

平成 27 年 5 月 14 日

平成 26 年度審査概況

公益社団法人日本広告審査機構

## 「通信」関連が前年度比 132.2%

- ◇受付総件数は 5,110 件・前年度比 90.6%、「JAROオンラインご意見箱」は 3,326 件・98.4%
- ◇「見解」発信は 30 件で前年度より 6 件減少も、「警告」は 22 件で 3 件増
- ◇26 年度から「ご意見箱」も審議対象に
- ◇「苦情」の業種別は「通信」(402 件)が最多、132.2%
- ◇「苦情」の媒体別は 1 位が「テレビ」(1,700 件)、111.1%
- ◇相談者の男女比 約7:3、年代別では 40 代が中心
- ◇「必ずもらえる」と誤認させるポイントサイトに「見解」(要望)発信

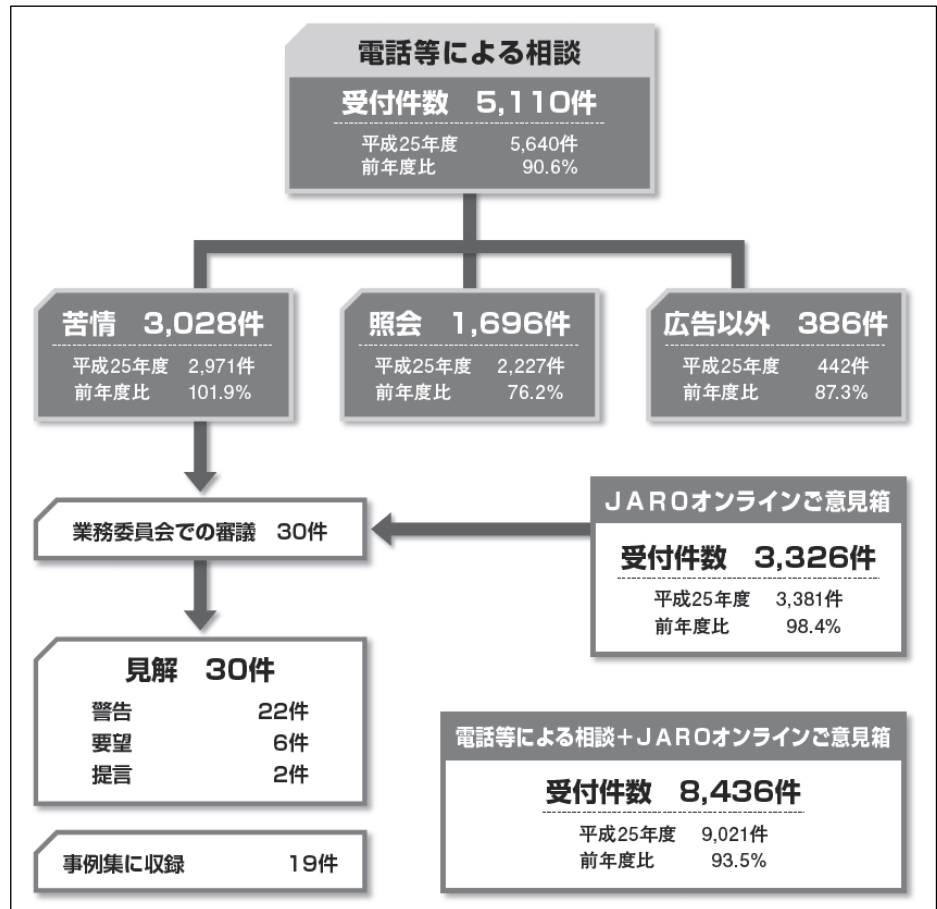
### 1. 全体の件数

平成 26 年度の受付件数は 5,110 件(前年度 5,640 件)で、その内訳は「苦情」3,028 件(同 2,971 件)、「照会」1,696 件(同 2,227 件)、「広告以外」386 件(同 442 件)となった。事業者等からの問い合わせである「照会」は大きく減少したが、これは主に会員社である特定の広告主・広告業からの相談が落ち着いたことによる。

業務委員会で審議し発信した「見解」は 30 件だった。「見解」は「苦情」の中から審議に掛けて発信されるが、26 年度から、ウェブサイト上の「JARO オンラインご意見箱」に寄せられた相談のうち、苦情として扱うべきものも通常の審査手順で処理を行うこととし、今期処理した 20 件のうち 1 件については、27 年度に業務委員会で審議した。

