

1. 開催日時： 2026年6月3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 (オンライン併用)

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	江原 由美
社長補佐	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

販売企画本部長補佐	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：伝統の久留米かすり 儀右エ門 オカモト商店
放送日時：2026年3月29日(日) 13:00～14:00

■ 審議委員意見

【番組企画「codawari 倶楽部」について】

・「codawari 倶楽部」として、ちょっとこだわりがある伝統的なものを見つけるという、ディスカバージャパン的な感じ、すごくいいと思った。

番組の中でも説明があったが、緋には整っていないところがあり、模様も少しずれていたりして、それが逆に魅力になっているというところが素晴らしい。こういう商品の紹介をする番組をやるのはいいと思った。

・この「codawari 倶楽部」というのに興味を持ち、これ以外にどんなものが売られているのかと思ってショップチャンネルのウェブサイトで“こだわり”をキーワードにして調べたが、検索結果が0件となった。

せっかくこういういいものをやっているのだから、もっとネットでも見られるようにしたらいいのではないか。「codawari 倶楽部」の商品を探してみようという消費者に対して不親切ではないか。

・久留米緋を普段の洋服に使えるというのは、女性にとっては大変に贅沢なことであり、ちょっとおしゃれに澄まして歩けるというような気持ちもあり、期待して見させていただいた。

・個人的に久留米緋のワンピースやジャンパースカート、もんぺなどを持っており、とても親しみがあり、興味深く拝見した。

久留米緋はすごく高いと思っていたが、今回の番組で、糸を1回染色してそれをほどこいてというような手間がかかること、高いには高だけの理由があるというのをちゃんと説明されていたところが、とてもよかった。

まさに「codawari 倶楽部」で、見て、その価値があると思った人が納得して購入できるという、そういう形で見せてくれたのはとてもよかった。

・久留米緋も含めて、こういう伝統の技法は長く残しておきたいなものだなと常に思っていたが、なかなか出会うのチャンスが少ないので、とっかかりになるいい企画だったと思う。

・「codawari 倶楽部」に関して、まず最初にしっかり説明されていることがよかった。

今後、ネットなどで、商品ラインナップであるとか、ショップチャンネルとしてこうしたことに目を配っているであるとか、そうしたことが分かるのもっといい。

・こだわり感というところが今回の場合すごく大事なところで、製造工程であるとか手間がかかっているであるとかというあたりは、この商品の売りでもあるので、さらに PR をすると商品に対する近しい感じがより出てくると感じた。トータルでは非常によくできた商品紹介になっていたと思う。

【メンテナンスや素材の情報について】

・手洗いOKということがどこかで出てきたと思うが、洗濯機はだめなのかわからなかった。

洗濯しやすい、しにくいというのは、商品を選択する上での大きな要素の1つなので、そこを明確に聞き取れなかった点は気になった。

・洗い方については、価格などの表示のときに取扱表示を常時出していきたい。メンテナンスの表示についてはいつも言っているが、今回も残念な思いがしている。

夏場は特に洗濯をする機会が増えるので、手洗いでやるのが当たり前の商品だとは思いますが、ネットで洗濯機は大丈夫なのかとか、洗剤の選び方などのアドバイスが得られる取扱表示を常時見られるようにぜひお願いしたい。

・商品の中に、ワッフル素材の七分袖カットソーというのがあり、とても着やすそうなのだが、素材がきちんとわかるように価格のそばに表示されていたら良かった。ワッフル素材というから、何となく感触のいい素材というのはわかるが。

・常に左上に“手洗い可”という表示が出ていたが、洗い方というのは説明であった方がいいと思う。

着物というと専門のところで洗い張りをするといったイメージがあるが、自分で洗えるというのはいい商品だと感じたので、ぜひ説明をお願いしたい。

・夏向けの木綿の素材であるので、洗剤だとか、それからアイロンがけをしなければいけないものなのか、そういうことも説明していただければよかった。

【ファッション用語やブランド名の説明について】

・男性はファッションに弱いということもあるとは思いますが、デザインの紹介の中で“文人”というのが出てきて、“文人”とはどういう模様なのかと思ったが、どうして“文人”というかの説明は最後までなかった。

