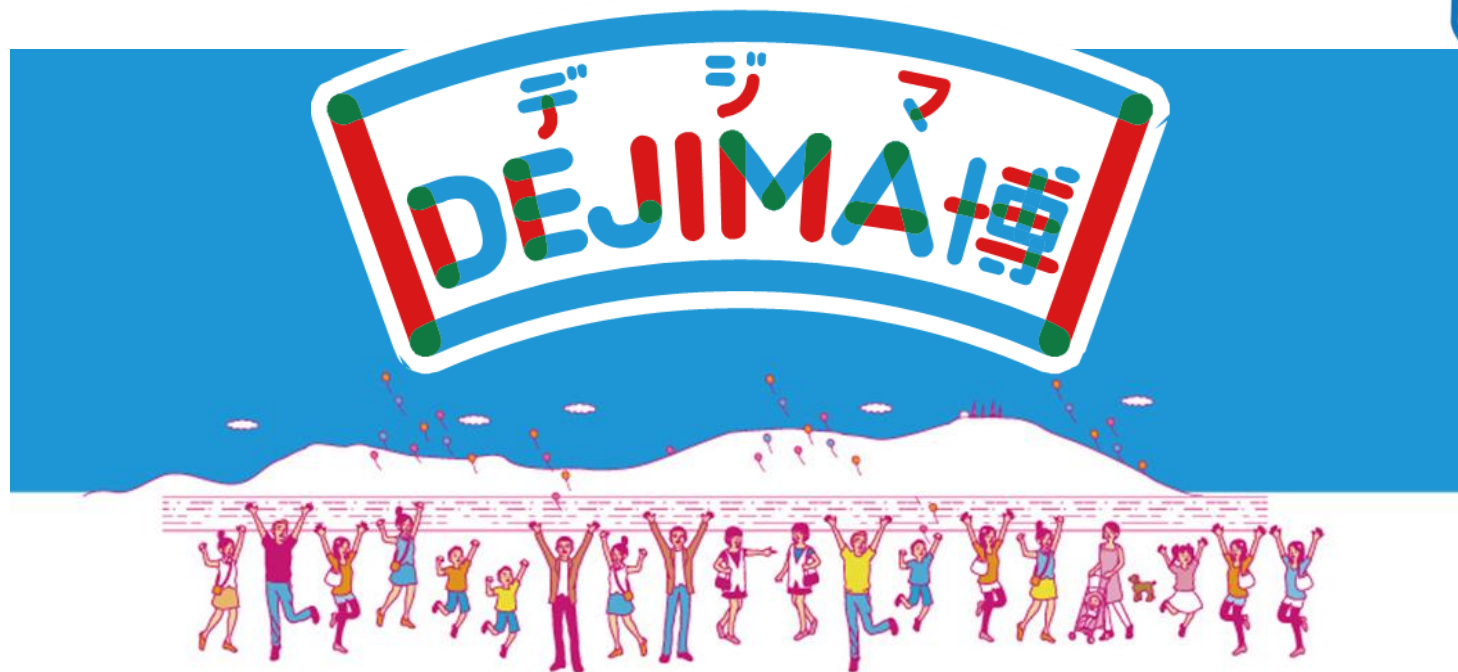


総務省・放送を巡る諸課題に関する検討会

「放送事業の基盤強化に関する検討分科会」 NIB長崎国際テレビ報告資料



## ローカル局としての放送事業外収入に繋がる取り組み

An aerial night view of a large stadium, likely a baseball stadium, with the number "1636" prominently displayed in the center. The stadium is illuminated with various lights, and the surrounding area is dark. The number "1636" is written in a large, white, serif font with a glowing effect.

