

字幕付きCMに関する現状等

平成26年2月3日

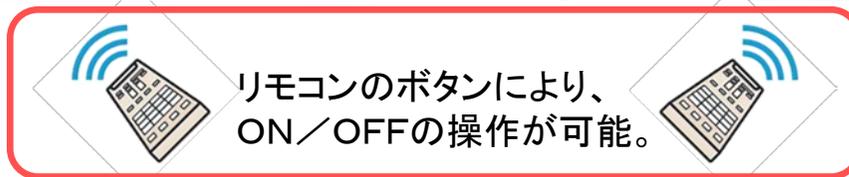
総務省 情報流通行政局

視聴覚障害者向け放送の種類

字幕放送 (クローズドキャプション)



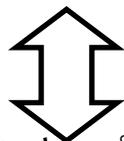
解説放送



【参考】

○クローズドキャプション

- ・字幕放送のように、表示／非表示をリモコン操作等で切り替え可能なもの。



○オープンキャプション

- ・映画の字幕スーパーのように、字幕が常時表示されるもの。

【参考】

○聴覚障害者数

343千人

(厚生労働省「身体障害児・者実態調査」において、身体障害者手帳の交付を受けている、又は身体障害者福祉法別表に掲げる障害を有する聴覚・言語障害者数、平成18年)

○難聴者数

1,944万人

(日本補聴器販売店協会「補聴器供給システムの在り方に関する研究2年次報告書」、平成5年)

手話放送 (手話ニュースほか)



字幕番組の現状等について

総務省の取組

視聴覚障害者向け番組の放送努力義務化

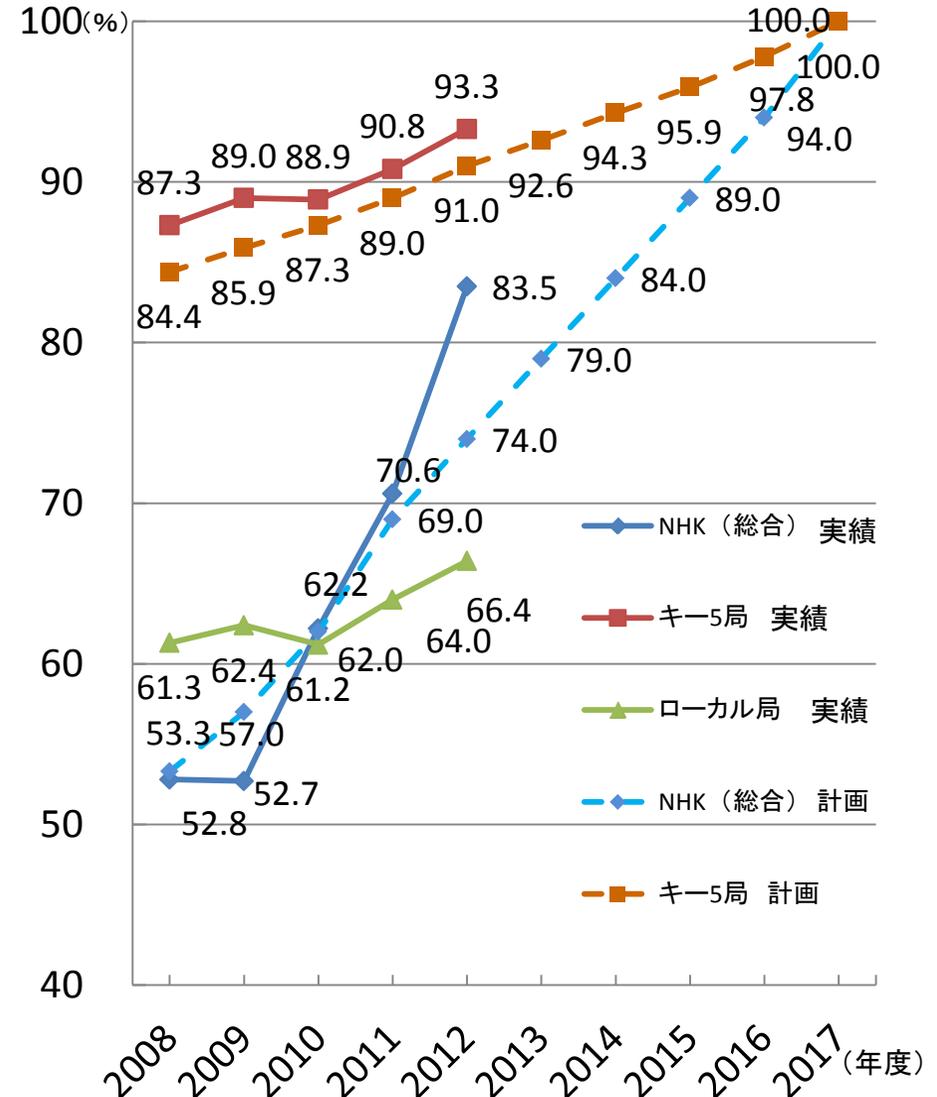
- ・視聴覚障害者向け番組の放送努力義務の創設等を内容とする放送法等の一部改正(平成9年)

