R6. 10.3　報道記者会見資料

# 群馬テレビ未来構想

# Ⅰ　群馬テレビ未来構想策定検討委員会の設置

## 1　基本的な考え方

・５月１日にキックオフ会議を開催し、９月２日までに４回開催。
・各委員や社内の意見を踏まえ取りまとめを行った。

## 2　委員

（敬称略）

| NO | 氏　　名 | 専門分野等 | 備　考 |
|---|---|---|---|
| 1 | 鈴木　哲夫 | ジャーナリスト<br>（元東京MXﾃﾚﾋﾞ報道制作部長、BS11報道局長） | 委員長 |
| 2 | 脇浜　紀子 | 京都産業大学現代社会学部現代社会学科教授 | 副委員長 |
| 3 | 小竹　裕人 | 群馬大学社会情報学部准教授<br>著書：放送需要の考え方　など | |
| 4 | 加藤　真一 | 加藤会計事務所代表社員社長<br>（公認会計士、税理士） | |
| 5 | 石井　年香 | 群馬県知事戦略部メディアプロモーション課長 | |

## Ⅱ　検討状況

**【第１回】**〇令和６年５月１日（水）
〇会社概要等説明、未来構想の策定の考え方・スケジュール等について意見交換

５～６月　「現状分析と課題の抽出」「中間報告（案）」作成

**【第２回】**〇令和６年６月１０日（月）
〇中間報告（案）を確認し、最終報告の作成に向けた検討の方向性等を協議

６～７月　「現状分析と課題の抽出」を踏まえたプラン作成

**【第３回】**〇令和６年７月２９日（月）
〇「具体的な検討の方向性」や進め方等について意見聴取

７～８月　ロードマップ（案）未来構想（最終案）を作成

**【第４回】**〇令和６年9月2日（月）
〇群馬テレビ未来構想最終案を審議

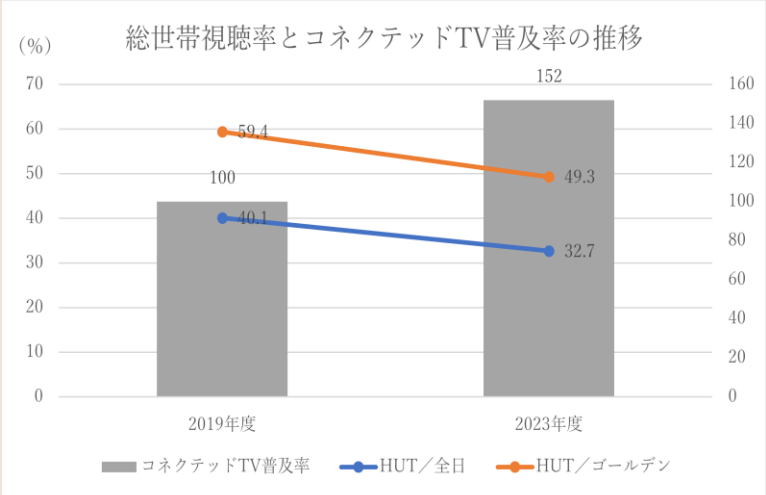
修正意見等踏まえ、群馬テレビ未来構想　策定　（９月２５日取締役会にて報告）

# 1　テレビ局の現状と未来

## 1）現状と課題

### ①視聴率の低下

**10年前と比較し、2023年の年間視聴率は約1/2に！**

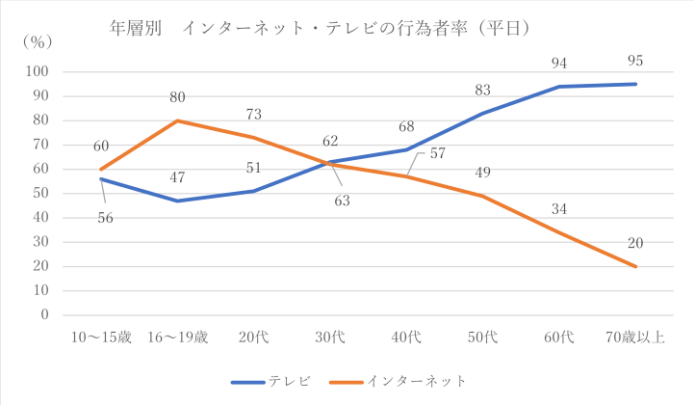



（出典：TBS／テレビ朝日／ビデオリサーチ社）

### ②若年層のテレビ離れ

**10代20代の約半分がテレビを見ていない！**

【内　訳】　☆１０～１５歳：　７８％　⇒５６％
☆１６～１９歳：　７１％　⇒４７％
☆２０代　　：　６９％　⇒５１％

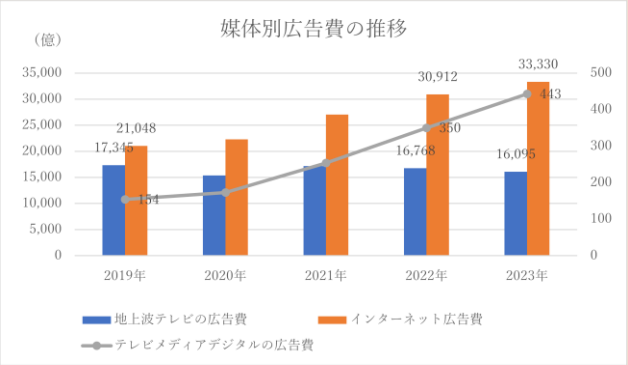



