

# JAROの活動と 電気通信に関する苦情・ご意見の概要

2018年11月15日(木)

専務理事 山本 一広

**JARO** 公益社団法人  
日本広告審査機構

## ◆法人概要

<名 称> 公益社団法人 日本広告審査機構  
Japan Advertising Review Organization (略称 JARO)

### <所在地>

【東京事務局】 東京都中央区銀座2-16-7 恒産第1ビル

【関西事務所】 大阪市北区梅田 2-5-8 千代田ビル西別館

### <設 立>

・社団法人 1974年10月15日

『広告・表示に関する民間の自主規制機関』として設立

・公益社団法人 2011年4月1日

### <会員構成>

広告主 366社(構成比42.4%)

媒体社 322社(37.3%)

広告業 153社(17.7%)

広告関連 22社 (2.5%)

合計 864社 (2018年7月1日現在)

## 【目的/定款より】

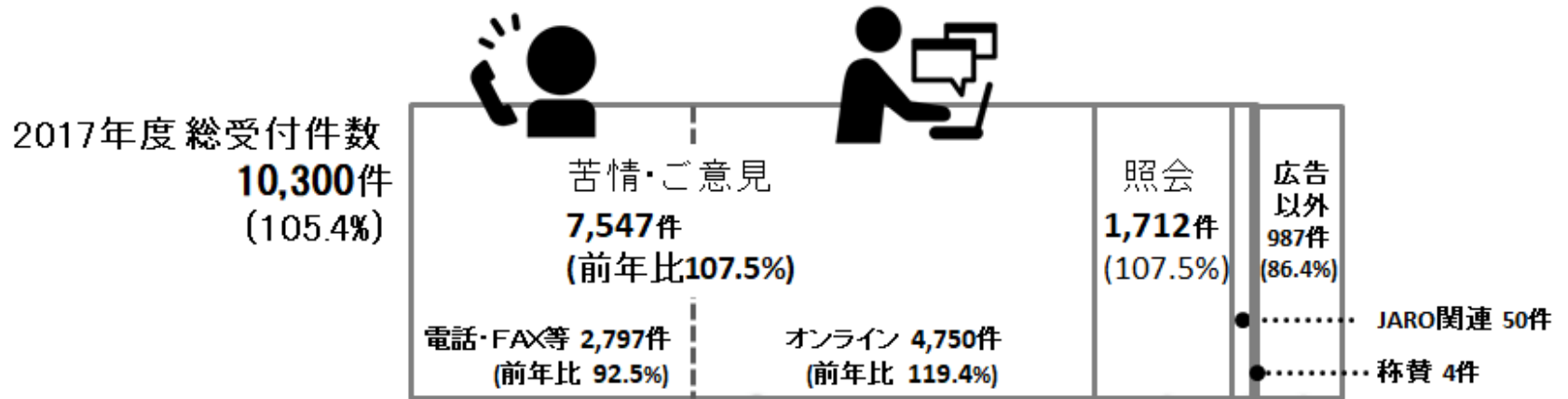
この法人は、公正な広告活動の推進を通じて広告・表示の質的向上を図り、もって事業活動の適正化並びに消費者利益の擁護及び増進を期し、社会・経済の健全な発展と、国民生活の向上に寄与することを目的とする。

## 【主な事業】

- (1) 広告・表示へのご意見の受付と審査・指摘、フィードバック。  
(法令/自主規制/掲載・放送基準/倫理・モラル)
- (2) 掲載前の広告・表示に関する相談受付、アドバイス。
- (3) 関係行政機関、自主規制機関、消費者団体との連携、協力。
- (4) 事業者、消費者に対する広告・表示に関する啓発。

# ◆ 広告・表示に関する審査

消費者等からの苦情・ご意見を受け、  
内容と程度によりフィードバック、審査・指摘等を行う。



## ◆ 啓発活動

- ・ 媒体社への情報提供
- ・ セミナーの開催
- ・ 企業・団体等への講師派遣
- ・ 大学等との連携講座
- ・ 市民講座の開催

表示内容に  
 に関するご意見

表現に  
 に関するご意見

## ◆ 啓発活動

会員社への  
 フィードバック

## ◆ 審査活動

広告主への  
 質問・連絡

審査(32件)

見解発信

修正確認

### (3)関係行政機関、自主規制機関、消費者団体との連携、協力。

- ・消費者庁、国民生活センター、消費生活センターとの連絡会
- ・消費者窓口のある12省庁、首都5都県景表法担当者との連絡会
- ・公正取引協議会/自主規制団体との連絡会
- ・媒体社との情報連絡会を年合計13回程度開催
- ・広告主、消費者センター等の講座への講師派遣
- ・各種団体の広告審査会等への委員派遣



