

## ◆透明性のある表現を！誇大広告のリスク◆

さて、あなたの会社では広告のチェックをどのように実施していますか？

- ◆ \_\_\_\_\_ ◆  
透明性のある表現を！  
誇大広告のリスク
- ◆ \_\_\_\_\_ ◆

近年、特にインターネット上での誇大広告が後を絶たず、深刻な事態となっています。  
過剰な表現を用いた広告は、SNSで拡散されやすく、一時的な注目を集められるかもしれません。

しかし、広告を見た人の期待と実際の商品・サービスのギャップは企業への信頼を失わせ、長期的な顧客離れにつながります。  
競合他社からは批判され、業界内での評判を落とすことも珍しくありません。

調査が入った結果、【景品表示法違反】となり罰金や業務停止命令などの処分を受けた例もあります。

それだけに留まらず、社内においては自社の誇大広告を知った従業員が、  
会社への誇りや仕事へのモチベーションを失い離職に至ることもあるようです。

重要なのは、たとえ悪意がなくとも結果として誤解を招くような表現をすれば  
それは誇大広告とみなされる可能性があるということです。  
『知らなかった』『そんなつもりではなかった』は通用しません。

法律や規制の観点からすれば、意図的であるかどうかに関わらず、誤解を招く広告は違反となってしまうのです。  
では、誇大広告を出さないために私たちはどうしたらよいのでしょうか。

ちなみに、広告作成に関する社内研修を実施している企業では、以下のようなことを教えているそうです。

- 抽象的な表現や主観的な評価を避け、具体的な数字や事実に基づいた表現を使う  
× : 業界最高の品質  
○ : 顧客満足度95%  
(2024年自社調べ)
- 信頼できる第三者機関による認証や評価結果を広告に盛り込む
- 広告を出す前に法務や品質管理など、複数の部署にチェックしてもらう など。

誇張した表現は短期的な利益をもたらすかもしれませんが、長い目で見たら会社にとって大きなリスクとなります。  
正直で透明性のある広告戦略こそが、信頼される企業への近道です。  
ぜひ、社内教育の一環として広告のつくり方を振り返ってみてはいかがでしょうか。

□ ■ □ \_\_\_\_\_  
編集後記

\_\_\_\_\_ □ ■ □  
今回は「誇大広告のリスク」をテーマにお伝えしました。  
良かれと思ってつくった広告が会社に損害を与えてしまったら本末転倒ですよ。  
当社も改めて広告のつくり方を学んでいこうと思いました。

最後までお読みいただきましてありがとうございます。  
ご不明な点がございましたら、ご遠慮なくお問い合わせください。  
今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

