

「民間放送の価値を最大限に高め、社会に伝える施策」中間報告

(1) 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

人権意識の一層の高まりや、価値観の多様化に対応することを目的に、現行152条文のうち45条文を改正した「民放連 放送基準」を2023年4月に施行する。改正の趣旨などについて番組制作や広告関係のステークホルダーの事業者団体に対して説明を行うとともに、「民放online」にも改正経緯と趣旨に関する記事を掲載し、広く一般に周知した。また、2023年2月には「民放連放送基準解説書2023」を刊行。放送に携わる一人ひとりが意識できるよう会員社等に広く配布した。

・ BPOと各社の連携と情報発信

2021年3月、放送倫理・番組向上機構（BPO）「放送人権委員会」決定において番組出演者保護について放送界全体での検討が求められた。これを踏まえ、「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具体化の検討を進めている。

・ 「Lアラート」見直しへの対応

災害情報共有システム「Lアラート」の運営経費を、2023年度以降放送事業者などの利用者の負担とする方針が示されたことを受け、2022年10月、政府に対して利用者負担の撤回を求めるとともに、「政府の責任で住民の生命・財産を守る情報を周知広報すべきではないか」などの疑問を投げかけた。その結果、今後のLアラートのあり方については費用負担も含めて改めてゼロベースで検討することとなった。

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防災アプリ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（FMCC）が運営し、放送事業者などに対し避難情報などを無償で提供している。

(2) 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

2022年9月に3期目となるローカルテレビ経営プロジェクトを立ち上げ、ローカルテレビ局の経営の現状分析や今後の見通し、経営基盤強化の在り方を継続して検討している。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。

・ 視聴覚障害者等向け放送のさらなる充実

字幕付きCM普及推進協議会（日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、民放連で構成）が策定したロードマップに沿って、2022年10月からすべての放送

枠（ネットタイム枠、ローカルタイム枠、スポット枠）における字幕付きCMの受け入れを開始した。日本広告業協会と連携して字幕付きCM素材搬入基準を改訂し、広告主・広告会社・民放テレビ社それぞれの作業負担の軽減を図るなど、字幕付きCMのよりいっそうの普及推進に取り組んでいる。

- ・ **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**

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ため、各社のサステナビリティ活動の具体的な取り組み状況をまとめた「サステナビリティ活動事例集」を作成し、業界内外に民放各社の取り組みを広く伝える。同事例集は4月完成予定。

- ・ **デジタル時代の放送制度および二元体制に関する対応**

デジタル時代において民放経営の選択肢を拡げる施策等に対して、民放事業者の意見反映に努め、民放経営の基盤強化を推進している。具体的には、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」の取りまとめ、マスメディア集中排除原則見直し、AM局運用休止の特例措置、NHK経営計画の修正等に対し民放連意見を提出するなど、所要の対応を行った。

- ・ **ラジオの経営課題に関する調査研究**

ラジオ委員会の下部組織としてラジオ経営課題研究部会を設置。ローカル局の経営課題を可視化し、民放ラジオ局の協調領域を見極めるために議論を重ねている。協調領域と位置付けられる課題が明らかになれば、必要な施策を講じる。

- ・ **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、海外コンテンツ見本市におけるパビリオン設置やイベント開催等を通じて、ローカル局を含む民放各社の商談機会の拡大を図った。MIPCOM（カンヌ）、ATF（シンガポール）、香港フィルマート（香港）では完全リアルでの展開を進め、コロナ禍で停滞していた対面での商談を後押しした。

（3）テクノロジーの進歩への対応

- ・ **放送インフラの将来像に関する技術検討**

地上テレビ127社の協力を得て、民放の地デジ送信維持費に関する調査を実施した。調査結果は総務省「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」に報告し、放送インフラの共同利用型モデルの検討に協力した。調査結果は2022年8月の同検討会取りまとめに収録された。

- ・ **民放事業におけるサイバーセキュリティ対策の推進**

2023年2月、「サイバーセキュリティ対策に関する説明会」を開催。地上基幹放送局の再免許申請における対応を含め、最新事情の情報共有を図ることにより、民放各社における放送設備のサイバーセキュリティ対策の一層の向上を支援し、国民・視聴者の安心・安全に寄与している。

(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

- ・ **テレビ、ラジオの広告効果に関する研究の実施**

民放連研究所は、CGM動画広告と比較したテレビCMの広告効果・効率を広告キャンペーンの効果測定を通じてデータにより明らかにする「テレビの広告効果に関する研究」を継続実施する。2023年3月には、ラジオの広告媒体としての価値を明らかにしようとする「ラジオの広告効果に関する研究」の調査を実施し、夏頃に調査結果を報告する予定。

- ・ **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、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「テレビの広告効果に関する研究」第2回調査結果（2022年7月）に興味を持つきっかけとなる動画コンテンツの制作を進め、4月の完成を目指している。あわせて広告主への企画提案を行う際の参考となる、ビジュアルで親しみやすい説明資料を作成している。

- ・ **ウェブを利用して「民間放送の価値」を広く周知する**

民放が社会のために果たしている役割を広く伝えるために「民放online」のさらなる充実に取り込んでいる。「民放online」に放送倫理や報道に関する論考を掲載するとともに、各社の報道活動などを紹介し、放送界の自主・自律的な取り組みを広く伝える。その一環として、放送倫理・番組向上機構（BPO）が発足20年を迎えることを機に、その存在意義と役割を振り返る連載を展開する。

以 上