

第15回えんてれ番組審議会 議事録

ジャパンケーブルキャスト株式会社  
えんてれ事業部

1. 開催日時 令和7年2月28日（金） 11：00～12：55
2. 開催場所 本社（東京都千代田区内幸町2-1-6 日比谷パークフロント9階）ボードルーム
3. 審議員 総数 10名（うち出席8名）

えんてれ番組審議会委員（企業名50音順）		お名前
伊那ケーブルテレビジョン株式会社	常務取締役	伊藤 秀男 様
株式会社 J W A Y	代表取締役社長	中言 裕之 様
株式会社釣りビジョン	代表取締役社長	嶋村 安高 様
株式会社 TOKAI ケーブルネットワーク	代表取締役専務	近藤 雄二 様
東京ケーブルネットワーク株式会社	代表取締役社長執行役員	大坪 龍太 様
株式会社ニューメディア	月刊ニューメディア代表発行人	天野 昭 様
株式会社ビデオ・テック	代表取締役	平石 能敬 様
株式会社 WOWOW プラス	代表取締役社長執行役員	宮澤 辰之 様
株式会社ジェイ・スポーツ	代表取締役社長	長谷 一郎 様 (欠席)
株式会社野村総合研究所	ICT メディアコンサルティング部 プリンシパル	山口 毅 様 (欠席)

・ジャパンケーブルキャスト（JCC） 出席者

代表取締役COO社長業務代行 大熊 茂隆  
取締役 樋山 洋介  
執行役員 中川 実  
えんてれ事業部 部長 岩浪 正純  
えんてれ事業部 青木 唯香  
えんてれ事業部 益田 英利  
えんてれ事業部 栃木 弘之

※役職は全て開催日時点のものです

4. 内容 (1) 番組審議員のご紹介  
 (2) 2024年の取り組みと2025年の予定、編成分析  
 (3) えんてれ自主制作番組のご紹介とダイジェスト映像  
 (4) 番組審議・意見交換

5. 番組審議等

20分ほどのえんてれ番組ダイジェストを視聴後、内容を審議し全審議員から問題ないことを確認した。

放送内容は以下の通り。

種類	番組名	権利元名（※敬称略）
生中継	第38回全日本トライアスロン宮古島大会	宮古テレビ
生中継	第40回仙台・青葉まつり	仙台CATV
生中継	となみ夜高まつり	となみ衛星通信テレビ
生中継	とうろう流しと大花火大会	嶺南ケーブルネットワーク
生中継	おおいたアーバンクラシック クリテリウム	J:COM大分ケーブルテレコム
生中継	2024年UCI世界選手権大会・トラック	SPEEDチャンネル
CATV局	ペイ！ちゃんの潮風キッチン！	気仙沼ケーブルネットワーク
CATV局	夜からあらぶんちょ散歩	東京ケーブルネットワーク
CATV局	素でどうでしょう	伊那ケーブルテレビジョン
CATV局	神保シェフと茨城をたべよう	JWAY
CATV局	絶景！滝見物 落差1000RE	山口ケーブルビジョン
CATV局	爆旅道中記	天草ケーブルネットワーク
CATV局	ももあげっ！	沖縄ケーブルネットワーク
CATV局	ひなとりっぷ	ケーブルメディアワイワイ
CATV局	時をかけるアベマ！寛平さんぽ	TOKAIケーブルネットワーク
CATV局	HYPER DASH基地	ベイ・コミュニケーションズ
CATV局	たべものがたり 元木食堂	Kビジョン
番供・その他	お花ダイスキ！	PROJECT-C
番供・その他	列車で旅する歌謡曲	WOWOWプラス
番供・その他	F JUNCTION	釣りビジョン
番供・その他	真弓&勝成のExpert GOLF	サンテレビ
番供・その他	2024Toyota AFL Premiership Season -オーストラリアンフットボール 2024シーズン-	AFL
自主制作	すゑひろがりずのあっぱれふるさと珍道中	ジャパンケーブルキャスト

自主制作	KART on TV	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	笑福亭べ瓶のイドバタッ！	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	激闘！オセロ	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	全日本少年少女武道錬成大会	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	べベコレ東京	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	番組コラボ事例 「すゑひろがりずのあっぱれふるさと珍道中」	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	技術ショー公開収録「笑福亭べ瓶のイドバタッ！」	ジャパンケーブルキャスト

