

びわ湖放送 中期経営計画2026



放送の枠と境界をこえて、未来へ

バリューアップ戦略

2024年3月

-  **1 マスメディアの将来像** P1
-  **2 びわ湖放送ビジョン** P2
-  **3 経営計画** 10年後のめざす姿 P3
-  **4 経営計画** 中期3か年計画 P4
-  **5 バリューアップ戦略** P5

-  **6 設備投資計画** P10
-  **7 支出構造改革の取組** P11
-  **8 事業領域の最適化** P12
-  **9 資料** 新領域戦略 研究事例 P14

テレビの存在は、進化を遂げる先にある

**地上波はもとより、デジタル媒体を駆使した情報発信と、
信頼・実績をいかした新しいビジネスモデルへの変革**

- 近年マスメディアは、テクノロジーと社会の変化に影響を受けてきた。
今後、AIや機械学習の発展により、個人に合ったコンテンツの需要が伸長し、
テレビにおいて、総合的な対応力が必要となる。
- テレビは、従来の放送から、インターネットを併用しての提供が伸長するとともに
より双方向性機能が高まる。そのメリットをいかす展開が必要となる。
- 国では「デジタル時代における放送制度の在り方に関する検討」が進行中であり、
「中継局の共同利用モデル」など具体的なコスト削減対策が協議されている。
一方、国の検討会では、「テレビメディア」が情報空間全体におけるインフォメーションヘルスの
確保に貢献し、健全な民主主義の発展や言論空間の形成に重要な役割を果たすことが求められており、
テレビはこれからも視聴者に有益な情報の提供が必要。
- テレビは、信頼性の維持や新たな収益確保、放送設備の各種整備に課題があるが、
国民の安全安心な暮らしの実現や地域社会の発展に貢献する使命がある。
そのためにも、テレビは、健全経営を実現させるとともに、地上波のみならず、インターネットや
SNSなど、さまざまなメディアを活用し、常に信頼のある情報を迅速、かつ、わかりやすく発信する
ことが求められる。

バリューアップ戦略

- ▶ 新設備を活用するとともに、通信・ソーシャルメディアを取り入れた情報収集と発信の最大化をめざす
- ▶ 人材・信頼・実績・機能の優位性をもとに、5つの戦略による「価値向上」のもと、地域メディアとして発展をめざす

ブランディング戦略

事業と広報強化・社会貢献活動の推進

1

信頼感や存在感の醸成とBBCファンづくりをめざしたSDGs、MLGs等を意識した総合的ブランディング戦略

テレショップ戦略

新たな編成枠で販売強化

5

サブチャンネルの新しい編成枠と、各種通信媒体を活用した収益向上戦略

新領域戦略

新事業戦略で収益改革

4

電波・ソーシャル・人材・実績・機材・信用をいかした新事業戦略

地上波戦略

Wチャンネルで発信強化

2

メイン・サブ両チャンネルをいかした放送活動とCM等の販売強化戦略

webメディア戦略

ネット活用で全国・世界へ発信

3

SNS、YouTubeなどのソーシャルメディアを活用した総合的受発信戦略

Value up
戦略

びわ湖放送

10年後のめざす姿

基本経営指針

『地域No1の総合メディアとして、県民・企業・行政を情報で結び、地域の活力をプロデュースする』

- ① 信頼性に裏付けされた価値と魅力あるコンテンツの創造
- ② 総合的なメディア戦略(サブチャンネルおよびSNS、web等を活用した県内外・海外に対する受発信の推進)
- ③ 収益力のある放送外事業の開発と推進
- ④ ステークホルダー(視聴者・クライアント・株主等)の存在を意識したビジネス展開
- ⑤ ①～④の価値を生み出す体制整備と人材の育成