1636

- **DEJIMA博とは？**
- **DEJIMA博の運営**
- **地域社会との連携**
- **地域創生に資するイベント事業の展望と課題**



**DEJIMA博とは**



- 主催 : N I B長崎国際テレビ
- 後援 : 長崎市
- 日時 : 令和元年5月2日(木)~6日(月) 10:00~19:00 ※初日は9:00から、3日・4日は21:00まで。最終日は、18:30終了
- 入場者数 : 2日(木) : 63,000人 3日(金) : 73,000人 4日(土) : 81,000人  
5日(日) : 62,000人 6日(月) : 51,000人 **総計 330,000人**
- 実施場所 : 長崎 水辺の森公園・三角広場・長崎県美術館・おくんち広場
- 入場料 : 無料
- 実施内容 :
  - ①水辺の森会場
    - 全国のうまかもん大集合!ひるじげグルメ祭 (約90店舗出店)
    - ステージイベント ●Jフォートハウス(株)presentsこども縁日 ●サン宝石
    - ながさき犬ちゃんふわふわ ●N I Bガシャポン広場 ●ホリデー編成特番 (あさじげZ・ひるじげドンの公開生放送)
  - ②三角広場会場
    - 一般出店コーナー ●ポケモンイベント
  - ③長崎県美術館
    - ふわふわビービーズランド ●青空カフェ ●お仕事体験ブース 警察・消防、タイヤフード、読売新聞(3日)、JAL日本航空(4日・5日)、
  - ④おくんち広場
    - フリマ in DEJIMA博



# 2019年 DEJIMA博 概要 (会場MAP)



総面積6.5ヘクタールの「水辺の森公園」を中心に市内各地で開催

## DEJIMA博 5.2(木)~6月(日) 案内マップ

**【主催】** NIB長崎国際テレビ (株) 運営 FBS 福岡放送 (特別協力) 長崎県美術館

**【スポンサー協賛企業】** AIA RAYBURY (株) (スチール協賛企業) 九州産粮 (スチール・木むら協賛企業)

**長崎県美術館** 【開館時間】 10:00~20:00

**おしごと体験** 5/30~5/31 10:00~19:00

- F1 長崎市消防局
- F2 長崎県警察
- F3 長崎県立総合技術センター
- F4 長崎県立中央図書館
- F5 長崎県立中央図書館
- F6 長崎県立中央図書館

**三角広場**

**開催日程**

5/2	Smile Day	9:00 ~ 19:00
5/3	Music Day	10:00 ~ 21:00
5/4	Happy Day	10:00 ~ 21:00
5/5	Family Day	10:00 ~ 19:00
5/6	Jigemon Day	10:00 ~ 18:30

**ポケモンイベント** 10:00~19:00 (5/2~5/6)

**一般出店 協賛企業**

- F1 株式会社からや
- F2 株式会社からや
- F3 株式会社からや
- F4 株式会社からや
- F5 株式会社からや
- F6 株式会社からや
- F7 株式会社からや
- F8 株式会社からや
- F9 株式会社からや
- F10 株式会社からや
- F11 株式会社からや
- F12 株式会社からや
- F13 株式会社からや
- F14 株式会社からや
- F15 株式会社からや
- F16 株式会社からや
- F17 株式会社からや
- F18 株式会社からや
- F19 株式会社からや
- F20 株式会社からや
- F21 株式会社からや
- F22 株式会社からや
- F23 株式会社からや
- F24 株式会社からや
- F25 株式会社からや
- F26 株式会社からや
- F27 株式会社からや
- F28 株式会社からや
- F29 株式会社からや
- F30 株式会社からや
- F31 株式会社からや
- F32 株式会社からや
- F33 株式会社からや
- F34 株式会社からや
- F35 株式会社からや
- F36 株式会社からや
- F37 株式会社からや
- F38 株式会社からや
- F39 株式会社からや
- F40 株式会社からや
- F41 株式会社からや
- F42 株式会社からや
- F43 株式会社からや
- F44 株式会社からや
- F45 株式会社からや
- F46 株式会社からや
- F47 株式会社からや
- F48 株式会社からや
- F49 株式会社からや
- F50 株式会社からや
- F51 株式会社からや
- F52 株式会社からや
- F53 株式会社からや
- F54 株式会社からや
- F55 株式会社からや
- F56 株式会社からや
- F57 株式会社からや
- F58 株式会社からや
- F59 株式会社からや
- F60 株式会社からや
- F61 株式会社からや
- F62 株式会社からや
- F63 株式会社からや
- F64 株式会社からや
- F65 株式会社からや
- F66 株式会社からや
- F67 株式会社からや
- F68 株式会社からや
- F69 株式会社からや
- F70 株式会社からや
- F71 株式会社からや
- F72 株式会社からや
- F73 株式会社からや
- F74 株式会社からや
- F75 株式会社からや
- F76 株式会社からや
- F77 株式会社からや
- F78 株式会社からや
- F79 株式会社からや
- F80 株式会社からや
- F81 株式会社からや
- F82 株式会社からや
- F83 株式会社からや
- F84 株式会社からや
- F85 株式会社からや
- F86 株式会社からや
- F87 株式会社からや
- F88 株式会社からや
- F89 株式会社からや
- F90 株式会社からや
- F91 株式会社からや
- F92 株式会社からや
- F93 株式会社からや
- F94 株式会社からや
- F95 株式会社からや
- F96 株式会社からや
- F97 株式会社からや
- F98 株式会社からや
- F99 株式会社からや
- F100 株式会社からや

