ

業務委員会で審議して発信した「見解」を体系化し、「事例集」として会員社に提供している。2019年度はNo.646～655を事例として取り上げ、「会員専用ページ」で閲覧・検索できるようにした。

●「事例集」目次(抜粋)

No.648	媒体 インターネット	誤認期待・法違反
商品・役務名	健康食品	
一緒に摂取するとラーメンが水になるかのような動画広告で、健康食品だけで痩身効果があると訴求していた。		

No.649	媒体 インターネット	誇大・法違反
商品・役務名	健康食品	
ダイエットサプリメントのアフィリエイトサイトに「デトックスして痩せ体質になった」などと書かれていた。		

No.651	媒体 テレビ	誤認期待・法違反
商品・役務名	医療脱毛	
テレビCMの注釈が小さいことから、料金が著しく安いかにように誤認した。		

No.652	媒体 インターネット	誤認期待・法違反
商品・役務名	健康食品	
初回が無料、解約保証付きと記載があるが、実際には4カ月分(39,600円)が返金不可だった。		

No.653	媒体 インターネット	誇張
商品・役務名	エステティックサービス	
エステ体験コースの広告で、1回の施術で筋肉量が0.8kg増加したとうたっていた。		

No.654	媒体 インターネット	誇大・法違反
商品・役務名	化粧品	
化粧品の広告であたかもアトピー性皮膚炎の症状が改善するかのように表示されていた。		

3. 会員媒体社との情報連絡会

2019年度も、中部、九州地区の主要媒体社との「媒体JARO情報連絡会」、在京スポーツ新聞社との「スポーツ7紙との情報連絡会」、折込広告会社との「折込広告会社との情報連絡会」、ネット事業を展開している会員社との「インターネット情報連絡会」と、各媒体に合わせた広告形態に特化した情報交換を行い、会員社のニーズに合わせたテーマを取り上げた。

- 2019. 7.17 折込広告会社との情報連絡会
- 2019. 9. 2 インターネット情報連絡会
- 2019. 9.10 スポーツ7紙との情報連絡会
- 2019.10. 9 中部媒体JARO情報連絡会
- 2019.10.25 九州媒体JARO情報連絡会
- 2019.12. 9 折込広告会社との情報連絡会
- 2020. 2. 5 スポーツ7紙との情報連絡会
- 2020. 3.13 インターネット情報連絡会→延期

4. 行政機関などとの連携・協力

前年度に引き続き2019年度も、消費者庁をはじめ関係官庁や都道府県の関係担当部署などに対し法令適用に関して照会するとともに、情報交換などの場を通じて緊密な連携を取った。また、例年同様、自治体主催の事業者向け・一般消費者向け講座への講師派遣など、行政機関からの参画要請に積極的に協力した。

5. 広告関連会議・審査会などへの参画

2019年度も、各業界団体から依頼を受けて、広告適正化に向けての会議や広告表示検討会への参画、情報提供を下記の通り行った。

- ・厚生労働省「医療広告協議会」
- ・東京都港区「広告審査会」
- ・日本貸金業協会「広告審査小委員会」
- ・日本通信販売協会「広告適正化委員会」
- ・日本健康・栄養食品協会「特定保健用食品広告審査会」「機能性表示食品広告審査会」
- ・東京広告協会「法務政策委員会」
- ・セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン「子どもの権利とマーケティング・広告推進委員会」

併せて講演にも積極的に対応し、各団体との関係強化にも努めた。

6. 審査委員会

2019年度は2回の審査委員会を開催した。10月の審査委員会では事務局からの通常報告の他に、前年度に承認された、特にインターネット上の広告・表示案件において不適切な案件が多発していることにより従前の審査結果分類基準を3段階から4段階とすることについて審議を行った。なお、この10月の審議では、各審査結果分類基準の定義および不適切性の最上位に分類される広告・表示に対する対応等について再考が必要であるとされた。

