

CM字幕の普及に向けた課題と対応の方向性（案）

資料3-1

課題		対応の方向性	目標時期	主体
《技術面の課題》 別添①	CM字幕の安定的な運用の確立ができていない	①在京テレビ5社を中心に取り組む1社提供枠のトライアルについて、試行的な取り扱いをやめ、次のステップに移行する。 ②複数社提供枠の番組での新たなトライアルを開始（キー局等）し、課題を抽出する。 ③トライアル検証結果を公表する。	①2015年春 ②2015年春トライアル開始 ③順次	放送局 広告会社 広告主 （各団体）
	放送設備が一部、CM字幕に対応していない	放送局設備（マスター、営放システム、CMバンク等）を改修時期に合わせてCM字幕対応のものとする。 （設備の改修までは、人手により対応する。） ※現在の対応状況等については、第4回CM字幕WGにおいて民放連より報告予定	設備改修時期に順次	放送局
《運用面の課題》 別添②	業務フロー確立や業務量増大への対応ができていない	CM字幕に係る放送局内の業務フロー（CM素材の搬入から送出まで）の確立及び、業務量の増大への対応を進める。	広告主からの要望の状況に応じ順次	放送局
	CM字幕搬入ルールが確立できていない	トライアルで得られた知見を「トライアルにおける字幕付きCM素材搬入ガイドライン」に順次反映し、「テレビCM素材搬入基準」を改訂する。 ※対応準備が整った局を対象とすること等を予定	改訂を2014年度中に実施	民放連業協
	CM字幕に係る取引慣行が確立していない	費用の負担や「放送不体裁」の際の取り決め、ローカル差し替え等、CM字幕に係る取引慣行を確立する必要性を関係三団体で確認する。	検討会終了まで	民放連業協 アド協



課題		対応の方向性	目標時期	主体
《周知等に係る課題》 別添③	広告主や国民のCM字幕に対する認知度が低い	<ul style="list-style-type: none"> ① トライアルの事例を増やすことにより視聴機会の拡大やCM字幕の効果等のデータ収集を図る。 ② CM字幕の存在や視聴方法等の周知を行う。 ③ クローズドキャプションの字幕とテロップ等その他の字幕との違い等について理解を促進する。 ④ 業界団体内での普及啓発活動を推進する。 	順次	民放連 業協 アド協 総務省
《普及に向けた課題》 別添④	CM字幕の表示方法の規格について当事者の意見を十分反映すべき	「CC字幕付TVCMトライアル放送2013 制作・入稿作業進行要領」について、今後も障害当事者の意見を幅広く聞きつつ改訂する。	順次	業協
	関係3団体が、情報や課題を共有する場がない	関係3団体が連携する場（CM字幕連絡会（仮称））を設け、課題の検討等を行う。	検討会終了後速やかに	民放連 業協 アド協
	CM字幕の制作会社が少ない	CMへの字幕付与に係る情報やノウハウの共有や、CMへの字幕付与を行うポストプロダクションの育成を行う。	順次	広告会社 制作会社 ポスト・プロダクション
	CM字幕の普及までの道筋が見えない	CM字幕の普及までの道筋を示すため、取組目標や目標達成時期等を定めたロードマップを策定する。業務フロー、取引慣行等の課題について必要なステップを示す。 ※ロードマップには、①放送局設備の改修、②「テレビCM素材搬入基準」の改訂、③普及啓発等について目標時期等を記載する。	検討会終了まで	民放連 業協 アド協 総務省
その他の諸課題	BSやCS放送における高齢者向けのCM番組等についても字幕の付与を検討する。	順次	放送局 広告会社 広告主	

- (1) CM字幕の安定的な運用の確立ができていない
- (2) 放送設備が一部、CM字幕に対応していない

(1) CMは放送局にとって経営に関わる大切な商品。CMの字幕が他社のCMにかぶる等の事故が生じることなく放送することが必要。

(放送設備がCM字幕を前提に設計されておらず、現状では事故が起きるリスクを払拭できていない。)

⇒様々な形のトライアルに取り組み、ノウハウを積み上げていく必要がある。

(トライアルの蓄積により技術的な課題の検討は大部分が終了。今後は運用面の課題が主眼。)

