ユメミル、チカラ

応援レポート

2011

地域メディア活動報告書

HTB

編集方針

HTBの仕事。
みんなの夢のひとつひとつに、私たちの意思を重ねて

HTBが北海道に存在する理由。
みんなの夢見る力を応援することで、地域の未来に貢献すること
私たちが紡いできた意志です。

テレビという日々の仕事で、夢を育み希望をつくる。
地域の課題に取り組むことで、私たちも成長させていただきました。

2011年、テレビはアナログ放送を終了し、デジタル新時代を迎えます。
夢のひとつひとつを応援してきた私たちの取り組み
未来につながる決意の確かさ
「ユメミル、チカラ応援レポート2011」がお伝えいたします。

「ユメミル、チカラ応援レポート 2011」は、HTBの社会的責任を明らかにし、その実現に向けた活動を報告する冊子です。創刊号である本号では、2010年度（2010年4月～2011年3月）を中軸にしながら、長期間にわたり継続してきた私たちのこれまでの取り組みをお伝えいたします。

C O N T E N T S

トップコミットメント
地域メディアとして、私たちにできることは
「ユメミル、チカラ」を支えること、生み出すこと。……P01

まなざしは地域の未来に――
HTBの企業姿勢……P02

特集 “6つのチカラ”応援の取り組み

北海道のチカラ
●海外への情報発信……P04
●水曜どうでしょう……P06
●HTBのドラマ制作……P08
●ユメチカプロジェクト……P10

生命のチカラ……P12
エコのチカラ……P13
スポーツのチカラ……P14
子供のチカラ／食のチカラ……P15

ユメを応援するインフラとして
デジタル時代、HTBの使命と挑戦
●155のデジタル送信所置局……P16
●HTBのデータ放送……P18

より良い北海道づくりをともにすすめる
地域ジャーナリズム……P20

社会活動……P22

ステークホルダーとの対話
地域社会からの期待や要請を知るために。……P24

コンプライアンス推進体制……P26

第三者意見……P28

HTB

地域メディアとして、私たちにできることは「ユメミル、チカラ」を支えること、生み出すこと。

東北、関東、北海道に大きな被害を及ぼした「3・11」大震災。約3万人の死者・行方不明者、さらに福島県内の原発事故でも多くの人が避難を余儀なくされました。あまりにも広範囲な「地域の崩壊」。

この未曽有の被災から地域社会が復興し、震災以前の日常生活が回復するために、北海道のテレビ局は何をしたらいいか――。大震災は、HTBの地域メディアとしての社会的責任をいきなり巨大波で問い詰めてきたのです。

折りしも、HTBはこの「ユメミル、チカラ応援レポート」の創刊号を発行しようとしていました。テレビ局は、公共の電波を使って国の内外に情報発信することを生業としています。その日々の営みの基になるHTBの企業理念、行動規範がどのように実践されているかを検証し、報告する義務があると考えたからです。

7月24日に完全移行する地上デジタル放送時代は、地域の回覧板の役目も果たすデータ放送、あるいは災害時に有効なワンセグ放送など、新たな地域ネットワーク環境が整います。HTBは、そんな新時代にも地域とともに歩み続けたい、との思いから、地上デジタル放送がスタートした2003年12月1日に『HTB信条』を制定しました。そこでは企業理念として「HTBは夢見る力を応援する広場です」と、北海道の未来に貢献することを誓っています。地域メディアとして、北海道の価値を高め、さらに新たな価値を一緒に創っていく使命感からです。

そして、信条に基づき、私たちが実現すべき「未来のかたち」を見定めるために2011年元旦、『HTBビジョン　未来の北海道』を20代の社員たちで作成しました。

「地域の未来」を具体化するためにはアクションプランが必要です。そこで、6つのテーマで構成されるアクションプラン『ユメミル、チカラ応援ステーション』を策定しました。番組・イベント制作を、6つのテーマを基に行い、地域のさまざまな「ユメミル、チカラ」を応援しています。

さて2010年度は企業責任を全うできたか？ 皆さんに評価していただくために大震災の最中ですが、創刊号を発行しました。次号は、突きつけられた大震災でテレビが果たした役割を報告いたします。今後も毎年、私たちの取り組みを、報告してまいります。

2011年4月1日

代表取締役社長
荻谷忠男

HTBの企業姿勢

まなざしは地域の未来に――

デジタル時代の「広場」として、北海道の一生活者として、私たちは「ユメミル、チカラ」を応援します。

地デジ黎明

デジタルの技術やビジネス展開だけを論じるのではなく。
決意を新たにしたことは　地域メディアとして未来に責任を持つこと。

企業理念

［ HTB信条 ］

HTBは
夢見る力を応援する広場です

私たちは北海道の未来に貢献する
「ユメミル、チカラ」です。
発見と感動を発信し
みんなの心を応援します。

私たちは日々「今」を伝え続けます。
地域のための情報を発信し
みんなで地域をつくります。

2003年12月1日、東京・大阪・名古屋地区で地上デジタル放送が始まったその日に、私たちは「HTB信条」を制定しました。さまざまな課題や困難に立ち向かう時に、地域メディアとしての私たちのあり方、ぶれない理念と行動軸を明らかにしたものです。
HTBはデジタル時代の広場であり、夢見る力を応援することで地域の未来に貢献します。地域の生活者でもある私たちが発信を続け、ともに地域をつくることの責任を明らかにしました。

2003

完全地デジ化

「北海道らしさ」と「HTBらしさ」という価値観を重ね合わせて。
私たちが見定めるのは　実現すべき未来のかたち。

ビジョン

［ HTBビジョン
未来の北海道 ］

笑顔がつながり 響きあう

地球にやさしく
食と自然が活きる 先進の大地

新しい価値を創造し
アジアに際立つ HOKKAIDO

2011年1月1日、私たちは7月の完全地上デジタル化を前に『HTBビジョン 未来の北海道』を制定しました。『HTB信条』は地域の未来に貢献することを私たちの存在意義とし、その実現すべき未来のかたちを見定めるのが『HTBビジョン 未来の北海道』です。

強く意識したことは、夢見る力を応援する私たちの姿勢が北海道の価値を高め、未来に希望をつくること。20代社員10人によるプロジェクトチームが「20年後の北海道」を念頭に議論を重ね、3つの未来軸でビジョンを描きました。

- 解決すべき社会的な課題
  「生活者・くらし」の未来
- 北海道の強みを活かす
  「大地」の未来
- 志を確かにした地域の
  「立ち位置」の未来

私たちは地域メディアとしての姿勢軸をより確かにし、完全地上デジタル化という新たなコミュニケーション変革の時代に挑みます。

2011

HTB

アクション
プラン

ユメミル、チカラ応援ステーション

『HTB信条』と『HTBビジョン 未来の北海道』に基づく地域の未来は、
アクションプランである『ユメミル、チカラ応援ステーション』で、実現を目指します。
「6つのチカラ」をテーマに、日々の仕事で地域のさまざまな思いを応援しています。

北海道のチカラ

地域に根ざす放送局として北海道を応援し、北海道のすばらしさを道内のみならず、道外、海外へも発信していきます。

生命のチカラ

生命の尊さをともに考え、病気と向き合い活動を続ける皆さんや地域医療の発展に取り組む皆さんを応援します。

エコのチカラ

私たちを取り巻く環境を正面から見つめ、豊かな環境を守り育てる皆さんを応援します。

スポーツのチカラ

スポーツを通じて北海道を元気にし、夢を追い、感動を運ぶアスリートを応援します。

子供のチカラ

子育てや教育を考え、無限の可能性で未来を拓く子供たちを応援します。

食のチカラ

賢い食や北海道産素材を通して健康を考え、食の仕事に取り組む皆さんを応援します。

本レポートでは、このような姿勢のもと私たちがこれまで行ってきた取り組みを、
「6つのチカラ」それぞれのテーマごとに包括的にご報告してまいります。

海外への情報発信

世界に誇る北海道へ 価値を高め、広める 海外情報発信

HTBは1997年より、「アジアに雪を降らせる」を合言葉に、東アジアに向けて『北海道アワー』の放送を行ってきました。風景、文化、暮らしといった北海道ならではの魅力と価値を、映像を通して海外へと発信する試みは、アジアからの観光客の誘致に大きな成果をもたらしました。

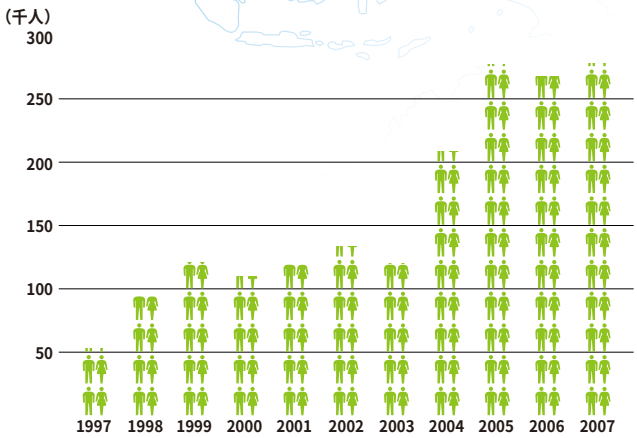
「アジアに雪を降らせる」継続的な取り組み 台湾からの観光客数は5倍に

北海道拓殖銀行が破たんした1997年、経済や産業が縮小する一方で、北海道のスキー場には海外からの観光客が訪れ始めていました。こうした中でアジアに訪れた衛星放送時代を「北海道の情報を地域から直接発信できるチャンス」とHTBは捉えました。1997年、東アジア向け衛星放送会社「JETTV」※の発足に資本参加、北海道や地元経済界と協議会を設置し、台湾を中心に香港、シンガポール、マレーシアなどで『北海道アワー』の放送を開始しました。生活情報番組などをマルチユースしたコンテンツは北海道の魅力的な日常をいきいきと伝え続け、台湾からの観光客数は番組がスタートした1997年から10年間で5倍に伸びました。

「アジアに雪を降らせる」を合言葉とした海外情報発信のチャレンジは、協議会が終了した2003年以降も道内自治体等の要望を受けた特別番組の制作・放送などで継続しています。

※本社は当時シンガポール、現在は台湾

台湾からの来道者数



1997年度は5万2800人だった来道者数が、2007年度には27万7400人と大幅に増加しました。テレビ局の強みを生かした海外発信が地域の活性化に貢献したことで、2007年に総務大臣表彰を受けました。
2010年1月には先進的なサービスを提供する企業を選定・表彰するサービス産業生産性協議会主宰の「ハイ・サービス日本300選」に放送局として初めて選ばれました。

ハイ・サービス日本300選

2010年、アジア全体に視野を広げ 道内各地の自治体と連携して活発な展開

台湾から来道する観光客数は2007年をピークに減少に転じました。2010年、HTBは北海道の価値をアジアに伝える事業の強化として、中国を中心に韓国、タイ、シンガポールまで連携の裾野を広げました。

