

JARO 2026年度事業計画

1. 計画立案に向けた基本的考え方

2025年、JAROへの苦情申し立ては大幅に増加した。これは一般消費者が広告に対して信頼と健全さを求める切実な思いであるとともに、JAROへの期待の表れである。今までは見過ごされがちであった不快な表現、誤認を生む表現や虚偽を疑わせる内容や誘導性の高い手法などに対し、消費者の不満は高まり、広告を見る目は厳しさを増している。広告手法の変化が様々な不満を生じさせ、JAROの存在意義も益々高まっている。

広告主、媒体社、プラットフォーム、広告会社、広告関連団体などのステークホルダーは、今まで以上に意識的に協働し、広告の信頼性や健全性を維持する取り組みを、真摯に誠実に実行する努力が求められている。

JAROはメディアを問わず、ステークホルダーと共に、広告の自主規制活動を続けているが、テクノロジーの進歩に広告への倫理観や道徳観が逆行している状況が少なからず見受けられる。特にインターネット上の広告における自主規制活動を強化していくことが中期的に広告全体の信頼を守り、JAROの存在意義を高め、ひいては経済の発展や社会の豊かさにつながると考えている。

今期は、JAROが継続してきた自主規制活動の基幹業務の確実な実行と、中期的課題への対応について、短期と中期の両面を睨みながら、限られた人的資源の適切な配分を通して取り組んでいく。

2. 基幹業務の確実な実行

以下のJARO活動の基幹業務において、今期は職員の交代、また、中期的な課題への対応などを想定し、業務遅延や事故なく確実に実行していく。

I. 審査活動

- 意見・苦情・問い合わせの受付/応対
12,000件程度
- 事業者への情報提供 1,000件程度
(特に広告表現領域での対象企業への苦情情報提供の強化)

- 見解発信業務 先進事例となる案件への積極的な対応
24件程度の発信(内 先進事例となる案件10件程度)
- 事務局文書発信の積極的な活用 10件程度
- 会員媒体社との情報連絡会開催(前年同様)
折込情報連絡会・スポーツ7紙情報連絡会・インターネット情報連絡会、媒体(全国) JARO情報連絡会
- インターネット上の広告に対して適切な審査の考え方及び手法の設定

II. 啓発活動(前年同様)

- 主催セミナー10回程度(内 無料セミナー2回)、共催セミナー2回程度
- 各種講演/講義/講座/授業への講師派遣
共に会員社からの積極的利用の拡大

III. 行政・関連団体との対外会議実施(前年同様)

- 消費者庁他省庁・国民生活センター・首都圏消費生活センター、5都県連絡懇談会・公正取引協議会・民間自主規制団体

IV. 広報・広告活動

- 広告・表示の専門的機関誌「REPORT JARO」の発行(年12回)
- 『REPORT JARO』利用実態調査
- グラフィック広告の製作
- ウェブサイトの運営 ウェブ次世代化を視野に現状システムの改修
- リリースの発信
- 認知度調査(隔年とし、次回は2027年度実施予定)

V. 会員募集活動

- 会員獲得 22社(内 インターネット関連企業10社)
- 会員候補社への資料送付/アウトバウンド/面談

VI. 当機構の運営会議体の開催(前年同様)

- 総会・理事会・監事会・総務部会・財務部会・PR部会・関西部会
審査委員会・業務委員会・審査委員会分科会

3. 中期的課題への対応

中期的な視点から、基幹業務を安定させ、効率的効果的に推進するため、また広告環境の変化に対応するために解決すべき課題を設定し、その対策を検討し取り組む。

I. インターネット上の広告適正化への対応力の強化

JAROはメディアを限定せずに受付・対応・処理を実施しているが、インターネット上の広告に対しては今後より、適した手法を考え実行する必要がある。

- ・審査業務プロセスを効率化する既存のAIサービスやDXツールの具体的活用
- ・他の広告関連団体との協働可能な課題の探索と有効な協働の検討
- ・インターネット関連企業の会員化対策強化検討

II. JARO及び広告適正化活動への認知・

理解・賛同の浸透

JARO活動の基盤は消費者からの認知と活動への理解である。今期は動画コンテンツやSNSの活用により以下の2つを推進する。

- ・若年層へJAROの認知理解浸透
- ・一般に適正化活動の重要性の理解浸透

III. 会員社とJAROとのエンゲージメントの強化及び広告自主規制活動へのコミットメント向上

中期的な課題の解決は870に及ぶ会員社との更なる関係強化と、より密接な協働が不可欠である。そのために想定する取り組みを検討・実施する。

- ・永年会員章の配付実施
- ・広告表示確認をする簡易型AIの検討
- ・学習機会を増加する講師派遣や動画コンテンツ発信
- ・見解事例集の利便性向上(利用実態把握と検索機能の検討)
- ・『REPORT JARO』利便性の向上(デジタル化/季刊化の検討及び会員社への実態調査実施)
- ・会員社優遇施策の検討

IV. 財務状況の安定性及び健全性の確保

中期的な財務状況の悪化へ対応し、財務の健全性と安定性を確保する。

- ・更なる経費削減の追求と物価上昇による経費増の抑制
- ・会費額改定への理解と実行に向けた準備
- ・会員獲得に向けた問い合わせ(潜在顧客)数の増加