

はじめに

2024年日本の広告費(電通発表)によれば、日本の総広告費は過去最高の7兆6,730億円(前年比104.9%)で4年連続の成長、3年連続で過去最高を更新した。マスコミ四媒体広告費が、2兆3,363億円(前年比100.9%)と3年ぶりに前年を超えた一方、「インターネット広告費」は、3兆6,517億円(前年比109.6%)で総広告費に占める構成比が5割に迫る47.6%となり、市場成長を牽引した。

こうした中、JAROの総受付件数は10,796件(対前年比99.3%)と2020年度をピークとして減少傾向にあるが、減少幅は小さくなり、2024年度はほぼ前年レベルとなった。

受付の中で苦情は8,450件(同96.8%)だった。苦情の77.6%はオンライン経由であり、前年度より若干比率が向上している。

また、照会が1,727件、対前年112.7%と増加、広告への称賛は実数こそ少ないが前年度147.4%となった。媒体別では、インターネットへの苦情数が4,327件(同107.2%)と増加し、テレビとの差が拡大した。業種別では、例年多い「美容健康商材」に関わる苦情を、オンラインゲームや電子書籍・ビデオ・音楽などのデジタルコンテンツへの苦情が上回る状況となった。

委員会では25件の審査を行った。前年より6件減少しているが、特に時間のかかるネット上での不適切な広告表現および表示への苦情が増え、それに対応したためである。

審議した25件のすべてに見解を発信したが、法に抵触するおそれのある「嚴重警告」「警告」が23件、インターネットに関わるものは25件中22件となった。また対応力を補強するために委員会審議にかけずに工数を低減させる事務局発での修正依頼文書発信や、情報提供を11件行った。

対外向けのセミナーは全てオンラインにより、有料、無料、会員限定など様々な形式で基礎的な内容からタイムリーなものまで有益性の高いテーマで12回実施した。オンラインおよびアーカイブ配信の活用で今年も全国から6,727名の申し込みがあり、

収益面では伸びの大きかった前年度をさらに上回り事業収益増に貢献した。

講師派遣については今年度39回と前年度より15回ほど少ない実施となったが、学校等特別講座は前年度の7回から13回と増加し、座学型だけでなく、課題の解決を考えてもらう形式の授業も実施した。

行政、自治体、関係団体との連携協力に関しては、今年度は東京都薬務課との交流会および消費者関連専門家会議(ACAP)との交流会を新規に開催した。

広報活動としては、『REPORT JARO』の定期刊行を滞りなく遂行した。毎年7月に実施する認知度調査によればJAROの認知率は全体で67.0%と前年より0.5ポイント上昇した。しかし10代23.3%、20代45.1%と若年層の認知向上は課題となっている。

会員募集活動では潜在見込みリストの作成による積極的なDM送付を展開し、会員勧誘活動の仕組みの強化を図った。今期は16社に新規会員社となつていただく一方で経費削減や事業形態の変更などを理由に26社が退会し、退会抑制も課題となった。JARO活動の基盤である会員社数の安定に向けて理解・賛同者を増やすべく努力をしていく。

JARO設立50周年プロジェクトとして、記念広告原稿を制作し会員社のご協力で多くの広告を露出することができた。また、JAROの歴史ともいえる過去50年にわたる約26万件の苦情・問い合わせを分析・編集した「苦情の50年史」をインターネット上で一般公開した。さらに若年層からの認知を向上しコンタクトを増やすことを目的に、縦型動画を50本制作し毎週ネット上で公開した。10月には、イイノホールにて記念シンポジウムを開催し、「AIがこれからの社会に与える影響」と題した東京大学の松尾豊教授による講演と「広告・表示・表現と消費者のこれから」というテーマでの有識者によるパネルディスカッションを実施しご好評をいただいた。

最後に、理事・監事・部会員・委員の皆様の多大なる協力により、各会議体の活動を無事滞りなく遂行できたことを報告する。

I. 審査活動

1. 2024年度の審査報告

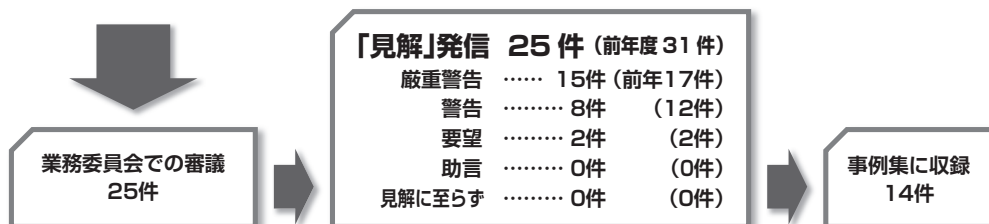
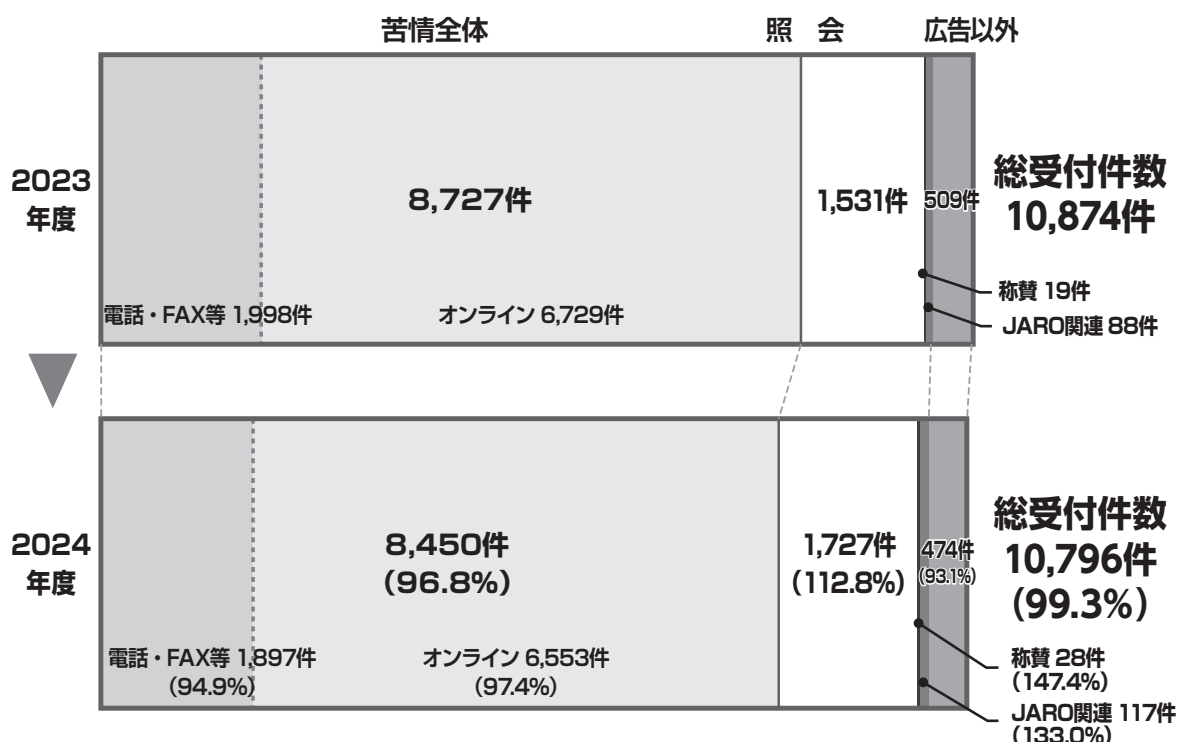
(1) 審査概況

