

放送を巡る諸課題に関する  
検討会  
プレゼンテーション資料

南海放送株式会社  
代表取締役会長  
河田 正道

# 1. はじめに(民放地方局の課題)

(1)地方経済の振興

(2)メディアの競合

(3)経営基盤の強化

## (1)地方経済の振興

愛媛は人口が138万人で、GDPも減少を続けており、首都圏一局集中による経済格差が拡大している。

## (2)メディアの競合

全国で最後の民放4局地区。4局目の開局が愛媛より遅い地区もあるが、4局目のチャンネルが割り当てられた全国で最後の地区である。

テレビの4局競合が厳しく、赤字のラジオを抱え、多メディア化の中での経営はきびしい。

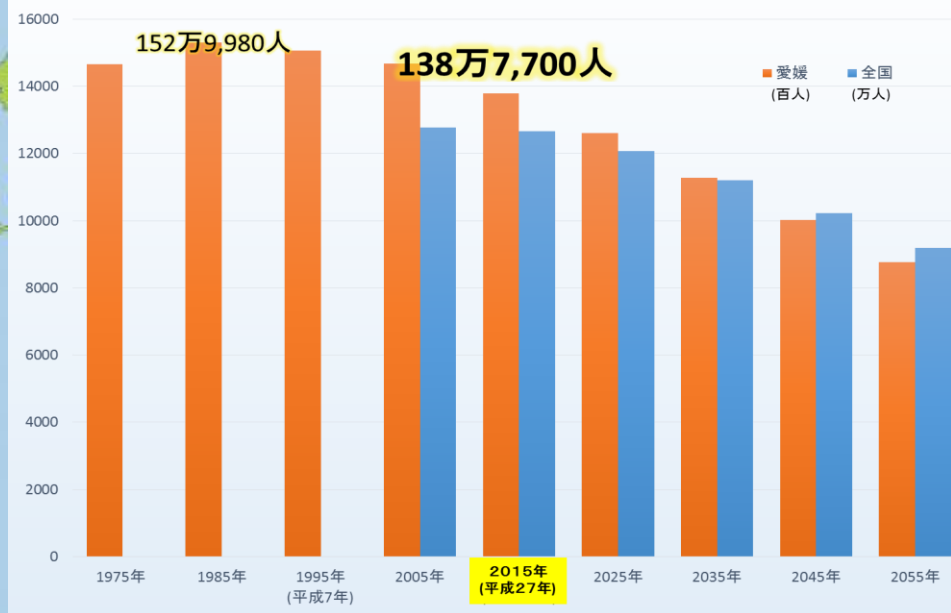
## (3)経営基盤の強化

放送の営業収入が横ばい状態の中で、人員の削減や番組制作費の抑制など経費を削減しながら、経営の効率化をはかり、経営基盤の強化のための新しい収入源を模索している。

### 愛媛の位置

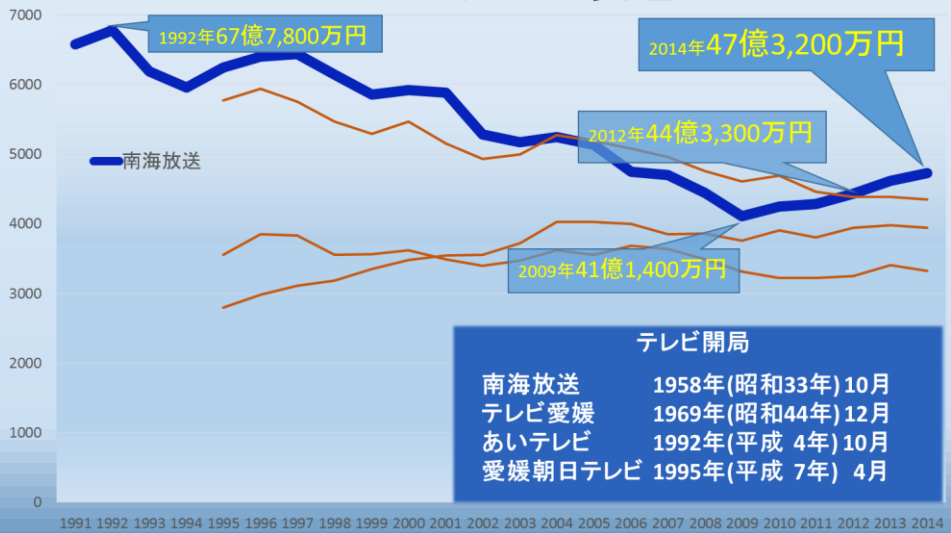


### 愛媛の人口推移と予想



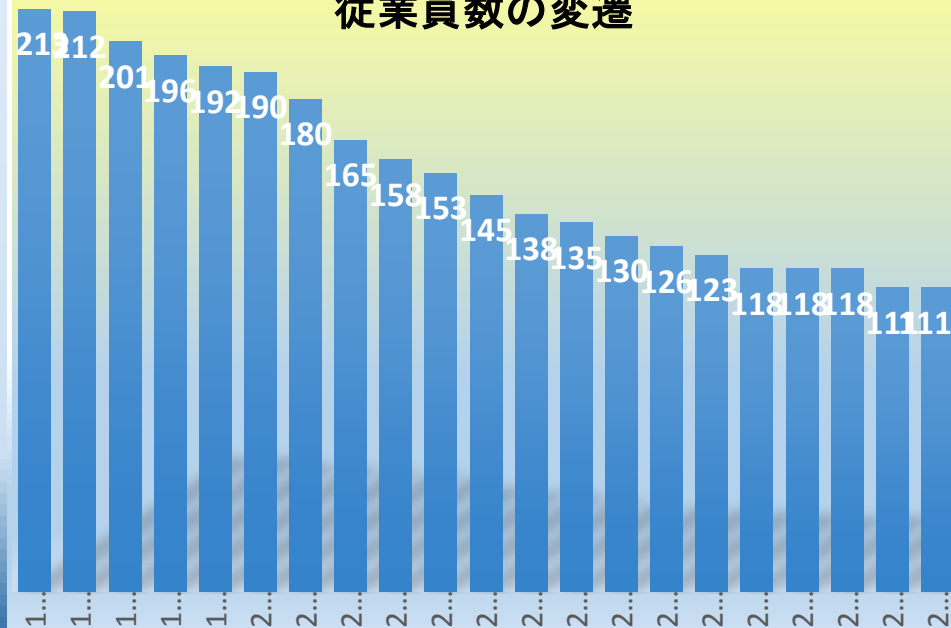
### テレビ4波割り当て最後の地区

#### テレビ売上の変遷



テレビ開局	
南海放送	1958年(昭和33年) 10月
テレビ愛媛	1969年(昭和44年) 12月
あいテレビ	1992年(平成 4年) 10月
愛媛朝日テレビ	1995年(平成 7年) 4月

#### 従業員数の変遷



## 2. ネット時代の地方局の役割

(1)情報発信基地の構築

(2)グローバル・ネットワークの活用

(3)クロスメディアの推進

## (1)情報発信基地の構築

ラジオとテレビ放送は基幹メディアとして、最強の情報発信力を持っている。

「Hulu」「You Tube」なども積極活用し、地域情報を発信する多メディアの情報発信基地構築が必要。

## (2)グローバル・ネットワークの活用

インターネットは県域を越えたグローバルな情報発信力を持っている。