上記に対する改訂案について、2月に開催した審査委員会において審議、またその後委員長および副委員長による追加検討が行われ、3月末に、審査結果分類基準を「嚴重警告」「警告」「要望」「助言」とし、「嚴重警告」案件には短期で公表、告発を行うといった厳しい対応を行うことを決定した。その他、事務局の広告・表示について探査を強化すること、および適正化のための文書発信の対象を拡大することについても承認された。また、「見解」に対する不服申し立てがなかったため、係る審議は行われなかった。

II. 啓発活動

1. 各種セミナーの開催

会員の実務に役立てていただけるよう、JARO主催の「広告研究セミナー」や他団体との共催セミナーなど計10回開催し、延べ2,199名の参加を得た。2019年度は、行政による監視・指導・執行が厳しくなっている景品表示法にスポットを当て「実務者のための景品表示法の留意点」と題したセミナーを東京、大阪、福岡で開催し好評を博した。そのほか「機能性表示食品の届出に関する事後チェック指針(案)」の解説を日本健康・栄養食品協会との共催で開催した。年度末に予定していた3つの講演は、新型コロナウイルスの影響を勘案し中止とした。

講演会・セミナー

A. JARO主催セミナー

2019. 4.15 広告研究セミナー(東京) 来場: 373名
「新任者のための広告法務基礎講座」
第1部「事例で学ぶ景品表示法」
JARO 審査課長 吉田巖
第2部「事例で学ぶ医薬品医療機器等法、健康増進法、特定商取引法等」
JARO 審査部長 橘 一
第3部「基礎から学ぶ知的財産権」
電通 法務マネジメント局 法務部 星知矩氏
2019. 4.16 同上(大阪) 来場: 146名
第1部・第2部 同上
第3部 電通 法務マネジメント局
関西法務部長 高宮龍彦氏
- 2019.5.21 JAROの会(リーガル)
(東京) 来場: 288名
第1部「薬機法課徴金制度法案の概要と景表法課徴金制度の執行状況」
アンダーソン・毛利・友常法律事務所
弁護士 木川和広氏
第2部「消費税の軽減税率について」
東京国税局消費税課 太田彰典氏
- 第3部「JAROの2018年度実績統計報告」
JARO 審査部長 橘 一
2019. 6.21 JAROの会(リーガル)
(大阪) 来場: 100名
第1部「大阪府における消費生活関連法令の執行について」
大阪府消費生活センター課長補佐 山田昇氏
第2部「最近の医薬品等の広告監視状況について」
大阪府健康医療部薬務課製造調査グループ 副主査 亀井健太郎氏
第3部「消費税の軽減税率について」
大阪国税局課税第二部消費税課 課税第3係長 長西研太氏
第4部「JARO審査部からの審査活動報告」
JARO 関西事務所 シニアコンサルタント 武田典子
- 2019.10.18 広告研究セミナー(東京) 来場: 324名
「実務者のための景品表示法の留意点」
第1部「景品表示法の執行状況に見る広告・表示の留意点」
日比谷総合法律事務所
弁護士 植村幸也氏
第2部「実務者のための景品規制」
電通 法務マネジメント局 法務部 星知矩氏
- 2019.10.24 同上(福岡) 来場: 81名
- 2019.11.19 同上(大阪) 来場: 132名
第1部 同上
第2部 電通 法務マネジメント局
関西法務部 増田剛氏
- ※(2020.3.5 JARO広告研究セミナー 博報堂生活総合研究所みらい博2020 「私の時間が溶けていく」)→中止)

