
**帝塚山学院大学**  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

## 広告メディア概論 受け手の権利

中野秀男  
 帝塚山学院大学非常勤講師  
 大阪市立大学名誉教授、堺市情報セキュリティアドバイザー

1 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

1

今日の話

- ▶ 広告の受け手の権利
  - ▶ 消費者運動
  - ▶ コンシューマリズム
  - ▶ ケネディーの消費者の4つの権利
  - ▶ 消費者保護法、消費者基本法
  - ▶ 自主規制、業界団体
  - ▶ JARO



▶ 2 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13
 
**帝塚山学院大学**  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---

---


---

2

消費者運動

- ▶ 消費者運動(日本では戦後から)
  - ▶ 日本消費者協会、各自治体の消費者センター
  - ▶ 主婦母体型:主婦連、地婦連、消費者科学センター
  - ▶ 生協型
- ▶ コンシューマリズム
  - ▶ 消費者の利益を最優先する社会的理念
  - ▶ 公害問題から住民運動が
  - ▶ 住民運動+消費者運動



▶ 3 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13
 
**帝塚山学院大学**  
 TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

---

---

---

---

---

---

---

---


---

---

3

消費者の権利

- ▶ 消費者の4つの権利(1962年アメリカのケネディー大統領)
  - ▶ 消費者保護に関する特別教書
  - ▶ 安全である権利(the right to safety)
  - ▶ 健康を害したり生命に危険を及ぼす商品から保護される権利、知らされる権利(the right to be informed)
  - ▶ 虚偽・誇大な情報や表示から保護されるとともに必要な事実を知らされる権利、選択する権利(the right to choose)
  - ▶ 多くの商品やサービスから正しい選択ができるように保護された権利、意見を聞き入れてもらう権利(the right to be heard)
- ▶ 日本では
  - ▶ 1968年 消費者保護基本法
  - ▶ 2004年 消費者基本法

▶ 4 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

4

---

---

---

---

---

---

---


---


---

---

広告の受け手の権利(4):消費者基本法

- ▶ 消費者基本法(安全である権利)
  - ▶ 7.危害の防止
  - ▶ 14.検査施設整備
- ▶ 消費者基本法(知らされる権利)
  - ▶ 10.表示の適正化
  - ▶ 12.啓発教育の推進
- ▶ 消費者基本法(聞き入れられる権利)
  - ▶ 13.意見の反映
  - ▶ 15.苦情処理体制
- ▶ 消費者基本法(選択する権利)
  - ▶ 8.計量適正化
  - ▶ 9.規格適正化
  - ▶ 10.表示適正化
  - ▶ 11.自由競争の確保
  - ▶ 14.検査施設整備



▶ 5 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

5

---

---

---

---

---

---

---


---

---

---

消費者基本法の基本理念

- ▶ 第一条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。(基本理念)

▶ 6 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

6

---

---

---

---

---

---


---


---

---

---

業界団体と自主規制

- ▶ 業界団体
  - ▶ 日本広告主協会
  - ▶ 日本広告業協会
  - ▶ 全日本屋外広告業団体連合会
  - ▶ 日本インタラクティブ広告協会(IAA)
- ▶ 自主規制
  - ▶ 社会的に不具合を生じる恐れがある製品の生産者、サービスの提供者などが行う自発的な規制(Wikipedia)
    - ▶ 広告綱領: 全日本広告連盟
    - ▶ ACC・CM 倫理綱領: ACC(全日本CM協議会) 
    - ▶ 審査基準: 日本広告審査機構(JARO)

▶ 7 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

7

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

JARO

- ▶ 社団法人日本広告審査機関
- ▶ Japan Advertising Review Organization(JARO)
- ▶ 広告、表示に関する指導、相談、審査、基準の作成
- ▶ 自主規制機関との連携、協力
- ▶ 消費者団体、関係行政機関との連絡、協調
- ▶ 消費者生活における広告、表示などの知識の普及
- ▶ 広告、表示などに関する情報センターとして資料の収集、整備

 公益社団法人  
日本広告審査機構  
JAPAN ADVERTISING REVIEW ORGANIZATION

▶ 8 広告メディア概論 受け手の権利 2020/11/13  帝塚山学院大学  
TEZUKAYAMA GAKUIN UNIVERSITY

8

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---