

一般社団法人 衛星放送協会
放送基準と広告放送のガイドライン
「ショップチャンネル」「QVC」
ショッピング専門番組の特長について

2024年6月26日

一般社団法人 衛星放送協会

1. 一般社団法人 衛星放送協会 放送基準

放送が「公共性」の高いメディアであるとの自覚に基づき、われわれの衛星放送もこれに則り、民主主義の精神と基本的人権を尊重し、言論および表現の自由と社会秩序を守ることを指名とし、国民に正確かつ有益な情報と健全なる娯楽を提供することを目的とする。

われわれの衛星放送は、各分野に分かれた専門放送であり、各局の放送内容も多種多様にわたるが、その社会的責任と影響を自覚し、良識をもって自らを律し、各分野における健全な文化の担い手として、その特性を生かし、内容の充実に努める。

以上の認識の上に立って、個々の放送の実施に当たっては以下の基準に十分留意する。

[1]基本的人権を尊重する

[2]民主主義の精神に立って社会秩序を尊重する

[3]児童及び青少年の人格形成に対する影響を考慮し、健全な精神を尊重させるよう配慮する。

[4]ニュースなどの報道活動にあたっては、事実に基づいて報道し、公正でなければならない。

[5]信教の自由・各宗教・宗派の立場を尊重し、公正な取り扱いに努めると共に信仰の強要につながったりするような表現は取り扱わない。

[6]健全な社会の形式を損なうような立場を与せず、表現あるいは取り扱いに留意する。

[7]広告は真実を伝え、視聴者に利益をもたらし、健全な社会生活に役立つものを放送する。

7-2 広告は内容・表現・取り扱いなどについて関係法令を遵守する。

7-3 広告は視聴者に誤解を与えないもの、社会的常識を持ったものを扱う。

7-4 広告は広告主(もしくは商品名)を明らかにし、責任の所在を明確にする。

7-5 広告の時間総量は、媒体特性と媒体価値を十分に考慮し、各社が自主的に基準を定める。

2. 一般社団法人 衛星放送協会 広告放送のガイドライン (1)

I. 総則

一般社団法人衛星放送協会は「放送の社会的責任と影響を自覚し、良識を持って自らを律する」立場から、平成11年1月に「放送基準」を制定し、会員各事業者に放送の実施にあたって留意することを求めてきた。同基準は、番組および広告を含むすべての放送内容に適用されるもので、その第7条には広告について5項目にわたる基本方針を掲げている。広告の場合、内容が多岐にわたり、放送事業者として留意すべき事項も多いことから、平成16年に「広告放送のガイドライン」を発行、平成21年に改定した。その後、法令の変更を含めて広告を取り巻く状況の変化に対応し、およそ5年毎に改定を行ってきた。広告の取り扱いにあたっては「放送基準」の各条項を踏まえると共に、この「ガイドライン」を指針とする。

II. 広告審査(考査)業務の原則

- 1 ここに定めるガイドラインは、商品・サービス・権利等の販売、その他の宣伝を目的とする広告放送のすべての類型に提要される。各放送事業者はこれを規範とし、自ら定める基準に従って、広告の採否と表現の是非を判断し、各自が結果に対する責任を負わなければならない。
- 2 広告放送の判断を誤った場合、視聴者に不測の被害を与え、社会的信用を失うことがあることを十分に認識し、放送責任に対する自覚に立って、万を期す姿勢が大切である。
- 3 広告に関する法令等は多岐にわたっており、新しい商品や表現の手法が次々と現れて、判断の対象や許容できる範囲も絶えず変動している。平素から審査に必要な情報の収集と判断力の向上に努めなければならない。
- 4 自由で公正な競争環境の中で、自主的な規制の成果を上げていくためには、事業者間の信頼と協力が不可欠である。広告の審査業務に関しても意見や情報の交換、事例の共同研究などが、常時行われることが望ましい。
- 5 広告内容に対する苦情や指摘には適切な対応を怠らず、問題に気付いた場合には迅速に必要な措置を講じなくてはならない。そのための手順をあらかじめマニュアル化しておくことが望ましい。

