

ユメミル、チカラ  
応援レポート  
2015

もっとうもっとう  
HOKKAIDO



HTBはひろばづくりで  
北海道の価値を高める地域メディアです



# HOKKAIDO

I do ～私たち、一人一人が地域でなすこと。

地上デジタル放送が始まった2003年、  
私たちは「HTB信条」を定めて、  
夢見る力を応援する広場として  
地域の未来をつくることを宣言しました。

完全地デジ化がなされた2011年には、  
「HTBビジョン 未来の北海道」を定めて、  
私たちがめざす北海道の姿を明文化し、  
実現に向けたアクションプランとして、  
6つのチカラを応援することにしました。

ユメミル、チカラ応援レポート2015は、  
ひろばづくりで北海道の価値を高める、  
HTBの「地域メディアとしての活動」を報告します。

## 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れます。

## 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  
向き合い活動が続ける皆さんや  
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。

## 社長×社員ダイアログ

# 私たちの

# HOKKAIDO

生活者の一人として、地域メディアを担う者として、  
愛する北海道のために何ができるのか、何をしていくべきなのか。  
日々の活動を振り返りながら、あらためて今、私たちのあり方を、考えました。



代表取締役社長  
**樋泉 実**



編成局編成部  
**佐藤 麻美**

函館市出身。人気番組「おにぎりあたためますか」に放送開始の2003年から出演。一児の母として育児に奮闘中。



営業局営業推進部 部長  
**福屋 渉**

長沼町出身。制作部時代にさまざまな自社制作番組に関わる。「HTBイチオシまつり」の起案者。実家は酪農を営んでいる。

※プロフィールは2015年3月31日付の情報です。

### 地域メディアの自負と自覚を 強くした「HTBイチオシまつり」

**樋泉** 昨年の大きなピックはやはり「HTBイチオシまつり」（以下、イチオシまつり）の開催でしたね。地域の方々に感謝を伝えられたことはもちろんですが、誰が私たちを支えているのか、送っているメッセージに反応してくれているのかを体感することができたという点で、私たちにとっても大きな収穫がありました。

**佐藤** 私は入社当時、先輩に「カメラの向こうに家族がいるように話さない」と言われたものです。でも、イメージだけではなかなか難しいんですよね。私は番組のイベントなどで視聴者とふれあって、伝える相手の姿が格段に明確になり、伝え方もメッセージも変わりました。それを全社員が経験できたことは、とても有意義だったと思います。

**福屋** 悪い反応もダイレクトに届いてきますから、視聴者と直に向き合うのは怖いことでもありました。でも、自分たちの実力が一番わかる。だからこそ、今回は「そつなくまとめる」のではなく、企画力、接客力、番組への愛情など自分たちの持っている力を全部出そうと呼びかけました。予想以上に多くの方にお越しいただき、開局以来最大規模のイベントとなったことは本当にうれしかったです。

**樋泉** テレビは一方向的に情報を送ることができるので、ともすれば伝わっているように勘違いしてしまうことがある。でも、本当にそうなのかを試したということですよね。自らを「地域メディア」と位置づけている私たちにとって、確かな目線で地域を見て、視聴者にとって意味あるメッセージを語っているのか、常に自問することは必要なことです。今の時代はこれだけ多様な選択肢がある。その中でメッセージもなく、小手先でつくったような番組を発信して

も誰も反応しない。むしろ、「そんなチャンネルなんか自分には必要ない」と言われてしまう。当たり前ですよ。

**佐藤** 口先だけの発言なのか、ちゃんと視聴者を見ているのか、視聴者はすぐに見抜きます。福屋さんはよく「ハッピー」という言葉を口にするんです。「迷ったら、大変でもハッピーな方を選べ」と。

**福屋** 作り手が本気で良いものをつくらうとすれば、画面は「幸せ」なものになる。それが私の持論なんです。テレビは生活必需品ではない。そこで必要とされていくための鍵は、「テレビは私の友達」と言ってもらえるかどうかだと思います。今回のイベントの成功で、生活にきちんと寄り添って番組をつくるという基本的なことを実直に行っていけば、テレビはもっともっと地域の方に親しまれる存在になっていくことができると確信できました。また、社員みんなでその感覚を共有できたことが、とても良かったと思っています。

私たち自身も  
地域の一生活者。



## すべての活動の原点は 地域の課題に寄り添うこと

**福屋** 東京で学生生活を送っている時、「家で発電してるの？どこにでも牛がいるの？」なんてよく聞かれたものです。北海道が正しく理解されていないことに憤慨しましたが、振り返ると自分自身も含め、北海道の人も北海道の魅力に気づいていなかったりするんだなと思いました。魅力があるのはわかっても体験する機会も意外とない。イチオシまつりでは各市町村にブースを出店していただきましたが、それは地域の魅力をもっと濃く地域に還元する試みの一つでした。

**佐藤** 私は各出店ブースのいちおしメニューを食べる「北海道30市町村完全制覇の味」という企画をSNSで行ったのですが、本当にたくさんの新しい出会いを得ることができて、各地にまだまだ魅力は埋もれていると実感しました。放送局には日々情報が届くので、あらゆる情報が集まっているような気になりがちですが、発見できていない価値は実は膨大にある。電波という強い発信力を持つ私たちがそこに気づくことは、非常に大切なことですね。

**樋泉** 価値を掘り起こし、豊かに語ることが地域の代弁者である地域メディアの役割です。情報発信技術の進歩で独自の発信が可能になり、「地方」が「地域」になった今、東京から見た目線のみで北海道を語る必要はない。アジアから多くの観光客が訪れています。アジアの「一地域」である北海道に、ほかにはない魅力を感じているからだと思います。多様な目線で価値を発信していけば、地域が元気になるチャンスは次々に生まれてくるはずですよ。

**福屋** 各市町村の細かな情報を拾いにくい。それこそが地域のパートナーである地域メディアの仕事ですよね。「話題にする」ことはメディアの得意分野。情報発信で人と情報、人と人を結んで、ネットワークづくり、仲間づくりに貢献することは北海道の未来に貢献することだし、私たちの日々の放送活動にとっても、長期的には経営面にもプラスになることだと思います。

**樋泉** 時には長い時間がかかって花開くものもありますが、目先の利益ではなく地域の未来を見据えることが第一です。大事なステークホルダーである地域、視聴者のための価値づくりを手伝わせていただくことは私たちの義務です。

**佐藤** 日々の報道活動も、メディアの責務としておろそかにしてはいけないことですよ。東日本大震災後、その思いを強くしました。それも一過性ではなく、ずっと伝え続けることに意味があると感じています。

**樋泉** そうですね。災害や事件を劇場化させるのではなく、つらい思いをした人をどう支えるか、次の世代にその教訓をどう伝えていくかを考え、継続的な報道活動を行うことがメディアの最重要課題。被災された方の想いを「背負って」いくことは、公共の電波を預かっているメディアの使命です。

**佐藤** 東日本大震災直後にアナウンス部が中心となって立ち上げた「今、私たちにできること」というプロジェクトでは、メッセージイベントを札幌市の地下歩行空間で開催しています。4年目の今年、どれくらいの方が関心を持ってくださるのか、正直不安でした。でも当日は思っていた以上にたくさんの方が足を止め、真剣な表情で聞いてくださった。活

動の重要性を再認識し、伝え続けていく決意を新たにしました。

**樋泉** 私は内定式の時に新入社員に3つ、宿題を出しています。そのうちの一つが3.11の現場を自分の目で見てくることです。北海道は東北と関係が深く、避難してきている人もまだまだたくさんいらっしゃって、他人ごとでは全くない。また、北海道は地震や火山活動が頻発する場所で、減災・災害報道はHTBの大きなミッションでもあるわけです。「地域の課題に寄り添う」ことが私たちのすべての活動の原点にあります。地域を応援することも、地域の想いを背負うことも、どちらも私たちが取り組まなくてはならない活動といえます。

## 社員一人一人がひろばをつくる それが北海道のチカラになる

**福屋** イチオシまつりで地域に接し、地域を学んだことで社員の顔つきが変わったような気がします。番組をつくることだけが目的ではない。自分たちに何ができるか、何を伝えていけるかということを考え、実践していく選択肢の中に番組がある。「私たちは『地域メディア』だ」という意識は全社的に強まった感があります。

**佐藤** イチオシまつりではSNSでの発信が生活者とのコミュニケーションづくりに大きく役立ちました。普段の放送などでもSNSやデジタル技術を活用するのが当たり前になっていますが、放送を企業活動のベースとしつつ、クロスメディアで立体的、効果的に「伝える」ことに取り組んでいきたいと思っています。

**樋泉** HTBは「ひろばづくり」を企業理念に掲げています。ひろばというのは、多くの人に参加して初めて成立する。私たちは放送局ですが、「画面」の中だけをイメージして考えると発想は狭くなってしまいます。これだけ情報発信の手段が増え、全国へも海外へもおもしろい展開ができる時代ですから、番組を起点にさまざまな方法で人々とのコミュニケーションを図り、どんどんひろばを増やしていきたいですね。

**佐藤** 私の夢は、HTBが子どもを応援するひろばとなることなんです。テレビの楽しさを伝える。日本語の美しさや豊かさ、すばらしさを伝える。そんな活動を通して子どもの夢が膨らんでいく場にHTBになったらすてきだと、自分が母になったことを機に思うようになりました。

**樋泉** 素晴らしいですね。私たち自身も地域の一生活者。自分の実感を出発点に次世代の人に向けて何ができるか、地域の新たな価値をどう作るのかを考えることはとても大事です。生活者とのコミュニケーションと共感が生まれる場所まで提供して、はじめて「ものづくり」です。北海道がもっともっと魅力的であるために、一人一人がひろばづくりに取り組む。その活動の総体として「6チャンネル」が地域に愛されることが、理想のかたちですね。



