

第 19 回 SC サテライト放送株式会社 番組審議会 議事録

1. 開催日時： 2025 年 6 月 4 日(水) 14 時 00 分 ～ 14 時 50 分

2. 開催場所： ショップチャンネル本社ビル

3. 審議委員出席者：

委員総数 7 名

出席委員の氏名 音 好宏氏(委員長)、入江 たのし氏、五井 千鶴子氏、棚橋 節子氏、
桧山 珠美氏、細川 幸一氏、万場 徹氏

4. 事業者側出席者：

SC サテライト放送株式会社

代表取締役社長 佐々木 良太

取締役 星野 友昭

メディア営業部長 濱田 哲史

技術部長 高野 浩司

ジュピターショップチャンネル株式会社

執行役員 販売企画本部長 江原 由美

販売企画本部 プログラミング部長 時崎 大介

ショッピングエンターテインメント戦略室 室長 亀田 和広

5. 番組審議：

ショップチャンネル 4K

審議番組：足に吸い付く超快適な履き心地！ アーチフィッター

放送日時：2025 年 3 月 23 日（日） 13:00 ～ 14:00

■ 審議委員意見

- “足に快適”という点、どうしても効能効果的な表現に傾きやすいが、非常に抑制的に表現されていて、特段大きな問題は感じられなかった。
番組中に「4 2 1 万足突破」という訴求があったが、あれは、ショップチャンネルでの販売累計数ではなくメーカーでの 20 年以上の累計販売数だと思ったが、その理解でよいのか。
- 通販で靴を買うというのはとても勇気の要ることなので、興味深く見た。返品できるという案内、また消費者庁が力を入れている原産国表示が目につくところにあり、一安心した。
(他社の)通販で、“現物を確認したいときはここに行けば見られます”といった紹介を見たことがあるので、可能であればそういう機会も提供するといいいのではないかな。
- 1 つの商品を 50 分間紹介していた。この商品を手売りたいというのは分かるが、真面目な教科書のような内容でショップチャンネルならではのワクワクがあまり感じられなかった。
最後の数分でバタバタと他の 2 商品の紹介があったが、他の商品ももっと見せてもよかったのでは。

- 自分もかなり癖のある足をしており、足形を取って調整してもらった靴を履いているので、非常に興味深く拝見した。

この商品も、買った後の調整が必要になるのではないかと思った。商品のメーカーのウェブサイトを調べたところ、何回でも調整してもらえると案内もあったので、そうした取り組みや、アドバイスが受けられるのであれば、その説明があればよかった。
- やはり通販で靴を買うには不安があるが、これだけ分かりやすく、パーツごとに紹介するアイデアはすごく親切でいいなと思った。

ただ、7センチのヒールだということで、年配の方は不安に思われるのではないか。番組内で“79歳のお客様の声”というのが紹介されていたが、そういった使用経験者の話がもっと聞けると、見ている方も安心ではないか。
- ヒールの高さの話が出ていたが、7センチというとかかなり高い。「健康上問題がある人は注意」というような注意書きが出ていた気がするが、高齢者という記述はなかったようだ。高齢者が7センチのハイヒールを履くというのはかなり危ないのではないかという気がする。そのあたりもちょっと注意した方がいいかなと思った。
- 今回の商品は踵部分が細く履いていて危険なハイヒールではなさそうだが、#KuToo運動のようにハイヒールを苦痛に感じる女性への配慮、商品に対する社会性も視野にいれるべきではないか。
- 日頃、高い靴は履かないので、7センチという高さがどのぐらいなのかが分かりにくく、例えばローヒールと比べるとどのぐらいかというように、感覚として分かる説明があると良いと思った。

ただ、色もすごく良いし、非常に良い商品だというのはすごく伝わってきた。
- サイズ表示が「S、M、L」というふうになっていて、どのぐらいの大きさなのか見ていたら、ところどころで「何センチ～何センチ」という表示はあった。ずっと表示をしておいた方がいいと思った。