B. 他団体との共催セミナー

2019. 7.12 広告法務セミナー（東京） 来場：373名

第1部「最近の景品表示法の運用状況
と違反事例について」

消費者庁表示対策課上席景品・表示
調査官 栗谷康正氏

第2部「2018年度のJARO広告審査の概況
と事例」

JARO審査課長 吉田巖

6団体共催：日本アドバタイザーズ協会、
日本広告業協会、日本アド・コンテンツ
制作協会、日本広告制作協会、日本イン
タラクティブ広告協会

2019. 7.26 同上（大阪） 来場：140名

8団体共催：上記6団体に加え、大阪広
告協会、大阪アドバタイジング・エー
ジェンシーズ協会

2020. 2.19 日健栄協・JARO広告研究セミナー

（東京）来場：242名

第1部「機能性表示食品の届出に関する
事後チェック指針について」

消費者庁表示対策課課徴金審査官

機能性表示食品特命室長 田中誠氏

第2部「日健栄協のトクホ、機能性表示
食品の広告に関する取り組みについて」

日本健康・栄養食品協会

事務局長 青山充氏、

機能性食品部次長 坂間厚子氏

※（2020.2.27同上（大阪）→中止）

※（2020.3.3同上（福岡）→中止）

上記※印の2講演は、新型コロナウイルス
感染拡大防止のため中止とした。

行政・自治体や消費生活センターが15件、消費者
団体などが4件であった。

会員企業、業界団体などからは、社員向け研修の
講師として景品表示法を中心にした広告・表示関連
のルールの解説や最新の事例紹介などをテーマにし
た講演の依頼が多かった。一方で、消費生活セン
ター、消費者団体を通じて消費者向けの講演依頼に
も対応し、インターネット上の広告・表示の解説を
盛り込むなど、消費者啓発向けに分かりやすいコン
テンツ作りを目指した。*②は1日2回講演

2019. 4.11 東京：アスクル

2019. 4.22 東京：ダイレクトマーケティングフェア
（日本流通産業新聞社）

2019. 4.23 東京：ドクターシーラボ ②

2019. 4.27 京都：日本広告学会関西部会

2019. 5.14 東京：CMerTV

2019. 5.16 千葉：佐倉市消費生活センター

2019. 5.19 静岡：静岡県長泉町くらし環境課

2019. 5.20 東京：マクアケ

2019. 5.23 大阪：I-ne

2019. 5.30 東京：東洋経済新報社

2019. 6. 5 東京：日立アプライアンス

2019. 6. 5 福岡：宗像市消費生活センター

2019. 6. 5 沖縄：生活協同組合コープおきなわ

2019. 6. 6 福岡：生活協同組合連合会コープ九州事
業連合

2019. 6.11 大阪：桃谷順天館

2019. 6.12 東京：ガンホー・オンライン・エンター
テイメント

2019. 6.12 東京：日本消費者協会・消費生活コン
サルタント養成講座

2019. 6.17 愛知：中日新聞折込広告協同組合 ②

2019. 6.27 東京：JPコミュニケーションズ ②

2019. 7. 3 東京：医療経済研究・社会保険福祉協会

2019. 7. 4 東京：日本訪問販売協会

2019. 7. 5 大阪：関西消費者協会

2019. 7. 9 北海道：北海道広告業協会

2. 講師派遣

2019年度末に4件の講演が、新型コロナウイルス
の影響により依頼先の意向でキャンセルとなった
が、年間66件の講師派遣を行った。派遣先の内訳は、
会員企業、業界団体などへの派遣が最も多く47件、