全国・世界に情報発信するネットワークとして活用。グローバルに通用するコンテンツ制作の体制を整え、番組制作力、技術力を育てなければならない。

## (3)クロスメディアの推進

ラジオ・テレビの兼営局としてラジオ、テレビの情報の共有、同一番組の制作、相互の情報発信を進めている。

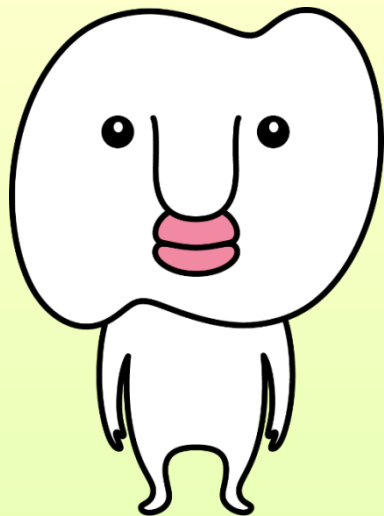
SNS、CATVなどとのクロスメディアでメディア力を強化している。

### 「ウィット・チャンネル」

CATVによる映像付きラジオの再送信

### 「あさラテ」

ラジオスタジオからのテレビと同時放送番組



## ウイットチャンネル

2010年10月開始

- ラジオ番組にスタジオ映像などをつけ、県内8つのCATVに「ウイットチャンネル」として再送信



- ラジオ受信機が約20万台増えたことになる



# 「あさラテ」

(木曜日午前10時25分 ~30分間)

- ラジオスタジオからのテレビ同時放送
- ラジオとテレビの融合実験番組
- 制作費の削減等の意図
- 兼営局としてのメディア力発揮

2015年4月開始 最高視聴率 6.0%

### 3. 地方創生への地方局の貢献

(1) 地域企業のサポート

(2) 新しい産業の開発

(3) グローバルな情報発信

## (1) 地域企業のサポート

広告メディアとして商品のPR、  
新商品、企業紹介など  
効果的な企業情報を発信し、  
収益力を持った元気な  
企業育成のサポートをする。

## (2) 新しい産業の開発

世界に通用する商品や技術を開発するために、メディアとして企画提案力を磨くとともに、世界の経済情報を集約、提供し地域企業のネットワーク化に取り組む。



別子飴本舗 ポリポリー

ラジオ番組で継続的に取り上げたところ、売上げが急増し、品切れに。

### (3) グローバルな情報発信

各企業の商品の販路を世界に拡大するため、また、海外からの観光客を地域に誘致するため、海外に向けた企業情報、商品情報、地域情報などを発信するグローバルなネットワークを構築する。

