

大手民間テレビ企業の CSR 活動に関する アンケート結果と講評

概要

2010年4月、国際青年環境 NGO A SEED JAPAN メディア CSR プロジェクトでは、大手民間テレビ企業 5 社に対して、**メディア企業の社会的責任(以下メディア CSR)**について現状を把握し、市民に広く発信することを目的とするアンケートを送付した。アンケートは郵送および Fax にて4月1日付けで送付し、返答期限は4月14日とした。本資料はアンケートの回答結果をまとめ、講評を加えたものである。

返答

日本テレビは未回答であった。テレビ朝日は電話にて「見送り」と回答があり、フジテレビは、電話にて「個別対応をしておらず、HP を参照されたし」と回答があったが、日本テレビ同様「未回答」扱いとした。TBS、テレビ東京からは書面での返答をいただいた。本プロジェクトとしては、返答あり 2 社、返答なし 3 社という結果として公開する事とした。

	日本テレビ	テレビ朝日	TBS	テレビ東京	フジテレビ
アンケート	×	×	○	○	×

アンケート結果

質問 1.CSR 報告書・環境報告書発行の有無について

	TBS	テレビ東京
CSR 報告書	×	×
環境報告書	×	×
回答結果の詳細		
TBS、テレビ東京ともに CSR 報告書・環境報告書共に未発行と回答。発行予定もない、という返答であった。なお、アンケートで有無を確認出来なかった 3 社を含めた 5 社全て自社 HP 内に CSR ページは設置している。(参考ウェブサイト欄を参照)		

質問 2.CSR 担当部署設置の有無

	TBS	テレビ東京
担当部署	○	○

質問 3.報道基準・編集基準の見直しと公開

	TBS	テレビ東京
見直し	○	○
公開	×	○
回答結果の詳細		
TBS は、基準の見直しは外部の第三者を交えて、年1回(もしくは新規事業発注時)に実施するも、一般非公開と回答。テレビ東京は、放送番組審議会を設置し、適時基準の見直しを実施、その内容についても HP 内の「よりよい放送をめざして」にて公開中と回答した。		

質問 4.メディア CSR に関する NGO との協働への関心

	TBS	テレビ東京
協働への関心	△	△
回答結果の詳細		
TBS、テレビ東京両社共「検討したい」と回答があった。		

参考ウェブサイト(大手民間テレビ企業の CSR ウェブサイト)

日本テレビ <http://www.ntv.co.jp/shinsa/>

テレビ朝日 <http://company.tv-asahi.co.jp/contents/improve/>

TBS <http://www.tbs.co.jp/csr/>

テレビ東京 <http://www.tv-tokyo.co.jp/csr>

(報道基準/編集基準<http://www.tv-tokyo.co.jp/main/yoriyoi/>)

フジテレビ <http://www.fujitv.co.jp/csr/>

全体の講評

大手民間テレビ企業の CSR 公開アンケート、「返答あり」は TBS とテレビ東京

視聴者として大手民間テレビ企業のカスタマーサービスに、メディア CSR について教えてほしいと電話で問い合わせると、「質問は書面でお願いする」という対応を受ける事が一般的である。今回、NPO 団体として書面で問い合わせた公開アンケートに対し、書面で返答があったのが 2 社だけであった点は、大手民間テレビ企業における CSR 対応の意識の低さを示している。返答があった TBS、テレビ東京を評価すると同時に、返答がなかったフジテレビ、テレビ朝日、日本テレビの 3 社には、今後の改善を期待したい。メディア CSR を推進するための NPO との協働については、回答があった TBS、テレビ東京、共に「検討したい」とあり、評価できる。番組制作や番組評価を視聴者参加型で行うテレビ企業は多いが、メディア CSR というテーマでの協働は、これからの発展分野と言える。

CSR 報告書の発行は、テレビの信頼獲得のため

CSR 報告書の発行については、いずれの社も年次報告という形で入手できる体制にない事が明らかとなった。さらに、回答があった 2 社についても、現時点では発行予定も定まっていないという残念な結果となった。公共放送である NHK は、99 年に「NHK 環境自主行動計画」を策定、02 年以降、毎年環境報告書を発行している。民放では関西テレビ放送株式会社が 2008 年 4 月以降、「コンプライアンス・CSR レポート」を発行している。これは 2007 年 1 月に発覚した「発掘！あるある大事典 II」における内容の捏造、データの改ざん発覚を受けて、調査委員会および関西テレビ再生委員会が立ち上げられ、さまざまな課題の解決に向けた取り組みをまとめて報告書として公開したもので、放送メディア企業の社会的責任について、他の民放各社も参考にすべきものとなっている。5 社とも CSR ウェブサイトは開設しているが、十分な内容とはなっていないとは言えず、将来においてテレビが「信頼に足るメディア」であり続けるためには、CSR 報告書の発行は必要であり有効だと考える。

マスメディアの CSR 活動として、報道基準、編集基準の透明性にさらなる向上を

報道基準、編集基準の見直しと公開については、「公開し、見直しも行っている」と回答したテレビ東京が最も透明性においては高く評価できる結果となった。「見直ししているが公開していない」と回答があった TBS は、ぜひとも公開に踏み切る事を期待したい。公開されているテレビ東京の放送番組審議会委員会による放送基準・編集基準の見直し情報については、毎月の委員会の参加者名と、簡単な番組に対する講評にとどまっている印象が強く、より開かれた、より深い議論を期待したい。

環境問題に関心の高い市民の 7 割がメディア CSR に共感

今回のアンケート結果を、メディア CSR プロジェクトが、環境問題に関心ある市民が参加するイベント「アースデー東京 2010」にてパネル展示をした所、多くの市民から「大手民間テレビ企業の CSR 活動は不十分」「CSR 報告書の発行を期待する」「マスメディアと NPO の協働は必要」という意見があった。来場者アンケート 137 人のうち、テレビの報道番組について「不満である」と答えた人数は 70% であり、「メディア CSR の必要性について共感した」と答えた人数は 68% に及んだ。今回の結果を踏まえ、今後もメディア CSR プロジェクトでは、公開アンケートや直接の対話を継続し、来る 2010 年 7 月 25 日にはメディアと NPO の協働のための「メディア CSR フォーラム」を開催するなど、大手民間テレビ企業の CSR 担当部署との協働を求めてゆく予定である。