

## 第418回番組審議会

1. 開催日時 平成19年2月20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	梅村 俊男
	委員	高橋 三男
	委員	帷子 利明
	委員	千葉 則茂
	委員	西郷 喜代子
	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 和田 利彦

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)  
石井 修平 (専務取締役)  
阿部 孝夫 (常務取締役)  
高橋 甫和 (取締役技術局長)  
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)  
菊池 健 (報道局報道部主任)

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「盛岡ブランド物語」  
1月13日（土）午後2時00分～2時55分  
1月21日（日）午後1時30分～2時25分（再放送）
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

- ・BPO報告
- ・月間民放
- ・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5作目で、年6回放送しております。今回は「盛岡ブランド物語」を、1月13日午後2時から2時55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

- ・十勝・金沢の町のやりたいことや、求めていることは理解できたが、盛岡市が求めているものが理解が出来なかったという不満が残った。
  - ・盛岡くらし物語の認知度が低かったということが根底にあり、番組作りの苦勞が忍ばれた。
  - ・盛岡ブランド宣言を理解しないで、番組を見たので、総花的な印象が拭えない。4つの柱を中心にまとめてもらった方が良かったのではないか。
  - ・盛岡ブランド推進計画の内容について事前に説明があったら良かったのではないか。
  - ・市長のインタビューが番組の後半にあったが、番組の冒頭に構成してもらうと、より理解が深まったのではないか。
  - ・全国一住みやすい街のデータの調査の出所を教えて欲しい。
  - ・字幕が見え難かった。

#### 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2月27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5作目で、年6回放送しております。今回は盛岡ブランド物語」を、1月13日午後2時から2時55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 全体の印象ですが、盛岡の町の景観・水の恵み・特産品ブランド・先人と文化振興ということで、総花的で講評をまとめるのに苦労しました。

最初の「盛岡 イン 東京」のところで、お母さんが「めったにデパートで売っていないものが並んでいる」と言っていました。まさに盛岡・岩手の現状を物語っているのではないかと。積極的に売り込んでいかないと、知名度が上がらないと思う。「ブランド先進地十勝に学ぶ」というところで、チーズのブランド認定の話がありましたが、ブランドに認定してどのように全国に売り込んで行ったかを取材した方が参考になったのではないのでしょうか。「城下町・町家のづくり」は、金沢の取り組みで、行政がお金の面でサポートし、市民がそれを活用するという、両輪の働きで非常に上手くやっているという内容は、よく取材されていた。全体としては、盛岡市もたくさん予算があるというわけではないので、柱になるものを決めて、ある程度お金をかけてブランド化を進めたほうがいいのではないかと感じた。「もっきりの酒屋さん」は、番組構成的には余分だったと思いました。最後に流れたナレーションと映像は、感動しました。

委員 盛岡を売り出すにはどういうものが必要か考える内容で、テーマ設定は良かったのではないかと。冒頭に、市長の愛称発表があり、続いてブランド宣言の朗読、後半にインタビューがあった。露出が3回もあり、夏の市長選挙の前に、市政PRのように受け止められる場合もあると思うので、配慮すべきだったのではないかと。内容は、十勝の取り組み、金沢の取り組みを紹介していて、実のある内容だったと思いますが、場面が変わりすぎて、若干見難かった。十勝では、非常に厳しい認証基準、クレーム管理、市場調査やPR活動をやっている、売上げが伸びたという話。金沢ではお金を掛けて取り組まないと、官民一体といっても掛け声倒れになることが良く分かりました。盛岡の具体例をもっと知りたかったが、まだないのかも知れないが、逆に先行事例を見て、今の現状では盛岡はだめなんだということが視聴者に伝わったのではないかと。と思いました。

委員 一つ目に、たくさんの情報がバラバラに並べられた感じがして、盛岡ブランドを

理解する上では、分かり難かった。最初に紹介した4つのプロジェクトを柱に基づいて構成するなど工夫が欲しかった。

二つ目に、十勝・金沢と盛岡を対比させる意味が、視聴者に伝わり難いという印象を受けました。十勝の話では、十勝ブランドを盛岡が参考に取り入れているのかなあという印象を受けましたが、金沢の話は、行政側が支援をしながら街並み保存に頑張っているということに対して、盛岡は、岩手川が幕引きで、その後の工場跡地を利用する上で、財政的に厳しいという相反する情報が流れていますので、金沢の取り組みが参考になっていない。十勝と金沢で違う位置づけで紹介されていますし、どういう意図で取り上げたか分かりやすくして欲しかった。

