

JAROの広告審査の適正化確保に関する提言

JAROとは？

- 公益社団法人日本広告審査機構
- 定款3条

「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に設立された民間の広告自主規制機関」

- 会員社

広告主、広告媒体、広告会社、広告制作会社などの企業を中心とした会員によって構成されている。現在は880社である。

JAROによる広告審査①

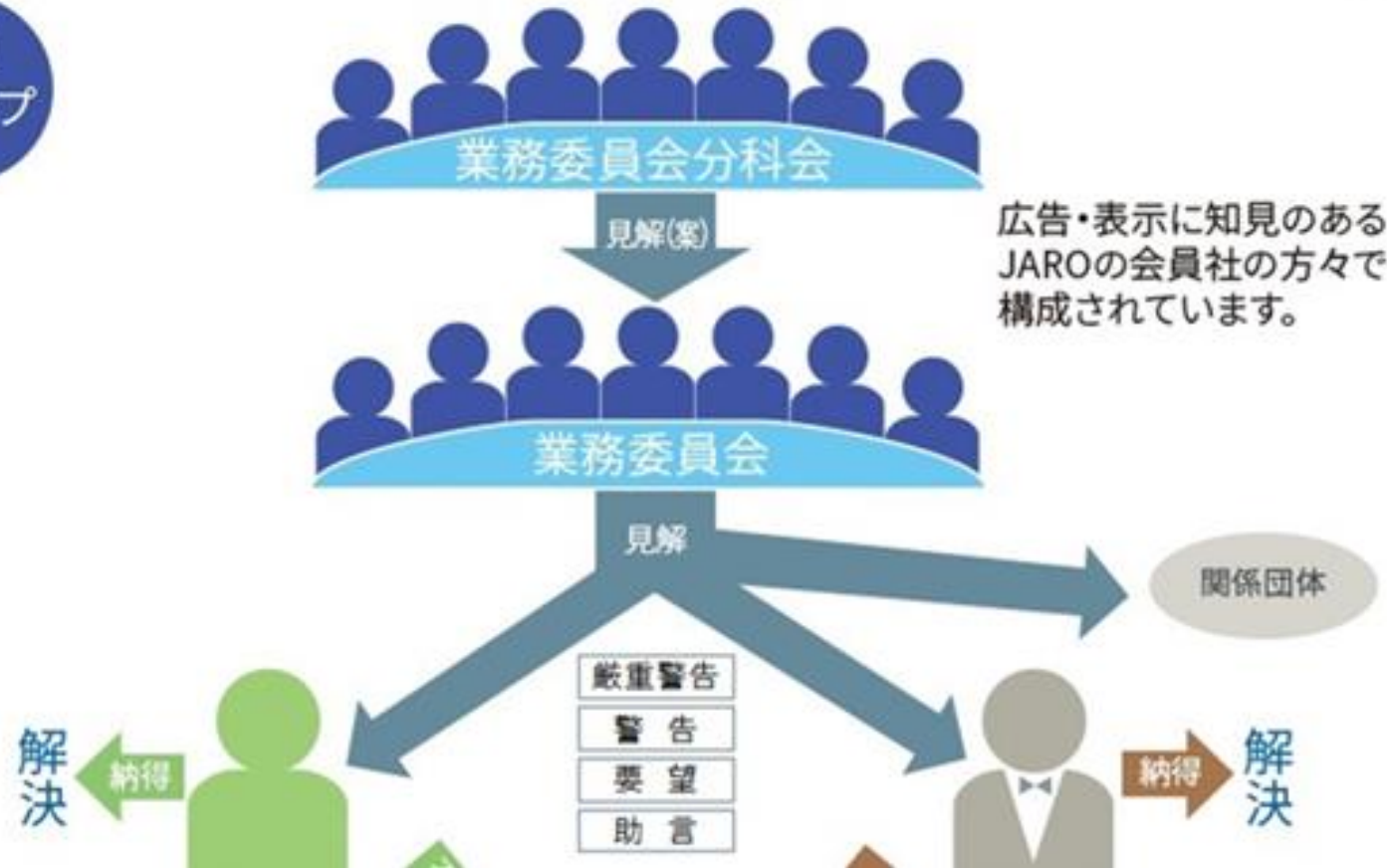
苦情処理のプロセス

このプロセスはあくまでも概要であり、個別案件によって手続きは異なります。

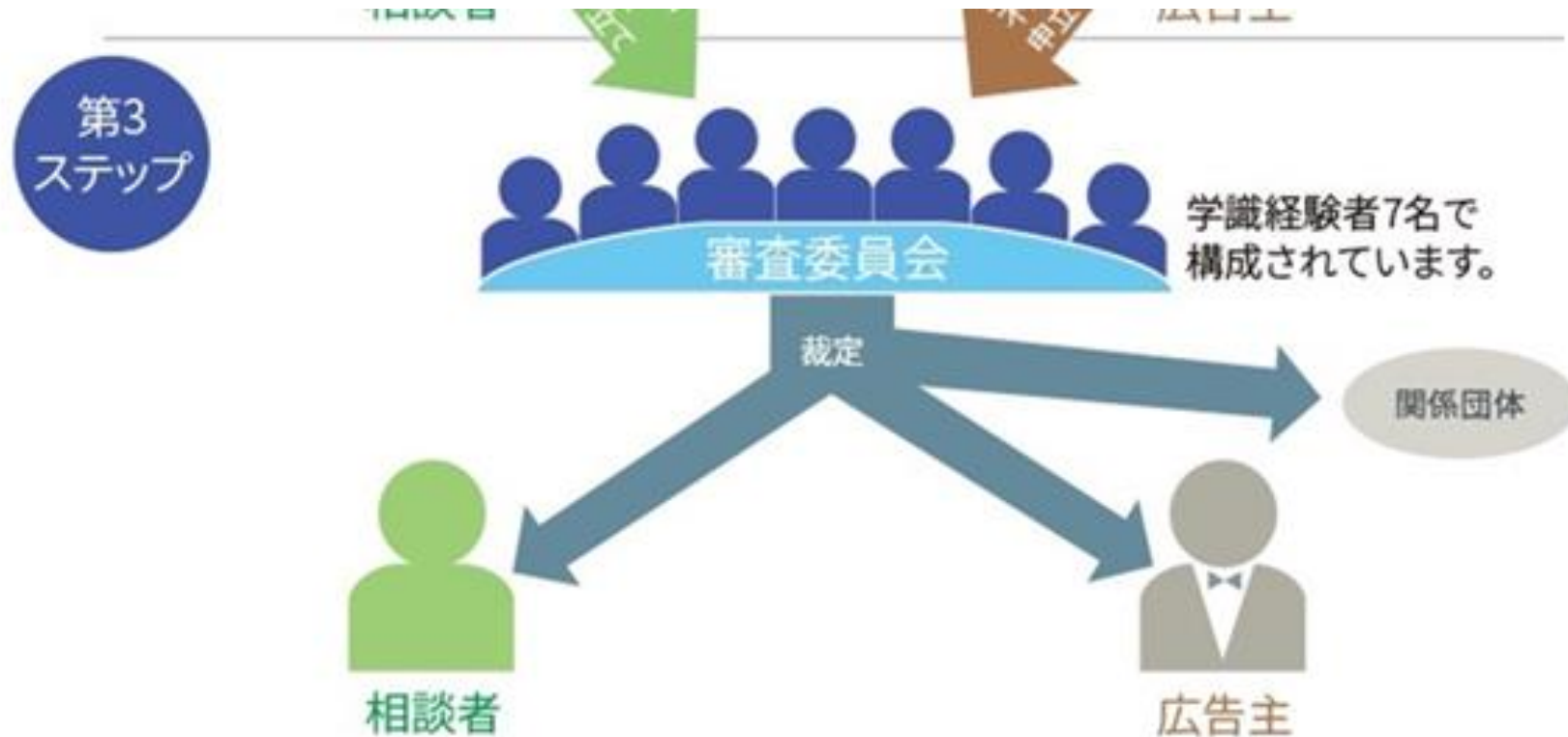


JAROによる広告審査②

第2
ステップ



JAROによる広告審査③



広告審査の重要性

- 広告の事業活動における位置づけも拡大し、とりわけ近年、広告媒体もIT化するなど多様化
- 消費者・市民の商品や事業者の事業活動についての関心も、食品や医薬品の安全性や契約条件の表示問題などに加えて、SDGsの考え方の広がりや深刻な気候変動問題への関心などから、消費行動による環境保全への影響や事業者の取組み対応などにも拡大
- 規範要素を含む環境問題への配慮については、立法・行政による規制が遅れがちであることから、一般法理の活用に委ねられることになり、司法判断を待つ間に特にあいまいな表現などで消費者を誤認させる広告がなされやすい

苦情処理のプロセスの不明確さ

- 明確な審査プロセスは開示されていない

「このプロセスはあくまでも概要であり、個別案件によって手続きは異なります。」

- 第1ステップ～第3ステップへの移行の仕組みが不明。移行しない理由などを開示すべき
