

# YouTubeで公開 「字幕付きCM5つのお話」 その役割と効果

日本アドバイザーズ協会（JAA）、日本広告業協会（JAAA）、日本民間放送連盟（民放連）の3団体が構成する字幕付きCM普及推進協議会（略称：字幕CM協議会）は、字幕付きCMの理解促進を図ることを目的に、昨年9月18日に「字幕付きCM普及推進に向けたロードマップ」（以下、ロードマップ）を公表。その後、字幕付きCMに関する5つの動画コンテンツ「字幕付きCM5つのお話」（第1話～第5話）を制作し、YouTubeで字幕CM協議会チャンネルを開設して5月より公開している。字幕付きCMの進捗状況について3団体に聞いた。（聞き手：吉井勇・本誌編集部、構成：古山智恵・本誌編集部）

## Interview

- ・日本広告業協会から、沼澤 忍氏・字幕CM協議会 運営委員（電通）、橋爪恒二郎氏・専務理事／字幕CM協議会 運営委員、藤井康正氏・字幕CMWGリーダー（電通）、田口康弘氏・事務局長、木村敏文氏・副主幹／字幕CM協議会 字幕付きCM普及推進キャンペーン事務局
- ・日本アドバイザーズ協会から、小出 誠氏・常務理事／字幕CM協議会 運営委員
- ・民放連から、松本達夫氏・字幕CM協議会 第7期運営委員長／CM運行等対策部会長（日本テレビ放送網）



## 「字幕付きCM5つのお話（動画）」

- 第1話 「聴覚障害者の声」国際ユニヴァーサルデザイン協議会篇
- 第2話 「字幕付きCMの意義」日本アドバイザーズ協会篇
- 第3話 「字幕付きCMの意義やロードマップ」「テレビ局が字幕付きCMを放送するまでの流れ」日本民間放送連盟篇
- 第4話 「字幕付きCM概論」「商流、字幕ハンドブックなどの紹介」日本広告業協会篇
- 第5話 「字幕付与制作作業の実際」日本広告業協会・日本ポストプロダクション協会篇  
第5話では、デジタルエッグの成瀬友弥氏が制作ノウハウを丁寧に紹介しており、実際に制作する際に大いに役立つ内容となっている

## 普及促進の強力な後押しとなった ロードマップ

—— ロードマップを公表したことで、実際に

向けて一気に進んでいるようです。

**沼澤** 昨年9月18日に公表したロードマップは、字幕CM協議会第6期運営委員長の小出さん（JAA）が中心となって、放送枠を増やす

ことと、広告主を増やすことの2つをテーマに、最終目標を2022年10月に定め、段階的な取り組みをまとめたもので、字幕付きCMの普及推進の強力な後押しとなっています。

**小出** ロードマップを策定したことで、広告主が字幕付きCMを作っても流せない放送局があるという残念な状況は解消に向かっていきます。しかし、一方で字幕付きCMを制作する広告主は思ったほど増えていません。それでも、字幕付きCM実施率（CM放送時間での実施割合）はロードマップ策定前の0.3%（2020年3月JAA調べ）から、今年に入り1%程度まで伸びています。

**松本** 私は昨年10月に運営委員に就任したのですが、ロードマップに沿って放送各社がしっかりと準備を進めていると感じています。ローカル局発で字幕付きCMを扱ったことがない放送局は75%ありますが、設備対応は東阪名地区以外のローカル局においても基本的

に整っています。全国のネットワーク系列局が発局として字幕付きCMをネットタイム枠・ローカルタイム枠で受け入れる時期は10月を見込んでいますが、実現に向けて準備を進めています。

**藤井** 放送枠が増えることは広告主の推進力になります。4月からは、これまでの関東エリア5局に、関西・東海エリア10局が加わった計15局でネットタイム枠・ローカルタイム枠で字幕付きCMの実施が可能です。そこで課題検証を確認するとともに、運行上の知見の蓄積を行います。広告主からの問い合わせも増え、高い関心と理解が進んでいると感じています。

