
2021年度事業報告

2021年4月1日から2022年3月31日まで

報告事項 2021年度事業報告

はじめに

2021年度も引き続きコロナ感染症の影響により、社会活動が制限された1年となった。JAROはこうした環境下で、会議やセミナーの開催においてオンラインを積極的に活用し、業務精度の向上や効率化、新しい価値創出に取り組んだ。事務局も業務の継続を目標とし、出社人数を制限し在宅勤務も取り入れて活動することとなった。

2021年度のJAROの総受付件数は、13,771件とコロナ禍の影響と思われるご意見で大幅増となった2020年度からは減り、前年度比では91.2%となった。しかし一昨年度と比べると110.3%であり、中期的には増加傾向にある。消費者等からのご意見である「苦情」は10,319件で前年度比89.3%、ご意見の寄せられた経路ではオンライン「広告みんなの声」送信フォーム経由のものがご意見全体の79.9%を占めるに至った。また、掲載前の広告に関するお問い合わせである「照会」は2,668件、前年度比105.9%と伸長した。社会的に進むオンライン化や商品・サービスの複雑化により、広告・表示についてより注意が必要となっていることがその背景にあると考えられる。

審査のための委員会はすべてオンラインでの開催となった。資料提供の方法や、審議の進め方について工夫を重ねて延べ32回を開催、31件の審議を行うことができた。下期になると一昨年度まで審議のほとんどを占めていた、アフィリエイト案件が激減したこともあり、審議案件は比較的幅広なものを扱うこととなった。また、年間を通じてインターネット上の表示の増大、多様化をにらんだ審査プロセスの見直しを進め、審査に至る以前の事務局活動を強化すること、審査ではより多くの事業者に参考となるという視点も盛り込んで案件化を進めていくこととなった。

セミナーは全てオンラインとし有料、無料、会員限定など様々な形式で13回実施した。参加しやすいこと、全国から参加が可能したことなどのオンラインの利点を生かし、6,000名近い参加者を獲得、啓発の強化に加え収益面でも大きな支えとなることが

できた。講師派遣は経済活動が活発化した下期に依頼が増え、年間では44回の実施となった。

会員勧誘活動においては、コロナ禍で訪問がしづらいため、好調なセミナーのテーマを広げ新しい参加者を獲得、オンラインで説明を行うといった活動にシフトした。その結果厳しい状況ではあったが年間では19社の新規入会を得ることができた。一方で経済環境の悪化、広告環境の変化により退会申し出も多く、18社が退会となった。広告・表示の適正化を推進していくためには、活動に賛同する会員社を拡大していくことが不可欠であり、現在の環境に合わせた活動の模索を継続していく必要があると考えている。

I. 審査活動

1. 2021年度の審査報告

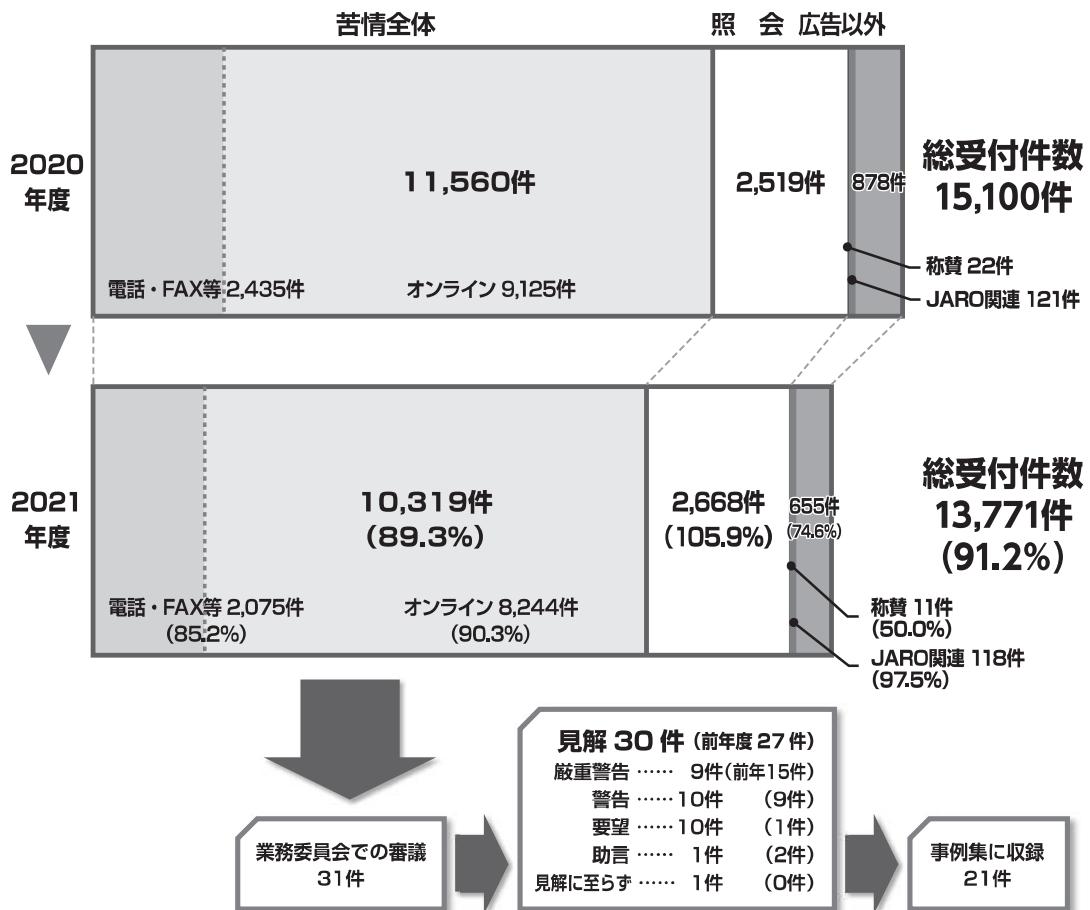
(1) 審査概況

2021年度の総受付件数は13,771件(前年度比91.2%)で、前年度より1,329件減少した。しかしながらコロナ禍以前の2019年度と総受付件数を比較すると1,282件増加(前々度比110.3%)と、受付件数は依然高い水準で推移している。内訳は「苦情」10,319件、「照会」2,668件、「称賛」11件、「広告以外」655件、「JARO関連」118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89.3%)が1,241件の大幅減となった。「苦情」の申出経路については前年度と比較すると約1%オンライン経由が増加した。主に