2024年度の総受付件数は10,796件(前年度比99.3%)で、前年度より78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」8,450件、「照会」1,727件、「称賛」28件、「広告以外」474件、「JARO関連」117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96.8%)が277件の減少と前年度に引き続き減少傾向となった。ただし、前年度比の減少幅は、2021年度以降で最も小さかった。主に事業者からの事前相談である「照会」(同112.8%)については196件の増加となった。そ

の他に「広告以外」(同93.1%)は35件の減少となったが、JAROの活動その他に関する意見である「JARO関連」(同133.0%)は29件の増加、広告に寄せられた良い意見である「称賛」(同147.4%)についても9件の増加となった。2024年度に業務委員会で審議した案件は25件で、全てに「見解」を発信した。内訳は、最も厳しい「嚴重警告」が15件、「警告」が8件、「要望」が2件となった。

また2022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検討し、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、24年度も11件発信を行った。

●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、前年度2位の「医薬品」は165件と(同479件)と大幅に減少した。これは、前年度は特定の広告主のキャンペーンについての意見が集中的に寄せられたが、2024年度は同様の意見がなかったためである。「医薬品」の減少が24年度の苦情減少の主な要因となった。1位は「オンラインゲーム」の468件(前年度288件)と大幅に増加した。これは主に特定の広告主について意見が集中したためである。意見の内容は、「点滴に異物を入れられ、目や鼻、口から血を流して絶命する老婆など、殺人シーンが気持ち悪い。殺人などグロテスクなシーンが登場するが、実際のゲーム内容とは異なる」といった、表現に関する意見が多数寄せられた。2位の「電子書籍・ビデオ・音楽配信」についても主に電子書籍コミックの広告表示について、女子高生

が大勢に無理やり誘拐され車内で襲われる、教師が未成年に薬を飲ませて暴行する等性的な表現のほか、人肉を食べさせられているような描写が気持ち悪い等いずれも表現について不快であるとの意見が多数寄せられた。他方3位の「医薬部外品」については376件(同491件)と、主に効能効果についての意見が減少したため前年比76.6%と大幅に減少した。