9月にはHTBが友好提携しているSMG（上海メディアグループ）と連携し、上海万博「北海道の日」に合わせて、上海市内で釧路エリアの市町村をPRするイベントを開催しました。また、釧路エリアの魅力を伝える観光番組もSMGと共同制作し、11月と12月に上海で放送しました。一連の取り組みは、釧路エリアの自治体の中国人観光客誘致活動を応援したものです。

ほかにも道内各地の自治体や観光関連団体、アジア各国のテレビ局と連携し、北海道の魅力を伝え続けました。

中国

2010年に上海市内で行ったPRイベントの司会は、人気番組『getaway』（中国名『車遊天下』）のキャスターが務めました。自治体は釧路蝦夷太鼓や白糠駒踊りなどを披露しました。

HTBが取材したさっぽろ雪まつりのニュースが、友好提携している深圳メディアグループで2010年2月に放送されました。外国メディアが取材した映像が検閲をクリアし、そのまま放送されるのは異例のことでした。

シンガポール

道内の自治体・観光関連団体と連携してCNA（チャンネルニュースアジア）の人気キャスターを招聘し北海道紹介番組を制作。2010年3月と7月に放送しました。

タイ

道内の自治体・観光関連団体と連携してChannel3を2010年1月に招聘し、タイの人気女優が北海道を紹介する番組を制作。「旭川・富良野編」を3月に、「札幌・函館編」を7月に放送しました。

韓国

友好提携しているテジョンのTJB（大田放送）のさっぽろ雪まつり取材を支援しました。また、TJBは札幌の観光番組を2010年3月と11月に放送しましたが、HTBは札幌市と連携して番組制作をサポートしました。

世界に向けて

白老町と連携して『Kamuy』を制作し、2010年11月にJIB（日本国際放送）で放送。アイヌ文化を世界の約1億1000万世帯に向けて英語で発信しました。これは2009年に制作・放送した『アイヌの智慧とともに』に続く2作目です。

台湾では新たな発信スタイルも 現地の視点で北海道ブランドを伝える

情報発信地域を拡大する一方、台湾ではHTB制作の『北海道アワー』に加えて、2010年から新たなかたちの発信をスタートしました。それがHTBの協力で台湾のJETTVが直接、取材・制作した番組『我在北海道』です。食やお土産など、地元企業が生み出す北海道ブランドを伝えました。

HTBは今後も自治体や企業など地域のさまざまな期待に応えるとともに、各国のテレビ局側のニーズにも合わせた海外情報発信を進めていきます。

JETTV制作の『我在北海道』は、2010年10月と11月に台湾で放送されました。

北海道発 未来へ 笑顔でつながる元気な広場 「一生どうでしょうします」

可笑(おか)しいと、人は思わず笑います。笑顔がつながると世の中は元気になります。
『水曜どうでしょう』は、放送開始から15年。
全国各地の地上波テレビ、衛星放送、インターネット、DVDで、
何度も視聴される人気バラエティ番組に成長しました。
制作スタッフと出演者は、ファンとともに「一生どうでしょうします」と宣言。
ファンの笑顔がつながる広場の目線は、しっかりと未来を向いています。

『水曜どうでしょう』とは

1996年に始まった、タレントの大泉洋・鈴井貴之とディレクターの藤村忠寿・嬉野雅道の4人が国内外を旅するバラエティ番組。移動中に繰り広げられるタレントとディレクターの雑談や睡眠中の姿もそのまま映す自然体が話題に。2002年にレギュラー放送を終えた今もなお全国の根強いファンに支えられ、時々ぶらりと旅に出かけては新作を作っている。

4年ぶりの新作はVOD配信も DVDシリーズは第15弾まで発売

ファンの熱い要望を受けて『水曜どうでしょう』は4年ぶりの新作シリーズ「原付日本列島制覇」を2011年3月から放送。北海道での放送直後にケーブルテレビやIPTVで全国にVOD配信する新しい試みも人気を集めました。

放送済み番組のDVD化を望む声も根強く、2011年3月には第15弾を発売。2003年の第1弾からの累積販売枚数は200万枚を超えています。特に第13弾と14弾は「オリコン年間映像ランキング2010　バラエティ・お笑い部門」でキー局の人気バラエティ番組を抑えて1位と2位を独占しました。地方制作のバラエティ番組が年間1位を獲得するのは初めてのことでした。

デジタルから生まれた アナログな交流 インターネットで視聴者がつながる

番組開始当初、ハガキで視聴者の声を求めたところ、「元気が出た」という多くの反響がありました。そこで当時広がりはじめたインターネットに着目。ホームページに掲示板を設置したところ、スタッフと大勢のファン、そしてファン同士の交流が始まりました。『水曜どうでしょう』は、人々がインターネットでつながることで成功した日本の番組のパイオニアであり、番組という広場を軸に、人間的なぬくもりのあるつながりが今も続いています。

全国に広がる“どうでしょう現象”心を結ぶムーブメント

HTB本社のロビーには、夏休みなどを中心に年間約1万5000人もの「水どうファン」が訪れ、記念撮影などを楽しみます。2005年10月に札幌市内で行われた「水曜どうでしょう祭り」には全国から3日間で4万3000人が来場し、その経済効果の大きさにも期待が集まりました。

日本各地のデパートで開かれる北海道物産展にも出店し、グッズやDVDを販売しています。どの会場でも開店前から長い行列ができます。デパートからはこんな言葉も。「物産展で苦情が出なかったのも、お客さんがゴミを散らかさないのも初めて。長時間並んでいるのにみんなが楽しそうにしている。こんな光景は初めて見ました」

2010年9月の大丸心斎橋店「秋の大北海道市」の様子。こうした物産展には深夜の長距離バスで駆けつけるファンも多く、気持ちを共有して話に花を咲かせます。

【DVD全ラインナップ】<第1弾>「原付ベトナム縦断1800キロ」<第2弾>「サイコロ1／粗大ゴミで家を作ろう／闘痔の旅」<第3弾>「サイコロ2～西日本完全制覇～／オーストラリア大陸縦断3,700キロ」<第4弾>「サイコロ3～自律神経完全破壊～前編／後編 完全版」<第5弾>「北海道212市町村カントリーサインの旅／宮崎リゾート満喫の旅／韓国食い道楽サイコロの旅」<第6弾>「ジャングル・リベンジ／6年間の事件簿!今語る!あの日!あの時!／プチ復活!思い出のロケ地を訪ねる小さな旅」<第7弾>「ヨーロッパ21カ国完全制覇」<第8弾>「激闘!西表島」<第9弾>「北海道212市町村カントリーサインの旅Ⅱ／サイコロ4～日本列島完全制覇～」<第10弾>「東京 2泊3日70km／マレーシアジャングル探検」<第11弾>「桜前線捕獲大作戦／十勝二十番勝負／サイコロ5～キングオブ深夜バス～」<第12弾>「香港大観光旅行／門別沖 釣りバカ対決／北極圏突入～アラスカ半島620マイル～」<第13弾>「日本全国絵ハガキの旅／シェフ大泉 車内でクリスマス・パーティー／東北2泊3日生き地獄ツアー」<第14弾>「クイズ!試験に出るどうでしょう／四国八十八カ所／釣りバカ対決 氷上わかさぎ釣り対決」<第15弾>「アメリカ合衆国横断」

INTERVIEW

『水曜どうでしょう』ディレクター
藤村忠寿

低予算を逆手に取った斬新な手法で、海外ロケにも果敢に挑戦。空前の『水曜どうでしょう』ブームを生み出した。

同じフィールドにいるような距離感と空気感が共感を生む

『水曜どうでしょう』は人間関係が濃密。「4人の熱」みたいなものがあり、それ次第で番組がおもしろくなる。また、思ったことが相手に伝わる距離感があります。大泉さんはカメラの後ろの私に話しかけてくるから、視聴者も同じフィールドにいる感じがするのでしょう。誰も頑張っていない、というのが安心して見られ、共感してもらえる理由なんじゃないでしょうか。

そろそろ新作をという気持ちになり、多分皆もそう思っていると思って声をかけたら「よし、やろう」ということになりました。大勢の方々が何もないHTBまでわざわざ来てくれる。だから、自分たちがここでどう暮らすのかが大切だと思います。

時代と向き合う家族の物語で人と地域に希望をつくる

疲弊した社会の希薄な人間関係と、出口の見えない閉塞感。
今という時代と向き合う時、人と人がつながる家族の物語が、
人と地域に希望をつくるのではないでしょうか。
ドラマはテレビの総合芸術といわれます。
家族の普遍を描く作品が北海道の文化につながる可能性を信じて、
これからもHTBはドラマの発信を続けます。

HTBのドラマ作りのDNAが受け継がれた最新作『ミエルヒ』。物語のどこかに自分を投影でき、家族と人とのあり方を考えることができる作品です。

「ミエルヒ」2010年受賞歴

平成22年度文化庁芸術祭賞 テレビ・ドラマ部門 優秀賞
平成22年日本民間放送連盟賞 番組部門 テレビドラマ番組 優秀賞
第36回放送文化基金賞 番組部門 テレビドラマ番組賞
第47回ギャラクシー賞 テレビ部門 優秀賞
ギャラクシー賞2010年1月度 月間賞
東京ドラマアウォード2010 ローカル・ドラマ賞
ABU賞2010 テレビドラマ部門 審査員奨励賞
アジア・テレビ賞2010 単発ドラマ・テレビ映画部門入選
第41回照明技術賞 テレビドラマ・Vシネマ部門 審査委員特別賞

※本作品は2009年12月の北海道での放送後、2010年2月にかけ全国各地のテレビ朝日系列等テレビ局で放送され好評を得て、同年11月に北海道で再放送しました。

【文化庁芸術祭賞優秀賞】受賞理由

複雑に色を変える広々とした空の下に、石狩川が流れ、遠くに工場が見える。自然と人工が融合した風景描写が圧倒的に美しい。そんな中で、漁師の老父と故郷を捨てた息子のドラマが展開する。疲弊する地方都市から出ていくこと、故郷に残って生活すること、そして故郷に戻ってくることという主題がすぐれて現代的だといえる

9つの作品賞を受賞した最新作「ミエルヒ」

自社制作15作品目のHTBスペシャルドラマ『ミエルヒ』は、失意の息子が石狩川で細々とヤツメウナギ漁を営む父のもとに10年ぶりに戻るところから始まります。家族の絆や故郷の日常の中で再び生きることの意味を見い出す。そんな息子と父の恢復(かいふく)の物語は、普遍的な感動を発信し、文化庁芸術祭賞優秀賞など2010年度の国内外9つの賞に輝きました。

ここで生きているからこそ描くことができるそれがHTBのドラマ

HTBは1996年から4年間、東京のドラマプロダクションと連携して北海道を舞台にした恋愛ドラマを制作してきました。2000年からは地方都市で生きる家族をテーマに、プロデュース、演出はもちろん、企画・原案、キャスティングも自社による制作を行っています。

