

# 株式会社ジェイコム東京

## 2013 年度 放送番組審議会 議事録

2013 年度の放送番組審議会は、2014 年 2 月 17 日(月)に J:COM 東京 東エリア局で開催された。

### <放送番組審議会委員> (五十音順)

ご出席

赤 岩	直 様	朝 倉	洋 一 様
柴 田	綾 子 様	田 中	康 一 様
都 筑	公 嗣 様	宮 澤	誠 一 様

ご欠席

栗 原 アヤ子 様

事業者側から現況報告、J:COM チャンネルの報告があった。

### 【審議 質疑応答・意見交換】

#### (視聴動向調査について、番組事前告知の重要性)

委員 昨年より視聴率調査を要求してきたが、今回の調査結果はいい資料であり、分析するにあたり、一定の成果が見られる。引き続き、改善点を検討しながら、継続実施をして欲しい。

番組の事前告知は、重要であり、効果があるものと思うので、力を入れて欲しい。

ひとつの例として、昨年、拉致被害者家族の横田夫妻の講演会を行ったところ、想定以上の方が集まったが、調べてみると、事前配布のチラシより、前日のテレビ告知による影響が大きかったようだ。

行政が苦手としている企画力をアシストしていただき、お知らせ情報だけでなく、市民に伝えなくていけない正しい情報を番組にしたい。

#### (視聴調査の評価、行政情報の取得ツールの推移)

**委員** 先日の大雪の際、データ放送実施には感謝したい。

昨年視聴調査は、有益な情報であり、定例会議でも対応が出来るものと考えている。

一方、杉並区の財政事情は、厳しい状況にあり、一定程度の事業の選択と集中の時期に入っている。区民の民報調査を毎年実施しているが、広報誌から行政情報を取る方が 80 ポイントから 60 ポイントに、消費税が 8%になったところでは、新聞部数が減り 50 ポイント台に落ちるものと思われる。かつて数パーセントであったホームページからは、35 ポイントに増えている。J:COM の「すぎなみニュース」は、現在、僅か 3.1 ポイント。

財政事情から、お届けする情報と費用のかけ方は厳しい選択を迫られている。27 年度の予算編成は、この半年間が勝負であり、徹底的に見直し、調査を利用しながら番組の質の向上を図り、PR にも力を入れていきたい。

### （「ねりまほっとライン」の視聴促進）

**委員** 視聴に関する定量調査は非常に参考になった。外部から費用対効果の説明を求められる際は、何かしら指標が必要となるので、引き続きお願いしたい。

区民意識調査の結果、「ねりまほっとライン」の認知度、視聴度は年々下がる傾向がある。J:COM からの知恵も借りて、より区民に視て頂ける番組にしたいと思う。そのためにも、事前情報が欲しいという意見も多く寄せられており、タイムラグがある中でどう最新情報を提供していくか意見をいただきたい。

### （行政が扱いにくい情報の放送化）

**委員**： 日頃から市政の広報をいただき感謝申し上げます。

番組で取上げていただいた市のイベントは、「ジモトピ」が主体であるが、和光市商工会との共催事業「日本注目鍋合戦」では、1 月の本番だけでなく、プレイベントまで取上げていただき、感謝している。当イベントも 10 回目となり、認知度も上がってきており、練馬区の西武線沿線の方からの問合せが増えている。根本的にアクセス手段から知らない方が多い。おそらく番組を視ての問合せだと感じている。

「いまどこ!?イレブン」も、興味深い番組である。「街角一番」の中継は、地元事業者や商店街など行政では取上げにくい情報であり、有難い。

市民へ番組事前告知のため、市のツイッターでつぶやくことは可能か。

今年度より防災行政無線の連動サービスを開始したが、窪地などには有効なツールになると期待している。

**事業者**： 生放送の中継場所等の事前告知は、たいへん有難い。是非、お願いしたい。

### （行政情報発信の工夫を）

**委員**： 行政番組は、ここ数年、内容的にも更新頻度も飛躍的に発展、充実してきたと感じる。一方で、地元自治体の政策を積極的に目に触れることはあまりなかった。

「ねりまほっとライン」は、多くのサラリーマンには視られる時間帯ではない。提案として、11ch を視聴している中で、文字情報としてテロップを流したり、双方向で好きなときに情報を取りに行くなどの工夫が出来るといい。

