

## II章 JAROの設立と40年のあゆみ



### 5.平成16年(2004年)4月～平成21年(2009年)3月

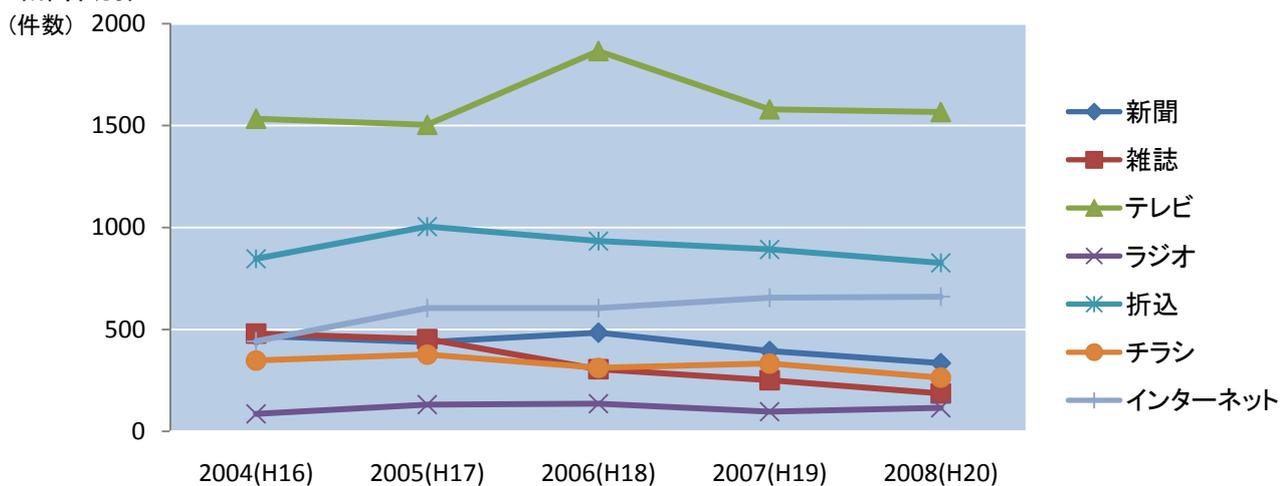
#### トピックス

この時期、媒体別では1位「テレビ」、2位「折込」という順位がしばらく続きました。この頃から、虚偽・誇大を訴える相談より、「うるさい」「子どもがまねをする」などとテレビCMに意見を寄せる相談が多くなりました。「折込」は2005年をピークに減少し、「インターネット」はブロードバンドや携帯電話が普及した2000年ごろから増えてきています。

業種別では、2002年から「小売業」の1位が続き、特に2004年は前年比82%増とほぼ倍増となりました。内容は、家電量販店のおとり広告、スーパーや眼鏡販売店の不当な二重価格表示、ドラッグストアの健康食品や化粧品における薬事法違反のおそれのある店頭表示などです。2位が続いた「通信」は、定額プランや割引制度など料金に関するものが中心ですが、2006年10月から始まった携帯電話の番号ポータビリティ制度に関連した広告に多くの相談が寄せられ、特に10月～12月の3カ月間に集中しました。

#### この5年の問い合わせの動き

##### 〈媒体別〉



##### 〈業種別〉

