

## 第27回 放送番組審議会 議事録

- 開催日：2014年3月28日（金）10:00～13:00
- 場所：ジェイコム札幌 3F 会議室
- 出席者：番組審議委員7名中4名出席（3名欠席）
  - ①山本 強（会長）北海道大学 大学院 教授
  - ②星野尚夫（委員）札幌観光協会 会長
  - ③鏡谷光司（委員）元 北海道新聞社 常務取締役
  - ④富樫豊子（委員）北海道人材バンク 代表取締役J:COM 札幌 代表取締役社長 古賀祐治  
J:COM 札幌 担当部長 兼 札幌メディアセンター長 坂本 貢  
J:COM 札幌 札幌メディアセンター アシスタントマネージャー 丸本 靖  
J:COM 札幌 管理部（事務局） 雨尾俊英

### 記

#### 1. 開会の辞（坂本センター長）

#### 2. 当社代表挨拶（古賀社長）

自己紹介、略歴紹介

#### 3. 出席者自己紹介（各委員）

自己紹介、近況報告

#### 4. 当社の近況報告

①J:COM札幌の対象世帯・加入世帯数の推移

②J:COMグループ全体の加入世帯数の推移 ※4/1付にてJCNグループと統合

③2014年6月～11月（予定）北区（約68,000世帯）のサービスエリア拡大

⇒札幌市内のエリアカバー率81%となる。（サービス対象世帯数：750,000世帯）

#### 5. 当社の番組編成について

##### （1）放送形態の変化

2004年11月からJ:COM TVデジタルがスタートし本格的なデジタル放送時代が到来した。2012年4月から第二コミュニティチャンネルHD放送となり、コミュニティチャンネルは2チャンネル体制となった。10ch 第2コミュニティチャンネルはJ:COMテレビのチャンネル名称となり、11ch 第1コミュニティチャンネルも8月24日に念願のHD放送となった。チャンネル名称はJ:COMチャンネル。また同時に緊急受信速報が画面上に文字スーパーで強制表記となった。法定同録装置も同時に導入し92日間番組を保存することになった。2014年3月現在、J:COMテレビの視聴可能世帯数は全国で約950万世帯。J:COMチャンネルの札幌市内視聴可能世帯数は約43万世帯となっている。

- (2) プロ野球 北海道日本ハム戦 今年もGAORAで完全放送決定。  
北海道日本ハム戦：74試合（北海道日本ハム主催試合72試合、その他主催試合2試合）  
試合開始から終了まで完全放送。巨人戦は日テレG+で主催ゲーム完全放送。  
その他チームの試合はそれぞれのスポーツチャンネルで。
- (3) 特別番組第65回さっぽろ雪まつり「雪像ミュージアム2014」全国J:COM局950万世帯に生放送実施。2月9日・日曜日13時から14時30分までの1時間30分番組として大通1丁目会場から生放送。司会進行は、全国番組「Jテレスタイル」で活躍中の有村昆さんと地元アナウンサーの佐藤千草さん。特別ゲストに北海道を代表するフードマイスター森崎博之さんを招いて北海道の食を全国に紹介した。

## 6. 全国統一生放送番組 「J:テレスタイル」好評放送中。

全国統一生放送番組枠としてスタートし3年目を迎えた。全国950万世帯に放送中。J:COMの第2コミュニティチャンネルの目玉として定着。番組は月曜から金曜 昼12時00分から1時間の生放送。司会進行 有村 昆（タレント・映画評論家）。  
金曜日は東京スカイツリー内にあるJ:COM ワンダースタジオから東京の「今」を生中継。

## 7. 自社制作番組について（レギュラー番組と特別番組）

視聴可能世帯数は 約430,000世帯（2014年2月末）

### (1) さっぽろインフォメーション（10分番組）

市内の様々なイベント情報に加えて、北海道警察、札幌市消防局のほか北海道広報課、札幌市広報課の協力を仰ぎ、「広報だより」のコーナーもあり、市民に様々な「注意喚起」を促している。

### (2) ファッションストリート（30分番組）

札幌の今を伝えるトレンド・プログラム。バラエティ・パブリシティ番組の先駆けとして、特に若い年代層に支持されている人気の長寿番組。これを見れば札幌の今の旬なファッションが一目瞭然。

### (3) さっぽろニコなび（30分番組）

大食い女王アンジェラ佐藤が市内を巡る「街なび」や思わず作りたくなる簡単料理コーナー「ニコれしび」、人気のスイーツや自慢のペットを紹介する「ニコニコ調査隊」など地域密着型番組として1月からスタートした新番組。

### (4) GO! コンサドーレ（30分番組） 《番組スポンサー 石屋製菓 様》

コンサドーレ札幌応援番組。札幌ドーム開幕戦取材や選手の素顔も紹介。コンサ情報も満載。番組ナビゲーターは元日本代表FW元コンサドーレ選手の吉原宏太さん。「VS宏太」の企画は大好評。

