

	法律・条文	発議前	発議以降	投票期日前14日から投票日まで	投票日後
国民投票法	<p>第五十条 何人も、国民投票の期日前十四日に当たる日から国民投票の期日までの間においては、次条の規定による場合を除くほか、放送事業者の放送設備を使用して、国民投票運動のための広告放送をし、又はさせることができない。</p> <p>第一百条 この節及び次節の規定の適用に当たっては、表現の自由、学問の自由及び政治活動の自由その他の日本国憲法の保障する国民の自由と権利を不当に侵害しないように留意しなければならない。</p>		<p>国民投票運動は原則として自由</p> <ul style="list-style-type: none"> ●国民一人ひとりが萎縮することなく自由に国民投票運動を行い、自由闊達な意見を闘わせることが必要。 ●改正案への賛否の表明は政治的表現の自由として最大限尊重しなければならない。不当に侵害してはならない。 ●扇情的な広告が交錯するような事態については言論の自由市場で淘汰する。 	<p>国民投票運動CMは放送禁止 (理由) 言論の自由市場で淘汰するだけの時間的余裕がないので環境整備が必要。</p>	
	<p>第一条 この法律は、次に掲げる原則に従って、放送を公共の福祉に適合するように規律し、その健全な発達を図ることを目的とする。</p> <p>一 放送が国民に最大限に普及されて、その効用をもたらすことを保障すること。</p> <p>二 放送の不偏不党、真実及び自律を保障することによつて、放送による表現の自由を確保すること。</p> <p>三 放送に携わる者の職責を明らかにすることによつて、放送が健全な民主主義の発達に資するようにすること。</p> <p>第三条 放送番組は、法律に定める権限に基づく場合でなければ、何人からも干渉され、又は規律されることがない。</p> <p>第四条 放送事業者は、国内放送及び内外放送（以下「国内放送等」という。）の放送番組の編集に当たっては、次の各号の定めるところによらなければならない。</p> <p>一 公安及び善良な風俗を害しないこと。</p> <p>二 政治的に公平であること。</p> <p>三 報道は事実をまげないですること。</p> <p>四 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること。</p> <p>第五条 放送事業者は、放送番組の種別（教養番組、教育番組、報道番組、娯楽番組等の区分をいう。以下同じ。）及び放送の対象とする者に応じて放送番組の編集の基準（以下「番組基準」という。）を定め、これに従って放送番組の編集をしなければならない。</p> <p>2 放送事業者は、国内放送等について前項の規定により番組基準を定めた場合には、総務省令で定めるところにより、これを公表しなければならない。これを変更した場合も、同様とする。</p>		<p>放送事業者は自主・自律的に遵守している</p> <p>放送番組は放送事業者が自らの責任において編集するものであり、放送事業者が、自主的、自律的に放送法を遵守していただくものと理解している (政治的公平の解釈について 政府統一見解 2016年2月12日)</p>		
民放連の自主規制	<p>放送基準(番組基準) ※</p>			<p>放送事業者は自主・自律的に運用・遵守している</p>	
	<p>放送基準に加えて行う特別の自主規制</p>		<p>対応①「検討の前提」を決定：「国民投票運動CMの量の自主規制は行わない」（2018年9月理事会で決定・公表）</p> <p>対応②「基本姿勢」の策定：憲法改正が発議された場合には、視聴者に対して番組とCMを通じて正確かつ多角的な情報を提供していくことが放送事業者の当然の責務であることを確認（2018年12月理事会で決定・公表）</p> <p>対応③「ガイドライン」の策定：国民投票運動CMの取り扱いに関する考査の「ガイドライン」（放送基準の細部を補足するもの）をとりまとめ（2019年3月理事会で決定・公表）</p>	<p>憲法改正に関する意見を表明するCMなどについても、国民投票法の趣旨（環境整備）に沿って取り扱わないことを推奨</p>	