【えんてれ（旧チャンネル700）に関する主な提言・意見交換】

審議員 昨今、日本各地で災害などが発生している。

テレビは視聴者の「知る権利」に応えるべきであり、NHKやケーブルテレビなどの媒体を問わず、最も重要なのは「今を伝えること」。

緊急時には命に関わる情報を最優先で伝えることが求められる。

テレビは自由に情報を届けるべきであり、単なる娯楽ではなく、社会の現実も伝える必要がある。

審議員 防災とケーブルテレビに関する全国のコミュニティチャンネル（コミチャン）の勉強会にて実施。

Hybridcastやデータ放送を活用し、避難情報の呼びかけや被災時の避難指示を行う取り組みを模索。

全国の定点カメラの映像を一括管理し、台風などの災害時にリアルタイムで切り替えて配信する仕組みを「えんてれ」に提案。

JCC データ放送の部署で地域防災に力を入れている。

関係する行政機関に対して、防災関連のデータ提供を行っている。

JCC コミチャンを入り口にし、Hybridcastを活用してリアルタイム情報を伝える取り組みを進めている。

また、ケーブルテレビ局の定点カメラ映像を活用し、2025年から「えんてれ」で放送を開始。（万博会場を一望できる定点カメラ）

今後は他の定点カメラ（桜の開花状況、雨水量など）の映像も可能性がある。

審議員 「えんてれ」という名前について、エンターテインメントの「えん」だと思っ  
たが、「ご縁」を前提とした地域密着型のコンセプトに共感。  
地域発信のライブ性をどう高めるかが課題であり、配信の連携が重要になる。  
YouTubeでは「総合編成」は成功しにくく、ターゲットを明確にすることが重  
要。お祭りとかートなど、異なるジャンルを1つのチャンネルにまとめるのでは  
なく、それぞれ独立したチャンネルで展開する方が成功しやすい。  
今後2～3年で配信の重要性がさらに増していくと見込まれる。

審議員 ケーブルテレビ局でも番組を作って終わりではなく、活用の場を広げることが  
重要であり、「えんてれ」を活用し、お祭りなどのイベントを全国に放送する  
取り組みが求められる。  
どれだけ良いコンテンツを作っても、知られなければ見てもらえないため、  
放送局側でもプロモーション戦略を強化する必要がある。

JCC コミチャンが地デジIDを持っていることは大きな強みであり、全国で視聴でき  
る仕組みができれば安心感のあるメディアになり得る。  
全国のコミチャンで放送すること自体がプロモーションになる。  
全国での発信を通じて、コンテンツの価値を高める取り組みが重要。  
14時・22時の枠を「ケーブルテレビアワー」として編成。  
地域の個別番組も重要だが、全国に発信したい番組を集約し展開する構想。

審議員 当社グループでは、10社のコミチャンが連携し、相互放送を行っている。  
視聴傾向として、最も強いコンテンツは 地元の祭りと花火大会。  
高校野球も安定した視聴率を持つ。  
釣りコンテンツは地域を問わず均一的に人気がある。  
知名度のあるタレント出演番組も比較的視聴率が高い。  
地域番組は基本的に「地元でしか見られない」傾向が強いため、「えんてれ」  
の全国展開には課題がある。  
「縁をつなぐ」というコンセプトは良いが、具体的な KPI（指標） を設定しな  
いと運営が曖昧になってしまう。  
目標として「配信局500局」「視聴率〇%」などの明確な指標を設定し、戦略を  
明確にすることが重要。  
現在の課題は自身の業務とも共通しており、今後の方向性を明確にする必要が  
ある。  
YouTubeの活用自体は有効だが、「何のためにやるのか」を明確にする必要が

