

# 地域と共に歩む とちぎテレビの現状と課題

# とちぎテレビ



てれすけくん

©やなせたかし

デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討会

2025年10月3日

株式会社とちぎテレビ

# ■ 会社概要

## 株式会社とちぎテレビ (略称とちテレ・JOGY-DTV)

- 本社 栃木県宇都宮市昭和2-2-2
- 開局 1999年(平成11年)4月1日
- 栃木県人口 約187万人
- 総世帯数 約82万世帯(令和7年3月1日現在)
- 県内カバー率 99%(ケーブルテレビでの視聴含む)
- 社員数 職員76人  
(嘱託・出向・契約28人を含む) 役職員合計96人

感度 鮮度 郷土  
地元:ウオッチ!

とちぎテレビは  
県内全域をカバー!

とちぎテレビは時代の流れを敏感に受け止め、  
新しい情報にこだわり、栃木の今を視聴者にお届けしています!



▶ スローガン「感度 鮮度 郷土 地元:ウオッチ！」

時代の流れを鋭くキャッチし、新しい情報をいち早く届け、常に地元を向け地域と共に歩む放送局として日々の業務に取り組む。

- ▶ 栃木の今を伝える
- ▶ 地域の活性化に寄与する
- ▶ 信頼できる災害報道を行う
- ▶ 視聴者に開かれたテレビ局であること

スポーツやエンターテインメントなど、とちテレならではの良質な番組を積極的に展開。



## ■ 経営状況①

### 売上高推移



■とちぎテレビの売上高は、1999（平成11）年の開局以来、2017（平成29）年度までは2,200,000千円前後の売上をキープ。

### 直近5年間の損益状況

単位：千円

	2020_R2年度	2021_R3年度	2022_R4年度	2023_R5年度	2024_R6年度
<b>売上高</b>	<b>1,837,293</b>	<b>1,965,742</b>	<b>2,091,047</b>	<b>1,880,198</b>	<b>1,879,266</b>
放送収入	1,636,032	1,624,452	1,633,762	1,568,121	1,504,761
事業収入	201,261	341,289	457,284	312,077	374,505
<b>売上原価</b>	<b>1,218,559</b>	<b>1,286,796</b>	<b>1,435,464</b>	<b>1,410,314</b>	<b>1,485,018</b>
番組制作費	592,314	647,204	768,222	702,093	717,014
放送制作費	475,950	454,051	491,397	507,742	492,398
事業制作費	116,363	193,152	276,824	194,350	224,616
<b>売上総利益</b>	<b>618,734</b>	<b>678,945</b>	<b>655,582</b>	<b>469,884</b>	<b>394,248</b>
<b>販管費</b>	<b>524,227</b>	<b>531,762</b>	<b>546,228</b>	<b>533,789</b>	<b>530,607</b>
<b>経常利益</b>	<b>109,807</b>	<b>161,245</b>	<b>123,916</b>	<b>▲ 50,978</b>	<b>▲ 128,635</b>
<b>当期純利益</b>	<b>69,192</b>	<b>102,368</b>	<b>87,989</b>	<b>▲ 54,829</b>	<b>▲ 86,750</b>

■直近5年間の損益状況は厳しく、令和5年度から当期純利益は赤字に。

売上の減少や、中継局・マスター更新等の設備投資による減価償却費の増加が原因。

## ■ 経営状況②

### 売上高内訳（放送収入・事業収入）



■ 売上高の内訳をみても利益率の高い「放送収入」が減少し、利益率の低い「事業収入」（放送外収入）でカバーする状況が続いている。

■ (株)電通が発表する「日本の広告費」によると、2024（令和6）年日本の総広告費は、7兆6,730億円（前年比104.9%）と3年連続で過去最高。そのうちインターネット広告費は、3兆6,517億円（前年比109.6%）で構成比は47.6%を占める。一方、地上波テレビ広告費は、前年こそ上回るものの低調、1兆6,351億円（前年比101.6%）にとどまる。

