

## 第412回 番組審議会

1. 日 時 平成18年7月18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. 委員総数 14名

出席委員 10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	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

欠席委員	委員	山本 玲子
	委員	帷子 利明
	委員	千葉 則茂
	委員	上野 克幸

社側出席者	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)
	沢 行則 (制作局長)

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 『第一回いわて味の求道者たち』」  
6月24日（土）午後2時～2時55分放送

#### 5. 資 料

資料として以下のものを配布

- ・視聴者からのご意見
- ・月間民放

#### 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」は1時間番組を年間6本のシリーズで放送して、今年で4年目に入ります。テーマは「地域が元気に生き残って行くために何が必要か」という視点で、経済的な側面からアプローチしていく番組と位置づけています。

委員側意見

- ・「食のビジネス」＝「味の求道者」というテーマは、結びつきに無理があったのではないか？
- ・宣伝色が強かったのではないか？
- ・4つの取り上げた共通点があれば良かったのではないか？
- ・全体を通じて伝えたいことが感じられなかった。
- ・4つの題材の順番を決めた理由を知りたい。
- ・原料の調達先を明確にして欲しかった。
- ・県内向けの放送なので、地元が知っている情報ではなくもう少し詳しく知りたかった。
- ・地ビールの中で、ドイツの方が関わった経緯について知りたかった。

#### 7. 審議内容

別紙のとおり

#### 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18年7月25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 定刻になりましたので審議会を始めます。きょうの議題は6月24日放送分の「ザ・ナビゲーター4『第一回いわて食の求道者たち』」です。それでは委員長、宜しくお願いします。

委員長 それでは、ご意見を宜しくお願いします。

委員 4つのコーナー共に、新しい自分への情報があり、楽しめた。今後の予定がどこかに示されると、良かったのではないかと感じた。はじめに「食のビジネス」と「味の求道者」と出てきたが、整合性が欠ける印象を受けた。一つ目の盛岡冷麺では、社長の食への思い入れが、花や音楽などと総合的感性という気配りで示されて、『医食同源』という、まさに求道者の一面が示された。社長の名前のテロップが、2種類出てきた。個人名なので気を付けた方がよい。

2つめの地ビールでは、100年前の製法へのこだわりは何か？後継者は育っているのか？疑問だった。3つ目の白金豚では、親子の30年の成果、三種配合の豚は、養豚から精肉、流通まで、こだわりの手法が食の安心という点からも伝わった。4つ目の十割そばで、讃岐うどんは、専用の小麦栽培の復元から復活したと聞いているので、蕎麦も専用の栽培からというのも納得した。食事・睡眠・運動は健康の三要素ですが、いずれも質と量をわきまえないと、病気の三要素にも変容するというのを付け加えると良かったのではないか。

委員 4つの話を紹介してあり、それぞれ情報が豊富で参考になった。最後の方に企画として広告代理店名が出てきたこともあり、番組が広告特集で、宣伝色が強く出ている感じがした。盛岡冷麺の話では、銀座出店初日に300食出たとあったが、これが予想を上回る好評なのか、その後どうなのか、今後の店舗展開などわかれば良かったのかと思った。地ビールは、ドイツ人のマイスターが唐突に登場したが、この方が協力するに至ったいきさつが描かれれば良かったのではないか。100年前の設備で、経費も三分の一で済んだとありましたが、今後のメンテナンスについても言及があれば良かったのではないか。白金豚は、生業なのか、副業の中の実験的なものなのか、分からなかった。売り上げについてもはっきりせず、若干消化不良の気がした。十割そばは、収益額が出ていたが、製粉機とそば粉セット提供のリース料なのか、そばの収益なのか、収益構造も教えてもらうとなお良かった。静岡に3店舗とあるが、なぜ静岡にこだわっているのか、説明が欲しかった。そばの委託栽培を金ヶ崎で始めるとあったが、今まではどこのそば粉を使っていたのか分かりにくかった。

番組の中で、「手間隙惜しまず」、「定年退官」などの表現が適当ではないと感じた。

委員 盛岡冷麺で、社長の取り組みは良く分かったが、建築家の助言が出てきたことで、社長の印象が薄まった気がした。むしろ、社長が、音楽や絵画にどのような関わりを持ってきたかを紹介したほうが効果があったのではないかと。地ビールは、ドイツの方が、どういう経緯で加わったのか知りたいと思った。白金豚は、息子さんの語りが成功ビジネスを説明していて、流れとして自然な感じがした。十割そばは、医科大学の教授から転身したときに、十割そばに着目した経緯を少し説明して欲しかった。直営店を広げることには力を注いでいるのか、そば粉を供給することに力を注いでいるのか、曖昧だった。この5年間で急成長した成功ビジネスの歩みを知りたいと感じた。

委員 「いわて食の求道者たち」ということで、この方々の成功物語と見ていたが、私は、この方々の提供している飼料や原料調達をどうしているのかという観点で見た。今は地産地消と言われているので、原料を県内で調達しているのか知りたかったが、はっきりしなかった。また、原料の調達が、容易なのか困難なのかという点にも言及すると良かったのではないかと。また、全国ブランドになりつつあるそれぞれの課題は何かを知りたかった。

