

# ほうこん

題字・清水英夫

GALAC・4月号・付録  
2015年4月6日発行(毎月1回6日発行)  
昭和43年3月8日第三種郵便物許可

〒160-0022  
東京都新宿区新宿5-10-14 中村ビル2F  
NPO法人放送批評懇談会

TEL(03)5379-5521/FAX(03)5379-5510  
ホームページ <http://www.houkon.jp/>  
Eメール [kondankai@houkon.jp](mailto:kondankai@houkon.jp)  
編集・藤田真文

## シンポジウム報告 ギヤラクシュー賞各部門下期募集中

—2月理事会報告—

2015年2月26日、2月理事会が開催された。

### 1. 委員会活動報告

◇出版事業委員会 飯田委員長

・19日に編集会議を開催した。5月号の特集は「テレビイノベーションは大阪から始まる」。表紙は井ノ原快彦さん。ザ・パーソンは川田十夢さん。

・宮城県の図書館から、東日本大震災の特集号をアーカイブ化したなどの申し入れがあり、編集委員会でも検討した。委員会として進めることになったので、これから手続をはじめます。

・「GALAC」の電子版については角川を取次として大手の電子書店で流通する予定。価格は550円にしたいというのが編集委員会の結論だが、この価格が適正で

あるのかを検討していただきたい。

「半額以下がいいのでは」「電子版は必ず値引きキャンペーンするので、慎重に決めたいほうがいい」「電子版の目的はどこにあるのか」「GALACは一般の雑誌と違って、なるべく多くの人に読んでもらうために電子化するのだから安くしたほうがいい」などの意見が出た。電子版を出すことを理事会で討議していなかったので、これについてさらに意見を交わした。「電子版にするとときに写真のマスクングが発生してくるだろう。電子版の許諾も取らなくてはいいけない。紙ではOKだが、電子版は断られる場合が出てくるだろう」「表紙の写真の許可が出ない場合はどうなるのか」など。飯田編集長は「特集のタイトルは残して表紙の人物

は輪郭だけになるだろう」「数号前から特集については依頼の時から電子化する可能性があることを明記している。連載についてはこれからになる。写真で一番苦労しそうなのは月間賞のページで許可が出ない場合はマスクをかけることになるだろう」と回答。「趨勢としては紙は電子に変わりつつあるので、拡大するために電子化したほうがいい」「紙と電子版と両方あったほうがいい」「今の若者はあまり回読しないので、電子版は必要だろう。維持会員に対してのプラスメリットも必要だろう」「会員の機関紙的な役割が大きいので、時間差で電子版を出したほうがいい。その場合は安くしたほうがいいのでは」「もう一度きちんと電子化の狙いと計画を理事会に出してほしい」などの意見があり、藤田専務理事が次の理事会に改めて提案するよう飯田編集長に依頼した。

◇選奨事業委員会

(テレビ委員会) 丹羽委員長

・1月30日に1月度の月評会を開催して、「共感百景」(テレビ東京)

「サンデーモーニング新春スペシャル」(TBS)「パリ白熱教室」(NHK)「松岡修造」を選んだ。

〈ラジオ委員会〉 橋本委員長

・1月27日に定例会を開催して、阪神・淡路大震災関連の番組について合評した。20年の活動やスタッフの熱意が印象的だった。また、2月23日に定例会を開催して北海道放送と琉球放送の番組を試聴した。

〈CM委員会〉 稗田委員長

・2月24日に定例会を開催した。ハウス、ダイハツ、海遊館、マルコメ、アシックス、北陸新幹線、ポカリスエットなどが取り上げられた。

〈報道活動委員会〉 鈴木委員長

・下期の募集が始まるが、上期同様の応募数を期待している。

◇企画事業委員会 川喜田委員長

・2月17日開催のシンポジウムは参加者が129名だった。アンケートの結果を見ても内容的には良かったが、客足が伸びず、赤字になってしまった。特に第2部は評判が良かったので残念。地方局からの参加が少なく、大型シンポジウムは難しい時代であることを実感した。3月10日に委員会を開催して今後の事業の運

