

<第23回 放送番組審議会 議事録>

■開催日／2010年3月17日（水）午前10時00分～12時00分

■場 所／ジェイコム札幌 3F 会議室

■出席者／山本 強 北海道大学大学院情報科学研究科教授（会長）

佐々木修一 札幌観光協会 専務理事

富樫 豊子 (有)北海道人材バンク 代表取締役

星野 尚夫 (株)札幌振興公社 代表取締役社長

讃良 美規 (株)ラ・ウィル 代表取締役

澁谷 猛 (株)常口アトム 取締役相談役

ジェイコム札幌 三原社長、坂本メディアセンター長、管理部 雨尾
（計9名）

■議事内容

(1) 開会の言葉 <山本会長>

今年はオリンピック開催もあった、これからサッカーワールドカップもあり、また今年は3Dテレビが販売されるという話も聞いており公共メディアが注目される機会が多い。加えて、そんな中、一般メディアではカバーしきれないローカルコンテンツをJ:COMは持っており、それが大きな強みである。

(2) 出席者の自己紹介と近況報告

(3) ご挨拶 <三原社長>

- ・今月下旬の株主総会後退任する予定
- ・2009年度は残念ながらTV予算未達
- ・今後も競合他社との差別化（強み）となるJ:COMチャンネルを生かしていきたい

(4) 自主放送チャンネルの現状について <坂本センター長>

J:COMチャンネル視聴動向調査（全局比較）を2009年9月に始めて実施し、その結果、他局と比較して札幌視聴者の特徴としては以下のとおり

- ・ヘビーユーザーが比較的多く、平日・週末に関わらず、深夜から早朝の視聴が高い。
- ・視聴のきっかけは、「他に見たいチャンネルや番組がない時」が半数を占める
- ・番組の「認知率・視聴経験」は共に、TVショッピングが最も高い
- ・「毎日視聴・時々視聴」は、四季食彩（食事処紹介）・天気情報・TVショッピングの順
- ・好意度は、えいごのつぼ・いきいき人生・四季食彩の順

(5) J:COMチャンネル（コミch）についての議論

坂本センター長> 「四季食彩」という番組は、番組名は全国共通だが、内容は地場の食事処を紹介する10分間番組で、一回の放送で2店舗（5分間×2）を紹介

山本会長> 食事処の紹介について、書店では結構なコストをかけて立派な書籍が多々出版されているが、それに比べるとDVDを販売した方がコスト安。

讃良氏> 他の地域で、札幌の地元民も知らないようなお店を知っていたりと、食事に対するニーズは高く、地場の食事処を紹介する番組は有効

山本会長> 深夜の視聴者が多い特徴は、札幌の地域性に要因があるのか？

坂本センター長> 仕事が終わって帰宅するまでの時間が、関東や関西と比べて短い（近い）こともあり、TVを視聴する時間が多いことが一因と考えられる。

山本会長> 帰宅後に、民放でニュースを見てしまった人は、深夜のニュースは必要なく、視聴動向調査結果とおり、コミc hでTVショッピングを視聴するのかもしれない。

坂本センター長> TVショッピングでは、紹介する商品を「朝は健康食品、夜は貴金属」のように工夫して紹介しているのも魅力の一つ

星野氏> TVショッピングは、民放をはじめBSやCSでいつでもどこでも放送している印象だが、それだけのニーズがあるという事だろうか？ ネットで購入することもできるのに？

山本会長> 確かに最近では、ネットを使って買い物をする人が増えているように見えるが、実はTVや書籍など別媒体によって商品を認知した上で、最終的にネットで購入する人が増えているだけで、本当の「第一接点」（＝きっかけ）はネットではなくTVの可能性が大いに考えられる。

ここがポイントであることをメディア関係の方は良く考えて欲しい。

(6) 観光都市「札幌」とコミc h

山本会長> コミc hでは、もっと札幌市内の観光・外国人旅行者向けの番組を発信して欲しい。特に、韓国・中国・英語圏のコンテンツが良い。

佐々木氏> 札幌の海外観光客の70%は、台湾・香港・韓国が占める。また、今年5月には「中国2010上海万博」が開催されるが、通訳など人材育成がまだまだ弱く、関係するコンテンツ地域に発信していきたい。

山本会長> 地下鉄の看板に韓国語や中国語の表記をするだけでなく、ホテルのロビーにパンフレットの英語版や韓国版を置くとか、通訳を配置するとか、各々利用者のニーズにあったサービスを提供することが重要である。表面的な案内ではなく、実際の現場に即した案内をすることが大切

(7) 機能・リモコン操作について

讀良氏> テレビでも海外のドラマや映画の吹き替えは、早口で年配の方には聞き取り難く疲れてしまうので、最近は字幕の番組が増えて有り難い。

山本会長> J:COMでは、キャプションを自分で選択できるのか？

坂本センター長> 現状では全てに対応できている状況ではない。コミc hとCSでは、3Dやキャプションよりも、まずはHD化が先決という方針である。

富樫氏> J:COMのリモコンは、年々改良されており、当初に比べて非常に使いやすく、年配の方にはとても有り難い。リモコン操作が簡単な事は、とても大切なこと

(8) キラー・コンテンツについて

星野氏> ゴルフ番組に関連して、全米ツアー優勝の宮里藍の番組が、BS-11やBS12 (Twelve トゥエルブ) では放送していたが、J:COMではやっていなかった。

坂本センター長> 確かにBS-11やBS12 (Twelve トゥエルブ) は、グループ全体で検討はしているが、現在は放送していない。

佐々木氏> ゴルフ石川遼の広告が、道新に大きく載っていたが、こちらはゴルフネットワ

ークなのでJ:COMで見ることが出来る。

坂本センター長> スポーツ・コンテンツは、放映権やチャンネル数の問題もあり、人気のあるコンテンツ全てをカバーすることは難しい。

山本会長> 因みに、BS-11やBS12 (Twe11Vトゥエルビ)では、既にビックカメラが3Dコンテンツを制作し放送されている。今後3Dのハードが販売されるので、3Dコンテンツを制作しなければならないだろうが、「3Dは疲れる、酔う」という意見もあるように、あくまでも比較的コアな視聴者には良いが一般的に全ての人に受け入れられるかは疑問である。将来的に全てコンテンツが3Dになっていくとはとても思えない。そこまで流行するとは思えない。

富樫氏> コミc hで「介護施設の紹介番組」を作ったらよいのではないかと大抵は大きなTVを設置しているし、札幌市内でもたくさん施設があり、高齢化も踏まえて、ニーズがある。

■配布資料についての補足

- ・3月号マガジンについて、基本は全国統一版。一部を地域ごとに差し替え、全国で毎月190万部を発行。同種の雑誌では発行部数No.1。
- ・エコバックについて、産学共同プロジェクトとして、札幌デザイナー学院の生徒のデザインをそのままエコバックを製作し、さっぽろ雪まつりなどで市民・観光客のみなさんに配布。

■最後に

コミc hダイジェストDVDを視聴しながら昼食をとり、食事後解散

以上