

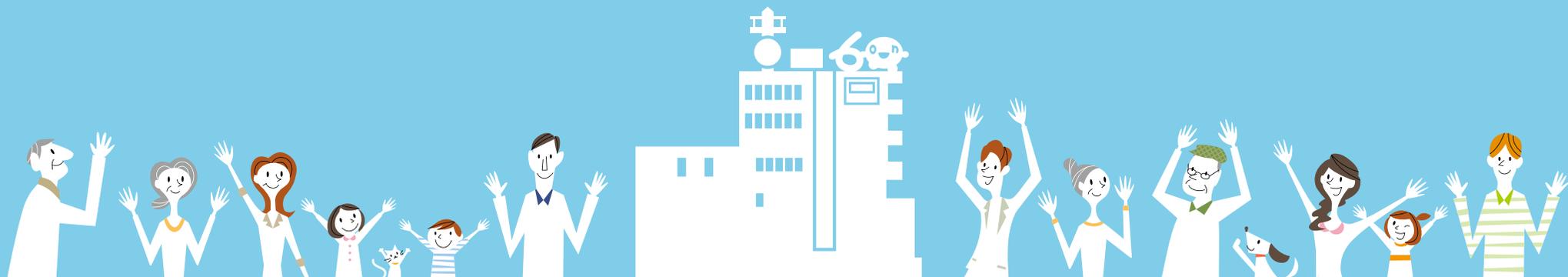


Hello & Touch

ユメミル、チカラ応援レポート

地域メディア活動報告書

2016





“Hello&Touch”からはじまる 私たちのひろばづくり

北海道に新しい価値をつくる。
ひろばづくりで北海道の価値を高める。
みんなの夢見る力を応援し、地域の未来に貢献する。
それが、地域メディア・HTBのすべての活動の原点です。
地域の課題に光を当て、寄り添うことで、
私たちの“ありたい”姿も見えてきます。

人と出会う。こころを通わせる。
ひろばはその繰り返しで生まれ、広がっていきます。
ユメミル、チカラ応援レポート2016では、“Hello&Touch”で紡いできた
HTBの「地域メディア活動」をご報告いたします。

「地域メディア活動報告書 ユメミル、チカラ応援レポート」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2015年度(2015年4月～2016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。



地域メディア 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」という地域との約束であり、私たちのミッションです。めざすべき地域の姿を「HTBビジョン 未来の北海道」に記し、その実現に向けて、アクションプラン「ユメミル、チカラ応援ステーション」を定めています。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、さまざまな思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。

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。

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。

子どものチカラ

子育てや教育を考え、無限の可能性で未来を拓く子どもたちを応援します。

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。

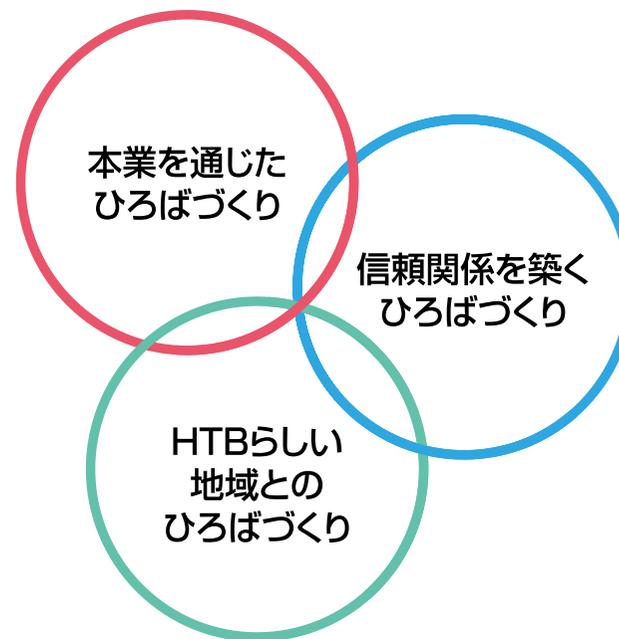
スポーツのチカラ

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。

HTBのCSR

私たちのCSRは、本業の強みを最大限に活かし、地域に対する責任を果たすことです。
生活者や地域と共感、信頼関係を築き、一人一人が日々の仕事を通じて、
地域の未来に貢献するひろばをつくります。

私たちは第一に本業を通じて地域の課題に寄り添い、社会的責任を果たします。日々の暮らしに必要とされる生活インフラとして、地域の「今」を伝えます。新しい発見や感動という価値を生活者と共有し、地域の未来を共につくっていきます。



私たちは日々の仕事の強みを活かし、地域の人の心を育みます。特に未来を担う子どもや若者の夢と意志を積極的に応援します。対話を大切にするこの活動は、私たちも学び、成長を共にする場でもあります。

私たちは地域社会の一員、メディア人の責任として、法令、社会的規範、放送倫理を順守します。そのために私たち一人一人が守るルールやチェック体制をつくり、地域との共感、信頼関係を築いていきます。

社長×社員
**CROSS
TALK**

スクリーンを超えて Hello&Touch!

HTBが取り組んでいる「ひろばづくり」は、
“Hello&Touch”からはじまる、とすることができます。
「Touch」という言葉には、心を動かすという意味があります。

若者を中心に、テレビ離れが進んでいると言われる時代に、
HTBはどのような“Hello&Touch”を展開していくのか。
北海道に根ざす地域メディアとしての思いを確認しながら、考えました。

クロストーク参加者 ※写真左より

代表取締役社長
樋泉 実 (1972年入社)

クロスメディア
コミュニケーションセンター
市本 絢子 (2011年入社)

編成局編成部
鶴羽 舞子 (2009年入社)

技術局
放送システム技術部
松山 雄介 (2014年入社)

「テレビ離れ」は、正しくは「テレビの若者離れ」だった

樋泉 HTBはコミュニティーづくり、つまり「ひろばづくり」を全社のミッションとして掲げてきました。皆さんはこれまでの活動の中で、何が印象に残っていますか？

鶴羽 「HTB イチオシ!まつり」や「水曜どうでしょう祭り」は多くの方と直接対面し、ふれあうことができたとても大きな「ひろば」で、印象に残っています。

市本 私はデータ放送の各種取り組みが浮かびます。地方紙の紙面配信や、選挙報道時の手厚い情報発信などは、他局とは一線を画す、地域と深く向き合うコンテンツだと思っています。

松山 私は「onちゃん」そのものですね。イベントなどでonちゃんが登場すると、年齢問わずみんなが笑顔になる。私は視聴者とふれあう機会がほとんどない部署にいますが、onちゃんを囲む人々を目にした時に、自分たちの仕事と地域が繋がっている実感を持つことができました。

樋泉 なるほど。私は2015年度にスタートした「テレビ離れ調査研究プロジェクト」(以下、テレビ離れプロジェクト)も、ユニークなひろばづくりだと感じています。若い世代の「テレビ離れ」の実態を把握し、コンテンツをつくるという皆さんの試みはとても興味深いものでした。

鶴羽 ありがとうございます。実は、スタート時はコンテンツ制作まで行う予定ではありませんでした。このプロジェクトは、現場の若手たちがそれぞれに感じていた「テレビ離れ」への危機感

から生まれました。例えば、テレビへのご意見を頂こうとしても見ていないので議論にすらならないとか。みんな似たような経験や思いを持っていて、ではなぜこうなったのか、まず要因を探そうということになったんです。

市本 テレビ離れが顕著とされる10代、20代の若者を知ることから始めました。普段の暮らしの中でこの世代との接点はないので、トークの場を設けました。

樋泉 若者と直接話してみようでしたか？

市本 一日のタイムスケジュールや家での過ごし方、SNSの利用など彼らのライフスタイルを知ると、リアルな若者像が見えてきて、驚きの連続でした。事前のWEB調査などで持っていた若者像と、実際の若者たちには大きくかけ離れている部分がありました。

鶴羽 そうして対話を重ねるうちに、彼らの求めるコンテンツの姿が少しずつ見えてきたように思えました。では、かたちにしてみようということで、コンテンツ「俺の話を聞け」の制作、発信に至ったんです。

樋泉 「テレビ離れプロジェクト」は最終的には社内プロジェクトとなりましたが、草の根的な活動で始まり、目標を設定しなかったことが素直に若者の姿を受け止めることにつながったのですね。

市本 そのように思います。「俺の話を聞け」を動画サービスで発信したところ、私たちが最も見てほしいと思っていた北海道在住の18~24歳から多くのアクセスがありました。そのような結果になったのは、事前の対話があったからこそ。コミュニケー

ションしないまま、思い込みだけで制作していたら、若者の感覚とかけ離れたコンテンツになってしまっていたかもしれません。

鶴羽 プロジェクトを通じてわかったことは、若者がテレビから離れていたのではなく、テレビ側が若者から離れていたのだということでした。逆に、人対人として向き合い思いを汲み取るというものづくりの基本を実践すれば、どの世代に対しても伝わるものがつくれることを再確認しました。

樋泉 その気づきを得られたことが最大の成果ですね。「テレビ離れ」という重要な課題に対して、自発的にプロジェクトが立ち上がったことは会社としてとても喜ばしいことでした。なぜなら、上から指示されるのと自ら当事者意識を持って取り組むのとでは情熱も結果も違って来るからです。

松山 楽しく活動できたし、今後につながる、価値のある経験ができました。第2弾のコンテンツも制作中です。これからも活発に活動していきたいと思っています。

技術力は表現力 挑戦で、新時代の「周波数探し」へ

樋泉 「テレビ離れプロジェクト」は、技術的な面でも実りの多いプロジェクトでしたね。「俺の話を聞け」では、スマートフォンのグループメッセージアプリの表示がそのまま画面に登場します。変わった仕掛けは、若手ならではの発想とテクニックだなと感心しました。

社長×社員 CROSS TALK



松山 出演してくれた若者たちの思いをどう引き出すか考えた時に、使い慣れているアプリでなら発言しやすいかなと思ったんです。



市本 松山さんたち技術局所属のメンバーがいなければ、実現できない表現でした。

松山 私は普段は制作に関わらない部署ですが、このプロジェクトを経験して、技術面からものづくりに貢献できることはもっとありそうだなという思いを強くしました。

樋泉 今後は制作と技術との連携がさらに密になっていくことでしょう。デジタル化によりメディア空間が広がり続ける中で、新たなインターフェイスが求められている。その時に、技術は非常に強い「表現力」になります。「テレビ離れプロジェクト」はいわば「新しい周波数」探しなので、やってみたいことには、どんどんトライしていきましょう。

