

平成 22 年 5 月 12 日

報道関係各位

社団法人日本広告審査機構

平成 21 年度審査処理状況の送付について

前略

社団法人日本広告審査機構(JARO)では、このたび、平成 21 年度(21 年 4 月～22 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。

よろしくご検討くださいますようお願いいたします。

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。一般消費者ら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。

【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保護を期し、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 22 年 3 月末現在、922 社(広告主 412 社、新聞社 84 社、放送局 173 社、出版社 52 社、広告会社等 201 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、お問い合わせなどございましたら、総務部 今泉尚子までお願いいたします。

TEL: (03)3541-2813 メール:n_imaizumi@jaro.or.jp

日本広告審査機構、21年度の審査統計を発表

テレビCMの相談が増加

21年度は、広告費の落ち込みなどから減少している媒体も多いが、「テレビ」は18年度に次ぐ2番目に多い件数となった。その中で多かったのはテレビショッピング、携帯ゲームサイト、団体の啓発広告などだった。業種別では、「通信」「行政・団体」のほか、若返りをうたう商品で相談が多かった「化粧品・石けん・洗剤等」「健康食品」が増加した。業務委員会から発信した見解は34件で、広告主が異なるものの、広告デザインが酷似した若返りをうたう健康食品などの広告が「警告」の過半を占めた。また、これまでに「警告」を2回行った事業者について消費者庁などに情報提供し、適正化への協力を要請した。JAROの見解をきっかけとして、業界で自主基準づくりが進む動きも見られた。

1. 全体件数

21年度の受付総件数は5,432件で、匿名でないなどの要件^{※1}を備えた「苦情」は321件、「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3,326件、実質的な苦情に当たる「苦情」と「意見」を合わせた件数は3,647件となった。そのほか、広告制作の相談などの「照会」が1,351件、番組や記事などの「広告以外」が434件であった。「苦情」は平成8年の928件をピークに年々減少しているが、最近の傾向として、広告に対する意見を言うものの名前や連絡先は言いたくないという人が増えている。

受付総件数 5,432件 (前年度件数 5,793件 / 前年度比 93.8%)			
苦情 ^{※1} 321件 (312件 / 102.9%)	問い合わせ 5,111件 (5,481件 / 93.2%)		
	意見 3,326件 (3,367件 / 98.8%)	照会 1,351件 (1,617件 / 83.5%)	広告以外 434件 (497件 / 87.3%)
「苦情」+「意見」 3,647件 (3,679件 / 99.1%)			

※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」を合わせたものが実質的な苦情となる。

2. 業種別

「苦情」と「意見」を合わせた件数を業種別に見ると、1位、2位は例年通り「小売業」「通信」だったが、逡増していた「小売業」が21年度は減少した。前年度まで多かった家電量販店などの「専門店」が減少したためだが、テレビショッピングは増加した。「通信」は減少傾向にあったが、携帯ゲームサイトに関する相談が増加したため、前年度に比べ増える結果となった。増加が目立った業種は、若返りをうたう広告に関する相談が多かった「健康食品」「化粧品・石けん・洗剤等」、虫よけ剤などを含む「医薬品・医薬部外品」、団体の啓発広告を含む「行政・団体」などで、減少したのは「小売業」のほか「人事募集」「一般食品」「土地・建物」などであった。

21年度 (全 5,432件)		20年度 (全 5,793件)	
① 小売業	463	① 小売業	512

② 通信	335
③ 一般食品	172
④ 行政・団体	163
⑤ 健康食品	153
⑥ 人事募集	147
⑦ 化粧品・石けん・洗剤等	138
⑧ 保険	131
⑨ 風俗・ギャンブル	124
⑩ 医薬品・医薬部外品	121

② 通信	310
③ 人事募集	215
④ 一般食品	209
⑤ 土地・建物	145
⑥ 風俗・ギャンブル	129
⑦ 保険	126
⑧ 行政・団体	123
⑨ 健康食品	118
⑩ 飲食店等	109

3. 媒体別

「苦情」「問い合わせ」を合わせた総件数を媒体別に見ると、13年度以降1位となっている「テレビ」が210件増加し、18年度の1,866件に次ぐ件数となった。「テレビ」の内訳を見ると、件数が多かったのは「通信」「小売業」「行政・団体」で、携帯ゲームサイトや団体の啓発広告など特定のCMへの相談が目立った。2位の「インターネット」は年々割合が増加し、21年度は「折込」を抜いて初めて2位となった。「折込」「ミニコミ誌」「雑誌」「新聞」などの媒体は減少が続いている。

