

いいな、プロジェクト

タブレット

こども食堂 ハナタレナックス



送

ワークライフバランス

さっぽろ創世スクエア

北海道命名150年

インクルージョン

キタデミー賞

Yumechika Records

ひるばづくり

落ちちゃん

多様性

どうでしょうキャラバン

社会基点のCSR

CUD対応

ONちゃん6ちゃんHTB

医TV

Hello & Touch

放送番組審議

ONちゃんおはようたいそう

防災・減災報道

HTBスペシャルドラ  
スポーツのチカラ

イクボス

ユメミル、チカラ 応援レポート

kodomon

地域メディア活動報告書

今、わたしたちにできること

2018

グッドコミュニティー

持続可能

グッドビーブル

onちゃんどつめしよぎ

水曜どうでしょう

HOKKAIDO

ONちゃんおはなし

地域メディア

NO MATTER LIVE

むろはるはみた

巷のONちゃん

3イチオシ!まつり

老いるショック

北海道のチカラ

FFFFFF

夢チカ18

コーチング

# だから、 Hello & Touch

地域メディア・HTBは自らの仕事を、「ひろばづくり」と定義しています。「ひろば」とは、人と人が出会い、心が通う空間のことです。

ひろばづくりの基点には、社員一人一人の、意志があります。

メディア人として、また北海道に暮らす者として、HTBの社会的責任を考え、明らかにし、課題解決や夢の実現を目指す。その繰り返しで紡いできた、私たちの「地域メディア活動」をここに報告いたします。

## 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

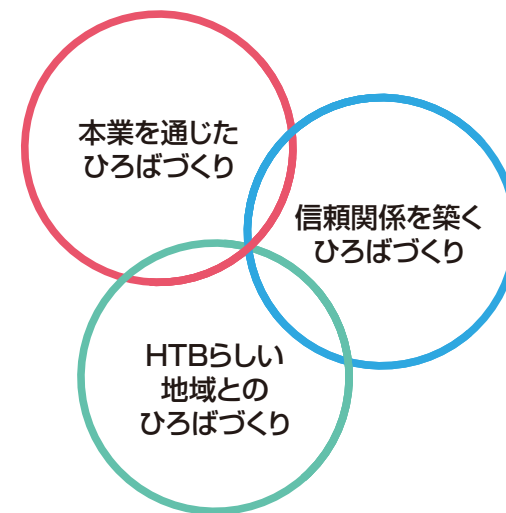
生命の尊さをともに考え、病気と向き合い活動を続ける皆さんや地域医療の発展に取り組む皆さんを応援します。

### 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。生活者や地域との共感、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て、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、私たちが学び、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。

# 明日からの Hello&Touchのために。

2018年、HTBは開局50年を迎え、  
9月に札幌市中央区の新社屋へ本社を移転します。  
大きな節目の年に、地域メディアとしてのこれからの  
ステークホルダーとともに展望しました。



代表取締役社長  
樋泉 実



一般社団法人  
プロジェクトデザインセンター代表理事  
NPO法人札幌チャレンジ理事長  
加納 尚明氏

会社員を経て、任期付札幌市職員として企業の社会貢献活動、事業型NPO育成を担当。NPOと企業のマッチング、障がい者の社会参加を支援する活動に取り組む。

## 社会の動きも、HTBの仕事も キーワードは「ソーシャル」

**樋泉** 加納さんには2014年の本レポートに第三者意見を寄せていただき、2017年に開催したCSRをテーマとした交流会では講師を務めていただきました。もちろん、北海道に暮らす一人としても、長年HTBを見つめていただいています。当社の地域メディア活動を、どのようにご覧になっていますか。

**加納** 放送局の本業にはそもそも社会貢献的側面がありますが、HTBは「本業を通じて社会に貢献する」というCSRの考えにのっとり、大変熱心に活動していらっしゃる印象です。メディアの強みである「伝達のネットワーク」を活用して「つながりのネットワーク」を数多く

地域に生み出していらっしゃるんですね。

**樋泉** 当社ではその活動を「ひろばづくり」と称しています。メディアは「媒体」であると同時に、化学反応を起こす「触媒」なのです。北海道に根ざす企業ですので、北海道は基点。地域をすくい上げ、コンテンツとして発信することが我々のなすべき仕事ですし、それがプラットフォームになって、北海道の価値も高まっていくと考えています。

**加納** NPO団体で活動していると、「どんなにすばらしいものも、知られていなければ、存在しないのと同じだ」と痛感します。どんな出来事も最初は「自分事」、もしくは特定の人々にとっての「みんな事」でしかない。それが「世の中事」になって初めて社会は変わり出します。メディアの持つ、物事を「世の中事」にする機能は、地域に不可欠な力です。

**樋泉** 「世の中事にする」ことはHTBにとって重要なミッションの一つです。そこで気をつけなければならないのは、「価値を創造しているのはHTBだ」と勘違いしないこと。我々はすくい上げているだけで、価値を判断

※1

**NCF (Network Community Forum)**  
1996年発足の任意団体。多様な立場、業種の人々が、リアルな場のほか、当時まだ普及の途上であったメールやホームページなどのインターネット技術をいち早く利用してつながり、地域密着事業などに取り組んでいた。

※2

**CSV (Creating Shared Value)**  
社会課題の解決に自社の強みを持って積極的に取り組むことで、社会に貢献するとともに自社の経済活動にプラスの価値を生み出すという考え。日本語では「価値共創」。

※3

**SDGs (持続可能な開発目標)**

「地球上の誰一人として取り残さない、取り残されない(leave no one behind)」ことを誓い、2015年9月に国連で採択された2030年までの達成を目指す国際目標。発展途上国も先進国も、生活者一人一人も国単位でも取り組むユニバーサルな17のゴール、169のターゲットから構成され、日本も達成に向けて取り組んでいる。



するのは受け取り側です。HTBは20年以上、アジアなど海外への情報発信を行ってききましたが、アジアにはアジアの価値観があると強く感じています。HTBの発信は、結果的に北海道に大量のインバウンドをもたらしましたが、それは、多様な価値観を尊重して発信してきたから。「幹事役」という気持ちで、謙虚に生活者・視聴者を紹介・応援していきたいと思っています。

**加納** 「応援」は重要なキーワードですね。近年、「ソーシャル」という言葉を頻繁に耳にするようになりました。福沢諭吉はこの言葉を、「社会」ではなく、「人間(じんかん)交際」と訳しています。社会は人と人とのつながり、交わりでできているということです。90年

代のインターネット黎明期、ITを活用し地域活性化を目指した「NCF」※1という団体がありました。私と樋泉社長もそこで出会いましたが、あの活動はまさにソーシャルのはしりでした。普段は触れないような多ジャンルの情報がシェアされ、その積み重なりで、いつか誰かが誰かの「応援団」になっていきましたよね。

**樋泉** 今はSNSで、そうした個同士の化学反応、反応の連鎖が日常的に起きていく時代になりました。だからこそ我々も「放送」をゴールにするのではなく、コンテンツをプラットフォームにイベントや、インターネット空間での情報発信へ展開を広げ、「ひろば」をつくっています。「HTBイチオシまつり」(P10-11参照)が代表的な一例です。

**加納** 広がったつながりは、ビジネスの土壌にもなる。今、「ヒト、モノ、カネ、情報」に次ぐ第5の経営資源としてソーシャルが挙げられるようになってきました。ソーシャルは企業経営や成長の要素になってきていて、そこにコミットするマーケットも拡大していくでしょうね。

**樋泉** そうした状況で我々として肝要なのは、「数」を指標にしないことです。5万人のひろばも1,000人のひろばもあっていい。大切なのは、顔の見える関係が築けているかどうか。当社には、時々、視聴者の方がお土産を持って来訪してくださることがあります。そのように、アクションを起こしたくなるほどの共感を得られることは重要です。また、支えてくださる方の顔が見えると、より責任ある発信につながる。コメント一つとっても、「あの人に届けよう」と考えて出てくる言葉は重みが違う。社員には、仕事でもプライベートでもたくさんの「ひろば」をつくり、自ら足を運んでほしいと毎日頃言っています。人と出会うと、気づきが生まれます。放送に固執しないコンテンツ展開は、我々自身の学びの機会をも増やしてくれます。

## 生活者と、地域のパートナーと 「<sup>パ</sup>X」で地域の価値を高める

**加納** シェアという視点でソーシャルを捉えた時に、企業活動はCSV※2に向かっていくと思うんですね。今、雑誌の対談などで、「〇〇×〇〇」という見せ方が多いですが、「掛け算」はこれからの価値創造のポイントといえます。

**樋泉** 加納さんが携わる札幌チャレンジの活動は、その点で非常に学ぶところが多いです。ハンディも人間の可能性を広げているのだ、と気づくと、視野は広がるわけですね。多様性を認めることは、豊かな社会、豊かな人生につながると実感させられます。

**加納** CSRやCSVは企業視点ですが、もう少し大きな目線で社会を見つめると、「SDGs」※3に関する活動が盛んになってきています。

**樋泉** SDGsは多様な視点で定めた、全世界共通の目標。自治体、企業、学校などから個人まで、さまざまな単位で取り組みが広がっていますね。「連携」もSDGsの17のゴールの一つです。HTBも皆さまと共に考え、また、活動を応援していきます。

**加納** 地域貢献、社会貢献などの目的を同じくする企業とコラボレーションしたり、あるいは結びつけたりする。そうした活動をHTBには期待しています。冒頭で触れたCSRをテーマにした交流会は、HTBと北海道日本ハムファイターズさんの共催でしたが、2社の地域貢献活動には驚くほど共通項がありました。多様な企業が多様なリソースを持ち寄れば、1社ではできない展開も可能です。ぜひ他社とコラボしての地域貢献を増やしていただきたい。

**樋泉** 「チーム北海道」のメンバーの力を掛け合わせれば、もっとおもしろいことができると私も思います。

HTBは北海道新聞さんと「いずみ」プロジェクト※4を展開しています。北海道新聞さんは「いずみ」の読者を、「自分たちの岩盤である」とおっしゃっている。地域を支えてきた人々の思いを次の世代につなごうとする使命感に、地域メディアとして深く共感しました。系列を超えたコラボはメディア業界ではあまりなされていないと感じますが、HTBは積極的に取り組んでいきたいと考えています。

**加納** 地域の人や団体、企業を継続して掘り下げるのは大切です。HTBの番組ですと『キラキラ』※5が思い浮かびます。女性活躍社会という言葉が言い出される前から、「女性が元気な社会は、社会全体が元気である」という社会視点で番組づくりをされていて、すばらしいと感じていました。ミニ番組ですが、1週間分がまとまると見ごたえがある。あのようなスタイルで、さまざまな地域の人々や活動を紹介する番組が増えてほしいですね。

**樋泉** HTBのメディア活動の軸の一つは継続性です。そこには2つの視点があります。一つは今において、地域と向き合い続けるということです。例えば『水曜どうでしょう』のように、「ひろば」をつくるだけでなく、持続し、広げることがこれにあたります。そして、もう一つは未来へ向かって。かつてテレビは揮発性のメディアでしたが、インターネットの登場、放送のデジタル化によって、蓄積し、未来にずっと伝えることが可能になりました。『キラキラ』に登場した人の活動や地域の何気ない日常は、10年、20年先に、今では考えられない価値を持つかもしれませんよ。過去にさかのぼって映像を撮ることはできないので、残すという視点、残す責任も持たなくてはならないと強く思います。