鶴羽 「テレビ離れプロジェクト」の最初の会議で、メンバーの一人が「ちょうどよかった、こういうことしたかったんだ」と言ったのがすごく印象的でした。HTBでは近年、社内公募などで、制作以外の部署でも番組やコンテンツづくりを行う機会が増えています。みんないろいろなアイデアを持っているので、誰もがづくり手となれるのはすごく素敵なことだと思います。

樋泉 そうですね。HTBはずっと「メッセージの出口は問わない」と言い続けてきました。デジタル化により、テレビのスクリーンは多機能になった。コンテンツの出口にもなり、有事の際はインフラにもなる。力のあるコンテンツさえつくればエリアを問わず海外でも見てもらえる。あとは我々がどう使うかなの

に、そこを切り拓いてこなかったから「テレビ離れ」が起きると思うんですね。部署を問わず全社員が、従来の延長線上にはない表現にどんどん挑戦していくことが大切です。

松山 テレビは、もっと人々の毎日に入り込める余地があるように感じています。技術の力も使ってテレビの役割を広げていきたい。それが、地域に新しい喜びをつくることにもつながると思っています。

地域メディアの仕事は「ずっと続ける」がキーワード

市本 私は上司に「自分が本当に面白いと思ったことをやりなさい」と言われ続けてきました。これだけ世の中に情報が溢れていると、小手先のものづくりはすぐ見抜かれる。自分自身が面白いと心底思えたものに取り組み続けることが大切になってきていると感じます。

樋泉 私たちは大勢に向けて発信しているつもりでも、受け手から見れば結局は1対1の関係です。コミュニケーションなのでしっかりとメッセージがないと届かないし、嘘があると嫌われますよね。

松山 今はたくさんサブカルチャーが時代を形成していますよね。そんな状況だからこそ、個への誠実な発信がますます求められていくのではないのでしょうか。

樋泉 まさにその通りです。極端に言えば一人に向けたものづくりをしてもいい。時代がそれを求めているし、それこそが

地域の課題を解決するという使命を持つ地域メディアの仕事です。従来は発信方法が地上波放送に限られた。マスを取るために少数派を捨てざるを得ませんでした。でも、デジタル化によりオンデマンド型の発信ができるようになり、インターネットやデータ放送で届けることもできるようになった。「会話の方法」が増えたわけです。放送というかたちにはこだわらなくていい。むしろ重視すべきは「誰に、何を語るか」です。

鶴羽 社長はよく、「一人一人が小さなひろばをつくりなさい」と言いますよね。それぞれのひろばは小さくても、数が増えれば、いつか重なり合う部分もできて大きくなっていきますよね。



樋泉 『水曜どうでしょう』のイベントには、ファンの方が子どもや孫を連れてやってくるようになりました。そんな風に「ずっとつき合う」というのは地域メディアならではの距離感です。小さくても息の長いコミュニティをつくること、それを見守り続けることが大切です。

松山 誰もが知っているテレビ番組やCMというものは減ってきていますが、なかには知られているものもあります。その共通点は「長く続いている」ことなんですよ。続けることは大きな力を生むと感じています。

樋泉 2015年にHTBは、開局以来初めて年度の「全日」視聴率で単独2位となりました。地域の方々からの励ましであると受け止めています。HTBが、24時間365日、地域に

とって身近な存在であることで、地域の課題も見えてくる。皆さんが「テレビ離れプロジェクト」で学んだように、ものづくりのヒントはコミュニケーションの中にあるわけですから。

市本 そうですね。日常の中で地域の方々とふれあうことには意義があると強く思います。会社の中には見えてこないこともたくさんありますから。

樋泉 ぜひ積極的に街に出て、友達と会って悩みを聞いたり、家族と雑談したりする時間をつくってください。そこには共感を生むものづくり、ひろばづくりへのヒントがたくさんありますよ。

テレビという「特技」を軸に 多様な関わりで地域と歩もう

松山 自分の周りを見ていると、テレビは見なくても、何かしらの映像には日々触れている人が多いんですね。

樋泉 つまり、映像離れは起きていないわけです。注目すべきポイントです。

市本 キー局が2015年にスタートした放送番組のネット配信サービスが好評を得ています。番組がつまらないから見ないのではなく、見る機会がなかっただけなのかなと感じました。新たなメディアや発信方法はこれからも出てくると思うので、取り入れて上手に活用していくべきだと思います。



鶴羽 一方で、HTBの特技はやっぱりテレビ。だから、テレビそのものをどう盛り上げていかも考え続けていこうと思います。

樋泉 今はコンテンツ大流通時代。良質なコンテンツをつくるのが基本であり最も重要ではないでしょうか。その時に私たちがよりどころにすべきなのは、やはり地域。北海道は広く、私たちはインフラ整備などの面でずっと苦労してきました。しかしデジタル化は広さを価値に変え、北海道はコンテンツを山ほど抱えた宝の山になりました。海外の方は北海道を「日本の一地方」ではなく、「アジアの一地域」として見ている。それだけ魅力が際立っているということです。北海道を説得力を持って語れることは大きなアドバンテージですから、ぜひ地域を深掘りしていきましょう。それが、地域への貢献にもつながります。

市本 正直、テレビに未来はあるのかなと思うこともありましたが、でも、テレビの中で挑戦できることも、地域メディアとしてやれることもまだまだありますね。

樋泉 当社の正面玄関ロビーには道外からもお客様がお越しになります。小さな局でも魅力あるコンテンツをつくれれば、たくさんの方に支持していただけることです。テレビは一斉に情報を同報できる力と、個に発信できる力を兼ね備えた、ぜいたくなものづくりの場になりました。皆さんは特に面白いことができる時代にトップランナーとして存在している。ぜひ若者ならではの感覚で「新しい周波数」を見つけ、これからも“Hello&Touch”を実践し続けていきましょう。



HTBのHello & Touch

地域で暮らす生活者に

HTBの仕事は「ひろば」、つまりコミュニティづくりです。北海道に暮らすすべての人々の「ユメミル、チカラ」でありたい。その思いを原点に、放送をはじめとするさまざまな活動で、地域とつながり、ふれあい、多彩な「ひろば」をつくっています。

いつでも、生活者に寄り添って「365日 イチオシ!まつり」の決意

HTBのフラッグシップは「イチオシ!」。2003年4月にスタートした夕方の情報番組『イチオシ!』は、13年目を迎えました。『イチオシ! モーニング』も5年目に入り、HTBの朝夕の顔になっています。「イチオシ!」という言葉には、人々の暮らしや生活実感に寄り添いたいという思いと、地道な取材を通して社会の課題に光を当てる地域ジャーナリズムを貫く意志が込められています。日々の放送だけではなく、WEBやSNS、動画サービスなどのソーシャルメディアや地域の人たちとつながる「HTBイチオシ!まつり」のようなリアルイベントを一つに紡ぐことで、信頼され、親しまれ、愛されて選ばれる存在になりたいと考えています。

北海道の笑顔、感動を伝えたい。地域の人たちの感動や喜び、夢や希望を生み、価値を創造し続けることが地域メディアの活動の源泉です。まなざしは地域の未来へ。「イチオシ!」はテレビを超えた多面的な発信に挑み、地域と生活者に寄り添い続けます。



つながる、笑顔。

イチオシ!

女性目線での番組づくりに取り組む朝の広場『イチオシ!モーニング』

『イチオシ!モーニング』は北海道で唯一、全編を自社制作している朝の情報番組です。2015年春からは“女子力アップ”を掲げ、生活者としての女性目線を意識しながら「見たい、知りたいを今すぐ伝える」番組づくりに取り組んできました。

メインコンテンツは、減災に役立つニュースや気象情報、地元球団・北海道日本ハムファイターズを中心としたスポーツ情報、国内外の話題を紹介するエンターテインメント情報です。また、老若男女どなたでも気軽に取り組める体操「onちゃんおはようたいそう」を投稿動画と共に連日放送しており、健康増進にも役立てていただいています。番組が家族や友人、大切な仲間との思い出づくりの「ひろば」になることを願い、これからも暮らしに役立つ情報を届けます。



次を見つめて! STAFF VOICE

「いつも見えています」といった声を、取材中などに女性から頂くことが飛躍的に増えました。今後も地域の声に真摯に耳を傾け、生活に密着した「プラスワンのある情報」を届けていきます。(社会情報部 堀川強)



産地の思いと食の魅力をリアルに伝える「食のチカラ」

毎週土曜日放送の『イチオン!モーニング』のコーナー「食のチカラ」では、各市町村の旬の食材を取り上げ、生産や収穫風景、生産地ならではのレシピなどを紹介。世界からも注目される北海道の食の素晴らしさを掘り起こしています。現場の思いや物語をタイムリーに伝えることは、消費者と生産現場をつなぐだけでなく、生産者が自ら手掛ける食材の魅力を再認識し、あらためて誇りを持つ機会になったとの声も頂きました。

日高・三石の昆布を紹介した際には、旅行で北海道を訪れていた飲食店経営者の方が放送を目にし、それがきっかけで九州・福岡での昆布販売が実現しました。



▲産地と食卓をつなぐかけ橋として、依田英将アナウンサーが毎週各地に赴き取材、レポートを行っています。



子育て支援制度の矛盾を突いた「保育料調査報道」

2015年度から始まった国の子育て支援制度の影響で、札幌では子どもが多いほど保育料が値上がりするという現象が起きました。報道部は2015年10月に取材を開始し、月の負担額が3万円も増加した家庭に密着。切り詰めた生活を送る人々を追うとともに、札幌市長に徹底して質問を続けました。報道から1カ月半後、札幌市は3人以上の子どもを持つ2,704世帯のうち、1,115世帯に対し増額分の返還を決めました。道も自治体の負担を減らすため、2016年度予算案に3,390万円を盛り込みました。札幌市長は政令指定都市の市長が集まる会議で制度見直しなどを提案し、全会一致で国に要請しました。札幌市の姿勢を変えた一連の報道は第53回ギャラクシー賞報道活動部門で優秀賞に選ばれました。



▲何が起きているのか市に率直に問い、「イチオン!」内で報じ続けました。

超高齢化社会の問題を考えるシリーズ「老いるショック」

「老いるショック」は2015年9月に始まったシリーズ企画です。「高齢者の貧困」「老々介護」「地方の福祉」などの現場報告から年金や介護制度の解説まで、高齢者に関わる問題を多角的に取り上げてきました。すべての回の動画はYouTube公式チャンネルで閲覧可能で、視聴回数が4万回を超える回も出ています。

