

株式会社ジェイコムイースト 町田・川崎局 世田谷局 調布局

放送番組審議会 議事録

2012年度の放送番組審議会は2013年4月17日(水)にジェイコムイースト 町田・川崎局で開催された。

<放送番組審議会委員> (五十音順)

ご出席

内野 長治様 齊藤 亀三様 立川 一成様
佐久間 喜代美様 前川 英樹様 横田 まさお様

ご欠席

吉良 雅彦様 (委任状受領)

事業者側から現況報告及び J:COM チャンネルの報告があった。

【質疑応答・意見交換】

(高齢者向けの番組作り)

委員 一人暮らしの高齢者のための番組が考えられないか。健康に関する知識を得るような番組も他社から番組購入でもいいので、検討して欲しい。他にも一人で行ける旅番組などもお願いしたい。

(医療に特化した番組について)

委員 聞いたところによると、広島では「心筋梗塞情報」に特化した番組があるようだが、高齢者だけでなく医療に特化した番組は検討できるのでは。

事業者 現在、関東エリアでは、高齢者に特化した番組は制作していない。九州エリアでは、医師出演による病気に関するワンポイント・アドバイスのような番組があるが、関東では未放送である。検討したい。

高齢者層に支持がある趣味教養系では、歴史、美術館の紹介番組がある。但し、あまり番組で高齢者向けの色を出しすぎると、却って嫌がられるという調査結果もあるので、慎重に取り組みたい。

高齢者向けのサービス対応としては、専門チャンネル系の日本映画専門 ch、時代劇 ch において、日本語字幕サービスを開始した。

また、薄型テレビになって、音声が聞きとりづらいという声に対応して、ワイヤレススピー

カーも導入済みである。この他にも、月額 500 円でパソコン、インターネットに関する相談を受け付ける「おまかせサポート」が好評で、新規インターネット契約のうち、約 3 割の申し込みがある。その内、7、8 割が 60 歳以上の利用者である。

(防犯対策で J:COM が出来ること)

委員 調布市は、振込詐欺の被害が都内ワーストワンである。警察も様々な対策を打っているが、思い込んだ人はなかなか止められないのが実状である。警察が主催する予防説明会に来ない人が問題である。高齢者はテレビをよく視ているので、J:COMとして警察の力になってあげられないか。

また、振込め詐欺と同様、自転車事故も問題になっている。子供には交通安全教室で、啓蒙が出来るが、スマホを操作しながらの運転など、大人がルールを無視して事故を起こしやすい。どの署においても共通の課題であり、是非、こうした事故防止対策にも取り組んでいただきたい。

事業者 これまで、警察署の依頼で CM を制作・放送したり、情報番組に警察関係者が出演してアドバイスいただくなどの対応を行ってきた。現在は、生放送番組も増えており、この中でも出演いただき、呼びかけを実施している。

局では、アフターサポートする部隊がおり、テレビをつけていない世帯には訪問時に、警察からの予防チラシを配布するなどの取り組みもしている。

麻生区でも麻生警察の依頼で、振込め詐欺防止のチラシを J:COM 営業員が戸別訪問の際、配布、説明している。

(再現ビデオ風に啓蒙映像制作)

委員 再現ドラマのように、いろいろな犯罪パターンを映像で見てもらうことも検討いただきたい。チラシだけでは、伝わらない。

事業者 警察署と連携して、テレビの利点を活かし、ドラマ風の啓蒙映像の制作も検討したい。

(J:COM チャンネルのブランドアップ、独自の防災マップ、番組案内)

競合他社と比べて J:COM の優位性は、地域密着性やコンテンツについてのノウハウの蓄積にあるのではないか。コミュニティチャンネルはそれを備えている。

いい番組を作るには、赤字では困るが、経営効率だけの側面で作れるかというと、それだけでは出来ない。それは何かというと、ブランド力をどうつけるかである。例えば、NHK や民放ローカル局が参加する「地方の時代 映像祭」があるが、CATV 部門もある。ここで他流試合をやったほうがいいし、やるべき。そこで賞を獲ることは、話題になるし、又、していかななくてははいけない。NHK は、CATV 局と相当コラボもしている。

番組にどれだけ投資していくら返ってくるということを超えて、ブランド力は育まれる。長期的には競合他社とのアドバンテージにもなってくる。きちんとしたドキュメンタリー番組も制作したらいい。

防災の件だが、このエリアはほとんど東京通勤圏で、多くの帰宅難民が想定できる。J:COM 社員が実際、都心から調布や世田谷といった自社のエリアまで歩いたらいいのでは。どこの道を通るのがいいのか、学校などの最寄りの避難所は何処かといった蓄積データは、NHK、民放では出来ないJ:COMならではの詳細の防災マップになる。映像をまとめたものは、DVD として販売も出来るのでは。これもブランド力につながる。

また、審議委員には、新番組などの情報を案内したらいいし、来年、この番組を審議したいという情報出しを事前にやって欲しい。番組 PR も知恵を出して上手にして欲しい。

