2023年度事業報告

2023年4月1日から2024年3月31日まで

はじめに

2023年度は社会のデジタルトランスフォーメーションが進む中、コロナ禍の影響も薄れ、4年ぶりに経済活動がほぼ平常に戻った。2023年日本の広告費によれば、総広告費は7兆3,167億円（前年比103.0％）、うちインターネット広告費は3兆3,330億円（同107.8％）と大きな伸びを見せ、総広告費の45.5％を占めるに至った。

こうした中、JAROの総受付件数は10,874件（前年度比90.4％）、苦情は通期で8,727件（同94.8％）とコロナ禍前の2018年度水準となった。媒体別では、インターネットへの苦情数が4,035件、（同100.8%）と前年を超え、再び媒体別で最多となった。業種別では、医薬品、医薬部外品、化粧品など医薬品医療機器等法に関わるものが上位を占める一方、オンラインゲームやデジタルコンテンツ、買取・売買などが再び増加傾向を見せた。

審査活動においては、まず事務局レベルで事務局発の修正依頼文書発信や、情報提供を行った。そして31件について委員会において審査を行い、全案件に見解を発信した。うちインターネットに関わるものが30件とそのほとんどを占め、法に抵触するおそれのある「厳重警告」「警告」が29件と悪質化が目立つ結果となった。委員会では資料に工夫しつつ、リアル開催とオンラインでの開催を組み合わせて行い、会議の質と利便性の向上のバランスをとるよう配慮した。

啓発のためのセミナーは全てオンラインで、有料、無料、会員限定など様々な形式で12回、適正化に直結するテーマに加え、広告業界の方に幅広く有益となるテーマを選定して実施した。併せてアーカイブ配信も実施、利便性を高めた。この結果、今年も全国から7,300名を超える参加者を獲得し、啓発活動の柱とするとともに、収益面でも大きな支えとすることができた。研修等への講師派遣でもリアル、オンラインを併用して、年間で昨年を上回る54回、消費者向けでは学校向け講座を7回実施した。

会員募集活動では問い合わせや、講師派遣依頼からのアプローチに加え、セミナー参加企業への勧誘を中心に活動、厳しい状況ではあったが年間では19社の新規入会を得ることができた。一方でBtoBへの業態変更、企業合併、広告環境の変化などにより年度内に17社の退会、2口の減口があり、昨年と同数の口数で年度を終了することとなった。環境変化に対応し、広告・表示の適正化を進めていくためには、活動に賛同する会員社を拡大していくことは不可欠であり、工夫を重ね、今後も会員募集活動に注力していきたい。

また、JAROは2024年10月に設立50周年を迎えることとなる。この機会を「社会から求められる変化にJAROが対していくための契機」とするべく事務局内で検討を重ねた。3月の理事会での承認のもと、2024年度にはいくつかの50周年事業が予定されている。

Ⅰ．審査活動

1．2023年度の審査報告

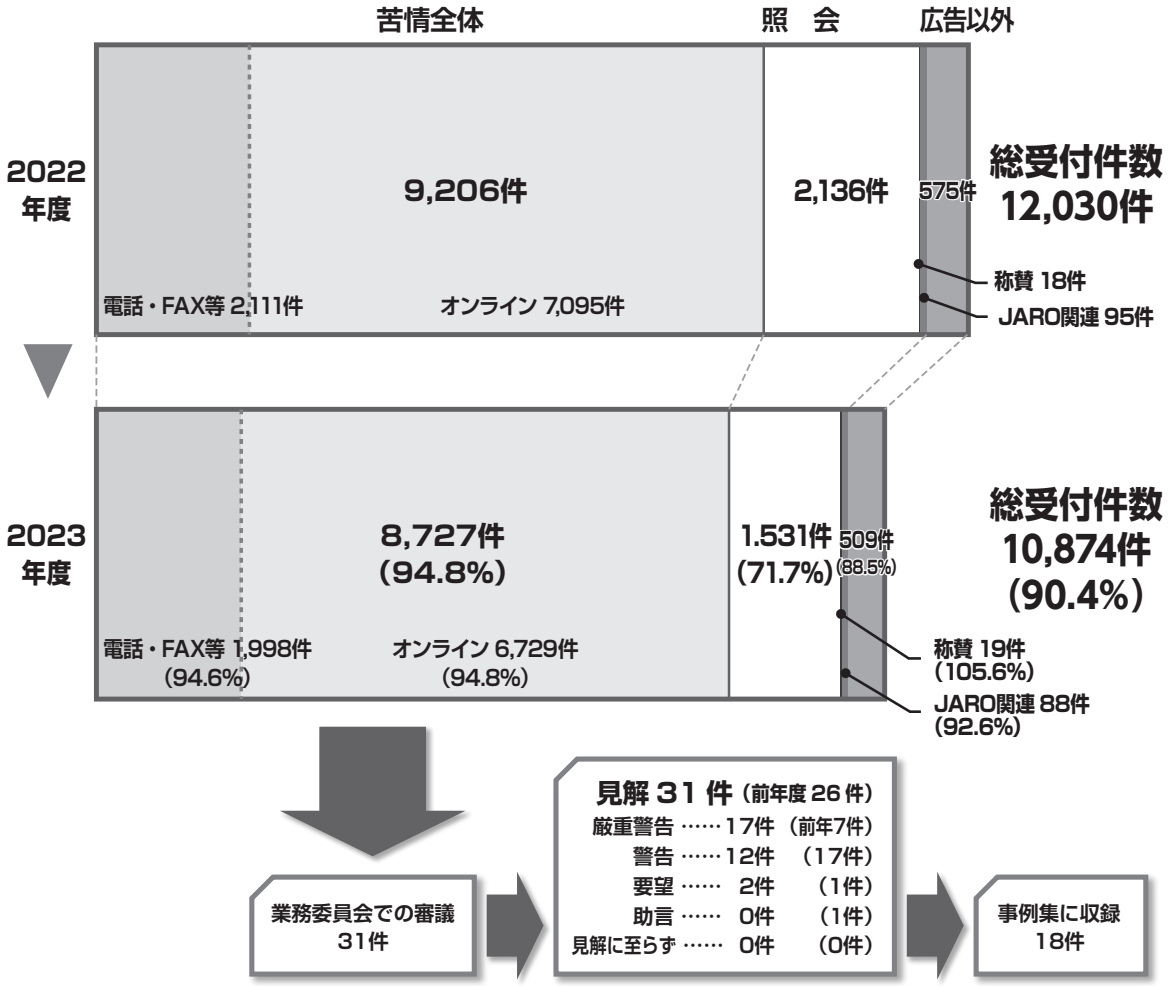
(1) 審査概況

2023年度の総受付件数は10,874件（前年度比90.4%）で、前年度より1,156件減少した。総受付件数は2020年度をピークに減少傾向にある。内訳は「苦情」8,727件、「照会」1,531件、「称賛」19件、「広告以外」509件、「JARO関連」88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」は479件の減少となった。事業者等からの事前相談である「照会」についても605件の減少となった。