字幕放送・解説放送の普及目標の策定、進捗状況の公表

- ・平成19年までの字幕放送の普及目標を定めた「字幕放送普及行政の指針」を策定(平成9年)
- ・平成29年までの字幕番組・解説番組の普及目標を定めた「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」を策定(平成19年)
- ・「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」を見直し、①大規模災害等緊急時放送の字幕付与に係る目標、②手話放送の普及目標等を追加(平成24年)

字幕番組・解説番組等制作費の一部助成

- ・字幕番組・解説番組の助成制度を創設(平成5年)
- ・助成対象に手話番組を追加(平成11年)
- ・助成対象に手話翻訳映像を追加(平成22年)



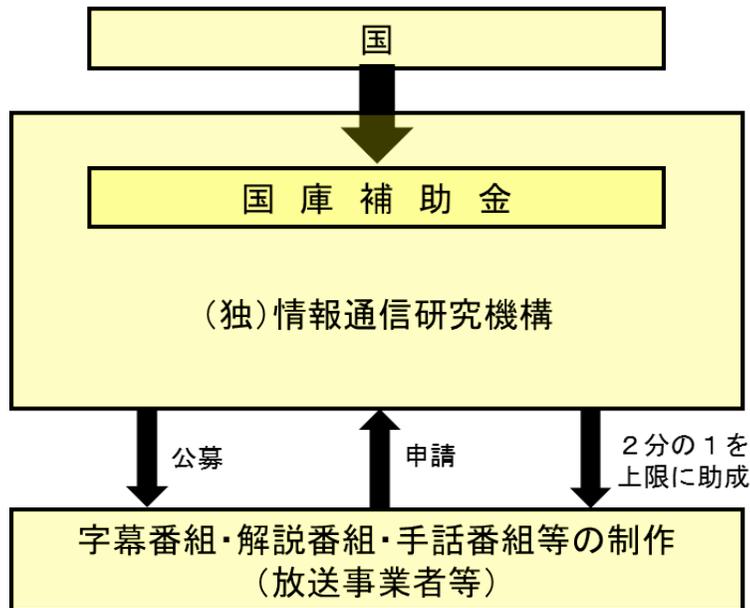
「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」の普及目標の対象となる放送番組における字幕番組の割合

(技術上の理由等から字幕付与できないもの以外は、全て目標の対象。)³

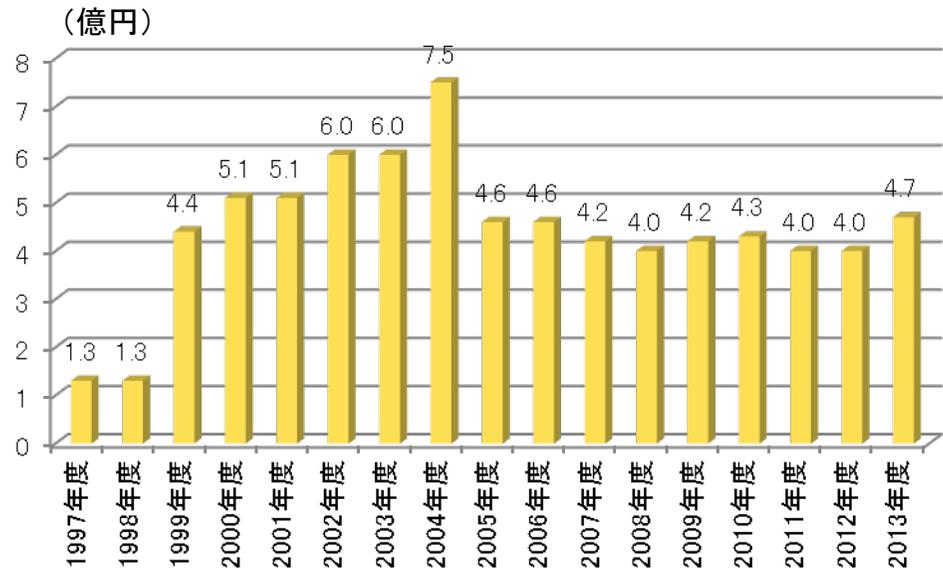
字幕番組等の制作費助成

- ・視聴覚障害者向け放送の充実を図ることにより、放送を通じた情報アクセス機会の均等化を図る。
 - ・字幕、解説音声等にかかる制作費に対して、2分の1^(※)を上限として助成
- ※ 2013年度は、在京キー局の字幕番組については1/8(生字幕を除く)、在阪準キー局の字幕番組については1/6(生字幕を除く)、それ以外については1/2

制度イメージ図



予算額の推移



視聴覚障害者向け放送普及行政の指針①

※ 下線部は、平成24年10月の改定箇所

平成19年10月30日策定
平成24年10月 2日改定

1 字幕放送(注)