HTBのドラマは、実際にロケ地で取材した題材を脚本に盛り込むことで、手触り感のある「生きた家族像」を描いているのが特徴です。地域の何げない日常が見える風景を舞台に、家族の絆を丹念に見せていく手法を私たちは編み出しました。キー局では描けない、地方都市で生活している私たちだからこそ描くことができる家族像を、これからも紡いでいきます。

INTERVIEW

コンテンツ事業室
シニアマネージャー
四宮康雅

2000年以降、企画・原案、プロデューサー等としてHTBドラマの基盤を作る。『ミエルヒ』では、企画を担当。

時代を捉え「人と人」が向き合う家族のドラマを地方局が作る意味

東京では作れない、地方局が作る意味を考えてドラマを作り続けてきました。当初は男と女をテーマにしていましたが、時代や場所を超える作品を作るためには普遍的なことが大切だと考えた、これが原点です。人が否応なしに向き合わなければならない家族、「人と人」というテーマでドラマを作ろうとしたのです。

自分には、妻から見れば夫、子供から見れば親、妹から見ると兄、親から見ると息子という立場があります。企画ごとにそこをクローズアップしてきたドラマ作りは、時代と向き合い、自分の人生を掘る作業だったと思うのです。

ドラマ制作ヒストリー

北海道を舞台にドラマを作り続けて15年。HTBのドラマは国内外から高い評価を得ています。『夏の約束』『六月のさくら』『うみのほたる』『大麦畑でつかまえて』『ミエルヒ』の5作品は文化庁芸術祭賞優秀賞、『ひかりのまち』『そして明日から』など4作品は日本民間放送連盟賞優秀賞を受賞しました。

1996年作品　約束の街・札幌
脚本:岩佐憲一　出演:別所哲也、若村麻由美　オール札幌市ロケ

1997年作品　君といた街角
脚本:山永明子　出演:有森也実、田中健　オール小樽市ロケ

1998年作品　夢の標本
脚本:市川森一　出演:戸田菜穂、沢村一樹　オール栗山町ロケ

1998年作品　ここではない何処か
脚本:市川森一　出演:石田ゆり子、高橋和也、唐赤児、北村総一朗　オール岩内町ロケ

1999年作品　黒い瞳
脚本:木村由加子　出演:清水美砂、遠山景織子　オール札幌市ロケ

2000年作品
ひかりのまち

脚本:遠藤彩見
出演:尾野真千子、すまけい、遠藤憲一、風吹ジュン　オール函館市ロケ

2001年作品　丘をこえて
脚本:遠藤彩見　出演:伊藤淳史、三輪明日美、余貴美子、平田満　オール美瑛町ロケ

2002年作品　夏の約束
脚本:伊藤康隆　出演:夏川結衣、上條恒彦、蒼井優、安田顕、倍賞千恵子　オール知床ロケ

2003年作品
そして明日から

脚本:岩松了
出演:水橋研二、永島暎子、北川智子、鈴康寛、鈴木砂羽、岩松了、小林薫　オール函館市ロケ

2004年作品
六月のさくら

脚本:鄭義信
出演:大塚寧々、津田寛治、中村久美、須藤理彩、大泉洋、遠藤憲一、白川和子　オール小樽市ロケ

2005年作品
うみのほたる

脚本:鄭義信
出演:小澤征悦、西田尚美、若松武史、蟹江敬三　オール鹿部町ロケ

2006年作品
大麦畑でつかまえて

脚本:前川洋一
出演:大泉洋、高野志穂、森崎博之、前田吟、倍賞美津子、大滝秀治　オール上富良野町ロケ

2007年作品
そらぶち

脚本:前川洋一
出演:森田直幸、悠城早矢、小橋亜樹、藤尾仁志、布川敏和、本田博太郎　オール滝川市ロケ

2008年作品
歓喜の歌

脚本:鄭義信
出演:大泉洋、田中裕子、大滝秀治、永野宗典、根岸季衣、あき竹城　オール小樽市ロケ
●HTB開局40周年記念スペシャルドラマとして制作

2009年作品
ミエルヒ

脚本:青木豪
出演:安田顕、泉谷しげる、根岸季衣、藤村俊二、風吹ジュン　オール江別市ロケ

北海道のチカラ

ユメチカプロジェクト

若手のユメを応援し、北海道に新たなミュージックシーンを創る

「テレビは北海道に、ここで暮らす若者に何ができるのだろう?」
HTBスタッフの熱い思いから始まった「ユメチカプロジェクト」は、
北海道の音楽シーンを底上げし、
若き道産子アップカマーのユメを応援しています。

ユメチカプロジェクト

音楽ドキュメンタリー番組制作、レーベルからのCDリリース、ライブやイベントの実施、ビジュアルづくりに関わる人材の発掘・応援まで、音楽を軸とした幅広い分野で事業を展開することで、若者の文化とユメを応援。北海道の地域力、活力を高めるプロジェクトです。

●音楽ドキュメンタリー番組

『夢チカ18』　「音楽・夢・18才」をテーマに毎週月曜日深夜にレギュラー放送している音楽ドキュメンタリー番組。いわゆる音楽番組とは一線を画した、ミュージシャンを題材とした“ ヒューマンドキュメント番組 ”として制作。

『ユメキタ』　不定期で深夜時間帯に放送。北海道在住のミュージシャンをピックアップし、ゆかりの場所で音楽活動の分岐点になった事柄をインタビュー。曲の弾き語りを交えてその素顔に迫ります。

●地元インディーズレーベル「Yumechika Records」（ユメチカレコーズ）

CDリリースから道内・道外ツアーに至るまで、メジャーレーベルを目指す若き北海道ミュージシャンを応援。楽曲やプロモーションビデオはHTB番組内でプッシュしています。現在は札幌在住の3組が所属。ジャンルを問わず、実力派ぞろいです。

サトウヨシアキ

smarttail

REVOLVER AHOSTAR

●夢チカLIVE

毎月、札幌市内のライブハウスで「夢チカLIVE」を開催。このライブが「夢チカ＝HTB＝若者文化」を確定的に。北海道在住のミュージシャンにとっては登竜門となり、本州のアーティスト勢からも高い支持を集めています。

夢チカLIVE Vol.66 in KRAPSHALL（2011年1月）

深夜番組『夢チカ18』で若手を発掘する企画を開催

深夜音楽番組『夢チカ18』は2000年に放送を開始しました。地元に音楽文化の新たな土台をつくること――願いは北海道のミュージックシーンの底上げでした。番組スタート時には、藤井フミヤ・尚之兄弟による地方限定オーディション「18才の俺たちのように」を開催。才能あふれる若者を発掘し、自らの手でプロデュース、デビューさせようという現役アーティストの思いは、番組と連動して2004年の「Yumechika Records」誕生につながっていきます。

新たにマーケットを創って、CDデビューを後押し

当時の音楽シーンはメジャー中心。地元の若手が活躍し成長できる場はほとんどありませんでした。そのような状況で、HTBはインディーズレーベル「Yumechika Records」を立ち上げ、道産子ミュージシャンの支援と新たな道内音楽マーケット創り、その活性化に挑みました。

レーベル活動の主軸は、ミュージシャンの発掘、CDリリース、ライブやツアーの運営です。テレビ局の強みを生かし、自社制作番組とのタイアップで楽曲の浸透を図り、これまでに延べ10アーティストのアルバムやシングルを制作。メジャーデビューを果たした歌姫・福原美穂も、夢をかなえて「Yumechika Records」から巣立っていったアーティストの一人です。

各地での「夢チカLIVE」開催 道内の若者に音楽と元気を！

ライブの開催にも力を入れています。札幌市内で開催している「夢チカLIVE」は、良質なライブに若者が気軽に足を運べるように、チケットは1,000円に設定しました。開催はこれまでで60回を超えています。

2010年8月にはくしろ霧フェスティバルで「夢チカLIVE番外編」を開催。札幌だけではなく道内各地で音楽による地元活性化を図っています。

くしろ霧フェスティバルでのライブの模様。地方でも活発にライブを開催しています。

より幅広いアーティストを応援する「make a dream」プロジェクトをスタート

2010年12月には、「make a dream」プロジェクトを始動させました。このプロジェクトではミュージシャンに加えて、CDジャケットを手掛けるデザイナーやカメラマンにも活躍の場を提供します。短期のプロジェクト契約で、より多くの若者を応援します。

プロジェクトの第1弾は「mondaysick」。写真やジャケットデザインは札幌のデザイナーズユニット「De-function」とのコラボレーション。

アーティストからのメッセージ

「Yumechika Records」との出会いは大きな変化をくれた

サトウヨシアキ

「Yumechika Records」との出会いは、私の制作、演奏に大きな変化をもたらしました。幼少の頃からの夢であったCDデビューを果たし、あらためて「北海道を感じる」ということを考えることができました。

自分の生活している土地を精一杯に感じ、それを音楽として伝える。この音と熱をさらに振動させ、北海道の魅力を発信していきたいと思います。

●サトウヨシアキ／札幌市出身の27歳。2010年、レーベルよりミニアルバム「cacoi」でデビュー。コンビニエンスストアで働きながら地道に音楽活動を続ける姿勢と楽曲の高いクオリティに「Yumechika Records」は注目。彼のユメ実現に向けて、ともに第一歩を踏み出した。

毎日が新鮮だった「Yumechika Records」時代

福原美穂

育った北海道に向け、最初に自分の声を届けられた時はうれしい気持ちでいっぱいでした。山と川に囲まれた場所で育ち、街中にあまり出たことがない少女が、道内をツアーで回り、先輩ミュージシャンのライブで一緒にステージに立たせてもらい、ラジオ番組を持たせてもらい……。「Yumechika Records」での2年は毎日が新鮮でした。たくさん吸収をし、悔やんだり悩んだりもしたけれど、とにかくその時その時を一生懸命過ごしていたと思います。

●福原美穂／札幌市出身。2006年に「Yumechika Records」からデビュー。国内外でライブを行うほか、ラジオパーソナリティーも務めた。2008年、「CHANGE」でSONY MUSICからメジャーデビューを果たす。

番組が結び、広げる命のネットワーク。

健やかな暮らし、いきいきと輝ける暮らし。そのすばらしさに気づくため、
懸命に生きる人々の姿を番組を通して多くの人に届けています。

女性スタッフが手がけた ピンクリボン活動啓発番組

2009年、26歳という若さでこの世を去った札幌出身の大原まゆさん。21歳で乳がんと診断された彼女は、ピンクリボン活動を通じ全国各地で乳がん検診の大切さを訴え続けました。

