

点線枠内は、構成員による発言

- 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。

## <親会第1回>

- 技術面・運用面での課題については、オープンに議論していくことが大事である。
- 広告主が出稿しなければ、トライアルは実施できない。
- CM字幕における問題や解決策を「見える化」する作業が必要。
- CM字幕については課題が多いが、先が見えるように具体的な議論をしないと進展しない。

## <WG第1回>

- 放送局ごとに異なる放送システムでも、問題なく字幕放送が送出できる新しいシステムをつくっていただけるとよい。

## <WG第2回>

- システム改修には多大な費用がかかる。各放送局の体力に合わせて取り組ませてほしい。システムについてのアンケートを行い、各局の状況、更新時期、考え方を集約したい。
- 放送局のシステムの状況についてはロードマップの作成に必要。4月下旬メドの第4回WGで、各社アンケート調査の結果や方向性を示してほしい。
- 放送局のシステム状況の調査結果は5月の連休明けにはまとまると思う。4月下旬だとぎりぎりかもしれない。

- 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。

<親会第1回>

- 字幕制作の体制が調べば費用については、低廉化していくのではないか。
- どこでどのようなコスト負担をして社会的に受容されていくのか議論が必要。
- 費用負担の透明性が必要。
- 技術面・運用面での課題については、オープンに議論していくことが大事である。【再掲】
- CM字幕における問題や解決策を「見える化」する作業が必要。【再掲】
- CM字幕については課題が多いが、先が見えるように具体的な議論をしないと進展しない。【再掲】

<WG第1回>

- 追加コストは基本的に広告主が負担しており、コスト負担できる企業が企業理念により取り組んでいる。この状況を乗り越えるためにアド協でも議論し基本条件の整備を進めている。

<WG第2回>

- 取引ルールについては、CMは放送局の収入源でありビジネスの根幹。極めて丁寧に確実に放送する必要がある。三者で歩み寄って話し合いをしたい。
- 取引ルールについては、ビジネスの話なので3団体話し合ってもらうのがよい。

- 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。

#### <親会第1回>

- 字幕付きCMは、世間の認知が低く、認知の向上が企業の社会的価値の向上にもつながっていく。
- BSやCS放送は、健康食品や白髪染めといった高齢者向けの長いCM番組が多く、こういった番組に字幕を付与すればCMとしての効果も上がるのではないか。
- 難聴者2000万人の方に広告が届いていないという事態に対し、広告の価値を向上させるためにもCMへの字幕の付与は重要な課題。
- 障害者や弱者の存在を当たり前とする感覚が必要。CM字幕が普及しないのも障害者に対する社会のイメージネーション不足が一因。
- 広告主としてCMをより深く理解していただくことは、広告主共通の願い。
- ワークショップ等を通じた広告主への普及啓発活動を実施。
- 複数提供社での実施に向けてトライアルを前進させるべき。
- 1社提供のCMにしか字幕を付与できない枠組みを早期に複数社提供に拡張すべき。
- CM字幕のトライアルについては、複数社提供枠でも実施する方向でWGで検討してほしい。

#### <WG第1回>

- 字幕とテロップの違いを知らない人もいる。
- 字幕の普及についてテレビで説明し、字幕付与に必要な費用の寄付を求めても良いのではないか。
- トライアルを実施している企業の中には、聴覚障害者にみてもらって内容が伝わるかチェックしているところもある。字幕はできるだけ見やすく広告に被らないようにすることが大切。
- CMを放送する前提として、番組の視聴者がどういう人かを考える必要がある。

### <WG第2回>

- CM字幕の周知についてはトライアルの数を増やすしかないが、それには、局のマンパワーがどこまで対応できるかと、字幕制作会社を増やす必要がある。
- パナソニックのように、シニアにわかってほしいからCMに字幕を付けるというのうれしい。高齢者で難聴の75歳以上の人を中心にした字幕についての調査はないか。
- 京都でシニア向けイベントがあり、CM字幕に取り組む企業のイメージについて聞いたところ、とてもすばらしいという反応だった。関係者は張り切って取り組んでほしい。
- CM字幕への取組は、企業の商品構成と考え方で変わるので、広告主の数ではなく、いろんな種類のCMが増えて、どのような番組をどのような人が見ているかという傾向がつかめれば、リアリティがあり取組が進むのではないか。
- トライアルを通じて、効果やカテゴリーなどの実態のデータがそろうのが肝要。
- 障害当事者に参加してもらい、意見を最大限聞いてほしい。

## ○ 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。

### <親会第1回>

- 民放・広告会社・スポンサーの三者の協力体制の強化が必要であり、WGで議論を深めるべき。
- 三団体がしっかりと連携・協力してCM字幕の普及に努めていくことが必要。
- 関係業界の現状についてどこがボトルネックかわかりにくい。課題克服に向けた三者の連携の場が必要。
- CMだからこそ、広告主・広告会社・放送局が協力すべき。
- 字幕付きCMを制作できる会社は数社程度しかない。すべての会社に関われる仕組みが必要。
- 制作体制の推進が必要。
- 視聴者に見ていただく画面デザインの標準化ということも今後の課題になるのではないか。
- CM字幕における問題や解決策を「見える化」する作業が必要。【再掲】
- CM字幕については課題が多いが、先が見えるように具体的な議論をしないと進展しない。【再掲】
- スケジュールとロードマップの明示が必要。
- 1社提供のCMにしか字幕を付与できない枠組みを早期に複数社提供に拡張すべき。【再掲】
- CM字幕のトライアルについては、複数社提供枠でも実施する方向でWGで検討してほしい。【再掲】

### <WG第1回>

- CMの字幕の位置や文字の大きさ等の規格については聴覚障害者の意見や評価を反映させる必要がある。
- 文字の位置や、色、どの程度要約するか等の字幕の表現の仕方やノウハウは今後の課題になる。
- CMに字幕をつけることのできるプロダクションは事実上1社しかない。今後の取組の拡大にはノウハウの共有が必要。
- 15秒、30秒など長さが限られたCMの中で字幕の表現の工夫は必要。スポンサーと相談しながら決めていきたい。

<WG第2回>

- CM字幕の共通の規格をつくることや、ロードマップやスケジュールを示す必要がある。放送局システムの改修や業務ルール・人材養成、費用負担など取引ルールの解決、補助金は必要か、CM字幕についてどう周知するか、などをまとめていってはどうか。
- ノウハウやオリジナルのやり方を共有し、表現のルールやガイドラインができると、より伝わりやすくなるのではないか。また、オープンキャプションで文字を入れたCMも排除せず、両方考えてほしい。
- CM字幕の周知についてはトライアルの数を増やすしかないが、それには、局のマンパワーがどこまで対応できるかと、字幕制作会社を増やす必要がある。【再掲】
- 事務局においては、資料2-1「課題と対応の方向性」に本日の議論を加味して、次回第3回WGに提出してください。