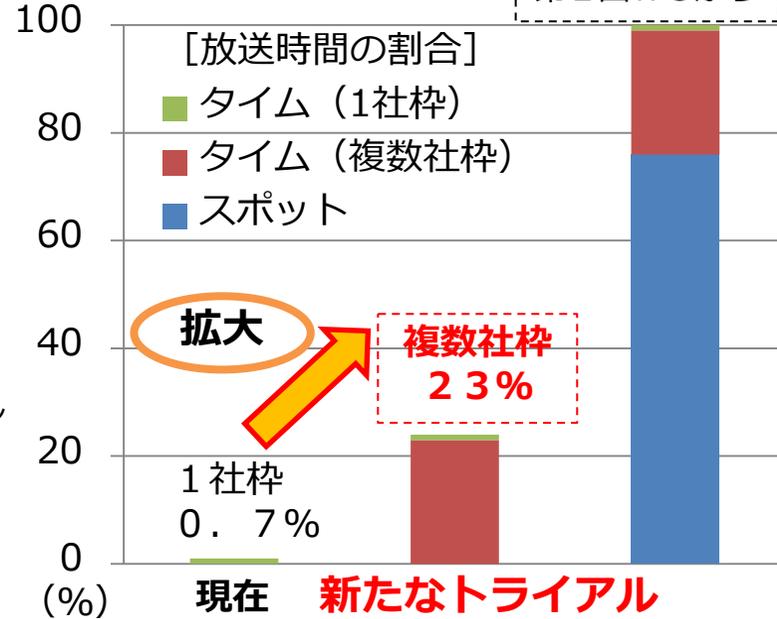
参考：トライアルの初期には、放送時に字幕の一部が欠落する等のトラブルが発生した。現在はガイドラインの改訂により解決済み。

(2) 系列局の放送設備については、一部CM字幕に未対応のため、トライアル実施にあたっては、手作業等により対応している。

⇒設備改修時期に合わせて放送局設備（マスター、営放システム、CMバンク等）をCM字幕対応のものとする。（下図の破線はCM字幕に未対応の設備）

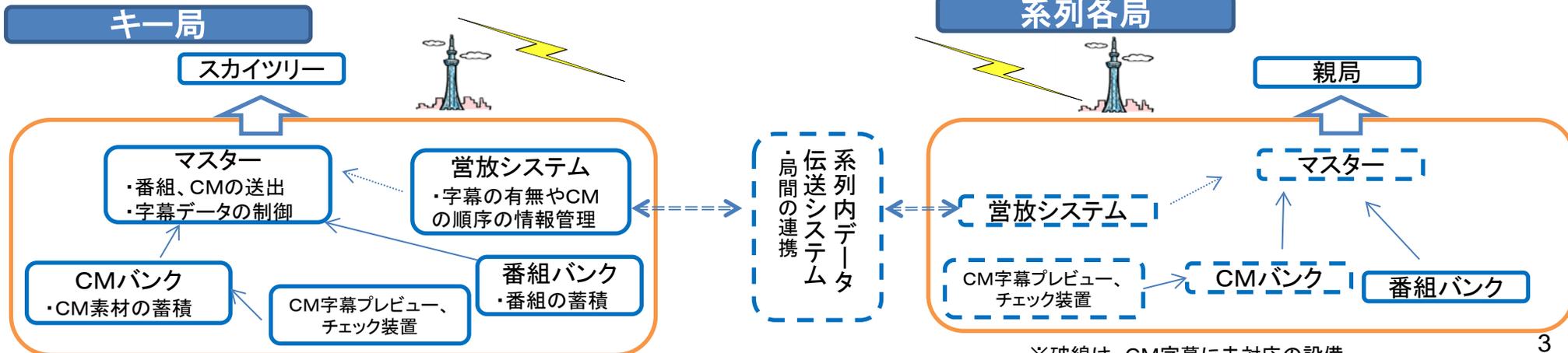
《CM字幕拡大のイメージ》

第2回WGから



※ 系列局を含む放送設備の詳しい対応状況等については、第4回WGで民放連より報告予定

《放送設備の概要》

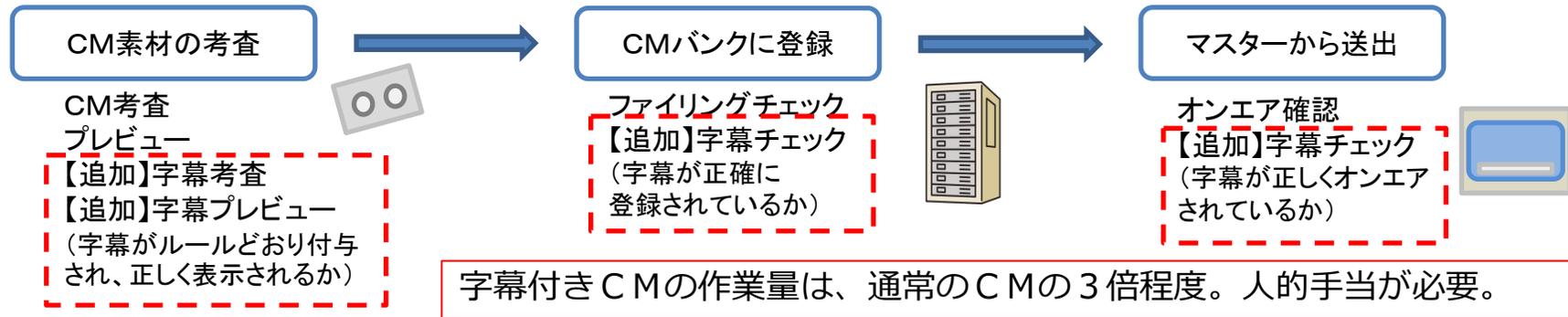


- (1) 業務フローの確立や業務量増大への対応ができていない
- (2) CM字幕搬入ルールが確立できていない
- (3) CM字幕に係る取引慣行が確立していない

