

## 平成29年度 放送番組審議会 議事録

(株式会社ジェイコム九州 福岡局)

日 時：平成30年3月6日（火） 16:00～17:50

場 所：株式会社ジェイコム九州 福岡局 3階役員会議室

出席者： 嘱託委員9名（敬称略）

（会長）石井 幸孝

（委員）四宮祐司、吉野嘉高、佐伯道郎、木本紳一郎、原口弘美、宗寿彦、  
池田祐介、井芹美香

（ジェイコム九州）代表取締役社長 徳田瑞徳、取締役 松本友行、  
福岡局局长 福島功、濱孝太郎

（西日本メディアセンター）センター長 仲川圭、篠原有、石塚淳、香月敬一

### 【番組審議会議事公開】

（徳田社長挨拶）

短時間ではありますが、忌憚ないご意見を頂いて、来年度以降も良い番組を制作できるようにご指導いただきたいと思っております。この一年間、「生」の番組に力を入れて参りました。本年度、上期下期と「地域目線」をかなり意識してきたと思っておりますし、更に来年度も もっと意識を上げて行こうと、意欲的な姿勢を持っております。

地域密着のケーブルテレビ事業というのは、地域目線というものが原点にあり、それがないとコミュニティチャンネルの存在価値そのものが無くなります。私どもはJ:COMテレビとJ:COMチャンネルと2チャンネルを持っておりますが、やはり地域目線を意識するのは本日も審議いただくJ:COMチャンネルです。

今後もしっかりと地域の方々の目線に立ったコンテンツ提供、業務提供をできれば良いと考えておりますので、そういう観点で、本日は厳しく愛情をもったお言葉を頂戴できればと思っております。よろしくお願ひ致します。

### アジェンダに則り下記事項を報告・説明

- 1) 平成29年度 コミュニティチャンネル 放送実績報告（仲川）
- 2) 自主制作番組ダイジェストのDVDを視聴し番組内容説明（仲川）
- 3) 平成30年度 編成方針案について説明（仲川）

## 番組を見ての意見交換

(委員)

・J:COM チャンネルのレギュラー番組の中にホークスとアビスパの番組を放送していますが、ライジングゼファー福岡も取り上げて頂きたい。プロバスケットボールリーグのポテンシャルは高く、ライジングゼファー福岡は、間違いなくプレーオフに進出して、今年の秋からはB1リーグに昇格すると思う。5,000人収容できる新しい体育館を本拠地にすることが決定しており、今後の活躍が期待できる。黒子のバスケやスラムダンクなど人気のバスケ漫画があり、中年女性にも人気のあるスポーツだと思う。そうした視聴者をもっと取り込むためにも、野球、サッカーに次ぐ第3の県内プロスポーツチームとして大いに取り扱って頂きたい。

(仲川)

ライジングゼファー福岡に関しては、応援番組として編成していないが、「デイリーニューズ」では、都度試合結果を取り上げたり、昨年12月には熊本県立体育館で行われた九州ダービー「ライジングゼファー福岡 VS 熊本ヴォルターズ」を2日間にわたりJ:COMチャンネルで生中継する等、良好な関係を築けている。来期以降も取り上げて参ります。

(委員)

- ・以前に比べて番組制作のレベルが格段に上がった。
- ・原稿もインタビューもポイントも押えているし、タイミングも良くなっている。
- ・編集も良く全体的に洗練されてきて、工夫も出来ている。
- ・現場からの中継で、3分の長いレポートを続ける社員はスキルがあり、素晴らしい。
- ・地上波レベルくらいのクオリティに上がってきていると思うが、あとはどのような話題作り、または、ムーブメントを起こすことができるかにかかっている。
- ・視聴者がどのようにコミットしてくるかが問われる。例えば、AbemaTVのNET中継番組「72時間ホンネテレビ」が地上波では絶対できない大胆な企画を行い、かなり話題になった。そこから「新しい地図」というサイトができ、ファンや視聴者を取り込むことで「疑似コミュニティ」ができ、これが一つのムーブメントになった。以前は「シースー」や「ケツかつちん」などの業界用語が視聴者に浸透するなど、地上波TVがムーブメントを起こし、疑似コミュニティが成立していた。現在は地上波テレビの求心力が無くなり、そのコミュニティも無くなってしまった。また、地上波TVのSNSが失敗しているのは、「個人」対「組織(TV局)」で成立させていたからである。J:COMにはSNSの本質である「個人」対「個人(地域アナウンサーなど)」で個人的に情報発信するようにし、視聴者と「1対1」でつながると疑似コミュニティができ、新たなムーブメントを起こすことができると思う。