中期3か年計画

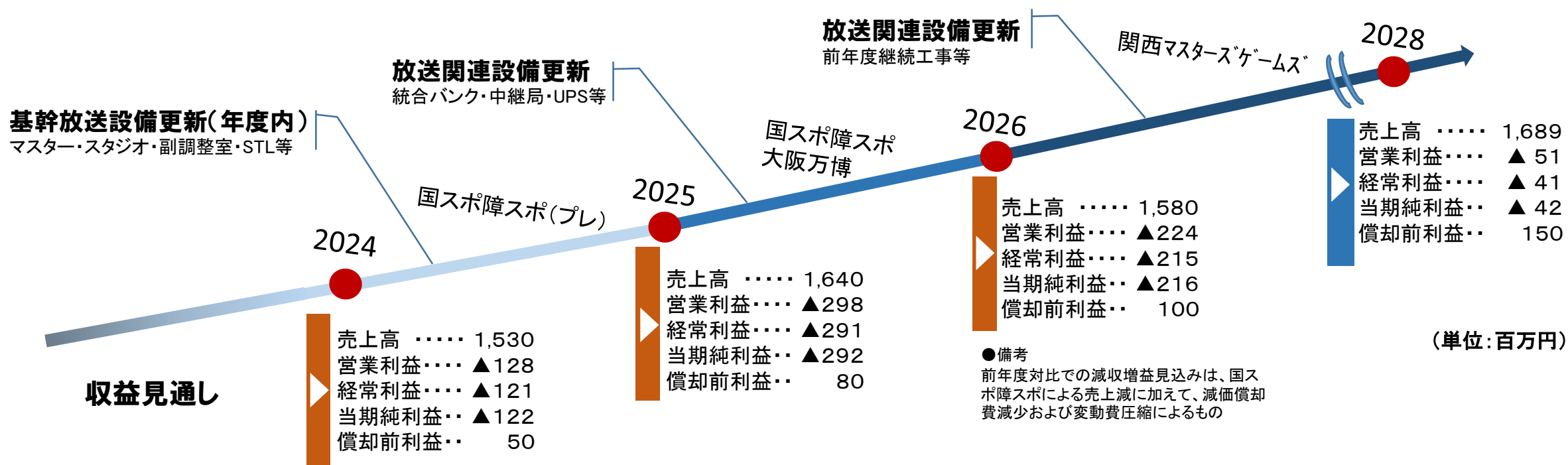
設備更新



経営基盤の確立

重点的取組(3か年)

- 1 新規放送収入や放送外事業収入による収益アップ
- 2 サブチャンネルのコンテンツ開発と収益化
- 3 基幹放送設備の費用対効果を見極めた着実な更新
- 4 WEB・ソーシャルメディア配信の基盤整備と営業商品の開発
- 5 県・市町への企画提案と営業強化、および情報発信の充実
- 6 ナショナルクライアント等への提案強化
- 7 DXと業務の見直しによる働き方改革の推進
- 8 新たなビジネスモデルの構築に向けた 人事・組織体制の整備
- 9 働きがいのある職場環境づくり



1

ブランディング戦略

BBCファンづくりと事業推進をめざして

(1)SDGs・MLGsを意識した事業展開

- 新・SDGs(メディアコンパ外を含む)やMLGsをテーマにした番組や報道、またキャンペーンの展開
- 新・地域と連携したBBC独自イベントの企画開催
- 新・BBCと県民との協働による社会的キャンペーンの展開(安全安心社会づくり・地方創生など)

(2)多様なツールを活用した自社広報活動の推進

- ・より多く「県民や地域の魅力を映しだす」機会の醸成
- ・チャレンジ大賞や後援事業等、既存事業の活用と充実
- ・放送枠やSNS媒体を活用した自社PRや番組等の広報強化
- ・ホームページや公式サイト(SNS媒体等)の活用推進(送受信機能の有効活用)

(3)滋賀の元気を創造するイベントやムーブメントの創出

- 新・県民や自治体、企業とともに地域を盛り上げるイベントや文化芸術、スポーツ事業を展開
- ・BBCアナウンサーをはじめ、専門的技能を有するスタッフ派遣による各種地域貢献

(4)総合的な自社ブランド力のアップ

- ・各種SNS機能や調査媒体等による視聴データ収集と活用(番組編成の最適化と視聴率の向上など)
- ・アミンチュプロジェクトによるBBCブランドの構築(株まちおこしとの連携による事業推進とマネタイズ)
- ・CSRの推進

- … 調査研究
- … 計画策定
- … 事業推進

1年目	2年目	3年目	4年目以降	
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	企画
●	●	●	●	企画
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	企画
●	●	●	●	総務

