

平成 24 年 5 月 10 日

各位

公益社団法人日本広告審査機構

平成 23 年度審査処理状況の送付について

前略

公益社団法人日本広告審査機構(JARO)では、このたび、平成 23 年度(23 年 4 月～24 年 3 月)の相談受付件数、審査処理の状況、最近の問題広告の傾向などについて資料をまとめました。貴紙・誌に記事としてお取り上げいただければ幸いです。

草々

●JAROの概要

【設立】昭和 49 年に総理府 公正取引委員会(現在の内閣府 公正取引委員会)と通商産業省(現在の経済産業省)から社団法人の許可を受けて発足した、広告・表示についての民間の自主規制機関。一般消費者等からの広告についての苦情・問い合わせを受け付け、審査し、広告に問題がある場合は、事業者(広告主)に改善を求めるなどの業務を行っている。

平成 23 年 3 月 22 日に内閣総理大臣から「公益社団法人」に認定され、4 月 1 日付で公益社団法人日本広告審査機構となった。

【目的】本機構は公正な広告活動の推進を通じて、広告・表示の質的向上を図り、もって事業活動の適正化ならびに消費者利益の擁護および増進を期し、社会、経済の健全な発展と、国民生活の向上に寄与することを目的とする。(定款 3 条)

【事業内容】①広告・表示に関する指導、相談②広告・表示に関する審査③広告・表示に関する基準の作成④広告主、媒体、広告業者が組織する自主規制機関との連携、協力⑤消費者団体、関係行政機関等との連絡、協調⑥消費生活における広告・表示等の知識の普及⑦広告・表示等に関する情報センターとしての資料の収集、整備⑧その他この法人の目的を達成するために必要な事業

【役員】理事長・佐藤安弘

【会員】平成 24 年 3 月末現在、885 社(広告主 388 社、新聞社 82 社、放送局 174 社、出版社 52 社、インターネットメディア 3 社、広告会社等 186 社)

【住所】事務局:東京都中央区築地 2-11-26(築地MKビル)

●お問い合わせ

取材、お問い合わせは、事務局長 地主正人までお願いいたします。

TEL: (03)3541-2813

日本広告審査機構、23年度の統計を発表

ドロップショッピングサービス事業者など 19 社に警告

平成 23 年度(23 年 4 月～24 年 3 月)の受付総件数は 4,580 件で、「苦情」「意見」が減少したものの「照会」は増加した。業種では「小売業」「一般食品」が多く、媒体では「テレビ」「インターネット」が多かった。一般からの相談は全体の約 7 割を占め、男性からの相談割合が増加傾向にある。23 年度は 27 件の見解を発信し、ドロップショッピングなどネット通販に関するものが多かった。

1. 全体件数

当期の受付総件数は 4,580 件で、匿名でないなどの要件^{※1}を備えた「苦情」は 258 件、それ以外の「問い合わせ」は 4,322 件となった。「問い合わせ」の内訳は、「苦情」の要件を満たさないものの、内容は苦情と同様である「意見」が 2,514 件、広告制作に当たっての相談などの「照会」が 1,342 件、番組や記事などの相談である「広告以外」が 466 件であった。広義の苦情である「苦情」と「意見」を合わせた件数は 2,772 件で前年度より減少したが、「照会」は増加した。

受付総件数 4,580 件 (前年同期 5,096 件 / 前年同期比 89.9%)			
苦情 258 件 (296 件 / 87.2%)	問い合わせ 4,322 件 (4,800 件 / 90.0%)		
	意見 2,514 件 (3,129 件 / 80.3%)	照会 1,342 件 (1,278 件 / 105.0%)	広告以外 466 件 (393 件 / 118.6%)
「苦情」+「意見」 2,772 件 (3,425 件 / 80.9%)			

※1 「苦情」とは①相談者の氏名、連絡方法が明らかである、②事務局で広告の確認ができる、③相談者が広告に不都合ありと主張している—の 3 要件を満たすもの。「問い合わせ」はそれ以外をいう。「意見」は 3 要件を満たさないが、内容は「苦情」と同様のもの。「苦情」と「意見」を合わせたものが広義の苦情扱いとしている。

2. 業種別

「苦情」と「意見」を合わせた件数を業種別に見ると、「小売業」「一般食品」「通信」の順となった。「小売業」の内訳では通信販売 135 件と専門店 115 件が多い。増加したのは「一般食品」(158 件→216 件)、「コンピューター・通信機器」(89 件→101 件)で、22 年度末に ACジャパンの CM への意見が急増して、22 年度 1 位だった「行政・団体」は例年並みに戻り、4 位となった。また、「一般食品」は、3 月に放送されたアイドルグループが出演する菓子の CM への意見が 79 件寄せられたため増加した。

23 年度 (全 2,772 件)		22 年度 (全 3,425 件)	
① 小売業	394	① 行政・団体	529
② 一般食品	216	② 小売業	438
③ 通信	198	③ 通信	276
④ 行政・団体	141	④ 一般食品	158
⑤ 健康食品	106	⑤ 人事募集	121
⑥ 人事募集	102	⑥ 医薬品・医薬部外品	118
⑦ 化粧品・石けん・洗剤等	101	⑦ 保険	116
コンピューター・通信機器	101	⑧ 健康食品	111
⑨ 保険	99	⑨ 化粧品・石けん・洗剤等	109
⑩ 土地・建物	93	⑩ 風俗・ギャンブル	102