委員 「ナビゲーター」というタイトルからすると、情報をより具体的に聞いて、手にしたいという欲望を駆り立て、それ自体が県民によって指示され、産業が発展していけばいいと思う。4つの案内があったが、麺に関しては、冷麺も十割そばも有名なもので、番組に出てきた内容は県民は知っているのではないかと?普段聞けないような詳しい内容が欲しかった。地ビールと白金豚に関しては、製法とか由来とか違いとかを詳しく説明していたので、これから広げる意味でよかった。販売場所等がわかりにくかったのは、残念だった。

中央に進出に関しては詳しく取り上げていたが、今の時代は広域に支持されるよりも、地元でいかに支持されるか、岩手にいかに経済効果をもたらすことが出来るかが、一番大切だと思うので、地元に着目した情報が価値のあることではないかと思う。

委員 県内の食をビジネスにしている経営者を集めているが、それぞれ食に対する理念を紹介する意味では、コメントも、映像もしっかりとした内容だった。ただ、全体を通じてこの番組は何を言いたかったのかという、メッセージ性は感じられなかったのは、残念だった。インターネット販売の重要性を再認識した。食べることがないものを買わせるノウハウをもう少し詳しく知りたかった。また、4つの話の順番をどう決めたのか疑問に思った。

委員 地域に着目した良い番組作りをしたと思う。メジャーに育て上げた「盛岡冷麺」

の社長の努力・貢献は、評価されていいと思う。地ビールについては、この業界が非常に低迷して、どんどん辞めていく中で、これだけの進展を続けたのは、すばらしい。是非育てて生きたい産業だと思う。1時間番組で4社を取り上げているが、限られた時間内で情報を伝える努力が感じられた。また、アナウンサーの語り口は、安心感があり良かった。

委員 番組の構成、取材内容、映像、ナレーション、全体的にいい番組だったと思う。知らない情報を得ることが出来たし、視聴者が食べてみたくなる番組だった。

委員 それぞれが頑張っている姿が伝わり良かった。冷麺では、良質の食材と心地よい食空間の提供に問題意識を持って、利用者の心地よさを大切にする姿勢は、今までになかったと思う。地ビールは、100年前のドイツの古い施設の映像が加わればなお良かった。対面販売と通信販売の努力・着想に関心した。4つの題材を扱っているが、良いものを作れば全国にも受け入れられるということ、こだわり・信念に基づいて努力するとビジネスとして成り立つということ、豊かな食材・きれいな環境・伝統の技・ベンチャー精神があれば世界に通じて行くというナレーションがあったが、テレビ岩手が2001年に出版した「いわて大航海時代」で、大卒の岩手の未来の指針を言っているが、この番組は実践編で、多種の業種から先駆的に取り組んでいる皆さんを取り上げていると感じている。率直なところ、この先どうなるのか不安だが、是非頑張って行って欲しい。

委員長 まとめますと

- ・「食のビジネス」＝「味の求道者」というテーマは、結びつきに無理があったのではないか？
- ・宣伝色が強かったのではないか？
- ・4つの取り上げた共通点があれば良かったのではないか？
- ・全体を通じて伝えたいことが感じられなかった。
- ・4つの題材の順番を決めた理由を知りたい。
- ・原料の調達先を明確にして欲しかった。
- ・県内向けの放送なので、地元が知っている情報ではなく、もう少し詳しく知りたかった。
- ・地ビールの中で、ドイツの方が関わった経緯について知りたかった。

社側 「ザ・ナビゲーター」は1時間番組を年間6本のシリーズで放送して、今年で4年目に入ります。テーマは「地域が元気に生き残って行くために何が必要か」という視点で、経済的な側面からアプローチしていく番組と位置づけています。

今回のタイトルは、「味の求道者たち」より「食のビジネスに賭ける」が適切だったと思います。

広告代理店が企画で入っておりますが、番組内容に関しては、弊社制作部がすべて決めております。

全体として言いたいことは、シリーズの地域の活性化に即しまして、岩手の豊かな食材を使って、いかに地域のブランド品を創って、全国展開していくか、地域で生きていくか、というのが今回のテーマでした。そういう側面から4つの会社を取り上げ、起承転結で並べてみました。並べ方は、『起』として銀座への進出を果たした「盛岡冷麺」。『承』として、全国的に伸びている「地ビール」。『転』では、あまり知られていないが、全国でNo.1にランキングされつつある「白金豚」。締めは、経営的、理念的にしっかりしておられる「十割そば」。という並びにしました。

原料は、どの分野でも岩手産を使いたいですが、それが果たせてないという状況です。例えばそばだと、中国産の原料が88%です。国内産は数%しかありません。これはそばが非常に安い穀物なため、作る農家が少ないからです。細かく言うといろいろ話があり、そこだけで長くなるため、なかなか入れられませんでした。「十割そば」で、何故静岡に出店したかという、番組でも少し入れたつもりですが、東海地区が外食産業の激戦区なので、あえてここで勝負するために展開したということです。文字の間違いや、不適切な表現などは、気をつけていきたいと思えます。

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。

事務局 ありがとうございました。以上で番組審議会を終了いたします。