

報告事項

2020年度事業報告

2020年4月1日から2021年3月31日まで

報告事項 2020年度事業報告

はじめに

2020年度はこれまでとは異なる環境下での活動を求められた一年となった。新型コロナ感染症の影響を受け、2020年2月末からは審査のための委員会やセミナーを中止とし、会議は書面による決議とせざるを得なかった。4月末からはオンラインで委員会を再開し、会議も徐々にオンラインや対面を使い分けて実施、6月以降はセミナーや講師派遣もオンラインを用いて本格的に再開した。事務局においても、オフィスの感染対策だけでなく、オンライン設備の導入、時差通勤やリモートワークなども取り入れ、活動を止めることなく適正化活動を進めるに努めた。こうした環境下で、寄せられたご意見の数が大きく伸び、中でもインターネット上の広告・表示に関するものが急伸し、コロナ禍とデジタル化という2つの環境変化を反映することとなった。

2020年度のJAROの広告・表示に関する総受付件数は、前年比約121%と大きく伸長し、期初に当面の上限と考えていた15,000件の大台を突破することとなった。そのうち、苦情・ご意見は前年比約124%となったが、便乗商品の登場、コロナ禍による社会的ストレスの増大、在宅によるメディア接触時間の増加などさまざまな要因があったと考えられる。苦情・ご意見を媒体別に見るとインターネット上の広告・表示に関するものが約137%と非常に高い伸びを見せ、ご意見全体の約44%を占めるに至った。また寄せられる経路別ではオンラインの「広告みんなの声送信フォーム」経由が全体の約77%となつた。デジタル化の進展が加速した1年であったといえる。

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し、できるだけスムーズな進行が可能になるよう努め、委員の方たちのご協力もあり、27件の審議を行うことができた。4月から悪質さの著しい案件に対する「見解」として「厳重警告」を設けその運用も開始した。全審査案件27件中「厳重警告」としたもののが15件、全てがインターネット上の広告・表示に関するものであり、また21件はアフィリエ

イトが関係したものであった。こうした案件には広告主等に対する「見解」とは別に事務局から注意文書を発信するなど、より幅広い関与者に対しても適正化を求めてきた。また行政や各種団体、媒体社との会議体等もオンラインを利用して極力例年通り実施、情報の交換に努めた。

7月末に初のオンラインセミナーを企画、ノウハウを蓄積しながら、段階を追ってその規模、方式を広げて合計8回を開催、前年の約1.5倍約3,200名の参加者を獲得することができた。オンラインによるセミナーは参加者、主催者ともにメリットが大きく今後もさまざまな展開が期待できると考えている。また講師派遣も6月末より再開、オンライン講義も含め、以降はほぼ例年のペースで対応することができた。

コロナ禍で社会活動の止まった上期は、対外セミナーもほとんど行えず、会員勧誘活動も停滞したが、下期、特に第4四半期に入つてからは多くの企業の経済活動の活発化、またインターネットを利用した新しいビジネスの登場という追い風も受け、年間では24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により年度内に28社から退会の申し出があった。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会員勧誘活動を展開していく必要があると考えている。

