

株式会社ジェイコム東京 放送番組審議会 議事録

2012 年度の放送番組審議会は、2013 年 4 月 4 日(木)に J:COM 東京 東エリア局で開催された。

<放送番組審議会委員> (五十音順)

ご出席

赤 岩	直 様	秋 山	欣 也 様	朝 倉	洋 一 様
栗 原	ア ヤ 子 様	関 口	和 幸 様	都 筑	公 嗣 様
宮 澤	誠 一 様				

ご欠席 (委任状受領)

高 橋 政 幸 様

事業者側から現況報告、J:COM チャンネルの報告があった。

【質疑応答・意見交換】

(番組間での情報の重複)

委員 地域情報番組:『ジモトピ』と行政番組:『ねりま ほっとライン』の情報内容がたまにダブっていることがある。区と J:COM 間で、ダブリのないよう連携が出来ればいい。

事業者 番組情報のダブリについては、制作担当も変え、情報の共有を図り、使える素材については双方で使う、もしくは一方に使うなど、ダブリのないように改めている。

(番組視聴率データの開示について)

委員 CATV は視聴率がなかなか取れないと聞いているが、『ねりまほっとライン』がどの位の方々が視聴していただいているのか、議会でもことあるごとに質問を受けている。

区として CATV を活用した映像広報の費用対効果が求められており、視聴率データの開示を求めたい。

事業者 視聴率の問題は、課題として認識している。関東エリアで 1000 程度のセット・トップ・ボックス(STB)端末から視聴率は取れるが、実際には一般のテレビで視聴されている方が多く、こちらの視聴率が取れないかがテーマになっている。調査方法については、機械式ではなくラジオで採用されている日記式も含め、引き続き宿題とさせていただきたい。

費用がかかるが、行政番組だけの調査という形で、毎年 1 回、視聴動向調査を実施してい

る自治体もある。認知率、視聴頻度などを電話での聞き取り、WEB で調査する手法である。

（ラジオを使った情報発信）

委員 震災後の課題として、ラジオを使った情報発信に関し、J:COM チャンネルでもコミュニティFMを活用し、音声による情報発信の可能性を伺いたい。

事業者 災害時に、情報発信のメディアを増やす方策の一つだが、停電時に、テレビを外に持ち出すのは不十分である。やはりコミュニティ FM が最適かと思うが、関東、関西地区では、帯域がない状況。法改正があり、緊急時には、臨時災害放送局を立ち上げることが出来るようになった。但し、電波が逼迫する際は、空けているところでは使用可能だが、東京地区のように人口密度の高いエリアでは、例えば練馬区と杉並区で混信し合ってしまう。ここをどう整理するかが課題。別途提案書を用意したい。

（定性的な意見の共有）

委員 視聴率の開示は、どこの自治体でも同じ課題。定性的な意見、要望等生コメントを共有することで、感触という視点で多少、説明責任が果たせる。

事業者 定性的な声は、カスタマーセンターが受けた「カスタマーボイス」という記録を録っており、コミュニティチャンネルに関する意見は共有するようにしたい。

先の調査方法以外にもフォーカスグループ・インタビューという調査手法がある。こちらを検討したい。

（番組プロモーション）

委員 J:COM よりチラシをいただき、宅建業界の協賛窓口にチラシを置いていただくことにした。そこで杉並ニュースや広報番組の存在を知ってもらう試みである。役所に来ない若い層になかなか情報が届きにくくなっており、「広報を広報する」必要がある。

事業者 番組ガイド誌だけでなく、営業員が配布するチラシにも番組 PR したり、昨年 7 月より名刺の裏側にも番組情報を掲載している。宅建協会の事例も参考に、更に PR したい。

（取材対象の事前協議）

委員 『ジモトピ』で杉並区内の産業を取り上げてもらっているが、どの程度のレベルまで取材いただけるか事前に協議できればいい。

事業者 毎月、情報共有の定例ミーティングの場を設けたい。産業を取り上げるコーナーの支持が得られれば、他のエリア全部の『ジモトピ』でも普及させたい。

（番組視聴率データの提示）

委員 視聴率は、台東区政の中でも大きな課題。具体的、客観的に証明する数字がないと厳しい。

委員 視聴率は、‘魔物’と言われるが、NHKですら視聴率に振り回されている状況。ソーシャルネットワーク(SNS)時代はもっと難しくなる。人の手で視聴率を割り出すことが出来れば一番いいのだが、工夫していただきたい。

