

スマートテレビ時代における字幕等の在り方に
関する検討会 取りまとめ（案）

平成 26 年 6 月

目 次

はじめに

1. 字幕放送の現状等
2. 「字幕」をとりまく環境の変化
3. 検討会における検討事項

第1章 多言語字幕

1. 多言語字幕サービスの意義等
2. 多言語字幕サービス実現に当たっての基本的な視点
3. 多言語字幕サービス実現のための課題等
 - (1) 多言語字幕の作成方法
 - (2) 多言語字幕サービス実現のための課題
4. 提言
 - (1) 実現するサービス
 - (2) 多言語翻訳システムの精度向上のための取組の推進
 - (3) 実証実験
 - (4) ビジネス化、その他サービスの実現、普及に向けた措置
 - (5) 多言語字幕サービスの実現に向けた推進体制
 - (6) 今後のスケジュール（サービス実現に向けた時間軸）等

第2章 字幕付きCM

1. 字幕付きCMの必要性・意義等
 - (1) 字幕番組への取組
 - (2) 字幕付きCMの必要性・意義
2. 字幕付きCMの現状等
 - (1) 字幕付きCMの現状
 - (2) 関係3団体における取組状況
 - (3) 諸外国における取組状況
3. 字幕付きCMの普及に向けた課題
 - (1) 技術面の課題
 - (2) 運用面の課題
 - (3) 周知等に係る課題
 - (4) 普及に向けた課題
4. 字幕付きCMの普及に向けた提言
 - (1) トライアルの拡大等や検証結果の公表
 - (2) 放送局における設備、運用面の整備

- (3) 字幕付きCMに係る取引慣行等の確立
- (4) 字幕付きCMに係る周知等
- (5) 字幕付きCMの普及に向けた推進体制
- (6) 字幕付きCMの普及に向けた留意点
- (7) 字幕付きCM普及推進へのロードマップ

おわりに

別添 1 開催要綱

別添 2 構成員

別添 3 開催状況

参考資料集

はじめに

1. 字幕放送の現状等

- (1) テレビジョン放送は国民生活に密着した情報提供手段として必要不可欠なものであることから、視覚障害者や聴覚障害者に対しても健常者と同等の情報を提供することが求められてきた。こうした中、テレビジョン放送の字幕放送は、昭和58年からNHKが取組を開始し、テレビジョン放送のデジタル化の際にデータ放送の標準規格として実装され、近年は字幕が付与された放送番組が増加している。
- (2) 字幕放送は、放送番組のアクセシビリティを確保する観点から聴覚障害者のテレビ視聴を支援することが主眼であるが、近年は移動中のワンセグ視聴や音声が届きづらい環境下において等、健聴者のテレビ視聴にとっても有用なものとして利用機会が増加している。
- (3) 生放送のバラエティ番組に対する字幕付与等、字幕放送の更なる普及に向けて解決すべき課題は残されているが、デジタル放送への移行が完了したことにより、「字幕」もその発展に向けた新たな取組が求められる段階にある。

2. 「字幕」をとりまく環境の変化

- (1) 我が国社会のグローバル化
 - ・ 「ビジット・ジャパン」や東京五輪招致等により、今後も訪日外国人は増加の一途である。
 - ・ また、外国人労働者については、安心・安全な環境の下で日本に親しんでもらうためにも、放送番組と連動する多言語のサービスの提供が「時代の要請」になっている。
- (2) 放送と通信の連携の進展
 - ・ テレビジョン放送のデジタル化への移行が完了し、インターネットをはじめとする通信サービスと連携した放送サービスの導入が進展している。
- (3) ユニバーサルアクセスの確保
 - ・ 字幕放送や解説放送の提供は放送法の規定により放送事業者の努力義務が課せられているところであるが、「(新) 障害者基本計画」(平成25年

9月25日閣議決定)や平成25年の地上放送事業者の再免許において、一般の放送番組に加え、「CMに対する字幕付与」の進展に向けた取組の強化が求められている。

- ・ 高齢化社会の進展や訪日外国人の増加に伴い、放送番組に対するユニバーサルアクセスの確保・向上が社会的に要請されている。

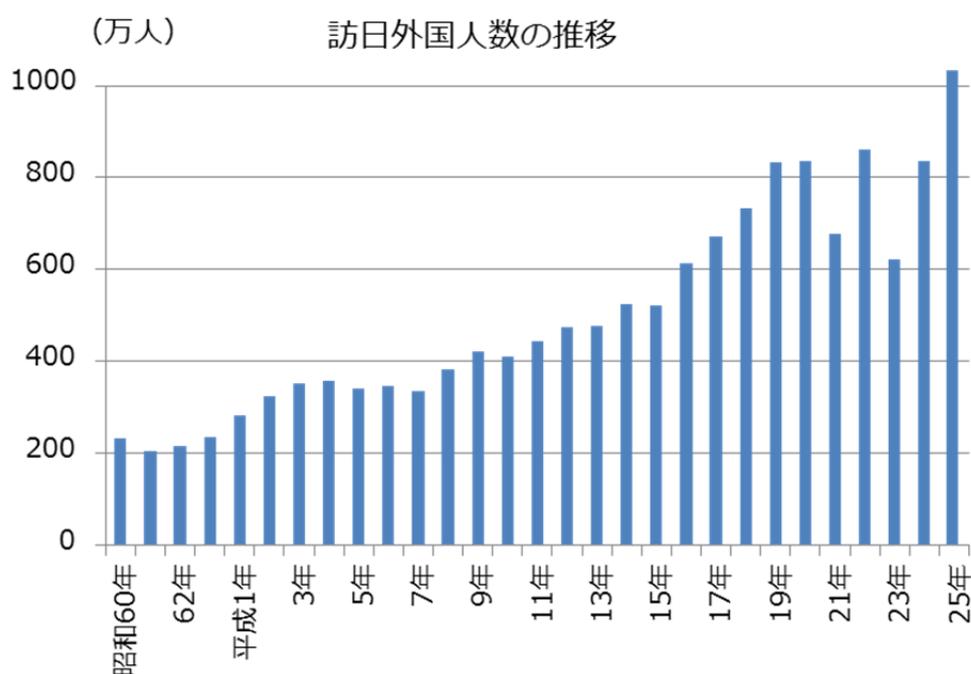
3. 検討会における検討事項

こうした環境の変化を踏まえ、本検討会においては、「多言語字幕WG」、「CM字幕WG」の2つのWGを設け、スマートテレビを活用した多言語字幕やCM字幕の本格的な普及に向けて検討を実施した。

第1章 多言語字幕

1. 多言語字幕サービスの意義等

我が国への訪日外国人数は、昨年 1,000 万人を突破し、政府は日本再興戦略等で、訪日外国人旅行者数について 2020 年に 2,500 万人、2030 年に 3,000 万人を目標としている。また、2020 年の東京オリンピック・パラリンピックの開催も決定し、それに併せて、多くの外国人観光客の訪日も期待される。



このように、今後多くの外国人の訪日が期待される中、訪日外国人や在留外国人に対して、安全・安心情報をはじめとして、必要な情報を円滑に提供する環境の構築が必要である。

政府観光局による外国人旅行者のアンケート（2012年8月～12月）では、「テレビで英語の吹き替えニュースや天気予報を確認したかった」、「最低1チャンネルは英語で放送してほしい」という声がある。
観光庁の訪日外国人旅行者メールインタビュー（2012年9月～12月）では、災害時に活用すべき情報提供手段として、「テレビ・ラジオ等のマスメディア」が最も多い結果となっている。

また、日本人の子供たちが外国語を学ぶ上で、さらには我が国で学ぶ留学生

や、働き、生活する外国人が日本語を学び、コミュニケーション能力の向上を図っていく上で、容易にそうした学習ができるようにするといった観点も、今後、より重要になってくるものと考えられる。

この点、国民に最も身近な情報メディアとして様々な情報を伝える放送番組に多言語字幕を付与することが一つの有効なツールと考えられる。ただし、放送波での字幕提供は運用規定上、日本語を含め2言語までとなっている等の制約がある。

他方、スマートテレビ^(※1)を利用したハイブリッドキャスト^(※2)のサービスでは、そうした制約がなく、また、放送サービスを実施する放送事業者とは別に多言語字幕サービス提供主体として多様なサードパーティ（放送事業者以外の者）が参入し、多様なサービスが出現することも期待できる。

