

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：平成30年6月14日(木) 17:35～18:00
※ミュージック・エアの番組審議委員会に続き、ミュージック・グラフィティTV、地方競馬ナイン、ミュージック・ジャパンTV、寄席チャンネルの番組審議委員会として開催。
2. 場所：株式会社アトス・インターナショナル本社 会議室
3. 出席者：
 - 番組審議委員(敬称略)
 - 番組審議委員長 齊藤 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 CFO)
 - 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(ゼフロコ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(株式会社ヤマハミュージックエンタテインメントホールディングス 出版部 営業担当部長)
 - 番組審議委員 松山 梢(映画ライター)
 - 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 副本部長 兼 契約管理部 部長 兼 著作権管理部 部長)
 - 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)
 - 城水 千明(代表取締役)※株式会社アトス・ブロードキャスティング代表取締役兼任
 - 井上 靖(取締役兼執行役員)※株式会社アトス・ブロードキャスティング取締役兼任
 - 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(取締役)
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]
 - ・1960年代から80年代の邦楽および洋楽のヒット曲を、その曲が流行した当時の文化や流行などの映像と共に、皆様の記憶と一緒に当時の音楽をお聴きいただくノスタルジー専門チャンネル。

- ・視聴者層としては、スカパーの視聴動向調査によると、40代・50代の男性が約6割、残りの大多数を60代の男性が占めているというデータになっている。
男性が上位を占めているのはスカパーの調査が世帯主を対象としているため。実際の問い合わせには女性のお客さまも結構いらっしゃる。
- ・編成上毎月2つの柱を組んでおり、1つは時節に応じた特集、もう1つは目玉番組。
一押し番組としては、
 - 2017年6月 「6月9日 ロックの日」洋楽ロック特集
紙ジャケ天国イーグルス編他12タイトル
※紙ジャケ天国：紙のジャケットを使ったCDの再販が増えており、リリースに合わせてアーティストの特集。
 - 7月 海の日になんだ「夏歌」の特集
 - 8月 「8月19日バイクの日」になみバイクを特集
懐かし探偵団「懐かしのオートバイ：ホンダ編／ヤマハ編」
 - 9月 懐かし探偵団「元祖食品サンプル編」
※懐かし探偵団シリーズは新作を投入し、年間数回放送。
- 2018年2月 バレンタインデー特別編成70年代アイドル黄金期特集
アイドル玉手箱～南野陽子他12タイトル一挙放送
「アイドル玉手箱」、「懐かしのPOPS」、「紙ジャケ天国」等シリーズ番組が数多くあり、これらを組み合わせて放送。
- ・二押し番組としては「紙ジャケ天国」、「おんがく白書」等。
※「おんがく白書」はアーティストのインタビューとライブで構成した番組。
- ・予想外の反響としては、若い視聴者からグラフィティTVでは当時流行っていた曲と当時の出来事がテロップで紹介されるので、非常に勉強になったとツイッターでの投稿があった。
- ・年配の方からは毎月リクエストを頂戴する。当チャンネルの編成方針としては、ニッチなリクエストにはできるだけ応えていきたいと考えている。

②地方競馬ナイン

[チャンネルの状況、編成内容]

- ・全国13か所の地方競馬の内、当チャンネルでは9ヶ所の地方競馬中継を放送。
- ・インターネット投票会員がスカパーの競馬中継の主な視聴者。他に(地方競馬)主催者、(競馬馬)生産者も視聴。
- ・視聴者の約半数は中央競馬の視聴者でもある。
- ・地方競馬ナインは開局以来5年間、対前年比プラスで推移。
- ・地方競馬全体では、2017年度は対前年比110%の売上を達成。

[番組審議、委員からの意見・質問]

Q1.CS放送で、音楽を高音質で伝送する方法はあるか？

A1.別の衛星放送ではその仕組みをもっているものもあるが、現状のCS放送ではその機能はもっていない。

(意見)グラフィティ TV の視聴者層は、正にハイレゾユーザーと近い。番組でかかる音楽が高音質で聴けたらさらに魅力的だと思う。

Q2. 「おんがく白書」はライブ音源だが、もう少し音のクオリティを上げられるのではないか？

A2. 最近収録した音源は過去のものに比べれば改善されているが、どうしても収録会場に左右される面は否めない。

③ミュージック・ジャパン TV

[チャンネルの状況、編成内容]

- ・ミュージック・ジャパン TV は開局から 22 年、5 年前に当社が引き継いだ J-POP 中心のチャンネル。
- ・レーベル、マネジメントとのリレーションにより最新情報、ならびにビデオクリップ、アーティストのゲスト出演で構成。
- ・J-POP 中心ではあるが、国際関係上の問題で地上波が消極的な K-POP にも強いチャンネル。

④寄席チャンネル

[チャンネルの状況、編成内容]

- ・日本唯一の落語・寄席・お笑い放送チャンネル。
- ・最近の落語はトラディショナルな笑いだけでなく、特に若い女性の間でブームになっており、連日寄席に多くの若い女性が列をなしていたり、雑誌でも多く特集されている
- ・寄席チャンネルとしては、トラディショナルな寄席と今の流れに即した(新作を含めた若手の)高座をフルサイズで放送していく。
- ・全国のケーブルテレビ局でも高齢者向けチャンネルが少ない現状もあり、是非ケーブル多チャンネルのラインナップとして採用したいという引き合いが増えている。
- ・スカパーでも今秋から新 4K が開始されるが、それに先立って、オリジナル収録は全て 4K 収録済。ケーブル局、4K 試験放送に番組を提供。

[番組審議、委員からの意見・質問]

Q1. これだけチャンネルがあると、ターゲット層がクロスしている部分があると思うが、相互プロモーションのようなことはやっているか？

A1. 身近なところでは、ミュージック・グラフィティ TV で放送している「おんがく白書」の再放送を、時間をずらしてミュージック・エアで放送するという相乗りはすでにやっている。ジャズと落語はものすごく相性がいい。ミュージック・エアをやっている当社が(当社グループで)寄席チャンネルをやっているというのは、いろいろな面で相乗効果となっている。例えば、ケーブル局に営業、プレゼンテーションを行う中でも相乗効果は発揮されている。ミュージック・エア(の「シネマタイム」という番組)で紹介している映画は、ジャズやロックを好きな人間と非常にマッチしている。単なる映画紹介ではなく、マッチングしたところでの構成・編成が自然と成り立っている。

以上