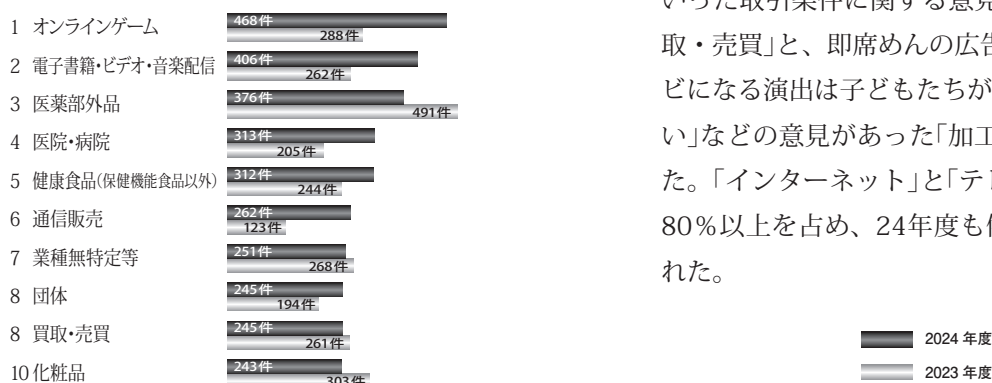
(3) 苦情の媒体別傾向

「苦情」を受付種類別に媒体別に見ると、「インターネット」「テレビ」「ラジオ」と23年度と同様の順位となった。

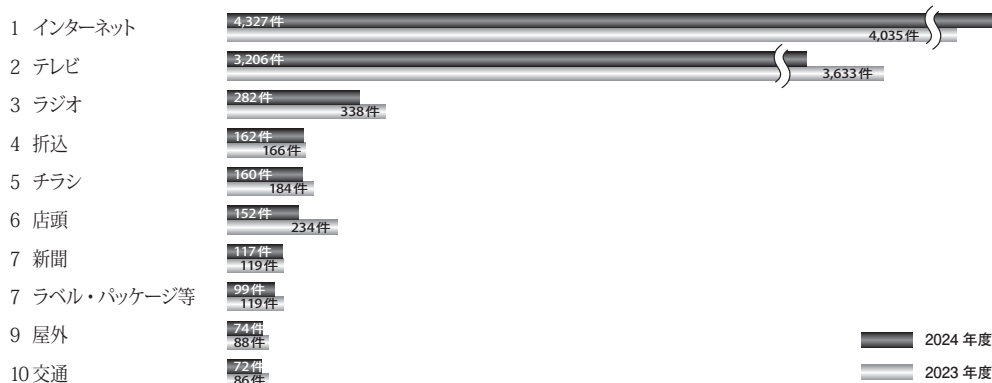
1位となった「インターネット」(4,327件)を業種別に見ると、「オンラインゲーム」「電子書籍・ビデオ・音楽配信」「医薬部外品」が上位3業種となった。2位の「テレビ」(3,206件)では、「医薬品」「団体」が上位を占め、3位には、「壊れていても買い取ります」と言いながら、有料なら引き取ると言われた」といった取引条件に関する意見が多く寄せられた「買取・売買」と、即席めんの広告に対して「野菜がゾンビになる演出は子どもたちが怯えるのでやめてほしい」などの意見があった「加工食品」がランクインした。「インターネット」と「テレビ」の2媒体で全体の80%以上を占め、24年度も例年通りの傾向が見られた。

● 苦情の業種別／媒体別傾向

● 苦情の業種別件数



● 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」(1,727件)を見ると、最も多かったのは例年同様「化粧品」440件(前年度402件)で、次いで「医薬部外品」156件(同136件)、「保健機能食品」110件(同44件)の順となった。上位3業種の「化粧品」「医薬部外品」「保健機能食品」を合わせて前年度より124件の増加となった。

他方「照会」を媒体別に見ると、上位は「新聞」「チラシ」「インターネット」「無特定」の順となった。「新聞」については、特定の会員社からの相談が激増したため前年度の69件から367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1,656件(前年度1,433件)と前年度から一転して増加となった。会員社からの相談が1,621件と前年度の1,390件より増加した。主な要因は媒体社490件(同194件)の大幅な増加による。加えて広告業299件(同297件)も微増となった。他方広告主は832件(同899件)と前年度を下回った。会員、非会員の内訳は会員社が1,621件、非会員社が35件と、会員社からの相談が97.9%を占めている。照会件数の増加に偏りはあるものの、相談業務などの会員サービスを期待して入会した会員社が多く、こうした相談にも積極的に応えた。

● 照会の業種別件数

	業 種	2024年度	前年度
1	化粧品	440	402
2	医薬部外品	156	136
3	保健機能食品(トクホ・機能性・栄養機能)	110	44
4	健康食品(保健機能食品以外)	101	79
5	医院・病院	90	74

● 照会の媒体別件数

	媒 体	2024年度	前年度
1	新聞	367	69
2	チラシ	364	484
3	インターネット	239	249
3	無特定	239	273
5	ラベル・パッケージ等	199	149

● 事業者別照会件数内訳

事業者		会員	非会員	合計
広告主	2024年度	832	19	851
	前年度	899	28	927
媒体社	2024年度	490	3	493
	前年度	194	1	195
広告業	2024年度	299	13	312
	前年度	297	14	311
合計	2024年度	1,621	35	1,656
	前年度	1,390	43	1,433
会員/非会員 構成比	2024年度	97.9%	2.1%	100.0%
	前年度	97.0%	3.0%	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9,010件となった。男女の比率を見ると男性は63.4%女性36.3%（不明0.4%）と、24年度は女性の比率が前年度より1.4ポイント減少した。年代別では、「電話・FAX等」(2,108件)「オンライン」(6,902件)とも50代が最も多い結果となった。年代

別を構成比で見ると、「電話・FAX等」は50代、60代が全体の約35%、「オンライン」では40代、50代が全体の約50%を占める結果となり前年度同様の結果となった。

また消費生活センターからは65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	8,428	16	28	74	464	9,010	83.5%
消費者団体	0	2	0	1	0	3	0.0%
消費生活センター	9	46	0	8	2	65	0.6%
行政機関	0	3	0	1	0	4	0.0%
事業者	12	1,656	0	33	6	1,707	15.8%
関係団体	1	4	0	0	1	6	0.1%
その他	0	0	0	0	1	1	0.0%
合計	8,450	1,727	28	117	474	10,796	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	2	4	0	100	66	102	70	0	172	1.9%
20代	14	4	0	354	431	368	435	0	803	8.9%
30代	35	19	0	614	669	649	688	0	1,337	14.8%
40代	148	60	0	1,015	673	1,163	733	0	1,896	21.0%
50代	271	131	0	1,251	603	1,522	734	0	2,256	25.0%
60代	255	97	0	715	168	970	265	0	1,235	13.7%
70代以上	228	71	1	190	53	418	124	1	543	6.0%
不 明	516	221	31	—	—	516	221	31	768	8.5%
合 計	1,469	607	32	4,239	2,663	5,708	3,270	32	9,010	100.0%

(6) 見解

ア) 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22件、医薬品医療機器等法が17件、特定商取引法が17件、健康増進法が5件、医療法が3件、割賦販売法が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) 対象媒体別・対象商品・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22件、他には「折込」「テレビ」「ラジオ」が各1件であった。24年度も「インターネット」の審議案件が中心となったものの、他媒体の広告表示についても審議を行い、前年度ほどの寡占化とはならなかった。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」等の美容健康を訴求した業種のほか、「エステ」「医院」「相談業務」や「温浴施設」「不動産投資サービス」他の広告等前年度同様、様々な業種の審議を行った。

●見解の対象となった商品・サービス

業 種	件 数
医薬部外品	8
健康食品(保健機能食品以外)	4
化粧品	3
医院・病院	3
保健機能食品(トクホ・機能性・栄養機能)	1
医薬品	1
貴金属	1
エステティック	1
温浴施設	1
不動産投資サービス	1
相談業務	1