（出典：「国民生活時間調査 2023 版」NHK）

### ③広告収入の減少

・日本の総広告費は過去最高も

**地上波ＴＶの広告収入の減少は深刻　（前年比　　△4%（約1兆6千億））**




（出典：「日本の広告費」2019－2023 電通）

## 2）将来展望

・リアルタイム同時配信サービスがデフォルト！

・若者のテレビ離れは続く一方、お気に入りの番組（ﾄﾞﾗﾏ・ｽﾎﾟｰﾂ）はリアルタイムで視聴　**⇒こうした傾向を的確に捉えた対応が必要**

## 2　ローカルテレビ局の現状と未来
### 1）現状と課題

**①地域の映像ビジネスは、まだまだブルーオーシャン**

**②経営状況（経常利益の悪化）**

☆三大広域圏の系列TV局　△22.3%
☆系列ローカルTV局　△42.4%
**☆系列に属さない独立局　△10.8%**

出典：2022年度民放決算状況（民放連）

### 2）将来展望

・キー局よりも少ない人数で番組を制作できる強みを
　人材確保やその養成にしっかり生かす

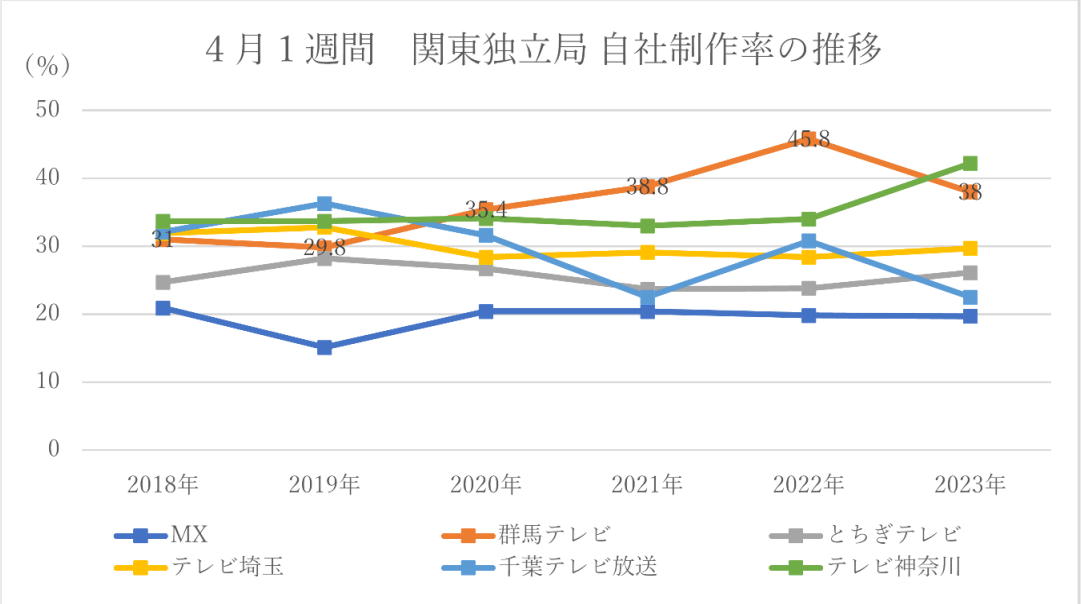
・クリエイティブの矜持とあわせて
　新たな発想で事業展開を行うための柔軟な思考

# ３　社外・社内から見た群馬ﾃﾚﾋﾞの現状と課題
## １）強み、さらに強化していくべき点

### ①電波事業者であること
後発メディアに持てない強み

### ②自由な発想による番組制作・番組編成
キー局にできない番組制作・編集が可能

### ③自主制作率の高さ
・テレビ神奈川に次いで自主制作率が高い
・社員のほぼ全員が、番組制作経験あり




（出典：「日本民間放送年鑑」民放連）

### ④半世紀におよぶ実績とアーカイヴスの蓄積
昭和の街並み、自然、地域のお祭り、スポーツ、芸術など
群馬テレビにしかない貴重な財産
（50年間：約19,000時間、約1,800番組のコンテンツ制作）

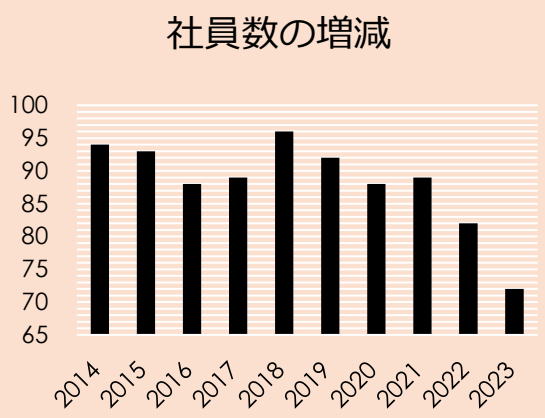
### ⑤全国に点在する地方独立局とのネットワーク
全国の県域局１２局との連携

### ⑥顔の見える営業
直営業が主力で、スポンサーとの関係が近い

# ３　社外・社内から見た群馬ﾃﾚﾋﾞの現状と課題
## ２）弱み・改善点

### ①業務執行体制の弱体化

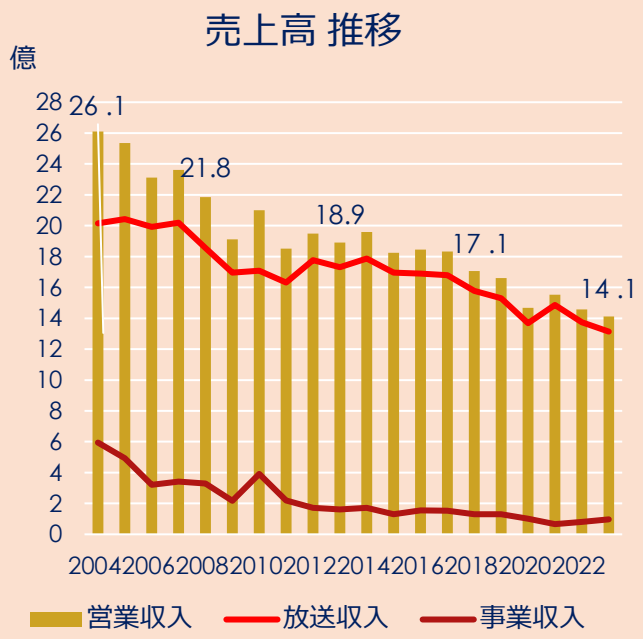
社員の減少
　　５年前から△約20人