	普及目標の対象		目標	備考
	放送時間	放送番組		
NHK	7時から 24時	字幕付与可能な全ての放送番組 ※「字幕付与可能な放送番組」とは、次に掲げる放送番組を除く全ての放送番組	2017年度までに対象の放送番組の全てに字幕付与 <u>大規模災害等緊急時放送については、できる限り全てに字幕付与</u> <u>災害発生後速やかな対応ができるように、できる限り早期に、全ての定時ニュースに字幕付与</u>	教育放送については、できる限り目標に近づくよう字幕付与する。
放送大学学園		①技術的に字幕を付すことができない放送番組(例:現在のところ複数人が同時に会話を行う生放送番組)	聴覚障害者等のニーズの実態を踏まえ、できる限り多くの放送番組に字幕付与	
地上系民放 放送衛星による放送 (NHKの放送を除く)		②外国語の番組 ③大部分が器楽演奏の音楽番組	2017年度までに対象の放送番組の全てに字幕付与 <u>大規模災害等緊急時放送については、できる限り全てに字幕付与</u>	県域局については、できる限り目標に近づくよう字幕付与する。独立U局及び放送衛星による放送については、目標年次を弾力的に捉えることとする。
通信衛星による放送 有線テレビジョン放送		④権利処理上の理由等により字幕を付すことができない放送番組	当面は、できる限り多くの放送番組に字幕付与	

(注)字幕放送には、データ放送やオープンキャプションにより番組の大部分を説明している場合を含む。

視聴覚障害者向け放送普及行政の指針②

2 解説放送

	普及目標の対象		目標	備考
	放送時間	放送番組		
NHK	7時から 24時	権利処理上の理由等により解説を付すことができない放送番組を除く全ての放送番組 ※「 <u>権利処理上の理由等により解説を付すことができない放送番組</u> 」とは次に掲げる放送番組 ① <u>権利処理上の理由により解説を付すことができない放送番組</u> ② <u>2か国語放送や副音声など2以上の音声を使用している放送番組</u> ③ <u>5.1chサラウンド放送番組</u> ④ <u>主音声に付与する隙間のない放送番組</u>	2017年度までに対象の放送番組の10%に解説付与	教育放送については、対象の放送番組の15%に解説付与する。
放送大学学園			視覚障害者等のニーズの実態を踏まえ、できる限り多くの放送番組に解説付与	
地上系民放 放送衛星による放送 (NHKの放送を除く)			2017年度までに対象の放送番組の10%に解説付与	県域局については、できる限り目標に近づくよう解説付与する。独立U局及び放送衛星による放送については、目標年次を弾力的に捉えることとする。
通信衛星による放送 有線テレビジョン放送			当面は、できる限り多くの放送番組に解説付与	

3 手話放送

NHKにおいては、手話放送の実施時間をできる限り増加させる。放送大学学園、地上系民放、放送衛星による放送(NHKの放送を除く)、通信衛星による放送及び有線テレビジョン放送においては、手話放送の実施・充実に向けて、できる限りの取り組みを行う。

デジタル放送時代の視聴覚障害者向け放送の充実に関する研究会

森田総務大臣政務官(情報通信担当)(当時)が主催して、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」の見直しを始めとする、視聴覚障害者向け放送の拡充に向けた施策の企画・立案に資することを目的として、平成24年1月から4月に開催し、5月に報告書を公表。

視聴覚障害者向け放送充実に向けての提言

【緊急放送】

- ・NHKにおいては、音声自動認識技術の試行結果も踏まえ、全ての定時ニュースへの字幕付与の早期実現に努力
- ・民放は課題を共有し、対応の推進に努めることを期待