III. 一般的な指針

広告審査の対象となる全領域をカバーする倫理基準として、下記に衛星放送協会放送基準の広告に関する条項を掲げる。次項の「個別的なガイドライン」に定めのないケースについても、この各条項に適合するように努めなければならない。
放送基準 P-1 参照

2. 一般社団法人 衛星放送協会 広告放送のガイドライン (2)

IV. 個別的なガイドライン

以下に掲げる各項は、現時点で重要と思われる事項について、判断の指針を示したものである。今後、社会情勢等の変化に対応して必要に応じた見直しを行い、円滑な運用を図ることとする。

1. 広告表示全般に関する事項

(1) 広告放送の識別、(2) 通信・通知的な広告、(3) ニュース形式の広告、(4) 児童・青少年への配慮、(5) 不快を与える表現、(6) 不当表示などに当たる広告、(7) 誹謗、中傷の禁止、(8) 主張が対立する場合の広告、(9) 国旗や元首の尊厳に対する配慮、(10) 著作権の無断使用の禁止など、(11) 懸賞・景品の取り扱い、(12) 特殊な映像手法、(13) 許認可などを必要とする業種、(14) その他～①番組スポット提供の独占 ②売名的な広告

2. 特定の業種、分野に関する事項

(15) 金融・利殖に関する広告、(16) 不動産などに関する広告

(17) ショッピング番組及び通信販売などの広告

ショッピング番組での表示は、関係法令を遵守し、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、番組全体の表現手法についても視聴者の誤解を招かないよう配慮しなければならない。また、通信販売、割賦販売などの広告は、事業者の実態や商品、権利、サービス等の入手条件を確認し、送料、交換、返品の内容、その他購入の選択にあたって必要な事項が視聴者にわかるようにする。

(18) マルチ商法などの広告、(19) 食品・健康食品の広告、(20) 医療・医療品などの広告、(21) 教育関係の広告、(22) 求人に関する広告、(23) 風俗営業の広告、(24) 寄付金募集の広告、(25) 個人情報にかかわる業種、(26) その他～①非科学的なものなどに関する広告 ②死亡・葬儀に関する広告

3-1. 放送基準（SCサテライト放送株式会社）

1.新しいテレビ文化の創出に寄与する委託放送会社として、我が国の国民経済及び国民生活の一層の発展に資する新しい放送ネットワークの実現のため、言論及び表現の自由を守り、また、民主主義の精神に従い、基本的人権と世論を尊び、法と秩序を尊重して、確固たる財政基盤を基に、社会の信頼にこたえる放送を行なう。

2.当社は放送番組を次の基準によって編集する。

(1)人権・人格・名誉

ア 人命を軽視するような取扱はしない

イ 個人や団体の名誉を傷つけたり、信用を損なうような放送はしない。

(2)宗教

宗教に関する放送は、信仰の自由を尊重し公正に取り扱う。

(3)政治

政治上の諸問題は、できるだけ多くの視点から論点を明らかにし、公正に取り扱う。

(4)家庭と社会

ア 家庭生活を尊重し、これを破壊するような思想を肯定的に取り扱わない。

イ 暴力行為は、どのような場合にも是認しない。

(5)犯罪

犯罪については、法律を尊重し、犯人を魅力的に表現したり、犯罪行為を是認するような取り扱いはしない。

(6)性表現

性に関する事柄は、視聴者に困惑・嫌悪の感じを抱かせないように注意する。

(7)表現

ア 下品な言葉使いはできるだけ避け、また、卑猥な言葉や動作による表現はしない。

イ 人心に恐怖や不安又は不快の念を起こさせるような表現はしない。

ウ 細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、視聴者、特に児童や青少年の身体への影響に十分、配慮する。

(8)広告

広告はわかりやすく適正な表現を用い、視聴者に錯覚をおこさせるような表現をしない。

(9)テレビショッピング番組

関係法令を順守すると共に、事実に基づく表示を平易且つ明瞭に行い、また、誤認させる表現は避け、視聴者の利益を損なわないようにする。

(10)報道番組

報道番組は時事に関する速報、説明、又は意見を直接扱う番組で事実を客観的かつ正確、迅速、公平に取り扱うものとする。

3-2. 放送基準（株式会社QVCサテライト）

QVCサテライトの放送番組の編集基準は、放送の社会的責任と公共的使命を認識し、民主主義の精神と基本的人権を尊重し、言論および表現の自由と社会秩序を守り、国民に正確かつ有益な情報を提供することを目的とする。