I. 審査活動

1. 2020年度の審査報告

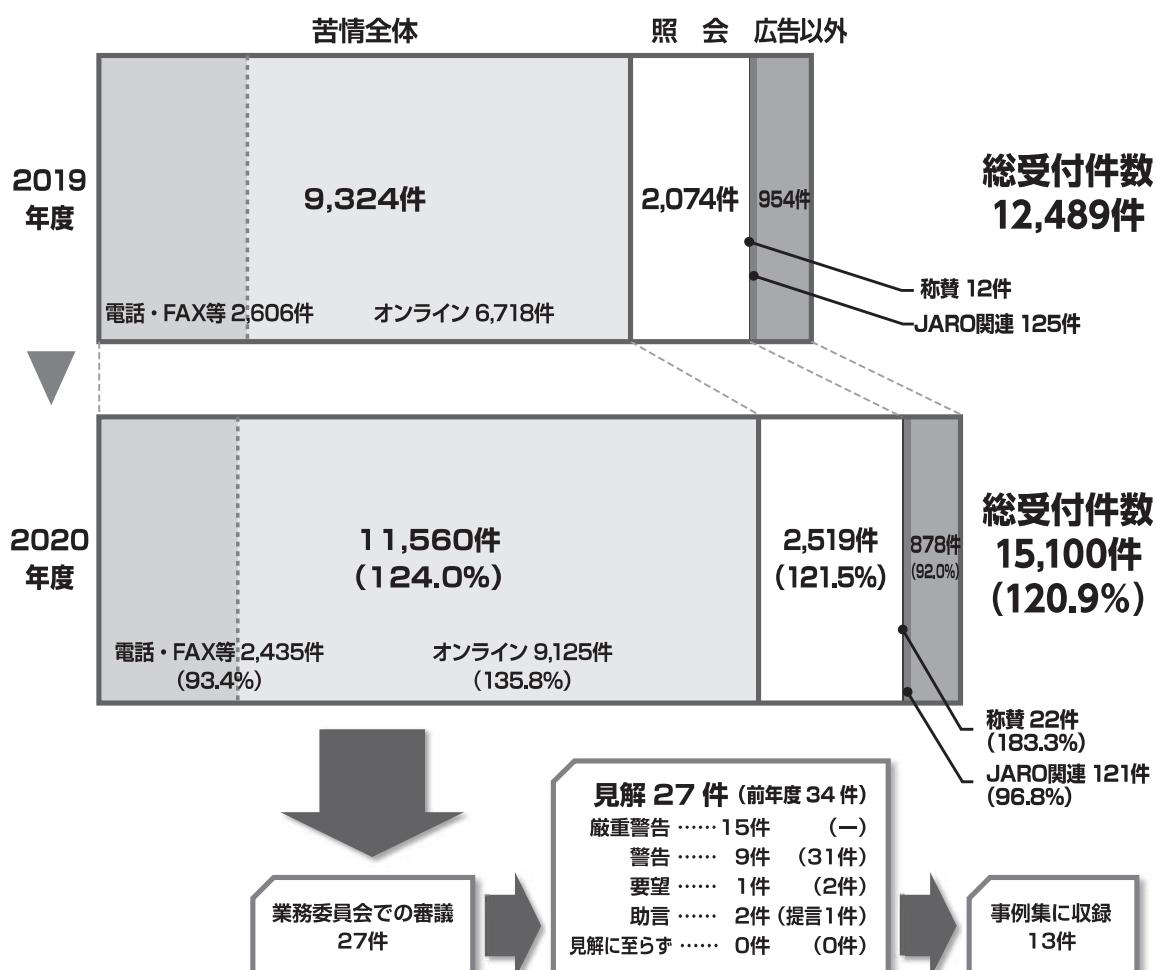
(1) 審査概況

2020年度の総受付件数は15,100件(前年度比120.9%)で、前年度より2,611件増加した。JAROウェブサイトの「広告みんなの声送信フォーム」からの受付件数(オンライン)が2,427件増加したことが主な要因となり、総受付件数の大幅な増加となった。内訳は「苦情」11,560件、「照会」2,519件、「称賛」22件、「広告以外」878件、「JARO関連」121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124.0%)が2,236件の大幅増となり、主に事業者からの事前相談である「照会」(同121.5%)も445件の増加となっ

た。その他、「広告以外」(同92.0%)は76件の減少、JAROの活動その他の意見である「JARO関連」(同96.8%)は4件の減少となったが、広告に寄せられた良い意見である「称賛」(同183.3%)は10件の増加となった。

2020年度に業務委員会で審議した案件は27件で、その全てに「見解」を発信した。内訳は、2020年度より導入となった最も厳しい「厳重警告」が15件、「警告」が9件、「要望」が1件、名称が変更となった「助言」(※前年度までは「提言」)が2件となった。最も厳しい判断となる「厳重警告」の件数が設定早々、最多となった。

●受付件数の概要 () 内は前年度比



報告事項 2020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、1位は「デジタルコンテンツ等」の1,270件(前年度855件)と415件増加した。内容は、オンラインゲームの広告・表示がひどい、グロテスクで不快などの表現に関する旨と、ゲーム内容が広告・表示と乖離しているなど表示と実際が異なる旨の意見が多数寄せられた。そのほかに映像配信サービスで提供されるホラー映画のテレビCMが怖くて不快であるなどの意見が集中した。2位の健康食品は、定期購入や返金保証など取引の条件が分かりにくい旨、医薬品的な効能効果の標ぼうについて、ネット広告を中心に意見が多く寄せられたことが主な要因となり、前年度より217件増加の987件(同770件)となった。

