

第35回 放送番組審議会 議事録

- ◆開催日： 2021年11月24日（水）12:00～14:00
- ◆場 所： 株式会社ジェイコム札幌 本社 3F 会議室
- ◆出席者：【放送番組審議委員】5名中4名出席（1名欠席）
 - 山本 強 様（会長）
 - 星野 尚夫 様（委員）
 - 松浦 真一 様（委員）
 - 中嶋 晋一郎 様（代理出席）

【株式会社ジェイコム札幌】

寺尾 弘一 代表取締役社長
金石 励正 取締役管理部長
中島 隆 JCOM 映像第一部マネージャー
雨尾 俊英 地域プロデューサー
杉田 理香子 管理部マネージャー
國木・宇野木・織田 事務局

記

・J:COM 札幌 寺尾社長 挨拶

4月に着任しました寺尾と申します。J:COMには2001年に入社、主に神奈川エリアのマネジメントをしてまいりました。以前は神奈川に住んでおりました、札幌は初めてとなります。

不慣れな地ではございますが、何卒、宜しくお願い致します。

・近況報告

J:COM グループの近況のご報告をいたします。今年、ブランドメッセージを「あたらしいをあたりまえに」へ変更しました。コロナ禍を含めデジタル化が進展しており、弊社も力点をおいて経営がシフトされてきました。道内でもDX推進はかなり積極的に取り組んでいる事業者だと思います。ただし、放送や通信はデジタル化することにより、便利になっても使い勝手がわからないケースが生まれないように、私どもとしては「あたらしいをあたりまえに」今までと同様に使っていただけるようなサービスの提供を心がけております。

DX推進の中で主だったものをご説明いたします。メッシュWi-Fiは網目状に張り巡らされたネットワークであり、通信環境が安定をします。こちらは発売から2年程経過しますが人気がありまして、今まで宅内のネット環境が悪かったお客さまも consent にさすだけで見違えるように改善されます。携帯電話、タブレットに利用されるケースが全体の約50%に達しております。

（次ページ）クラウドとAIでデバイスのマネジメントを行っております。過去の利用履歴を蓄積して最適な通信環境を提供しております。AIは使えば使うほど機能が向上します。ステアリング機能は簡単に言いますと市販の中継器は決まった周波数を使用しており、言わばカーナビの搭載されていないような状況です。メッシュWi-Fiはカーナビのように混雑していない周波数を自動的に選択しております。トライバンドは2.4GHz、5GHz、+5GHz、このチャンネルを3つ用意することにより、通信の高速化を実現しております。

(次ページ) J:COM LINKはテレビのセットトップボックスになります。従来よりもコンパクトで、いわばスマホのような機能を伴っております。過去の視聴履歴からおすすめの番組、リモコンでの音声検索、音声操作、持ち出し機能、4Kにも対応しております。Netflix、YouTube、Amazonプライム、いわゆるOTTといわれるサービスはチューナーを介して家庭のテレビでご覧いただけます。

(次ページ) 来年の3月サービスインになるチューナーになります。テレビのHDMI端子に差し込み、J:COM NETに加入(条件あり)、プラスNetflixやメガパック等に加入していただくと、こちらのドングル型のチューナーを提供します。これを使用することによって、様々なアプリをインストールしてご利用いただけます。ケーブルテレビは古いイメージを持たれている方も多いと思いますが、J:COMはDXを推進、従来とは違うサービス提供を行っております。

・コミュニティチャンネルの報告

(1) J:COM加入(視聴可能)世帯数の概略

J:COMグループ全体、及びJ:COM札幌の概要を説明

(2) 2021年度の編成サマリーの説明

(3) J:COMチャンネル札幌 11ch (札幌で放送)

2021年度 コミュニティチャンネル自主制作番組実績報告

- ・コロナ禍におけるレギュラー番組の制作・放送の継続
- ・緊急事態宣言・まん延防止 発出時のコミch対応
- ・コロナ禍における特別番組の制作・放送
- ・コミchを活用した町内会加入啓発の取り組みについて
- ・レギュラー番組・特別番組 下期の取り組み
- ・J:COM×TVh 情報カメラの相互利用

・番組編成に関する意見交換

(山本会長) 今の報告から LIVE ニュースや DVD 含め意見をお願いしたい。

(星野委員) 地元の飲食店紹介は J:COM の良さではないか。視聴者から要望があるのでは？

オフチューブは雰囲気は伝わるかもしれないが、視聴者にとってはいいところがあるのでしょうか？

(事業者) 飲食店の取材は積極的にお応えできる状況ではない。飲食店を支援できるような情報発信を行っていきたい。オフチューブは現場で伝えたいのが本音。モニター画面だとそれ以外の情報が入ってこない。現場ではいろんな状況がキャッチできるが…感染対策を示すためにも取り入れたというのが経緯。

(松浦委員) 札幌の街の規模は中途半端、ど・ろーかるには大きすぎる。函館や帯広なら規模感がいい。マチトモ、LIVE ニュースなどは長く続けることが大切だと感じます。マチトモは月 1 回では足りないのでは？

(事業者) ど・ろーかるは大きなテーマです。帯広シティーケーブルでは民放による帯広の情報があまり入ってこないので、視聴や反響がある。札幌では夕方に各民放が競うように札幌の情報番組をやっている。あのレベルで制作するにはリソースが必要。同じ土壌で戦っていても難しいと感じます。

(中嶋委員) コロナ対策で伝えられない苦労があったと思います。制約、コロナが終わった後の状況は？

番組のターゲットはどのように考えておりますか？

(事業者) 緊急事態宣言下での取材は事前に申請、対策の徹底を行っています。現在、少しずつ状況は変わっておりますが、これまで MC の方が選手と一緒に出来たことができないため、ZOOM の取材が続いております。

12 月からスポーツ番組も新しくなりますが、レギュレーションに沿って取材をしております。

LIVE ニュースのターゲットは主婦、年配層です。番組によってターゲットは変わりますが、子供たちのスポーツ番組であれば、ご両親、祖父母を含めた幅広い年齢層です。コミchan全般は加入者が比較的年配の方が

多いため、年配層をターゲットとした番組を放送した方が視聴率は上がっていくのではないかと思います。

(山本会長) いい番組を作られても視聴者はどうやって見るのか。恐らくチャンネルバッティング、EPG では？

今までテレビは視聴者が待っていました、現在、人気の番組でも待つ見る方はいない。チャンネルで流れている番組自体が広告だと思った方がわかりやすいのでは？まさしく EPG がそれではないか。検索そのものに広告はついているが、番組表には広告が見つからないのか？

ケーブルは法律上、放送局で分類されているものの、放送局ではないという前提でサービスを考えると切り口はあるのではないか。

(事業者) プロモーションが出来ていない部分もあります。LIVE ニュースは今までスタジオのみでしたが、外から中継することで J:COM が放送していることをプロモーション強化する意味でも、細く長く続けていきたいと思っております。

(山本会長) 視聴率は取れますか。

(事業者) 双方向のため取ることはできますが、民放とは違う集計方法ですので、公表は控えさせていただいております。

・閉会

以上