一過性ではなく、  
ずっと伝え続けることに  
意味があると感じます。

地域を学んだことで  
社員の顔つきが  
変わったような  
気がします。





特集

5万人が、

# HTBイチ

2014年10月、ケーズデンキ月寒ドームとHTB本社を会場に初めて開催した「HTBイチオンまつり」。当社のフラッグシップである朝夕の大型情報ワイド番組『イチオン!』と『イチオン!モーニング』を中心としながら、全社を挙げて開催したイベントです。

イベントのテーマは「ふれあい」。HTBの全番組が参加し、それぞれに工夫を凝らしたブースを作って社員一人一人が自らお客様をもてなしました。イベントには10月3日～5日の3日間で5万人が来場し、開局以来最大の集客となりました。

イベントを通し、私たちは地域の皆様からHTBに寄せられている大きな期待を肌で感じ、地域メディアとしての自覚を新たにしました。テレビカメラの向こう側には、確かにコミュニティーがある。「HTBイチオンまつり」はHTBで働く全員がそのことを再確認する重要な機会となりました。



## FOOD

### 市町村と共に地域の食を応援

多様性に富んだ道内179市町村は、一つ一つが北海道の魅力であり宝物です。「HTBイチオンまつり」では30市町村にフードエリアに出店いただきました。

森町と長万部町とは、『イチオン!』メインMCのヒロ福地さんとのコラボメニューを作成。森町特産のカボチャを活かしたコロッケ「ヒロ特製森の宝物」、長万部町名物のかにめし弁当をアレンジした「ヒロ特製プレミアムかにめしバーガー」を開発し好評を得ました。国井美佐アナウンサーは松前町で1週間の修行を行い、自ら発案した「まぐろ解体ショー」に挑みました。趣向を凝らしたご当地グルメを提供する取り組みは、来場者に北海道の食の魅力と可能性を伝え、笑顔を生み出すことにつながりました。



# 集った、笑った！ オシ!まつり



## みんなで考え、行動 楽しみながらエコに取り組む

HTBは洞爺湖サミットが開催された2008年に環境キャンペーン「TOYAから明日へ!」をスタートさせ、脱地球温暖化活動に取り組んでいます。「楽(らく)エコ!＝楽しむことがエコになる」をコンセプトに、来場者と一緒に環境に優しい運営に取り組みました。

人気アーティストによるライブ『eSongs』ではグリーン電力を利用。また、社内で回収に取り組んでいるペットボトルキャップ2万5,000個を縦2.7メートル×横9メートルの巨大パネルに貼り付け大通公園の絵を描きました。道内外からの協力で回収した数は最終的に40万個にものびりました。ごみは5分別してリサイクルしました。これからも生活者と共に地域と環境に何ができるかを考え続けていきます。

ECOLOGY

COMMUNITY

## 「ステーションメッセージ」を収録 参加で喜びと共感の輪をつくる

ご来場いただいた約300組にご協力頂き、「onちゃん、6ちゃん、HTB」というステーションメッセージの収録を行いました。番組出演者と一緒にカメラの前に立ったお客様からは、「うれしかった」、「興奮した」、「これまでにない思い出作りができた」などの声を頂き『イチオシ!』をより身近に感じてもらうことができました。テレビとは誰もが楽しく参加できるひろば。収録した700本のステーションメッセージは後日オンエアしました。





●HTBイチオシ!まつり HTB企画ブース

- アナウンサーヒストリー
- アナカフェsupported by美鈴コーヒー
- FFFFFF野球放送席体験
- おにぎりあたためますか
- onちゃんパーク



- アブラックpresents  
いのちの教室
- イチオン!&イチモニお天気パーク  
めざせ!お天気博士  
お天Qクイズラリー-withどん兵衛
- 医TV

- 「onちゃん、6ちゃん、HTB」  
収録ひろば
- 水曜どうでしょう



- ハナタレナックス
- ペットボトルキャップアート
- ママズパーティ  
クルールさっぽろ×情報マルシェ!
- 麦チェン北海道×イチオン!モーニング  
みんなで育てるパンプロジェクト  
with LAWSON



- 今そこにある詐欺
- HTB緑日
- FFFFFF生実況!  
ピッチングwithリボンシトロン

- スタジオ見学
- 中継車体験



- LOVE HOKKAIDO

社員が学んだこと

「HTBイチオシ!まつり」は、生活者との対面交流を通してHTBブランドの浸透を社員が肌で感じる機会でした。コミュニティーと出逢い、「地域を深掘りした」巨大なひろばで過ごした時間から、一人一人が多くのことを学びました。

「相手の顔を思い浮かべて仕事に取り組んでいたのだろうか」。基本的で、実は一番難しいことです。ひろばを作る方法は無限。それに気づき、実現していくことの大切さを感じました。



プロデュース部  
「HTB イチオシ!まつり」  
総合演出担当  
大畑 隼介

ブースでお客様と接し、「やっぱりみんなファイターズが好きなんだ!」という実感を得ました。これからも皆様が求める、HTBならではのファイターズ情報を伝えていきます。



スポーツ部  
柴田 遼

お客様が出演者に友達や家族にように接して下さっている様子を見て、「視聴者と距離の近い番組づくり」が、少しずつつかもせませんが、実を結んでいると感じることができました。



社会情報部  
「イチオシ」  
ディレクター  
武内 拓晋

「アナカフェ」ではおもてなしする側の私たちが逆に励まされ、「ママズパーティ」では女性の力にあらためて驚かされました。地元のコミュニティーと一緒に盛り上げていける会社でありたいと思いました。



アナウンス部  
森 さやか

落ちつかない状況もありましたが、心配していたクリームなどはほぼなく、「楽しい」など喜びのツイートがたくさん頂くことができました。当社や番組への信頼感を強く感じる事ができた貴重な3日間でした。



クロスメディア  
コミュニケーションセンター  
高橋 啓人

「うちにも詐欺の電話が……」という声の多さに、背筋が伸びました。また、出演者と来場者の交流を目にし、作り手の人間味を感じてもらうことが日々の報道に「体温」を与えるのではと思いました。



報道部  
北村 玲奈

今回、たくさんの方にお声をかけていただいたことで、自分が誰に向けて情報やニュースを届けているのかを実感できました。エネルギーを頂いた分、放送でしっかり恩返ししていきます。



アナウンス部  
「イチオシ!」MC  
国井 美佐

制作現場のやる気をスポンサーや市町村の皆様とかたちにでき、それを5万人が喜んでくださったことは大きな励みです。「HTBっていいね!」と思っていただくために前進あるのみとの思いを強くしました。



営業推進部  
阿久津 友紀

本社会場には3日間で1,500人を超える皆様が足を運んでくださいました。近隣住民の方も気軽に遊びに来てくださり、密な交流の中でHTBが地域に根差した放送局になっていることを感じました。



総務部  
伏屋 昌幸

「第1回」ほど難しいものはありませんが、「イチオシ!」を絶対に売ろうと全営業社員が奔走。クライアントにも大変喜んでいただき、HTBがチームとして一つになることの大切さも実感できました。



東京支社営業部  
柴田 慎司

賑わいとふれあいの創出、有益な情報の提供は、各市町村や企業、コミュニティーのご協力なしには実現できなかったこと。「地域メディア×地域のコンテンツ力」で開いたまつりの花を、2年目も大きく育てます。



営業部  
和嶋 利典





@暮らし



@冬



@テレビ



# 私たちの ひろばづくり

ひろばとは、コミュニティが生まれる場所。  
人と人の笑顔のつながりが、  
さらに笑顔を生み出すことを願って、  
私たちは日々、“ひろばづくり”に打ち込んでいます。  
リアルな場所からネット上の空間まで、  
さまざまなジャンルで、フィールドでHTBが行ってきた、  
2014年度の活動をご報告します。



@みらい

@アジア



アジアの目線を「HOKKAIDO」へ

# アジア

世界規模で見つめると、北海道も東京も同じく「地域」です。HTBは「HOKKAIDO」の多様な魅力を地域メディアならではの切り口で世界に発信。自社制作番組『LOVE HOKKAIDO』は各地で人気を博し、観光ニーズを掘り起こしています。

## CNTVと提携し、全世界へ配信広がる『LOVE HOKKAIDO』

HTBは1997年から、台湾を中心とした東アジアへの積極的な情報発信を行ってきました。2013年からは、中国、カナダ籍のMCとHTBアナウンサーが北海道の“愛あふれる人・モノ・コト”を体験を通じて伝える自社制作番組『LOVE HOKKAIDO』の放送を開始。シンガポールを皮切りに放送エリアは次々に拡大し、現在は8つの国と地域で放送されています。

2015年4月には中国中央テレビ(CCTV)のインターネット放送「CNTV」と提携。レギュラーでVOD(ビデオオンデマンド)配信を開始し、世界中で視聴が可能になりました。CNTVが日本のメディアと提携、番組配信を行うのはこれが初の試みです。



▲「LOVE HOKKAIDO」を見て来道したという観光客と取材クルーが道内で出会うことも増えています。

## 番組関連情報も含めた 多様な情報をSNSで強かに発信

番組の放送と連動してSNSやホームページでも北海道情報を発信しています。特に中国に向けては、2011年4月から中国版Twitter「新浪微博(weibo)」を利用して番組や北海道のトピックスを配信。2014年12月からはコミュニケーションアプリ「微信(WeChat)」も活用し、「雪まつり」、「雪かき」、「日本の朝食」といったイベントから生活文化まで、幅広い情報を発信しています。