#### 《集計方法の変更について》

従来、相談内容が「苦情」であるもののうち、連絡先が分かり、対象の広告が特定できるなどの要件を満たすものを「苦情」、それ以外を「意見」と分類し、その両者を合わせて「広義の苦情」としていたが、26 年度からはそれを「苦情」として統一した。また、「JAROオンラインご意見箱」に寄せられた意見の中から、「苦情」として取り上げるべきものについては、従来の電話等による相談と同じ審査手順にて処理を行っている。



## 2. 「苦情」の業種別件数

業種別では1位「通信」、2位「小売業」、3位「一般食品」となった。増加が目立ったのは「通信」402件(前年度304件)と5位「医薬品・医薬部外品」125件(同92件)で、「通信」については、スマートフォン用ゲームアプリなどの「情報サービス関連」180件(同114件)と、「携帯電話」152件(同119件)が増えたため、32.2%増加した。「医薬品・医薬部外品」については、シミへの効果を訴求する医薬品や歯磨き剤のテレビCMへの苦情が多かったほか、医療機関の受診を促す医薬品メーカーのテレビCMにも苦情が寄せられた。

26年度 (全3,028件)	
1 通信	402
2 小売業	197
3 一般食品	194
4 化粧品・石けん・洗剤等	129
5 医薬品・医薬部外品	125
6 健康食品	121
7 行政・団体	106
8 住居関連備品・機器	100
9 風俗・ギャンブル	98
人事募集	98

25年度 (全2,971件)	
1 通信	304
2 一般食品	236
3 小売業	209
4 健康食品	156
5 化粧品・石けん・洗剤等	144
6 車両・乗り物	129
7 保険	121
8 行政・団体	105
9 住居関連備品・機器	98
10 人事募集	93

## 3. 「苦情」の媒体別件数

媒体別は1位「テレビ」、2位「インターネット」、3位「ラジオ」と、前年同様の順位となった。「テレビ」は11.1%増となり、その内訳では「通信」282件(同201件)、「一般食品」160件(同184件)「医薬品・医薬部外品」100件(同71件)が多かった。「インターネット」も増加し、内訳の業種で多かったのは「通信」「小売業」「人事募集」などだった。

26年度 (全3,127件)※1	
1 テレビ	1,700
2 インターネット	515
3 ラジオ	148
4 折込	134
5 新聞	129
6 チラシ	82
7 店頭	54
8 パンフレット等	42
9 フリーペーパー	39
10 ラベル・パッケージ等	37

25年度 (全3,058件)	
1 テレビ	1,530
2 インターネット	495
3 ラジオ	170
4 新聞	149
5 折込	142
6 チラシ	89
7 雑誌	60
8 屋外	56
パンフレット等	56
10 フリーペーパー	42

※1 複数の媒体にまたがる案件があるため、「苦情」の件数と一致しない。

## 4. 相談者の属性

「一般」からの相談は3,376件(同3,333件)で、全体の66.1%を占めた。男女別では男性2,298件(同2,248件)、女性1,002件(同1,044件)、不明76件(同41件)※2、年代別では「40代」737件(同738件)、「50代」627件(同587件)、「60代」531件(同502件)が多かった。増加が目立ったのは「50代男性」50件増、「60代男性」20件増、「60歳女性」10件増で、減少が目立ったのは「70代以上男性」46件減、「30代女性」22件減、「20代女性」20件減だった。

事業者からの相談は減少した。「広告主」344件減、「広告業」177件減が目立つが、これは前述の通り、近

年入会した広告主と広告業 2 社の相談が落ち着いたことによる。この 2 社の入会前に比べると、件数は増加している。

◇相談者内訳

相談者		件数
一般		3,376
消費者団体		0
消費生活センター		101
行政機関		9
事業者	広告主	976
	広告業	333
	媒体	308
関係団体等		7
合計		5,110

◇「一般」の年代・性別

年代	男性	女性	不明	合計	構成比(%)
10代	2	0	0	2	0.1%
20代	56	27	0	83	2.5%
30代	280	153	0	433	12.8%
40代	495	242	0	737	21.8%
50代	446	181	0	627	18.6%
60代	380	151	0	531	15.7%
70代以上	107	54	0	161	4.8%
不明	532	194	76	802	23.8%
合計	2,298	1,002	76	3,376	100.0%
構成比(%)	68.1%	29.7%	2.2%	100.0	