2009年12月のHTB生命の輝きスペシャル『ピンクリボンつながる…～乳がんと生きて～』では、大原さんの遺志を引き継ぎ活動を続ける人々、今まさに乳がんと向き合っている患者とその家族を丹念に追いかけました。「一人でも多くの人に検診・治療の現状を知ってもらい、乳がんで悲しむ人が減りますように……」との思いを胸に、取材からナレーションに至るまで、制作のすべてを女性スタッフのみで行ったことが大きな特徴です。

乳がん患者の皆さんの協力なくしてできなかったこの番組は、2010年3月の第51回科学技術映像祭　自然・くらし部門（くらしの脅威や疾病の治療・予防に関する作品）で優秀賞を受賞しました。HTBは今後も乳がん検診の重要性を多くの人に伝えるため、決して一過性に終わらせることなく、ピンクリボン活動を応援していきます。

乳がん健診を訴え続けた大原まゆさん。HTBは6年間の長期取材でまゆさんの志を伝えました。

2010年11月には茨城県つくば市で開かれたピンクリボン啓発イベントでも上映。全国への広がりとともに、教材としての役割も果たしています。

ニュース特集「シリーズ『いのちと命』余命半年――移植待つ少女」は、2010年10月に国際コンクール「子どもの権利賞」ファイナリストに入選。テレメンタリー2010『生と死の医療～救急医と臓器移植』（11月放送）で、ギャラクシー月間賞を受賞しました。

生きるいのちを救いたい！ 沙也さん募金を応援

重い心臓病を患い、余命半年と宣告された札幌出身の中学生、寺町沙也さん。日本での移植を待っていては助かる見込みは乏しく、アメリカでの心臓移植に望みをつなぎます。しかし、莫大な手術費用という現実が大きく立ちはだかりました。その工面はどうするのか、彼女はどんな気持ちで心臓移植を待ち続けるのか。2010年2月、夕方の情報番組『イチオシ!』では、当時14歳の沙也さんの入院生活と、移植手術のための募金活動に奔走する両親やボランティアの姿を追いました。募金の呼びかけも積極的に行い、2週間で約2億円の募金が寄せられました。

「なぜ彼女だけを応援するのか」という疑問の声も寄せられましたが、『イチオシ!』は「未来のため、夢のため、子供たちのため」を番組方針としています。懸命に生きる彼女の姿を通して移植医療の現実を伝えることの意義を大切にしました。

アメリカでの心臓移植手術は無事成功し、沙也さんは通学できるまでに元気になっています。

北海道の大自然を守り価値を伝える。

北海道の大きな宝である、世界的にも貴重な自然環境や生態系。
守り、残し、後世に引き継ぐために、啓発活動や保護活動を応援しています。

「TOYAから明日へ」洞爺湖サミットを機に環境キャンペーン

北海道洞爺湖サミットが開催された2008年、温室効果ガスの削減が北海道の地から世界に発信されました。この年、HTBも開局40周年を迎え、地域に根ざすメディアとして、地球環境について積極的に考えていく決意を環境キャンペーンとして示しました。

一連のキャンペーン名は「TOYAから明日へ」。サミットは閉幕しても、世界語「TOYA」の精神は決して風化させない、きっと明日につなげていく……そんな思いを胸に、これからもさまざまな環境番組を作っていきます。

キャンペーンのサブタイトルは「脱温暖化ユメミル100年キャンペーン」。人々の夢見る力を信じ、1年また1年と気負わず積み重ねていく意志を込めました。

消えた流氷は未来への警告 地域の目線で環境問題を伝える

かつてオホーツクの海に響いていた、流氷と流氷がぶつかり軋む、鳴き声にも似た音“ 流氷鳴き ”。しかし、そんな真冬の音の情景が現在はありません。

2010年3月放送のHTB環境スペシャル『凍らぬ海～流氷からのメッセージ～』では、巡視船そうやと北大低温科学研究所による流氷調査、変化が如実な羅臼のウニ漁などを取材。流氷を取り巻くさまざまな“ いま ”を通して、“ 流氷なき ”未来への警告を読み解く手がかりを探しました。普通なら見逃してしまいそうな小さなことにも気づく。それが地域のテレビ局の強みだと考えています。

世界共通のテーマを取り上げたこの番組は、2010年11月、12月にキャセイパシフィック航空とシンガポール航空、2011年3月、4月にはフィンエアで機内上映されています。

3年にわたり旭山動物園の挑戦に密着 環境破壊の実態にせまる

東南アジアに浮かぶボルネオ島では、アブラヤシのプランテーション開発で熱帯雨林が伐採され、行き場を失ったボルネオゾウが絶滅の危機にあります。危険と隣り合わせの保護活動で使われる「安全な檻」。その開発こそが、動物たちの故郷を守るためにできる恩返しだと旭山動物園は考えました。

HTBは3年間にわたり、この挑戦に密着。2010年11月にHTB環境スペシャル『ボルネオゾウを救え!～旭山動物園 坂東園長の挑戦3年間の軌跡～』でその模様を放送しました。世界共通の環境問題だからこそ、しっかりと伝えていく姿勢を維持していきます。

絶滅の危機にあるボルネオゾウを安全に保護する旭山動物園の支援活動を長期取材しました。

世界に誇れる北海道の大地だからこそ 野生動物と人の営みの調和を図る

極東、オホーツク海沿岸に棲息するオオワシ。越冬のためサハリンから北海道に渡ってくるこの世界最大の渡り鳥は、電柱での感電や、列車に衝突する事故などで次々と命を落としています。こうした実態を、HTBが密着取材した釧路湿原野生生物保護センターの獣医・齊藤慶輔さんが明らかにしました。

2011年3月放送のHTB環境スペシャル『湿原の獣医さん奮闘記～オオワシ　渡り路の異変～』では、野鳥の事故死を無くそうと関係者に対策を働きかける齊藤さんらの姿を追いました。自然豊かといわれる北海道で、そのシンボルである野生動物と人の営みの調和をどう図っていくのか。地域の課題を解決する糸口を見出す番組として制作しました。

「世界で一番、野生動物が安心して棲むことができる島にしたい」という齊藤慶輔さんの保護活動に長期にわたり密着しました。

アスリートの姿を通じ、地域に活力を。

見る者に感動と元気を与えてくれるスポーツ。
HTBは地元チームや北海道で活躍するアスリートを応援し、スポーツシーンを盛り上げています。

HTBは“イチオシファイターズ”ファンの期待に応える試合中継

2004年、札幌ドームを本拠地とする北海道日本ハムファイターズが誕生しました。「道民球団」という地域のユメを育てるため、HTBは「イチオシファイターズ」というキャッチフレーズを掲げ、球団とファンを応援。2004年から7年間連続でホームゲーム中継本数は道内局ナンバーワンです。

また、各局の都合で、すべての試合が中継されるわけではありません。そこで中継がされないホームゲームは、深夜放送の『朝までイチオシファイターズ』で2時間ほどのダイジェストでお届けしています。2010年は22試合を放送し、ファンの「試合を見たい、ファイターズを応援したい」という思いに応えました。

●道内各局のホームゲーム中継本数

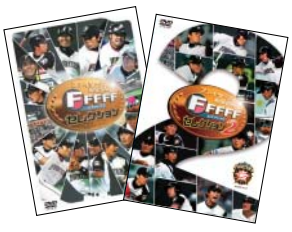
	2010年	2009年	2008年
HTB	**14**	**13**	**12**
A局	12	10	9
B局	10	10	6
C局	10	8	5
D局	3	0	3
E局	5	6	6

応援番組をレギュラー放送しDVD化ファンフェスティバルも盛り上げる

ファイターズ応援番組『FFFFF（エフファイブ）』は毎週放送の20分番組です。オフシーズンも含め、1年を通じて選手の素顔に肉薄し、ファンの熱い支持を受けています。2010年6月と2011年2月には番組セレクションDVDを相次いで発売しています。

年に1回、シーズン終了時に行われる「ファンフェスティバル」を支えるのもHTBです。球団と一緒に練り上げた企画で、最大のファンイベントをおおいに盛り上げました。

注目の斎藤佑樹投手が入団し、シーズン開幕に向けて道民の期待も高まりました。HTBは大学生最後の登板となる2010年11月の明治神宮野球大会の2試合を緊急中継。また、沖縄キャンプには北海道から衛星中継車を運び、斎藤投手の一挙手一投足を伝えました。2011年もHTBの姿勢は臨機応変、ファンの期待に応える“イチオシファイターズ”です。



普段は見られない選手の表情が好評な『FFFFF』。満を持してDVDも発売しました。

2010年は4万2000人が集い、賑わったファンフェスティバル。選手とファンが一体となり楽しめる時間づくりを、HTBがお手伝いしました。

沖縄から連日キャンプの様子を中継。遠く離れた北海道のファンへ選手の姿を届けました。

子供のチカラ

子供たちの笑顔を増やし、北海道の未来を応援。

無限の可能性で未来を拓く子供たちの姿は、そのまま北海道の明るい未来の姿。
子供たちの健やかな成長を応援する活動に力を入れています。

プロの技にふれる機会を提供「ガンちゃんのユメミル、野球教室」

札幌市内だけでも約160の少年野球チームがあり、子供たちが日々白球を追いかけています。子供たちのユメをもっとふくらませようと始めたのが「ガンちゃんのユメミル、野球教室」。ファイターズの元投手で野球解説者の岩本勉さんとHTBの気持ちがつながった参加費無料のイベントで、2008年から毎年1回実施しています。

岩本さんは120人の小学生に技術面だけでなく精神面からも熱い指導を行います。子供たちが大きな目標を持ち、ユメを実現するきっかけとなることを願っています。

大舞台で活躍する選手を夢見る子供たちへ、多くのアドバイスをおくります。

食のチカラ

情報提供やイベント協力で、北海道産食材の価値を高める。

食料自給率200%※を誇る、食の王国・北海道。
私たちはテレビのチカラを北海道の食に生かすことで、地域の取り組みを応援しています。

※カロリーベースで換算

スキップ『野菜のススメ』をきっかけに オータムフェストで「HTBマルシェ」

2010年秋に大通公園で行われた「さっぽろオータムフェスト」。HTBは道内テレビ局として唯一、マルシェを出店しました。

私たちが常にテーマとしてきたのは地域のテレビ局として「生産者」と「消費者」をつなぐ役割を果たすことです。こうした取り組みのきっかけは、情報番組『スキップ』(2006年4月～2010年2月放送)のコーナー企画「野菜のススメ」でした。

ベジタブル&フルーツマイスターの資格を持つ佐藤麻美アナウンサーが道内各地のおいしい野菜や、生産者の熱心な取り組みをレポート。さらにスタジオで調理も紹介し、“ 生産から食卓まで ”を応援しました。取材した生産者は100人を超え、コーナーはムック本として出版しました。

マルシェでは『イチオシ!』『おは天』『ほんわかどようび』の3情報番組が、道産食材を使い、それぞれのアイデアを凝らした食品を提供し人気を集めました。

ムック本「スキップ野菜のススメ本 だれかに教えたくなる北海道の野菜」でも食の情報を広く発信しました。

生産者と消費者のつながりをテレビが強化 データ放送でも道産食材を応援

『ほんわかどようび』(2010年4月～12月放送)では道産食材を介して産地と消費地をつなぐ大手スーパーと連携しました。この取り組みでは地域経済の活性化も視野に入れました。