●見解の根拠となった法令

法 令	件 数
景品表示法	22
医薬品医療機器等法	17
特定商取引法	17
健康増進法	5
医療法	3
割賦販売法	1

●見解の対象となった媒体

媒 体	件 数
インターネット	22
テレビ	1
ラジオ	1
折込	1

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。2024年度はNo.729～743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.729	媒体 インターネット	説明不足、法違反
商品・役務名	化粧品（クレンジング剤）	
クレンジング剤のインターネット上の広告に「顔ダニ」に関する表示が繰り返しされていた他、化粧品の効能効果を逸脱する表示が複数されていた。		

No.731	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	医療機関（美容外科）	
クマ、たるみを取る医療機関の施術が100,000円とインターネット上の広告で紹介されていたが、実際に医療機関に行ってみると20万円以上かかると言われた。		

No.732	媒体 インターネット	虚偽、誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	医薬部外品（マウスウォッシュ）	
医薬部外品のマウスウォッシュのインターネット上の 広告で、当該商品で口をすすぐだけで、歯科医に行 かずとも歯石の除去ができる等の表示を行っていた。		

No.733	媒体 インターネット	誤認期待、法違反
商品・役務名	環境改善品（ダニ捕りシート）	
雑貨品であるダニ捕りシートのインターネット上の広告でアレルギー等の疾病の予防・改善ができるかのような表示をしていた。		

No.734	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	栄養機能食品	
鉄が成分の栄養機能食品のインターネット上の広告で、こどもの情緒や行動に何らかの影響があるかのような表示をしていた。		

No.738	媒体 インターネット	虚偽、誇大・誇張、誤認期待、法違反
商品・役務名	健康食品（サプリメント）	
健康食品のインターネット上の広告で、飲用するだけで不妊や流産に悩む女性が妊娠できる等、女性の身体に対する効能効果をうたっていた。		

No.739	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	医薬部外品（育毛剤）	
医薬部外品の育毛剤のインターネット上の広告に、使えばあたかも黒髪が生えてくるかのような表示があった。		

No.740	媒体 折込	説明不足、誤認期待、社会的道義的責任
商品・役務名	相談業務（過払い金返還請求・任意整理）	
司法書士法人が折込チラシで、過払い金返還請求や任意整理について過度な期待を抱かせるような表現の広告を行っていた。		

No.741	媒体 インターネット	誇大・誇張、誤認期待、 法違反、社会的道義的責任
商品・役務名	医療機関（痩身医療）	
オンライン診療の広告において、糖尿病薬を使って 痩身できると標榜していた。		

3. 会員社との情報連絡会

2024年度は、前年度同様会議体は対面で行うことを基本とした。ただし、全国に所在している会員社の方も交えた会議体については、ハイブリッド、オンラインと利便性を考慮しながら、柔軟に対応を行い実施した。内容としては、前年度の審査概況報告の他、改めて考え方が示された「買取」「実態調査委報告書に基づくNo.1表示の考え方」等の広告規制関係を消費者庁の担当者の方に解説をいただいたほか、広告審査部門の方に関心の高い「AIの広告審査」をデジタル事業の専門家に講義を頂いたほかJAROでも苦情の多い電子書籍の性的な広告について弁護士による解説で歴史的経緯から仕組みと諸外国の対応方法をご教示いただくなど各会員社のニーズに合わせたテーマをタイムリーに取り上げ情報共有を行った。

2024. 7.17 折込広告会社との情報連絡会
2024.10.01 インターネット情報連絡会
2024.10.21 スポーツ7紙との情報連絡会
2024.11.01 媒体JARO情報連絡会
2024.12.10 折込広告会社との情報連絡会
2025. 3.19 スポーツ7紙との情報連絡会
2025. 3.27 インターネット情報連絡会

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、2024年度は対面を中心に情報交換、連携を継続した。また、可能な限り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協力した。

5. 広告関連会議・審査会などへの出席

2024年度も、広告適正化に向けての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などに参加する他、広告・表示の関連法令の検討会(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、事務局からはJAROの活動内容や、2023年度および2024年度上半期の審査概況についての説明を行った。また昨年度はJARO設立50周年であったことから、設立の節目に伴う記念事業について報告を行った他JAROが取り扱うことの難しい、表現についてのインターネット上の広告・表示における対応方法を中心に意見を伺い、ネット広告の仕組みについての技術的な問題点を中心にグローバルな観点を織り交ぜながら示唆に富む意見をいただいた。

2024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。2024年度も計12回のセミナーを開催した。

当年度も、タイムリーかつより広範なテーマを設定し、医薬品医療機器等法、医療法、健康食品・機能性表示食品の広告規制・事例を解説したほか、景品表示法の改正・執行の状況、施行から1年が経過したステルスマーケティング規制の解説、生成AIの議論から考える著作権・肖像権・パブリシティ権の解説、さらには、No.1・高評価%表示の消費者庁報告書など幅広いテーマで開催し、延べ6,727名の参加を得ることができた。

講演会・セミナー（すべてオンラインで開催）

2024. 4.17 広告法務基礎セミナー1（景表法）

（有料セミナー）参加者：410名

「景品表示法の『最新』基礎知識」

西村あさひ法律事務所

弁護士 有松 晶氏

2024. 5.16 広告法務基礎セミナー2（薬機法）

（有料セミナー）参加者：513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 保健医療局 健康安全部 薬務課

監視指導担当 主任 大森 萌子氏

監視指導担当 主事 玉井 絵里香氏

2024. 6.18 JAROの会

（無料セミナー）参加者：1,158名

「今秋施行 改正景品表示法の解説」

消費者庁 表示対策課

景品・表示調査官 土田 悠太氏

2024. 7.11 広告法務基礎セミナー3

（有料セミナー）参加者：312名

「生成AIの議論から考える著作権・肖像権・パブリシティ権」

電通コーポレートワン 法務オフィス知的財産部 シニアディレクター

渡部 秀人氏

TBSテレビ 法務・コンプライアンス統括室 ビジネス法務部 上級専門特任職

スペシャリスト 矢内 一正氏

協力団体：日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会

2024. 8. 7 8団体共催 広告法務セミナーⅠ

（無料セミナー）参加者：1,842名

「2023年度JARO広告審査の概況と事例」

日本広告審査機構 審査課長 吉田 巖

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、日本広告審査機構

2024. 9. 4 8団体共催 広告法務セミナーⅡ

（有料セミナー）参加者：440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 表示対策課長 高居 良平氏

