

キャッチ番組審議会からのお知らせ

2026年7月13日に「令和8年度 第1回 番組審議会」が開かれました。審議事項や審議会委員からの主な意見は次の通りです。

審議番組 **アインシュタインのおじゃまシタイン!** **#6安城市和泉町「一時は存亡の危機だった伝統の麺があるらしい!?」**

お笑い芸人のアインシュタインが、「一時は存亡の危機に直面した伝統の麺」の真相を探るため、安城市和泉町の匿名製麺所を訪問。一時は存亡の危機を迎えたものの、伝統の味を守ろうとする家族の結束によってその難局を乗り越え、現在も変わらぬ麺づくりを続ける姿を紹介した。

議 題

- (1) 全国的に活動するアインシュタインを起用し地域を紹介する企画について
- (2) 放送時間を30分から15分に短縮化、月2回放送から毎週放送への変更について

●楢山委員

アインシュタインは、強力なインパクトがあり、一度見たら絶対に忘れない素晴らしい芸人だった。伝統ある製麺所が危機を脱し、3代目まで安泰と頑張っているのが、ほほえましい。完成した麺は、保存方法の期間と小麦の産地が知れたかった。短い放映でも内情がよくわかった。

●宮川委員

タレントが訪れた場所は、放送後に地域住民のSNSなどで話題になりやすく、認知度も高まり、情報の拡散が期待できる。また、タレントは地域の人々との掛け合いを通して、訪問先の魅力をより深く伝えることが期待される。こうしたコミュニケーションはまさにタレントの腕の見せどころであり、タレントが必要とされる理由になると思う。「15分で内容が十分に伝わるか」については、正直なところ何とも言えない。大きくは番組の編成によるものだと考える。「毎週更新による」効果については、毎週土曜日に見ることが習慣化されやすくなり、さらに15分への短縮化により、忙しい人でも最後まで見てもらえることが期待できる。

●内村委員

番組全体として非常に興味深く視聴できた。一方で、番組タイトルや冒頭で触れられる「噂」がどこから生まれたものなのか分かりにくく感じた。地域住民の声や視聴者からの情報提供など、番組のきっかけとなった背景が示されると、視聴者も内容に入り込みやすくなるのではないかと感じた。実際にどの店舗や飲食店で使われている麺なのかといった情報があると、視聴者にとってより身近に感じられ、関心が高まると思う。地域に埋もれた魅力ある事業者や商品を発掘するという点で意義のある番組だと感じた。

●福島委員

アインシュタインの二人が実際に商品を食べながら感想を伝えていた点が良かった。「おいしい」という率直な反応は、製造に携わる方々の励みにもなると感じた。視聴者としても実際に商品を食べてみたいという気持ちになり、面白かった。

●杉浦委員

全国区のタレントであるアインシュタインを起用する効果は非常に大きいと感じた。過去に公開収録などで実際に接した経験があり、人柄の良さや親しみやすさが番組の魅力につながっていると思う。視聴者が出演者に親近感を持つことで、番組や地域情報への興味関心も高まる感じた。地域の人とのふれあいを大切にする現在の番組構成は好ましく、今後も継続してほしい。

●原田委員

タレント起用の効果は十分表れていると感じた。出演者のアナウンサーとの掛け合いにより、取材先の魅力がうまく引き出されていた。3代目店主による説明が分かりやすく、製麺の工程や商品の特徴がよく理解できた。番組を視聴して実際に商品を購入してみたいと思った。番組の最後などで購入方法や販売場所を紹介すると、より視聴者の行動につながるのではないかと感じた。

●河野副委員長

「伝統」という言葉から受ける印象と、番組内で説明された内容との結び付きが、やや分かりにくく感じた。「伝統の麺」というテーマであったが、「伝統」という言葉の意味をもっと的確に使用したほうがよいのではないかと感じた。タレント起用については、好感が持てた。放送時間が30分よりも15分の方が簡潔にみられる。最近ではさまざまなメディアからの情報が多いので、15分で整理されていたほうが、伝えたいことが伝わるのではないかと感じた。

●長谷川委員

「伝統の麺」というテーマであったが、和泉そうめんの歴史や地域との関わりについて、もう少し紹介があると理解が深まったと思う。番組の最後に所在地情報があると、視聴者が訪問しやすくなるのではないかと感じた。番組内では長いうどんが印象的だったが、そうめんそのものの特徴や魅力をより強調する演出があっても良いと感じた。全国的な知名度を持つタレントの紹介のテンポがよく、良かった。15分という放送時間は間延びせず、視聴しやすい。

●木下委員

一般の人があまり立ち入ることができない製麺工場の現場に、有名タレントが訪問し、明るい視点でコメントを交えることで、視聴者が親しみを持って見ることができ、関心を持ちにくい層に対しても、タレントの起用によって親しみやすさが生まれ、視聴の大きな入り口となっていると感じた。番組の企画として、昨今奮闘している伝統産業を取り上げたことは大変有意義。一方で、地域に根差した産業が直面する課題(後継者不足や物価高など)にももう少し触れると、3世代で出演されていることの意味がより際立ち、技術や文化を次の世代へ受け継いでいく意義がさらに深く伝わったのではないかと感じた。

●長瀬委員

アインシュタインは知名度が高く、番組への関心を高める効果は十分あると感じた。一方で、お笑い芸人としての特色が十分に発揮される場面は少なかったため、タレント性を活かした演出があっても良いと思う。15分番組としては見やすかったが、取材場所が1か所であったため、映像の変化や展開にやや単調さを感じる部分もあった。「一時は存亡の危機だった伝統の麺があるらしい!?」から受ける印象と、実際の内容にやや差があると感じた。後継者育成やSNS活用などの企画で、転換をつけてもよいのではないかと感じた。地域の魅力を伝える方向性は良いが、視聴者を惹きつけるメリハリのある展開も必要だと感じた。

●斉藤委員長

アインシュタインの二人が持つ親しみやすい雰囲気、取材先の魅力を自然に引き出していた。将来的には地元出身のタレントや芸人などが活躍する場面が増えると、さらに地域色の強い番組になるのではないかと感じた。「町の人々が語る噂」というコンセプトについては、地域住民の声や評価などが番組内で紹介されると、テーマとの結び付きがより分かりやすくなると思う。商品の購入方法や店舗情報についても、視聴者への案内があると親切であり、地域事業者への支援にもつながると感じた。