現場取材で生産者の「思い」を切り取り、スーパーからの生中継で消費者の「生の声」を聞き取ります。番組と連動するデータ放送では紹介した食材を使った料理のレシピも閲覧できるようにしました。こうした生産者と消費者を“ テレビがつなぐ ”取り組みはHTBのメイン番組『イチオシ!』などが引き継ぎました。

番組で紹介した食材をデータ放送で食卓に結びつける取り組みを行いました。

デジタル時代、

155のデジタル送信所置局

～ネットワークを創り、守り続ける使命と熱意

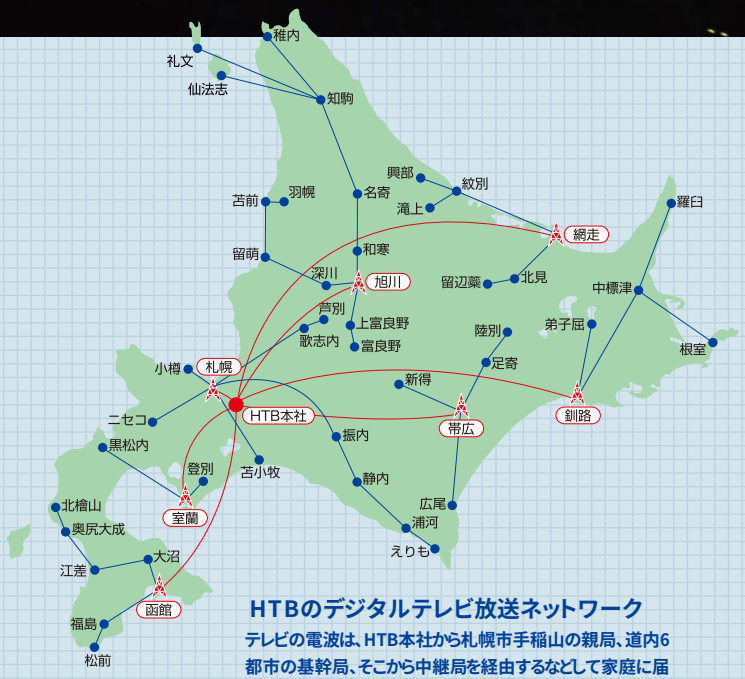
テレビは生活に欠かせない情報を得るための、ライフラインとして機能しています。HTBは2011年7月の完全地上デジタル化に向けて、これまでどおりテレビを見ることのできる環境の構築に2006年から取り組み、2010年、道内全域155のデジタル送信所の置局を完了しました。

テレビを安心して見られるように社会の要請でデジタル化に挑む

2010年12月24日、デジタル送信所20局が開局し、2006年から進めてきた道内155のデジタル置局が完了しました。国土の22%を占める広大な北海道に展開するアナログ放送のネットワークを5年間でデジタル化することは、大変な難事業でした。

国の政策はハイビジョン、データ放送、ワンセグなど暮らしに役立つ新しいサービスを実現させること、アナログ放送の終了で空いた周波数を防災システムや携帯電話などに有効活用することです。国の要請や地域の期待に応えるため、道内の放送事業者は送信所ごとに幹事社を決めて短期集中的に共同建設することでデジタル化に挑みました。

2010年8月にHTBが運用幹事社だったニセコ局の電源設備トラブルにより、19市町村で最大5時間の放送中断となりました。事故で地域にご迷惑をおかけしたことを反省し、再発防止策を実行しています。地域の暮らしを支える“電波”というインフラを守る使命感をあらためて胸に刻み、2011年7月のアナログ放送終了、完全地上デジタル化に臨みます。



HTBのデジタルテレビ放送ネットワーク

テレビの電波は、HTB本社から札幌市手稲山の親局、道内6都市の基幹局、そこから中継局を経由するなどして家庭に届きます。155局を結ぶネットワークにより、道内全域をカバーしています。HTBは定期的に送信所を点検して、電波の品質を管理し、安定して視聴できるように努めています。

※上記地図では主なルートを表示しています

HTBの使命

広大な北海道の各地域と協議を重ねて事業は進行

地上デジタル放送を行うために2010年度に建設した送信所は61局。そのうちHTBが幹事社として建設したのは、赤井川、興部、国富、標茶ルルラン、占冠、西芦別局など12局です。雪解けと同時に工事を開始するために前年から設備仕様を検討し、自治体や放送各社と協議を重ねました。北海道の広さと自然はときに障害となり、笹薮をかき分け雪原を踏破するという現地調査が続きました。

エリアが細長く複雑な地形をカバーする興部局の場合は、町内で等しく放送サービスを提供するために関係者との調整を重ね、何度も調査を繰り返しました。深夜に大型クレーンでアンテナを交換し、送信機器を据え付けて開局した10月1日。地域の未来に向けて連携した一人ひとりの胸に達成感が広がりました。

アナログ送信所168局を維持しながらデジタル送信所155局を置局しました。ライフラインを維持するという強い使命感を胸に置局を進めました。

地域からのこえ

興部町
砹　一寿町長

興部町のデジタル化によせて

市街地と5つの農村で形成される興部町は、集落間に数十m～百m程度の山があるためテレビやラジオ、携帯電話などの電波を受信できない地域が多く、アナログ時代からかなり苦労してまいりました。デジタル化がスムーズにできるのか心配していましたが、HTBと町が協力し合うことで無事にデジタル送信所が完成し、おかげさまで全町民が地上デジタル放送を視聴できるようになり安心しました。大変ありがとうございました。

安定した視聴へ向けて「新たな難視」対策

デジタル送信所の置局は完了しましたが、課題は続いています。高画質の地上デジタル放送は一定以上の電波の強さがないと、突然受信できなくなるという特性があります。電波が弱い地域では、アナログ放送ではどうにか映っていた画面がデジタル放送では見られなくなる現象が起きています。これを「新たな難視」と呼んでいます。

HTBは北海道地上デジタル放送推進協議会の一員として、難視対策の技術検討を行い、地元に対する説明やさまざまな対策のアドバイスを行っています。全道の地上デジタル放送の世帯カバー率は98.5%。今後も難視地域を無くしていく取り組みを継続していきます。

雪深い山奥での調査、陸路で運搬できない工事物資のヘリコプターでの運搬、深夜の工事など、さまざまな困難を乗り越えて作業は続けられました。

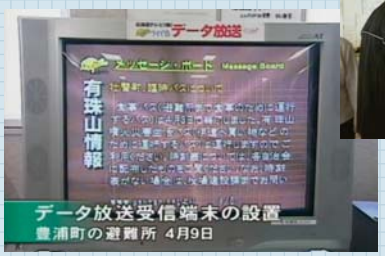
HTBのデータ放送

～地域と連携しテレビに新しい価値をつくる

**リモコンのdボタンを押すと“もっと地域が見えてくる”。
テレビに新しい価値をつくる、HTBの考え方です。
地上デジタル放送の機能のひとつであるデータ放送は、
電波の一部を使って文字と静止画で情報を発信するもの。
地域の掲示板として、きめ細かな生活情報を
新たな技術でお届けしています。**

災害で力を発揮することが地域メディアの存在意義と確信

HTBは1998年、パソコンや専用受信機に地域情報を発信するアナログデータ放送CLARKを立ち上げました。2000年の有珠山噴火では避難所にデータ放送の専用受信機を設置し、行政やボランティアと連携して被災者の生活支援につながる情報を伝え続けました。この取り組みは民間放送連盟賞放送活動部門で入選しました。地域メディアとしての存在意義を学んだ私たちは、今も視聴者がdボタンを押すことで災害情報を確認できる体制を取り続けています。

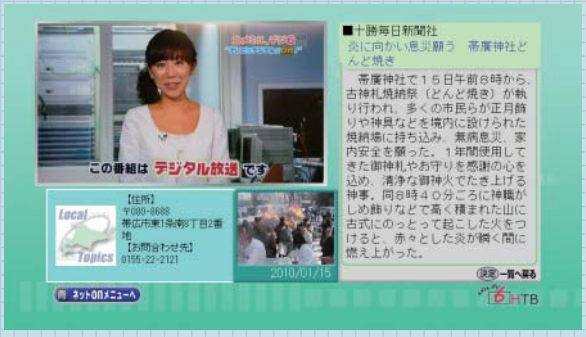


放送と通信の融合でテレビをさらに進化させる

データ放送は電波のごく一部を利用するため、送信できる情報量に限りがあります。しかし、テレビをインターネットに接続すると制限は無くなり、多様な情報を膨大に視聴者に届けることが可能です。HTBはテレビ朝日のデータ放送とインターネットリンクすることで、北海道の地域情報を首都圏にも発信しています。また、データ放送の印刷機能に対応したテレビでは、北海道警察の発信する不審者情報、朝日新聞号外などの印刷が可能です。テレビがインターネットにつながると、放送波では実現できなかった世界が広がり、地域と生活者のつながりも強まります。HTBはテレビのインターネット接続という先駆性ある取り組みを推進していきます。

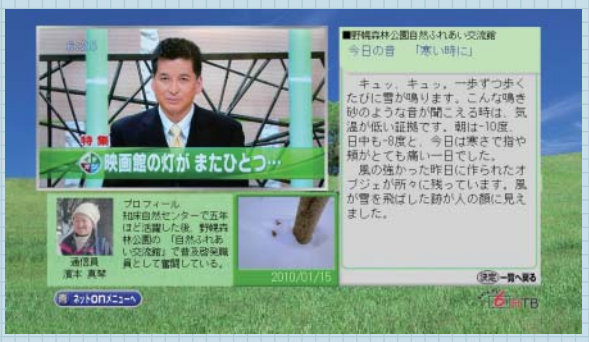
HTBの地域データ放送事例

HTBは地域のさまざまな発信者と連携し、生活に必要な情報を提供しています。



●道内地方紙１５紙のニュースを発信

HTBが連携する道内15の地方紙ニュースをチェックすることができます。地域の暮らしぶりや課題が見えてきます。



●自然情報

広い北海道では、地域によって四季の変化が多様で、魅力的な動植物なども見られます。道内14のNPOなどと連携し、全道各地の自然情報をお届けしています。

●高校生発の地域情報

文部科学省の研究事業として、札幌東商業高校の生徒による発信を始めました。校内行事のほか、地域のおすすめスポットなどの生活情報を伝えています。

●小樽情報

データ放送は、郵便番号別に地域を特定した情報発信が可能です。朝日新聞小樽支局と販売店が連携して発信する小樽の地域生活情報をお伝えしています。

●気象・災害情報

天気、地震、津波、台風、大雨、大雪などの気象・災害情報をリアルタイムでお届けしています。

●札幌市除雪情報

札幌市内の生活道路の除雪状況を発信しています。実験事業として札幌市と連携し、2007年から行っている取り組みです。

●スポーツデータ放送

ファイターズやコンサドーレの試合速報、順位、個人成績などを発信しています。

●生討論番組への視聴者参加

視聴者と一緒の番組づくりも。2010年8月と2011年1月放送の『北海道朝まで生討論』では、ツイッターで意見をリアルタイムに反映しながら番組を進めました。

地域からのこえ

北海道
札幌東商業高校
濱下昌也教諭

誰もが発信者になる時代を実感

データ放送で学校行事や地域のお店情報などを発信できるようになり、積極的に地域貢献できるようになりました。生徒の地域情報への関心も強くなり、誰もが地域の情報発信者となれる時代性を感じています。またテレビ（データ放送）に参画することで、学習意欲がこれまで以上に高まり、取材や執筆のスキルアップにつながっています。地上デジタル放送についての授業も併せて行うことでデジタル時代に対する意識も向上しています。