※2 「不明」とは、匿名の郵便など性別・年代が分からないもの。

## 5. 照会

広告を制作する際や媒体社が広告を受付・審査する際の相談である「照会」は 1,696 件(同 2,227 件)で、23.8%減少した。

業種別では「化粧品・石けん・洗剤等」239 件(同 245 件)、「医療機関」217 件(同 224 件)、「健康食品」179 件(同 185 件)が多く、前年度に倍増した「エステティック」は 89 件(同 230 件)と落ち着いた。媒体別では、「チラシ」560 件(同 736 件)、「折込」257 件(245 件)、「インターネット」131 件(152 件)の相談が多かった。

## 6. 見解事例

JAROでは業務委員会で審議し、苦情対象となった広告主にその見解を発信して広告の適正化を促しているが、26年度は 30 件(警告 22 件、要望 6 件、提言 2 件)※3を発信した。

業種別では、「健康食品」7 件、「化粧品・石けん・洗剤等」4 件、「衣料品」3 件、「ポータルサイト」2 件のほか、司法書士事務所、語学教材、エステティックサロン、パック旅行などさまざまだった。媒体別では「インターネット」10 件、「テレビ」8 件、「折込」7 件が多かった。

「警告」22 件は次の通り。(カッコ内は媒体)

1. 「悪玉コレステロールを減らしてくれる」などと表示したサプリメント(テレビ)
2. 「基礎代謝を上げることで太りにくい体質をつくる」などと表示したサプリメント(テレビ)
3. 「血行促進作用」「各種治療効果」などと表示されたTシャツ(ウェブサイト)
4. 「月額利用料 A:254,000 円、B:174,000 円」などと表示しながら含まれる費目が分からない有料老人ホーム(フリーペーパー)
5. 「電気不要で驚きの暖かさ、温感グッズでその差一目瞭然」などと表示した毛布(折込)
6. 「免疫力を高めるといわれるインディアンのハーブ」などとうたったハーブティー(ウェブサイト)
7. 「体リセットダイエット」「体を大掃除」などとうたったサプリメント(テレビ)
8. 「シミに効いているのを実感しています」などとうたった薬用クリーム(折込)
9. 「108種類の酵素と燃焼系成分が織り成すパワーに、適切な食事と日常生活程度の運動が加わり、余分なものがどんどん燃えれば、短期間でも体重はズドンと落ちます」などと表示したサプリメント(折込)
10. バンドを巻くだけで無呼吸症候群が治るかのよう説明するいびき防止機器(ラジオ、ウェブサイト)

11. 「水虫の原因菌である白癬菌やワキガの原因となる細菌を、ほぼ 100%死滅させる」などとうたった水虫治療機器(ラジオ)
12. 「今テレビで話題の脂肪冷凍痩身機」などと表示し、脂肪が4° Cで凍ることを利用して脂肪を排泄できるとうたっていたエステサロン(折込)
13. 美容クリニックの通販サイトで、「花粉症でお悩みの方に」と医薬品医療機器等法に抵触するおそれのある表示をしていた化粧品(ウェブサイト)
14. 「燃焼型アミノ酸配合! 着けた瞬間、痩身スタート!」などと身に着けただけで痩せるかのようにうたった膝サポーター(折込)
15. 「開院5周年記念 シミ・肝斑・美白集中 390円&3,900円」などと医療法に抵触するおそれのある表示をしていた美容クリニック(リスティング・ウェブサイト)
16. スポーツ用品販売サイトで、(1)「就寝時に装着すれば、5時間の睡眠内で腹筋300回分の効果が!!」などと表示した加圧式ダイエットスパッツ、(2)「1週間で驚きの-7kgも!?! なんと燃焼力が3.8倍!」などと表示したダイエットサプリメント(ウェブサイト)
17. 「PET 検査を受けてギフト券がもらえる」「限定人間ドック割引コースのご案内 大幅割引」などと医療法に抵触するおそれのある表示をしていた医療機関紹介サイト(ウェブサイト)
18. 「一般ハウスメーカーの家と比べて、その差はおよそ652万円(約30%安い!)」などと価格のみを取り上げて不当に比較していた住宅メーカー(チラシ)
19. 通販サイトで、「目指せ! 3カ月で10cm↑↑」などと、飲むだけで身長が伸びるかのような表示をしていたサプリメント(ウェブサイト)
20. 歌謡ショーと芝居がセットで「SS席 18,000円→7,980円」と表示していたが、比較の内容が異なっていた公演チケット(折込)
21. ショッピングサイトで、「世界初のナノ化粧水」「素肌再整」などとうたった化粧水(ウェブサイト)
22. 「酵素の液体化に成功」「老化を防ぐ」などと表示した化粧品(ウェブサイト)