地上波戦略

地域テレビメディアとしての使命を果たすとともに、
放送事業として収益確保を推進する。

(1) メインチャンネル

「楽しさ」「便利さ」「豊かさ」を提供する番組ラインナップ

- ①県内唯一の民放テレビとして、滋賀県にこだわった報道活動と番組制作・放送の充実
- ②県・市町との連携による広報PR番組等の提案、受託
- ③滋賀県を発信できるタイムリーな特番の制作と、ナショナルクライアントの取り込み
- ④SDGsやMLGs、子育て、教育・文化、医療・福祉、経済、観光、環境など、暮らしに必要な情報発信の推進
- ⑤テレビ東京系列の良質コンテンツを強みにした編成の充実(視聴者獲得と営業活動の推進)

(2) サブチャンネル

発信ステージの拡充により、BBCの価値と収益向上をめざす

災害時等における県民の安全安心確保にむけた情報発信(例:長時間、市町連携発信)

- 新 ①国スポ・障スポ関連の放送(営業連携、県内他メディア連携を含む)
- 新 ②放送と発信の連動ー独自映像の放送とSNS、WEB等への発信による収益(例 地酒、食、自然、鉄道等)
- 新 ③企業連携企画ー雇用リクルート推進企画(例 会社訪問や企業案内映像など放送)
- 新 ④物販・サービス専門番組ー独自テレビショッピング制作放送(例 新たなクライアントの開拓)
- 新 ⑤他メディア連携ーケーブルテレビや新聞、ラジオ、地域ミニコミなどとの各種連携企画
- 新 ⑥県市町への電波活用提案

- … 調査研究
- … 計画策定
- … 事業推進

1年目	2年目	3年目	4年目以降	
●	●	●	●	報道・制作
●	●	●	●	企画
●	●	●	●	制作・営業
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	メディア
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	企画

3 Webメディア戦略

ソーシャルメディアを活用した配信事業の推進等による収益向上
 現行の配信を戦略的に進展させ、収益効果を高める

(1) 配信メディアの多様化戦略

・各種媒体(Yahoo!ニュース、Smart News、Nor.、BBC自社ホームページ、webアミンチュ等のプラットフォーム)へのニュース・番組・コンテンツ配信の強化による課金収益向上

新・TVerや国が研究している映像プラットフォーム等への参画研究

(2) Webメディア関連の広告代理業務

Yahoo!広告、YouTube広告、Instagram広告、Facebook広告などの代理店機能による収益向上

(3) Web配信業務等に関する行政や企業への提案・受託の推進

(4) BBC公式LINEアカウントの活用戦略

新 現行配信ニュースはもとより、各種コンテンツ配信や県内情報の受信・発信を強化
 地上波以外における情報の受信・発信だけでなく、媒体機能をいかして、データ集積や
 あらたなユーザーおよび視聴者づくりにつなげる。

(5) その他の研究開発

新 県内在住の外国人向け情報発信(自治体や企業からの委託を受けた配信などを研究)

(例) インバウンド外国人向けのホテル内上映映像やSNS広報用のコンテンツ制作、並びに放送・配信魅力発信など

● ... 調査研究
 ● ... 計画策定
 ● ... 事業推進

1年目	2年目	3年目	4年目以降	
●	●	●	●	メディア
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業・企画
●	●	●	●	メディア
●	●	●	●	企画

4

新領域戦略

信頼と実績、あらたなメディアパワーをいかした営業展開をめざす
公共事業者としての信頼を強みに、新しい提案型ビジネス開発をめざす

(1)映像コンテンツの販売展開

- ・「琵琶湖まんだら」「淡海をあるく」「アミンチュコンテンツ」等、BBCが保有するアーカイブ映像の販売展開
- ・他メディアとの制作放送連携や映像販売展開(例:衛星放送との共同制作や他局での放送代理業務など)
- ・各種ビデオパッケージ制作の受託推進(企業PR用、事業記録など)
- ・サブチャンネルとSNS・WEBと連動させたオリジナルコンテンツの制作発信(地場産特化映像企画など)

