

令和4年4月21日

憲法改正国民投票運動と広告規制のあり方について

(一社) 日本民間放送連盟

専務理事 永原 伸

1 考えられる3つ目の今日的論点

- ・規制の対象期間：投票日前2週間だけでよいのか
- ・規制の対象媒体：テレビとラジオのCMだけでよいのか

↓

- ・105条：立法当時に期待した役割を果たせるのか

○テレビ・ラジオCM規制の理由は「音声や動画は時に感情に訴え、扇情的な影響力を持つ」から

⇒ 例えば動画配信サービス上の動画広告はどうするのか

○「アテンション・エコノミー」「フィルターバブル」といったインターネット上の言論空間の歪みへの問題意識は理解

○インターネット空間の是正に妙案はあるか

⇒ 「規制ありき」の議論は言論空間の歪みを拡大させるリスク

2 国民投票広報協議会をめぐる議論に対する懸念

○論点メモに盛り込まれたメディアへの「訓示規定」「ガイドライン」

⇒ 立法府のメディアへの介入ではないか

○インターネット空間には大量のアウトサイダーが存在

⇒ 事業者・業界団体に自主規制を促しても効果は見込めない

3 「規制ありき」から「情報の総量を豊かにする」議論に転換を

○インターネット上のフェイク広告や偽情報は「排除できない」ことを前提に議論してはどうか

○国民の受け取る情報の総量が豊かであれば、フィルターバブルの影響を軽減でき、フェイク広告を見破る判断につながるのではないか

そのほか時間が許せば、

○「政党の自主規制」論に対する所見

○「憲法改正国民投票運動の放送対応に関する基本姿勢」(2018年)、「国民投票運動CMなどの取り扱いに関する考査ガイドライン」(2019年)の改めてのご説明

なども行いたいと思っています。

冒頭発言で時間がない場合は、質疑の際にご説明させていただきます。