

令和7年度 事業報告

I 事業計画の実施状況

令和7年度は、広告界を取り巻く環境変化に対応するべく協会の将来を見据え布石を打つことも念頭に活動した。日々の運営では、会員社との関係強化を最優先課題とし、会員社研修会の回数増、出張講座の実施、会員社サイトで発信する審査関連情報を充実させた。職員に向けては変化の必要性を説き、パーパスを策定して意識改革を促すとともに、硬直化していた組織を変えるための人事異動を行った。協会の将来の方向性として、広告の事前審査に求められる要素が、これまでの悪質な業者、広告の排除から、法律の解釈の隙間を突くギリギリの広告表現への対応や、新ビジネス・新商品サービスへの適切な対処などに変化している状況を踏まえ相談業務の強化を打ち出した。また、協会の活動の幅を広げ活発化させ、知名度・地位向上を図るため、外部企業・団体との連携に力を入れた。

1. 調査・審査業務の最適化と職員のスキルアップ

令和7年度は、人員計画としては期中に定年退職する1名の補充を予定していたが、社歴の浅い調査員が順調に育ってきていることから採用を行わず、調査員は1名減の5名体制で業務を行った。職員のスキルアップには、関係官公庁、諸団体主催による研修会等を活用した他、法改正や行政による処分の告示、注意喚起等の発表後速やかにメールで周知し、職員の知識量、質の底上げを図った。調査・審査の実務では、審査報告書の記載内容の精査を行い簡略化できるところは簡略化し、調査員ごとの報告書の作成日数を把握しスピードアップを促した。職員が調査・審査に携わる際のあるべき姿勢と社会貢献への意識を高めることを意図してパーパスを策定し、協会で働くことのモチベーション向上を図った。

☆Purpose (Vision) / 目指す将来像

⇒消費者にとって、広告を真に役立つ有益な情報にする

☆Mission / 私たちの使命

⇒広告事前審査の拠り所となる

☆Value / 行動指針

⇒Faithful (誠実で)、Fair (公正で)、Flexible (柔軟に)

3つのFで得られた知見を社会と共有

2. 関係官公庁・団体との連携、情報交換

月例の広告適正化連絡会は、年間を通して関係官公庁や諸団体の担当者の出席を得て開催した。問題広告事例の説明と共有、気になる事例や新ビジネス商材の紹介などの情報交換を行い連携強化に努めた。また、消費者庁や厚生労働省、東京都、国民生活センターへ会員社研修会の講師派遣を依頼し、日本広告審査機構、日本通信販売協会と問題広告の情報共有を行うことなどを通じて関係団体との協力関係を深めた。審査部次長が日経広告研究所発行の「広告白書」に広告審査についての項目を執筆寄稿するなど関係団体を通じ外部発信にも取り組んだ。

■広告適正化連絡会参加の官公庁・団体

消費者庁 表示対策課、同課ヘルスケア表示指導室

消費者庁 取引対策課

警視庁 生活安全部生活経済課

警視庁 生活安全部生活環境課

経済産業省 商務・サービスグループ 文化創造産業課

厚生労働省 医薬局 監視指導・麻薬対策課

東京都 保健医療局 健康安全部薬務課

東京都 消費生活総合センター 相談課

独立行政法人 国民生活センター 相談情報部

一般財団法人 日本消費者協会 消費者相談室

公益社団法人 日本広告審査機構 審査部

3. 会員社に向けた情報発信の強化

会員社研修会は前年度から1回増やし対面形式で3回実施した。プログラムは2部制とし、第1部では審査実務上関心のあるテーマを選び、第2部では審査・考査上の知識を補完するトピックを取り上げた。第1部のテーマは、アンケートから会員社の関心の高い「医薬品等」と「機能性表示食品」とした。「医薬品等」は3回のうち2回を当て、3月を、系統立てて理解する場が少ないと思われた「医療機器」をメイン解説する内容とし、11月を、令和7年3月10日に約40年ぶりに改正された「化粧品における特定成分の特記表示について」の理解を図る内容とした。9月は、「機能性表示食品」の好事

例と問題事例から広告審査・考査のポイントを学ぶ内容とした。第2部のテーマは、3月に「政治広報と選挙広告」、9月に、平成20年以来となるテーマで、インターネットを含む媒体別の広告規制を把握する「貸金業の広告規制」、11月に、国民生活センターから講師を招いた「消費者トラブルと広告表示についての最近の相談事例」とした。講演後には質疑応答の時間を設けてその場で疑問を解消できるようにした。審査・考査の初心者向けの基礎講座を会員社に出向いて行うことを表明し、出張講座を会員社1社に実施した。当日は、審査に関わる部門とともに営業部門も参加された。事前にご相談のあった「医薬品等」と「健康食品」の広告について、審査・考査する上での基礎的な論点について、関係法令の考え方や具体例をもとに協会幹部が解説し、事前審査の重要性を理解していただいた。会員社専用サイトでは「アーク博士のお役立ち情報」という名称のコラムを月2本程度アップし、協会が問題広告と判定した事例の中から、広告審査の判断の論点となる事例をわかりやすく解説している。また、業種ごとに審査のポイントを解説するコーナーである「業種選択」の情報を更新し、景品表示法、公正競争規約の特徴、特定商取引、消費者信用取引、金融・投資商品、医薬品等の広告規制の考え方、医療、あはき・柔整その他医業類似行為、求人関係、不動産、有料老人ホーム、宿泊・旅行事業、冠婚葬祭関連事業、動物・ペット関連、電気通信事業の該当性判断など現在54の業種・細目を掲出している。

4. オンライン活用と業務の効率化

令和7年度は、サーバーのOSのバージョンアップとそれに伴うシステム改修を予定していたが、会員社の皆様により使いやすいシステムにするため時間をかけて検討することとし令和8年度に延期した。先行して会員社サイト内にある媒体社限定の検索機能で、報告書の一部を全文検索できるように改修して利便性を向上させた。調査・審査の業務効率向上のために、紙文書やWord・Excelなどの電子文書を一元化し、管理・編集できるツールを導入した。調査部長・次長と調査員のやり取りに利用する他、pdfファイルから文字をテキストデータ化する機能を使い、広告主から提供された資料の入力作業を軽減させることで報告書作成の時間短縮を図った。