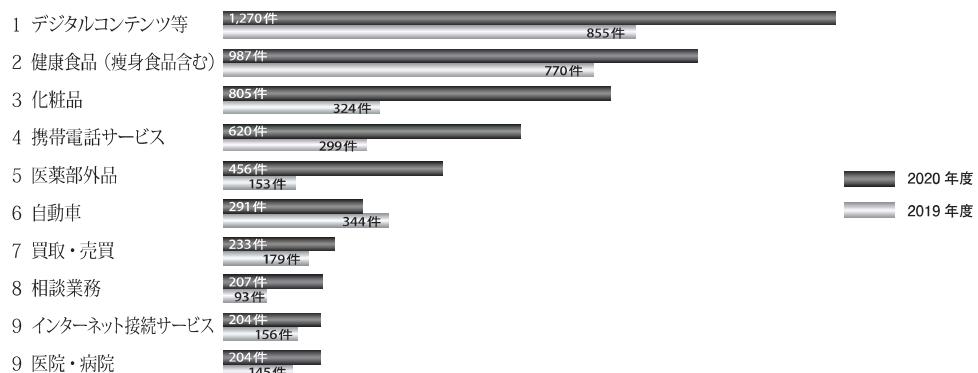
(3) 苦情の媒体別傾向

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

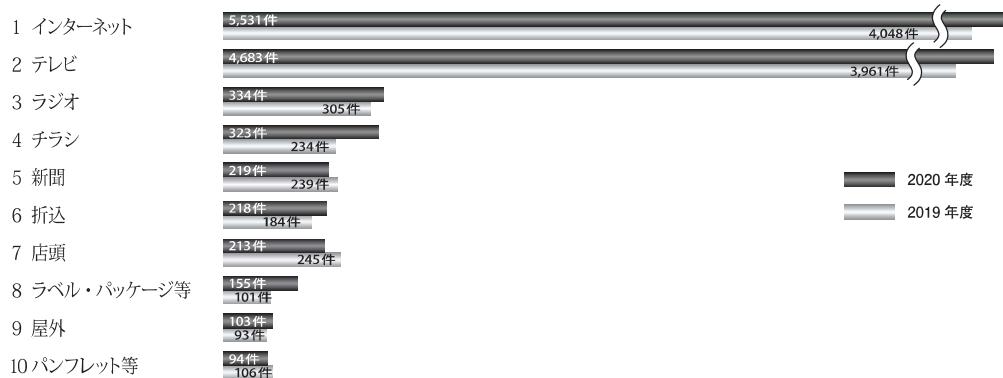
1位となった「インターネット」(5,531件)を業種別に見ると、「デジタルコンテンツ等」「健康食品」「化粧品」が上位3位までを占めた。2位の「テレビ」(4,683件)は「携帯電話サービス」「デジタルコンテンツ等」「健康食品」となった。1位の「インターネット」と2位の「テレビ」で全体の83.5%以上を占め、2020年度も2媒体に苦情が集中する状況は例年通りとなった。

●苦情の業種別／媒体別傾向

① 苦情の業種別件数



② 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」(2,519件)を見ると、最も多かったのは前年度に引き続き「化粧品」509件(前年度397件)で、次いで「健康食品」275件(同201件)「医院・病院」206件(同206件)の順となり2位と3位の入れ替えはあったものの上位3業種は前年度と同様であった。

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」「折込」と前年度と同様の順となった。「チラシ」については、複数の会員社からの相談が集中したため、前年度の366件から578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2,400件(前年度1,963件)と前年度同様増加となつた。会員広告主からの相談が1,286件と前年度の1,049件より増加したほか、媒体社418件(同340件)広告業590件(同427件)と全てで前年度を上回った。会員、非会員の内訳は会員社が2,294件、非会員社が106件と、会員社からの相談が95.6%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、広告主を中心相談業務へのニーズが特に高くなっている。

③照会の業種別件数

	業種	2020年度	前年度
1	化粧品	509	397
2	健康食品(瘦身食品含む)	275	201
3	医院・病院	206	206
4	医薬部外品	170	99
5	保健衛生品[その他]	90	27

④照会の媒体別件数

	媒体	2020年度	前年度
1	チラシ	578	366
2	インターネット	451	337
3	折込	287	278
4	ラベル・パッケージ等	272	245
5	テレビ	170	120

●事業者別照会件数内訳

事業者		会員	非会員	合計
広告主	2020年度	1,286	75	1,361
	前年度	1,049	81	1,130
媒体社	2020年度	418	10	428
	前年度	340	12	352
広告業	2020年度	590	21	611
	前年度	427	54	481
合計	2020年度	2,294	106	2,400
	前年度	1,816	147	1,963
会員/非会員構成比	2020年度	95.6%	4.4%	100.0%
	前年度	92.5%	7.5%	100.0%

報告事項 2020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12,493件となった。男女の比率を見ると男性62.7%、女性36.8%（不明0.5%）と、女性の比率が前年度より2.5ポイント増加した。年代別では、「電話・FAX等」（男女計616件）は50代、「オン

ライン」（同2,801件）は40代が最も多く、前年度と同様の結果となった。年代別を構成比で見ると、「電話・FAX等」は40代と50代で全体の約40%、「オンライン」は30代と40代で全体の約50%を占める結果となった。

また消費生活センターからは97件の相談を受け、対応した。

⑤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	11,495	31	22	91	854	12,493	82.7%
消費者団体	1	0	0	0	0	1	0.0%
消費生活センター	17	74	0	6	0	97	0.6%
行政機関	2	7	0	2	0	11	0.1%
事業者	41	2,400	0	21	23	2,485	16.5%
関係団体	3	4	0	0	0	7	0.0%
その他	1	3	0	1	1	6	0.0%
合計	11,560	2,519	22	121	878	15,100	

⑥一般相談者の年代別・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	11	6	0	206	171
20代	31	9	0	687	776
30代	124	61	0	1,160	1,025
40代	307	158	0	1,727	1,074
50代	412	204	0	1,359	551
60代	366	149	0	597	135
70代以上	274	85	0	159	35
不明	415	160	59		
合計	1,940	832	59	5,895	3,767

(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、医薬品医療機器等法が24件、景品表示法に抵触するおそれのあるものが21件、特定商取引法が18件、健康増進法が10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24件、次いで「テレビ」2件、「チラシ」1件であった。2020年度も審議案件は「インターネット」が多数を占め、販売事業者のみならず、アフィリエイターに対しても「化粧品」「健康食品」において4件の見解を発信した。

なお見解の対象となった商品・サービスは「健康食品」「化粧品」が審議案件の60%以上を占め、例年同様の傾向となった。

●見解の根拠となった法令

法令	件数
医薬品医療機器等法	24
景品表示法	21
特定商取引法	18
健康増進法	10
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	24
テレビ	2
チラシ	1

●見解の対象となった商品・サービス

業種	件数
健康食品	10
化粧品	8
医薬部外品	3
雑貨品	2
CtoC取引プラットフォーム	1
除菌スプレー	1
教員募集	1
エステサロン	1

報告事項 2020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。2020年度はNo. 656～668を事例として取り上げ、「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.656	媒体 インターネット	誇張・法違反
商品・役務名	健康食品	
動画投稿サイトに、アニメキャラクターを使って過度な痩身効果を謳う健康食品の広告が出ていた。		