**加納** 札幌チャレンジドは、先般、高校の教科書に「社会的企業」の一例として掲載していただきました。

社会の「公器」という責任を感じた出来事でした。HTBも放送局として、日々の仕事に大きな責任を感じておられるのではないのでしょうか。

**樋泉** はい。放送電波は全家庭に届きます。我々が伝える情報は時に人命にも関わります。災害時のニュースや『医TV』（P7参照）での医療情報提供だけでなく、どんなコンテンツにおいても確かな取材に基づいた信頼性の高い情報を届けるのは大前提。また、社員一人一人の自覚ある振る舞いも不可欠です。毎年入社式では「今日から皆さんは私人から公人になりました」と話します。日々の自戒の先に、地域社会との良い関係が築かれていくと考えています。

### 2018年は地域メディアとしての開局元年 新しい舞台装置で、さらなる発信を

**加納** 2014年のレポートの第三者意見で、私は「HTBの事業はソーシャルビジネスである」と書きました。ソーシャルビジネスの条件である社会性、事業性、革新性の3つを備えているからですが、特に革新性という面で、HTBは突出した活動をしていらっしゃいます。挑戦を受容する社風もあります。次の50年はさらにエンジンをかけ、新たな挑戦をしていただきたい。特に若い社員が、個々の感性を活かして伸び伸び活躍できる環境をつくっていきましょう。

**樋泉** 社員それぞれに個性と人生があるわけですから、思い描く北海道も地域社会も、貢献の方法も違うはず。自分に何ができるかを考えて、仕事をその実現のためのツールに使ってくれば、会社と社員、互いにとってとても幸せなことだと思います。

**加納** それが、会社の成長の原動力にもなると思います。今、テレビはとてもインタラクティブです。HTBは

番組テロップのCUD対応(P20参照)に取り組まれています。あらゆる技術が日々進歩していますよね。視聴者参加型番組などはまだまだ変化の入り口で、もっともっと、おもしろい番組が増えていくのではないのでしょうか。

**樋泉** そうありたいです。日本は国内の時差がなく、そのために地上波放送が基幹インフラとして発展した、世界でも珍しい国です。しかし、メディア環境は大きく変わり、技術革新も日々進んでいます。場所も時間軸さえもシームレスになりつつある時代に、新社屋という新たな舞台装置をどう活かし、北海道から何を伝えていくのか。2018年は地域メディアとしての真の開局であるという意識で、心新たに、地域と向き合い続けていきたいと思っています。



※4  
「いずみ」プロジェクト  
北海道新聞で60年以上続く、女性読者からの投稿コラム「いずみ」を2014年、番組化。地域の人々の声を標茶町出身の女優・高橋恵子の朗読と北海道の映像で立体的に表現し、好評を得た。番組は「HTB北海道onデマンド」での配信、北海道新聞主催のイベント開催などにも発展した。



※5  
「キラキラ」  
毎週月～木曜深夜0時45分～放送。自分らしく輝いている北海道の女性を、週替わりで紹介する5分間のミニ番組。



だから、ACTION!

# 地域メディアだから。

地域課題に着目する。北海道の未来を応援する。それは地域メディアの役割です。  
地域からの厳しくあたたかい視線を感じ、私たちは日々、メディアの使命と  
北海道の企業としての存在意義を考えながら、北海道に必要な情報を発信しています。



イチオシ!  
北海道  
モーニング

一日の始まりに元気を届けたいから

## イチオシ!モーニング

朝の情報ワイド『イチオシ!モーニング』(以下イチモニ)は、2011年3月のスタート以来、お出かけ前の道民に必要なあらゆる情報を届け続け、幅広い年代層にご支持いただいています。2017年11月3日には、放送2,000回を迎えました。

これを記念して「ありがとう放送2000回ウィーク」と題し、出演者プロデュース企画を実施しました。出演者の木村愛里は視聴者からのお天気情報「ソラをライブ」の参加者に感謝を直接伝えに行き、清水秀一気象予報士は「お絵かき天気」が大好きな少年に会いに行きました。大野恵アナウンサーはオリジナルステッカーをデザインして視聴者にプレゼントし、室岡里美アナウンサーは手作り餃子を地域の皆さまに振る舞いました。メインMCの林和人アナウンサーは初訪問となる厚沢部町へ、石沢綾子アナウンサーは道内各地を巡り、各市町村の魅力を再発見するとともに番組へのご意見・ご感想を直接お伺いしました。

多くのご支援をいただいていることへの感謝の気持ちを忘れず、地域に根ざした信頼される番組をこれからもつくり続けます。



2,000回を迎えた11月3日はHTBの開局記念日でもありました。出演者それぞれの特技を活かした企画などで、番組を応援していただいている皆さまへの感謝を表しました。

### 「ありがとう放送2000回ウィーク」への視聴者からのメッセージ(要約)

林さんが地元・厚沢部町を訪問されたこと知り、とても楽しみに朝を迎えました。北海道の隅から隅まで取り上げてもらえたら、私のように、朝、ほっこりできる人がもっと増えると思います。(30代女性/メール)

石沢さんの企画、とっても感動しました! あったかい思いが伝わってきて、私も朝から泣いていました。イチモニのメンバーは素敵だなとあらためて思いました。これからもずっと見ていきます。(40代女性/メール)



## 有事対応放送

イチモニは、「北海道のくらし、身近(そこに)イチモニ。」を掲げて、生活者目線の、すぐに役立つ・使える情報を毎朝提供しています。ローカルでの生放送であるからこそ、荒天・地震・災害などの発生時には特に、地域の情報に特化してニュースを伝えています。

2017年8月29日と9月15日の早朝、北朝鮮でミサイルが発射され、Jアラートが発令されました。各局が緊急対応画面となり、東京のスタジオからの情報を伝え続ける中、HTBは札幌のスタジオと道内支局からの中継を結ぶなどして北海道上空のミサイル通過についての、生の情報を伝え続けました。

HTBは、北海道の朝に唯一、全編ローカル制作の情報番組を放送している局として、有事や災害発生後の報道だけでなく防災・減災のための情報提供にも力を入れています。今後も「減災報道No.1」を目標に、道民の生活と命を守るための情報を、第一に伝えていきます。



有事の際、テレビの伝える情報は命を守るためのライフラインにもなります。北海道の暮らしに最も身近な情報を、確実に伝えます。

## 食のチカラ

土曜日のレギュラー企画「食のチカラ」では、北海道の旬の食材を紹介しています。MCの菊地友弘アナウンサーが、「北の旬ウォッチャー」として毎週のように道内各地でロケを行い、野菜・肉・水産物など北海道産の食材やその加工品、多彩な生産者を紹介して地産地消を応援。漁船に乗る、畑で収穫作業を行う、調理をするなどの体当たりレポートで、道産食材の安心・安全も伝えています。

えりも町では19時間休むことなく作業を行うマツカワガレイ漁に同行するなど、ハードなロケも多々行っている企画ですが、生産者の皆さまから「俺たちの街を紹介してくれてありがとう」「漁師の魅力を伝えてよ」などの声を掛けていただける喜びはとても強く、大きなやりがいと使命感のもと、放送を続けています。



菊地アナウンサーの取材での乗船時間は半年で約44時間にものぼりました。今後も積極的なロケで、生産現場から食の魅力を伝えます。

## お絵かき天気

2011年の番組開始より毎日、天気予報を札幌市中心部の大通ビッセ前からお伝えしています。お天気コーナーを担当する清水気象予報士は、その日の天気や、季節の移り変わり、気象に結びつく生活情報など、多様な話題を盛り込んだ手描きのイラストを使って気象情報を解説しています。絵という要素は、子どもから大人まで幅広い方に、やわらかく、正しく情報を伝える一助となります。「誰にでもわかりやすく」をモットーに、日々の生活や荒天対策のお役に立てるよう「お絵かき天気」を続けています。

### 「お絵かき天気」への応援メッセージ(要約)

清水さんの天気予報が好きです。7/18の猛暑のグラフ、8/21の真夏日のグラフなど写真に撮って持っています。気温に左右される仕事なので、客観データが役立っています。日中は働いているので、朝に北海道の情報を伝えてくれる、イチモニのような番組があって助かります。

(40代女性/メール)



北海道の気象現象、また気象のものについての理解も深まってほしいとの願いを込めて、解説をしています。





もっと素敵な北海道と一緒に作りたから

## イチオシ!

『イチオシ!』は2003年にスタートした夕方の情報ワイドです。日々、地域を深掘りし、地域に密着した情報を届けることを主眼に置き、北海道に暮らす生活者の生活実感や変化を捉えながら放送を行ってきました。

ニュースパートでは、放送開始時から「地域ジャーナリズム」を貫き、地道な取材を通じ、北海道の課題に光を当て続けています。



## こども食堂

「こども食堂」は、子どもに無料もしくは低価格で食事を提供する取り組みで、現代の家族が抱えるさまざまな事情を背景に全国で広がっています。『イチオシ!』では2015年に初めて道内のこども食堂取材しました。当時、道内に10カ所程度だったこども食堂はその後急増し、現在は110カ所以上にのぼりますが、民間の方がボランティアで行うケースが多く、運営・継続の難しさを抱えているところも多く見られます。そうした中、地域の住民や行政と連携し、地域づくりの役割を果たしながら運営しているこども食堂がありました。

地域ネットワークの大切さと意義をみんなで考える機会にもなると考え、高齢者のセーフティネットにもなっているこども食堂の取り組みを取材・放送しました。



シニア世代、子育て世代、大学生など、年齢も立場もさまざまな地域の人々が集い、子どもたちを見守る姿を追いかけました。

## へえ! ほお〜! 150年 あなたと選ぶ重大ニュース

北海道命名150年と、HTB開局50周年・本社移転というタイミングが重なる2018年に向け、朝日新聞北海道支社との協業プロジェクトを1年がかりで進めました。2017年4月から、150の重大ニュースの選定・募集、アーカイブ素材を活かしたWebサイトの構築、最終ランキング発表と、膨大な作業の末、2018年3月6日夜7時から、特別番組「HTB開局50周年イチオシ!スペシャルへえ! ほお〜! 150年あなたと選ぶ重大ニュース」を放送しました。

特番放送までに、『イチオシ!』で関連特集を20回以上放送し、朝日新聞紙面と連動しての道内著名人インタビューなども行いました。特番は報道部制作ながら、誰でも楽しめるようバラエティーとして制作しました。放送後は『HTB北海道onデマンド』でも配信し、道民でも思わず「へえ〜」と言ってしまいそうな知識の数々を広く発信しました。



ゴールデンタイムの放送に向けてSNSなどでも趣向を凝らし告知。目標視聴率を達成し、道民からの共感もいただきました。

## 老いるショック

急速な超高齢社会化により、銭湯の廃業、スーパーの業績悪化、認知症患者の徘徊、老々介護など、各地で生活に直結する問題が浮上しています。こうした中、市場やスーパーなど身近な場所で高齢者が運動できる仕組みづくり、住人の健康と、地域の人同士のつながりを維持しようとする地域や、認知症の高齢者が行方不明になった際に情報共有する仕組みづくりに取り組む自治体が出てきています。

同じように悩む人の問題解決の糸口になればと考え、高齢化にともない起きてきている社会問題と向き合う人の姿を伝えました。また、超高齢社会を生きる人へのヒントになると考え、歳を重ねても生きがいを見つけて活躍する高齢者を紹介しました。