こうしたことから、多言語字幕サービスを、スマートテレビを利用したハイブリッドキャストの通信回線によるサービスにより提供していくことが有効であると考えられる。

なお、放送波による放送サービス部分には放送法が適用されるが、通信回線による多言語字幕サービス部分は放送ではなく、放送法の適用はない。

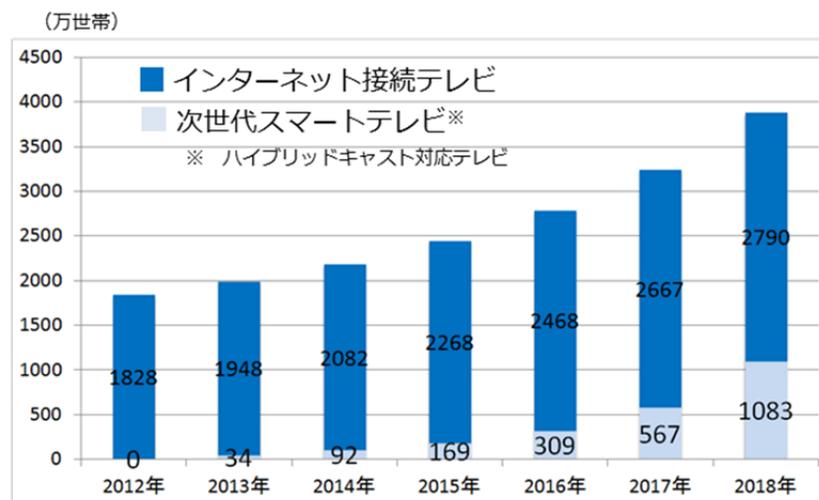
ハイブリッドキャストサービスのイメージ



※1 スマートテレビとは、放送番組とこれに連動したウェブアプリを画面に同時に表示したり、テレビとスマートフォンを接続することで、放送番組と多様なコンテンツ・アプリ

リを同時に表示することなどができるテレビ。ハイブリッドキャストに対応したスマートテレビは、2013年から発売され、2018年には、1,083万世帯への普及が予測されている。(株式会社野村総合研究所)

次世代スマートテレビの端末の普及予測



出典：(株)野村総合研究所

スマートテレビについては、放送サービスの高度化に関する検討会とりまとめ（平成25年（2013年）6月11日）において、「視聴者の安全・安心の確保」（注）等の基本理念が掲げられ、これらに基づく原則と要求条件が整理された。こうしたことを踏まえて一般社団法人IPTVフォーラムにおいて技術仕様が策定され、安全・安心の確保とオープンな開発環境の実現のため、「次世代スマートテレビ推進センター」が設置された。

（注）「これまでに放送が果たしてきた役割を踏まえ、「放送連動型アプリ」を通じて、視聴者に対して安全・安心にサービスが提供されていくこと。」

※2 ハイブリッドキャストについては、IPTVフォーラムにおいて、放送と通信が連携する新たなサービスが可能となる技術仕様（ハイブリッドキャスト技術仕様 ver. 1.0）が公開されており、この技術仕様に対応することにより、テレビ、スマートフォン、タブレットなどの様々な端末でテレビ放送とウェブが連携した多様なアプリケーションが利用できるようになる。

NHKは、2013年9月から放送法第20条第10項の認可を受けてハイブリッドキャストのサービスを実施している。また、2014年1月から3月まで、ハイブリッドキャスト技術を活用した新しいサービスの普及促進を目指して、民放キー局等が参加してスマートテレビの実証実験を実施した。

2 多言語字幕サービス実現に当たっての基本的な視点

放送は、国民に最も身近な情報メディアとして、視聴者に様々な情報をいち早く正確に伝え、高い公共的役割を果たしてきた。

スマートテレビを利用したハイブリッドキャストの多言語字幕サービスの実現に当たっては、できるだけ自律的な発展が促されるようにするといった視点とともに、正確性と速報性等の放送の特質を損なうことなく、これを補強、発展させるといった視点が重要である。

3 多言語字幕サービス実現のための課題等

(1) 多言語字幕の作成方法

多言語字幕の作成方法としてはリアルタイム翻訳と非リアルタイム翻訳がある。リアルタイム翻訳は生番組、収録番組の両方が対象となるが、非リアルタイム翻訳は、収録番組だけが対象となる。

① リアルタイム翻訳

放送と同時に、その音声あるいは日本語字幕を基に翻訳し、字幕を作成する方法^(※3)。

日本語字幕を作成する場合は、機械による音声認識を利用した方式^(※4)の他、人手によるワープロ入力的方式があるが、多言語字幕の場合、コストや遅延を考慮すると機械翻訳を利用することが有効と考えられる。その場合、機械翻訳のみで行う場合と、機械翻訳に人手による誤り修正を行う場合が考えられる。

② 非リアルタイム翻訳

事前に翻訳し字幕を作成する方法。

事前に字幕を作成し、映像との同期情報を併せ送ることで、遅延を生じさせない^(※5)ことが可能である。

※3 放送と同時に遅滞なく、(音声認識、)機械翻訳を開始するもののほか、文単位で改めてリスピークして音声認識、機械翻訳を開始する言わば準リアルタイムのものを含む。

※4 機械による音声認識を行い、人手による誤り修正を行った上で字幕を付与している。音声認識の方式には、番組音声を直接認識させるダイレクト方式と、別の話

者が改めて復唱して認識させるリスピーク方式がある。

※5 この場合でも、通信回線の状況により、遅延が生じる可能性はある。

日本語字幕については、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」（総務省）（平成19年（2007年）10月30日策定、平成24年（2012年）10月2日改訂）に基づき、2012年度の実績として、在京キー5局では対象となる放送番組の93.3%、全国の系列ローカル局では66.4%の番組に字幕が付与されている。

NHK及び地上系民放キー局等による放送については、2017年度までに対象の放送番組の全てに字幕付与することを目標としている。

(2) 多言語字幕サービス実現のための課題

本検討会においては、以下の2つの典型的なサービスに分けて検討した。

A 正確性（内容、遅延）についてベストエフォート^(※6)であることを、あらかじめ前提としたサービス

B 高い正確性を確保したサービス（日本語字幕のように、内容面での一定の高い正確性（翻訳精度）と最小の遅延で字幕を提供するサービス）

※6 「最大限の努力」はするものの、品質（正確性）は保証しないもの。

A サービスの実現のための課題

- ① ベストエフォートを前提としたものではあるが、多言語翻訳システムの精度向上は、利用者利便に資するものであり、重要である。
- ② 利用者が、ベストエフォートのサービスであることやサービス提供主体等を十分理解した上で、利用できるようにすることが必要である。この点、利用者への効果的な周知（画面上の表示）方法を検証することが必要である。
- ③ 放送サービス部分と通信による多言語字幕サービス部分が、コンテンツの内容責任を含め、利用者から見て外形的に、明確に区別できる工夫・形態が、少なくとも当面は必要である。

例えば、セカンドスクリーンでの表示（スマートフォン、タブレット等）、テレビ画面上で放送コンテンツと区別して表示（L字型画面等）する方法等が考えられる。この点、具体的な利用形態のニーズや実現可能性等の検証を踏まえた上で対応することが必要である。

なお、その他、ビジネスモデルの観点からは、内容面の正確性の向上や遅延への対応を勘案したサービスも考えられる。例えば、録画番組^(※7)の視聴時に字幕を付与するサービス等が考えられる。

※7 私的録画した番組だけでなく、VOD（ビデオ・オン・デマンド）等によって配信される放送済みの放送番組等も含む。

B サービスの実現のための課題

- ① 様々な場面、状況で発話される放送番組について、正確な多言語字幕を付すには、多言語翻訳システムの精度向上が必要である。
- ② 内容面で、現在放送サービスとして提供されている日本語字幕と同程度の高い正確性を期すためには、日本語字幕の作成の場合と同様に、人手による確認・修正等が必要である。この点、必要なスキルも含め具体的にどのプロセスでどのような作業を何人で行うことが必要か検証が必要である。
- ③ 映像との遅延は、②の人手による確認・修正等を行う場合、機械翻訳の時間に加え、更に生じる。また、遅延は、各利用者の通信回線の状況にも依存する。この点、具体的にどの程度の遅延が生じ、また、どの程度の遅延なら実用に耐えるのか検証が必要である。

その他の課題

- ① ベストエフォートを前提としたサービスの導入に際しても、利用者の安全・安心の観点から、分野によっては、一定の正確性が求められるとの考え方もある。この点、具体的なニーズ等の検証を踏まえた上で、実現可能性を検討することが必要である。
- ② 現在のテレビ端末は、基本的に日本語と英語のフォントのみに対応しており、これ以外の言語の字幕に対応するには、新たなフォントへの対応方法を検討すること等が必要である。この点、具体的な方法については、通信回線を利用するなど、ニーズ等を踏まえた上で対応することが必要であ