### ■ 対処すべき課題

広告費のインターネットへの集中が顕著となる中で、「放送収入」の減少を「事業収入」でカバーすることによる売上構造の変化と物価上昇に伴う利益率の継続的な低下にどう対応するかが当社の大きな課題。

2025（令和7）年度以降も継続する放送設備機器更新とこれに伴う減価償却費の増嵩、社員の高年齢層偏在に起因する人件費の高止まりなども後押しし、当社経営は厳しい局面を迎えている。

そのような状況の中「災害報道をはじめとする地域情報」や放送コンテンツの充実、売上の確保、諸経費の削減等の課題を適切に対処し、経営基盤の強化に向けた不断の取り組みに注力していく。

# ■ とちぎテレビの特徴・強み

## ▶ 1. 地域密着性

栃木県唯一の独立系民間放送局として、県内のニュース・スポーツ・文化・イベントをきめ細かく報道。県民の生活に直結する情報や話題を、キー局や系列局では拾えない視点で届けられる。

## ▶ 2. 災害・防災報道の信頼性

地域密着局としての使命感から、緊急災害時には迅速かつ正確な情報を優先して発信。視聴者に「安心」を提供できる存在としての役割。

## ▶ 3. 独立局ならではの柔軟性

ネットワークに縛られず、自主編成の自由度が高い。地元スポーツ中継（高校野球・高校スポーツ・Jリーグ・Bリーグなど）、地域イベント（アニメフェスタ・宮まつり・うつのみや花火大会など）、視聴者参加型番組を独自に展開。

## ▶ 4. 地域経済との結びつき

安定基盤を持ち地元企業と協働した広告・イベント企画に強く、県内の販促活動において信頼を得ている。

## ▶ 5. デジタル展開の推進

公式サイトやSNS、YouTube、TVerなどでの動画配信も積極的に展開。

## ■ 主な自社制作番組の特徴（ニュース・地域情報）

### ▶ とちテレNEWS9 月～金 21:00-21:45（地域密着型ニュース番組）



1日の終わりにその日の栃木を振り返るニュースプログラム。きょう栃木県内で起きた事件事故、地域のホットな話題を分かりやすく伝える。

- 栃木の地域ニュースと様々な視点での報道特集の展開
- プロ・アマ問わない地域スポーツシーンの掘り下げ
- とちテレキャスターが地域の問題を取材、キャスター目線でダイレクトにお届け

### ▶ イブ6プラス 月～金 18:00-19:00（生活情報・地域密着情報番組）



平日夕方6時は『イブ6プラス』栃木のニュース1番出しの地域情報に加え、県内ピンポイント天気予報、生活を彩るレジャーやグルメ情報など視聴者の生活にプラスな情報をお届け！

- どこよりも早い栃木県内のニュースからスタート！
- 栃木県全市町の詳しい天気予報！
- 栃木の旬を発見！日替わりの情報コーナー！
- 新たな試み『イブ6アンコール』と題し、番組の一部（ニュース・天気を除く情報コーナー）を当日の夜（プライムタイム）に再放送。これまで番組を視聴できなかった視聴者層の新規獲得を狙う。

### ▶ ドキュメンタリー特番・選挙特番

神宿る山 鹿連いのかりんど

～姉妹は日光に～



『本当の主務医』になりたい～在宅医療 ある医師の思い～



- ➡ 定期的なドキュメンタリー番組の制作
- ➡ 国政や知事選など大型選挙特番の放送

# ■ 主な自社制作番組の特徴（スポーツ中継番組の編成）

## ▶ 高校野球中継・Bリーグ中継・Jリーグ中継など地元スポーツの放送



とちテレSPORTSをブランド化し年間を通してプロアマスポーツ中継番組を展開

- Bリーグ中継 シーズン20試合を編成
- Jリーグ中継 シーズン10試合を編成
- アイスホッケーアジアリーグ シーズン1試合編成
- 男子バレーボールVリーグ シーズン1試合編成
- 高校野球中継は開会式・1回戦から決勝まで25試合編成
- 秋の各種高校スポーツ（サッカー、バスケ、バレー、ラグビー）県大会決勝の編成
- 全国高校サッカー選手権 地元代表校の各試合の編成
- 自転車ロードレース ジャパンカップの編成
- 郡市町駅伝中継の編成
- その他、少年剣道大会、天皇杯サッカー県決勝の編成、栃木県ミニバスケットボールフェスティバルの編成



