

平成27年3月25日

番組審議会議事録

1. 日時 平成27年3月25日（水） 午前11時00分
2. 場所 東京都港区虎ノ門四丁目三番1号 城山トラストタワー6F
バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社 A会議室
3. 共催 バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社
株式会社シーエス・ワンテン
4. 出席者 審議委員総数 9名
出席新議員数 9名

（出席委員名）

- 委員長 片岡 朋行（ヴァスコ・ダ・ガマ法律会計事務所 弁護士）
委員 金井 文幸（一般社団法人 日本音楽制作者連盟 事務局長）
委員 小山 康明（株式会社 JVC ケンウッド・ビデオテック 取締役）
委員 清水 直樹（株式会社クリエイティブマンプロダクション 代表取締役）
委員 竹村 謙二郎（オリコン・エンタテインメント株式会社 オリジナル・コンフィデ
ンス編集部 主任）
委員 芳賀 康浩（青山学院大学 経営学部 マーケティング科 教授）
委員 松居 秀之（株式会社ピクス 常務取締役）
委員 松尾 健司（株式会社 J-WAVE 編成局次長 兼 編成部長）
委員 丸山 信人（株式会社インプレスホールディングス 執行役員 CP0）

（シーエス・ワンテン）

- 今堀 元則（代表取締役社長）
渡辺 慎一（業務推進本部 業務推進本部長）

（以上敬称略）

（事業者側（バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社））

- 井股 進（代表取締役社長）
草間 茂雄（クリエイティブ&コンテンツ部 部長）
岡田 純明（クリエイティブ&コンテンツ部 シニアマネージャー）
持田 大輔（放送メディア事業本部 本部長）
石田 千佳子（放送メディア事業本部 部長）

(事務局 (バイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社))

長谷川 晃二 (クリエイティブ&コンテンツ部 シニアマネージャー)

岡林 ひろみ (放送メディア事業本部 アシスタントマネージャー)

議 題

(1) 番組審議委員会の背景説明

(2) 課題番組について

『衝撃！世界のおバカ映像 Ridiculousness シーズン 4 』

議事内容

(1) 番組審議委員会の背景説明

2015 年 1 月に新社長が就任。日本における『MTV』の編成内容は昨年より洋楽 8 割/邦楽 2 割にシフトし、ケーブル局などから好評を得ている。今後もこの編成方針を強力に推進していく意向。また、バイアコムの保有する多くのブランドの日本での展開を加速するため、2014 年 12 月には社名もバイアコム・ネットワークス・ジャパン株式会社に変更した。今後は『MTV』に加え、『パラマウント・チャンネル』、『ニコロデオン』、『VH1』、『BET』などのバイアコムが保有するアセットを活用し、放送ビジネスを展開していく。また他の放送事業者向けの番組販売事業やデジタルプラットフォームでの映像配信事業にも注力していく。

(2) 課題番組について

『衝撃！世界のおバカ映像 Ridiculousness シーズン 4 』は、世界から集めた笑える衝撃映像をお届けする、米国『MTV』の人気番組。リアリティ番組『MTV Rob and Big〜スケーター・ボーイと仲間たち〜』でお馴染みのプロスケーター、ロブ・デューディックが司会を務め、“笑えること”のみをテーマに、インターネットで話題となっているバイラルムービーを紹介する。2011 年に放送スタート後、週間の平均視聴者数が 130 万人にのぼるなど、オンライン動画に親しみの深い若年層を中心に爆発的な人気を呼んだ。日本の『MTV』においても、平均的に高視聴率を獲得している番組となっている。このような海外番組を放送することで『MTV』ブランドや海外のカルチャーに馴染みを持ってもらい、洋楽ファンを増やしていければという狙いがある。

(委員からの意見・質問と バイアコム・ネットワークス・ジャパンの回答)

* 番組尺が 20 分程度でテンポが良く、視聴しやすい。

* ウェブ上の投稿映像を使用しているようだが使用許諾はとれているのか？

(回答) 権利処理をする会社が制作に関っており、訴訟社会のアメリカでも常に上位をキープしている番組なので、基本的に権利回りは全てクリアになっているという認識。映像

中に出てくるゲーム画面などにもボカシを入れるなど対応がなされている印象。

* (金曜 21 時など) 若者たちが視聴しやすい、かなり良い時間帯に放送されていることに驚いた。それで視聴率が取れているということは成功しているということなのだろう。

* 子供達が好んで視聴している。洋楽の比率が増えたことも抵抗なく受け入れている印象。

* アメリカではこのようなコンセプトの番組は頻繁に放送されているが日本では受けないと思っていたので驚いている。こういう番組をあと数作増やしても、『MTV』のブランドイメージを損なうような問題はないだろう。

* 本当にこの番組が洋楽ファンの拡大につながるのか？ということには少し疑問がある。

* 『MTV』のファンは洋楽好きと、海外文化全般が好きな人々に分類される。ロイヤルカスタマー率が高く、全ての若者ではなく特定の層に受けていると思うが、その対象を把握できているか？

(回答)

視聴者やブランドファンの動向やプロフィールについて現在リサーチをしている。

* 冒頭の警告文が興味をそそる。シンプルでテンポもいい。ゲストで出演するアーティストのプロフィールなど注釈をつけるのはどうか。

* (過去に MTV で放送していたバラエティ番組) 『jackass』を髣髴とさせる『MTV』らしい番組。今のアメリカの若者の雰囲気伝わる番組

* MC のアオリが過激で下品な印象もあるが、スラングをあえて(消音などせず)残してアメリカのカルチャーを伝えることも面白いのではと思う。

* 日本の若者は面白い映像などを SNS ですぐにシェアする習慣がある。この番組もいわゆる”まとめ系”のエンタテインメントだと捉えられる

* “視聴者からの投稿は受け付けていません”とテロップがでるが、危険行為などの真似をして怪我をするなどの心配は残る。

* 過激なシーンなどは無料で観られる地上波では難しい。CS ならではの番組。

*日本でこのパッケージをローカライズして日本のタレントで番組を作ってみてはどうか

*海外番組を再編集せずにそのまま放送しているのは『MTV』の良さ。アメリカだけでなく、ヨーロッパやアジアの番組も放送してみてもどうか

*VODの普及など、プラットフォームも多様化していること、また、投稿番組のファンが増えているという状況であるため、番組と連動して、日本独自でスピンオフ企画として一般投稿募集のようなデジタルサービスを実施してみてもどうか。一般からの投稿を募集してみてもどうか。投稿された映像が掲載されることがファンにとってのステータスやモチベーションになり、ブランドへの満足度も上がるだろう。

審議機関の答申又は改善意見に対してとった措置その年月日

今回の審議会に出された意見については、審議会が開かれた平成27年3月25日以降、編成担当及び番組製作者へのフィードバックをはじめ、番組制作会議等で活用し、更なる番組の向上のために適切な措置を講じるよう努めていく。

7. 審議機関の答申又は意見の概要を公表した場合におけるその公表の内容、方法、及び年月日

平成27年4月以降に、ホームページに審議会概要を掲載、公表する予定。

その他の参考事項

平成27年度下期の番組審議委員会は平成27年9月に開催予定。

以上