調べたところ、明治の文豪のような文人が愛した意匠、模様だということのようだが、会社や地域によって“文

人”という言葉が示す模様には違いがあると思われ、他のデザインの名称とはちょっと違う感覚であるので、もう少し説明があってもよかった。

- ・私も“文人”という柄の名前に関してはどういうことかと思っていた。

- ・私はファッションに疎いので、“ジレ”という言葉、袖無のことだろうと思いながら聞いていたが、ちょっとわかりにくいと思った。ショップチャンネルのお客様はほとんどご存じで一般的な言い方なのかもしれないが、他にも説明の中で、“21 番スラブ”というのがあった。横がゴツゴツしているものをスラブと言うのだろうと思うが、そういう専門用語が所々にちりばめられていて、少しわかりにくいと感じた。

- ・オカモト商店というのは会社名で、もともと生地を売っておられたという説明があったが、ブランド名の“儀右エ門”というのは、この人は何代目かの人なのか創業者の名前なのか、その説明も聞いてみたかった。

【バッグの説明について】

- ・最後の方に出てきたトートバッグについて、A4 サイズが余裕で入りますというので大きさは見当がつくが、縦横、それからマチなどのサイズについての説明を聞いたかった。映像にサイズの表示があったのかもしれないが。

- ・久留米緋のトートバッグが紹介されていた。最近、音楽などの稽古事を始める高齢者が多く、歌の本を入れるために A4 サイズが入るバッグを常に使うという知人も周囲におり、このサイズのバッグは使いやすそうだと思うようになって欲しくなった。

- ・トートバッグについて、A4 サイズが入るなど説明がいろいろあったが、持ち手がどれだけ強度があるのかという説明がなかった。

ああいった布のバッグが好きで買うと、ほつれてきたり、あまり重いものを入れすぎると形が変わったりするので、目安でもいいので、どこまでの重さに耐えられるのかというのは知りたかった。

あと私はバッグをすぐどこかに置いてきてしまうので、できれば肩掛け紐があると嬉しいと思った。

【キャスト・ゲストについて】

- ・キャストはすばらしかった。

タックワンピースの説明のときに、163 センチってご自分でおっしゃって、おなかのところを引っ張って「すごく楽です」と言っていたが、フワッとした感じというのが出ていて、見ている方も参考になるのではないかと思ったし、好感が持てた。

- ・キャストは声もとても通りがよく、清潔感があって、今回の商品にふさわしかったと思う。

- ・何よりキャストが非常に進行もうまく、親しみやすくて非常によかった。テレビって、肌触りとか、温かい冷たいみたいなものは伝わりにくいとは言いながら、でも、何となく触ってみたくなりたそうな、または着てみたくなりたそうな感じはうまく伝わってきて、良かった。

- ・ゲストの方、説明が立て板に水ではなく、素朴で朴訥で飾りけがなく、いかにも職人ふうで好感が持てた。

ただ、キャストが着替えのために中座した時にゲストが1人で残されて、そんなに長い時間ではなかったが1人でいろんな説明をしていたのが、ちょっと気の毒な感じがした。ゲストの映像だけではなく商品画像を挿入するなどの工夫があったほうがいいのでは。

【モデルの着こなしについて】

・紺は日本の生活に根差したもので、その良さがあるが、一方でデザイン性には劣るような部分もあり、着方によってはドンくさいような感じの服になってしまいがちだ。

紹介されていたイージーパンツについて、ショップチャンネルのウェブサイトでユーザーのコメントを見たところ、「イージーパンツを買ったが“もんぺ”だった」というのがあった。

番組で出て来るモデルの方はすごくスマートで、体形がいいので格好よく映るが、一般の体格の人が着たときにどうなるのか。

素材は非常にいいものを使っているが、デザインのところでまだちょっと考える余地があるのではないか。

・夏の暑いときに木綿のパンツというのは中に風が入ってきて本当に心地よい。イージーパンツだが、一般の方はモデルさんほど上手くは着られないかもしれないが、使い勝手がよいので、ヒット商品になる衣類の1つだと思って見た。