ホームページの『LOVE HOKKAIDO』コンテンツも2014年12月より簡体字・繁体字表示対応を行いました。以後、安定したアクセスが中国から寄せられています。

▶番組への関心は非常に高く、「新浪微博」では2015年4月現在で1万人のフォロワーを獲得しています。



## オール北海道ロケで魅力発信 「北海道ドリームゲームショー」

アジアの5つの国と地域から集まった北海道が大好きな男女10人が、北海道愛を競う「北海道ドリームゲームショー」。北海道、札幌市などが企画・運営を行い、HTBは番組制作と海外放送を担当しました。

参加者は道内各地を巡りクイズ&ゲームに挑戦。HTBはその激闘の模様を、北海道の美しい風景とともに『LOVE HOKKAIDO』で2015年2月、4回にわたり放送し、観光客の誘引を図りました。3月には北海道でも、2時間特番として放送しました。



◀函館、留寿都、帯広、釧路、網走、旭川、札幌を巡り、厳冬の北海道の雄大な景色の中で生まれた涙と友情を記録。番組として発信しました。

## アジアに北海道の食を! 映像の力で品質を売り込む

HTBは、北海道産食材や特産品の海外展開を応援しています。2014年11月には北海道や札幌市などがバンコクで開催した道産品PRイベント「うまいっしょ北海道」に合わせ、タイのアマリンTVの取材クルーを北海道に招き、食に関する取材と放送をサポートしました。

2015年2月には、上海新世界大丸百貨の十勝キャンペーンに合わせ、十勝のチーズ工場を取材。作り手のこだわり、安全性や品質の高さなどを『LOVE HOKKAIDO』で紹介しました。



▼コロッケについての取材をサポート。「北海道のジャガイモはおいしく、安心・安全」と評判で、現地スーパーでの売れ行きは好調でした。

## T O P I C S

### 『LOVE HOKKAIDO』出演者 アイシスの交流で広がる輪

北海道と、そこに暮らす人々をこよなく愛する『LOVE HOKKAIDO』出演者のアイシスは、取材先の出来事や各地の美しい四季の写真を英語版の公式Facebookで積極的に発信。海外視聴者からのメッセージにも自ら答えています。取材先でお世話になった方々には放送終了後、感謝の気持ちを伝えるサンキューレターを送っています。こうした活動は北海道を愛し、共に応援する気持ちを視聴者や地域の皆様と共有することにつながり、交流の輪が広がっています。



# 冬

HTBは「さっぽろ雪まつり」のメイン会場である大通公園で、唯一、1社で2会場を運営しています。  
 長く厳しい冬は、見方を変えれば類まれなる北海道の財産。  
 冬の一大イベントを舞台に、  
 北海道の冬の美しさや、雪が生む楽しさを国内外に発信しています。

## 日本の魅力を雪像で表現 世界遺産も含め39基を制作

大通8丁目会場ではイベントの目玉である大雪像を制作しています。国内外の伝統的建築物など、1977年から39基を制作。うち6つは世界遺産に登録されている建築物を雪像化しています。2015年の大雪像はほぼ実物大の世界遺産「春日大社・中門」です。会期初日に訪れた春日大社の宮司は、精巧な出来ばえに驚きの声を上げていました。

2015年のさっぽろ雪まつりの総来場者数は235万人。ここ数年は海外からの観光客はもちろん、海外メディアの取材も増えています。今回の雪像制作期間中にはキャロライン・ケ

ネディ駐日大使が視察に訪れ、制作隊からの説明を受けながら匠の技で作り上げられる大雪像を鑑賞しました。

▶視察に訪れたケネディ駐日大使。「さっぽろ雪まつりは素晴らしい」と感想を述べていました。



▲春日大社・中門(第66回・2015年)



▲金閣寺(第37回・1986年)



▲姫路城(第45回・1994年)



▲二条城(第46回・1995年)



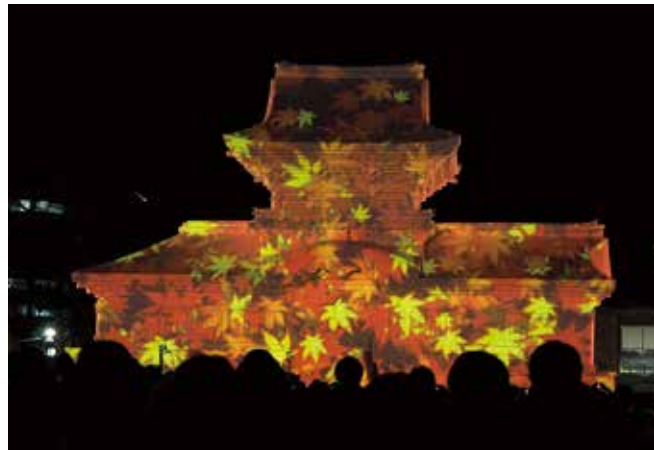
▲比叡山延暦寺(第47回・1996年)



▲法隆寺(第57回・2006年)

## 映像の力で新たな感動を創造 プロジェクションマッピング実施

冬の北海道を代表する映像文化の創造と位置づけ、2014年から大雪像へのプロジェクションマッピングを行っています。今回は春日大社の自然と四季をテーマに時間と光の旅を描いた「雪月風花」を上映。地元の人はもとより、国内外の観光客にも冬の北海道の魅力をアピールしました。会期中に98回上映し、16万人が映像美を楽しみました。



## 次世代技術の伝送実験に参加 北海道の美しさを精細画質で伝える

さっぽろ雪まつり会場で行われた、独立行政法人情報通信研究機構(NICT)の4K伝送実験に参加しました。実験では、高画質テレビ技術を利用して美しい映像をリアルタイムでタイのバンコクへ届けました。

また、4Kの次の規格である8Kカメラで雪の北海道を撮影し、東京から大阪まで伝送する実験にも参加。撮影は強風吹き荒れる中で行われましたが、迫力のある精細な映像を伝送することができました。



◀昼間の賑わいからプロジェクションマッピングで彩られた夜間の雪像まで、さまざまなシーンを高画質でバンコクに届けることができました。



## 冬の楽しみを体感できるイベント 「白い恋人 PARK AIR」

大通3丁目会場では、2007年からプロを含めたライダー、スキーヤーが華麗なジャンプを披露するインシティスノーイベント「白い恋人 PARK AIR」を開催しています。2本のキッカーから延べ677名のライダーとスキーヤーが4,273回のジャンプを披露。スノーボードやフリースタイルスキーのファンはもちろん、ストレートジャンプを初めて目にする観光客にもその魅力を迫力たっぷりにアピールしました。

また、特別番組を自社運営の動画配信サイト「HTB北海道 onデマンド」で配信。来場できなかった多くの方にも、見事なジャンプと会場の熱気をお届けしました。



▲高さ24メートル、全長60メートルの巨大なジャンプ台が都心に登場。9回目の今回は、会場内に初めて観覧席を設置しました。

# 暮らし

ひろばづくりの原点は日々の番組です。  
フラッグシップコンテンツである  
『イチオシ!』&『イチオシ!モーニング』を軸に、  
生活情報から防犯、防災・減災報道まで  
地域に寄り添う情報を届け続けています。

## 3,000回達成の感謝を込めて 『イチオシ!』が視聴者と交流

「つながる、笑顔」をコンセプトに、地域に根差した情報を生放送で日々発信する情報ワイド『イチオシ!』は2015年1月29日、放送3,000回を迎えました。当日は感謝を込めて本社前で「イチオシ!特製海鮮鍋」を振る舞いました。また、スタジオを飛び出し特設会場で『イチオシ!』を公開生放送。出演者のやりとりを多くの方に間近で楽しんでいただきました。

視聴者との交流を通し、出演者・スタッフ一人一人の感謝の気持ちが強まり、また、北海道民に寄り添う番組づくりの必要性、番組の存在感や寄せられる支持なども再認識することができました。小さなひろばから、大きな気づきを得ることができた時間でした。



◀ 鍋には真冬の平日にもかかわらず、正午を回った頃から行列ができました。集まったたくさんの方々の笑顔に大きな励みを頂きました。

## 『イチオシ!モーニング』 平日6時スタートに

「北海道の朝を元気に!」を合言葉に、北海道の地域局では唯一全編生放送で北海道の情報をお届けしている『イチオシ!モーニング』、通称「イチモニ」。2014年9月28日、秋改編で平日の番組スタートを25分早め、6時から8時までの2時間枠となりました。多くの情報をわかりやすくコンパクトに伝えるため、ニュース、天気、スポーツ、芸能などの各コーナーをブラッシュアップ。さらに明るくきめ細かく、気になる情報を発信する朝の顔として、いっそうの進化を図っています。



## ファイターズとコラボで市町村応援 「世界に一つだけの味」

全道各市町村の人気グルメベスト3を地元の方々の投票で決める『イチオシ!』の人気コーナー「世界に一つだけの味」。プロ野球のシーズン中は、北海道日本ハムファイターズの「北海道179市町村応援大使」を務める選手に出演いただいています。地元球団との連携で北海道の食の魅力を強力に発信しています。



## 一日の元気をチャージ 「onちゃんおはようたいそう」

4月から「イチモニ」で放送している「onちゃんおはようたいそう」。作詞・振付・歌は「イチモニ」MCの林・石沢アナウンサーと、木村愛里さんが担当しました。大変人気のあるコーナーで、ビデオ募集にも多くの送付を頂いています。体操が北海道民の健康維持に役立ち、笑顔をつなぐ力になることを願い、毎朝お送りしています。



