

## 株式会社ジェイコムイースト 西東京局

### 2015年度 第20回 放送番組審議会 議事録

2015年度 株式会社ジェイコムイースト 西東京局 放送番組審議会は、2016年3月15日(火)、西東京局で開催された。

#### <放送番組審議会委員> (五十音順)

—ご出席—

新井 啓明 様	有賀 達郎 様	石原 慎一郎 様
小泉 恵美子 様	坂井 明成 様	下崎 闊 様
高木 亮教 様	武岡 忠史 様	松永 和子 様

—ご欠席—

山田 豊 様

事業者側から局の現況報告、及び J:COM チャンネル(11ch)と J:COM テレビ(10ch)について報告があった。

#### 【質疑応答・意見交換】

#### ◆「デイリーニュース」について

**委員** 情報はどこから入手しているのか？

**事業者** 行政からのプレスリリース、取材実績のある地域の皆様、地域の回覧版、地域プロデューサー（地域ステークホルダーとの関係構築を担う J:COM 社員）、インターネットから情報入手している。さらに、視聴者の皆様からも情報提供頂いている。

**委員** 情報はかなりの量、集まっているのか？

**事業者** 徐々に集まっている。「デイリーニュース」は、2015年6月に始まったばかりなので、もっと情報を頂ければと思っているし、当社としてもさらに情報網を拡大せねばと考えている。

地域のケーブルテレビ局としては、事件・事故の取材だけでなく、近所に珍しい花が咲いたとか、可愛い動物がいるなどの情報を頂いたら、その日の内に取材に行くといった、地域の皆様の気づきに応えることも使命だと考えている。

**委員** 身近過ぎてどうかなという情報も遠慮なく提供して欲しいということか？

**事業者** はい。

**事業者** 「デイリーニュース」は、その日のお昼ぐらいまでに取材に行ければ、早ければその日の内に放送するという体制ができています。

**委員** 先日、取材に立ち会う機会があった。放送は翌日と聞いたのだが、編集はその日の内に行うのか？

**事業者** 編集は、当日、あるいは翌日に行っている。

**事業者** 「デイリーニュース」が生放送される平日は、当日編集、当日放送を心掛けている。しかし、土曜と日曜に関しては生放送が無く、かつ取材ネタが多いので、取材先に対して、放送日が月曜、または火曜となること、さらに数多くのニュースを放送したいので紹介時間が短くならざるをえないことを伝えている。

**委員** プレスリリースを出す場合、どのようなものが取り上げられ易いのか？また、当該案件が実施される何日前に送付するのがよいのか？

**事業者** “初の〇〇”、“何年ぶりの〇〇”、“他にはない〇〇な特徴がある”とか、今までにあった施策でも“新たに〇〇を始めた”といったネタであれば、当社としてもニュースバリューがあると判断し、取材をさせて頂くことになる。また、毎年恒例の大きな行事も取材対象となるが、“今年の特徴は〇〇である”という情報があると紹介し易くなる。

プレスリリースの送付の時期については、早ければ早い程、ありがたい。受け取り次第、ネタ表に記入し、その上で取捨選択をさせて頂く。なお、送付の際には、その事業や催事の背景を盛り込み、かつ一押し部分を丸で囲むなどして頂けるとありがたい。

**事業者** 取材依頼用のフォーマットもあるので、ご活用頂きたい。

**委員** 去年の6月、ごみ拾いはスポーツだというイベントがあった際に取材依頼をし、実際に取材してもらった。その時のJ:COMのスタッフは1人で撮影もインタビューもしており、苦勞して取材していることが分かった。

**事業者** 最も多い取材依頼はイベントであるが、東村山市が市のキャッチコピーを決定したとか、小平市が「プチ田舎」を商標登録したとか等のイベント以外の話題も取材対象となるので、情報提供して頂きたい。

#### ◆「ジモトピ」について

**委員** 昨年度の放送番組審議会では、取材に関して苦情を申し上げる場面があった。しかし、今年度は様々なイベントで局長にお会いした。局長自らが積極的に地域イベントに足を運んでくれたことに、市民として感謝している。具体的には、七福神の催事やキッズダンスのイベント等を取材してもらい、大変嬉しかった。

**委員** 苦情が取材や番組作りにプラスになる場合もあるので、苦情も大事だ。

**委員** 「ジモトピ」のネタはどうやって探しているのか？

**事業者** 5市のバランス、および地域を盛り上げることができるものは何かということ意識してネタを探している。例えば、「たまろくと焼きプロジェクト」は、5市の物産をどうやってプロモーションしていこうかと考えた時、グルメという切り口なら分かり易いと思い、新屋台メニューの一般公募とイベントでの販売という企画を立案した。

**委員** 「ジモトピ」のディレクターは、「デイリーニュース」の取材も行っているのか？

**事業者** 「ジモトピ」と「デイリーニュース」の両方を取材している。  
「デイリーニュース」の取材対象者との出会いをキッカケにして、彼等とこんなことをやったら地域が活性化するねという話になり、「ジモトピ」で具体的に実践することを目指している

**委員** 「デイリーニュース」でネタを拾い、そこから派生した話題を「ジモトピ」で展開するというので、両番組は連動している訳だ。

#### ◆特別番組について

**委員** 「多摩六都の輝き」では、多摩六都5市の市民が計27回のワークショップに参加して制作した5本のドキュメンタリー作品を放送していた。半年間に渡るワークショップは、J:COMが全面的にバックアップしたと聞いているが、大変手間の掛かるこの案件で、撮影・編集のための機材や制作指導のための人はどのように用立てたのか？