委員 盛岡ブランド物語を紹介するのか、問題を提起するために作った番組かをみたくもりますが、ブランド推進計画を市民がどの位認知しているかという評価が足りなかったのではないかと。そのためには、この計画の紹介をもう少し丁寧に概要を分かりやすく話す場面があっても良かったのではないかと。10カ年の計画とあったが、10カ年で何をしようとしているのかという紹介をするべきではなかったのか。全国的なブランドとして注目されている所が多々あるので、住民と行政が一体となってブランドが生まれていくプロセスを追っかければ良かったのではないかと。ブランド推進計画の中身が71業種455で総花的だということですが、番組では、何故そうなったのか？問題点は？など掘り下げが必要だと感じた。4つの柱のうち、まちなみ景観に時間が割かれていたが、盛岡でも「自然環境保全条例」「歴史的環境保全条例」を合体して作ったが、それが機能しているかどうかまで踏み込めばよかったのではないかと。

委員 「盛岡ブランド」のビジョンが足りなかった。ブランド創りの難しさを感じたが、一つには、ブランドにしようとしているのが、余りにも多すぎて、一体何に的を絞って行くのか疑問に感じた。外に発信する手段が、番組では曖昧だった。まずは県民が認めないと「ブランド」にはならない、まず地域の住民に対してどのようにPRするのか、難しいテーマだと感じました。十勝・金沢と盛岡の比較ですが、盛岡の情報が少なく取り上げる時間のバランスが悪かったことと、比較対象として十勝・金沢の規模が大き過ぎるのではないかと。もう少し身近な目標を取り上げた方が、すんなりと入っていったのではないかと。

委員 まずは、全国一の住みやすい町の調査は、どこの調査か教えて欲しい。ただブランドと住みやすい町が一致するかと言うと、必ずしもそうではない。調査の内容の部分は、必要ではなかったのではないかと。カテゴリー分けした4つの柱は、どういうことを考えているのか知りたかった。次は各論を取り上げて行くと面白くなると思います。

委員 盛岡ブランド宣言から1年後というタイミングは、取り上げ方として良かったと

思う。ただ、内容はごった煮の印象を受けました。エンディングのフレーズが印象に残ったので、さらに1年後、2年後と取材を続けて欲しいと思います。映像は、水と緑が上手く配されて綺麗でしたが、撮影した季節が冬だったので、寒々とした感じも残りました。番組のテロップが早く変わる場面が結構ありまして、読み取れない箇所がありました。「盛岡ブランド」について感じたことは、アウターへの効果にウエイトを置きすぎて、インナー向けの配慮が足りない気がします。施策も断片的かつ総花的で、テレビ岩手からの若干の提言があっても良かったのではないかと感じました。この番組を見て、盛岡ブランドを改めて考えるきっかけになりました。

委員 盛岡ブランド宣言が発表されて1年を迎えた時期に、この1年間の状況をまとめて、今後どうするべきかなどを含みながらいいタイミングを得た番組だと思いました。主要4プロジェクトを時間の長短はありましたが、実行した施策はしっかりと取り上げていた。十勝と金沢のブランドの先進地を出すことで、この一年間の盛岡の状況がどうだったのか、どこをこれから取り組まなければいけないのかななどを、自然と比較して見せていて、上品な手法で問題点を取り上げていたと思う。最後の市長のインタビューは、番組冒頭に構成されていると、番組の意図がより明快になったと思う。注文が2つありまして、市長が言っていたとおり、市民との協業がなくてはこれは成功しないものなので、もっと市民の声を聞いてもらおうと現状がよく分かったと思う。また、この計画は数値目標があるので、その内容を伝えたほうが分かりやすかったと思う。

委員 番組は、きめこまやかに取材し、映像も綺麗で、盛岡をなお素晴らしく見れる感じがしました。盛岡市が「もりおか暮らし物語」とキャップコピーにして推進していること自体も全く知らなかった。ブランド推進室まで立ち上げているということだが、市民には浸透していないのではないか。そういう意味でこの番組の意味は大きかったと感じる。ただ、盛岡ブランドとして、全国展開する必要があると思いますが、かなり地域限定的ということからすると、どの程度今後盛り上がりを持って進むか疑問が残ります。市民として、盛り上がりを期待しますし、メディアとして、成り行きを伝えていくことも必要だと感じました。

委員 内容が盛りだくさんでしたが、知らないこともあり、興味深く拝見しました。「盛岡市が全国一住みやすい町」を始めて知りましたが、その評価項目の内容があればいいと思いました。「盛岡イン東京」は1回だけで終了するのでは意味がないので、継続が望ましいと思いました。盛岡城跡公園の話題で、「差別化」という言葉が出てきましたが、今の時期にこの言葉は良くないのではないかと豆腐工房のところでは、手作りの良さが示されましたが、需要が増えれば供給は間に合うのか心配になりました。十勝の例は、盛岡とのつながりが分かり難い感じがありまし