No.657	媒体 フリーペーパー、ミニコミ誌	法違反
商品・役務名	美容医療機関	
医療機関の広告に、長期の安全性が確認されていない 豊胸・豊尻の施術について表示されていた。		

No.658	媒体 インターネット	説明不足
商品・役務名	第二類医薬品(漢方製剤)	
漢方製剤に関する公式SNS投稿内容は、しばり表現 が欠け、内臓脂肪を減らす専門薬かのようであった。		

No.659	media インターネット	誇大・法違反
商品・役務名	栄養機能食品(成長グミ)	
グミによって子どもの身長が伸びたかのように 誤解させる比較写真が掲載されていた。		

No.661	media インターネット	誤認期待・法違反
商品・役務名	栄養機能食品	
栄養機能食品としての栄養成分以外の成分を強調し、飲 むだけで痩身効果が得られるかのように表示していた。		

No.668	media テレビ	誤認のおそれ・法違反
商品・役務名	保健衛生品(除菌スプレー)	
「ウイルスにかかるないか心配だ」等と言い、商品にウイ ルス除去効果があるかのように受け取れる広告だった。		

3. 会員媒体社との情報連絡会

2020年度はコロナ禍により集合しての会合が開催できず、オンラインで実施をした。そのため地区ごとに行っていた中部、九州の主要媒体社との連絡会に北海道地区を加え「媒体JARO情報連絡会」として実施した他、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」も同様にオンラインにて開催した。内容としては、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下特有の事例を共有するなど時勢に合致した情報交換を行い、会員社のニーズに合わせたテーマを取り上げた。

- 2020. 6.19 インターネット情報連絡会
- 2020. 7.10 インターネット情報連絡会
- 2020.10.21 インターネット情報連絡会
- 2020.11.10 媒体JARO情報連絡会
(中部、九州、北海道)
- 2020.12. 3 折込広告会社との情報連絡会
- 2021. 3.16 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

前年度に引き続き2020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、オンラインにて情報交換を行うなどコロナ禍においても連携を継続した。また制約の多い中で、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

2020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」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JAROの活動内容や、2019年度および2020年度上半期の審査概況についての説明を行った。悪質なインターネット審議案件に対応すべく、2020年度より審査結果分類基準の見直しを行い新たに加えた「厳重警告」の運用状況についても説明、ご意見をいただいた。また拡大、複雑化するインターネットの案件の審議のプロセスについて議論し、より効果的、かつ効率的に適正化を進めるため、インターネットとそれ以外の媒体は切り分けて審査を進めていくことも検討すべきという方向性で一致した。また審議途中で広告が改善された場合の対応、審議事例の発信などについて示唆に富む意見を多数いただいた。2020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(2020年6月19日)

最新の事例 (2021年4月1日更新)		会員サービス		
実施日付	媒体	件名	問題点	会員登録
2020/11/08	テレビ	「ワイルドにかからない、もし配達」等と書いた商品に「ワイルド」と書かれていた	問題の本末転倒 は虚偽	
A-20-07-1335	防災スプレー		虚偽 問題の本末転倒	
2020/10/28	インターネット広告	健闘筋肉の広告に「逆走筋肉」とあったが、その条件表示が分かりにくかった	过大 虚偽 虚偽	
A-20-05-1133	健康食品		虚偽 虚偽 虚偽	
2020/07/22	インターネット広告	健闘筋肉の広告に、販賣するだけで口唇を体の外から剥離するかの表示がされていた	过大 虚偽	
A-20-01-0657	健闘筋肉 (アモタブレット)		虚偽 虚偽 虚偽	

会員専用ページの事例集検索

報告事項 2020年度事業報告

II. 啓発活動

1. 各種セミナーの開催

2020年度は新型コロナの影響により、会場でのセミナー開催は行えないこととなった。開催を模索し、7月からオンラインによるセミナーを実施した。オンラインセミナーは移動時間や場所などの制約がないため、全国から参加者を募集でき、最大1,200名超が集まるものもあった。結果、2020年度は8回のセミナーを開催し、延べ3,218名の参加があった。

また、今年度は試験的にJARO関西事務所から情報発信する「関西広告研究セミナー」を企画、実施した。大阪府薬務課の担当者を講師に、医薬品医療機器等法に関するセミナーを開催して、468名の参加を得る好評なセミナーとなった。

講演会・セミナー

JARO主催セミナー

2020. 7.28 JAROの会(無料ウェブセミナー)

参加者：77名

「2019年度JAROの広告審査の概況と事例」

第1部 2019年度JAROの広告審査の概況と事例

日本広告審査機構 審査部長 橋 一

第2部 コロナ関連の広告・表示の留意点

日本広告審査機構 事務局長 川名 周

同審査部 野崎 佳奈子

2020. 8. 7 同上(好評に付き追加公演)

参加者：261名

2020. 9.29 景品表示法セミナー

(無料ウェブセミナー) 参加者：1,223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 表示対策課長 西川 康一氏