※ 該当する主な放送基準

- (2) 個人・団体の名誉を傷つけるような取り扱いはしない。
- (8) 国の機関が審理している問題については慎重に取り扱い、係争中の問題は審理を妨げないように注意する。
- (11) 政治に関しては公正な立場を守り、一党一派に偏らないように注意する。
- (12) 選挙事前運動の疑いがあるものは取り扱わない。
- (13) 政治・経済問題等に関する意見は、その責任の所在を明らかにする必要がある。
- (34) 取材・編集にあたっては、一方に偏るなど、視聴者に誤解を与えないように注意する。
- (47) 社会・公共の問題で意見が対立しているものについては、できるだけ多くの角度から論じなければならない。

- (89) 広告は、真実を伝え、視聴者に利益をもたらすものでなければならない。
- (96) 広告主が明らかでなく、責任の所在が不明なものは取り扱わない。
- (97) 番組およびスポットの提供については、公正な自由競争に反する独占的利用を認めない。
- (100) 事実を誇張して視聴者に過大評価させるものは取り扱わない。
- (101) 広告は、たとえ事実であっても、他をひぼうし、または排斥、中傷してはならない。
- (115) 個人的な売名を目的としたような広告は取り扱わない。
- (122) 視聴者に錯誤を起こさせるような表現をしてはならない。
- (126) ニュースと混同されやすい表現をしてはならない。特に報道番組のコマーシャルは、番組内容と混同されないようにする。

国民投票法の立法経緯

2006年に上程された自民・公明両党案と民主党案は、広告合戦のような事態になっても「言論の自由市場で淘汰されるべきもの」とし、投票日直前のテレビ・ラジオCMのみ規制対象としていた。禁止期間は当初、投票期日前1週間だった。(※参考：法案上程前の経緯)

葉梨康弘・自民党衆院議員「基本的にこれを言論に対して言論で対処するとはいっても、投票期日直前になされたような場合には言論の自由市場で淘汰する時間的な余裕がないということを懸念した。今のテレビ、ラジオ番組も1週間が大体サイクルになっておりますので、そのような形での冷却期間を1週間という形で置かせていただいた」(2006年11月9日、衆院憲法調査特別委員会)

民主党・枝野幸男衆院議員「テレビ、ラジオの広告放送による改正賛成のキャンペーンについて、これを一律に禁止してしまえば、改正賛成だけでなく改正反対の主張もできなくなり、表現の自由が脅かされる。もちろん、活字メディアと違い、音声や映像を用いる放送メディアは、時に理性ではなく感情に訴えるという意味で扇情的な影響力を持つのも事実であり、それに多額の費用を要するのも事実。したがって、私どもは、投票日直前に集中的に流されるという事態に対して、これを言論の自由市場で淘汰する時間的余裕がないことを踏まえて、直前7日間についての広告放送を禁止することとした」(2006年6月1日、衆院本会議)

民放連は、テレビ・ラジオCMに関する投票日前1週間の禁止規定について不要と訴え、自主的に規律していくとの趣旨で「自主規制」に言及した。

山田良明・民放連放送倫理小委員長「制限規定が放送のみに定められているけれども、我々としては違和感を感じる。投票日直前の期間において広告放送を法律によって禁止する規定を法案に盛り込むことには、やはり反対させていただきたい。もちろん、その間に流される複数のCMの内容にとって、意見の強弱、賛否の強弱、あるいは著しくバランスを欠いたというようなことが生じた場合には問題となることは十分に承知をしている。しかし、放送法で保障されている放送の自律、すなわち各放送局が自社で定める番組基準を日常的に運用する中で自主的に判断することで解決していけるだろうと思っている」(2006年6月1日、衆院憲法調査特別委員会)

テレビ・ラジオCMの禁止期間について、共産、社民両党などから資金力の多寡が投票結果に与える影響を指摘する意見が出された。国会での論議を踏まえ、自公両党と民主党の間で、禁止期間を2週間に拡大する法案修正(「併合修正案」)でまとまりかけた。しかし、両者の

修正協議は最終局面で決裂し、民主党はテレビ・ラジオCMを全面禁止とする独自案を提出した(2007年4月10日)。採決の結果、CM禁止期間を2週間とする「併合修正案」が可決・成立した。