(2)リクルート対策企画

- ・既存リクルート企画の販売推進

新・県内外の大学、高校、企業、BBCとの四者連携型リクルート推進事業の研究・開発

(3)海外向け／外国人向け企画

- 新・ホテル契約による外国人向け観光コンテンツの制作受託
新・自治体や企業連携による外国人就労者向け広報コンテンツの制作受託

(4)異業種連携による放送外事業の研究

- ・他業種との「強み」を持ち寄った連携による、商品や事業等の研究・開発
- ・著作権ビジネス展開(アミンチュプロジェクトや自治・企業連携による企画開発など)

新・地元メディア連携(例えば民放やNHK)による、番組や事業等の共同開発など

(5)IDPC(放送波を用いた伝達手段)防災行政無線の検討

新・放送波から防災行政無線へ音声等を送る新しい仕組みの検討 *独立局13局連携

(6)その他新規事業の研究

- 新・アクティブシニア層をターゲットとした事業開発研究
新・県内ホール施設との連携による催事映像配信

- … 調査研究
● … 計画策定
● … 事業推進

1年目	2年目	3年目	4年目以降	
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	編成
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業
●	●	●	●	営業・企画
●	●	●	●	営業成
●	●	●	●	企画
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	メディア
●	●	●	●	制作
●	●	●	●	営業

テレシヨツプ戦略

通販代理店の取引社数拡大と自社による通販企画の研究
放送(メイン／サブ)はもとより、SNSやWEBを活用した通販展開

(1) 契約代理店の拡充による商品群の拡充

- ・新規取引代理店の開拓による、収益向上
(例:ラジオ・新聞・雑誌・他局メディアでの取り扱い代理店など)

（２）サブチャンネルを活用した通販番組

新・自由度の高い放送枠を活用し、通販ゾーン設置による営業展開

(3) 独自による新規通販系企画

新・大型量販店との連携による、ハイブリッドキャスト放送を活用した視聴者双方向型通販の研究開発
新・地元メーカーや商店との連携による「こまわりの利く通販企画」の研究（放送価格、制作経費の軽減化）

(4)関西友好テレビ局連携による地元企業通販

【新】・小規模企業(地元通販依頼主の開拓を目的に)の開拓をふまえ、ローカルテレビ局連携によってリーズナブルな放送の実現を研究(例 びわ湖放送、奈良テレビ、テレビ和歌山との連携による通販放送)

(5)地元特産品を扱うEC(電子商取引)サイトの運営…関連事業者連携

【新】・県特産の販売促進サイト・・・県内関連事業者とのパートナーシップ事業などを研究

- ... 調査研究
- ... 計画策定
- ... 事業推進

	1年目	2年目	3年目	4年目以降	
					営業
					営業
					営業
					営業
					営業
					営業



設備投資計画

Value up

10

年 区分	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
送出	IPマスター更新完了	統合バンク改修等	→ 本社天気カメラ			天気システム更新
	EDPS改修				IPマスターIPO更新	
	データ放送システム					
送信	宇佐山機械装置更新	彦根・甲西・石山中継局 機械装置更新	→			中継局シェルター保守
	大津山中STL機械装置	他の中継局・ミニサテ局更新		→		
	STL光回線バックアップ	宇佐山局舎耐震改修				
制作 技術	スタジオ・L1・L2サブ改修	守山天カメ更新			テロップシステム全更新	
	リモートプロダクション	FPU更新		→		ENGカメラ更新
	OTC対応				IPエンコーダー	
その他	マスター室空調	本社1系UPS	本社2系UPS			本社発電機更新
投資額 (千円)	815,304	296,201	177,014	14,925	53,450	82,650

脚注： E D P S … 営業放送システム
S T L … 放送内容を放送局から送信所へ送るための回線
L 1 ・ L 2 サブ … 副調整室・スタジオに設けられる機器類を操作するための操作室
O T C … 番組進行に従い映像等を送出する装置
F P U … 放送用の無線中継伝送装置
U P S … 無停電電源装置
E N G カメラ … 取材用テレビカメラ
I P O … 映像音声処理装置

(2024年3月1日現在)

