

CM字幕WGの検討状況 (課題の整理と対応の方向性)

平成 2 6 年 5 月 1 5 日

CM字幕WGの検討状況

(課題の整理と対応の方向性)

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

続く

※ 目標時期や主体等については、さらに精査していく。¹

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。また、CM字幕の取組等について情報発信を行う。 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。 ⑤ 視聴者からCM字幕の反響を集める工夫をする。 ⑥ CM字幕に係る積極的な取組を推奨すること等について検討する。 	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 制作・入稿作業進行要領」の策定について、今後も障害当事者の意見を幅広く聞きつつCM字幕がより効果的で見やすいものになるよう留意する。	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	—	

CM字幕普及推進へのロードマップ

CM字幕の普及

2014年度 2015年度 2016年度 2017年度 2018年度 2020年度頃

CM字幕の
拡大

- トライアルの拡大等
- トライアルの検証結果の公表

関係3団体

▲ タイム1社提供枠について、トライアルの次のステップへ移行【2015年春】

▲ タイム複数社提供枠について、キー局等で新たなトライアルを開始【同上】

技術・運用面の課題への対応
(放送局関係中心)

- 放送局設備の改修（マスター、CMバンク等）【設備改修時期に順次】
- 放送局内の業務フローの確立、業務量増大への対応【状況に応じ順次】

放送局

▲ 業務フローの課題について必要なステップの提示【検討会終了まで】

- 取引慣行に係る課題への対応

関係3団体

▲ 取引慣行を確立する必要性の確認、必要なステップの提示【検討会終了まで】

- 字幕付きCM素材搬入ガイドライン、CM素材搬入基準の改訂
- 「制作・入稿作業進行要領」の改訂

民放連 広告業協会

▲ CM素材搬入基準の改訂【2014年度中】

その他周知や普及等に係る課題への対応

- 三団体の連携の場の設立
- 普及啓発活動等の推進
- CM字幕普及に係る課題の検討等

関係3団体

- CM字幕普及に係る支援策の検討・導入等

総務省

- 衛星放送やスポットCM等、トライアルの拡大の実現に向けた取組の推進

関係3団体

2月3日 CM字幕ワーキンググループ（第1回）

- ワーキンググループの進め方
- プレゼンテーション
 - ・日本民間放送連盟
 - ・日本広告業協会
- 意見交換

3月6日 CM字幕ワーキンググループ（第2回）

- プレゼンテーション
 - ・日本アドバタイザーズ協会
 - ・パナソニック（株）
 - ・（株）電通
 - ・（株）デジタルエッグ
 - ・日本民間放送連盟
- 意見交換

4月8日 CM字幕ワーキンググループ（第3回）

- プレゼンテーション
 - ・UDコンサルタント 松森様
 - ・全日本難聴者・中途失聴者団体連合会
 - ・全日本ろうあ連盟
- 意見交換

主査	音 好宏	上智大学文学部教授
	木村 信哉	一般社団法人日本民間放送連盟専務理事
	近藤 則子	老テク研究会事務局長
	澤田 久美子	三菱電機株式会社デザイン研究所 情報システムデザイン部主席技師長
	島田 誠一	一般社団法人日本広告業協会専務理事
	菅原 洋二	一般社団法人日本民間放送連盟CM運行検討小委員長 日本テレビ放送網株式会社取締役執行役員営業局長
	高橋 健三郎	公益社団法人日本アドバタイザーズ協会電波委員会委員長 味の素株式会社広告部長
主査代理	寺島 彰	浦和大学総合福祉学部教授
	林 朋夫	一般社団法人日本広告業協会テレビ小委員会副委員長 株式会社電通ラジオテレビ&エンタテインメント局次長
	藤川 達夫	公益社団法人日本アドバタイザーズ協会専務理事