

⑦ 一般社団法人 日本雑誌広告協会

1. 主な取組

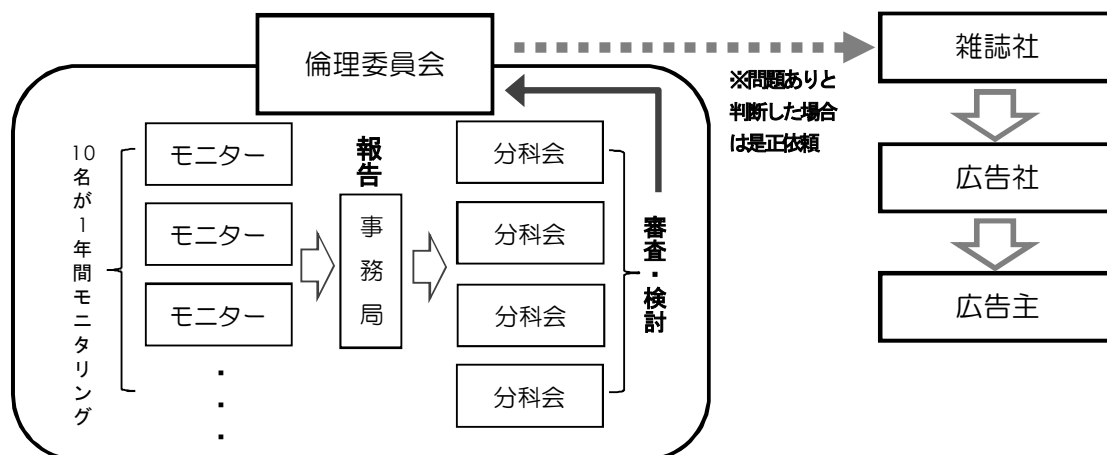
- ・ 雑誌広告のモニタリング
- ・ 自主基準（雑誌広告倫理綱領、雑誌広告掲載基準）を策定し、会員への広告倫理の周知徹底
- ・ 講習会の実施

2. 雑誌広告のモニタリング活動

協会内に会員 50 社からなる「倫理委員会」を組織し、年間を通して雑誌広告のモニタリング活動を実施している。

消費者団体から紹介された 10 名の方にモニターを委嘱、合せて 30 誌を毎月調査している。雑誌広告モニターは、その中で少しでも問題があると思う広告を見つけた場合は、その広告を理由とともに、月に一度倫理委員会事務局に報告することになっている。

事務局で業種別に分類されたモニター報告は、10 名で構成する 4 つの「分科会」において問題部分の検討を行い、改善すべき内容・程度に合わせ、「大幅改善申入れ」「改善申入れ」「掲載注意」などの審査判断を行っている。「倫理委員会」では「分科会」の報告を審査・承認した後、問題があると判断した広告を掲載していた雑誌社に報告し、審査判断に従った原稿を掲載するようその都度指導している。



3. 取組の効果等

モニターは、会員以外の消費者団体職員、あるいは消費者団体から紹介された一般消費者に依頼することで消費者目線のモニタリングを実施している。また、広告の専門である分科会がそれを審査する事で二重のチェック体制が敷かれている。

(団体の概要)

雑誌広告の質的向上を図り、社会生活情報としての役割を高め、産業、経済、社会の分野の発展に寄与することを目的としている。

H27 年 1 月現在、会員社は雑誌社 89 社、広告社 110 社。

〈主な事業内容〉

- (1) 雑誌広告に関する調査・研究
- (2) 倫理向上のための施策の推進。

→ 詳しくはホームページをご覧ください。 <http://zakko.or.jp/>