・モデルさん達の身長について紹介して、MサイズとLサイズのときに身長何センチの方だとこんな感じですよという説明は、商品選びには参考になるので、ぜひ続けていただきたいと思った。

・ジレとパンツと合わせて着るスタイルだったり、いろいろなスタイルを見せてくれたというのも、買った後の想像ができていいと思った。

・モデルの方がワンピースの前を開けて、タンクトップを見せた着こなしがあったが、これがとてもセンスがよくて、映えた。

ゲストも感心してらしたが、こういうようなモデルさんの着こなしのヒントみたいなのをもうちょっと詳しくすると、もんぺじゃなくなるんじゃないかという気がする。

・キャストの身長がどのぐらいなのかというのを案内していただくと、着丈がよくわかる。後で出てくるモデルの方とは相当背の高さの差があったりもするので、身長差によって着こなしがどうなるかというのが非常によくわかった。

【番組進行について（マイク、BGMなど）】

・今まで気づけなかったが、キャストが棒状のマイクをしているのがちょっと気になった。昔はあんなマイクをしていただろうか。

ゲストはマイクをしていないので、マイクはなくてもスタジオでは音は拾えるはずだ。あのような目ざわりなマイクをなぜわざわざしているのか、イヤホンが一緒についていて指示を受けるようになっているのかもしれないが、気になった。

・時々、“ウェイトリスト”というのがあった。ショップチャンネルのお客さんは理解されるのだろうが、“ウェイトリスト”ってなんだろうと思う人も中にはいるのではないか。

・番組の最初のところでショップチャンネル 30 周年のお知らせフリップを出して説明をしていたが、キャストが手に持っているので、微妙に揺れていた。その後の別のお知らせは映像で出ていたので、冒頭だけどうして手持ちにしたのか、同じように映像でやればいいのかと思った。

・何回か申し上げているが、モデルさんが着用して見せるときのBGMがやっぱりちょっとうるさい。

BGMをゲストとキャストの方がしゃべっているところまで引っ張っているところがあり、せっかくの説明が音楽に邪魔されるのではないかという気がする。選曲に工夫をしていただきたいと思う。

・いつも思うのだが、男性が見ると、ショッピングチャンネルは自分が見るものじゃないなというイメージを持つ。今回の番組も、言葉もわからないし、ついていけない部分があった。

また、男性向けの商品がなかったが、オカモト商店が男性ものを作っていないのか、あるいはショッピングチャンネルが女性の商品だけを選んでいいのか、知りたい。

こういうものをペアで着たいという人もいるかもしれないし、最近では“着物男子”も動画サイトに登場してきていて、男性の着物も格好良い。

男性ユーザーを惹き付けようとするのか、初めからマーケットとして考えていないのか、戦略として大きな選択肢かなと思う。

■ 事業者発言

・たくさんのご意見、ご指摘をいただき、ありがたい。

全体としては、こだわりの伝統的な商品のよさが伝わっていたという評価をいただいたと思う。今後の励みになる。

ご質問いただいた点について、可能な範囲でお答えさせていただく。

・「codawari 倶楽部」という番組は、日曜日の特定の時刻で行っている企画で、“codawari”のスペルがKではなくCであるのは、この企画を立案した担当のこだわりになる。

ご指摘いただいた、ネットで見つからないというところだが、“こだわり”をアルファベットの“codawari”で検索すると、次は6月21日の16時にやりますという案内が出てくるが、もう少し探しやすい工夫は必要だ。

こういった伝統的なものを使った、普段の買い物ではなかなか出会えない商品を紹介するというのはショッピングチャンネルの強みであるので、よりアピールしていきたい。

・一番ご指摘が多かったのは、洗濯などのメンテナンスについて説明不足なのでは、ということかと思う。

中盤で「長く使っていただくために手洗いをしていただきたい」といった説明はあったものの、全体を通しては画面上で「手洗い可」という表示だけであり、アイロンがけであるとか色落ちであるとか、それ以外のメンテナンスについての説明が無かった。

