

株式会社ジェイコム東京

2024年度 放送番組審議会 議事録

1. 開催日時

2025年2月6日(木) 16時30分～17時30分

2. 開催場所

新宿住友ビル 47階 (東京都新宿区西新宿 2-6-1)

3. 出席者

委員長 : 千葉 茂様

委員 : (ご出席) 谷川 真理様、宮崎 猛志様、宮崎 進司様、陣内 寛大様
(書面参加) 江村 美咲様

事業者側 : <株式会社ジェイコム東京>

代表取締役社長 國分 孝夫

取締役 植木 敦子

地域コミュニケーション統括部長 白川 あい

地域コミュニケーション統括部 安藤 果那子

<JCOM 株式会社>

J:COM プロダクション本部 映像制作第一部 リージョナルマネージャー 関原 真人

J:COM プロダクション本部 映像制作第一部 安心・安全番組チーム長 小林 淳

4. 委員ご紹介

事業者側より、出席した委員全員の紹介があった

5. 委員長選出

千葉 茂委員長が全委員の賛同をもって選出された

6. 報告事項

事業者側から事業報告及び24年度コミュニティチャンネル方針について報告

7. 議題

24年度コミュニティチャンネル方針と、制作番組内容のテーマ及び関連番組について議論

■ 24年度コミュニティチャンネル方針

① デジタル展開の強化

② 持続可能な地域社会への貢献

■ 24年度番組内容のテーマ及び関連番組

①パラスポーツの普及

(関連番組)

- ・『パラスポチアーズ～パラアスリート全力応援～』
- ・『パリ 2024 パラリンピック』

②防災・減災、防犯情報

(関連番組)

- ・『こちら J:COM 安心安全課』
- ・『地域発未来へつむぐ安心安全』

各委員からは、議題に関して以下のような意見が出された

① 24 年度コミュニティチャンネル方針と取り組み内容について

- 番組は地域密着型で、人々の笑顔が映っている比率が高いと感じる。パラスポーツの普及というのも今後のダイバシティの観点から重要であり、アスリートの方々も番組を通じて応援されることでモチベーションに繋がることから、意味のある情報を放送していると思う。
- 人々の営みや、人と人のつながりを映像として残すことがミッションという言葉が印象的だった。街で起こる出来事を記録として残すことは、街の未来の人々にとって貴重な財産。我々がスマートフォン等で撮影する個人の記録とは異なり、公共機関に映像が残る続けることには大きな価値がある。オリンピックなどの大きなイベントはキー局が記録してくれるが、人々の営みをしっかり残すことこそが本当の価値ではないか。
- デジタル化については、現在ショート動画が流行っており、若い方はもちろん見ているが、実は高齢の方も多く見ている。その理由として、文字が SNS だと見にくい、ショート動画は見やすいという声がある。J:COM はこの点相性が良いのではないか。
- 高齢者に対しては、ショート動画の方が note よりも情報発信手段として良いのではないか
- 最近子どもが生まれ、地域課題を肌で感じるようになった。例えば保育園選びに有利になる情報や助成金など、自分で調べてもわからない情報が分かりやすく手に入るような発信をするのはどうか。
- テレビ離れが増える中で的確な強化方針と感じた
- 若者の地域参画は重要な課題。今の学生は大きく二極化しており、アルバイトをしなくても大丈夫な子たちと、奨学金をもらいながらアルバイトをして時間が取れない学生がいる。社会課題や地域参画に興味がある学生が、時間もお金も投資して地域に参加する形と、大学で学んでいる学問と結びつけるなど持続可能な形で地域参画する形など、切り分けて考える必要があると感じている。

②パラスポーツの普及について

- パラスポーツというテーマは、視聴率的には数字が取れにくい分野だと思うが、継続して取り組むことが大事ではないか。
- 2025 年 11 月から東京でデフリンピックが開催する。デフリンピックに出場する選手に注目する番組も放送できると良いのではないか。
- パラスポーツ選手の方々がオリンピックに比べてなかなか注目してもらえないという話を聞いたことがある。パラリンピック開催のタイミングでパラスポーツにフォーカスした番組や配信はとても素敵だと思った。
- パラリンピックの獲得メダルは 41 個の活躍となったが、競技や選手を知る機会が少なかった。番組を通じて選手や競技の魅力に触れたことで、もっと知りたくなった。

