

#### 地域に、新しい価値をつくる。

#### 編集方針

HTBの仕事。

それは、みんなの夢見る力を応援することで、

北海道の未来に貢献すること。

地域の課題に真摯に取り組むことで、

自らの責任と成長が実感できます。

東日本大震災が発生した2011年は、

「北海道のソコデカラ」も問われました。

私たちにできることは何か。

日々、自問しながら取り組んだ地域メディア活動を

「ユメミル、チカラ応援レポート2012」がお伝えします。



#### CONTENTS

トップコミットメント

「デジタル時代、地域メディアが目指すこと」……02

#### 

- 1 日々、伝える使命 ………04 2 立ち上がろう、東北 ………06 3 日常生活の発信でアジアとつながる ……10 4 ステークホルダー・ダイアログ ………12
- 第2特集 2011.7.24 完全デジタル化

もっと伝える、つながる。テジ	タルのその先へ。14
生命のチカラ·······18 スポーツのチカラ·····20 食のチカラ·····22	エコのチカラ······23 子供のチカラ·····24
HTBの地域コミュニケーション 身近な声に耳を澄まして ·······25 災害への備え ······26	放送倫理・コンプライアンス …27 第三者意見28 会社概要 / 編集後記



HTBのロゴマークの四角は16:9。 デジタルテレビのフレームです。白い 空間に、新しい価値をつくる当社の 先進性や可能性を示しています。 手と手がつながると、笑顔の広場も 生まれます。本冊子の表紙は、完全 地上デジタル化が実現した2011年 に入社した秋山桃子(情報制作部) と古川匡(報道部)の2人で、新たな 時代をつくっていく想いを表現しました。

「地域メディア活動報告書 ユメミル、チカラ応援レポート2012」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。本号では2011 年度(2011年4月~2012年3月)を中心に、私たちの日々の取り組みをお伝えします。

#### 私たちの想いと姿勢

#### 【HTBの企業姿勢】

HTB信条 は「夢見る力を応援することで地域の未来に貢献する」ことを約束した、私たちの存在意義です。そして、目指すべき地域の姿を見定めたのが HTB ビジョン 未来の北海道 、未来の北海道の実現に向けてのアクションプランが ユメミル、チカラ応援ステーション です。地域に新しい価値をつくるために、6つのチカラをテーマにさまざまな想いを応援しています。

#### 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。

#### 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

#### アクションプラン

【ユメミル、チカラ応援ステーション】

#### 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。

#### 子供の行力ラ

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。

#### 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。

#### 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。

#### 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。

#### 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。

# 北海道の民力ラ

今、私たちにできること



#### トップコミットメント



代表取締役社長 樋泉 実

デジタル時代、地域メディアが目指すこと

地上デジタル放送に完全移行した2011年、私たちは「HTBビジョン 未来の北海道」を制定しました。2003年制定の「HTB信条」を受けて20代社員が、地域メディアとして、北海道の一員として、自らが果たすべき役割、責任、その覚悟などを真摯に議論した結果です。

3.11の東日本大震災直後に全社員参加で立ち上げたプロジェクト「今、私たちにできること」は、その最初の実践でした。北海道と東北は歴史的なつながりが深く、脈々と人的交流が続いています。被災地から北海道に避難された方は3,000人余り。2月、さっぽろ雪まつりのHTB広場の雪像「会津鶴ヶ城」には、福島に縁がある皆さまが復興を願って大勢集まりました。また、デジタル化はアジアのコンパスを小さくし、北海道は東京から見た「日本の北の地方」から「アジアのHOKKAIDO」という「地域」に変わりました。

地域の価値を高め、地域の未来をつくっていく。今、私たちには伝えたいことがたくさんあります。 その思いをこのレポートに込めました。

# それは、地域の声から—

2011年3月11日14時46分。

あの地震発生後、数々の電話、メールがHTBに寄せられました。

今、私が知りたいのは 北海道で被害のなかった私のような人に 何ができるのかという情報です。 節電は必要なのか?

献血は役に立つのか?

何をすることが必要なのかを教えてください。 そういった情報を流していただけると助かります。

よろしくお願いいたします。

(2011年3月13日 20代男性から届いたメール)

北海道のテレビ局に何ができるのか。 被災地や被災者のために道民ができることは何か。 地域の生活者のひとりとして共に悩み、共に歩むとはどういうことなのか。 大震災が突きつけた課題です。

そして始まったのが、 社内プロジェクト「北海道のチカラ 今、私たちにできること」。 私たちの日々の仕事が明日への希望につながることを信じて、 取り組んできたさまざまなプロジェクトをダイジェストでお届けいたします。



## 日々、伝える使命

地震直後、直ちに東北の被災地に入った取材クルーはみな、 目の前に広がる信じがたい光景に言葉を失いました。 自分たちの無事を伝えて欲しいという声に応え、 一冊のスケッチブックに書かれた住所と名前をカメラにおさめ続けた日々。 伝え続ける中で見えてきたのは、テレビの果たすべき「役割」でした。

#### 東北での出来事を我が事として シリーズで伝え続けた175本

HTBは大震災発生直後にシリーズ特集「今、私たちにできること」を立ち上げるなど、夕方の情報ワイド『イチオシ!』で継続的な放送活動を行いました。支援に取り組む人々、避難してきた家族、食品の放射能汚染、原子力事故対策、減災報道などさまざまなテーマを取り上げ、2012年3月には「震災ウイーク」を設けて集中的な放送も実施。1年間で伝えたニュース、特集、中継は175本に達しました。

また、被災地のANN系列応援エリアに1年間でのべ1,213人のスタッフを派遣。計100日間にわたる衛星中継車の応援も行いました。大震災を私たちのこととして捉え、伝え続ける大切さを学んだ1年でした。

行く先々で「窮状を伝えて」との依頼が。 娘に安否を知らせたいと自らインタビュ ーに名乗り出た女性もいました。



## 情報は重要な「支援物資」 つなげる役割の大切さを知る

報道部記者 金子陽

大震災発生翌日から1週間、岩手県宮古市などへ赴きました。目にした数々の光景は、今も脳裏に焼き付いています。 痛感したのは「情報を伝える」というメディアの根源的な役割の重要性。 支援の届かない小さな漁村でかけられた「うちの村まで来てくれてありがとう」の言葉は忘れられません。情報は生活物資に匹敵する支援物資。この体験を、後世に伝え続けていかなくてはならないと感じています。





#### 地元局としての責務 北海道の漁業被害を実直に報道

東日本大震災では、道内の太平洋沿岸地域にも大きな 被害が出ました。津波で漁港や倉庫が損壊し、カキやホタ テの養殖場は壊滅的な状況となり、被害総額は318億円に 上りました。

私たちは北海道のメディアとして、被害の実態を実直に伝 え続けました。森町のホタテ養殖の取材は漁船に同乗し、現 状を目で確かめる基本的な取材でしたが、知られていなかっ た被害の大きさが浮き彫りになりました。

| 放送後、取材したホタテ漁師の方から届いたメール

(一部抜粋)

今現在、東北の被災地の方々は大変な状況であり、私自身も心が痛む 気持ちでいっぱいです。しかしながら、自分たちにも被害があることも伝えた い気持ちでいました。取材陣は、船に乗り込んで、たくさんの取材をしてくれ ました。私たちの被害は実際、命には関わりないです。しかし今後の生活の 見通しもありません。本日放送されたことで、さまざまなところで協力などの 話が出てきました。感謝の気持ちでいっぱいです。ありがとうございました。





への支援に結びつきます。

#### より深く見つめ、考えるためにドキュメンタリーや討論番組を制作

日々のニュースでは表現しきれない、より深い情報を伝え、

震災を教訓として活かしていくために、ドキュメンタリーや討論番組を制作しました。

●2011年8月6日放送 テレメンタリー2011

#### "3.11"を忘れない 走れ! 三鉄

津波で線路もろとも流された三陸鉄道。線路 が残ったわずかな区間で無料運行を始めたのは 震災からわずか5日目のことでした。地元住民の 一筋の光となる一方で、こうしたローカル線の復旧・ 復興が後回しにされる懸念も出ています。交通 弱者の利用も多い地域の足"三鉄"をテーマに、 被災地の今を追いました。