葉梨康弘・自民党衆院議員「いわゆるスポットCMについては、国民が放送メディアの影響から離れて冷静に判断するための言わば冷却期間として、投票日前の一定期間を禁止することが必要だと考えています。そこで、一方では広告主の表現の自由をできる限り尊重すること、他方では財力の多寡による不平等が生じるおそれがあること等を総合的に勘案し、かつ期日前投票の期間が投票日の2週間前から始まっていることも踏まえ、スポットCMの禁止期間を投票日前2週間としたところであり、議員の御懸念の趣旨にも十分配慮した内容になっているものと考えております」(2007年4月16日、衆院憲法調査特別委員会)

枝野幸男・民主党衆院議員「テレビCMというのは非常に多額なお金がかかりまして、普通の人がかかわることはできない種類のものである、そして、かける金額の大きさによって圧倒的にその影響力に差が出るということになります。では、賛否平等になるようにというようなことを何らかの規制ができるのかといえば、それは現実の商業の売り方、買い方から考えると現実的に難しいだろうと思いますし、表現の自由に対する介入のあり方として、形式的にだめだということ、実質に踏み込んでいい悪いかいいうのでは、実質に踏み込んでいい悪いという方が介入としては大変強力な介入になって、できるだけ避けた方がいい。賛否平等にできるだけ近づけるよになんていう決め方をすると、それが賛成のCMなのか反対のCMなのかの内容に踏み込むことになりますから、そういう規制はできない。そうすると全面的にテレビCM自体を禁止して、賛否どちらのサイドもテレビCMを使わない。これがフェアなやり方じゃないか、というふうに考えて全面禁止ということに踏み切りました」(2007年4月12日、衆院憲法調査特別委員会)


【※参考：法案上程前の経緯】

2006年4月に自民党がとりまとめた「日本国憲法の改正手続に関する法律案(仮称)・骨子素案」には、「表現の自由を濫用して国民投票の公正を害することのないよう、報道に関する基準の策定、報道に関する学識経験を有する者を構成員とする機関の設置等の自主的な取組に努める」とするメディア規制条項が盛り込まれていた。


これに対し、衆議院「日本国憲法に関する調査特別委員会」で、民放連は「自由な環境のなかで国民が討議・熟慮することが不可欠であり、そのためにもメディアの報道・評論に規制を設けるべきではない」と発言。日本新聞協会は「取材、報道活動を萎縮させ、活発な憲法論議を妨げるおそれがある」「有権者に必要な判断材料、情報を多角的に提供することを阻害する」として、訓示規定であっても、虚偽報道の禁止規定は容認できない旨、発言した。

その後、上程前にメディア規制条項は削除された。

1-1 メディア年表

生活・社会		 テレビ P063~P108	 ラジオ P109~P142
WBC 初開催 サッカー W 杯 トリノ五輪	2006 年	ワンセグ開始 地デジ全国で開始	インターネットラジオ開始
郵政民営化	2007 年		インターネットラジオ 東京キー局 5 局 デジタルラジオ受信機発売
リーマンショック 北京五輪	2008 年	ひかり TV 地デジ再送信	3月3日を「民法ラジオの日」に
オバマ大統領就任 総選挙 民主党圧勝	2009 年		
総人口 3 年ぶり減 少子高齢化進展 バンクーバー五輪	2010 年	3D テレビ	ラジオ設立運用開始
東日本大震災 なでしこジャパン活躍	2011 年	アナログ放送停波 地デジ化完了 (岩手・福島・宮城以外)	
ロンドン五輪 総選挙 自民党圧勝	2012 年	地上波デジタル放送完全移行	
2020 年五輪 東京開催決定	2013 年	ハイブリッドキャスト開始	ラジオアプリ
ソチ五輪 消費税8%に	2014 年	Hulu 日本テレビ傘下で 日本向けサービス開始	ラジオプレミアム開始
北陸新幹線開業 マイナンバー通知	2015 年	TVer サービス開始	ワイド FM (FM 補完放送)
リオ五輪 ポケモン GO	2016 年	リアルタイム・タイムシフト の視聴率調査統合 (関東)	ラジオ タイムフリーサービス
トランプ大統領就任 総選挙 自民党圧勝	2017 年	視聴ログの活用推進 AbemaTV 「72 時間ホンネテレビ」	ラジオクラウド開始
平昌五輪で羽生結弦連覇 大坂なおみ 全米オープン優勝	2018 年	新 4K8K 衛星放送スタート 関東スポット新指標取引開始 阪名タイムシフト調査開始	ラジオオーディオアド開始