特殊な素材・作り方をしている商品であるので、メンテナンスを気にされる方は多いと思う。より丁寧な説明をし、表示面でも改善できるところをしていきたい。

・ファッション用語で、“ジレ”とか“21番スラブ”とかいう表現があった。

“ジレ”はファッション用語で袖がないトップスのことだが、そこまで一般的ではないかもしれない。

“21番スラブ”という表現も、ゲストが説明の際に「ちょっと少しマニアックな話ですが」といった前置きを置いて、“21番”という糸の太さが絶妙だといったところをお伝えする意図であったが、こういった専門用語については、補足の説明も合わせてきちんと行っていくようにしたい。

・“文人”柄の説明が最後までなかったというご指摘も複数いただいた。

調べていただいた通り、文人が愛した柄ということだが、素材や作り方の説明はたくさんあったが、“文人”の説明は最後までなかったため、疑問に思った視聴者もいらっしまったかもしれず、もう少し説明があってもよかった。

・“儀右エ門”というブランドの説明があまりなかったのではないかとのご指摘があった。

“儀右エ門”はオカモト商店が立ち上げたブランド名で、久留米緋の創始者の協力者の1人からの名付けだということのようだが、そのあたりの説明はなかった。こちらは番組のタイトルにもなっているので、よりわかりやすい説明をしていければと考えている。

・キャストが着替えに入ってからゲストさんが気の毒だったといったご指摘をいただいた。

こちらは、キャストが実際に着用して着用感などをお伝えしたいと中座して着替えたもので、事前に打ち合わせをして、こういう進行をするのであれば、お互いの役割みたいところを理解した上で実施をしており、万が一進行が難しくなるような状況になれば、その際のマニュアルみたいなものも整備した上で臨んでいるが、今回も少しぎこちなさそうなところはあったかと思うので、より安心して視聴いただけるような準備であったり、進行や見せ方については引き続き検討したい。

・評価いただいた点としては、キャストの着心地やサイズ感についての訴求であるとか、キャストやモデルの身長が表示であるとか、工夫してわかりやすかったといったコメントもいただいたので、テレビを通して伝える上で、引き続き試行錯誤しながら、よりわかりやすい見せ方や演出といったところに注力していきたい。

・マイクが少し目ざわりというご意見をいただいた。

マイクに関しては服装や演出、商材などによって、胸元につけたり、耳から通して話したり、場合によってはハンドマイクといって手で持って説明するとか、いろいろと変えて、お客様に聞きやすい機材をチョイスして使っている。

ただ、着替える際にマイクに洋服が擦れて説明が聞き取れなかったとか、マイクへのご指摘というのは実はお客様からもいくつもある。

その都度場面に合わせて、どのマイクを選べばお客様に聞きやすくわかりやすくお伝えできるかというのを考えながら進めていきたいと思う。

・“ウェイトリスト”とは、商品の追加手配などができた場合に注文を受けることができるというサービスになる。普段からショップチャンネルでお買い物をしていただいているお客様はご存じかと思われるし、画面の下の方でも時々説明の表示をしているが、初めてご覧になった方などに確かにわかりづらいかと思うので、より丁寧な説明は必要だと改めて思った。

・モデル着用時のBGMについて、以前もご指摘いただいたかと思う、

ファッションに特化したスタジオでの演出の1つとして音楽を入れるということをやっており、定期的には選曲を見直しているが、BGMに関してはお客様からお声があり、いただいたご意見も踏まえて、選曲であったりボリュームについても改善をしていきたい。

・ショップチャンネルでは商品によっては男性用のものも取り扱っており、一定程度は男性顧客からの購入もあるが、女性向けのものが多いというのは確かだ。

番組を見ていて、男性からは分かりにくい点があるというご指摘については、その通りかと思うので、商品選びだけではなく、番組の見せ方も含めて、今後は幅広い層に伝えていかなければいけないと改めて感じた。