

# 株式会社ジェイコム関東 調布局 2010 年度 放送番組審議会 議事録

2010 年度の放送番組審議会は、2010 年 9 月 27 日(月)に調布市で開催された。

出席者：放送番組審議会委員（五十音順）

内野 長治 様            島田 政治 様            林 清 一 様  
広田 茂雄 様            堀江 ミエ子 様

事業者：株式会社ジェイコム関東 調布局

：株式会社ジュピターテレコム 神奈川メディアセンター

## 1. 開会

## 2. 自己紹介

島田委員 大きな組織になり、体制が変わってきていることを感じていた。

林委員 調布ケーブルテレビ時代から 20 年来のつきあいである。

内野委員 地元のことを大切にしながら発展してきたと思う。

広田委員 調布市広報課長として、今回は勉強させていただきたい。

堀江委員 地元の有力者は加入に貢献してきた。恩を返すような社内体制を期待したい。

## 3. 議題

### ①営業概要について

資料に沿って説明。

### ②J:COMチャンネル(コミュニティチャンネル)について

調布、世田谷エリアのダイジェスト版DVDを視聴しながら、番組内容を説明。

### ③番組についての意見交換

(委員)

Q① 半年前、地デジ切替に関してフリーダイヤルに電話したが通じなかったことがあった。

(事業者)

A① ご迷惑をおかけして大変申し訳ない。同様のご意見を他のお客さまからも頂戴している。調布局の電話対応は湘南コールセンターが担当している。300 人の体制だったが、9 月から 30 人増員している。月曜日の午前中や利用料の連絡後など、入電が増加すると予想

される際は、一時的に九州のコールセンターに転送できる体制を整えている。日頃から受電状況の把握に努め、改善できるようにしている。

(委員)

Q② 人がいてもつながらないのは回線数の問題ではないか。お客様との唯一の接点と言えるので必ず通じないといけないと思う。

『テレビ広報ちょうふ』には関心を持って視聴している。途中からみた時などのために、次回の放送の案内を入れてほしい。

(事業者)

A② 調布市側と相談して対応したい。わかりやすい番組作りをしていきたいと思っている。

(委員)

Q③ 『テレビ広報ちょうふ』は以前、放送時間がバラバラであったが、要望したところ同じ時間になりわかりやすくなった。番組ガイド誌を広げてみるのがあまりないので助かった。地元のことなので、一番関心がある番組である。そのため、J:COMIにはきちんと伝える責任があると思う。

(事業者)

A③ J:COMチャンネル自体をPRする場が中継ページとホームページぐらいしかなかった。今後はしっかりとPRしていきたい。

(委員)

Q④ J:COMチャンネルの視聴者の年代を教えてください。

(事業者)

A④ 30代から50代と幅広く、高い年代の層が中心となっている。

(委員)

Q⑤ 料理番組が少ないように感じる。地元の特産物を使った番組を作ってほしい。

(事業者)

A⑤ 『地産地SHOW』という番組があるので、後ほどDVDでご紹介する。

(委員)

Q⑥ ファミリー層向けに、2台目の加入料金をもっと安くすれば、結果的に加入者を増やすことができるのではないか。

(事業者)

A⑥ 確かに複数台の契約になると、継続利用していただけることが多いので、ご意見として受け賜りたい。

(委員)

Q⑦ 朝 7 時以降は、勤めに出てしまう人が多いので、引退世代や主婦層にターゲットを絞った方がよい。また、アナログからデジタルの切り替えがビジネスチャンスとなっているが、戦略はどうなっているのか。

(事業者)

A⑦ 月額利用料を安く設定しているプラン(地上デジタル、BS、電話サービスで 2,300 円)がある。また、総務省からの指示により、加入者は 2015 年 3 月までアナログテレビのまま地上デジタルの視聴ができるような対策を講じている。

(委員)

Q⑧ 『テレビ広報ちょうふ』は黒川事務所で制作しているのか。原稿の作成、原稿のチェックは誰がしているのか。番組企画は誰が立てているのか。

(事業者)