### (4)事業者、消費者に対する広告・表示に関する啓発活動。

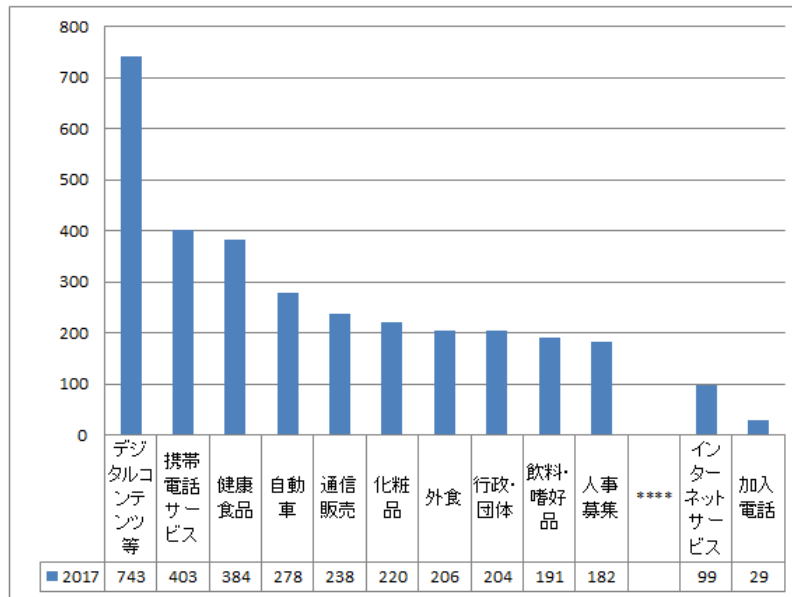
- ・消費者向け啓発活動  
(市民講座/大学との連携講座)
- ・機関誌の発行(月間)
- ・各種セミナーの開催
- ・ニュースリリースの発行



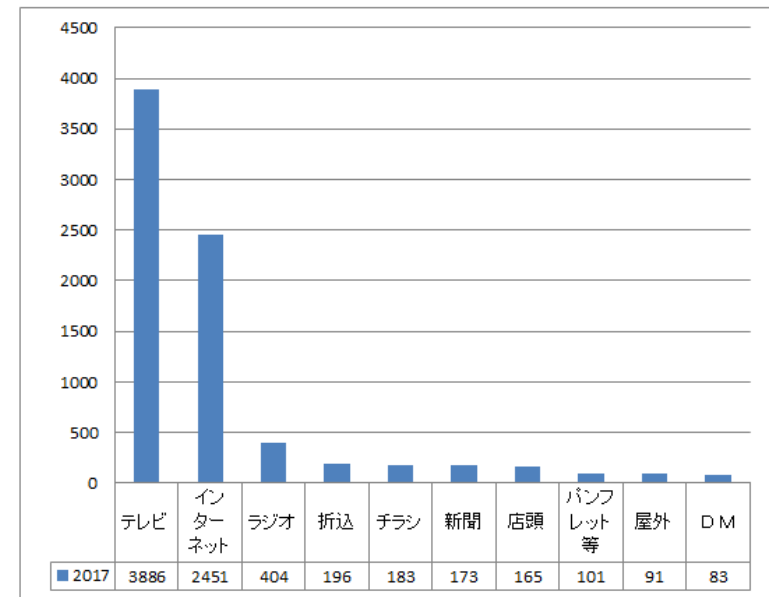
## ◆ 苦情の業種/媒体別動向 (参考:2017年度)