利益確保にむけた重点項目

サブチャンネルの活用やネット関連事業の推進、その他新領域事業の拡充をはかって収益を確保するとともに、利益確保のために、業務の効率化や経費の見直しにも取り組む。

確保した利益は、次回の設備更新に備えるために内部留保するとともに、人員への投資(採用や教育など)や社内ICTへの整備などにも充当し、コンテンツの品質や制作力の向上と経費削減の両立を保ちながら、今後の安定経営に活用する。

(1)効果的な予算管理

- ・変動費比率の抑制
- ・メリハリのある経費の予算化

(2)基幹放送設備の活用

視聴者参加型番組や視聴者・関係機関からの情報提供など、視聴者等との双方向性を高めた番組制作の推進(例えば、視聴者出演や映像投稿など)

(3)地元メディアとの連携(FMラジオ、ケーブルテレビなど)

他局連携により内容充実の一方で、制作費や中継経費を削減(スポーツ中継やビッグイベント等での番組の共同制作を推進)

(4)社内DXの推進による業務の効率化、AI技術を活用した制作業務の効率化

- ・IPサブを活用した中継車・中継費用の削減
- ・ICTを活用し、番組送出作業等の効率化・軽減化を図ることで、人員を番組制作に配転
- ・ピクセロット(自動式撮影カメラ)等による番組制作費の削減

(5)国等の公的制度を活用した経費の削減

中小企業の優遇税制や先端設備等導入計画による支援策、事業再構築補助金等の各種制度の活用

びわ湖放送バリューアップ戦略

最重要課題における取組 **－社内－**新しい社風の創造と
新戦略による発展

エンゲージメントの向上をめざす

- ・風通しの良い談論風発な職場を創出
- ・階層別のセミナー等を通じて職員のキャリア形成を応援
- ・多様な人材が活躍できる職場づくり
- ・「チャレンジ」をささえる仕組みと風土の醸成
- ・頑張ったことが報われる評価制度の構築
- ・番組、コンテンツのPR強化

戦略を推進するための
環境整備

設備更新とDX推進

- ・設備更新計画の完遂
- ・アーカイブ作業の環境整備と推進
- ・業務の効率化と省力化にむけたDX、ICTの活用
- ・視聴動向調査による編成や番組研究、営業セールス推進へのデータ活用
- ・支社機能の充実(取材撮影など)
- ・安全安心な職場環境とマネジメント
- ・公正で安全な職場環境の形成



社内ガバナンス

公共意識の向上とマニュアル化

- ・ホームページ等での経営状況の公開
- ・戦略的意思決定とリスクの管理の強化
- ・経営戦略会議、常会、部会の開催による情報共有の徹底
- ・コンプライアンス研修会、考査研修会
- ・職場衛生管理勉強会
- ・インフォメーションヘルス確保の推進
- ・BCPと災害時マニュアルの充実
- ・番組審議会や番組モニターの意見をいかした放送活動の評価と発展

びわ湖放送バリューアップ戦略

最重要課題における取組 **ー社外ー**

地域創生に寄与

地域からの情報発信

- ・県市町との連携強化をもとにした取材放送の推進
- ・地域コミュニティへの参加
- ・地域の文化イベントや芸術事業の支援と創造
- ・地域とのパートナーシップの構築による地域の魅力の発掘と放送、発信の推進



災害・緊急対応

ネットワークの確立と発信強化

- ・地上波およびソーシャルメディア等を最大限活用した災害情報の発信
- ・自治体との連携による災害関連情報等の発信
- ・県内公的組織とのネットワークの拡充と連携による情報収集と発信
- ・動画投稿システムの構築と情報収集、発信の推進



社会貢献

地域への関わり推進

- ・経営状況等の見える化(情報公開)
- ・SDGs、MLGsの積極的な推進
- ・会社見学の受け入れ(インターンシップを含む)や出前授業
- ・職業体験イベントなどへの出展
- ・びわ湖の日等の環境番組の放送
- ・社会的課題(子ども子育て支援、人権擁護、ワークライフバランス等)の解決や公的事業推進等に向けた県民キャンペーンの展開

新領域戦略 調査・研究テーマ(事例)