専門家からの提言

元総務副大臣
内藤正光氏

地域コミュニティー型メディアへの期待

テレビはインターネットとつながることで、お茶の間に地域密着情報を提供する“地域コミュニティー型メディア”へと大きく変わることができます。地方テレビ局再生のカギは、“中継局”から“コミュニティー・ネットワーキング・サービス（CNS）の担い手”へと脱皮できるかどうか。持てる取材力を生かし、コミュニティー再発見につながるさまざまな地域情報の提供を通じコミュニティーの活性化を図ることこそがコンテンツづくりの基盤となるのです。HTBには先駆者として、より多くの地域住民の参加を促す仕組みや、地域経済を巻き込んでの新たなビジネスモデルの構築を大いに期待しています。

より良い北海道づくりをともにすすめる

地域ジャーナリズム

**ニュース・情報番組などでこつこつと積み重ねてきた日々の報道は、
地域ジャーナリズムの優れた事例として全国的な評価を得るまでになりました。
これからも生活者とともに考え、信頼関係を築いていくこと。
それが、地域のテレビ局に求められている大切な使命だと考えています。**

市民を動かした調査報道
民放連盟賞最優秀賞を受賞

HTB報道部の調査報道は、情報公開制度を活用して政務調査費の膨大な領収書のすべてに目を通すという地道な作業から始まりました。浮上した疑惑はひとつひとつ関係先を探し出してインタビュー。その結果、2007年6月に政務調査費で大量の切手を購入していた札幌市議会の実態を掘り起こします。以後、旭川市議会や釧路市議会でも出張などに関わる政務調査費の不適切な支出を次々と明らかにし、市民による住民監査請求や住民訴訟へと発展、公金の返還に結びつきました。この報道が評価され、2008年9月には、日本民間放送連盟賞 特別表彰部門「放送と公共性」最優秀賞を受賞しました。

地方議会 調査報道のあゆみと受賞歴

2007 政務調査費の調査報道スタート
（札幌市／旭川市／釧路市／北海道議会）

▶

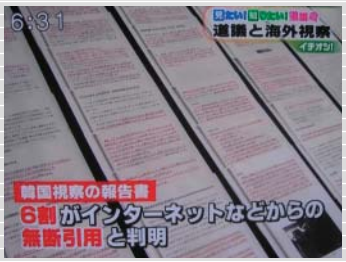
2008 5月に「イチオシ! 徹底検証 政務調査費」が**第45回ギャラクシー賞 報道活動部門選奨**

9月に「市民たちを動かした『政務調査費報道』」が**日本民間放送連盟賞 特別表彰部門「放送と公共性」最優秀賞**

【受賞理由】 地域の公権力のチェック機能を遺憾なく発揮し、市民との信頼を築き住民の行動につながった功績は大きい。夕方のローカルニュース枠において的確に事実関係を積み上げることで、地方政治の質を浮かび上がらせた点も、日本中の地域メディアの模範となる取り組みとして高く評価する

有権者の関心を高める工夫
進化する報道姿勢

議会と道民との距離を広げている要因のひとつが、「議会＝難しい」というイメージであると私たちは考えました。その状況を打破したいと2009年9月から始めたのが「見たい！知りたい！道議会」シリーズです。「今日は何を話し合って、何が決まったのか」、難しいことをやさしく、やさしいことを深く伝えるように努めました。また議会のチェックを通じ、道議会独特の答弁調整の実態を浮き彫りにしたほか、海外視察報告書の大半がインターネットや業界紙から無断引用されていたことをスクープ。政務調査費では領収書の偽造を突き止め、返還につながりました。



「見たい！知りたい！道議会」を含めた通年企画「議会ウォッチング」は、「困難を乗り越えメディアの責務を果たそうとする姿勢を高く評価する」として、2010年5月に第47回ギャラクシー賞報道活動部門で選奨を受賞しました。

審査員の叱咤激励がきっかけ
討論番組で議員が改革を語り始めた

「2008年にグランプリをとった局として“ こんなダメ議員を選んだのはあなたでしょ ”という本丸（有権者）まで踏み込むべきだった。今回こそ賞は逃したが、この結果は“ 一番の本丸に行け ”という審査員の励ましだ」

これは2010年9月の民間放送連盟賞最終選考会で頂いた言葉。もっと有権者とともに考える活動を目指せという叱咤激励と受け止めました。

これをきっかけに、2011年2月に道議会議員と市民・有識者が議会のあり方を考える討論番組『徹底討論!どうする道議会改革』を放送しました。議員がHTBの番組で改革を語り始めました。

討論番組に先立つ夕方ニュースでは、シリーズで道議会議員の任期中の発言回数や政務調査費の公開度などをわかりやすいランキング形式で伝えました。地域とともに考えることが、議会に市民感覚を取り戻す第一歩になるはずです。

批判から改革提言へ
私たちの議会報道

HTB報道部　政治班キャップ
河野暁之

「地方議会は民主主義の学校」と説いた政治学者トクヴィルは、道議会を見たらどう思うだろう。不適切な支出、私語、居眠り、欠席……目を覆いたくなる仕事ぶり。一連の報道は議員との関係悪化も覚悟の上だった。しかし、報道に反発し硬化する議員がいる一方、緊張感を持って私たちの取材に応じる議員、改革のために一緒に話し合おうという議員が増えた。私たちも批判だけではなく、改革のために議員と「ともに」という手法の大切さにも気づいた。

最終目標は道民のために本当の民主主義を確立すること。議員への追及はその手段のひとつに過ぎない。

道民に見えたもの、
見えなかったもの

自民党・道民会議
遠藤　連 議員

報道によって議会と議員の実像が今まで以上に道民に知られることとなった。議会の尋常ではない実態が浮き彫りになったりした。またカメラに狙われる緊張があり、議員が自分を律する上で一定の効果があったのではないか。

しかし、一方で議員自身が定数改訂のために調査し、議論し、執筆している努力をカメラが捉えることはなかった。テレビの視点がマイナスにのみ向けられるとしたら、不十分のそしりは免れない。不真面目、不見識な議員1人の姿で、あたかも全体がそうであるかのように思われる恐ろしさがある。報道では見えなかった部分をどう伝えていくのか、報道する側の真摯な姿勢が求められていると思う。

2009　9月に「見たい!知りたい!道議会」シリーズ第1弾放送

12月に「イチオシ! シリーズ調査報道　地方議会ウォッチング」が**第1回メディア・アンビシャス大賞　映像部門準大賞**

2010　3月に「見たい!知りたい!道議会」シリーズ第2弾放送

5月に通年企画「議会ウォッチ」が**第47回ギャラクシー賞 報道活動部門選奨**

2011　2月に討論番組『徹底討論!どうする道議会改革』放送

HTBの社会活動

onちゃんおはなし隊

2005年7月にスタートした、HTBアナウンサーによる「onちゃんおはなし隊」。毎月1回、札幌市内の幼稚園や保育園を訪問して、絵本や紙芝居の読み聞かせを行っています。この活動でのアナウンサーの訪問は60回を超え、4000人の子供たちの笑顔とふれ合ってきました。

図書館での素材選びからスタート

1回の読み聞かせはアナウンサー3人でチームを組みます。訪問前、まずは図書館へ。年齢や人数に合わせて出し物の絵本や紙芝居を選びます。

幼稚園の年長組は、読み聞かせを集中して聞いてくれますが、保育園には0歳児がいますので、擬音が多いもの、絵がわかりやすいものを選びます。読み聞かせを聞いてくれる子供たちのことを思い浮かべながら素材を決め、事前に自主練習も行います。

オリジナル紙芝居は2作品用意

「おはなし隊」は、図書館で借りた絵本や紙芝居に加えて、オリジナルの紙芝居2作品「onちゃんのポップコ～ン」と「onちゃんとふしぎなとけい」を用意しています。メインで使用している「onちゃんのポップコ～ン」は、紙ねんどでできたonちゃんたちキャラクターが織りなす友情や冒険のストーリーです。

オリジナル紙芝居には、子供たちの豊かな感性を育みたいという気持ちが含まれています。onちゃんに親しみを持ってもらうとともに、子供たちの成長を見守るあたたかなメッセージをHTBから発信したいと考えています。

園児からお礼の手紙も

訪問後、色紙やクレヨンでかかれたお礼の手紙や寄せ書きを頂くことがあります。アナウンサーも、こうした交流が生まれることを楽しみにしています。画面から飛び出しての直接のふれ合いは、私たちにとっても「伝えること」を学ぶ貴重な機会になっています。

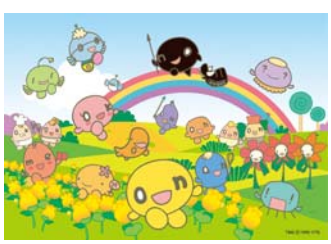
“onちゃん”とは

1997年12月1日に、HTB開局30周年キャラクターとして誕生したonちゃん。その名前には、北海道を明るく照らす使者としての役割を果たせるよう、「スイッチオン」や「オンパレード」などの意味が込められています。当初は30周年限定キャラクターでしたが、その親しみやすい姿が人気となりHTBのマスコットキャラクターになりました。

1999年にはonちゃんを主人公に15秒のミニアニメを放送し、2003年には初の長編アニメ『onちゃん夢パワー大冒険!』を夜7時からのゴールデンタイムに放送しました。2008年には、『ユメミル、アニメonちゃん』がスタートし、2010年にはシーズン2を放送しています。

海外でもonちゃんを紹介しており、2004年には台湾・台北市で行われた「第2回漫画博覧会」にブースを出展。台湾ではオリジナルグッズの販売も行っています。2011年1月には、「ユメミル、アニメonちゃん」がイタリアでDVD化され販売されています。

onちゃんは、パレード星のポンピコ町から地球にやってきました。『ユメミル、アニメonちゃん』では、家族とゆかいな仲間が織りなす楽しいエピソードが、あたたかいタッチで描かれ、人気を博しました。