ある。目的を明確にしないと、運営側の方針やコンテンツ内容がぶれてしまう可能性がある。

審議員 生、リアルの重要性。  
祭り、花火、スポーツ（特に高校野球）は「今見たい」コンテンツとして、ライブの価値が高い。  
ただし、コミチャンで常時生放送を行うのは現実的に難しい。  
YouTubeなどのプラットフォームを活用し、生配信の強みを活かすことが有効。  
地元の祭りやスポーツは地域の人にとって重要だが、地域外の人・海外にも魅力を伝えられる可能性がある。  
「えんてれ」が地域をつなぐハブ的な存在になり、各地のコンテンツを集約・発信することで価値を生み出せる。  
地域コンテンツを単なる「地元のためのもの」ではなく、「全国・世界に発信できるコンテンツ」として整理することが重要。  
そのためには、KPIの設定やコンセプトの明確化が求められる。  
「えんてれ」が音頭を取り、共同制作をしやすい環境を作り、また、長期的な資産としてアーカイブ化をするなど、ハブとしての機能を確立するべき。

審議員 地域課題に向き合うコンテンツの必要性がある。  
人口減少、戦争、災害などの社会問題にしっかり向き合う番組が柱として必要。  
インバウンド観光の波が地方に届いていない現状を行政と連携し深掘りする企画も考えられる。  
「えんてれ」の「えん」を活かし、エンターテインメント要素も強化すべき。  
例えば、お笑いライブの会場で若手芸人の公演を定期的に配信するなど、新たなコンテンツ展開の可能性。  
地域課題とエンターテインメントという両極のバランスを取ることで、より幅広い層にリーチできる。  
地域単位での取り組みだけでなく、プラットフォームを活かした全国規模での展開が可能。  
コンテンツを通じて、次のステップにつながる取り組みを推進することが重要。

審議員 カートに力を入れる理由を教えてください。

JCC メジャースポーツや大会は他のメディアがすでに扱っている。

「メジャーの手前」にあるスポーツや競技に焦点を当てることで、視聴者の関心を引く。

具体例として、カートやオセロなどの競技を取り上げ、特に子供たちの応援につなげる。

武道館が近いこともあり、なぎなたなどの武道館競技をよく取り上げている。メジャーには取り上げられないスポーツを支援するのがケーブルテレビ業界の使命と考えている。

審議員 業界歴35年になり、1周した感覚がある。

もともとは自由な発想で運営できるはずのコミチャンが、商業的な側面が強くなり、ミニテレビ局のようになっている現状に疑問を感じる。

「最初に目指したものは何だったのか？」と振り返る機会になっている。

災害放送など、ぶち抜きで対応できるのがケーブルテレビの強み。

カートのような「誰もやらないもの」を取り上げるのもケーブルテレビの役割。原点に立ち返り、視聴者を獲得することを改めて大切にすべき。

審議員 「えんてれ」もAIなどを活用したクリエイティブなアイデアのコンテストを開催するなど、地方の人々が集まり、ネットワーク内で新しいものを生み出すことに期待している。

審議員 放送とネット（YouTube等）を同時に流すことが重要だと考えられている。他社の事例に基づき、同時配信しても放送加入者は減らないことが証明されている。

即時性を持ってコンテンツを配信することが重要であり、YouTubeなどを収益化に活用すべき。

収益化を目的に放送回数を増やし、その収益を番組制作に投資するサイクルが有効。

事例として、地方発信・舞台のコンテンツがネットで広がり、予想外の回数で視聴されることが収益やプロモーションに繋がった。

コンテンツを作るだけでなく、それをどう回収し、収益に結びつけるかを強く考えるべきである。

審議員 地域の発信や地域コミュニティに根ざした放送の重要性についての考えは非常に大切だと思う。

例えば、岸和田のようにお祭りの準備段階から放送を行い、1年を通じて地域と

密接に関わりながら番組を制作するという形は、ケーブルテレビ局の本質を活かす素晴らしい事例。

また、小規模なケーブル局では、自主放送の運営が非常に重く、経営の厳しさや機器の更新の問題、そして地域に密着したコンテンツをいかに維持していくかという課題に対して、「えんてれ」のようなプラットフォームが救世主となる可能性がある。

地域の自主放送が重荷にならないように、例えば定点カメラの活用や、自治体の広報を自動化して放送に活用する仕組みは、効率的でありながらも地域性を保つ手段として有効。

キーワードとして「えんてれ」の帯利用。

「えんてれ」には、こうした地域のニーズを柔軟に受け入れることで、ケーブルテレビ局の延命策として大いに役立つ可能性があり、特に小規模局や地方のコミチャンにとって大きな助けとなるだろう。

以上