

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：2022年7月7日(木) 15:50～16:30

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IPG ネットワーク 監査役)

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 事業企画開発部 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)

番組審議委員 山崎 哲央(元株式会社テレビ神奈川プロデューサー、元株式会社tvk コミュニケーションズ取締役、元関内ホール館長)

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 経営企画グループ シニアアドバイザー)(書面参加)

<欠席委員>

番組審議委員 駒形 四郎(音楽評論家)

○番組供給者

株式会社アトス・インターナショナル

城水 千明(代表取締役)

堀口 昭典(代表執行役員社長)

原田 真紀子(取締役)

井上 靖(執行役員)

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]

この1年間振り返ってみて、特徴的なのは、一押し番組で特別編成、特別番組が全部で5番組、5ヶ月分あり、例年より多いということで、制作陣が頑張った成果と考えている。

ピックアップ番組ということで、6月に初回放送した「あがた森魚の世界」を取り上げている。あがた森魚さんは今年デビュー50周年、1972年の4月25日に「赤色エレジー」でデビュー、6月に50周年のベストアルバム、「ボブ・ディランと玄米」CD4枚組、61曲を収録したものをリリースしており、そのタイミングに合わせて特集をしている。

編成担当から「時代とともに常にニューウェーブで、先鋭的なオリジナル音楽表現を続け、これまでに約50タイトルのアルバムを発表。73歳の今なお精力的にライブ活動をしているあがた森魚の音楽世界をお楽しみください。」とのコメントが付けられている。また、補足情報として付け加えるとあがた森魚さんに関してはもう1番組放送している。タイトルは「デビュー50周年、あがた森魚が語る赤色エレジー誕生秘話と現在」。先ほどお話したように50周年を記念して行われたあがた森魚さん初の記者会見の様子を収録して放送したもので、ご自身の原点となった赤色エレジー誕生にいたるまでのストーリー、そして、50年目を迎えた現在、そして未来の音楽活動について、あがた森魚自身が語るという内容になっており、非常に貴重な番組になったと思っている。

②地方競馬ナイン

[チャンネルの状況、編成内容]

地方競馬ナインは、北は北海道から南は九州佐賀競馬場まで、9つの競馬を放送している。

レース中継以外にレース・ダイジェストやレース展望番組を放送しているが、この1年間に関してはレース関連番組以外に以下のような番組を制作・放送した。

「地方競馬教養センター探訪記」

これは地方競馬の騎手になりたい子供たちが入って、約2年間訓練を受ける学校で、そちらの新教育棟が完成し、それに伴い取材、騎手候補生の訓練の様子をレポートした番組。

「名古屋競馬場、弥富にてグランドオープン。Thank You 土古(どんこ)、Hello 弥富」

約74年にわたって親しまれてきた名古屋競馬場が今年の3月末をもって閉場し、4月からは弥富という新しい場所で新競馬場としてとしてオープン。土古の閉場式と弥富の開場式を取材。

「keiba9 ニュース/BA00 荒尾リニューアルオープン」

競馬ナインニュースとして、「BA00 荒尾」(馬券専用発売施設)という九州の荒尾にある施設が場所を移転してリニューアルオープンし、そちらを取材した番組。

「JBC 特番」

JBCという地方競馬・中央競馬のダート交流重賞競走が1日で4レース行われているが、過去のレースをダイジェスト番組として作成して放送した。

以上のように競馬の実況中継以外に競馬の魅力を伝える番組として、競馬周辺の情報を積極的に取材し、独自制作の番組も含めて放送をしているというのが特徴。

その他、年間トピックスとして、2021年12月21日から2022年1月5日までの地方競馬プレミアム・ウィーク実施期間に無料放送を実施。

年末年始の中央競馬が開催のない期間に、寂しいと思っている中央競馬ファンに地方競馬を知ってもらういい機会にしようということで、大々的に宣伝を行っており、そこに地方競馬ナインも協調し当該期間に関してスカパーの協力も得て無料放送を実施。スカパーに入っていればグリーンチャンネル視聴者は誰でも地方競馬ナインを視聴できる状況を作ることで、広報宣伝に寄与すると同時に、地方競馬ナインの販促

活動としても成果を上げた。

実況中継の日数としては、2020年4月から2021年3月までで886日、対前年比で46日増という日数で確定、2014年の放送開始以来の過去最多を記録した。尚、本年度は今年の4月から翌年3月までで中継日数が934日となる予定で、初の900日台となっている。競馬ファンの方にとって、より多くの実況中継をご覧いただける事が、視聴者の満足度の向上に繋がると考えており、さらなる充実に努めていきたい。そして、大きな変化としては、今年の4月よりひかりTVのプレミアムチャンネルとして、「地方競馬ナイン SELECT」（地方競馬ナインの701chのサイマル放送）の放送を開始した。

また、ひかりTVでの放送開始に伴い、スカパーを含めて新たな視聴条件を設定した。

③ミュージック・ジャパン TV

[チャンネルの状況、編成内容]

編成方針に関しては、ヒットソング120パーセントを主軸にJ-POP、K-POP、アニソンとアイドル系を中心に編成している。ターゲット層としては、女性10代後半から40代。男性の方は30代から50代がメインとなっている。

