

平成 21 度 第 1 回チャンネル 700 番組審議委員会 議事録

ジャパンケーブルキャスト株式会社
コンシューマ事業部

1. 開催日時 平成 22 年 3 月 25 日(木) 11:00～13:00

2. 開催場所 本社(東京都千代田区九段南 1-6-17 千代田会館 8F)会議室

3. 委員 委員総数 9 名
出席委員数 8 名(欠席委員数 1 名)

● 出席委員(敬称略順不動)

株式会社デジタルプラネット衛星放送	常務取締役	鈴木 理志
株式会社ブラットイーズ	代表取締役	隅田 徹
ソネットエンタテインメント株式会社		
エンタテインメント事業部映像課	課長	関島 雅樹
株式会社 I M A G I C A プログラミング	常務取締役	中野 弘
P & F 研究所	代表	藤井 尚夫
株式会社野村総合研究所		
情報・通信コンサルティング部	上級コンサルタント	中山 裕香子
株式会社ビットワークス・ジャパン	取締役	藤原 博行
学校法人早稲田大学		
理工学術院基幹理工学部表現工学科	非常勤講師	森 一美

● ジャパン ケーブルキャスト事務局

コンシューマ事業部	部長	中川 実
コンシューマ事業部		笠原 俊
コンシューマ事業部		和中 毅

4. 内容 (1) 挨拶
(2) 審議委員紹介
(3) チャンネル 700 概要説明
(4) 番組審議(以下参照)

5. 番組審議

- 事務局 チャンネル 700 の以下の特徴も踏まえて議論したいと考えています。
- (1) 無料、かつ、総合編成
 - (2) 地域・ケーブルテレビ局の応援、家族団樂の復活
 - (3) コミュニティチャンネル (地上波ネットワーク) への転用可能

【music japan リクエスト】

- 委員 これはテレビ版のリクエスト音楽番組。曲がかかるとリクエストした人に連絡が行く仕組みもあり、また、放送中のケーブルテレビ名もすべてテロップで流している。
- 権利のハードルが下がり、このような取り組みができるようになった。CD の売上は減っているが、見たいものがあればお金を払わないわけではない。情報を出してやる事が大事。その意味で、本番組を含め、有料市場を広げる場所としてチャンネル 700 は有益だと思う。
- 生放送という事で、視聴者からの反応も良い。
- 委員 番組への反応が良いというのは一番良い。
- 委員 今の若者の見たいものを自分から探しにいく積極性は凄い。
- 委員 教えている学生達は皆テレビは見ないけれど、自分が好きなものはそれぞれあるようだ。
- 委員 YOUTUBE の違法性が問題になったけれど、チャンネル 700 のように無料で合法的に視聴できる機会を作ることも大切。
- 委員 各個人でメインとしているメディアはあるかもしれないが、このメディアしか見ない！という人は少ない。だからこそ、チャンネル 700 への番組提供のように、1 つのサービサーが様々なメディアに向けて同時展開することが必要となってくるだろう。
- 委員 番組供給事業者としては、これをプロモーションとして利用しケーブルテレビに番販する事も考えていたが、実際に利用したいとの話も出てきており、その面でも有効だといえる。
- 事務局 本番組以外でも、コミュニティチャンネルへの利用を促進して行く予定であり、実際に 4 月から一部の局で番組転用が開始された。
- 委員 コミュニティチャンネル向けの総合チャンネルはあっていいと思うので、複数のコミュニティチャンネルを持っている局は、2 つ、3 つ目のコミュニティチャンネルにそのまま転用してしまうのが 1 番理想的とも思う。
- 事務局 局様の要望をすべてかなえ、局様が力を入れている時間帯以外はすべて 700 で埋めてもらえるぐらいのチャンネルになりたいと思っている。