営方針を話し合う予定。

◇マイベストTV賞プロジェクト

滝野プロジェクトリーダー

・1月分の番組を対象にしたデータニュース社の投票結果と1月度のマイベストTVを比較した。また、会員数が1万人を超えてシステムが飽和状態になっているので、今後についてミーティングを開催する予定。

## 2. その他

①ギャラクシー賞贈賞式の件 入江理事

第52回ギャラクシー賞贈賞式の司会者依頼作業を開始する。来賓祝辞は例年通り懇親会で行う。

②バードマンレプリカの件

松永真さんの了解を得たので、3月に第51回、第52回受賞者に案内を送付する予定。

③退会の件

正会員2名から退会希望のメールがきたが、慰留の連絡を試みる。

④志賀信夫賞の件

2月27日締切で案内しているが、3月3日まで延長するので、推薦をお願いしたい。

⑤日韓中TV制作者フォーラムの件  
放送人の会と話し合い、今後も共催

を続けることを確認した。

⑥脚本アーカイブス・シンポジウムの件

3月18日に開催するシンポジウムの案内を正会員にメールでお知らせしたい。↓了承。

次回以降の理事会

3月31日(火)

4月28日(火)

【出席】音好宏、橋本隆、藤田真文、川喜田尚、飯田みか、丹羽美之、稗田政憲、鈴木嘉一、滝野俊一、入江たのし、碓井広義、茅原良平、上滝徹也、小林毅、坂本衛、桜井聖子、嶋田親一、古川柳子、水島宏明、山田健太、中島好登

## 会議記録

〔2月〕

19日

23日

24日

26日

27日

出版編集委員会

(選奨) ラジオ定例会部会

(選奨) CM定例会部会

理事会

(選奨) テレビ月評会

# 放送批評懇談会シンポジウム2015レポート

## 「キュレーションの時代と放送メディア」

川喜田尚

### キュレーションとは

毎年春を先取りして開催される「放送のシンポジウム」。ここ10年のタイトルを並べてみると視点の違い、キーとなるテーマの変遷を俯瞰することができる。

デジタル化の波をどう乗り切るか、デジタル化の影響は、といった経営論、産業構造論が交わされた時代。ITに主役の座を奪われるのか、ネットとどう共存するのといったメディアの覇権やポジジョンを論じた時代。それぞれにその時代のジャーナリズムや経営、機能について真剣に考え、意見を交わし、ビジョンを描いてきた。

では2015年、今の視点をどこに置くべきか。企画事業委員会で議論を重ねた結果、今回のキーワードを、「キュレーション」とした。

キュレーションとは何か。ビッグデータの活用が盛んになってきたIT系の分野でよく使われるようになったが、ここでは、「情報の海の

中から必要なものを選び、整理し、分析して新しい価値を生み出す」という意味とし、放送メディアの本来の機能について考えてみようという趣旨で今年のシンポジウムを企画構成した。

日時は、2月17日(火) 13時~17時、会場は千代田区平河町の海運クラブホール。

### 化学のエアウィーヴと物語のふくや

第1部は、パネル討論「先進企業に学ぶメディア戦略」として、(株)エアウィーヴの高岡本州会長と(株)ふくやの川原正孝社長に地域から全国、世界へと展開するメディア戦略やブランド展開について聞いた。モデレーターは八塩圭子氏。

高反発寝具をわずか7年で認知度60%の高級ブランドに成長させたエアウィーヴ。浅田真央、錦織圭、ババ・ワトソンら世界的アスリートと契約し、化学的データを駆使しながらメディア展開する。また極めて人間臭く、ひととの出会いを重んじ東北の復興支援やさまざまな社会貢



左から第1部パネリストのエアウィーヴ・高岡本州会長、モデレーター・八塩圭子氏、ふくや・川原正孝社長

献に情熱的に取り組む高岡会長。

一方、明太子という新しい食文化を拓き、全国的なブランドになりながら、地域メディアとともに伝統行事や地元サッカーチームの支援も行い、地元企業のリーダー的存在として際立った存在感の福岡の老舗ふくや、河原社長。控えめながら高い志に基づいた経営方針や会社の歴史そのものが人々を惹きつける物語性を備え、ふくやをモデルに描いたドラマ「めんたいびりり」(テレビ西日本)は続編や舞台化へと展開している。