2023年度に業務委員会で審議した案件は31件で、全てに「見解」を発信した。内訳は、最も厳しい「厳重警告」が17件、「警告」が12件、「要望」が2件となった。「厳重警告」については前年度より10件増と大きく増加した。

また前年度より、業務委員会での審議を経ず、事務局内で不適切な広告について広告主に事務局文書として書面で情報提供する施策を始めており、23年度も12件の発信を行った。

●受付件数の概要　（　）内は前年度比



(2) 苦情の業種別傾向

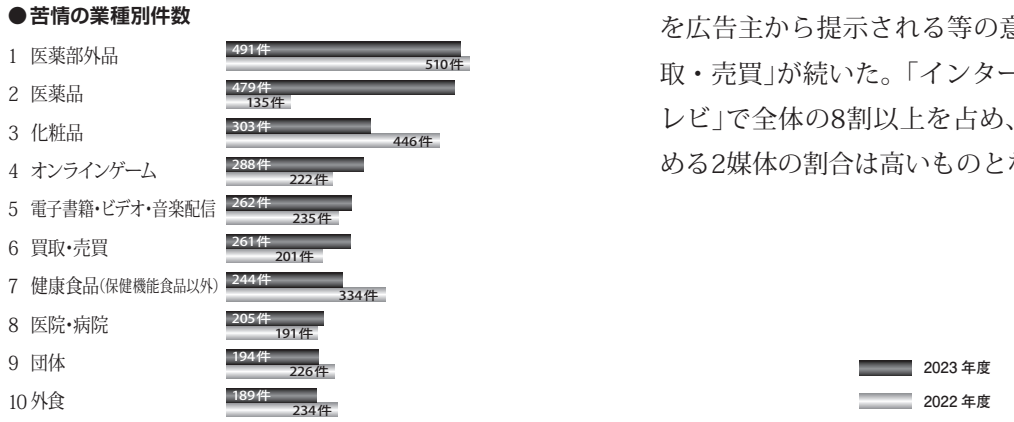
「苦情」を業種別に見ると、最多は「医薬部外品」の491件（前年度510件）となった。内容は、育毛剤の広告において使用前後写真を用いて過度な発毛効果を表示しながら「個人の感想です」と打ち消す表示を行うことについて疑義等が寄せられた他、同じく薬用歯みがき粉において歯の白さを強調した使用前後写真について、加工もしくは別人である等過剰な体験談について誇大である等の意見が多く寄せられた。「化粧品」は303件と（同446件）と前年度に引き続き大幅に減少した。23年度も同様の苦情は寄せられているものの、前年度多かった、定期縛り無しとの記載にもかかわらず定期購入となっていた等の苦情が減少したことが主な要因となった。また7位の「健康食品（保健機能食品以外）」についても244件（同334件）と、品質・規格に関する内容を中心に減少したが、飲むだけで痩せる等過度な痩身効果について不適切である等の意見は引き続き多く寄せられた。他方2位の「医薬品」については、特定の広告主のキャンペーンの告知について意見が集中的に寄せられたため大幅増となった。タレントの写真が印刷された金券が当選するキャンペーンにおいて絵柄がタレントを使用しないものに変更されたこと、その告知がキャンペーン終了後に行われたことなどに対するものであった。

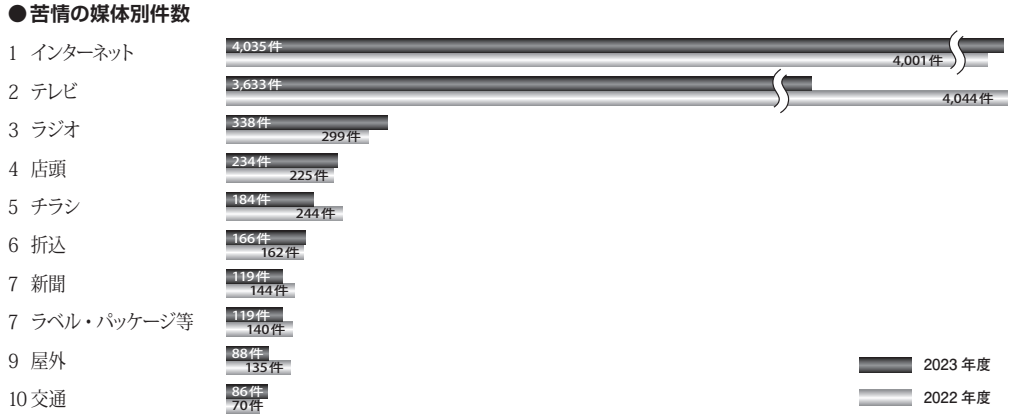
(3) 苦情の媒体別傾向

「苦情」を媒体別に見ると、「インターネット」が前年度の「テレビ」を抜き、再び最多となった。

「インターネット」（4,035件／前年度比100.8％）を業種別に見ると、「医薬部外品」「医薬品」「電子書籍・ビデオ・音楽配信」が上位となった。2位の「テレビ」（3,633件）では「医薬品」「団体」に、主に高値買取を標ぼうしながら実際には大変安い買取価格を広告主から提示される等の意見が寄せられた「買取・売買」が続いた。「インターネット」と2位の「テレビ」で全体の8割以上を占め、23年度も苦情に占める2媒体の割合は高いものとなった。