1. 基本的人権を尊重する。

1. 基本的人権を尊重する。
2. 人命を重視し、個人・団体の名誉を傷つけるような取り扱いはいししない。
3. 個人情報の取り扱いには十分注意し、プライバシーを尊重する。
4. 人種・性別・職業などによって取り扱いを差別しない。

2. 民主主義の精神

1. 民主主義の精神に立って社会秩序を尊重する。
2. 順法の精神を尊び、いたずらに不安を煽ることを排する。
3. 政治及び政治に関わる事項並びに社会問題については、慎重に取り扱い、公正な立場を守る。
4. 人種・民族・国家に関することを取り扱う場合は、その感情を尊重する。

3. 青少年保護

1. 児童及び青少年の人格形成に対する影響を考慮し、健全な精神を尊重させるよう配慮する。
2. 児童向け番組には、児童の品性を損なったり、児童の心身に過度な影響を与えるような言葉や表現・内容がないように注意する。
3. 武力や暴力を表現する場合には、児童及び青少年に対する影響がないよう考慮する。
4. 法律で未成年者に禁じられている行為を正当化することのないようにする。
5. 日本放送協会と（一社）日本民間放送連盟が定めた「アニメーション等の映像手法に関するガイドライン」に準拠し、細かく点滅する映像や急激に変化する映像手法などについては、視聴者、特に児童や青少年の身体への影響に十分、配慮する。
6. 放送時間帯に応じ、児童および青少年の視聴に十分、配慮する。
7. 未成年者の喫煙、飲酒を肯定するような取り扱いはいししない。
8. 成人向け番組、たばこを取り扱う番組は行わない。
9. 酒類を取り扱い番組は、青少年保護の観点から、放送時間を配慮する

4. 宗教

1. 信教の自由・各宗教・宗派の立場を尊重し、公正な取り扱いに努める。
2. 宗教に関する放送では、科学を否定するようなものは慎重に取り扱う。

5. 表現

1. 健全な社会の形式を損なうような立場に与せず、表現あるいは取り扱いに留意する。
2. 著しく不快な感じや嫌悪感を与えるような表現や内容は避けるようにする。
3. いたずらに人心に不安・動揺を与えるような内容は排する。
4. 暴力行為は如何なる場合も肯定的に取り扱わず、その表現は最小限にとどめる。
5. 犯罪を肯定したり、犯罪者を英雄視しない。
6. とばく及びこれに類するものの取り扱いについては、不当に煽るようなことはしない。
7. 性に関する事柄は、未成年者に配慮のうえ、いたずらに嫌悪感をもたらさないようにする。

6. 広告放送

1. 広告は真実を伝え、視聴者に利益をもたらし、健全な社会生活に役立つものを放送する。
2. 広告は内容・表現・取り扱いなどについて関係法令を遵守する。
3. 広告は視聴者に誤解を与えないもの、社会的常識を持ったものを扱う。
4. 広告は広告主（もしくは商品名）を明らかにし、責任の所在を明確にする。

7. テレビショッピング番組

1. ショッピング番組での表示は、関係法令を遵守し、事実に基づく表示を平易かつ明瞭に行い、番組全体の表現手法についても視聴者の誤解を招かないよう配慮しなければならない。

出典:ホームページ

4-1. ショッピング専門番組の特長(ジュピターショップチャンネル)

□ 商品・番組の基本方針

ショップチャンネルは、エンターテインメントとしてのショッピングを通じ、良い商品とお客様をつなぐストーリーをつむぎ出し、多様化するお客様の毎日の暮らしに「心おどる、瞬間」を提供していきます。商品を販売するだけでなく、「情報番組として番組そのものを楽しんで頂く」番組づくりや、「地域振興・地方創生への貢献」も意識したプログラム編成などに取り組んでいます。