### ②厳しい経営状況

・売上の減少
営業収益は、
20年前の54.1%に

・ 重い設備投資
送信機、中継局など




### ③関係者との関係改善
　県や自治体、取引先との関係再構築

### ④番組企画・番組制作
・コンテンツが少ない

・社員のスキルアップができていない

・ TVer・YouTubeなどの活用が不十分

・他のマスコミ等との連携不足

### ⑤デジタル化・ＤＸ
　エビデンス重視への転換

## 4　群馬テレビの未来

強みや弱み、現状と課題を踏まえながら、
令和７年４月を**「第２の開局」**と位置づけ、**県民に愛されるテレビ局**として再生

**【７つの基本方針】**

①従来の価値観を捨て、収益構造などの抜本的見直し

②新しいコミュニケーションツールとしたたかに連携し、新しいメディアネットワークを構築

③忘れてはならないプライドは「制作能力」　→　テレビを作り続けてきた集団としてのノウハウ生かす

④全社員がクリエーター　→　それぞれの持ち場で番組制作と収益を創造

⑤独立ローカル局こその強み　→　圧倒的自由度の高さ

⑥放送姿勢や制作番組のベクトルは第一義的にはもちろん県内、今後は県外へも同時発信

⑦「徹底した地域密着ライブ」と「新機軸の県や市町村など自治体番組」の制作検討

**「コンテンツ」と「営業」**というテレビ局が最も大切にすべき点を忘れず、
**「具体的な取組」を進めていく！**

# 5　方向性の具体化

## ①報道への矜持・行政と連携した番組制作

1）報道に対する姿勢
- 基本姿勢
- 災害報道充実のための体制整備

2）行政と連携した番組制作について
- 基本方針
- 行政との連携強化

## ②強みを生かした「わくわくする番組」づくり

1）番組制作能力のブラッシュアップ

2）コンテンツの充実
- 視聴者にニーズに応える番組づくり
- 県民参加の推進
- サブチャンネル（ＳＶ２）の活用
- メディアミックスの推進
- 番組制作における他のメディアとの連携
- アーカイヴスの活用

## ③パブリックサービスメディアを目指して

**※パブリックサービスメディア（ＰＳＭ）とは？**

- 欧州で広く認知されつつある「公共の利益のために運営されるメディア」
- 米国では「地域情報は公共サービスである」という認識から、州単位での公的補助について検討がスタート
- 「公共サービスとしての地域情報」提供できる可能性があるのは、群馬テレビのような地上波ローカル局