●苦情の業種別／媒体別傾向





(4) 照会

ア）業種別・媒体別件数

事業者等からの広告制作時、掲載/放送前の相談である「照会」（1,531件）を見ると、最も多かったのは例年同様「化粧品」402件（前年度479件）で、次いで「医薬部外品」136件（同185件）、「健康食品（保健機能食品以外）」79件（同107件）の順となった。上位3業種を合わせて前年度より154件の減少となった。

他方媒体別に見ると、上位は前年同様「チラシ」「インターネット」「ラベル・パッケージ等」の順となった。「チラシ」については、特定の複数会員社からの相談が減少したため前年度の673件から189件の大幅な減少となった。

イ）事業者の内訳

広告主からの相談が899件と前年度の1,191件より減少した他、媒体社194件（同301件）、広告業297件（同486件）と全ての事業者種別で前年度を下回った。会員、非会員の内訳は会員社が1,390件、非会員社が43件と、会員社からの相談が97.0％を占めている。

この2年ほどは、照会件数の減少が見られたものの、近年入会する企業においては、会員サービスである相談業務への期待は高まっており、こうした相談に対する丁寧な対応が求められている。

●照会の業種別件数

	業種	2023年度	前年度
1	化粧品	402	479
2	医薬部外品	136	185
3	健康食品（保健機能食品以外）	79	107
4	医院・病院	74	160
5	医療機器類似品	50	59

●照会の媒体別件数

	媒体	2023年度	前年度
1	チラシ	484	673
2	インターネット	249	340
3	ラベル・パッケージ等	149	212
4	折込	97	136
5	テレビ	79	158

●事業者別照会件数内訳

事業者		会員	非会員	合計
広告主	2023年度	899	28	927
	前年度	1,191	35	1,226
媒体社	2023年度	194	1	195
	前年度	301	6	307
広告業	2023年度	297	14	311
	前年度	486	19	505
合計	2023年度	1,390	43	1,433
	前年度	1,978	60	2,038
会員/非会員構成比	2023年度	97.0%	3.0%	100.0%
	前年度	97.1%	2.9%	100.0%

(5) 相談者の内訳

一般からの相談は「電話・FAX等」と「オンライン」の合計で9,292件となった。男女の比率を見ると男性は61.7％女性37.7％（不明0.6％）と、23年度は女性の比率が前年より0.9ポイント増加した。年代別では、「電話・FAX等」(2,206件)は50代、「オンライン」(7,086件)は40代が最も多く前年度と同様の結果となった。構成比で見ても、「電話・FAX等」は50代・60代が全体の約40％、「オンライン」では40代・50代が全体の約50％を占めるなど、「オンライン」からの受付では年齢層が低めになっている。

また消費生活センターからは75件の相談を受け付けた。

●相談者の属性

相談者	苦情	照会	称賛	JARO関連	広告以外	総計	構成比
消費者	8,686	23	19	71	493	9,292	85.5%
消費者団体	2	0	0	0	0	2	0.0%
消費生活センター	8	64	0	2	1	75	0.7%
行政機関	1	4	0	1	0	6	0.1%
事業者	28	1,433	0	14	14	1,489	13.7%
関係団体	2	5	0	0	0	7	0.1%
その他	0	2	0	0	1	3	0.0%
合計	8,727	1,531	19	88	509	10,874	100.0%

●消費者の年代別・男女別内訳

	電話・ＦＡＸ等			オンライン		合　計				
	男性	女性	不明	男性	女性	男性	女性	不明	小計	構成比
10代以下	5	0	0	64	79	69	79	0	148	1.6%
20代	16	3	0	519	446	535	449	0	984	10.6%
30代	35	31	0	721	662	756	693	0	1,449	15.6%
40代	137	77	0	1,014	743	1,151	820	0	1,971	21.2%
50代	276	147	0	1,150	550	1,426	697	0	2,123	22.8%
60代	270	118	1	680	237	950	355	1	1,306	14.1%
70代以上	221	101	0	159	62	380	163	0	543	5.8%
不　明	466	250	52	―	―	466	250	52	768	8.3%
合　計	1,426	727	53	4,307	2,779	5,733	3,506	53	9,292	100.0%

(6) 見解

ア) 対象媒体別・対象商品・サービス別件数

見解の対象となった商品・サービスについては「医薬部外品」、「化粧品」、「健康食品(保健機能食品以外)」に加え、保健機能食品(機能性表示食品)を3件審議したほか、「エステ」「医院」「家電」や「通信」等前年同様、幅広い業種の審議を行った。

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30件、他には「折込」が1件のみであり、審議案件における「インターネット」の寡占化が一層進んだ。

イ) 根拠となった法令

「見解」を出す根拠となった法令は、景品表示法に抵触するおそれのあるものが29件、医薬品医療機器等法が25件、特定商取引法が24件、健康増進法が7件、割賦販売法が2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)

●見解の対象となった商品・サービス

業種	件数
医薬部外品	9
化粧品	7
健康食品(保健機能食品以外)	4
保健機能食品(トクホ・機能性・栄養機能)	3
エステティック	2
理容美容用品・機器	1
洗濯・清掃機器	1
家具・寝具類	1
医院・病院	1
環境改善用品・機器[その他]	1
携帯電話サービス	1

●見解の対象となった媒体

媒体	件数
インターネット	30
折込	1

●見解の根拠となった法令

法令	件数
景品表示法	29
医薬品医療機器等法	25
特定商取引法	24
健康増進法	7
その他	3

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。2023年度はNo.711～728を事例として取り上げ、JAROサイトの「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.711	媒体　ラジオ	説明不足、法違反
商品・役務名	レジャー・家庭用品（ウォーターサーバーレンタル）	
ラジオ放送の通信販売で、ウォーターサーバーの契約期間や解約した場合の手数料について、明確な表示がなかった。		

No.712	媒体　インターネット	誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	ペット（犬用サプリメント）	
SNSに表示された犬のサプリメントの広告で「犬の白内障が改善する」とうたっていた。また、1回購入のつもりが4回の定期購入になっていた。		

No.713	媒体　インターネット	誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	清掃・回収（害虫駆除サービス）	
ウェブサイトに「関東エリア最安レベルに挑戦！税込550円～」等と謳っていた害虫駆除業者に害虫駆除を依頼したところ、広告には記載されていない基本料金や燻煙剤等の料金が発生し66,000円も請求された。		