る。

4 提言

(1) 実現するサービス

多言語字幕サービスは、通信サービスとして行うものであり、まずは、ユーザーの利用体験環境の早期提供等の観点から、正確性（内容面、遅延面）についてベストエフォートであることをあらかじめ前提として、ユーザーニーズに応じた柔軟なサービスの早期実現が期待される。

これに関し、我が国発の高度なサービスとして、現在行われている日本語字幕のように高い正確性を確保することを求める考え方もあるが、この点については、今後の実証実験の結果、ユーザーニーズや翻訳技術の動向等も踏まえ、更に検討を進めることが求められる。

なお、通信回線による多言語字幕のサービス提供者は放送事業者に限られるものではなく、放送事業者とサードパーティのいずれもありうる。

(2) 多言語翻訳システムの精度向上のための取組の推進

現在、多言語音声翻訳^(※8)の技術開発では、旅行会話において、高い翻訳精度を実現しているが、様々な場面、状況で発話される放送番組に正確な多言語字幕を付すには、多言語翻訳システムの精度向上が必要である。

そして、精度向上のためには、一定の言語や分野を定めて、研究開発を進めていくことが必要である。また、そのためには、大規模なデータ（対訳コーパス）の蓄積が重要な要素である。

※8 独立行政法人情報通信研究機構における音声認識及び多言語翻訳

言語、分野については、ひとまず以下のことが考えられるが、具体的なニーズ等を踏まえて検討することが必要である。

言語	<p><u>訪日・在日外国人の状況、技術的な対応可能性等を踏まえると、まずは英語、そして中国語や韓国語その他の言語が考えられる。</u></p> <p>日本語を外国語として学ぶ人々などのためのやさしい日本語の字幕も考えられる。</p>
分野	<p><u>まずは、安全・安心情報を含むニュース番組が考えられるが、東京オリンピックを視野に入れたスポーツ中継や我が国に対する理解促進という点では文化等、さらにはバラエティといった分野も考えられる。</u></p>

対訳コーパスについては、多言語翻訳システムを自らのサービスとして使用する事業者と独立行政法人情報通信研究機構（以下「NICT」という。）や大学等が協力して、その充実を図っていく取組が必要である。

また、例えば、放送済みの2カ国語放送番組やラジオ国際放送番組における、日本語と英語（外国語）の音声データ、文字（字幕等）データについて、これらを保有する放送事業者からの協力（所要の契約の下での可能な範囲のデータ提供）が得られれば、対訳コーパスの構築に大いに役立つものである。

現状の音声認識精度について、アナウンサーがスタジオでニュースを読み上げる場合は、95%以上の認識精度が得られている。雑音混じりの音声や複数話者の音声の認識精度向上が課題となっている。

機械翻訳については、旅行会話を対象として、短文（平均7語）であれば、日英間の翻訳においてTOEIC600点程度の翻訳精度が得られている。旅行会話以外の分野の精度向上が課題となっている。

(3) 実証実験

上記3に示したとおり、多言語字幕サービスの実現のためには、実証実験を通じて、様々な課題を検証しながら取り組んでいくことが必要である。

検証項目として、以下のことが考えられる。

- ・多言語翻訳システムの性能に関する検証（性能評価、精度向上のための課題抽出等）
- ・サービス提供主体等の効果的な周知（表示）方法に係る検証
- ・放送サービス部分と字幕サービス部分を区別する工夫・形態に係る検証
- ・効果的・実効的な人手による確認・修正プロセスに係る検証
- ・その他ビジネスに資するモデルに係る検証

(例) 録画番組への字幕付与 等

・その他

(4) ビジネス化、その他サービスの実現、普及に向けた措置

① 放送事業者とサードパーティ間の許諾、契約締結の円滑化

ハイブリッドキャストを利用した多言語字幕サービスをサードパーティが提供する場合には、放送波により提供される日本語字幕等の放送リソース^(※9)を利用するために、放送事業者との間で、許諾・契約が必要となる。

これを円滑化するため、放送事業者として許諾・契約に応じるに当たっての、重要な事項^(※10)を事前にオープンにすることなどの取組が必要である。

※9 放送波により提供される放送動画・音声、SI（番組配列情報）等

なお、放送リソースを、放送事業者がサードパーティに事前提供することを想定しているものではない。

※10 多言語字幕 WG の議論の中では、例えば、放送予定が変更された場合に、多言語字幕サービス提供者に何らかの損害があった場合の補償関係等の例が示された。

② 多言語翻訳システムの他分野への活用・応用（放送番組以外への多言語字幕の付与）

多言語翻訳システムは、放送番組への多言語字幕の付与だけではなく、多様な分野で活用できる。そして、放送番組への多言語字幕サービス提供者のビジネスモデルの点でも、他の幅広い分野への展開が、範囲の経済性を活かしたビジネス化の促進ともなる。この点、例えば、デジタルサイネージ、デジタル教科書、海外輸出用コンテンツへの字幕付与といったものへの活用・応用も考えられる。

多言語字幕サービスが、東京オリンピックに向けた一過性のサービスに終わってしまうことがないように、こうした多言語翻訳システムの活用・応用を踏まえつつ、国際展開についても視野に入れておくことが重要である。日本国内だけでなく海外も含めたより多くのユーザーを対象とすることにより、継続的にサービスが提供されることが期待できる。

③ その他

現在、インターネットにおいては、クラウドソーシング^(※11)、ソーシャルネットワーク^(※12)により多くの人々の力を結集して、特定の者では困難なサービスを作り上げ、提供していくといったことが進展しているが、こう

した仕組みは、多言語字幕の作成や対訳コーパスの作成・収集においても参考となると考えられる。

この点、対訳コーパスの作成・収集については、既に、NICT 等が運営する翻訳支援サイトなどでは、そうした仕組みが取り入れられているところであり、引き続き、活用していくことが重要である。

また、多言語字幕の作成についても、放送と同時に、リアルタイムで翻訳し字幕を提供する場合は難しいと思われるが、例えば、視聴者が、放送後、録画した番組を視聴する際に、字幕を提供するサービスに関して、そうした仕組みも応用できないか、実現可能性等を検証していくことも考えられる。

※11 インターネットを利用して、不特定多数の人が集まって問題を解決する方法。

※12 インターネット上でコミュニティを形成し、ユーザー同士が交流できるサービス。

今後、多言語字幕サービスが実現しても、それが認知されていなければ意味をなさないことから、スマートテレビと併せて、そのサービスの普及のための周知・広報等に取り組んでいくことが重要である。

(5) 多言語字幕サービスの実現に向けた推進体制

多言語字幕サービスを実現していくためには、以下の関係者が連携して、研究開発、実証実験その他の取組を進めていく必要がある。

- ・ NICT、大学等の研究機関
- ・ 放送事業者、サードパーティ、IPTV フォーラム、端末メーカー
- ・ その他、多言語翻訳システムの利用が想定される分野の関係者 等

そのため、関係者からなる推進体制を設けて、多言語字幕サービスの実現、普及に係る各課題について、具体的な検討、対応を行っていくことが適切である。

推進体制の具体的な検討事項として、以下のことが考えられる。

- ・ 翻訳精度の向上を図る言語・分野の具体化の検討
- ・ 各課題の検証（実証実験）方法の詳細化の検討
- ・ 各課題の検証結果等を踏まえた民間ルール等^(※13)の具体化の検討
- ・ その他、多言語字幕サービスの実現・普及のために必要な方策等の検討

※13 今後、検証結果を踏まえて、推進体制において具体的に検討される必要がある

が、現在、IPTV フォーラムで例えば「ハイブリッドキャスト技術仕様サービスガイドライン」が策定されており、こうした民間ルールへの反映が想定される。また、その他、同フォーラムから、サービス検討に必要な情報を整理し、提供・発信していくことが想定される。

(6) 今後のスケジュール（サービス実現に向けた時間軸）等

本検討会は多言語字幕サービスの実現に向けた言わばキックオフである。今後、多言語字幕サービスの実現に向けたロードマップ（別紙）を念頭に、関係者が連携して、各課題とその対応について具体的に検証・検討しながら、多言語字幕サービスの実現に向けた取組を進めていくことが肝要である。