事業者からの事前相談である「照会」(同105.9%)については149件の増加となった。「照会」については近年増加傾向が続いている。その他に「広告以外」(同74.6%)も223件の減少、JAROの活動その他に関する意見である「JARO関連」(同97.5%)も3件の減少、広告に寄せられた肯定的な意見である「称賛」(同50.0%)についても11件の減少となった。

2021年度に業務委員会で審議した案件は31件で、そのうち30件に「見解」を発信した。内訳は、前年度より導入となった最も厳しい「厳重警告」が9件、「警告」が10件、「要望」が10件、「助言」が1件となった。前年度15件と最も多かった「厳重警告」の件数は6件減少した。

●受付件数の概要 () 内は前年度比



報告事項 2021年度事業報告

(2) 苦情の業種別傾向

「苦情」を業種ごとに見ると、5位の「健康食品」は368件と(同912件)と大幅に減少した。インターネット上の広告・表示についての意見が大幅に減少したことにより、苦情件数全体の減少の主な要因ともなった。1位は「化粧品」の778件(前年度805件)と27件減少した。内容としては、シミが消える効能効果を使用前後の写真とともに表示しているが明らかな加工で誇大広告である等の意見のほか、鼻の角栓の表現が気持ち悪くて不快である等、主にネット上の表現、表示について意見が多く寄せられた。2位の「医薬部外品」は503件(同456件)と47件増加した。育毛剤の広告において、短期間で効果があるような表現が誇大である等の意見が寄せられたほか、口腔ケア商材の歯の黄ばみ等の画像や殺虫剤のテレビCMにおける害虫が気持ち悪い等、表現における意見も多数寄せられた。また、コロナ禍で

自宅で過ごす時間の増加が要因となったのか7位の「買取・売買」も298件(同233件)と65件増加した。

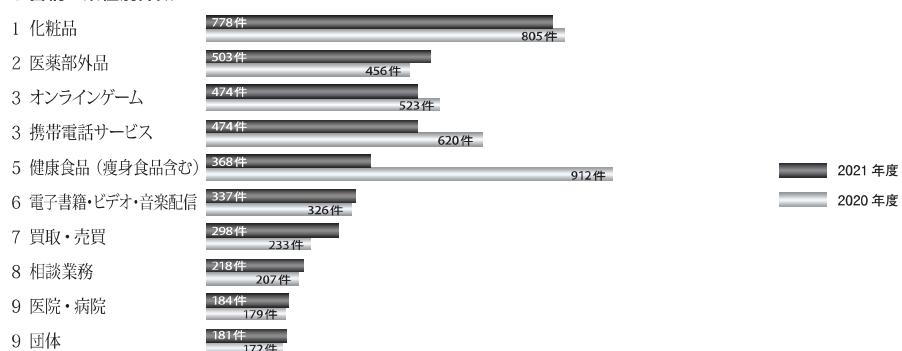
(3) 苦情の媒体別傾向

「苦情」を媒体ごとに見ると、「インターネット」「テレビ」「ラジオ」の順位となり前年度と同様の結果となった。

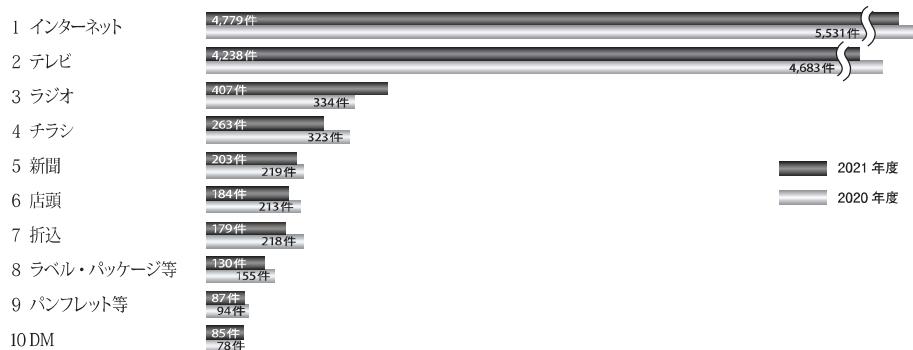
1位となった「インターネット」(4,779件)の内訳を業種別に見ると、「化粧品」「オンラインゲーム」「医薬部外品」が上位3位までを占めた。2位の「テレビ」(4,238件)は「携帯電話サービス」「医薬部外品」の順位で、3位は主に給湯器交換サービスを提供している広告主の表現について意見が集中した「生活サービス」となった。1位の「インターネット」と2位の「テレビ」で全体の80%以上を占め、2021年度も2媒体の全体に占める割合は例年通りとなった。

● 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」(2,668件)を見ると、最も多かったのは前年度に引き続き「化粧品」579件(前年度509件)で、次いで「医薬部外品」246件(同170件)、「健康食品」161件(同181件)の順となった。「医薬部外品」は前年度比145%と大幅に件数を伸ばし、前年度4位から2位となった。