No.715	媒体　チラシ	誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	エステティック（痩身エステ）	
痩身エステのポスティングチラシに「痩せてくびれるたっぷり12回コース」等と表示していたが、実際は12回エステに通えるというコースではなく、1回あたり6種類のメニューをひととおり体験するお試しコースを2回受けることができるというものであった。		

No.720	媒体　折込	説明不足、法違反
商品・役務名	家電量販店（理容美容用具・機器）	
家電量販店の折込広告を見て電気シェーバーを買いに行ったが、店頭に在庫がなかった。		

No.723	媒体　インターネット	誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	機能性表示食品	
機能性表示食品のインターネット上の広告・表示で「3週間で脂肪が激減」「脂肪が勝手に燃える」等、届出表示を超える大幅な痩身効果をうたっていた。		

No.725	媒体　インターネット	誇大・誇張、誤認期待、説明不足、法違反
商品・役務名	エステティック（痩身エステ）	
痩身エステのインターネット上の広告・表示で「通い放題3か月9,800円」とうたっていたが、実際にはその前に3か月間16万円以上の施術を受ける必要があり、合計6か月間17万円以上の契約となる、ということがわからなかった。		

3．会員社との情報連絡会

2023年度は、新型コロナウイルスによる行動制限が解除されたこともあり、対面を基本としつつ利便性を考慮しながら、ハイブリッド、オンラインと柔軟な対応で会議を実施した。

前年度のJARO審査概況報告の他、寄せられた照会内容から関心の高かったコンテンツである「医療法や医療類似行為業」の広告規制を弁護士による解説を実施した他、各専門分野の講師や行政担当官を招聘、「アンブッシュマーケティングの注意点」、新たに導入された「ステマ規制」、近年問題となっている「ダークパターン」についての講義等、各会員社のニーズに合わせたテーマを取り上げ、情報と知見の共有に努めた。

---

23. 7.20　折込広告会社との情報連絡会
23.10.12　インターネット情報連絡会
23.10.19　スポーツ7紙との情報連絡会
23.10.30　媒体JARO情報連絡会
23.12.13　折込広告会社との情報連絡会
24. 3. 7　インターネット情報連絡会
24. 3.21　スポーツ7紙との情報連絡会

4．行政機関などとの連携・協力

消費者庁をはじめとする関係官庁や都道府県の関係担当部署などに、法令適用に関して照会するとともに、2023年度は対面にて情報交換も実施し連携関係を強化した。また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、行政機関からの協力要請にも積極的に対応した。

5．広告関連会議・審査会などへの出席

2023年度も、広告適正化に向けて関係団体が主催する会議や広告表示検討会への参画、情報提供を行った。広告関連や、各業種等の業界団体の審査会などに参加する他、広告・表示の関連法令の検討会（医療法、獣医療法）において適正化に向けてのアドバイスを適時行った。また業界団体からの依頼による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

定例の審査委員会を3月に開催し、事務局からJAROの活動内容や、2022年度および2023年度上半期の審査概況についての説明を行った。あわせて2022年度より実施している、審査に関して強化した事務局活動についての進捗状況を報告した。

また、今後さらに増加・複雑化が予想されるインターネット上の広告・表示に対して、JAROの旧来からの適正化活動を拡張していくことについて意見を伺い、概ねの賛同と、様々な観点からの意見をいただいた。

2023年度は見解に対する不服申し立てはなく、そのための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

例年、広告制作や考査の実務に役立ていただけるよう、JARO主催のセミナーや他団体との共催セミナーを開催しており、2020年度より全てオンライン実施としている。2023年度も計12回のセミナーを開催した。

当年度は、タイムリーかつより広範なテーマを設定し、ステルスマーケティングや特定商取引法など公表・改正された運用基準や施行規則の解説、機能性表示食品の広告・表示に関する執行の状況、さらには、ウェルビーイング視点から考える健康食品やJARO関西事務所の企画したソーシャル・グッドな広告のインサイトに関するセミナーなど幅広いテーマで開催し、前年度並みの延べ7,302名の参加を得ることができた。そのほか「見逃したが視聴できないか」といった要望に応える形で4セミナーのアンコール配信も実施した。

講演会・セミナー（すべてオンラインで開催）

2023. 4.20 広告法務基礎セミナーⅠ景表法
（有料セミナー）参加者：379名
「広告実務で知っておくべき景品表示法の基本の基」
博報堂　法務室 法務ディレクター
矢吹 侑子氏

2023. 5.12 広告法務基礎セミナーⅡ薬機法
（有料セミナー）参加者：423名
「医薬品医療機器等法の広告規制概要と事例解説」
東京都　福祉保健局 健康安全部 薬務課 監視指導担当 主任　佐野 裕司氏、
設樂 亮介氏

2023. 6.23 JAROの会【リーガル】（会員限定、無料セミナー）参加者：1398名
第1部 「ステルスマーケティング告示運用基準解説」（10/1施行）
消費者庁　表示対策課 課長補佐
水上 啓氏
第2部 「改正特定商取引法施行規則解説～電話勧誘・契約書面等に記載すべき事項の電磁的方法による提供」（6/1施行）
消費者庁　取引対策課 課長補佐
関口 岳史氏

2023. 7.12 8団体共催 広告法務セミナーⅠ
（無料セミナー）参加者：1865名
「2022年度JAROの広告審査の概況と実例」
日本広告審査機構　審査課長　吉田 巌
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、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

2023. 8. 4 8団体共催 広告法務セミナーⅡ
（有料セミナー）参加者：491名
「景品表示法の考え方と最近の運用状況について」
消費者庁　表示対策課 課長補佐
藤原 衣穂氏
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、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

2023. 9. 1 広告法務セミナー（有料セミナー）
参加者：431名
「チャートと想定事例で解説するステマ規制とWOMJ新ガイドライン」
博報堂　リスクコンサルティング局
（JARO業務委員/クチコミマーケティング協会運営委員会副委員長/
消費者庁ステルスマーケティング検討会委員）
山本 京輔氏

協力：日本パブリック・リレーションズ協会

2023. 9.26 広告法務基礎セミナーⅢ特商法
（有料セミナー）参加者：220名
「通信販売の表示規制　～特定商取引法の表示義務と誇大広告の禁止を理解する」
プロアクト法律事務所　弁護士/公認不正検査士　榊山 彩子氏
協力：日本インタラクティブ広告協会

