

# 株式会社ジェイコムイースト 東関東局 2015年度（平成27年） 放送番組審議会 議事録

2015年度 株式会社ジェイコムイースト東関東局 放送番組審議会は、2015年6月25日(火)、東関東局で開催された。

## <放送番組審議会委員>

ご出席 （五十音順）

伊 東 晋 様  
庄 子 進 様  
田 口 恵 一 様  
西 川 美 恵 子 様

ご欠席 ※委任状あり

坂 詰 宮 子 様  
関 学 様  
平 井 克 己 様

事業者側から局の現況報告及びJ:COMチャンネルの報告があった。

## 【質疑応答】 （田口会長の進行）

（柏市広報番組について）

委員 柏市のことを伝える番組であれば、TVだけでなく、一般の人が目に触れられる場所（市民センター等のパブリックスペース）で放映し、もっと知って貰うことは出来ないのか。

J:COM色はあまり出さず、庁舎内でテレビ放映、パンフレット設置も出来ればいい。

公的な番組だと思うが、WIN-WINの関係にしてJ:COMは、市民活動をやっているという点をもっと市民にPRしても良いのではないか。それがチャンネルをJ:COMに合わせることになるのではないか。

（『これってナンダイ?!市立柏研Q所』の視聴促進）

**委員** J:COM チャンネルは、年々新しい工夫がなされている。

行政番組の『これってナンダイ?!市立柏研 Q 所』は、まだ視聴者が少ないと感じる。もっと一般家庭向けに視聴促進を図ってほしい。

**事業者** 柏市の広報予算の中で、同市広報課の意向に沿う番組であるが、よくある行政からのお知らせ情報は少なく、多くの市民にも出演頂き、柏の魅力を面白く伝える新しいタイプの広報番組になっている。柏市役所のホームページにおいて同番組を YouTube で配信したり、番組タイトル黄色い T シャツを着たり、7月の柏まつりで番組 MC が駅前に出向くなどして番組を PR している。駅前のデジタルサイネージでも番宣を展開することも実施している。

POP の設置なども市の広報と協議しながら進めていきたい。

#### (他のコミチャン番組のPR)

**委員** 『これってナンダイ?!市立柏研 Q 所』だけでなく、柏に関する番組であれば、他のコミチャン番組も庁舎等公の場所でも放映したらいいのではないか。

柏市は広報が出来る、J:COM はコミチャンでやっていることを市民に知らせる両者の取り組みが大事だと思う。

#### (活動に関して積極的な取材を)

**委員** 興味のある人は既に知っていると思うが、「生涯学習センター」などはどんな活動をしているかを分からないのではないか。商店街やグルメの紹介も良いと思うが、市民活動も取り上げてはどうか。

J:COM が取り上げていることを分かって貰えれば、市民も J:COM の活用するメリットも増えてくると思う。

**事業者** 市民団体側としては概ね参加数を増やしたいと思うが、各分野の活動団体に話を聞きながら、J:COM は何が出来るかを整理し、適切な番組の中で募集や紹介など情報発信に取り組んでいく。

#### (市民が芸術に触れる接点について)

**委員** 『かしわ市民芸術祭』や『柏市市制施行 60 周年記念 クミコススペシャルコンサート』での地元音楽団体との共演などは、大切な交流であり、市民は芸術を身近に感じたと思う。そのような意味でも発表の場を提供して頂き感謝している。また、J:COM スタッフは電話も含めマナーや対応が素晴らしく気持ち良かった。

### (これからの J:COM のサービスについて)

**委員** 加入の伸びは、ほぼ飽和状態と聞くと、J:COM は「土管」(インフラ)を造り、独立系の CATV 最近と比較して、あまり番組を作らないというイメージを持っていた。最近随分頑張っているなど感じるようになった。これから日本上陸するネットフリックスをはじめ、更に他の競合する業者が増えると同時に、選択肢も増えていくはずである。そこで、今後の J:COM の成長戦略として、高齢化する加入者も考慮して、どんな独自のサービスで対抗していくのか、特に地元情報をどう市民に伝えていくのが重要ではないか。

**事業者** 確かに、これまでの J:COM の方針は全面的に加入促進を打出していたが、昨今では加入者へのサービス不足を感じ、既加入者へのフォロー強化にシフトしている。お客さま推進部のスタッフも以前の 3~4 倍に増やすなど直接的にお客様と向き合うようフォローしている。

7 月からは、積極的に地域との繋がりをつくる専任担当者(地域プロデューサー)を配置し、身近な機関から積極的に情報を得て番組に反映もしくは地域活性イベント、更には加入促進にもつなげるように始めるところ。

また、来年からの「電力自由化」を見据え、J:COM でも電力事業も予定しているが、目先ではローソンと連携したサービス(会員限定 J:COM×LAWSON 買いものサポート)も始めた。

### (大規模災害の取り組み)

**委員** 方針に「大規模災害への対応」とあるが、どのようなことをするのか。

**事業者** 有事に備え「デイリーニュース」内でも日頃から注意喚起をし続け、地域メディアとしての使命感で対応する。様々な情報機関などから、情報を取り入れて発信もしている。また、BCP 訓練を実施している。例えば一つの局がダウンした場合、他の局から情報を出すなどの訓練も年 1 回ではあるが実施している。

3.11 東日本大震災では J:COM グループで近隣の J:COM 浦安が液状化現象に遭った。発災時、1~2 日、1 週間後、復旧期などそれぞれ情報の中身が異なるが電気やガスなどのライフライン情報の発信は喜ばれた。全国発信する放送機関と異なる CATV はコミュニティメディアである為、都度求められている市民のニーズをしっかりと捉えてコミュニティメディアとして情報発信していく。

3.11 東日本大震災では、社会福祉協議会と連携して泥を掻き出す作業のボランティア活動も実施した。非常時は地元企業として社会貢献していくスタンスでやっていく

以上