—— 字幕付きCM普及のためとはいえ、広告主、広告会社、放送事業者の3者が連携を図るのは大変だったのではないですか。

**沼澤** いえいえ、一つの目標に向かってお互いを理解し歩み寄ることができたので、円滑に事を進めることができます。

**橋爪** 業界団体はともすれば会員の利益を考がちですが、字幕付きCMは社会のためであり、各団体が協力して動き、外部の協力も得ながら確実に歩みを進めています。

## SDGsは字幕付きCM普及の突破口!?

—— ロードマップ公表後の動きについて教えてください。

**木村** 認識づくりにセミナーの開催などを実施していますが、広告主の中にはJAAの会員以外の企業もありますし、遠方のためにセミナー会場に来られない人もいます。そこで、全国の広告主に周知と理解を得るためには、いつでも、どこでも、誰でも視聴できる動画コンテンツの公開が必要だと考えました。字幕付きCMに関する5つの動画コンテンツ「字幕付きCM5つのお話」(第1話～第5話)を作り、YouTubeで字幕CM協議会チャンネルを開設

し、5月より公開しています。

**松本** 動画コンテンツについては民放連からテレビ全社に各社のウェブサイトへリンクバナーを掲出してもらえようをお願いしています。また、ナショナルスポンサーだけでなく、全国の広告主にも字幕付きCMの意義を理解していただいて制作してほしいので、地域の広告会社や広告主に動画コンテンツの紹介をお願いしています。字幕付与の意義から、実際にどう作るかまでをわかりやすく解説していますので、非常に参考になると思います。

**沼澤** 字幕を必要とする当事者の松森果林さんに話をさせていただいたことで、字幕付与の意義がわかりやすく、説得力のある内容になりました。また、ダミーのCMを制作した際には、想定通りの問題が発生し、課題の再確認もできました。今後は、例えばテレビ局の話を追加するなど、より具体的な内容を盛り込んでいきたいと考えています。

**松本** 難聴を自覚している方は約3,400万人(2016年度総務省調べ)といわれ、さらにコロナ禍で音を出しづらい環境での字幕表示の必要性が増えています。まず身近なところから発信することが大事ですから、日テレの局長会などで動画コンテンツの視聴を推奨しています。また、放送局では番組をSDGsと捉えて発信をし始めています。ローカル局においてもSDGsは全社的なミッションになっていますので、字幕付きCMは典型的な取り組みになると思います。

**藤井** SDGsの「誰一人取り残さない」という考えに字幕付きCMは資するものです。

**沼澤** 字幕付きCMを実際に説明するときには、字幕がSDGs、CSRの一つであることを付け加えています。

**松本** 日テレで最近放送したSDGsの番組で、オリジナルCMを制作する際は字幕を付けさせてほしいとお願いし実施しました。その結果、SDGsの番組放送期間中は、弊社の字幕付きCMの実施率が2.5%になりました。

ちょっとした努力で上げることができるのです。

**小出** 話を聞いていて、SDGsが突破口になるという気がしました。

**沼澤** 広告主による字幕CM制作は、東証による「コーポレートガバナンス・コード」中の、「株主以外のステークホルダーとの適切な協働」であり、ESG(環境、社会、統治)問題への積極的・能動的な対応になるはずで、ぜひ普及してほしいです。

—— 企業がブランディングするとき、メッセージを伝える方法の中にユニバーサルが見えることは大きな価値となります。これで全国の広告会社の営業の関心度が変わると期待したい。

**松本** 字幕付きCMということだけを話題にするのではなく、テレビを誰もが見れば聞けばわかるようなメディアにする。その目標に向けた一つとして字幕付きCMを捉えていけば、テレビ自体が良くなるのではないのでしょうか。

**小出** 『月刊JAA』でも字幕付きCMの連載記事をスタートし、字幕付きCMの制作を行っている広告主の取り組みを紹介しています。企業名を公表することで、ほかの企業が追随することを期待しています。

**田口** JAAAのCSR委員会の冊子でも字幕付きCMに関する記事を掲載し、認識を広めていきます。

—— 今後の動きについて話せる範囲で教えてください。

**小出** とにかく、広告主に対して字幕付きCMの情報をいろいろな接点で増やしていくことが大事です。特に若い世代で社会的に意義のある企業活動に敏感な人が増えているので、トップだけでなく、若い世代への働きかけも重視していきたいですね。

**沼澤** 字幕付きCMの具体例をどんどん公にしていきたいと思います。情報を共有することが普及促進に有効だと思うからです。

—— アイデアはまだたくさんあるようです。今後の成果に期待しています。