2023.11. 7 広告法務セミナー（有料セミナー）
参加者：354名
「6.30措置命令を契機として機能性表示食品の広告・表示について考える」
第1部　機能性表示食品の広告表示に関する規制や執行動向の概観
大江橋法律事務所　パートナー弁護士　古川 昌平氏
第2部　機能性表示食品における機能性の科学的根拠の現状と課題
東京農業大学大学院　環境共生学専攻主任教授　上岡 洋晴氏

2023.12.21 広告法務セミナー（有料セミナー）
参加者：330名
「ステマ規制を機に改めて考える景表法『事業者の講ずべき措置』」
電通コーポレートワン　法務・コンプライアンスオフィス法務部 弁護士
星 知矩氏

2024. 1.26 オープンセミナー（無料セミナー）
参加者：728名
「ウェルビーイング視点からみる健康食品の商品・表示設計の方向性」
第1部　ウェルビーイング視点から考えるこれからの健康食品のあり方
第2部　機能性表示・ヘルスクレームの先にどのような顧客ストーリーを描くか？　～広告表現の制約を超えて
第3部　パネルディスカッション
・インテグレート　代表取締役CEO
藤田 康人氏
・ディー・クリエイト　常務取締役
松浦 信裕氏
・日本広告審査機構　事務局長　川名 周

2024. 2.15 広告法務セミナー（有料セミナー）
参加者：352名
「最近の措置命令から読み解く不当表示対応のポイント」
日比谷総合法律事務所
パートナー弁護士　植村 幸也氏

2024. 3.13～3.27
23年度好評セミナーアンコール配信
（4講座）申込者：25名
①7月実施　2022年度JAROの広告審査の概況と実例
②9月実施　チャートと想定事例で解説するステマ規制とWOMJ新ガイドライン
③11月実施　6.30措置命令を契機として機能性表示食品の広告・表示について考える
④12月実施　ステマ規制を機に改めて考える景表法「事業者の講ずべき措置」

2024. 3.19 関西広告研究セミナー（会員限定、無料セミナー）参加者：331名
「ソーシャル・グッドな広告のインサイトを考える」
・佛教大学　社会学部教授　若林 靖永氏
・京都産業大学　経営学部准教授
伊吹 勇亮氏
・株式会社大広WEDO　ブランデッドダイレクト力Division長 クリエイティブディレクター　喜多 真二氏
協力：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

2. 講師派遣

2023度は前年度に引き続きオンライン対応の講演を推進し、結果、前年度を上回る54回の派遣となった。(リアルとオンラインを併用した講演は36回)

依頼は、会員企業を中心に地方自治体・消費生活センターなどからの要請となった。

2023. 4.13 東　京：ByteDance (※)
2023. 4.19 神奈川：富士工業①(☆)
2023. 4.20 大　阪：W-ENDLESS①(※)
2023. 4.24 東　京：讀賣テレビ放送(☆)
2023. 4.25 神奈川：富士工業②(☆)
2023. 4.27 東　京：アスクル(※)
2023. 5.12 大　阪：W-ENDLESS②(※)
2023. 5.20 岐　阜：消費者ネットワーク岐阜(※)
2023. 5.30 北海道：札幌消費者協会(※)
2023. 6.12 茨　城：茨城県消費生活センター (※)
2023. 6.17 広　島：消費者ネット広島(※)
2023. 6.24 東　京：日本産業協会(☆)
2023. 6.29 東　京：日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会(※)
2023. 7. 1 岩　手：盛岡市消費生活センター
2023. 7. 6 大　阪：大阪市消費者センター
2023. 7.27 広　島：生活協同組合連合会コープ中国四国事業連合(☆)
2023. 8. 7 山　形：東根市消費生活センター (※)
2023. 9.12 福　岡：新日本製薬株式会社(※)
2023. 9.12 神奈川：国民生活センター①(☆)
2023. 9.15 神奈川：神奈川県くらし安全防災局消費生活課(※)
2023. 9.25 東　京：インフォーママーケッツジャパン①
2023.10. 2 東　京：東京都生活文化スポーツ局(※)
2023.10. 5 東　京：インフォーママーケッツジャパン②
2023.10.13 東　京：化粧品公正取引協議会
2023.10.17 大　阪：W-ENDLESS③(※)
2023.10.18 大　阪：W-ENDLESS④(※)
2023.10.20 神奈川：国民生活センター②(☆)
2023.11. 9 新　潟：消費生活ネットワーク新潟(☆)
2023.11.10 東　京：公正取引協会(☆)
2023.11.10 東　京：全国消費生活相談員協会(☆)
2023.11.13 大　阪：関西消費者協会
2023.11.20 栃　木：栃木県生活文化スポーツ部くらし安全安心課(※)
2023.11.28 大　阪：桃谷順天館(※)
2023.11.29 石　川：日本化粧品工業会西.本支部
2023.12. 1 東　京：目黒区消費生活センター
2023.12. 5 兵　庫：東播磨消費者センター
2023.12. 7 東　京：福生市役所
2023.12.14 東　京：日本ヒーブ協議会(☆)
2023.12.15 東　京：ヒット(※)
2024. 1.16 東　京：マクアケ(☆)
2024. 1.19 東　京：国民生活センター (※)
2024. 1.20 神奈川：消費者支援かながわ(※)
2024. 1.26 東　京：江東区消費者センター
2024. 1.27 名古屋：中日新聞折込広告協議会
2024. 2. 6 東　京：日本雑誌協会・日本雑誌広告協会(共催)(※)
2024. 2.17 兵　庫：西脇市消費者協会
2024. 2.20 兵　庫：播磨町消費者協会
2024. 2.20 東　京：杉並区立消費者センター
2024. 2.20 東　京：日本健康・栄養食品協会
2024. 2.22 福　岡：生活協同組合連合会コープ九州事業連合(※)
2024. 3. 8 東　京：ソニーマーケティング(※)
2024. 3.12 東　京：エーザイ(※)
2024. 3.12 東　京：衛星放送協会・衛星テレビ広告協議会(CAB-J)(※)
2024. 3.12 滋　賀：消費者ネット・しが(☆)