21年度（全5,592件※2）	
①テレビ	1,777
②インターネット	697
③折込	639
④チラシ	299
⑤新聞	286
⑥パンフレット等	164
⑦ラジオ	132
⑧雑誌	128
⑨ミニコミ誌	114
⑩屋外広告	97

20年度（全5,948件）	
①テレビ	1,567
②折込	827
③インターネット	661
④新聞	335
⑤チラシ	264
⑥ミニコミ誌	190
⑦雑誌	186
⑧パンフレット等	181
⑨ラベル・パッケージ等	126
⑩ラジオ	116

※2 相談が複数の媒体にわたる事例があるため、媒体別の総件数(5,592件)は、相談総件数(5,432件)より多くなる。

4. 一般からの相談

「一般」からの相談は4,075件(全体比75.0%)寄せられた。男女比は2対1で男性が多く、年代別では「30代」「40代」で過半数(不明を除く)を占める。「60代」「70代以上」は前年比で8.8%増加したのが目立った。「一般」からの相談では「テレビ」が約4割を占めるが、「60代」「70代以上」では6割以上となる。

相談者内訳		全体
一般		4,075
消費者団体		5
消費生活センター		120
行政機関		26
広告主	(会員)	192
	(非会員)	378
広告業	(会員)	313
	(非会員)	126
媒体	(会員)	150

「一般」の年代・性別 ()は前年度件数

年代	件数			
	男性	女性	不明※3	
10代	17(8)	9(4)	8(4)	0(0)
20代	478(477)	318(296)	160(181)	0(0)
30代	814(893)	526(604)	287(289)	1(0)
40代	794(892)	523(549)	271(343)	0(0)
50代	554(597)	354(400)	200(197)	0(0)
60代	377(338)	275(257)	102(81)	0(0)
70代以上	141(138)	113(98)	28(39)	0(1)

	(非会員)	30
関係団体等		17
合計		5,432

不明 ^{※3}	900(892)	572(595)	261(227)	67(70)
合計	4075(4235)	2690(2803)	1317(1361)	68(71)

※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. 見解発信事例

JAROでは業務委員会で審議した結果を、広告主などに「見解」として発信し、広告の適正化を促しているが、21年度は警告19件(前年度7件)、要望7件(同8件)、提言8件(11件)^{※4}の計34件(同26件)となった。警告の過半は、広告主が異なるものの広告デザインや表現が酷似した若返りをうたう健康食品や化粧品を通販広告だった(下記、①②④⑤⑦⑧⑩⑭⑮⑯)。年々増加しているホームページに対する見解が9件と多かったほか、マスクや空気清浄機などインフルエンザの予防・抗菌に関する見解が4件あったのが特徴的であった。

警告19件の内容は次の通り(かっこ内は媒体)。①20歳若返るとうたう美容液(ダイレクト・メール)②使用前後の写真とともに年齢を表示した美容クリーム(折込)③身に付けるだけで脂肪燃焼とうたうダイエット腹巻き(折込)④たった30日で20歳若返るとうたう健康食品(折込)⑤しわを短期間で消したとうたう健康飲料(折込)⑥レースクイーンが1カ月で15kg減とうたう健康食品(ラジオ)⑦ノーベル賞成分で瞬時に若返るとうたう美容液と健康食品(折込)⑧若返り効果をうたう美容液と健康食品(折込)⑨内閣府認証をうたう心理カウンセラー養成スクール(ホームページ)⑩空気感染から身を守るとうたう健康食品(ホームページ)⑪ノーベル賞受賞成分、FDA認可成分で20歳若返るとうたう美容液と健康食品(折込)⑫酵母が糖質を分解するとうたう健康食品(新聞)⑬本ケヤキと表示した仏壇(折込)⑭どんなに食べても年齢に関係なく誰でも痩せるとうたう健康食品(折込)⑮たった2週間で20歳若返るとうたう健康食品(折込)⑯20年前の若肌を取り戻すとうたう美容クリーム(折込)⑰プラセンタが肌年齢を若返らせるとうたう健康食品(新聞)⑱新型インフルエンザ対策加湿器水とうたう水(ホームページ)⑲アルジルリンを高濃度配合した塗るボトックスとうたう美容液(折込)。

※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。