

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」最終報告【概要】

I. 信頼される放送の堅持

・ 改正「民放連放送基準」の浸透に向けた取り組み

社会の変化、特に人権意識の一層の高まりや価値観の多様性に対応することなどを目的に民放連放送基準の見直しを進め、152あった条文のうち45条文を改正した。2022年5月26日開催の民放連理事会で決定し、2023年4月1日に施行した。

・ 「番組審議会」の意義や役割を示すための取り組み

番組審議会を「放送の自主・自律的な取り組みを進めるうえで欠くことのできない組織」と考え、その意義や役割を内外に示す取り組みを進めた。外部に対しては民放連ウェブサイト番組審議会のポータルサイトを設け、視聴者・リスナーが各社の番組審議会のページにアクセスし易くした。内部では各社に「番組審議会の運営に関する基礎調査」を実施して基本認識や運営に関する課題を確認したほか、2024年3月に全社会議を実施した。

・ BPO委員会決定等を踏まえた自主的な取り組みの推進

BPOが2021年3月30日に通知・公表した「リアリティ番組出演者遺族からの申し立て」（見解）を受け、番組出演者の保護に関する放送局の自主的な取り組みの検討を進め、「民放連放送基準」の条文新設や、各社が対策を行う際の参考となる「留意事項」の策定などを行った。

・ 事業活動全般における人権の尊重、コンプライアンス順守

大手芸能事務所元代表者による人権侵害行為が明らかになったことを受け、民放連会員社が人権尊重の重要性を改めて認識し、報道や事業活動を通じてあらゆる人々の人権が尊重される社会を目指すことを誓う「人権に関する基本姿勢」を2023年12月21日に取りまとめ、公表した。

・ 視聴覚障害者等向け放送のさらなる充実

2027年までの字幕放送・解説放送・手話放送の普及目標を定めた「放送分野における情報アクセシビリティに関する指針」の中間見直しに向けた総務省の検討に民放連として参加したほか、視聴覚障害者団体と放送事業者との情報共有・双方の取り組みの深化に努め、NHKとも定期的に「視聴覚障害者等向け放送に関

する意見交換会」を開催した。また、民放連、日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会で構成する字幕付きCM普及推進協議会の活動を中心に、字幕付きCMのさらなる普及のために関係団体と協力して取り組みを進めた。

II. 民間放送事業の持続可能性の向上

・ ローカルテレビ局の経営基盤強化に関する研究

ローカルテレビ局の経営をめぐる諸問題を研究・検討するために2019年3月に設置した、ローカルテレビ社のみで構成する「ローカルテレビ経営プロジェクト」の第3期を2022年秋にスタートさせた。深掘りして検討するテーマとして「放送収入の確保」と「人材確保と人事施策」を抽出し、委員の分科会形式としてより実践的な議論を行うなどの取り組みを進めた。

・ デジタル時代の放送制度および二元体制に関する対応

①民放に対するNHKの協力義務、②NHKの必要的配信業務の2件を主眼とする「放送法の一部を改正する法律案」が第213回国会に提出された。法律案は総務省「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会」の提言を踏まえた内容であり、同検討会における民放連の主張が反映されている。

さらに、民放事業に関係する制度改正やNHK経営計画等の意見募集に対し、適時適切に民放連意見を提出し、民放事業者の意見の反映に努めた。

・ 放送インフラにかかるコストの削減

総務省、民放、NHKの3者で構成する「中継局共同利用推進全国協議会」が発足し、2023年12月25日に第1回会合を開催した。羽牟民放連副会長技術委員長が会長に、寺田健二・NHK理事技師長および小笠原陽一・総務省情報流通行政局長の2名が副会長にそれぞれ就任した。

民放連はこれに先立ち、民放テレビ個社の判断を拘束しない前提のもと、民放連が全国協議会に協力・参加するとの対応方針を、理事会の承認を得て取りまとめた。

・ ラジオの経営課題に関する調査研究

2022年7月に「ラジオ経営課題研究部会」を設置し、①ローカル局の経営課題を可視化して協調領域の課題解決を図る、②まずは個社が抱えている経営課題（困っていること）を共有し、その背景・要因を探る、③それらに共通項があるかを検討し、多くのラジオ局の共通課題と言えるならば、業界団体として解決を試みることを基本方針として検討を行った。

調査研究の前半では、部会委員らによるプレゼンテーションやラジオ全社アンケートを実施して現状を把握。調査研究の後半では、こうした現状を分析したうえで放送の売上減がラジオ経営課題の根源にあるとして、民放ラジオ99局の増収とコスト削減を協調領域と位置付け、①運用型デジタル広告の調査研究、②共通マスター等に関する調査研究、③ラジオ経営トップセミナーの開催に取り組んだ。

