

## 第417回番組審議会

1. 開催日時 平成19年1月16日(火) 午後1時30分～
2. 開催場所 テレビ岩手 6階大会議室
3. 委員の出席 委員総数 13名  
出席委員 12名

出席委員	委員長	藤元 隆一
	副委員長	橋田 純一
	委員	和田 利彦
	委員	梅村 俊男
	委員	高橋 三男
	委員	帷子 利明
	委員	千葉 則茂
	委員	佐藤 晴久
	委員	早瀬 藤二
	委員	増川 博之
	委員	嶋村 正
	委員	上野 克幸

欠席委員	委員	西郷 喜代子
------	----	--------

社側出席者	中野 士朗 (代表取締役会長)
	矢後 勝洋 (代表取締役社長)
	新沼 栄喜 (取締役副社長)
	石井 修平 (専務取締役)
	阿部 孝夫 (常務取締役)
	千葉 正範 (営業局長)
	淵沢 行則 (制作局長)
	鈴木 直志 (報道局専任局長)
	平山亜希子 (制作局制作部主任)

事務局	青山 尚之 (編成局長)
	高橋なおみ (編成局編成部主任)

#### 4. 議 題

1. ザ・ナビゲーター4「老舗の底力」  
12月23日（土）午後1時30分～2時25分
2. その他ご覧になった番組についてのご意見

#### 5. 資 料

資料として以下のものを配布

- ・全国高校サッカー岩手県代表優勝に伴う視聴率と特別番組資料
- ・視聴率3冠王チラシ（1月第2週）
- ・1月～3月タイムテーブル
- ・視聴者からのご意見

#### 6. 議事の概要

社側説明

番組審議会の議題「ザ・ナビゲーター4」はシリーズ4作目で、年6回放送しております。今回は「老舗の底力」を、12月23日午後1時30分から2時25分で放送いたしました。ご意見をお願い致します。

委員側意見

- ・丁寧に上手くまとめている。
- ・時期的にもタイムリーな企業を選んでいる。
- ・アナウンサーが良好だった。
- ・4社まとめて考えると、番組のサブタイトルとの繋がりが掴めなかった。
- ・最後のまとめのナレーションが、もう一工夫必要だったのではないか。
- ・創業年の元号と西暦がずれていたなので、気をつけて欲しい。
- ・川徳、東山堂については、総じてもう少し掘り下げた取り上げ方で良かったのではないか。
- ・及源鑄造は、高い技術の裏づけの説明が欲しかった。上等鍋の名前の由来が分かれば教えて欲しい。
- ・八木澤商店は、醤油造りにポイントを絞って取り上げた方が良かった。

#### 7. 審議内容

別載のとおり

#### 8. 審議機関の答申又は改善意見に対してとった措置及びその年月日

特記事項はないが、キー局及び関係局、関連部署に議事録を配布するなど、関係者に審議の内容を伝えた。

9. 審議機関の答申又は意見の概要を公表した場合における  
その公表の内容、方法及び年月日
- ・ 自社制作番組「あなたと歩むテレビ岩手」  
(平成19年1月23日(火)午前11時50分～11時57分放送) で、審議の概要を放送。
  - ・ 支社・支局に議事録を設置
  - ・ 当社のインターネットのホームページで議事録を公開。

## 〈議事の内容〉

事務局 番組審議会の議題「ザ・ナビゲーター4」はシリーズ4作目で、年6回放送しております。今回は「老舗の底力」を、12月23日午後1時30分から2時25分で放送いたしました。ご意見をお願い致します。それでは委員長、宜しくお願いします。

委員長 それでは、ご意見をお願いします。

委員 イントロの紹介順と内容の紹介順が違ったのが気になりましたが、各老舗の「守るところはしっかり守りながら、攻めるところは攻める」という姿が上手く表現されていて、全体的には良かったと思います。

東山堂は、地域密着型の店舗ごとのコンセプトが紹介されましたが、その中の生涯学習に触れた部分で、特徴などがありましたら取り組みを教えてください。及源鑄造と八木澤商店のところは、うまくまとめられていたと思いますが、川徳の部分は、既に知っている情報が多くて物足りなく感じました。舞台裏を掘り下げて欲しかったと思います。