事業者 何らかの形で費用対効果の説明責任を果たしたい。

視聴率は魔物であり、それだけに引っ張られると失敗することも多く、満足度をはかる視聴“質”の観点も合わせて、取り入れてみたい。来年度のこの場で説明したいと考えている。

(新番組企画提案)

委員 市民のための情報提供は、地域密着型の広報番組『まると府中』から、外からの観光客誘引の視点では、『大国魂神社の例大祭生中継』や地域の歴史番組などテレビが有効と考えている。番組企画提案は、従来の形にとらわれないで、どしどし提案いただきたい。

事業者 受身ではなく、能動的に番組企画提案するスタンスに変えていく。

(高齢者、弱者に対しても優しい会社で)

委員 チャンネルは、充実した内容になってきた。素晴らしい、発展的なものになってきたことに敬意を表したい。防災関連も充実してきて有難い。

「高齢者にも優しい J:COM」であって欲しい。高齢者は、なかなか理解できないことは多いので、情報もいいものであれば、角度を変えて複数の番組に取り上げて欲しい。

高齢者向けにリモコンの使い方講習会を開催してもいいと思う。弱者にも優しい J:COM であって欲しい。

事業者 タブレット端末を使って、大きな画面上で操作ができるサービス開発し、商用化する。また、アフターサポートを新設し、J:COM 東京では 30 名近くを配置している。リモコン講習会開催については、良いご提案であり、是非開催したい。新チャンネルの説明や VOD の使い方も合わせてご案内したい。

参考までに、薄型テレビになって音声聞こえづらいという意見を基に、メーカーとワイヤレス・スピーカーを開発した。月額 390 円で提供している。

(視聴率に変わるマーケティング事例)

委員 先ほどの視聴率データに変わる統計学的手法として、任意な時間、任意な場所で街頭インタビューをやる方法もある。実施会場の裏では、何時間で何人通行しているかなどの統計を取っている。例えば、これを駅前で実施することも出来るのでは。マンパワーとカネが必要だが、行政と一緒にやることも可能ではないか。

事業者 実験的な取り組みとして、ある場所で、ここに来たらテレビに映るということを事前 PR し、訪問者数データを取ることは可能である。小回りの利く中継体制は、整備できる。

(高齢者向けに区情報のアクセス手段拡大)

委員 高齢者向けにインタラク TV 上で、検診など知りたい情報に、能動的にリモコン操作でアクセスできるようなシステムは出来ないか？

J:COM はいい方向に向かっていることを実感しており、もはや社会的インフラとも思っているが、社会的弱者、高齢者が情報を取りにいけるシステムが出来たらいいと思う。こうしたことが出来れば、他者にも視聴者目線で伝えられる。

事業者 アイデアはあるが、現在設置されている STB では、実現するには性能が不十分。現状は、能動的に行政情報が取れるのは文字だけで、レスポンスも遅いのが実情。そのためには STB を一から設計する必要がある、国内 2 社、海外 1 社と共同開発中である。今夏には新型 STB で一部解決を図りたい。

(番組の質の向上、契約変更手続きの問題)

委員 番組の質は、だいぶ良くなっている。これからもっと要求されてくるので、もっともっと頑張ってもらいたい。視聴率の数字以外で言うと、現場に町の人などがもっと入ってきてもらえるといいと思う。エンターテインメントにいくチャンネルとコミュニティチャンネルの 2 つ世界があるが、それをうまく活用していける方法がもっとあるのでは。

夜中は、通販番組となるのは、経営的にもやむを得ない。あの時間帯をうまく取れるようになると、若い層が食いついてくるのではないか。

CATV の契約の変更手続きが複雑との話を複数、聞いている。

閉会

事業者 貴重なご意見をたくさんいただいた。ご意見をしっかり消化して、出来ることから順序立ててやっていきたい。予定時刻となったため、以上で放送番組審議会を閉会する。

以上