キャッチ番組審議会からのお知らせ

2026年9月18日に「令和8年度 第2回 番組審議会」を開催しました。審議事項および審議会委員からの主な意見は、次のとおりです。

審議番組 「キニナル！まちグルメ」

視聴者目線で“気になる”店を発見し、地域の魅力を広げるグルメ情報番組。
地域の新店や話題の飲食店を、市民リポーターが親しみやすい目線で紹介。
加入者限定アプリ「KATCHアプリ」やSNSとも連動し、番組をきっかけに「知る」「見る」「行ってみる」へとつなげ、地域店舗と視聴者の新たな接点づくりを目指す。

議　題
(1)市民リポーターの起用により、視聴者に近い目線や地域との親近感が番組に反映されているか
(2)飲食店の魅力、料理の特徴、店主や店舗の雰囲気が視聴者に分かりやすく伝わっているか

■神谷委員
初めて視聴する人には、市民リポーターがどのような人物なのか分かりにくいため、冒頭で簡潔に紹介すると番組に入りやすくなる。リポーターの言動や占い企画が店の魅力を伝える流れと十分に結び付いておらず、店の紹介に集中しにくかった。最後に紹介された店は、リポーターと店主との掛け合いが自然で、店の雰囲気やメニューの魅力がよく伝わった。調理方法やクレープのチョコレート加工など、視聴者が気になる作り方も紹介すると、さらに興味が深まると思う。

■宮川委員
市民リポーターの飾らない様子に親近感を覚えた。料理はいずれもおいしそうに映っており、実際に店を訪れてみたいと感じた。簡単な地図だけでなく、リポーターが最寄りの目印から店まで歩く様子や、駐車場の有無・台数などを示すことで、来店までのイメージが湧き、より良くなると思う。

■内村委員
市民リポーターと店主との会話を通じて、店の特徴や舞台裏が紹介されていた。料理や商品の映像にも魅力があり、実際に店へ行ってみたいと思わせる内容だった。

■福島委員
紹介された料理はどれも魅力的で、店を訪れたいと思った。クーポンの大幅な割引については、誰が負担しているのか分かりにくく、店側への影響が気になった。料理の作り方をもう少し見せることで、自宅でも試してみたい、実際に食べに行きたいという関心がさらに広がると思う。

■杉浦委員
市民リポーターがどのような人物なのか説明がなく、番組の内容に入り込みにくかった。冒頭でリポーターを紹介する、あるいは検索などを通じてリポーターの紹介につながる案内があると良いと思った。

■原田委員
市民リポーターは親しみやすく、店側とも同業者として自然に溶け込んでいたと思う。飲食店を営むリポーターや教員経験のあるリポーターなど、親近感を抱ける内容だった。料理や店の映像も魅力的で、番組の主な対象である30代から50代やファミリー層に訴求する内容になっていたと思う。

■河野副委員長
事前に市民リポーターの紹介があると良かった。また、お店への行き方などの導線を紹介する情報があると、より分かりやすかった。番組での店舗紹介とクーポン提供のどちらを起点として展開しているのかが気になった。

■長谷川委員
市民リポーターがどのような人物か分からなかったが、視聴者の目線にたったリポートで、親近感があった。お店の場所を示す地図があると、さらに分かりやすいと感じた。番組内容も理解しやすい構成で放送時間も適切であった。駐車場の有無などの情報があるとより良いと感じた。

■木下委員
市民リポーターの起用により、身近な店や話題が視聴者目線で親しみやすく紹介されており、生活者ならではの驚きや率直な感想が伝わっていた。一方で、その自然体の良さが、場面によっては素人らしさや内輪の雰囲気として受け取られる可能性もある。厨房内でマスクを着用せずにリポートする場面については、衛生面を気にする視聴者への配慮が必要である。親しみやすさと、放送番組として求められる節度や衛生面への配慮とのバランスを大切にしてほしい。

■長瀬委員
世代が近いこともあり、市民リポーターの視点や話し方が分かりやすかった。また、市民リポーターが慣れた様子で出演していたことも、見やすさにつながっていた。リポーターの話すテンポと編集がうまくかみ合っており、視聴しやすい内容だった。クーポンへの導入も自然で、番組内ですべてを説明するのではなく、興味を持った視聴者をアプリやSNSの情報へつなげる構成でもよいと思った。

■斉藤委員長
初めて視聴する人には、市民リポーターがプロなのか市民なのか分かりにくいため、冒頭に紹介があるとよい。リポーター、店の関係者ともに感じが良く、実際に店を訪れたい気持ちになった。利用客の出演やコメントが加わると、さらに親近感が生まれると思う。各店の商品や店主の魅力も十分に伝わっていた。