

2020年9月30日

放送倫理・番組向上機構
放送倫理検証委員会 御中

琉球朝日放送株式会社



放送倫理検証委員会決定後の取り組みについて

弊社は2020年6月30日に公表された貴委員会決定第36号「琉球朝日放送と北日本放送の単発番組に関する意見」（以下、「委員会決定」とします）において、弊社制作番組『島に“セブン-イレブン”がやって来た～沖縄進出の軌跡と挑戦～』が視聴者に広告放送であると誤解を招くような内容・演出になっていたと認められるとして、放送倫理違反があったと判断するという旨の通知を受けました。弊社としては、貴委員会の決定を重く真摯に受け止めております。

以下、今回の委員会決定を受けた弊社の対応と取り組みについてご報告いたします。

1. 委員会決定についての放送対応

弊社は2020年6月30日、委員会決定を受けて、夕方の報道番組『Qプラス』（18:15～18:55）の中で決定内容を伝えるとともに、弊社の「重く受け止めています。今回の意見書を踏まえて今後の番組づくりに生かしてまいります」とのコメントを放送しました。

（放送したニュース原稿）

BPO＝放送倫理・番組向上機構は琉球朝日放送が制作した番組に放送倫理違反があったとする意見書をまとめ、公表しました。

審議の対象となったのは、琉球朝日放送が2019年9月に放送した「島に“セブン-イレブン”がやって来た～沖縄進出の軌跡と挑戦～」です。

番組では、沖縄に初進出した大手コンビニエンスストアを取り上げ、初出店の動きや商品開発の舞台裏などを紹介しました。

視聴者の意見をもとに、審議を続けてきたBPOの放送倫理検証委員会は30日、「視聴者に広告放送であると誤解を招くような内容・演出になっていた」などとして、番組に放送倫理違反があったとする意見書を公表しました。

BPOの意見書について、琉球朝日放送は「放送倫理違反があったと判断されたことを何よりも重く受け止めています。今回の意見書を踏まえて、今後の番組づくりに生かしていきたい」とコメントしています。

2. ホームページへの掲出

2020年6月30日（火）午後4時30分から7月3日（金）午後5時までの間、弊社ホームページに「BPO 放送倫理検証委員会の意見書について」と題して掲載しました。

（掲載した原稿）

BPO（放送倫理・番組向上機構）の放送倫理検証委員会は、琉球朝日放送が制作した番組『島に“セブン-イレブン”がやって来た～沖縄進出の軌跡と挑戦～』（2019年9月21日放送）について、視聴者に広告放送であると誤解を招くような内容・演出になっていたなどとして、放送倫理違反があったとする意見書をまとめ、本日、公表しました。

琉球朝日放送は、放送倫理検証委員会が、放送倫理違反があったと判断されたことを何よりも重く受け止め、今期あの意見書を踏まえて、今後の番組づくりに活かしてまいります。

3. 委員会決定の社内周知

委員会決定を受けて、同日、役員会を開き、コンプライアンス担当部署を通して全職員に委員会決定の内容を周知し、再発防止策の徹底を改めて指示しました。また、関連会社にも内部への周知や再発防止策の徹底を求めました。

当該番組を制作した報道制作局では、担当役員から社員・スタッフに対し、委員会決定の内容を説明したうえで、指摘を真摯に受け止め、今後二度と指摘を受けないよう、番組制作にあたっては細心の注意を払い、信頼回復に力を合わせていく旨を指示しました。

4. 社員・スタッフによる番組再検証

委員会決定を受けて、全社員・スタッフが当該番組を再度見直し、放送倫理違反と指摘された箇所を含め、どこが問題点だったのか、今後どうすればいいのかなどの意見や感想を提出しました。

下記は再検証の抜粋です。

（委員会決定を受けて）

- ・「放送倫理違反があった」との意見書は残念だが、問題点や改善点が示されたのは幸甚だと思う。
- ・他部署のことだから関係ないではなく、すべてのスタッフが共通認識を持って議論と確認作業を経て、全員で責任を取るという意識があれば放送倫理違反と指摘される番組はなくなるのではないか。
- ・番組か広告かという観点から見ると、セブンイレブン1社の好意的な番組で「広告」と受け止められても致し方ないと思う。

- ・これまでクライアントの希望に傾きがちだったが、クライアントも一緒になって「放送基準」を守ろうというスタンスで仕事をしていきたい。
- ・営業の立場でスポンサーの情報を取り上げてきたことが全て否定されているような錯覚に陥ったが、いま一度原点に戻り「放送と広告」を考えるきっかけになった。
- ・これまで番組を作る上で、考査という概念よりもクライアントの希望をどこまで実現できるかということしか考えていなかった。今回の件で、視聴者にとって有益な情報とバランスを考えるようになった。
- ・視聴者の目が厳しい時代に入っていることと、リテラシーが高く求められていると感じる。
- ・審議の途中、意見書の公表以後も、なぜ指摘を受けたのか疑問や不満の声も一部であるが、これまでの仕事のやり方が時代の潮流や視聴者の信頼に即したもののなのか、立ち止まって見直す機会にしたい。それでなければ、有形無形に社会的にダメージを被った意味をなさない。私たちの評価は、むしろ、今後の行動や考え方で決まる。