	項目	概要
1	TikTokを活用したリクルート採用動画	企業を紹介する3分以内の動画を、若年層が興味を示すユーモア溢れた演出で制作し、TikTok動画広告として配信。合わせてテレビCMに企業名を露出し、幅広い層に企業のポジティブイメージを届けている。 従前の企業紹介映像とは違った「ライトで短い」縦型動画を活用することで、学生に企業への関心を喚起させるよう工夫しており「学生へのアプローチが新鮮」と地域の中小企業から評価を得ている。 デジタルネイティブである20代の営業担当者が積極的にセールスした結果、新規顧客の獲得や、テレビCM出稿にも繋がっている。 「デジタルを入口にテレビに繋げる」新たなビジネスモデルとなっている。
2	企業リクルート支援企画「今、未来の自分を探しているキミに」	テレビ局と広告会社の協働企画としてスタート。 地元企業の大きな課題をテレビ放送だけでなく、YouTube動画やWebサイトも活用して通年で展開。テレビ局のブランド力で企業の存在感を底上げすると共に、協賛企業を増やしていくことで地元企業の紹介映像のアーカイブ化も同時に図っていく仕組み。キャンペーンCMのタイアップ曲には若者に人気の「マカロニえんぴつ」を起用して注目度を上げながら、セールス上の主軸をWebとYouTube動画配信に振っていることも大きな特徴になっている。「テレビクオリティ」のWeb展開で企業のブランドUPを継続的に後押しする企画となっている。
3	オンラインショップの開設	テレビ局の知名度とネットワークを活かし、地域の特産品・名産品を全国的に流通させることで、地域生産者支援や地域経済の活性化に繋げる目的のECサイトで、全国の名産品を届ける取り寄せグルメサイト。例えば番組オリジナル商品を販売する「番組公式ストア」、テレビ局主催イベントや地域ブランド品を扱う「地域ブランドストア」の3店舗で構成している。現状の売上の主力は取り寄せグルメサイト「TAKUMIの逸品」となっている。また「TAKUMIの逸品」という通販番組を放送していることに加えて、エリア外の地上波、BS、CSでも積極的に放送し、通販番組では「オリジナル頒布会商品」を中心に取り上げている。 テレビの他、新聞折込チラシ、DM、SNS等での展開中。

	項目	概要
4	クーポン付グルメ本「ちょい飲み手帖」発行	「ちょい飲み手帖」とは、掲載店舗のアルコールドリンク1杯以上とおすすめの料理1品以上の通常1,200円以上のセットがすべて税込1,000円で楽しめるクーポン付きのグルメ本。 2020年に岡山市中心部の飲食店を掲載した第一弾を発行しており、5,000冊（一冊1,100円税込）が即完売している。今では発行部数を増やしながら第三弾まで発行し、書籍は毎回完売、地域で大きな話題となっている。「ちょい飲み手帖」の知名度と人気を活かし、今年9月にオープンを迎えた「岡山芸術創造劇場ハレノワ」の認知度向上や周辺地域の活性化を目指し、岡山市と連携して「ちょい飲み手帖ハレノワグランドオープン特別版」を発行、配布初日に予定数量に達する人気ぶりで、官民連携した街づくり施策の成功事例となった。 掲載店交渉は、飲食店に強いネットワークを持つグループ会社が担い、掲載写真の撮影や取材を行っている。また自動システムを使用し、事業開発部門の担当者が入稿。コストの削減と効率化、グループ連携により、少人数の体制で書籍の発行が可能となっている。今後はエリアを拡大し、高松版の発行を予定している。
5	AIカメラを活用したスポーツ配信	専門的な技能をもつカメラマンが不在でもスポーツの試合を撮影・配信できる「AIカメラ」を活用し、自社サイト内の特設ページで試合の配信を行っている。 2022年11月から開始、現在では2種目・4大会の配信を実施している。高校バスでは、男女の準決勝～決勝を配信し、県内外からの視聴で合計5万PV以上の数値を獲得。この分野でのニーズがあることが確認された。 現在は「AIカメラ」でも、LIVE配信に特化した大型の高性能カメラをメインに運用しているが、今後は実証を重ねてアーカイブ配信に特化した簡易型の小型カメラとの併用を検討中。
6	配信を含む自社コンテンツの2次利用	地上波で放送したニュースを「FNNプライムオンライン」「スマートニュース」等にネット配信中。閲覧回数に応じて配当金を得ている。また組織改編で報道推進室を整備し、より積極的に配信に力をいれている。自社制作番組の「仲里依紗の長崎フリータイム」（2021年12月初回、不定期で23年12月で6回目放送）はTVer、FOD、FANYで配信、「PUSHMAN！～長崎で推しを見つけてみた件」〔2023年10月～〕も今後配信予定。夕方ワイド「マルつと！」の料理コーナーも自局公式YouTubeチャンネルで配信、地元プロバスケットチームを応援する「DUNK！DUNK！ヴェルカ」コーナーも同様に別チャンネルで配信中。番組配信での収益は大きくはないが、少しずつ実績を上げていく方針。