誰もがいざれ直面するであろう「老い」に関する悩みや課題を幅広く取り上げています。



アジアの中で際立つ北海道でありたいから

## LOVE HOKKAIDO



「北海道の愛あるヒト・モノ・コト」を外国人MCの目線で伝える海外向け情報番組です。これまでに11の国と地域で放送を行い、現在は北海道、中国(上海)、台湾、アメリカ(ハワイ)、メキシコで放送されています。

2017年1月には無料で利用できる番組公式アプリをリリースしました。日本語・英語・簡体字中国語・繁体字中国語の4言語に対応しています。旅の目的地までリアルタイムでルート案内する機能もあり、旅行者をサポートするとともに、取材で得た情報を活用することで各市町村のPRと地域活性化にも貢献しています。2018年4月現在、アプリは約3万6,000ダウンロードされています。地域メディアとして、これからも北海道の魅力を海外へ伝え続けます。



北海道では土曜午前9時50分～放送の30分番組。2018年で放送開始から5年目に突入り、4月で放送回数は253回となりました。

### 地域の声

公益社団法人北海道観光振興機構  
村上則好専務理事



道の観光産業経済効果調査(2017年5月)では、観光が北海道のリーディング産業になりつつあるという結果が出ています。少子高齢化で消費が伸び悩む状況下、交流人口・観光は伸びてきており、北海道は特にインバウンドにより経済が大きく底上げできています。20年以上前からHTBがいち早くアジアで展開してきた、番組による発信の効果が大きかったと感じています。

北海道の良質なコンテンツをより広く発信したいから

## HTB北海道onデマンド(HHOD)

2012年4月に開始した、ローカル局初の自社運営によるインターネット動画配信サービスで、2018年4月時点で登録者数は約7万人にのぼります。「HTBの番組を見たいけれど、私の地域では見られない」という声に応えるほか、HHODオリジナルコンテンツの制作・配信にも挑戦しています。2017年は高橋春花・室岡里美アナウンサー出演の「むろはるはみた」と、『イチオシ!モーニング』お天気担当・吉田晴香と元ミスさっぽろの矢野愛実が釣りを楽しむ「魚と美女と、時々、おじさん」の、2つのオリジナルコンテンツが生まれました。どちらも地上波放送の人気番組と並んで視聴ランキング上位の常連コンテンツとなり、特に「むろはるはみた」は、開始早々から高い人気を集めました。

2017年4月には北海道日本ハムファイターズ戦の生中継副音声に「むろはる」が出演。同年12月開催のイベント「onちゃん感謝祭」では、「むろはる感謝のふるまい」として2人が考案したメニューを100名以上の来場者に無料で振る舞い、好評を博しました。今後も、リアルイベントも展開しながら新たなひろばづくりを行っていきます。



同期入社2人の素顔が見えると人気の「むろはるはみた」。HHODには地上波とは異なる独自の視聴者との距離感があります。

必要な人に医療情報を届けたいから

## 医TV(イーティービー)



2009年7月に放送を開始し、2018年3月で放送回数400回を超えた『医TV』は、医療情報の正しい理解と受診を促す医療情報番組です。地域医療機関の取り組みを伝えるほか、2012年からは「医療のチカラ」と題し、疾患への理解を高める企画も実施。30分の特別番組の制作、系列局での放送も行ってきました。

2017年は、データ放送やハイブリッドキャストによる「夜間休日当番医情報」の提供を開始。視聴データ・設定データを活用した過去動画や朝日新聞医療関連記事情報のレコメンドサービス実証実験も行いました。また、旭川シニア大学の協力のもと、2017年7月9日に「医TV出張すこやか塾」と題した健康セミナーを開催しました。生活者が自らの健康や医療動向に関心を高めることは地域の活性化にもつながっていきます。地域貢献型事業として、放送にとどまらない展開を実行していきます。



毎週日曜(最終日曜除く)午後4時25分～放送の5分番組。番組の放送に加え、健康セミナー・市民公開講座の開催、医療機関のインフォームドコンセントの一助となるような動画制作、データ放送やWebサイトの一層の充実などに取り組んでいます。

### 地域の声

医療法人徳洲会札幌徳洲会病院  
遠藤香織整形外科医



特に高齢者にとって、テレビは優秀な情報媒体です。信頼性の高い情報がまとまった『医TV』は、医療情報を患者により近づける情報源です。ハイブリッドキャストを利用している情報検索・データベース機能の付加は、的確な診療科選定、広大な北海道における救急医療の効率化にも寄与します。視聴者ニーズを拾うことは疫学調査などへのデータ還元へつながり、道民の暮らしをさらに豊かにするものと感じています。

地域の若者や才能を応援したいから

## 夢チカ18

2000年3月放送開始の『夢チカ18』は、音楽への向き合い方をアーティストにじっくり語ってもらい、視聴者にリアルな言葉で届ける音楽セミドキュメント番組です。2016年からは、放送時間内に収まりきらなかった部分を含めフルインタビューを「HHOD」(P7参照)で配信し、全国へも音楽のすばらしさと「ユメミル、チカラ」を発信し続けています。

番組の放送、動画配信のほかにも、『夢チカLIVE』(P12参照)などのライブ公演の主催・運営、地元アーティストの音源リリースのための音楽レーベル「Yumechika Records」の運営も行っています。『夢チカ18』は2018年3月末で放送888回を数えました。今後も多角的かつ立体的な展開で、夢を追う若者や北海道の音楽シーンを発信・応援していきます。



番組名の由来は「ユメミル、チカラ18歳の俺たちのように」。番組コンセプトである「夢」を、アーティストと視聴者が共有するひろばと考えています。



テレビ番組を通じて人々がつながる場を増やしたいから

## 夜のお楽しみ寝落ちちゃん

「視聴者が参加するテレビ」を目指して2017年10月2日にスタートした深夜バラエティーです。初回は1時間の生放送でお届けし、TwitCastingでもライブ配信しました。初回に行った企画「全日本寝落ち選手権」では、Twitterで寄せられた視聴者からのアイデアをリアルタイムで採用して番組を進行し、番組関連キーワードが一時、Twitterのトレンドで全国4位になりました。2017年10月23日放送の企画「いいね列車を走らせよう」では、廃線となった旧江差線で、Twitterの「いいね」ボタンと連動して動くオモチャの列車を走らせました。ロケの様子は終日TwitCastingでライブ配信し、大きな反響を呼びました。またロケの最中、沿線住民の皆さまが応援に駆けつけてくださり、現場でも賑わいが生まれました。

番組での未公開シーンを連日TwitterとYouTubeにアップするなど、放送の枠組みを超えた展開を次々に行い、テレビ番組のさまざまな楽しみを多くの方に提案しています。



北海道各地で活動する舞台役者、芸人、ミュージシャンやアイドルが多数出演。地元人材の発掘と発信も番組のねらいの一つです。



北海道の冬を生きる喜びを知っているから

## NO MATTER BOARD

「ヨコノリ3S」(スノーボード、スケートボード、サーフィン)の楽しさを伝えるエンターテインメント番組です。雪とウインタースポーツは、北海道が誇る貴重な財産といえます。ウインタースポーツをけん引する番組として制作を続けており、2017~2018年の冬に、放送開始から24シーズン目となりました。道外でも放送されているほか、「HHOD」(P7参照)でも配信しています。

2013年に開始した企画「ローカルゲレンデトリップ」では、道内に約100あるスキー場を順次紹介。世界的に有名なニセコ以外にもすばらしいスキー場が多数存在する北海道の魅力、道内のみならず道外、海外へと発信して地域活性化を応援しています。



名寄市出身の鳥田優也と、数年前に大ケガをしながらも奇跡の復活を遂げた岡本圭司の2人のプロスノーボーダーがMCを務めています。最新のスノーボードシーンはもちろん、ゲストライダーのライフスタイルも紹介しています。

スポーツを楽しむ喜びを分かち合いたいから

## FFFFF (エフファイブ)

番組名の「F」は「Fighters」・「Fan」・「Field」・「Focus」・「Fact」の頭文字です。番組では、地元球団・北海道日本ハムファイターズの選手へのアンケートやチームOBの座談会など、多彩なコーナーで、所属選手の素顔に迫っています。2018年3月末で放送回数は533回になりました。2018年3月30日からは公式Instagramを開設し、ファンの皆さまとの交流の場をさらに広げています。

2018年2月28日には8作目となる番組DVDを発売。大谷翔平選手の日本での5年間でまとめた特別企画も収録しました。また「FFFFF番組MC岩本勉さんと行く ファイターズアリゾナキャンプ応援ツアー」を2018年も行い、幅広い世代にご参加いただきました。こうした「Fan」と「Fighters」をつなぐ機会づくりを、これからも担っていきます。



番組は開始12年目に入り、ファンにも選手・関係者にも広く認知される存在となりました。キャンプ応援ツアーは2016年から3年連続で3月に開催しています。



食は地域の大きな魅力だから

## おにぎりあたためますか

「おにあた」の通称で愛されているフードバラエティーです。北海道をはじめ、日本各地の郷土料理や食文化などを、出演者のトークとともに視聴者に伝えてきました。番組では『食べることは生きること』、『食は人間の活動の源』と考えています。「食」から地域の暮らしや文化が見えるように構成するなど、教養番組的側面も大事にしています。

現在、放送回数は750回を超え、出演者は全国を2周しました。北海道外でも放送されるようになり、ファンの輪の広がりとともに、「おにあた」のロケ地を目指して旅をされる方も増えてきています。これからも取材で訪れた地域が話題となり盛り上がるよう、「地域活性化」をテーマに楽しい番組を届けていきます。



大泉洋、戸次重幸、高橋春花・室岡里美アナウンサー、佐藤麻美ら出演者の通称は「豚一家」。番組の影響力は大きく、訪れた土地の魅力を多くの人に伝えることにつながっています。

笑いで人々と地域にパワーを届けたいから

## ハナタレナックス

「『笑い』は、人々へ活力を与える」というコンセプトのもと、北海道内でのロケをメインに、地域のさまざまなヒト・モノ・コトを紹介するバラエティーです。北海道を代表する演劇ユニット「TEAM NACS」5人が揃う唯一無二の冠番組として、15年間放送を続けてきました。

2015年からは毎年、特別番組を制作し、全国放送を行っています。函館、札幌、十勝、知床、小樽でロケを行い、北海道の魅力を全国へ発信しました。

2008年からは出演者が179市町村に赴き、そこに暮らす人たちの直接のふれあいの中で地域の魅力を見つけていく「北海道の笑顔プロジェクト」を実施しています。これからも自治体や各地のフィルムコミッションなどと協力し合いながら、極上のエンターテインメントをお届けしていきます。



原則として「北海道だけでしか見られない」バラエティー番組であるという存在価値を再確認し、さまざまな企画を北海道から発信します。

## ハナタレナックス

# だから、ACTION! 北海道に住む一人だから。

HTBで働くスタッフは、北海道に暮らす生活者でもあります。

地域の皆さまと顔の見える関係をつくり、同じ目線で北海道の未来を夢見ること。

それが、番組を超えてさらに価値ある活動、コンテンツを生み出す力になっています。



応援への感謝を直接伝えたいから

## HTBイチオシ!まつり

2014年から継続している「HTBイチオシ!まつり」はHTB最大規模のイベントです。2017年は9月1日～3日に真駒内セキスイハイムスタジアムで開催し、来場者は約5万8,000人と、初開催から4年連続で5万人を突破しました。「全社員が地域の生活者と目を合わせる」ことが、「HTBイチオシ!まつり」の最も重要なミッションです。そのため、社内全部署が企画を立案します。会場のブース展示、Webサイトやソーシャルメディアでのコンテンツづくりは、放送の枠組みに捉われない発想力、情報の受け手を思う想像力を磨く学びの機会にもなっています。