2020.11. 5 JARO広告研究セミナー

(有料ウェブセミナー) 参加者：360名

「美容・健康関連における広告・表示の薬機法上の留意点」

第1部 美容・健康関連の基本法令およ

びJAROの審査事例

日本広告審査機構 審査部長 橋 一
第2部 広告主以外も薬機法違反となるケースの考え方

菊地総合法律事務所

弁護士 齋藤 健一郎氏

2020.12.23 JARO広告研究セミナー

(有料ウェブセミナー) 参加者：306名
「広告担当者のための景品表示法と知的財産権の基礎」

第1部 広告担当者のための景品表示法の基礎

日本広告審査機構 審査課長 吉田 巍

第2部 広告担当者のための知的財産権の基礎

博報堂 法務室 弁護士 平野 尚志氏

2021. 1.19 JARO関西広告研究セミナー

(会員限定、無料ウェブセミナー)

参加者：468名

「医薬品医療機器等法における広告規制と最近の指導事例について」

第1部「医薬品医療機器等法と広告規制」

大阪府 健康医療部 生活衛生室 薬務課

製造調査グループ総括主査 新出 敏視氏

第2部「大阪府における最近の広告指導事例」

大阪府 健康医療部 生活衛生室 薬務課

製造調査グループ技師 山中 美生氏

2021. 2.16 JARO広告研究セミナー

(有料ウェブセミナー) 参加者：222名

「景品表示法に違反しないための体制構築のポイント～事業者が講ずべき表示等の管理上の措置について～」

電通 法務マネジメント局 法務部

弁護士 星 知矩氏

2021. 3.18 JARO広告研究セミナー

(有料ウェブセミナー) 参加者：301名
 「健康食品の広告表示規制の最近の動向と留意事項改正の方向性」
 消費者庁 表示対策課
 ヘルスケア表示指導室 室長 田中 誠氏

2. 講師派遣

2020年度は新型コロナへの対応から、予定されていた上半期の講師派遣が中止や延期となつたため、年間実施回数は前年度から半減して34回となつた。しかし、会員企業をはじめ関係団体・地方自治体・消費生活センター・消費者団体などからの講演依頼数は大きく減ることなく推移した。

JAROとしては、継続的に広告・表示の適正化への取り組み支援や消費者啓発に資するべく、従来の集合型講演だけでなく新たにオンライン対応のトライアルを行い、下半期から「オンライン対応による講演」をスタートさせることができた。オンライン利用の講師派遣は、講師側と受講者側の双方にメリットが多く、2020年度は34回のうち21回を占め、今後の講師派遣の選択肢として拡大していくことが見込まれる。

- 2020. 6.27 日本産業協会
- 2020. 7.10 全国ドレッシング類公正取引協議会
- 2020. 8.25 アイケイ^(※)
- 2020. 9. 2 消費科学センター
- 2020. 9.15 インフォーマ マーケット ジャパン
- 2020. 9.16 公正取引協会^(※)
- 2020. 9.18 新日本製薬^(※)
- 2020. 9.19 日本産業協会
- 2020. 9.25 国民生活センター
- 2020. 9.28 日本アドバタイザーズ協会
- 2020.10. 2 生活協同組合連合会コープ九州事業連合^{(※)②}
- 2020.10. 8 武蔵野市消費生活センター
- 2020.10. 8 ハウスウェルネスフーズ^(※)
- 2020.10.16 桃谷順天館^(※)
- 2020.10.24 日本消費者協会^(※)
- 2020.11. 9 富士工業^(※)
- 2020.11.16 富士工業^(※)
- 2020.11.24 ガンホー・オンライン・エンターテイメント^(※)
- 2020.11.27 松戸市消費生活センター
- 2020.12.18 国民生活センター



JARO関西広告研究セミナー（2021年1月19日）

報告事項 2020年度事業報告

2021. 1.22 国民生活センター
2021. 1.29 「健康博覧会」インフォーママーケット
ジャパン
2021. 2. 5 「中四国地区CM責任者会議」テレビ山口^(※)
2021. 2.10 ソニーマーケティング^(※)
2021. 2.12 ドリー・ム^(※)
2021. 2.12 生活協同組合連合会コープ九州事業連合^{(※)②}
2021. 2.16 国民生活センター^(※)
2021. 3. 3 ジュピターテレコム^(※)
2021. 3. 8 国民生活センター
2021. 3.10 衛星放送協会・CAB-J^(※)
2021. 3.12 兵庫県立消費生活総合センター^(※)
2021. 3.24 日本健康・栄養食品協会^(※)
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

JAROでは広告・表示のフェアプレイの推進にあたり事業者向けの啓発活動に加えて、消費者向けの啓発活動にも注力している。特にインターネットメディアの拡大に伴い、消費者には広告・表示への理解とリテラシーの向上が求められている。

JAROが主催する「市民講座」はこれまで5回開催していたが、本年度は新型コロナウイルス感染症対策のために中止とした。

一方、高校や大学との連携による特別講座では、受講対象となる学生が広告の受け手の立場から将来的に社会に出て情報の発信者として広告・表示に関わることも想定して、広告関連の法律・ルールへの理解促進や広告の倫理観を考えるための講義をオンラインで2回実施した。

◇高校・大学連携講座

2020.12. 5 駿河台大学メディア情報学部^(※)
2021. 1.18 飛鳥未来高校^(※)
(※)はオンラインでの実施



JAROの消費者啓発ウェブサイト

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

2020年度は新型コロナの影響により各種会議体の開催に配慮しながら、「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情報交換会」「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。「行政連絡会」と「首都圏主要都県市の消費生活センターとの連絡懇談会」については、緊急事態宣言下においての開催を模索したが、オンライン形式での開催が困難であったため今年度は見送ることとなった。