他方「照会」を媒体別に見ると、上位は「チラシ」「インターネット」「ラベル・パッケージ」の順となった。「チラシ」については、特定の会員社からの相談が集中したため、前年度の578件から729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2,579件(前年度2,400件)と前年度同様、増加となった。広告主の会員社からの相談が1,388件と前年度の1,286件より増加したほか、媒体社503件(同418件)、広告業600件(同590件)と前年度同様、全ての業種で前年度を上回った。会員・非会員の内訳は会員社が2,491件、非会員社が88件と、会員社からの相談が96.6%を占めている。既入会の会員社はもとより近年入会する企業において広告主を中心に、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からの相談に積極的に応えた。

● 照会の業種別件数

	業種	2021年度	前年度
1	化粧品	579	509
2	医薬部外品	246	170
3	健康食品(瘦身食品含む)	161	181
4	医院・病院	155	172
5	医療機器類似品	97	52

● 照会の媒体別件数

	媒体	2021年度	前年度
1	チラシ	729	578
2	インターネット	471	451
3	ラベル・パッケージ等	242	272
4	折込	231	287
5	テレビ	149	170

● 事業者別照会件数内訳

事業者		会員	非会員	合計
広告主	2021年度	1,388	54	1,442
	前年度	1,286	75	1,361
媒体社	2021年度	503	5	508
	前年度	418	10	428
広告業	2021年度	600	29	629
	前年度	590	21	611
合計	2021年度	2,491	88	2,579
	前年度	2,294	106	2,400
会員/非会員構成比	2021年度	96.6%	3.4%	100.0%
	前年度	95.6%	4.4%	100.0%

報告事項 2021年度事業報告

(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11,008件となった。男女の比率を見ると男性は61.3%、女性38.2%（不明0.5%）と、2021年度も女性の比率が前年度より1.4ポイント増加した。年代別では、電話・FAX等(2,296件)は「60代」、オンライン(8,712件)は「40代」が最も多く、オンライン

は前年度と同様、電話・FAX等では年代が上がる結果となった。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40%、オンラインでは「30代」「40代」が全体の約50%を占める結果となった。

また消費生活センターからは86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
一般消費者	10,256	20	11	84	637	11,008	79.9%
消費者団体	0	0	0	1	0	1	0.0%
消費生活センター	22	55	0	8	1	86	0.6%
行政機関	0	6	0	1	0	7	0.1%
事業者	38	2,579	0	21	16	2,654	19.3%
関係団体	3	8	0	0	0	11	0.1%
その他	0	0	0	3	1	4	0.0%
合計	10,319	2,668	11	118	655	13,771	100%

●一般相談者の年代別・男女別内訳

	電話・FAX等			オンライン	
	男性	女性	不明	男性	女性
10代以下	6	1	2	141	135
20代	22	13	1	649	646
30代	62	44	0	948	883
40代	194	126	0	1,479	1,037
50代	290	119	0	1,263	562
60代	312	122	0	555	190
70代以上	268	88	0	167	57
不 明	395	178	53	—	—
合 計	1,549	691	56	5,202	3,510

(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20件、医薬品医療機器等法が17件、特定商取引法が11件、健康増進法が5件、医療法が2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・サービス別の件数

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17件、次いで「チラシ」7件、「テレビ」6件のほか、「DM」「ラジオ」「パッケージ」が各1件であった。（複数の媒体が関わるケースがあるため「見解」の総件数とは一致しない）2021年度も審議案件は「インターネット」が過半を占めるものの、様々な媒体の表示について審議を行った。見解の対象となった商品・サービスについても例年その数の多い「医薬部外品」「化粧品」「健康食品」のみならず、住宅建築や衣料品、鉄道乗車券予約販売、医療機器等、例年になく様々な業種の審議を行った。

●見解の根拠となった法令

法令	件数
景品表示法	20
医薬品医療機器等法	17
特定商取引法	11
健康増進法	5
医療法	2

●見解の対象となった商品・サービス

業種	件数
医薬部外品	5
化粧品	5
健康食品(保健機能食品以外)	3
雑貨品	3
医療機関	2
法律事務所	2
空気清浄機	1
インターネット接続サービス	1
住宅建築	1
栄養機能食品	1
写真撮影	1
医療機器	1
衣料品	1
エステサロン	1
機能性表示食品	1
分譲マンション販売	1
鉄道乗車券予約販売	1

※複数の業種に見解発信した案件があるため、合計が見解件数を上回る

●見解の対象となった媒体

媒体	件数
インターネット	17
チラシ	7
テレビ	6
パッケージ	1
ラジオ	1
DM	1

報告事項 2021年度事業報告

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。2021年度はNo.669～689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.669	媒体 インターネット	誇大・誤認期待・法違反
商品・役務名	エステサロン(ヒゲ脱毛)	
ヒゲ脱毛が「月額1,980円～」と表示されていたが、実際は4年も支払う高金利のローンで高額であった。		

No.671	media チラシ	誇大・法違反・社会的道義的責任
商品・役務名	雑貨品(水素酸素吸入器)	
水素酸素吸入器のチラシで、あたかも新型コロナウイルスの治療や予防に効果があるかのようにうたっていた。		

No.672	media インターネット	誇張・誤認のおそれ・法違反
商品・役務名	健康食品	
漢方薬局がホームページで販売している健康食品に医薬品かのような効能効果が表示されていた。		

No.675	media テレビ	説明不足・誤認期待・法違反
商品・役務名	空気清浄機	
本来の機能が異なるにもかかわらず、エアコンと比較し空気清浄能力が優れているかのような表現を行っていた。		

No.677	media インターネット	虚偽・法違反・社会的道義的責任
商品・役務名	雑貨品(CBD商品)	
CBD製品を紹介するアフィリエイトサイトに「腫瘍／がん細胞の増殖抑制」など疾病や症状への効果が強調されていた。		

No.685	media ラベル・パッケージ	誤認期待・法違反
商品・役務名	化粧品	
店頭で見たパッケージに「虫が嫌いなハーブの香りづく」との表示があり、虫除けと思ったが、確認するとUVスプレーだった。		