三鉄 "がはらむ問題は、北海 道の過疎地域にも通じる問題。 HTBは今後も、このテーマを追 い続けます。



●2012年3月9日放送

日韓共同制作ドキュメンタリー グァンヤ 荒れ野にて

#### ~韓国人ジャーナリストがみた 被災地の一年~

韓国人ジャーナリストのファン・ソンヨン氏が、 外国人の視点から被災地の1年間の変化を捉え、 報道と事実との違いを掘り起こした意欲作です。 番組は2012年3月に韓国SBSで放送されましたが、 日本の視聴者にも伝えたいというファン氏の提案 を受け、共同で追加取材・再編集して放送しました。



強化事業の国際共同制作 部門で企画採用され、さらな る放送展開を目指しています。

●2012年3月3日放送 北海道 朝まで生討論

#### 激論! 東日本大震災から1年 今、私たちにできること

大震災から約1年後の土曜深夜に、3時間に わたり放送した生討論番組。道内選出の国会議 員や首長、学識経験者ら11人のパネリストのほか、 道民もTwitterで参加。国民の期待と政府の震災・ 原発事故対応との乖離、復興支援の方法やエネ ルギー政策の方向性など多様なテーマについて 議論し、これからの道筋を探りました。





減災やガレキの受け入れの是非、巨 大地震・津波への備えや道内におけ る原発事故への対策にも話は及び ました。

# 北海道の手力ラ 今、私たちにできること 2

## 立ち上がろう、東北

東北は北海道ともゆかりの深い地です。

震災の影響で被災3県などから北海道に避難し 生活している人は、3,000人を超えています。 慣れない生活を送る皆さまに少しでも元気を届けるため、 できることから行動を起こしました。

#### 応援の想いが集まる広場 雪まつりで「会津 鶴ヶ城」を建てる

HTBは1977年よりさっぽろ雪まつりの大雪像制作に参加し、 陸上自衛隊の協力により、独自のアイスブロック工法で、大通西 8丁目会場に日本の城や伝統家屋を精巧に再現してきました。

「夢見る力を応援する広場」が私たちの企業理念です。 2012年は私たちにできることとして、福島県のシンボル「会津 鶴ヶ城」を建てることを決めました。雪まつり会場は開催期間 中の2012年2月6日から12日の間、復興を願い東北を応援す るたくさんの想いが集まる広場となりました。



高さ15m、幅20m、奥行21mと、実物の約半分の大きさで制作しました。

#### 被災地派遣の自衛官による大雪像制作 福島物産ブースも登場、大賑わい

制作に携わった札幌の第11旅団第18普通科連隊は、震災 直後から5カ月にわたり岩手県宮古市で給食支援活動を行っ た部隊で、東北復興への強い想いをもって大雪像制作に打 ち込みました。

会場には福島県の物販ブースを設けました。 連日の大賑わいで、福 島の三大銘菓は毎日午 前中で完売となる人気 ぶりでした。







会場では応援と感謝の交流が続き、 今回の雪像制作についての多く の感謝メッセージが、HTBと自衛 隊に寄せられました。





福島県出身で道内に単身赴任中の男性が、大雪 像の制作に感謝する想いを伝えに来社しました。 写真はその時に頂いた会津名産「起き上がり小法 師」です。「必ず立ち上がる」という気持ちが伝わ ってきました。

#### 復興を願う番組『時を超えたエール』も制作

福島からは歴史的に多くの人々が北海道に移住しています。 HTBと福島放送は地域の絆を描く番組『時を超えたエール~ 福島と北海道200年の絆』を共同制作し、放送しました。

「会津鶴ヶ城」は、戊辰戦争の攻防戦で白虎隊の悲劇を生 んだ舞台。番組では、城をいつも見つめて生活している会津若 松の子供たちに密着しました。さっぽろ雪まつりでの大雪像制 作体験や白虎剣士としての剣舞披露を追い、彼らの表情を通 して今の福島とこれからの福島を描きました。この番組はBS朝 日でも放送したほか、日本国際放送を通じて世界130の国と地 域で視聴され、好評を頂きました。



この子供たちが大きく成長し、福島の未来を支えてくれるように...。そうし た願いを番組に込めました。

#### 参加者からのメッセージ



優しさに触れ、心があたたかくなりました。大人になっ ても人と人とのつながりを大事に大切に、立派な大人に なりたいです。

#### 福島県観光交流局長 大河原 薫 氏



福島県の象徴「会津鶴ヶ城」をモチーフとしていただ き感謝します。本物の城がそこにあるようで完成度の高 さに驚きました。札幌には福島からの被災者が1,000人 以上も避難しています。とても大きな励みとなり、招待を 受けた小学生にとっても貴重な経験の場となりました。 福島の復興に向けて大きな力となりました。



## 立ち上がろう、東北

#### 避難してきた母子に安らぎの時間を アナウンサーによる絵本読み聞かせ

被災地から避難してきている幼児と小学生を対象に、2011 年12月からHTBのアナウンサーが絵本の読み聞かせを続け ています。NPOや学生グループと連携し、これまでに地域の 集会場などで3回実施しました。子供たちだけでなく保護者 の方々にとっても、読み聞かせは楽しい憩いの時間として好 評を得ています。

#### pisode

#### 読み聞かせが生んだ出会い

仙台から避難してきた子供たちが、ファイターズ戦が開催されていた札幌 ドームでHTBの企業広告を見て「あっ、onちゃんだ」と声をあげました。偶 然、近くに座っていた当社の荻谷忠男代表取締役会長が「なぜonちゃん を知っているの」と尋ねると、「絵本の読み聞かせがうれしかったから」と 言います。子供たちは特にonちゃんの紙芝居が心に残ったとのことでした。



#### 3.11を忘れない 想いを伝えるメッセージ朗読

道民が被災地に寄せる想い。北海道に避難している人たち の想い。北海道のアナウンサーにできることは、これらの想いを つなげ、多くの人に届けることだと考えました。大震災から丸1 年たった2012年3月11日、さまざまな方からのメッセージをアナウ ンサーが朗読し、YouTubeやPodcastで継続的に発信する取 り組みを始めました。このプロジェクトに合わせて避難者の自治 会代表を招いて勉強会も開催し、故郷を離れるに至った経緯、 故郷に残った人たちとの葛藤、被災者に対する報道のあり方 などについての率直な声を傾聴しました。

#### データ放送で被災者向け情報提供 被災3県の朝日新聞地方版配信も

避難住民は全国各地に点在している状況です。HTBは、 データ放送による情報提供「東日本大震災関連情報」を提 案し、2011年5月から、テレビ朝日系列で運用が開始されました。 被災地の情報に加え、2011年7月からは北海道発の被災者関 連情報の発信も行っています。

また、北海道に避難している方に故郷の状況を知ってもらう ため、朝日新聞の岩手・宮城・福島の地方版配信を2011年9月 から始めました。この取り組みは2012年度「情報通信月間」 北海道総合通信局長表彰を受けました。





## 『水曜どうでしょう』 広場でつながる 交流と心の復興支援

大震災の発生は、ファン待望の4年ぶりの新作が放送開始となったその月のことでした。HTBホームページ内の『水曜どうでしょう』掲示板は、被災したファンの方々やその関係者が集まる「広場」となり、「水どうで元気をもらった」「励まして欲しい」という書き込みが殺到。藤村、嬉野両ディレクターも、日記で「各自の持ち場で奮闘しよう!」と励ましのメッセージの発信を続けました。

さらに交流は続きます。2012年3月、被災地の宮城県女川町で開催された「女川町商店街復幸祭」に藤村、嬉野両ディレクターが招かれました。ファンの皆さまから「久しぶりに生きている幸せを感じた」という声をたくさん頂く、熱い交流の場となりました。

#### 自社の音楽レーベル「ユメチカレコーズ」で ファイターズ・チャリティーCD発売

2011年10月、北海道日本ハムファイターズは東日本大震災復興支援チャリティーCDをリリースしました。このCDはHTBの自社レーベル「ユメチカレコーズ」が制作しました。選手たちのレコーディングに加え、ファンの大合唱を3日間にわたって

収録。当社の谷口直樹アナウンサーがMCを務め、収録会場を盛り上げました。球団、選手、ファンの力をつなげ、応援の気持ちを込めたCDの収益金は、義援金として被災地に届けられました。



#### 「onちゃん募金」などで 経済的な支援も実行

HTBのキャラクターを冠にした「東日本大震災 onちゃん募金」を立ち上げました。募金総額1,657万円のうち、957万円を義援金として日本赤十字社に、100万円をテレビ朝日福祉文化事業団に、600万円を被災者支援の活動費としてNPO法人ジャパンプラットホームに寄託しました。