Ⅲ. テクノロジーの進歩への対応

・ デジタル空間の情報流通の健全性や生成A Iに関する検討

デジタル時代の情報流通や生成A Iに関し、関係委員会と連携しながらこれまでの検討や対応をさらに進めるため、遠藤会長が委員長を務める緊急対策委員会の下に、新たに「デジタル戦略特別部会」を2023年12月に設置した。検討テーマは、▽民放の生成A Iの利活用やリスクの顕在化への対処に関する検討、▽政府や政党など政策決定者との向き合いや働きかけ——などを想定し、NHKや新聞協会など関係機関との情報共有や連携も行う。

デジタル戦略特別部会では、▽プラットフォーム事業者への向き合いについての意見交換、▽総務省と経済産業省が2024年1月に実施した「A I事業者ガイドライン（案）」に対する意見募集への対応、▽偽情報対策に関するNHKとの意見交換——などを行った。

・ 視聴データの利活用の推進

「視聴データ利活用の周知広報に関する共通素材」を2024年3月に制作し、民放テレビ社に無償で提供した。各社の判断により、放送での告知、インターネット（各種ウェブサイト）での利用、静止画を利用したパンフレット等で利用いただくこととした。

また、「視聴データの適切な取り扱いに関するワークショップ」を2022年5月26日と2023年7月6日に開催し、会員各社への情報共有に努めた。

・ 民放サービス2023（新民放テレビ中継回線）への円滑な移行

民放連はN T Tコミュニケーションズとの間で締結した民放サービス2023の契約に沿って、同社と連携してサービス切り替えに向けた準備作業を進めた。最終的に2023年11月26日深夜（同27日早朝）に、テレビ128社が一斉に切り替え作業を実施し、民放サービス2023への移行は成功裏に完了した。これにより、①従来回線の機能の継承、②安全・信頼性の向上、③回線費用の低廉化、の3点がバランスよく実現された。

- ・ **フルIP化を見据えたカーラジオの次世代戦略**

ラジオ委員会は2023年1月、コネクテッドカーが普及してもカーラジオの聴取習慣を維持し、非常災害時には命を守る確かな情報を届けることを目的として、カーラジオの次世代戦略の推進に着手した。車載型ハイブリッドラジオの国内での普及に向けた検討を行いつつ、フルIP化時代の自動車のダッシュボードへのIPラジオ実装に向けて課題検討を進め、スピード感をもって自動車業界との協創関係の構築に取り組んだ。

その一環として、radikoと共同で「JAPAN MOBILITY SHOW 2023」に民放ラジオブース「Touch! Future Radio in Mobility」を出展した。同ブースでは、次世代モビリティを模したコックピット内と大型ディスプレイに動画コンテンツ（約2分30秒）を上映し、GPS情報に連動した所在地の交通情報や災害・緊急情報の提供、近隣店舗のお得なクーポン発行などを疑似体験する機会を提供した。自動車のダッシュボードにIPラジオが搭載されることでラジオ番組やCMのメタデータと自動車の位置情報が連動し、便利で魅力的な「未来のラジオ」が実現することを訴求した。

- ・ **第三者による番組内容のインターネット利用等への対応に関する調査研究**

放送事業者以外の者が、放送後の番組内容や出演者の発言などを書き起こして記事にする、いわゆる“コタツ記事”（直接取材を行わず、コタツに入ったまま書くことができる記事を意味する）がインターネット上に多くみられるが、放送局等に対して取材をしたり、事前に許諾を得て行われていることはほとんどない。番組内容が無断で利用されているにもかかわらず、放送事業者や実演家等には経済的な利益が一切なく、番組内容を書き起こし、記事として自社のウェブサイトに掲載した第三者には当該記事の閲覧によって収入等が生じる場合がある。

このような状況から、コタツ記事について放送事業者の意向を反映する方策の検討を行い、使用される番組のジャンル、記事の分量、記事の作成主体によるコタツ記事の分類やコタツ記事が放送事業者へ与える影響を整理した。そのうえで著作権法を中心とした現行法での対応や、法改正による対応可能性について検討を行った。

また、放送局等のニュースをニュースプラットフォームに提供する取引に関して公正取引委員会が実施した実態調査に協力。事業者団体としてニュースプラットフォーム事業者に採りうる方策についての検討を開始した。

IV. 民間放送の価値の社会への浸透やステークホルダーとの共有

- ・ **日本民間放送連盟賞受賞番組の配信**

民放連賞の受賞番組については、グランプリ・準グランプリの全国向け再放送はあるものの、それ以外の受賞番組については触れる機会が限られている状況にあったことから、各社が制作し高い評価を受けた番組について、広く視聴・聴取の機会を設け、民間放送の価値を社会に伝えることを目的として、受賞番組を配信するキャンペーンを実施した。

2023年9月21日の受賞番組の公表に合わせ特設サイト (<https://jba-awards.com/>) を公開し、2024年3月31日のキャンペーン終了までに、番組部門受賞作のうち25番組を配信した。