【字幕放送】

- ・ローカル局においては生放送を含めた自主制作番組へできる限り字幕付与することが望まれる

・CM字幕放送について引き続きスポンサー企業との調整や放送事業者間の検討を進めることが望まれる

【解説放送等】

- ・解説放送を付すことができない放送番組の基準を指針に明記すべき
- ・図表等や外国語でのコメントについて視覚障害者への配慮

【手話放送】

- ・行政指針へ新たに手話放送普及目標設定を行うべき

【その他】

- ・高齢者に対する字幕、解説放送の周知活動を行う
- ・関係者による意見交換の場を引き続き確保する等

字幕付きCMの現状等について①

字幕番組は着実に増加しているが、全放送時間の約2割に及ぶCMへの字幕付与は、本格実施のメドがたっていない。

⇒民放による「トライアル※」が行われている状況

※「トライアル」

試行的な位置付けで多くの手作業が必要。トライアルを重ねることで本格実施に向けた課題の洗い出しや解決等を行っている。ほとんどが1社提供番組。

字幕付きCMの例



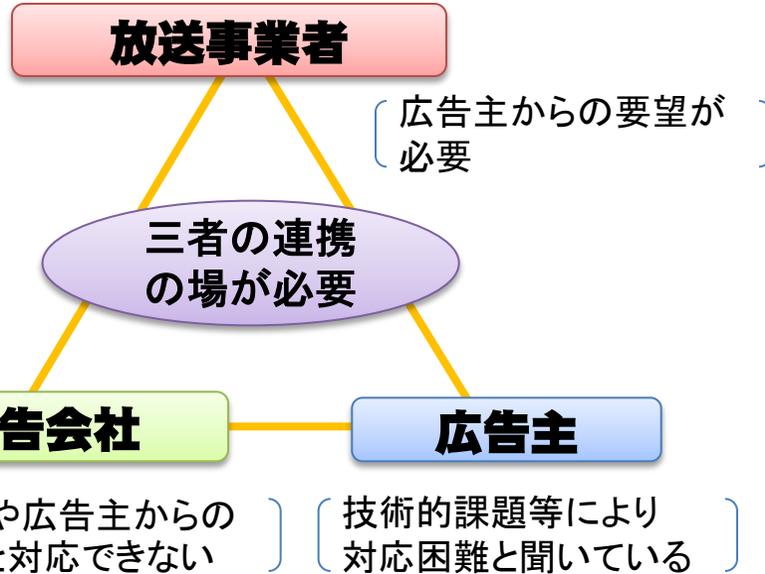
トライアル実施状況

(注) 耳の日(3月5日)に、初めて複数社提供番組でトライアルを実施
東芝、トヨタ自動車、ライオン、朝日生命、アートネイチャーの5社

年	放送局	提供社	番組名
2010	TBS	パナソニック	ハンチョウ
	日テレ	デジタル放送推進協会	ドキュメント'10、ゴゴドラ
	フジ	デジタル放送推進協会	めざにゆー、大奥等
	フジ	ライオン	ライオンのごきげんよう
2011	日テレ	(注)	なんくるないさあ〜聴覚障がいをもつ息子と歩んだ6年〜
	フジ	花王	花ざかりの君たちへ〜イケメン☆パラダイス2011〜
2012	TBS	花王	A-Studio
	フジ	花王	TOKYOエアポート、dinner等
	テレ東	花王	ぴかぴかマンボ
2013	TBS	日立	世界ふしぎ発見!
	フジ	ライオン	ライオンのごきげんよう
	テレ東	花王	ぴかぴかマンボ
	テレ朝	キヤノン	奇跡の地球物語
	毎日放送	パナソニック	サワコの朝
	フジ	JR東日本	タビノイロ。〜旅美人への手紙〜
	TBS (関東ローカル)	JSR	未来の起源

字幕付きCMの現状等について②

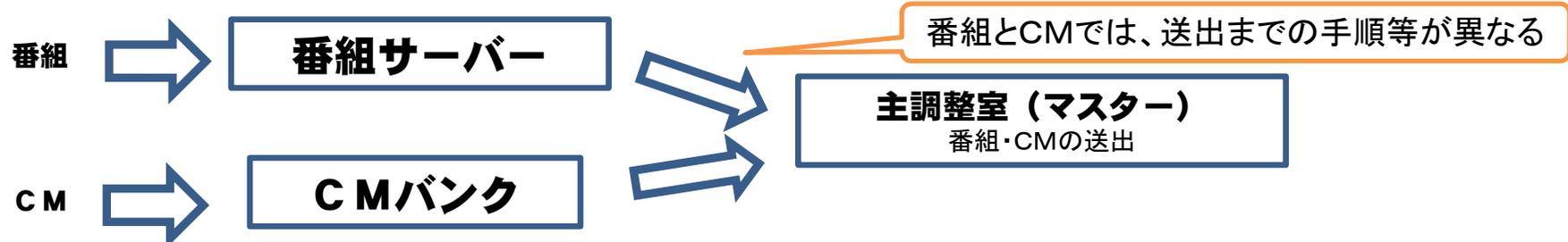
関係業界の現状



民放連の取組状況

- 2010年
2月
・営業委員会に「字幕付きCMに関するWG」を設置
- 9月
・「字幕付きCMのトライアルに関する留意事項」作成
⇒これにより、字幕付きCMのトライアルが可能に
- 10月～
・在京キー局が字幕付きCMのトライアルを実施
- 2013年
4月
・「トライアルにおける字幕付きCM素材搬入ガイドライン」の策定・公表
⇒「留意事項」にCM素材の搬入に関する部分を追加した
- ※現在は、「ガイドライン」の内容を「CM素材搬入基準」に盛り込むためトライアル継続中

放送設備の技術的課題 例



①一部機器が、字幕付きCMに対応していないため
トライアルの際には、手作業等が必要となる。

②字幕表示の遅れにより、後ろのCMに字幕が
被る可能性があるなどの技術的課題がある。

字幕付きCMに関する行政の動向

1 新「障害者基本計画」

新「障害者基本計画」(平成25年度～、5か年計画)が平成25年9月27日閣議決定された。

<該当箇所>(抜粋)

Ⅲ 分野別施策の基本的方向

6. 情報アクセシビリティ (2)情報提供の充実等

○身体障害者の利便の増進に資する通信・放送身体障害者利用円滑化事業の推進に関する法律(平成5年法律第54号)に基づく放送事業者への制作費助成、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」に基づく取組等の実施・強化により、字幕放送(CM番組を含む)、解説放送、手話放送等の普及を通じた障害者の円滑な放送の利用を図る。

2 再免許に当たっての要請事項

平成25年11月1日付けの基幹放送局の再免許にあたり、総務大臣名により、文書で要請を行った。

<該当箇所>(抜粋)

5 字幕放送、解説放送及び手話放送について、視聴覚障害者、高齢者に十分配慮し、総務省が策定した「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」を達成するよう努めること。特にできる限り全ての大規模災害等緊急時放送における字幕放送の実施及びCMへの字幕付与の普及に留意すること。

