

第2回 番組審議会議事録

平成 15 年 6 月 10 日
株式会社シーエス・ワンテン

- 開催年月日 平成 15 年 6 月 10 日(火) 11:00~12:10
- 開催場所 シーエス・ワンテン会議室

○番組審議委員長
野崎 茂

○番組審議委員
石田 則明
黒鉄ヒロシ
下村 満子
高木 美也子
ばばこういち
藤田 興彦
元村 直樹

欠席委員 戸張 捷

○シーエス・ワンテン
別府 孝祐(社長)
入江 武彦(副社長)
西脇 博行(編成局長)
高島 英雄(技術局長)

○審議内容

1. 「2002 年度事業概況について」・・・シーエス・ワンテンより説明
2. 「ファボリ TV 編成について」・・・シーエス・ワンテンより説明
3. 審議(テーマ:全体=110度CSデジタル放送、チャンネル=ファボリTV)

○各委員発言要旨

なぜターゲットを絞ったチャンネルとしないのか。総合編成するのは供給側の論理である。専門チャンネル化して視聴者が見たい時に見れる番組編成とすべきではないか。視聴者が見たいときに見れる編成でなければ、多数の視聴者を獲得できない。映画のロードショーでは、鑑賞者は見たいものは何回でも金を出して見る。これから学ぶべき。また、NGOや自治体を入れてとか、見せるテレビから参加するテレビとかが、新しいメディアとしてこれから必要ではないか。また、年1回のしかも僅か1時間の審議で本当に審議が出来るか?その他、110度放送の問題としてリモコンが使いづらい点がある。

視聴者が見たい番組を探す手段としてHP(ホームページ)は有効だが、ファボリTVのHPでは番組表が1週間単位表示で字が小さく見にくい。大きい字で1日単位で見れるような

工夫必要。専門チャンネル化に関しては特定の客に絞って大丈夫？との懸念もあるが、110度放送の認知度が低い対策としてBS等でPRは実施したのでしょうか。まず、視聴可能なポテンシャル視聴者の絶対数を企業として損益分岐点まで増やす必要がある。

ファボリTVで自分の見たいものがない。ネットから情報を得ている若者も多いので、HPも内容を日々更新して再度アクセスしたくなる構成に工夫する必要がある。特に、ネットサーフィンしている人達が引っかかるような工夫も必要。

子供時代を振り返ると個性の強烈だった同級生が記憶に残っている。視聴者獲得にはゲリラ戦あるのみ。皆の関心を引きつける様なアイデアが必要。例えば、日本のアニメが全部見れるアニメチャンネルとか……。放送内容がばらつく印象が弱い。

シーエス・ワンテンとしてBSも110度も苦戦している中で1年間いろいろ工夫されているのはわかるが、新しい衛星放送全体の底上げが必要である。地上波デジタル／BS／CSの3つ協調での底上げは先のことなので、まず、業界全体での努力が必要。

総合編成の点では同感。これだけのアニメがあるのだからもっとリピートをすればいいのでは。ワンテンポータルでチャンネル紹介しかしていないが番組紹介や特別編成紹介、今週のお奨め紹介等もすべき。

主婦をターゲットとした時間帯を用意しているが、主婦をステレオタイプ化して捉えて、見るのはグルメ・ドラマと決めつけていないか。ステレオタイプの100%在宅している専業主婦はマイノリティ。多数の主婦は仕事を持ちインタレストも多様化している。この点を考慮すべきではないか。また、放送されるCMの大半は若者向きだが、中高年の女性が高級レストランで食事を取っている事実がある。お金に余裕があって一番在宅しているのはシニア層。このポテンシャルとしてのシニア層を切り捨ててはいないか。地上波でM1（20～34歳・男性）だ、F1（20～34歳・女性）だ、と言っているのは広告代理店の発想。

BSが苦戦している中で110度だけ伸びるのは難しいかもしれない。加入者の絶対数の増加が望ましいが、ロイヤルビューアー確保の為の工夫が必要である。

これまでの議論を纏めると、番組検索が上手く出来るHPの充実、専門チャンネル化を考慮した総合編成の見直し、地上波やBSが面白くない時に期待感を抱かせるファボリTVとして年間／シリーズのキャンペーンやイベント、等が必要ということでしょうか。