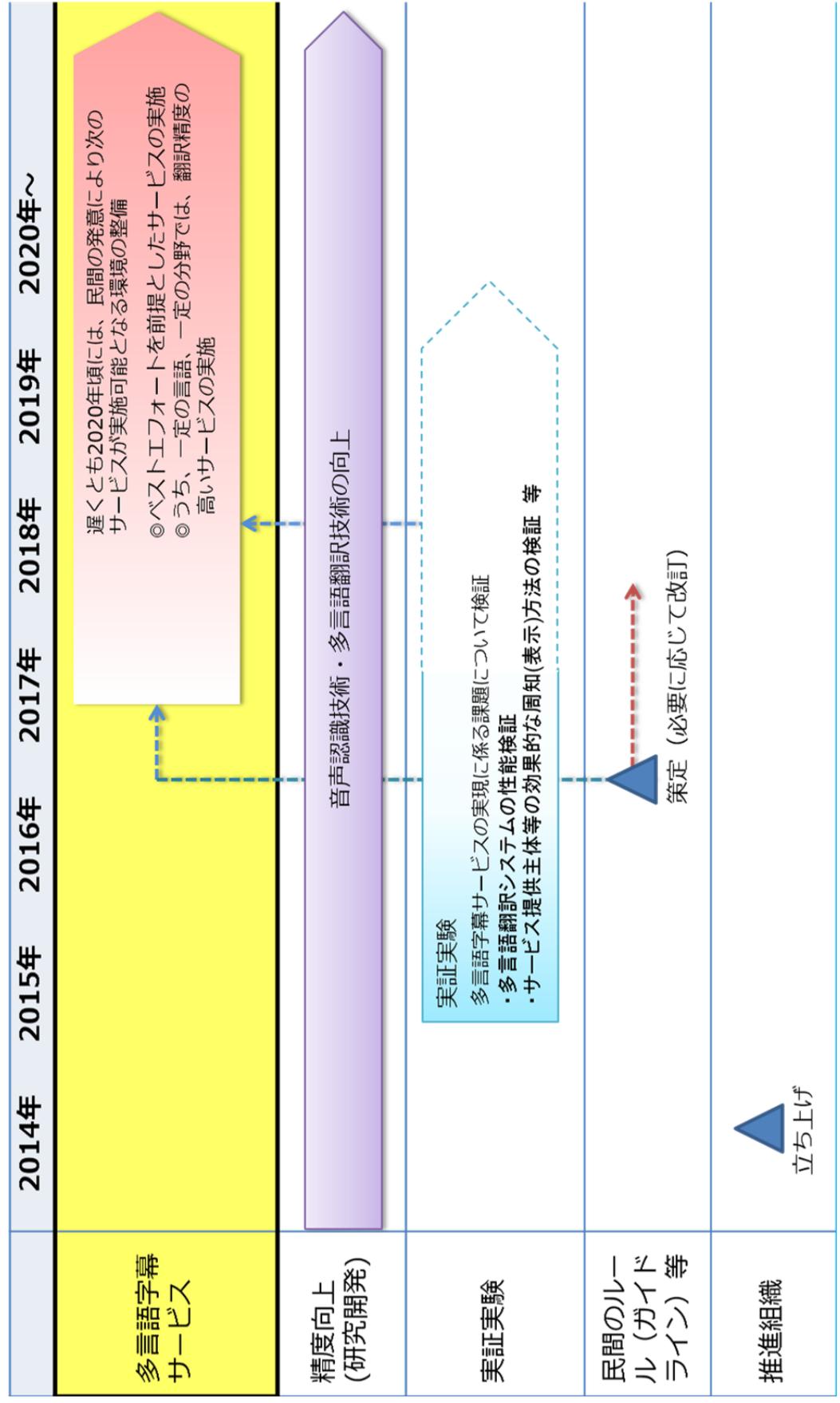
- ・ 本年度中に推進体制を立ち上げる。
- ・ 早期に実証実験を開始し、各課題について検証する。そして、実証実験の検証結果等を踏まえて民間ルール等を策定する。
- ・ 並行して、多言語翻訳システムの精度向上を推進する。
- ・ 遅くとも 2020 年頃には、民間の発意により、ベストエフォートを前提としたサービス、うち、一定の言語、一定の分野では、翻訳精度の高いサービスが実施可能となる環境を整備する。

なお、総務省においては、我が国の技術で世界の「言葉の壁」をなくし、グローバルで自由な交流の実現、日本のプレゼンス向上、東京オリンピック・パラリンピックでの「おもてなし」を図るため、NICT が研究開発に取り組んでいる多言語翻訳システムの社会実装を加速させる「グローバルコミュニケーション計画」を発表（本年4月11日）したところである。

多言語字幕サービスも「言葉の壁」をなくすために重要なサービスの一つであり、「グローバルコミュニケーション計画」が目指す多言語翻訳システムの社会実装の具体的な取組の一つとして推進し、その実現を図っていくことが必要である。

多言語字幕サービスの実現に向けたロードマップ

別紙



第2章 字幕付きCM

1. 字幕付きCMの必要性・意義等

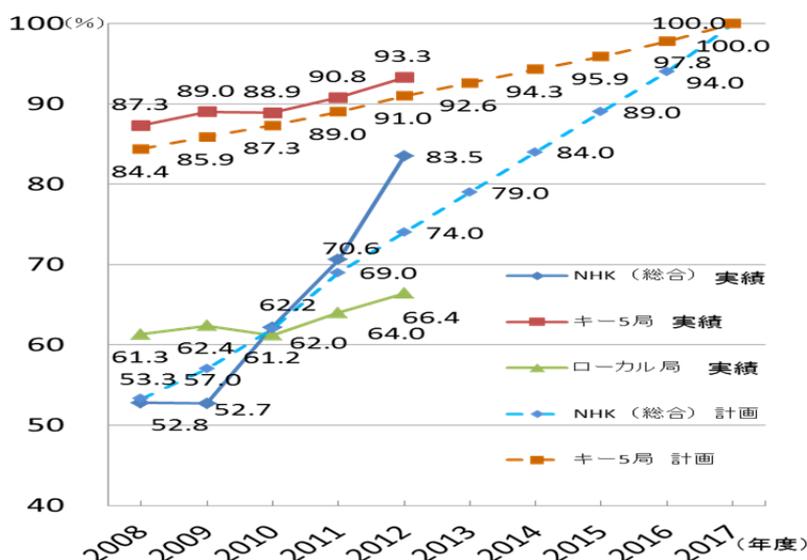
(1) 字幕番組への取組

テレビジョン放送における字幕については、放送を通じた情報アクセス機会均等化の実現を目指して、放送法における努力義務化（1997年）、「字幕放送普及行政の指針」（1997年）、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」（2007年）^(※1)の策定及びフォローアップ、制作費の一部助成（1993年～）等の取組により、一般の番組への字幕付与は進展している。

※1 指針の目標：2017（平成29）年度までに字幕付与可能な全ての放送番組に字幕付与字幕放送の割合（2012年度）：民放キー局で93.3%、NHK（総合）で83.5%

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

（7時～24時に放送される、技術上の理由等から字幕付与できない番組以外は全て目標の対象）



(2) 字幕付きCMの必要性・意義

一般の番組とは異なり、現在、CM番組^(※2)には字幕がほとんど付与されておらず、一部でトライアル（試行的な放送）が行われている状況である。

※2 日本民間放送連盟放送基準により、1週間の総放送時間の18%以内に自主規制されている。

【字幕付きCMの例】



CMは消費者の購買・ブランド認識の喚起を目的とするものであるが、家族や知人との共通の話題に上ることもあるなど生活に深く密着しており、字幕が付いていないCMの内容がわからず疎外感を覚える聴覚障害者もある。

国内の難聴者人口は約2,000万人^(※3)ともいわれ、CMへの字幕付与は聴覚障害者だけでなく、高齢化社会の進展により増加が見込まれる加齢による難聴者への情報伝達を可能とし、情報アクセシビリティを確保する観点から社会的意義が高い。

また、消費者の購買・ブランド認識の喚起というCMの目的の面からは、字幕を付与し音声情報を補完することにより、聴覚障害者等への訴求が充実すると考えられる。

※3 1,944万人（補聴器ユーザー468万人、潜在ユーザー1,476万人）／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」（1993年）

2013年9月に閣議決定された「障害者基本計画」（5年計画）においては、字幕放送の普及に関し、新たに「字幕付きCM」について明記された。また、「障害者の権利に関する条約」^(※4)は、日本において2014年1月に批准された。さらに、2020年のオリンピック・パラリンピック東京大会の開催も契機とし、ユニバーサル化の一層の進展が望まれる。