- 申出に対する応答がない、異議申立制度もない

審査基準・審査原則の不明確さ

- HP上で公開されている審査基準

「広告および表示は、公正で真実なものでなければならない」

- 内部的には、より具体的な「審査基準」ないし「審査指針」が定められているはず

→仮に客観的で具体的な審査基準が定められていないとすれば、それ自体が、広告・表示に関する審査の客観的な適正性、公正性の担保に欠ける

グリーンウォッシュと広告審査

市民の関心事となっている一方で、あいまいな表現などで消費者を誤認させる広告がなされやすい環境への配慮や影響に関する広告分野

→JAROが審査基準や審査原則を明確にして、迅速な判断を示すことで、消費者の広告への信頼性を高め、ひいては公正な企業活動を推進するとのJARO本来の使命を果たすことにつながる

審査主体の不明確さ

- 事実上の審査機関である第1ステップの担い手、構成、能力等が明らかにされていない
- 第2ステップは合議体であると解されるが、裁定の対象となる案件に関して利害関係を有する者や、当事者と一定の関係性を有する者を典型的に排除する仕組みが不明確

審査の検証可能性がないこと

- 事例集は会員社にのみ公開
- 事例集、苦情処理の結果を公表することで苦情申出及びその審査結果についての検証可能性を担保できる
- 消費者保護の観点から設立された機関であるところ、上記事例集が公表されることにより、消費者としても、どのような広告が誇大広告なのか等について知識理解を深めることができる
- 海外の場合

ASAの「最近の裁定」

[Advice and guidance](#)

[Make a complaint](#)

[Training & events](#)

[Our latest news](#)

Latest rulings