(1) CM字幕に係る放送局内の業務フロー（CM素材の搬入から送出まで）を確立できていない。また、業務量増大に未対応。

参考：現在の業務フローはトライアルにおける限定的なものであり、今後取り扱うCM字幕の量が増えた場合に対応できるか不明。

《業務フローの例》



- (2) 字幕のないCMについては、民放連と広告業協会で作成した「CM素材搬入基準」によりCMの搬入が行われているが、字幕付きCMについては、CM字幕搬入ルールが確立できていない。
(トライアルでは「ガイドライン」により対応)

参考：CM素材搬入基準については、基本的に現在、「ガイドライン」に記載されている事項を盛り込めばCM字幕対応のものに改訂することが可能。(実際に改訂する際にはCM素材搬入の締め切り等、一部検討しなければならない事項がある。)

- (3) 放送局内の業務フロー増大に係る追加費用の負担や、字幕が他社のCMにこぼれる等の「放送不体裁」発生時の処理についての取り決め等、CM字幕に係る取引慣行が未整備。

参考：通常のCMの場合、「放送不体裁」発生時の処理等については、各社の個々の取引で取り決めを行っている。
CM字幕の場合は、現在トライアルとして暫定的に対応している。

(1) 広告主や国民のCM字幕に対する認知度が低い

⇒以下の対応策等が考えられる

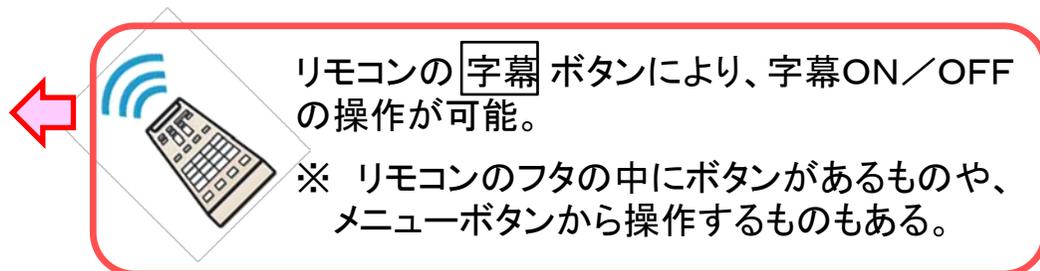
<国民向け>

- ① トライアルの事例を増やすことにより視聴機会の拡大を図る
- ② 字幕番組・字幕付きCMの存在や視聴方法（テロップとの違いを含む）等の周知を行う。

<広告主向け>

- ① CM字幕の存在や実施するメリット等について周知・啓発を行う。
- ② 業界団体内外での普及啓発活動を推進する（セミナーの開催等）。

字幕放送（クローズドキャプション）



【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

- (1) CM字幕の表示方法の規格について当事者の意見を十分反映すべき
- (2) 関係3団体が、情報や課題を共有する場がない
- (3) CM字幕の制作会社が少ない
- (4) CM字幕の普及までの道筋が見えない
- (5) その他の諸課題

(1)日本広告業協会が、障害者等の意見を聞きつつ「CC字幕付TVCMトライアル放送2013 制作・入稿作業進行要領」において表示規格を一部定めている。

例)	文字表示色(原則)	基本の色:白	セリフ(主人公):黄
	カッコの使い分け	<>:ナレーションを表記する時に使用する	
		() :話者の名前の標記やト書きに使用する	

⇒今後も引き続き障害者等の意見を「進行要領」に十分に反映させる。

(2)民放連及び広告業協会は、字幕付きCMに関し合同のワーキンググループを設置するなど適宜連携を行っているがCMの出稿者である広告主との連携の場がほとんどない。

⇒関係3団体が連携する場(CM字幕連絡会(仮称))を設け、課題の検討等を行う。

(3)現状、CM字幕を制作することができる企業は事実上デジタルエッグ1社程度しかない。

⇒CM字幕制作においては、広告主の企画意図を汲んだ字幕の付与や、「ガイドライン」にそった素材を作成する必要性があるため、通常の子幕制作と比較してノウハウ等が必要となる。

(4)いつまでトライアルを実施するのか不明

⇒CM字幕の普及までの道筋を示すため、取組目標や目標達成時期等を定めたロードマップを策定する必要がある。また、業務フロー、取引慣行等の課題について必要なステップを示す必要がある。

※ ロードマップには、①放送局の設備の改修、「テレビ素材搬入基準」の改訂、③普及啓発等について目標時期等を記載する。