## ひるじげグルメ祭

<ol style="list-style-type: none"> <li>1 浅草花月堂</li> <li>2 浅草さくら</li> <li>3 新世界 クルマ</li> <li>4 新橋</li> <li>5 新橋</li> <li>6 新橋</li> <li>7 TOTTI CANDY FACTORY</li> <li>8 RAINBOW SWEETS HARAJUKU</li> <li>9 成慶</li> <li>10 せんむの木</li> <li>11 Fraix Frais Bon</li> <li>12 近江カスタード倶楽部</li> <li>13 藤田商店</li> <li>14 清源白河堂</li> <li>15 富士山製菓レストラン</li> <li>16 大木屋</li> <li>17 全日本お取り寄せ</li> <li>18 出瀬牧場</li> <li>19 道のこんどう</li> <li>20 からあげ鳥</li> <li>21 ペアショップ</li> <li>22 八幡橋</li> <li>23 舞臺</li> <li>24 ディンビンドップ</li> <li>25 舞臺</li> <li>26 舞臺</li> <li>27 舞臺</li> <li>28 舞臺</li> <li>29 舞臺</li> <li>30 舞臺</li> <li>31 舞臺</li> <li>32 舞臺</li> <li>33 舞臺</li> <li>34 舞臺</li> <li>35 舞臺</li> <li>36 舞臺</li> <li>37 舞臺</li> <li>38 舞臺</li> <li>39 舞臺</li> <li>40 舞臺</li> <li>41 舞臺</li> <li>42 舞臺</li> <li>43 舞臺</li> <li>44 舞臺</li> <li>45 舞臺</li> <li>46 舞臺</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>47 舞臺</li> <li>48 舞臺</li> <li>49 舞臺</li> <li>50 舞臺</li> <li>51 舞臺</li> <li>52 舞臺</li> <li>53 舞臺</li> <li>54 舞臺</li> <li>55 舞臺</li> <li>56 舞臺</li> <li>57 舞臺</li> <li>58 舞臺</li> <li>59 舞臺</li> <li>60 舞臺</li> <li>61 舞臺</li> <li>62 舞臺</li> <li>63 舞臺</li> <li>64 舞臺</li> <li>65 舞臺</li> <li>66 舞臺</li> <li>67 舞臺</li> <li>68 舞臺</li> <li>69 舞臺</li> <li>70 舞臺</li> <li>71 舞臺</li> </ol>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**一般出店 協賛企業**

- A1 舞臺
- A2 舞臺
- A3 舞臺
- A4 舞臺
- A5 舞臺
- A6 舞臺
- A7 舞臺
- A8 舞臺
- A9 舞臺
- A10 舞臺
- A11 舞臺

**一般出店 協賛企業**

- B1 NIBジャパン
- B2 タマショップ
- B3 NIPPON Tablet
- B4 住友生命保険相互会社
- B5 大塚
- B6 長崎県経済サポートセンター
- B7 パク・スポンジ
- B8 お菓子の店 アリク
- B9 佐世保五喜
- B10 サングラスショップ
- B11 アミューズ

**一般出店 協賛企業**

- B9 株式会社大塚
- B10 株式会社大塚
- B11 株式会社大塚
- B12 株式会社大塚
- B13 株式会社大塚
- B14 株式会社大塚
- B15 株式会社大塚
- B16 株式会社大塚
- B17 株式会社大塚
- B18 株式会社大塚

**飲料ブース**

- D1 キリンビール
- D2 コカ・コーラ

**喫煙ブース**

- E JTブース
- F フィリップモリス ジャパン

第1回は、2014年9月20日(土)～23日(火祝)の4日間。  
翌年に迎える25周年を前にプレイベントとして実施。

## 「地方創生」。

このワードが世の中で使われるようになった同時期に、

**地元局として長崎に貢献しようという思いから企画。**

「食」に「遊」、海外から日本に入ってきたものは全てNIBが  
本社を構える「**出島**」から。

その文化発祥の地、長崎出島をもっと県民は誇るべき。  
そのため、イベントタイトルも「NIBまつり」や「NIB感謝祭」と  
いったものではなく、「**DEJIMA**」としてのこだわりを表現。





