

第36回 放送番組審議会 議事録

◆開催日：2023年4月12日（水）13:00～14:30

◆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5名 出席

会長 山本 強 様

委員 星野 尚夫 様

委員 松浦 真一 様

委員 中嶋 晋一郎 様（代理出席）

委員 阿部 夕子 様

【株式会社ジェイコム札幌】

代表取締役社長 寺尾 弘一

管理部長 宮脇 幸紀

J:COM 映像制作第一部マネージャー 中島 隆

J:COM 映像制作第一部 堀 愛真

事務局 管理部 富田・國木

記

・J:COM 札幌 寺尾社長 挨拶

・会社案内サービス紹介

J:COM LINK 及び AIWi-Fi、MOBILE サービスのご紹介。

今年1月から手稲区でもサービス開始、札幌全区にてサービス提供可能に。

新サービスとして2月24日からJ:COM オンライン診療サービス提供開始。

オンライン診療について道内では札幌はもとより、医療過疎地域と呼ばれる地域でも期待されている。

地域プロデューサーを配置し地域との連携も高め、BtoB、BtoG 向けのサービスも今後積極的に展開する。

・コミュニティチャンネルの報告

中島マネージャー

（1）概要

2022年レギュラー番組6タイトルの内容紹介

6月スタートのレバンガ応援番組「レバDUN！」ご紹介

（2）特別番組

高校野球生中継

札幌市制100周年記念番組「拓く、札幌の未来」

北海道中体連やNHKクリスマスクラシックコンサートなど

独自の放送にて地域情報を発信

【審議対象】

(1) さっぽろ雪まつり特別番組

3年ぶりのリアル開催であるさっぽろ雪まつりを現場より2時間の生中継。
YouTube配信やSNSなどと双方向でのコメント表示等採用。

(2) 札幌人図鑑

福津京子さんが司会進行の対談番組、2020年度51名の出演、1900回放送も達成。

・番組編成に関する意見交換

さっぽろ雪まつり特別番組について

(山本会長) 全国で放送したのか？

(事業者) テレビ放送は札幌のみ、全国的には YouTube で動画配信を実施。

(山本会長) 今回の雪まつりは自衛隊色が薄く感じられた。

札幌で1番のイベントでもあるので、J:COMによる盛り上げも継続して欲しい。

(星野委員) 自衛隊から札幌市に大型雪像制作を打診したよう(技術の継承の不安から)。

プロジェクションマッピングなども素晴らしいが、スケートリンクやカーリングなどの体験型アトラクションが素晴らしい。一方で、オータムフェストなど含め飲食店出店の費用増加について札幌市と協議もしている。

(松浦委員) 2時間ワクワクと楽しさを伝えている。アナウンサーの佐藤さんと上杉さんの進行が非常に上手で、好感が持てたが、PR不足がもったいない。

(事業者) 民放各社でも2時間丸ごと雪まつり特番は作られていない、生放送で大型特番を組めるのは当社の強み。PR不足は課題として強化の必要を感じる。

(中嶋委員) 2時間余すところなく雪まつりを伝えてくれていた、既に行った方にもこれから行く方にも有意義な番組。SNSからのコメントはどれくらい集まったのか。

(事業者) 200件ほどのコメントが集まった。

(中嶋委員) もっと視聴者の声や外国人の方の目線なども取り上げて制作に活かせればもっと良い。

YouTubeに関しては、若い人目線での制作で作ってみては。

マスク着用のルールなどまだ難しいのか。

(事業者) まだコロナでの問題があった時期であったため、所々でマスクは着用としていたが、5月で制作ガイドラインも大きく変化する予定。

(阿部委員) 3年ぶり開催で現地に行った際、見ることが出来なかった展示やアトラクションが、番組を通じて見ることが出来て良かった。カーリングについても初回の体験としてはちょうど良いのではないかと。

出演者のチョイスが秀逸であった。

主婦の方はInstagramでの情報検索が主流であるので、インスタのハッシュタグを利用した展開や事前PRが必要。

Instagramに関してはフォロワーを増やす施策をもっと工夫すべきで、番組とSNSの融合が課題。

娘世代も情報の取得はインスタがメイン。

(事業者) InstagramなどのSNSはショート動画がメインであるため、若者や広い層へのPRを含め、ショート動画作成などでPRにつなげるような工夫が必要。

主婦の方へのアプローチでは、皆さまのお力添えで「口コミ」も活用させていただきたい。

札幌人図鑑について

- (山本会長) かなり定着しジェイコムの代表的番組へ成長した。全国へのフォーマット展開も行って欲しい。
- (事業者) 全国でのフォーマット展開を実施した時期もあるが、現在では一旦役割を終えている。
- (山本会長) 福津さんの影響力が大きい番組と感じる、政財界の代表する方々が出演されている過去からの経緯も含め評価が高い番組である。
- (松浦委員) 福津さんは撮影前のコミュニケーションも十分にとっているという空気感が伝わる。
2000 回に迫る番組は放送局として大きな財産。
- (事業者) 収録前の 1 時間のインタビューが番組制作の基本となっている。
2025 年春には 2000 回放送を迎える予定。
- (中嶋委員) 出演者の考えが聞けて楽しい番組でとてもためになる。
会話内容について、更に深掘りして知りたくなる。その辺りの深掘り、もしくは関連事業への影響などの質問が増えると、更に好奇心を満足させられると感じる。
- (阿部委員) 福津さんの人柄と、出演者のパーソナリティが伝わるのが大きな魅力と感じる。
資料にあるような「後継者不足の課題」など堅苦しいテーマではなく、出演者のパーソナリティが表現される番組作りを心掛けた方が番組の魅力になるのでは。
- (事業者) パーソナリティが見える番組作りというキーワードは非常に参考となる。また若い人へリーチした出演者が少なかったため、今後焦点を当て番組制作を行う予定。

総評

- (山本会長) J:COMの地域コンテンツが増えている事は頼もしい。
北海道、札幌として観光が重要なファクターであるため、コンテンツを外（海外含め）へ向けて発信することも非常に重要。
札幌市も高齢者の健康増進のためにもITが活用されている。そのような取り組みとセットでオンライン診療を位置付けることが重要。札幌市や大学との連携を模索してはどうか。
- (星野委員) 今後、防犯カメラ・遠隔医療等は必要不可欠となるサービスであると思うので、J:COMでもより一層の力を入れ取り組んで欲しい。

寺尾社長 貴重なご意見賜りました、皆さまからのご意見を真摯に受けとめ今後の番組制作に活かして参ります。

閉会

以上