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、日本広告審査機構

2024.10.22 広告法務セミナー

（有料セミナー）参加者：348名

「景表法の執行実務の5つの潮流と実務対応」

池田・染谷法律事務所

代表パートナー弁護士 染谷 隆明氏

2024.11.20 広告法務セミナー

(有料セミナー) 参加者：356名

「事例で学ぶ医療広告規制」

TMI総合法律事務所

パートナー弁護士 上崎 貴史氏

弁護士 利光 健作氏

2024.12.18 広告法務セミナー

(有料セミナー) 参加者：405名

「No.1・高評価%表示 消費者庁報告書と
今後の留意点」

第1部 消費者庁 表示対策課

課長補佐(未然防止) 中山 千明氏

第2部 大江橋法律事務所

パートナー弁護士 古川 昌平氏

日本マーケティング・リサーチ協会

広告表示問題専門委員会 委員長

一ノ瀬 裕幸氏

ファシリテーター：日本広告審査機構
事務局長 川名 周

2025. 1.21 広告法務セミナー

(有料セミナー) 参加者：318名

「施行から1年 改めてステマ規制を学
ぶ」

クチコミマーケティング協会(WOMJ)

運営委員会 副委員長

博報堂 ビジネスコンプライアンス室

クリエイティブリスクコンプライアンス

グループ グループマネージャー

山本 京輔氏

2025. 2.18 広告法務セミナー

(有料セミナー) 参加者：321名

「事例で学ぶ健康食品・機能性表示食品
の広告規制」

博報堂DYホールディングス

弁護士・法務ディレクター

博報堂DYコーポレートイニシアティブ

法務室 第一法務グループ

横田 未生氏

2025. 3.14 広告法務セミナー

(有料セミナー) 参加者：304名

「知らなかったでは済まない通信販売の
表示規制<特定商取引法篇>」

消費者庁 取引対策課

政策企画専門職 森田 智博氏

係員 藤川 和暉氏

2. 講師派遣

2024年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、39回の派遣となった。

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によるもので、受講者は、19,578人に達した。

2024. 4. 8 大 阪：讀賣テレビ放送^(☆)
2024. 4.17 神奈川：富士工業^(☆)
2024. 4.18 東 京：産業経済新聞社^(※)
2024. 5.23 新 潟：長岡市消費生活センター
2024. 5.29 東 京：日本製紙クレシア^(☆)
2024. 5.31 大 阪：高槻市立消費生活センター
2024. 7. 3 東 京：アスクル^(※)
2024. 8. 8 東 京：日本衣料管理協会
2024. 8.23 東 京：All Ads ^(※)
2024. 9. 5 東 京：JPコミュニケーションズ^(☆)
2024. 9. 5 神奈川：川崎市経済労働局消費者行政センター
2024. 9. 6 大 阪：生活協同組合連合会コープきんき事業連合^(☆)
2024. 9.10 福 岡：新日本製菓^(※)
2024. 9.15 東 京：日本カイロプラクティック登録機構^(※)
2024. 9.18 埼 玉：コープデリ生活協同組合連合会
2024. 9.24 東 京：東京都健康安全研究センター^(※)
2024. 9.26 東 京：台東区役所くらしの相談課
2024. 9.27 東 京：国民生活センター健康安全研究センター ^(☆☆)
2024.10. 1 東 京：インフォーママーケット ジャパン
2024.10. 1 東 京：東京都生活文化スポーツ局消費生活部^(※)
2024.10. 3 栃 木：マスコミ倫理懇談会全国協議会
2024.10. 4 東 京：東京都コンプライアンス講習会^(※)
2024.10.11 東 京：日本一般用医薬品連合会(東京)^(☆)
2024.10.16 東 京：日本一般用医薬品連合会(関西)^(☆)
2024.11.12 東 京：国民生活センター教育研修部教務課^(※)

2024.11.13 東 京：生活害虫防除剤協議会
2024.11.28 東 京：生活協同組合連合会コープ九州事業連合^(※)
2024.11.29 茨 城：ひたちなか市消費生活センター
2024.12. 5 東 京：東京都消費生活総合センター^(☆)
2024.12.10 東 京：国民生活センター教育研修部教務課
2025. 1.16 東 京：日本衣料管理協会(TES会東日本支部)^(☆)
2025. 1.21 千 葉：船橋市消費生活センター
2025. 1.24 石 川：国民生活センター(石川県庁)^(☆)
2025. 1.28 神奈川：神奈川県健康医療局生活衛生部
2025. 1.31 埼 玉：コープデリ生活協同組合連合会
2025. 2.12 東 京：ヒット^(※)
2025. 3. 4 東 京：衛星放送協会^(☆)
2025. 3. 5 東 京：エーザイ^(※)
2025. 3. 6 東 京：日本健康・栄養食品協会^(☆)
法人格省略、(※)はオンライン開催、(☆)は対面形式+オンライン開催

3. 学校向け啓発活動

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。結果、前年度を上回る13回の派遣となり、受講者数は約3,000人に達した。

2024. 7. 2 神奈川：東京都市大学

2024. 7. 5 神奈川：第一学院高等学校

2024. 7. 8 千 葉：江戸川大学

2024. 7.13 埼 玉：駿河台大学メディア情報学部

2024. 7.20 埼 玉：駿河台大学メディア情報学部

2024. 8. 6 東 京：東京都消費生活総合センター
(教員向け)(☆)

2024. 8.27 東 京：N中等部(☆)

2024. 9.18 岐 阜：岐阜県立武義高等学校(※)

2024.10. 3 東 京：N/S高等学校(☆)

2024.11. 5 愛 知：愛知県立名古屋聾学校(※)

2024.11.19 岐 阜：岐阜県立武義高等学校(※)

