

株式会社ジェイコムイースト 板橋局

2013 年度(平成 25 年)第 14 回 放送番組審議会 議事録

2013 年度 株式会社ジェイコムイースト板橋局 放送番組審議会は、2013 年 5 月 25 日(土)、板橋局で開催された。

<放送番組審議会委員>

ご出席 (五十音順)

青 山 輝 雄 様	川 邊 紀 雄 様	坂 野 文 雄 様
鈴 木 静 雄 様	榎 木 恭 子 様	原 田 曠 暉 様

ご欠席

北 島 千 洋 子 様

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】

審議に先がけて、鈴木委員より J:COM チャンネル 特別番組『海と空と大地の歌～女川町へ贈る鎮魂曲～』制作に至る経緯などの説明があった。

(商店街が寂れていく)

委員 大山商店街が昔と比べ寂れてしまっているが、仲宿商店街のように継続的にお客集めイベントなど出来ないか。専門委員会を組織して、「線」でなく「面」で展開する商店街の復興策を期待したい。

(商店街の振興対策)

委員 商店街の問題は板橋だけでなく、日本全体の問題。昔と経済環境が違う。

対策として、高齢者にも好評であったプレミアム共通商品券の再開を議会に対し、働きかけをしている。大変な人気商品であるが、プレミアムの部分(1 割)を商店街では負担しきれないので、区に援助してもらっている。一般小売店が大手スーパーの発行する電子マネーに対抗しようとする、プレミアム共通商品券の活用しかない。

区内だけで消費が促されるので、区としても優先課題のはずである。

(テレビ取材だけでなく商店街の活性化企画へ参画を)

委員 J:COM は、商店街へのテレビ取材だけでなく、区民と商店主と一緒に商店街活性化の企画立案に参加して欲しい。

事業者 板橋区においては、J:COM ショップを 7 箇所で開催しており、内 6 箇所が商店街に位置している。商店街の活性化の議論への参加は、出来ているところとそうでないところがある。当事者意識を持って議論させていただく。

板橋区でも様々な企画を行っているので、行政の広報番組や地域番組でもプロモーションのお手伝いをしたい。

（商店街の後継者問題）

委員 商店街はチェーン店ばかりで、町会連合会も高齢化が進んでいる。いずれ無くなってしまうのではと危機感がある。

地元で働く人がいない。サラリーマンは、地域の行事には決して手伝わない。これを変えないと、何をやっても地域は活性化しない。

（高齢化による購入行動の変化）

委員 高齢者が増えた結果、大型ショッピングセンターでも 2 階以上には、なかなかお客が上がらない。地元では、町が寂れるから、大型店には撤退して欲しくない。

ローカルではもっと深刻な状況で、固定資産税も払えないところもある。

（J:COM 主導のプロジェクトチーム化に期待）

委員 商店街の活性化には、J:COM がイニシアチブを持ち、プロジェクトチームを作ってやって欲しい。そこに区内各商店街の若手も交えて、やったらいい。

（区のイメージアップ戦略）

委員 区も危機感は共感している。他の区では、相当、広報に力を入れており、シティプロモーションを強化している。区を対外的にイメージアップさせようという計画もあるが、まだ動きが不足している。地元や J:COM と協力しながらやっていきたい。担当部署の制作企画課にも話を上げていきたい。

（月例企画委員会の開催を）

委員 J:COM はじめ、“民活”によって、月 1 回でも企画委員会を開催したらいい。

（商店街活性化には行政の力を）

委員 チェーン店が進出していない商店街は、空き店舗ばかりでもっと悪い状況。組織力

のあるチェーン店の力は評価しなくてはならない。商店街活性化の指導には、行政の力を借りるべきである。その点、中野区は進んでいる。中野サンプラザは、中野区が買い取り、副区長が社長として経営に参画しているし、大手企業や大学も進出している。板橋区も遊休地の有効活用を行政主導で考えなくてはならない。

(J:COM 社員の商店街プロジェクト参画を)

委員 地域の商店街活性化のプロジェクトに参画することは、J:COM 社員にとっても遣り甲斐があるのでは。

(商店街イベントへの積極参加に好感)

委員 J:COM ショップは、大手携帯ショップと違って、地元のプロモーション・イベントなど一緒に参加しており、街に溶け込んでいるスタンスが伺える。社員が地域に飛び込んできると、地域の見方は違ってくる。

事業者 イベントまでの参画は出来ているが、その先の知恵を絞るところはまだ足りない。そこまで踏み込んでいきたい。

ご期待いただいております、会社として様々な仕掛けるべきかと感じている。

(タブレット端末サービスの投入)

事業者 J:COM でもタブレット・サービスを企画している。安価な料金で加入者にお使いいただく予定である。このタブレットを使って商店街のお買得情報を電子チラシとして、掲載することも可能である。志村坂上商店街の元気がなくなった原因は何か。

(商店街が元気をなくした理由)

委員 商店でなく、不動産事業に力を入れた結果、高層のマンションばかり建ってしまい、暗い商店街になってしまった。建替えも容易に出来ない。商店街の形成は、2 階から上にお客を呼べるかが勝負である。

人口は減っていないが、外からの移住による高齢化が進行している。例えば、マンションで隣の部屋が空くと、若い家族は、区の福祉が充実している理由で、地方から両親を呼び寄せるケースが見られる。ただ、地元への消費自体は増えない。

(番組の認知方法は)

委員 どうやって J:COM チャンネルの番組を知ったらいいのか？

事業者 毎月配布しているガイド誌内の番組表、取材時での放送予定チラシ配布、電子番組表 (EPG) が主な告知手段である。

番組の質は、課題を抱えながらも比較的良くなってきたが、今後は番組プロモーションをど

うするかが課題である。

視聴者が良く見る番組ジャンルのデータが取れるので、そのデータに基づきお奨めできる番組をお知らせするサービスも検討している。

（区民参加型の討論番組企画）

委員 突き詰めて取材したうえで、社会正義のためキャンペーンを張るような番組作りを検討してもらいたい。J:COM が仕掛け、行政関係者や区民参加型の討論番組を制作したらいい。

事業者 ご指摘のような番組を制作したことはないが、生放送番組を始めたので、その枠を使えるか検討したい。

区議会連絡会の取材の申し入れをし、事務局と交渉中である。

（区の諸問題を取り上げる番組制作を）

委員 当たらず触らずではなく、正しいことであれば、切り込んでいく J:COM に期待したい。抵抗があっても、福祉、生活保護、不正受給問題など追求して欲しい。J:COM の存在が出てきて心強い。

閉 会

以上