

3. 「CS審査は甘い…」を打破するために～緒について広告放送基準～

元 株式会社ミステリチャンネル 常務取締役 渡辺 大三

概要

「血液サラサラの深海ザメ生肝油広告にJAROが警告」のニュース。正直言ってCS業界も胸をなでおろした。なぜなら、それまで同様の長尺CMがまかり通っており、「ケーブルテレビや衛星放送を見るとひどいよ」という声が、あちらこちらから聞こえていたからだ。反論のしようがなかった。JAROの警告を機に、広告主もCS業界も意識改革が進んだように感じたが……。

地上波での審査に関する経験

民放連の「放送基準解説書99年版」改定作業にかかわった。自局では、どちらかというと番組審査のほうが忙しかったが、全国系列会議や関東一円の民放ラ・テ42局による東京審査懇談会には必ず出席した。こうした会議はCM審査の情報交換が主であった。なかでもCXの審査資料がきめ細かく、各局とも参考になった。原発→プルサーマル、消費者金融、選挙CMなど判断の難しいものが、今も昔も多い。

CS=衛星放送協会、CAB-Jでの取り組み

CMは一切入れていなかったミステリチャンネルで、営業上の理由から「広告放送」が始まる。CM放送のやり方など全く知らない陣容であり、まさにゼロからのスタート。持ち込まれた素材の中に「サメ肝油」のようなものも多かった。明らかに薬事法違反CMは使えない。だが、何でも断ったら営業にならない。苦肉の策として、せめて口の中に入れるものだけでも審査は厳しくやろう。

加入世帯100万件以上のチャンネルで構成するCAB-Jに加入させてもらい、他局の情報集めに努めた。さらに衛放協・倫理委員会に参加し、「広告放送のガイドライン」作成にも加わった。民放連の解説書を大いに参考にさせてもらった。作成の過程で条文案に注文をつけてくる局もあり、かなり苦慮したことは事実だ。CAB-J、衛放協では、これまで一度も開いたことのない「広告放送に関するセミナー」を開催した。次第に会員各社の関心も高まった。

媒体責任論

薬事法にはじまり、最近改正された健康増進法や景表法などの広告規制の強化。6年ほど前におきたローカル地上局のCMの薬事法違反事件は、マスコミの報道が抑えられて表面化しなかったが、局のCM制作担当者が強制捜査を受けた恥ずかしい事件だった。「何人も…」の条文、今後とも媒体責任を甘く見てはいけなことを強調したい。

コンプライアンスの確立

CSは相変わらず通販、それも長尺CMが主体という現状。経営の足元を見透かして「CSは審査が甘いから……」と、商道徳に背くような売り込みも見られる。視聴者（消費者）に万一にことがあってはならない。取り返しがつかなくなってからでは遅い。日ごろからJARO、国民生活センター、厚労省・都庁などの審査情報をこまめに集め、業界全体が体力をつけて社会的にも高い信頼を得られるようコンプライアンスの確立に努めるべきだ。



わたなべ だいぞう
渡辺 大三

学歴・職歴

- 1964年 早稲田大学教育学部卒。
朝日テレビニュース社入社。
- 1978年 テレビ朝日入社、合計32年間にわたり「報道」に所属。
社会部デスク、あまから問答担当P、ニュースデスクなどを経る。
- 1996年 番組審査部長。
- 2000年 ミステリチャンネルに出向。
- 2004年6月 退任。