## ▶ 県内プロスポーツチーム応援番組



## ■ 主な自社制作番組の特徴（バラエティ番組等）

### ▶ 教養・バラエティ番組（旅・街ブラ番組）



- 地元出身タレントのU字工事の2人が、栃木県内や隣県を舞台に、地域の名物や特産品の歴史や背景、ルーツを探ります。U字工事が知らなかった「めっけ（発見）」に出会う知的旅番組。  
YouTube、TVerの配信で視聴者の全国拡大を図る。

#### ■ 他ローカル局でも放送

チバテレ・TOKYO MX・KBS京都・群馬テレビ・テレビ埼玉・サンテレビ  
テレビ神奈川・北海道テレビ・長野朝日放送・ホームドラマチャンネル



- 栃木のお隣、茨城県出身のタレントのカミナリが旅先で出会う「人々とのふれあい」を通じ、そのエリアの魅力を紹介。カミナリと同年代となる30代～40代をターゲットにこの世代の特徴である個々の時間や空間の演出を大切にする。
- 「グルメ」「情報」に加え「体験」を強化し、視聴者の体験価値を高めるほか、特別ゲスト回を設け、話題性を喚起し飽きない番組制作を目指す。

#### ■ 他ローカル局でも放送

群馬テレビ・テレビ埼玉・千葉テレビ・テレビ神奈川・三重テレビ

### ▶ バラエティ番組（視聴者参加カラオケ番組）



- とちぎテレビ開局以来放送している視聴者参加型カラオケ番組。「視聴者のみんなで作る番組」をテーマに、地域の方々に気軽に参加いただける番組として開局以来放送を続けている。
- 番組出演をかけた出張予選会を定期的を実施  
地域のお祭りやイベントなどのステージで予選会を実施。毎回100名を超える参加者が殺到する人気企画。
- 10月よりYoutubeでも配信

## ■ 自社制作比率・地域情報の捉え方・地域情報を増やすための工夫

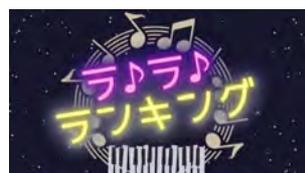
- ▶ 自社制作比率 25% (R7年度下期改編)
- ▶ 地域情報の捉え方 (自社制作番組の目指す方向性)

生活者 (県民) 目線である事 → 県民の暮らしに直結する「生活情報」を優先  
地域資源の価値化を発信する事 → 観光、産業、農業、スポーツ、文化など、栃木ならではの資源を「地域の誇り」の発信

全県的なバランス → 都市部・県南県北など地域ごとの課題や特色をバランスよく取り上げる  
課題解決型情報 → 高齢化、人口減少、防減災などの課題に対し「解決のヒント」等を提示

- ▶ 地域情報を増やすための工夫 **スポンサー確保、人材難による“困難な新番組の立ち上げ”**

→ 情報番組内コーナーの積極的な活用 多様な情報コーナーを展開  
夕方情報番組「イブ6プラス」は月間で大小約30のコーナーで構成。  
様々な県内情報の受け皿となっている。 ※一部コーナーは単枠で再放送も実施