【仙台発！地域密着・音楽情報番組 BONBON-TV】

- 事務局 これはケーブルテレビが制作する、地元のバンドを全国区にしようと応援している番組であり、700 に流すことで目的に一步近づく。
- また、番組内にお店紹介や CM 的な部分があるが、700 に流れることで媒体価値が上がりクライアント獲得に有効だという。
- このように、地域に利益を還元したり、活性化する方法も探っている。
- 委員 チャンネル 700 には、この仙台の BONBON-TV と同じようなスキームの番組が増えて欲しい。
- 委員 今は地域密着の方がカッコいいのではないかな？
- 委員 このビジネスモデルだとグルメ情報も向いていると思う。
- 事務局 地域の応援という意味では、天気予報を地元ケーブルテレビから中継する番組などのオリジナルものを制作する事も考えている。ケーブルテレビの競争意識も手伝って面白いものが作れるのではないかなと思う。

【女子アナスーパーカー倶楽部/ I love fashion tv!】

- 事務局 水着姿とか下着姿の女性が登場している番組なので、ご意見を頂きたい。
- 委員 地上波の民放の方が、きわどい番組を放送していることがある。
- 委員 見た感じ PG12 にもならないのではないかな。問題ないと思う。
- 委員 特に配慮すべきは少女系の扱い（いわゆるロリコン）と暴力の描写についてではないかな？本番組は関係ないが、今後はその観点でも気をつけてもらいたい。
- 委員 民放などは、番組内の下着描写等についてうるさい場合がある。本番組はそれほど過敏になる必要はないが、時間帯を限定するなどしてはどうか？
- 事務局 本番組自体については特に問題ないと思っているが、少しでもセクシーの可能性のあるものは夜帯（午後 20 時以降）に投入するようにしている。また、藤原委員の指摘する少女系及び暴力の扱いについては細心の注意を払うこととする。

【インフォーマーシャル】

- 事務局 インフォーマーシャルについて、番組内容もだが、放送時間についても意見をお願いしたい。運営費を獲得する必要も有り、現在は 3 分の 1 以下を目安に運用している。
- 委員 地上波民放のインフォーマーシャル量について、一般視聴者へ調査をしてみたところ、「この不景気では仕方が無い」など、予想に反して意外と理解があることがわかった。

しかし、それに安心せず、視聴者にそっぽを向かれてしまう前に自主規制していくことが必要ではないか。チャンネル 700 も同様に自主規制を大切にしてもらいたい。

委員 同じ商材の放送回数の制限はしているのか。時間数が多くても、例えば家電専門の大手テレビ通販などは毎回違うので新鮮な感じがする。

事務局 制限は特にしていない。通販は、回数が多いほど売れるという事も有り、リピートは多くなるが、ご容赦頂きたい。

委員 前述のテレビ通販は自主制作しているから商材を変えることが可能と思われる。弊社で運営しているチャンネルもインフォーマーシャルを入れているが、クライアントから納入される素材が限られているため、同一商材のリピー放送となってしまう。しかし、これをやめると大きな収益減となり、なかなか辞められない。

委員 新しい BS の基準では、インフォーマーシャルを含む広義の広告時間を 3 割までにしたかと思う。チャンネル 700 がその基準を採用する義務はないが、同じ方向性でいってもらいたい。

事務局 今は厳しいが、中期的には短尺広告比率をあげ、上記基準に近づくように努力したいと思う。

【その他プレスト】

事務局 最近話題の 3D をどのように見ているか？

委員 アバターを見たが、2D でも十分楽しめた。そういう意味では飛び道具にすぎない部分もあるように思う。字幕が飛び出すのは見ていてつらい。また、当面はハードの普及の問題で 3D と 2D を並行して放送しなければいけないだろうが、そうなった場合に帯域が足りるか疑問。

委員 会社としては 3D に注力しており、新年度は、カメラ等機材も追加投資して、充実させる。迫力などから考えると、スポーツものから普及するのではないか。

委員 3D をインターネットで視聴することは当分は難しいので、放送のアドバンテージで活路を見出すのであれば 3D しかない。CATV 局も中長期的には検討材料にのせることは必要かもしれない。

委員 結局は何を 3D にするのが重要になってくる。

委員 3D のインパクトは大きいですが、個人的には 3D を見て気持ち悪くなってしまった。家族で皆がメガネをかけて見ている状況はすぐには想像出来ず、家庭に入るのはずっと先のことだと思う。

以上