

各位

積水ハウス株式会社

住宅業界で初めて「字幕付きテレビコマーシャル」トライアル放送を実施 ～長年、家づくりで培ったユニバーサルデザインの視点をCMにも～

積水ハウス株式会社(本社:大阪市北区、社長:阿部俊則、以下「積水ハウス」)は、株式会社ビーエスフジ(本社:東京都港区、社長:北林由孝、以下「BSフジ」)と共同で、「五木寛之『風のCafe』」内にて、字幕付きテレビコマーシャル(以下、テレビCM)のトライアル放送を4月5日(土)より実施します。これは映像に合わせて、音声情報を字幕で選択表示することで、耳の不自由な人により正確な情報やメッセージの伝達を目指すもので、住宅業界初の試みになります。今後は、ユニバーサルデザイン(以下、UD)に長年取り組んできた企業として、字幕付きテレビCMの普及に向けて、誰にでもわかりやすい情報発信に積極的に取り組んで参ります。



トライアル放送を実施するグループCM「少年と犬」篇



映像やストーリーと合わせて親しまれてきた「積水ハウスの歌」も字幕表示される

日本の難聴者人口は潜在的な難聴の方も含めると約2000万人(*1)と推定されており、急速な高齢化が進むなか、この数は今後も増えると予想されています。デジタル放送への移行に伴って、CC方式(*2)による字幕番組は年々増加し、NHK(総合)では83.5%、在京民放テレビ5社では9割以上(93.3%)が字幕付きになっています(*3)。1週間の総放送時間の約18%を占めるテレビCMへの字幕付与は数社によるトライアル放送が始まるなど、その機運が高まっています。

総務省も今年1月に普及に向けた検討会を発足させ、技術面・運用面の課題や具体的方策などの議論を始めており、賛同企業の増加が期待されています。

字幕付きテレビCMの普及に向けて

当社は創業より提唱し、実践してきた「生涯住宅思想」に基づき、2002年に独自のUD基準(SH-UD)を確立し、子どもからお年寄りを含むすべての住まい手に対して、安全・安心で使いやすい生活空間を追究することを宣言しました。また、当社のUDを実践・推進する「SH-UDマスタープランナー」(*4)の育成や、一般の人へのUD体験学習の提供など、社内外に向けたUD啓発活動にも積極的に取り組んでいます。これを踏まえ、今後字幕付きテレビCMの普及に向けた活動によって、UDの重要性を広く社会に発信することを目指します。

*1 難聴者人口 19,440,000人/2003年 日本補聴器工業会

*2 クローズドキャプション方式。字幕放送のように、表示/非表示をリモコン操作等で切り替えが可能

*3 国内外のCMへの字幕付与状況等に関する調査研究報告書 http://www.soumu.go.jp/main_content/000273837.pdf 参照

*4 全国の営業拠点においてユニバーサルデザイン(障がい対応設計を含む)を実践・推進する設計担当者

■字幕付きCMトライアル放送実施番組

実施日：2014年4月5日（土）～未定

番組名：「五木寛之『風のCafe』」

（積水ハウス1社提供番組）

番組内容：各界で活躍する人物をゲストに迎え、五木
寛之が番組ホスト役をつとめるトーク番組

放送時間：毎月第1・第3土曜 18:00～18:30

放映CM：

①グループCM 「少年と犬」篇

ひとつ屋根の下で、ともに育ってきた少年と犬。かけがえのない時間を過ごしてきたふたりの映像とともに、長いときをかけて、いのちを育み、まもっていく「家」と、そこで暮らす家族の絆を描いています。



②戸建商品CM 「イズ・ロイエ おかえりなさい」篇

帰ってくる家族を迎えるのは、強く美しいダイコンクリートの家。一日の終わりにはいつも、幸せな、やすらぎの時間がうまれます。気持ちよく外とつながる、ダイコンクリートに守られた暮らしを「イズ・ロイエ」が実現します。



③戸建商品CM 「シャーウッド2013 木の家は、いそがない。」篇

忙しい日常を、豊かに安らかに包み込んでくれる木の住まい。シャーウッドに流れるゆったりとした「木の時間」を、上質な木の質感と、外とつながるスローリビングのゆるやかな空気感とともに描いています。



全てのテレビCMでは、「積水ハウスの歌」の歌詞を字幕表示することで、歌に込めたメッセージや世界観をより多くの人に届けたいと思います。

なお、上記の字幕付きCMは、4月5日より当社ホームページ上でもご覧いただけるようになります。