

Rotary



# 宮崎南週報



ロータリー：  
変化をもたらす

イアンH.S.ライズリー  
2017-18年度RI会長

## 南の風、みんなで参加。

宮崎南ロータリークラブ  
会長 戸高 勝利

### 第1954回例会

2018.3.12

会長／戸高勝利 幹事／入佐秀幸  
副会長／日高勇二 会報／島田博良  
例会場／宮崎観光ホテル  
ソング／奉仕の理想  
ロータリーの目的

### 会長挨拶



戸高勝利会長

皆さんこんにちは。今日は国連で採択された持続可能な開発目標について資料を基に説明いたします。県内では新燃炉の噴火、国内では森友学園問題、海外では米朝首脳会談の実現は本物か、など世界は大きく毎日変化しております。そんな中、国連の2030アジェンダでは「誰一人取り残さない」を理念に持続可能な社会を実現させる為17の目標を設定しました。

### SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS SDGs(エス・ディー・ジーズ)

内容をHPで確認するとわかりますが、ロータリーの6つの重点分野に近い項目があります。それは世界中の人々が同じ目標を目指している証拠でもあります。私達ロータリーは、もっと自信を持ち活動をしたいものです。この持続可能な社会の事は、宮崎クラブの周年事業の際、南ロータリー代表として参加させていただき得た情報でした。皆の為になります。また、持続可能の問題は多くの会社が解決しないといけない事です。この資料が少しでも役に立てば幸いでございます。

いよいよPETS（会長エレクト研修）が鹿児島で始まります。早瀬エレクト、しっかりと楽しんで研修を受けられてください。誠におめでとうございます。

### 出席委員会報告

長澤好太郎委員長

#### ●出席状況

本日状況		前々回状況	
会員数	(43) 46名	会員数	(44) 46名
本日欠席者数	14名	ホームクラブ出席者数	32名
本日出席者数	32名	メークアップ数	3名
出席率	74.42%	修正出席者数	35名
		修正出席率	79.55%

●前々回メークアップされた方／寺村明之会員、日高勇二会員、星野敬人会員

ニコニコ  
BOX 1枚 2,000円  
累計282,000円

募金箱 5,640円  
累計132,572円

### 幹事報告

入佐秀幸幹事



・例会場変更の案内です。4月～8月までの間、耐震工事の関係で例会場が西館から東館に変更になりますので間違わないようお願いいたします。

- ・エコキャップの報告です。今回は903個でした。引き続き協力よろしくお願いします。
- ・2018 JAPAN RYLA セミナーの案内です。20歳以上で有望な人材がいらっしゃれば是非、推薦をお願いします。場所は神戸YMCA余島野外活動センター 登録料 5万円

### 親睦委員会

田中靖彦委員



3月25日(日)宮崎南ロータリーゴルフコンペを行います。

3月26日(月)観桜会  
ニューウェルシティ宮崎 18:30～

### ニコニコBOX

島田博良会員

娘が菜々緒とCMに出ています。  
みなさん探してください。

### Rotary ロータリー情報

### ●世界ローターアクト週間 (World Rotaract week)

1993年、R I 理事会はR A の設立25周年を記念して、3月13日を含む1週間（月～日曜日）を「世界ローターアクト週間」として祝うことを、ロータリークラブとローターアクトクラブに推奨している。

ロータリークラブには、地元のローターアクトクラブとの共同プロジェクトや、親睦活動に参加するよう、呼びかけを行っている。

## 青少年奉仕委員会

矢野智哉委員長



3月21日(水)少年少女サッカー大会を開催いたします。

## ロータリー財団委員会

高瀬俊彦委員長



ロータリー財団委員会では、まだ一度もポールハリスフェローになられていない方を対象に、会員一人当たり5,000円を頂き、不足分はポイントを使い戸高年度内に、ポールハリスフェローになって頂きたいと思います。ご協力をよろしくお願ひします。

