JAROに寄せられた 子ども向け広告に関する相談の概要

公益社団法人日本広告審査機構 今泉尚子

JAPAN ADVERTISING REVIEW ORGANIZATION



年間の相談件数 [2015年度]

総受付件数 8272件

苦情 6001件

子ども関連 343件

2015年4月~2016年3月

子ども関連の苦情 [2015年度]

① 子ども向けの広告 28

② 子ども向けではない広告で 315子どもの影響等を懸念するもの

③ 子どもが出演している広告 82

※複数の項目に該当するものもあります。

JARO

JAPAN ADVERTISING REVIEW ORGANIZATION

JAROに寄せられる子ども関連の苦情における主な主張 まねをして困る 性的な表現 しつけに反する (暴力・虐待の表現) ○ 裸・下着姿、胸強調 不安をあおる 差別を助長、 固定観念 教育上好ましくない 人権侵害 心身の健康・安全を脅かす 他の人・家庭と比較 行儀・マナー上問題 んじめ・仲間はずれ まねをすると危険 恐怖感を与える を助長 間違って覚える 親・教師等を侮辱 ((造語・替え歌・パロディ 不衛生 不健康な生活 購入できない人 日本語の乱れ の助長 への配慮 広告の場所が不適切 広告の量が多し (放送時間帯、掲載場所、 夢を壊す 危険な状況での 学校の近く) 出演 ん手が困難 コンプレックス (キャラクター等を使用) を利用 (かわいさ、不憫さを強調 広告上の演出 未熟さゆえの配慮 誤認させる 子どもの利用、利用方法 (対象年齢・年齢制限 広告のように 架空のことなどを ルール違反・おそれ 裸の赤ちゃん 再現できない (射幸心をあおる 信じてしまう 子どもらしくない 幼児 表現をさせる 法律や業界ルール 子どもには 子どもにお金を使わせる。 に違反 分かりにくい 浪費を助長

近年の主な事例

購入総額が分からない

- 子ども向けの小物をコレクションする分冊出版物 を子どもに買ってあげたが、何号まで続くか分か らない。

商品の仕様が思ったものと違う

アニメの登場人物が持つ小物が玩具として売ら れていて、広告では光ったり、音が出たりするが、 購入してみるとそうではなかった。

コピー・無断転載禁止

JAPAN ADVERTISING REVIEW ORGANIZATION



どれが出るか分からない商品

- キャラクターの衣装を集めるゲームで、何回購入 しても広告に出ている衣装が出てこない。

口移しは不衛生

- アイドルグループが菓子を口移しにしているが、 不衛生である。

年齡制限

- 子どもが好きなアニメのゲームが発売されたが、 広告はアダルトゲームのようだった。「15歳以 上」が対象のようだが広告には書かれていない。
- 映画館でアニメ映画を見ようとしたら、予告編で R15指定のものが流れた。

商品を持たないことの劣等感

- 玩具の広告で「やらないとやばい」といっているが、 いじめを助長するフレーズにもなり得る。

コピー・無断転載禁止

JAPAN ADVERTISING REVIEW ORGANIZATION



その他の事例

子どもの安全

- 子どもを抱えながら商品を使用するのは、子ども が危ない(携帯電話、調理器具)。
- 赤ちゃんにヘッドフォンを付けるのは危険だ。

スマートフォン用ゲームアプリ

- 不倫を扱った恋愛ゲームの広告は子どもに見せ たくない。
- ゲームの広告で、学校内でゲームをしているもの は好ましくない。