A⑧ 黒川事務所(収録場所は調布市内)の担当者が制作している。原稿の作成は当方で、原稿のチェックは調布市広報課がしている。企画は市報のテレビ版ということで、広報課で立案している。イベントの取材先は市報の掲載内容を検討し当方から提案することがある。

(委員)

Q⑨ 『テレビ広報ちょうふ』の番組立ち上げ当初は原稿も市側で作成していた。番組を視聴したところ、原稿、出演者から熱意が感じられない。出演者の個人的な見解はいらない。だらしない衣装を着ていることもあった。30 分の番組に貴重な税金が使われているのだから、番組の質の向上が望まれる。活字では伝わらないことを少しでも多く盛り込むべき。そのためには、日頃から、広報課とのコンタクトを密接にとっていかなければならない。

野球大会なども、以前は収録したらすぐ放送することを心がけていたと思う。また、かつてはいつ放送するかという案内を収録現場で配布していた。営業部門と制作部門の連携が望まれる。

以前、地方選挙の政見放送をしたところ、結果として全国から反響があった。テレビには自分の言葉で伝えられるという力がある。引き継いでいってほしい。また、市長の市政方針演説はお金をもらって実施すべきである。

(事業者)

A⑨ 衣装が不適切であった件、配慮が足りなかったことをお詫びしたい。広報課や営業部門との連携をこれまで以上に図っていく。

(委員)

Q⑩ J:COMチャンネル内のショッピング番組が目立ちすぎるので、バランスを考えてもらいたい。広報課としては、市報、FM 放送、ホームページ、J:COMチャンネルの四つを情報発信の手段と考えている。『テレビ広報ちょうふ』を視聴した市民の方からの励ましも多く、

そのような反応があると嬉しく思っている。文字放送を実施しているのか伺いたい。

(事業者)

A⑩ データ放送はリモコンのdボタンを押すと表示される。内容を広報課で入力していただく方法もあるので検討していただきたい。

(委員)

Q⑪ 視聴率のリサーチはしているのか。番組制作にお金をかけるかどうかの検討材料になる。

(事業者)

A⑪ 加入者のデータは関東全域単位で収集できている。J:COMチャンネルは、加入していなくても多くの方が視聴可能なため、正確な視聴率がとりにくい。別の調査方法もあると思うので今後の課題としたい。

(委員)

Q⑫ NTTから光通信テレビへの切り替えを勧められた。料金がJ:COMよりも安いとのことだったが、対抗できるサービスはあるのか。

(事業者)

A⑫ 価格で対抗できるサービスが出揃った。内容も競合他社とも見劣りしない。

(委員)

Q⑬ 自宅がJ:COM東京のサービスエリアのため、『テレビ広報ちょうふ』はオンデマンドサービスを利用し、いわば過去の番組を視聴することになっている。本放送と同時に視聴できないものか。『テレビ広報ちょうふ』のJ:COMの担当者はよくやってくれているので評価したい。

(事業者)

A⑬ メディアセンターの編成の管轄が異なるため現状はできていない。放送エリアについては今後、編成を検討していきたい。

(委員)

Q⑭ 広報番組のあり方としては、広報課が番組を制作して、J:COMは放送料をもらうのが理想であろう。活字媒体よりも映像で語りかけた方が何十倍も内容を盛り込めるはず。広報課に毎日顔を出し、コミュニケーションを図るべき。出演者は自分の言葉で話せるよう訓練をしてほしい。また、決して民放局のまねをすることはない。原点に立ち返って番組制作をしてほしい。

(委員)

Q⑮ ナレーションは女性の方が聞きやすい。『駅なび』を発展させて「バスナビ」にしても、ローカル色が強くなって面白いのではないか。

(委員)

Q⑯ 市報はくまなく読まれているわけではない。地元になんかものがあるかを、J:COMチャンネルできめ細かく放送してほしい。

(事業者)

A⑭⑮⑯ 地元から発信し、他の地域に伝えられる情報が求められているように思う。生活圏が広がってきており、沿線という概念で京王線や小田急線を取り上げている。相模原の放送番組審議会でも評価をいただいた。

先ほど加入営業との連携を図るようにとのご意見をいただいたが、メディアセンター内に加入貢献チームを設置したばかりである。

## 5. 閉会

以上