※3 [警告] 広告および表示事項が関係法令に抵触することから、当該広告の即時排除もしくは当該表示の撤回が必要と認められるもの。[要望] 広告および表示事項が消費者に誤認を与える恐れのあるもの、または関係法令に抵触する恐れがあり、当該表示の修正を求めることが必要と認められるもの。[提言] 広告および表示事項の一部が消費者に誤認を与える恐れがあるため、検討を求めることが必要と認められるもの。

## 7. JAROオンラインご意見箱

上記の相談受付(電話、FAX、郵便など)とは別に、ウェブサイト上で広告への意見を受け付ける「JAROオンラインご意見箱」を設けており、26年度は3,326件(同3,381件)寄せられた。

媒体別では、1位「テレビ」2,114件(同2,174件)、2位「インターネット」868件(同1,044件)の2媒体で8割以上を占め、「ラジオ」97件、「折込」76件が続いた。意見が集中するのは「テレビ」であり、今期は物を投げ捨てる表現が行き過ぎではないか(電子マネー)、歯磨き後の唾液を洗面所で吐き出す表現は不快(歯磨き剤)などの意見が目立った。

## 8. 年間トピックス

26年度の相談の中から特徴的だったものは下記の通り。

### (1) 通信の苦情

「通信」に関する苦情は業種別1位が続いている。26年度は402件で前年度より98件増え、32.2%増とな

った。402件の内訳を見ると、ゲームアプリなどの「情報サービス関連」が180件(同114件)、「携帯電話」が152件(同124件)とこの2つで8割以上を占め、いずれも前年より増加した。媒体が「テレビ」のものが280件、69.7%あり、幾つかのゲームアプリのテレビCMへの苦情が多かった(下記(2)参照)。「情報サービス関連」は他に、キュレーションアプリやSNSのテレビCM、スマートフォンでネット閲覧中にスクロールしても付いてくる広告、マンガアプリのわいせつな広告などにも苦情が寄せられている。「携帯電話」については、広告の表現に関するものが多いが、その他には、ネットし放題とうたいながら実際は速度制限があったとの苦情もある。携帯電話の苦情は男性が8割以上を占めるのも特徴である。

## (2)スマートフォン用ゲームアプリのテレビCM

ゲーム関連のテレビCMには以前から意見が多いが、26年度はさらに多くのCMに意見が寄せられた。アニメ作品の動物キャラクターや昆虫を飛ばす表現はかわいそう、舌打ちが下品との意見、上司と同居する設定の恋愛ゲームは子どもに見せたくない、パワハラなのではないかななどの意見、爆発するシーンはテロを想起する、地下鉄事故のゲームは過去の事件を思い出す、などの意見が寄せられた。そのほか、音声に関する苦情も多い(下記(3)参照)。

## (3) 音声に関する意見

テレビCMの音に関する苦情は毎年寄せられている。26年度は、サウンドロゴの音が大きい(ゲームアプリ、ケーブルテレビ)、音楽がうるさい(ネットサービス、パソコンソフト)、電子音が不快(スポーツクラブ)、ごくごく飲む音、食べる音が不快(食品、飲料)、つばを吐き出す音が汚い(歯磨き剤)との苦情が多かった。そのほか、緊急地震速報や玄関の呼び出し音と間違える(ゲームアプリ、司法書士事務所、家電、医薬品、自動車、クレジットカード)などの苦情も寄せられた。

## (4) ポイントサイト

26年度はポイントサイト事業者(3社)の表示に苦情が寄せられ、うち1件は見解(要望)を発信した。内容はいずれも、「ポイントサイト指定のアプリやサービスの中から契約すれば、豪華な景品が必ずもらえるかのように表示をしているが、抽選であることが応募後に分かった」というもの。

このアプリ等はアフィリエイト広告であり、消費者がこれらを契約すると、ポイントサイトが広告主から得た報酬の一部を当該消費者にポイントとして付与し、ポイントが貯まると現金や電子マネー等に換金できるという仕組みである。この場合、ポイントサイトは当該消費者に対して商品提供を行っていないことから、景品表示法の規制対象となる「自己の供給する商品又は役務の取引」に当たらず、過大な景品や誤認を誘う表示に対して、同法は適用されないという問題点がある。

以上