このほか、自社からの支援として1,000万円を朝日新聞厚生 文化財団に寄託。札幌市の「さぽーとほっと基金」にも500万 円を寄付し、道内で被災者を支援する団体の活動資金に充て ていただきました。



#### $\Xi$ pisode

#### 大切なDVDへ応援のサインを

女川町商店街復幸祭に1枚のDVDを持参した若い男性がいました。「津波で家族を失い、家を失った。大切にしていたどうでしょうのDVDも全部流されてしまった。がれきの中を探して、たった1枚だけ見つかった...」。そのDVDに、両ディレクターがサインをさせていただきました。



松山千春さんの「大空と大地の中で」をファイターズの選手と大勢のファンが歌いました。



HTBの独自口座開設による募金立ち上げは今回が初めて。情報番組やCM枠で周知に努め、 社員ポランティアが街頭で募金を呼びかけました。

## 日常生活の発信でアジアとつながる HTBは海外の放送局の日本国内取材を、 大震災発生後、これまで以上に積極的にサポートしました。 取材クルーは彼らの最大の関心事である私たちの日々の暮らしぶりにカメラを向け、 日本への応援の想いがこもった番組を制作、放送してくれました。 大震災で落ち込んでいたアジアからの観光客数は、秋から冬にかけて前年を上回るペースに回復。 アジアと北海道の関係性が、さらに深まりました。 応援と感謝の気持ちを重ねて アジアの友好局との連携 「HTBビジョン未来の北海道」には、「アジアに際立つ HOKKAIDO」の一文があります。私たちは1997年から北海 道の観光や日常生活の海外発信活動を始め、これらは台湾 などアジアからの観光客増加につながってきました。震災後、 これまでの活動の中で交流を深めてきたアジアの友好局から、 日常生活やアジアで人気の観光地の現状を知りたいという声 が相次ぎました。 HTBが取材協力を行い、アジア各国で放送されたニュー スや番組は、日本、そして北海道を応援する気持ちが伝わっ てくるものでした。「今」を伝えることが応援と感謝の気持ちを つなげ、お互いの理解と絆を深めることを実感しました。 10 ●ユメミル、



#### 台湾メディアの道内取材をコーディネート

北海道は台湾で非常に人気の高い観光地です。生活文化への関心も高く、台湾メディアからは日常の様 子を取材したいという要望がいち早く届きました。HTBは2011年4月・5月の2回にわたり、『年代ニュースチャ ンネル』の取材クルーをコーディネート。道央・道東エリアの観光地を取材したニュースが台湾で放送されました。

#### 「北海道から台湾ありがとう」CMを制作・放送

各国・各地域の中での、最大の義援金支援は台湾によるもの でした。道民からの感謝の気持ちと、元気な北の大地の様子を伝 えるため、2011年6月に「北海道から台湾ありがとう」CMを制作。 これは北海道運輸局の事業としてHTBが提携する台湾年代電 視台で約200回放送され、大きな反響を呼びました。



#### Southeast Asia

[東南アジア]

#### シンガポール

CNA(チャンネルニュースアジア)が函館・鹿部・登 別・ニセコ・札幌をロケ。2011年9月から10月にかけて 特別番組『Fun Hokkaido!』として放送されました。

HTV( ホーチミンシティテレビジョン )が、東京・福島 に加え、札幌・小樽・日高・千歳をロケ。2012年1月に 特別番組が放送されました。



#### タイ

Channel3の人気観光番組『Say!Hi』で、過去に撮影した映像を活用した番組を5月に放送。さらに、新 たに釧路・阿寒・厚岸・中標津・弟子屈・網走をロケ。この模様は2012年2月に放送されました。

[中国]

#### ニュース特集のための 道内取材をサポート

2011年7月から8月にかけて、深圳メディアグ ループのニュース情報番組『直播港澳台』と中 国中央電視台のニュース番組『環球財経連線』 がそれぞれ道北・道央を中心に北海道を取材。 北海道の特集コーナーとして放送されました。

#### 北海道を応援する 観光番組の制作・放送

SMG(上海メディアグループ)の人気観光番 組『getaway』で、「さっぽろ広域観光圏編」と「は こだて観光圏編」の2本が2011年11月に放送さ れました。番組は、SMGのホームページを通じて 全世界に向けても配信されました。

#### 「北海道PR」CMの 制作:放送

北海道観光振興機構の事業として、中国中 央電視台のCCTV-4(国際チャンネル)で毎日 放送されている人気旅行番組『走遍中国』で、 2011年12月から2012年1月 にかけて北海道をPRするCM



#### 日本の、北海道の魅力満載

#### 「THE POWER OF HOKKAIDO I 開設

2011年7月、北海道から日本の元気を発信するウェブサイト「THE POWER OF HOKKAIDO」を立ち上げました。Facebook、Twitter、YouTubeなどのメディアを 活用しながら、北海道の多彩な魅力を動画や写真などで発信しています。

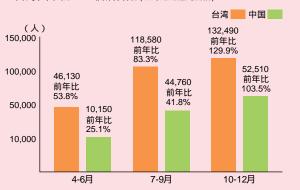


英語、中国語、韓国語の3カ国語 に対応するとともに、中国に向けた 情報発信用として「新浪微博」(中 国版短文投稿サイト)と「優酷(中 国版動画投稿サイト)」の公式アカ ウントも取得しています。

「THE POWER OF НОККАІДО」公式サイト http://power-hokkaido.jp/

#### 台湾、中国からの宿泊客数 (北海道運輸局統計)

を放送しました。



道内の外国人のべ宿泊者数は7月から回復の兆しを見せ、10-12月には台湾と 中国は前年を上回りました。

[ステークホルダー・ダイアログ]

大震災から3カ月、長期的視野に立ちテレビ局が復興に向けてできること

地域社会の期待や要請を日々の放送活動に活かす。その傾聴の場が「放送番組審議会」です。

HTBは2011年3月と6月の審議会で、東日本大震災におけるテレビの役割について提言を受けました。

本冊子では、6月20日に開催された第435回審議会に出席した委員の提言要旨を報告します。

ジャーナリズムとしては何ができるか。 道内の被害の実態、被災者の救済制度、 補償制度のあり方と課題、行政は正しく 機能したのかの検証や、自然災害、原 発をめぐる防災の検証。東北の被災者・ 被災地、日本、世界全体に向き合って何 ができるか。ANNの一員として、何が起 きたのか、なぜそうなったのか、今どうな っていて、これからどうなるか、といった 点を報じていくことが重要です。とりわ け補償のあり方や復興の障害、エネル ギー政策と原発の問題。地震国で原発 と人間は共存できるのか。判断材料を 一つ一つ、正確に提供していくことがジ ャーナリズムとしていっそう大切になって いると思います。

災地や人々のために何ができるかを考 えてきました。テレビに期待したい役割は、 正しい情報を伝えることに尽きます。災 害を忘れないために震災に寄り添って、 ずっと続けてもらいたい。また、危機管 理を促すこと。これから起きるかもしれ ない災害に対する危機感を私たちに考 えさせることです。原発の問題もあります。 正しい情報がわからなくなっているこの時、 政府の発表に対して国民が非常に懐 疑的になっていると感じます。発する側 に良し悪しを判断して欲しいわけでは ありません。正しい情報を伝えてもらって、 視聴者の私たちが判断する。そういうこ とであっていいと思います。

震災後、それぞれが自分の職能で被



札幌弁護士会では岩手県に弁護士 を派遣し、避難所などを巡回しながら法 律相談を行っています。義援金や弔慰 金が収入と認定され、生活保護の打ち 切りや停止になるケース、親や子供は支 援金が給付されるが兄弟姉妹は対象 にならないケースなど、被災者を取り巻 く厳しい状況が浮き彫りになっています。 報道はされるのですが、それが実際どう いう問題なのか、もう少しわかりやすく、 見やすくなったらいいと思っています。 最近は、被災者に闇金が金を貸すなど の問題も発生しています。新たな被害 者を出さないために我々も積極的に発 信しますが、メディアがしっかりと取材し 報道してもらえればと思います。



#### 審議会を終えて

各委員の提言は継続的な報道姿勢(本レポートP4-5) 東北支 援(本レポートP6-9)、災害への備え(本レポートP26)などで反映 するように努めました。2011年10月に開催されたANN系列24社 による「第80回系列番審委員代表者会議」では、内田委員長が 復興の課題を丁寧に伝えることを系列各社に求めました。