放送後には「同じ悩みがある」「制度の問題を訴えたい」といった声を多数頂きます。これらは次の取材につながる貴重なヒントとなっています。当事者や家族の生活に寄り添った取材で、穏やかな老後を過ごす助けとなる情報を届けていきます。



▲特に反響が大きかった「老後の住まい」というテーマについては、折込チランの作成やトークイベントの開催など、さらなる情報発信を行いました。

特殊詐欺撲滅をめざし700回超 キャンペーン「今そこにある詐欺」

2015年の北海道の特殊詐欺被害額は8億401万6,826円にもものぼります。「イチオシ!ニュース」では2013年5月27日から、毎回欠かさず「今そこにある詐欺」を放送してきました。卑劣な手口や詐欺にあわないためのポイントをVTRやイラストを交え高齢者にもわかりやすいように解説しています。

2014年に民放連盟賞特別表彰部門「放送と公共性」優秀賞などを受賞後も放送を続け、放送回数は700回を超えました。この報道で得た知識で詐欺を回避できたという声も多く頂くようになりました。しかし、いまだに大きな被害が出ている状況です。被害ゼロをめざして、HTBはこのキャンペーンを継続していきます。



▲時には実際の詐欺グループに接触するなどして、よりリアルな情報を伝えています。

コミュニケーションを深めるために WEBやSNSとの連動

番組やイベントのインターネット配信にも積極的に取り組んでいます。2015年9月開催の「HTBイチオシ!まつり」では、ニコニコ生放送の公式チャンネルで独自企画「44市町村完全制覇の味!」を配信しました。また、2016年4月の衆議院議員北海道5区補欠選挙の際も、地上波の放送に先行して開票特別番組を配信しました。

2016年2月には『イチオシ!』放送中に、苫小牧出身の音楽ユニット・SoftlyとTwitCastingを使いコラボレーションしました。テレビ以外のスクリーンでの視聴者との出会いは、新しいコミュニケーションの場をつくり出すことにつながっています。



▲各メディアの特性を活かし、多様な表現方法で「ひろば」をつくっています。

良質なコンテンツを視聴者につくる 動画投稿システム「イチオシ!動画ポスト」

スマートフォンの普及で、誰もが簡単に動画を撮影・発信できる時代になりました。HTBは2016年4月に「イチオシ!動画ポスト」と名付けた動画投稿システムを設置し、投稿を呼びかけています。

2016年2月3日、新千歳空港で起きた航空機のエンジントラブルで乗員乗客165人が緊急脱出した事故では、乗り合わせていた乗客からの投稿で、緊迫した現場の映像をいち早く届けることができました。『イチオシ!モーニング』では「onちゃんおはようたいそう」と「onちゃんダンス」の投稿動画を毎朝の放送でお届けし、地域に共感を生んでいます。スマートフォンがもたらした双方向性のメリットを活かし、HTBは視聴者と一緒にニュースや番組をつくる取り組みを進めています。



▲視聴者の協力を得て、臨場感のある独自性の高い映像でニュースを伝えています。



▲番組やコーナーのブースのほか、子どもたちのプレイスペース、体験コーナーなどさまざまなブースを用意。ステージでは公開生放送をはじめ、さまざまな催しを行いました。

地域に、思いと感謝を直接伝える日 「第2回 HTB イチオシ!まつり」開催

HTBの全番組、全スタッフが参加して行う「HTB イチオシ!まつり」。第2回を2015年9月4日～6日にケーズデンキ月寒ドームで開催しました。「HTB イチオシ!まつり」には大きく2つのテーマがあります。ひとつは全番組出演者、全スタッフがおもてなしを行い地域の方々と直接ふれあうこと。もうひとつは多様な魅力溢れる道内の市町村との絆づくりです。3日間であ来場者は5万人を超え、屋外エリアには初回より14も多い44市町村に参加いただきました。

番組出演者、スタッフ、社員が総出で普段はテレビの向こう側にいる一人一人をお客様として迎え、“フェイストゥフェイス”で思いや感謝を直接伝える「HTB イチオシ!まつり」は、私たち自身が地域メディアの価値を再認識するとともに、地域メディアに寄せられる期待、私たちの日々の仕事の姿勢やあり方など、大きな気づきを頂く学びの機会となりました。ソーシャル

メディアを利用した新しいコミュニケーションが登場する一方で、人々がリアルに集う「ひろば」の価値がますます高まっていることも実感しました。

▲入場時は出演者やonちゃんたちがハイタッチでお出迎え。家族連れをはじめ、さまざまな年代の方と直接ふれあいました。



▲屋外には各市町村が自慢のグルメを提供する屋外ブースなどを設置。北海道の魅力を来場した皆様に知っていただくとともに、オリジナルコンテンツ「44市町村完全制覇の味」をニコニコ生放送で配信し、北海道内外に広くPRしました。

次を見つめて! STAFF VOICE

「HTB イチオシ!まつり」のコンセプトの一つが「エコ」です。イベントの翌日には、社内ボランティアを募ってごみ拾いを実施しました。約30人の社員らが会場をくまなく歩き、ごみを一つ一つ回収。こうした小さなことでも部署を越えて協力するという企業風土が根づいてきているのを感じました。
(総務部 高瀬敬信)



サッポロファクトリーとのコラボで 「HTB イチオシ!春まつり」を開催

2回目となる「HTB イチオシ!春まつり」を、開業23周年を迎えたサッポロファクトリーアニバーサリーとコラボレーションで開催しました。4月10日のイベント当日は、サッポロファクトリーのシンボルゾーンであるアトリウムで『イチオシ!』『イチオシ!モーニング』の出演者たちが勢揃いするステージイベントを行いました。アトリウムのカフェ、レストラン、フードコートには、HTBのマスコットキャラクター・onちゃんをイメージしたメニューが登場し、アニバーサリーを盛り上げました。「onちゃん、6ちゃん、HTB」というステーションメッセージ収録も実施。来場者に参加いただき、イベント後に順次放送したほか、YouTubeのHTB公式チャンネルにもアップしました。

テレビから飛び出して人々の輪の中に入り、笑顔の「ひろば」をつくる。地域に根ざしたメディアだからこそつくることのできる生活者との“近い関係”を「イチオシ!」はめざしています。



▲出演者が店舗の呼び込みや売り場での対応も行い、来場者や店舗の方々との交流しました。

HTBのHello & Touch

北海道 ファンの 方々に

HTBは「HOKKAIDO」の多様な魅力を地域メディアならではの切り口で国内外に発信してきました。自社制作番組『LOVE HOKKAIDO』は東アジアを皮切りに世界各地で人気を博し、観光ニーズを掘り起こしています。

外国人MCによるSNSでの海外向け情報発信

『LOVE HOKKAIDO』の放送と連動して、番組ホームページやSNSでの北海道情報の発信を積極的に行っています。ホームページは2014年12月に簡体字・繁体字表示対応を行い、月間アクセス数は1万5,000アクセスを超えています。2014年からはFacebookを利用し、外国人MC自らが英語で世界の北海道ファンへ、幅広い情報を届けています。また、中国版Twitter「新浪微博(Weibo)」でも情報を配信。約1万2,000人のファンを獲得しています。

▶「Weibo」の記事へは、多くて6万ものアクセスがあります。



『LOVE HOKKAIDO』の視聴人口拡大 北海道の魅力をさらに世界へ

1997年から、台湾を中心とした東アジアで『北海道アワー』を放送するなど、海外への積極的な情報発信を行ってきました。2013年からは北海道の愛あふれるヒト・モノ・コトを、外国人MCの目線で伝える番組『LOVE HOKKAIDO』を制作しています。

6つの国と地域で放送を行っており、2015年からは中国中央テレビ(CCTV)のIPTVチャンネルで視聴が可能になりました。日本国内では、「HTB 北海道onデマンド」でバックナンバーから最新作まで無料で見ることができ、番組の視聴可能人口は8億人以上となりました。

北海道産品の海外展開をサポート

北海道産食材や特産品の輸出拡大および道内経済の活性化を目的に、海外での道産品直接販売をサポートする新しい取り組みを始めました。

2016年2月には台湾人向け日本観光情報サイト「ラーチーゴー!日本」などと連携し、台湾での情報発信と台北市内のアンテナショップでの道産品販売をスタートしました。放送とインターネットという以前からのクロスメディア展開に加え、物流パートナーとの連携で、高品質な北海道産品を海外へ届けました。

▶直接販売により、良質な食材や特産品の魅力をそのまま海外に伝えます。



▲MCは中国出身の李強と、ロシア出身のアリョーナ、HTBアナウンサー大野恵が務めています。



北海道の風土の魅力も伝える「北海道ドリームクイズ」

2015年10月、北海道・アジア交流促進事業実行委員会主催の「北海道ドリームクイズ2015」が開催され、HTBは番組制作と海外放送を担当しました。

アジア5カ国でのオーディションで選ばれた北海道が大好きな男女10名は、帯広、釧路、網走、北見、札幌と舞台を移しながらクイズとゲームで北海道愛を競いました。この模様は『LOVE HOKKAIDO 特別編』として世界に向けて発信。北海道内でも90分の特別番組を放送しました。



◀体験型クイズイベントの模様とともに美しい風景もお届け。より深く各地域の魅力を伝えました。

さっぽろ雪まつり2会場で 北海道の冬を楽しむひろばづくり

「さっぽろ雪まつり」のメイン会場である大通公園で唯一、1社で2会場を運営しています。大通8丁目「雪のHTB広場」では、開業を3月に控えた北海道新幹線をテーマに大雪像「H5系新幹線」を実物大で制作しました。制作に参加したさっぽろ



▲大雪像のタイトルは、「2016年3月26日開業!北海道新幹線」。5tトラック260台分、約1,300tもの雪を使用しました。

雪まつり大雪像制作委員会のメンバー2,229人のうち、428人は市民ボランティアで、なかには雪像制作のためだけに本州から参加した方もいました。恒例となった大雪像へのプロジェクションマッピングも実施し、164回の上映で、計26万2,400人に鉄道の歴史を題材にした映像をお楽しみいただきました。

大通3丁目では、スノーボードやスキーのストレートジャンプイベント「白い恋人 PARK AIR」を開催しました。10回目となる今回は小学生、中学生のジュニアを含む660人が3,996回のジャンプを披露。夜はライトアップの中、スノーボーダー、スキーヤーがパフォーマンスを行う「ナイトセッション」を行いました。地元だけでなく国内外の観光客からの注目も集め、大通3丁目は言語の壁を越えた「ひろば」となりました。



