

株式会社ジェイコムさいたま 北局 南局

2012年度(平成24年)放送番組審議会 議事録

2012年度の放送番組審議会は、2013年7月4日(木)にジェイコムさいたま南センターで開催された。

<放送番組審議会委員>

ご出席 (五十音順)

宇高良哲様	内木滋郎様	大島清様
斎藤陽子様	清水志摩子様	高梨邦彦様
平沼大二郎様	守屋二郎様	

事業者側から現況報告及びJ:COMチャンネルの取り組みにつき、報告があった。

【質疑応答・意見交換】

(電力の小売に関して)

委員 J:COMが電力まで売るのは凄いこと。発電するエネルギー源は何か。

事業者 火力ではなく、バイオマス(動植物などから生まれた生物資源の総称)を燃料として電力を供給している。再生可能なエコのひとつのモデルとなる。

(電力の小売に関して-2)

委員 エコをアピールできるのでは。

事業者 他社では、太陽光発電を表に出してエコをPRしている例もあるが、当社もエネルギー源を意識してご案内することは重要である。

(電力の小売に関して-3)

委員 需要が高まったら戸建住宅でも供給できるのか。

事業者 現在、50戸以上の集合住宅に限られている。政府は、2016年までに、売電の完全自由化を目指すとしている。

(電力の小売に関して-4)

委員 商店会に対して、まるごと電力を提供できないのか。

事業者 受電設備を同一構内に設置しないと法律的に難しい。主体者が特定できないといけない。分譲マンションは管理組合、賃貸はオーナーとなるが、商店会の場合は不明確となる。

(部活取材校の選定基準)

委員 公教育の公平性が問題となるが、教育委員会との間で問題はクリアできたか。

一定の成績を収めたなどの共通基盤を持たせ、線引きをしないと、同委員会よりクレームが来る心配があるので、対応いただきたい。

事業者 教育委員会とは、取材対象先に関して事前相談はしていない。スタンスとしては、各校平等にと考えているが、対象先、順番については当社で決めさせていただいている。実際、全ての学校の部活動を取り上げるのは、難しい。全国レベルで際立った成績を上げている部活が取材対象となるが、これをいかに広げていくかが課題である。

(部活取材対象校の拡大)

委員 J:COM の契約者数拡大を考えると、他局も取り上げている全国トップクラスの強豪校以外にも取材対象を広げることで、新規契約加入にも結びつくのではないかと。例えば、学校の中で、取材対象にどの部活がいいのか選んで欲しいと投げかけるといいのでは。

事業者 バスケットボール Bj リーグの「埼玉ブロンコス」の番組内では、バスケットボール部を取り上げるなどで対象は広げている。

(特色のあるチャンネルに/さいたまツール・ド・フランスについて)

委員 民放としては、教育委員会を恐れない番組作りをしないとつまらないものになってしまう。現場にこそ宝がある。周りには、J:COM に加入しているが、視ていない方が多い。特色のある J:COM チャンネルになって欲しい。

10/26 開催の自転車レース「さいたまクリテリウム by ツール・ド・フランス」の放送の取り組みは。

事業者 同大会は、地上波では生放送されないため、J:COM では、グループ会社で BS チャンネルの J-SPORTS と連携して、ノンスクランブル・無料で生放送することになった。

J:COM チャンネルでも夜か別日にダイジェスト版の再放送化を検討している。同大会が成功するよう、J:COM 全体でサポートしたいと考えている。

具体的には、番組ガイド誌にも掲載したり、ジェイコムさいたまでも大会のスポンサーシップ

をする予定である。

(スポーツ少年団の取材を)

委員 埼玉県は、スポーツ少年団が盛んなので、取材して欲しい。

事業者 現在は、地域情報番組で随時取り上げているが、特にサッカーについては、大きな大会が頻繁にあるので、今後は特番化なども検討していきたい。

(商店会を盛り上げるためのサポートを)

委員 商店会全体を盛り上げることは難しいが、その中で元気のある店を取り上げながら、そこに集まるお客をいかに他へ誘導させるかを考えている。連合会としては、元気な店舗に対して、増え続けている無店舗販売、カタログ販売の領域でも力を入れて発信のサポートをしていきたい。

地域の商店会には、小さなイベントが100以上あるが、J:COMには、こうしたイベントを取材することをお願いしたい。

事業者 CATV 局と地元の商店街はもともと相性が良く、各地で取材も盛んに行っている。さいたまで IT ソリューションと絡めて、全国型の楽天、アマゾンとは違うITとの連携を図りたい。地元のその場所に店があり、すぐに行けるが、IT 基盤を補強するハイブリッド型の販売手法がないか、全国型でなく、地域型のビジネスモデルの構築を図りたい。

(地域型の販売手法)

委員 トイレットペーパーなどかさばるものや重い商品をネットで注文、時間指定も出来る形を地域の店で実施して欲しい。基盤を作るのが J:COM であり、売る側が J:COM を利用したらいい。

(医師会主催の医療フォーラムのPR)

事業者 医師会主催の市民参加型の医療フォーラムや勉強会を開催しているが、テレビで宣伝が出来ないか。

事業者 現在、医師会との情報交流はないが、今後情報共有していきたい。

(県の観光をPRできる番組)

委員 埼玉県を PR する番組やコーナーはあるのか。

事業者 現在は、県レベルまで取材対象を広げることは難しいが、年内に予定されている JCN の統合により、全関東ならびに埼玉県下でも 85%が J:COM エリアとなる。そうなると、

県の行政とも話が出来るようになる。県の観光課、産業振興課ともコンタクトが可能になるので、県レベルの番組制作も考えられる。

閉 会

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