



## 「奈良県民のテレビ局」として、地域に密着した情報を発信

奈良テレビ放送株式会社 奈良県奈良市

奈良テレビ放送株式会社は、1973年4月の開局以来、県域局としての特徴を活かして、地域密着の取材、番組制作、報道を心掛け、県民に役立つ地域情報の充実・提供を図ってきた。

地上デジタル放送の開始に備え、最新機器を備えた新社屋に移転。緊急時のヘリコプターによる取材体制を確立するなど、新社屋からの放送を「第2の開局」と位置付けて県内情報の発信機能を強化している。

「ワンセグ常時2ch」サービスの開始や県内企業とのコラボ商品の発売、データ放送を活用したPR手段の提供など、新たな展開も行っている。

### 会社概要



会社名：奈良テレビ放送株式会社  
本社：奈良県奈良市法蓮佐保山3丁目1番11号  
電話：0742-24-2900（代表）  
FAX：0742-24-2909  
設立：1972年2月7日  
開局：1973年4月1日  
代表者：代表取締役社長 辻本 俊秀  
資本金：53,300万円  
従業員：63名  
事業：放送業  
URL：<http://www.naratv.co.jp>

### 「第2の開局」で県内情報の発信機能を強化

奈良テレビ放送株式会社（略称 TVN：奈良市）は、奈良県を放送対象地域とする独立UHF放送局(\*)である。同社は1973年4月1日に県域局として開局。学校等向けの教育放送を行うことが設立目的の一つとなっており、当初は教育番組を自社制作で放送していた。

\* 地上波の民放キー局を中心とするテレビネットワーク系列に属していない、UHF帯（極超短波帯：300MHz～3GHz）による放送を行っている放送局。首都圏及び関西を中心に13局ある。

同社は開局以来、奈良の情報にこだわった番組制作を行うとともに、地域ニュースの発信や県内スポーツ、祭り、イベントの中継等を通じて地域情報の充実を図ってきた。

ロケ風景（下）



ハイビジョン対応の中継車（上）

高画質・高音質の地上デジタル放送の開始に備え、同社は最新機器を備えた新社屋を現在地に建設。2004年11月に本社機能を新社屋へ移し、翌年4月に放送センター機能も新社屋へ移転した。

新社屋は、周囲の景観に配慮し、勾配屋根や朱塗りの円柱など古都奈良の歴史的建造物をイメージした外観となっている。また、建物の耐震性を強化するとともに、自家発電装置を備えるなど、災害時に情報発信基地としての機能を十分に果たせるようにしている。

同社は、新本社からの放送開始を「第2の開局」と位置づけ、人・企業などとのつながりや長年の経験を活かしながら、新しい地域のコミュニティメディアとして変化を続けている。



古都奈良の歴史的建造物をイメージした本社

2011年7月24日正午からの地上デジタルテレビ放送への完全移行に備えるとともに、報道、地域番組などの充実を図るために、新社屋に番組制作を中心とするメインスタジオ（220㎡）とニューススタジオ（50㎡）を造った。両スタジオにはそれぞれに見学窓を設置しており、県下及び同社周辺の小学校などの見学も多い。

メインスタジオは、独立UHF局では最新鋭のフルデジタルハイビジョン対応となっている。マスターコントロールルーム（主調整室）には、日本の地上波テレビ局としては初めて、デジタルハイビジョン対応の番組やCMのほか、静止画像や音声情報までをダイレクトに送出できる統合バンク装置（自動番組制御装置）を導入した。

ハイビジョン対応の中継車を導入するとともに、緊急時のヘリコプターによる取材体制を確立するなど、テレビ局としての機動性、即応性の向上に努めている。

## 地域に密着した報道、番組制作を追求

同社では、テレビ東京系の人気番組等を放送しているほか、地域局としての特徴を活かして、地域密着の取材、番組制作、報道を心掛けている。

「TVN NEWS」では、記者発表されていない細かいニュースの話題を発掘して、県民への情報発信に努めている。

「ゆうドキッ！」（月曜日～金曜日 17:45～18:30）は、2009年4月から放送している夕方大型生情報番組で、県内ニュースのほか、地域に密着した様々な最新情報を織り交ぜている。日替わりのパーソナリティ制を採用し、曜日によって番組内容に変化を持たせている。「半日かかって取材した内容で

も、番組では数分間に編集されます。『ゆうドキッ!』は地域に密着した番組で、



「ゆうドキッ！」生放送のスタジオ風景

毎日50人以上が制作等に関わっており、力を入れています」と辻本社長は語っている。

2009年12月1日に「ならセグ」の名称でワンセグ放送（携帯・移動体向けのサービス）を開始。「ワンセグ常時2ch」サービスとして、地上波と同じ番組を流すチャンネルとともに、他局に先駆けて、地上波と異なる番組（音楽、イベント、奈良の風景等）をほぼ全時間帯で流すチャンネルも開設。複数番組を一定時間に繰り返し放送することで、視聴者の接触率向上を図っている。

辻本社長は「家でしかテレビを見られない時代ではありません。屋外で携帯電話などで楽しんでもいただける体制へのシフトも必要と考えています。また、自然災害等の際に、二種類の電波（広域的災害情報+個人的安否情報）を発信できるという強みもあります」と語っている。

## 地域メディアとして新たな展開を模索

「笑売繁昌！ならCoCo」の番組から生まれた連動企画商品「新奈良本 豆ちしき。第一巻」の販売を開始した。奈良にゆかりのある黒豆をはじめ、色とりどりの豆菓子を選りすぐって詰め合わせたもので、県内企業とのコラボ商品の第一弾である。



一方、県内企業3社が同社のデータ放送を利用してPR活動を行っている。コストを抑制でき、即時にデータ更新が可能のため、従来のDMを止めてデータ放送一本に絞る企業も現れている。尚、過去1年間に同社でCMを放送した県内企業は300社以上（うちレギュラー100社余り）にのぼる。

辻本社長は「ハイビジョン放送とデータ放送、ワンセグの三つを三位一体でどういう形で県民の皆さまに提供していくべきかを模索しています。また、今後はハイビジョン映像のストックを充実するとともに、放送外事業にも力を入れていきたい」と語っている。（島田清彦、丸尾尚史）