あと、サイズ表示で幅が「E～4E」と書いてあったが、これの意味が分からない。「E～4Eの人に対応」という意味なのかと解釈したが、ちょっと不親切。
- 最初にキャストがフリップを持って話したが、手持ちなのでどうしても揺れる。それが気になって、置いて説明すればいいと思った。
- QRコードが画面の右と左に出ていて、右は番組へのメッセージの募集、左は紹介中の商品の案内に入るのだが、ちょっと分かりづらかった。ずっと両方を出すのではなく、ポイントで出すのもよいのでは。
- 番組の後半、キャストとゲストが話している間に、スタジオ内にノイズ音が入ってきて、スタジオの入れ替えのタイミングだったのか、非常に気になった。

■ 事業者発言

- 通販では、試し履きができない販売が難しい商品を丁寧に説明しようとしている、こちらの姿勢というのが伝わっていることが分かって、そこは安心したポイントの1つだったが、耳の痛いご意見もいくつか頂戴した。

- ・ 効果効能について抑制的に表現されているという言葉はいただいたが、放送の中でお伝えできる内容と、お客様に誤認させない表現をしっかりと出演者が踏まえて番組を進行させている。
- ・ 「4 2 1 万足突破」については、シリーズすべてのメーカーでの販売累計数となる。メーカー側から根拠の資料を提出してもらって、ショップチャンネル側としてお伝えできる数値は書面で確認している。
- ・ QRコードの件、同画面に2個の表示を開始する際には社内でも議論があった。
右のQRコードからいただいたお客様からの番組へのメッセージを画面に表示して、まるで直接に接客をしているような双方向コミュニケーションが番組上で生まれるというようなことに取り組んでいる。
しかし、2個あると、メッセージを送りたい人が商品情報へ遷移してしまうこともあるので、1つにまとめられないかという点議論している。分かりづらいというご意見をいただいたことは持ち帰り、検討する。
- ・ 「S、M、L」表記だけでは分かりづらいというご意見について、対応のセンチ表示が画面上でも入っているものの、常時表示ではないというご指摘を受けとめて、制作サイドとも検討していく。
- ・ 「E～4 E」という幅の話も、甲の幅の調節が効くということで、足幅の狭い方から広い方まで合わせられるという意味での表記だったが、伝わりづらい、というご指摘があったので、トーク内でお伝えするなど、改善の余地がある。
- ・ ヒールの高さについて、踵の部分は7センチだが、前足部は3.5センチで、高低差は3.5センチ程度しかないので履きやすいという説明が少なかった。
デモンストレーションで実際に履いて高さを見せてはいたが、文字情報だけではなく動画だからこそわかる商品の良さがお伝えできる工夫を今後ともしていく。
- ・ 今回の商品は、ヒールの高い靴を履きたいけど疲れるのではないかと、という女性にも適した商品。
歩きやすさはもちろんだが、洋服とあわせて履くことの楽しさもお伝えしたいことから、番組内ではコーディネートも紹介している。
また、アーチフィッターにはヒール高も含め、多様なパターンの商品があるので、放送日や時間を変えて色々なタイプの靴も紹介している。
- ・ 1時間かけて1つの商品のよさをお伝えするというのがショップチャンネルのスタイルになっている。実際は番組を1時間ずっと見ている方は少なく、15分や20分で番組を変える方もいらっしゃるので、1時間の中でくりかえし同じ説明をすることでどのタイミングから視聴頂いても商品の良さが伝わるような番組進行を行っている。
- ・ 分かりやすく丁寧な説明をしようとするがあまり、真面目な教科書のような内容に偏りすぎたというのは、反省、改善しなければいけないところだと、気付きを頂いた。
「心おどる、瞬間を。」お届けするというのが、当社の経営理念であり、引き続き、必要な情報はきちんと説明をしつつも、ショッピングエンターテインメントを実現する番組作りを心掛けていかなければいけないと肝に銘じる。