地域のテレビ局として、社員の特色を生かした社会活動に取り組んでいます。
HTBの人気マスコットキャラクター・onちゃんのTシャツを着たアナウンサーが出前で読み聞かせを行う「onちゃんおはなし隊」、HTBスタジオで行う「アナウンサー体験」では、子供たちの瞳が輝き、笑顔があふれます。
お礼の手紙や寄せ書きを頂くこともあり、HTBと地域をつなぐ交流が生まれています。

カルチャーナイト

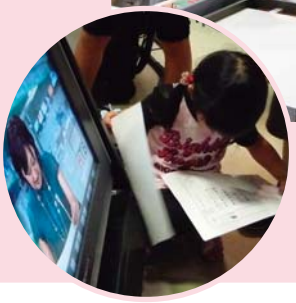
2010年7月23日に札幌市内の各施設で行われた、市民が地域の文化を楽しむ行事「カルチャーナイト」。HTBは2005年から参加しており、これまでにonちゃんアニメの上映会や絵本の読み聞かせなどを行ってきました。2010年は、小学生以下の子供たちとその保護者を対象にテレビ局内の施設見学とアナウンサー体験を行いました。

普段は見られない、テレビの裏側紹介

HTBを訪れた86人の子供たちは、保護者とともに3班に分かれて、最初にニューススタジオをコントロールする副調整室を見学。ニュースを放送する仕組みやお天気カメラなど放送機器についての説明を受けました。ここで実際に文字スーパーのボタンを押す体験を楽しんでから、ニューススタジオに。

どきどきのアナウンサー体験

スタジオカメラマンから撮影方法を聞いて、子供たちは実際にカメラを操作しました。これに続き、アナウンサー3人が本物のニュース原稿で“ 読み ”を披露すると、子供たちから大きな拍手が起こりました。お手本を聞いた後は順番にキャスター卓の前に座り、カメラに向かって原稿のさわりを読みました。子供たちのきらきら輝く瞳と保護者の笑顔が重なり、取り組んだスタッフも「やってよかった」



「オンもてなしイベント」を開催

一般の来場者に向けては、「オンもてなしイベント」を開きました。着ぐるみonちゃんとの写真撮影会、オリジナルグッズのプレゼント、『水曜どうでしょう』のパネル展示などで、楽しい時間を過ごしていただきました。

ステークホルダーとの対話

地域社会からの期待や要請を知るために。

HTBは10人の外部委員から成る放送番組審議会を設置しています。
放送法に基づき毎月1回（8月と12月を除く）、番組や放送活動全般に関して意見をうかがっています。
HTBの取り組みを定期的に伝える場であり、地域社会からの期待や要請を知る場でもあります。
HTBのあり方をともに考え、新たな活力を生みだす大切な地域コミュニケーションの場として位置づけています。

「地方局の発信力、コンテンツ力」へのご意見

2010年4月22日に開催された第423回審議会のテーマは「地方局の発信力、コンテンツ力」です。事前資料に加えて、荻谷忠男代表取締役社長と樋泉実専務からテーマの意図やHTBの取り組みについての説明がなされたあと、各委員からの提言を受けました。主な意見の要旨を紹介します。

委員長　内田 和男（北海道大学名誉教授・北海道武蔵女子短期大学学長）
副委員長　宮澤 仁朗（精神科医・医療法人ときわ病院院長）
委　員　佐々木 小世里（イラストレーター）
塩野谷 英男（株式会社江戸屋社長）
藤原 千枝子（心理セラピスト）
大房 孝宏（北海道電力常務取締役）
見野 彰信（弁護士）
小西 由稀（フードライター）
千葉 光宏（朝日新聞 北海道支社報道センター長）
中川 ファリーン（英語講師）　※委員構成は2010年4月当時

見て元気になる、アクションにつながる番組を

小西由稀 委員

信頼という部分をきっちりとキープするところと、お金をかけずとも切り口で工夫することで、視聴者を引きつける番組制作は可能なのではないか。HTBの場合ですと、非常にニッチな視線といいますか、突飛だということではなくて、ほかの局ではあまりやっていないような視点で番組を作っている部分があるように見ています。

とかく暗い話題が多い世の中ですので、北海道を応援するというところの足元に立って、見ている側が楽しくなる番組を作っていただきたいです。タレントが騒いで何も考えず笑うという楽しさではなくて、見た人が元気になったり、勇気をもらえたり、あるいは行ってみたいとか食べてみたいなど、実際のアクションにつながるような番組を見たいと思っています。

地域活性化を使命とするメディアに期待

千葉光宏 委員

アジアから北海道に来る観光客の増加につながったという海外発信の事実はまったく知りませんでしたので驚きました。これは、要は道と一体となって観光行政に協力して成果を上げたという内容であり、果たしてテレビ局の仕事なのかという疑問も感じました。行政側と一体となって事業のようなことをメディアが行うことの是非とでもいえばいいでしょうか。

そう考えながらほかの資料を見たところ、地域の活性化なくして、地域メディア、テレビ局はあり得ないのだとHTBが明快に打ち出していることを知りました。地域の活性化に寄与するのが重要な使命だという考え方をはっきり掲げているわけですね。何よりもまずジャーナリズムを考える新聞と、もっと他の要素もいろいろあって成り立つテレビの違いにあらためて思い至り、初めに感じた疑問も解けた次第です。

北海道の魅力を高めて世界に発信してほしい

塩野谷英男 委員

日本人は非常に内向きになってきているのではないか。特に、北海道は歴史的に見て、官主導、官依存型体質になっています。どう自立し活力ある発展をしていかなければいけないのか、というテーマに取り組んでいったらいいと思います。北海道、あるいは札幌が文化的にも経済的にも世界の中で魅力ある地域になったらいいなと。世界の人や物や情報が行き交うまち、あるいは、地域、世界に貢献する北海道と、HTBには地方局としてそういう切り口で貢献してもらったらいいのではないかと思います。

分かち合える社会の実現を目指して

佐々木小世里 委員

福祉というテーマを個性的な切り口で発信していただけるコンテンツが必要ではないか? 今までの社会では「できる者」が「できない者」を支えていくことができました。だから、壁をつくり別々に生活することも可能だったと思います。これからは、壁をつくっていては成り立たない社会に向かうと思います。「できる」「できない」の線引きをゆるやかにして、こうあるべきという刷り込まれた形を崩し、分かち合える社会が培われる雰囲気づくりにも一役かっていただければと切に願っています。

生活に役立つ健康・医療番組への着手を望む

宮澤仁朗 副委員長

道民がいかにさまざまなコンテンツ番組を利用して生活に役立てて反映させることができるかという視点をさらに強化していく必要があると思います。

その点で各民放とHTBのデータ放送を利用してみましたが、質とボリューム、操作性においてHTBが優れている印象を持ちました。情報源を拡張し内容を進化させていくとともに、情報があふれても利用者が混乱しますので、優先性が高くない情報は整理して視聴者ニーズに応えていただければと思います。

また、さまざまな世代に対応した再利用に耐えうるだけのコンテンツを供給して生き残りを図らなければなりません。それには気象・交通情報とか身近なレストランの紹介などの実生活への情報提供に留まることなく、たとえば健康にも寄与することができる医療番組も制作していただきたい。生活習慣病、三大死因である、がん・心臓病・脳卒中、あるいは関心の高まっている認知症について地域の専門医による病気の説明、早期発見、予防法、専門療法などを多角的に取り上げる番組にも着手していただければと思います。

高齢化時代に応える番組制作と放送ネットワークの構築を

内田和男 委員長

マスメディアとしてのテレビは、その時代に応じたマスを対象とすべき。現在の日本のマスは高齢者層です。しかもこれから高齢化が急速に進むのは大都市圏。現在のキー局による全国ネットのコンテンツは、移ろいやすい流行を追うだけであり、現在のマスを対象としているとは言い難い。大都市圏にいる団塊の世代が今後第一線を次々と退き、自らの人生を振り返る時、故郷で共有されていた歴史性・公共性のあるイメージを映像に求めるようになるのではないでしょうか。とすれば、全国ネットのゴールデンタイムに1つの枠を設けて、各地域局制作の番組を順次全国に放送するなど、地域局とキー局が双方の弱点を補強する組み合わせを構築し、本来のネットワーク機能を十分に生かすような方策を考えるべきです。

地域局は番組制作に際し、地域住民の関心は何か、いかなる生き方をしているのかをしっかりとリサーチし実態をきちんと把握することが重要です。視聴者からオープンに情報発信してもらい、テレビ局がすばやく受信して上手にコンテンツに取り込むことで、より密着した情報を視聴者に届けるべきです。

審議会を終えて

本審議会の意見は2010年5月に開催されたテレビ朝日系列24社「第78回系列番審委員代表者会議」で内田和男委員長が報告し、系列における考え方の共有に資することができました。また、塩野谷委員提言の「北海道の魅力を高めて、国内外に発信する企業姿勢」については、2011年1月に制定した「HTBビジョン 未来の北海道」（本レポートP2）の精神に生かすことができました。小西委員提言の「元気」、佐々木委員提言の「福祉」、宮澤副委員長提言の「医療」に役立つ情報につきましては、「6つのチカラ」を応援する姿勢（本レポートP3）に反映するように努めました。（放送番組審議会事務局）

放送番組審議会 概要の公開

- ホームページ　http://www.htb.co.jp/htb/banshin/
- 『あなたとHTB』（放送は偶数月の第3日曜日　午前5時30分～5時50分）

地域社会の一員として

HTBのコンプライアンス推進体制

**2007年2月に私たちは「HTB倫理憲章」を制定し、
地域社会の一員として果たすべきコンプライアンスの基本指針を定めました。
法令や社会規範、放送倫理の遵守にとどまることなく、
社会の期待や要請に積極的に応えることを宣誓するものです。**

●

**社長を最高責任者とするコンプライアンス推進マネジメント体制は、
コンプライアンス委員会、放送倫理委員会、
情報セキュリティ委員会、個人情報管理委員会、ヘルプラインデスク(内部通報制度)で
社会との信頼関係の構築に努めています。**

HTB倫理憲章 [2007年2月1日制定]

基本憲章

一. 法令や社会規範の遵守はもとより、
高い倫理観と良識を持ち、健全な企業活動を行い、
社会の信頼にこたえます。

二. 国民の共有財産である
電波・放送に携わる者としての自覚と責任を持ち、
地域社会の未来と文化に貢献します。

三. 公正で迅速な真実の報道、健全で楽しい番組、
暮らしに役立つ情報、魅力のあるイベントを提供し、
社会と視聴者の期待にこたえます。

四. 節度ある広告放送を行い、
経済、社会の発展に尽くします。

五. 基本的人権を尊重し、互いに助け合い、
人間としての尊厳を認める社会を目指します。

六. 社会の一員であることを自覚し、環境保全に取り組み、
平和で公正な社会を目指します。

行動基準

一.法令・社会規範の遵守

1. 法令・社会規範を遵守し、社会的良識に基づいて行動します。
2. 電波法・放送法をはじめ関係法令を遵守するとともに、放送基準を遵守した取材・報道・番組制作を行い、放送の健全な発展をはかります。
3. 社内規定・規則を遵守し、良識ある行動をします。
4. 法令や社会規範の遵守を確実なものとするため、社内での意識醸成と周知徹底に努めます。

