



中部日本放送 升家誠司社長 インタビュー

市民に親しまれるテレビ番組と日本初の民間ラジオ放送で知られる中部日本放送株式会社が創立 75 周年を迎えた。東海地区の名門放送局として情報提供を通して地域貢献を目指す一方で、コンテンツビジネスにも力を入れてきた。節目の年に様々なプロジェクトを展開しつつ、今秋は五輪に次ぐビッグスポーツイベント、アジア競技大会の中継の重責も担う。同社の升家誠司・代表取締役社長に歴史と伝統を踏まえた経営展望や放送業界の課題などについて語ってもらった。

A I 活用も求められるのは人間中心のリアルで良質なコンテンツ

—創立 75 周年を迎えました。

升家誠司・中部日本放送社長 はい。当社は昨年 12 月 15 日に創立 75 周年を迎えることができました。C B C ラジオは今年 9 月 1 日で放送開始から 75 年、C B C テレビは 12 月 1 日で 70 年となります。基本的に我々はローカル局なので、地域とともに生きることには主眼を置いています。

—周年プロジェクトの概要を聞かせてください。

升家社長 プロジェクトは、「地域で最も信頼されるメディアコンテンツグループとして、地域社会の経済や文化の発展に寄与し続ける」という C B C グループの基本理念を体現する機会と捉えています。C B C 会館に視聴者、リスナーを招いて、リアルな場で、実際に放送しているところを見てもらい、地域のお子様には、テレビのニュース読みやラジオのスタジオ体験に招待しています。特番もありますが、中日ドラゴンズも今年 90 周年を迎えてお

り、ともに周年を記念して中日新聞社と共催し、O B 戦などのライブ企画も予定しています。また、C B C は日本初の「民放」ですが、日本初の「放送局」である NHK（名古屋）と共同製作で「アノコロ Q」という番組を 8 月に放送しました。両局が持つ映像、アーカイブを活用したクイズ番組です。また、ラジオは開局 75 周年当日の 9 月 1 日には「ワンデーイベント」を予定。この節目を単なる通過点とせず、未来へ向けた「信頼の基盤」を再構築する時と位置づけています。

—ラジオ放送は 2028 年に AM が停止されますね。

升家社長 28 年の F M 放送への転換を前向きに検討していますが、我々はこれを「音声ビジネスの再定義」と捉えています。「radiko（ラジコ）」などのインターネット配信を通じて伝送路の多様化や放送時間からの解放は進んでいますが、近年はポッドキャスト領域の拡大にも注力しています。例えば、愛知県出身の大久保