国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究から①

字幕付与が遅れているCMへの字幕付与の推進にあたり、検討に資するため調査会社に委託し調査研究を実施した。

1.字幕放送の認知度、視聴状況

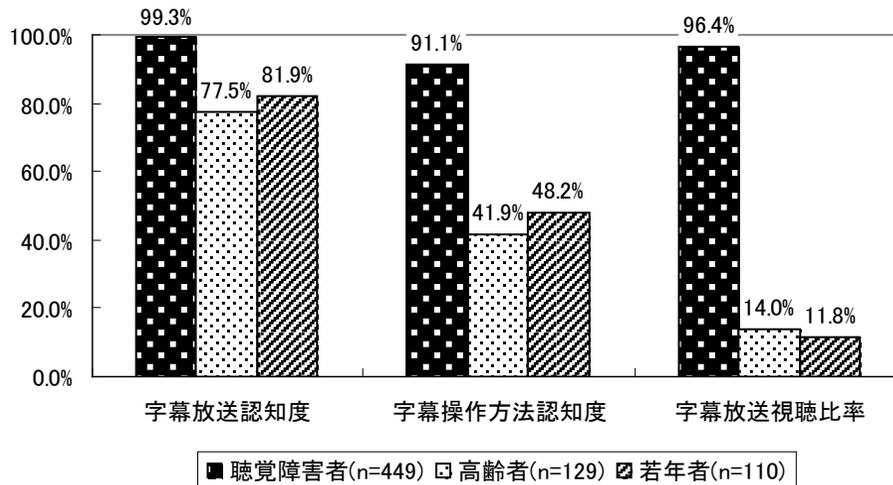
聴覚障害者

- ▶ ほとんどが字幕放送を視聴。

健聴者

- ▶ 字幕放送自体の認知度は8割程度となっており、字幕放送の認知は健聴者でも進んでいる。
- ▶ 字幕放送を視聴するための操作方法の認知度は4~5割程度。若年者の方が高齢者よりも若干高い。
- ▶ 高齢者14%、若年者12%が字幕放送を視聴。「(大きな)音が出せないとき/場所」「聞き慣れない言葉が出てくるとき」に字幕放送が有効であると評価。音声聞き取りにくい高齢者は「口調が速い時」も評価。

字幕放送の認知度、視聴状況

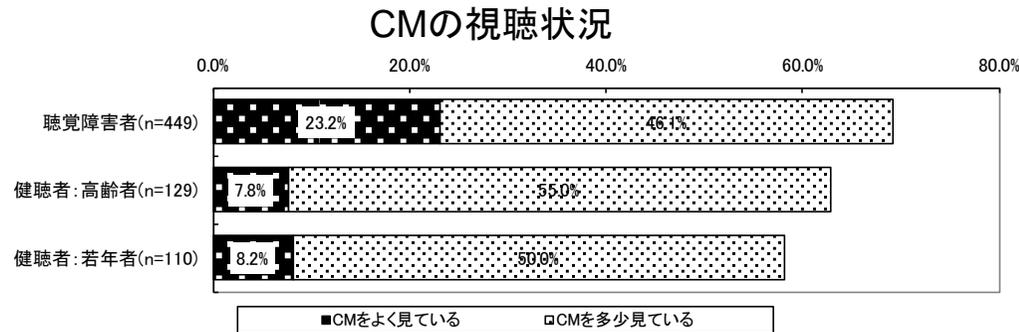


国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究から②

2.字幕付きCMの認知度、視聴状況

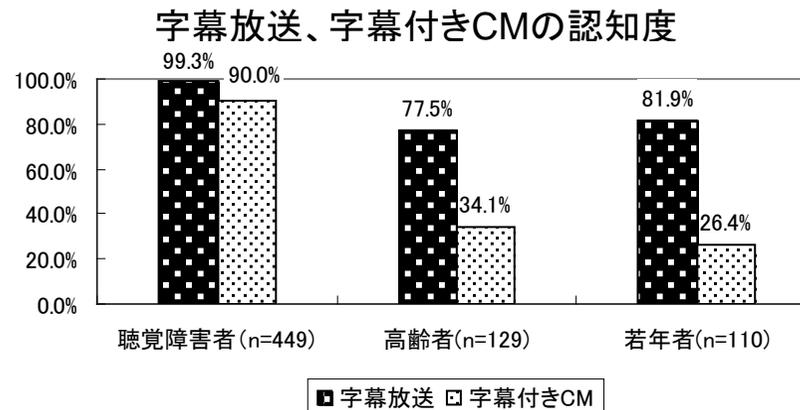
CMの視聴状況

- CMを聴覚障害者の69.3%、高齢者の62.8%、若年者の58.2%が視聴。
- 聴覚障害者でCMを視聴していない理由としては、「字幕が付いていない」が47.3%と最も多い。



