株式会社インタラクティーヴィ　番組審議委員会議事録

１．開催日時：　令和７年11月13日（木）　11時30分～13時15分

２．開催場所：　JCOM株式会社　Room1（丸の内トラストタワーN館３階）

３．委員の出席：

委員総数：　　７名

出席委員数：　　５名

出席委員の氏名：

（敬称略、五十音順）

植田 益朗、音 好宏、中川 幸美、村上 憲一、吉岡 忍

放送事業者側出席者：

株式会社インタラクティーヴィ

代表取締役社長	笹島　一樹
取締役	髙木　明夫

ディスカバリージャパン株式会社＜女性チャンネル♪LaLa TV＞

コンテンツ事業部　シニアマネージャー	山路啓之
コンテンツ事業部　編成スーパーバイザー	藤本悠記子
アフィリエイトセールス＆マーケティング スーパーバイザー	森井健策
アフィリエイトセールス＆マーケティング セールスアソシエイト	オオタニジュリオ弥

エーアンドイーネットワークスジャパン合同会社＜ヒストリーチャンネル＞

代表執行役員社長	ジョン・フラナガン
編成制作部ディレクター	福井靖典
チャンネルオペレーション部　アソシエイト ディレクター	中島渉

事務局：

JCOM株式会社

メディア事業推進部　斎藤　弘之、廣田　結子、水野　唯音

４．議題

株式会社インタラクティーヴィで放送する６チャンネルの内、「女性チャンネル♪LaLa TV」、「ヒストリーチャンネル」の番組内容、編成内容について。

５．審議内容

① 「女性チャンネル♪LaLa TV」の編成番組『ワン・イーボー：探索新境』について、各委員より以下のような意見・質問がなされた。

・この番組のコンセプトは「好奇心を持ち続けるエイジレスな女性」という LaLaTV の主要視聴者層に合致している一方で、高齢の男性視聴者には感情移入しづらい部分もあり、視聴者の反応が気になった。
・ワン・イーボーは 27 歳のイケメン俳優で挫折を知らない成功者だが、前向きでまじめな印象で、自己主張が強くなく淡白な人柄として描かれ、また自身のことを臆せずに語れる人であると感じた。
・映像美とスケールの大きな大自然の中で、ワン・イーボーが自然を前に少しずつ成長していく様が描かれており、青年期の成長と自然という異なるジャンルが見事に融合した番組となっている。
・彼が 67 歳になったときのドキュメンタリーを見てみたい。
・素を見せたいのか既存のイメージを強調したいのかが不明瞭で、これは自己イメージを見せるための演出であり「素」ではなく、むしろ真面目さゆえに俳優像と自己に差がないため「素」が存在しないのではないかと思える。
・番組のジャンルが「ドキュメンタリー」「ワン・イーボーのプロモーション」「折衷型」のいずれか不明瞭で視聴者として判断に迷う一方で、人気者の素の姿を見られること自体が番組の魅力とも感じられる。
・映像では孤独を描こうとしているものの、編集のスタイリッシュさが逆にスタッフの存在を感じさせ、ワン・イーボーの真っ直ぐな生き方との調和が取れておらず、スタッフを含めたドキュメンタリー形式のほうが効果的だったと感じられる。
・海外のドキュメンタリーは作りが上から目線で、熱帯雨林のロープ投げなどの試練演出が仮初めの挫折に映り、必ず困難を乗り越えさせる感じが少し古く、アメリカ的な印象を受けた。
・日本を含むワールドマーケットでは出演者自身がカメラを持つような自然な手法が好まれる中、上から目線で困難を乗り越えさせる古典的な演出や、試練の仮初め感、引きのカットなどが視聴者を白けさせている。
・映画監督のインタビュー部分は嫌な感じで興味をそぐ上に暗く、アドベンチャー部分だけでも十分楽しめる作品であり、ミックスドキュメンタリーである必要性は薄いのではないか。
・「生きること自体に意義はない」や「次はレーサーに挑戦したい」などの台詞が表層的・単層的で、深みや個性に欠けるが、これは彼の年齢や中華思想、成功至上主義的な現代中国の影響かもしれない。
・わざとらしいチャレンジ部分だけを見るよりも、監督と役者の関係性だからこそ聞ける興味深い内容がワン・イーボーの半生を浮き彫りにしており、ドキュメンタリーにおけるクッションの役割を果たしていたと感じた。

〈事業者からの回答〉
中国ドラマ視聴者におけるワン・イーボーの認知度は高い一方で、中国俳優はＳＮＳを追っていても素が見えづらいため、本番組で自然な姿を見られることへの好反応が多かった。中国ドラマファンがドキュメンタリーを見るきっかけを作ることができ、LaLaTV で放送したのは成功だったと考える。

② 「ヒストリーチャンネル」の編成およびオリジナル番組『和食のこころえ～日本の心と美学 supported by 文化庁』について、各委員より以下のような意見・質問がなされた。

・すごく勉強になる一方で、テレビ番組としてはナレーションとインタビューの隙間がなく疲れる印象を受けたため、食リポのようなテレビらしい表現を使って味を伝えるなど、エンターテインメントとして見せる工夫ができれば更なるターゲットを狙える番組だと感じた。
・文化庁らしい無難さ、高級感があった。
・インバウンド旅行者が見ても参考になるような作品だが、外国人はもうこの段階を超えており、現在の日本を訪れても接することができる日本食のヒストリーのほうが良いのでは。
・現在の観光客における流行がネットで見たＢ級グルメを求めて日本にやってくることであるとすれば、様々な角度からの情報があるのは良いこと。
・文化庁がお金を出すのは良いことだが、日本の文化と海外から見た文化に乖離があり、もっと多様なもののほうがコンテンツ産業的には発展できると感じた。
・オリジナル番組をシリーズ化して制作する方法を色々試みてほしい。
・日本料理として紹介されているものと、普段日本人が食べているものは全く異なり、日本人はその落差を普通に生きていると感じた。
・日本の「和食」が単に食のジャンルとしてだけではなく、日本人の精神や暮らし、風土の結晶としての食文化であることが伝わった。
・自分たちを批評する部分がこの番組にはなく、日本文化を外の目になって批評できればより親しみやすくなるのではないか。
・フランス料理との対比を軸に、和食が季節や自然との共生を重ねつつ、海外の多くの影響を取り入れてきた歴史を示し、日本が国際協調によって成り立っていることを食の世界で見事に表現している。
・フランス大使館マルタン総料理長、懐石料理人、和菓子職人、味噌・醤油職人らのコメントを交えながら和食の価値を浮き彫りにする構成と、映像の妙が見事だった。
・アジア・ヨーロッパ 50 カ国以上で放送されたとのことだが、より多くの国で放送されることを希望する。
・飛行機で視聴できる映像などに適していると感じた。

〈事業者からの回答〉
番組尺の 45 分に収まりきらなかったため、15 分×4 話を YouTube で配信している（テーマ：調味料、懐石料理、郷土料理、包丁などの道具）。番組にエンタメ性もあった方が良いことは理解しているが、文化庁の要求に沿ったテイストを徹底し、全国むらなく撮影してほしいというリクエストもあったため、少し詰め込みすぎな感じになってしまった。また、番組の意図として、日本を訪れる観光客に対して本当の和食はＢ級グルメやカツカレーなどではなく、長い歴史を持つものであることを伝えたかった。海外から見る日本のカルチャーは常に変化しているので、今後も文化庁の協力を得て番組を制作していきたいと考えており、海外との新しい試みも検討している。

以上