法人格省略、(※)はオンライン開催、(☆)はリアル+オンライン開催

3. 消費者向け啓発活動

広告・表示のデジタル化の進展に伴い啓発活動の一環として、中高大学に対しリテラシー向上を目的に啓発活動の講座を開催した。

2023. 7. 3 千　葉：江戸川大学
2023. 7.15 埼　玉：駿河台大学
2023. 8. 3 茨　城：小美玉市立美野里中学校
2023.12. 6 岐　阜：岐阜県立武義高等学校（2講座）
2023.12.13 京　都：洛南高等学校附属中学校（4講座）
2024. 1.22 神奈川：関東学院大学経営学部①(※)
2024. 1.23 神奈川：関東学院大学経営学部②(※)
（※）はオンライン開催

Ⅲ. 行政・自治体、関係団体との連携・協力

1. 行政・団体などとの懇談会を実施

2023年度はコロナ感染防止への配慮をしつつ、各種会議体の開催に向けての調整を行った。主な活動として「消費者庁取引対策課との情報交換会」「行政連絡会」「5都県（景表法担当者）との連絡懇談会」をリアルとオンラインを併用したハイブリッドで開催した。また、「消費者庁表示対策課との懇談会」「国民生活センターとの懇談会」「首都圏消費生活センターとの連絡懇談会」は従来通り対面形式で開催し、広告・表示の適正化に向けた相互の連携・協力を進めた。

「関係団体協議会」は、前年度同様に民間自主規制団体と公正取引協議会の2回に分けて、ハイブリッドで開催し、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・協力の要請には積極的に対応し、広告・表示の適正化に向けたハブ機能を担えるよう努めた。

◇行政・自治体との情報連絡会の開催

2023. 7.25 消費者庁表示対策課との情報連絡会
2023.11.21 国民生活センターとの懇談会
2024. 1.29 消費者庁表示対策課との情報連絡会
2024. 1.31 行政連絡会(☆)
2024. 2. 5 5都県（景表法担当者）との連絡懇談会(☆)
2024. 2.20 消費者庁取引対策課との情報連絡会(☆)
2024. 3.13 首都圏消費生活センターとの連絡懇談会

◇関係団体協議会

2023.10.31 関係団体協議会（民間自主規制団体）(☆)
2023.11.20 関係団体協議会（公正取引協議会）(☆)
（☆）はリアル+オンライン開催

2. JAROの知見を活かした外部との連携・協力

JAROには行政機関や業界団体などから、広告・表示の適正化に関するさまざまな問い合わせや相談が寄せられるが、2023年度もJAROの知見を活かした適切な回答やアドバイスができるように努めた。また、広告・表示関連の審査会などへの委員としての参画、広告・表示の適正化に向けたセミナーへの講師の派遣、原稿執筆などの要請に対しても、積極的に対応した。

行政連絡会

Ⅳ．広報・広告活動

2023年度も消費者向け・事業者向けにさまざまな情報発信に努めた。JAROの活動を知ってもらうため、当年度から通期・半期の審査状況公表だけでなく月次統計を毎月公表し、JAROの見解を収録する「事例集」の更新情報は機関誌で2カ月ごとに案内することとした。

1．広告活動

JAROの広告は現在、キャラクター「ダメダメ三匹」をフェルト人形で表現したものを新聞・雑誌・放送広告で使用しており、さらなる掲載・放送増に努めた。

ウェブ広告については新聞社のニュースサイトへのバナー広告掲載をはじめ、広告枠以外でも放送局のウェブサイトなどに掲載された。このほか、テレビドラマ内のモチーフとしてJAROのラジオCMを使用いただいた。

新聞、雑誌、テレビ・ラジオCM、ウェブ広告など会員媒体社の協力により放送・掲載され、正規料金換算で62億3,144万円となった。

2023年度 掲載・放送数

テレビ	35,260本	35億5,720万円
ラジオ	55,441本	18億1,032万円
新聞	4,997段	8億3,646万円
雑誌	50ページ	2,546万円
インターネット	2,476,101imp	200万円
合計		62億3,144万円

テレビ、ラジオは事務局調べ。新聞、インターネットは電通広告統計、雑誌は広告統計および事務局調べ。金額は正規料金換算によるもの。インターネットは広告枠での掲載のみ計上。

2．ウェブサイトからの情報発信

JAROのウェブサイトやソーシャルメディアから積極的に情報発信した。消費者向けには、不適切なNo.1表示や脱毛エステの誤解させる料金表示、通販サイトの中国元と日本円の紛らわしい表示、ダークパターンなど、注意喚起やJAROへの情報提供の呼び掛けを行った。

事業者向けには景品表示法のステマ規制、買取サービスに関する運用基準改定、送料無料表示の考え方、改正獣医療広告規制などを周知した。また、行政や団体など他機関からの周知依頼にも協力し、11件を掲載した。

審査状況については通期、半期の年2回公表していたが、月次統計についても6月から公表を開始した。

「会員専用ページ」については、相談事例、機関誌アーカイブなどの速やかな更新に努めた。さらなる利用促進のため、JAROの見解を収録する「事例集」の更新情報を機関誌でも案内する取り組みを開始した。

公式サイト

会員専用ページ

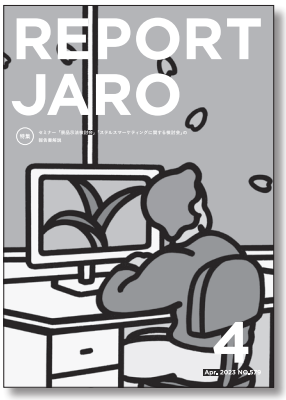
3. 機関誌『REPORT JARO』の効果的活用

『REPORT JARO』は会報誌であるとともに広告規制を扱う情報誌として評価をいただいており、最新の広告規制や広告表現に関する企画を掲載した。

2023年度は次年度が50周年イヤーであることから、特徴的な自主規制団体であるJAROの仕組みを解説する連載「JAROの自主規制」をスタートさせた。また、広告規制を連載で解説する「やさしい広告規制」は割賦販売法を取り上げた。