字幕付きCMの認知

- 聴覚障害者の9割が認知。健聴者では字幕付きCMを知らない人が多い。
- 健聴者の認知は、高齢者34.1%、若年者26.4%で、高齢者の方が若干割合が高い。

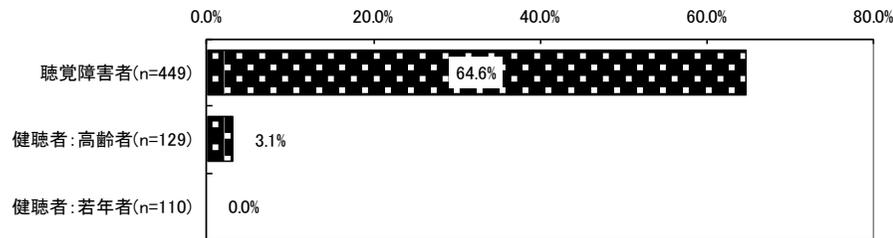


国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究から③

字幕付きCMの視聴状況

- ▶ 聴覚障害者の視聴は進んでいる（64.6%）。
- ▶ 健聴者はほとんど視聴していない（高齢者3.1%、若年者0.0%）

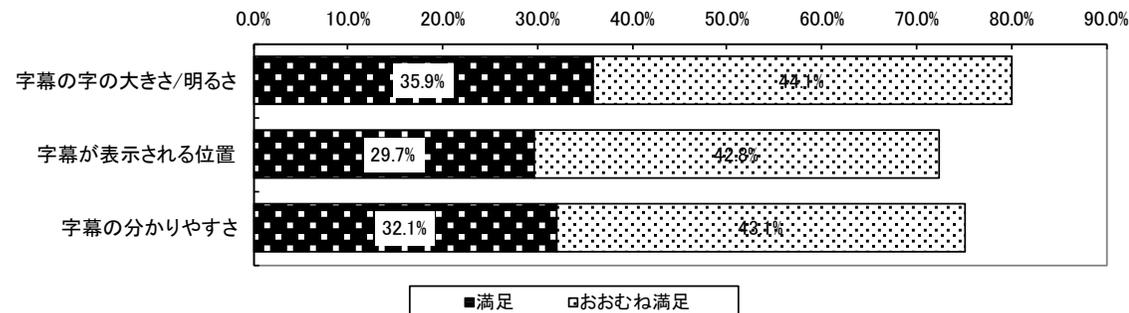
字幕付きCMの視聴状況



字幕付きCMの満足度

- ▶ 既に視聴している聴覚障害者ではおおむね好意的に評価。
- ▶ 字の大きさ／明るさ、わかりやすさ、表示位置ともに7～8割が満足。

字幕付きCMの満足度（聴覚障害者 n=290）



国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究から④

3.字幕付きCMの広告効果

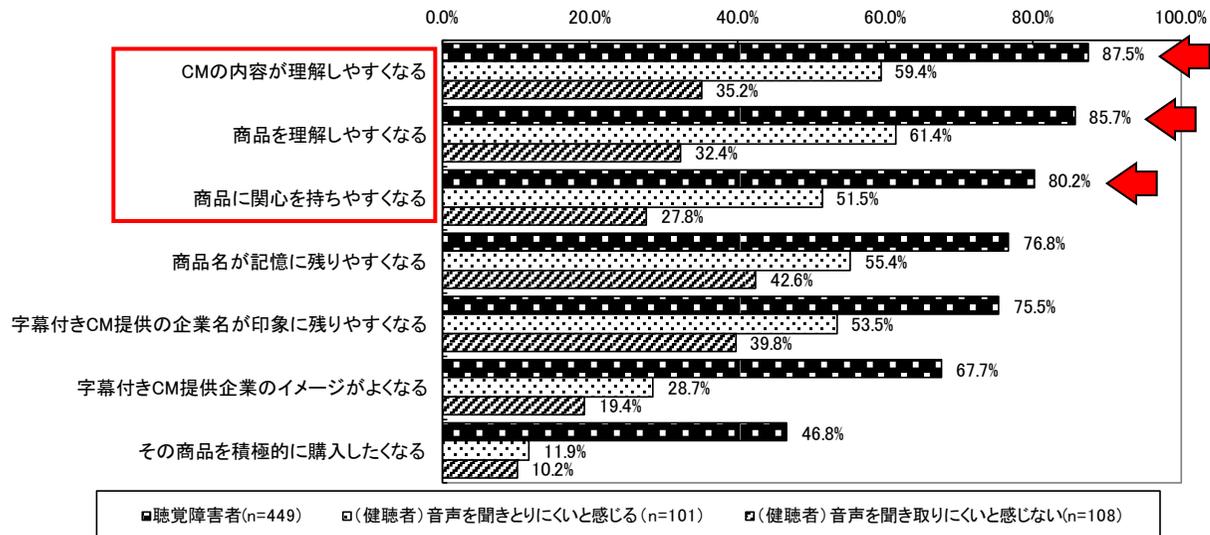
聴覚障害者

- 「CMの内容理解」、「商品の理解」、「商品への関心」に対する効果を8割以上が評価。「商品名の記憶」「企業名の記憶」も75%以上が評価。
- 「積極的に購入したくなる」も46.8%を占め、字幕付きCMの提供が直接的な商品購入に繋がる可能性があるなど、字幕付きCMが有効な広告手段であることが示唆される。