▲高さ24m、全長60mの巨大なジャンプ台が登場。華麗なジャンプが繰り広げられました。

“待っていてくれる”コミュニティに会いに行く 「水曜どうでしょうキャラバン」実施

2回目となる「水曜どうでしょうキャラバン」を2015年夏に実施。東北6県と新潟の7県11会場で、約2万人のファンとふれあいました。北海道から遠く離れた土地であたたかく受け入れていただけることは何よりもうれしく、また来年もこのコミュニティに帰ってこよとの思いを新たにしました。東北には、まだまだ震災の影が色濃く残っています。その影がなくなった景色の中をキャラバントラックが走るその日まで、HTBは変わらない「ただいま」を積み重ねます。



▲「こんにちは」で始まった関係が「ただいま」、「おかげさまで」の関係に変化していく。そこに、旅を続ける一つの意味があると感じています。

全国からの要望に応え第2弾 『ハナタレナックスEX』全国放送

『ハナタレナックス』は、北海道発の演劇ユニット「TEAM NACS」の5人が出演する深夜バラエティー番組です。レギュラー放送は北海道内のみですが、番組を見たいというファンの思いに応え、2016年2月、前年に続いて2度目の全国放送を行いました。

今回は札幌と、北海道らしい絶景が広がる十勝を舞台に「看板探しの旅」を繰り広げました。道産子だからこそ知るご当地グルメや穴場スポット情報もお届けしました。この番組でしか見られない5人の無邪気な表情、ハプニングなどが詰まった特番は、全国の皆様からご好評を頂きました。



▲出演者と北海道の魅力が満載。2015年に放送した第1弾は、2016年4月にブルーレイとDVDソフトで発売しました。

リアルとインターネットを行き交う「ひろば」に 動画配信サービス「HTB 北海道onデマンド」

「HTB北海道onデマンド」は、主に北海道内で放送した番組を、地域の垣根を越え全国に発信するメディアです。情報バラエティー、ドラマ、ドキュメンタリー、スポーツなど多様なジャンルの番組を配信してきました。2012年のサービス開始から4年で動画本数は1,300本に、会員数は5万人を目前にしています。

2015年は『水曜どうでしょう』の藤村忠寿・嬉野雅道両ディレクターが出演する配信番組『腹を割って話そう』を公開収録し、リアルイベント化しました。一方で、リアルイベントである「HTB イチオシまつり」の模様をコンテンツとして配信するなど、リアルとインターネットの世界を相互に行き交う大きな「ひろば」として、さらなる取り組みに挑戦しています。



▲パソコンからもスマートフォンからも視聴可能。毎週新コンテンツを追加しています。

HTBのHello & Touch



映像には、多くの人の心を震わせる表現力と説得力があります。感動や気づきは、新たな世界へ踏み出す力。HTBは、良質なコンテンツ制作を通じて、北海道から、夢と活気を生み出していきたいと考えています。

実験バラエティー『平岸我楽多団』で次世代の輝きを地域とともに創る

「新しい人材と共に、新しい時代のテレビを考えよう!」という趣旨で立ち上げた実験バラエティー番組。それが、『平岸我楽多(がらくた)団』です。番組スタッフ自らが中心となり、まだ世に広く知られていない地域の才能ある人材を発掘。オリジナルの出演者集団「平岸我楽多団」を結成し、彼らと一緒に自由な発想と企画で、「新しい面白さ」をかたちにする番組づくりを行ってきました。

目標は、北海道の皆様へ話題にもらえる番組開発と、次代を担う新しいスターの発掘です。少人数、低予算ながら、失敗を恐れないチャレンジ精神と思いついたら即実行の軽いフットワーク、深夜ならではの自由さを武器に、バラエティーからショートドラマまで、異色の作品に挑み続けます。

地球温暖化の今を高画質でリアルに届ける環境番組『とけてゆくスイス』制作

HTBは地球温暖化防止キャンペーン「TOYAから明日へ」の一環として、2012年から大型環境番組を制作しています。2013年はグリーンランド、2014年はアルゼンチン・パタゴニアの氷河の実態を取材し、地球環境への問題提起を行ってきました。

2015年はHTB環境スペシャル『とけてゆくスイス 氷河×光×地球の未来』を制作し、2016年2月に放送しました。地球温暖化の現実を伝えるため、スイスで行われた北海道大学低温科学研究所による氷河の現地調査・実習に密着。スイスの人々の暮らしと深く関わる存在である氷河が溶けている実態と、人工光合成やスーパーコンピューターによる地球シミュレーターなど、温暖化についての最先端研究を取材してきました。撮影には最新の4Kカメラやドローンなどを駆使し、溶けてゆく氷河と合わせ、秀峰マッターホルンなど、絶景を映像におさめました。



▲北海道も地球温暖化と無縁ではありません。4Kのカメラは、マッターホルンの足元で確実に進行している地球温暖化の実態を克明に写し取りました。

次を見つめて! STAFF VOICE

「地球温暖化に対して、何をしなければならぬのか考えさせられた」という感想を頂くことができました。この番組が、子どもたちが地球の未来を救う科学や研究に関心を持つ一助にもなってくれたらと願います。(報道部 及川桂司)



▲人間の死後を裁くショートドラマ「天ノ裁」のワンシーン。ほかにもわざわざ現地まで行きカードをめくる「北海道神経衰弱」など、実験的な企画が満載です。

次を見つめて! STAFF VOICE

「いつか輝くかもしれない未来の宝」をあえて「我楽多」と表現し、ほかにはない番組をめざし、いろいろな企画に挑んできました。テレビにはまだまだ可能性がある。そう信じ、挑戦を続けます。(総制作部 杉山順一)



日々進化する医療情報を生活者へクロスメディアで発信する『医TV』

広域医療圏である北海道は、過疎化・高齢化が進み、医療の地域格差、医療水準の確保が大きな課題となっています。『医TV(イーティービー)』は、地域医療を支える医療機関の理念や具体的な診療方針、最新の医療情報を視聴者へ提供し、医療に関する正しい理解と受診を促す地域貢献型の医療番組です。2009年に放送を開始し、放送回数は320回を超えました。

全放送回を番組ホームページで視聴できるようにしているほか、2015年度は『医TVスペシャル』と題して30分の特別番組を3本制作し、BS朝日で「正しく理解しよう うつ病・認知症」、九州朝日放送で「大腸がん治療の現場から」、瀬戸内海放送で「乳がん治療の現場から」を放送。北海道外での展開も行いました。また新たな試みとして、小冊子『「がん免疫細胞治療」を考える』を発行しました。



▲がん治療は視聴者からの関心が非常に高い情報です。HTBは今後もさまざまな啓発活動に取り組んでいきます。

部署の垣根を越えて制作した『UBASUTE』で地域の力を示す

1996年から、「東京ではつくれない世界観の作品を」との思いで、他の地方局に先駆けて、地域発のドラマ制作に取り組んできました。HTBスペシャルドラマの18作目となる『UBASUTE』は、通常はドラマ制作に関わらない報道部の記者が取材活動で得た気づきを基に企画し、脚本・演出も担当した作品です。スタッフやエキストラには部署を越えて多くのHTB有志が参加。全国的にも例のない体制で制作しました。『UBASUTE』は、日本人として海外に見せたいドラマ作品を表彰する「東京ドラマアワード2015」で、「ローカルドラマ賞」を受賞しました。2015年10月に行われた授賞式では、海野祐至ディレクターが「今後も北海道の素晴らしさを伝えていけるドラマを制作できればと思います」と抱負を述べました。



▲多くの社員が参加し、ドラマづくりの喜びを共有した『UBASUTE』。「ローカルドラマ賞」の受賞は、2010年の「ミエルヒ」に続き2回目となります。

次を見つめて! STAFF VOICE

スタッフそれぞれが「このドラマで何を伝えられるのか」を考え、自身の役割を遂行した熱い制作現場でした。今回の受賞は、「つくり続けなさい」と言われたように感じられてなりません。
(総合制作部 数浜照吾)



今、 私たちに できること

—3.11を風化させない

アナウンス部では小中学校での震災出前授業や被災者の手記の朗読など、「東日本大震災を風化させない」活動を続けています。

毎年3月に開催している北海道と被災地をつなぐチャリティーイベントを2015年度も札幌市地下歩行空間で開催。今年は「未来をあゆむ君たちへ」というテーマで、子どもも含めた約2,000人の方と東北とのふれあいの場をつくりました。地域メディアとして、伝え手として、人として、私たちはこれからも今できることを考え、伝え続けていきます。

次を見つめて! STAFF VOICE

家族が被災した方が、「5年たっても活動をしてくれてありがとう」と涙ながらに声をかけてくださいました。続けることの大切さをあらためて感じ、身が引き締まる思いでした。
(アナウンス部 国井美佐)



土田英順チャリティーコンサート

震災直後から被災地などで活動を続けている元札幌交響楽団首席チェロ奏者・土田英順さんのコンサートを開催。土田さんが設立した「東日本大震災支援 じいたん子ども基金」の寄付も呼びかけ、431,830円を寄付しました。



onちゃん親子ひろば

「子どもたちが体験できる東北のひろば」として設けた「onちゃん親子ひろば」。あたたかみがあり香りの良い宮城県の津山杉のおもちゃが人気を集めました。



桜の花びらのメッセージ

来場された方々に桜の花びら型のカードへ東北へのメッセージを書いていただき、福島県に届けました。メッセージは福島県庁や子ども向けイベントなどで掲示されています。



絵本の朗読

震災をテーマにした絵本をアナウンサーが朗読。事前に何度も練習して臨み、声の力で、思いの共有を図りました。



HTBのHello & Touch

子どもたちの可能性に

私たちが大切にしている活動に次世代育成があります。

より良い社会を次世代につなげることは、地域メディアの責任の一つ。

地域社会と連携し、未来を担う子どもたちや若い世代のユメミル、チカラを応援しています。



多様な仕事に出会う体験を「とよひら子どもユメひろば」

2014年より、札幌市豊平区と連携・協力して、区内の小学校高学年の児童を対象に、夢育教室「とよひら子どもユメひろば」を開催しています。講師は、「地域で子どもの未来を応援する」というコンセプトを共有する区内の企業や、さまざまな分野で活躍するプロフェッショナルの方々です。子どもたちにとっ



ては、仕事の知識や面白さ、厳しさを学ぶ貴重な機会となっています。2年目となる2015年度は5回開催し、合わせて100人の児童が参加しました。

■各回のテーマと講師 ※所属は実施当日

- 第7回 **ファイターズの試合を支える仕事**
講師:北海道日本ハムファイターズ 石川拓道さん ほか
- 第8回 **コンサドーレの試合で仕事を体験**
講師:コンサドーレ札幌 三谷淳さん ほか
- 第9回 **札幌ドームの仕事**
講師:札幌ドーム 原田英彦さん ほか
- 第10回 **デザイナーの仕事**
講師:プロダクトデザイナー 伊藤千織さん
- 第11回 **アナウンサーと報道記者の仕事**
講師:HTB 国井美佐、山田佳晴 ほか

