

南海放送株式会社 説明資料

ローカル兼営局のAMラジオ経営状況

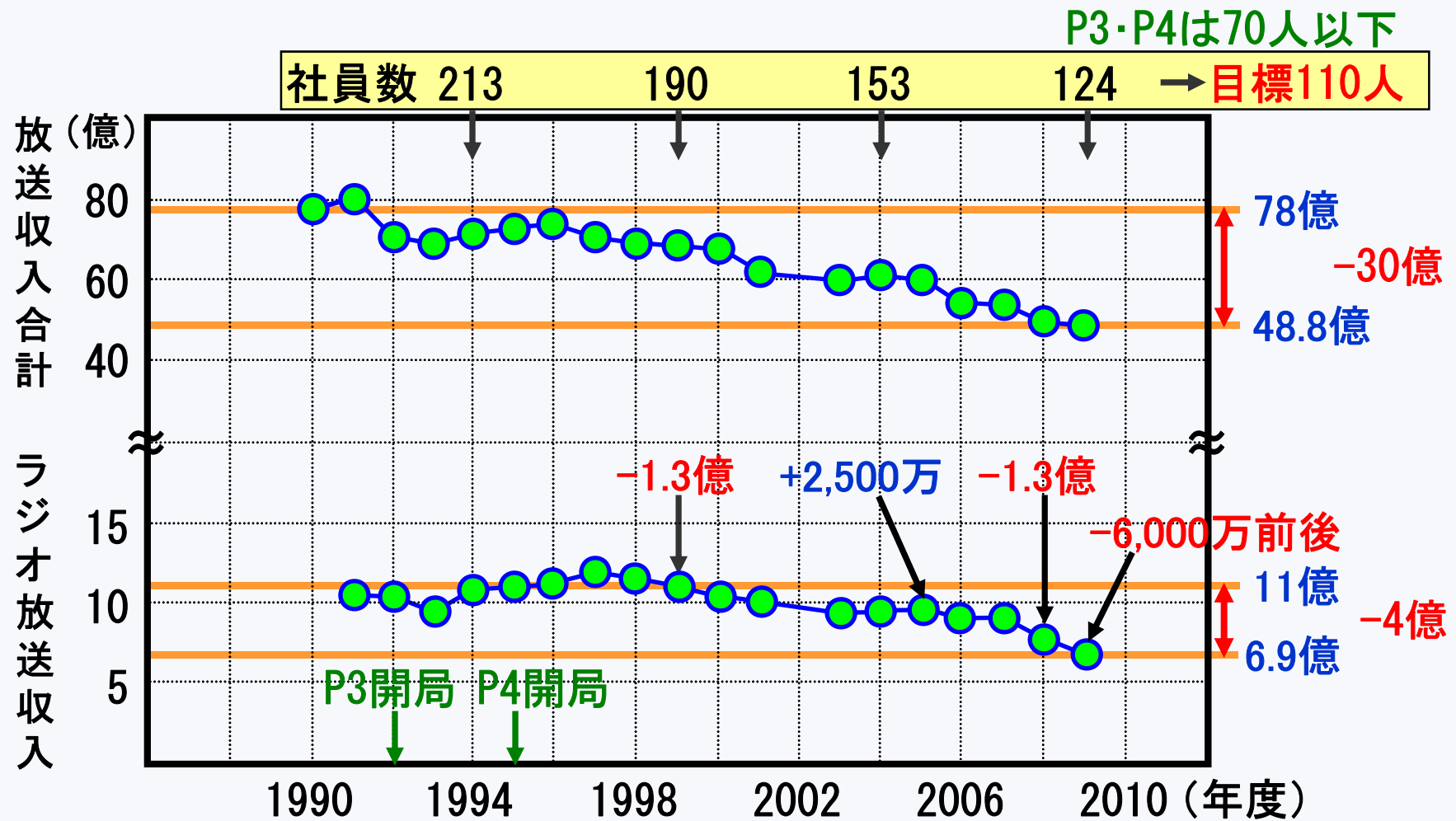
愛媛県の人口: 150万人



南海放送株式会社



ローカル民放の放送収入の推移



AMラジオ経営の精神的な問題点

『ラジオ消防署理論』



自治体が消防署を持っているのと同じように・・・
ラジオ・テレビの兼営局にとって、ラジオ部門は
地元利益のため災害時に備えている「消防署」



ラジオお荷物論やラジオ不要論は無視して・・・
ラジオを立て直すよりもテレビの経営状況さえ回復
すれば解決できるという他力本願の考え

ラジオとテレビのスポット単価

愛媛地区は、最後の民放テレビ4局地区



テレビ4局、AM、FMが死闘を繰り広げている
ラジオ部門はFM局との競争ではなく、後発の
テレビ局との競争・・・営業現場が同じ



後発テレビ局(P3・P4)のスポット単価が当社
のラジオスポット単価より安い

コスト削減による生き残り策

2010年3月期決算では、四国AMラジオ4局
四国放送(徳島)、西日本放送(香川)、高知
放送(高知)、南海放送(愛媛)の総売上げは
19億円程度と見込まれ・・・

同一ブロックの中国放送(広島)と同程度



四国4局のラジオスタッフは約100人、中国
放送は50人以下でプロ野球中継まで対応

エリア内連携によるコスト削減

四国4局の共同制作や、お互いに番組配信を行うことによるコスト削減を模索

昨年10月にスタートした、「日曜プレスクラブ」は、フォーマット化したニュース番組で、日曜の朝9時～12時を当社から四国4局ネット



デジタルラジオ(VL-P)の計画区分である広域的なブロックスケールは、県域と広域のメリハリが感じられ、悪くない実感を得ている

経営ビジョンとしての地域密着

当社の前身である『ラジオ南海』は、昭和28年10月の開局当時、「**自前の報道**」と「**ラジオドラマの自社制作**」を大きな柱としていた… **当社のDNA**

平成17年に、ラジオドラマ「ソローキンの見た桜」を制作し、第1回放送文化大賞のグランプリを受賞



地域に密着した題材を発掘し発信することで地域貢献にも繋がり、営業的な展開ができればベスト

シンポジウム開催やイベント企画による広がりや、他メディアとの連携に発展