(番組全般について)

- ・番組前半は密着ドキュメンタリーとして視聴者に対する公平性や番組を放送する必然性の要件は満たしていた。しかし、番組後半でのアナウンサーの試食は過度の演出があったと指摘されても仕方ない。
- ・1社の取り組みに終始していて広告と捉えかねない点は否めないと感じた。他コンビニの競合状況など客観的な視点が足りなかった。
- ・番組としてはセブンイレブンの県内進出に対する県民の様子や商品の開発者の思いを伝えた視聴者にとって意義のある番組だったと考える。試食はやりすぎだったと思う。競合他社の状況を一切伝えていない点はバランスを欠いていて、広告放送と指摘されても仕方がない。
- ・先行2社との比較やコンビニ競争を示すデータを入れるなど制作サイドの提案が営業サイドの意向で扱わない方針となったことが問題を生じさせたと思う。部署間の意思疎通の少なさ、人事交流の少なさが問題を惹起させたのではないかと思う。
- ・一つのクライアントを取り上げる場合、その特徴や利点を好意的に紹介する番組になってしまうのは否めない。そこで、そのバランスをどう構成・演出でカバーできるかが番組に必要。
- ・前半はセブンイレブンの沖縄進出の社会現象を追っていたが、後半はサンドイッチやおでんの商品紹介が中心となって、番組の印象が変わった。スタジオでの試食が4回もあり、「おいしい」などの主観的な感想を述べる部分は違和感を覚えた。

(反省および改善点)

- ・競合他社を並立させた紹介は難しかったのではないか。現実的には地元紙の経済担当記者や識者など第三者の目線を取り入れる。

- ・社内全体で「番組と広告」に対する認識を統一し、最終的に的確な判断をする責任者（考査担当）を置く。
- ・クライアントや代理店にもテレビの役割を説明して、ほめたたえるだけでなく公平で公正かつ有益な情報を視聴者に伝えることが信頼につながることを理解してもらうことが必要。
- ・当初、営業主導だったものが、途中から報道主導になったことは営業マンが反省すべき。最後まで責任を持つべきであった。
- ・誰のために放送しているのか？それは視聴者のためだ。しかし、現状として代理店やスポンサーに喜んでもらえる放送をする体質にあるのではないだろうか。現場で日々感じている。番組の企画段階から営業だけではなく制作現場の担当者も入れるべき。
- ・番組制作の手引きを基本としたチェックシートを作成し、必ず複数人でチェックすることによって、問題点や修正点が見えてくる。

(社内体制について)

- ・従来は薬事法や景品表示法などの法律に基づいた考査を行っていたが、今後は「広告か番組か」の判断に悩むケースが増えると思われる。考査体制の強化が必要。番組の企画立案について、議論やチェックができる社内の体制作りも必要。
- ・番組制作の手引きや勉強会など、従業員ひとり一人の共通認識を高めていく。
- ・編成の考査体制の強化はもちろん、営業も含めすべての部署が当事者意識を持って取り組めるよう、編成の考査結果を全体で確認することが必要と考える。
- ・番組の企画については様々な部署が確認と議論をして進める手続きを踏む。
- ・営業の中でも認識にずれがあるのを感じている。営業だけではなく、報道制作、編成など全社で共通認識を持てるような社内マニュアルを作成してはどうだろうか。
- ・番組と広告について継続して学び、社内でも認識を共有する。編成・営業・報道制作間で内容について話し合う体制を作る。
- ・番組制作にあたって、民放連の留意事項を遵守しているか、自社の番組制作の手引きに沿っているか、担当部署だけではなく関係部署で協議して判断することをルールとして再発防止に努める。
- ・従来、報道制作の番組は報道が考査を行っていたが、最終的に編成の考査担当がチェックするなど体制強化が必要。

5. 社内連絡会議

社員・スタッフの番組再検証を経て、2020年9月3日、本社と各支社をテレビ会議で結び、局長部長クラスの連絡会議を開催しました。

会議では、編成局長から番組再検証の内容が報告され、再発防止に向けて番組制作にあたっての留意点や企画提案書の提出の徹底などを話し合いました。

- ・番組制作にあたっては、企画、立案、制作の立場にとらわれることなく、社員全員が「番組制作の手引き」を熟知し、順守する。
- ・番組企画提案書は、自社制作か持ち込み番組か、企画内容、担当者所見を記入し、関連部署で協議する。

