2023年度事業計画

2023年4月1日から2024年3月31日まで

はじめに

社会のデジタル・トランスフォーメーションは加速し、人々の生活様式も大きく変化してきている。インターネット上における取引は拡大し、広告・表示に係る課題も増加、多様化を続けている。2022年度は一定の適正化も進み、JAROへのご意見は減少する見込みであるものの、審査に至る案件は依然インターネット上の広告・表示が大部分を占め、新たな広告・表示の手法や、対応に検討を要する案件も次々と登場してきている。行政では、各種検討会において新たな環境への対応に関する議論が進められている。2023年度は、日々の適正化活動の着実な実施とともに、こうした社会の急速で大きな変化に対応するための活動を推進していく1年としたい。

1. 多様化を続けるご意見への適切な対応と、変化に合わせた適正化業務の遂行

2022年度、審査の事前プロセスを見直し、委員会以前の事務局レベルでの適正化活動を強化した。2023年度はこの活動の質を向上し、より幅広く、迅速かつ効果的に適正化を図れる審査活動を目指したい。あわせて、いただいたご意見をベースに、会員媒体社、関係団体と連携した審査以外の適正化活動についても模索していきたい。また、複雑化が進む広告・表示の露出の仕組みや手法に適切に対応していくためには、事務局におけるデジタル分野での更なる知見の獲得、能力向上が不可欠であり、そのための活動にも力を入れていきたい。

2. 対外発信力と外部連携の強化、環境 の変化に対応した啓発活動の推進

技術の進展やメディア環境の変化と複雑化が加速し、広告・表示を行う事業者と、消費者のリテラシーギャップが広がりつつある。事業者には消費者に正しく理解される広告・表示が、消費者にはより高いリテラシーとメディア環境の変化に対する理解が求められている。一方で必要な知見を有しない事業者も増え、そこに起因する不適切な広告・表示も少なくない。こうした環境下で2023年度には、適正化のための外部関係団体との連携強化の推進と、対事業者、対消費者の両面からの啓発活動に一層の注力を行っていきたい。また消費者からの声を基に、広告表現や広告手法など、広告の効果・信頼性を毀損する可能性のある領域の改善に資する活動にも取り組みたい。

3. 事業変化・拡大のための、レピュテーション獲得と会員基盤強化、効率的事務局運営

JAROの活動の基盤は消費者から寄せられるご意見であり、適正化を共に進め、財務的に支えていただく会員社の存在である。これらの継続的な拡大のためには、JAROの認知拡大、レピュテーションの強化が欠かせない。2023年度は改めてその活動に力を入れていきたい。また、継続的業務改善やIT化推進に取り組みつつ、職員の働きやすい環境整備を進め、限られた人員で多くの成果を出すための効率的事務局運営を目指したい。

I. 審査活動

1. 審査活動の充実

2022年度に審査の事前プロセスを見直した。事務局内で判定会議を実施することとし、一定数のご意見が寄せられた案件、委員会での審議がしにくい案件などについて、事務局レベルでの文書発信など、適正化のための活動を強化した。2023年度は、こうした対応を推進し、より幅広い効果の得られる審査活動を目指す。また、オンラインも適宜利用することで、効率的な委員会の運営を志向したい。ビジネス構造の複雑化により、広告・表示の責任主体の特定が難しい、サービス提供主体の判断が困難といった、新たな課題も発生してきている。こうした状況に対応していくため、事務局員各々の基礎的対応力および専門性を伸長するための研修や研究活動も積極的に実施していきたい。

2. 放送・掲載前の広告・表示の適正化

広告主や媒体の多様化に伴い「照会」の件数は中期 的には増加傾向にある。JARO独自の有用性の高い サービスではあるが、高い専門性が必要であり、事 務局には負荷がかかる業務でもある。対応の手法や、 情報共有の方法、使用設備など多角的に検討を行い、 精度高く要望に応えられる体制を目指して検討して いく。

3. 「ケースノート」の活用

全国から寄せられる様々なご意見は、JAROの全 ての活動のベースとなっている。

2023年度においても、「ご意見」をより有益に利用できるよう、情報収集項目等を適宜見直していく。また、広告・表示に関わるご意見の変化、今後の課題を発見するための素材としても活用、JAROのレピュテーション拡大や啓発活動に生かしていきたい。

4. 媒体社との情報共有の継続

情報連絡会、セミナーなど様々な機会を設け、 JAROへのご意見や審査などを通じて獲得した最新 の知見の共有と、媒体社の考査担当の方が日々直面 する課題の共有の場としていきたい。リアル開催に より人的交流を図るとともに、オンラインも活用し、 効率的、効果的実施を図っていく。また、拡大する インターネット領域においては必要に応じ、これま での会議体の在り方を見直し、より適正化に効果的 なものとしていく。

5. 広告・表示適正化の実効性を高める ための関係団体や行政機関との連携 の強化

デジタル化の進む中で、消費者が、広告・表示からメッセージを受け取り、購買・契約に至るまでの消費形態が変化してきている。こうした流れを受け、行政のガイドライン、指導指針も日々変化してきている。関係団体や行政との連絡会を通じてその方針の変化を正確に把握、共有し、広告界全体の利益に資する活動を目指す。また悪質な広告・表示を止めない事業者については、引き続き委員会に諮ったうえで行政への情報提供を行っていく。

Ⅱ.啓発活動

2022年度はオンラインセミナーを幅広いテーマで13回実施した。前年度を上回る延べ約7,000名もの参加を得ることができ、啓発活動の核とすることができた。2023年度も数多くのセミナーを開催し、時勢に合ったテーマで事業者向け啓発活動を展開していく。広告・表示のデジタル化が進み、通信販売の拡大や新しいビジネス形態の開発などが進み、消費者のリテラシーアップも大きな課題となってきている。より広範な事業者に対する啓発活動の実施とともに、消費者啓発活動の推進にも力を注いでいきたい。

