

株式会社アトス・インターナショナル
株式会社アトス・ブロードキャスティング
番組審議委員会 議事録

1. 日時：2021年6月17日(木) 15:50～16:15
2. 場所：株式会社アトス・インターナショナル本社 会議室(オンライン形式)

3. 出席者：

○番組審議委員(敬称略)

- 番組審議委員長 齋藤 純一(株式会社インプレスホールディングス 社長室 室長)
番組審議委員 五十嵐 弘之(株式会社ドリーミュージック 取締役)
番組審議委員 谷口 元(株式会社東京谷口総研 代表取締役社長)
番組審議委員 佐藤 毅(ゼフロユナイテッド株式会社 代表取締役社長)
番組審議委員 田中 良典(一般財団法人ヤマハ音楽振興会 普及企画グループ シニアパートナー)
番組審議委員 松山 梢(映画ライター)

<欠席委員>

- 番組審議委員 駒形 四郎(音楽評論家)
番組審議委員 望月 秀城(株式会社ソニー・ミュージックエンタテインメント 知的財産戦略グループ シニア アドバイザー)

○番組供給者

- 株式会社アトス・インターナショナル
堀口 昭典(代表執行役員社長)
井上 靖(取締役兼執行役員)
原田 真紀子(メディア企画部 運行管理グループ)
株式会社アトス・ブロードキャスティング
二階堂 敬(執行役員 営業統括)

4. 審議事項

①ミュージック・グラフィティ TV

[チャンネルの状況、編成内容]

大きな基本方針として「レコジャケ天国」、「紙ジャケ天国」、「懐かし探偵団」、記念日等につわる「特別編成」という4つのシリーズから、各月に適切なテーマを選んでいる。

その中から(昨年)10月に放送された柳ジョージの特別編成について紹介。

昨年10月10日に9回目の命日を迎えた故柳ジョージ氏を偲んで、絶頂期の幻のライブ映像、生前最後

のライブとなった函館市芸術ホールでのライブ&ドキュメンタリー、J-WALK が柳ジョージの楽曲をプレイするライブツアーの映像等、貴重なアーカイブ番組を一挙に放送した。

②地方競馬ナイン

[チャンネルの状況、編成内容]

当チャンネルは、レース実況中継として北は北海道帯広の“ばんえい競馬”から、南は佐賀県の佐賀競馬までの9つの競馬主催者を扱っている他、レースダイジェスト番組(ホッカイドウ競馬、ばんえい競馬、名古屋競馬、そのだ・ひめじ競馬)、レース展望番組(名古屋競馬、そのだ・ひめじ競馬)を放送している。また、この一年の傾向として、レース情報以外の競馬関連番組の放送にも注力してきた。

年間(昨年4月～今年3月)トピックスは、コロナ禍の影響で地方競馬、中央競馬では4月～8月にかけて無観客開催が行われたことで、これによりインターネット投票会員が増加、自宅での競馬視聴のニーズが増えたことにより加入者が大幅に増加した。

12月からは年末年始の「地方競馬プレミアム・ウィーク」(地方競馬全国協会のキャンペーン)に合わせて“ばんえい競馬”の番組を中に特別編成を行った他、視聴機会を増やすことを目的に当該期間において無料放送を実施した。

例年NARグランプリ(地方競馬の騎手や競走馬、関係者を表彰する会)の表彰式を放送しているが、今回はコロナの影響で式典が中止となったため、公式ツイッターにより表彰馬、表彰者を個々に紹介、関係者、競馬ファンの方々に喜んでいただいた。

今年度も、レース実況以外にも馬にまつわる文化や歴史に焦点をあてた番組を積極的に取り上げ、競馬に対する理解を深めることに継続的に取り組んでいきたい。

③ミュージック・ジャパン TV

[チャンネルの状況、編成内容]

チャンネルのコンセプトは120%ヒットソングをオンエアする、J-POPを中心にK-POP、アニソン、アイドル系を充実させるということで放送している。

音楽ジャンルの割合はJ-POPが50%、K-POPが25%、アニソンが15%、アイドルが10%となっている。視聴者層は女性が10代～50代、男性は30代～50代となっており、家族で茶の間で見ていただける編成を行っている。

音楽系の他のチャンネルとの違いは、ジャンル別のランキング番組を充実させていること、アニソンや声優に特化したカウントダウン番組、人気アイドル、特に女性アイドルを中心にしたランキング番組に力を入れていること等が挙げられる。

今期反応のよかった3つの番組として、まず韓国のサバイバルオーディション番組から出てきた日本人グループJO1(ジェイオーワン)は当初からチャンネルとして応援しており、(出演)番組が加入きっかけとなった。次にDA PAMPのメンバーへのスペシャルインタビューを実施。3番目がオールジャンルのカウントダウン番組が人気で、ジャニーズ系ミュージシャンのミュージック・ビデオのメイキング等を入れてエンタメ性を強めた番組にしてきた。

邦楽(チャンネル)ということで、コロナの影響でリアルなイベント、公開収録、アーティスト稼働がレコード会社でできないということがあったが、リモート収録やビデオ・インタビュー等の工夫をして番

組制作を今も行っている。

アンケート等を見ると J-POP、K-POP のライブを楽しんでいる方が多く、「ライブには行けないが、家でランキング番組を視てパワーをもらっています。」というコメントが多く寄せられており、そういった方々をターゲットに番組編成を進めていこうと考えている。

④寄席チャンネル

[チャンネルの状況、編成内容]

寄席チャンネルの編成は、引き続きトラディショナルな寄席演芸と今の時流に則した高座に注目して取り上げている。いずれもオールライツで獲得してフル尺での放送に加え、Amazon 他の動画配信サイトに対する供給等で柔軟性のあるコンテンツ活用を行っている。

昨今のトピックとしてとしては3つ、1つ目はケーブルテレビ局への採用が伸びていること。ケーブル局への全国的なネットワークである JDS、J:COM に続く JC-HITS への供給を2020年10月に開始し、全国を網羅した。

2つ目は寄席チャンネルもメディアとして公共的な役割を担うべきというところに立ち、「安全・安心落語」というコンテンツを制作し、今年4月より供給を開始。既にいくつかのケーブルテレビ局で放送している。防犯意識の啓蒙を目的としており、特殊詐欺等について高年齢層の方々に親しみやすい古典落語に絡めて、落語家が「特殊詐欺に注意しましょう。」というような話をする内容。全国のケーブル各局から好評をいただいております、落語以外の寄席演芸、太神楽や若手お笑い芸人による「安全・安心シリーズ」といったバリエーションを制作していく予定。

3つ目として、今後新しい層を寄席チャンネルに巻き込んでいく施策として、放送とは違った切り口でのWEBやSNSを絡めた演芸コンテンツの企画・制作をスタートしている。

大御所から若手まで、落語も色物芸も日本の東西(江戸、上方)の特徴ある進化にも目を向けて、寄席演芸を江戸時代から長く愛されてきたコンテンツとして捉え、今後もコンテンツを充実させていく所存。

以上