道内市町村とのぎずなづくりも「HTBイチオシ!まつり」のミッションの一つ。北海道の食の魅力を届けたいという思いから、43市町村に参加いただきご当地グルメを提供。会場は大盛況でした。



## ステーションメッセージ 「onちゃん6チャンHTB収録ひろば」

朝夕の情報ワイド『イチオシ!モーニング』『イチオシ!』で放送するステーションメッセージの収録を行いました。約600組に参加いただき収録した約1,350本のメッセージは、イベント終了後に半年かけて順次放送しました。収録時の整理券番号を使い放送前にWebサイトで放送スケジュールをお知らせし、地上波放送の1週間前にはYouTubeのHTB公式チャンネルでも動画を公開。いつも見ている番組に参加いただく機会づくりで、視聴者により深くふれあいました。



5秒と短い時間ですが、参加者は満面の笑顔で収録。スタッフや出演者も積極的に参加者と交流しました。

## アナカフェ

「アナカフェ」は、「アナウンサーという存在をもっと身近に感じてほしい」との思いからアナウンス部が企画・運営したもので、2017年で3回目の開催となりました。普段はテレビの向こう側にいる視聴者の皆さまとアナウンサーが共に過ごすひろばは、毎年長蛇の列ができる人気コンテンツに成長しました。以前、一緒に記念写真を撮ったお子さんと再会し成長に感激するなど、継続開催ゆえの喜びも生まれました。

番組に対しての思いや応援の言葉を直接伺うことで、アナウンサーたちは放送人として、地域人として大きな力をいただいています。



## 子ども記者会見

報道部が子どもたちとのふれあいの場として企画し、3日間で計14回行いました。特設会場で、小学校中・高学年の子どもたちが『イチオシ!』『イチオシ!モーニング』出演者へ自由に質問をぶつけました。好奇心で目を輝かせる子どもたちに、出演者たちも真剣に向き合い、交代で司会を務めた報道記者も子どもたちが質問しやすい雰囲気づくりに心を砕きました。プロ顔負けの質問の数々に、場内はあたたかな笑い声に包まれました。



最も多かったのは「どうしてテレビに出るようになったのですか」「どうしたらアナウンサーや気象予報士になれますか」という職業に関する質問でした。びっしりと書き込んだメモを持参して参加してくれた子もいました。

## 『イチオシ!モーニング』MC 石沢綾子アナウンサー

「HTBイチオシ!まつり」は、番組を見てくださっている方々の年代や性別、個人や家族の姿までもリアルに感じることができる貴重な機会です。気さくに話しかけてくださる方が多く、距離感の近さは地域の朝ベルト番組ならではの関係と感じます。アナウンサーというよりも同じ地域に暮らす「近所のお姉ちゃん」でありたい。その感覚を大切にしています。



## 『イチオシ!モーニング』MC 林和人アナウンサー

会場内の移動中など、「林さん!」と多くの方が名前前で呼んでくださいました。親しみを持って番組を見てくださっていて、これほどうれしいことはほかにありません。自然と輪の中へ入っていくことができました。その場で感想などをいただくこともあります。視聴者の皆さまと直接ふれあうことで新しい発見や気づきがあり、学びの場でもあると思っています。



プロジェクションマッピング上映は2018年で5年目となり、累計観覧者は100万人を突破。観光客からの注目度も高く、全世界への「SAPPORO」発信につながっています。



雪を楽しみつくしたいから

## さっぽろ雪まつり

HTBはメイン会場である大通会場で唯一、1社で2会場を運営しています。8丁目会場「雪のHTB広場」では陸上自衛隊の協力を得て「奈良・薬師寺 大講堂」を制作。夜はプロジェクションマッピングを上映し、約26万人が鮮やかな映像美を楽しみました。また、新たな試みとして、会場内ではここだけとなる雪像解体式を行い、一般公開。多くの方が新鮮な驚きをもって見学くださいました。

3丁目会場「白い恋人PARK AIR」ではスノーボードやスキーマーグルのストレートジャンプイベントを実施しました。ジュニア世代の参加が年々増えており、2018年は約60人が参加。初観戦の観客も多し、8日間で、計4,700回を超えるジャンプを披露し、スポーツの魅力を伝えました。



3丁目会場は中学生以下のジュニア世代のチャレンジの場にもなっています。参加者から、冬季オリンピックで活躍する選手も出てきています。

白い恋人 PARK AIR



北の音楽シーンを盛り上げたいから

## 夢チカLIVE

夢チカプロジェクト(P8参照)の取り組みの一つで、ジャンル問わず、良質の音楽を北海道の若者へ生で届けるリアルイベントです。月1回のペースでコンスタントに開催しており、制作・運営はトータルで180回を超えました。シーンの第一線で活躍するアーティストだけでなく、札幌を拠点に活動する地元アーティストも出演するのが特徴です。

2014年からは年数回ペースで、北海道在住アーティスト限定ライブ「make a dream」も継続開催しています。音楽を楽しむ場づくりで、地元の新たな才能を発掘・発信しています。



「夢チカLIVE」は、音楽セミドキュメント番組「夢チカ18」と連動して2007年からスタート。音楽を愛する若者の挑戦を支え続けています。

冬の北海道でもライブイベントを楽しみたいから

## NO MATTER LIVE

2001年から札幌で継続開催している、北海道の冬の風物詩に育ったロックフェスティバルです。2017年11月4日に真駒内セキスイハイムアイスアリーナで「NO MATTER LIVE Special2017」を、2018年1月13日に「NO MATTER LIVE」をZepp Sapporoで開催しました。11月は7,500名、1月は2,000名を動員しました。

11月のイベントは特別番組として後日放送しました。ライブの音声をマルチオーディオトラックで収録。すべての楽器音を個別に収録するという初の試みで、臨場感あふれる音声を再現し放送しました。メディア主催の強みを活かし、会場へ足を運ぶことができなかった音楽ファンとも楽しい時間を共有しました。



「NO MATTER BOARD」(P8参照)から派生した「NO MATTER LIVE」は北海道の音楽ファンに待ち望まれる冬のイベントになりました。



記念の年をみんなで祝いたいから

## キタデミー賞



2018年に北海道は命名から150年を迎えました。そのキックオフイベントとして、2018年2月5日、「キタデミー賞」が札幌で開催されました。150年の歴史や文化を彩った「人・もの・出来事」を表彰し、北海道の魅力を再認識するこのイベントに、HTBは実行委員として参画し、イベントの様相を地上波とBS朝日で生中継しました。



HTBアナウンサーが進行を担当。会場には2,000人が集まりました。

北海道の価値を共有し、未来につながる活動を発信することは地域メディアの大切な役割です。HTBは2018年の北海道150年事業を、パートナー企業として支えています。

仲間とのきずなを深めたいから

## どうでしょうキャラバン

2002年9月のレギュラー放送終了後もファンを拡大し続ける異色のローカル番組『水曜どうでしょう』。2017年には新作のロケを実施し、日本中から多くの期待や注目を集めました。

2014年からは、4トラックで藤村・嬉野両ディレクター一行が東北を中心に本州を巡る「水曜どうでしょうキャラバン」を実施しています。2017年は9月6日～24日に、11県11会場で開催し、集客は2万8,000人超と過去最高を記録しました。各地域のイベント担当者によるバラエティーに富んだ催しを、スタッフもファンもみんなで楽しみました。今後も北海道を含めた日本全国で、笑顔のひろばづくりを続けていきます。



番組はこれまでに国内外延べ42局で放送されました。「HHOD」(P7参照)を含めた11事業者の動画配信サービスでも配信されています。

まちの魅力をもっと発見したいから

## 巷のonちゃん

2016年にスタートした、HTBのマスコットキャラクター「onちゃん」が北海道を巡る旅番組です。住民の日常生活を訪ね、小さな出会いから生まれる感動やそこで暮らす人々の思いを1分という時間に詰め込んで全道へ届けています。旅の最後にはまちの「応援ポスター」を作り、市町村に進呈して有効活用していただいています。2018年3月までに15市町村を訪れました。

2018年1月25日放送回では、安平町の「雪だるま郵便局」を訪問し、雪だるま作りを体験しました。これが、onちゃんが安平町の雪だるまを台湾に届けるプロジェクトにつながりました。その様子は、HTB開局50周年特番としての放送を予定しています。



毎週木曜午後8時54分～放送。まちの広報誌や学校の掲示板でonちゃん訪問が話題になるなど、それぞれのまちに笑顔が生まれるきっかけを生んでいます。

# だから、ACTION! 地域社会の一員だから。

信頼され、愛される企業市民であり続けること。  
それも、地域貢献の一つのかたちです。  
さまざまな北海道の生活者と対話する。  
スタッフの多様な価値観や生き方を尊重する。  
HTBは社会や地域の要請に応じて進化しながら、  
北海道と共に歩み続けていきます。



良質な「発信」を続けていきたいから

## 放送番組審議会

HTBの放送番組審議会(以下、審審)は、地域の有識者からご意見をいただく、視聴者とHTBを結ぶ場です。委員の皆さまには、それぞれの専門分野の視点と、北海道に暮らす生活者の視点から、HTBの番組や番組制作・放送の在り方まで広く審議いただいています。またテレビ朝日系列では独自の取り組みとして、年に1回、全国統一のテーマで議論を行う系列24社放送番組審議会委員代表者会議を行っており、HTBも参加しています。

審審での提言は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ます。2017年9月の審議対象番組『カムイの鳥の軌跡～オオジシギ 2つの物語～』(2017年8月放送、科学放送高柳賞最優秀賞受賞)は、委員からの改善要望を取り入れてリメイク版を制作し、2018年3月に再度放送しました。このリメイク版は、第5回グリーンイメージ国際環境映像祭で審査委員特別賞を受賞し、日本野鳥の会による小冊子「おかえりオオジシギ」の製作、道内小学校への配布活動にも発展しました。



### 放送番組審議会委員構成

- 男性委員と女性委員同数の10名(2018年4月時点では9名)
- 世代／30代(1名)、40代(3名)、50代(3名)、60代(2名)
- 平均年齢／51.3歳(2018年3月31日時点)

### 2017年度 審議対象番組・テーマ

- 2017 4月 HTBノンフィクション  
『レジェンド～不屈の男・葛西紀明の挑戦～』
- 5月 テレメンタリー-2017  
『偽りの捜査 20年目の再審が封印した真実』
- 6月 『「眠れる食資源」を掘り起こせ!～道北の小さな町・天塩町の快進撃～』
- 7月 第86回系列24社放送番組審議会委員代表者会議テーマ審議  
『テレビはなぜつまらなくなったのか～メディアとしての存在価値を問い直す～』
- 9月 HTBノンフィクション  
『カムイの鳥の軌跡～オオジシギ 2つの物語～』
- 10月 『FFFFFF』
- 11月 『LOVE HOKKAIDO』
- 2018 1月 イチオシ!スペシャル『女子高生野球部の挑戦～1年生チーム 笑顔と涙の成長記～』
- 2月 ハナタレナックス特別篇  
『チームナックスとゆく北海道美食めぐりの旅in小樽』
- 3月 HTB開局50周年記念 イチオシ!スペシャル  
『知床子グマ3兄弟』