※4 締約国は、「マスメディアがそのサービスを障害者にとって利用しやすいものとするよう奨励すること」（第21条）、「障害者が、利用しやすい様式を通じて、テレビジョン番組、映画、演劇その他の文化的な活動を楽しむ機会を有すること」（第30条）を確保するための全ての適切な措置をとることとされている。

そもそも、CMへの字幕付与については、一般の番組への字幕付与と同様に、

放送法第4条第2項により放送事業者の努力義務の対象となっており、これらの状況に鑑みれば、字幕付きCMの取組の加速化が求められる。

なお、字幕には、テロップのように常時表示されるオープンキャプションと、視聴者がテレビのリモコン等で字幕の表示／非表示を選択できるクローズドキャプションとがある。オープンキャプションについては技術、運用面等の課題は特になく、本検討会においてはクローズドキャプションを中心に検討を行った。

【オープンキャプションとクローズドキャプションとの比較】

	オープンキャプション	クローズドキャプション
長所	<ul style="list-style-type: none"> 技術、運用面等の課題は特にない。 	<ul style="list-style-type: none"> 字幕が必要な人だけに表示することができる。
短所	<ul style="list-style-type: none"> 字幕を必要としない人に非表示にすることはできない。 字幕が常時表示されるので、映像制作の自由度が減る。 	<ul style="list-style-type: none"> 技術、運用面の課題があり、現状ではすべてのCMには対応できない。 制作の工程が複雑になる。 制作、放送に当たり追加的な費用、対応が発生する。

2. 字幕付きCMの現状等

(1) 字幕付きCMの現状

CMには、タイムCM^(※5)とスポットCM^(※6)とがあり、タイムCMには1社提供番組と複数社提供番組のものがある。

CMは民間放送事業の収益の根幹をなすものであり、安全確実な運用が求められる。このため、日本民間放送連盟のイニシアティブにより、広告主からの出稿と広告会社の協力を得て、在京キー5社を中心に、2010年3月から字幕付きCMのトライアル放送が開始された。現在、1社提供番組のタイムCMを中心にトライアルが拡大している。

※5 番組と一体で売買されるCM枠で放送されるCM。特定の番組ごとに1社から数社のCMを継続して放送し、通常「〇〇の提供で」という提供表示が付く。レギュラー番組のタイムCMは通常、1回30秒以上の放送が半年間単位で契約される。

※6 テレビ局が定めたCM時間枠（番組と番組との間など）に放送されるCM。15秒が基本単位。時間帯などでの自由度が高い。

また、総務省における取組は以下のとおり。

- ① 2013年（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、CMへの字幕付与につき留意するよう文書で要請。
- ② 国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究を実施（2013年10月）。

<調査結果概要>

- ・聴覚障害者（N=449）のうち、CMをよく見ている、多少見ている方は69.3%。
- ・CMを見ない聴覚障害者（N=129）がCMを見ない理由は「字幕が付いていないから」が半数を占める。
- ・聴覚障害者の90.0%が字幕付きCMを認知している。
- ・トライアルという現状の中で、聴覚障害者の64.6%が字幕付きCMを見たことがあると回答。
- ・字幕付きCMの効果について、8割以上の聴覚障害者が「CMの内容理解」「商品の理解・関心」に対する効果を評価。「その商品を購入したくなる」も半数。

（調査方法）

聴覚障害者（ろうあ者、中途失聴・難聴者）、健聴者（高齢者、若年者）を対象としたアンケート調査を実施（2013年9月）（有効回答数：聴覚障害者449件、健聴者のうち高齢者129件、若年者110件）。聴覚障害者アンケートについては、対象地域は47都道府県、各地区のろうあ者団体、難聴者・中途失聴者団体から各回答者に配布。

(2) 関係3団体における取組状況

① 日本民間放送連盟における取組状況

放送事業者により構成される日本民間放送連盟では、2010年2月に「字幕付きCMに関するWG」を設置し、具体的検討を開始した。

2010年3月から在京テレビ5社を中心にトライアルを実施している。

2010年9月に「字幕付きCMのトライアルに関する留意事項」を、2013年4月に「トライアルにおける字幕付きCM素材搬入ガイドライン」を、それぞれ策定した。

<トライアルによる成果>

- ・明らかになった技術的な課題を踏まえて、CM素材の搬入ルールの整備を行った。
- ・安全かつ円滑な運行のために、トライアル実施社においては必要な範囲において設備改修などの作業が実施された。
- ・運行上の課題がある程度明確になり、広告会社や広告主、また系列各局との連絡体制の整備が進んだ。

② 日本広告業協会における取組状況

広告会社により構成される日本広告業協会では、2012年1月に「字幕付きCM検討WG」を発足させ、CM運用やCM表現について検討を行ってきた。

2013年4月に「CC字幕付きTVCMトライアル放送2013 制作・入稿作業進行要領」を策定し、字幕制作における規格等について取りまとめた。

2013年度のトライアル実績を基に2014年4月に「進行要領」の改訂版(2014年版)を協会ホームページに発表した。

業界全体で、少しずつ知見や経験を共有することで、広告会社や制作会社のノウハウや経験の差が縮小され業界全体の底上げが実現しつつある。

なお、一般の番組の字幕では表現や搬入ルールが局ごとに異なるが、CMの字幕については「進行要領」により統一を図った。

③ 日本アドバイザーズ協会における取組状況

広告主により構成される日本アドバイザーズ協会では、2010年以降、会員社等に対して、トライアル事例を紹介する等情報提供を行ってきた。 広告界の一員として字幕付きCMの普及啓発に力を入れている。

(3) 諸外国における取組状況

① アメリカ

字幕放送については法律により義務づけされているが、FCC(連邦通信委員会)の規則により5分以下のCMについては対象外とされている。 現在、この例外規定を削除し、5分以下のCMも義務づけの対象とすることについて意見募集を実施中。

CMへの字幕付与に係る統計的なデータは存在しないが、放送局、時間帯によってはCMの半分程度に字幕が付与されている。

また、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(National Football League)、CBS(放送局)、NAD(National Association of Deaf)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に字幕が付与され、2013年の「スーパーボウル」の中継においては、全てのCMに字幕が付与された。

【字幕付きCMの実施状況（在米日本国大使館によるサンプル調査結果）】

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 カナダ

英語及び仏語が公用語であるカナダでは、カナダ・ラジオテレビ電気通信委員会（以下 CRTC）は公示により、放送事業者に対し、CMを除くTV番組について100%の英仏両言語の字幕化を義務づけており、2011年7月には、免許更新時期から遅くとも4年目までの間に全てのCMに対し英仏両言語の100%字幕化を実施することを標準的な免許条件とした。

また、放送事業者による業界団体（Television Bureau of Canada）における検討・調整の結果、2014年9月1日より各放送事業者は全てのCMに対して100%字幕化を実施することについて合意した。

なお、既にほとんど（少なくとも8~9割以上）のCMに字幕が付与されている。

③ イギリス

字幕放送については法律により義務づけられているが、CMについては法律において対象外と規定されている。

普及状況については、02（携帯電話事業者）、Aldi（流通会社）、Maybeline（化粧品会社）等の一部企業がCMに字幕を付与している。

④ フランス

字幕放送については法律により義務づけられているが、CMについては法律において対象外とされている。

フランス広告業協会（AACC）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し、同年7月、加盟社に対し、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文書（コミュニケ）を採択した。また、同協会はホームページで字幕付きCMの必要性、

メリット、費用等について情報提供している。

CMへの字幕付与に係る統計的なデータは存在しないが、2013年4月以降、ロレアル（化粧品）、MAC I F（保険）、ネスレ（食品）、バイエル（製薬）、Kimberly Clark（生活用品）、BMWフランス、フォード等の一部企業が字幕付きCMの提供を開始した。

⑤ ドイツ

字幕放送について、放送事業者へ字幕付与を義務づける法律や、行政機関が策定した取組目標などは存在しないが、第13次州間放送協定（2010年4月発効）において放送事業者に対する責務として、技術及び財政的に可能な限りバリアフリー放送サービスを増加させていくことが規定されており、放送事業者による字幕付与の取組が行われている。

字幕付きCMについて、在独日本国大使館から照会したところ、公共放送であるARD、ZDRからはCMへの字幕付与は実施していないとの回答が、また、民間放送協会及びドイツ難聴者協会からは字幕付きCMは存在しない旨の回答があった。