#### 「もぎたてテレビ」

(ローカル情報番組をハワイCATVで毎週放送)

# 「もぎたてテレビ」

(日曜日午前11時55分 ~55分間)

- 1991年(平成 3年)4月  
放送開始
- 2012年(平成24年)1月  
1000回放送
- 2015年(平成27年)4月  
**25年目**に入る

愛媛の  
いいところ探しの旅



ハワイで英語字幕放送

## 4. 視聴者利益への地方局の責任

(1)情報発信力の強化

(2)ジャーナリズム機能の発揮

(3)コンテンツ制作力の拡充

# (1)情報発信力の強化

視聴者に対する放送メディアとしての最も大きな役割、責任は正確で豊かな情報の提供である。

視聴者ニーズに合った情報を集約し、メディア力を生かした情報発信機能を充実させる必要がある。

特に災害時に、地域の被害を最小限に食い止め、住民の命を守るためのBCP(事業継続体制)は重要である。

## 「FM補完局」

災害・難聴対策のFMラジオ局



# FM補完局

- 2014年12月 「松山局」開局
- 2015年 3月 「新居浜局」開局 (同一周波数)
- 2015年12月 「川之江局」 「大洲局」開局
- 2016年 3月 「宇和島局」 「八幡浜局」 (予定)

★12局で県内カバー予定

★高速道路沿線局は同一周波数91.7Mhzで  
同期放送へ



## (2)ジャーナリズム機能の発揮

インターネットによって、誰もが世界に情報発信できるようになった。

氾濫する情報を視聴者が効率的に活用するために、信頼できる情報として集約し、発信することはマスメディアの責任である。

放送に義務付けられている中立性と情報の質は信頼されるジャーナリズムとしての大前提である。

### (3)コンテンツ制作力の拡充

地域の経済発展や文化の振興に役立つ放送番組の充実が重要である。

スポーツ、音楽などの文化活動を通じて地域を活性化させる役割も担っている。

**自社制作率 テレビ13.5% ラジオ67.3%**

- ・テレビドキュメンタリ番組の劇場映画「X年後」全国上映活動
- ・百姓一揆を勝利させた「BUZAEMON」のラジオドラマ
- ・「愛媛マラソン」 1万人参加の市民マラソンを6時間生中継

# テレビドキュメンタリ番組の劇場映画化 「X年後」～「X年後2」

2004年5月 愛媛で放送

10月 NNNドキュメント全国放送

その後 8年間取材の集大成として映画化

2012年 9月 劇場公開

全国200箇所以上

2015年11月 PART 2

松山・東京で公開



# 愛媛マラソン

- 1963年(昭和38年)  
競技マラソンとしてスタート
- 1988年(昭和63年)  
第26回から 27年間テレビ中継
- **2010年(平成22年)**  
第48回 **市民マラソン化**  
**6時間のテレビ生中継へ**
- 2015年(平成27年)  
第53回 1万人大会に  
視聴率 **22.5%** (6時間平均)



## 5. 地方局の将来へのビジョン

(1)経営の安定と効率化

(2)デジタルコンテンツ企業

(3)ラジオ・テレビ兼営局のメディアカ

# (1)経営の安定と効率化

放送事業を安定して継続するために経営の安定が重要である。経営を効率化して、適正な収益を生む地域に根ざした企業力が求められる。

民放4局地区での「No.1企業」の条件として、

- ① 視聴率
- ② テレビ売り上げ
- ③ ローカル番組視聴率

それぞれ1位を達成し、継続に努力している。

## (2) デジタルコンテンツ企業

ラジオ・テレビの兼営局として、質の高い放送、映像、CM、映画などを制作できるプロダクション機能を充実させることが必要である。

「4K放送」について、現在、愛媛CATVと協力して、ラジオスタジオの生番組を4K映像化し、常時放送する実験を続けている。

### (3)ラジオ・テレビ兼営局のメディアカ

ラ・テ兼営事業者として、経営を安定させ、番組制作力を強化し、地域に貢献する経営理念が基本になる。

地上波放送のローカル局の将来像は不透明ではある。特にローカルテレビの役割は限られているが、ラジオは災害時に役立つことが実証されており、FM補完局も活用しながら、地域メディアとしての責任を果たしたい。

ラジオとテレビ兼営のメディアカを生かして、地方での厳しい競争に生き残っていききたい。



放送を巡る諸課題に関する  
検討会  
プレゼンテーション資料

南海放送株式会社  
代表取締役会長  
河田 正道