# 5-①　方向性の具体化　「報道への矜持と行政と連携した番組制作について」

## ①報道への矜持

民放連の報道指針を踏まえ独自の基本方針を策定・公表

報道機関として、一切の忖度を行わず、
正確・迅速な報道につとめる

- 地域の話題を積極的に報道
- 県民の「知りたい」に応える
- 災害時に迅速できめ細かな報道
- スポーツ・文化にも注力

## ②行政と連携した番組制作

基本方針を策定・公表

行政が県民に伝えたい情報を、迅速かつ正確に伝える手段に！

- 県民が知りたい情報をタイムリーに
- パブリックサービスメディアとしての地位確立
- TVer、YouTube、SNSなどメディアミックス
- 放送番組審議会で行政との健全性を検証

**この考え方を来年4月の番組改編に反映**

## ５-②　方向性の具体化
## 「強みを生かした『わくわくする番組』づくり」

①「第２の開局」に向けて
１）特番や記念イベントの検討・実施
２）番組改編
３）戦略的な広報

②番組制作能力のブラッシュアップ
全社員が番組制作に携われる環境づくり

③コンテンツの充実
１）県民参加の推進
２）ＳＶ２（サブチャンネル）の活用
３）メディアミックスの推進
４）番組制作におけるメディアとの連携
５）アーカイヴスの活用　など

## ５-③　方向性の具体化
## 「パブリックサービスメディアを目指して」

全国のローカルテレビ局のモデルを目指す

①蓄積したノウハウの地域への還元

②情報伝達のためのツール・コンテンツの充実

# 6　ロードマップ

## Ｒ６【助走期間】

①報道・行政との連携方針
　の策定・発表

②中期計画(R7～9)の策定　など

## Ｒ７【ホップ】　Ｒ８【ステップ】　Ｒ９【ジャンプ】

目指すビジョンの実現

中期計画実行期間

①報道への矜持と行政との連携
　1)正確・迅速な報道
　2)行政情報を伝えるための手段に

②わくわくする番組づくり
　1)番組制作能力のブラッシュアップ
　2)コンテンツの充実

③パブリックサービスメディアを目指して
　1)蓄積したノウハウの地域への還元
　2)情報伝達のためのツール・
　　コンテンツの充実

④中期計画（R7～9）
　1)評価・見直し

迅速かつ計画的実行

## Ｒ10以降【次のステージへ】

①報道機関としての
　体制強化・構築

②行政等との更なる
　連携強化

③県民が豊かになるような
　コンテンツの充実

④パブリックサービス
　メディアへの体制整備

⑤次期計画の策定・実行

⑥新たな課題への
　的確な対応