

平成 24 年度事業計画

1. 審査部門

(1) 審査体制の整備・充実

- 1) 平成23年度に2名が退職し、24年度に1名が休職から復帰するため、担当業務の見直しを行う。また、人員減をカバーするために相談員1名を補充することを検討している。職員の入れ替わりにより審査業務を停滞させることなく、円滑に審査業務を遂行するため、23年度同様シフト制を実施して、苦情申し立てや事業者からの相談に確実かつ迅速に対応できるようにする。地区担当制も継続実施し、関西・中部・北海道地区との連携による審査業務の充実を図る。併せて、勉強会や行政機関との情報交換会を継続することにより、相談員の資質向上を図る。
- 2) 相談対応向上のため「電話対応マニュアル」を作成し、既に整備した「審査業務マニュアル3部作」と合わせて活用する。本マニュアルは、意見や質問の多い内容の回答例などを明示したもので、今後加入する相談員の教則本として活用する。
- 3) 複雑かつ専門化した相談内容に的確に対応し、公正かつ高度な判断が求められる審査を適正に行うために、業務委員会および分科会での審議を厳正に行う。

(2) 相談内容の分析・活用

- 1) 年間約5,000件の相談データについては、正確性を一層高めて蓄積し、相談者の年代別・地域別傾向、相談内容の変化などの量的・質的な分析を進め、外部からの問い合わせに迅速かつ的確に対応できる体制を整える。また、平成23年度に発信した「見解」の内容分析を進め、問題広告の傾向や課題を分かりやすく解説できるようにする。
- 2) 上記の相談内容の量的・質的な分析の一環として、23年度に相談が多かったテレビCMに関して、好感度の高いCMとの関連性の有無などについて検証するなど、JAROに寄せられる相談の質的な分析を行う。

(3) 事業者特に会員社へのサービス強化

- 1) 事業者からの照会に積極的に対応し、研修の講師派遣依頼などのニーズにも応え、事業者の満足度を高める。また、各地区で開催する「媒体JARO情報連絡会」や「折込広告会社との情報連絡会」「スポーツ7紙との情報連絡会」などを継続し、JAROからの情報発信の機会を活用して会員サービスの充実を図る。
- 2) インターネット市場の拡大に伴い、インターネット上の広告・表示への相談が増加傾向にあるため、引き続き適正化に積極的に取り組む。平成23年度から開始したインターネット関連の会員社との懇談会「インターネット情報連絡会」を開催し、同業界の課題とJAROへのニーズを把握して、どのような貢献ができるかを検討する。併せて、(一社)インターネット広告推進協議会とどのような協働が可能かも検討する。

(4) 関係団体・行政との連携強化

- 1) 首都圏5都県主催の「広告表示等適正化推進協議会」や東京都主催の「景品表示法の事業者向け研修」など、行政機関からの参画要請に積極的に協力するとともに、消費者庁や東京都の薬事担当課など関連行政機関と積極的な情報交換を行い、広告適正化のための連携をより強化する。
- 2) 業務委員会で審議して発信した「見解」の内容が業界全体に関連する場合は、業界団体などにも情報提供や

広告・表示の適正化のための助言などを積極的に行う。また、審議に至らない案件であっても、広告主、媒体社などの理解を得る必要がある場合は、適正化の観点から積極的に情報提供、意見交換を行う。さらに、業界団体からの自主基準作成への協力要請や関係団体の会議への参画、情報提供を求められた場合は、積極的に受け入れ、関係業界の広告適正化を支援していく。

(5) 広告適正化のための啓発活動

- 1) 消費生活センター主催の消費者向けセミナーなどに出向き、正しい広告の見方などについて消費者に啓発を行うとともに、消費生活センターの相談員養成講座にも積極的に参画する。また、業界団体などからの研修、講演の依頼にも積極的に協力する。
- 2) 学校の要請による講演に対応し、生徒・学生に正しい広告の見方などについての啓発を行うとともに、大学などからのインターンシップの受け入れ要請などにも積極的に応える。

2. 運営部門

(1) 広報活動

- 1) PR部会を中心に他部会・委員会とも連携し、JAROの知名・理解促進のための戦略・戦術を策定する。
- 2) JAROの認知・理解の現状を把握することを目的に調査を実施し、広報活動に役立てる。
- 3) 定期刊行物『レポートJARO』について、時宜にかなった企画を取り上げるとともに、常に構成・企画の検討・見直しを行う。
- 4) 「広告研究講座」「JAROの会」などの講演会・研究会を企画し、会員社サービスに努める。また審査案件や概況を会員社に説明するための報告会も併せて実施する。
- 5) 行政機関や自主規制団体などとの定例会議を開催し、広告・表示適正化のための情報交換を行う。今年度は関西地区でも会議開催を検討する。
- 6) 消費者団体、関係団体に対し、JAROの活動の理解促進や広告・表示適正化のための協力要請を行う。
- 7) 適格消費者団体との意見交換を行うために懇談会などを開催する。
- 8) テレビ・ラジオ広告の素材を制作し、会員媒体社の協力を得て放送する。
- 9) 適時にニュースリリースを発信し、新聞、雑誌、放送ほかさまざまなメディアで、JAROに関する記事掲載量を拡大する。
- 10) 消費者および広告関係者に有効な情報を分かりやすく適時に届けるために、ウェブサイトおよびモバイルサイトを随時更新し、速やかな情報提供を行う。また「会員専用ページ」を充実させ、会員向けの情報提供を強化する。
- 11) バナー広告などインターネット広告を利用したPR活動を会員社の協力を得て実施する。
- 12) 中部地区および九州地区での講演会・広報活動を定着させ、会員サービスの強化、会員獲得のきっかけとする。
- 13) 地方関係機関(地方自治体、各地消費生活センターなど)が主催する消費者向け講演会などで、正しい広告の見方などについての啓発を行うとともに、消費生活センターの相談員養成講座などに積極的に講師を派遣する。また、相談員向けに、広告・表示に関する相談などがあつた場合に、JAROの活用を促すPRチラシを作成

し配布する。

- 14) 会員社や関係機関が開催する社員・会員向け研修会などに積極的に職員を講師として派遣し、JAROへの理解を促すとともに、広告・表示の適正化についての啓発に努める。

(2) 研究交流活動

- 1) 「関西JARO広告研究会」(第3期)を開催する。
- 2) 海外資料・情報を収集し、研究、紹介する。
- 3) CBBB(米国ベター・ビジネス・ビューローズ協議会)、IAA(国際広告協会)ほか、海外の関連団体の研究を行い、交流を図る。

(3) 財務・運営活動

1) 会員募集活動の推進

- ア. 財務部会を中心に他部会とも連携を取り、東京事務局、関西事務所それぞれが目標口数を設定し、募集活動を進める。
- イ. 広告活動に積極的な業種や未加入企業の多い業種に対し、積極的に勧誘を行う。
- ウ. 首都圏・関西圏以外の企業に対してもアプローチを行う。
- エ. 退会社の再勧誘を行う。
- オ. 退会の防止、慰留のための施策を実施する。

2) 事務局体制の整備

- ア. 新規採用した職員や経験の浅い職員には、OJTのほか外部団体・機関による研修を受講させる。
- イ. 事務の合理化に務め、経費削減を行う。

3) 地方組織・関係機関との連携

- ア. (社)北海道広告業協会および(一社)愛知広告協会との連携強化を図るほか、全国各地の広告協会との関係を深め、広告関連団体などとの共催による講演会などを企画・実施する。
- イ. 地方自治体、各地消費生活センターなどとの連携を図り、消費者利益の確保を目指し広告の適正化を推進する。