

民放地方テレビ局による事業の拡張を踏まえた「放送の地域性」の測定方法 —新卒採用特設ページの質的分析を端緒として—

橋本 純次 (Junji HASHIMOTO)

Keywords : 放送政策, 放送の地域性, 民放地方テレビ局, マスメディア集中排除原則, 採用広報

1 目的

本研究の目的は、マスメディア集中排除原則の趣旨たる「放送の地域性」について、民放地方テレビ局（以下、「地方局」）の実情を踏まえた測定方法を提言することにある。地方局の経営統合や広域化が現実となるなかで、「地域情報発信を確保するための仕組み」への制度的要請をはじめ、「放送の地域性」をどのように解釈・測定・担保すべきかという論点があらためて注目されている。一方、昨今の地方局はこれまでにない形で「地域密着」を実現するための実践を蓄積しており、制度設計はこうした実情を前提とする必要がある。本研究がめざすのは、地方局において複雑化した「地域密着」を実質的・総体的に支える手段としての測定方法の提言である。

2 方法

現在の地方局がどのように「地域性」を解釈し、具体的な事業に落とし込んでいるか把握するため、本研究は各社のウェブサイトには設置される新卒採用特設ページに着目した。実態が反映されずとも、少なくともそこには各社の考える地方局としての「ありたい姿」が表現されるものと考えられる。本研究では、事業規模の大きい在京・在名・在阪局を除く地方局 111 社のうち、データ取得日（2025 年 2 月 19 日）時点で特設ページを公開する 61 社を対象にデータを収集した。主に用いたのは従業員紹介ページの文章であり、55 社・464 名分のデータから「地域性」、「地域貢献」、「地域密着」を具体化する文章を探索し、684 の発話を抽出のうえ M-GTA により分析した。

3 結果

調査・分析の結果、現在の地方局は「放送の地域性」を発揮するため、①「放送エリアの課題解決」や「地域の持続可能性への貢献」が必要であること、② そのための前提として「地方局の価値最大化」が求められること、③ そのためには組織内外で多方面のコミュニケーションが肝要となること、という三要素が全社的に実現される必要があると認識していることが明らかになった。これは従来の議論を拡張し、異なる観点から「放送の地域性」を検討する手がかりといえる。

4 結論

以上の結果を根拠として、こうした要素を下支えしうる「放送の地域性」の測定方法を提言する。具体的には、従業員や役員の構成から「放送の地域性」を担保する橋本（2022）のアイデアを基盤として、制度的要請に応えることで前述した三要素がそれぞれ実現できるような方策を示す。

【主要参考文献】

橋本純次（2022）『「放送の地域性」研究の展望：事業者や地域の実情を踏まえた放送制度の実装に向けて』、『放送メディア研究』15, pp.189-200.