

株式会社ジェイコム東京

2014 年度放送番組審議会 議事録

2014 年度の放送番組審議会は、2015 年 2 月 3 日(火)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

大野	久芳	様	佐藤	直人	様
都筑	公嗣	様	中田	淳	様
永田	浩三	様	堀田	純一	様
三谷	啓子	様	宮澤	誠一	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】

(J:COM チャンネルの情報発信に期待)

委員 1 月に和光市で行われた「日本全国鍋グランプリ」では、二日間で市の人口を上回る 13.5 万人の来場があった。J:COM チャンネルでも告知の協力をいただき、感謝申し上げます。

防災情報については、近年、大雪、ゲリラ豪雨が頻繁に起きているので、地域密着の防災無線放送の実施は行政としても心強い。

今年、和光市は、市制 45 周年を迎えるが、50 年を見据え、市の基本構想の柱として積極的な広報活動と情報共有化の推進を掲げている。市の住民アンケートによると、市民が市政情報を入手するにあたり、最も重要なツールは、広報誌などの紙媒体との結果が出ている。ただ行政からの発信だけでは、どうしても堅苦しくなるので、J:COM には、民間の発想で興味深い番組を制作してもらい、情報発信を補完していただきたい。

J:COM チャンネルなどの外部媒体の有効性を更に基本構想に書き込んでいく 1 年にもなるので、ますます連携体制を構築していきたい。

(『くらやみ祭り』の MC は祭りの精通した者の起用を)

委員 府中市は、市制 60 周年ということで、様々なイベントを実施した。

『くらやみ祭り』『よさこいパレード』の特番中継では、市民に密着して、ずっと放送していただいているので、信頼関係、期待があり、今後も継続してほしい。

『くらやみ祭り』は、全国放送でシティプロモーション的にも有難い。

番組のMC、コメンテーターには、祭りを熟知している方を起用していただきたい。

視聴率データについては、J:COM で独自調査を実施していただき、視聴者ニーズを反映した番組編成をお願いしたい。J:COM では、ビデオリサーチを活用できないのか。

事業者 J:COM チャンネルでは、関東各エリアで編成内容が違うことから、ビデオリサーチ社では細分化した調査が難しい。

当社では、視聴者にお集まりいただき、映像を視聴いただきながらご要望、ご意見を伺う対面調査を実施している。変化率に着目し、番組編成を大きく変えた時の実施が望ましいと考えている。出来る限り、調査のご要望にお応えしていきたい。

(番組を通じて政治への関心向上、行政番組への視聴者意見の共有化)

委員 昨年の杉並区長選の投票率が 30%程度と、他の自治体同様、政治への関心の低下に歯止めがかからない。

新聞の購読率の低下もあり、折込みをしている広報誌は、なかなか区民に到達しない状況である。300 ヶ所のコンビニ、ATM やスタンドにも広報誌を置いているが、なかなか手にとってもらえない。まずは、地域に関心を持ってもらうことが重要であるが、J:COM の 2015 年度の取組みの中で、「地域社会との関係強化」は素晴らしい、有難い視点である。

町づくりの主体は、自分たち市民であるという切り口を持った番組があれば、それを視て、広報誌にも触れていただく機会も増えるのではないかと。

市民の意識変容から行動変容に繋げるように、テレビの力で地域のことを考えるきっかけ作りになればいい。

行政番組に関するご意見、クレームなども共有させていただきたい。

(地域密着番組作りの継続、行政番組への意見の共有化)

委員 JCN 統合によるスケールメリットがあると思うが、一方で、きめ細かい地域密着情報発信の継続をお願いしたい。11ch は、区民、視聴者の“地元愛”を訴求しているので、地域密着の番組作りを引き続きお願いしたい。

また、広報番組への視聴者の意見は、行政側にも共有させて欲しい。

事業者 ご期待に応えるためには、やるべき課題はまだ多い。

視聴者の番組の感想、意見を行政側に伝えることは、個人情報をお伝えすることは可能である。

(視聴動向の細分化、簡単リモコンの提供)

委員 テレビをどういった方が視ているかというと、在宅率が高い年寄りの比率が圧倒的

に多い。

サラリーマンは、土日含め忙しくて、普段テレビを視ていない。教えている大学生のほとんどは、テレビを視ていないし、新聞も読まない。ネットで情報を得ている。

民放はどこも一緒の編成や出演者であり、視るものがない。

若い人でテレビを視ているのは、特定の海外ドラマとか、自分が視る番組が決まっている。ゴルフが好きな人はゴルフ番組、サッカーなら海外サッカー番組など、細分化が進んでいると感じる。それだけ、チャンネルの選択の幅が広がっていると感じる。