2019年度事業報告

2019. 7.11 大阪：日本一般用医薬品連合会
2019. 7.18 東京：サザビーリーグ
2019. 7.23 香川：香川広告協会
2019. 7.30 東京：日本一般用医薬品連合会
2019. 8. 1 東京：サザビーリーグ
2019. 8.21 東京：ソニー
2019. 8.23 愛知：中日総合サービス
2019. 8.27 大阪：消費者関連専門家会議
(ACAP)西日本支部
2019. 8.31 広島：日本産業協会・消費生活アドバイ
ザー資格更新研修
2019. 9. 9 北海道：北海道広告業協会・全北海道広
告協会
2019. 9.10 東京：雪印メグミルク
2019. 9.10 神奈川：国民生活センター
2019. 9.11 東京：日本生活協同組合連合会
2019. 9.19 福岡：新日本製薬
2019. 9.24 神奈川：神奈川県くらし安全部消費生活
課
2019. 9.27 東京：日本健康・栄養食品協会
2019.10. 4 東京：UBMジャパン・食品開発展
2019.10.30 大阪：桃谷順天館
2019.10.31 東京：東京都消費生活部取引指導課
2019.11. 6 東京：日本ホームヘルス機器協会
2019.11. 7 神奈川：国民生活センター
2019.11.14 東京：外食相談研究会
2019.11.18 東京：ADKクリエイティブ・ワン
2019.11.21 兵庫：芦屋市市民生活部地域経済振興課
2019.11.21 静岡：御殿場市くらしの安全課
2019.11.22 東京：Bytedance
2019.11.28 福岡：生活協同組合連合会コープ九州事
業連合
2019.11.30 青森：青森県消費者協会
2019.12. 4 山梨：山梨県県民生活センター
2019.12. 4 東京：ぼちんこ広告協議会
2019.12. 5 東京：東京都健康安全研究センター健康
食品取扱事業者講習会
2019.12. 6 山口：国民生活センター消費生活相談員

研修

2019.12. 7 東京：産業・組織心理学会
2019.12.19 神奈川：国民生活センター消費生活相談
員研修
2020. 1.28 静岡県：静岡県健康福祉部生活衛生局薬
事課
2020. 1.29 北海道：札幌消費者協会
2020. 1.30 神奈川：国民生活センター消費生活相談
員研修
2020. 1.31 岡山：消費者ネットおかやま
2020. 2. 3 愛知：ドリーム
2020. 2.13 東京：バリューコマース

3. 消費者向け啓発活動

JAROでは広告・表示のフェアプレイの推進にあたり事業者向けの啓発活動に加えて、消費者向けの啓発活動にも注力している。特にインターネットメディアの拡大に伴い、消費者には広告・表示への理解とリテラシーの向上が求められてきている。

JAROが主催する「市民講座」は2019年度で5回目の開催となったが、クイズ形式のコンテンツを盛り込むなど分かり易い講義になるように努めた。また、大学との連携による特別講座では、受講対象となる学生が広告の受け手の立場から将来的に社会に出て情報の発信者として広告・表示に関わることも想定して、広告関連の法律・ルールへの理解促進や広告の倫理観を考えるための講義を4大学で実施した。

◇JARO主催市民講座

2019.10. 4 JARO市民講座

◇大学連携講座

2019. 5.31 神戸松蔭女子学院大学
2019.11.11 駿河台大学メディア情報学部
2019.11.15 東京家政学院大学
2020. 1.23 高崎経済大学

Ⅲ. 行政・自治体、関係団体との連携・協力

2019年度の主な活動としては、各省庁の消費者行政担当との「行政連絡会」をはじめ、「消費者庁表示対策課との情報交換会」「国民生活センターとの懇談会」「5都県(景表法担当者)との連絡懇談会」「首都圏消費生活センターとの連絡懇談会」などの連携・協力を例年通り行った。行政・自治体や関係機関・団体との情報交換会や懇談会を開催することで、広告・表示の適正化に向けて相互の連携・協力を進めた。加えて今年度初めて「消費者庁取引対策課との情報交換会」も開催した。

また、公正取引協議会や民間の自主規制機関との懇談会である「関係団体協議会」を2回開催し、具体的な事例についての情報交換や意見交換を行った。行政や自治体、業界関係団体などからの連携・協力の要請にも必要に応じて対応することで、広告・表示の適正化に向けたハブ機能を担えるように努めた。

◇行政・自治体との情報連絡会の開催

- 2019. 7.31 消費者庁表示対策課との情報交換会
- 2019.11. 7 国民生活センターとの懇談会
- 2019.11.12 首都圏消費生活センターとの連絡懇談会
- 2019.12.19 行政連絡会
- 2020. 1.30 消費者庁表示対策課との情報交換会
- 2020. 2. 3 5都県(景表法担当者)との連絡懇談会
- 2020. 2.12 消費者庁取引対策課との情報交換会