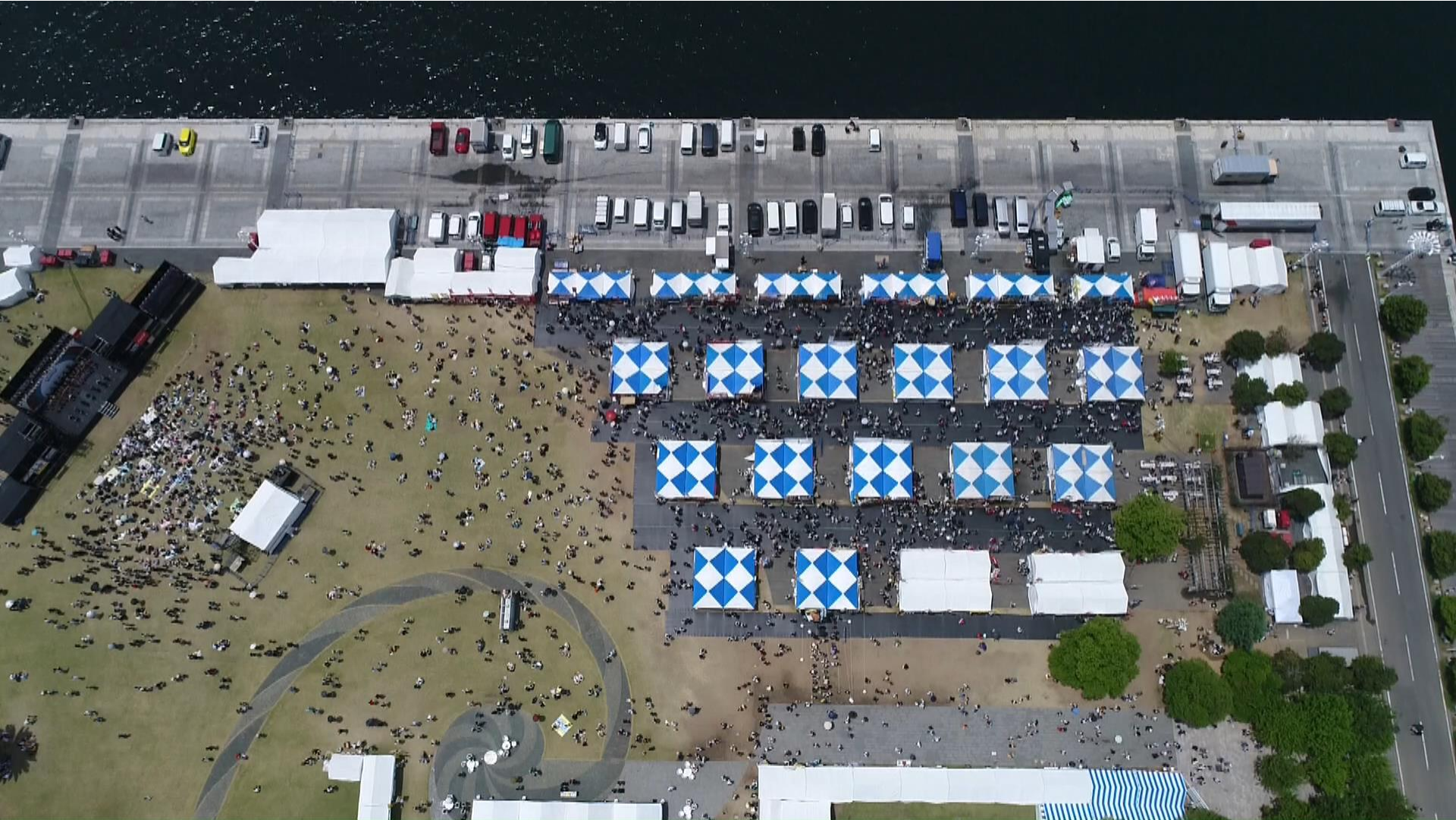


さすがに2年目は駄目かと思いきや29万人を動員。25周年イベントとして成功を収めるとともに確実に市民、県民の中で話題となっていることを実感。

3年目。台風にみまわれ、10万人に激減。その中でも「デジマポーズ」を考案、SNSでの拡散をはかりました。「長崎創生プロジェクト」第1号に認定。

4年目。台風がくる9月はこりこりということでGWに移行。公園を管理する県からGWは会場を貸せない。そこから交渉の復活劇。動員25万人!

