

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」について

インターネットを活用した技術やサービスが社会に定着し、民間放送事業を取り巻くメディア環境は大きく変化している。人々の可処分時間をめぐる争いが激化し、若年層を中心にテレビ離れ・ラジオ離れも指摘されている。その一方で、インターネット上には事実を歪めて伝える動画や、誰かを傷つける言説があふれ、その弊害が顕在化している。

民間放送事業者は、事実に基づく確かな情報を伝え、誰もが楽しめる娯楽を提供し続けることにより、今後とも健全な民主主義の発展、地域社会と経済の成長、文化の向上に貢献する決意である。その決意を実現に移すためには、われわれ自身の価値を最大限に高め、新しい環境下においても持続可能な民間放送事業を創り出していかなければならない。

今回の施策においては、民間放送の価値を高めるのみならず、それを伝えることに力点を置く。自らの事業とその価値を、ステークホルダーである視聴者・リスナー、広告主・広告会社や地域社会などに伝え、その理解と協力のもとで未来を切り開いていこうと考えているからである。その際、民間放送で働く人々自身が、その価値を理解することも欠かせない。

民放連は、前期の体制における「放送の価値向上・未来像に関する民放連の施策」を引き継ぎつつ、2022～2023年度の2年間にわたり、以下のとおり、新たな施策に取り組む。

1. 目的と基本姿勢

- ・ 民間放送の価値を最大限に高め、その価値を社会に伝えることをこの施策の主な目的とする。
- ・ メディア環境の複雑化・多様化に対応するために、民間放送としての協調領域を見極めて積極的に取り組むことを基本姿勢とする。

2. 推進組織

緊急対策委員会の下に設置した会長と専門委員会委員長と専務理事で構成する「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策推進会議」（施策推進会議）において、本施策を推進するとともに、新たな施策の必要性などを適時に検討する。

3. 具体的な取り組み（4本柱・35項目）

（1）信頼される放送の堅持

インターネット上でフィルターバブルやフェイクニュースなどの課題が指摘されるなか、正確な情報を提供する「放送」の信頼性を堅持する取り組み。

① 改正「民放連放送基準」の浸透に向けた取り組み

- ・ 2023年4月施行予定の改正「民放連放送基準」について、会員社における一層の理解と

遵守徹底に資するため全社説明会を開催するほか、新たな「民放連 放送基準解説書」を会員社等に広く配布し、放送に携わる一人ひとりが意識できるようにする。

② 会員社における考査情報の共有

- ・ 「信頼される放送」を堅持するため、会員各社において、引き続き、番組・CMの適切な考査が行われる必要がある。各社から番組・CMの考査事例を収集して情報共有・意見交換を行うとともに、その概要を会員社に共有し、考査上の参考の一助とする。

③ 「番組審議会」の意義や役割を示すための取り組み

- ・ 放送番組に対して放送事業者に直接考えを述べることができる「番組審議会」は、放送の自主・自律を維持するために重要な法定の機関である。「番組審議会」の意義や役割を内外に示せるよう、まずは各社の番組審議会の状況について基礎的な調査を行う。

④ BPOと各社の連携と情報発信

- ・ BPOは放送への苦情や放送倫理上の問題に対し、独立した第三者の立場から迅速・的確に対応し、正確な放送と放送倫理の高揚に寄与する重要な組織である。その意義と役割を内外に示し、一層の定着を図るとともに、委員会決定などを会員社と情報共有し、放送基準の遵守・徹底を呼び掛ける。また、BPO放送人権委員会決定を踏まえた「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る。

⑤ 会員社のメディアリテラシー活動への支援と社会への周知

- ・ 会員社のメディアリテラシー活動のさらなる発展と定着を図るために、各社の同活動に一定の助成を行うとともに、その内容を民放連ウェブサイトに掲載し、民放のメディアリテラシー活動を広く周知する取り組みを継続する。

⑥ 報道担当者向けの研修会等の実施

- ・ 新たに報道の仕事に携わる記者を主な対象とした、「報道記者研修会」を継続して開催し、信頼される報道を担う人材の育成を図る。また、中堅以上の報道担当者を対象とするセミナー企画を検討する。

⑦ 災害放送に関する情報共有

- ・ 2020年の7月豪雨および台風第10号などの自然災害を教訓として、気象庁や内閣府（防災担当）などの防災関連省庁が「避難指示」などの災害関連情報の伝達にかかわる新たな施策を進めている。こうした施策の動きや会員各社の対応の考え方を共有するため、全社説明会等を継続して開催する。

⑧ 「Lアラート」見直しへの対応

- ・ 地上民放各社が無償で利用してきた災害情報共有システム「Lアラート」について、2023年度以降は同システムを利用する民放事業者を含む報道機関等に、運営コストの大部分を負担させる動きがある。国民の生命・財産を守るために必要な情報の配信は、全額公費負担とすべきであり、利用者負担の撤回を求める。