(委員)

- ・ J:COM チャンネル放送中の「思い出の小学校」は温かい雰囲気が良い。視聴者の方が昔を思い出して、リラックスできるような番組だと思う。例えば少年サッカーチームで20年も同じ方が指導されているチームもあり、色々なスポーツの指導者にスポットを当てる番組なども懐かしくて良いと思う。

(委員)

- ・ 「デイリーニュース」を見た知人から「こういう催事が有ったんだ(過去形)」とよく言われる。  
番組を見て、こういう催事が、「あった」「あった」「あった」(過去形)が多い。他の方から「早めに言ってくれれば参加できたのに」と言われる。番組の性質上「あった」という情報が多くなるが、(未来形)情報を発信する枠を増やして欲しい。
- ・ 町のイベントをアーカイブできるよう、映像をYouTubeに上げて欲しい。
- ・ 「ど・ろーかるアプリ」は、番組内容で検索ができない。せっかく地域に密着した映像を豊富に蓄積しているので、一つ一つの内容をワードで検索できるようにした方が良いと思う。

(委員)

- ・ 「デイリーニュース」では、地上波TVで1分くらいの枠でしかできないことを3分間も使えることは、それだけ多くの情報を発信できるので良いことだと思う。  
ただ、番組を見て、「何故」「何故」「何故」とリフレインした。例えば、梅のニュースであれば「何故そこに梅園があるのか」、大学の合格発表のニュースではインターネットで確認できるのに「何故わざわざ大学に足を運ぶのか」など、その情報の掘り下げがない。ただ「そこにある」や「あった」というニュースになっており、もったいない。情報を掘り下げ「何故」が解決できるというのはコンテンツとして大切なことである。
- ・ 最近「ながら」でTVを見る事はせず、自分が見たいときに見て、見られなかったら検索して見る ということが多いと思う。そこで重要なのがキラーコンテンツだが、J:COMにはキラーコンテンツがないように思える。これだったら J:COM が強いというものを1つずつでも増やして行けば良いと思う。
- ・ 糸島市長選挙は、どの媒体も深く掘り下げてなかった中、選挙速報番組を行ったことは、非常に良いことだと思う。「J:COM が視聴できる地域の選挙は投票率が高い」などというムーブメントが起こす可能性がある。J:COM だからできるというコンテンツを増やしていけば良いと思う。

(委員)

- ・ 小学校の校歌を流すなど、福岡に特化した番組の企画として、非常に良いと思う。

ただ、学校や子供達が番組として出るということを、「誰に伝えたいか」が明確になっていることが大切。YouTube を通し、全国の福岡出身者に見てもらったり、取材に行ったときに部活を見に来た保護者の方に番組があることを伝えるなど、周りを巻き込むことも大切。

- ・現在の若者達はスマホや PC 等で、Netflix や AbemaTV などを見ていて、地上波を見ない状況。地上波 TV 局も危機感を感じながらも動いていないのが実情なので、J:COM も他の NET 系チャンネルと提携する等、先手を打つことが必要。
- ・劇団の情報など、なかなか地上波 TV では取り上げられないため、J:COM チャンネルでは地上波 TV との差別化を図る意味で「文化」という切り口があっても良いと思う。

(委員)