スカイランタンにチャレンジ。風が強く少々失敗気味ではあったが、参加者は大喜びでこの企画に協賛してくれた地元クライアントからもお褒めの言葉を頂く。





初年度から番組出演 & イベントステージで連続出演頂いているキングコングの西野亮廣さんは「DEJIMA博は海が近くて最高のステージ、また来たくなる。」と語ってくれています。そして2017年のDEJIMA博では、西野さんが描いた累計発行40万部を超えた大ヒット絵本「えんとつ町のプペル」の絵を光らせる「展示会」を長崎で2番目に古い「日新ビル」で開催し、行列ができるなど地域貢献にも一躍かって頂きました。



自社制作のレギュラー番組を「DEJIMA博」会場から毎年生放送し、それと連携したステージイベントを展開。

これによりレギュラー番組に著名なゲストが出ることによる番組 & 局ブランド力のアップ = 制作力の向上になると同時に「特別番組を売る」という営業活動へも繋がり、この一連の動きは放送局の基本的な姿の成功事例とも言えると考えます。

NiB 長崎国際テレビ

NiB 速報!

DEJIMA博

DEJIMA博名物「スカイランタン」  
夜空へ舞い上がるランタンに想いをのせて

おかげさまで大盛況！  
心より御礼申し上げます

2019年 5月2日(木)～6日(月) 長崎水辺の森公園 & 三角広場 & 長崎県美術館

来場者数 **33万人**

2019年は ついに **30万人** を突破。

<その要因は？>

県民が喜ぶことへのチャレンジ=進化し続けるイベントでありたいと社員が願って企画に参画していること。

・ スカイランタン

→長崎市「ランタンフェスティバル」や福岡のプロダクションからも実施ノウハウの問合せが。

・ 開催期間中、2日間を初の夜間営業に。  
BIGアーティストの夜LIVE誘致も。

この年のトピックスとして、大阪の大学生たちが長崎に行ってみようとして調べていたら、DEJIMA博の配信するSNSにヒット。これで長崎への旅が決定したと言っていました。

実は、**地元のため**にという動きが  
県外からの集客 = **交流人口の拡大**へと繋がっている。

# GW人出 73万959人



GW期間中、4万3千人を超える人出でにぎわった大浦天主堂  
＝3日、長崎市南山手町（山口隆行撮影）

## 潜伏キリシタン遺産の来場者倍増

初の10連休となった今年のゴールデンウィーク（GW、4月27日～5月6日）期間中に、世界文化遺産「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の県内の構成資産を訪れたのは5万8602人で、前年のGW（9日間）の約2・2倍となったことが8日、県のまとめで分かった。また県内の主要観光施設30カ所を訪れた人は前年比32・3%増の73万959人となり、現在の調査が始まった2005年以降で最高だった。

## 県まとめ 主要観光施設32.3%増

### GWの来場者が多かった施設やイベント

施設	来場者数
ハウステンボス	17万2800人
グラバー園	6万4990人
九十九島パールシーリゾート	6万4104人
大浦天主堂	4万3085人
イベント	
DEJIMA博	33万人
波佐見陶器まつり	31万6000人
稲佐山つつじまつり	4万9000人

前年はGW期間中に平日が2日あったのに対し、今年には10連休で、期間の前半を除けば天候に恵まれたこともあって全体的な観光客数が大幅に伸びた。その上、潜伏キリシタン遺産は昨年7月の世界文化遺産登録で認知度が向上、県内観光への需要喚起につながったという。

同遺産の構成資産は軒並み来場者が増加。このうち大浦天主堂（長崎市）の来場者は前年比約2・4倍の4万3085人、旧五輪教会堂（五島市）は約6・2倍の9229人だった。潜伏キリシタン遺産とは別に、県内30の主要観光施設で来場者が最も多かったのはハウステンボス（佐世保市）。前年比5万2500人増の17万2800人だった。伸び率では、長崎原爆資料館（長崎市）の91・8%増（3万3254人）、一支国博物館（吉敷市）の70・7%増（8737人）などが目立った。一方、30施設への人出が最も多かった日は3日の約9万8千人で、前年で最多だった4日の約10万9千人を下回った。県観光振興課は「10連休の影響で人出が分散したのでは」と分析している。