#### 内田和男 委員長

原子力発電災害についての報道にノウハウの蓄積はありま せん。正確に、冷静に、試行錯誤して作り上げていく認識が必 要です。震災に関する報道を原発事故関連と津波災害関連に 分けてみると、最近の報道の割合は、感覚的に7:3くらいで原発 関係のウエイトが高く、津波被害が低くなりつつあります。東北

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 新谷朋子(とも耳鼻科クリニック院長)

H 委 舅

TB放送番

組

審議

会

伊藤千織(伊藤千織デザイン事務所代表)

大西昌美(北翔大学生涯スポーツ学部准教授)

見野彰信(弁護士)

小西由稀(フードライター)

髙橋賢友(北海道電力常務取締役)

千葉光宏(朝日新聞社北海道支社報道センター長)

中川ファリーン(英語講師)

平島美紀江(合同会社のこたべ代表)

委員構成・肩書きは2011年6月当時、敬称略



2011年4月1日を境に震災に関する番 組が減りました。いつも震災の情報を流 し続けるのは困難だと思いますが、被害 は一過性のものではありません。復興の 様子を視聴者に「見たい、知りたい」と 思わせる工夫が必要です。先日、現地 に行っている友人から、「高齢者が着る 服がない」と連絡を受けました。まだま だ現地でしかわからない必要なものが あります。自分の生活が元に戻ると大震 災が遠く感じられてしまいますが、「一 時的なものではない。長期的支援が必要」 ということは頭の隅ではみんなわかって いるはず。忘れられないように、テレビ局 として継続的な取り組みが必要なので はないでしょうか。

道内の多くの地域が東北地方と歴 史的に深い関係で結ばれています。復 興に向けた互いの連携を伝えることで、 地域の発展に貢献することを期待します。 本州に製造拠点がある物品、部品につ いて、調達リスクの回避や技術移転の 観点から、北海道へ工場を移転する道 があります。日本全体の復興を考えて、 東北または本州の高い技術を道内に移 転する。ここにスポットを当てて、北海道 のメディアとして北海道の産業育成に 取り組んでいくことを期待します。福島 の原子力発電所で起きた事故について は、同じ発電事業者として心を痛めてい る状況です。事故の検証をこれからしっ かりしていく必要があると感じています。

いくつかの方向性、可能性を投げかけるような番組づくりをしていただきたい。 ひとつは、支援のバリエーションを示すということ。どうやって継続的な支援をしたらよいかわからない方がほとんどだと思います。募金以外の支援の提案をぜひしていただけたらと思います。地道な、草の根的な支援の情報を丁寧に拾うことで、自分にもできることの道筋が見えてくるのではないでしょうか。また、もうひとつ、どう生き抜くか、どう身を守るかという方法も知りたいと思います。津波が起こった時の判断、節電のあり方、エネルギー選択の自由。さまざまな可能性を知りたいと、今回の震災で強く思いました。

平島美紀江委員継続して伝えること





小西由稀秀員
とまざまな提案を支援や安全確保、



の被災地は変化が乏しく、ニュースになり難いことが影響していると考えられます。変化が乏しいということは復興が進んでいないことを意味します。番組の作り手としては工夫がいるので難しいのでしょう。しかし、メディアには被災地・被災者の状況を、そしてその経過を繰り返し伝え、何が復興の課題であるかを丁寧にかつ持続的に伝える取り組みが必要と考えます。

#### 放送番組審議会 概要の公開

HTBの放送番組審議会は年間10回開催されています。 議事の概要は以下の方法で公開しています。

ホームページ 『番組審議会だより』 http://www.htb.co.jp/htb/banshin/

『あなたとHTB』( 偶数月第3日曜 5:30~5:50放送) http://www.htb.co.jp/htb/anata/

## もっと伝える、つながる。 デジタルのその先へ。

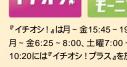
2011年7月24日、テレビはアナログ放送からデジタル放送に完全移行しました。 このコミュニケーション変革の時代に、生活者とつながるメディアのあり方が問われています。 HTBは地域情報の発信力を強化し、自社制作比率を24%に高めました。 私たちは多様な声に耳を傾け、デジタル時代にふさわしい伝え方を磨くことで、 北海道の今と未来を支え、テレビに新たな価値をつくっていきたいと考えています。



シンプルな四角は16:9。 デジタル テレビのフレームです。この空間 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。

#### |覚悟を新たに発信力強化 |朝から全面 「イチオシ! へ

HTBは完全デジタル化に先立つ2011年3月28日から、夕方 のニュース生活情報番組『イチオシ!』を朝の生活時間帯にも 拡大しました。通勤・通学前の、地域情報が一番必要な時間 帯に発信する北海道のローカルワイドは『イチオシ!モーニング』 だけ。地域メディアとしての覚悟を新たに日々の仕事を構築し、 地域情報の発信力を強化しています。



『イチオシ!』は月~金15:45~19:00、『イチオシ!モーニング』は 月~金6:25~8:00、土曜7:00~8:00に放送中。土曜9:50~ 10:20には『イチオシ!プラス』を放送しています。



#### 『イチオシ!』

#### 番組共通コンセプト

番組の共通コンセプトばつながる、笑顔。」です。 「HTB信条」と「HTBビジョン 未来の北海道」 に基づいています。

HTBはみんなの夢を応援する広場であり、 私たちが目指す北海道のかたちのひとつは 「笑顔がつながり響きあう」未来です。 テレビとお茶の間が「つながる」 今日と明日が「つながる」 朝と夕方が「つながる」 人と人が「つながる」 そして、笑顔が「つながる」 私たちの想いと願いを込めました。



#### 「イチオシ!ファイターズ 地元球団とファンをつなげる

「イチオシ!ファイターズ」をキャッチフレーズに、地元球団の北海道日本ハムファイターズと生活者をつなぐ 場をつくっています。『イチオシ!モーニング』の「あさ7時のファイターズ」は、朝一番のフレッシュなファイター ズ情報をお届けすることで、番組開始直後から人気コーナーとなっています。

試合中継も、2011年シーズンは25本と道内テレビ局最多で、中継と番組の連携企画も好評です。札幌ドー ム来場未体験の女性48人を集めた観戦企画「HTB48」を2011年9月に2回実施。参加者は『イチオシ!』と 『イチオシ!モーニング』で募集し、抽選で5歳から74歳までの女性が選ばれました。

シーズン前の沖縄キャンプには、道内局で唯一、衛星中継車を派遣。ファイターズ応援番組『FFFFF』(土曜 9:30~)と連携しキャンプイン特番を生放送したほか、朝夕の中継で選手の最新情報を連日発信しました。

#### 生活者でつくる新しいお天気コーナー 北海道の朝、みんなが空でつながる

『イチオシ!モーニング』の名物企画が、データ放送を活用した「北 海道のみんなで ソラをライブ」。天気図やレーダーで捉えきれない各 地の「今」の空模様や体感を、生活者がデータ放送の双方向システ ムで発信することでリアルな"体感地図"をつくります。毎朝3,000 人が参加する、みんなが空でつながる「広場」です。





コーナーは、札幌市中心部の「大通ビッセ」前から、男性 気象予報士と女性お天気MCがお伝えしています。

#### 生の声を交えた「街角にゅーす」 生活者の関心と共感がつながる

2003年から放送している『イチオシ!』は、2012年4月で放送開始から10年目を迎えました。その人気コーナー が、市民の声を交え、その日の気になるニュースをお伝えする「街角にゅーす」です。今日のニュースは私たちの 生活にどう影響するのか、スタジオのMCと生活者が一緒に考える場として、日々成長しています。



テーマは「ファイターズ開幕戦の先発は誰?」「介護制 度についてどう思う?」など多種多様。道行く市民の皆さ まの思い思いの意見が共感を得ています。



『イチオシ!モーニング』に届いた 視聴者からのメール(一部抜粋)から

「この番組にはまっています。徹底して北海道にこ だわった番組構成が良いです。これからも、北海道 の朝といえば、『イチオシ!』と言われるよう期待して います」(30代男性)

「ファイターズ情報が多くてうれしいです。これからも 良い番組を作ってください。毎朝楽しみにしています」 (20代女性)

「お天気コーナーはおもしろいだけでなく、クオリティー も高いです。毎日「へえ~」と感心、どうかこのままの 雰囲気で続けてくださいね。私たち家族の朝のビタ **ジ**剤!」(40代女性)

