

平成 22 年 11 月 11 日

報道関係各位

社団法人日本広告審査機構

平成 22 年度上半期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 22 年度上半期(22 年 4 月～9 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 9 月現在、911 社(広告主 405 社、新聞社 83 社、放送局 173 社、出版社 53 社、広告会社等 197 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、22年度上半期の統計を発表

警告中4件は若者向け雑誌に掲載の健康食品

22年度上半期(22年4月～9月)の受付総件数は2,489件で、前年度同期に比べ約2割の減少となった。業種別では「医薬品・医薬部外品」「保険」などが増えた一方、前年度に相談が多く寄せられた「行政・団体」「健康食品」などが減少となり、「一般」からの相談では「男性」「60代」の割合が増加した。また、業務委員会で審議して発信した見解14件のうち9件が「健康食品」に関する事例で、その中の4件(薬事法などに抵触)は若者向け雑誌に掲載されたものだった。

1. 全体件数

当期の受付総件数は2,489件で、匿名でないなどの要件^{※1}を備えた「苦情」は158件、それ以外の「問い合わせ」は2,331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1,499件、広告制作に当たっての相談などの「照会」が651件、番組や記事などの「広告以外」が181件であった。実質的な苦情となる「苦情」と「意見」を合わせた件数は1,657件となった。全体的には、件数が前年度同期と比べ2割近く減少した。

受付総件数 2,489件 (前年同期 3,048件 / 前年同期比 81.7%)			
苦情 158件 (181件 / 87.3%)	問い合わせ 2,331件 (2,867件 / 81.3%)		
	意見 1,499件 (1,831件 / 81.9%)	照会 651件 (799件 / 81.5%)	広告以外 181件 (237件 / 76.4%)

※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

多く寄せられた業種について「苦情」と「意見」を合わせた件数で見ると、前年度上半期同様、「小売業」「通信」「一般食品」の順となった。増加しているのは「医薬品・医薬部外品」(73→80件)、「保険」(63→72件)などだった。「医薬品・医薬部外品」は動脈硬化予防の啓発CM、「保険」は生命保険が増加したことなどによる。減少が目立ったのは、「行政・団体」(104→70件)、「健康食品」(96→65件)、「車両・乗り物」(66→27件)、「住居関連備品・機器」(48→20件)など。前年度に、団体の啓発CMや、使用前・後の写真や体験談などを使ったダイエット食品の類似した折込広告に対して相談が多く寄せられたが、それらが落ち着いたことで減少した。

22年度上期 (全1,657件)		21年度上期 (全2,012件)	
① 小売業	219	① 小売業	223
② 通信	167	② 通信	172
③ 一般食品	90	③ 一般食品	111
④ 医薬品・医薬部外品	80	④ 行政・団体	104
⑤ 保険	72	⑤ 健康食品	96
⑥ 行政・団体	70	⑥ 人事募集	90
⑦ 人事募集	69	⑦ 化粧品・石けん・洗剤等	74
⑧ 健康食品	65	⑧ 医薬品・医薬部外品	73
⑨ 化粧品・石けん・洗剤等	63	⑨ 車両・乗り物	66
⑩ 土地・建物	48	⑩ 土地・建物	64

3. 媒体別

相談の総件数を媒体別に見ると、1～5位が前年度同期と同様になった。それぞれの媒体を業種別に見ると、媒体「テレビ」では「通信」(112件)が最も多く、このうち68件がオンラインゲームに関する相談だった。そのほか「医薬品・医薬部外品」「保険」が増加し、「一般食品」「行政・団体」が減少した。媒体「インターネット」では「小売業」(55件)が最も多く、続く2位「通信」、3位「人事募集」は減少となった。

22年度上半期 (全2,545件) ^{※2}		21年度上半期 (全2,672件)	
①テレビ	846	①テレビ	958
②インターネット	317	②インターネット	406
③折込	280	③折込	381
④チラシ	136	④チラシ	167
⑤新聞	105	⑤新聞	164
⑥雑誌	68	⑥パンフレット等	104
⑦ミニコミ誌	57	⑦ラジオ	79
⑧ラジオ	51	⑧ミニコミ誌	74
⑨パンフレット等	48	⑨雑誌	64
⑩店頭広告	46	⑩屋外広告	50
		ラベル・パッケージ等	50

※2 複数の媒体にまたがる案件があるため、媒体別の総件数は受付総件数と一致しない。

4. 一般の相談

受付総件数の4分の3を占める「一般」からの相談は1,872件で、男性1,292人、女性553人、不明27人^{※3}となり、男性の割合が増加した。年代別では「60代」の割合が増加し、「20代」の割合が減少した。ここ数年、60歳以上の相談は増加傾向にあり、その年代の特徴として、広告が事実と異なるなどの「虚偽・誇大」を訴えるものに比べ、セクハラ・青少年への悪影響などを訴える「意見・要望」が60.8%と多く(一般ベースでは41.4%)、媒体では「テレビ」が61.6%(同42.3%)を占めた。

相談者内訳	全体	
一般	1,872	
消費者団体	3	
消費生活センター	46	
行政機関	5	
広告主	(会員)	80
	(非会員)	158
広告業	(会員)	164
	(非会員)	74
媒体	(会員)	68
	(非会員)	12
関係団体等	7	
合計	2,489	

「一般」の年代・性別 ()は前年同期

年代	件数			
	男性	女性	不明	
10代	11(13)	8(6)	3(7)	0(0)
20代	198(277)	134(174)	64(103)	0(0)
30代	356(426)	242(274)	114(151)	0(1)
40代	376(437)	264(273)	112(164)	0(0)
50代	238(284)	163(185)	75(99)	0(0)
60代	190(207)	142(157)	48(50)	0(0)
70代以上	65(82)	49(66)	16(16)	0(0)
不明	438(539)	290(355)	121(146)	27(38)
合計	1872(2265)	1292(1490)	553(736)	27(39)

※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. 見解事例

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、今期は警告 12 件、要望 1 件、提言 1 件^{※4}の計 14 件の見解を出した。警告 12 件中、健康食品が 9 件を占め、そのうち 4 件は若者向けの雑誌に掲載されたものだった。

警告 12 件のうち、主な事例は次の通り(括弧内は媒体)。①「1 グラム 8,000 万円のノーベル賞受賞成分で瞬時に 20 歳若返る！」などとうたった美容液(折込)②健康食品や化粧品を扱う携帯ショッピングサイトの広告で、「翌朝-3.5kg記録！？体内浄化で劇的変化」などと表示した健康食品等(雑誌)③「月々 3,000 円で習い放題」との表示だが、実際には 3,150 円で、さらに別途 31,500 円のコース料金がかかるパソコンスクール(チラシ、屋外広告)④「1 日 1 杯お茶を飲むだけ。腸内清掃ダイエット」と標ぼうする竹炭を使用したお茶(折込)⑤プラセンタなどの成分の配合量が他社製品の 10 倍のように表示されていたが、実際には 10 本分の配合量だった美容ゼリー(チラシ)⑥「塗るプラセンタ注射ですべての女性の肌は確実に 20 歳若返る！」などとうたった美容液等(折込)⑦「2002 年式〇〇(車種)、車検なし、走行距離 12,000km、車両本体価格 1,480,000 円→990,000 円」などと二重価格表示をしている中古車販売会社(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。