

「ランキング広告表示に使用する 調査データ開示ガイドライン」説明会

2022年 7月 6日

一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

「No.1調査問題」の直近までの経緯

◆ 2022年1月18日、JMRAが異例の「抗議状」を発表

- 「No.1取得という結論先にありき」の非公正な調査の横行に異議申し立て
- 一般消費者保護、市場調査に対する社会的信頼の維持を訴え
- 5月17日のNHK番組「クローズアップ現代」等、マスコミにも共感をもって迎えられた

◆ 5月26日、理事会で本日ご説明のガイドラインを承認・発行

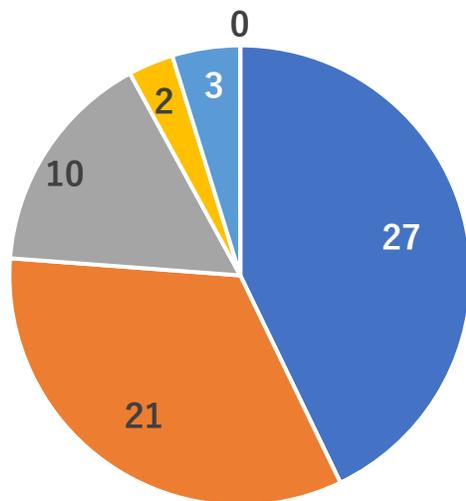
- 決して「No.1調査をやめろ」と言っているのではなく、**ルールを明確化・詳細化**
- **法規制はすでに確立している**が、一定のグレーゾーンも存在する
⇒ 消費者に判断を委ねるための**情報開示強化の必要性**を強調

◆ 6月15日、ついに消費者庁から「第1位」広告表示違反に行政処分

- あまりにひどい内容に対し、広告主に措置命令（ただし、広告代理店は処分対象外）

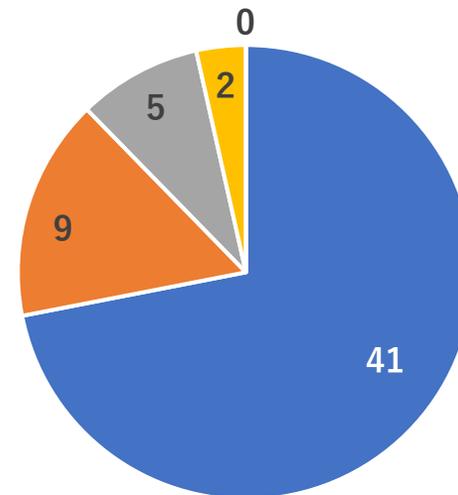
「No.1調査」に対するJMRA会員社の姿勢（現状）*

「No.1」を含むランキング広告に使用するための
調査プロジェクト受注状況（N= 63、人）



- 原則、会社方針としてお断りするようにしている
- 引き合いがあれば受注を検討するが、ほぼない
- 受注することはあるが、年に数本以下
- 月に1~2本程度
- 毎週1本程度
- 毎週2~3本以上

ガイドラインの4. 2項の努力義務について
どのように考えるか（N= 57、人）



- 結果はどうあれ、原則として説明と要請は行いたい
- 説明と要請は行いたい、対象顧客やタイミングをよく検討したい
- クライアント側から聞かれば、説明と要請を行いたい
- 現実的に、説明も要請も難しいのではないかと思う
- 会社方針として、説明も要請も行わないと思う

*）本説明会参加登録者への事前アンケート結果（「わからない」「その他」を除く）

「No.1」を含むランキング広告表示問題への対応

◆ JARO（日本広告審査機構）の要請に応じ、協力団体に

- 専門家集団として「広告表示問題専門委員会」を組織し、社会の期待に応じていく

◆ 実務家向けの『手引き』については随時改定を予定

- 不適切な調査設計や解釈が行われないように具体例を提示し、かつ発展させていく

■ 消費者保護と調査に対する社会的信頼を維持するため、ご協力を

- 景表法上の責任は**広告主**にあるが、**調査会社にも適切な助言を行う責務**がある
- JMRA会員社が積極的に取り組むことで、事態の改善につながることを期待される
- クライアントとJMRA会員社が協力しあい、健全なマーケティング活動の発展へ