たが、認証・認定品が導入されるというのは最近の流れだと思いますが、その内容が少し分かり難かったと思います。町家のところで、見ると住むとは大違いだという本音も示されて、回顧と復古とは全く違うんだということをわきまえておく必要があるということがアピールされたと思います。金沢の街並みの保存のところで、行政も大変重要だと思いますが、住民が事を運ばせて、事を成し遂げるところが伝わりました。見た目の重要性は理解できるのですが、表面だけではなく、その裏にある大変さとか大切さを同時に示せば、視聴者にわかり易かったのかと思います。

委員 行政の計画は難しく分かり難いのですが、それを映像とか取材を通して理解を深めていく、且つプロモーションビデオではなく、報道機関として一つの考え方を持って、行政がやろうとしていることに対して提言というか、視聴者に考えてもらうというものを随所に出していかなければならないということです。市側は市民参加の基に作った計画ですというのですが、全体の姿が見えない。それを番組を通して理解を深めて、且つ問題点を考えていって貰い、自分の問題として取り組んでもらえば、なお良いというような考え方に見えた。

今どうしてブランドなのか？既に地域学、地元学で、10年位前から取り組まれてきている。県内でも地域の人達が研究者と一緒にになって、地域研究している。これは、岩手県ではなく全国3000を超える自治体がほとんど取り組んでいる。盛岡の行政の責任者は、どういう思いでこれを行っているのか？焦燥感でしょうか？番組の構成ですが、右上の見出し（字幕）が非常に見難かった。項目を大きく出して貰うと分かりやすかったのではないかな。映像の美しさは十分に出されていたが、インタビューが豊富に番組に入っていて、やや急ぎすぎた感はあるけれども、努力が見えた。十勝と金沢の例は効果的に使われていますが、評価は割れている。両例は「大丈夫ですか、盛岡市の計画は？」と控えめながら提言しているように思いました。盛り沢山で疲れましたが、考えさせられた番組でした。

委員長 予想通りまとめ難い番組になりました。久しぶりに辛口の批評が多かったように感じました。番組の内容よりも、盛岡市への提言が委員の心に残った気がします。

・十勝・金沢の町のやりたいことや、求めていることは理解できたが、盛岡市が求めているものが理解が出来なかったという不満が残った。

・盛岡暮らし物語の認知度が低かったということが根底にあり、番組作りの苦勞が忍ばれた。

・盛岡ブランド宣言を理解しないで、番組を見たので、総花的な印象が拭えない。

4つの柱を中心にまとめてもらった方が良かったのではないかな。

・盛岡ブランド推進計画の内容について事前に説明があったら良かったのではないかな。

・市長のインタビューが番組の後半にあったが、番組の冒頭に構成してもらうと、

より理解が深まったのではないか。

- ・全国一住みやすい街のデータの調査の出所を教えて欲しい。
- ・字幕が見え難かった。

社 側 ザ・ナビゲーターは、地域の今後を考える番組で、年6回シリーズです。現状で何が欠けているか考えるための番組です。十勝を取り上げたのは、取り組みが長くはないので、盛岡の参考になると考えました。盛岡ブランド化は、玉山村と合併したことがきっかけで始まったようです。

社 側 番組制作を担当いたしました。盛岡市の掲げたブランド宣言が総花的なので、苦労しました。4つのプロジェクトのうち、盛岡市が初年度は、まちなみ景観と、認証商品に着手したので、番組もその内容に費やす時間が長くなりました。十勝は、小さなチーズ工房が団結して地域興しをしている。金沢は、行政と一緒に景観を守っている。この2つを取り上げて、こういった取り組み方があるか例にしました。

全国一住みやすい町のアンケートは、時事通信の調査によるものです。盛岡は2位の項目が多かったのですが、トータルすると2年連続1位となりました。結果的に、とっかかりがまちなみ景観と、特産品ブランドだったので、盛岡の取り上げ方が少なかったということがありましたし、テロップが小さく見難かったということもありましたので、そういう点は改善して行きたいと思います。

社 側 ブランド宣言元年として、取り組みを追ってみて、盛岡再発見的な部分もございました。それから先進地を紹介することによって、盛岡が何を考えていかなければいけないのか、意識していかなければいけないのかという部分を感じてもらえたと思います。十勝や金沢は、盛岡と比較してどうかという意見がございましたが、リサーチしていく中で、同規模のところはあまり参考にならないものが多かったので、少し上のところという意味では、目標になると考えました。

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2月度番組審議会を終了させていただきます。