また「関係団体協議会」は公正取引協議会と民間自主規制団体の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・協力の要請には必要に応じて対応し、広告・表示の適正化に向けたハブ機能を担えるように努めた。

◇行政・自治体との情報連絡会の開催

2020. 9. 8 消費者庁取引対策課との情報交換会^(※)

2020.10. 1 消費者庁表示対策課との情報交換会^(※)

2020.11.24 国民生活センターとの懇談会

2021. 2.19 5都県(景表法担当者)との連絡懇談会^(※)

◇関係団体協議会

2020.11.18 関係団体協議会(民間自主規制団体)^(※)

2020.12.22 関係団体協議会(公正取引協議会)^(※)

(※)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

2020年度も行政機関や業界団体などからさまざまな要請や相談があった。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や原稿執筆に加えて、各種問い合わせに対する回答やアドバイスなどの連携・協力も行った。



関係団体協議会(公正取引協議会) (2020年12月22日)

報告事項 2020年度事業報告

IV. 広報・広告活動

2020年度は新型コロナによる外出自粛等の影響を受け、JARO広告の掲載・放送数や消費者のメディア接触機会が増加し、ウェブサイトのアクセス数、ウェブフォームからのご意見投稿数が大きく伸びた。また、機関誌『REPORT JARO』はテレワークを行う企業を中心に会員専用ページでのPDF版の利用が増加した。

コロナ関連でも除菌商品・サービス、批判の多い広告表現などさまざまな情報を取り上げ、JAROの発信ツールで積極的に公表した。

1. 広告

コロナ下でJAROの広告を掲載・放送いただく機会が大幅に増加したため、さまざまな層に視聴・閲覧が広がり、2020年度の掲載・放送は正規料金換算で116億8,712万円となり、前年度比137%となつた。

新聞・雑誌広告については、前年度のウェブサイトリニューアルでウェブフォームの名称が変更されたため、2020年4月に部分修正した原稿に切り替えた。広告キャラクター「ダメダメ三匹」が好評であり、特に若年層の好感が高いことから引き続き使用していくこととした。

2020年度掲載・放送数

テレビ	84,755本	79億5,185万円
ラジオ	87,153本	26億8,767万円
新聞	5,409段	9億6,201万円
雑誌	177ページ	8,558万円
インターネット	6,819imp	1万円
合計		116億8,712万円

※新聞、インターネットは電通広告統計。テレビ、ラジオは事務局調べ。
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。

2. 機関誌『REPORT JARO』

機関誌『REPORT JARO』は広告規制を総合的に取り上げる機関誌であり、会員社を中心に広告・表示や消費生活に携わる方に広く活用いただいている。2020年度もさまざまな記事を掲載した。

2020年度に掲載した主な記事

- 「機能性表示食品の事後チェック指針とトクホ公正競争規約」
- 「新任者のための法律を読む技術」
- 「知的財産権ケーススタディー レビューサイト投稿などの留意点は？」
- 「有害なジェンダーステレオタイプ イギリスの広告規制施行から1年」
- 「新型コロナウイルスに関連する広告 JAROに寄せられた意見の傾向」
- 「スマホ広告における消費者調査」
- 「広告の表現に関する意見の分析」
- 「改正個人情報保護法 広告事業者が注意すべき点」
- 「実務者のための特定商取引法留意事項」
- 「新型コロナ下における会員社の取り組み」
- 「セミナー 最近の景品表示法の運用状況と違反事例」
- 「セミナー 広告主以外も薬機法違反となるケースの考え方」
- 「除菌スプレーの広告・表示の注意点」
- 「セミナー 医薬品医療機器等法における広告規制と大阪府の指導事例」



機関誌『REPORT JARO』

3. ウェブサイト

2020年度は新型コロナの影響もあり、ウェブサイトのアクセス数とウェブフォーム「広告みんなの声」のご意見件数がともに大きく増加した。前年度にウェブサイトリニューアルで利便性向上を図ったこととツイッターでのPRが功を奏し、ウェブフォーム経由のご意見の件数が前年度比136%と大きく伸びた。

ウェブサイトを通じた情報発信は、コロナ関連の苦情レポートや年次審査統計などプレスリリースが7件、事例をQ&A形式で紹介する「広告トピック」が4件、JAROからのお知らせ7件、他機関からのお知らせ6件など、さまざまな情報を掲載した。

「会員専用ページ」では、除菌剤や検査キットなど企業から相談の多い商品・サービスの広告規制をまとめた「新型コロナウイルスに関する表示のQ&A」のほか「REPORT JARO別冊 広告のジェンダー表現」など会員限定サービスを提供した。広告へのご意見、審議事例、『REPORT JARO』PDF版など最新の情報を掲載した。

◇ウェブサイト



公式サイト



会員専用ページ

4. ニュースリリース

2020年度は定例のプレスリリースに加え、JAROに寄せられたコロナ関連のご意見を取りまとめたレポートや、ご相談の多い次亜塩素酸水、除菌スプレーのQ&Aなどを発信した。

対外対応は取材39件、執筆6件、問い合わせ等21件を行った。取材については、コロナ関連の苦情のほか、コンプレックス広告、アフィリエイト広告、ジェンダーステレオタイプ、ゲーム広告、消費税総額表示、JARO審査基準改定などに対応した。