朗読会「先生、あのね…」を「ふくしまキッズ」の一環として開催

2012年、HTBノンフィクション『先生、あのね…～詩集サイロの50年～』の放送を機に、HTBは十勝で半世紀以上発刊され続けている児童詩誌「サイロ」の朗読会をスタートしました。北海道内のほか、福島県の小学校でも開催するなど活動を広げています。

2015年度は、被災地の子どもを受け入れる「ふくしまキッズ」のプログラムとしても開催しました。会場となった栗山町の子もたちと福島の子もたちが心をつなげて一編の詩を書き上げる取り組みを行ったところ、子どもたちはいつの間にか打ち解け、自然に笑顔や会話が生まれていました。こうした出会い、ふれあいが福島への共感にもつながっていくと考えます。多くの出会いと感動を生み出す舞台として、人と人を「詩」を通して結ぶ活動をこれからも続けます。



▶「サイロ」は福島県郡山市で発行されている詩集「青い窓」に影響を受け生まれました。その縁を、豊かな感性をつなぐ活動に広げています。

次を見つめて! STAFF VOICE

帯広市の小学校で開催した際、50代の卒業生が「サイロ」に詩が掲載された時の喜びを話してくださいました。子どもたちは目をキラキラさせて聞いていました。「サイロ」は地域で子どもを育てる豊かな環境の「縦糸」なのだあらためて感じました。(報道部 五十嵐いおり)



理科を楽しみ、テレビにふれる 「HTB-三菱電機こどもサイエンス教室」

企業を挙げて理科教育を推進している三菱電機株式会社をパートナーに、小学生が親子で参加できるサイエンス教室を開催しました。夏休みと冬休みにHTBを会場に開催し、理科実験とともに、テレビの仕事体験も行いました。

理科実験では三菱電機株式会社のスタッフが講師となり、子どもたちが身近な科学の不思議を体験。科学の知識が世の中のいろいろな製品に使われていることを実験を通じ学びました。テレビの仕事体験ではアナウンサーの指導を受けてスタジオでニュースを読んだり、テレビカメラなどを操作したりと、普段見ているテレビの裏側に触れてもらいました。



▲サイエンス教室は2015年で開催2年目となりました。理科離れが進んでいると言われる中、こうした取り組みが、理科へ興味を持つきっかけにつながればと考えています。

声を大切にしたコミュニケーション 「onちゃんおはなし隊」

アナウンサーがお伺いし、絵本の読み聞かせなどを行う「onちゃんおはなし隊」を札幌市内の幼稚園や保育園、病院などで展開しています。発声や読みのプロであるアナウンサーならではの活動です。訪問時は、絵本の読み聞かせや紙芝居のほか、アナウンサー体験、「onちゃんおはようたいそう」なども実施しています。2015年は、砂川市での特別開催も行いました。

リアルな声や言葉だからこそ生まれるぬくもりがあります。HTBは読み聞かせや朗読、アナウンサー体験などの取り組みを、「音育(おんいく)活動」と位置づけ、子どもたちをはじめとする地域の皆様と、言葉を交わしつなげる活動を続けます。



▲「音育」として、正しい発音や発声も教えています。

次を見つめて! STAFF VOICE

SNSやメッセージサービスの普及が進む一方で、「声で直接伝える大切さや良さを見直したい」というニーズが根強いことを実感しています。声や言葉を大切にしながら、人の輪を広げる取り組みを進めていきます。
(アナウンス部 森さやか)



若者のユメを応援し続けて800回 『夢チカ18』から広がる活動

2000年にスタートした深夜番組『夢チカ18』は、音楽の素晴らしさを伝え、若者の思いを応援し、地域のミュージックシーンの盛り上げをめざす音楽セミドキュメント番組です。番組名は「ユメミルチカラ、18歳の俺たちのように」という番組コンセプトに由来しています。「HTBは夢見る力を応援する広場です」という企業理念とも深く結びついた番組として大切に守り続けており、放送は2016年5月に800回を迎えました。

2004年にスタートした連動リアルイベント「夢チカLIVE」も継続しており、2016年4月に開催110回を数えました。このほか、独自レーベル「Yumechika Records」も運営。集う人々とのつながりを大切に育て、多様な角度から若者の挑戦を支えます。



▲110回目のイベントは「夢チカLIVE SP」としてZepp Sapporoで開催しました。

特集

マスコットキャラクター

onちゃんの

Hello & Touch 活動



onちゃんはHTB開局30周年の1997年に、マスコットキャラクターとして誕生しました。その笑顔と親しみやすいフォルムで年齢を問わず多くの方々から愛され、現在ではHTBの番組、イベント、グッズなどあらゆる企業活動に登場しています。

onちゃんはHTBのコミュニケーションアイコンであり、さまざまな「ひろば」をつくるチカラを持つコンテンツでもあります。HTBはこれからも北海道内、国内、海外に向けて、onちゃんとともに「笑顔」を届ける活動を続けます。

毎日の放送で、健康づくりを楽しくお手伝い onちゃんおはようたいそう onちゃんダンス



「onちゃんおはようたいそう」は『イチオシ!モーニング』で毎日放送しているHTBオリジナルの体操です。体操は札幌市内の幼稚園や保育園などを訪問する「onちゃんおはなし隊」の活動内でも行っています。

体操に加え、番組MCの木村愛里さんが踊るヒップホップダンス「onちゃんダンス」も登場しました。番組でダンス動画を募集したところ、子どもたちが踊る動画を中心に多くの投稿があり、番組の人気コーナーとなりました。子どもたちの体力増進に役立つ、笑顔と歓声と元気をつくるチカラとして、さまざまな場面で体操とダンスを実施しています。



▲onちゃんと一緒に踊ることが、楽しく体を動かすきっかけになればと願っています。

▶「onちゃんおはようたいそう」は「onちゃんおはなし隊」でも定番となった人気の活動です。



リアルな個とのコミュニケーションを大切に

北海道物産展での onちゃんとデート企画



HTBは日本各地で行われる北海道物産展にグッズショップを出店しています。毎日のように足を運んでくださるお客様も多く、そうしたHTBファンの方々に、記憶に残るかたちで感謝を伝えられないかと考えました。

そこで2015年5月、大阪のあべのハルカス近鉄本店でonちゃんとのデート企画を実施。たくさんの応募の中から当選した女性に、あべのハルカス展望台でonちゃんとのデートを楽しんでいただきました。

STAFF VOICE

テレビは多くの視聴者に向けて「Hello」を届けるものですが、今回のように、個人の気持ちに「Touch」した手の感触を大事にする仕事もしていきたいという思いを強くしました。(コンテンツ事業室 阿部祐也)



▲当選した方はonちゃんの大ファン。「一生の思い出ができました」とありがたい言葉を頂きました。

環境や貧困を一緒に考える

バナナペーパーを使った 名刺&紙芝居づくり



豊平区にある日新堂印刷と協力して、世界の環境問題と途上国の貧困解決のために、廃棄されるバナナの茎を原料としたフェアトレードの紙「バナナペーパー」を使った「onちゃん名刺」と「HTBオリジナル紙芝居」を制作しました。名刺はイベントの際にonちゃんから子どもたちに手渡しています。紙芝居は、HTBのアナウンサーが市内の幼稚園や保育園で絵本の読み聞かせなどを行う「onちゃんおはなし隊」で使用しています。

小学校高学年以上に向けては、バナナペーパーの取り組みや仕組みも説明。アフリカの状況や環境問題など学習要素も盛り込みお伝えしています。



▶名刺を手にした子どもたちからは「バナナにおいがする」と驚きの声が上がります。



▲紙芝居は部署の垣根を越えて協力し作成。ストーリーはアナウンサーが手掛け、夢を見ることの大切さも伝えています。

北海道からの支援の思いを届ける

台湾南部地震への救援金寄付



2016年2月6日、台湾南部で最大震度7の「台湾南部地震」が発生しました。HTBでは、被災した方々への救援金を『イチオシ!』など朝夕の情報番組で全道に呼び掛けるとともに、社内でも募金を募りました。

救援金は2月25日、朝日新聞北海道支社にonちゃんが届け、朝日新聞厚生文化事業団を通じて寄付しました。寄付の様子は『LOVE HOKKAIDO』を放送している台湾の日本語ケーブルチャンネル「ゴールドサンTV(國興衛視)」で4月8日に放送されました。ゴールドサンTVの林(リン)マネージャーから「社員も皆、感激している」と感謝の言葉を頂きました。



▲2月19日から25日までの間に集めた約15万円を朝日新聞北海道支社森山二朗支社長へ届けました。

地域の一員としてまちづくりを応援 豊平区特別住民票交付



HTBと札幌市豊平区は、2015年3月に「まちづくりパートナー協定」を結びました。協定は地域の未来を担う子どもたちの成長を応援し、HTB本社が位置する豊平区の一層の発展を願い協力を約束するものです。これに伴い豊平区はonちゃんを特別住民として登録。9月の「HTBイチオシ!まつり」において、三井一敏豊平区長から特別住民票が贈呈されました。



▲テレビ局のキャラクターが札幌市で特別住民登録されるのは初めての事です。



次世代技術「4K」「8K」の 実用化に向けた 撮影実験に参加しました

HTBは国立研究開発法人情報通信研究機構(NICT)などと共同で、超高解像度8K映像を150インチのプロジェクターに映し出すパブリックビューイングを開催。沖縄で事前撮影した8Kの映像と、さっぽろ雪まつりでのプロジェクションマッピング映像に加え、大雪像「北海道新幹線」の生中継映像も映し出しました。

これらの映像は4K・8K実用化の実験プラットフォームであるテストベッドJGN-Xを用いた「さっぽろ雪まつり」8Kライブ映像 超広帯域リアルタイム暗号化配信実験」でも使用され、大阪で一般公開されました。



▼パブリックビューイングはサッポロファクトリーのアトリウムで行い、多くの方に視聴いただきました。



災害時にも放送を継続できるよう 送信所の設備増強を進めています

2011年の東日本大震災以降、送信所の予備電源設備の整備が義務づけられました。それまでは発電機やバッテリーのない送信所が、道内送信所のおよそ3分の1にあたる56局あり、停電すると電波も止まってしまう状況でした。

そこで2012年から順次、整備を開始し、長時間の停電時でも放送が継続できる体制づくりを進めています。また、発電機がある旭川局、釧路局、室蘭局などで燃料タンクの増設を行い、より長時間の停電に対応できる体制も整えました。



▲バッテリー設置で停電時でも放送継続が可能に。旭川局では3kℓの燃料タンクを地下に増設。約200時間の停電に対応できます。

北海道新幹線開業の感動を伝える 特別番組を制作しました

夢の超特急・新幹線開業の感動を伝えるために、4時間半の特別番組を生放送しました。新函館北斗駅には有線カメラ4台と無線伝送のLiveUカメラ2台を搭載した大型中継車を、出演者が揃うベースポジションには衛星中継車を出勤させ、ヘリコプターによる中継も加えた多元中継を実施しました。営業中のJR駅構内という技術的制約のある環境の中、オールHTBで挑んだ空前の規模の生放送は、今後の番組づくりに生きる貴重な経験となりました。

WEBを使った発信にも積極的に取り組みました。定点カメラを設置し、YouTubeLiveで開業前後の駅周辺映像を公開。開業日の前日と当日早朝からは、TwitCastingを利用しスマートフォンを使った生中継を地上波の本放送とは別に3時間にわたって行いました。

▶150人以上のスタッフと出演者が総力を挙げ、歴史的な瞬間をリアルタイムで視聴者に届けました。

前へ! 明日へ!