Get A Drip Ltd

Upheld | 20 Dec 2023



REVIV UK Ltd t/a REVIV

Upheld | 20 Dec 2023



Cathay Pacific Airways Ltd

Upheld | 20 Dec 2023

[Show more](#)

Latest news



Rein it in, deer - offensive Christmas ads

CAP News | 14 December 2023



Advertising to children this holiday season

CAP News | 14 December 2023



New rules on ads for "less healthy" food and drink products

ASA and CAP News | 13 December 2023

[View all news](#)



広告審査機関としての機能不全

- 審査実績の低迷

受け付けた苦情は9,206件

業務委員会での審議としたのは26件(0.28%)

- 審査機関としての財源的独立性

予算1億7700万円のうち、会員社から徴収する会費及び入会金が93%を占める

→ASAの場合は？

提言の要旨

- 広告審査のプロセスを明確にし、申出者の関与を位置づけ、これらを公表すること
- 景品等表示法及び環境表示ガイドライン等に基づき、審査基準を明確にし、公表すること
- 広告審査における審査主体の氏名・属性等を公表し、広告審査機関としての人的リソースを確保すること
- 申出の事例集や裁定結果を公表すること
- 広告主体からの独立性を高め、迅速かつ適切に審査を行うことができるよう、会員社に過度に依存しない財務体制を強化すること