◇関係団体協議会

- 2019.10. 1 関係団体協議会(公正取引協議会)
- 2019.11. 5 関係団体協議会(民間自主規制団体)

◇JAROの知見を生かした外部との連携・協力

行政機関や業界団体などからの要請に応じて、広告・表示関連の審査会などに委員として参画したり、広告・表示の適正化に向けたセミナーへの講師派遣や各種アドバイスなどの連携・協力も行った。

IV. 広報・広告活動

2019年度はウェブサイトの全面リニューアルを行い、送信フォームの改訂や消費者啓発用サイトの新設も行った。広告については、45周年に当たる10月度に、広告の掲載・放送をあらためて会員媒体企業に依頼した。

新ウェブサイト、ツイッター、機関誌『REPORT JARO』、プレスリリースなどを活用して情報をより効果的に発信した。

1. 広告

従来使用しているキャラクター「ダメダメ三匹」が好評であることから、テレビ・ラジオCM素材を引き続き使用することとし、展開が少なかった雑誌広告の追加サイズを制作した。ウェブ広告については、会員社のニュースサイトなどにバナー広告を掲載いただいた。

また、1974年10月15日が社団法人許可日であることから10月を設立月間として、会員の媒体企業にこの時期の広告掲載・放送をあらためて依頼するとともに、媒体企業のウェブサイトにもバナー広告掲載も依頼し、多くの企業に協力いただいた。

2019年度掲載・放送数

テレビ	63,055本	53億3,166万円
ラジオ	73,397本	22億2,006万円
新聞	4,733段	8億6,250万円
雑誌	177ページ	1億1,999万円
インターネット	790,932imp	51万円
合計		85億1,672万円



キャラクター「ダメダメ三匹」を使用した広告

2. 機関誌『REPORT JARO』

広告規制を総合的に扱う機関誌『REPORT JARO』は、会員社を中心に広告・表示や消費生活に携わる方に広く活用いただいております。2019年度もさまざまな記事を掲載しました。

2019年度に掲載した主な記事

- 「アフィリエイトサイトに関する広告主の責任」
- 「セミナー 実務者のための景品表示法の留意点」
- 「ネット広告の現状と課題」
- 「フェイク広告にどう立ち向かうか」
- 「セミナー ステレオタイプの向こう側へ。」
- 「スマートフォン利用時に若年層が目にする広告」
- 「学校におけるJAROの消費者啓発活動」
- 「LGBTを知る～性同一性と性的指向の多様性」
- 「『家庭向け医療機器等適正広告・表示ガイド』改正のポイント」
- 「第二種金融商品取引業の広告等自主規制」
- 「『運転支援機能の表示に関する規約運用の考え方』の作成」
- 「バリアフリー広告への取り組み」
- 「たばこの広告・販促等に関する自主規準を改定」
- 「インターネットメディア協会の発足と背景」
- 「アフィリエイトに関する発注ガイドライン」



機関誌『REPORT JARO』

3. ウェブサイト

2019年7月に公式サイトを全面リニューアルを行い、情報を整理して構造を分かりやすくするとともに、スマートフォンや読み上げソフトにも対応した。事例をQ&A形式で紹介する「広告トピック」やJAROを紹介する「JAROってなんじゃろ？」などのページを中心に閲覧され、新型コロナウイルス関連では、マスクや室内噴霧液、免疫力などをうたった食品・飲料などの事例を掲載して消費者や広告関係者向けに注意喚起を図った。

ウェブサイト上で広告のご意見を受け付ける「JAROオンラインご意見箱」も、入力時の利便性や機能の向上を図って「広告みんなの声」としてリニューアルし、寄せられるご意見の増加を果たした。また、学校等をはじめとした消費者啓発にも注力するため「JAROの消費者啓発」サイトを立ち上げた。

会員社のみが閲覧できる「会員専用ページ」は見やすさを重視したデザインの改訂を行い、苦情・照会事例、機関誌『REPORT JARO』などの更新案内を適時通知して会員の活用を促進した。

