

新 公 協 4 9 号
2022（令和4）年12月16日

協議会加盟販売責任者 殿
協議会加盟販売局長 殿
新聞公正取引協議委員会委員 殿
地区新聞公正取引協議会委員長 殿
支部新聞公正取引協議会委員長 殿

新聞公正取引協議会
新聞公正取引協議委員会
委員長 岩 上 秀 憲

第722回新聞公正取引協議委員会確認・決定事項お知らせの件

12月15日開催の標記会合は、下記のとおり確認・決定しましたのでお知らせします。

記

1. 懸賞企画の届け出に関する件

発行本社が実施する一般懸賞について以下の届け出があり、了承した。神戸新聞社（デーリースポーツ）からは、1月度中央協で了承した阪神タイガースの公式戦勝利の翌日に実施する懸賞企画について、プロ野球シーズンが終了し、売上予定総額に占める景品総額の割合が確定したとの届け出があった。

東京新聞からは、11月度中央協で了承した懸賞企画2件について、年末の繁忙期と重なり、告知や景品準備、抽選作業に時間が掛かることから、実施期間と抽選日を変更したい旨、届け出があった。

<朝日新聞東京本社>

「新年別刷り 紙面ビューアー」読者プレゼント企画 23年1月1～15日 全国で実施

<日本経済新聞社>

日経STUDYUM・ご愛読感謝キャンペーン他 23年1月6～31日 全国で実施

<スポーツニッポン新聞社>

中京競馬場 スポニチご愛読感謝デー 23年1月5日 大阪本社版発行エリア全域で実施

<日刊スポーツ新聞西日本>

競馬場ファンプレゼント 23年1月8日 発行エリア全域で実施

<岩手日日新聞社>

おかげさまで100周年！ 感謝プレゼントキャンペーン 23年2月20日～3月19日
発行エリア全域で実施

<下野新聞社>

創刊145周年記念「ポップサーカス宇都宮公演」ペア鑑賞チケットプレゼント 23年1月
6～31日 発行エリア全域で実施

<福井新聞社>

福井新聞D刊お年玉くじ 23年1月1～10日 発行エリア全域で実施

<山陰中央新報社>

山陰中央新報懸賞企画 新春生活応援キャンペーン 23年1月10日～2月28日 島根県・鳥取県で実施

<長崎新聞社>

ととととto motto! 読者プレゼント(2月10日付) 23年2月10～17日 発行エリア全域で実施

<長崎新聞社>

ととととto motto! 読者プレゼント(2月24日付) 23年2月24日～3月3日 発行エリア全域で実施

2. 関西地区、福岡・山口地区の公正販売に関する件

廣森京阪神地区協委員長(読売大阪)、川口九州地区協委員長(毎日西部)から、両地区の公正販売に向けた取り組み状況について報告があり、了承した。

【販売委員会事項】

1. 災害時テレビ画面L字テロップ活用の検討に関する件

販売労務専門部会から「災害時テレビ画面L字テロップ活用取り組み想定パターン」(別紙)について上申があり、了承した。災害等で新聞配達遅延、見合わせが予想される場合に、テレビの「L字テロップ」で周知してもらう取り組みについて、先行実施地域の事例を基にNHK・民放局との交渉プロセスなどを整理し、想定パターンとしてまとめた。新聞社とテレビ局の関係は系統、地域によって異なるため、先行実施地域でうまくいっている事例を勘案し、全国一律の動きは求めず、今後実施予定の地域での参考にしよう。

2. 「新聞販売所による見守り活動等に関するアンケート」に関する件

9月度委員会で実施を決めた標記アンケート結果に関する報告があり、了承した。

3. 著作物再販ヒアリングに関する件

公正取引委員会が2023年3月に実施する著作物再販制度の弾力的運用の取り組み状況等に関するヒアリングは、高橋副委員長(毎日東京)と松岡委員(高知)が出席することとした。

4. 無購読者対策に関する件

販売委員会が実施するモニターキャンペーンの実施状況について、各地区協からの文書報告を了承した。岩上委員長(読売東京)からキャンペーンを12月末まで実施する地区・支部協に対して、1月度委員会で最終結果を報告するよう指示があった。

5. 「すべての教室へ新聞を」運動について

岩上委員長から各地区協委員長に対して、2022年の1年間における「すべての教室へ新聞を」運動の進捗状況や問題点について、1月度委員会で文書報告するよう指示があった。

6. 苦情相談の撲滅に関する件

岩上委員長から各社・各系統に対して、引き続き消費者・読者からの苦情撲滅に取り組むよう指示があった。

以 上

災害時テレビ画面L字テロップ活用取り組み想定パターン

近年の自然災害等の多発を受け、災害時等の新聞配達遅延、中止に関する情報を、テレビ画面のL字テロップで表示し、読者に伝える取り組みが一部地域で始まっている。実施地域からは配達遅延に関する苦情の減少を実感するなどの声が聞かれ、一定の効果が見られる。

L字テロップ表示には当該地域テレビ局の協力が必要である。新聞社とテレビ局の関係は地域によって異なるため、先行実施地域にみられる活動単位、テレビ局への依頼交渉プロセスなどを整理し、想定パターンとしてまとめた。

先行実施地域以外で今後、テレビ局への依頼を検討する際の参考としていただきたい。

<取り組み主体、枠組み>

- ① 支部新聞公正取引協議会
- ② 当該地域の発行各社で構成する販売責任者会
- ③ 当該地域の新聞、テレビ、通信社等で構成する報道責任者会

<テレビ局との交渉プロセス>

□民放局

- ④ 新聞社販売部門 → 新聞社編集部門 → テレビ局報道部門
(打診、口添え)

※新聞社系列テレビ局がある地域は、各新聞社から系列テレビ局へ依頼

- ⑤ 支部協 → 地域の報道責任者会 → テレビ局報道部門
(新聞社側からテレビ局側へ打診、口添え)

□NHK

- ⑥ 新聞社販売部門 → 新聞社編集部門 → NHK当該地域放送局報道部門
(打診、口添え)

<災害時の実施方法>

- ⑦ 代表新聞社 → 協力テレビ局全社
(代表して依頼)

- ⑧ テロップ希望新聞社 → 協力テレビ局全社
↓ (代表して依頼)
他新聞社 (テレビ局依頼後、依頼した旨を連絡)

- ⑨ (予め新聞社ごとに担当テレビ局を決め) 新聞社販売部門 → 担当テレビ局
(新聞社ごとに依頼)

<組み合わせパターン例>

取り組み主体=① + 交渉プロセス=④⑥ + 実施方法=⑦

<先行実施地域の主な取り決め内容例>

- ・テロップ表示に個別の新聞名は出さない
- ・テロップの表示内容、回数、タイミングなどの判断はテレビ局に任せる