

## 5.平成11年度-15年度(1999-2003)

### ■トピックス

この時期、大きな伸びを見せたのは「通信」業界でした。増加する携帯電話・PHS、各通信事業者が一斉に参入したマイライン、ADSL・光などの「ブロードバンド」によって急激な伸びを見せたインターネット。その急成長の反面、3年連続「苦情」トップという、市場の急速な拡大による競争が引き起こした問題も見られました。

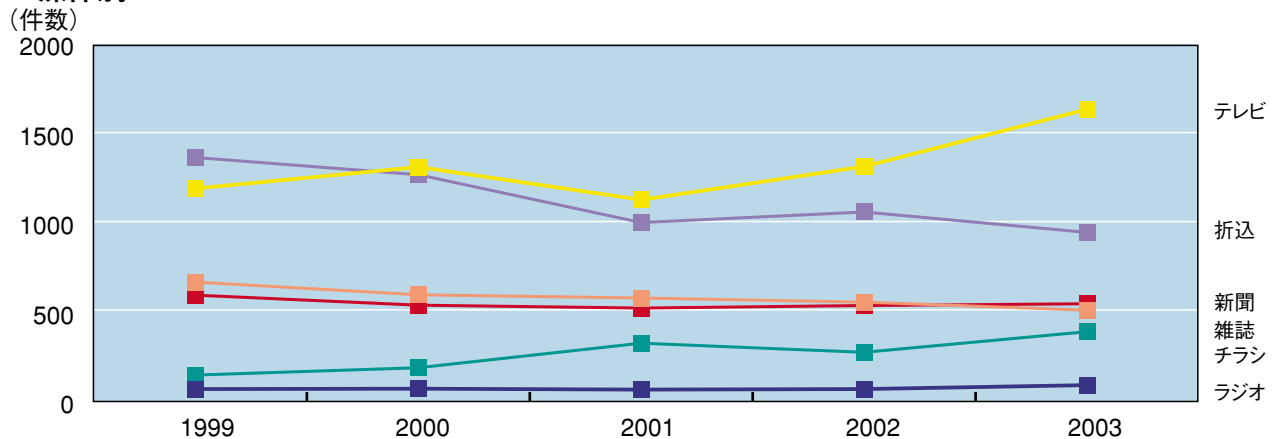
競合他社との差別化を図ろうとし、広告において、誇張、誤認期待、説明不足などの表示上の問題につながったと推測されます。

また、ダイエットや健康ブームに後押しされて健康食品の「苦情」も問題とされました。個人輸入の未承認医薬品での死亡事故などを受け、粗悪な健康食品とその広告が注目されるようになりました。

メディアとしては、これまで苦情のトップにあった「折込」広告から「テレビ」へと入れ替わりを見せています。同時期の「問い合わせ」で急激な伸びを見せた「消費者金融」のCMについての消費者からの問い合わせの増加などが、その理由であるといえます。青少年に安易な借入を助長する表現などが問題視され、日本民間放送連盟では「消費者金融CM改善指針」も発表されました。

### この5年の問い合わせの動き

#### <媒体別>



#### <業種別>