- ・ **テレビ、ラジオの広告効果に関する研究の実施**

- ① テレビの広告効果に関する研究

民放連研究所では、テレビの広告効果を主にインターネット広告との関係性において、可能な限り定量的に分析し、明らかにするため、「テレビの広告効果に関する研究」を2019年度から実施している。2021年11月～2022年1月に行った第2回調査では、日本アドバタイザーズ協会「テレビ・ラジオメディア委員会」（当時）を通じて協力を得た広告主（3社）の5商品に関して、テレビCMとデジタル広告の両方を用いた広告キャンペーンの効果測定を行った。

具体的には、テレビCMおよびConsumer Generated Media（CGM）動画広告のログ解析に基づく接触データと接触者への意識調査をマッチングさせたデータから、両者の購買ファネルにおける貢献ポイントの違いや特徴、広告のコスト効率などを分析し、CGM動画広告と比較したテレビCMの効果と効率両面での優位性や、テレビCMとCGM動画広告の相乗効果などを定量的に明らかにした。

その結果、▽テレビCMは、リーチがCGM動画広告よりも格段に大きいだけでなく、CGM動画広告と比較して広告の認知効率が明らかに高い、▽テレビCM単体のみよりも、テレビCMとCGM動画広告の両者を掛け合わせることでより広告効果は高まる、▽テレビCMは「購買・興味関心」「購買意思決定」に強みを持つ。店頭で“買い物のついで”の商品確認を促し、それが購買行動にも結び付いている——などの知見が得られた。

- ② ラジオの特性・広告効果に関する研究

民放連研究所は、ラジオの特性や媒体価値を客観的なデータに基づいて示すことで、ラジオの媒体価値に関する理解を醸成することを目的として、「ラジオの

特性・広告効果に関する研究」を実施した。本研究では、2023年3月に一般の生活者で構成されているパネルに対するアンケート調査を実施し、▽生活者にとっての「ラジオメディア」の価値とポジションの実態、▽番組コミュニティへの関与の実態、▽番組コミュニティへの関与度と広告効果の関係、などについて分析を行った。

その結果、▽ラジオ放送は通勤通学などの移動中によく利用されている一方、radikoは自分の部屋やリビング・居間などでくつろぎの時間に多く利用されている、▽災害発生時の被災関連情報や、地元の天気や交通情報などの生活に身近な情報が期待されている、▽ラジオ放送もradikoも、他のメディアと比較して、広告へのストレスの低さが大きな特徴となっている、▽好きな番組の聴取頻度が高いほど、広告の影響力は高まる、▽リスナーの好きな番組に対する親近感、ファン意識、コミュニティ意識といった“熱量”の高さが広告の影響力をより高める、▽偶然の出会いを生みだすリアルタイムのラジオ放送と、レコメンド機能やオンデマンド性に優れるradikoの相乗効果により、ラジオの聴取機会の拡大とファンの番組に対する“熱量”を高める好循環を創り出すことが重要——などの知見が得られた。

③テレビ広告の効果に関する説明資料の制作

営業委員会では、テレビの広告媒体としての価値を広告主や広告会社に正しく評価してもらうため、民放連研究所が2022年7月に公表した「テレビの広告効果に関する研究」第2回調査結果をもとに、テレビCMの効果、効率の高さをわかりやすく説明する資料を制作した。

資料はデータ版と動画版の2種類制作し、データ版は営業担当者が広告主へ企画提案を行う際の参考となるよう、ビジュアルな内容とした。動画版はこれからテレビ広告に関するデータリテラシーを学ぶ営業担当者が民放連研究所の調査結果に興味を持つきっかけになることを目指し、ビジネス漫画を動画化した。

・ ウェブを利用して「民間放送の価値」を広く周知する

ウェブマガジン『民放online』（2021年9月創刊）を積極的に運用し、「F I F Aワールドカップ中継」「少年事件報道の実名解禁」「B P O発足20年」「コロナ禍を振り返る」「関東大震災100年とメディア」「連続企画『旧統一教会報道の現在地』」「連続企画『第100回箱根駅伝中継・担当者の声』」などタイムリーなテーマの記事を掲載した。

2022年は沖縄本土復帰50年となることから、沖縄の民放各局の番組対応についてアンケートを実施し、地元局の取り組みを伝えた。また、2024年1月1日に発生した能登半島地震においては、石川県各局の編成対応について1月にアンケートを行い、発災直後の放送対応などを伝えたほか、2月上旬に石川県各局に報道対応を中心に聞き取り取材を行い、記事を掲載した。

2023年には「シリーズ『テレビ70年企画』“これまで”と“これから”」を実施。民放連の会長経験者などへのインタビューを通じて、テレビの魅力やこれからの可能性、果たすべき役割、将来に向けた提言などを記事にまとめた。このほか、メディア研究者らの論考を通じてテレビメディアのあり方や70年のテレビ史を振り返る企画、放送のこれからを担う各局の若手による「テレビのこれから」を提案する企画を展開した。

また、2023年12月に民放連が「人権に関する基本姿勢」を策定したことを踏まえ、「人権」についていま一度考えるため、2024年4月から「シリーズ『人権』」を開始したほか、報道委員会と連携し「民放報道の現場から」と題するシリーズ企画を実施した。

以 上