4. ニュースリリース

2018年度審査状況、2019年度上半期審査状況、通常総会開催、各種セミナーや市民講座の案内など9件のリリースを発信した。ステルスマーケティング、情報商材、フェイクニュース、皇室御用達の表示などの照会に対応したほか、高校の新聞部にも取材いただいた。

◇ウェブサイト



公式サイト www.jaro.or.jp



広告みんなの声送信フォーム

◇ツイッター



@JARO_PR

V. 会員募集活動・ 会員サービスの向上

1. 会員募集活動

JAROが推進する「広告・表示のフェアプレイ」への賛同者を拡大し、安定した財務基盤と組織体制を強化するため、新規会員獲得活動を積極的に展開した。特に、会員外企業による広告・表示に関する相談の受け付けや、JARO主催セミナー参加の機会などをとらえて、会員募集活動を強化した。

その結果、27社(27口)が入会した。内訳は広告主15社、媒体社3社、広告業・広告関連9社。

景品表示法をはじめとした広告関連法規の順守の必要性が高まっていることを背景に広告主が多く入会するとともに、前年度に引き続きインターネット関連企業がコンプライアンス強化のためとして入会した。

一方、経費削減等を理由に退会の申し出があった企業に対しては慰留に努めたが、17社が退会した。

また、会員社の合併に伴う1口の増口があった。

	会員社数	口数
広告主	383	440
新聞	81	116
放送	181	224
出版	44	59
インターネット	19	20
広告業	160	191
広告関連	25	28
計	893	1078

《2019年度入会社一覧》27社

1. 日本航空(株)
2. (株)ジョイフルライフ
3. (株)サザビーリーグ
4. ネクセル総合法律事務所
5. Bytedance(株)
6. 不二製油(株)
7. (株)伊勢半
8. ソニーネットワークコミュニケーションズ(株)
9. (株)エウレカ
10. (株)キュービック
11. (株)インテグレート
12. (株)ボディワークホールディングス
13. (株)ブリーチ
14. (株)ニコリオ
15. (弁)菊地総合法律事務所
16. (株)よりそう
17. (株)サンリフレホールディングス
18. ログリー(株)
19. (株)オープンエイト
20. マカフィー(株)
21. 住友化学園芸(株)
22. (株)セプテーニ・ホールディングス
23. (一社)ぱちんこ広告協議会
24. コタ(株)
25. ゲンダイエージェンシー(株)
26. (株)アイレップ
27. (株)D&Iパートナーズ

2. 会員サービスの向上

会員社の日ごろの業務に役立てられるよう、また、より「広告・表示のフェアプレイ」を推し進められるよう、会員サービスの向上を目指した。

ウェブサイトのリニューアルにおいては、会員専用ページもより見やすい、使いやすいものになるようデザイン変更を実施した。

会員社とJAROとの接点を強化するために、会員管理システムのリニューアルを計画しており、2020年度に実施の予定である。

3. その他の会員社との取り組み

2019年度の新たな試みとして、関西地区の会員企業10社に参加いただき、広告周辺の多様な課題への意識啓発・情報共有の場として「JARO関西事務所 広告研究会 2019」を行った。京都産業大学経営学部准教授の伊吹勇亮氏の指導・監修の下、「広告の新価値創造とその品質基準～関西エリアの活性化に向けて～」をテーマに、6月のキックオフミーティングを皮切りに各回さまざまなゲストスピーカーを招いてディスカッションを行い、計5回の研究会を実施した。

VI. 各会議体の活動報告

1. 総会

2019年度の通常総会を、以下の通り開催した。

第45回 通常総会 2019年6月3日(月) 於帝国ホテル 570名参加(委任状含む)

1. 議長選任
2. 議長挨拶
3. 議事録署名人選任
4. 議事《報告事項》2018年度事業報告
《決議事項》第1号議案 2018年度決算
《報告事項》2019年度事業計画及び予算
《決議事項》第2号議案 役員改選