6. 番組審議会への報告

2020年6月30日、編成担当役員から弊社番組審議会委員に委員会決定の内容と社のコメントを報告しました。2020年9月15日に開かれた番組審議会で、社員・スタッフによる番組再検証の内容と再発防止策を報告しました。

委員からは下記の意見が示されました。

- ・セブン・イレブンの沖縄初進出は歴史的な出来事で、それを取り上げるテレビ報道としての役割があったと思われる。しかし、寡占状態のコンビニ業界において1社だけを取り上げると広告の意味合いを帯びてくる。BPOの意見書を率直に受け止め、良い番組を作るよう生かすべきだろう。自己チェック体制が重要だ。
- ・セブン・イレブンの進出によって沖縄全体が浮かれていたことを記憶している。進出から1年、2年後にどうなっているのか、3社を検証するなどしてコンビニ業界事情を取り上げてほしい。ライバルがいるからこそ企業は強くなる。次は全く違った視点で番組を作ってもらいたい。
- ・社員の中にも様々な意見や感想を持った人もいよう。同じようなことで指摘を受けないよう、会社の方針として、統一感のある考え方、思いを整理して次に進んでもらいたい。
- ・今回の件の背景にはローカル局のスポンサー獲得の苦労があったと思うが、そこをどう突破するかではないか。自社制作番組は限られているが、結局はいい番組を作ることだと思う。番組向上のきっかけになったと前向きにとらえてほしい。

7. 再発防止への取り組み

2020年9月18日、全役員と社員・スタッフが参加するリモート形式の社内報告会を開催しました。

報告会では、番組再検証および番組審議会委員の意見を報告し、再発防止に向けた今後の取り組みと方針を確認しました。

下記は主な内容です。

- ・BPOから6月30日に放送倫理違反があったとの通知を受けた。それを今後どう受け止めて改善していくのか、検証、反省をしっかりとすべきだと思う。スピード感をもって、チェック機能が働くようにもっていきたい。委縮することなくチャレンジしてってもらいたい。
- ・今回の件は地方の局から注目されている。番組の在り方については真摯に受け止め

- て、番組を企画し、制作し、放送していきたい。いい番組を作って視聴者に届ける以外に術はない。商品をチェックして市場に出していく、その意識をみんなで持つ。
- ・放送倫理の希薄さが今回の件を生んだのであろう。放送倫理に違反しない番組作りが基本。そのための民放連の放送基準であり、番組制作の手引きである。社員ひとり一人が考査担当だという意識づくりが、本来の意味での体制作りになる。
 - ・番組制作にあたっては企画提案書を提出して、それを基に様々な人が意見を出し合い、スポンサーとも交渉をして、最終的にスポンサーが納得できないということであれば、見送りもある。売り上げが厳しいから放送倫理違反をしてもいいということはありません。
 - ・番組企画にあたっては、社内および代理店、スポンサーとやり取りをしていくと思うが、番組の最終的な送り出しの責任は編成局にあるので、最終決定は編成が行う。
 - ・放送倫理違反の意見書を受けた意味合いは大きい。今後も定期的に勉強会を開き社員教育を図っていく。

8. 総括

今回の委員会決定は弊社が抱える様々な課題が招いた結果でした。

審議入り前、社内には「どこが問題なのかわからない」と戸惑いの声もありました。

しかし、社内の聞き取りや委員会での審議が進むにつれて、放送倫理に対する認識の欠如、経験則での漫然とした番組制作、部署間の連携不足、チェック体制の不備が次第に明らかになってきました。

委員会決定の「Ⅶ おわりに」では「営業マンは立場上、常にスポンサーの方に顔を向けざるをえないだろう。だからこそ、編成部門の役割が重要になってくるのである。多くの地方局は考査業務も兼ね、企画の採否から番組の最終的なチェックまでを担っているだけに、その権限と責任は重い」と指摘されています。まさに社内体制を見透かされたものでした。

審議入り後策定した「番組制作の手引き」では、番組制作や内容の決定権が放送局にあるか、生活情報としての価値・社会的意義・話題性が視聴者が観てよかったと思える内容になっているかなど、明文化して改めて確認せざるをえませんでした。

また、意見書では、「番組制作の手引きは単なるマニュアル集ではない。問題から教訓を引き出そうとする真摯な姿勢を感じさせる。主体性も必然性も、番組の制作者や取材者がそれぞれの胸に刻むキーワードではないか」と締めくくられています。

今回の委員会決定は、放送に携わるすべての社員・スタッフが放送倫理を見つめ直す機会になりました。それは、番組再検証や社内報告会を通して意識の変化を感じています。貴委員会の期待に応えるべく、放送のプロとしての当事者意識を持って、視聴者に信頼される番組作りに取り組んでまいります。

以上