## 安心・安全な毎日のために キャンペーン「今そこにある詐欺」

詐欺被害を1件でも減らそうと2013年に始めた詐欺撲滅キャンペーン「今そこにある詐欺」。『イチオシ!』内での放送は500回を迎えました。ホームページでの情報発信、YouTubeへの動画アップ、各種イベントでのパネル展示や消費者センターなどでの講演など、多面的な活動を展開してきました。継続的な報道は高く評価され、平成26年日本民間放送連盟賞



特別表彰部門「放送と公共性」で優秀賞、第52回ギャラクシー賞報道活動部門で選奨に選ばれました。

## 減災報道の一環として 「お絵かき天気」

悪天候の日も、毎朝札幌市内中心部の大通ビッセ前からお届けするお天気コーナー「清水予報士のお絵かきワンポイント」。傘や上着が必要かなど、お出かけ前の忙しい時間帯に気になることをイラストでわかりやすく解説しています。また、視聴者参加の「ソラをライブ」の情報を活用し、各地の空模様を視聴者と共有しています。天気情報は減災報道の一環であることの意識をしっかり持ち、どこよりも詳しい情報を届けることに努めています。



## メディアの責任として取り組む 調査報道「復興事業費横領事件」

岩手県山田町で起きた旭川市のNPOによる復興事業費横領事件について、徹底した取材と『イチオシ!』での報道を続けました。日々のニュースに加え、1年間で3本のドキュメンタリー番組を制作。集大成のテレメンタリー『裏切りの復興支援隊 消えた12億円の行方』は2014年度テレメンタリー年間最優秀賞、第52回ギャラクシー賞奨励賞を受賞しました。また、被疑者逮捕の独占スクープ取材は2014年ANN年間大賞に選ばれました。



## 産地と食卓をつなぐ 産地応援コーナー「食のチカラ」

毎週土曜日の『イチオシ!プラス』レギュラーコーナー「食のチカラ」では、北海道の食と生産者を紹介。月1回放送の「食のチカラ スペシャル」では、依田英将アナウンサーが道内各地の生産者を取材しました。収穫の喜びや土地に伝わるおいしい食べ方を発掘することに加え、データ放送でレシピも配信。産地と消費者をつなぐ取り組みとして食材を販売するスーパーからの生中継も行いました。



# テレビ

驚きや気づきを得たり、元気になったり、誰かと語らう出発点になったり……。テレビの力を信じ、その可能性を広げるものづくりで地域の課題に取り組む。日々の仕事で夢を育み希望をつくることは、私たちの大切な仕事です。

## オールHTBでストーリーを紡いだ ドラマ『UBASUTE』制作

1996年から地域発ドラマとして先駆的な試みを続けてきたHTBスペシャルドラマ。18作目の『UBASUTE』では、大都市・札幌を舞台に居場所を求める若者と老人の交流を描きました。今回は報道部出身のディレクターが伝えたいテーマについて自ら取材し、企画・脚本・演出を行うという全国的にも例のない体制で制作。スタッフやエキストラには部署を越え多くの有志が参加し、ドラマづくりの喜びを共有しました。オールHTBで生まれた本作は、SNSによる情報発信で全国へと広がり、多くの若者の共感を呼びました。



ディレクター  
海野 祐至

今作のテーマは“共生”です。若年ホームレスと呼ばれる人たちはなるべくしてそうなったのでしょうか。高齢化社会を迎えた今、お年寄りには養われるだけの存在なのでしょうか。現実と向き合いそれを理解することが、年代や価値観の違う人々との共生、幸せにつながっていくと私は信じています。番組が自分自身、そして周囲の人たちの将来や幸せについて考える一助になればうれしい限りです。





## 地域の生活をつづる新聞投稿を番組に 『いずみ～北海道くらしの詩』

北海道で暮らす女性の思いを60年間紹介してきた北海道新聞の人気投稿コラム「いずみ」。HTBの若手女性スタッフが掲載内容に深く共感したことを機に、テレビ番組化しました。北海道の美しい景色の中で標茶町出身の女優・高橋恵子さんが投稿を朗読。それぞれの時代を生きた女性たちの思いは世代を超えて多くの反響を呼びました。

番組はさらに発展をみせ、一般読者と語らう「道新ニュースカフェ」で北海道新聞社生活部の木寄美和デスクとHTBの川村真智子プロデューサーがテレビと新聞との共同作業や番組の撮影秘話などを披露。「いずみ」連載60周年記念イベントには、高橋恵子さんと、番組で音楽を担当した函館出身のミュージシャン・あがた森魚さんらが出演し、「いずみ」ファンと交流しました。



▲地域とはそこに暮らす人々の物語であり、生活の歴史でもあります。生まれた共感は、メディアと生活者のひろばになりました。

## 若者の夢を結んで100回目 「夢チカLIVE」開催

若き道産子の夢を応援し、北海道に新たなミュージックシーンを築くとの思いで15年前にスタートした深夜音楽番組『夢チカ18』。この番組が生んだ音楽イベント「夢チカLIVE」が2015年1月31日に開催100回目を迎えました。地元ミュージシャンにとっては現在メジャーシーンで活躍するアーティストも出演してきた夢の舞台、リスナーにとっては北海道で見る機会の少ない注目バンドを手頃な価格で楽しめる時間として“夢の架け橋”となってきました。記念の100回目には北海道を代表する5バンドが出演し、会場は熱気に包まれました。



▲「怒髪天」、「sleepy.ab」、「BAZRA」、「BUGY CRAXONE」、「THE BOYS&GIRLS」が出演。チケットは即完売しました。

## パタゴニアの今から温暖化を考える 放送後も問題提起を継続

地球温暖化防止キャンペーンの一環として、2012年から環境問題を考える大型番組を制作しています。北極・グリーンランドを取材した2013年放送の『氷の島のメッセージ』は第55回科学技術映像祭優秀賞、科学放送高柳賞2014年度優秀賞、北海道映像コンテスト2014優秀賞を受賞しています。2014年は北海道大学低温科学研究所の調査チームに同行。急速に後退している南米・パタゴニアの氷河を取材し、『パタゴニア 氷河×風×地球の未来』など番組3本を制作しました。

次世代テレビ規格である4Kカメラで撮影した映像で構成した番組は、次世代放送推進フォーラムの4K実験放送「Channel 4K」で全国放送したほか、「ひかりTV」のオンデマンド放送でも配信。2015年3月から5月まで、北大インフォメーションセンターで行った研究成果展示でも上映しました。

3月に行われた朝日新聞社・HTB主催の講演会「ポプラ広場」では杉山慎北海道大学准教授と濱中貴満プロデューサーが地球温暖化の現状と未来のエネルギー資源について講演。番組をきっかけとして、問題提起を行いました。



▲世界遺産に登録されている美しい光景。そこで起きている、現実を高精細の映像で映し出しました。

## 参加型企画でさらなるひろばへ 「HTB北海道onデマンド」

2012年4月、他の地域局に先駆けてスタートした自社運営による動画配信サービス「HTB北海道onデマンド」。北海道の情報を全国へ発信するメディアとして、情報バラエティー、ドラマ、ドキュメンタリー、スポーツなど約1,000本の動画を配信しており、会員数は4万4,000人を超えています。2014年には見やすさ、使いやすさを高めるためにトップ画面のデザインを一新。視聴者参加の一環として、一般の方からの動画募集も開始しました。さらに大きなひろばとなることをめざして、発展・進化を続けていきます。



▶有料コンテンツ『おにぎりあたためますか』のほか、『イチオシ!』の人気コーナー『世界に一つだけの味』『アッコが行く!』など無料コンテンツも豊富です。

## 感謝を伝える東北へ 「水曜どうでしょうTOHOKU CARAVAN」

人気番組「水曜どうでしょう」のスタッフによる東北キャラバンを2014年8月に実施しました。3,100km以上の道のりを20日間で駆け抜け、東日本大震災の被災地も含む東北6県11会場、1万1,000人のファンと交流しました。道中、トラブルにも見舞われましたが、ファンの方々や地元ボランティアの皆様の支えで無事に旅を終えることができ、スタッフ一同、感謝の気持ちでいっぱいとなりました。旅の様子は「HTB北海道onデマンド」で『東北CARAVANダイジェスト』として配信しています。



▲最終日、川原の小さな会場に集まった人たちが互いに火を分け合ってつけた花火は、東北出身の作家・宮沢賢治が描いた「貝の火」の灯のようでした。東北の皆様と再会できる日を楽しみにしています。

## 北海道発の笑顔を多くの人に 『ハナタレナックス』全国放送

放送12周年を迎えた『ハナタレナックス』は、道産子の演劇ユニット「TEAM NACS」のメンバーが揃って出演する北海道の深夜バラエティー番組です。全国各地のファンの声に応えるとともに北海道発の元気と笑いを日本中に届けたいとの思いから、2015年2月に『自由気ままなドライブ旅 ちよいのりin函館』を全国放送しました。出演者5人の素顔全開、ハプニング続出の珍道中への反響は大きく、インターネットの検索ワードやツイッターでも話題になり、多くのファンに喜んでいただきました。



▶番組内で使用したオリジナルガイドブックのプレゼントには2万4,000通もの応募がありました。



## みんなでワクワクをつくる 「深夜開拓魂」の挑戦

「深夜開拓魂」は部署を問わず社内から企画を募集し番組化するプロジェクトで、2010年にスタートしました。『平成ノブシコブシのヨルオシ!』、『壇蜜古画』、もえのあずきさんを起用した『食べる女』など全国区のタレントが出演する番組から、『イカナイバネ』などHTBのスタッフが自ら出演・撮影する手作り感あふれる番組まで、これまでに18本を制作。SNSとの連携を重視し、視聴者とみんなでひろばをつくって楽しんできました。