HTBノンフィクション

# カムイの鳥の軌跡

～オオジシギ 2つの物語～

## への提言

提言の一部を要約して掲載します。



### 番組概要

アイヌの人々は動物や自然現象に宿る「カムイ」を敬い、多くの神話を語り継いできました。シギの神様である「チビヤクカムイ」はある日、小さな渡り鳥・オオジシギに姿を変えて地上に舞い降り、人間の国の美しい光景に一目ぼれてしまいます……。

夏は主に北海道で繁殖し、冬はオーストラリアで過ごすオオジシギ。しかし、どのように渡っているのかはわかっていません。2016年夏、日本とオーストラリアの鳥類研究者が小型の衛星発信機をオオジシギに装着し、渡りのルートを追跡する調査に世界で初めて臨みました。調査で明らかになることすべてが、世界初の発見でした。番組では独自にオオジシギの位置データと当時の気象状況を重ね合わせ「いつ、どのタイミングで渡りを始めるのか」という謎への仮説も導き出しました。アイヌの伝説でオオジシギが一目ぼれた人間の世界と、研究者が解明していく渡りのルート。2つの世界が重なった時、一つのメッセージが浮かび上がりました。



### 平本健太委員長

GPSデータと風向きデータを重ね合わせた番組オリジナルの分析はとても説得力があり、感心しました。非常に知的好奇心を刺激される結果であるがゆえに、もう少し詳しい説明が欲しいとも感じました。テレビは一過性のメディアなので、書籍のようにもう一度読み返すということができません。非常に巧みな構成であったからこそ、全視聴者が十分に理解できたのだろうかと懸念しました。



### 遠藤香織委員

タイトルの「2つの物語」がどれを指しているのか、詳しく見たのですがわかりませんでした。おそらく伝えたい内容が豊富にあったのですが、登場人物が多く、日常に身近な内容でもなかったため、一つ一つの話を理解しにくかったように思います。さらに場面が細切れで、めまぐるしく感じました。45分で、まとまりのない話を一方的に聞かされている感じがしました。



### 佐賀のり子委員

天気図などは示されていましたが、渡りの様子のイメージ図は映像で見なかったです。鳥たちが風を読み、低気圧が去った後に渡りに出発するという事実には大変感心し、神秘的と感じました。アイヌの伝説、鳥の驚異的な渡り、北海道の自然の豊かさや大切さなど、番組で知った情報を周囲に伝えたと、皆さん、大変興味を持っていました。「見たくなる」力のある番組だと思います。



### 作間豪昭副委員長

アイヌの視点を動物の生態紹介に持ち込んだことがすばらしいと感じました。途中、厚岸のカキの話が挿入され、厚岸の植林の話で番組が終わります。湿地や環境の保全が必要というメッセージはわかるのですが、無理に関連づけられない方が、この番組をより強く見る者に印象づけられたのではと思います。動物番組も好きで、アイヌ文化にも興味を持つ私にとっては好奇心を満たされる番組でした。

### 提言を受けて

番組プロデューサー 沼田博光

自分が制作に携わった番組が放送番組審議会で審議されるたびにはっとさせられます。委員の皆さまは、番組の隅々までよくご覧くださいます。それぞれの専門分野に裏付けられた指摘はもとより、つくり手が見落としがちな視聴者の目線も思い出させてくれる大変貴重な意見をいただけます。審議会の場で指摘を受けた箇所を意識して再編集したりメイク版は高い評価を受けました。これも、視聴者目線でご指摘いただいたことのためです。

個性を認め、支え合って成長していきたいから

## ワークライフバランス・ダイバーシティ推進

HTBは2016年4月、「ワークライフバランス・ダイバーシティ推進部」を設置しました。「OTAGAISAMA(支援し、支援を受ける)」の精神を積極的に身につけることと、すべての社員にとって育児や介護、病気を抱えても働きやすい職場をつくることをミッションとして社内外で活動しています。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」の使命の一つと考えています。また、社員・スタッフが社外で過ごす時間が増えると、さまざまな情報に触れる機会、視聴者目線を感じ取る機会が増えます。結果、業務にプラスの影響が生まれることにもつながると考え、企業の成長戦略としてダイバーシティ&インクルージョン環境の実現を目指しています。



## イクボス

「イクボス」とは、NPO法人ファザーリング・ジャパンが提唱する経営者・管理職の在り方で、共に働く一人一人のスタッフのキャリアと人生を応援しながら業績の結果も出し、自らも仕事と私生活を楽しんでいる上司のことです。

HTBは全国組織「イクボス企業同盟」に加盟している道内の企業と連携し、2017年5月に「イクボス北海道(イクボス企業同盟北海道支部)」を立ち上げました。北海道でもワークライフバランス・ダイバーシティ経営を行う企業を増やすため、定期的にフォーラムやセミナーを開催しています。また民間資格「ワーク・ライフバランスコンサルタント」を取得した社員が、同資格を持つ社労士や企業の教育・人事担当者と共に2017年7月、道内企業の働き方改革について助言する団体「ワークライフバランス北海道」を立ち上げました。長時間労働の改善や、育児・介護、自身の病気療養と仕事を両立できる職場環境について、地域と共に学びを深めています。



## kodomon

2017年12月9日、子育て中の社員の交流会「kodomon(コドモン)」が初開催されました。HTB、HTB映像(miruca)、トラストネットワークに所属する女性社員が、0歳~7歳の子どもを連れて参加。合計24名が参加しました。この会は「子育て中の働く女性の交流の場があったらいいね」という声を受け有志が開催したものです。アナウンサーによる絵本セラピー講座、洋服の交換会、和やかな懇談で、働く女性同士のきずなを強めました。



## 「ハロードリーム 笑顔のコーチング」 ファシリテーター養成講座

「笑顔のコーチング」は、NPO法人ハロードリーム実行委員会が全国で開催している、子どもから大人まで幅広い対象に向けた講座です。HTBは2018年3月19日、「ハロードリーム 笑顔のコーチング」ファシリテーター養成講座を社内で開催。アナウンサーを含む6名が受講し、講師の資格を得ました。アナウンサーのスキル向上につなげ、今後は「onちゃんおはなし隊」と組み合わせ新たな社会貢献ツールの一つとしても活用していく予定です。



女性が輝く企業でありたいから

## 認定マーク「えるぼし」取得

HTBは2015年にダイバーシティ経営の第一歩として「女性のチカラが生きるHTB」という方針を掲げ、2016年3月に「女性の活躍応援自主宣言」と「女性活躍推進法に基づく行動計画」を策定しました。

2017年11月7日付で、「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律(以下、女性活躍推進法)」に基づく取り組みの実施状況などが評価され、認定マーク「えるぼし」を取得しました。「えるぼし」認定制度は、女性活躍推進法に基づき行動計画の策定、届出を行った企業のうち、一定の基準を満たし、女性の活躍推進に関する状況などの優良な企業が、都道府県労働局への申請により厚生労働大臣の認定を受けることができる制度です。取得できる認定段階は3段階に分かれており、HTBは最上位の認定を取得しました。地上波放送局としては初、道内企業としては5社目の認定です。



### HTBが認定基準を満たした5項目

- 平均勤続年数の男女差が少ない (女性13.9年、男性16.6年)
- 女性管理職比率が全国の情報通信業の平均以上 (平均6.4%、HTB8.2%)
- 月間平均時間外・休日労働の合計が45時間未満
- 採用試験倍率の男女差が少ない
- おおむね30歳以上の女性社員の中途採用実績がある

常に自律するメディアでありたいから

## 放送倫理・コンプライアンス推進

放送倫理委員会、コンプライアンス委員会、情報セキュリティ委員会を設置し、各規定とマネジメント体制に基づいて定期的に社内外の事例を共有するとともに、自社のリスク防止体制について検証しています。コンプライアンス、内部通報制度などについては、階層に応じて必要な研修を行っています。

社員の思いをしっかりと聞きたいから

## 社員アンケートの実施

内部監査の一環として、2017年度に社内アンケートを2回実施しました。上期は個人情報の取り扱いについて全部署とグループ3社を対象に、下期は働きやすい職場づくりの施策について全社員を対象に実施しました。働きやすい職場づくりに関するアンケートは2014年上期以来、2度目の実施です。経営方針や施策の社員への浸透度、ワークライフバランス推進に対する社員の意識変化を捉え、ハラスメント防止、ダイバーシティに配慮した職場環境づくりに活用していきます。

全社員で次世代の働き方を考えていきたいから

## 「約束と責任」「イクボスへの道」公開

2014年4月から法令や社会規範を守る啓発文書「約束と責任」をイントラネットや社内掲示でほぼ毎月公開し、日常的な意識づけを図っています。2017年1月からはワークライフバランス、女性活躍・ダイバーシティ推進をはじめ脱長時間労働などの事例を掲載した啓発新聞「イクボスへの道」を毎月19日(イクボスの日)に発行しています。



# 地域メディアの「シゴト」って。

2017年、HTB、北海道日本ハムファイターズ、札幌市内でゲストハウスを運営する合同会社ステイリンクが合同で、CSRをテーマにした交流会を数回にわたり開催しました。

「地域とともに」をミッションとする3社の20代の若者が自社の活動を紹介する中であらためて感じたこと、そして、見えてきた次のミッション。交流会に参加したHTBの若手社員3人が、自分たちの「社会と会社、会社と自分、これからの仕事」を考えました。

交流会に参加して、  
どんなことを感じました？



**寺館** 私は、北海道日本ハムファイターズ(以下、ファイターズ)の多様な地域貢献活動に触れることができ、すごく新鮮に感じました。一見、野球とは関連が薄そうに見える活動もあり、驚きましたね。

**黒澤** そうですね。一方で向こうも、HTBの活動の幅広さに驚いていました。例えば、「夢チカプロジェクト」の展開もそう。ローカル局による音楽事業は、全国的に見てもかなり珍しいケースということもあり、大きな関心を持ってもらえました。

**竹内** アウトプットのために日々の仕事や活動を振り返ることは、「これはこういうかたちで企業理念に結びついているんだ」ということを強く意識することにもつながりました。放送局の活動としては意外に見えることも、すべて企業理念に通じているんですね。

**黒澤** 日頃から地域の方の生のリアクションに触れる機会が少ないセクションでは、自分の仕事が地域とつながっている感覚を

持ちづらいところがありますよね。交流会を通じて、日々の仕事も地域における「ひろばづくり」の一つなんだという確信を持たたことには大きな意味がありました。また、企業理念に通じていれば、多様な挑戦ができる会社にいるんだと実感できたこともうれしかったです。さらなる企画や事業のアイデアも浮かびましたね。

**寺館** 私は報道のセクションにいて、取材などを通じて地域社会と向き合うことが業務そのものです。でも、目の前の仕事に没頭していると、地域との「ひろばづくり」にまで考えが及ばなくなってしまう瞬間もやはりあります。だからこそ交流会や「HTBイチオシ!まつり」などが大切。「目の前の仕事の先に地域の人たちがいる」ことを思い出させてくれる、かけがえのない機会だなと思いました。