主要イベントでは「DEJIMA博」（長崎市）が同9万9千人増の33万人で最多。連休前半の悪天候などもあり、「波佐見陶器まつり」（東彼波佐見町）は31万6千人と前年を下回った。（白石彩乃）

長崎新聞  
2019年（令和元年）5月9日（木）掲載



**DEJIMA博の運営**



### 株式会社長崎国際テレビ（略称）NIB

- 本社：長崎市出島町11-1
- 設立：1990年（平成2年）12月6日／開局：1991年（平成3年）4月1日
- 資本金：25億円
- 送信所：親局は長崎市、中継局は佐世保市、諫早市 他
- 出力：1kw
- 従業員：66名（男性：55名、女性：11名）
- 平成30年度 売上高 47億7,300万円 / 計上利益 5億2,700万円
- 主な自社制作番組：
  - ・ 情報バラエティ番組 「ひるじげドン」「あさじげZ」「よル〜じげ」
  - ・ ニュース報道 「NIB news every.」
  - ・ スポーツ情報番組 「ALL!V・ファーレン」

### 企業理念

テレビ放送を通じて県民の文化の向上と地域経済の発展に貢献する。高い社会性と倫理性を備えた会社を目指す。



安定的な放送事業を目指すとともに、放送外収入（総務省 放送コンテンツ海外展開強化事業、自治体のPV制作やシティプロモーション事業）にも積極的に取り組み、長崎を県外、海外へPRし、エリアの価値向上がはかれる取り組みを展開していきます。すべては県民のために。

- 2014年～2015年 事業部（イベント）と営業推進部（営業企画系）のメンバーでほぼ進め、そこから各部に企画依頼をする流れ。
- 2016年～ 各部から部、正社員、グループ社員の垣根をこえて実行委員会制度へ移行。

**このスタイルにより、実行委員長（事業部）のもとに各部から選りすぐりのメンバーが結集し、自分事の業務として考え、責任をもって取り組む意識が芽生えました。**

< 参考 2020年度実行委員メンバー >

- ・ 実行委員長 事業部長／副実行委員長 事業部専任部長
- ・ 幹事 営業統括部 男性／総務部（経理担当） 男性
- ・ ステージイベント 事業部 女性
- ・ 企画セールス 営業推進部 男性／営業推進部 男性／営業部 男性／東京支社 男性
- ・ 番組制作 制作部 男性／グループ会社制作部 女性
- ・ その他 営業部 男性（SNS）／技術部 女性（HP）／編成部 男性（広報）／報道部 男性（報道窓口）



イベント当日は、お揃いのTシャツを着用、出勤日程を調整しながら社員全員参加で行います。これまで担当業務に関わらないグループ社員や契約社員の皆さんの参加は原則無しとしていましたが、「参加したい」という声が多く聞かれ、2020年は参加の方向となりそうです。  
之即ち、NIBに働くメンバーとしての社員プライドの醸成にも繋がっているのだと確信しています。







**地域社会との連携**



長崎 水辺の森公園

◇◇長崎水辺の森公園◇◇  
2004年度グッドデザイン金賞（建替・環境デザイン部門）を受賞！静かな憩いの空間として楽しむだけでなく、賑わいの空間として楽しむことができる公園となっています。山と海に囲まれ、長崎港を行きかう船の汽笛が心地よく響く自然豊かで街中から好アクセスの公園です。



## Access

- JR長崎駅から
  - ・路面電車1.正覚寺下行 出島下車 徒歩3分
  - ・路面電車2.正覚寺下行 薬町乗り換え 石橋行 市民病院前下車徒歩1分
  - ・徒歩20分
- 長崎空港から
  - ・高速バス(約35分) 長崎新地ターミナル下車 徒歩2分
  - ・高速バス(約50分) 中央橋下車 浜の町電停から石橋行き 市民病院前下車 徒歩1分



■ 2014年  
水辺の森公園

■ 2015年・2016年  
水辺の森公園 + 三角広場

■ 2017年  
水辺の森公園 + 三角広場 + おくんち広場 + 日新ビル + 近隣商業施設  
(出島ワーフ、アミュプラザ長崎) + 長崎市管轄施設 (史跡出島表門橋公園)