先の視聴調査結果でもザッピングをしながら、視聴するというケースが多く、事前の番組告知があれば、その時間帯は、集中して視られるようになるのでは。

J:COM と行政との連携の中において、J:COM チャンネルは、区民にとって行政の方向性を知るツールだと考えている。

防災訓練もなかなか参加する機会はないが、テレビを視聴ることによって、来年は参加してみようという動機付けにもなると思われる。今日、説明の内容を更に充実していただき、50 歳代のミドル年代にも触れる機会を何かしら作っていただくと有難い。

#### **(定点カメラの設置、地元イベント放送化の促進、JCN 統合後の編成)**

**委員：** 全国放送の 10ch とローカル密着の 11ch との違いが、はっきり別れて良かった。

今後は、行政の PR、事前告知の仕方や演出的な効果などの質が問われる。

定点カメラを設置したらどうか。先日の雪害では、NHK のニュースですら、練馬駅で定点カメラを設置している。何故、J:COM で定点カメラ映像を出せないのか。

大学連携のイベントや学校含め地元主催の音楽祭、展覧会などのイベントは、11ch ではもっと放送すべきかと思う。

11ch は、JCN との合併でどうなるか。

**事業者：** ローカル 11ch は、エリアを分けて編成を行う。

番組交換については、4 月以降、より積極的に行う予定である。

JCN を統合しても、J:COM チャンネル東京の編成単位が広域になることはない。

現行のままである。これに新たに JCN のエリア編成が加わることになる。

#### **(ショップチャンネル枠に定点カメラ、告知情報を)**

**委員：** ショップチャンネルは複数のチャンネル(サブチャンネル)で放送しているが、こちらを使って定点カメラ映像、文字情報やイベント、番組告知を流してもいいのではないか。

**事業者：** 定点カメラは、東京西エリアでは現在、田無タワーの 1 箇所にも設置している。

他の自治体にも 3、4 箇所に設置しないと、有事の際の放送化は、難しい。こうしたコンテンツは重要との認識である。環状 8 号などの主要幹線道路や河川などが設置候補となる。

大雪の当日、「いまどこ!? イレブン」を大雪積雪情報に模様代えて放送した。11 時からの番組であったので、その後、午後からのピークを迎える降雪情報を伝えられなかったのは反省点。定点カメラの設置では、行政との連携もご相談させていただきたい。

#### **(視聴者による動画情報提供の活用)**

**委員：** J:COM 視聴者が行動員(通信員)の役割を担っていただき、道路状況など、スマホ

で撮影した動画を、番組で放送することも出来ると思われる。ローコストで正確な情報をリアルに上げてもらうことも可能であり、市民の共助意識が高まる中で出来るのではないか。行政ではなかなか担えないが、J:COM で取り組んでいただきたい。

情報提供者は区が認定し、提供者、自治体、J:COM の 3 者にて協定を結ぶイメージ。

#### **(タクシーのドライブレコーダー活用)**

委員：他にも、タクシーに搭載しているドライブレコーダーの連携も考えられる。

定点カメラも外ではなく、屋内に置くことでコストも抑えられる。

事業者：日頃からこうした接点を持ちながら、リスト化し、行政、民間含め連携を強化したい。防災訓練では、公的な機関だけでなく、消防団はじめ住民組織が参加している。こうした組織とネットワークを構築するのは重要である。

#### **(JCN 統合後の放送戦略)**

委員：杉並と隣接する中野はじめ、中央線沿線の流動性を踏まえ、お客さんを融通しあいたい。JCN 統合によるテレビが果たす役割、“中域”での戦略を伺いたい。

事業者：JCN 統合により、「杉並と中野」の行き来、「吉祥寺」を基点とした流れ、また「立川」と連携しやすくなるので、深掘りをしながら、両極端にならないように努めたい。行政単位より少し広い文化圏のイメージを意識したい。

#### **(NHK 首都圏版にあたる J:COM 版の構築を)**

委員：「NHK 首都圏」にあたる J:COM 版があればいい。

杉並区民以外にもイベント情報なども告知することで、杉並のブランディングにもつながるので、首都圏版のミニサイズの編成があればいい。

#### **(マルチ放送)**

委員：今後は、マルチ放送が可能である。視聴者が視たいエリアを選択できることになる。

以上