テレビはいつも、暮らしのそばにあるメディア。インフラとして

HTBは技術の開発と研さん、他メディアとの連携を進



朝日新聞との共同企画 「18歳のわたし」を展開しています

2016年3月から、朝日新聞との共同企画「18歳のわたし」を展開しています。大学生から、家業を継いだ漁師まで、多くの18歳に密着取材を行い、朝日新聞では連載記事を掲載、HTBでは『イチオシ!』で特集を放送しました。今後も、継続してさまざまな共同企画を実施予定です。取材の様子や放送予告、取材後記をFacebookやTwitterで発信するなど、SNSも活用しています。若い世代から大きな反響を頂くこともあり、これからの世代に向けた魅力あるものづくりへのヒントを得ています。



▲取材に新聞記者と共に赴くなど、全国的にも例のない実験的な企画は、多くの気づきを生んでいます。

視聴の楽しさを広げるために イベントメッセージ機能を活用しています

2015年8月、参加型データ放送コンテンツ「Fコレ」を開始しました。北海道日本ハムファイターズの試合中継中に行われるゲームに正解すると貯まるポイントで、スペシャルな情報を見ることができたり、プレゼントに応募できたりという楽しみがあります。データ放送は通常、視聴者がdボタンを押さなければ表示されませんが、「Fコレ」では番組進行に合わせてデータ放送のコンテンツを変えるイベントメッセージ機能を活用し、攻撃回の得点予想結果をゲームの進行状況に合わせて参加者の視聴画面に表示させます。この機能は『北海道ドリームクイズ〜道内一周!!アジアの10人激闘記』や『平岸我楽多団』の放送時にも使用しました。



▶プッシュ型のデータ放送による情報発信で、新しいテレビの楽しみ方を提案しました。

テレビは進む

の責任を果たし、身近で主要なメディアであり続けるために、めるなど、テレビの可能性を拓く挑戦を行っています。

地域密着型データ放送サービス 「おんとく」できめ細かな 情報を届けます

「おんとく」は、地元ショップや飲食店などの販促情報を配信する地域密着型データ放送サービスです。市区町村ごとの文字情報配信が可能で、インターネット接続されたテレビではチラシ画像も見ることができます。画面に表示された二次元バーコードを読み込むと、スマートフォンなどでも情報を閲覧できます。テレビCMでは実現できなかったきめ細かな情報配信で、地域の新たな広告ニーズに応えていきます。



▲エリアを区切った情報配信には、費用対効果の高い販促が期待できます。

民放初、24時間対応の番組非連動型 ハイブリッドキャストサービスを始めました

『医TV』では放送とインターネットを組み合わせるハイブリッドキャストサービスを利用し、紹介した医療機関などの情報や過去の番組動画のスマートフォン閲覧、簡易視力チェックサービスを番組に連動させて提供してきました。

2016年4月からは、番組放送中以外の時間帯でもデータ放送から情報にアクセスできる番組非連動型サービスをスタートしました。医療機関の有効な情報が伝達される仕組みの充実をめざしています。



▲24時間化することで、いつでも必要な情報を入手できるようになりました。

語り合う。自覚する。

信頼される企業であるために。信頼される企業人である

ものづくりのヒントは、皆様の声の中に

ステークホルダー・ ダイアログ

放送番組審議会は、番組制作や放送のあり方について広く審議いただく、視聴者・生活者とHTBを結ぶかけ橋です。

地域の有識者で構成されており、10名のメンバーに審議にご参加いただいています。男性委員が5名、女性委員が5名で、世代は30代1名、40代3名、50代6名、平均年齢は48.9歳です。委員からの提言は積極的に現場にフィードバックされ、より良い番組づくりや放送活動に活かされています。

また、テレビ朝日系列は独自の取り組みとして、全国の系列24局の放送番組審議会において、年1回、統一のテーマで議論を行っています。2015年10月の全国代表者会議では、「地域のためにテレビができること～信頼される局であるために～」というテーマで議論が行われました。HTB放送番組審議会の平本健太委員長は、HTBの取り組みを報告し、将来に向けての提言を行いました。その一部を掲載します。



地域のためにテレビができること

～信頼される局であるために～

地域からの提言

●HTBは自社制作番組を積極的に制作し、北海道という地域のさまざまな面を全国に、そしてアジアをはじめとする世界に向けて発信するという取り組みを地方局の中で先駆的に行ってきた

●報道姿勢としては正確、公正、公平、不偏不党が大前提であるが、これからの時代においては、それらの前提を担保した上で、局や制作者の立場やカラーをもっと強く出していても良いのではないか。立場やカラーが明確でぶれないこともまた、信頼の一つの側面であろう

●自然や景観、芸術や文化、人や食など地域には潜在的なものも含めさまざまな資源が存在している。たとえば地元の劇団や楽団によるクオリティの高いパフォーマンスなどを放送番組として高い品質で

顕在化し、アーカイブ化することができる。こうした活躍を通し、独自の切り口で地域の価値を高めていくことなどが求められるであろう

●HTBは社是として、地域CSRの考え方を明確に打ち出している。たとえば、「今そこにある詐欺」シリーズは、本業である番組制作がCSRに直結している好例である。また、アナウンサーや社員がどんどん社外に飛び出して、地域の人々としっかり交流している。アナウンサーによる読み聞かせ活動「onちゃんおはなし隊」、「HTB イチオシ!まつり」など、枚挙にいとまがない。このように番組の制作・放送という本業を通じて、あるいは本業以外の地道で着実な活動を通じて、地域と積極的かつ継続的に関わり続け、信頼される局であっていただきたい

地域メディアの責任

ために。日頃から、対話と自省に取り組んでいます。



日々の自律で、確かな仕事を

放送倫理・ コンプライアンスの順守

2015年度審議対象番組

2015

- 4月 壇蜜古画スペシャル～遠ひ記憶への旅立ち～
- 5月 HTBノンフィクション 道を創るのは…
- 6月 ABC朝日放送制作 知る重み～出生前診断 家族の葛藤～
- 7月 第84回系列24社放送番組審議会委員代表者会議テーマ審議「地域のためにテレビができること～信頼される局であるために～」
- 9月 HTBノンフィクション “狂走”の果てに 砂川15人死傷 飲酒運転の悲劇
- 10月 派閥意識検証バラエティー あなたは何派?
- 11月 FFFFF

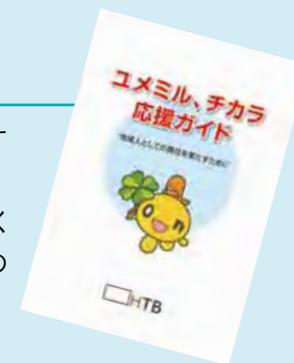
2016

- 1月 イチオン!
- 2月 HTB報道特番 激動70年 伝え遺す
- 3月 全国放送 ハナタレナックスEX チームナックスがゆく 北海道ドライブツアー～札幌&十勝でおもしろ看板探しの旅～

パブリック・マナー冊子の配布

2016年4月、パブリック・マナー冊子「ユメミル、チカラ応援ガイド～地域人としての責任を果たすために」をHTBで働く全スタッフに配布しました。

冊子には企業理念、ビジョンのほか倫理憲章、コンプライアンス体制、内部通報規程に基づく通報・相談窓口を明記しています。責任ある行動とは何かを具体的に例示し、法令や社会規範の順守など、地域に誠実で責任を果たす地域人としての振る舞いを促しています。



放送倫理&コンプライアンス研修

放送倫理委員会、コンプライアンス委員会を設置し、定期的に全国事例や自社のヒヤリ・ハット事例を共有しています。2015年5月には部長以上の管理職を対象にコンプライアンス研修を、7月には管理職と役員を対象にハラスメント研修を実施しました。各部署を統括する責任者が率先して学び、信頼される企業としての基礎づくりを推進しています。



社員アンケートの実施

内部監査の一環として2015年度に2回、アンケート調査を実施しました。下期には「下請法」に係る書面の交付と保存について対象セクションにアンケート調査を行い、発注書や契約書がきちんと交付されているか、また支払いに遅延がないかなどを確認しました。法令順守ならびに取引先との良好で適正な関係づくりに活用しています。

母校に、地域に、若者に

社員は語る!