2023年度に掲載した主な記事

「嫌われない広告コミュニケーション」
「広告担当者も押さえておきたい消費者契約法」
「オンライン診療制度の規制」
「ネット上の広告・表示に対して寄せられる苦情の傾向」
「薬機法の広告規制といわゆる健康食品の留意点」
「医療と医業類似行為の広告」
「チャートと想定事例で解説するステマ規制」
「改正獣医療広告規制の解説」
「措置命令を機に機能性表示食品の広告・表示を考える」
「景品表示法ステマ規制の質疑応答」
「ステマ規制を機に考える事業者が講ずべき措置」
「オリンピックにおけるアンブッシュマーケティング」
「No.1表示の根拠調査に関する提言」
「中古車の販売価格の規約・規則改正」
「悪質ロードサービス業者に関する注意喚起」
「AI使用の契約書業務支援サービスと弁護士法72条の関係」
「HIFUに関する広告表記上の取り扱い」
「DEIに関する活動と今後の展望」
「広告をまねる子どもたち」



機関誌『REPORT JARO』

4. 広報活動の強化

消費者や事業者向けに寄せられた意見や審査情報を基に情報発信を行った。また、定例の審査実績報告においては、会員プラットフォーム企業と共同で記者発表を行った。審査状況の月次統計を公表することとした旨も発信した。

取材対応については、JARO審査実績報告に関するもののほか、No.1表示、若者の広告トラブル、脱毛エステ、ステマ規制、コンプレックス広告、ダークパターン、性的なネット広告、士業広告などについて対応した。

2023年度に発信した主なリリース

「第49回通常総会のご報告」
「2022年度の審査状況」
「2023年度上半期の審査状況」
「ダメダメ三匹ワークシートのご案内」
「JARO月次統計の公表について」

5. 認知度調査の継続

毎年実施しているJAROに関する認知度調査を2023年度も実施した。JARO認知計は66.5％で、前年度より3.6ポイント減少した。2022年度に全体的に認知度が上昇していたため今回は減少となり、特に10代・20代の減少幅が大きかった。調査内容を検討し、引き続き若年層への認知拡大施策の参考としていく。

V．会員募集活動
会員サービスの向上

1．会員募集活動

JAROの活動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、新規会員募集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、19社（19口）の新規会員社を得ることができた。内訳は広告主7社、媒体5社、広告業・広告関連7社。

景品表示法をはじめ広告関連法規理解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を目的に入会した。

また、会員以外でも参加できるオンラインセミナーを積極的に開催し、広告法規をはじめ広告・表示に関するトレンドを学ぶ機会を持つことでJAROへの入会の必要性を実感して加入した企業が多くあった。

一方、経費削減や事業形態の変更などを理由とした退会の申し出があり、慰留には努めたが、17社が退会することとなった。また、経費削減による2口の減口があった。

	会員社数	口数
広告主	370	421
新聞	78	111
放送	178	221
出版	41	56
インターネット	25	27
広告業	165	198
広告関連	30	33
計	887	1,067

《2023年度入会社一覧》19社

1. ㈱TVer
2. ㈱PR TIMES
3. 生活協同組合連合会コープ中国四国事業連合会
4. ㈱CompLabo
5. ㈱ヒット
6. ㈱ハーブ健康本舗
7. ㈱Q.E.D.パートナーズ
8. ㈱セグメント
9. ファビウス㈱
10. ㈱ピカパカ
11. ㈱wevnal
12. ㈱affluent
13. ㈱メディアデプト
14. ㈱Tailor App
15. 日本アムウェイ（同）
16. ㈱プラットイーズ
17. 日本製紙クレシア㈱
18. ㈱REGAL CORE
19. （一社）農協流通研究所

Ⅵ. 各会議体の活動報告

1. 総会

2023年度の通常総会を、以下の通り開催した。

第49回　通常総会　2023年6月8日(木)　於東京會舘

620名出席(委任状含む)

1.《報告事項》2022年度事業報告
2.《決議事項》第1号議案　2022年度決算
3.《報告事項》2023年度事業計画及び予算
4.《決議事項》第2号議案　役員改選

2. 理事会

2023年度の理事会は、5回開催し、審議事項は以下の通り。

(1) 2023年5月11日(木)

於AP新橋　会議室開催及びZOOM WEB会議サービスによる参加　理事45名、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第49回通常総会議事
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) 2023年6月8日(木)

於東京會舘　会議室開催及びZOOM WEB会議サービスによる参加　理事42名、監事2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
3. 副理事長の理事長代行順位
4. 審査委員会委員、業務委員会委員長選任

（3）2023年9月13日（水）
　　於AP新橋　会議室開催及びZOOM WEB会議サービスによる参加　理事40名、監事1名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第50回通常総会の日程
3. 部会員の交代
4. 50周年事業について

（4）2023年12月14日（木）
　　於AP新橋　会議室開催及びZOOM WEB会議サービスによる参加　理事40名、監事3名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 部会員の交代

（5）2024年3月14日（木）
　　於AP新橋　会議室開催及びZOOM WEB会議サービスによる参加　理事42名、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 特定費用準備資金積立（JARO 50周年事業）
3. 2024年度事業計画（案）
4, 2024年度予算（案）
5. 事務局職員就業規則（給与規則）など規程類の改正
6. 部会員の交代

3. 監事会

2022年度の事業・決算に関わる監事会を以下の通り開催した。
2023年5月8日（月）
於JARO会議室　監事3名、理事長、専務理事出席

4. 総務部会

2023年度の総務部会は、以下の通り4回開催し、下記審議に加えて各種報告を行った。
（（1）はJARO会議室、（2）はZoom WEB会議サービス、他はJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを併用して実施）

（1）2023年5月9日（火）　10名出席
　5月11日開催の理事会議案の審議
（2）2023年9月8日（金）　7名出席
　9月13日開催の理事会議案の審議
（3）2023年12月11日（月）　9名出席
　12月14日開催の理事会議案の審議
（4）2024年3月11日（月）　13名出席
　3月14日開催の理事会議案の審議

5. 財務部会

2023年度の財務部会は、以下の通り4回開催し、下記審議に加えて各種報告を行った。
（（3）はJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを併用、他はZoom WEB会議サービスを利用して実施）

