

持続可能な「No.1調査」のあるべき姿とは？

法規制とJMRAの基本姿勢 (綱領・JIS・ガイドライン)

2022年 4月27日

JMRA・ISO/TC225国内委員会
(株)一ノ瀬グローバルインサイト

一ノ瀬 裕幸

4/22~5/19 ガイドライン(案)に関するパブコメ実施

◆ 4/21理事会報告を経て正会員社向けに原案を公表し、意見募集中

- 『比較広告表示に使用する調査データ開示ガイドライン(案)』… 会員社**拘束力あり**
- 『比較広告のための調査実施の手引き(案)』… 参照資料
- 今日は直接その内容について議論する場ではありませんが、ご参考に

◆ 目的：No.1を含むランキング調査の適正化、健全な発展を目指す

- 決して「No.1調査をやめろ」と言っているのではなく、**ルールを明確化・詳細化**
- **法規制はすでに確立している**が、一定のグレーゾーンも存在するため、消費者に判断を委ねるための**情報開示強化の必要性**を強調

◆ このガイドラインが縛れるのは会員社のみだが、顧客にも尊重を期待

- 専門家集団として「あるべき論」を提示し、まっとうな世論形成を促したい

ガイドライン(案)の主な論点とFQA

1. クライアントと調査会社の責任の明確化

- 「優良誤認」防止責任は広告主に **(景表法)**
- ただし、調査会社には顧客への注意喚起義務がある **(JISほか)**
- 事前相談を促す契約締結等の努力義務、適正な運用徹底を課す **(本ガイドライン)**

2. 根拠となる調査概要等の情報開示を要請

- 広告表示を行なう受託調査については、調査設計、該当する質問文と選択肢、結果データ **(消費者に判断材料を)**
- 会員社が表示内容を許諾した適正案件の公表 (=ホワイトリスト)
* 自社か、JMRA専用HPか

3. 違反発生時の審査

- 会員社の非による違反は懲罰対象に **(綱領)**

4. 「駆け込み寺」の設立検討

- 広告表示問題に関する専門委員会設置を検討 **(社会ニーズへの対応)**
(専門家集団の責任)

JMRAとして声を上げる意義は？

- 多くの人々が「何かオカシイ」と感じていた

- JMRAの「抗議状」に予想外(?)の反響
- 消費者団体からも適正化への期待

- 国際的にも自主規制が進んでいる

- 英国市場調査協会(MRS)でも同様の課題
↓
行動規範(ルール)の整備、広告業界との連携

<参考> 実際の苦情
はかなり稚拙(!?)

- ある公的機関に寄せられた実例によると…
(口頭にて報告)
→ 一般消費者でも「?!」と絶句するレベル

- 一般消費者に適切な判断材料を提供
- 「専門家に聞きたい」に答える社会的責務 ⇒ JMRA以外に誰がやる？
- 業界の自助努力・自浄作用を促す責任