▲番組は「HTB北海道onデマンド」でも公開。道内の廃墟を訪ねるなど、マニアックな企画にも取り組みました。



メディアの使命を忘れない。

# 「今、私たちにできること」開催

2011年の東日本大震災直後、社内プロジェクト「北海道のチカラ 今、私たちにできること」を立ち上げました。その中の一つが、アナウンサーが中心となって震災翌年から取り組んだメッセージイベント「今、私たちにできること」です。2014年からは「3.11を風化させない」という思いを胸に、このイベントを開催しています。

## 土田英順チャリティーコンサート

日本を代表するチェリストで、震災直後から被災した子どもたちを支援し続けている土田英順さんのチャリティーコンサートを開催しました。土田さんのチェロは大津波の犠牲になった女性の形見のチェロを、彼女の友人たちの思いによって譲り受け、ボロボロの状態から蘇らせたもの。会場では2012年12月開設「東日本大震災支援 じいたん子ども基金」への募金活動も行いました。



## アナウンサーらによる朗読

アナウンサーにできることは、自分たちの持つ伝える力で忘れてはいけないことを人々に広く届けること。今年も被災された人たちの思いの詰まった絵本や物語を朗読しました。菊地友弘アナウンサーは岩手県釜石市出身。ふるさとへの思いで涙を抑えることができず、途中で声を詰まらせる場面もありました。



## 桜の花びらメッセージ

会場に桜の花びらをかたどったメッセージカードを用意。来場者に被災地への思いをつづっていただきました。カードはフリースクール・札幌自由が丘学園に通う生徒たちが作ってくれました。メッセージで満開になったイラストの桜の木は、宮城県仙台市と女川町の仮設住宅集会所にお届けしました。



▲後日、仙台市宮城野地区高砂の仮設住宅の自治会長さんから「桜の花に心のこもったメッセージ、勇気と元気をもらいました」と、写真とともにお礼の手紙を頂きました。



プロジェクトリーダー  
アナウンサー  
国井 美佐

アナウンス部では、被災した方の手記の朗読や小中学校への出前授業など、震災を伝える活動を続けています。最初は点でしかなかったこのプロジェクトは、同じ志を持つ人や企業とつながることで線となり、今回輪になったと感じました。人と人のつながりを大切に、この輪をさらに広げ、あたたかい気持ちであふれた“ひろば”が生まれるよう、これからも活動を続けます。

# みらい

子どもたちが未来を拓くチカラを蓄える土壌づくりは大人の仕事です。  
よりよい社会を次世代につなげるためにすべきこととして、  
HTBもアクションプランの一つに挙げています。  
地域社会と連携し、無限の可能性で未来を拓く子どもたちを応援しています。

## 札幌市と連携 豊平区まちづくりパートナー協定

2013年度から「とよひらHANA-LAND事業」の花苗スポンサーとなり、地下鉄南平岸駅からHTBまでのりんご坂沿道に花の苗と一緒に植えたり、豊平区のシンボルであるリンゴを本社前に植樹するなど、地域と連携してまちづくりに参加してきました。

2014年3月には、札幌市豊平区と「まちづくりパートナー協定」を結びました。協定は地域の未来を担う子どもたちの成長を応援し、地元豊平区のいっそうの発展と飛躍を共に願い協力を約束するものです。2014年度は地域の子どもたちに仕事の知識やおもしろさを学んでもらう「とよひら子どもユメひろば」を共同で開催しました。



▶札幌市が地上波テレビ局とまちづくりで提携を行うのは初めてのことで。



## 地域の大人や企業が先生に 「とよひら子どもユメひろば」

未来の社会を担う子どもたちに、仕事や生き方の選択肢を広げてもらいたいとの思いから、地元・豊平区と「地域で子どもの未来を応援する」というコンセプトを共有し、子どもたちのための夢育教室「とよひら子どもユメひろば」を企画しました。対象児童は豊平区内の小学校に通う4~6年生。小学校高学年は将来について考え始める年頃です。講師は豊平区在住もしくは区内の企業に勤務している、それぞれの分野で活躍するプロの皆様にお願しました。

2014年5月から10月までHTBなどを会場に毎月1回開催し、延べ110名の児童が参加しました。講師を務めた6組のプロフェッショナルは自らの「仕事」について、夢や喜び、こだわりや挫折、厳しさを真摯に子どもたちに語りました。



### ■各回講師 ※敬称略

|     |                           |
|-----|---------------------------|
| 第1回 | HTBアナウンサー 佐藤 麻美           |
| 第2回 | 北海道日本ハムファイターズ職員 高口 隆行     |
| 第3回 | HTB制作技術部 浅野 琢磨 ほか         |
| 第4回 | 菓子工房ケイク・デ・ポア オーナーシェフ 森 伸司 |
| 第5回 | イラストレーター 佐々木 小世里          |
| 第6回 | n-photo代表 フォトグラファー 原田 直樹  |

## 朗読会「先生、あのね…」 “原点”の福島でも開催

十勝を舞台にしたHTBノンフィクション『先生、あのね…～詩集サイロの50年～』の放送をきっかけとして2012年からスタートした詩の朗読会。道内の小学校を中心に、3年間にわたって各地で継続して開催してきました。一連の活動は第51回ギャラクシー賞報道活動部門で奨励賞を受賞しています。

2014年度は「サイロ」のモデルとなった詩集「青い窓」が発行されている福島県郡山市での朗読会を開催しました。福島では原発事故による土壌汚染などで、一部の学校活動が制約を受けています。そのような中でも目を輝かせて会に参加してくれる児童の姿に、子どもの豊かな感性とその心に寄り添う活動の大切さをあらためて感じました。



◀北海道でも福島でも変わらない、子どもたちの瑞々しい感性に出会うことができました。



## 楽しく理科とテレビに触れる 三菱電機サイエンス教室

子どもたちに身近な理科のおもしろさを発見してもらい理科を好きになってもらうという思いから、企業を挙げて理科教育を推進している三菱電機株式会社をパートナーに子ども向けサイエンス教室を開催。放送設備見学やニュースキャスター体験も行い、理科とテレビのことを学ぶ二部構成で実施しました。

理科教室は三菱電機のエンジニアが、テレビの授業はHTBのアナウンサーや技術スタッフなどが講師を務めました。2014年度は小学5・6年生を対象に夏休みと冬休みの2回実施し、毎回定員を上回る応募を頂きました。



▲実験を通じて身近な科学のファンギを体験。スタジオ見学では子どもたちに実際にテレビカメラを操作してもらいました。

## 読み聞かせなどでふれあいを 「onちゃんおはなし隊」病院へ

アナウンサーが絵本の読み聞かせなどを行う「onちゃんおはなし隊」は、市内の幼稚園や保育園に加え、病院への訪問にも力を入れています。

北海道大学病院では、長期の入院生活を送る子どもたちとふれあいました。放送用の原稿を読む「アナウンサー体験」では、最初は緊張した様子でしたが、それぞれがアナウンサーになりきって最後までしっかりニュースを伝えてくれました。札幌市中央区の厚生病院ではひなまつりのイベントとして開催。赤ちゃんからご高齢の方まで参加者全員と「onちゃんおはようたいそう」を楽しみ、この活動が年齢に関係なく喜んでいただけるものと実感することができました。今後も子育て支援センター、院内学級、高齢者のケアセンターなどで、皆様と一緒に元気な時間を過ごします。



▶北大病院での一コマ。厚生病院では、イベント後、車椅子の高齢の女性がonちゃんを抱き合い、「元気をもらった」と涙を流す一幕もありました。

## ユメを広げ、つなげる 「チームラボ」を道内初開催

サッポロファクトリーで「チームラボ 学ぶ!未来の遊園地 at ユメミル☆ひろば」を開催しました。イベントでは描いた魚がスクリーンの中を泳ぐお絵かき水族館など、デジタル技術を駆使したアトラクションのほか、壁や床に自由に絵や字を描ける「らくがきカフェ」を設置。43日間で5万4,000人が来場し、会場は子どもたちの笑顔であふれました。

「らくがきカフェ」で使用したスクール机といす26組は、イベント後にスタッフが清掃し、児童施設など6カ所に寄贈しました。イベント開催時だけでなく終了後にも広がりみせた活動となりました。

▶寄贈先のひとつ、児童デイサービス「ベングアート」では絵画や工作用の机として利用。子どもたちから「ありがとう」のメッセージを頂きました。





**阿久津友紀** (営業推進部)  
2014.6.20 北星学園大学 講義(メディアと社会)「『いのち』のこと、伝えるために」講師



**佐藤麻美** (編成部)  
2014.5.26 札幌市豊平区 「とよひら子どもユメひろば」先生  
9.15 岩見沢市情熱フェスティバル ステージイベント「地産地消キッチントークショー」出演者  
9.27 ぐるぐる映画祭「北海道の食と食育」講師  
12.16 旭川藤女子高校 出前授業「10年後の自分を作る」講師  
2015.1.17 北海道コカ・コーラ スタートアップミーティング基調講演「地域と社会、人と人など様々な『LINK(繋がり)』の大切さ」講師  
1.25 札幌市「子育て講座」講師  
2.18 北斗市立浜分中学校 キャリア教育講座「仕事のやりがいや喜びについて」先生  
3.15 札幌市経済局産業振興課 講演「地域と子育て」講師