3. 会員社との情報連絡会

これまで地区ごとに行っていた中部、九州の主要媒体社との情報連絡会を2021年度は全国の媒体社を対象に「媒体JARO情報連絡会」としてオンラインで実施した。折込広告会社との「折込広告会社との情報連絡会」、ネット事業を展開している会員社との「インターネット情報連絡会」、スポーツ新聞社に限定した「スポーツ7紙とJAROとの情報連絡会」も同様にオンラインにて開催した。前年度の審査概況報告のほか、JAROに寄せられた照会内容からコロナ禍ならではの事前相談内容を共有し、また各媒体社より関心の高かったコンテンツであるクーポン広告、選挙広告等、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。

- 21. 9.21 スポーツ7紙との情報連絡会
- 21. 9.24 インターネット情報連絡会
- 21.10.15 媒体JARO情報連絡会
- 22. 2.17 折込広告会社との情報連絡会
- 22. 3. 9 スポーツ7紙との情報連絡会
- 22. 3.29 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

2021年度も、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、前年度に引き続き主にオンラインにて情報交換を行い連携を継続した。また2021年度においても、可能な限り、自治体主催の事業者向け・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

2021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。日本通信販売協会の「広告適正化委員会」および、日本健康・栄養食品協会の「特定保健用食品広告審査会」「機能性表示食品広告審査会委員」などに参加したほか、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、2020年度及び2021年度上半期の審査概況についての説明を行った。現在の審査体制では審議件数が限られている中、増加するインターネットの意見について迅速に対応するため、事務局レベルで広告・表示の問題点が判断できるものについては委員会を通さず、事務局から広告主に対して表示の是正を依頼する仕組み作りについて相談を行った。新たな審査体制における事務局機能の追加について、各委員より有益な意見をいただいた。

2021年度は見解に対する不服申し立てではなく、そのための審議は行われなかった。



インターネット情報連絡会(2021.9.24)

JARO会員専用ページ [JARO会員ページへ](#)

JARO 公益社団法人
日本広告審査機構
[Japan Advertisers Review Organization](#)

ごんじきは [ログイン](#)

連絡先(会員登録登録の「連絡」)
J 03-3541-2813 jaro@mem-pro.or.jp
郵送住所(会員登録登録の「問い合わせ窓口」)
J 03-3543-2218 souty@pro.or.jp

会員サービスのご紹介 [会員サービス](#)

はじめての方 [はじめての方](#)

HOME	両立事例	REPORT JARO	資料室	会員の情報
------	------	-------------	-----	-------

検索

Q.過去の事例集検索はこちらから

最新の事例 (2022年4月1日 | 件)

文部省発行年月	題名	審査結果	料金
2021/10/25	インターネット広告	未決定	無料
2021/10/25	未発表 (未審査)	未決定	無料
2021/11/24	テレビ	未決定	無料

会員専用ページの事例集検索

報告事項 2021年度事業報告

II. 啓発活動

1. 各種セミナーの開催

例年、会員の実務にお役立ていただけけるよう、「JARO広告研究セミナー」や他団体との共催セミナーを開催しており、2020年度からコロナ禍のためオンラインで開催している。2021年度はオンラインでの運営の経験値が高まってきたことと、オンラインの特徴として移動時間や場所などの制約がないため、最低月に1度開催することとし、実行した。その結果、計13回の開催となった。

内容面でも工夫を凝らし、基本的な広告関連法規の解説のみならず、さらに掘り下げて合理的根拠や二重価格にテーマを絞った解説や、広告表現、インフルエンサーマーケティングの留意点など多岐にわたる内容で開催し、好評を得た。さらに全国からの参加者を募ることができるオンラインの利点もあり、延べ5,918名の参加があった。特に「JAROの広告審査の概況と実例」というセミナーにおいては1,200名超の参加があった。

講演会・セミナー（すべてオンラインで開催）

2021. 4. 9 JAROの会(会員限定、無料セミナー)

参加者：357名

「コロナ禍の1年 — 非常時の広告コミュニケーションを考える」

第1部 JAROに寄せられたコロナ関連のご意見<2020年度>

JARO 事務局長 川名周

第2部 各社のコロナ禍における「悩みの共有」と、ディスカッション
〔モダレーター〕

電通 法務マネジメント局 知的財産部

シニア・ディレクター 渡部秀人氏

〔パネリスト〕

資生堂 クリエイティブ本部

チーフクリエイティブディレクター

小助川雅人氏

ヤフー

メディア統括本部 トラスト&セーフティ本部

ポリシー室長 中村 茜氏

博報堂 ビジネスコンプライアンス局

クリエイティブリスクマネジメントグループ

マネージャー 山本京輔氏

2021. 4.21 広告法務の基礎セミナー I

(有料セミナー) 参加者：340名

「景品表示法の基礎(表示)」

中本総合法律事務所 パートナー

弁護士 佐藤碧氏

2021. 5.19 広告法務の基礎セミナー II

(有料セミナー) 参加者：381名

「医薬品医療機器等法の基礎」

第1部 薬機法の広告規制概要

東京都 健康安全部 薬務課監視指導担当
統括課長代理 白川聰子氏

第2部 具体的な違反広告の事例紹介

東京都 健康安全部 薬務課監視指導担当
主任 辻光貴氏

2021. 6.17 広告法務の基礎セミナー III

(有料セミナー) 参加者：310名

「景品表示法の基礎(景品・キャンペーン)」

博報堂 法務室 弁護士 石丸信氏

2021. 7.15 JAROの会(リーガル)

(無料セミナー) 参加者：497名

第1部 医薬品医療機器等法の課徴金制度について

厚生労働省 医薬・生活衛生局 監視指導・麻薬対策課

広告指導官 野原形太氏

第2部 特定商取引法等の改正案について
消費者庁 取引対策課 課長補佐
志賀明氏

2021. 8. 5 広告法務セミナー I (無料セミナー)