#### こんなご意見も頂きました

「年内の放送を終えるのが早すぎませんか?(中略) 天気や交通も地域に特化して解説もわかりやすく、 スポーツも当然道内チーム中心、グルメ特集も身近 で実用的な内容ですから、メモをとって足を運んだり もします。その日の必要な情報が、限られた時間の 中一気に取得でき、日々非常に頼りにしている番組 なのです...」(50代女性)

\*年内放送を12月26日から休止したことに対するご意見でし た。地域メディアとして皆さまの期待を真摯に受け止めて、 年末の放送スケジュールを設定することにいたしました。

## #2## 2011.7.24 完全デジタル化 もっと伝える、つながる。 HTB デジタルのその先へ。

#### |新技術を使った試み |ワンセグの独立編成

多くの場合、テレビとワンセグは同じ番組を放送していますが、 技術的にはワンセグで別の番組を放送することが可能です。こ れをワンセグの独立編成といいます。

デジタル放送完全移行の2011年7月24日、HTBはテレビで「プロ野球オールスター戦」、ワンセグで「全国高校野球選手権大会南北海道大会決勝」と、別々のスポーツ番組を生中継しました。 視聴者の多様なニーズに対応する試みで、今後の取り組みに活かす方針です。



デジタル放送の特色を活用し、テレビとワンセグで別々の番組を放送しました。 写真は当日のマスタールーム。

#### |複数番組を同時放送する |マルチ編成放送を実施

通常、デジタル放送はハイビジョン画質による1チャンネルの 放送ですが、標準画質であれば最大で3番組を放送するマルチ 編成放送が可能となります。

HTBは2011年12月25日、「第37回HTB杯アイスホッケー定期戦 王子イーグルスvs東北フリーブレイズ」の冒頭20分間の放送で、このマルチ編成放送を実施しました。「061」と「062」

の2チャンネルで前日実施の別の試合をそれぞれ標準画質でダイジェスト放送。その後、「061」チャンネルでハイビジョン画質の「HTB杯アイスホッケー定期戦」を放送しました。この時に得られた技術的な知見を活かし、より視聴者ニーズに合った活用方法を検討することにしています。



#### データ放送画面リニューアル 関東に加え、関西と中京エリアにも発信

7月24日には、データ放送画面のデザインリニューアルも行いました。それまでの画面は2007年から運用しており、4年ぶりのリニューアルでした。

これと合わせ、系列局の一部コンテンツを見ることができる相 互リンクを、これまでのテレビ朝日に加え、大阪の朝日放送、名 古屋のメーテレに拡大。北海道の情報を東名阪で、東名阪の 情報を北海道で見ることができるようにしました。



現在のデジタル放送の画面。幅広い年代に触れてもらえる工夫を凝らし、他局との差別化を図りながらスタイリッシュなデザインに仕上げました。

## 

## 対策に挑む



#### |放送事業者の責務 | 各社共同で取り組む

東日本大震災では、携帯電話のワンセグが被害情報の 把握に役立ちました。 地域の生活インフラとしてデジタル 放送を広く届けるのは、放送事業者の責務です。

2011年7月24日のデジタル放送への完全移行に伴い、 アナログ放送ではどうにか受信できていたのに、デジタル 放送では地形的な要因などで電波が弱く視聴できない状 況が発生しました。これを「新たな難視」と呼んでいます。

道内の6テレビ放送事業者は、総務省北海道総合通信局や各自治体と協議し、受信アンテナの設置場所や共同受信設備整備を検討しています。2012年3月末時点で

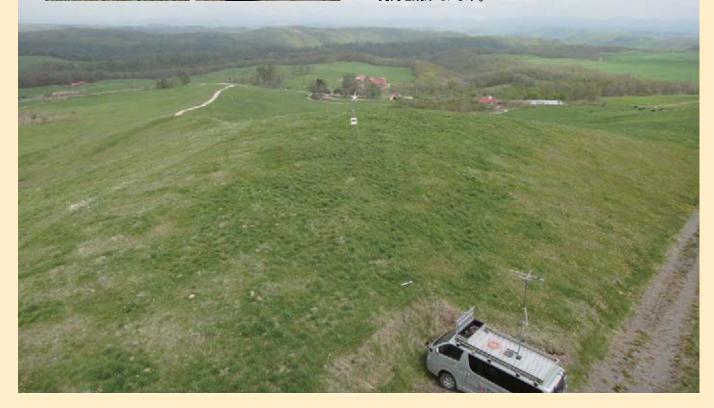




の道内における対策未完了は、1,345地区・6,287世帯です。これらの世帯は暫定的に衛星放送を視聴している状況で、HTBは足寄町、標茶町など27市町村の対策を担当しています。

#### | 広大な北海道の自然 | 地道な作業の連続

難視対策は、広大な北海道の自然に挑むことです。受信できるようにするには、どうしたらよいのかを1世帯ごとに検討していくしかありません。受信アンテナをどこに設置すれば良好にデジタル放送が受信できるのか、ケーブルをどのように敷設すれば難視世帯に信号を送ることが可能になるのか。現地調査を地道に重ねて解決策を模索しています。足寄町や標茶町は、広大な面積と入り組んだ地形に由来する難視世帯が多いのが特徴です。高性能アンテナ、有線共聴、微小な電波で再送信するギャップフィラーなど、さまざまな手法の有効性を検討し、広く放送を届ける努力を続けています。



#### 生命のチカラ

改正臓器移植法を考える2つのドキュメンタリー制作

## いのちの今と向き合い、答えを探る





#### 改正臓器移植法を機にニュース取材 そして2本のドキュメンタリー制作へ

2010年7月、脳死時に家族の同意による臓器提供を認める改正臓器移植法が施行されました。しかし法整備が進む半面、移植医療についての情報は十分とはいえませんでした。

HTBは施行に先立つ2009年11月から、情報番組『イチオシ!』内のニュース特集シリーズ「いのちと命」で移植医療の当事者となった人々の取材・報道を続けました。その中で出会った鹿野恒医師は、全国トップクラスの救命率を誇ると同時に、全国で最も多く臓器提供を手掛ける医師としても知られていました。命を救う救命救急と、原則として患者の死が前提の移植医療。その2つの医療を両立する医師とドナー家族への取材の中から『テレメンタリー 生と死の医療』と、『HTBノンフィクション 生と死の医療』の、2本のドキュメンタリーが生まれました。



## 移植医療の現実を密着取材生と死の医療を見つめて

心肺停止の患者が命を救われる場面から始まる2本のドキュメンタリー番組。カメラは、その一方で手を尽くしても救えなかった命の存在にも向けられます。脳死を宣告された、眠っているかのような男性に、彼の名前を呼びかけ続ける母親。家族や友人が一緒になって患者の髪を洗ったり、写真撮影をしたりする場面。そうした時間を過ごす中で、やがて決断の時がやってきます。移植医療の現場と、臓器提供という重大な決断に至るまでの過程をつぶさに記録した番組は大きな反響を呼び、国内で高い評価を受けました。

番組では、鹿野医師が提唱する「ICU(集中治療室)での看取りの医療」の実際についても伝え

#### 番組受賞歴 一覧

「テレメンタリー 生と死の医療」(30分)			
テレメンタリー系列表彰	2010年10~12月クール賞		
テレメンタリー系列表彰	2010年度最優秀賞		
ギャラクシー賞	2010年11月度月間賞		
ギャラクシー賞	2010年度奨励賞		

「HTB ノンフィクション 生と死の医療」(55分)			
ギャラクシー賞	2010年度奨励賞		
北海道映像コンテスト2011	テレビ番組部門最優秀賞		
第17回プログレス賞	優秀賞		
第7回日本放送文化大賞	グランプリ候補6番組		
全映協グランプリ2011	総務大臣賞( 最高賞 )		
2011年北日本制作者フォーラム	優秀賞		

#### テレメンタリー2010年度最優秀賞 講評

「医師、患者、家族との深い信頼関係が結実して撮りさった、脳死宣告や看取りの瞬間。誰も見たことのなかった映像が改正臓器移植法の現実をえくりとりました。2010年度のドキュメンタリー最高峰だと思います」(テレビ朝日・原一郎総合プロデューサー)