（1）2023年4月28日（金）　7名出席
　① 新規入会申込社の審議　② 2022年度決算（案）の審議
　③ 2023年度予算の報告　④ 2022年度会員勧誘レヴューの報告
　⑤ 新規会員勧誘状況の報告
（2）2023年9月7日（木）　11名出席
　① 新規入会申込社の審議　② 予算執行状況（4月～8月）の審議
　③ 新規会員勧誘状況の報告　④ 新規入会社ご紹介の依頼
（3）2023年12月8日（金）　10名出席
　① 新規入会申込社の審議　② 予算執行状況（4月～11月）の審議
　③ 新規会員勧誘状況の報告
（4）2024年3月8日（金）　11名出席
　① 新規入会申込社の審議　② 予算執行状況（4月～2月）の審議
　③ 特定費用準備資金積立（JARO50周年事業）の審議
　④ 2024年度事業計画（案）の報告　⑤ 2024年度予算（案）の審議
　⑥ 新規会員勧誘状況の報告

6. PR部会

2023年度のPR部会は、以下の通り4回開催し、下記審議に加えて各種報告を行った。
（（1）（3）（4）はJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを併用、（2）はZoom WEB会議サービスを利用して実施）

（1）2023年7月6日（木）　11名出席
　①『REPORT JARO』企画案（9月号～11月号）の審議　② 2023年度制作の新聞・雑誌広告の報告

③ 2022年度広告出稿状況の報告

（2）2023年9月6日（水）　　9名出席

①『REPORT JARO』企画案（12月号～2月号）の審議　② JARO認知度調査結果の報告

（3）2023年12月5日（水）　　8名出席

①『REPORT JARO』企画案（3月号～5月号）の審議　② 2023年度上半期広告出稿状況の報告

③ 2024年度総会記念講演講師の報告

（4）2024年3月5日（火）　　10名出席

①『REPORT JARO』企画案（6月号～8月号）の審議

② 50周年グラフィック広告制作及び現広告の延長の審議

③ 2024年度事業計画（案）の報告　④ 50周年記念事業施策の報告

7. 関西部会

2023年度の関西部会は以下の通り3回開催し、下記審議に加えて各種報告を行った。
（全てTKPガーデンシティPREMIUM大阪駅前10階カンファレンスルーム10Bにて実施）

（1）2023年9月4日（月）　　10名出席

① 新規入会申込社の審議　② 2022年度～これまでの関西事務所の活動概況の報告

（2）2023年12月4日（月）　　8名出席

① 新規入会申込社の審議　② 2023年度これまでの関西事務所の活動概況の報告

（3）2024年2月29日（木）　　9名出席

① 新規入会申込社の審議　② 2023年度関西事務所の活動概況の報告

8. 審査委員会

2023年度の審査委員会は、以下の通り開催した。
（JARO会議室にて実施）

2024年3月18日（月）　　6名出席

1. 2022年・2023年活動報告他
2. 2022年度下半期、2023年度上半期審査概況と見解事例
3. 「見解」に対する広告・表示適正化改善率
4. 相談事項（広告適正化活動の拡張について）

9. 業務委員会

2023年度の業務委員会は、以下の通り12回開催した。
（2023年4月、6月、8月、10月、12月、2024年2月はJARO会議室にて実施し、5月、7月、9月、11月、2024年1月、3月はZoomWEB会議サービスを利用して実施）

（1）2023年4月26日（水）　　17名出席
厳重警告1件、警告3件の見解が決定

（2）2023年5月24日（水）　　18名出席
厳重警告1件、要望1件の見解が決定

（3）2023年6月28日（水）　19名出席
厳重警告2件の見解が決定
（4）2023年7月26日（水）　15名出席
厳重警告3件の見解が決定
（5）2023年 8月23日（水）　14名出席
厳重警告2件の見解が決定
（6）2023年 9月27日（水）　14名出席
厳重警告1件、警告3件の見解が決定
（7）2023年10月25日（水）　18名出席
警告2件の見解が決定
（8）2023年11月22日（水）　16名出席
厳重警告1件、警告1件の見解が決定
（9）2023年12月20日（水）　16名出席
厳重警告2件の見解が決定
（10）2024年 1月24日（水）　16名出席
警告1件、要望1件の見解が決定
（11）2024年 2月28日（水）　15名出席
警告2件の見解が決定
（12）2024年 3月27日（水）　15名出席
厳重警告4件の見解が決定

10. 業務委員会分科会

2023年度の業務委員会分科会は、以下の通り合計18回開催した。
（（1）は、③がJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを併用、他はJARO会議室で実施。（2）は、①⑥がZoom WEB会議サービス、②⑤がJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを併用、⑦はTKPガーデンシティPREMIUM大阪駅前ミーティングルーム10C、他はJARO会議室で実施）

（1）A分科会
① 2023年 5月19日（金）　10名出席
事例審議1件、事例集掲載6件が確定
② 2023年 7月21日（金）　5名出席
事例審議6件、事例集掲載4件が確定
③ 2023年 9月15日（金）　9名出席
事例審議3件、事例集掲載5件が確定
④ 2023年11月17日（金）　9名出席
事例審議5件が確定
⑤ 2024年 1月19日（金）　8名出席
事例集掲載8件が確定
⑥ 2024年 3月15日（金）　9名出席
事例審議4件、事例集掲載1件が確定

（2）B～E、関西分科会
① 関西分科会　2023年 4月24日（月）9名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
② C分科会　2023年 5月22日（月）　12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
③ D分科会　2023年 6月29日（木）　13名出席
3件の案件を審議し、3件を上程
④ E分科会　2023年 7月28日（金）　12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑤ B分科会　2023年 8月24日（木）　9名出席
4件の案件を審議し、4件を上程
⑥ C分科会　2023年 9月28日（木）　8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑦ 関西分科会　2023年10月23日（月）8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑧ D分科会　2023年11月27日（月）13名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑨ E分科会　2023年12月18日（月）　9名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑩ B分科会　2024年 1月25日（木）11名出席
2件の案件を審議し、2件を上程
⑪ C分科会　2024年 3月 1日（金）　8名出席
4件の案件を審議し、4件を上程
⑫ D分科会　2024年 3月22日（金）10名出席
2件の案件を審議し、2件を上程

2023年度事業報告には、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則」第34条第3項に規定する附属明細書「事業報告の内容を補足する重要な事項」が存在しないので作成しない。

2024年6月

公益社団法人 日本広告審査機構