好対照だが共通点は、高品質、つまり本物であることから帰結するブランド力。その構築に放送メディアの存在は欠かせない。そして両社ともラジオの番組を提供し続けていることからわかるがアナログ的アプローチや人的つながりの重要性を強調されていた。

## テレビの優位性 + 多様性がキー

第2部は、シンポジウム「放送のキュレーションパワーを磨け!」。登壇者による其々20分ほどのプレゼンと会場からの質問も交えてのディスカッションは多いに盛り上がった。モデレーター&コメントーターの荻上氏からは、放送がネット情報をどうキュレーションするかとい

### プログラム

#### 第1部： 先進企業に学ぶメディア戦略

<パネリスト>  
株式会社エアウィーブ 代表取締役会長 高岡本州  
株式会社ふくや 代表取締役社長 川原正孝  
<モデレーター>八塩圭子

#### 第2部： 放送のキュレーションパワーを磨け! オープニング/まとめ 評論家 荻上チキ

【オーディエンス】  
メディアリテラシーの変化を読み解く  
電通総研メディアイノベーション研究部長 奥 律哉

【SNS】放送+ SNSの効用と副作用  
作家・元@NHK\_PR1号 浅生 鴨

【ジャーナリズム】  
発信・発言するジャーナリズムアプリ誕生  
NewsPicks編集長 佐々木紀彦

- 2005 見えてきた! 放送のデジタル・ニュー・オーダー
- 2006 放送のデジタル新サービスと文化
- 2007 加速するデジタル化と放送の未来
- 2008 デジタル化の成熟と放送、インターネット
- 2009 放送2.0宣言  
~新しい媒体価値の創出~
- 2010 放送新時代へ3つの焦点  
~政策・広告・経営~
- 2011 ソーシャルメディア時代の放送
- 2012 “2011”を超えて  
~放送リ・スタート
- 2013 ローカルパワーの創り方
- 2014 再発見!  
クリエイティブパワー



第2部の登壇者。左から荻上チキ氏、奥律哉氏、浅生鴨氏、佐々木紀彦氏

う視点と放送コンテンツがネットによってどうキュレーションされ、それがまた放送メディアにどう影響するかという視点の両方を考えていく必要があるという重要な議論の起点が示された。

まず電通総研の奥氏は、リテラシーの変化、多様化を指摘。例えば「ニュース」は半径3mの出来事と定義する層があること、マルチデバイス化によって伝送路と局のブランド認識が希薄になっていること、タイムシフト視聴のポリュームゾーンはリアルタイム視聴者であることなどの分析がプレゼンされた。

次にNHKのSNS発信の先駆者、浅生鴨氏。SNSでの情報量の多さは番組の視聴者増には繋がらない、むしろ感情や熱量の多さに左右されること、SNSで話題になることの効用は再放送の視聴率に貢献することなど、貴重な体験

に基づく話が披露された。

3人目は、ニュースキュレーションアプリのニュースピックス佐々木編集長。いまは1000年に1度の大変化時、ニュースの生産、編集課程にアルゴリズムによる非人的作業が増えてきており、流通においては、特に活字メディアはテクノロジーの変化についていけずに旧来型モデルが大きく落ち込んでいるという見解が刺激的であった。

最後のセッションは、荻上氏のモデレーションで活発な質疑応答が展開された。現在の広告会社+地上波広告モデルは変わるのか、ネットフリックスなどの影響は?などについて意見が交わされたが、大きく纏めると以下の3点に帰結すると感じた。①放送の優位性は揺るがない。高い理念と制力作をもった放送業界はもって自信を持って。②目的、理念が共有されていれば、目的を達成するための手段として他のメディアや新しいメディアも活用するという発想は自ずと理解されるはず。③放送局の組織は変化に対応できる。将来ビジョンがはっきりしている局はすでに動き始めている。外部からの人材と社内の若手の思い切った登用を。

最後に荻上氏から、放送コンテンツの活字化、アーカイブ化によって多様な解釈、議論に採まれない絶対的優位に繋がるといふ示唆に富んだ提案があり、シンポジウムは熱く終了した。