

岩手・宮城・福島 被災3県テレビ民放全12局取材から②

災害に強い放送局づくりへ 経験と教訓

6月20日から2週間で被災した3県のテレビ民放を取材したレポートの2回目。前号で社長たちの震災初動と現在の考えを聞き、未曾有の震災報道を経験した12局の奮闘ぶりをレポートした。今号では、被災後の経営業績の見直しをはじめ、放送局として直面した役割と貴重な経験、そして災害に強い放送局づくりからみた今後の方向性をレポートする。(レポート：吉井 勇・本誌編集長)



全国からの支援で被災情報を迅速に報道(写真提供：宮城テレビ放送)

【訂正とお詫び】

9月号「被災3県テレビ民放全12局取材」記事P17で、福島中央テレビの岩田安弘代表取締役会長の役職紹介で、「震災時は常務」とありますが、「震災時は代表取締役社長」に訂正し、お詫びいたします。

■ 厳しい経営環境に積極的な営業アイデア

経営業績の見直し 通年で80%をクリアしたい

激甚被害は地域経済を揺るがしている。その影響はテレビ局経営の数字にどう表れるのか、社長たちに「今後の収入見込みと対応」を聞いた(テレビ岩手の社長は震災時には別会社在职のた

めインタビューせず)。

「厳しい状況だと思えますが」と切り出すと、何人かの社長はこう返してきた。「皆さん、そう思われているようですが、県内の消費は復活しつつあります。デパートの売り上げ(5月時点)は前年比で120%です。また、夜の盛り場も人が多く出ています」と話し、「復興

り上げ動向はどうか。各社長の口からは前年比60%強という数字が出た。当初は50%という厳しい見直しもあったが、6月の回復で持ち直したという。ただ、ローカルタイムの有力なスポンサーである東北電力が下りたことや、地元のスポンサーも厳しい状況にあり、それなりの覚悟も確かだろう。

特需の面もあるでしょうが、被災地を取り巻く県内の消費活動は皆さんが思っている以上に活発なのです」と強調する。この発言の裏には元気を訴え、CM対象エリアとしてアピールする意図もあるだろう。

では、4月から6月までの第1四半期の売

通年の見直しについて共通する考えは、「第2四半期の動静を見ないとわからないが、経営の決意として何とか前年比80%は超えたい」という願いにも近い見直しだ。では、この「前年」はどうかであったのか。「4期ぶりに黒字」(岩手朝日テレビ)や「5年ぶりの黒字」(福島中央テレビ)と盛り返した年であり、「2010年並みへ5年後までに回復させたい」(テレビユー福島)という久々の年で、なかなか高いハードルである。

取材したテレビ民放12局

県名	局名	本社所在	系列
岩手県	IBC岩手放送(IBC)	盛岡市	JNN
	テレビ岩手(TVI)	〃	NNN
	岩手めんこいテレビ(MIT)	〃	FNN
	岩手朝日テレビ(IAT)	〃	ANN
宮城県	東北放送(TBC)	仙台市	JNN
	仙台放送(OX)	〃	FNN
	宮城テレビ放送(MMT)	〃	NNN
	東日本放送(KHB)	〃	ANN
福島県	福島テレビ(FTV)	福島市	FNN
	福島中央テレビ(FCT)	郡山市	NNN
	福島放送(KFB)	郡山市	ANN
	テレビユー福島(TUF)	福島市	JNN