健聴者

- 健聴者の中でも音声を聞き取りにくいと感じる人は、「CM内容の理解」、「商品の理解」に対する効果を約6割が、「商品への関心」「商品名の記憶」「企業名の印象」も過半数が評価。
- 高齢化が進む中、音声を聞き取りにくいと感じる人が増えると予測されることから、CMに字幕が付くことへのニーズが高まるものと考えられる。

CMに字幕が付くことによる効果(単数回答)



(注)「音声を聞き取りにくいと感じる人」は、「テレビを視聴する際に音声が聞き取りにくい」と回答した人

国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究から⑤

4.字幕付きCMの普及に向けて

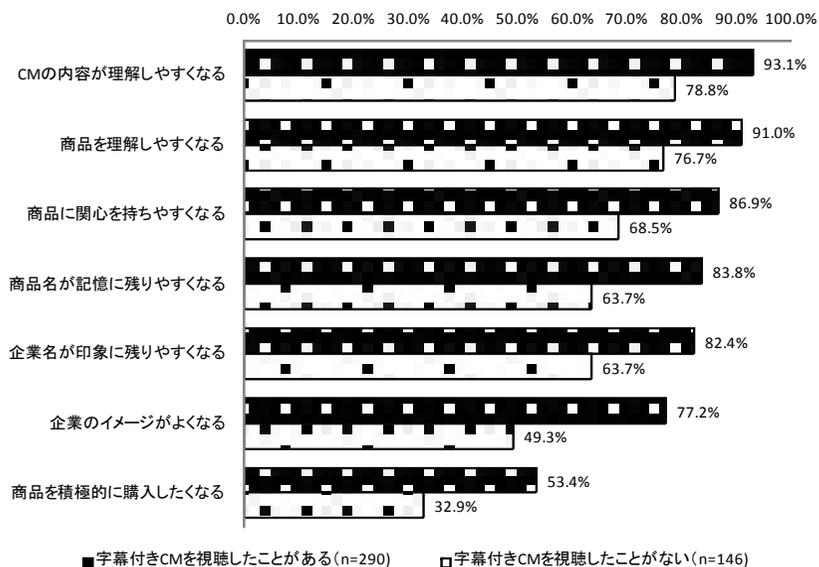
聴覚障害者

- ▶ 字幕付きCMの視聴経験を有する人は、CMに字幕が付くことへの評価、期待が高い。
- ▶ 字幕付きCMを実際に視聴できる機会を増やし、必要性や効果を実感することで、視聴が広がっていくものと考えられる。

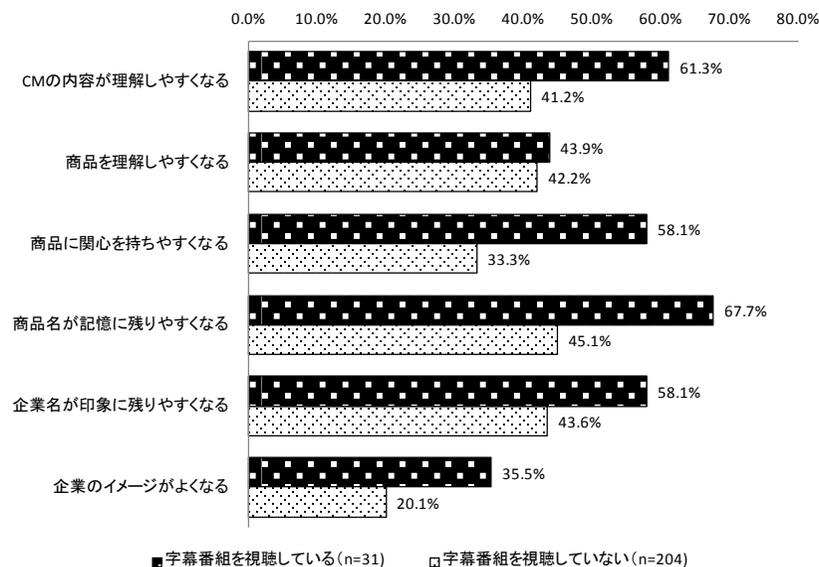
健聴者

- ▶ 字幕放送の視聴経験を有する人は字幕の効果を実感しており、字幕付きCMに対する評価や期待も高い。
- ▶ 字幕放送そのものの周知を図り、字幕の効果を実感してもらうことが重要。

聴覚障害者：字幕付きCMの視聴経験別のCMに字幕が付くことによる効果(複数回答)



健聴者：字幕放送の視聴経験別のCMに字幕が付くことによる効果(複数回答)



5.字幕付きCMの普及に向けて必要な取組

- 広告主、視聴者に向けた、字幕放送、字幕付きCMの周知。
- 字幕付きCMの普及には、字幕付きCMを提供する広告主の拡大が重要
 - ミニ番組等での字幕付きCMのトライアル実施等、1社提供番組でのトライアル事例の拡大。
 - 共同提供番組での字幕付きCMのトライアルの実施。
- 広告主、広告会社、テレビ局、制作会社等の間で、字幕付きCMの実施に向けた検討を行っていく場作り
 - 必要なルール、ノウハウの共有。
 - ルール等の合意のとれた広告主を中心として、共同提供番組での字幕付きCMのトライアルの実施
 - 日常的に字幕付きCMを取り扱うために必要となるルール整備の検討
- 時期や内容を検討する必要があるが、テレビ局が日常的に字幕付きCMを取り扱えるよう関係システムを改修する際の一定の支援等