今期の反応の大きかった番組は、前期から引き続き、オーディション番組発のダンスボーカル、ボーイズグループの特集番組が人気。まず1つ目が「PRODUCE 101 JAPAN SEASON2」のメンバーで結成されたINI、次にSKY-HI主催の「THE FIRST」から生まれたBE:FIRST。こちらの2番組に関しては、反響も大きく、新規加入にも繋がったコンテンツだった。

また、この7月から8月にかけて同じく「PRODUCE 101 JAPAN SEASON2」の出身メンバーで構成されたOCTPATHの特番を前後編にわたって放送予定。

続いて、長年チャンネルとしても応援し、デビュー当時から継続的に取り上げてきたアーティストの特番として、20周年を迎えたw-inds.の特集番組、同じく20周年イヤーに突入したLeadの特集番組、2005年デビューのAAAのメンバーでもある與真司郎、ソロとしてのアーティスト活動中止前ラストとなる作品リリースの際に、スペシャルインタビュー番組を放送した。

この3番組に関しては、デビュー当時から応援し続けてきたファンでもあり、番組の視聴者の方々から「いつも特集していただいて、ありがとうございます。」「他では見ることのできなかつたインタビューなので貴重でした。」「デビューの時から毎回楽しみに視聴し続けています。」といった意見を頂戴した。

3つ目は配信関係の新たな試みとして、放送と同時にミュージック・ジャパンTV公式youtubeでも配信展開する新番組「3lights」を、今年の1月からスタート。光の3原色をテーマにミュージック・ジャパンTVが注目するアーティストの「自身を構成する3つの要素」を深掘りするインタビュー番組。こちらは新しい層の取り込みや、ブランディングを目的とし、今後も力を入れていく。

今後の編成展開としては、公開収録をコロナ禍前は結構行っていたが、しばらくは開催を控えざるを得ない状況が続いたので、今後、オフラインでの公開収録やイベントなどは、関西初の音楽専門チャンネルとして、大事な位置付けとなるものだと捉えているので、状況を見つつというところではあるが、今後実施に向けて進めていく予定。

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、伝統的な寄席演芸と今の時流に即した高座を取り上げるという方針を継続している。全国のケーブルテレビ局の主要3大ネットワークでは、導入局を順調に伸ばしており、一方、Amazonをはじめとした配信の方においても、堅実な伸びを見せている。

この1年は、寄席・落語の専門局であるということの強みが、演者や演目との層をより厚く、企画の柔軟性にも相乗的に効果をもたらしてきた1年だったと考えている。

具体的に3点、まず専門局ならではのシリーズとして、「一門」というシリーズがあり、師匠から弟子である若手の噺家の高座までを取り上げるシリーズという取り組み。これは演者自身の記念になるような高座を収録。例えば、昇進披露公演などを収録するということで、そのスペシャル性が出演者の方々からも評価されており、結果的には、チケットの入手が困難なほどの人気の噺家の出演につなげることができた。

若手の噺家を取り上げるという点では、コロナ禍の間にYoutube等への活動の場を広げたというのは、やはり若手の噺家が顕著であり、彼らのSNSの活用という点でも、良い協力関係が築けている。

2点目、これは昨年この会でもご紹介したが、幅広く、寄席の演芸を取り上げてきたということで、独自性がある企画が実現した例を。

1つ目は「安全安心シリーズ」として、安全安心落語という落語から、さらに漫才、大神楽という他の寄席演芸にもバリエーションを増やすことができ、ケーブル各局から好評をいただいた。

演目の例をご紹介しますと、落語では「防犯:オレオレ詐欺」、「防犯:カードを騙し取る詐欺」で、漫才では「熱中症」、「感染症対策」、「SDGs」といったような話題を演目として取り上げて、好評をいただいた。

もう1つの点で「ねずっちの謎かけ道場」を企画し、ケーブルテレビ局と共同で制作して、各地域のケーブルテレビのコミュニティーチャンネルを通じて放送した。視聴者を巻き込む企画で、各ケーブルテレビの方から好評をいただいた。

3点目として、寄席チャンネルでもこの4月よりYoutubeにおいて、寄席チャンネル独自の動画、題して「ヨンペイの芸を探る」という動画を公開している。特色は演芸のライトなファンの皆さんに馴染みやすいMCを起用するという点で、現役の高校生芸人の石黒ヨンペイを起用。この高校生芸人が一般的に認知度の高い落語界の大御所の皆さんに突撃インタビューを行うという企画。第1弾では「笑点」でおなじみの三遊亭好楽師匠、続いて毒蝮三太夫、桂米助が出演し、入門当時のエピソードや師匠との思い出などを語っていただいた。その笑いの中に、あまり構えることなく気軽に落語の良さに触れていっていただきたいということで始めている。

最後に寄席チャンネルの編成の今後の取り組みとしては、ユーザー層の一層の拡大を目的にして、演者の一般的な認知度といったものをより一層精査して編成していきたいと考えている。世代の特性、メディアの特性を熟慮して、伝わりやすいアウトプットをそれぞれのメディアに合わせて行う取り組みを行っていく。

また、寄席・落語の専門局だからこそできる、先程ご紹介した「一門」シリーズ等専門局ならではの連続して長く続いていくようなシリーズ企画にも注力していく予定。

以上