<具体例>

① 「日本をみつけよう」

- ・日本全国の地域を特集、現地中継を交え、その土地の魅力を伝えるショップチャンネルならではの企画。地域振興にも貢献。
- ・視聴者の関心が高い人気番組であり、当社のショッピングエンターテインメントを体現。
- ・2008年以来、全国28か所より中継を実施し、定番的に販売する商品に成長した例も多数。
- ・震災復興支援と位置付け、気仙沼(2012年)、宮古浄土ヶ浜(2014年)、小名浜港(2015年)、熊本阿蘇(2018年)にて現地中継を実施。
- ・昨年10月には「日本を見つけよう・香川」を放送。四国を代表する観光地を巡る旅行商品も販売。

② 「全国グルメ物産展」

- ・コロナ禍で百貨店の物産展が中止になる中、地方の生産者を支援する目的で企画。
- ・外出ができない中、自宅で物産展会場の臨場感を楽しめる特別番組として好評。
- ・ポストコロナにおいても看板番組のひとつとして継続し、地域経済振興に貢献。

③ ファッション情報番組「ビーナス・ナビ」「スタイル・インデックス」

- ・人気スタイリストが、ファッショントレンドやコーディネートの特集をこ紹介し、視聴者に好評。
- ・特に「ビーナス・ナビ」は放映100回を超える看板番組に成長。

4-1. ショッピング専門番組の特長(ジュピターショップチャンネル)

④ 「codawari倶楽部」

- ・日本・世界のこだわりのモノづくりにフォーカスした、月一回のレギュラー番組。
- ・大分の竹細工、燕・三条の金属加工品、浅草の革細工など、伝統技術に裏付けされた商品を紹介。
- ・製造現場の映像を交え、生産者のこだわりや思いを伝える番組として人気。

⑤ 「未来へのおくりもの」

- ・SDGsを切り口に、リサイクル素材を活用したファッション雑貨や、アフリカの戦争から逃れた女性たちが生産するアパレル商品など、環境・人権等に配慮した商品を提案する番組。
- ・売上規模はまだまだ小さいが、SDGsに対する視聴者の社会的関心を高める目的もあり継続。

4-1. ショッピング専門チャンネルの特長(ジュピターショップチャンネル)

□ ショッピングエンターテインメントの進化

TVとデジタルとリアルを連動させた新しいショッピングエンターテインメントを通じ、もっともっと「心おどる、瞬間」をお届けすることを掲げています。ライフスタイルや価値観の多様化に対応し、視聴者と双方向にコミュニケーションすることで、お一人ひとりにあった商品・サービスを提案する番組作りに取り組んでいます。

<具体例>

① Oh!Cha15(お茶行こう)

- ・平日15時に放映している10分間の商品を売らない番組。お客様の「ファン化」の促進を目指し、22年12月放送開始。
- ・お客様から頂いた投稿をご紹介するラジオ番組のような演出で、お客様と双方向に繋がり、加えて、番組の進行役であるキャストのプライベートな情報や、番組の舞台裏などをご紹介
- ・総投稿数8,998件 採用数1,671件(2022/12/1～2024/1/31 284回放送)

② QRコードによる双方向コミュニケーション／24時間双方向型ライブ放送

- ・TV画面上のQRコードをクリックしたお客様から応援メッセージや商品への質問などを頂き、これを生放送で紹介しながら双方向にコミュニケーションし、お客様と一緒にリアルタイムで番組を進行していく臨場感を演出。

③ ショップチャンネルピープル

- ・当社Webサイト／アプリで閲覧可能。月間200万PVの人気企画。
- ・メーカーのゲスト様やスタッフ様、あるいは弊社社員が、ファッション商品のコーディネートや、靴のサイズ選びのヒント、キッチンアイテムの新しい使い方、フードのバリエーションなどを動画や写真で投稿し、お客様の多様なライフスタイルに合わせたお買い物の一助となる仕組みとなっており、デジタルの強みである双方向かつパーソナライズドなコミュニケーションをTVとも連動させている。

④ リアルな接点

- ・ケーブルTV各局と連携し、マンモバスによる乳がん検診をはじめとした各種イベントを実施。
- ・お客様にスタジオに来て頂く観覧番組をはじめとした顧客参加型の番組・イベントを定期的開催。
- ・大阪にある常設店舗や、全国各地で定期的に催事・ポップアップを開催。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長(QVC)