⑥ 韓国

字幕放送については法律により義務づけられているが、CMについては告示において対象外と規定されている。

普及状況については、在韓日本国大使館から韓国の3大地上波放送局であるKBS、MBC、SBSに確認したところ、いずれの局においても字幕付きCMは存在しないとの回答を得た。

3. 字幕付きCMの普及に向けた課題

本検討会における議論の中で、字幕付きCMの普及に向けて次のような課題があることが明らかになった。

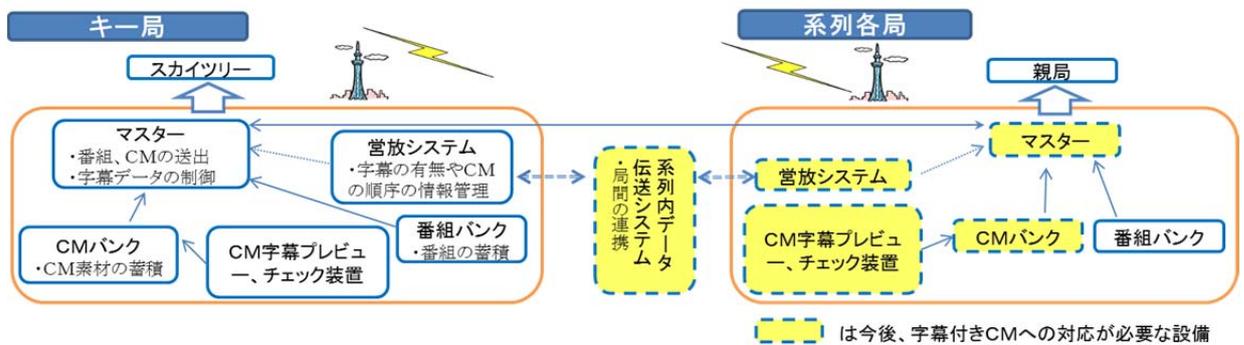
(1) 技術面の課題

CMは放送局にとって経営に関わる大切な商品であり、広告主から納品されたCMを確実に放送することが必要となる。しかし、放送設備について字幕付きCMに一部対応していない設備^(※7)もあり、字幕送出にあたっては手作業^(※8)により対応する必要がある。このため、現状では安全・確実に放送できる仕組みが完全に備えられているとまでは言えない。

※7 日本民間放送連盟が実施したアンケート結果（第4回CM字幕WGで報告）によると、全ての設備について字幕付きCMに対応可能と回答したテレビ社は在京テレビ5社、系列109社、計114社中5社にとどまる。しかし、キー局等から系列ネットワークにより放送されるCMについては、「条件付き」（字幕番組内のみ、字幕付きCMの放送が可能など）で114社全てが対応可能となっている。

※8 CMを系列ネットワークで放送する際に、系列局にCM素材の字幕の有無情報につきFAXで連絡する等の手作業が必要となる。

【放送設備の概要】

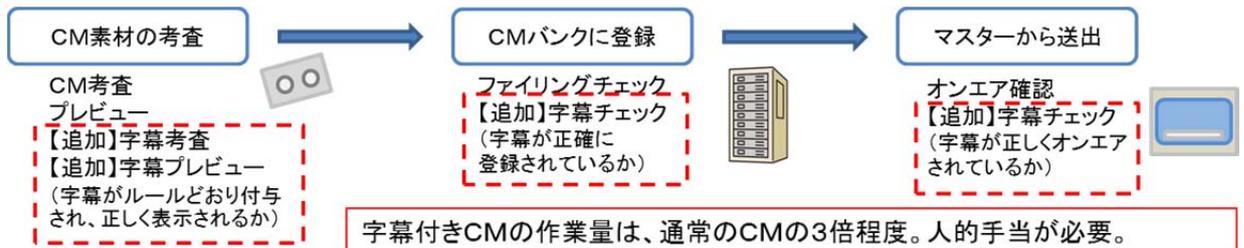


(2) 運用面の課題

字幕付きCMの放送に係る作業量は一般のCMの3倍程度^(※9)であり、人的手当が必要である。また、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、今後取り扱う字幕付きCMの量が増えた際に対応できるか不明である。

※9 CM素材の考査、CMバンクへの登録、マスター送出の各業務において、字幕に係る作業が増加する。

【業務フローの例】



また、字幕のないCMについては、日本民間放送連盟と日本広告業協会で作

成した「テレビCM素材搬入基準」に基づき放送局に搬入されているが、字幕付きCMについては、搬入基準が整備されていない。現在実施されているトライアルでは、「トライアルにおける字幕付きCM素材搬入ガイドライン」により対応している状況にある。

さらに、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（重なる）等の「放送不体裁」発生時の処理についての取り決め等、字幕付きCMに係る取引慣行が確立されているとは言えない。一般のCMにおいては、「放送不体裁」発生時の処理については、各社個々の取引で取り決めを行っているが、字幕付きCMの場合においては、現在はトライアルとして暫定的に対応している状況にある。

(3) 周知等に係る課題

広告主や国民の字幕付きCMに対する認知度は高くなく、また、一般の字幕番組や視聴方法、字幕（クローズドキャプション）とテロップ（オープンキャプション）との違い等について必ずしも知られていない。

(4) 普及に向けた課題

字幕付きCMの表示方法の規格等については、日本広告業協会が、障害者の意見を聞きつつ「CC（クローズド・キャプション）字幕付きTVCMトライアル放送 制作・入稿作業進行要領」において定めているが、引き続き障害者等の意見を反映させる必要がある。

日本民間放送連盟及び日本広告業協会は、字幕付きCMワーキンググループを設置する等、適宜連携を行っているが、日本アドバタイザーズ協会を含めた関係3団体が、情報や課題を共有する場がない。

字幕付きCMの制作においては、広告主の企画意図を汲んだ字幕の付与や「ガイドライン」に沿った素材を作成する必要があるため、一般の番組の字幕制作とは異なるノウハウ等が必要となるが、現状で字幕付きCMを制作することができるポストプロダクション^(※10)は1社程度しかない。

※10 放送番組・CMなどの映像作品の制作において、高度な映像・音響処理等の作業を担当する制作会社。

トライアルは2010年3月以降、4年以上実施されているが、いつまでトライアルという形で実施するのか、字幕付きCMの普及までどのようなステップが

必要になるかが不明確な状況にある。

4. 字幕付きCMの普及に向けた提言

(1) トライアルの拡大等や検証結果の公表

字幕付きCMの普及に向けて、放送事業者、広告会社、広告主及び関係3団体で必要に応じて連携しつつ、次の取組を進めていく必要がある。

2010年以降、在京テレビ5社を中心に取り組んできた1社提供枠での字幕付きCMのトライアルについては、それらを通じ明らかになった技術的な課題を踏まえてCM素材の搬入ルールの整備を行うなどの成果があったことから、2015年春を目途に、トライアルから「テレビCM素材搬入基準」に基づく運用等、次のステップに移行することが求められる。

しかし、CMの総放送時間に占める1社提供枠のCMの割合は1%程度であることから、字幕付きCMをさらに拡充していくためには、在京テレビ5社等において、複数社提供枠での新たなトライアルについて2015年春を目途に開始し、課題を抽出していくことが必要である。また、抽出された課題を踏まえて、安全・確実な放送運行が可能となる時期等を検討し、次のステップへの移行時期をできる限り早期に明示することが求められる。

さらに、スポットCMについても、トライアルに向けた検討を開始することが望ましい。ただし、スポットCMについてはタイムCM以上に放送局側の対応や広告会社との連携システムに課題があることも認識しておく必要がある。

また、トライアルの成果を明らかにし、関係者で共有することで確実に次のステップにつなげていくため、トライアルの検証結果については適宜公表していくことが必要である。

【字幕付きCMの対象枠のイメージ】



地上波CMの年間放送時間は約7,500時間で、そのうちタイムCMは1,800時間(24%)、スポットCMは約5,700時間(76%)と推計される。なお、1社提供番組内におけるタイムCMの放送時間は約50時間(0.7%)である。(CM字幕WG(第2回)における報告)

(2) 放送局における設備、運用面の整備

字幕のないCMと同様に字幕付きCMを取り扱えるようにするためには放送局設備の字幕化対応が不可欠であることから、放送局設備（マスター、営放システム、CMバンク等）については、設備の改修時期に合わせて順次、字幕付きCM対応のものにすることが求められる。

また、一般の番組とセットで字幕が付いていなければ字幕付きCMは視聴されないため、一般の番組の放送局設備についても同様に、設備の改修時期に合わせて字幕対応のものにすることが求められる。