#### 「伝えたい」という情熱に共感 これからも素晴らしい番組づくりを

市立札幌病院 救命救急センター 鹿野 恒 医師



生と死は究極的なテーマ。特に臓器移植は、報道の仕方によっては誤解を招く可能性があります。救命救急の最前線にカメラが入る不安と緊張感、医療関係者間での取材への賛否...。こうした状況での支えは、ご協力くださった患者とご家族・ご友人の思いであり、取材担当者の情熱でした。臓器提供側と移植側の隔絶性の担保、看取りの場面の報道の是非...多くの難題の中での取材と、視聴者にわかりやすく伝えるための努力は想像を絶するものだったでしょう。番組はテレビという媒体だからこその"真実の結晶"だったと思います。これからも素晴らしい番組を制作されることを願います。

#### 是非を問うのではなく 向き合った先にある「答え」を

<sub>報道部記者</sub> 広瀬久美子



ドナー家族のコメントが報じられることはあっても、その裏にどんな葛藤があったのか、どのような過程を経て決断に至ったのかは厚いベールに包まれたままです。一連のニュース報道、そしてドキュメンタリーでは、死の淵から救われる命、移植以外に助かる方法がないと告げられる命、亡くなりゆく命など、さまざまな命とその命に向き合う周囲の人々の姿が映し出されています。移植医療の是非を問うためではなく、「そこにある命と、とことん向き合った先にそれぞれの答えがあるのではないか」というメッセージを込めて番組を制作しました。

## 「いのちと向き合う」市民フォーラム開催よりわかりやすく伝え、考える機会に

改正法施行から1年後の2011年7月には、「HTB"生命のチカラ"フォーラム いのちと向き合う」を開催しました。『テレメンタリー 生と死の医療』の上映、鹿野医師の講演、パネルディスカッションの3部で構成した市民フォーラムには約200人が参加。法施行による移植医療の現場の変化、移植を受けて命をつないだレシピエントの複雑な心情、さらには情報公開や報道のあり方など、番組では伝えきれなかった情報についても、よりわかりやすく伝えることができました。



フォーラムの模様。パネルディスカッションには鹿野医師、肺移植を受けた高校教師、移植 コーディネーターのほか、当社の広瀬記者もパネリストとして加わりました。



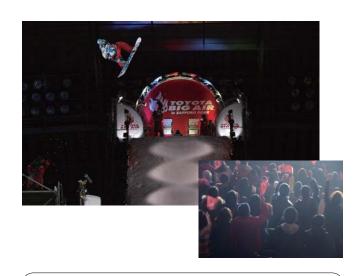
#### 課題を克服する新たな挑戦 札幌ドームに36メートルの巨大ジャンプ台

HTBは雪国ならではのスポーツ文化事業に積極的に取り組み、プレイヤーの裾野を広げてきました。その代表といえるのが、スノーボードストレートジャンプ大会「TOYOTA BIG AIR」です。トヨタ自動車をパートナーにHTBが社員一丸となって取り組んできた自社事業で、1997年から継続して開催しています。屋外競技場で開催してきた本大会はオリンピックのメダリストも参加する世界トップクラスの大会に成長した一方で、天候リスクなどの克服が課題となっていました。

このため2012年2月開催の第16回大会では、札幌のランドマークである札幌ドームに会場を移行するという大幅なリニューアルに挑戦しました。高さ36mの巨大ジャンプ台を屋内に設置し、屋外と同様のコンディションに維持することは極めて困難でした。協力会社との協議を何度も重ね、のべ1,000人を超



えるスタッフの力が結実して戦いの舞台は完成しました。ドームには2日間で約3万6,500人の観客が集まりました。



#### 優勝コメント

#### Scotty LAGO( USA )

世界各地の大会に参加していますが、観客を喜ばせるアトラクションやライブなど



があり、さまざまな楽しみ方ができる貴重な大会です。ショー演出も あってライダーのテンションも上がります。次は2連覇に挑戦した いです。



▼競技間に行われるライブアクトも大会の 魅力の1つ。今年も人気アーティストが熱い パフォーマンスで観客を盛り上げました。



▲世界最高峰の技術を持つ選手が 集結。華麗なエアーを繰り出すたびに、 大きな歓声が上がりました。



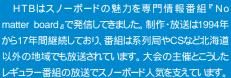
BPC ST

447

TOYOTA

◆当社のマスコットキャラクター「onちゃん」も ジャンプを披露。競技以外にも楽しめる企画 が満載です。

#### 人気の下支えに貢献 放送17年目の『No matter board』





#### USTREAMやFacebookで世界発信 幅広い観客層を巻き込む工夫も

2012年大会では、全国放送の番組制作、WEBサイトはもちろん、USTREAMによる競技の生中継や、国内版と国際版を併用したFacebookでの情報発信などに取り組みました。このうち国際版はアジアからのアクセスを中心に3万人のファンを獲得しました。選手の夢と観客の夢をつなげ、また、札幌の冬の新たな魅力を世界に発信しました。

このほか、会場移転を契機に中学生以下と60歳以上の入場を無料化。これまでの来場者層は10代・20代が多くを占めていましたが、この試みによりスノーボードの観戦ファンの裾野を大きく広げることができました。





- ●公式サイト http://www.toyota-bigair.jp/2012/
- ●公式Facebookページ http://www.facebook.com/TOYOTABIGAIR
  Twitterなどの双方向コミュニケーションツールも活用。リアルタイムでの交流は、スノーボードのファン拡大に大きな力を発揮しました。

#### 若者の夢を応援する登竜門 「白い恋人 PARK AIR」の開設

2007年には、さっぽろ雪まつり大通会場にジャンプ台を設置し、国内の選手を対象とした大会を実施しました。2008年からはTBAの日本人予選を兼ねた大会としてリニューアル。今ではプロアマ問わず国内から約120人の選手が参加し、憧れの舞台への出場権を目指して技を競います。会場では、ジュニア大会やガールズ大会、スキー大会なども開催。ウィンタースポーツの魅力を多くの観光客に発信する場ともなっています。





◀「白い恋人 PARK AIR」会場への出入 りは自由。観戦も無料です。来場者が楽し めるだけでなく、出場者にとっても刺激の多 いステージとなりました。

#### 食のチカラ

多様なメディアで情報をマルチに発信

#### 『イチオシ!プラス』で 道産食材を応援



#### 情報番組『イチオシ!プラス』で 産地と食卓を結ぶコーナーを展開

北海道は日本の食糧基地。生産量だけでなく、その多様性 も日本随一といえます。2011年4月にスタートした情報番組『イチオシ!プラス』では、生産者と消費者をつなげ、北海道の食を 応援する取り組みを行っています。

番組内の人気コーナー「食のチカラスペシャル」では、アナウンサーが道内各地で農協や漁協の皆さまの協力を得て、旬の食材をレポート。生産者と触れ合い、収穫の喜びを体感し、生産者に取材したこだわりのレシピも紹介します。これらの情報はデータ放送やホームページなどでマルチに発信。紹介した食材の一部は連携する大手流通スーパーで、放送のタイミングと合わせて販売しています。食卓に届くまでを視野に入れた展開で、生産者とテレビを視聴する生活者の結びつきを強め、北海道の基幹産業である農水産業を応援しています。



#### 「さっぽろオータムフェスト」に 「イチオシ!」3番組が出店

2011年9月開催の札幌の秋を彩る食の祭典「さっぽろオータムフェスト」に、「食のチカラ" HTBマルシェ"」を出店しました。マルシェでは『イチオシ!』『イチオシ!モーニング』『イチオシ!プラス』の出演者がタッグを組んで開発した、道産食材を使ったオリジナル料理を販売。「食のチカラ」キャンペーンキャラクターの、玉ねぎをかぶったonちゃん「onionちゃん」も人気を集めました。

この時に大変好評だった「イチオシ!コロッケ」4種は、後日、 期間限定で大手流通スーパーで販売しました。



#### 「onion( オニオン )ちゃん 」と

玉ねぎ染めなど、「北海道らしい風合い」 にこだわったモノ作りを行っているデザイナーズユニット「De-function」と の連携で誕生した、「食のチカラ」キャンペーンキャラクター。その愛らしい 姿は子供たちにも大人気で、食育をテーマにした「onionちゃんのうた」も作られました。

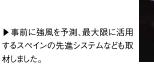


## 北海道に吹く風のチカラ活用と課題を多角的に取材

東京電力福島第一原発事故をきっかけに、自然エネルギーへの関心が高まりました。北海道は自然エネルギーの宝庫で、特に風力は、環境庁の試算によるとその発電可能量が全国ーとなっています。