2. 理事会

2019年度の理事会は、5回開催し、審議事項は以下の通り。

- (1) 2019年5月13日(月) 於JARO会議室
理事44名、監事1名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第45回通常総会
3. 理事長、副理事長、専務理事選任(案)
4. 副理事長の理事長代行順位(案)
5. 審査委員会委員、業務委員会委員長選任(案)
6. 部会員の交代

- (2) 2019年6月3日(月) 於帝国ホテル
理事46名、監事3名出席

【審議事項】

1. 議長選出
2. 理事長、副理事長、専務理事選任の件
3. 審査委員会委員長、副委員長、委員、業務委員会委員長選任の件
4. 副理事長の理事長代行順位の件

- (3) 2019年9月19日(木) 於JARO会議室
理事38名、監事3名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第46回通常総会の日程
3. 部会員の交代

- (4) 2019年12月12日(木) 於JARO会議室
理事32名出席、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 部会員の交代

- (5) 2020年3月度 同意書等の提出による決議の省略(定款第37条)により実施
理事同意書54通、監事承諾書3通のすべてを2020年3月23日(月)までに受理

【(提案)付議事項】

1. 新規入会申込社の入会の承認
2. 2020年度事業計画案の承認
3. 2020年度予算案の承認
4. 就業規則改正の承認
5. 部会員交代の承認

報告事項 2019年度事業報告

3. 総務部会

2019年度の総務部会は、以下の通り5回開催した。((1)(3)(4)の場所はJARO会議室)

- (1) 2019年 5月10日(金) 10名出席
① 5月13日開催の理事会議案の審議 ② 「JAROの課題に対する議論」のテーマ案を協議
- (2) 2019年 8月 9日(金) 於凸版印刷セミナールーム 9名出席
① 5月での部会確認内容を受け、インターネット領域の適正化、新規入会社へのスタンス及び入会審査プロセスの課題を協議
- (3) 2019年 9月17日(火) 9名出席
① 9月19日開催の理事会議案の審議 ② 8月臨時部会討議内容の報告と今後の進め方を確認
- (4) 2019年12月11日(水) 14名出席
① 12月12日開催の理事会議案の審議 ② 課題としたテーマごとの対応案を提起し協議
- (5) 2020年 3月16日(月) *会議を中止し、同意書による決議とした(全14名同意)
① 2020年3月度の理事会議案の承認 ② 会員社のJARO名称使用申請の承認

4. 財務部会

2019年度の財務部会は、以下の通り4回開催した。((1) ~ (3)の場所はJARO会議室)

- (1) 2019年 4月23日(火) 7名出席
《審議事項》 ① 2018年度決算(案)
- (2) 2019年 9月12日(木) 9名出席
《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 会計報告(4月~8月)
- (3) 2019年12月 4日(水) 11名出席
《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 2019年度予算執行状況(4月~10月)
- (4) 2020年 3月12日(木) *会議を中止し、同意書による決議とした(11名同意)
《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 入会申込関連書類の改定について
③ 2019年度予算執行状況(4月~1月) ④ 2020年度事業計画(案) ⑤ 2020年度予算(案)

5. PR部会

2019年度のPR部会は、以下の通り4回開催した。((1) ~ (3)の場所はJARO会議室)

- (1) 2019年 7月 3日(水) 9名出席
《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(9月号~11月号)
- (2) 2019年 9月11日(水) 7名出席
《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(12月号~2月号)
その他、2019年度通常総会記念講演の講師候補を検討
- (3) 2019年12月 6日(金) 9名出席
《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(3月号~5月号) ② 新聞・雑誌広告の延長使用について
- (4) 2020年 3月 6日(金) *会議を中止し、同意書による決議とした(全12名同意)
《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(6月号~8月号) ② 2020年度事業計画(案)

6. 関西部会

2019年度の関西部会は、以下の通り3回開催した。((1)(2)の場所は大広大阪本社会議室)