# ■キー局などとの差別化のポイント

- ▶ 災害報道への対応
  - ➡ 2011年3月東日本大震災、2015年9月関東東北豪雨での経験
- ▶ 地域に根ざす情報発信
  - ➡ 地元の出来事・人・文化に光を当てること
  - 全国ネットでは拾われないローカルニュース、地域の課題や祭り・スポーツ
  - ➡ 国政から市議や町議までフォローする選挙報道
- ▶ 編成・番組制作の自由度
  - ➡ ネットワーク系列の縛りが少ないからこそ、独自企画や地域企業との連携を柔軟に実現
- ▶ ローカルタレントの活用
  - ➡ 身近なテレビ局である事、あなたが主役です！！
- ▶ 市民生活に直結したニュース・情報の提供
  - ➡ 開局以来放送を続けている長寿番組“おくやみ”
  - とちテレ=おくやみ 県民への浸透
- ▶ 地域広告ニーズに対応した柔軟さ
  - ➡ 企業規模に応じた広告展開



# ■ 東日本大震災での情報発信

▶ 2011年3月11日（金）東日本大震災当日の特別番組（15:00～25:00）

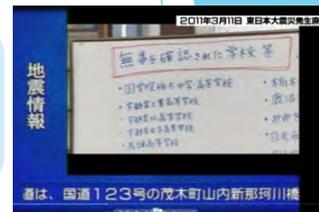
## 1次情報

- 地震（本震・余震）情報
- ライフラインや交通機関、被害情報（現場中継／記者取材）



## 双方向へ

- 行政機関や各種団体に電話つなぎ
- FAX／メールで生活情報を寄せてもらう

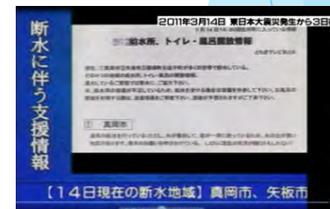
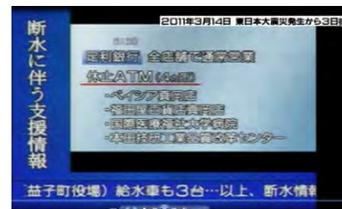


## 明日を生きるために

- 翌日以降の生活情報 ※ライフライン復旧状況、給水車、ガソリンスタンド、スーパー営業など

- 全国の情報は最小限に絞り、栃木県の状況を伝えることを最優先  
ライフラインの復旧状況や生活情報（交通機関の状況、炊き出し、給水車、銭湯・ガソリンスタンド・スーパーなどの営業案内）など「きょう・あすを生きるために」必要な情報をきめ細かく伝え続けた

➔ 2次被害の阻止へ



- 情報を取材する人手が足りなければ（電話がほぼ通じない状況でもあった）、逆に視聴者・行政・各種団体から寄せてもらう＝放送を「情報伝達のツール」として活用
- 3月13日（日）までの3日間はほぼ全ての番組を休止し特別番組を放送。以降3月27日（日）まで緊急特別放送体制を継続。臨時ニュースの放送時間は82時間50分、L字放送は3月27日まで375時間継続した。

## ■ 自治体・地場企業との連携事例

### ▶ 芳賀・宇都宮 L R T の開業関連の行事を生中継

2023年8月26日に開業した芳賀・宇都宮 L R T。とちぎテレビでは、その歴史的瞬間を伝えるべく、開業式と発車式の様子を生中継した。



### ▶ 「佐藤さんゆかりの地」聖地化プロジェクト事業

全国で最も多い名字されている「佐藤」姓は、平安時代に佐野で活躍し、平将門の乱を鎮めたとして知られる藤原秀郷をその始祖としており、名字の由来を「佐野の藤原」とする説が有力である。佐野市では、全国各地にいる「佐藤さん」を佐野市の関係人口に位置付け、継続的な関係人口の創出・拡大と地域振興、さらには移住・定住の促進を図るべく「佐藤の会」を2020年3月10日に発足。その事務局運営をとちぎテレビが担当。HP・SNSの運用やオリジナルグッズの制作、各種イベントを開催。



## ■ 自社での事業展開

- ▶ 北関東最大級のペットイベント「ワンダフルとちぎ」の開催（毎年5月開催）



■ 少子高齢化が進展する中、犬・猫の飼育頭数は増加傾向にあり、ペットの存在は大切な家族の一員として一段と存在感を強めている一方、飼い主のモラルなど、ペットとの共生に関連した社会問題も発生している。