2012年1月放送のドキュメンタリー『風のシナリオ"北海道は 風力発電王国になれるか"』では、道内の風力発電の状況を 取材。大地に吹く風を活かそうと市民によるさまざまな計画が 各地で広がっていることや、あまり知られていない「風」にまつ わる北海道の歴史と数々のドラマを掘り起こしました。同時に、 風力は不安定という認識が強いこと、送電線の規模が小さく 電力会社による新たな受け入れが容易ではないという現実も 見えてきました。そこで、世界の先進事例などを多角的に取材し、 今後に向けての課題を提起しながら、北海道の風力先進地と

しての大きな可能性を示しました。





#### 番組モニター制度で視聴者の声を聴き 制作現場へフィードバック

電力問題は、直接暮らしに関わるテーマです。生活者はどのように考えているのかを知る必要があると考え、番組へのご意見・ご感想を伺う「番組モニター制度」を活用しました。その結果、風力発電が北海道の未来を照らす大きな潜在力を持つことは伝わっているものの、その普及を阻む課題の具体的な解決策を示しきれていないことがわかりました。どうすれば自然と共生した社会を実現できるのか、生活者との対話を続けながら日々の報道姿勢に活かしていきます。

モニターの皆さまから寄せられた声(一部抜粋)

「北海道のこれからの産業としての風力発電事業の発展を期待させるものだった。各国の風力発電の取り組みの紹介、特にスペインの風力最優先のコントロールシステムの紹介は特筆すべきものだった」(40代女性)

「『北海道を日本のエネルギー供給基地に』と、将来の展望を話す市民の言葉で締めたラストシーンは、かすかに、けれど確実な光の一筋を見せてくれた気がして、終わり方が特によかった」(50代女性)

「道内だけではなく、海外事情にも触れた意欲的な取材の番組だったが、 多くの取り組みを紹介せんがために、総花的になってしまった」(60代男性)

「外国に比べ風力に力を入れていない日本の現状はわかったが、実際に私たちには何ができるのか...。 疑問が残った」(20代女性)

#### 子供のチカラ

北海道へ、そして世界の未来へ向けて

#### 明日を担う子供たちの 夢を育み、希望をつくる



#### テレビ局でのお仕事体験 「こどもリポーター」&「スタジオ見学」

情報番組『イチオシ!』で、小学生を対象に夢を応援する2 つの企画を実施しました。ひとつは小学校6年生が生中継リ ポーターとして出演する「こどもリポーター」です。毎年恒例の 人気企画で、夏休みは2人、冬休みは3人が、本職顔負けの生 中継リポートを披露しました。

もうひとつは小学生が番組出演のほか、キャスター体験、カメ ラマン体験などを行う「スタジオ見学」です。見学後、「大きくな ったらアナウンサーになりたいと思った」など、将来につながる 夢の数々が語られました。



#### カンボジアの子供に教育を 日本から贈られた楽器が生んだ希望

HTBでは2011年12月25日、カンボジアの小学校で音楽を教 える、芦別市出身の田中千草さんの活動を追うドキュメンタリー 『チィ先生のちいさな音楽隊』を放送しました。田中さんは子供 たちを貧困から救い学校に通えるようにするため、日本から送っ てもらった古い楽器で音楽隊を結成し、募金活動を始めます。 田中さんの指導で子供たちの力は花開き、やがて大きな学校 祭となり、地域を巻き込む活動に発展します。

番組の放送終了後、田中さんの活動を紹介するホームペー ジには回線が一時パンクするほどのアクセスが集中し、多くの 寄付金も集まりました。HTB社内でも楽器の寄付を募り、鍵 盤ハーモニカや鼓笛隊用太鼓など30点近い楽器をカンボジ アに送りました。

s カンボジアから届いた、「ありがとう」 を伝える子供たちの写真。田中さん の活動が本当に喜ばれていることを 物語っていました。



#### HTBの地域コミュニケーション

## 身近な声に耳を澄まして

皆さまの「声」に触れること。

それが地域に根ざし、共に歩み続けるための原点と考え、 対話と触れ合いの機会づくりに努めています。

#### 地デジ移行にあたっての対応

#### 感動も共有した300件の電話対応

地デジ完全移行となった7月24日。HTBの視聴者応答室には、300件の電話問い合わせがありました。「デジタルテレビなのに映らない」、「チューナーをつけたのに映らない」という問い合わせには時間をかけて対応し、「映ったぁ」「よかったですね」という会話が生まれると、視聴者応答室にも笑顔があふれました。生活者と感動を共にした貴重な体験を、今後の応対につなげていきたいと考えています。

多くの問い合わせは高齢者の方からで、 設定が不十分だったケースでした。接続 の状態を確認しながらの説明は、30分以 上に及ぶこともありました。



#### 社内セミナー開催

#### 地域のNPO活動を傾聴する

地域の市民活動から私たちのあり方を探る社内セミナーを2回開催しました。2011年6月には、NPO法人「ねおす」の高木晴光理事長から、東北の被災地支援にツーリズムによる経済効果を組み込んだ地域再生の試みを伺いました。

8月にはNPO法人「環境防災総合政策研究機構」理事である岡田弘北海道大学名誉教授に、「減災」の観点から津波被害を軽減できる新たなまちづくり・人づくりについて提言を頂きました。



#### 地域イベントに参加

#### 地元商店街と共に「まちの灯り」をともす

2012年1月、HTBが立地する地元商店街の要請を受け、「まちの灯り」のアイスキャンドルイベントに初参加しました。不慣れな作業が続きましたが、2週間の制作期間を終えて迎えた点灯の瞬間、近隣の方々と社員の笑顔がつながりました。日ごろの触れ合いの積み重ねが、当社の企業理念である「夢見る力を応援する広場」につながることを実感しました。



社屋正面玄関前に設置したonちゃんの雪像と200個のアイスキャンドル。 すべて、社員による制作です。



## 災害への備え

非常時の ライフラインとして 機能するために

メディアは、特に災害発生時にはライフラインとしての機能を果たします。 HTBは非常時に機能するための対策や備えの強化に努めています。

#### 近隣住民への支援も視野に入れ 非常時のための物資を備蓄

HTBは2008年から食料や水、毛布・寝袋等の本格的な備蓄を行っています。東日本大震災ではこれらが被災地の系列局などの支援に活用されました。現在は物資の補充に加え、炊き出し用食料、救急キット、レスキュー用機材など新たな物資の備えを進めています。また、震災発生時の停電の中で、東北の系列局には携帯電話の充電や情報を求める人が殺到しました。住宅地に立地するHTBはこの体験を参考に、正面玄関を照らす小型発電機を用意し、災害時の近隣住民への支援も念頭に置いた準備を行っています。



#### 社員の安否確認システムを更新 回線二重化で放送事業の継続対策も

東日本大震災発生時には、2008年に導入した安否確認システムが初めて実稼働し、本州勤務者から出張・休暇中の社員まで、約1時間でほぼ全員の安否を確認することができました。2011年12月には新システムへの切り替えを行い、サーバー被災のリスク分散を図るとともに、社員が独自で家族の安否確認もできる仕組みを取り入れています。

また、震災発生時には本州と北海道を結ぶ通信に障害が発生し、メールやインターネット、テレビ朝日の連絡回線にも一時的に影響が出ました。 これを教訓に連絡やシステムの回線二重化に着手し、放送事業の継続性を強化しました。



# 回線を、2011年12月に二重化しました。特に重要なHTB本社と札幌市手稲山の親局を結ぶシステム

#### 防災・減災報道のために 全国初 小型気象レーダーで雲を補足

HTBではウェザーニューズ社と連携し、2012年2月から札幌市内に設置した小型気象レーダーで札幌圏の雲の動きを捉え、情報を発信しています。気象庁のレーダーでは捉えにくい低空の雲をリアルタイムで、市町村単位レベルで放送するのは全国初です。札幌市は2011年9月に記録的な降水を記録。岩見沢市は2011から12年にかけての冬に、雪害での自衛隊の災害派遣を受けています。人口が集中する石狩湾とその周辺地域は地理的特徴から独特の気象条件になりやすいことがわかっています。雪雲や雨雲を的確に捉える小型気象レーダーを今後の防災・減災報道に積極的に活用する方針です。



