

本間 龍さん（作家・元博報堂社員）の意見

4月21日の衆議院憲法審査会で、参考人として呼ばれた民間放送連盟の関係者が「規制ありきの議論は言論表現の自由を毀損しかねない」などと、もっともらしい発言をした。

与党（改憲推進側）はこの民放連の発言をテコに、「規制」は言論の自由を奪うから必要ない、という論法で規制論を突破しようとしているように見える。だが、それは以下の理屈で退けることが出来ると考える。

- 1) そもそもCMとは「言論」表現ではなく、「広告（販売促進）」表現である。つまり、本来は、国民投票など熟慮を要する期間に必要なものである。
- 2) それでもCMを「言論表現」と強弁するのなら、国民誰もが自由に参加・利用できなければならないが、CMには高額単価が設定されており、企業や団体以外には申し込むことさえ出来ない。つまり「自由な言論表現の場」ではない。
- 3) それでもなお民放連側が「言論表現の自由」が大事だと主張するのなら、改憲賛成・反対派に等しく、同じ時間帯に同じ秒数のCM枠を無償で提供すべきであろう。

私たちは当初、英国のブラックジットに際して行われた、テレビにおいて両派に同じ秒数のCM枠を提供した方式を日本でも行えないかと考えたが、国内テレビ局のCM料金が時間帯によっては大変高額になるため、英国方式は困難であるとの結論に達した。

私たちが憂慮するのは、特に高額テレビCMについては、資金力の差によって放映できる回数・時間に圧倒的な差が生じることだ。これは、通常の企業のCM放映で明らかである。現状において、特にキー局のCM枠のほとんどは、資金量に勝る大企業がほとんど押さえていて、中小企業のCMはほとんど流れない。国民投票においてそのような著しい差が生じることは、国民の熟慮を妨げる要因となる恐れがある。

民放連が心配する？「規制ありきの議論は言論表現の自由を毀損しかねない」というのであれば、高額放映料がかかる民放での放送を止める代わりに、NHKで両派に平等な、無償の放送時間帯を設ければ良い。これならば、言論表現の自由は毀損されない。

ただ民放にカネが落ちないだけである。

つまり、「CM 規制」という言葉を改憲側が「規制は悪」というレッテル張りで排除しようとするのなら、「規制」という単語を外し、「CM 放送は巨額の資金がかかる民放で放送するのではなく、公共放送である NHK で、無償放送枠を作らせて放送する」とすれば良い（例：選挙時の政見放送枠）。つまり「CM 規制」ではなく「CM 放送の考え方」とすれば良いのではないだろうか。

<結論>

- 1) CM に関しては、広告費のかからない NHK で、国民投票期間の毎日、賛成・反対両派に同じ時間帯で、同じ秒数の放送枠を確保して放送する。意見表明 CM も同じ扱いとする。
- 2) 民放が自主的に両派に対し、無償放送時間を確保するのであれば、CM 放送は可能とする。
- 3) インターネットにおいても、有料 CM は流さず、CM はすべて NHK での放送のみとする。同じ時間帯に同じ秒数が確保されるのだから、言論の自由は担保される。
- 4) 但し、YouTube やブログなどにおける意見表明は自由とする。
- 5) その他の活字媒体への広告掲載は自由とする。なぜなら、テレビ広告費に比べれば、格段に広告費が割安だからである。
- 6) 「広告宣伝費」または「広報費」として国から両派に対し一定金額を支給し、広告活動はその金額を上限とすることに定める。こうすれば、際限のない広告合戦となること、資金量に勝る側が他方を圧倒することを避けられる。

※金額は要相談

以上