## 本日のプログラム

### 会員卓話

#### 放送業界について

寺村明之会員



皆様こんにちわ。約1年半ぶりに卓話が回ってきました。

本日は私が長い間身を置いていた放送業界についてお伝えしたいと思います。放送業界と言いましても、以前にもお話をしましたが、私が経験したのは華やかな制作部門或いはニュースで登場する颯爽とした記者ではなく、民放では、社員ができれば配属されたくない部署である営業を中心でした。本社で11年、東京支社で19年、合計して30年間、営業をやっておりました。手の指紋は無くなっています。

本日はまず初めに、民放の系列局についてお話ししたいと思います。お手元の資料のコピーをご覧ください。

ご存知の方がほとんどだと思いますが、民放に置きましては、東京5局をキーステーションに、ご覧のように大阪名古屋福岡をはじめとする局がネットワークを形成しています。

まず老舗といわれるTBS系列、宮崎ではMRTがTBS系列です。ラジオから出発した局も多く、MRTもラジオを持っていることは皆さんご存知のとおりです。TBSは赤坂にあり、赤坂サカスにはおしゃれなお店や劇場もあります。報道のTBS、ドラマのTBSと言われ、民放の王者として君臨していました。

次に日本テレビ系列、読売新聞が大株主で、巨人を中心としたプロ野球中継や、力道山のプロレスはすごい人気を博しました。やはり巨人のイメージが強いですね。

そしてCXフジテレビ系列、私がフジテレビ系列の関西テレビに入社した時は、断トツの4番手、テレ

ビ東京には失礼ですが、振り返ればテレ東、と言わっていました。今は残念ながらその状況に似ております。入社して4、5年経った昭和57年頃、覚えていらっしゃるかどうか、ゴールデンのスター千一夜とクイズグランプリというベルト番組を整理し、なるほど・ザ・ワールド（旭化成提供）が始まり、それが起爆剤になり、おれたちひょうきん族、THEMANZAI、笑っていいとも、夕焼けにやんにやん、等が高視聴率を取り始め、あれよあれよという間に、視聴率トップに躍り出ました。そして長い間民放トップの座を守っていくことになります。たまに日テレには抜かれていきましたが…。余談ですが、当時UMKのさんさんサタデーは宮崎では大変な人気を誇っていたと聞いておりますが、CXのおれたちひょうきん族のディレクター陣が、さんさんサタデーがあまりに面白いことを聞きつけ、よくネタを盗みに来ていたというのは真実のようです。残念なことにコンプライアンスの世の中、もうああいう番組を思い切って制作することはそうとう困難になってしまいました。

後、当時日本教育テレビといっていたNET、今のANBEX系列です。大阪に於いてはABC朝日放送という東京のTBSのような老舗があり、フジテレビの調子が良いときでも関西テレビは苦戦をしておりました。因みに昭和50年まではABCはTBS系列に所属していましたが、新聞との系列整理でANB系列に代わりました。それでもABCは強かったです。てなんもんや三度笠を制作していたのはABCです。藤田まこと、しらきみのる、財津一朗が出演「当たり前田のクラッカー」「やめてちょーだい!」などのギャグが生まれました。その後も関西の局は当時元気がよく、バラエティではKTVのパンチDEデート、ABCのプロポーズ大作戦、MBSのヤングオーラーなどが超人気でした。

残るはテレビ東京系、一番開局が遅く、主要都市のネットワークになっておりメガトンネットと言われています。テレ東をキーにネットワークを形成、関西では大阪しかカバーしていません。テレ東は最も低予算で番組を制作していますが、鑑定団やYOUは何しにニッポンへなど、工夫を凝らして番組作りをしており、UMKも参考にしたいところです。

さて、ネットワークの話しさはこれくらいにし、UMKの話をさせて頂きたいと思います。お手元にタイムテーブルをお配りしておりますが、クリーム色の所が所謂自社制作の番組です。ぶら金、じゃがサタ、U-DOKI、18時台のスーパーニュースなど地元密着の番組です。UMKは基本FNSに所属していますが、2局地区ですので日テレやテレ朝とニュース協定を結んでいます。FNN,NNN,ANN、とそれぞれニュース協定があり、お昼はANNニュース、夕方はフジテレビのスーパーニュース、夜は日テレ系の