2024.12.20 東 京：東京都江戸川高等学校

2025. 1.14 神奈川：関東学院大学

(※)はオンライン開催、(☆)は対面形式+オンライン開催

「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

2024. 7.26 消費者庁表示対策課との懇談会

2024.10.24 関係団体協議会(民間自主規制団体)(☆)

2024.11. 9 消費者庁取引対策課との懇談会(※)

2024.11.12 国民生活センターとの懇談会

2024.11.21 東京都薬務課との交流会(☆)

2024.11.29 関係団体協議会(公正取引協議会)(☆)

2025. 1.23 消費者庁表示対策課との懇談会

2025. 1.28 行政連絡会(☆)

2025. 2.12 5都県(景表法担当者)との連絡懇談会(☆)

2025. 2.17 消費者関連専門家会議(ACAP)交流会(☆)

2025. 3.12 首都圏消費生活センターとの連絡懇談会

(※)はオンライン開催、(☆)は対面形式+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

各種会議体の開催を行った。主な活動として「東京都薬務課との交流会」「行政連絡会」「5都県(景表法担当者)との連絡懇談会」「消費者関連専門家会議(ACAP)交流会」を対面形式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。

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、2024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。

IV. 広報・広告活動

2024年度は従来の広報活動に加え、設立50周年記念事業を契機とした情報発信も積極的に行った。50周年関連では、4月の記念サイトオープンと記念ロゴ・ステートメント制作、7月の記念広告制作、10月の「苦情の50年史」公開とシンポジウム開催について広く案内した。また、Z世代から寄せられた苦情を基にした動画「広告苦情、動画にしてみた」をSNSで発信し(年50本)、若年層のJARO認知拡大にも取り組んだ。さらに、「苦情の50年史」を核としたアドミュージアム東京での企画展の準備を進めた。

1. 広告活動

2024年度は50周年を記念したグラフィック広告を7月から使用し、従来の広告「ダメダメ三匹」シリーズとともに会員媒体社の協力により掲載・放送された。これに加え、放送局や新聞社にはバナーの掲載も協力いただいた。

新聞、雑誌、テレビ・ラジオ、バナー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56億5,555万円となった。

2. ウェブサイト・SNSからの情報発信

事業者・消費者向けにウェブサイトやソーシャルメディアで情報発信を行い、50周年事業も活用し積極的に発信した。

50周年に関連して記念サイト、苦情の50年史をそれぞれ公開した。後者については詳細ページへの誘導を改善するための修正も行った。

ウェブサイトでの情報発信は、年次審査状況のほか、記念事業、中学・高校でのプロジェクト学習実施、シンポジウム開催案内と記事掲載、広告Q&A事例などを掲載し、前年度の倍となる40件を発信した。

事業者向けにはセミナー情報を12件掲載した。また、行政や団体など他機関からの周知依頼にも協力し、9件掲載した。

会員企業のみ公開する「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。

2024年度 掲載・放送数

テレビ	31,225本	29億6,565万円
ラジオ	52,267本	16億3,198万円
新聞	6,118段	10億2,531万円
雑誌	79ページ	3,260万円
合計		56億5,555万円

※テレビ、ラジオは事務局調べ。新聞は電通広告統計、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以外の掲載は含まれない。



記念広告・新聞

記念広告・雑誌



苦情の50年史

3. 機関誌『REPORT JARO』の 効果的活用

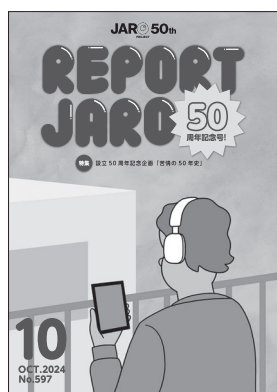
『REPORT JARO』は会報誌であるとともに広告規制を扱う数少ない情報誌としてさまざまな方から評価をいただいております、2024年度も最新の広告規制や広告表現に関する企画を掲載した。

2024年度は改正景品表示法や改正景品告示(買取サービス関連)のほか、関心の高い生成AIの著作権上の考え方など関連記事やセミナー報告を掲載した。また、50周年に関連した特集や、JAROの自主規制に関する連載も掲載した。

より多くの方にお役立ていただくため、未送付の消費生活センターや自治体など配布先を広げた。

2024年度に掲載した主な記事

「事例で学ぶ医療広告規制」
「パネルディスカッション 広告・表示・表現と消費者のこれから」
「生成AIの議論から考える著作権・肖像権・パブリシティ権」
「買い取りサービスに関する運用基準見直し 解説とQ&A」
「設立50周年記念企画 苦情の50年史」
「会員社インタビュー 業務のお困りごと、JAROを活用していますか？」
「10月1日施行 改正景品表示法の解説」
「『薬機法の広告規制概要と事例解説』から事前質問Q&A」
「ダークパターンへの対応と広告・表示適正化の取り組み」
「生成AIと著作権 ～問題の概要と実務への影響～」
「医薬部外品における『シワ改善』の広告表現に関する留意点」
「ダニよけ剤の標ぼうに関する自主基準の改訂」
「『送料無料』表示の見直しに関する考え方」



機関誌『REPORT JARO』

4. 広報活動の強化

従来の広報活動に加え2024年度は50周年に関連した広報を随時行った。4月に50周年プロジェクト開始、7月に記念広告制作、8月にシンポジウム案内、10月に「苦情の50年史」公開とシンポジウム開催報告を発信した。そのほか、N中・N/S高(ドワンゴ学園)との協同コンテスト実施とその結果発表なども行い、前年度を上回る21回の報道発表を行った。

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、ステマ規制、環境広告、性的なネット広告などについて対応した。

2024年度に発信した主なリリース

「創立50周年を機にJARO50thプロジェクトを開始」
「第50回通常総会報告」
「2023年度の審査状況」
「N中・N/S高と共同で課題解決型授業『広告苦情、動画にしてみた』コンテストを実施」
「50周年記念シンポジウム『AI時代、広告と消費者のこれから』の開催」
「『苦情の50年史』半世紀の苦情とJAROのトピックス公開」
「2024年度上半期の審査状況とトピックス」