委員 二人のアナウンサーの落ち着いた語りがとてもマッチしていて良かったと思います。いずれのお店も100年以上の歴史を有する伝統の技、継続と進化の勘所は、伝えられたと思います。川徳では「当たり前のことをしてはだめ」という言葉に厳しさを感じました。東山堂は、ネット販売や店舗大型化の中、量より質、そして一歩進んで品格という姿勢を見せなければいけないのではないかと感じられました。及源鑄造は、伝統美そのものをオシャレとして、品質から品格への発展が感じられました。上等鍋の名前の由来がはっきりしなかったのが、残念でした。八木澤商店は、伝統の醤油造りの行程が、老舗が歩んできた歴史そのもの。食の学校が取り上げられたのですが、養生と治療、食養と食料の違いについても触れて欲しかったと思います。天然の大切さと安全と安心が縋り交ぜになって理解されているので、この辺の気配りがあると見ている人に分かりやすかったのではないのでしょうか。伝統や時間は、慣れから来る“ゆるみ”“ゆがみ”が生じてくるが、新しい工夫で乗り切るといことは感じられました。

委員 分野にバラエティを持たせたのは良かったと思います。取材も丁寧でした。最後のナレーションで総括していましたが、少し言葉足らずに感じました。老舗ならではの共通項を探ってもらおうと良かったのではないのでしょうか。川徳は、年商が出て来ましたが、全国との比較はどのようなのでしょうか。クルーズより、社員の育成の方法を紹介して欲しかったと思います。

東山堂は、少し異質に感じました。地域密着とは言っていますが、中央の進出に危機感を持って町の本屋を脱却しようとしているところに焦点を当てたほうがよかったのではないのでしょうか。及源鑄造は、県内で盛んな業界でなぜ高い技術を持ってきたのか、創業のころから欧米に販路を拡大した取り組みについて、歴史を紐解いてもらった方が良かったと思います。八木澤商店は、高額な醤油が主力商品とあるが、その主力の位置づけを知りたかったと思いました。

委員 全体としては、岩手の老舗の頑張りを紹介してもらいとても好ましい番組でした。及源鑄造と八木澤商店は、老舗の強みを発揮している印象を受けました。川徳は、経営する側とお客様側と双方を取材しているところに努力が伺われましたが、趣旨は十分に伝わってこなかった気がしました。東山堂は、大型店との差別化がはっきり見えなかったし、音楽店の生涯学習が書店の経営と結びつかない印象を受けました。及源鑄造は、技術の素晴らしさが、老舗の強みを感じました。八木澤商店では、いろいろな話題を盛り込んだため、醤油製造がぼやけた印象を受けました。

委員 伝統・歴史は、不断の努力によって支えられていて、それぞれの地域と生きる姿勢が感じられました。川徳は、クルーズの話題を取り上げるより、創業以来の営業姿勢をダイレクトに打ち出したほうが良かったのではないのでしょうか。創業年が出ている会社と、出していない会社があり、更に元号と西暦が一致しないところがありました。こういうところは、気をつけて欲しいと思います。

委員 川徳、東山堂は、「上手く行っている」と番組で言っていますが、何で上手く行っているのかが伝わりませんでした。もう少し裏側を見せてもらえば、「底力」が分かってきたのではないのでしょうか。及源鑄造は、どちらかというベンチャー的な新しい技術で拡大していくということで、筋もはっきりしていて良かったと思います。八木澤商店は、地元学、地元の自立などが底力になっていると感じました。全体として、後半2つのほうが「老舗の底力」を感じる事が出来ました。

委員 上手くまとめられた番組でした。特にテーマ選定の時期が、大型店出店の時期と重なり、タイムリーでした。素材も4社に絞ってじっくり取材していて良かったと思います。川徳と東山堂は、岩手では誰でも知っている老舗で、ここが中央の流通、小売の進出をどう受け止め、受けて立っていくかという視点でみれました。及源鑄造と八木澤商店は、老舗がこれから向かっていく方向としては、1つは地域から脱却して中央に進出していくということ、もう1つは、あくまでも地元密着で深堀していくという方向が2つあると思うのですが、その辺でこの2社が上手く対比されて、取材されていました。各社とも新しいチャレンジが描かれていましたが、ここに至るまでの葛藤に踏み込んでもらえば良かったと思います。

