

2007年11月26日

携帯端末向けマルチメディア放送の制度整備について

NPO法人 東京都地域婦人団体連盟

生活環境部 副部長 飛田 恵理子

1. ユビキタス社会に向けて幅広い分野での取り組みが推進されており、消費者もその恩恵に浴している反面、携帯端末向けマルチメディア放送に先駆けて提供されている類似サービスを振り返ると、なかには惨憺たる不利益な結果を招いているケースがあり、過去の失敗事例を未来に向けて教訓にしたい。多額多重債務者を増加させないためにも、ショッピング番組やショッピングCMは公共の電波を使った放送を自粛する必要がある。

ア. 全国の消費生活センターに寄せられるアダルトサイトなど有料サイト利用料金の不当請求は相談事例の中でも際立っている。

イ. 公正取引委員会の排除命令から（平成19年1月～11月）

- ①ジュピターショップチャンネル株式会社のテレビショッピング広告・
・・優良誤認
- ②タマホーム株式会社のテレビCM・・・優良誤認
- ③株式会社テレマートのラジオショッピング・・・優良誤認
- ④株式会社QVCジャパンのテレビショッピング番組・・・

2. コンテンツを考えるにあたり我が国が必要とする情報として、①市町村合併・人口の都市集中などにより変貌する地域社会の再構築に役立つもの、②自然災害発生時の安否確認・帰宅支援のための道路交通情報等、③少子高齢化社会をサポートする情報・・・e t c、安心・安全な暮らしを構築する公益に資する諸情報が挙げられるのではないか。

3. 新たな情報が単に来店を誘導するための道具と化したり、通信販売を行い

カード会員を囲い込み、クーポン券商法やメールにより射幸心を煽る戦略的なものならば、マルチメディア放送の特質から消費者はさらに購入を強制されるおそれがある。消費者の商品選択の自由が脅かされることのないよう配慮が求められる。

4. ゲーム感覚で携帯電話や端末を所持する青少年の教育問題上や、人権擁護の点からもビジネスモデルについては慎重に検討をお願いしたい。

青少年には小さな画面を見ることより自ら体験し、人間・自然・社会を理解する人生における重要なステージがある。大人達の過剰な商業主義や暴力的で、成熟度に相応しくないコンテンツによって、子ども達の人生を破壊したり、生育を妨げることは許されないのではないか。

我が国では情報メディア全般にわたるリテラシー教育が不足していると言わざるを得ない。

5. 放送は多元的で多様性を持ち、地域性を大切にしなければならないものであり、かつ公共性を兼ね備えるためにも責任体制を明確にし安定した基盤が必要ではあるが、新規参入者を排除しない配慮が必要である。但し、伝えたいメッセージや動機もなく、視聴者をターゲットと捉えている営利目的の事業者の参入は規制されなければならない。メディアの公共性と独占禁止法の視点が不可欠と思われる。

6. 社会の利便性が増し、携帯電話の基地局が増加するなかで自治体によっては環境影響評価の項目に電磁波の影響を入れるところも出てきた。マルチメディア放送のあり方を考える際には、既存の施設を社会資本として最大限に活用することが望ましい。

7. 端末については消費者に新たな機器への買い替えを強いるものではない。携帯電話はリサイクルが社会的な課題になっており、地球環境問題の視点からは環境配慮型の設計であり、LCA（ライフサイクルアセスメント）の考え方にもとづくものであってほしい。

一般的な傾向として必要以上の機能を備えた商品はコストも高く、環境負荷も高い。リーズナブルなマルチメディア放送受信端末の定番商品の開発が期待される。

8. さらに消費者が選択する機種については、マルチメディア放送が受信できたり、不可能であったりすることのないよう規格が統一され公平なものであってほしい。

9. 広告による放送の場合はスポンサー名を明らかにし、番組とCMの区別を行うこと。

10. その他要望など