**菊地友弘** (アナウンス部)  
2014.9.25 フリースクール札幌自由が丘学園 出前授業「東日本大震災について」先生

**森さやか** (アナウンス部)  
2015.1.17 札幌市男女共同参画センター SAPPORO WOMEN'S EXPO シンポジウム「札幌発!女性が当たり前前に働くことのできる社会へ」コーディネーター



**石沢綾子** (アナウンス部)  
2015.3.3 札幌市清田区女性企画委員会 ひなまつり講習会「発音・言葉・語りのヒント」講師



**地口直美** (コンテンツ事業室)  
2014.6.27 北星学園大学 講義(メディアと社会)「テレビ局のコンテンツビジネス」講師  
11.20 北海道大学学務部キャリアセンター 講演「マスコミ業界の就業環境」パネリスト

# 母校に、地域に、若者に…… 社員は語る



**鶴羽舞子** (報道部)  
2014.12.16 旭川藤女子高校 出前授業「10年後の自分を作る」講師

**国井美佐** (アナウンス部)  
2014.9.25 フリースクール札幌自由が丘学園 出前授業「東日本大震災について」先生  
10.8 札幌市立中の島中学校 職業体験「アナウンサーの仕事」先生  
11.15 米1グランプリinらんこし 審査員



**金子哲俊** (総務部)  
2014.7.24 札幌防火管理者協議会連合会・札幌清田区防火管理者協議会「防火・防災研修会」講師  
11.18 経済産業省北海道経済産業局「業界を学ぶゼミナール2014」スピーカー

**依田英将** (アナウンス部)  
2014.8.9 函館西警察署 いかっ娘キャラバン隊「いじめ防止読み聞かせ」出演者



**山上暢** (報道部)  
2014.11.15 札幌第一高校 職業講話講師



**沼田博光** (国際メディア事業部)

2014.10.22 小樽商科大学 講義(エバーグリーン総合科目Ⅲ)「北海道を世界に売り込め!地方テレビ局の挑戦」講師  
10.29 Japan Contents Showcase 「国際共同制作シンポジウム」パネリスト



**佐藤よしつぐ** (アナウンス部)

2014.11.6 札幌大学法学部 講義「消費者法」講師  
7.12 札幌大谷大学 シンポジウム「社会におけるメディアの役割」パネリスト



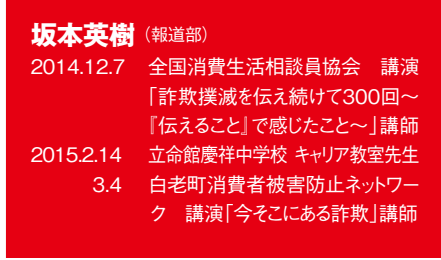
**川村真智子** (プロデュース部)

2014.10.16 北海道新聞 トークイベント「NewsBOX『いずみ』」スピーカー



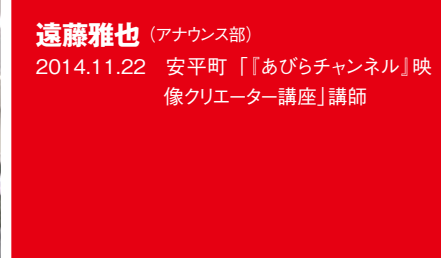
**坂本英樹** (報道部)

2014.12.7 全国消費生活相談員協会 講演「詐欺撲滅を伝え続けて300回〜『伝えること』で感じたこと〜」講師  
2015.2.14 立命館慶祥中学校 キャリア教室先生  
3.4 白老町消費者被害防止ネットワーク 講演「今そこにある詐欺」講師



**遠藤雅也** (アナウンス部)

2014.11.22 安平町 「『あびらチャンネル』映像クリエイター講座」講師

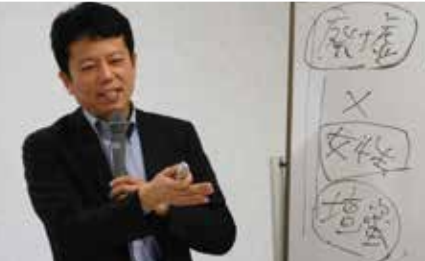


ここ数年、市町村や学校などから、「勉強会」「授業」「イベント」へのHTB社員の派遣依頼を頂くことが増えています。番組やイベント、地域活動を通じて生活者との交流が深まっていることを実感し、地域メディアとして、寄せられる期待に身が引き締まる思いです。2014年度も各地へ社員がおじゃまし、さまざまなテーマについて自らの言葉で語り、多くの方とふれあいました。社員一人一人が、それぞれ“ひろば”をつくっています。

※所属は2015年3月31日付です

**國本昌秀** (CSR広報室)

2014.11.18 経済産業省北海道経済産業局 「業界を学ぶゼミナール2014」スピーカー  
12.3 北海道開発技術センター 寒冷地技術シンポジウム「冬と除雪〜除雪ボランティア」スピーカー



**浅野早也香** (スポーツ部)

2014.10.24 関西大学 講演「テレビの仕事で見つけたこと」講師



**斉木基** (営業局)

2015.2.22 美唄教育委員会 講演「HTBの海外発信が北海道を元気にする」講師



**山田佳晴** (アナウンス部)

2014.10.8 札幌市立中の島中学校 職業体験「報道記者の仕事〜ニュース原稿を書いてみよう」先生



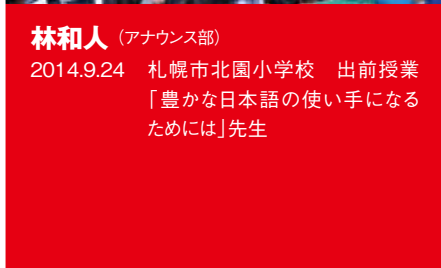
**浅野琢磨** (制作技術部)

2014.7.28 札幌市豊平区 「とよひら子どもユメひろば」先生



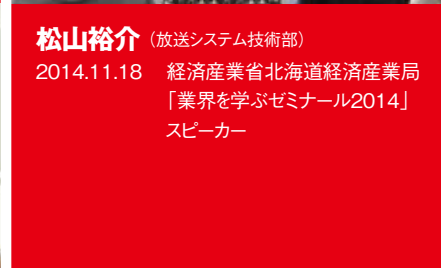
**林和人** (アナウンス部)

2014.9.24 札幌市北園小学校 出前授業「豊かな日本語の使い手になるためには」先生



**松山裕介** (放送システム技術部)

2014.11.18 経済産業省北海道経済産業局 「業界を学ぶゼミナール2014」スピーカー



テレビは、暮らしの重要なインフラとしての役割を持っています。  
 テレビに寄せられる期待に応え、メディアとしての責任を果たしていくために、  
 さまざまな技術開発や他メディアとの連携を進め、「伝える力」を高める挑戦を続けています。

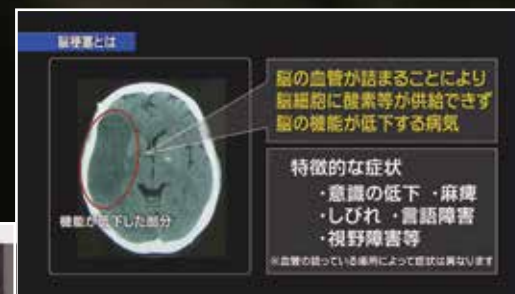
## 他メディアとの連携を広げる『医TV』 「ハイブリッドキャスト」でのレギュラー放送も

地域や患者の皆様が求める、地域医療の取り組みや医療情報を伝える5分間のミニ番組『医TV』。2014年度は、「径カテーテル大動脈弁留置術」を取り上げた番組を国内6地区で放送しました。また、BS朝日、名古屋テレビ、広島ホームテレビでも脳卒中、がんなどをテーマにした30分の特別番組を放送。ホームページでは道内の医療機関を検索できる「医TVほっかいどうマイドクター」をスタートし、地域新聞である函館新聞の紙面と連携するなど、さまざまな新機軸を打ち出しました。

さらに、2015年1月31日からは放送と通信を連携させた新規格「ハイブリッドキャスト」に対応し、新サービスを展開。テレビでの新たな表現やスマートフォン、タブレットとの連携を可能にしました。この新規格で放送に連動したレギュラー放送を行うのは民放初の取り組みです。ハイブリッドキャストについては、2013年度から総務省連携のスマートテレビ活用に関する実証実験放送に参加しており、継続的な技術蓄積を行ってきました。

## 「ハイブリッドキャスト」で遊ぶ 塗り絵とテレビがつながる

「アクアテレビ」はHTBのイベント向けハイブリッドキャストサービスです。魚や水草などを表示し水槽に見立てたテレビに、参加者が色塗りした魚を泳がせて観賞することができます。2014年10月に開催した「HTBイチオシ! まつり」の「アフラックpresents いのちの教室」で初めて本サービスを提供しました。子どもたちが魚の絵に色を塗り、スマートフォン、タブレットで撮影。自分が作った魚が実際に泳ぐ様子を見て楽しみました。このサービスは大変好評で、期間中に約130名が利用しました。



◀2009年にスタートし、放送回数280回を超えた『医TV』。2014年度は30分の特別番組も4本制作しました。



◀ハイブリッドキャストを利用し、簡易視力チェックも実施しました。

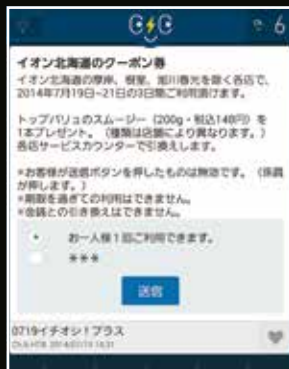
# 前へ! 明日へ!