参加者：1,222名

「2020年度JAROの広告審査の概況と実例」

JARO 審査課長 吉田巖

2021. 9. 2 広告法務セミナーⅡ(有料セミナー)
参加者：486名
「最近の景品表示法の運用状況と違反事例について」
消費者庁 表示対策課 課長 南 雅晴氏
- 2021.10.12 JARO広告法務〈景品表示法〉セミナー(有料セミナー)参加者：498名
「景品表示法「合理的な根拠」—そのエビデンスの考え方ー」
池田・染谷法律事務所 代表弁護士 染谷 隆明氏
- 2021.11.17 JAROの会(表現)
(会員限定、無料セミナー)参加者：497名
「-広告表現、ステレオタイプの向こう側へ。- 第2弾：『人種的・文化的ステレオタイプを考える』」
[講師]
東京大学大学院 情報学環・学際情報学府 教授 板津 木綿子氏(アメリカ史)
電通 法務マネジメント局 人権啓発部 部長 安藤 勉氏
[モデレーター／報告] JARO 事務局長 川名 周／総務部 今泉 尚子
- 2021.12. 7 JARO・JIAA共催セミナー(会員限定、無料セミナー)参加者：559名
「医療広告表示規制に関する厚生労働省セミナー」
厚生労働省 医政局総務課 医療情報管理専門官 中矢 雄太氏
2022. 1.14 JARO広告法務〈景品表示法〉セミナー(有料セミナー)参加者：296名
「景品表示法『二重価格表示の理解を深める』」
リーズ法律事務所 代表弁護士・税理士 永井 秀人氏

2022. 2.18 JARO広告法務セミナー(有料セミナー)参加者：369名
「インフルエンサーマーケティングに関する規制や留意点を学ぶ」
第1部 電通(電通コーポレートワン 法務オフィス法務部出向)
弁護士 星 知矩氏
- 第2部 博報堂 クリエイティブリスクマネジメントグループ
グループマネージャー 山本 京輔氏
2022. 3.15 JARO広告セミナー(有料セミナー)
参加者：106名
「コロナ禍の2年を振り返る。-生活者意識&検索データをヒントに、生活様式やコミュニケーション変化を読み解く-」
[スピーカー]
プロガー／noteプロデューサー 徳力 基彦氏
ジャーナリスト／Business Insider Japan エグゼクティブ・アドバイザー 浜田 敬子氏
博報堂生活総合研究所 GM 内濱 大輔氏
ヤフー ビッグデータレポート編集長／シニアデータアナリスト 池宮 伸次氏
[モデレーター]
JARO 事務局長 川名 周

報告事項 2021年度事業報告

2. 講師派遣

2021年度の講師派遣は、従来の集合型だけでなくオンライン対応の講演を積極的に推進した。その結果、2020年度はコロナ禍で34回に留まっていた派遣回数を44回まで増やすことができた。(そのうちオンライン対応は36回)

講演の依頼主は、会員企業21回を筆頭に、会員外の企業・団体が11回、地方自治体や消費生活センターが8回、消費者団体が4回であった。

2021. 4.23. 北海道広告業協会^(※)
2021. 6.11. アスクル^(※)
2021. 6.16. サザビーリーグ^(※)
2021. 6.19. 日本産業協会
2021. 6.21. シーズ・ラボ^(※)
2021. 7.20. 静岡県西部県民生活センター^(※)
2021. 7.26. 関西消費者協会^(※)
2021. 8. 6. ハウスウェルネスフーズ^(※)
2021. 8.24. 青森県消費生活センター^{(※)②}
2021. 8.27. 生活協同組合連合会コープ九州事業連合^{(※)②}
2021. 9. 1. 公正取引協会^(※)
2021. 9. 2. エーザイ^(※)
2021. 9. 2. 桃谷順天館^(※)
2021. 9.13. インフォーマーケットジャパン^(※)
2021.10. 8. 北海道広告業協会^(※)
2021.10.13. 新日本製薬^(※)
2021.10.21. 消費者ネットおかやま^(※)
2021.10.25. 文京区消費生活センター
2021.10.29. サンケイリビング新聞社^(※)
2021.11. 5. 世田谷区消費生活センター
2021.11. 8. 富士工業^(※)
2021.11. 9. マクアケ^(※)
2021.11.10. 生活協同組合連合会コープきんき事業連合^(※)
2021.11.11. SepteniJapan^(※)
2021.11.15. 富士工業^(※)
2021.12.10. 台東区くらしの相談課
2021.12.10. 食料マネジメントサポート^(※)
2021.12.14. D2C^(※)

2021.12.14. 国民生活センター
2021.12.21. 国民生活センター
2022. 1.21. 国民生活センター
2022. 1.21. 日本補聴器販売店協会^(※)
2022. 2. 2. エーザイ^(※)
2022. 2. 9. インフォーマーケットジャパン
2022. 2.18. ドリーム^(※)
2022. 2.24. 日立グローバルライフソリューションズ^(※)
2022. 2.25. 生活協同組合連合会コープ九州事業連合^(※)
2022. 2.28. 北海道消費者協会^(※)
2022. 3. 1. 衛星放送協会・衛星テレビ広告協議会^(※)
2022. 3. 3. 消費者支援かながわ^(※)
2022. 3.10. ネットマーケティング^(※)
2022. 3.11. 全国はちみつ公正取引協議会^(※)
法人格省略、(※)はオンラインでの実施
*②は1日2回講演

3. 消費者向け啓発活動

広告・表示の適正化に向けたもう1つの啓発活動として、消費者向け啓発活動も行った。ネットメディアの拡大に伴って、特に若年消費者に広告・表示への理解が求められることから、中高・大学向けにオンラインで連携講座を開催した。内容についても、興味を引くため、広告・審査の仕組みから解説し、不適切な広告の事例を紹介するなど工夫して実施した。