#### H T B の 放 送 倫 理 ・ コ ン プ ラ イ ア ン ス

社会の一員として、またメディアに携わるものとして、

放送倫理の遵守やコンプライアンスの徹底を目指し、さまざまな取り組みを実施しています。

#### 社内セミナー開催 BPOと一緒に考えよう! ~放送倫理と番組~ 」

2011年3月に第三者機関である放送倫理・番組向上機構(BPO)の調査役を講師に招き、「BPOと一緒に考えよう! ~ 放送倫理と番組 ~ 」と題した社内セミナーを開催しました。BPO講師による社内セミナーはHTBでは初めての試みです。2011年に国内で発生したニュース情報番組や情報バラエティー番組における放送倫理違反事例を軸に、制作者に自律的な"気付き"を提供するというのが目的です。社員に加えて関連・協力会社に所

属する情報番組、バラエティー番組の若手ディレクター、アシスタントディレクターを中心に、その上司や先輩にあたるデスク、チーフディレクター、プロデューサーら100人が参加しました。演出における悩みや疑問点に直接的な結論は示さずに、「あなたたちはどう考えるか」という判断基準を磨くことの大切さを示していただきました。今後は具体的なテーマを設定しての少人数のワークショップや、ディスカッションなどの実施も考えています。

#### ソーシャルメディアの利用 業務と個人利用の行動指針を策定

HTBは2010年4月にソーシャルメディアの業務利用についての行動指針を定めました。2011年7月には、業務利用と個人利用を明確に区分し、それぞれ適切な方法で利用するために行動指針を改定しました。ソーシャルメディアは自由かつ自律的なものであり、発信者の自覚と

責任で運営されるものです。発信者の信頼を失うことのないように、その特性や影響力を十分に理解し、メディアに携わるものとして高い倫理性と良識をもって行動することを定めました。

## 番組の可視化を観点に放送番組の種別を公表

2011年3月の改正放送法の施行に伴い「放送番組の種別の公表制度」が導入されました。番組の可視化を観点にHTBは「教育」「教養」「報道」「娯楽」「その他(通販)」「その他(その他)」の種別に区分する基準を定めました。これに従い毎月第3月曜を初日とする1週

間について種別ごとの放送時間を集計し、ホームページで年2回公表することにしました。2011年度は7月から9月までと10月から3月までのデータを公表しました。

また、この制度に合わせてCMの放送時間量も自主的に公表していくことにしています。

#### CMの放送時間量 (2011年7月~9月)

OWO/MACE (2011年7月 5万			
2011年7月第3週	95,985秒		
2011年8月第3週	88,200秒		
2011年9月第3週	99,945秒		
3週間分の合計時間	284,130秒		

種別ごとの放送時間量 (2011年7月~9月第3週の合計放送時間)

教育	教養	報道	娯楽	その他(通販)	その他(その他)	合計
3,284分	7,198分	6,486分	10,702分	2,400分	173分	30,243分

データはホームページで随時公表しています。

放送種別の公表ページ http://www.htb.co.jp/htb/torikumi/kouhyou.html

### 第三者意見 本レポートに対してのご意見を頂きました。 今後の企業活動や次年度のレポートづくりに反映してまいります。



札幌市立大学 デザイン学部 教授 たけむら みつひろ 武邑光裕氏

専門はメディア美学、デジタルアーカイブ情報学、創造産業論、ソーシャルメディアデザイン。 札幌市の「創造都市さっぽろ実行委員会」副会長。 「3.11」という未曽有の災害にどう向かい合うかは、日本のみならず、世界の人々が自問する大きな課題となりました。北海道のテレビ局に何ができるのか、被災地や被災者のために道民ができることは何か、そのさまざまな取り組みを本報告書が説明している点は、適時開示情報として高く評価できます。なかでも「今、私たちにできること」として展開されたさまざまな応援プロジェクトや、大震災と原発事故の影響を乗り越え、観光客の呼び戻しや東北の復興にも貢献したアジアへの情報発信の取り組みは、HTBの社会的使命を明確に示しています。日々の報道や特別番組制作からなる「放送の公共性」という使命とともに、今回の大震災にHTBが地域メディアとしてどう向かい合っていくかを端的に伝えており、震災後のきめ細かな対応とその企業姿勢には深い共感を覚えます。

地域メディアの国際化への取り組みが、アジア地域のみならず、北海道に大きな 貢献をもたらすことを踏まえ、今後の報告書では、内外の視聴者の直接的な声や、ス テークホルダーとの対話の発信を強化するいっそうの努力も重要です。ガバナンスや コンプライアンスが経営目標とどのように関連し機能しているかを示す自己評価 データの公表など、説明責任の精度をより高めると同時に、HTBで働くすべての人 が経営目標を理解し、自らの企業を誇りに思う環境づくりの取り組みも、経営資源の いっそうの充実につながるものと思います。



NPO法人シーズネット 副理事長 まくだ たつと 奥田龍人 氏

医療機関として初めてCSR経営を導入した医療法人渓仁会のCSR推進室長などを歴任。現在は、シニアの生きがいをサポートする社会活動を推進。北海道治護会福祉士会相談役、札幌市介護支援専門員連絡協議会相談役。

私は福祉サービスの第三者評価に関わっていますが、そこで重要なのは、サービス 提供側の理念の中身と、それが職員やステークホルダーにどう浸透しているかという ことです。本レポートを読んで真っ先に感じたのは、HTBの企業理念である「ユメミル チカラ」が随所に煌めいているということでした。一丸となって北海道の夢見る力を 育て応援していることがさまざまな実践を通じて紹介されており、そのワクワクする試 みに参加したいと思わせるところは『水曜どうでしょう』のドキドキ感にも通じるものが あります。

昨年は東日本大震災が発生し、メディアの力が問われました。大震災への対応やその後の被災地の問題も丁寧に追う姿勢が表現された「北海道のチカラ」ページは、今回の取り組みを後世に伝える貴重なレポートとなっており、テレビこそが果たせる使命や、「今、これを伝えなければ」というテレビに携わる人々の矜恃を強く感じました。また、視聴者の声に耳を傾けていることにも共感が持てます。厳しい意見を宝物とし、共有しようという姿勢はHTBの「ススムチカラ」になるでしょう。

あえて欲を言えば、HTBで働く方々も重要なステークホルダーであるので、その声ももっと聞きたかったところです。普段見ることのできない、テレビを裏方で支える方々のチカラもレポートしていただけることを期待しています。



#### 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)

従 業 員 数 182人(男147人、女35人) 平成24年4月1日現在

系 列 テレビ朝日系列

単位:百万円

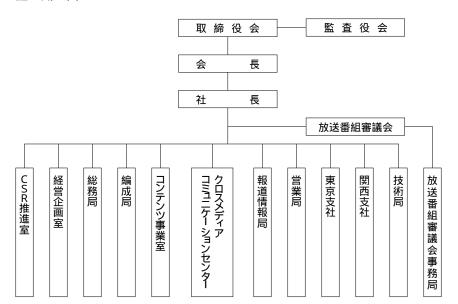
区分	平成21年度	平成22年度	平成23年度
営業収益	13,744	14,327	14,426
経常利益	530	1,009	1,227

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

#### 組 織 図





#### 「いいね」と言われて、 チカラが出ました。

『ユメミル、チカラ応援レポート』は昨年発行した2011年版が創刊号です。ステークホルダーの一員である社員が最初の読者ですので、冊子に社員一人ひとりのネームカードを貼って配布しました。私たちの日々の活動を企業理念とビジョンに照らし合わせてみる。それが、どう地域の課題解決につながっているか考えてみる。一人ひとりが自らの仕事を企業の存在意義から俯瞰する契機にしたかったからです。

そんな想いも込めた創刊号が、デジタル完全移行の7月24日に東京都内で開催された公開フォーラム『ホンキでテレビがCSR』で、「自主的な経営判断によるテレビCSRレポートとしては日本初の事例と思われる」と紹介されました。『地域メディア活動報告書』として発行していますが、テレビが新しい時代に入ったその日に、CSR(企業の社会的責任)の観点を踏まえた報告書として承知いただけたことを大変うれしく思います。

「いいね」と言われますとチカラが出るもので、こうして第2号の発行につながりました。ここまでお読みいただいた皆さま、大変ありがとうございます。ぜひ、本冊子に対するご意見・ご感想を頂けましたら幸いです。

国本 昌秀 CSR推進室長

ご意見・ご感想 yume-report@htb.co.jp

#### 編集チーム

森 三樹子 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 技術局制作技術部 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



(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 yume-report@htb.co.jp

