

第16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8年2月25日（水） 11：00～13：00
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 9名）

えんてれ番組審議員（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 ジェイ・スポーツ	代表取締役社長	長谷 一郎 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	津滝 義仁 様
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
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 釣りビジョン	代表取締役社長	嶋村 安高 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	大熊 茂隆
執行役員	中川 実
えんてれ事業部	益田 英利
えんてれ事業部	岩浪 正純
えんてれ事業部	岸房 隆平
えんてれ事業部	小平 安理沙

※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) チャンネル概要の説明
  - (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

約15分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	全日本ちんどんコンクール	ケーブルテレビ富山
生中継	長岡まつり大花火大会	エヌ・シー・ティ
生中継	秋田竿灯まつり	秋田ケーブルテレビ
生中継	諏訪湖祭湖上花火	エルシーブイ
生中継	唐津くんち 御旅所神幸	ぴ〜ぷる
CATV局	地域を元気に！無茶さんぼ	伊那ケーブルテレビジョン
CATV局	みんなが遊べる みんなで育てる 公園づくり 京都ミラスト編	東京ケーブルネットワーク
CATV局	いけや賢二のイケいけファーム	TOKAIケーブルネットワーク
CATV局	沖縄の〜じ探検隊〜あなたのお名前なんですか!?! 〜	沖縄ケーブルネットワーク
CATV局	山梨ぐるりん散歩	日本ネットワークサービス
番組供給事業者	懐メロ♪ドライブミュージック〜ミッドナイト ハイウェイ編〜	WOWWOWプラス
番組供給事業者	今が釣れドキ！中四国 5 瀬戸内海で、めでタイ年 明け！	釣りビジョン
番組供給事業者	競輪Shin発見！	SPEEDチャンネル
番組供給事業者	三輪美樹生とはしもとねねのフォークの時間	株式会社AI
自主制作	激闘！オセロシリーズ(第18期オセロ王座戦)	ジャパンケーブルキャスト
自主制作	(生中継) KART on TV AUTOBACS GPR KARTING SERIES	ジャパンケーブルキャスト

## 1. コンテンツ・編成の方向性

- スポーツ（自転車・モータースポーツ等）は視聴者層拡大や多チャンネル誘導に寄与する可能性があると意見
- 一方で制作コストが高く、面白さとコストの両立が課題
- ドローン等の新技術活用により効率化・差別化の可能性
- CS系チャンネルでも、フィラー的・低コストでも視聴率が高い事例あり（見せ方の工夫が重要）

### ◎提言

- 高コスト前提ではなく「見せ方」で勝つ編成
- 技術活用による省力化・映像表現の高度化

## 2. 視聴率・視聴ニーズ

- コミチャン生中継では視聴者は「特定シーン（例：マラソン大会のゴール場面）」に強い関心
- 地元性の強いコンテンツ（祭り・野球等）は依然として高い需要

### ◎提言

- コンテンツ単位ではなく「見どころ単位」での設計
- 地元性×共感性の高いテーマの強化

## 3. 認知・プロモーション

- コミチャンの最大の課題は「知られていないこと」
- 一部ケーブルテレビ局ではSNS・LINE・HP等での告知は実施中だが効果は限定的
- 継続的なSNS発信は一定の効果あり（毎日投稿・出演者連動）
- 未加入者への認知向上施策（CM・SNS等）が重要

### ◎提言

- 「制作→放送」で終わらず、告知を含めた設計へ
- SNSは頻度・継続・出演者活用が鍵
- 未加入者向け施策の強化

## 4. 制作体制・運用課題

- 少人数での制作・編成は負荷が高い
- コンテンツはあるが「見られない」構造が課題
- 各局のコミチャン映像のアーカイブ活用は未開拓領域

### ◎提言

- 過去素材の再編集・再活用の推進
- 制作と編成の役割分担・効率化

- 「作る」から「使い回す」への転換

## 5. メディア連携・展開

- テレビ単体では認知拡大に限界
- ラジオ・SNS・配信との連携が有効
- 配信は若年層、放送は高年齢層と明確な差

### ◎提言

- マルチメディア連携（テレビ×SNS×音声）
- 視聴導線的设计（接触→視聴）

## 6. 視聴環境の変化

- スマートフォン視聴が中心化
- 画質より音質の重要性が増加の傾向
- 一方で大画面ニーズも継続

### ◎提言

- 音質への投資・改善
- デバイス別最適化

## 7. 今後の方向性（FAST・海外展開）

- FAST市場は競争激化・参入難易度上昇
- プラットフォーム主導で収益性は限定的
- 日本コンテンツ（地域・文化）は海外需要あり

### ◎提言

- 海外展開は中長期テーマとして検討
- コンテンツ価値の再定義（地域×文化）

## 8. ケーブルテレビの位置づけ

- 放送とインターネットは連動して推移
- インフラとしての価値は維持
- コミュニティチャンネルの役割は依然重要

### ◎提言

- テレビ単体ではなく「インフラ×コンテンツ」で再定義
- コミチャンの強化継続

以上