

令和5年度上期 放送番組審議会 議事録

令和5年11月
株式会社ジェイコム千葉

1. 開催日時 2023年10月25日(水) 10時00分～11時30分
2. 開催場所 オリエンタルホテル東京ベイ 3階マルセイユユニース
3. 委員出欠

委員総数7名、うち出席6名

【委員氏名】

生稲芳博	株式会社幕張メッセ	代表取締役専務
川並弘純	学校法人東京聖徳学園	理事長・学園長
今野博之	市川市農業協同組合	代表理事組合長
鈴木希依子	木更津市国際交流協会	会長
瀬戸熊修	学校法人千葉工業大学	理事長
薬師寺広	ゴルフキャスター	
柳内光子	山一興産株式会社	代表取締役社長

(50音順)

【事業者側出席者氏名】

株式会社ジェイコム千葉

代表取締役社長 千田貞文

常務取締役 野橋和弘

常務取締役 渡辺岳

取締役 佐藤忠信

JCOM株式会社

制作第一部リージョナルマネージャー 西井俊介

4. 放送番組審議会会長・副会長の選出
事務局より会長に柳内委員、副会長に今野委員を推薦し承諾いただいた。
5. 概況説明
 - (1) 株式会社ジェイコム千葉概況について
 - (2) 自主制作番組の放送実績について

6. 上期の J:COM チャンネルについての審議

番組ごとの審議にとらわれず、J:COM チャンネルの番組制作全体についての意見交換を行なった

【凡例】○：委員からの発言 ●：事業者からの発言

<花火について>

○江戸川区の花火大会は対岸が市川市だが、J:COM では放送に関わっていないのか？

●江戸川区では配信はしているが、J:COM での放送は行っていない。

○江戸川区の花火大会には、50 万人くらいの来場者があるのに放送しないのはもったいないのでは？

●江戸川区エリアは、ジェイコム東京というグループ会社なので、来年に向けて連携していきたい。

○花火大会生中継は放送後に繰り返し視聴できるのか。

●J:COM チャンネルでは、放送は生中継のみだった。千葉市の幕張ビーチ花火フェスタ 2023 は実行委員会から受託しており、それに限り YouTube でのアーカイブ配信も行った。

○年配者が増加している背景もあり、花火大会会場に足を運ぶことが難しくなっている。地元の花火大会は全国放送では視聴できないため、年配者は喜ぶ。また、花火大会に限らず地元行事を J:COM で放送することで年配者が地域から孤立しないようにしてほしい。

○花火大会会場の人混みが苦手な方は、家で飲みながら生中継を視聴できて良かったという声を聞いている。

<ニュースについて>

○ニュース番組は、子供が出演することで番組に興味を持つきっかけとなっている。また、身内や知り合いが出演することで SNS を通じて番組の情報が拡散され、番組認知や視聴に繋がっている。

○10月からは、ニュース番組が生放送でなくなり、番組のスタイルが変わった印象だが、どういう意図なのか。

●9月までは、スタジオに来て出演いただく番組スタイルだったが、J:COMが現場へ出向くことで地域との接点をより増やすため、リニューアルを図った。

<地域振興>

○地域密着はとても重要で、口コミを介して番組を視聴したことがある人は多い印象を受ける。

○主に教育面で良い取り組みをしているのに光が当たらない人、例えば引きこもりの立て直しなどにも番組取材を通じて光を当ててほしい。世間では一般的に悪いことばかり放送されて、良いことにフォーカスする放送があまりない。

○どの放送局でも扱わないコンテンツ（例えば神社やお祭り等）を是非取り上げてほしい。

○地域密着が一番難しいテーマであり、どこまでを地域密着と捉えるかが制作者にとって難しい。大切なのは、個々の生活をいかに細かく伝えるかではないだろうか。子供たちの施設や行事を紹介することはよく放送されているが、一度視聴したら終わってしまう。例えば、どのような食事や教育を受けているかを紹介することで、父兄や祖父母らが身近に感じることができる。J:COMは子どもたちを支え、社会貢献に繋がる、かつ健やかで元気な子供を育てる土壌になるような仕事をしてほしい。

○生産者が作っている姿を放送してもらえると生産者の励みになる。また、J:COMの放送ネットワークを用いて全国展開することで、その番組を通じて現地に足を運ぶことができる。これにより地域との繋がりを促進できるのではないか。

<災害時対応について>

○災害発生時に地上波等では被害状況は放送されているが、通信インフラが不通になると災害地住民には被害状況を知ることができない。全国放送では届かない情報をJ:COMで発信してほしい。

- 過去事例として、台風通過後の復旧期 10 日間にコミュニティチャンネルで毎日生放送を実施、物資配布やスマホの充電場所等の情報を発信した。

<番組全般について>

- コミュニティチャンネルの番組にはスポンサーは付いていないのか。
- ニュース番組等、番組によっては CM スポンサーが付いている。
- 番組制作の収入源は何か？
- コミュニティチャンネル番組制作においては、放送に関わる売上が中心となる。
- 株主は行政が多いが、行政を中心とした公共性のある番組制作が方針か。
- 広報番組を受託している行政もあるが、行政にこだわらず「地元」に特化した番組制作に重きを置いている。
- 千葉県は魅力あふれるエリアだが、視聴者が「そこに住みたい」と思わせる番組はないのか？
- エリアの魅力発信については各行政悩んでいるが、取り組みや考え方に温度差がある。その中でもかずさ 4 市は、人口増加を重視しているように感じる。
- 木更津市は比較的的成功しているが、企業誘致の成功が大きい。それにより社員家族の引っ越しも発生している。一方で市の補助金や移住支援についての情報発信を上手に行うことも大事なのではないかと考える。
- 企業誘致や補助金等は木更津市長の方針か？
- 市長の方針に加え、アクアライン通行料が 800 円になり、アウトレットの開業等、時流もあり県外からの流入が増加傾向と考えられる。また、意欲的な市民が多く、新旧の住民が一致団結してイベントを活発に開催している。これにより楽しい街の印象を持たせることに成功していることも要因と考えている。

●リソースの関係もあり、各行政と満遍なく対応することは難しい。多少凸凹があってもトータルでは持ち出ししない形で番組制作できるよう、際限あるリソースのなかで取捨選択していく必要があると感じている。

○さらなる発展には、金融機関への投資や人脈活用が必要ではないか。

○木更津の人口は簡単には増えないが、市内の中古物件をリフォームするとすぐ売れる状況。また、東京に本拠地をおきながら週末だけ過ごすお宅や木更津で家族と住み東京へ通勤するケースが増えている。J:COMの放送ネットワークを活用し、その情報を都心エリアに発信してみてもどうか。

○勝浦も気温が夏でも低く、漁場もよく、移住者が増えている。そのようなアピールポイントをうまく伝えるとよい。

●当社放送エリア外に移住に関する情報発信がなかったことを課題と感じている。今後は柔軟に企画・対応していきたい。

○2022年6月のひょう災害により廃業を検討する梨農家があらわれた。JAいちかわは組合員の生活を助けることを使命として、出荷できない規格外の商品を買取り、スイーツに加工した。これにより、大量廃棄や廃業を逃れた事例がある。こうした取り組みを是非番組で取り上げてほしい。

7. 閉会（事業者事務局）

本日頂戴した番組に対する貴重なご意見・ご要望を制作現場に申し送り、今後の番組制作に活かしてまいります。