3. 媒体別

「苦情」と「意見」を合わせた件数を媒体別に見ると、上位は前年度同様、「テレビ」「インターネット」「折込」となった。「テレビ」はACジャパンのCMへの意見が落ち着いたことから大幅に減少した。「テレビ」の内訳は「一般食品」「車両・乗り物」「健康食品」が、「インターネット」では「コンピューター・通信機器」「塾・教室・講座」が、それぞれ増加した。

23年度 (全 2,837 件) ^{※2}		22年度 (全 3,520 件)	
①テレビ	1,290	①テレビ	1,785
②インターネット	454	②インターネット	488
③折込	209	③折込	233
④新聞	144	④新聞	150
⑤チラシ	110	⑤チラシ	137
⑥ラジオ	98	⑥ラジオ	104
⑦雑誌	62	⑦雑誌	89
パンフレット等	62	⑧店頭広告	80
⑨ミニコミ誌	58	⑨パンフレット等	65
⑩ラベル・パッケージ等	56	⑩ミニコミ誌	60

※2 複数の媒体にまたがる案件があるため、「苦情」+「意見」の合計件数(2,772 件)と一致しない。

4. 一般の相談

受付総件数の約 7 割を占める「一般」からの相談は 3,257 件で、男性 2,218 人、女性 973 人、不明 66 人^{※3}となった。男性の割合が年々高まっており、年代別では「30代」「40代」が多く、近年増加傾向にあった「60代」「70代以上」が減少した。

近年は、特定のテレビCMに集中的に意見等が寄せられる事例がある。ブログなどで「JAROに意見を言おう」という書き込みが契機になっていることが多い。

相談者内訳		全体
一般		3,257
消費者団体		1
消費生活センター		96
行政機関		21
広告主	(会員)	216
	(非会員)	290
広告業	(会員)	358
	(非会員)	127
媒体	(会員)	169
	(非会員)	24
関係団体等		21
合計		4,580

「一般」の年代・性別

年代	件数			
	男性	女性	不明	
10代	17	15	2	0
20代	235	150	85	0
30代	585	387	198	0
40代	667	465	202	0
50代	441	296	145	0
60代	272	188	84	0
70代以上	107	83	23	1
不明	933	634	234	65
合計	3,257	2,218	973	66

※3 「不明」とは、匿名の郵便など性別・年代が分からない相談

5. 照会

事業者などからの広告制作や広告受付に係る相談である「照会」は1,342件で、前年度1,278件から増加した。業種別では「小売業」143件、「行政・団体」112件、「医療機関」94件、媒体別では「折込」348件、「テレビ」124件、「インターネット」109件が多かった。

23年度は放射性物質関連の相談が寄せられ、上半期には放射性物質が除去できるとうたう浄水器や放射線測定器など、下半期はこれに加え、放射線検知サービスや除染サービスなどが見られた。また、ポイントモールなどインターネットを利用した新たな商法に関する相談など、内容が複雑化している。JAROを積極的に活用する会員社も多く、相談は薬事法、医療法、あはき法(あん摩マツサージ指圧師、はり師、きゆう師等に関する法律)に関するものが目立った。

6. 見解

JAROでは業務委員会で審議し、広告主などにその見解を発信して広告の適正化を促しているが、23年度は警告19件、要望5件、提言3件^{※4}の計27件の見解を出した。ネット通販に関する事例が多く、ドロップ SHIPPINGに關係する事例では複数の事業者が関わっているなど、全容を把握するのに時間を要したケースもあった(⑦⑧⑨の事例)。

警告19件の事例は次の通り(括弧内は媒体)。

①「コミコミ価格 110万円→決算特価 105万円」などと不適切な二重価格表示をした中古自動車(折込)、②「ウイルスの感染を阻止し死滅させる対策液」と表示した室内噴霧液(ウェブサイト)、③「放射性物質、驚異の97%除去」と表示した浄水器(折込)、④「商品代金を全額お返しいたします」と表示しているが、条件が表示されていない健康茶(テレビ)、⑤医薬部外品であるにもかかわらず「発毛率85%」とうたう育毛剤(ウェブサイト)、⑥広告に書かれた「3t車25,000円」より、依頼した2t車の方が高かった引っ越し(ウェブサイト)、⑦⑧⑨「肌の奥に存在する組織を破壊し、メラニンの生成を予防」とうたった薬用化粧品(ウェブサイト)、⑩実年齢50歳の女性の肌年齢が35歳になったという薬用化粧品(テレビ)、⑪⑫⑬「液晶テレビ〇〇円。台数限定なし」とあるが、どの店舗でも商品がなかった家電量販店(折込)、⑭「台数限定なし」と表示されたエアコンの入荷が1カ月先になるという家電量販店(折込)、⑮「モニターの85%の脳年齢が若返った」とうたう健康食品(雑誌)、⑯⑰「あの有名女優をたった10日間で-9kg強制減量」とうたうサプリメント(ウェブサイト)、⑱「酵素で大そうじ、〇〇健康法」とうたう健康飲料(新聞)、⑲「美容エキスがものすごく濃いんです。1万%」とうたう化粧品(カタログ)

(⑦⑧⑨は同じ商品を販売していたドロップ SHIPPINGサービス事業者1社と通販会社2社にそれぞれ警告を行った案件、⑪⑫⑬は同じ商品の表示に3件(同じ事業者の3店舗)の苦情が寄せられた事例、⑯⑰は同じ商品を扱っていた通販会社2社にそれぞれ警告を行った事例)

※4 [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。