

開催日時：2023年12月14日（木）  
13:00～17:00  
開催場所：明治安田生命丸の内  
MYPLAZA会議室／Zoom

## 【第1部】分科会活動

## 【第2部】講演会

「企業を取り巻く環境変化  
～JAROに寄せられた苦情事例から学ぶ  
消費者に寄り添った発信方法のヒント～」

講師：JARO 公益社団法人 日本広告審査機構  
審査部 佐藤 由希 氏

本日の講演内容

第1部：広告を取り巻く環境  
第2部：広告に関する苦情事例

広告業界の状況を把握し、JAROに寄せられた消費者の声を知ることによって消費者を不快にさせない情報発信とは何かを一緒に考えましょう。



JAROのミッション

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。

公益社団法人 日本広告審査機構  
JARO (Japan Advertising Review Organization)

- ◆ 1974年に広告・表示の適正化をはかることを目的として広告業界が設立した民間の自主規制機関。
- ◆ 広告主、新聞社、出版社、放送会社、広告会社などが会員となって運営されている公益社団法人。(2023年7月現在 881社)
- ◆ 主な業務として、**広告・表示に関する相談の受付・処理、審査**を行う。

広告・表示のフェアプレイを推進しています

F30 project

ぜひ、あなたの声をお聞かせください。

F30 project ミドルマネジメントアンケート

F30(はふさんじゅう)プロジェクトでは、女性ミドルマネジメントの等身大のモヤモヤを集め、その解決のヒントをnoteで発信しています。組織やチームの規模は問いません。小さな声でもお寄せください。



※都恋堂 小林さんよりF30プロジェクトの紹介がありました

12月度月例研究会は、消費者からJAROに寄せられた声をもとに、消費者を不快にさせない発信方法のヒントについてお話しいただきました。

インターネット広告は2005年から急成長し、媒体別の広告数では2019年以降トップとなっています。インターネット広告はアフィリエイターなどによる過激な広告が多く、事実と異なる表現は広告に関わる者すべてが法に抵触する可能性があることを学びました。

また、広告におけるジェンダーや差別的な表現は特に、消費者の感じ方が様々であることを意識して発信を行う必要性を実感しました。