

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 (元東京MXテレビ報道制作部長、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 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 (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】 ○令和6年5月1日（水）
○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】 ○令和6年6月10日（月）
○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】 ○令和6年7月29日（月）
○「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】 ○令和6年9月2日（月）
○群馬テレビ未来構想最終案を審議

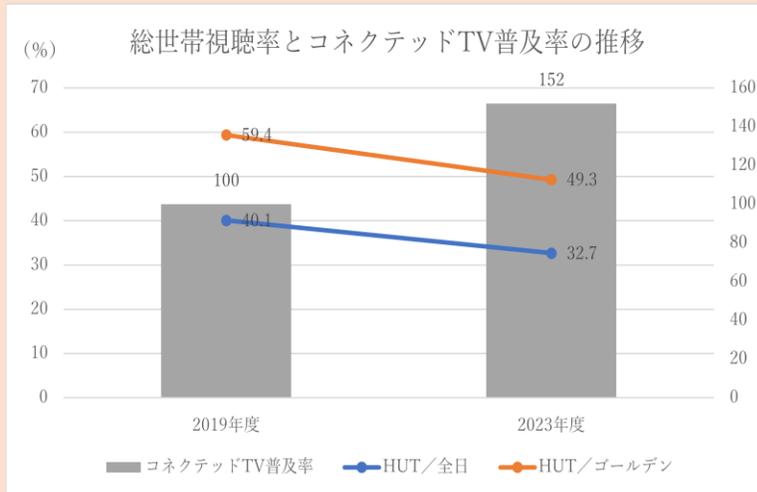
修正意見等踏まえ、群馬テレビ未来構想 策定（9月25日取締役会にて報告）

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！

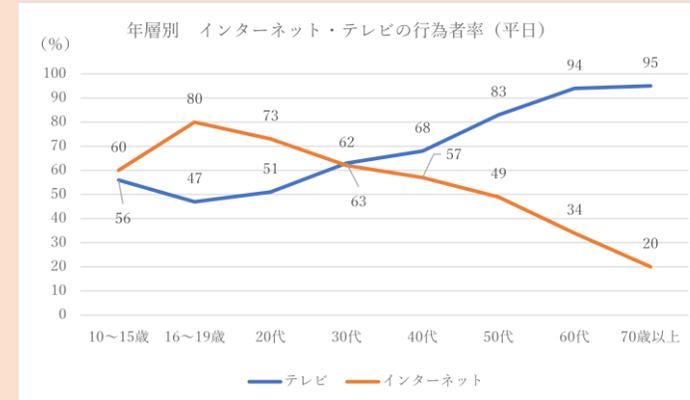


(出典：TBS/テレビ朝日/ビデオリサーチ社)

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%

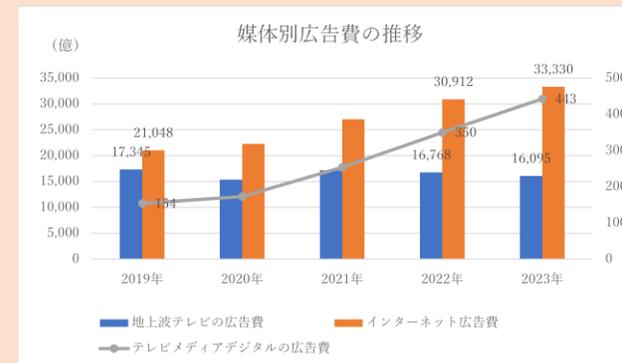


(出典：「国民生活時間調査 2023 版」NHK)

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(ドラマ・スポーツ)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 $\Delta 22.3\%$
- ☆系列ローカルTV局 $\Delta 42.4\%$
- ☆系列に属さない独立局 $\Delta 10.8\%$



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ビの現状と課題

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

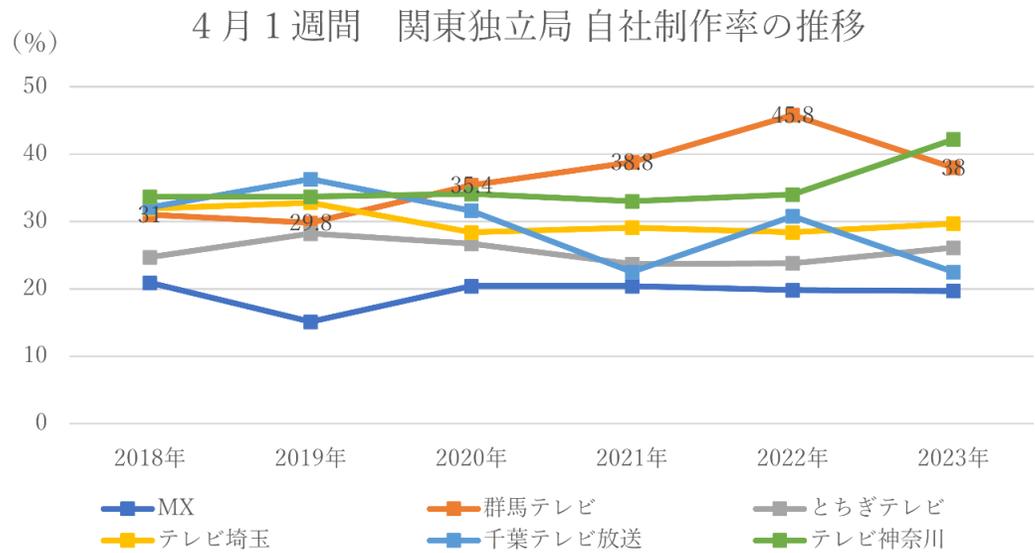
後発メディアに持てない強み

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ブスの蓄積

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ビの現状と課題

2) 弱み・改善点

① 業務執行体制の弱体化

社員の減少

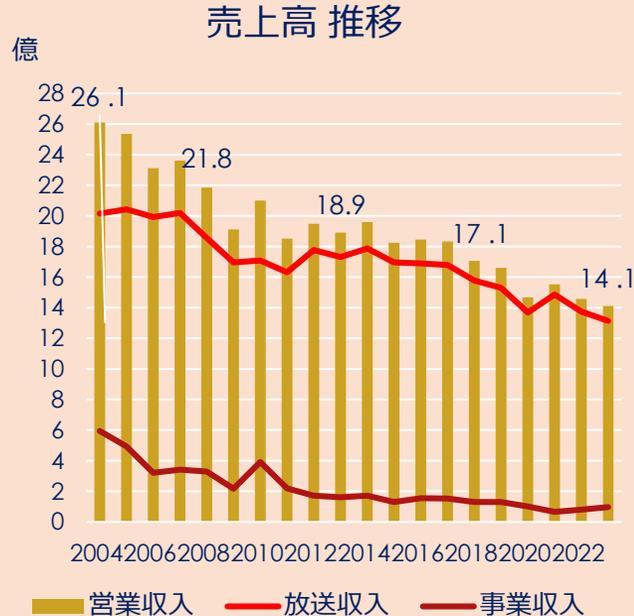
5年前から△約20人



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全社員がクリエイター → 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
 - ・ アーカイブスの活用

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



この考え方を来年4月の番組改編に反映

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
- ・ 放送番組審議会での行政との健全性を検証



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) アーカイブスの活用 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