- ☒ **QVCとは、24時間、365日“Quality”、“Value”、“Convenience”をあなたに**
 毎日を豊かに、そして、ワクワクできるように。世界中で盛きや喜びをもたらしている、QVCのテレビショッピング。ショッピングナビゲーターをはじめ、各分野のプロフェッショナルが魅力的なショッピング体験をお届けします。
- ☒ **世界最大のビデオコマースリテーラーであるキュレトリテール グループに所属**
 1986年にアメリカで開始。世界5か国(アメリカ、イギリス、ドイツ、イタリア、日本)に展開。
 視聴可能世帯は、約2億世帯以上。従業員数約2万人以上。QVCジャパンは、2000年6月設立、2001年4月に放送開始。子会社にQVCサテライト(BS4K放送事業者)。
- ☒ **顧客属性は、93%女性**
 60代33%、70代30%、50代21%。リピート購入がほとんど。ロイヤルティの高いお客様がメイン。
- ☒ **商品調達、番組制作、放送(スタジオ)、商品受注(コールセンター)、商品発送(配送センター)に至る全てを自社運営**
 QVCでは、多くの方々に愛される有名ブランドから注目の最新商品まで、幅広いカテゴリか1,200のブランドを取り揃え、年間約21,000点以上のアイテムをご紹介します。便利で豊かな生活に密着した商品を販売。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長(QVC)

- ☑ QVCでは、「未来を彩るサステナブル(持続可能)なショッピング」を合言葉にCR(コーポレート・レスポンシビリティ)活動を展開し、Planet(地球)、People(人)、Product(商品)の3つの領域でそれぞれ目標を設定し、様々な取り組みを行っています。地球環境や、社会的多様性、地方創生・地域活性化等、社会の一員として責任のある企業活動を推進していきます。

(事例)

- ◇ 世界中の人たちが地球の環境のことを一緒に考え地球を守るために行動する日、アースデイ(4月22日)。今年のQVCジャパンでのテーマは昨年に続き「For Our Planet(私たちの地球のために)」。当日は環境を意識した商品を続々紹介。
- ◇ JAグループが取り扱う地方農産物、加工品等を紹介し地方創生に寄与。(番組名「全国うまいもの倶楽部」「旬の果物頒布会」等)
- ◇ 令和6年1月8日千葉市で開催された20歳の門出を祝う式典「二十歳のつどい」にて千葉市とコラボ企画を実施。当日、本社社屋「QVCスクエア」を特別開放。
- ◇ 令和5年度千葉県男女共同参画推進事業所表彰において奨励賞を受賞。
- ◇ 令和6年2月に福島県の方に魅力や現状を語っていただくトークショーと、福島県で生産・加工された商品の試食会・社内販売を実施。

4-2. ショッピング専門チャンネルの特長(QVC)

- ☑ グローバル展開による各国の先進的な技術的取組やインフラ導入で築いた知見を活かし、これからも業界をリード、放送の高度化に寄与していきます。

(事例)

- ◇ 2018年12月1日に日本初となるピュア4K HDR&24時間TV放送をBS4Kでスタート。また、業界に先駆け、放送設備をIP方式にて一新。
- ◇ 2023年12月1日に日本初となる24時間AIリアルタイム字幕放送をBS4Kでスタート。
- ◇ 2023年12月、他社と協業し、バーチャルショッピング空間「メタバースQVCお買い物PLAZA」が4か月限定オープン。

- ☑ 番組内外でお客様との双方向のコミュニケーションを通じ、魅力的なショッピング体験をお届けします。

(事例)

- ◇ 自社コールセンターから問い合わせのあった視聴者とスタジオ間をライブ放送中に中継。視聴者ならではの質問でより臨場感を演出。(LINEでの質問も表示)
- ◇ 弊社ウェブサイトの商品レビューや質問の書き込みが出来たり、人気ゲストやナビゲーターとのオンラインサロンや座談会に参加可能な“QVCコミュニティ”を運営。
- ◇ お客様を弊社に招待。スタジオにて番組観覧や人気ゲストによるトークショー等ファッション体験会を実施。また、ジュエリー内覧会等のオフエアイベントも人気。
- ◇ 美と健康の最新トレンドをお届けするポップアップショールームを期間限定で都内にて展開。現地から生中継も併せて実施。