NEWSZEROを流しています。フジテレビ系で育った私としては違和感満載の部分です。各系列に大きな事件では報道素材を送らねばならず、新燃岳などがその例です。また報道に限らず、編成、営業、制作、すべての部署で3系列の会議に出なければならず、なかなか大変なスケジュールになります。火曜日19時はゴールデンながらネット番組が来ておらず、これから単発的にゴールデンでの自社制作にチャレンジをしていくつもりです。

最後にセールスのお話をさせて頂きます。先ほどから少し出しておりますが、セールスには概ね3種類あり、まずはネットセールス。これは基本東阪名+αの局しかレギュラーではやっていません。ゴールデンを中心とした大掛かりな番組にはお金が掛かり、ローカル局では難しいからですが、UMKなどローカル局ではそれをONAIRすることにより、その地場の配分料金を電波料としてもらいます。制作した局が基本ネットセールを行っているということです。配分金はその地方の人口、経済力、視聴率などが勘案されて決まっています。キー局の実力、番組の売行きが地方局にも影響するわけで、フジテレビの調子が悪いためUMKは少々しんどい思いをしています。とは言え、日曜日のゴールデンが日テレの枠なので、正直大助かりですが…。

次にローカルセールス、この中にはタイムセールス、スポットセールスがあります。先ほど申し上げた自社番組、特番、スポーツ番組、スポンサーなしでキー局などから購入して流す番組、など、これを30秒単位でセールスするものです。どことこの提供でお送りします、がこれです。ただこれは基本宮崎県内しか流れません。西日本マラソンなど、九州のみのブロックネット、という特別な形でUMKがキー・ステーションになっているものも中にはあります。タイムセールスの特徴としては、スポンサーのイメージ付けやイメージアップ、インナーシップ効果（社員やその家族のマインドアップ）、その時間帯にテレビの前に居るであろう視聴者へのターゲットを絞った訴求などに向いています。予断になりますが、アクサレディースのセールスなどは少々複雑で、UMKは番組としてアクサレディースはネットセールスしていますが、地元でイベントとしてもセールスしており、ローカルイベントセールスと言えるものもあります。そういう意味では本当に地元の皆さんに支えられているイベントであると同時にネット番組で、宮崎を全国にアピールするものとして本当に皆様にはご協力を賜り感謝をしている次第です。

残るはスポットセールス、お得意様から纏った予算を預かり、15秒単位でターゲットを考えた案を提案し、決定した時間にONAIRするというもの。キャ

ンペーン用に集中してCMを打ちたい、新製品を多くの人に知ってもらいたい、開店の告知に際し開店前開店後を盛り上げたい、などに向いています。これも基本ローカルで流れます。

大きくなはこの三つがテレビ局の収入の柱となります。ご存知のように現在多くの媒体が現れ、テレビの絶対的な地位が崩れ掛かり、ネットやSNSなどの競争が激しくなっています。まだまだマス媒体としての威力は他を寄せ付けてはいないとは思いますが、若い方たちの生活習慣が変わってしまったのも事実であり、やはり今後、コンテンツ力を確固たるものにしていかねばならないと感じています。

そして、私としては、今後、宮崎に貢献したり皆様に夢を与えるようなイベントやコンサートを実施し、様々なスポーツや文化に触れていただく機会を作りたいと思っています。ただ、この類のものの利益率はあまり良くありません。残念ながら宮崎は天候のリスクも大きい、イベントそのものの中止の危険性もありますが、アーティストや選手が次の場所へ行けなくなることもあるかもしれない。しかしながら、難しいからこそ実現できれば喜んでもらえる、貢献できる、この思いで、将来そういうものを招聘できればと願っています。その時はぜひ皆さんのお力を借りたく、是非よろしくお願ひします。

何れにしましても今後ともUMKをよろしく可愛がっていただければ幸いです。

もちろんMRTさんも含め、地上波を是非応援してください。

民放テレビのニュースネットワーク（2017年1月1日現在）