心に残った  
キーワードは何ですか？



**黒澤** 私は「CSV」ですね。「利益を生むことで社会貢献していく」という考えに共感しました。利益を追求するのは悪いことではな

い。むしろ大切なことで、問題はそれを社会にどう還元するかということなんですよ。企業で働く者として、軸を得てとても心強いなと感じました。

**竹内** 私は「ソーシャルインパクト」。社会にプラスを生む仕事をするので、会社にもプラスになり、社会と会社のwin-winの関係を築くというのは、理想的なかたちだと思いました。私の仕事に具体的に置き換えると、PRすべき物事を、どうすれば良質なコンテンツとして実現できるかを考えるということなのかなと思っています。営業としても利益が出て、番組も評価が得られるよう、これまで以上に意識して仕事をするようになりました。

**寺館** 私はキーワードというよりは、信頼性の高い報道の大切さを再確認できたことが大きかったですね。どんな情報をすくい上げるか、しっかり考えていかなくてはと思いました。

**黒澤** メディアの発信力って自分たちが考えているよりもすごく大きいですからね。寺館さんが交流会で紹介した、町内会活動での不正などを追った報道。あの報道は、ものすごい反響を視聴者の方からいただきましたよね。



**寺館ひかる**

北海道出身。報道部所属。報道記者として、日々、各地域の課題や話題を追いかけ、北海道中を駆け回っている。

**寺館** 放送を見た方から次々に情報提供が来て、それがさらなる取材・報道につながっていきました。取材中に聞いた、「話したかったけどどこに話していいのかわからなかった」という言葉が印象的でした。キー局では扱わない、地域に埋もれていた問題に光を当てられたのだなと思ったし、多くの共感が生まれていくのを目の当たりにして地域メディアの存在意義も感じました。

**竹内** 地域に価値を生み出すことが、自社の価値にもなる。そうした仕事を全うするところに、自分が働く価値も生まれてくるんですよ。

HTBで働く一人として、  
どのように仕事をしていきたい  
と思いましたか？



竹内

**竹内** 私はこれまでに報道と営業のセクションを経験しましたが、どんな仕事でも「いかに道民目線で仕事をしていくか」が仕事の根本にあるべきだと感じています。地



### 竹内玲奈

神奈川県出身。営業推進部所属。外勤営業と社内各セクションの間に立っての、番組や関連イベントでの企画調整などが主業務。



### 黒澤圭介

北海道出身。コンテンツ事業室所属。番組、動画、イベントや音楽レーベル運営などの多岐にわたる業務に携わっている。

域に寄り添い、地域を発信するという役割が、地域メディアには求められていますよね。

**黒澤** その代表的な仕事の一つは、災害など有事の情報提供だと感じます。

**寺館** 緊急時の正確で信頼性の高い情報提供は、ローカルの地上波放送に求められる究極の仕事ですね。そうした時に、「HTBを見よう」と信頼してもらえるメディアであるために、日々誠実に地域と向き合っていないかと思っています。

**竹内** 報道以外のコンテンツも同様に、「信じて見てくださっている」という自覚を持って届けていかなければいけないですよ。

**黒澤** テレビは生活のインフラであり、重要な情報源です。一方で、今、テレビより優れた特性を持つメディアも数多い。地上波ファーストではなく、「地上波も持っている総合メディア」という認識で仕事をしたいかと、テレビの未来はないでしょうね。

**寺館** HTBではニュースのインターネット配信を行っています。そうしないと、もうさまざまな人に広く届かない。みんながいつもテレビの前にいる時代ではないですから。でも、必ず、短くまとめたおすと、字幕をつけるとか、発信するメディアの特性を考え再編集して発信しています。

**黒澤** そこに私たちの強みがありますよね。ずっとメディアであり続けてきたからこそ、ものづくりや伝達のノウハウ、情報源は絶対的に持っている。鍵は、きちんと時代にアジャストし続けることじゃないでしょうか。どんなメディアを使うかだけでなく、個々の社員がメディア人として、世の中の流れを感じる力を鍛えていくこともその一環。どんな本が読まれているか、店頭でどんな商品が並んでいるか。そういうささやか

な世の中の動きを、個人としてちゃんと捕まえていなくてはということも思っています。

**竹内** そうでない時代においていかれてしまいますし、「道民目線」も持てないですよ。HTBは全国に知られる稀有なローカル局であると同時に、地域の人にも愛されてきました。でもメディア環境は日々激変している。どう人々とつながり続けていくかを、危機感を持って再考する時期に来ていると感じます。

**寺館** 私は、HTBは「豊平区にある」とこと自体が大きな個性だったと思うんです。50年の歴史を持つ現社屋エントランスは、ひとつの地域の「ひろば」でした。そこから移転するという今、これまで支えてくださった皆さまとのつながりの真価が問われてくると思います。

**黒澤** その時に大切なのは、メディアとしての最先端にいつもいること。「ネットもよく使うテレビ局だね」と言われているようでは勝機はない。「『発信』ならHTBに任せておけば大丈夫」と言われるようになりたいですよ。今後登場してくるものも含め、あらゆる情報伝達手段において人々に一番しっかり「伝えられる」メディアでいることは、情報を受け取る方々に対しての礼儀でもあると思うんです。

**竹内** エントランスが地域の方、番組のファンの方であふれている。こんなローカル局はほかにないなって、現社屋への入社時にいつも感じていました。新社屋のエントランスも、多くの人を訪れるのを楽しみにして下さる場所でありたい。そういう「ひろば」をつくり続けるメディアでありたいし、常に時代の先を読みながら仕事に取り組みしていきたいですね。

## 番組テロップのCUD対応

色弱遺伝子の遺伝により発現する「色弱」は、病気ではなく色の見え方が多数の人とは違うという「個性」です。色弱の方は、道内に13万人以上いるといわれています。近年になって、札幌市が色覚の多様性に配慮したCUD(カラーユニバーサルデザイン)を広報印刷物製作時に取り入れるなど、色弱への理解が深まり始めています。

HTBは、報道取材などで色弱の方の苦勞を知るとともに、災害報道などを行う地域メディアの責任という面でもCUDを取り入れたいと考えました。色弱の方をお招きし社内勉強会を開催したところ、多くのスタッフが参加しました。これを機に、CUDに配慮したテロップ表示に取り組み、『あなたとHTB』では2018年2月25日放送から、『HTBニュース』では4月2日放送からCUD対応を開始しました。



少しの工夫で、より多くの方にわかりやすく情報を提供できます。できることから着手し、人に優しいテレビ局、番組をつくっていきます。

改良前



C型(一般色覚者)の見え方



P型(少数色覚者)の見え方

改良後



C型(一般色覚者)の見え方



P型(少数色覚者)の見え方

確かに伝える。  
それが  
HTB-WAY

# グッドメディア

情報発信のためのプラットフォームや受発信のデバイスは、日々多様化しています。より多くの人に

## データ放送サービス「onちゃんをつめしょうぎ」開始

データ放送での新たなサービスとして、日本将棋連盟北海道支部連合会の協力のもと、2017年11月に将棋ゲーム「onちゃんをつめしょうぎ」の提供を開始しました。毎月3手詰、5手詰、7手詰から計6問を出題。2017年12月には現役プロ棋士からの問題も掲載しました。

テレビをインターネット接続することで利用できるこのサービスは、現在テレビ朝日、ABCテレビ、メ〜テレ、新潟テレビ21のデータ放送でも楽しむことができます。今後もさまざまな問題を出題し、北海道、東京、大阪、名古屋、新潟の各エリアの視聴者に楽しさを届けていきたいと考えています。



ゲーム画面。サービスの開始はonちゃんの公式Twitterアカウントで告知。ABCテレビ、メ〜テレ、新潟テレビ21の公式アカウントがリツイートしていただき、情報は全国へ発信されました。

## LINE LIVE公式チャンネルの開設

HTBはこれまでも、ニコニコ生放送やPeriscopeなどSNSの動画配信機能を使い、「HTBイチオシ!まつり」やonちゃんの誕生会、『水曜どうでしょう』の特別イベントなどを配信してきました。

2017年2月にはさらに、コミュニケーションアプリ「LINE」が提供するライブ配信プラットフォーム「LINE LIVE」に公式チャンネルを開設しました。レギュラー企画として毎月「HTBアナウンサーライブ」を配信しています。スマートフォンで収録・配信できる手軽さ、視聴者のコメントをリアルタイムで内容に反映できる即時性・コミュニケーション性を活かした企画は、HTBアナウンサーの素顔や意外な一面を知ることができると人気です。フォロワー数は2018年4月時点で3,400人を超えています。

## LINEビデオ通話でのニュース生中継

2017年11月24日午後8時頃、北海道と東北部を管轄する航空交通管制的トラブルが原因で、新千歳空港発着の全便が運航を見合わせる事態が発生しました。私用で空港に居合わせたHTB報道部の記者はニュース番組『報道ステーション』からの要請に応え、コミュニケーションアプリ「LINE」が提供するビデオ通話機能を使って生中継を行いました。スマートフォンのインカメラとアウトカメラを使い分けながら「自撮り」で、混乱が続くカウンターの状況をレポート。テレビ朝日側では、スマートフォンで受信した動画データを副調整室につながり、全国へ放送しました。



スマートフォン1台で中継ができる時代、より迅速で信頼されるニュースの発信のためにはメディア人であるという自覚を常日頃持ち続けることが重要ということ、あらためて認識させられる出来事でした。

# であるために。

情報を確実に届けるために、HTBは新技術やツールの、積極的かつ効果的な活用を図っています。



双方向性というSNSの大きな特性を活かし、インターネット空間という新たな交流の場で視聴者との接触ポイントを増やしています。



## インフラとしての使命 地上波電波送信所の維持管理

放送局は番組を、各家庭に電波として届ける責任を担っています。どの地域でも安定して視聴できるよう、日頃の保守作業は欠かせません。

道内に157ある送信所の維持管理は技術部が行っています。測定機材を背負い大人の背丈を超える笹やぶを進んだり、雪山登山をすることもあります。電波に影響を与えるおそれがある作業は、深夜の放送休止時間に行います。

点検は、一見地味な作業ですが、電波は決して停めてはならないインフラです。放送機だけではなく、停電時用の非常用発電機やバッテリーも点検します。番組を届けるリレーの最終走者として、点検作業や工事には緊張感と使命感を持って臨み、ネットワークの維持に努めています。

## Instagramでの番組情報発信

HTBは現在、Facebook、Twitter、InstagramなどのSNSに17の番組アカウントを所有し、情報発信を行っています。放送時間という制約により、番組に入り切らなかった情報や制作の舞台裏などの情報を、各番組の制作担当者や出演者が工夫をこらして発信しています。

夕方の情報ワイド『イチオシ!』スポーツ担当の五十幡裕介アナウンサーは、HTB公認のInstagram個人アカウントで情報を発信しています。番組関連情報だけでなく、取材で接することの多い北海道日本ハムファイターズの選手の人間的魅力や、海外キャンプなどでの取材時の裏話も多く盛り込んでいます。フォロワーの皆さまからのコメントが、次の取材へのヒントになることもあります。見てくださるファンの皆さまの「共感」を大切に、日々発信に努めています。

2013年6月、HTBは道内局に先駆けて「HTBソーシャルメディア利用規約」を定めました。これに基づき、積極的にSNSを利用しています。



ニセコアンヌプリの中腹にあるニセコ送信所。冬季は背負子とかんじぎが必須アイテム。



道に迷わないように目印をつけながら進むこともあります。

札幌市  
サッポロスマイルトーク「仕事と子育て 両立のヒントとは？」  
(2017年10月21日)