◇高校・大学連携講座

2021. 6.19. 駿河台大学 メディア情報学部^(※)
2021. 7. 8. 関東学院大学 経営学部^(※)
2021. 8.31. 三重県立名張青峰高等学校^(※)
2021.10.29. 昭和学院中学校^(※)

(※)はオンラインでの実施

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

2021年度も前年度に引き続きコロナ感染拡大防止への配慮をしつつ、各種会議体の開催に向けての調整を行った。主な活動として「消費者庁取引対策課との情報交換会」「消費者庁表示対策課との懇談会」、「5都県(景表法担当者)との連絡懇談会」をオンライン会議形式で、「国民生活センターとの懇談会」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。前年度はオンライン形式での開催が困難であったため見送ることとなった「行政連絡会」と「首都圏消費生活センターとの連絡懇談会」については、オンラインでの調整を進めた結果、2年ぶりに開催することができた。

「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回に分けてオンライン形式で開催し、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・協力の要請には前向きに対応をし、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

- 2021. 6.18. 消費者庁表示対策課との情報交換会
- 2021. 6.25. 消費者庁取引対策課との情報交換会^(*)
- 2021.11.30. 国民生活センターとの懇談会
- 2022. 2. 4. 行政連絡会^(*)
- 2022. 2. 9. 消費者庁取引対策課との情報交換会^(*)
- 2022. 2.15. 5都県(景表法担当者)との連絡懇談会^(*)
- 2022. 3. 4. 首都圏消費生活センターとの連絡懇談会^(*)

◇関係団体協議会

- 2021.10. 6. 関係団体協議会(民間自主規制団体)^(*)
- 2021.11.10. 関係団体協議会(公正取引協議会)^(*)

(*)印はオンラインでの実施

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、2021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。



関係団体協議会(公正取引協議会) (2021.10.6オンライン開催)



国民生活センターとの懇談会(2021.11.30)

報告事項 2021年度事業報告

IV. 広報・広告活動

JAROの活動への認知拡大や、広告へのご意見をより多く集めるための受付窓口の周知を目的に、2021年度も広告や広報に努めた。広告については4年ぶりに新しいテレビ・ラジオCMを制作した。3匹のCMキャラクターを立体のフェルト人形で表現し、各種PRでも活用した。ウェブサイトでの情報発信、機関誌『REPORT JARO』の別冊発行、積極的な情報のリリースなどにも努めた。

1. 新CMの制作

2017年に制作したCMキャラクター「ダメダメ三匹」が好評であったことから、従来のイラストによる表現をフェルト人形のコマ撮りアニメによる表現に進化させて新CMを制作した。キャラクターを通じてより広い層の関心を引くことができ、JAROの認知や活動への理解を広げることができた。

CMのほか、新聞・雑誌・ウェブ広告が会員媒体社の協力により放送・掲載され、2021年度は正規料金換算で65億3,783万円となった。新型コロナの影響を受けた2020年度が大きく伸びていたため前年度比55.9%となった。

2021年度掲載・放送数

媒体	回数	金額
テレビ	45,769本	38億1,790万円
ラジオ	60,030本	18億5,011万円
新聞	4,572段	8億2,296万円
雑誌	127ページ	4,687万円
合計		65億3,784万円

※テレビ、ラジオは事務局調べ。新聞は電通広告統計、雑誌は電通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での掲載協力のため上記に含まれない。



JAROのCM「ダメダメ三匹トーク篇」

2. ウェブサイトからの情報発信

JAROウェブサイトをベースに各種情報発信を行った。2019年度にリニューアルして以来、新規閲覧者を獲得し、ユーザー数は25%増加、課題であった10代閲覧者の占める割合も9%から16%に伸びた。

また、会員向けウェブサイト「会員専用ページ」も、相談事例、事例集、『REPORT JARO』アーカイブなどの速やかな更新に努め、ユーザー数が2019年比で25%増加した。

◇ウェブサイト



公式サイト



会員専用ページ



JAROの消費者啓發

3. 機関誌『REPORT JARO』の効果的活用

『REPORT JARO』は会報であるとともに広告規制を扱う数少ない情報誌として多くの関係者に評価をいただいており、2021年度も多様な内容を掲載した。併せて、別冊はNo.4「広告法務の基礎」を発行した。

また、記事によっては一般公開を試み、好評だったセミナー「広告表現 人種的・文化的ステレオタイプを考える」の記事をウェブサイトで公開した。

2021年度に掲載した主な記事

- 「セミナー：事業者が講ずべき表示等の管理上の措置」「措置命令の読み方」
- 「情報連絡会：デジタルマーケティング時代の消費者保護とネット広告の表示適正化」
- 「セミナー：健康食品の広告・表示規制」
- 「セミナー：コロナ禍の1年－非常時の広告コミュニケーションを考える」
- 「新型コロナ関連の苦情・意見」
- 「インフルエンサーマーケティング 最近の海外の規制状況」
- 「セミナー：医薬品医療機器等法」
- 「セミナー：薬機法の課徴金制度と特定商取引法の改正」
- 「コロナ状況下の広告への接し方」
- 「令和2年著作権法改正解説」
- 「米国子ども向け広告自主規制ガイドラインの改定」
- 「セミナー：景品表示法 合理的な根拠」
- 「セミナー：広告表現 人種的・文化的ステレオタイプを考える」
- 「クッキー等に関する新しい法規制の動向－個人情報保護法、電気通信事業法」
- 「セミナー：医療広告表示規制」



機関誌『REPORT JARO』

4. 広報活動の積極的推進

広告関係者以外にも広くJAROの活動を周知するため、定例の審査実績報告のほか、寄せられた意見や審査情報を基に情報発信を行った。

報道機関から24件、学生から4件の計28件の取材を受けた。内容はJARO審査実績報告に関するもののほか、アフィリエイト、不快なネット広告、広告と中身が異なるゲーム、コロナ関連商品、他社の商標の無断使用、No.1表示、ジェンダー、ルッキズムなどであった。

