

2024年5月17日

デジタルメディア上における詐欺広告について

一般社団法人 日本広告業協会

昨今社会問題化しているいわゆる「詐欺広告」に関しては、広告に類似させた手法を用いた悪質な犯罪行為であり、健全な広告活動を行っている当協会会員社をはじめ広告業界全体にとって、広告の信頼性を大きく損なうとともに生活者に実被害をもたらしていることから断じて看過できない事象と捉えております。

当協会では、日本アドバイザーズ協会（JAA）、日本インタラクティブ広告協会（JIAA）と連携・協力し2021年に「デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）」を設立、デジタル広告の品質向上・健全化に向けて広告主を含め広告業界全体での取り組みを強化してまいりました。

また、総務省が主導して検討を進めている「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」において、デジタル広告に関する当協会のご説明を行うなど、偽情報・誤情報の拡散やデジタル広告分野におけるエコシステムの課題検討について全面的に協力を行っております。

今回の広告の信頼性を損なう行為に対しては、当協会の運営全般について審議する機関として設置されている運営委員会（※1）において既に議論を開始しており、前述日本インタラクティブ広告協会（JIAA）に対し全面的に協力を求めるとともに、デジタル広告を支える多くの関係者すべてが危機感を持って連携・協力して取り組まねばならない喫緊の課題との認識です。

先般日本アドバイザーズ協会から発せられた緊急提言には全面的に賛同するとともに、もとより当協会が「広告倫理綱領」（※2）に定める広告業本来の社会的責任を果たし、広告業界の健全な発展と生活者一人ひとりが、より安心・安全な未来を実感できる豊かで文化的な社会づくりに貢献すべく、広告の価値と魅力の創造・向上に広告業界全体で取り組んでまいります。

以上

※1 当協会の業務執行を決定する機関である理事会への提出議案については、原則すべて運営委員会の審議を経ることとなっており、当協会副理事長、統括委員会担当理事はじめとする理事10名で構成される委員会

※2 一般社団法人 日本広告業協会 広告倫理綱領

私たちは、企業と生活者、企業と企業、企業と社会、社会と個人等を結ぶ広告を中心とした様々なコミュニケーション・サービスの担い手として、広告が社会に与える影響の重大さを認識し、広告業本来の社会的責任を果たすことにより、豊かで文化的な社会づくりに貢献することを使命とします。

私たちは、広告主、媒体社および協力会社とともに、それぞれの主体的立場を尊重し、たがいに協力して、これらの使命を達成するために最大限の努力を払い、次の綱領およびクリエイティブ・コードを定めて広告倫理の向上に寄与しようとするものであります。

●綱領

1. 広告は、真実を示し、社会の信頼にこたえるものでなければならない。
1. 広告は、関係法令や倫理規範を遵守するとともに、人権を尊重し、公正な表現を行うものでなければならない。
1. 広告は、健全な社会秩序や善良な習慣をそこなうものであってはならない。
1. 広告は、品位を重んじ、明るく、すこやかな生活づくりに貢献するものでなければならない。
1. 広告は、生活者利益を優先する情報を提供するものでなければならない。
1. 広告は、効果的で、効率的なコミュニケーションを通じて、最適なソリューションに貢献するものでなければならない。

●クリエイティブ・コード

1. 広告は、創造性を追求し、人々の心に喜びや感動を与えるものにしよう。
1. 広告は、社会の規範や秩序の上に立って表現の可能性を追求しよう。
1. 広告は、創造性を尊び、第三者の権利を侵害してはならない。
1. 広告は、虚偽や誇大な表現をすることなく、真実を伝えなければならない。
1. 広告は、あいまいな用語や内容で、誤解を招くような表現をしない。
1. 広告は、他をひぼう、中傷してはならない。
1. 広告は、人権に配慮し、不当な差別的表現をしてはならない。
1. 広告は、品位を保ち、不快な印象を与える表現をしない。
1. 広告は、幼少年の健全な成育の妨げにならないように配慮しよう。
1. 広告は、簡潔な表現を用い、わかりやすく、受け入れやすいものにしよう。