二.社会への貢献と環境の保全

1. 良き企業市民であるとの自覚を持ち、地域社会の一員としての役割と責務を果たします。
2. 地域社会との連携と協調を図り、文化・芸術・教育・スポーツなど地域の活動を支援します。
3. 資源の有効活用、省エネルギー等の取り組みを推進し、地域と地球の環境保全に努めます。

三.信頼される企業活動

1. 放送の公共的使命・社会的責任を自覚し、健全で信頼される企業活動を行います。

●コンプライアンス推進のための社内体制

●放送倫理委員会／報道や表現の自由を守り、市民の知る権利に応えることがメディアの責務です。そのためには、自主・自律的な判断で常に報道姿勢や番組表現等を検証し、放送倫理の向上を図る必要があります。このためHTBでは編成担当役員を委員長とする放送倫理委員会を設置し、番組やCMの定期的な検証を行っています。また、「BPO放送倫理・番組向上機構」と連携し、国内における放送倫理違反や人権侵害の事例の情報を共有し、人材教育に資するように努めています。

北海道テレビ放送の企業理念を示した「HTB信条」に則り、HTBおよびHTBグループすべての役員、従業員が遵守すべき指針です。私たち一人ひとりが守るべき「基本憲章」と、これを実現するための「行動基準」を定めました。

2. 社会や視聴者の声に真摯に耳を傾け、視聴者ニーズを把握し、放送に反映できるよう努めます。
3. 誤報や不適切な情報を発信した場合は、速やかに是正措置をとります。
4. 企業活動において不測の事態やトラブルが生じた場合は、速やかにその原因を究明し、被害や権利侵害の拡大の防止に努めます。
5. 知的財産権を尊重し、自らの知的財産を保護するとともに、他人の知的財産を不当に侵害しないよう十分に注意を払います。
6. 企業秘密や守秘義務を負っている情報（取材源を含む）を除き、社会が必要としている情報を適正に開示し、企業活動を公正で透明性のあるものにします。
7. 職務上知りえた企業機密を適正に管理し、同意なく第三者に開示したり、不正に使用したりしません。また、他社の企業機密を不正に入手・使用しません。

四.公正な取引と健全な関係

1. 広告主・広告会社、取材・番組制作に関係する個人・団体その他すべての関係先に対し、誠実に接するとともに、健全な関係を維持し、不公正な取引や便宜供与は行いません。
2. 社会的秩序や企業の健全な活動に悪影響を与える個人・団体とはかかわりをもちません。
3. 「会社法」「独占禁止法」「下請法」「金融商品取引法」等を遵守し、公正で自由な取引を行います。

五.人権の尊重

1. 人格と個性を尊重し、人種、性別、職業、信条、身体的特徴等による差別や嫌がらせを許しません。
2. 個人の多様な価値観を認め、プライバシーを尊重するとともに、個人情報の取り扱いに際しては、慎重かつ細心の注意を払い、その適正な管理に努めます。
3. セクシュアルハラスメントやパワーハラスメントを許しません。

六.社内報告と違反行為の未然防止

1. 法令や社内規則、企業倫理の違反行為を知った時、あるいは違反がおこなわれようとしていることを知った時は、内部通報制度によってヘルプラインデスクに通報します。
内部通報によって違反行為を未然に防止するとともに、違反行為には厳正に対処し、通報した者がそれを理由に不利益な取扱いを受けることを許しません。

第 三 者 意 見

「ユメミル、チカラ応援レポート」について、それぞれの立場から意見を頂きました。
HTBの今後の取り組みに反映させていただきます。

上智大学文学部
新聞学科　教授
音　好宏 氏

専門はメディア論、情報化と社会変動、メディアの地域的機能。名古屋テレビの第三者機関「オンブズ6」委員。札幌市出身。

この10年あまりの間に、企業はアカウンタビリティー（説明責任）を強く問われるようになりました。もちろん公共性の高い事業である放送局では、その対象は株主や社員といった直接的な関係者にとどまらず、視聴者、そして地域社会にも広がり、また求められています。北海道テレビはそのような時代の要請に早くから気づき、対応してきたローカル放送局といえます。日本でデジタル放送が始まろうとする2003年に「HTB信条」を制定。そして、デジタル放送への移行が完了する2011年に、あらためて「HTBビジョン」を明文化しました。それは、HTBのミッション（活動指針）を内外に示すものでした。

本レポートは、HTBが掲げてきたそのミッションに沿って、どれだけの実践がなされたのかを振り返り検証したものといえます。人間も企業も時に立ち止まり、自省を試みることが肝要なのです。そのことで、自らに課したミッションに内在する本質的な意義が再確認され、次の時代に向けた新たな使命を具現化することにつながるからです。その意味において、本レポートを社会に向けて発行した価値は高いといえましょう。

ただ欲を言えば、今回のレポートでは、HTBが個々の視聴者の「声」とどう向き合い、それらの声をどのようにHTBの活動に反映させてきたのかの記述は少なかったように思います。次回のレポートでは、その成果もご報告いただきたい。

医療法人渓仁会
定山渓病院　院長
中川　翼 氏

渓仁会は2006年に医療機関として国内で初めてCSR経営を宣言。先駆的な抑制廃止宣言、終末期医療に取り組む。HTB放送番組審議会元副委員長。

これまでの自社の取り組みを紹介し、真摯に振り返ることはとても大切なことと考えています。「北海道のチカラ」、「生命のチカラ」、「エコのチカラ」、「スポーツのチカラ」、「子供のチカラ」、「食のチカラ」に分類し、適切な構成であると思います。この中で、ドラマ『ミエルヒ』は多くの受賞をしており、すばらしいことです。さらに、広大な北海道に155のデジタル送信所置局を完了し、デジタル化に対応しえたことは努力の結果であり、今後北海道の各地の情報がきめ細かく発掘されていくことでしょう。HTBの社会活動、ステークホルダーとの対話も大切なことと思います。

なんといっても北海道の民放です。北海道大学の鈴木章名誉教授のノーベル化学賞受賞という快挙など、北海道や道民を元気にする報道をどう立体的に展開したかという記述があってもよかったと考えます。

今後に期待することは、北海道のあまり報道されない地域の現状（生活など）を報道、応援すること。高齢者社会でしっかりと自立している、特に一次産業（農業、漁業）の80歳以上の高齢者の紹介、障害や病気を持って奮闘している子供たちの紹介、医療事情の悪い過疎地の実状の紹介、観光客誘致に努力している地域の紹介などです。今回の活動報告書を土台とした今後のHTBの取り組みに期待しています。

HTBはデジタル6チャンネル

会社概要

社　　名／北海道テレビ放送株式会社
Hokkaido　Television　Broadcasting　Co.,Ltd.
本社所在地／〒062-8501 札幌市豊平区平岸4条13丁目10番17号
TEL 011-821-4411
http://www.htb.co.jp
創　　立／1967（昭和42）年12月1日［放送開始 1968（昭和43）年11月3日］
資　本　金／7億5千万円
主 な 株 主／（株）朝日新聞社、（株）テレビ朝日、北海道建物（株）、東映（株）
社　員　数／174人（男性142人、女性32人）
系　　列／テレビ朝日系列

業績の推移

単位:百万円

区　分	平成20年度	平成21年度	平成22年度
営業収益	14,058	13,744	14,327
経常利益	379	530	1,009

関 連 会 社／（株）エイチ・テー・ビー・プロモーション、
エイチ・テー・ビー映像（株）、（株）ディ・キャスト
支　　社／業務センター（札幌市中央区）、東京支社（東京都中央区）、
関西支社（大阪市北区）、旭川支社、釧路支社、函館支社、帯広支社
海外駐在員／ANNロンドン支局

東日本大震災
北海道のチカラ　今、私たちにできること。

2011年3月11日発生の大震災でお亡くなりになられた方々に衷心よりお悔やみ申し上げます。
また被災された皆さまに謹んでお見舞い申し上げます。
この国民的な課題に対して、北海道のメディアであるHTBに、今できることは何か。
大震災の直後に、私たちは社内にプロジェクトチームを立ち上げました。
義援金の寄託、募金活動、番組やイベントを通じての応援･･･
「北海道のチカラ　今、私たちにできること」。
一連の取り組みにつきまして2012年7月に発行予定の「ユメミル、チカラ応援レポート2012」で報告いたします。

編集後記

感謝の手紙が教えてくれたこと。

採用の三次試験で不合格になった大学生の母親からHTBに便箋7枚に綴られた感謝の手紙が届きました。

「私は胸がいっぱいで何も言えませんでした…夢を持つ若者に希望が持てるよう、心ある接し方をしていただいたこと、本当にありがとうございました」

不合格の彼に総務部の採用担当者が携帯電話で伝えたことは、「合格に至らなかった原因と次につながるアドバイス」でした。長時間にわたる丁寧な説明だったとのこと。相次ぐ不合格で夢や自信を失いかけていた本人や家族にとって、光が差す出来事だったようです。この青年は、のちに大手メディアに就職を決めました。

「企業の社会的責任」とは、決して肩肘張ったものではありません。この手紙から私たちが学んだことは、日々の仕事における一人ひとりの姿勢や判断そのものが、社会に希望をつくるということです。「HTBは夢見る力を応援する広場です」という企業理念が社員の当たり前になれば、私たちはもっと地域から必要とされる存在に成長させていただくことができます。
小さな一歩の積み重ねが希望をつくることを信じて「ユメミル、チカラ応援レポート」の創刊号を発信しました。

国本　昌秀　CSR推進室長

●編集チーム
吉田みどり　編成局広報部
金子　哲俊　総務局総務部
本吉　智彦　営業局企画事業部
品田　　純　コンテンツ事業室
高瀬　敬信　営業局メディア事業部
辻　　洋周　営業局営業推進部
岡田　壮弘　技術局技術部
見張　祐介　報道情報局報道部

HTB

シンプルな四角は16:9。
デジタルテレビのフレームです。
この空白に、新しい価値をつくる
HTBの先進性や可能性を表現しました。
2006年度グッドデザイン賞を受賞。

この冊子に対するお問い合わせ

〒062-8501　札幌市豊平区平岸4条13丁目10番17号
北海道テレビ放送株式会社
CSR推進室
TEL 011-824-4211　FAX 011-816-4040

VEGETABLE OIL INK

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。

発行:2011年4月1日に弊社ホームページでPDF版として発行し、6月に会社概要の「業績の推移」を更新して冊子化しました。