委員 4つの題材をそれぞれ観ると、過不足なく出来ているのですが、それを1つにして観た時に、テーマが何か伝わりませんでした。「老舗の底力」というサブタイトルより、「岩手の元気な企業を紹介します」というようなストレートなサブタイトルの方が、観る側からすると余計な先入観を持たずに観れると思います。

委員 間延びしている感じがした。中央と地方、強者と弱者など、対立軸で見ていった場合、番組で訴えられていなかったのは、物足りなさを感じた。「ナビゲーター」というタイトルを考えると、前半の販売は、中央から進出する店に対して地元の企業が頑張っている姿勢を見せて、後半の物造りも、生き残る物造りを強く打ち出して欲しかったと思います。

委員 全体としては、気持ちよく気楽に観れるいい番組でした。特に及源鑄造と八木澤商店の物づくりのお店の底力を十分感じる事が出来ました。

委員 非常に興味を持って観ました。顧客をリピーターとして確実なものにする努力は大変なものではないでしょうか。老舗百貨店というブランドイメージとは別に実利的なサービスにも努力している。「付加価値のある商品が選ばれる傾向にある」という社長のコメントが新聞に出ていましたが、その立場から見ると、番組内容がすっきり理解できました。東山堂については、よく分かりませんでした。教科用図書・楽器・書籍の3本柱の顧客は大変な数がいると思うのですが、そこについて触れて欲しかったと思います。歴史を持つ企業が生き抜くことを考えると、どの社も、顧客を抑えていくことと、知的財産など無形の遺産を守っていく努力をしている感じがしました。

委員長 まとめますと

- ・丁寧に上手くまとめている。
  - ・時期的にもタイムリーな企業を選んでいる。
  - ・アナウンサーが良好だった。
  - ・4社まとめて考えると、番組のサブタイトルとの繋がりが掴めなかった。
  - ・最後のまとめのナレーションが、もう一工夫必要だったのではないか。
  - ・創業年の元号と西暦がずれていたのも、気をつけて欲しい。
  - ・川徳、東山堂については、総じてもう少し掘り下げた取り上げ方で良かったのではないか。
  - ・及源鑄造は、高い技術の裏づけの説明が欲しかった。上等鍋の名前の由来が分かれば教えて欲しい。
  - ・八木澤商店は、醤油造りにポイントを絞って取り上げた方が良かった。
- 以上の点を会社の方から説明をお願いします。

社 側 ザ・ナビゲーターのシリーズは、今年で4年目を迎えました。地域は厳しい時代が続いておりますが「地域はいかにあるべきか」「どうしたら活性化できるか」を一貫したテーマにしております。毎回サブテーマを設けて、市町村合併やIT関連や少子高齢化などを取り上げてきました。今回は「老舗の底力」ということで、大型店の攻勢に対し、長年続いてきた老舗のノウハウや、元型を学びたいという意図で制作いたしました。

ご指摘にございましたアプローチの甘い部分もございましたが、映像メディアの特性と致しまして、数字的、論理的につめていくものでもなく、映像からそれぞれ伝えたいことを視聴者に感じていただく作り方をしております。

社 側 制作担当です。川徳さんの取材は、顧客の購買スタイルを紹介したいと思い1組選ばせていただいた。川徳さんを支えているメインの年代、女性ということで、条件にあった親子を取材させていただきました。

「上等鍋」の名前の由来は、これまでより上等なものということで、簡単に分かりやすく消費者にアプローチしたいと、「上等鍋」のシリーズにしたそうです。

この4社は、今年動きがあった会社を取材させていただきました。

以上です。

委員長 他に何かありますでしょうか。では、事務局にお返しします。

社 側 それでは、これで1月度番組審議会を終了させていただきます。