2021年度に発信した主なリリース

- 「新CM放送開始のお知らせ」
- 「第47回通常総会報告について」
- 「2020年度の審査状況報告」
- 「広告のミライ・マスメディア共同企画『おもしろ広いぞ、広告業界。』開始のご案内」
- 「新型コロナウイルス関連の広告・表示へのご意見 2020年度総括版」
- 「REPORT JARO記事『広告表現 人種的ステレオタイプを考える』公開のご案内」
- 「2021年度上半期の審査状況」

5. 認知度調査の継続

JAROに関する認知度調査を2021年度も実施した。JAROの認知は68.4%と例年並みだったが、10代は46.7%で前年度から引き続き上昇した。2017年から使用しているキャラクター「ダメダメ三匹」の認知も上がっており、新CMへの好感、JAROの活動への理解も進んだ。

また、認知調査に併せて、コロナ下における広告の感じ方の変化を前年度に引き続き質問し、その結果をまとめ『REPORT JARO』で公表した。

報告事項 2021年度事業報告

V. 会員募集活動 会員サービスの向上

1. 会員募集活動

JAROが推進する「広告・表示のフェアプレイ」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、会員外企業による広告・表示に関する相談の受け付けや、JARO主催セミナー参加の機会などをとらえて、会員募集活動を強化した。

その結果、19社(19口)が入会した。内訳は広告主12社、インターネット(媒体)1社、広告業・広告関連6社。

景品表示法をはじめとした広告関連法規の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、媒体、広告業のインターネット関連企業がコンプライアンス強化のためとして入会した。

特に、会員以外でも参加できるオンラインセミナーを積極的に開催し、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、経費削減などを理由とした退会の申し出があった企業に対しては慰留に努めたが、18社が退会することとなった。

また、会員社の合併に伴う1口の増口があった。

《2021年度入会社一覧》19社

1. (貸)オンラインデータマガジンジャパン
2. ベストセレクション(株)
3. 平山法律事務所
4. (株)ファインドスターグループ
5. (株)アール
6. (株)北の達人コーポレーション
7. (株)アト
8. (株)ティクジーン
9. (株)ネットマークティング
10. ELCジャパン(株)
11. (株)SUPER STUDIO
12. (株)W-ENDLESS
13. (株)ツクイ
14. DIC(株)
15. (株)ナガセ ビューティケア
16. リーズ法律事務所
17. アース製薬(株)
18. (株)トウコネクト
19. (株)CARTA HOLDINGS

	会員社数	口 数
広 告 主	382	437
新 聞	79	112
放 送	180	223
出 版	41	56
イ ンターネット	22	23
広 告 業	161	194
広 告 関 連	25	28
計	890	1,073

JARO

報告事項 2021年度事業報告

VI. 各会議体の活動報告

1. 総会

2021年度の通常総会を、以下の通り開催した。

第47回 通常総会 2021年6月10日(木) 於東京会館での参加及びVIMEOオンラインシステムによる視聴
683名参加(委任状含む)

1. 議長選任
2. 議長挨拶
3. 議事録署名人選任
4. 議事《報告事項》2020年度事業報告
 - 《決議事項》第1号議案 2020年度決算
 - 《報告事項》2021年度事業計画及び予算
 - 《決議事項》第2号議案 定款の一部変更
 - 第3号議案 役員改選

2. 理事会

2021年度の理事会は、5回開催し、審議事項は以下の通り。

(1) 2021年5月17日(月)

於コートヤード・マリオット銀座東武ホテル及びZoom WEB会議サービスによる参加
理事41名、監事3名出席

【審議事項】

1. 第47回通常総会議事
2. 理事長、副理事長、専務理事選任(案)
3. 副理事長の理事長代行順位(案)
4. 業務委員会委員長選任(案)
5. 部会員の交代

(2) 2021年6月10日(木)

於東京会館及びZoom WEB会議サービスによる参加
理事46名、監事2名出席

【審議事項】

1. 議長選出
2. 理事長、副理事長、専務理事選任
3. 副理事長の理事長代行順位
4. 業務委員会委員長選任
5. 審査委員会委員長、副委員長、委員選任
6. 部会員の交代

(3) 2021年9月16日(木)

於コートヤード・マリオット銀座東武ホテル及びZoom WEB会議サービスによる参加
理事45名、監事1名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 第48回通常総会の日程
3. 部会員の交代

(4) 2021年12月16日(木)

於AP日本橋及びZoom WEB会議サービスによる参加
理事41名出席、監事2名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 育児休業、介護休業および短時間勤務規程の改正

(5) 2022年3月17日(木)

於AP日本橋及びZoom WEB会議サービスによる参加
理事35名出席、監事3名出席

【審議事項】

1. 新規入会申込社
2. 特定費用準備資金積立(JARO50周年事業)
3. 2022年度事業計画(案)
4. 2022年度予算(案)
5. 部会員の交代

報告事項 2021年度事業報告

3. 総務部会

2021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。
(すべてZoom WEB会議サービスを利用して実施)

- (1) 2021年5月13日(木) 12名出席
 - ① 5月17日開催の理事会議案の審議 ② 会員社のJARO名称使用の審議
- (2) 2021年9月13日(月) 13名出席
 - ① 9月16日開催の理事会議案の審議 ② 会員社のJARO名称使用の審議
- (3) 2021年12月13日(月) 13名出席
 - 12月16日開催の理事会議案の審議
- (4) 2022年3月14日(月) 12名出席
 - 3月17日開催の理事会議案の審議

4. 財務部会

2021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。
(すべてZoom WEB会議サービスを利用して実施)