注)「Lアラート」は災害発生時に、地方公共団体等が放送事業者やアプリ事業者など多様なメディアを通じて地域住民等に対して必要な情報を迅速かつ効率的に伝達する共通基盤。マルチメディア振興センター（FMMC）が運営し、放送事業者などに対し災害情報などを無償で提供している。

⑨ SNS等の情報の取り扱いに関する研究

- ・ ソーシャルメディアを流通する情報の取り扱いを研究し、その向き合い方に関する知見を共有する。また、偽情報に関する民間の取り組みに協力する。

(2) 民間放送事業の持続可能性の向上

放送の多様性を維持し、持続可能な民間放送事業を作り上げる取り組み。

① ローカルテレビ局の経営基盤強化に関する研究

- ・ ローカルテレビ経営プロジェクトを継続設置する。ローカルテレビ局の経営判断に資する情報の提供・共有を通じ、経営基盤強化に関する研究と検討を行う。地域社会のローカルテレビへの期待やニーズを確認しながら、今後も地域の情報インフラとしての役割を果たし、地域課題の解決に貢献するための事業や経営のあり方を追求する。

② 視聴覚障害者等向け放送のさらなる充実

- ・ 視聴覚障害者等向け放送（字幕・解説・手話）の着実な拡充を引き続き検討する。総務省「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、会員社の状況を踏まえ対応する。
- ・ 字幕付きCM普及推進協議会（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）の取り組みを継続し、字幕付きCMを制作する広告主の輪をさらに広げる。

③ 民放各社のサステナブルな活動をサポートする取り組み

- ・ 2015年の「国連持続可能な開発サミット」で採択されたSDGsに沿った事業活動が民放各社においても広がっている。地球環境や社会、経済に配慮したサステナブルな活動を放送事業者としての企業価値の向上につなげようとする会員社をサポートする取り組みを検討する。

④ デジタル時代の放送制度および二元体制に関する対応

- ・ 放送の多様性の根幹である民放・NHKの二元体制を堅持し、必要な協調関係を深化させるため、独占的な受信料財源で運営されるNHKの業務と受信料制度のあり方などについて適時適切に民放の見解等を表明する。
- ・ 地上ラジオ放送、地上テレビ放送、衛星放送の維持・発展のため、制度整備等の動きに的確に対応し、適時適切に民放の見解等を表明する。

⑤ 放送インフラにかかるコスト削減の推進

- ・ 放送インフラのコスト削減を推進するため、共同利用型モデル構想への対応を含め、今後の設備更新に関する検討を実施。経済合理性の確保を前提として、関係者間の協議等に参画する。

⑥ テレビ広告の利便性向上、競争力強化に関する調査研究

- ・ 広告主のニーズに応じてテレビ広告の利便性を高めることで、テレビ媒体の競争力を強化する方策などについて調査研究を行う。具体的には、テレビCMオンライン送稿システムの全国的な導入やローカル局のCM運行実務の実情を踏まえ、テレビCM素材の搬入および素材変更の受け付けについて、締め切りから放送日までの期間（リードタイム）の短縮を中心に検討を行う。

⑦ ラジオの経営課題に関する調査研究

- ・ ラジオ経営を取り巻く厳しい環境を踏まえ、ローカル局の立場に重心を置き、その経営課題を可視化したうえで、課題解決に資する施策の調査研究を行う。

⑧ 改正公職選挙法（FM放送による政見放送実施）関連制度整備への対応

- ・ FM放送で政見放送を実施可能とする改正公職選挙法が2022年4月に公布された。改正法の施行は公布から2年以内とされ、その間に関連する政省令等が制度整備される見込みであり、AM放送がFM放送に転換した場合でも政見放送を円滑に継続できるよう、適切に対応する。

⑨ 放送コンテンツの製作取引における下請法や各種ガイドライン等の一層の遵守徹底

- ・ 放送コンテンツの製作取引に関わる下請法、独占禁止法等の法令や、総務省「放送コンテンツの製作取引適正化に関するガイドライン」の遵守について引き続き会員社へ周知するとともに、総務省会合におけるガイドラインの改訂作業に参画する。

⑩ 放送番組の不正流通撲滅に向けた取り組みの継続実施

- ・ 視聴者およびインターネットユーザーに向けた「放送番組の違法配信撲滅キャンペーン」を中心に、放送番組のインターネットへの無断アップロードなど不正流通撲滅に向けた取り組みを継続する。

⑪ 世界知的所有権機関（WIPO）の放送新条約成立に向けた取り組み

- ・ 将来にわたって放送番組の不正利用などに対応していくため、WIPOで審議されている放送事業者の著作隣接権の保護に関する条約（放送新条約）の早期成立に向けた取り組みを継続する。

⑫ 民放各社の人材採用を支援する取り組み

- ・ 専用のポータルサイト「MINPO.WORK」の運営や「オンライン合同会社説明会」の開催などを通じ、就活生らに向けて全国のテレビ局・ラジオ局の魅力を広く訴求する。就職先として民放業界に興味を持つ学生の母集団を拡大し、民放各社の人材採用を支援する。