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では、JARO認知率は67.0%で、前年度より0.5ポイント上昇した。認知率は10代23.3%、20代45.1%と若い世代では認知度が低い状況であり、2024年度は10代・20代から寄せられた苦情を基に啓発動画を発信する施策を行った。次年度も引き続き若年層への認知拡大を図る。

V. 会員募集活動

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、新規会員獲得活動を積極的に展開した。特に、JARO主催セミナー参加の機会を捉えたアウトバウンドや、会員外企業へのDM郵送による直接アプローチなど、会員募集活動を強化した。その結果、16社(16口)の新規会員社を得ることができた。内訳は広告主11社、広告業・広告関連5社。

景品表示法をはじめ広告関連法規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等がコンプライアンス強化を目的に入会した。また、セミナーを通じて広告法規をはじめ業界の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、26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。

《2024年度入会社一覧》16社

1. (株)テレビショッピング研究所
2. 中電クラビス(株)
3. (株)ビタブリッドジャパン
4. (株) LIVE BOARD
5. (株)野村総合研究所
6. (株)エイスリー
7. (株)ディスカバリー
8. (株)トラスクエタ
9. (株)コムテック
10. レック(株)
11. 東リ(株)
12. (株) GENOVA
13. (株)フヨウサキナ
14. (株)ウテナ
15. (株)池田泉州ホールディングス
16. (株)ゼロアクセル

	会 員 社 数	口 数
広 告 主	368	419
新 聞	76	109
放 送	177	220
出 版	40	55
インターネット	22	24
広 告 業	162	197
広 告 関 連	29	32
計	874	1,056

VI. 50周年事業

2024年度は設立50周年に当たるため、前年度から準備を進め下記の事業を実施した。

1. 50周年記念サイト公開

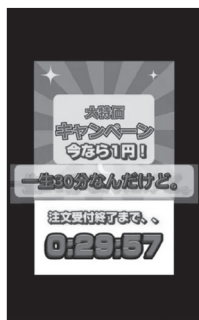
記念事業全体を紹介する50周年記念サイトを4月に公開した。記念ロゴマーク、ステートメント、若者向け注意喚起動画「広告苦情動画にしてみた」を4月に紹介し、7月に記念グラフィック広告、8月に記念シンポジウム情報、10月に苦情の50年史を順次掲載した。

2. 記念ロゴマーク、ステートメント、若者向け注意喚起動画

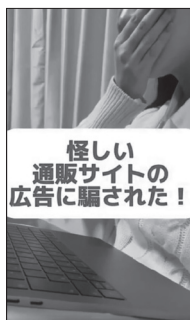
記念ロゴマークは広告を見つめる消費者、事業者、JAROなどの眼をモチーフとしてデザイン、「広告は変わった。JAROも変わらなきゃ。」というコピーのもとにステートメントを制作した。また、若者からの実際の苦情を基に動画を制作し、「広告苦情、動画にしてみた」を毎週1本ずつ計50本公開した。動画は今後も消費者啓発に活用していく予定である。グラフィック広告は会員新聞社・出版社の協力により多数掲載された。



記念ロゴマーク



TIKTOK「広告苦情、動画にしてみた」



3. 記念シンポジウム開催

10月10日にイイノホール(東京都千代田区)にて記念シンポジウム「AI時代、広告と消費者のこれから」を開催した。当日は会場218名に加え、同時に配信したオンラインで1,080名が視聴、計1,298名を集めた。

第1部 記念講演

「AIがこれからの社会に与える影響」

松尾 豊氏(東京大学大学院工学系研究科教授)

第2部 パネルディスカッション

「広告・表示・表現と消費者のこれから」

徳力 基彦氏(note プロデューサー)

寶 雪氏(立命館大学 総合心理学部准教授)

大瀧 篤氏(電通 zero/Dentsu Lab Tokyo クリエーティブ・ディレクター/ クリエーティブ・テクノロジスト)

川名 周(JARO事務局長)

4. 苦情の50年史公開

JAROが1974年度から受け付けた苦情等の蓄積を社会にも広く知っていただこうと、50年間約26万件を取りまとめ、「苦情の50年史」として10月1日に公表した。ニュースリリースを行い、65サイトに掲載された。



記念シンポジウム(イイノホール)

Ⅶ. 各会議体の活動

1. 総会

2024年度の通常総会を、以下の通り開催した。

第50回 通常総会 2024年6月11日(火) 於東京會館

624名出席(委任状含む)

1. 《報告事項》2023年度事業報告
2. 《決議事項》第1号議案 2023年度決算
3. 《報告事項》2024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

2024年度の理事会は、5回開催し、審議事項は以下の通り。

(1) 2024年5月9日(木)

於AP新橋 会議室開催及びオンラインによる参加 理事42名、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第50回通常総会議事
3. 通常総会後の理事会議事(案)
4. 部会員の交代

(2) 2024年6月11日(火)

於東京會館 会議室開催及びオンラインによる参加 理事44名、監事3名出席

【審議事項】

1. 議長選出
2. 理事長、副理事長、専務理事等選任
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
5. 部会員の交代

(3) 2024年9月12日(木)

於AP日本橋 会議室開催及びオンラインによる参加 理事37名、監事3名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第51回通常総会の日程
3. 部会員の交代

(4) 2024年12月12日(木)

於AP新橋 会議室開催及びオンラインによる参加 理事37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) 2025年3月13日(木)

於JARO会議室 会議室開催及びオンラインによる参加 理事37名、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 2025年度事業計画(案)
3. 2025年度予算(案)
4. 育児休業、介護休業および短時間勤務規程の改正
5. 部会員の交代

3. 監事会

2023年度の事業・決算に関わる監事会を以下の通り開催した。

2024年4月30日(火)

於JARO会議室 監事3名、理事長、専務理事出席

4. 総務部会

2024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。
(JARO会議室及びオンラインを併用して実施)