字幕付きCMへの対応には設備面のほか運用面の対応が不可欠であり、字幕付きCMに係る放送局内の業務フローの確立、業務量の増加への対応について、広告主からの要望の状況に応じて順次進めることが必要である。

(3) 字幕付きCMに係る取引慣行等の確立

字幕のないCMについては、万一予定どおりに放送がなされなかった際の取り扱いなどの取引慣行が関係者間において確立している。一方、字幕付きCMについては取引慣行が確立しておらず、字幕付きCMがトライアルという状況にとどまっている要因の一つになっている。

したがって、字幕付きCMに係る取引慣行（費用負担や「放送不体裁」、ローカル差し替え等に係る取り決め）を確立する必要性を関係3団体において確認し、必要なステップを提示することが必要である。

また、CMを放送局に入稿する際の取り決めについては、日本民間放送連盟と日本広告業協会が策定した「テレビCM素材搬入基準」によっているが、字幕付きCMについては搬入基準が整備されておらず、「トライアルにおける字幕付きCM素材搬入ガイドライン」によりトライアルを実施している状況にある。

このため、字幕付きCMを字幕のないCMと同様に扱うためには、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、その内容を踏まえて「テレビCM素材搬入基準」を改訂する必要がある。なお、1社提供枠のトライアルについて2015年春を目途に次のステップに移行するという目標と連動して、2014年度中に搬入基準を改訂することが必要である。

字幕付きCMの制作・入稿作業の基本的ルール等をまとめた「CC（クローズド・キャプション）字幕付きTVCMトライアル放送 制作・入稿作業進行要領」については、日本広告業協会が日本民間放送連盟と連携して障害当事者の意見を聞きつつ策定し、2014年4月に改訂、公表しているが、今後も障害当事者の意見を幅広く聞きつつ字幕付きCMがより効果的で見やすいものになる

よう留意しつつ改訂することが必要である。

(4) 字幕付きCMに係る周知等

字幕付きCMについては一部でトライアルが実施されている状況であり、広告主や国民の認知度は低い（総務省の調査研究（前出）によれば健聴者の2～3割程度）状況にあることから、関係3団体及び総務省において以下のような対応が求められる。

- ・ トライアルの事例を増やすことにより字幕付きCMの視聴機会の拡大を図る。
- ・ 字幕付きCMの効果等のデータ収集を図り、今後の取組に生かす。
- ・ 広告主や国民に対して、字幕付きCMの存在や視聴方法、聴覚障害者にとっての意義等の周知、取組等について情報発信を行う。また、業界団体内での普及啓発活動を推進する。
- ・ 聴覚障害者の特性に配慮しつつ、視聴者から字幕付きCMに関する反響（企業や社会への意見や感謝等）を集める工夫をする。
- ・ 字幕付きCM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。

(5) 字幕付きCMの普及に向けた推進体制

日本民間放送連盟と日本広告業協会は字幕付きCMに関しワーキンググループの合同会議を開催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はほとんどなかった。

今後は、本検討会終了後速やかに関係3団体の連携の場（字幕付きCM普及推進協議会（仮称）。目的、構成員、活動内容については別紙1参照。）をつくり、検討会終了後も引き続き課題の検討等を行うことが必要である。なお、その際は字幕の利用者の目線に立つことが重要であり、障害当事者等の意見が反映されるようにすることが求められる。

また、CMへの字幕付与については一般の番組とは異なるノウハウ等が求められ、対応できるポストプロダクション等は限られている。今後、字幕付きCMの拡充に円滑に対応していくためには、広告会社を中心として、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ことが必要である。

(6) 字幕付きCMの普及に向けた留意点

BS放送は、全国放送であることや、視聴者層に高齢者も多いと考えられることなどから、番組及びCMへの字幕付与に対するニーズが、今後高まっている

くことも予想される。

こういった状況を踏まえ、BS放送においても取組の充実を図っていくための検討を行うことが望まれる。

また、通勤途上やテレビのない場所でも視聴可能なワンセグテレビにおいても字幕付きCMが見られていることを意識して取り組む必要があり、そのサービスの存在や視聴方法も含めて周知していくことが適当である。

テレビで画面外に字幕が表示される字幕アウトスクリーン表示機能^(※11)については、画像と重ならないので見やすく、また、字幕のこぼれ（映像に前の字幕が残る）の問題に有用と考えられ、広がりが期待される。

※11 字幕とテレビジョン放送画面内の文字テロップが重ならないで視聴することを目的に動画を縮小表示する機能

本検討会においてはクローズドキャプションを中心に検討を行ったが、商品宣伝等で多く用いられ高齢者にも好評なオープンキャプション（テロップを含む）についても、文字により音声情報を補完するという目的においては利用者の利便性は変わらない。むしろ、コスト負担の面からは、オープンキャプションによる対応についても、CMへの字幕付与の選択肢の一つとして取り組むことが適当である。

なお、字幕付きCMの普及に向けた取組については、広告主の企業規模等の多様性、放送局の設備や関係者の体制等の状況を踏まえつつ、着実に取り組むことが求められる。

上記の課題を踏まえ、字幕付きCMの早期普及に向けて、国は必要な支援策を講じ、その環境整備を行うことが必要である。

(7) 字幕付きCM普及推進へのロードマップ

本検討会は、字幕付きCMの普及を加速化させるための第一歩であり、今後、関係者が連携して各課題とその対応について具体的に検討し、取組を進めていくことが肝要である。

字幕付きCMの普及推進への道筋を示すため、取組目標や達成時期等を定めたロードマップ（別紙2）を策定する。

なお、「視聴覚障害者向け放送普及行政の指針」（2008（平成20）年度～2017（29）年度）が3年後に見直し時期を迎えるため、その際、ロードマップの内容

も含めて再検討を行うこととする。

字幕付きCM普及推進協議会（仮称）について

別紙1

1 目的

字幕付きCMの普及に向けて、「スマートテレビ時代における字幕等における在り方に関する検討会」取りまとめを踏まえ、情報の共有、課題の検討、関係者への周知等の実務面の対応を行う。