③防災・減災、防犯情報について

- 地域で防災に取り組んでいる方は多いが、頑張っている人達の活動が注目される機会が少ない。地域を愛する人達が愛郷心で活動しているという状況がある。
- 防災活動の取材が他の事例として活用されることも理想だが、地域活動をしている人々に注目する番組を続けることは、彼らの励みになると思う。
- 防災対策はどうしても怠りがちだと思う。防災情報を提供する番組が時々放送されることで、視聴者が刺激を受けて備えや防災対策に繋がるのではないか。放送回数を増やすことも検討してはどうか。
- テレビを見ない若者が多く、彼らが手にするニュースは自分が好きで興味がある情報に偏っている。規模の大きい震災には注目するが、小規模の地震や台風などの情報は知らないことが多い。
SNS やショート動画を使って、若者に防災情報をどう届けるかが重要。地域防災はプレーヤーとの親和性があまり高くないため情報を上手に伝える橋渡し役が必要。
- 情報発信のチャンネルは非常に重要。各地でデータを使った防災シミュレーションが行われており分析を進めると怖い結果が出ることもある。しかし、こういった情報がどれくらい地域住民に伝わっているかは不明。例えば「ある地域の人々は海寄りのエリアに逃げるのが安全」という、直観に反した避難判断が必要な場合もあるが、どうやってその情報を地域の人々に効果的に伝えるかが課題。J:COM は地域ごとに情報発信できるチャンネルを持っており、その役割が発揮されるのではないか。
- 新宿では総住民の約 10%以上が外国人であるというデータがある。例えば、外国人の住民がコロナウイルスに罹った場合、対応方法についての情報が不足していた問題がある。普段から誰でも直接アクセスできる情報があれば、より安心・安全な環境が提供できると思う。この点、地域特化型メディアの役割が重要になるのではないか。
- 地域の安心安全や防災に取り組んでいる小中学校の先生を特集し、その活動を紹介する番組を作るのはどうか。そうすることで、出演した子どもたちや大人、PTA の人々がその番組を見るようになり、他の学校の先生が「うちでもやってみようかな」と思うような繋がりが生まれる。自治会の活動よりも、取り組みの広がりが速いのではないか。学校の先生方には、防災教育をやらなければならないけれど、方法が分からないという人もいる。番組がヒントとなって、結果的に子どもたちの防災意識も高まるのではないか。ただ、情報の発信方法が課題。テレビ番組が良いのか、ネットや SNS が良いのかについて考える必要がある。
- 災害分析に使えるデータは大量にあり、災害時の状況が詳細にわかるため、厳しい結果が出る場合もある。そのため、一部の自治体は情報の公開に慎重になるケースもあると思う。しかし、情報発信は重要であり、J:COM が各自治体と連携して上手に発信していくことが大切だと思う。
- 東京は全てデジタル化されており、避難の時の人流などがシミュレーションできるようになっている。番組で市長・区長にシミュレーションの対象地域を訪ねてもらうのはどうか。
- 年始から能登の震災もあり、防災関連の情報も不安な気持ちを抱える方々にとって、とても有益なものだったのではないか。

④各番組に対するご意見

- (『長々と散歩』について) 区長、市長の生の声を聴く機会はないため、首長が現場に行って地域の魅力を案内する番組があることは素敵なことだと感じた。
- (『長々と散歩』で、市長・区長に紹介してもらおうと良い案はないか、という委員長からの問いに対して) 一緒にマラソンを走るなどはどうか。市長が頑張っている姿を見て視聴者も親近感が湧き、刺激になると思う
- 『ジモトに乾杯 | 居酒屋秀ちゃん』や『パラスポチアーズ～パラアスリート全力応援～』の番組 MC を務める中山秀征さんはさわやかな雰囲気、ゲストとの会話がスムーズに進む環境を作っているように感じた。例えば、車いすラグビーの池崎選手が出演した回は、非常に和やかだった。また、元フィギュア選手の村上佳菜子さんが車いすバドミントンを体験しながらインタビューするシーンでは、「スポーツ選手でもこれだけ大変なんだ」ということがよく伝わった。選

手同士の会話だったため、お互いに話しやすい雰囲気が形成されていたと思う。

- アスリートの魅力を伝えるということで、試合本番での選手の動きだけではなく、日常生活や気持ちの面などを取材することで選手の魅力が分かるのは視聴者としても嬉しいし、選手の皆さんも取材されることによって励みに繋がると感じた。
- スポーツ界からごみをなくそうという気候変動の啓発活動を行っているが伝わりにくい。気候変動に興味を持ってもらえるような番組を制作するのも良いのではないか

以上