■ 2018年  
水辺の森公園 + 三角広場 + おくんち広場 + 近隣商業施設 (アミュプラザ長崎) + 長崎市管轄施設 (史跡出島表門橋公園)

■ 2019年  
水辺の森公園 + 三角広場 + おくんち広場 + 近隣商業施設 (アミュプラザ長崎) + 長崎県管轄施設 (長崎県立美術館)

おくんち広場 = フリーマーケット (2017~) / 市内回遊を目指したスタンプラリー (2017) / アミュプラザ長崎タイアップ (2017~) / 史跡出島表門橋のPR (2018) / 長崎県立美術館 (2019~)



水辺の森公園



三角広場



アミュプラザ長崎



出島ワーフ



長崎県立美術館



2016年7月、長崎のイベントをはじめとする全ジャンルの中で「DEJIMA博」が人の交流を創造し、地域経済を活性化するとして長崎市が新たに創設した「長崎創生プロジェクト事業」の第1号に認定。

自治体と更なる連携及びステップアップした事業に進化。

市政あれこれ

ニューヨークばってん会  
長崎平和特派員に認定

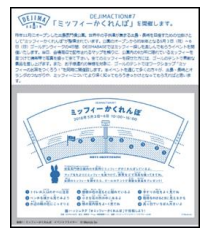
来賓の地域防災の担い手として

東証上場の歴史と魅力を紹介する資料館がリニューアル

長崎の新たな価値を見出し、その魅力を発信



2017年と2018年には開催期間内の1日のステージを「じげもんDAY」と題し、地元で活躍するダンススクールやアーティスト達の発表の場として展開。



長崎県と共同制作「中秋節 食べ歩き祭」チラシ&ポスター

長崎市が仕掛けるご当地グルメ「長崎そっぷ」のPR

出島表門橋開通PR (ミッフィーかくれんぼ)



**地域創生に資するイベント事業の展望と課題**

< 2020年のセールス概要 >



初の試みとして、ゴールド、シルバー、オフィシャルとランク分けしてセールス。

失敗してもいいと思います。スクラップ&ビルドの精神で臨みます。

と少しずつも、ゴールド(A社)が決定、シルバー(B社)が内定している現状もあり、自信をもってセールスを続けます。

< A社、B社共通の協賛の狙い >

地元根ざした社でありたいということと（長崎に根付く企業としてのブランド価値を高める）、長崎で働く社員様の福利厚生も。



もはや（ローカル）テレビはマスではない、地元企業をはじめ各クライアントがここ長崎により強く、深く根付くために「何か力になりたい」「そのために何をすればいいのかを考える」**コンサルタントができる企業**でなければいけないと私達は考えます。



## プロモーションメディアとしての役割を DEJIMA博は果たしているのだと。

確かにメディア環境の厳しさはありますが、私たちは苦しくなんてありません。

それはなぜか？

頼って頂いているクライアントのためにアイデアを考えることには苦しみますが、ゴール＝長崎に暮らす視聴者、クライアントが喜んで頂けることに向かって進むことを楽しめます。



**それが地方局のミッションだと考えます。**

## NIBとしての進化。企業としての価値を高めるきっかけ。

(例) 「DEJIMAラボ」や「30周年プロジェクト」

総合企画室という部の垣根を超えた組織ができ、海外局誘致や海外での自治体PRを展開（放送コンテンツ海外展開強化事業 2016年～）。

⇒自治体や長崎市の企業、市民団体を巻き込んでの展開は他局にないものと自負しています。

正直、すべてが成功とはいえませんが、ローカル局として長崎のためにという思い、「DEJIMA博精神」が活着しているのかもしれない。

## Experience ● of Nagasaki



### ■ DEJIMA博が県民に受け入れられている訳 ■

実は、長崎にはアミューズメントが少ないから（かもしれない）。お祭りはいっぱいあります。4月「ハタ揚げ」、8月「精霊流し」、10月「長崎くんち」、旧正月期「ランタンフェスティバル」。長崎県民はアミューズが大好きなんです。



そこで私たちは、国内外問わず、人を呼べるほどのエンタテインメントを長崎に根付かせたいと思います。

是非、今後は国の施策として「ローカルアミューズメント支援事業」（仮称）なるものをご検討頂ければ必ずや成功事例へと導く一助となれると考えます。