	項目	概要
7	人気スポーツコンテンツ「青島太平洋マラソン」の収益化	「青島太平洋マラソン」は全国でも珍しい民間主催のマラソン大会。テレビ局の他に観光団体や旅行会社で主催している。人気を誇る大会だが、一方で大会を継続していくための体制づくりと特別番組の売上以外での収益確保が課題。 主催者内で役割を整理し、協賛セールスについての窓口を主催者テレビ局に一本化し、「手提げバッグ」「フィニッシュタオル」など大会グッズにスポンサー露出などを行うことで、放送プラスαの売上を確保。 さらには「エキスポ」の開催やテレビ生中継などスポンサー拡大のために取り組むべき領域が考えられるため、更なるコンテンツの磨き上げに繋がる施策を検討中。
8	夏祭りのネット配信事業	祭り会場に専用のブースを設置し、アナウンサーと地元のお笑いタレントが実況中継し、放送局の公式チャンネルで配信。夕方ワイドでも生中継。 ネット配信にあたっては協賛企業を募り、スポットを地上波で放送。また、協賛企業の担当者が配信ブースから“生PR”するほか、キーワードを出題し、景品が当たるクイズも実施。 県内はもとより、県外で暮らす地元出身者も多数視聴した。「地元の祭りを自宅で楽しめた」、「生まれ育った古里の祭りをネットを通して参加することができて良かった」などの感想が寄せられた。
9	地元金融機関等と連携したイベント運営と配信業務	地域経済の活性化を目的とし、既存の枠にとらわれない独創的なビジネスアイデアを募集するコンテストを実施。最終プレゼンをイベント形式で実施。 募集対象は法人や個人事業主、学生を含む個人。一次選考は書類選考だが、最終選考はプレゼンテーション形式のアイデア発表会のスタイルで実施。 この最終選考の演出・進行及び会場運営を放送局が担い、プレゼンの様子を同時ライブ配信と、経済番組でも紹介。

	項目	概要
10	地元企業と連携した地元ブランドの商品製造(アイス)	地元流通企業とアイスクリーム販売会社との連携で、「地元を愛す。アイスクリン」を計画。(第1弾として生産)全国1位を誇る宇和島市のブラッドオレンジ果汁を使用。中四国で展開。およそ1ヵ月で約2万個強を完売。第2弾として、大洲・内子地区のキウイフルーツを採用。(全国2位) 地元流通企業、アイスクリーム商社、地元JAにも好評。
11	サブチャンネルを活用した取り組み	メインチャンネルでは放送できなかったコンテンツの放送及び開発を研究中。イベント等を組み合わせることにより、行政や民間企業との連携事業を進め、放送外収入の増加を検討中。 (コンテンツ例) ・高校放送部が制作した番組 ・高校演劇部の大会演目紹介 ・高校軽音楽部新人コンテスト ・環境学習動画 ・県内企業のSDGs活動を紹介する番組 ・地域スポーツ中継、ダイジェスト ・次世代教育番組「プログラミング的思考」 ・小学生のプログラミングコンテストの様子 ・若者に密着したドキュメンタリー番組
12	地域版PR事業「リリース」	県内の企業や団体のプレスリリースを分かりやすく記事化して自社Web内の特設サイトで配信。テレビやラジオで取り上げきれなかったリリース情報をメディアの視点から届ける事業。Web配信料として有料化。 リリース資料を分かりやすくコンパクトに記事化する人的資源を有効活用している。PR業界のローカル循環ニーズをマネタイズしている。この機会を活かし広告スポンサー予備軍となる企業への早期アプローチに繋げている。