2020年度に発信した主なリリース

- 「2020年1~3月新型コロナウイルス関連広告の苦情レポート」
- 「2019年度の審査状況」
- 「第46回通常総会報告」
- 「JARO審査基準改定について」
- 「広告トピック 次亜塩素酸水で手指の消毒をうたえるの？」
- 「2020年4~5月新型コロナウイルスに関連した広告へのご意見」
- 「2020年6~7月新型コロナウイルスに関連した広告へのご意見」
- 「広告トピック 除菌スプレーを吹きかけるだけで菌を99%除去とうたえるの？」
- 「2020年度上半期審査状況」
- 「広告トピック 消費税の総額表示の義務付け」

5. 認知度調査

毎年7月に行う認知度調査を2020年度も実施した。コロナ下で消費者のメディア接触、JAROの広告の掲載・放送が増加する中、JAROの認知度は71%であった。認知は5年間右肩上がりであり、課題であった若年層は特に大きく伸びた。CM好意、キャラクターの認知・好感も増加した。

報告事項 2020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、24社(24口)が入会した。内訳は広告主14社、媒体社4社、広告業・広告関連6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とともに、前年度に引き続きインターネット関連企業がコンプライアンス強化を目的に入会した。

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、28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、経費削減による2口の減口があった。

	会員社数	口 数
広 告 主	380	437
新 聞	80	113
放 送	181	224
出 版	42	57
インターネット	21	22
広 告 業	162	194
広 告 関 連	23	26
計	889	1,073

《2020年度入会社一覧》24社

1. (株)コスマス薬品
2. (株)和漢
3. オイシックス・ラ・大地(株)
4. (株)プライムダイレクト
5. ディーエムソリューションズ(株)
6. (株)クロスリスティング
7. (株)カスタムライフ
8. ソウルドアウト(株)
9. (株)日本生物製剤
10. (株)アルゴリズム
11. (株)GEAR
12. (弁)至誠法律事務所
13. (株)ECスタジオ
14. サルーテ・ラボ(株)
15. エムスリー(株)
16. 生活協同組合連合会コープきんき事業連合
17. (株)ピアラ
18. (株)エコ革
19. (株)CLO2Lab
20. (株)シー・レップ
21. (株)スタイル・エッジ
22. (株)リンクエッジ
23. (株)ジャパンビューティプロダクツ
24. 楽天モバイル(株)

JARO

報告事項 2020年度事業報告

VI. 各会議体の活動報告

1. 総会

2020年度の通常総会を、以下の通り開催した。

第46回 通常総会 2020年6月11日(木) 於東京會館 597名参加(委任状含む)

1. 議事録署名人選任
2. 議事《報告事項》2019年度事業報告
 - 《決議事項》第1号議案 2019年度決算
 - 《報告事項》2020年度事業計画及び予算
 - 《決議事項》第2号議案 役員改選

2. 理事会

2020年度の理事会は、5回開催し、審議事項は以下の通り。

- (1) 2020年5月度 同意書等の提出による決議の省略(定款第37条)により実施
理事同意書 54通、監事承諾書3通のすべてを2020年5月18日(月)までに受理

【(提案)付議事項】

1. 新規入会申込社の入会の承認
2. 第46回通常総会議題(決議事項2項、報告事項2項)の承認
3. 理事長、副理事長、専務理事選任(案)の承認
4. 副理事長の理事長代行順位(案)の承認
5. 審査委員会委員、業務委員会委員長選任(案)の承認
6. 部会員の交代及び退任、関西部会長の新任及び退任の承認

- (2) 2020年6月度 同意書等の提出による決議の省略(定款第37条)により実施
理事同意書 54通、監事承諾書3通のすべてを2020年6月11日(木)までに受理

【(提案)付議事項】

1. 理事長、副理事長、専務理事選任の承認
2. 副理事長の理事長代行順位の承認
3. 審査委員会委員、業務委員会委員長選任の承認
4. 部会員の交代の承認

(3) 2020年9月17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42名、監事3名出席

【審議事項】

- 1. 新規入会申込社
- 2. 第47回通常総会の日程
- 3. 在宅勤務規定の制定と就業規則の改正

(4) 2020年12月17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44名出席、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
- 3. 特定費用準備資金等取扱規則の制定

(5) 2021年3月17日(水)

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47名、監事2名出席

【審議事項】

- 1. 新規入会申込社
- 2. 2021年度事業計画案
- 3. 2021年度予算案
- 4. 部会員交代

報告事項 2020年度事業報告

3. 総務部会

2020年度の総務部会は、以下の通り4回開催した。

((2) ~ (4)は、JARO会議室及びZoom WEB会議サービスを利用して実施)

(1) 2020年5月度は、書面による同意書により決議を行い、

5月12日(火)に過半数の同意をもって決議事項の承認を得た

① 2020年5月度の理事会議案の審議 ② 会員社のJARO名称使用申請の承認

(2) 2020年9月14日(月) 13名出席

① 9月17日開催の理事会議案の審議

(3) 2020年12月11日(金) 13名出席

① 12月17日開催の理事会議案の審議

(4) 2021年3月11日(木) 13名出席

① 3月17日開催の理事会議案の審議 ② 会員社のJARO名称使用申請の承認

4. 財務部会

2020年度の財務部会は、以下の通り4回開催した。

((2) ~ (4)は、JARO会議室及びZoom WEB会議サービスを利用して実施)