- (1) 2019年 9月 9日(月) 9名出席
① 新規入会申込社
- (2) 2019年12月 2日(月) 12名出席
① 新規入会申込社
- (3) 2020年 3月 4日(水) *会議を中止し、同意書による決議とした(全13名同意)
① 新規入会申込社 ②2020年度事業計画(案) ③ 2020年度予算(案)

7. 審査委員会

2019年度の審査委員会は、以下の通り2回開催した。(場所はすべてJARO会議室)

- (1) 2019年10月 7日(月) 6名出席
1. 2018年度活動概況報告
2. 2018年度審査概況と見解事例報告
3. 「見解」に対する広告・表示適正化改善率についての報告
4. 特にインターネット上の著しく不適切な広告・表示案件への対応についての諮問
- (2) 2020年 2月20日(木) 7名出席
1. 2019年度上期度審査概況と見解事例の報告
2. 著しく不適切な広告・表示案件に対応した審査結果分類基準の変更と具体的対応策についての諮問

8. 業務委員会

2019年度の業務委員会は、以下の通り11回実施した。(場所はすべてJARO会議室)

- | | |
|---|---|
| (1) 2019年 4月24日(水) 14名出席
警告2件の見解が確定 | (8) 2019年11月27日(水) 13名出席
警告3件の見解が確定 |
| (2) 2019年 5月22日(水) 13名出席
警告2件、提言1件の見解が確定 | (9) 2019年12月18日(水) 13名出席
警告3件、要望1件の見解が確定 |
| (3) 2019年 6月26日(水) 15名出席
警告4件の見解が確定 | (10) 2020年1月29日(水) 12名出席
警告1件の見解が確定 |
| (4) 2019年 7月24日(水) 16名出席
警告2件の見解が確定 | (11) 2020年2月26日(水) 7名出席
警告3件の見解が確定 |
| (5) 2019年 8月28日(水) 15名出席
警告5件の見解が確定 | ※2020年3月25日(水)の委員会は延期とした。 |
| (6) 2019年 9月25日(水) 13名出席
警告3件、要望1件の見解が確定 | |
| (7) 2019年10月23日(水) 16名出席
警告3件の見解が確定 | |

報告事項 2019年度事業報告

9. 業務委員会分科会

2019年度の分科会は、以下の通り合計17回実施した。(関西分科会除く場所はすべてJARO会議室)

(1) A分科会

- | | |
|--|---|
| ① 2019年 5月17日(金) 9名出席
事例審議3件、事例集掲載1件が確定 | ④ 2019年11月15日(金) 10名出席
事例審議3件、事例集掲載4件が確定 |
| ② 2019年 7月19日(金) 7名出席
事例審議1件、事例集掲載2件が確定 | ⑤ 2020年 1月24日(金) 9名出席
事例審議4件、事例集掲載1件が確定 |
| ③ 2019年 9月13日(金) 8名出席
事例審議2件、事例集掲載3件が確定 | ※2020年3月19日(木)のA分科会は延期とした。 |

(2) B～E分科会・関西分科会

- | | |
|--|----------------|
| ① D分科会 2019年 4月22日(月) 15名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | |
| ② E分科会 2019年 5月24日(金) 11名出席
4件の案件を審議し、4件を上程 | |
| ③ B分科会 2019年 6月28日(金) 13名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ④ C分科会 2019年 7月23日(火) 10名出席
5件の案件を審議し、5件を上程 | |
| ⑤ D分科会 2019年 8月27日(火) 13名出席
4件の案件を審議し、4件を上程 | |
| ⑥ E分科会 2019年 9月30日(月) 10名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | |
| ⑦ B分科会 2019年10月28日(月) 8名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | |
| ⑧ C分科会 2019年11月25日(月) 8名出席
4件の案件を審議し、4件を上程 | |
| ⑨ D分科会 2019年12月20日(金) 12名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ⑩ E分科会 2020年 1月31日(金) 9名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | |
| ⑪ 関西分科会 2020年2月14日(金) 8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | (場所は電通関西支社会議室) |
| ⑫ B分科会 2020年 2月25日(火) 8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |

※2020年3月26日(木)のC分科会は延期とした。