

# 株式会社ジェイコム東京

## 2025年度 放送番組審議会 議事録

### 1. 開催日時

2026年2月13日（金）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

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 中尾 聡

＜JCOM 株式会社＞

J:COM プロダクション本部 映像制作部 リージョナルマネージャー 大河原 明子

J:COM プロダクション本部 映像制作部 安心・安全チーム長 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25年度コミュニティチャンネル概要について報告

## 7-1. 議題

25年度コミュニティチャンネル概要と、制作番組内容のテーマ及び関連番組について議論

### ■ 25年度番組内容のテーマ及び関連番組

#### ① 安心・安全

・地域発 未来へつむぐ安心安全 明日へのピブス ～台風19号八王子浅川地区7日間の奮闘～

#### ② 多様性

・パラスポ チアーズ！～パラアスリート全力応援～

・東京2025デフリンピック

#### ③ コンテンツのネット配信

・浅草神社例大祭「三社祭」生中継

#### ④ 地域ニーズに応える

・ようこそ！産地直行レストラン

## 7-2. 安心・安全（防災・災害対応）

☞地域の防災活動を紹介する番組は大きなモチベーションになる。成果が見えにくい面はあるが、取り組みに光を当てることが地域で活動している方々の活力につながる。地域にどんな人がいるかを知ること、いざという時に協力しようという意識が生まれる。活動している人にスポットを当て続けることが重要。

☞過去の災害では、SNS発信により短期間で多くのボランティアが集まった例がある。被災地には高齢者も多く、外部ボランティアは不可欠。日本は災害の多い国であり、こうした番組を継続することは意義が大きい。

☞映像に価値があるポイントは「ジブンゴト化」と「光を当てること」の2つ。

被災者側の視点や「自分だったらどう対応するか」というイメージづくりが、行動の第一歩になる。また、ボランティアをする自分を想像できる構成も重要。活動者に光を当てて評価することにも大きな価値がある。さらに、震災時の企業の役割を議論できる場があると良い。

☞各地に災害情報をJ:COMへ提供するサポーターがいることは非常に効果的。災害時は正確な情報が求められるため、サポーターという“データ提供者が明確”であることには価値があり、J:COMが確かなローカル情報を公開する意義は大きい。

☞人口動態が変化しており、外国人住民が増加。成人式対象者の6人に1人が外国人という状況もある。外国人や高齢者にも伝わる情報発信が必要で、テキストよりアニメーション動画など、理解しやすい形式が求められる。

### 7-3. 多様性（障害者スポーツ・共生社会）

- ☞デフリンピック選手の挑戦は大きな勇気を与える。ニーズが限られても、マラソンの生中継なども実施してほしい。障害のある方を継続的にクローズアップすることが重要で、良いメッセンジャーがいるとより伝わりやすい。
- ☞健常者が障害者への理解を深めるには“実感”が重要。番組だけでなく、リアルイベント（スポーツ体験など）と連動させることで、さらに理解が促進される。
- ☞スポーツ選手としての活躍だけでなく、日常生活やバックグラウンドも取り上げることで、理解や共感・感動が深まる。
- ☞まず知ってもらうことが大切。平日昼間の試合はリアルタイムで見づらいため、アーカイブやショート動画など生活スタイルに合わせた配信形式が必要。

### 7-4. ネット配信・コンテンツ形式

- ☞お祭り映像は臨場感があり、隅田川沿いで見る花火のような“地元らしさ”が伝わる。昨今のネット配信は「高品質グローバル」か「ローカル密着」の二極化が進んでいる中で、J:COM はローカル性の強化を目指すべき。芸能人主体ではなく、地元住民や地元キャラクターを登場させることで差別化でき、ネットでは“生活が映る映像”のほうが刺さる。
- ☞ローカルを極めたコンテンツはネット視聴者に刺さる。ながら視聴できる“高すぎないクオリティ”の映像も価値がある。
- ☞視聴者が見たい映像を選べる仕組みは魅力的。三社祭の多視点カメラは臨場感が高く評価も良い。マラソンでは“自分の子どもを追える映像”には大きなニーズがあり、スポーツ分野にも導入してほしい。
- ☞多視点カメラはスポーツとの相性が非常に良い。サポーターの表情や好みの角度など、視聴体験の幅が広がる。技術的ハードルは下がっており、実現性は高いと思う。

### 7-5. 地域貢献・地域魅力発信

- ☞企画自体は一般的かもしれないが、複数市長の登場により、地域ごとの個性や魅力が伝わりやすくなっている。社会情勢の変化が大きい中で、地域の魅力度向上に寄与している。市長同士の交流は、地域の温かさが感じられる。
- ☞若いクリエイターやローカル事業者が地域で興味深い活動をしており、そのつながりも取り上げてほしい。まだ知られていない“メイド・イン・トーキョー”的な地産地消の取り組みを紹介することは大きな効果がある。
- ☞ローカルへのこだわりを一層強めることで、ケーブルテレビならではの魅力がより際立つのではないと思う。

以上