1-1 メディア年表

新聞 P143~P192	 雑誌 P193~P232	 デジタル P233~P278	 アウトドアメディア P279~P306
SANKEI EXPRESS 発行 47CLUB 開始	ニコ☆プチ創刊	モバゲータウンサービス開始 Wii 発売 Twitter 開始 番号ポータビリティ	表参道ヒルズ開業
	AneCan 創刊	YouTube 日本語版	
あらたにす開始	sweet 付録 付録ブーム X BRAND	Facebook 日本語版 Twitter 日本語版 iPhone 3G 日本発売 Android 発売	J・AD ビジョン導入 (駅デジタルサイネージ)
紙面の 12 段化加速	マガストア		イオンチャンネル開始 (デジタルサイネージ) 3D 映画
日経電子版開始		iPad 日本発売	
読売 KODOMO 新聞創刊 朝日新聞 有料電子版開始	X BRAND STORE 本格始動	LINE 開始	
	Domani バッグサイズ登場 SPUR.JP (ウェブ)	Facebook 10 億人突破	東京スカイツリー開業
ハフィントンポスト日本版 開設	DRESS 創刊	LINE 登録者 2 億人突破	グランフロント大阪開業
	ウェブコミック配信サイト・ アプリ「少年ジャンプ+」 開始	Gunosy、Antenna などの キュレーションメディア急成長	
日本経済新聞社が 英フィナンシャル・タイムズ・ グループを買収	週刊文春が業界初の元旦発売	Windows10 リリース Apple Watch 発売	JR 山手線 E235 系導入 4K サイネージ登場
創客支援プラットフォーム 「日経 ID ブランドコネクト」 開始	電子雑誌の読み放題サービス 本格化	iPhone 7 発売 VR(Virtual Reality)商品化 Amazon プライム 躍進	北海道新幹線開通
中央 3 紙がブランドスタジオ 設立	小学館と DeNA が 共同出資会社「MERY」設立	スマートスピーカー発売 iPhone 8、iPhone X 発売 インスタ映え流行	山手線 E235 系通勤型車両の 運転開始
朝日新聞 「パーティカルメディア」 本格始動	日本 ABC 協会「雑誌ブランド 指標ガイドラインの改定」 雑誌読み放題サービス活況	TikTok 流行 欧州連合 GDPR 適用開始	東京ミッドタウン日比谷開業

考えられる「国民投票におけるCM規制」のあり方（メモ）

(A) CM量の賛否平等取扱いに関して「法的規制」を行う場合

《直接的規制》

例えば…

- ・ 全ての主体について発議後全期間禁止
- ・ 政党のみ発議後全期間禁止（あるいは、上限設定）

《間接的規制》

例えば…

- ・ 運動資金規制（収支透明化・支出限度額等）

(B) 「自主的取組」によりCM量の賛否平等取扱いを実現する場合

《出し手側の自主的取組》

例えば…

- ・ 政党間の申合せ（紳士協定）により、CM出稿を自粛（あるいは、上限設定）

《受け手側の自主的取組》

（現行法では、放送事業者の自主的取組として放送法と民放連「審査ガイドライン」等）

例えば、放送事業者のほかにも…

- ・ 新聞・雑誌社の自主的取組
- ・ ネット事業者の自主的取組

(C) 自主的取組を後押しするために何らかの「法的措置」を定める場合

《受け手側の自主的取組の後押し》

例えば…

- ・ 各事業者の自主的取組を求める旨の「訓示規定」
- ・ 国民投票広報協議会による各事業者の自主的取組に関する「ガイドラインの作成」

(D) 国民投票広報協議会の活動を充実強化する場合

《賛否平等の公営広報を充実》

例えば…

- ・ CMを含めてその広報活動全般について賛否平等が法定されている国民投票広報協議会の活動を、法的措置又は運用によって充実強化