### (5) さっぽろ見聞録（15分番組）

札幌市内の歴史的建造物などを紹介するミニ紀行番組。場所や名所だけでなく、サークル紹介などを通して、その地域で元気に暮らす市民も紹介する。

#### (6) 四季食彩 (10分番組)

毎回テーマを決めて、市内の美味しいお店を紹介するグルメ番組。問い合わせも多く番組として定着してきた。居酒屋・割烹・うどん・ラーメン・カレー・スイーツなどジャンルも幅広く。B級グルメ的な札幌の食を紹介。

#### (7) ぶらりお散歩カメラ (30分番組) 《番組スポンサー CASIO》

写真共有サイトと連動した画期的番組。「撮った瞬間の感動を共有する」が番組のコンセプト。Facebookページには、撮影当日の様や番組最新情報が満載。番組“いいね!”も10,000アクセス目前。北海道を代表するタレントとして成長が期待される木村愛里さんが番組ナビゲーター。

#### (8) 特別番組

- ・2013年6月から11月まで 市内中学生職業体験受け入れ 36校199名(番組内で随時紹介)
- ・2013年8月 さっぽろ旭山音楽祭 旭山記念公園を舞台に市民音楽祭を制作
- ・2013年10月 札幌マラソンダイジェスト番組  
同時にインターネット回線ユーストリームを使ってLIVE放送
- ・2014年2月 第65回さっぽろ雪まつり特別番組 生中継  
J:COMひろば 全国950万世帯に生放送
- ・2014年9月 札幌市長杯 軟式少年野球大会 番組制作実施 (予定)  
準決勝・決勝大会を放送、その他、全チーム紹介DVDも制作予定

#### (9) 特に人気のあるチャンネルをピックアップ

20～30代男性向けMONDO TV、30～40代女性向けLaLaTV、そして、昨今は日本映画が元気なのでチャンネルNECOをピックアップし、概要を説明。

### 8. 質疑応答・番組に対する意見交換

<委員> 今後も防災がキーワードとなる。過去はFMラジオが期待されていたが、ケーブルも重要な役割があると考えられる。

<J:COM> 震災時(阪神・東日本)においても、他のネットワークに比べて、ケーブルネットワーク強かった実績がある。そして、3.11の際には、仙台メディアセンターでは、超ローカル情報の「給水車の給水時間など」をコミc hで放送した。

<委員> 天気予報は性別・年代関係なく、必ず視聴・確認する番組であり、もっと充実して欲しい。

<J:COM> データ放送を含めて、BSはかなり充実していると思うが、当社でも検討していく。

<委員> MCは女性が多い。もっと男性も出すべきでは?

<委員長> 放送する側にとっては、年令・性別に関係なく、大多数にウケが良い女性を選ぶのは必然では?(企業の受付に、女性が多い事もうなずける)。

<委員長> 釣り番組など、地上波にないコンテンツがComichにはあり、とても興味深く拝見している。また、園芸やガーデニングなどの番組は富裕層のニーズにあっているのでは？ 多種多様のニーズに応えることが大切だと思われる。

<委員> リモコンのシンプルにして欲しい。

<J:COM> Smart J:COM Box（黒ボックス）のスライド・リモコンについて説明

<委員> 以前はリビングで大型テレビを家族で見る習慣だったが、昨今はスマホやiPadでも十分映画を楽しむことができ、テレビを個人で楽しむニーズが増えてきているかもしれない。

⇒黒ボックス・白ボックス・withタブレットについて、概要説明

<委員長> パソコンを持たない・必要としない学生が増えている。つまり、インターネットは、パソコンがなくてもスマホ・タブレットで十分という事かもしれない。また、40～50代の家庭でも、固定電話を持たず、携帯電話しか持たない家庭が多く、単身化がどんどん進んでいる。

<J:COM> パソコンがなくても、スマホ・タブレットだけで、無線WiFiを利用したインターネット加入者が増えている。今や、宅内では有線から無線に移行しつつあり、今後も無線化が進むことになるが、これはあくまでも宅内の話しであり、屋外の幹線系については、無線の周波数幅にも限界があることから、有線は必要不可欠で無くならないと考える。

ケーブル（有線）なりの、モバイルと連携したサービスを提供していく。

加えて、個々へのアフターサポート数も増加しており、ますます遠隔サポートを含めた「おまかせサポート」が重要と考える。

<委員長> 「インターネットがあれば、テレビはいらない」というのは間違いだと思う。インターネットが伸びているのは事実だが、その元となる情報源は、テレビや新聞など各メディアが発信源なので、テレビあつてのインターネット。

<委員> 電化製品を買う場合でも、最初はテレビから情報を得て、大型量販店に走り確認比較した結果、最終的にネットショップで購入するというように、消費者が購入するタイミングや種類も千差万別。

<委員長> 4Kは、今のHDと比べて明らかに画質が違う。自動車も軽自動車を買う人がいれば、ベンツを買う人もいるように、4Kを選ぶ人もいれば、今のままで十分という人もいる。個々の消費者心理を如何に掴むかがポイント。

## 8. 昼食

「2014年度Comichダイジェスト版」を視聴しながら昼食。

## 9. 閉会

以上