阿部 直美  
(総務部)

市民と市長が市政について対話する「サッポロスマイルトーク」に参加しました。仕事と子育ての両立について、業種や立場の異なる皆さまと意見交換し、今後目指すべき道を考える機会になりました。

北星学園大学経済学部  
講座「メディアと社会」(2017年6月9日)ほか1件



大野 恵  
(アナウンス部)

私が心に刻んでいる「9つの言葉」を軸に、仕事での体験や自分の信条について話しました。質問すると鋭い感性で答えてくれる学生たちと気持ちが共鳴し、「想い」を伝える楽しさを再認識しました。



佐藤 麻美  
(編成部)

札幌市立新川中学校  
キャリア教育講演会「夢を叶えるために」  
(2017年10月5日)ほか1件

アナウンサーという夢を叶えるまで、叶えてからの努力や挫折、番組編成や視聴率などについて話しました。地域に寄り添い応援することで元気をもらい、それが次なるステップへの活力になる。「地域メディア」の原点を感じました。

多様な視点に  
触れる機会

# 社員は語る

新たな「ひろば」に飛び込むことは、新しい視点や課題に気づききっかけになります。自分の仕事が地域とつながっている実感は、やりがいにつながります。HTBでは全部署の社員に社外の皆さまとのコミュニケーションを奨励し、HTB社員派遣のご依頼にも積極的に対応しています。その活動の一例をご紹介します。 ※所属部署は実施当時



五十幡 裕介  
(アナウンス部)

東海大学付属札幌高校  
キャリア教育講演会(2017年6月20日)

年齢の近い人生の先輩として、3年生へ、どのように進路を考え選択し、今に至ったかを話しました。「なぜアナウンサーを目指したのか」「仕事に取り組み姿勢はどのようなのか」など自分自身を振り返る時間にもなりました。

札幌市男女共同参画センター  
Hi5!〜つながるSDGsとジェンダー〜(2018年3月10日)ほか1件



岡 仁子  
(CSR広報室)

SDGs、特にジェンダーの問題とほかのゴールとのつながり、また私たちの暮らしとSDGsとのつながりを考える市民向け学習会で情報提供しました。多様な立場、年齢の方との対話は、共感力や柔軟性を鍛える得難い機会でした。

北星学園大学経済学部  
講座「メディアと社会」(2017年5月26日)



竹内 玲奈  
(営業推進部)

「人と〇〇をつなぐテレビの仕事」をテーマに、地域メディアの役割を報道部・営業推進部、双方の立場から話しました。北海道の未来を担う学生の皆さんが「どう社会とつながっていききたいか」を考えるきっかけになればうれしく思います。



株式会社ウェザーニューズ  
発表会「Hyde Park Gathering」(2018年3月27日)



沼田 博光  
(報道部)

HTBノンフィクション『カムイの鳥の軌跡』でウェザーニューズと行った気象データ解析が評価され、数々の賞を受賞できました。アイデアを持ち寄り、互いの得意分野を掛け合わせると、よりすばらしい結果が得られることを確認しました。

札幌新陽高校  
職業講話 夢の話「本気で挑戦する人の母校」(2017年11月22日)ほか1件



福田 太郎  
(アナウンス部)

将来の夢を持っていると答えたのは、1年生80人のうち約半数でした。何がしたいかわからないからこそ、今好きなことに熱中してほしいと伝えました。「不安が自信に変わった!」と瞳を輝かせる生徒の姿に、明るい未来を感じました。



林 和人  
(アナウンス部)

札幌市立山鼻南小学校  
出前授業(2017年10月24日)

明るいと褒められたり、うるさいとお叱りを受けたり、同じ番組でもアナウンサーに向けられる評価はさまざまです。360度、全方位から評価を受けるからこそ、おもしろくやりがいのある職業であることを6年生57人に伝えました。



戸島 龍太郎  
(社会情報部)

札幌駅総合開発株式会社  
JRタワーおとな大学  
「第25回 谷村志穂講演・朗読会」  
(2017年4月5日)

作家・谷村志穂さんの小説「大沼ワルツ」や「尋ね人」などを森さやかアナウンサーと朗読。約150人の方に男女の心の機微を声の表現で伝えました。声のみで伝える難しさとともに、声での表現というものの魅力を実感しました。



室岡 里美  
(アナウンス部)

札幌市清田区役所女性企画委員会  
清田区ひなまつり講習会(2018年3月9日)

参加者との交流を通し、私たちに求められているのは「生きること」「暮らすこと」に直結する情報だと感じました。地域の皆さまと同じものを見て、温度感を共有することがローカル局の役割であり、強みになると思いました。

札幌国際芸術祭  
トークイベント 狸小路TV「TVはどうなる?」(2017年9月13日)



広瀬 久美子  
(報道部)

2012年に放送した由仁町C型肝炎問題のドキュメンタリー番組を上映し、地域の課題とどのように向き合っているかを話しました。10年以上にわたり取材ができているのは、周囲の理解があってこそだと、あらためて感じました。

札幌市  
Sapporoライフデザインカフェ(2017年10月24日)ほか2件



森 さやか  
(アナウンス部)

働くことやライフデザインについて考える大学生向けのイベントに、司会者兼パネリストとして登壇しました。将来に期待や不安を抱える学生に、働くことのやりがいや楽しさ、苦労などを率直に話しました。

# 社員と、ユメミル

HTBが築いてきたたくさんの「ひろば」は、意欲あるスタッフの努力の結晶です。

だからこそ、もっと輝く組織を目指して、社員と共に前を見つめ、地域との交流や自己研鑽を応援しています。

## 今、私たちにできること ～3.11とともに歩む

HTBでは東日本大震災の翌年2012年から、アナウンス部を中心に北海道と東北をつなぐ支援活動を続けています。

2017年度は支援イベント「今、私たちにできること ～3.11とともに歩む」を、防災・減災というテーマに賛同いただいたKDDI株式会社、合資会社ホリホールディングス、社会医療法人孝仁会北海道大野記念病院、株式会社朝日新聞社北海道支社、株式会社秀岳荘、岩橋印刷株式会社、暮らしと珈琲みちみち種々の7企業・団体と、共催

というかたちで初めて実施しました。また、昨年に引き続き、北海道NPO被災者支援ネット、北海道の後援もいただきました。近年、北海道でも異常気象などによる災害が発生しています。こうした状況を受け、災害への心構えや備えについての情報を提供しました。

会場の札幌市駅前通地下歩行空間には約2,800人が来場。震災が発生した午後2時46分には黙祷を捧げ、被災地復興の願いを共有しました。

### トークセッション「震災から7年。被災地の今、そしてこれから」

自然災害への備えや被災地での支援活動などのテーマで3回実施。日本初の国際山岳医・大城和恵さん、株式会社秀岳荘代表取締役社長・小野浩二さん、「北の里浜 花のかけはしネットワーク」代表・鈴木玲さん、北海道庁危機対策局・西谷内文一さんにご登壇いただきました。



各種防災用品の展示・体験や避難所体験コーナーなどを設置。非常食の試食もしていただきました。

### アンサンブルグループ・奏楽のコンサート

年に数回、被災地の避難所などを訪問し、音楽による被災者支援活動を行っている奏楽(そら)の皆さまが、被災地への思いを込めて演奏を行いました。

### 朗読「3.11とともに歩む」

震災当日に誕生した子どもたちへの手記「3.11に生まれた君へ」の一部をアナウンサーが朗読しました。災害は他人事ではないとの思いを込め、命の尊さについてメッセージを送りました。



### つなげよう未来へ ～被災地に届ける希望の種植え

東北の海浜植物の保護活動をしている「北の里浜 花のかけはしネットワーク」と連携。東北で採取したハマヒルガオの種植えを実施しました。また来場者に、東北への想いをカードに綴っていただきました。



カードは石狩中学校の生徒が制作。完成した作品は2018年4月に開校した宮城県の開上小中学校に贈り、掲示していただきました。

## 社員・スタッフによる街の清掃活動

毎年4月、HTB本社から地下鉄南北線南平岸駅までの通勤路と、平岸高台公園周辺のごみ拾いを行っています。また北海道コカ・コーラボトリング株式会社が推進する札幌市・大通公園のごみ拾いにも参加。清掃活動を通じて「まち」に感謝を伝えています。



HTBを訪れる年間4万人を超える来館者に気持ちよく歩いてもらえる街であってほしい、との願いも込めて実施しています。

## とよひら子どもユメひろば、HANA-LAND事業

2014年より、豊平区と連携し、「地域で子どもの未来を応援する」をコンセプトに「仕事」の知識やおもしろさ、厳しさを伝える講座「とよひら子どもユメひろば」を開催しています。開催回数は、2017年度で19回を数えました。「カメラマン」「小劇場」「切り絵師」「報道記者」の仕事を、延べ50名の子もたちに体験してもらいました。

また、豊平区の「HANA-LAND事業」に協賛し、2017年6月に町内会の方々とHTB本社前の「りんご坂通り」にベゴニアの花苗を植えました。



## 札幌サンタファン2017

病気と闘う子どもたちにクリスマスプレゼントを贈るチャリティーイベント「札幌サンタファン」。2017年は12月9日に札幌市内で行われ、参加者がサンタクロースの衣装で行進しました。また、クリスマス直前に、北海道立子ども総合医療・療育センターをはじめとする11の小児医療施設を訪問。この活動にも社員が参加し、プレゼントを届けました。



2014年に行われた初回から、社員有志が参加しています。

## まちの灯り

「まちの灯り」は、あたたかいまちづくりと子どもたちの豊かな感性を育てることを目的に開催されている冬のイベントです。2018年2月2日、札幌市立平岸小学校で行われたアイスクヤンドルの点灯式にonちゃんが参加しました。点灯式後には地域交流スペース「コミュニティカフェ こみか」で、菊地友弘アナウンサーがオリジナル紙芝居「onちゃんとバナナくん」を披露し、地域の子もたちと交流しました。



2年生児童が作ったアイスクヤンドルがあたたかく街を照らしました。

### 広報お客様センターに届いた地域の声(要約)

アイスクヤンドルの点灯式に毎年onちゃんが来てくれるので、子どもたちが楽しみにしています。点灯式の後には菊地アナウンサーの紙芝居が上演され、子どもはもちろん大人にも笑顔があふれる時間でした。(40代女性/メール)



## 社報「うるとら」リニューアル

「うるとら」は道内のUHF第一局としてHTBが開局した直後の1968年12月30日から刊行されています。現在は季刊で、2018年4月で通算367号を数えました。

2017年4月に「会社と家族と社会をつなぐ社報」というコンセプトでリニューアル。サブテーマは「横顔」とし、社員の素顔や意外な一面の見えるコーナー、家族や子どもたちが登場するコーナーも実施しています。ワークライフバランスや生き方・働き方を見つめるきっかけとなる一冊を目指しています。

仲間をもっと応援したくなる、また持ち帰って家族に見せたいコミュニケーションツールを目指しています。



## onちゃんおはなし隊

2005年からほぼ毎月実施しているアナウンス部の地域貢献活動です。札幌市内の保育園、幼稚園、小学校、病院を訪問し絵本の読み聞かせを通して、言葉の魅力や朗読の楽しさを伝えています。

2017年度は「女性の働き方フェスタinエルプラザ」やサッポロファクトリーで開催された札幌市民交流プラザの「開館350日前フェスティバル」でも実施するなど、活動の場を広げました。