イベントでは、ペット関連用品のメーカーなどが一堂に会し、関連用品をPR・販売するほか、ペットに関する啓発コーナーを設け、動物愛護精神の醸成や地域の活性化に寄与している。

- ▶ とちテレアニメフェスタ（毎年5月開催）



■ 2012年より宇都宮市中心部のオリオン通り商店街をはじめとする広域で開催。自社オリジナルのアニメキャラクター「まろに☆え〜る」に関係する栃木県出身の声優陣やアニメ関連のステージ、eスポーツのイベントなどを開催するほか、コスプレ団体と連携し幅広い世代が参加できる企画を展開。

開催期間中はオリオン通りを1日3万人以上が通行し中心市街地のにぎわいを創出。また人口・関係人口の拡大や、地域経済への波及効果といった成果を上げている。

# ■ ネット・配信関連事業

- ▶ TVer・YouTubeでの番組配信 → U字工事の旅！発見、カミナリのチャリ旅等



- ▶ 各ニュースサイトへの配信 → 自社HP、Yahooニュース、LINE、Youtube等



→ 大手民間気象会社との連携による地震速報、津波速報の配信の開始

- ▶ 自社アプリとの連動 → ニュースと気象情報に特化したとちテレアプリの運営



→ 防災タイムラインでの気象情報、災害情報の発信

- ▶ データ放送 → Lアラート連携による地域情報、防災情報の運営



2025年10月現在 県内6市町と連携

## ■ 経営課題と将来の取組

### ▶ 【課題】 広告収入減少・視聴者層の高齢化

#### ➡ 地元スポンサーとの信頼関係

地場も厳しいが、大手ナショナルスポンサー頼みではなく、県内企業や自治体と一緒に「地域を盛り上げる」形での企画提案で広告・タイアップに発展させる

### ▶ 【課題】 制作人材確保・育成

#### ➡ 若者のテレビ離れ・ネット動画での映像視聴 ➡ テレビ番組制作への魅力低下

### ▶ **テレビの役割と強み 信頼性の高い情報源**

➡ 短時間で確実に情報を届けられる強みや放送法や放送倫理に基づき正確性・公平性を担保した視聴者にとって信頼できるテレビの情報は、社会全体に影響を及ぼす事象が発生した際に機能すると考える。特に災害・事件・など、速報性が求められる情報を地域内の多くの人々へ発信する。

### ▶ **スポーツ・県内イベント中継による共有体験**

➡ スポーツ中継や地域イベントの生放送を通じ、同じ時間に多くの人々が感動や興奮を共有できる「同時体験性」はテレビ独自の価値であり、地域の一体感やコミュニティ形成にも寄与出来る事から、出来るだけ多くの地域資源をリアルタイムで発信する取り組みにも重視していく。

### ▶ **今後のネット時代の活路**

➡ 情報収集の多様化。既存のコンテンツに紐づく取材先やイベントなど、テレビ局の発信する「信頼できる情報」を「とちテレの資産」として捉え直し、デジタル上での新しいメディアを創造。当社独自の県内情報の収集力と、地域の繋がりをデジタル技術を用いて引き出し、既存の視聴者層に加え、新たな視聴者層、特にデジタルネイティブ世代へのアプローチを強化、ブランドイメージの向上とデジタル上の広告獲得による収益基盤の確立に繋げたい。

# ■ まとめ

- ▶ 独立局の番組は「地域のための番組」であることを最優先。
  - ➡地域報道・地域スポーツ・地域文化・地域エンタメをバランス良く展開し「地域密着 × 双方向性 × デジタル連携」を柱にした総合編成方針を貫くことで、視聴者から信頼され、愛される放送局を目指す
- ▶ 地域に根ざした情報発信で地元企業や自治体と県民をつなぐ放送局
- ▶ 放送とネット配信を活用し、地域共助・活性化に貢献
- ▶ 地域に必要とされる放送局を目指して挑戦を継続



てれすけくん  
©やなせたかし

ご清聴ありがとうございました