

# JARO2025の事業計画

1. 計画立案に向けた基本的考え方
2. 基幹業務の確実な実行
3. 特に対応強化する課題
4. 課題解決に向けた施策の推進

## 1. 計画立案に向けた基本的考え方

JAROは2024年10月に設立50周年を迎え、激変する広告環境への対応に自身の「変化の必要性」を謳った。2025年は基幹業務を適切に継続しながら、50周年イヤーとして「変化への対応」を実行に移す年となる。

デジタルテクノロジーの進歩はビジネス自体の在り方やマーケティング手法に大きな影響を及ぼし、広告ではインターネット上の広告・表示が非常に有効な手法となった。しかし、残念ながら広告の信頼を損なうような表現や表示が後を絶たず社会問題化しており、JAROへの苦情もマス広告を超えて最大のボリュームとなっている。インターネット上の広告・表示の適性化は急務だが、ビジネス構造の複雑さも、適性化活動が効果的に進んでいない。このような状況が続けば、消費者の広告全体への信頼は揺らぎ、様々なメディアにわたって広告離れを促進し、広告の機能は劣化していくことが憂慮される。

2025年は、インターネット事業者への偽情報対応の強化や、インターネット上で広告・表示を実施する広告主や広告会社へはガイドラインの制定などが進み、マルチステークホルダーによりインターネット上の広告・表示への効果的な適正化活動が推進されていくと思われる。JAROは、広告の機能や信頼性の維持・向上につながる業務の在り方を柔軟に検討し、このような流れと協調していく。

## 2. 基幹業務の確実な実行

### I：審査活動

- ・ご意見・苦情・問い合わせの受付/対応及び見解発信業務の実施
- ・会員媒体社との情報連絡会開催  
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

### II：啓発活動

- ・セミナー・講演・講義の実施  
主催/共催セミナー・各種講演/講義/講座/授業への講師派遣

### III：行政・関連団体との対外会議実施

- ・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・消費者団体など

### IV：広報・広告活動

- ・広告・表示の専門的機関誌『REPORT JARO』の月刊発行
- ・WEBサイトの運営・リリースの発信・広告に関する業務・認知度調査の継続

### V：会員募集活動

- ・会員候補社リストの収集/作成・説明資料の随時改訂
- ・会員候補社との面談/資料送付・アウトバウンド・会員メリットの向上

### VI：当機構の運営を滞りなく遂行する会議体の開催

- ・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. 特に対応強化する課題

#### I：インターネット上の広告・表示適性化への対策

- ・審査活動業務の効率化とスピードの向上
- ・適正化につながる啓発活動の拡大・実施

#### II：活動基盤の強化

- ・JAROに対する認知・理解及びJAROへのご意見の更なる促進(特に10～20代)
- ・企業に対する適正化活動の重要性の更なる理解・浸透
- ・財務基盤の強化

#### III：運營業務の更新

- ・業務プロセスの効率性向上 ・HR有効活用方法の検討
- ・広告・表示適正化活動としての受付数/見解数以外の新たな運営指標の設定

### 4. 課題解決に向けた施策の推進

#### (1) インターネット上の広告・表示に対する苦情対応への新方針の策定と実行

近年、インターネット上の広告・表示の悪質化が進行している。インターネット上の広告・表示は指摘箇所もマス広告と比べると大変多いのが特徴であり、今までの対応方法では、1件あたりの対応に非常に時間を要する。過去の原則や方法を見直し、新たな方針での対応を検討し実施する。

#### (2) インターネット上の広告・表示への「消費者啓発」の積極的展開

特にインターネット上での広告・表示の適性化においては、「騙されない消費者の育成」が有効と考え、学校への出張授業、消費生活センター等の市民講座などに今まで以上に積極的に対応する。内容の標準化や動画活用、関連サイトへのリンクやJAROのHP上での告知を強化する。

#### (3) 会員勧誘施策の強化

近年、入会社より退会社が上回る状況が続いてい

るため、会員獲得用の説明ツール、アプローチリスト、会員メリットなどの質的向上を果たし会員数増を目指す。また会員勧誘施策を通して、広告適正化活動の意義と重要性の理解向上に努め、自主規制が機能する環境・基盤の維持・強化を図る。

#### (4) 情報発信の強化

JAROは高い認知度と活動内容の浸透によって、消費者から苦情・ご意見をいただくことができ、企業には広告適正化依頼を受けていただくことができているが、近年特に10～30代のJARO認知率は高齢層と比較して低く、今後の活動の脆弱化につながりかねない状況にある。2025年は4年ぶりにJARO新CMを制作し、媒体を扱う会員社の広告掲載支援をいただきつつ、認知の底上げを目指す。また、SNSでの積極的な情報発信を通して、若年層との接点を増やす。

広報としては、26万件のご意見を分析した50周年コンテンツである「苦情の50年史」のイベント化や書籍化の検討、HPのコンテンツ充実や流入経路の設計など積極的な展開を検討し実施する。

#### (5) 新入力フォームの開発

消費者のスマホ使用普及とあいまって、オンラインでの苦情・ご意見入力において、スマホからの入力比率が高くなってきている。また、SNS上の広告・表示では、アプリ内広告への苦情も多くなっている。それらを鑑みてよりスムーズにスマホ上での苦情・ご意見を入れやすくする、入力フォームの検討に着手する。

#### (6) 動画コンテンツによるオンデマンドな情報提供

発信する情報はタイムリーでニーズにあったテーマ・内容はもちろんのこと、わかりやすく、使いやすくなっていないければ、価値を持たない時代になった。JAROの発信手法を見直し対応する。会員メリット向上や啓発を目的とした動画コンテンツを制作・

活用し、オンデマンドとすることで、HRの削減につなげると共に、会員社や消費者との接点を増やす。

#### **(7) 講演/セミナーの発展**

オンラインで成長したセミナー事業を維持発展させ、収入増を見込み、会費減を補う。また、その後も活用しやすいように動画コンテンツ化を検討する。

#### **(8) 人財の有効活用とエンゲージメント**

具体的な施策の推進には相応のHRを配分し、確実に推進する。また、長く務めた経験豊富な職員に今後もその知見をもって業務対応をしてもらうための職場環境と組織運営を実行していく。

#### **(9) 業務プロセスへのAI活用検討**

JAROの業務プロセスの中でAIによって効率化できる領域を抽出し、AI導入の可能性を検討する。

#### **(10) 広告の機能、役割、信頼感の維持・向上 に寄与する取り組み**

表現の自由などJAROでは審査に至らない苦情やご意見でも、世の中では、問題として取り上げられる広告表現などは『REPORT JARO』やHPなどで関連情報発信の可能性を検討し、広告の機能、役割そして信頼感の維持に貢献していく。