## 次世代放送サービスの開発 暮らしに活用「SyncCast」

マルチスクリーン型放送研究会が開発したスマートフォンやタブレット向けの専用アプリ「SyncCast」に対応した実証実験放送を、2014年3月に「イチオシモーニング」で初めて実施しました。7月の「イチオシプラス」では、商品クーポンを配信。視聴者が実際に店舗を訪れてクーポンを交換する流れを構築しました。この取り組みは先進事例として2014年、国際放送機器展「InterBEE」で展示しました。



# テレビは進む

## スマホなどで視聴者同士が交流 専用アプリ「テレばた会議」の利用

「テレばた会議」は、視聴者同士がコメントやスタンプでコミュニケーションを楽しむことができるスマートフォン、タブレット向け専用アプリです。2014年7月～10月、自社制作のスポーツ番組『FFFFFF(エフファイブ)』と『イチオン!ファイターズ野球中継』で実証実験放送を行い、視聴者のアンケート投票なども実施してテレビの新しい楽しみ方を提供しました。放送を通じ、視聴者のコミュニティが自然に形成されていくのが印象的でした。



## アナログからデジタルへ 移行に伴う作業は大詰めを迎えています。

### 「新たな難視」を全面解消

デジタル放送への移行を機に安定した視聴ができなくなる現象を「新たな難視」と呼んでいます。放送事業者の責務として、道内の放送事業者と連携しその対策に2008年から取り組んできましたが、2014年度末をもって全面的な解消に至りました。

HTBは足寄町、標茶町、浜頓別町など27市町村、3,800世帯を担当し、総務省北海道総合通信局や地域の方々と連携しながら、技術的課題を一つ一つ解決してきました。広大な北海道で放送事業を行う者として、電波をご家庭に届けるための作業に携わったことは貴重な経験となりました。



▲無線共聴鉄塔に登ってカバーエリアを実際に双眼鏡で確認するなど、通常は行わない作業も実施しました。

### アナログ施設の撤去も大詰め

2011年から進めているアナログ送信所の撤去作業も、まもなく完了しようとしています。工事は安全と環境、景観への配慮を第一に進めてきました。住宅街にある釧路アナログ送信所では、工期が長くなっても低騒音、低振動で進めることのできる工法を採用。送信所近隣のお宅に一軒一軒お伺いしてから工事に臨みました。観光地である開陽台に位置する中標津アナログ送信所の撤去にあたっては、中標津町の協力も頂いて、地形が変わらないように工事を進めました。



▲さっぽろテレビ塔とほぼ同じ高さの釧路アナログ送信所鉄塔。解体作業は注目を集め、家族連れら大勢の見学者が訪れました。

# 社員と、ユメミル

たくさんの人に喜んでもらえるものづくりをしていくために、  
まずは、自分たちが元気に、ハッピーに。  
職域を越えた対話で思いを共有し、組織の活性化を図っています。

## ユメミル、チカラをつなげる いいね、プロジェクト

### 小さな第一歩をみんなで喜ぶ ユメミル、いいね!賞

会社の表彰制度の対象にならない、社内の小さな「いいね」を探して感謝する「ユメミル、いいね!賞」を始めました。対象はHTBで働く全ての人たち。5件が選ばれ、2015年1月の新年恒例会で表彰式が行われました。ファイナリスト3件とノミネート14件の「いいね」もパネルで公開しました。



2012年から、社内で働くスタッフ間の連携を強めるための自立的な交流プロジェクト「いいね、プロジェクト」を実施しています。2014年度は新しい賞の創設やコーチングの自主勉強会などを開催しました。

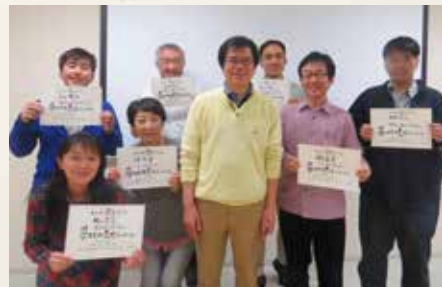
### 社員の笑顔がつながる HAPPYDAY感謝祭

2012年11月から2013年10月まで、同じ月生まれの社員が経営陣と対話を楽しむ「バースデー感謝祭」を実施しました。2年目の2014年度は、誕生日の末日が同じ社員が集まる「HAPPYDAY感謝祭」として交流を継続。HTBのキャラクターであるonちゃんをデザインしたケーキを囲む楽しい時間は、接点の少ない社員同士が出会う貴重な機会ともなっています。



### 自主的に学びあう ユメミル、チカラ応援コーチング

管理職に呼びかけ、自主的なコーチングの学び合いを半年間、実施しました。コーチングは相手の可能性を信じ、その人の「答え」を引き出すことで自立的な行動を促すコミュニケーション術で、組織のあたたかな雰囲気づくりも期待できます。修了した13名は、手書きの「いいね、認定サポート」を受け取りました。学び合いの過程で職場における悩みや解決策も共有され、参加者相互のコミュニケーションも深まりました。



## 「イシノマキで感じるプロジェクト」 ボランティア研修で「地域」を体感

「地域メディア」であるHTBの社員として地域のあり方を体感しようと、宮城県石巻市で行っているボランティア研修。当社が応援した演劇「イシノマキにいた時間」の舞台である石巻市を東日本大震災の被災地が抱える課題を凝縮した象徴的場所と捉え、「イシノマキで感じるプロジェクト」と名付けています。

2回目となる2014年11月の研修では、部署の異なる入社2年目の社員7名が被災地を視察し、仮設住宅に配布するミニコミ紙の配布ボランティアを体験。「HTBは夢見る力を応援する広場です」という企業理念を意識しながら、被災地で協力し、話し合い、感じたことを共有しました。



## 「といちゃんダイアログ」で自ら環境を拓く働き方を共有

経営トップとミドル層の対話「といちゃんダイアログ」を部長と副部長を対象に2回開催しました。樋泉実社長が副部長～部長時代のミドル時代に提案した「海外発信事業」と「デジタルメディア戦略」草創期の体験ストーリーを現在の管理職に伝える取り組みで、参加者の感想を全体で共有しました。リーダーとしての働き方を実践知として継承することをめざしています。

2月20日に開催した副部長対象のダイアログでは、「当時の“樋泉さん”を突き動かした源泉はなんだったのか」をワークショップ方式で話し合いました。



## 過疎地で雪はねボランティア3年連続で参加

高齢化が進む過疎地で、複数の企業が連携して取り組む雪はねボランティア活動に2013年から参加しています。2015年2月に三笠市で行われた雪はねボランティアには社員4名が参加し、地域の事情に寄り添う姿勢を学ばせていただきました。



## 社屋周辺のごみ拾い活動を継続 地元住民とのふれあいを

2013年からHTBの通勤路周辺のごみ拾い活動を春の雪解け後に2回、根雪になる前の晩秋に1回、実施しています。活動中に道行く方々から「どの会社ですか?」と聞かれたり、お礼を言われることも増えています。2014年4月2日には札幌のパフォーマンスグループ「一世一代時代組」、通称ごみ拾い侍も参加し、楽しみながらごみを拾いました。

9月にHTBの近隣で開催された「スポーツGOMI拾い大会」in札幌にも参加。58チーム・306人が計390キロのごみを回収しましたが、地元であるHTBチームが30キロを集めて優勝しました。



## TOPICS

### 地元愛を後世に伝えたい 植樹から3年目、リンゴ初収穫!

豊平区の平岸地区は、明治から昭和にかけてリンゴの一大生産地でした。その歴史を後世に伝えたいという地元まちづくりグループの願いにこたえて、2012年春、本社玄関前に2本のリンゴの木を植えました。強い風雨やカラスの食害でなかなか実りませんでしたが、施設管理を担当するスタッフの粘り強い努力で2014年秋、ようやく9個を収穫することができました。平岸を開拓した先人の労苦を肌身に感じた3年間で、いつか両方の木に、たわわに果実をつけたいと思います。



# ステークホルダー・ダイアログ

## 放送番組審議会からの提言

地域の有識者10名で構成されるHTBの放送番組審議会は、視聴者・生活者とHTBを結ぶ場です。審議会は男性委員・女性委員同数で、世代も30代1名、40代4名、50代5名(平均年齢46.7歳)と活力ある構成になっているのが特徴です。番組制作や放送のあり方について広く審議いただいており、委員からの提言は積極的に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ています。

また、テレビ朝日系列は独自の取り組みとして、全国の系列24局の放送番組審議会で統一テーマでの論議を行っています。2014年10月の代表者会議では、平本健太委員長が「今の時代、本当に見たいテレビ」について、7月開催の審議を基に地域からの提言を行いました。一部を掲載します。

### ■今の時代、本当に見たいテレビ 地域からの提言

徹底して地域に根差したテレビ局になり、地域の視聴者に必要とされる情報を発信することがますます重要になってきている。

今の時代の視聴者が見たいのは人の個性だ。「地域の元気を応援する」という制作者の姿勢が貫かれているからこそ、見る側もそこにシンパシーを感じるのである。

地域の情報をより多く流通させることが、そこへ人やお金の流れを生み出すことにもつながるはずだ。こうした視点に立って、北海道の価値を海外を含めて広く発信することが期待されている。

#### 2014年度 審議 対象番組

※8月、12月は休会

#### 2014年

- 4月 HTBノンフィクション 湿原のイメージ  
～HTB釧路支局発カメラマン日記～
- 5月 平成ノブシコブシの帰省なうすスペシャル2014
- 6月 HTBノンフィクション 復興を喰らう～12億円を使い切った男～
- 7月 第83回系列24社放送番組審議会委員代表者会議テーマ審議  
「今の時代、本当に見たいテレビ」
- 9月 いずみ～北海道くらしの詩

- 10月 HTBノンフィクション 対岸の原発～函館市はなぜ国を訴えたのか～
- 11月 テレメンタリー-2014 帰れぬ故郷  
～70年、サハリンでひきずる戦後～

#### 2015年

- 1月 HTBスペシャルドラマ UBASUTE
- 2月 TOYAから明日へ! パタゴニア 氷河×風×地球の未来
- 3月 ハナタレナックスEX(特別編)チームナックスがふるさと北海道で  
素顔全開!? 自由きままなドライブ旅☆ちよいのり!! in函館