⑬ 放送コンテンツの海外展開の支援

- ・ 「国際ドラマフェスティバル in TOKYO」の活動を支援し、世界における日本の放送コンテンツのプレゼンスと価値を高める取り組みを推進する。
- ・ ローカル局の海外展開を支援するため、海外コンテンツ見本市等を通じたローカル局支援を継続するとともに、海外展開に関する支援制度や事例等、民放各社にとって参考となる情報の収集・共有を行う。

（3）テクノロジーの進歩への対応

テクノロジーの進歩に柔軟に対応し、視聴者・ユーザーがもつ多様なアクセスポイントで民間放送の番組・コンテンツを届け続けられるようにする取り組み。

① 視聴データ利活用の推進

- ・ 視聴データの利活用について、行政や関係団体等の動きに的確に対応し、会員各社への

情報共有に努める。

② 放送インフラの将来像に関する技術検討

- ・ 情報通信技術を活用した放送インフラの将来像について、技術面の調査研究を行う。

③ 民放サービス2023（次期民放テレビ中継回線）への円滑な移行

- ・ 2023年11月の、民放サービス2023（次期民放テレビ中継回線）への移行・切替に向けた準備を着実にいき、放送サービスの耐災害性を強化する。

④ 民放事業におけるサイバーセキュリティ対策の推進

- ・ インシデント情報や注意喚起の共有など、外部の専門機関等の協力を得ながら会員各社のサイバーセキュリティ対策を支援し、放送システムの堅牢性を強化する。

⑤ テレビ番組の配信に関する権利処理円滑化の推進

- ・ テレビ番組のインターネット配信（同時配信、追っかけ配信、見逃し配信など）の利用条件等に関して著作権等管理業者と協議を行い、権利処理の円滑化を目指す。

⑥ 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

- ・ 契約や許諾がない事業者等が、インターネット上で放送番組の内容等を利用している実態の調査や法律面の研究を行う。

⑦ 「民放のネット・デジタル関連ビジネス研究プロジェクト」の実施

- ・ 民放連研究所に外部有識者を座長とし、テレビ・ラジオ社のデジタル分野を中心とするメディア、新規事業の担当者を委員とするプロジェクトを設置。民放事業者が行うデジタルコンテンツ、SNS、Web3.0等のインターネット・デジタル分野の取り組みについて研究する。この分野に詳しい内外のゲストスピーカーを招いた会合などを開催し、メンバーとのディスカッションを行うとともに、各種調査等も実施して報告書をまとめ、会員社に報告する。

（４）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

民間放送の存在意義や価値をさまざまなステークホルダーと共有するとともに、広く社会に知らせ理解してもらう取り組み。

① 既存のキャンペーン等の見直し

- ・ 従前の「民放の日」キャンペーンと地球環境問題啓発スポット放送を一括した取り組みに見直し、民間放送の存在意義や価値を社会に伝える効果的な取り組みとする。

② 日本民間放送連盟賞の実施による取り組み

- ・ 日本民間放送連盟賞を実施し、健全な民主主義や公共の福祉に資する放送番組を称揚する。また、受賞作品・事績の広報やグランプリ・準グランプリの効果的な全国再放送を通じて、民間放送の力・価値を社会にアピールする。

③ 民放報道の取り組みを広く社会に伝える

- ・ 民放報道における諸課題への対応に関して共有した知見などを『民放online』などを通じて広く発信する。また、若年層をはじめとする視聴者に向けてニュースの価値を伝える方策を検討する。

④ テレビ、ラジオの広告効果に関する研究の実施

- ・ 民放連研究所で「テレビの広告効果に関する研究」と「ラジオの広告効果に関する研究」（仮称）の2つの研究を実施。「テレビの広告効果に関する研究」は2021年度に続き、テレビの広告媒体としての価値をメディア・ニュートラルな形で客観的に検証する調査・研究を行う。ラジオについても、ラジオの媒体価値を客観的なデータに基づいて示す調査・研究である「ラジオの広告効果に関する研究」（仮称）を実施する。両研究とも、オーディエンスに対する大規模な調査を実施して調査結果をとりまとめ、会員社、広告主、広告会社等への報告だけでなく、広く社会への周知も行う。

⑤ テレビ広告の効果に関する説明資料の制作

- ・ 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「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する。

⑥ ウェブを利用して「民間放送の価値」を広く周知する

- ・ 『民放online』や民放連ウェブサイトで放送が社会に果たす役割を広く伝える取り組みを実施する。特にローカル局が地域や社会のために果たしている役割などを広く知らせる。その際、SNSの一層の活用を視野に入れる。
- ・ 『民放online』では、連載企画「放送の未来」の拡充、本施策に関する会長や専門委員会委員長による情報発信、視聴者・リスナーを巻き込んだ意見交換などの企画を検討する。
- ・ 民放連ウェブサイトでは、『民放online』との連携を図りつつ、民放事業の現況と存在意義を、各種データなどを通じてさらにわかりやすく伝える。

以 上