**事業者** 機材については、パナソニックとのタイアップによりカメラの提供を受けたほか、編集機は当社が通常業務で使用しているものを無償提供した。人については、小金井事務所の制作スタッフ 15 人がのべ 100 人以上で対応。また、編集期間は 4 日間を予定していたが、結果、12 日間に及んだ。「多摩六都の輝き」では、当初の枠組みを超えて、熱心な市民の方々の想いに応えるべく取り組んだ。

#### ◆番組全般について

**委員** 地域密着の姿勢は、地上波には無い、差別化されたものである。是非応援したいし、活用もさせてもらいたいと思っている。とは言え、その“地域密着”の成否について、2015 年度はどのように評価しているのか？

**事業者** 2015 年度は、初めての試みである「デイリーニュース」をスタートさせたことが一番大きなことである。しかし、まだ始まったばかりであり、評価でできる段階ではないと考えている。来年度以降の評価としては、J:COM グループ全体で取り組んでいる「デイリーニュース」という番組が、地域ニュースのブランドとして定着していくかどうかを見なければならぬ。西東京局エリア内の 76%の世帯は J:COM チャンネルを視聴できる環境にあるので、その世帯の方々の生活の中に「デイリーニュース」が定着することを目指したい。2015 年度の J:COM チャンネルの評価をあえてするなら、「デイリーニュース」をスタートできたことが一つの評価だと考えている。

**委員** 「デイリーニュース」が定着したかどうかの判断はどのように行うのか？

**事業者** 番組の評価指標として視聴率がある。しかし、ケーブルテレビ業界においては、第三者機関の調査による視聴率は取っていない。但し、社内の評価指標としてビューメーターというものがあるので、その数値が一定のレベル以上になれば定着したと判断してもよいと考えている。

**委員** 特番は、インターネットで見られるのか？

**事業者** 特番の中には、インターネットで見られるものもある。  
具体的には、YouTube、日本ケーブルテレビ連盟が開発したジモテレ、J:COM オンデマンドにて視聴することができる。ただ、放送ではできるだけ多くの方を映し出すように撮影しているが、多くなればなる程、WEB での 2 次利用時の許諾が多くなり、権利上の問題が生じることになる。

**委員** J:COM から送られてきたメールの中に、三味線のお稽古を受けられる番組「本

條秀太郎の J:COM シャミ専科」がスタートするので生徒を募集しているという案内があった。何で今更三味線なのかという思いはあったが、母親の三味線があったので応募したところ、合格した。習ってみてビックリしたのは、凄く分かり易く、どんどん弾けるようになり、楽しくなったことだ。この番組は、ケーブルテレビだからこそできたのではないかと感じた。このようなケーブルテレビならではの番組を今後も作って欲しい。

**委員** 「デイリーニュース」は再放送もあるが、ビューメーターによると、どの時間帯の放送が最も見られているのか？

**事業者** 2 回目の放送に当たる 22 時台の再放送である。

**事業者** 「デイリーニュース」が昨年 6 月に始まったばかりで、現状、2 回目の放送が最も見られる傾向にあるが、2 年 3 年経つと、初回放送のビューメーターが最も高くなると予想している。理由は、J:COM と合併した JCN というケーブルテレビ局、具体的には現在の武蔵野三鷹局や多摩局、八王子局などでは、数年前から「デイリーニュース」を放送しており、それらの局では初回放送のビューメーターが最も高い数値を示しているから。当社としては、今後、初回の生放送の意義を感じてもらえるよう“この後すぐに〇〇が開催されます！”といった直前情報を提供していきたいと考えている。

**委員** 生放送を見られない場合、録画予約を活用している。

**事業者** 西東京局の「デイリーニュース」は始めたばかりで、まだまだ偏りがあると感じている。取材先の皆様には大変喜んでもらっており、再取材の依頼を頂いている。しかし、同時に、情報網の拡大も必要である。先程の評価指標にもつながるが、情報網をどれだけ拡大できているかということも評価の対象と捉えている。そこで、将来に向けて、“市民特派員”や“市民記者”といった協力者の擁立を計画している。計画の意図としては、台風、大雪、大地震などの有事の際、現有のニューススタッフ 10 人では担当している 7 行政エリアを取材し切れないので、彼等の協力を仰ぎたいということである。具体的には、地域住民から河川が増水しているという情報を頂いたとしても、取材に行けない場合がある。その時、近くに住んでいる“市民特派員”から電話中継、あるいはスマートフォンで撮った映像の送信などの協力を得られればと考えている。

**委員** 番組宣伝等のプロモーションはどのように行っているのか？

**事業者** プロモーションは大きな課題である。

「地元のニュースに特化した『デイリーニュース』を始めてくれてありがとう」という

お言葉を頂戴する一方で、「多くの人に見てもらえるよう周知しないと意味ないよね」とも言われている。当社としては、SNS での情報発信、各種イベントでの番宣チラシ配付のほか、YouTube での同時生配信、講座等のイベント開催、地域イベント等の実行委員会への参加などを通して、番組宣伝、ひいては J:COM サービスのプロモーションを行っていきたいと考えている。

**事業者** 「デイリーニュース」に関しては、放送日が取材当日、または翌日になる場合がほとんどなので、取材の際に主催者を始め、その場に居る方々へ番宣チラシをお渡ししている。特番についても、関係者へ放送日時をお伝えしているが、さらに広がりのある周知をすることが課題であると認識している。

**委員** テレビ、FM ラジオ、新聞雑誌などの垣根を超えて、様々なメディアが協力して地域を盛り上げていくことが大事だと思うので、メディアの相互連携、並びにメディアミックスの活用をお願いしたい。

**事業者** 本日の審議を通して、J:COM チャンネルを地域の情報チャンネルとして定着させることが最重要課題であると改めて認識した。

以上