アメリカにおける字幕付きCMの取組

1. CMに対する字幕付与の状況

- ・CMへの字幕付与に係る統計データは存在しない(※1)。
- ・在米日本大使館においてCM字幕に係るサンプル調査を行った結果は以下の通り。

放送形態		ジャンル	放送時間	字幕付与率	備考
地上波	全国放送 (ネット)	ドラマ	20時台	53%	
		スポーツ	20-21時台	48%	
		報道	19-20時台	38%	
	ローカル	報道	22時台	11%	
		報道	19時台	11%	
CATV		コメディ	21時台	56%	地上波番組の再送信
		報道	20時台	52%	CNN

2. 関連する取組等

- ・米国の法令上、5分以内のCMに対する字幕付与は義務づけられていない。
- ・全国広告主協会は、2010年のスーパーボウルの放送に当たり、NFL、CBS、NAD(※2)と、CMへの字幕付与の向上に向けた協力を行い、同番組においては81%のCMに字幕付与。2013年のスーパーボウルの中継においては、すべてのCMに字幕が付与。

(※1) 在米日本大使館調査、三菱UFJリサーチアンドコンサルティング調査

(※2) NAD: National Association of Deaf

フランスにおける字幕付きCMの取組

1. CMに対する字幕付与の状況

- ・CMへの字幕付与に係る統計データは存在しない。
- ・2013年4月以後一部の広告主がCM字幕の提供を開始。
- ・具体的には以下の企業がCM字幕を実施。
ロリアル(化粧品)、MACIF(保険)、ネスレ(食品)、バイエル(製薬)、Kimberly Clark(生活用品)、BMWフランス、フォード。

2. 関連する取組等

(1) 仏国の法令上、CM番組に対する字幕付与は義務づけられていない。

(2) 広告業界における取組

- ・フランスの広告業協会は、2012年6月からテレビCMへの字幕付与について意識向上キャンペーンを実施。同年7月、加盟社に対し、広告主にCM字幕を勧める文書(コミュニケ)を採択。
- ・同協会は、ホームページでCM字幕の必要性、メリット、費用等を情報提供。

【コミュニケの概要(仮訳)】

- ・CMは、耳の不自由な人々が字幕によってアクセスできない唯一の視聴覚コンテンツである。
- ・法的義務の欠如に加え、宣伝内容特有の要件および配信関連の制約の遵守のために、現在まで、宣伝の質と均質性を保証する解決策が存在しなかった。この解決策は今日、存在する。
- ・(広告業協会の)持続可能開発委員会は、加盟代理店に対し、CMに字幕を付けるよう広告主にアドバイスする義務を負わせる通知を送った。注意を促すための専用ミニ・サイトも作成された。

(※)在仏日本大使館による調査結果をもとに作成。

諸外国における字幕付きCMの状況

	米国	カナダ	英国	仏国	韓国	日本
字幕付きCMの取組の状況	地上波では半分程度のCMに字幕が付与	(調査中)	一部企業がCMに字幕付与	2013年4月から取組を開始	(調査中)	2010年3月からトライアル実施
字幕放送の法的な取扱い	○	○	○	○	○	努力義務
	←	義務づけ			→	
	電気通信法第713条	ラジオテレビ電気通信委員会公示(CRTC2007-54)	2003年通信法第303条	視聴覚法(※)第28条、第53条	放送法第69条第8項	放送法第4条第2項
字幕付きCMの法的な取扱い	×	×	×	×	×	努力義務
	←	義務づけなし			→	
	FCC規則により5分以下のビデオメッセージは対象外と規定	同公示により広告は対象外	同法第303条第13項により広告は対象外	同法の規定により広告は対象外	放送通信委員会告示により広告は対象外	放送法上はCMも一般の放送番組と同じ位置づけ
備考	広告主協会やCBS等の連携により、2013年の「SUPER BOWL」の中継のCMはすべて字幕付与。	ラジオテレビ電気通信委員会公示(CRTC2009-430)によると、今後CMに対する字幕付与を義務づける可能性を示唆(調査中)。	O2(携帯電話)、Aldi(流通)、メイベリン(化粧品)等が字幕付きCMを提供。	広告業協会が会員に対してCMに字幕を付与するよう働きかけ。		字幕放送の普及目標を定める「行政指針」において、CMは「権利処理上の理由等により字幕を付与できない放送番組」に該当。

(※) 正式名称はコミュニケーションの自由に関する1986年9月30日の法律。

検討課題の例

- 字幕付きCM普及のための技術上の課題(支障なく放送できるか、設備未対応)にどのように対応するか。
- 字幕付きCM普及のための運用上の課題(各放送局の実施体制、費用負担の在り方等)にどのように対応するか。
- 広告主や国民に字幕付きCMの存在やメリット等を知ってもらうためにはどのような方策が考えられるか。
- 字幕付きCMの本格的実施・普及に向けて、今後どのような取組が必要か。