ネット上のサービスであるデジタルコンテンツ等が伸長。広告露出量の多い携帯電話、健康食品、自動車と続く。媒体別ではテレビ初めて横ばい、インターネットが急伸。

### ■ 苦情の業種別件数

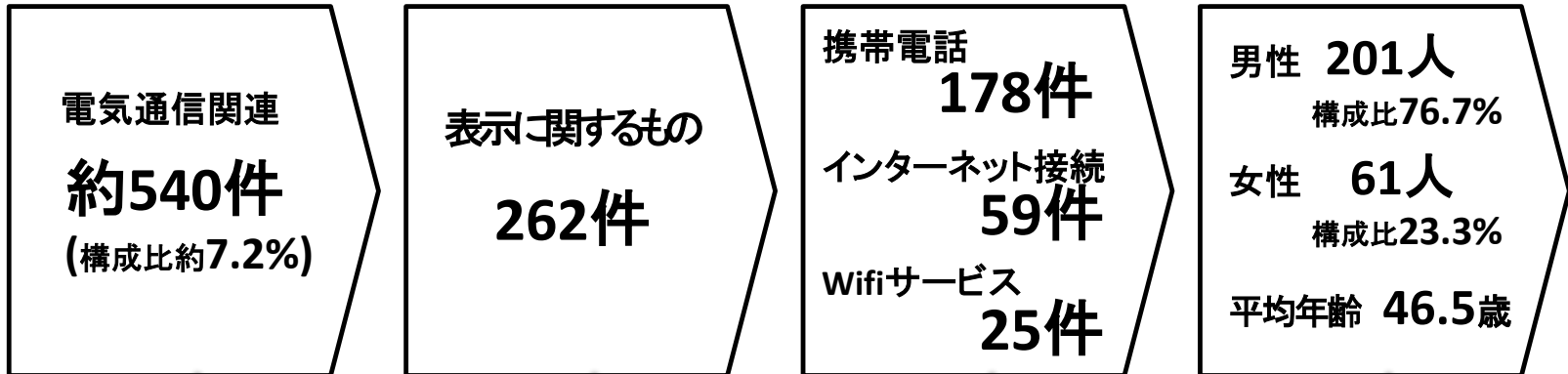


### ■ 苦情の媒体別件数



※数字は概数、「広告表現」に関するものを含む。

## ◆電気通信に関するご意見の概況



- ・電気通信分野の広告表示に関する苦情の全体傾向として、ある程度のリテラシーを持った消費者が、自分自身で調べたうえで、申立をしている割合が高い様子。
- ・申立者の年齢は苦情全体より若干若く、「70代からの広告表示」に関する苦情は2017年度は0。
- ・表示媒体について強い傾向は見られない。

■「表示に関する苦情」の年齢別割合

|     | 電気通信 |       | 全体  |       |
|-----|------|-------|-----|-------|
|     | 件数   | 割合    | 件数  | 割合    |
| 10代 | 0    | 0.0%  | 18  | 0.9%  |
| 20代 | 12   | 5.1%  | 130 | 6.4%  |
| 30代 | 46   | 19.6% | 438 | 21.7% |
| 40代 | 83   | 35.3% | 633 | 31.4% |
| 50代 | 70   | 29.8% | 440 | 21.8% |
| 60代 | 24   | 10.2% | 266 | 13.2% |
| 70代 | 0    | 0.0%  | 92  | 4.6%  |

## ◆ご意見の例(一部修正済み)

### ◆一定のリテラシーを持ち、自分で調べたうえで、わかりにくさを指摘。

(例)「使ったデータに合わせてムダなし！ ○○○円／月(～1GB)～とありますがこれは「△△GBまでなら」という条件を明示すべきではないでしょうか？それを超えたらたとえば××GBプランのほうが安くなります。料金体系の上限が5Gでは動画を見たらすぐ超えてしまいます。紛らわしいキャッチ広告では？」(30代女性)

### ◆シンプルな強調表示に対して、細かい条件が分かりにくいといった苦情が多い。

(例)携帯電話のテレビCMで機種本体も含めて「○○円！」と安さを強調しているが、その価格は一番安いプランであり、通話やデータ量など、今までと同じ条件にしたらむしろ高くなってしまった。その上、自宅には電波がほとんど入らず、結局高い違約金を支払って元の携帯電話会社に戻した。契約者は私の親で70代だが、高齢者をだまそうとしているとしか思えない。(40代女性)

### ◆確認をしても、チャンネルによって見解が違ったり、わからなかったりしている例も。

(例)ノベルティを誰でももらえるとっておきながら、二人で店舗を訪れたら、1グループ1つと言われ一つしかもらえなかった。カスタマーセンターに電話したら、カスタマーセンターでは一人一つの認識です、店舗にその旨を伝えて下さいと言われたので店舗に問合せたら、1グループ1つとの回答。CMのだれでももらえるは嘘じゃないですか、だれでも、もらえないじゃないですかと店員に言ったら『はい』とCMが嘘であると返答されました。(40代男性)

### ◆携帯に関しては、優良誤認は(品質に関するもの)は少なく(8.6%)、料金に関するものが多い(51.3%)

### ◆インターネット接続に関しては品質に関するもの、工事方法に関するものが一定数存在(28.8%)



## ◆見解を発信した商品 (2017年度)

適正化が必要として見解の発信に至った案件32件。  
健康食品と化粧品が半分占める。  
人気が過熱した仮想通貨取引所も。  
電気通信関連は1件のみ。

■見解の対象となった商品・サービス

|   | 業種                                       | 件数 |
|---|--|----|
| 1 | 健康食品                                     | 11 |
| 2 | 化粧品                                      | 7  |
| 3 | 医薬部外品                                    | 4  |
| 4 | 仮想通貨取引所、専門店                              | 各2 |
| 5 | デジタルコンテンツ等、家電製品、衣料品、携帯電話サービス、医療機関、エステサロン | 各1 |

## ◆広告・表示に関するアドバイス (照会)

年間約1700件(2017年度)掲出前の  
広告表示に関する相談を受け法令、  
自主基準等に照らし、アドバイスする。  
法律・自主規制が細かい分野が多い。  
電気通信関連は、極少ない。

■照会の業種別件数

|   | 業種        | 2017年度 | 2016年度 |
|---|-----------|--------|--------|
| 1 | 化粧品       | 305    | 270    |
| 2 | 健康食品      | 192    | 156    |
| 3 | 医院・病院     | 182    | 120    |
| 4 | 医薬部外品     | 92     | 47     |
| 5 | 理容美容用具・機器 | 36     | 31     |

広告・表示の  
**フェアプレイ**  
を推進しています