- (1) 2024年5月7日(火) 14名出席
5月9日開催の理事会議案の審議
- (2) 2024年9月9日(月) 9名出席
9月12日開催の理事会議案の審議
- (3) 2024年12月9日(月) 9名出席
12月12日開催の理事会議案の審議
- (4) 2025年3月10日(月) 10名出席
3月13日開催の理事会議案の審議

5. 財務部会

2024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。
(JARO会議室及びオンラインを併用して実施)

- (1) 2024年4月26日(金) 6名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2023年度決算(案)の審議
 - ③ 2024年度予算の報告 ④ 2023年度会員勧誘レビューの報告
 - ⑤ 新規会員勧誘状況の報告
- (2) 2024年9月5日(木) 9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) 2024年12月6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) 2025年3月7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～2月)の審議
 - ③ 2025年度事業計画(案)の報告 ④ 2025年度予算(案)の審議
 - ⑤ 新規会員勧誘状況の報告

6. PR部会

2024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。
(JARO会議室及びオンラインを併用して実施)

- (1) 2024年7月1日(月) 11名出席
 - ① 『REPORT JARO』企画案(9月号～11月号)の審議 ② 50周年記念グラフィック広告の報告
 - ③ 2023年度広告出稿状況の報告

- (2) 2024年8月27日(火) 10名出席
 - ①『REPORT JARO』企画案(12月号～2月号)の審議 ② 50周年施策の進捗報告(シンポジウム情報等)
 - ③ JARO認知度調査結果の報告
- (3) 2024年12月3日(火) 10名出席
 - ①『REPORT JARO』企画案(3月号～5月号)の審議 ② 2025年度 JARO広告計画案の報告
 - ③ 50周年事業の報告 ④ 2025年度総会記念講演講師の報告
 - ⑤ 2024年度上半期広告出稿状況の報告
- (4) 2025年2月28日(金) 8名出席
 - ① 2025年度テレビ・ラジオCM制作の審議 ②『REPORT JARO』企画案(6月号～8月号)の審議
 - ③ 2025年度事業計画(案)の報告 ④ 50周年事業の報告

7. 関西部会

2024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。
(於TKPガーデンシティPREMIUM大阪駅前会議室)

- (1) 2024年9月2日(月) 9名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2024年度～これまでの関西事務所の活動概況の報告
- (2) 2024年12月2日(月) 9名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2024年度これまでの関西事務所の活動概況の報告
- (3) 2025年3月3日(月) 10名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2024年度関西事務所の活動概況の報告

8. 審査委員会

2024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)

- 2025年3月25日(火) 6名出席
- 1. 2023年・2024年活動報告他
 - 2. 2023年度下半期、2024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(インターネット広告の課題について)

9. 業務委員会

2024年度の業務委員会は、以下の通り12回開催した。
(2024年4月、6月、8月、10月、12月、2025年2月はJARO会議室及びオンラインを併用し、5月、7月、9月、11月、2025年1月、3月はオンラインを利用して実施)

- (1) 2024年4月24日(水) 15名出席
厳重警告3件の見解が決定
- (2) 2024年5月22日(水) 15名出席
厳重警告1件、要望1件の見解が決定

- (3) 2024年 6月26日(水) 13名出席
厳重警告2件の見解が決定
- (4) 2024年 7月24日(水) 18名出席
厳重警告1件の見解が決定
- (5) 2024年 8月28日(水) 17名出席
厳重警告1件、警告1件の見解が決定
- (6) 2024年 9月25日(水) 18名出席
警告1件の見解が決定
- (7) 2024年10月23日(水) 16名出席
警告3件の見解が決定

- (8) 2024年11月27日(水) 18名出席
厳重警告1件、警告2件の見解が決定
- (9) 2024年12月25日(水) 17名出席
厳重警告1件、要望1件の見解が決定
- (10) 2025年 1月29日(水) 17名出席
厳重警告1件の見解が決定
- (11) 2025年 2月26日(水) 16名出席
厳重警告2件の見解が決定
- (12) 2025年 3月26日(水) 15名出席
厳重警告2件、警告1件の見解が決定

10. 業務委員会分科会

2024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、JARO会議室で実施。(2)は、④がオンライン、②⑤⑥⑪⑫がJARO会議室及びオンラインを併用、①⑦はTKPガーデンシティPREMIUM大阪駅前会議室、他はJARO会議室で実施)

(1) A分科会

- | | |
|---|--|
| ① 2024年 5月17日(金) 10名出席
事例審議5件、事例集掲載4件が確定 | ④ 2024年11月15日(金) 8名出席
事例審議3件、事例集掲載2件が確定 |
| ② 2024年 7月19日(金) 9名出席
事例審議 4件、事例集掲載1件が確定 | ⑤ 2025年 1月17日(金) 9名出席
事例審議2件、事例集掲載1件が確定 |
| ③ 2024年 9月20日(金) 10名出席
事例審議1件、事例集掲載3件が確定 | ⑥ 2025年 3月21日(金) 9名出席
事例審議1件、事例集掲載4件が確定 |

(2) B～E、関西分科会

- | | |
|--|--|
| ① 関西分科会 2024年4月25日(木) 10名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑦ 関西分科会 2024年10月25日(金) 6名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |
| ② E分科会 2024年 5月27日(月) 12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑧ B分科会 2024年11月22日(金) 10名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |
| ③ B分科会 2024年 6月20日(木) 12名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | ⑨ C分科会 2024年12月23日(月) 7名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 |
| ④ C分科会 2024年 7月31日(水) 9名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑩ D分科会 2025年 1月24日(金) 10名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |
| ⑤ D分科会 2024年 8月21日(水) 11名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | ⑪ E分科会 2025年 2月19日(水) 10名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 |
| ⑥ E分科会 2024年 9月30日(月) 11名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | ⑫ B分科会 2025年 3月28日(金) 12名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 |

2024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」が存在しないため作成いたしません。

2025年6月

公益社団法人 日本広告審査機構