2017年度は16回開催。活動は通算で155回を数えました。写真は札幌厚生病院を訪問した時の様子。

バナナの葉や茎が原料に含まれる「バナナペーパー」で作ったオリジナル紙芝居「onちゃんとバナナくん」や「バナナペーパー折り紙」で、環境やフェアトレードについて学ぶ機会もついています。

## いいな、プロジェクト

HTBで働くスタッフ同士のコミュニケーションと連携を深めるための自律的な交流プロジェクト「いいな、プロジェクト」は2012年に活動を開始。2017年度もさまざまな活動に取り組みました。

### 正面玄関のデコレーション

年間4万人以上が訪れる玄関ロビーを季節感ある装飾で彩り、来館者をおもてなししようと、5月1日から1週間、こどもの日にちなみ、本社正面玄関のonちゃんに巨大な折り紙で作ったカブトをかぶせました。記念撮影用に、小さいカブトも用意しました。



1辺1.6mの折り紙でonちゃんの巨大カブトを作りました。多くの来館者楽しんでいただきました。

### 「ユメミル、いいね!賞」の表彰

社内表彰の対象にならないけれど、小さくても新しい価値を創った行動や活動を表彰し、みんなで「いいね!」と感謝する取り組みです。社内推薦の11件から入賞1件、ファイナリスト2件が選ばれ、新年交歓会で樋泉社長が感謝状を贈りました。



惜しくも選に漏れた8件もパネルで公開。本賞では、4年目の2017年までに68件が社内推薦されました。

### 『花と笑顔』こども絵画コンクールへの協力

NPO法人ハロードリーム実行委員会が主催する「第9回『花と笑顔』こども絵画コンクール」に協力し、「ユメミル、チカラHTB onちゃん賞」を提供しました。本社正面玄関ロビーに受賞3作品を含む計29作品を展示。子どもたちのイラストが玄関ロビーを彩りました。



いいな、プロジェクトのメンバーが審査委員となり作品を選定しました。



### コーチングスキルセミナーの開催

「女性のためのコミュニケーションスキル」「苦手な上司・同僚とのコミュニケーションスキル」と題し、社内コーチングセミナーを開催。参加者は、自分に興味を持ってもらい相手の魅力を引き出すコミュニケーションのコツを、楽しく体得しました。



会場は笑い声があふれ、熱量の高い場に。コーチングを日常に取り入れ、コミュニケーションを深めるきっかけになりました。

# 社屋移転プロジェクト



HTBは2018年9月に、北1条西1丁目の「さっぽろ創世スクエア」へ本社を移転します。「さっぽろ創世スクエア」は、札幌文化芸術劇場、札幌文化芸術交流センター、札幌市図書・情報館からなる札幌市民交流プラザと、HTBや朝日新聞社なども入るオフィスビルほかで構成されています。オフィスビルは5月に無事竣工を迎えました。10月にはホールを含む全施設がグランドオープンします。

HTBは、竣工・各施設の引き渡しに先駆けて、2018年4月に放送・通信関連機器の設置工事をスタート。6月中旬には大方の工事を終え、7月から運用訓練に入る予定です。社屋内の基本的なデザイン・レイアウトも決まり、現在、机やイス、什器・備品類の選定、運用ルールの整備とともに、引越作業計画づくりも進めています。

新たなステージでの飛躍のために、ソフト面の検討も行っています。移転1年前には社員・スタッフ向けの新社屋見学会を実施し、新たな価値を創り出す働き方のイメージを



放送・通信関連機器の設置工事が進んでいます。4月30日、第1スタジオに照明パトンを設置。一気にスタジオらしい雰囲気。

膨らませました。さらに社内ワークショップを行い、社員の提言を取り入れて社屋の活用方法や運用ルールなどを決定してきました。例えばエントランスは、年間4万人超のお客様が訪れる現社屋のエントランス同様、お客様をお迎えする「ひろば」となると想定しています。それと同時に、北海道の魅力を発信する「ひろば」にもしたいという願いがあります。HTBの「顔」となる空間にふさわしいつらえ、使い方を模索するなど、新社屋の設計思想「日本一のひろばづくり」を具現化するためのさまざまな検討を進めています。

「さっぽろ創世スクエア」は札幌の新たなランドマークです。そこに拠点を置く企業だからこそ、まちづくりへの貢献も必然のことと考えています。HTBは今後、新たなまちづくりをリードする役割も、エリアの皆さまと共に担ってまいります。



マスター機器の更新作業も、社屋移転と同時に進めています。4月には、放送の心臓部といえる主調整室(マスター)のシステムの電源を入れる「火入れ」を行いました。副調整室(サブ)の各機器の電源も入れました。



2018年5月、新社屋の窓明かりを使って「on」の文字をつくり、街を歩く皆さまに見ていただくプロジェクトを実施しました。写真は準備中の「創世キックオフプロジェクト」メンバーです。「さっぽろ創世スクエア」での新たなひろばづくりにつながる企画が、若手社員を中心とした18名の社員によって次々と生み出されています。



北海道大学法学部教授

**樽見 弘紀 氏**

福岡市出身。ニューヨーク大学公共経営大学院修了。テレビの構成作家・脚本家を経て1999年より北海道大学勤務。現在、同大法学部学部長を兼務。社会的活動として日本NPO学会会長、安田侃彫刻美術館アルテレビアツァ美唄理事など。

読後感？ いやあ、体裁は小冊子ながら読み出がありました。面白かったです。

僕には学生時代、東京のテレビ局のとある番組でバイトしたことがきっかけで、そのまま台本作家として制作の現場に居残りを命ぜられ、あの喧騒の80年代、在京のテレビ局各局を飛び回りながら7、8年仕事をしたものの、留学を口実に海外逃亡をはかった青臭い過去があります。当時の僕が「全国に知られる稀有なローカル局」(p.19:竹内玲奈さん)としてのHTBの今日の隆盛を予想できたか、と問われれば、(失礼ながら)答えはノーです。

ただ、この突出したローカル局の誕生は偶然の産物ではなかったのだな、ということが、これを読んでよく分かりました。

例えば、加納尚明さんとの対談でHTB社長の樋泉実さんは、「触媒」という化学用語をお使いになりながら、北海道に根ざす企業として、地域をすくい上げ、コンテンツとして発信する触媒に徹するのだ、と発言しておられます。実際、HTBの一連のカラーコンテンツが道外のみならずアジアに野火のように広がる様は化学反応以外に適当な表現を見いだし得ません。

また、「触媒」機能が働く前提条件としての、「ワークショップ体質」みたいなものが社内に備わっているんだな、ということが

透けて見えて面白かった。企業のサイズ感と申しましょうか、人と人との距離感や間合いが良い加減(よいかげん)の会社、そしてお見受けしました。

ただ、報告書自体としては、これではちょっと網羅的に過ぎるかな、と思いましたのも事実。今後、年ごとに編集方針を違えて、採り上げる活動やその扱いにもっと濃淡をつけてもいいのではないでしょうか。

と同時に、HTBが理念として掲げる「私たちのCSRは、本業の強みを最大限に活かす」のだ、というド正論に照らすならば、やはりHTB版CSRはより一層、番組づくりで発揮していただきたい、という個人的な希望も。例えば、東京キー局が「ボンキッキーズ」の放送をとりやめた今や、国民が、アジアが、Sapporo発の上質な子ども教育番組を切望している気がしてなりません。

今からほぼ半世紀前、公民権運動が吹き荒れるアメリカで、小さな民間非営利の集団(NPO)が主として貧困層の子どもたちの識字率を上げる目的での「セサミストリート」を発想したように、HTBさんが北の大地が舞台のまったく新しい子ども番組を発明されたとしたら……そんなこんなを夢想しています。

上記のご意見は、今後の企業活動および次年度のレポートづくりに反映してまいります。

## 行き交う思いを感じて

### ～ステークホルダーからのメッセージ～

「3日間の一人旅の最終日、グッズだけ買う目的でHTBに寄りました。ですが、警備員さんと居合わせた社員さんのおかげでとても楽しい時間を過ごせました。気づけば3時間近く滞在。自分でも驚きましたが、来てよかった。またお邪魔したいです」(30代女性／メール)

「旅行代理店である当社が修学旅行を担当したある学校は、北海道日本ハムファイターズの選手の母校でした。札幌ドームで試合を観戦することになったので、中継時に生徒さんを映してもらえないかお願いしたところ、なんと選手と共に映していただけました。皆さん大喜びでした!」(50代男性／電話)

本レポートの発行が始まり8年。HTBが「地域メディア」という認識は、ごく自然に社員が持つものとなりました。その自覚は日々の行動に確かに表れてきています。上記は、広報お客様センターにお寄せいただいた声です。こうしたメッセージがまた、明日からの地域メディア活動の指針となっています。



## 編集後記

本レポート創刊から8年目となりました。2013年から色覚の個人特性を問わず、より多くの人に見やすい冊子を目指して、カラーユニバーサルデザイン(CUD)に配慮して制作し、今年も北海道カラーユニバーサルデザイン機構の認証をいただくことができました。

SDGs(持続可能な開発目標)という言葉を見る機会が増えています。このSDGsの「誰一人取り残さない・取り残されない」という理念と、当社の、「ひろばづくり」で生活者に寄り添い地域の価値を高めるというミッションはつながっていると感じています。

今年、札幌市環境局の協力をいただき、SDGsの17のゴールを子どもにもわかりやすい表現にアレンジして、ステッカーを作成しました。地域活動などを通じて地域の



多様な皆さま、地域の未来を担う子どもたちと想いを共有し、持続可能な「北海道」、そして地球の未来を考える「ひろば」をつくってまいります。

CSR広報室長 岡 仁子

「参加しよう! できることからガンバロー! SDGs with onちゃんファミリー」ステッカー

**【編集チーム】** 阿部 直美(総務局総務部)  
岡田 壮弘(技術局技術部)  
柴田千紗子(コンテンツ事業室)  
寺館ひかる(報道情報報道部)  
李 一程(営業局国際メディア事業部)  
金子 哲俊(CSR広報室)  
四宮 康雅(CSR広報室)  
斎藤 龍(番組審議会事務局兼CSR広報室)  
編集協力 (株)みんなのことば舎

## 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>  
代表者 代表取締役社長 樋泉 実  
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、  
ノースパンフィック(株)、北海道建物(株)、東映(株)  
従業員数 193名(男性151名、女性42名) ※平成30年4月1日現在  
系 列 テレビ朝日系列



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

本社、業務センター、関連会社は2018年9月18日、  
さっぽろ創世スクエアに移転します

[新本社所在地] 札幌市中央区北1条西1丁目6番地  
さっぽろ創世スクエア

ご意見・ご感想

[yume-report@htb.co.jp](mailto:yume-report@htb.co.jp)

HTBノンフィクション

生命のチカラ

データ放

りんご坂通り

スマート

とよひら子どもユメひろば

SDGs

夢チカLIVE

夜のお楽しみ寝

おにぎ

NO MATTER BOARD

お絵かき天気

インターネット

うるとら

エコのチカラ

放送倫理

or

キラキラ

まちの灯り

雪のHTB広場

とよひらHANA-LAND事業

onちゃん

子どものチカラ

HTB北海道onデマンド

コラボレーション

今ここにある詐欺

アプリ

HTB

食のチカラ



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。



●社名ロゴマークについて

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

yume-report@htb.co.jp

2018年6月発行