1. タイムリーかつより広範なテーマ設 定での各種セミナーの開催

- ・新任者に向けてタイムリーに行う「広告法務基礎 セミナー」
- ・広告実務についてより深い解説を行っていく 「広告法務セミナー」
- ・他団体との連携を強化し、より幅広いテーマで 提供する「広告テーマセミナー」
- ・会員社向けに特化したテーマで開催する「JAROの会」 など

2. 各種講師派遣の実施

- ・会員企業からの要請に応じた社内セミナーへの 講師派遣
- ・行政、自治体、各種団体などからの要請に応じた 講師派遣
- オンラインパッケージコンテンツの検討

3. 消費者向け啓発活動の推進

- ・学校・大学とのコラボレーション講座の開催と進展
- ・オンライン市民講座の拡大
- ・消費生活センター等が実施する、消費者向け セミナーへの講師派遣
- ・消費者向けのコンテンツ開発継続とHPでの告知

工. 行政・自治体、関係団体との連携・協力

広告・表示の適正化のためのハブ機能を担い、審査の対応力の向上を目指すため、関係機関・団体との連携・協力のための活動を継続する。オンラインも活用し、より効率的、効果的な実施を行っていく。

1. 行政・自治体との情報連絡会の開催

各省庁の広告・表示および消費者施策担当者との 行政連絡会、消費者庁表示対策課や取引対策課との 定期的な会合を継続し行政方針の理解や適正化のた めの情報獲得に努める。また、消費者との接点を有 する国民生活センター、首都圏消費生活センター、 5都県の消費生活担当官などとの情報交換会等も開 催し、消費者サイドの課題や各種団体の対応につい ての生の情報の収集にも努める。

2. 「関係団体協議会」の開催

公正取引協議会、民間自主規制団体との会議である「関係団体協議会」を継続して開催する。より多くの団体の参加を呼び掛けるとともに、会の進め方を継続的に検討、より深い情報交換をできる場の構築をめざし、各業界の現状把握とともに、JAROの活動への理解促進や広告・表示適正化のための協力を要請していく。現在課題の多い領域の団体との協力関係の拡大、深化には特に注力する。

JAROの知見を活かした外部との 連携・協力

引き続き行政機関や自治体、業界団体などからの要請に応え、広告・表示関連の審議会や有識者会議に参画しJAROの知見を生かした連携・協力をしていく。特にインターネット広告領域においては、より広い外部との接点を持ち情報の収集を強化する。

Ⅳ. 広報・広告活動

より多くのご意見をいただくためJAROの活動への理解を獲得し、共に活動する協力者を増やしていくために、2023年度は改めて対外発信力の強化を図り、レピュテーションの向上に努める。また、PR強化のためのプロジェクトを推進し新たな取り組みにも挑戦していきたい。

1. 広告活動

会員媒体社に働きかけ、CMやグラフィック広告 の掲載を継続的に依頼していく。

2. JAROウェブサイトからの発信強化

オンラインでの情報発信が重要となる中で、 JAROウェブサイトをベースに更なる発信力の強化 を狙う。最新の情報を掲載できる体制を整えるとと もに、閲覧状況を観測しながら新たなコンテンツの 追加を行い、一般生活者からも閲覧してもらえるサ イトを目指す。あわせて閲覧者を増やすための施策 も検討していく。

3. 機関誌『REPORT JARO』の 効果的活用

広告・表示や消費形態の多様化の流れに合わせた 企画を読者に提供していく。JAROの新たな活動領域についても積極的に掲載し、より広いテーマを取り上げていく。また、対外発信力強化のための戦略的配布を志向、レピュテーションの向上と共に、会員社拡大に向けた重要ツールとしての活用を継続的に模索する。

4. 広報活動(ニュースリリース発信等) の強化

PRを検討するチームの活動を強化し、定例の審査実績報告といった定期的情報発信に加え、社会性の高い情報発信を模索する。媒体社からの取材対応などには積極的に対応、「JARO」の露出を増やす努力をする。

5. 認知度調査の継続

認知度・理解度の調査を継続し、特に若年層に対する認知度向上という中期的課題への進捗確認や、強化を図る広報施策の指針とし活用していく。

V. 会員募集活動・ 事務局機能の強化

広告・表示のデジタル化が進む中、広告・表示の 適正化に向け共に活動する企業に対する会員募集活 動を強化する。変化への対応のための事務局体制整 備、新規領域への取り組みなどを行うための財務基 盤の強化を図っていく。

1. 会員募集活動の強化

経済環境の変化が続くが、2023年度も引き年間 30社の新規入会を目標とし活動する。様々なテーマで実施する有料・無料セミナーを起点とし、訪問、オンラインを組み合わせて精力的な会員勧誘活動を実施していく。

2. 会員サービスの提供

2022年度は4回の会員限定セミナーを開催、2,600 名近い参加者を得ることができた。2023年度も引き 続き、会員社の知見向上に向けてより幅広く、深い テーマで情報の提供を図っていきたい。また、会員 社の多様化と拡大により、審査活動における広告・ 表示の事前相談「照会」の件数や講演依頼が増加して いる。JAROの提供できる特徴的なサービスであり、 プロセス等の検討を行い、件数増加に応えていく。

3. 事務局活動の活性化

DX化の流れの中で、適正化を進めるための課題の増加、多様化に対応していくためには、事務局の対応力の強化が欠かせない。IT化等による効率的で効果的な会議の実施、事務局の運営を目指していく。また、事務局員の知見・能力向上を図るとともに、ポストコロナ時代における、職員の働きやすさにも配慮していきたい。