- (1) 2021年5月10日(月) 10名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2020年度決算(案)の審議
 - ③ 2021年度予算の報告 ④ 2020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) 2021年9月10日(金) 8名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 会計報告(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) 2021年12月10日(金) 11名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2021年度予算執行状況(4月～11月)の審議
 - ③ 新規会員勧誘状況の報告
- (4) 2022年3月10日(木) 12名出席
 - ① 新規入会申込社の審議 ② 2021年度予算執行状況(4月～2月)の審議
 - ③ 特定費用準備資金積立(JARO50周年事業)の審議
 - ④ 2022年度事業計画(案)の報告 ⑤ 2022年度予算(案)の審議
 - ⑥ 新規会員勧誘状況の報告 ⑦ 税務調査の報告

5. PR部会

2021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。
(すべてZoom WEB会議サービスを利用して実施)

- (1) 2021年7月6日(火) 11名出席
 - ①『REPORT JARO』企画案(9月号～11月号)の審議 ② テレビ・ラジオCM制作の報告
 - ③ 2020年度広告出稿状況の報告

- (2) 2021年9月9日(木) 8名出席
 　①『REPORT JARO』企画案(12月号～2月号)の審議 ②JARO認知度調査結果の報告
- (3) 2021年12月9日(木) 11名出席
 　①『REPORT JARO』企画案(3月号～5月号)の審議 ②別冊『REPORT JARO』発行の報告
 　③2021年度上半期広告出稿状況の報告 ④2022年度総会記念講演講師の報告
- (4) 2022年3月11日(金) 9名出席
 　①『REPORT JARO』企画案(6月号～8月号)の審議 ②2022年度制作新聞・雑誌広告の報告

6. 関西部会

2021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。

(2)は大広大阪本社会議室にて、他は、Zoom WEB会議サービスを利用して実施)

- (1) 2021年8月30日(月) 12名出席
 　①新規入会申込社の審議 ②2020年度～これまでの関西事務所の活動概況の承認
- (2) 2021年12月6日(月) 10名出席
 　①新規入会申込社の審議 ②2021年度これまでの関西事務所活動概況の承認
- (3) 2022年3月7日(月) 11名出席
 　①新規入会申込社の審議 ②2021年度関西事務所活動概況の承認

7. 審査委員会

2021年度の審査委員会は、以下の通り開催した。

(JARO会議室及びZoom WEB会議サービスを利用して実施)

- 2021年3月31日(木) 7名出席
1. 2020年・2021年度活動報告他
 2. 2020年度下半期、2021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. 審査委員会への相談

8. 業務委員会

2021年度の業務委員会は、以下の通り12回実施した。

(すべてZoom WEB会議サービスを利用して実施)

- | | |
|--|---|
| (1) 2021年4月28日(水) 14名出席
警告2件、要望1件の見解が確定 | (4) 2021年7月28日(水) 15名出席
厳重警告2件、要望1件の見解が確定 |
| (2) 2021年5月26日(水) 11名出席
厳重警告1件の見解が確定 | (5) 2021年8月25日(水) 15名出席
要望2件の見解が確定 |
| (3) 2021年6月23日(水) 15名出席
厳重警告1件、要望1件の見解が確定 | (6) 2021年9月29日(水) 14名出席
厳重警告1件、警告1件、要望1件の見解が確定 |

報告事項 2021年度事業報告

- | | |
|---|--|
| (7) 2021年10月27日(水) 16名出席
厳重警告1件、要望1件の見解が確定 | (10) 2022年1月26日(水) 16名出席
警告2件の見解が確定 |
| (8) 2021年11月24日(水) 15名出席
警告1件、要望2件の見解が確定 | (11) 2022年2月24日(木) 14名出席
警告1件、要望1件、助言1件の見解が確定 |
| (9) 2021年12月22日(水) 16名出席
警告1件の見解が確定 | (12) 2022年3月23日(水) 10名出席
厳重警告1件、警告2件の見解が確定 |

9. 業務委員会分科会

2021年度の分科会は、以下の通り合計20回実施した。

(C分科会及び関西分科会はJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを利用、その他の分科会はZoom WEB会議サービスを利用して実施)

(1) A分科会

- | | |
|---|---|
| ① 2021年 4月16日(金) 8名出席
問題別分類基準について協議 | ⑤ 2021年 9月17日(金) 7名出席
事例審議3件、事例集掲載5件が確定 |
| ② 2021年 5月21日(金) 10名出席
事例審議4件、事例集掲載2件が確定 | ⑥ 2021年11月19日(金) 8名出席
事例審議4件、事例集掲載4件が確定 |
| ③ 2021年 6月11日(金) 9名出席
問題別分類基準について協議 | ⑦ 2022年 1月21日(金) 8名出席
事例審議4件、事例集掲載4件が確定 |
| ④ 2021年 7月16日(金) 7名出席
事例審議2件、事例集掲載3件が確定 | ⑧ 2022年 3月18日(金) 10名出席
事例審議4件、事例集掲載5件が確定 |

(2) B～E分科会

- | | |
|--|--|
| ① B分科会 2021年 4月22日(木) 10名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | ⑦ C分科会 2021年10月28日(木) 12名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 |
| ② C分科会 2021年 5月27日(木) 9名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑧ D分科会 2021年11月26日(金) 14名出席
2件の案件を審議し、1件を上程 |
| ③ D分科会 2021年 6月24日(木) 15名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | ⑨ E分科会 2021年12月20日(月) 12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |
| ④ E分科会 2021年 7月30日(金) 11名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑩ B分科会 2022年 1月27日(木) 11名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 |
| ⑤ B分科会 2021年 8月27日(金) 9名出席
3件の案件を審議し、3件を上程 | ⑪ C分科会 2022年 2月25日(金) 12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |
| ⑥ 関西分科会 2021年9月30日(木) 7名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | ⑫ D分科会 2022年 3月25日(金) 14名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 |

2021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」が存在しないので作成しない。

2022年6月

公益社団法人 日本広告審査機構