

「放送政策に関する調査研究会」

北日本放送 説明資料

2013年4月5日

地方局の役割

- 1) 地域性のなかにこそ存在意義
- 2) ネット社会の進行に比例して重要となる地域性

変化する経営環境

- 1) 売上げ減 キー局との違い及びラジオの現状 (グラフ1、2)
- 2) 競合メディアの台頭 BSとCATVの急速な浸透 (グラフ3)
☆対策の最近例としての地元局共同キャンペーン (DVD)

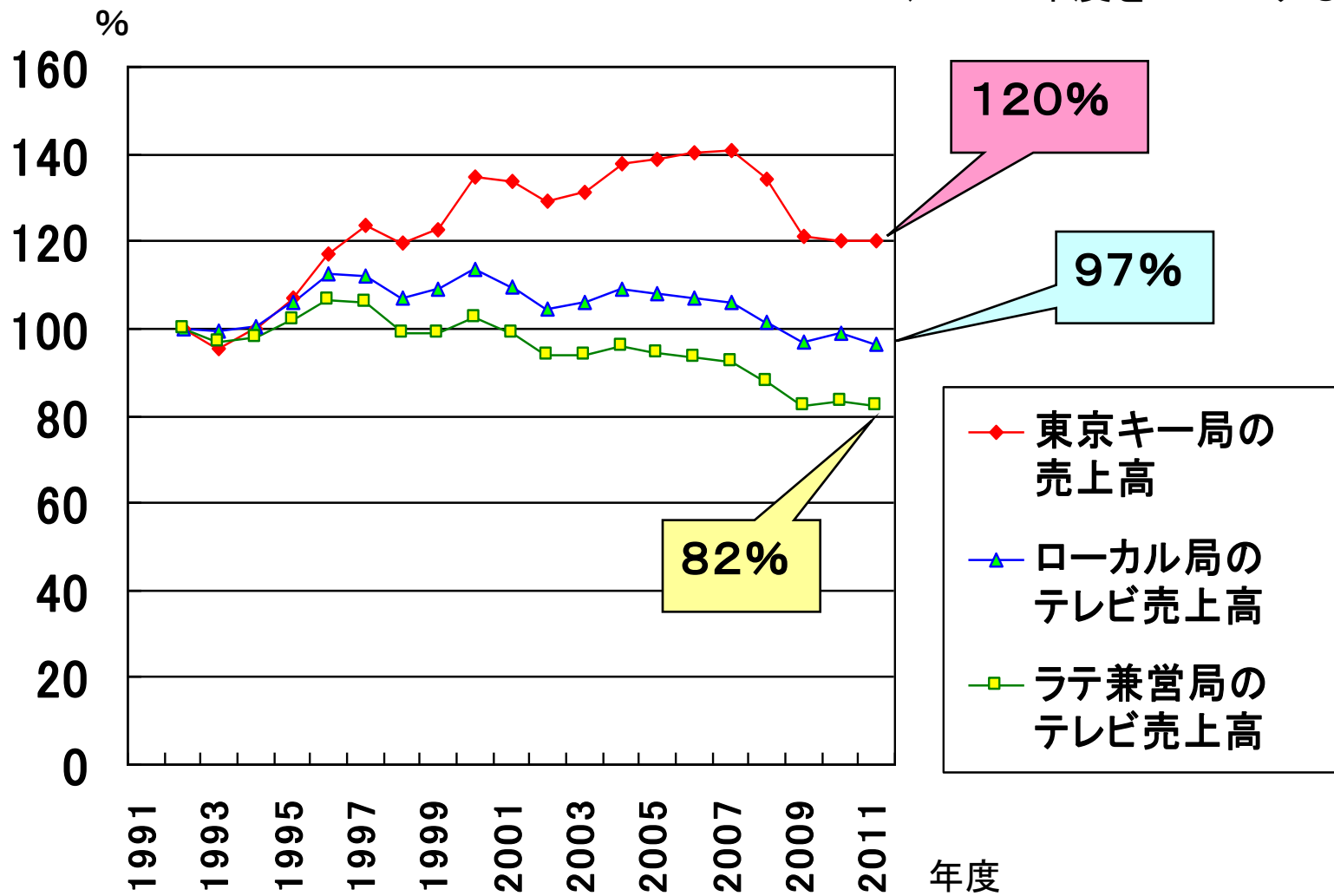
認定放送持株会社制度の効果

- 1) キー局の出資頼みより黒字体質づくりを
- 2) 同一地域内の規制の緩和も

(グラフ1)

キー局・ローカル局のテレビ売上高の推移

(1992年度を100とする)



(グラフ2)

ラジオ売上高の推移

(1991年度を100とする)