J:COM チャンネルでも、地元の知らないニュースに興味、関心がある人も増えているのではないか。JCN を統合した今後に期待している。

また、J:COM のリモコンは技術的には良くできているが、年寄りには使えない。BS チャンネルにすら合わせることが出来ない。単純で分かりやすい、リモコンがあればいい。進化するリモコンとは別に、ベーシックなリモコンがあってもいい。

事業者 リモコンを単純化することは以前より問われているが、仕様が変わったら、そのリモコンが使用できない。その結果、永続的に使えるリモコンが開発できていない。

2年前に始めた「おまかせサポート」では、専用電話番号にご連絡いただければ使い方をご案内し、それでも分からない場合は、ご自宅に伺ってお教えするサービスである。

高齢の方にもご理解いただけるよう、会社のマンパワーを使って、進めていく方針である。

(J:COM チャンネルを視てもらうために求めるもの)

委員 去年に比べ、独自番組を増やし、魅力的な企画を進められていることには、好感を持った。

江古田映画祭は、4 年目に入るが、J:COM が“江古田をアートな街にしよう”というイベント情報の発信を応援いただけることに感謝している。

イスラム国に犠牲になった後藤さんは、現地から視線を低くして、丁寧に子供や生活者に伝わるような言葉で腐心されていたが、これは大事なことである。

番組を毎回、視てもらうための分かれ目は、「ネタ」のチョイスと伝え手(MC)が使う言葉の魅力であろうと思う。今のテレビ状況は良いものも多いが、疑問視するような番組も溢れている。

そういった中で、J:COM の企画が話題になる、良いなと思われるには、少し“尖ったもの”が必要である。「可もなく、不可もなく」というスタンスのものは、よくないであろう。

少し差し障りのあるものに切り込む、少々物議を醸すもの、若い人が弾けてみる、小さな番組でも冒険をしてみるといったことが大事である。

(『高円寺阿波おどり』特番に関して)

委員 今年の『高円寺阿波おどり』特番は、臨場感があふれ、また映像も綺麗であった。

一般視聴者からの番組へのメッセージ情報は、入ってくるのか。

事業者 メッセージは、番組宛や局にも届いており、出来る限りご紹介している。

(今後の CATV コミュニティチャンネルの在り方)

委員 今後のチャンネルの在り方、生き残りをどう考えているか。

事業者 地域を活性化する、魅力的にするために、地域メディアの視点で、行政、メディア、住民三者にて、地域の出来事や話題を掘り起こしていくデイリー・ニュースを伝えていきたいと考えている。旧 JCN エリアでは、各局のエリアに制作スタッフを 5、6 名配置し、各地のデイリー・ニュースを自分たちで取材、撮影している。同様の動きを J:COM でも展開したいと考えている。

(番組発信の目線)

委員 行政から与えられた情報を発信するだけでなく、J:COM が自ら身になって情報を出すスタンスも重要である。ディレクターが自ら取材して、問題解決していく目線で制作してもいい。

例えば、特養ホームで何百人待ちの状態と聞くと、実際に調べてみるとそうでもないケースもある。情報を受けて流すだけでなく、情報の具体的な裏取りを番組でやると良いと思う。

事業者 他社と差別化できる存在のコミュニティチャンネルは、地元住民、行政、地元経済と一緒に町の活性化を目指すべきと考えている。

地元と一緒に活性化するために、コミュニティチャンネルの存在はあると考えている。

投票率の低下を受けて、例えば、統一地方選挙を前に番組で「投票に行こう」を呼び掛けるキャンペーンを自発的に行っていくことも検討したい。

(J:COM チャンネル番組ガイドの掲載内容)

委員 J:COM チャンネル番組ガイドでは、広報番組情報(タイムテーブルの箇所)の掲載の仕方を工夫して欲しい。これだけのスペースがあれば、もう少し情報が入れるのでは。他の番組と同様、広報番組でも1ページの特集にするなど、ご協力いただければ有難い。

皆さんの生活のためになる情報番組と一緒に作っていきたい。

(広報番組制作は早めの準備を)

委員 早めに広報番組は、制作してあげて欲しい。何かあってからではなく、前もっての対応をお願いしたい。

以上