(1) 2020年4月度は、書面による同意書により決議を行い、

4月20日(月)に過半数の同意をもって決議事項の承認を得た

《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 2019年度決算(案)

(2) 2020年9月11日(金) 10名出席

《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 会計報告(4月~8月)

(3) 2020年12月10日(木) 13名出席

《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 2020年度予算執行状況(4月~11月)

③ 特定費用準備資金等取扱規則の制定

(4) 2021年3月10日(水) 11名出席

《審議事項》 ① 新規入会申込社 ② 2020年度予算執行状況(4月~2月)

③ 2021年度事業計画(案) ⑤ 2021年度予算(案)

5. PR部会

2020年度のPR部会は、以下の通り4回開催した。

(すべてJARO会議室及びZoom WEB会議サービスを利用して実施)

(1) 2020年7月30日(木) 9名出席

《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(9月号~11月号)

(2) 2020年10月1日(木) 9名出席

《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(12月号~2月号)

(3) 2020年12月9日(水) 10名出席

《審議事項》 ① 『REPORT JARO』企画案(3月号~5月号) ② 新聞・雑誌広告の延長使用について

- (4) 2021年3月9日(火) 9名出席
 《審議事項》 ① テレビ・ラジオCM案の選定
 ②『REPORT JARO』企画案(6月号～8月号) ③ 2020年度事業計画(案)

6. 関西部会

2020年度の関西部会は、以下の通り3回開催した。
 ((1)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) 2020年8月27日(木) 9名出席
 ① 新規入会申込社
 (2) 2020年12月7日(月) 10名出席
 ① 新規入会申込社
 (3) 2021年3月8日(月) 11名出席
 ① 新規入会申込社 ② 2021年度事業計画(案) ③ 2021年度予算(案)

7. 審査委員会

2020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)

- (1) 2021年3月30日(火) 6名出席
 1. 2020年度活動報告他
 2. 2019年度下半期、2020年度上半期審査概況と見解事例
 3. 「見解」に対する広告・表示適正化改善率報告
 4. 審査委員会への相談

8. 業務委員会

2020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) 2020年5月19日(火) | 16名出席 | (7) 2020年10月28日(水) | 17名出席 |
| (2) 2020年5月27日(水) | 17名出席 | 厳重警告2件、要望1件の見解が確定 | |
| (1)(2) 2回の審議をもって警告2件の見解が確定 | | (8) 2020年11月25日(水) | 15名出席 |
| (3) 2020年6月24日(水) | 16名出席 | 厳重警告1件の見解が確定 | |
| 厳重警告1件、警告1件、助言1件の見解が確定 | | (9) 2020年12月16日(水) | 13名出席 |
| (4) 2020年7月22日(水) | 17名出席 | 厳重警告1件、助言1件の見解が確定 | |
| 厳重警告1件、警告2件の見解が確定 | | (10) 2021年 1月27日(水) | 15名出席 |
| (5) 2020年8月26日(水) | 17名出席 | 厳重警告2件、警告1件の見解が確定 | |
| 厳重警告1件、警告2件の見解が確定 | | (11) 2021年 2月24日(水) | 15名出席 |
| (6) 2020年9月30日(水) | 15名出席 | 厳重警告1件、警告1件の見解が確定 | |
| 厳重警告2件の見解が確定 | | (12) 2021年 3月24日(水) | 9名出席 |
| 厳重警告3件の見解が確定 | | | |

報告事項 2020年度事業報告

9. 業務委員会分科会

2020年度の分科会は、以下の通り合計20回実施した。(すべてZoom WEB会議サービスを利用して実施)

(1) A分科会

- | | |
|---|--|
| ① 2020年 5月22日(金) 9名出席
事例審議1件、事例集掲載3件が確定 | ④ 2020年11月20日(金) 9名出席
事例審議3件、事例集掲載3件が確定 |
| ② 2020年 7月17日(金) 10名出席
事例審議3件、事例集掲載3件が確定 | ⑤ 2021年 1月22日(金) 9名出席
事例審議3件が確定 |
| ③ 2020年 9月18日(金) 8名出席
事例審議3件、事例集掲載3件が確定 | ⑥ 2021年 3月19日(金) 8名出席
事例集掲載4件が確定 |

(2) B～E分科会・関西分科会

- | | |
|--|--|
| ① C分科会 2020年 4月 9日(木) 7名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ② C分科会 2020年 4月16日(木) 5名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ③ C分科会 2020年 5月21日(木) 9名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ④ D分科会 2020年 5月25日(月) 11名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ⑤ E分科会 2020年 7月16日(木) 13名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ⑥ B分科会 2020年 8月 6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 2020年 9月 4日(金) 8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ⑧ D分科会 2020年10月 7日(水) 15名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ⑨ E分科会 2020年11月26日(木) 10名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ⑩ B分科会 2020年12月15日(火) 12名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ⑪ C分科会 2021年 1月25日(月) 8名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ⑫ D分科会 2021年 2月22日(月) 14名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |
| ⑬ 関西分科会 2021年2月25日(木) 9名出席
1件の案件を審議し、1件を上程 | |
| ⑭ E分科会 2021年 3月26日(金) 11名出席
2件の案件を審議し、2件を上程 | |