2 構成員

日本アドバタイザーズ協会、日本広告業協会、日本民間放送連盟（オプザーバ：総務省等）

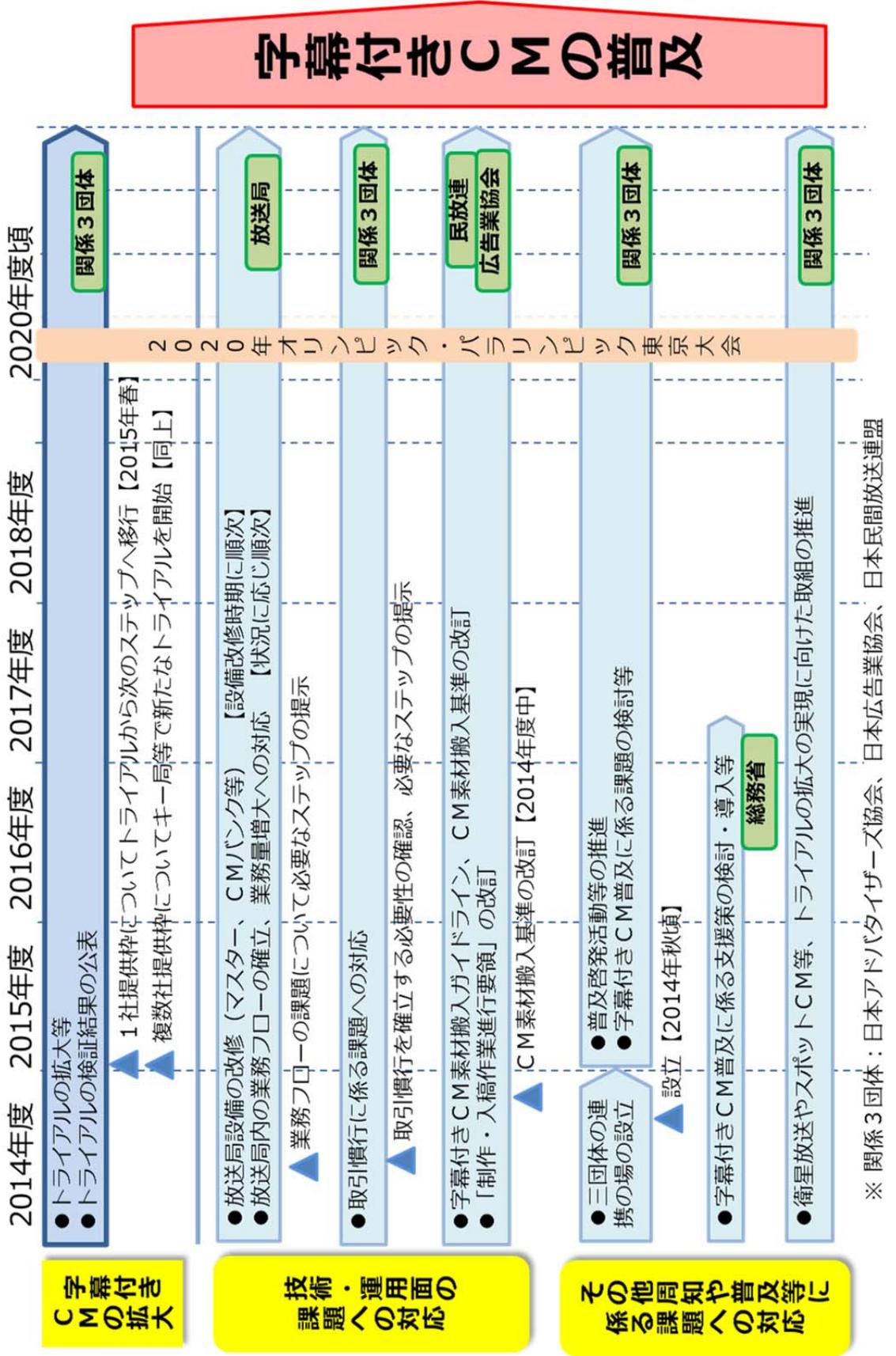
※ 事務局を、3団体により組織する方向で検討

3 活動内容

- 広告会社、広告主、放送局等への字幕付きCMに係る情報、ノウハウ等の提供・共有
 - ・ 字幕付きCMセミナーの実施（広告会社、広告主、放送局対象）※本年秋に第1回セミナーを開催（予定）
 - ・ ポストプロダクション向け等、字幕制作現場に係るセミナーについても併せて実施を検討
- 国民への字幕付きCMに関連する周知、啓発
 - ・ 実施中のトリアル等についての広報（視聴可能時間、字幕付与番組名）
- 字幕付きCMに係る課題の検討・調査
- 障害者団体との意見交換等
- 協議会の活動状況を3団体のHPで公表
- 字幕付きCMに係る積極的な取組を推奨すること等について検討
- 字幕付きCMの効果や視聴者からの反響等のデータ収集を図る

字幕付きCM普及推進へのロードマップ

別紙2



「スマートテレビ時代における字幕等の在り方に関する検討会」

開催要綱

1 目的

本検討会は、スマートテレビを通じた多言語字幕の実現や字幕付きCMの普及といった字幕に関する課題に対する具体的方策等について検討を行うことを目的とする。

2 名称

本検討会は、「スマートテレビ時代における字幕等の在り方に関する検討会」と称する。

3 検討事項

- (1) スマートテレビのサービスを通じた外国語字幕の提供に向けた具体的方策
- (2) 字幕付きCMの普及に向けた具体的方策 等

4 構成及び運営

- (1) 本検討会は、総務副大臣（情報通信担当）の検討会として開催する。
- (2) 本検討会の構成員は、別紙のとおりとする。
- (3) 本検討会に、総務副大臣（情報通信担当）があらかじめ指名する座長を置く。
- (4) 座長は、必要があると認めるときは、座長代理を指名することができる。
- (5) 座長は、必要に応じ、ワーキンググループを開くことができる。ワーキンググループの主査は、座長が指名する。
- (6) その他、本検討会の運営に必要な事項は、座長が定めるところによる。

5 期間

平成26年1月30日から、おおむね半年間を目途として開催する。

6 その他

本検討会の庶務は、情報流通行政局地上放送課が関係課の協力を得てこれを行う。

スマートテレビ時代における字幕等の在り方に関する検討会 ワーキンググループの開催について

1 目的

「スマートテレビ時代における字幕等の在り方に関する検討会」（以下、「検討会」という。）における専門的な観点からの検討を行うため、ワーキンググループを開催する。

2 名称

ワーキンググループの名称は、それぞれ「多言語字幕WG」、「CM字幕WG」とする。

3 検討内容

- (1) 「多言語字幕WG」においては、外国人に対しても放送を通じて安全・安心に関する情報等を円滑に提供する環境の構築に向けて、スマートテレビのサービスを活用した多言語字幕の提供に向けた具体的方策の検討を行う。
- (2) 「CM字幕WG」においては、民間放送の総放送時間の2割弱を占めるCM番組には字幕がほとんど付与されていない現状を踏まえ、CM番組における字幕付与の推進に向け、技術面・運用面の課題解決等具体的方策の検討を行う。

4 構成及び運営等

- (1) 各ワーキンググループの主査及び構成員は、検討会座長が指名する。
- (2) 主査は各WGを招集し、主宰する。
- (3) ワーキンググループの構成員は別紙のとおりとする。
- (4) 主査は、必要があると認めるときは、主査代理を指名することができる。
- (5) その他、ワーキンググループの運営に必要な事項は、主査が定めるところによる。

5 議事の取扱い

検討会と同様、原則公開とする。

スマートテレビ時代における字幕等の在り方に関する検討会
構成員（敬称略、構成員は五十音順）

座長	多賀谷 一照	獨協大学法学部教授
座長代理	高橋 紘士	国際医療福祉大学大学院教授
構成員	石戸 奈々子	特定非営利活動法人CANVAS理事長
	井上 弘	一般社団法人日本民間放送連盟会長 株式会社TBSテレビ代表取締役会長
	音 好宏	上智大学文学部教授
	近藤 則子	老テク研究会事務局長
	坂内 正夫	独立行政法人情報通信研究機構理事長
	佐治 信忠	公益社団法人日本アドバタイザーズ協会理事長
	鈴木 陽一	東北大学電気通信研究所教授・情報シナジー機構長
	高嶋 達佳	一般社団法人日本広告業協会理事長 株式会社電通会長
	堂元 光	日本放送協会副会長
	村井 純	慶應義塾大学環境情報学部長・教授 一般社団法人IPTVフォーラム理事長

[平成26年6月24日現在]

多言語字幕WG構成員（敬称略、五十音順）

- 石戸 奈々子 特定非営利活動法人 CANVAS 理事長
- 伊藤 彰則 東北大学大学院 工学研究科 教授
- 岡 秀幸 パナソニック(株) AVC ネットワークス社 常務・CTO
- 河原 達也 京都大学大学院 学術情報メディアセンター 教授
- 菊池 尚人 慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科 特任准教授
- 黒橋 禎夫 京都大学大学院 情報学研究科 教授
- 幸山 広伸 日本放送協会 編成局計画管理部 専任部長
- 主査 鈴木 陽一 東北大学 電気通信研究所 教授・情報シナジー機構長
- 関 祥行 (株)フジテレビジョン 常任顧問
一般社団法人 IPTV フォーラム 理事
- 中村 哲 奈良先端科学技術大学院大学 情報科学研究科 教授
- 福井 省三 (株)トマデジ フェロー
一般社団法人 IPTV フォーラム 理事
- 主査代理 藤沢 秀一 日本放送協会 放送技術研究所 所長・副技師長
- 堀木 卓也 一般社団法人 日本民間放送連盟 企画部長
- 本間 康文 (株)TBS テレビ メディア戦略室長
- 益子 信郎 独立行政法人 情報通信研究機構 理事
- 安木 成次郎 東芝ライフスタイル(株) 常務取締役 統括技師長

[平成 26 年 6 月 5 日現在]

CM字幕WG構成員（敬称略、五十音順）

- 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担当
- 高橋 健三郎 公益社団法人日本アドバ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イザーズ協会専務理事

〔平成26年6月10日現在〕

検討会開催状況

1月30日 親会（第1回）

2月 3日 多言語字幕ワーキンググループ（第1回）

2月 3日 CM字幕ワーキンググループ（第1回）

2月26日 多言語字幕ワーキンググループ（第2回）

3月 6日 CM字幕ワーキンググループ（第2回）

4月 8日 CM字幕ワーキンググループ（第3回）

4月10日 多言語字幕ワーキンググループ（第3回）

5月15日 親会（第2回）

5月23日 CM字幕ワーキンググループ（第4回）

6月 5日 多言語字幕ワーキンググループ（第4回）

6月10日 CM字幕ワーキンググループ（第5回）

6月24日 親会（第3回）