- ・「デイリーニュース」の右下のテロップが小さく高齢者には見にくい。
- ・ユニバーサルデザインに配慮したフォントもあるので、そういうものをテロップに使用していくと洗練された雰囲気になり、ワンランク上がるのではないかな。
- ・コンテンツ自体は面白いものが多い。マラソンのフィニッシュシーン中継やホークスの春季キャンプ中継など J:COM でしかやれないことで、地上波 TV には真似出来ないと思う。
- ・「デイリーニュース」などの番組は、取材された方・写った方が喜ぶ番組だと思うので、そういう方がその番組を自らシェアしたり、YouTube に上がったものを紹介したりすることができる、視聴者を広げていくことができるのではと思う。
- ・「デイリーニュース」を見逃した方への配慮として、週に 1 度くらい、「ど・ろーかるアプリ」ダウンロード方法の告知を行えば良いと思う。
- ・「デイリーニュース」の放送の際、冒頭に目次を入れた方が良いと思う。また、前後のニュースが分かるような目次があれば、見逃した方はアプリで見ようとし、アプリ視聴の誘導に繋がる可能性もある。若者の間でネット TV が流行っているのは、見たい時に見ることができるからなので、そのような配慮をした方が良いと思う。

(委員)

- ・「今から来るけん福岡県」、「ひと駅歩こう」は癒される番組だと思う。
- ・「デイリーニュース」は、取り上げられた方々が生放送を見ることができるとは限らないため、4 回も再放送されることは大変うれしいことだと思う。
- ・「デイリーニュース」のアナウンサーの語り口調がラジオのような身近さを感じた。
- ・高校野球の中継やホーク春季キャンプ、また、「デイリーニュース」での卒業式や合格発表などは、現地にいけない方々への配慮になっているので応援したい番組である。
- ・それぞれの番組を「誰に届けるか」にこだわって良いと思う。つつい「全員に届けたい」となってしまうがちだが、高齢者にするなど振り切って良いと思う。
- ・地上波 TV ではなかなか取り上げて頂けない地元活動拠点を置いている劇団員や俳優志

望の方、自分たちで作品を作っている方など、あまり目立たないが、素晴らしい作品を作っているの、是非、地元密着の J:COM で取り上げて頂きたい。

(石井会長)

- ・ J:COM チャンネルはだんだん良くなってきているが、ここ一年際立って良くなっている。皆で知恵を絞っていることが分かるし、発想豊かになっており、何よりスキルが上がっている。
- ・ 市民目線、視聴者目線で「こんなものがあったんだ」と、ローカルであり知られていないけれど、すごくレベルの高いものが有るという事を伝えるのが大切。
- ・ 単に報道する事が目的ではなく、視聴者が「えっ?! そうか!」と感じてもらえるよう、一捻りしたメッセージになることを企画会議などで考えると良いと思う。
- ・ J:COM は見損なっても何度もやってくれるのは非常にありがたい。
- ・ 「これと云えば J:COM」という強みを作ると良いと思う。
- ・ イベント紹介の文字放送番組「よむテレビ」はナレーションがなく、非常に良いと思う。ただ、しっかり見せるために文字をもう少し大きくした方が良いと思う。

#### 全体をとおして質疑応答、提案・要望

(委員)

- ・ 今まで蓄積した映像は一番の財産だと思うので、未来の情報を発信する際、過去の映像を上手く使うと非常に良いコンテンツができると思うので、是非実行して欲しい。

(委員)

各番組のターゲット層の設定は行っているのか。

(仲川)

- ・ 番組のターゲット層が曖昧になっている。40代から高齢者向けに偏っており、若年層ターゲット番組が少ないのが実情。本来、ど・ローカルを貫きつつ、それぞれの番組のターゲット層に合わせた編成をしていくのが理想なので、今後それを実行したい。

(委員)

- ・ 「世代」と言うよりは、「属性」でターゲットを絞って行った方が良いと思う。ジモスポは、部活をしている子、関係学校の先生、ライバル校の生徒などがターゲットになるので、とても分かり易くて良いと思う。

(徳田)

- ・ ジモスポは来年度、J:COM チャンネルの一番の目玉にしようと考えています。福岡は2021年までスポーツイベント目白押しなので、アマチュア、プロに限らずスポーツコンテンツを強化しようと考えている。

## 閉会の挨拶

(福岡局局長 福島)

本日は様々なご意見を頂きありがとうございました。地域の中で活動している私どもにとって大変財産になるご意見を頂きました。私も現場で指揮を執る中で、如何に地域の方に寄り添い J:COM のファンを増やしていくかをテーマに活動しております。頂いたご意見を基に更にパワーアップした番組を作り、地域の中で存在感を出していきたいと考えておりますので、今後ともよろしくお願ひ致します。