事業者 コミュニティチャンネル以外に差別化できるものとして、弊社の営業スタッフは、他社と違い代理店や量販店委託ではなく、直雇用しており、地域の皆さんのご相談に対応できるよう“コミュニティサービスパートナー”として育てている。

コミュニティチャンネルは、センター化して効率経営できるようになったが、今度は投資して強みに変えていくステージである。アワードも社員のモチベーションアップにもつながるので、積極的に参加したい。

CATV 連盟のアワードでは、昨年、関東メディアセンターから 2 つの番組が受賞した。「地方の時代」でも 3 年前より出品しており、2 年前には仙台 MC から出品した番組が受賞している。

地域にあるジャーナリスティックなテーマをドキュメンタリー番組にすることは考えてみたい。例えば、買い物難民やごみ焼却場問題など、地域にとっては重要なテーマである。帰宅難民の問題では、「公助、共助、自助」とあるが、実際の災害時には、自分でやらなければならないことが沢山ある。ご指摘の防災マップを作るとか、こうした問題点を深掘りする番組を作ることも検討したい。

(福祉・環境・防災を意識した番組を)

委員 福祉・環境・防災を意識した中で、且つ地域に根ざした番組作りをお願いしたい。

(災害時における私鉄各社との連携)

委員 東急、小田急、京王線の各私鉄とのタイアップ、連携も考えて欲しい。NHK、民放は出来なければ、いざというときの対応をどうすべきか、J:COM がキャンペーンの立ち上げを働きかけたらいい。全国的にも広がるのではないかな。

(J:COM チャンネルの PR 方法)

委員 災害時には、小学校等の避難所や駅構内にモニターを設置し、J:COM チャンネルを通じて災害情報を提供してほしい。

役所の待合所には、モニターがあり、地元の企業広告が流れている。行政と連携して、こうした媒体も使って番組 PR や災害時の緊急情報発信にも活用できるのではないか。

番組では、どこを取材して、番組がいつ放送されるのかを事前に発信する工夫が必要である。加入するきっかけとなる情報も出して欲しい。

広告の規制も絡むが、地域情報番組の中で開業医情報も紹介してもらえたらいい。

事業者 チャンネルのプロモーションは、足りない部分と認識している。加入者向け配布しているガイド誌以外には、イベント時でのチラシ配布や営業員の名刺裏にカラー刷りで番組紹介を掲載している。

（「CATV 局の顔」を育てる）

委員 昔は、CATV 局の看板となる人がいた。番組のキャスターもやれば、その方に気軽に頼みごとでもできたし、相談にものってくれ、その方を通じて口コミの広がりもあった。

事業者 地域の番組制作担当を配置したので、今後は、しっかり地域のサポートさせていただきたい。

（CATV 連盟を巻き込んだ番組 PR 手法）

委員 個別の番組宣伝費はそう割けないと思われるので、CATV 連盟として全体予算を取って、地上波スポットに投入するなど、コミュニティチャンネルを知らしめる工夫したらいい。専門チャンネルの中に、コミュニティチャンネルのスポット CM を入れるといった、検討出来ないものか。チラシや口コミ以外でスケール感をもった取り組みも必要である。

事業者 連盟として PR の動きはあるが、CATV のチャンネル・ブランドが統一しておらずバラバラの状況で、議論がまとまらない。

今秋、業界 2 位の JCN を統合すると、関東地区のカバー率が 8 割に達する。このタイミングで番組 PR は加速できると思う。

専門チャンネル内で、1 時間につき何分か CM 挿入できる「インサージョン」という契約がある。米国では、その権利を使って収益源にしているが、国内でこの枠を使うには、まだ技術的課題が残っている。今後、その枠を使ったプロモーションは、改善の余地がある。

また、ガイド誌だけでなく、番審委員向けに DM の発送、改編などの節目には、個別に資料送付することを今期より実施したい。

委員 メール送信でも構わない。

事業者 NET 加入者には、番組情報を月 1 回メール発信している。

他のメディアと組んだクロスメディア事例として、埼玉新聞記者が出演する生放送による情報番組を立ち上げた。西東京でもコミュニティ FM と連携した番組にも取り組んでいる。

（“町の宝物”の取材、地震速報の活用拡大）

委員 防犯、防災、自転車事故防止の啓蒙に関しては、これからも J:COM で徹底的に応援して欲しいし、番組でも再三、取り上げてもらっているが、なかなか浸透していない。

以前、『町の記憶』という地域の紹介番組を制作してもらったが、“町の宝物”を知っている人が健在のうちに、歴史を掘りだして番組化して欲しい。

市の防災無線は、音が割れて自宅では聞こえない。防災無線を J:COM の地震速報サービスに連動したらいい。

事業者 社内機構の変更に伴い、放送番組審議会も再編させていただく。改めて、ご報告したい。会場、委員構成の変更も時期が来たところで、お知らせしたい。

閉会

事業者 貴重なご意見をいただき有難い。先日、住友商事と KDDI による TOB が成立した。JCN との統合も予定されている。会社の規模は大きくなるが、いかに地域に目を向けなくてはならないかを痛感しており、今後、更に地域密着として認知いただけるよう頑張りたい。以上で、放送番組審議会を閉会する。

以上