仕事を通じて得たさまざまな知見を、必要とする人に伝える。そうした個々の活動もひろばづくりです。2015年度も、市町村、学校、地域のために活動する団体などから社員の派遣依頼を数多く頂きました。社外の皆様とのコミュニケーションは、地域の新たな課題に気づく重要な機会にもなっています。その一部をご紹介します。

※所属は活動当時



勇寿憲 (プロモーション事業部)

札幌広域圏組合
セミナー「テレビメディアを活用した情報発信」講師
(2016.3.17)

「HTB イチオシまつり」で見えた、自分の“マチ”の魅力を俯瞰する大切さを伝えたとこ、多くの共感を頂きました。“マチ”の外側だから見えること、感じることを伝えていく大切さを感じました。



岡仁子 (CSR広報室)

大正大学表現学部(表現プロデュース論講座)
「地域メディアのひろばづくり～HTBが大切にしていること～」講師(2015.11.23)
ほか2件

「めざす映像の分野で地域貢献できることに気づいた」と、HTBのひろばづくりに共感してくれる学生とも出会うことができました。これからも直接会い、交流することで子どもたちや若者の未来を応援していきたいと思っています。



大野恵 (アナウンス部)

北星学園大学経済学部
講座「メディアと社会」講師(2015.6.19)

学生から「留学先のオーストラリアでは誰も北海道を知らなかった。ぜひ番組を放送して」と意見を頂きました。ガイドブックにはない、私が体感で得た北海道の情報を『LOVE HOKKAIDO』で発信していきたいです。



熊谷恵利加 (コンテンツ事業室)

札幌市男女共同参画センター
「“ハタラク”を考えよう～働く先輩のリアルな話」シンポジスト(2016.3.15)

講義に向けて考えをまとめる中で、自分自身について新たな気づきもありました。開催場所は札幌清田高校。高校生へ話すのは大変貴重な経験で、機会を頂いたことに感謝しています。



坂本英樹 (報道部)

名寄市消費生活センター
講座「今そこにある詐欺」講師(2015.8.25)
ほか4件

今年は名寄、足寄、音更と広く各地に赴きました。HTBに寄せられる信頼を感じ、事件や事故の発生情報だけではなく、身を守るための情報も強く必要とされていることを実感する良い機会となりました。



佐藤浩章 (総合制作部)
 岩見沢緑陵高校
 「生徒会リーダー研修会」講師(2015.4.11)
 ほか4件

生徒の皆さんの発想は素朴で自由でした。「プロの仕事」を隠れみのにしてつい忘れてしまいがちな、根っこの部分を見つめ直す時間にもなりました。



品田純 (総合制作部)
 北海道教育大学岩見沢校
 「実践型アートマネジメント人材育成事業」講師
 (2015.7.15)

聴講生は学生、社会人と多岐にわたりました。年を重ねようが異業種で働いていようが、新しいモノ、未知のモノにチャレンジする。その姿勢を持ち続ける人たちが、次の時代をつくっていくのだと感じさせられました。



佐藤麻美 (編成部)
 札幌市「子育て未来フェスタさっぽろ2015」
 トークセッション「子育て楽しんでますか?」スピーカー
 (2015.11.8)
 ほか4件 ※写真は函館市立北昭和小学校での講演

「子育て未来フェスタさっぽろ」のトークセッションに参加して、ママが求めているのはパパが育児休暇を取りやすい社会だと痛感しました。HTBが率先してそれをスタンダードにしていけたらと思いました。



四宮康雅 (CSR広報室)
 札幌市男女共同参画センター
 〈男性のためのエンパワメント事業〉
 「メンズカフェさっぽろ 40代編」ゲストスピーカー
 (2016.3.7)

「アニキとしてのアドバイスを」との要望を受け、お話をしました。「自分を見つめ直す機会となった」「多様な価値観とプライベートから新しいつながりが生まれることに驚いた」との反響を頂きました。



佐藤よつぐ (アナウンス部)
 札幌市清田区北野町内会
 講座「今そこにある詐欺」講師(2015.10.31)
 ほか2件

参加者の皆さんは、私の親と年代代の方ばかり。この中から被害者を出してはいけないという思いを強くしました。毎日の放送に加え、さまざまな機会です詐欺被害を減らすお手伝いを続けます。



高橋一之 (国際メディア事業部)
 株式会社ニューメディア
 〈「NEXT30」研究セミナー〉「確固たる「ジャパンブランド」を打ち立てる国際戦略づくり」講師
 (2015.7.15)
 ほか3件

HTBの海外発信やメディア展開において、社内スタッフのチームワークがいかに重要かを感じ、あらためて感謝しました。今後は番組連動アプリやIPTVなど、時代に合った発信に挑戦したいです。



竹内玲奈(報道部)
札幌第一高校(進路指導)
「職業講話」講師(2015.11.21)

この仕事をしたいと思った理由や、報道記者とは何かということを取り返し、じっくり考えるきっかけとなりました。視聴者の生の声を聞くことができ、HTBの一員として身が引き締められました。



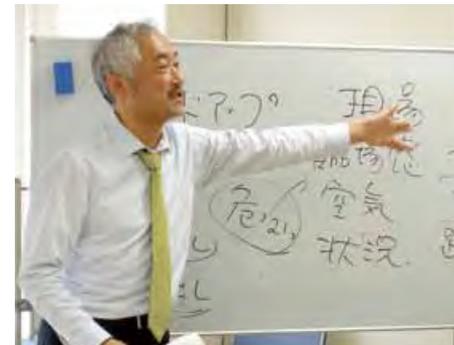
森さやか(アナウンス部)
札幌市男女共同参画センター
「働く女性のためのシンポジウム」司会
(2016.2.24)
ほか5件

各企業、それぞれの立場ならではの経験と苦労が大変興味深かったです。知恵を出し合い、偏見を持たず、コミュニケーションを取り合うことが、組織運営に必要な不可欠だとあらためて感じました。



鶴羽舞子(報道部)
関西大学
講演「地域メディアで働くということ～取材・制作の現場から～」講師
(2015.11.13)

講演後、学生から「講演の中に出てきた取材先に行く」と連絡を頂きました。地域の人と近い距離感・長い人間関係でものづくりができるという仕事の魅力が、少しでも伝わったのならうれしいです。



山田佳晴(アナウンス部)
札幌市立中島中学校(社会体験)
「テレビニュースと原稿の書き方」講師
(2015.10.7)

テレビニュースの仕組みと歴史を披露しました。中学生がわかるようにと噛み砕き、反すうし、書き直したレジュメを実際に口に出して伝えることで、ニュースの構成の苦労を自分も再確認した授業でした。



戸島龍太郎(社会情報部)
北海道教育大学岩見沢校
「実践型アートマネジメント人材育成事業 ファンディング講座」講師(2015.7.15. 8.26)

「どうすれば人々から芸術活動の資金を集めることができるか」がテーマ。受講生は実践の場で、来場者に音楽やアートを体感させていました。共感と喜び、番組づくりと共通のキーワードがそこにありました。



依田英将(アナウンス部)
北海道警察豊平警察署
「HTB作戦 特殊詐欺撲滅運動」一日警察署長
(2015.5.15)

「自分は騙されないと考えていますよね」という呼びかけに、笑顔で大きくうなずいたご婦人が複数いたことが大変驚きでした。詐欺被害のニュースがあるたびに、呼び掛けた言葉を心の中で唱えています。

社員と、ユメミル

働きがいのあるいきいきとした組織は、良質で魅力ある、ものづくりの土壌。
職域を越えた対話や、世の動きへの感度を高める活動で、組織の活性化を図っています。

ほめ合えばみんなうれしい ユメミル、いいね!賞

2014年から始めた「ユメミル、いいね!賞」は、社内の小さな「いいね」を見つけ、感謝を伝える活動です。HTBで働くすべての人たちが対象で、1年を通じた活動の中から選ばれます。

2016年1月の新年交礼会では、入賞した4件の「いいね!」に表彰状が授与されました。また、ファイナリスト6件、ノミネート6件の「いいね!」もパネルで公開しました。



制度を充実させ、活用も推進 育児・介護休業制度

育児・介護休業制度の活用が評価され、北海道から「北海道両立支援推進企業表彰」を受けました。この表彰では、育児・介護に関する法を上回る規則規定を設けているか、実際に利用実績があるか、ワークライフバランスの推進に積極的に取り組んでいるかなどが審査されます。子どもの看護休暇を小学校卒業まで取得可能であること、法を上回る育児時間の取得条件を整備していること、育児を行う社員へ柔軟性ある勤務時間の配慮を行っていることなどが特に評価されました。



仕事を通して人生を豊かに いいな、プロジェクト

HTBは2012年に、スタッフ間の連携を強める交流プロジェクト「いいね、プロジェクト」をスタートしました。2015年も、「いいな、プロジェクト」と名称変更して継続しています。立ち上げ時の目的はそのままに、「HTBでこんなことができたらいいな」「こんな会社になったらいいな」という、社員の多様な思いや働き方への希望を汲み取り、社員の未来を応援するひろばづくりへと展開しています。



一人一人の成長を支援 コーチングセミナー

2016年1月に、3回にわたり「いいな、プロジェクト」主催のコーチングセミナーを開催しました。プロコーチの上前拓也氏を講師に迎え、各回20人前後の社員が参加。コミュニケーションでは「傾聴・質問・承認」が重要なこと、目標達成については、潜在意識は変化を嫌うので少しずつ継続する量を増やすアプローチが効果的であることなどを学びました。

受講者からは「普段いかに否定的な質問を多くしているか認識した」「第三者による承認の効果の大きさを知った」「通常の業務や評価面談、普段の会話、子育てなどに活用したい」などの感想や意見がありました。



まちに感謝を、自分に気づきを ごみ拾い活動

2013年から春と秋の計3回、社員が昼休みにごみ拾い活動を行っています。環境美化は日頃お世話になっている身近なところからと、社屋周辺で実施しています。

夏の観光シーズンには、札幌市・大通公園で北海道コカ・コーラボトリング株式会社が推進している企業連携のごみ拾い活動にも参加しています。これは平成27年度の札幌市民憲章実践団体表彰を受けた活動です。社員はさまざまな気づきを得ながら、まちに感謝の思いを伝えています。



地域と一緒にまちづくり活動

HANA-LAND事業

「HANA-LAND事業」は、花を通じたふれあいから地域づくりをめざす札幌市豊平区の事業です。HTBは2013年から協賛し、花苗のスポンサーになっています。

2015年6月、地元の町内会の方々と出勤前の社員が協力して、社屋前の「りんご坂通り」の、街路樹周りの花壇にマリーゴールドやベゴニアなど、色とりどりの花を植えました。植えた花は夏の間、通勤・通学する方々の目を楽しませています。



地域の悩みを肌で感じる

雪かきボランティア

過疎地でひとり暮らしをするお年寄りの自宅の雪かきを行うボランティア活動に2013年から継続して参加しています。これは、北海道という地域に支えられている複数の企業が連携して行っているものです。

2016年2月に三笠市で行われた活動には6人の社員が参加しました。汗を流しながら現地の実情を体感し、地域メディアで働くことの意義をそれぞれが考えました。



共感の輪を広げる

北海道グレートサンタラン

サンタクロースの衣装で街中を行進。その参加費が病氣と闘う子どもたちへのクリスマスプレゼントとなるサンタランはイギリス・スコットランド発祥のチャリティー運動で、道内では5都市で開催されています。札幌では2014年に「北海道グレートサンタラン」が始まり、2015年は約300人が参加する大きな運動となりました。

