

株式会社ジェイコムイースト 板橋局
2014年度(平成26年)第16回 放送番組審議会 議事録

2014年度 株式会社ジェイコムイースト板橋局 放送番組審議会は、2015年2月17日(火)、板橋局で開催された。

<放送番組審議会委員>

ご出席 (五十音順)

坂野 文雄様 佐藤 利信様
高橋 泰子様 玉 広 賢 様 (※鈴木静雄委員代理)
原田 曠暉様

ご欠席

三浦 康之様

事業者側から局の現況報告及び J:COM チャンネルの報告があった。

【質疑応答・意見交換】

(プレミアム商品券関連のPR)

委員 今年、アベノミクスの成長戦略の一環で、プレミアム商品券が全国の商店会で発行される予定である。6か月の短期間(6月から12月まで)での使用期間であるので、J:COM チャンネルでも取り上げて欲しい。どの店で何が売れるのか、商店会の在り方についても調査の一環にもなるので、ご協力をお願いしたい。

また、これを機に未加盟の商店にも商店会連合への加入促進を図りたい。各商店会でも様々なイベント企画も予定しているので、番組内でこちらもPR 願いたい。

(商店会とJ:COM チャンネルの連携を)

委員 シャッター通りが広がっているが、商店街が活性化しないと、町の連帯感も生まれない。プレミアム商品券の告知では、J:COM チャンネルも商店会とよく連携していただきたい。

事業者 地域発ドキュメンタリーとして、「板橋プロレス」を取り上げている番組を放送中(2月)である。地元の商店会と連携した番組であるので、ご視聴いただきたい。

(2015 年編成方針について、スポンサーの意向に沿った番組制作)

委員 2015 年のチャンネル編成方針によると、午前のデイリー生放送を夕方に移して、エンタメ情報を午前にするということは、現在の編成と逆にすることになるのか。

また、広告売上の拡大とあるが、具体的な施策を教えてください。J:COM チャンネルでは、スポンサーの意向を反映した番組作りが出来るのか。

事業者 現時点では、検討段階であるが、夕方帯に強力な生放送番組を集中させることを考えている。視聴率データの推移を見ると、在宅率の高い夕方の時間が、より視聴いただく可能性が高いと判断している。デイリーの生放送のターゲットが、主婦、年配者が中心ということ踏まえて検討している。

10ch はナショナルクライアント向けに販売しているが、11ch では、各地域のローカル営業を主体として対応している。ローカル・クライアントには、放送するエリアが地元だけでいいという企業も多くある。クライアントに応じて、例えば板橋のみなどの地元エリア、都・県全域、または関東全域という様々なニーズにも呼応して、番組制作と編成をしていきたい。

スポンサー側が要求する内容にも、出来る限り対応していきたい。

(夏の高校野球中継の延長拡大、イベントはじめ地元取材の強化)

委員 「いまだこ!?イレブン」は、午前 11:00 の放送だが、昼間は女性も仕事をされている方が多いので、夕方に番組を移すことで、主婦は家事にかかりながらも、テレビをつけている家庭も多く、チャンネルを合わせる可能性が高まるのではないか。

夏の「高校野球大会東東京予選」中継であるが、試合途中で放送時間切れになった試合があり、とても残念であった。スポンサーとの問題もあり編成上、難しいかと思うが、可能であれば何とか延長放送ができないかと思う。

板橋の子どもたちには、「ジモトピ」の出演芸人・ジャッカスと柳野さんは、顔がかなり浸透しているようである。番組で共演した元プロ野球選手より、馴染みがあったようだ。

板橋区は、商店街はじめ地域イベントが盛んであるので、取材のニュースソースはかなりあると思われる。積極的に取材し、発信していただきたい。

中学生の吹奏楽中継は、生徒たちのモチベーションになる。生徒の顔を映すことは一部では難しいケースも出てきているようだが、部活で頑張っている生徒たちの励みにもなるので、J:COM には文化活動も応援していただきたい。

事業者 地上波と違い、中学生の音楽祭、少年野球大会など、ご当地のイベントを編成が出来るのが CATV の強みであるので、こうした光の当たるイベントを積極的に放送していきたい。

「高校野球大会中継」の延長については、対応できず申し訳ない。去年は、9時から17時までの編成枠をとって放送してきたが、今年度は、最大延長を1時間後倒し(18時まで)とす

ることを検討している。

東東京大会の中継は、実現にハードルが高く、J:COM だけでなく、近隣 CATV 局と共同で制作放送を行った。神宮球場は、好カードが揃うが、プロ野球の公式戦との絡み、ケーブル幹線が敷設されていないなどの問題がある。

（“生活の知恵袋”的な番組制作、商店会 PR のレギュラー番組化）

委員 こういった番組があるといいなと思うのは、“生活の知恵袋”的なジャンルである。J:COM の「安心安全ナビ」の要素にも通じるが、何でも「モノ」に頼る慣習の中で、自然を活かして出来る方法などを紹介することで、番組が視られ、口コミで広がることにもつながるのではないか。

商店会の活性化では、単発の特集企画だけでなく、レギュラー番組として一緒に盛り上げることは出来ないか。

事業者 区民と一緒に考えて番組を制作することも考えていきたい。J:COM は、地域メディアとして、各地域の活性化に一役買うことを目的にしたい。

地域ニュースも民放のように、何が行われたのかという結果だけを伝えるのではなく、地域が欲している情報に沿った展開を皆さんと一緒に考えていきたい。

（イベントは事前 PR に力点）

委員 イベント情報発信は、テレビで事前告知を中心をお願いしたい。

制作にあたって、広告料が必要であれば、出稿するスポンサーはいるのではないか。

（地域情報発信のモニター制度）

委員 J:COM では、地域情報発信出来るようなモニター制度はあるのか。

地域をよく分かっている方が、活動状況を月一度でもレポートしてもらうことは、いい情報源にもなるのではないか。

事業者 現在はそうした制度は運用されていないが、市民によるモニター制度は、重要なことであると考えている。

（商店街活性化で防犯カメラを利用したイベント企画）

事業者 防犯カメラを使った「のど自慢」大会をしている商店街が大田区にあるとのことである。アイデアとしては、面白い。仰々しいイベントではないが、防犯カメラに向かって、宣伝をしたり、歌を歌うような企画である。ターゲットは、その土地で生活している方々なので、合致するのではないか。音声付の防犯カメラもあり、他の防犯カメラにも映像が放映されるような仕掛け（ネットワーク）も検討できれば。実現には、映像の使用許諾の問題をクリアに

することが前提となる。

委員 板橋では、公共の防犯カメラが商店街はじめ 200 から 300 あるようだ。他の区では 600 程度、世田谷では、1000 くらいある。こうした企画が実現できるか検討して欲しい。

今は、カメラの性能が良くなり、設置には、配線が不要で設置費が安価になっており、都や区からの補助金もあり導入しやすい。

以上