# Stakeholder

## コンプライアンス・放送倫理

### 「約束と責任」の配布と掲示

2013年3月に名刺サイズの小冊子「約束と責任」をHTBで働く全スタッフに配布しました。当社の企業理念、倫理憲章、内部通報制度を明記。さらに、「ちょっと待って!自問してください」と6つの問いを掲げ、人の尊厳や報道機関としての心構えなどについて責任ある行動を促しています。

2014年4月からは毎月テーマを定めて、法令や社会規範を守る啓発文書をイントラネットや社内掲示で公開し、日常的な意識づけを図っています。

### 放送倫理&コンプライアンス研修

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、それぞれの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。

また、放送倫理やコンプライアンスについて、各部署や階層に応じて必要な研修などを行っています。



ers Dialog

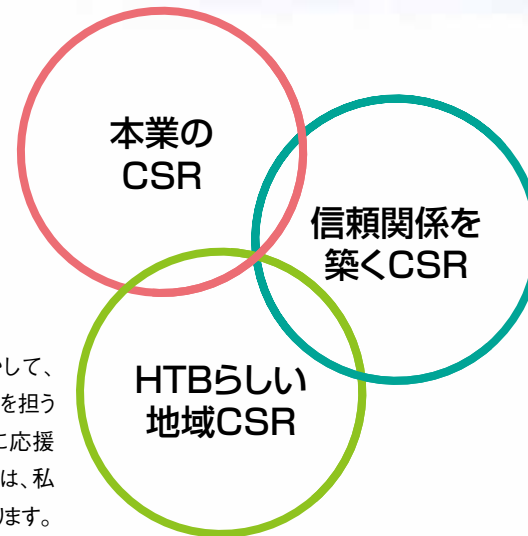
「HTB信条」と「HTBビジョン 未来の北海道」に基づくこれまでの地域メディア活動と、ステークホルダーである放送番組審議会からの提言「今の時代、本当に見たいテレビ」を踏まえ、今号の発行に合わせてHTBのCSRの姿勢をまとめました。

## | 私 | た | ち | の | C | S | R |

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、地域の未来に貢献します。

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、私たちも学び、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。

## BPO 放送人権委員会との対話

2014年9月に、BPO放送倫理・番組向上機構の「放送と人権等権利に関する委員会」と在札局との意見交換会が開かれました。当社グループからは報道情報局で働く幹部社員、デスク、若手社員ら8名が参加し、報道の責務と人権配慮、映像のモザイク処理などについて意見を交わしました。人権配慮に関する社会の要請に敏感であるために、有意義な取り組みとなりました。

## 社員アンケートの実施

2014年度上期内部監査の一環として「働きやすい職場づくり」の施策について全社員を対象にアンケート調査を行いました。

また、下期内部監査の一環として「社内の研修のあり方」について幹部社員にアンケート調査を行いました。このような調査をハラスメント防止、ダイバーシティに配慮した環境づくりに活用していきます。



小樽商科大学商学部准教授

加藤敬太 氏

大阪大学大学院経済学研究科博士後期課程修了。博士(経営学)。2010年より現職。専門は経営学、経営組織論、経営戦略論。研究スタイルは企業へのフィールドワークに基づいた事例研究。近年は北海道の地域企業の経営戦略について関心を持つ。

### HTBの企業ドメインは「地域メディア」として理解

このレポートは、HTBが創り出し続けている価値の全てが詰まった宝箱のように感じます。HTBのこれまでのさまざまな活動の真髄は、「北海道とともに歩む新たな価値の創造」にあると読み取ることができるからです。

本レポートは、HTBの最大の特徴が「地域メディア」であることを的確に表現しています。「イチオシまつり」に代表される数々のイベント、北海道とアジアをつなぐ『LOVE HOKKAIDO』、毎日の生活情報番組『イチオシ!』『イチオシ! モーニング』、札幌を舞台にしたドラマ『UBASUTE』、サイロの朗読会「先生、あのね…」、社員の方々の地域での出前授業の数々、どれをとってもテレビ局というくくりを超え、北海道という地域にこだわり6つのチカラを結集して複合メディアとしての活動を展開していることがわかります。

このような活動の原点は、企業理念・HTB信条

「HTBは夢見る力を応援する広場です」につぎるといえます。HTB信条は、HTBの存在意義を表すものです。しかし、ただ企業理念を掲げるだけでは何も意味を成しません。企業理念をより具体化した活動領域を定め、現実的に実績をつくらなければ意義ある企業活動は果たせないからです。

経営学の世界では、活動領域を定めることを企業ドメインの定義といいます。HTBの企業ドメインは、「地域メディア」という言葉に結集できます。HTBの歴史を振り返れば、HTB信条という原点によって立ちながら「地域メディア」という企業ドメインを深化し続けてきたと見ることもできます。

### 双方向の「ひろばづくり」に共感 地域の反応をさらに盛り込むことに期待

HTBはとことん北海道にこだわり、北海道の価値を高めるために何ができるかを自問自答しながら「ひろばづくり」の成果を上げてきたことが

わかりました。「地域メディア」という企業ドメインがあるからこそできた活動といえます。HTBが生み出してきた「ひろば」は、北海道の良さを表現する「ひろば」であり、一方通行の情報発信ではなくそこに集まる人々とともに価値を高め合い共有する「ひろば」です。双方向の「ひろばづくり」は、北海道を愛する人々との信頼の証と感じます。

本レポートは、HTBの数々の活動を的確に伝えているだけでなく、それぞれの活動に対してさまざまな角度から発信していることに好感が持てます。特に本年のレポートは活動の輪を広げる社員の声が多く盛り込まれており、この点を高く評価します。

課題を挙げるとすれば、「ひろばづくり」の多様な場面に参加する地域の方々の声をもう少し反映していただきたい。なぜなら、この「ユメミル、チカラ 応援レポート」自体も、北海道とともに歩む「ひろば」であるからです。

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



## HOKKAIDOの「I DO」に 一人一人の思いを重ねて

地域メディア活動報告書「ユメミル、チカラ応援レポート」は2011年6月に創刊しました。印刷物として民間放送事業者が出した国内初のCSRレポートです。地域の未来をつかっていく一員としての活動を、企業理念に照らし合わせて確認し、広く発信することを創刊の目的としました。

これまでに、「エコほっとライン」の表紙デザインアワードで「企業色」、「メッセージ性」、「親しみやすさ」に評価を頂いてきました。2013年版からは色覚の個人差を問わず、多くの方に見やすい冊子になるようユニバーサルデザインを導入し、2014年版からテレビ画面に近い横版デザインにしました。

節目の5年目となる今号はHOKKAIDOの「I DO」に、地域の課題に寄り添う一人一人の思いを重ねました。



ミッションやビジョンの軸が確かであれば、CSR(企業の社会的責任)は、何か特別なことではなく、日々の仕事の中に宿ると考えました。2011年の創刊時、本冊子を「ユメミル、チカラ」を応援する私たちの日々の取り組みを伝える「地域メディア活動報告書」と位置づけました。

創刊5号にあたる本冊子の第三者意見で、HTBの企業ドメインは「地域メディア」であるとの論考を頂きました。1990年代後半から始めたアジアへの情報発信、さまざまなデジタル・クロスメディア展開、2003年のHTB信条策定などが、私たちのあり方の形成につながってきたと感じています。

いまなお途中経過ではありますが、今号はひろばづくりで北海道の価値を高めていく地域メディアのカタチのいくつかを報告させていただきました。社会をつかっていく主体の一員として、HTBの、そして私たち一人一人の活動にスポットを当てました。「HOKKAIDO」の未来をつくる当事者としての「I DO」。フューチャーセッションの第一人者である野村恭彦さんの着眼からご教示いただいたことに感謝いたします。ここまでお読みいただいた皆様、大変ありがとうございます。ご感想をお待ちしています。

役員待遇 CSR広報室長 國本昌秀

## 6 ユメミル、チカラ HTB

### 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>  
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 7億5千万円  
主な株主 (株)朝日新聞社、(株)テレビ朝日ホールディングス、ノースパシフィック(株)、北海道建物(株)、東映(株)  
従業員数 191名(男性151名、女性40名)※平成27年4月1日現在  
系列 テレビ朝日系列

単位:百万円

| 区分   | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 |
|------|--------|--------|--------|
| 売上高  | 14,415 | 14,403 | 13,645 |
| 経常利益 | 1,278  | 1,104  | 1,062  |

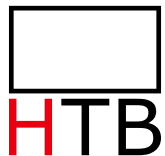
関連会社 (株)エイチ・ティー・ビー・プロモーション、エイチ・ティー・ビー映像(株)、(株)ディ・キャスト  
支社 業務センター(札幌市中央区)、東京支社(東京都中央区)、関西支社(大阪市北区)、旭川支社、函館支社、釧路支社、帯広支社  
海外駐在員 ANNロンドン支局

【編集チーム】 金子 哲俊(総務局総務部)  
瀬志本勇二(営業局国際メディア事業部)  
小平 伸(営業局企画事業部)  
上前 高志(営業局営業推進部)  
松田 圭介(コンテンツ事業室)  
広瀬久美子(報道情報局報道部)  
岡田 壮弘(技術局技術部)  
岡 仁子(CSR広報室)  
四宮 康雅(CSR広報室)

編集協力 (株)みんなのこぼさ倉

●ご意見・ご感想

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



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。



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。



この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。



この冊子に対するお問い合わせ

〒062-8501 札幌市豊平区平岸4条13丁目10番17号

北海道テレビ放送株式会社

CSR広報室

TEL 011-821-4411(代) FAX 011-816-4040

yume-report@htb.co.jp