子どもたちの未来を応援することは企業人、地域人としてのコミットメントであるとの思いで、HTBは初回からサンタランに参加しています。2015年も有志が北海道大学病院小児病棟をはじめとする札幌市内の10医療施設をプレゼントサンタとして訪問。子どもたちに直接クリスマスプレゼントを手渡しました。



多様な生き方・働き方を受けとめる会社へ！

女性の活躍応援自主宣言を行いました

2016年3月3日「女性の活躍応援自主宣言」を行いました。

HTBは女性のチカラが生きる企業であり、働くすべての人がワークライフバランスを実現する。このことを、地域、生活者との約束として宣言したものです。

自主宣言は厚生労働省「女性の活躍推進宣言コーナー」、北海道「北の女性★元気・活躍・応援サイト 女性の活躍応援自主宣言」に掲載されています。

宣言します！

HTBは北海道の女性のユメミル、チカラを
応援する広場です

HTBは「OTAGAISAMA」精神を大切に、
女性がどんなライフイベントを迎えても
自分らしい選択ができる制度を整え、企業風土をつくります

HTBは長時間労働を改善し、
女性をはじめすべての働く人が働きやすい
ワークライフバランスを実現します

HTBは地域メディアとして、日々の報道、番組制作、
営業活動、事業等を通じて地域の課題や生活者に寄り添い、
女性をはじめ多様な価値観を応援します

専門部署を創設しました

2016年4月、「ワークライフバランス・ダイバーシティ推進部」を新設しました。長時間労働をなくし、多様な生き方ができる環境づくりを進める部署です。推進部では「OTAGAISAMA（支援し、支援を受ける）」精神を尊重し、育児や介護を抱える社員が増えても働きやすい職場をつくっていきます。

管理職自ら意識改革と実践を行い、働き方を根本から見直し、過重労働の改善を強く進めることは生活者（視聴者）に寄り添う地域メディアの使命であると考えています。会社で過ごす時間以外で得られる情報や地域の皆様とのふれあいが増えることは、HTBやコンテンツへの共感をもっと得られるようにするための成長戦略でもあります。HTBはワークライフバランス・ダイバーシティ経営の地域におけるモデル企業になることをめざします。

行動計画を策定・公表しました

「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」（女性活躍推進法）では、従業員301人以上の企業に対し、採用者や管理職における女性比率等の数値目標を盛り込んだ行動計画の策定を義務づけています。

HTBは行動計画策定が努力義務である従業員301人未満の企業ですが、仕事と生活を両立できる職場づくりやワークライフバランスを推進し、実現するために行動計画を策定し、積極的に社員の意識改革や職場風土改革を進めています。計画の実現を通して過重労働を改善し、女性をはじめとするすべての働く人が働きやすい職場環境の実現をめざすと同時に、女性がどんなライフイベントを迎えても自分らしい選択ができる制度を整えていきます。

北海道テレビ放送 行動計画（女性活躍推進）一部抜粋

1 計画期間

2016年4月1日～2019年3月31日

2 課題

- (1) 女性社員が少なく、管理職になる人員も不足している
- (2) 職種により休みが取りにくいほか、長時間労働の傾向があるため、育児しながら活躍するためには働き方の見直しが必要

3 目標と取組内容

- 目標1 女性の採用は男女50%を目標とする
- 目標2 女性役職者割合を8%から15%へ増やすことを目標とする
- 目標3 結婚や出産というライフイベントを迎えても本人が望むライフプランが選択できるようにし、女性が働きやすい職場環境にする

4 ワークライフバランスの推進、働き方の見直し

- ノー残業デーを毎月1回実施
- 時間外超過者に対する健康相談、受診指導の強化と対応策の検討実施
- 長時間労働が発生しがちな現場の働き方を見直す研修やプロジェクトの実施
- 業務の棚卸を進めるとともに、特定の人に偏る過重労働を分散しチームで企業の成長をめざすHTB流のワークスタイル改革を推進など

5 次世代育成支援対策

- 小・中・高校（養護学校含む）など教育機関の見学・研修の受け入れ
- 大学生向けのインターンシップや職業観の醸成を図るためのセミナー実施 など

6 ダイバーシティへの取り組み

- 男女、国籍を問わない、本人の能力や感性を公平に見る採用の実施
- 障がい者雇用への積極的な取り組み
- お互いさまの精神で働ける職場環境をつくるため、社内風土改革プロジェクト「いいな、プロジェクト」を推進



小樽商科大学商学部 准教授

加藤敬太 氏

大阪大学大学院経済学研究科博士後期課程修了。博士(経営学)。2010年より現職。専門は経営学、経営組織論、経営戦略論。研究スタイルは企業へのフィールドワークに基づいた事例研究。近年は北海道の地域企業の経営戦略について関心を持つ。

これまでHTBは、北海道の一員として地域の価値を高める「ひろばづくり」に貢献し続けてきました。「ユメミル、チカラ」のメッセージに込められたひろばづくりは、過去・今・未来をつなぐ地域のコミュニティーづくりです。このレポートでは、今のHTBの活動を明確に知ることができます。そして今の活動を伝えるこのレポートは、未来の活動への深化の道標となります。

このレポートから私たちは、HTBが自らのドメイン(活動領域)を地方テレビ局ではなく、地域メディアと位置付けていることがわかります。HTBが創り出す地域メディアとしての出口は、とても多様なのです。これは、北海道と共に歩むことによって価値が広がり続けていることを意味します。まさにクロストークにある若手社員による「ずっと続ける」取り組みが、過去と今、そして未来をつなぐひろばづくりなのです。

今年のレポートのメッセージは“Hello&Touch”です。ここからはじまるひろばづくりの実践こそが、北海道の価値や文化を高め、みんなの「ワクワク」に貢献するはず。ぜひ、このレポートから“Hello&Touch”の新たな一歩が始まることを期待します。



北海道CSR研究会 運営メンバー

上島信一 氏

「CSRをフックに企業が連携できると、そのこと自体が北海道の競争力になるのでは」との考えから2011年1月発足の北海道CSR研究会の声掛け人として、設立に強く関わる。北海道コカ・コーラボトリング株式会社に長年CSR部門に在籍。2014年3月より同社常勤監査役。

“Hello&Touch”。本誌のテーマから浮かんだのは、古くからこの北の地と生を共にしてきた人々が大切にしている「イランカラブテ」でした。「互いに言葉が届く、ふれあえる距離感を大切にしよう」とのメッセージは、「あなたの心にそっと寄り添わせてください」と願い、この地を愛してきた人々の想いと重なります。北海道の地域メディアらしくて心地良いです。

クロストークには社内の適度な距離感を感じました。また、番組制作や地域イベントに込める想いや、スタジオを飛び出して活躍する社員たちの様子を本誌で拝見すると、HTBが大切にしたいと思っている地域との距離感が伝わってきました。

HTBのCSRを形成するスリーサークルに描かれた「ひろばづくり」は、「多様な価値観が集まるひろばで新しい価値を創る」ものであってほしいと願います。この「ひろば」から生まれる小さな動きに寄り添って、北海道にとっての新しい力が生まれるのをサポートしていただきたいです。また、異分野の仲間たちがつながり北海道を応援する「チーム北海道」づくりをめざす、「北海道CSR研究会」のリーダーグループの1社としての活躍も願っています。

上記のご意見は、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。



多様性を受け止める社会をめざして CUDへの取り組み

2011年6月に創刊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」は、民間放送事業者が発行した、印刷物としては国内初のCSRレポートです。“北海道の未来に貢献する”地域の一員としての活動を企業のミッションに照らし合わせて確認し、発信することを創刊の目的としました。

2013年からはカラーユニバーサルデザイン（CUD）の認証を受け、色覚の個人差を問わずご覧いただけるよう取り組んでいます。札幌で開催されている「カラーユニバーサルデザイン展」にも出展し、多様な個性を応援する活動に参加しています。



本社の正面玄関ロビーは2015年度、4万人を超えるお客様を北海道内外からお迎えました。ふれあいを期待して足を運ばれるお客様に少しでも楽しんでいただけるよう、担当者はおもてなしの気持ちで空間をつくっています。スタッフがお客様に「こんにちは、写真撮りましょうか?」と自然に声を掛けている姿もよく見かけます。この空間で毎日小さな「ひろば」が生まれていると実感し、あたたかな気持ちになる。そのことに感謝しています。

本レポートは創刊6年目となりました。今号のテーマは“Hello&Touch”です。人と人が出会い、心を通わせ、つながっていくきっかけや関係づくりを表す言葉と考えます。地域メディアとしてつくる「ひろば」も、私たち一人一人が地域人としてつくる「ひろば」も“Hello&Touch”からはじまります。今号ではその、いくつかのカタチを報告させていただきました。

ここまで読み進めていただき、誠にありがとうございました。ぜひご意見、ご感想をお寄せください。皆様からの“Hello&Touch”を、心からお待ちしています。

CSR広報室長 岡 仁子

6 ユメミル、チカラ HTB

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 7億5,000万円
主な株主 (株)朝日新聞社、(株)テレビ朝日ホールディングス、ノースパシフィック(株)、北海道建物(株)、東映(株)
従業員数 195名(男性155名、女性40名)※平成28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25年度	平成26年度	平成27年度
売上高	14,403	13,645	13,639
経常利益	1,104	1,062	844

関連会社 (株)エイチ・ティー・ビー・プロモーション、エイチ・ティー・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、函館支社、釧路支社、帯広支社
海外駐在員 ANNロンドン支局

【編集チーム】 金子 哲俊(総務局総務部)
瀬志本 勇二(営業局国際メディア事業部)
小平 伸(営業局プロモーション事業部)
松田 圭介(コンテンツ事業室)
菊地 真章(報道情報局報道部)
岡田 壮弘(技術局技術部)
四宮 康雅(CSR広報室)
斎藤 龍(CSR広報室)

編集協力 (株)みんなのことは舎

●ご意見・ご感想

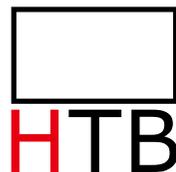
yume-report@htb.co.jp



色覚の個人差を問わずできるだけ多くの方が
見やすいように製品や情報を提供する考え方を「カラーユニバーサルデザイン(CUD)」といいます。このマークは、CUDO(Color Universal Design Organization)・北海道CUDOにより、CUDに配慮して作られていると認定された施設・製品に対して使用が許諾されています。

リサイクル適性(A)

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



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

北海道テレビ放送株式会社 CSR広報室

〒062-8501 札幌市豊平区平岸4条13丁目10番17号

TEL.011-821-4411(代) FAX.011-816-4040

yume-report@htb.co.jp

2016年6月発行

