



海外ビジネス 最前線

「長崎市出島町1番1号」―長崎国際テレビの本社所在地です。江戸時代の鎖国期、日本で唯一の貿易港であり、ヨーロッパとの窓口となった地に本社を構えながら、これまで「海外ビジネス」とは全くと言っていいほど無縁でした。後に説明しますが、2016年4月に社長直轄の部署「総合企画室」を新設したことをきっかけに、海外へと大きく舵を切りました。



18年、バンコクでの「FIT フェア」長崎ブースにて観光PR

長崎国際テレビ

Experience of Nagasaki

タイで展開したプロモーション事業と言っても過言ではないでしょう。事業「Experience of Nagasaki」は、16年度に総務省「放送コンテンツ海外展開助成事業」の採択を受けました。それから3年連続で事業を継続、18年度は集大成と位置付け、①強いチャンネルとの連携、②自走化を目指した現地スタッフとの連携、③県内自治体との横断的連携―の3つの柱で取り組みました。

パートナーは「WORKPOINT TV」。チャンネルが乱立するバンコクにおいて視聴率トップ3に入り、LINEフォロワー

1年目から自治体との連携に注力してきましたが、当然数々の壁がありました。中でも「前例がない」とする新規の壁、年度途中での「新規事業の費用捻出は厳しい」といった予算の壁などです。初年度は少額の助成などからスタートし、2年目は費用の増額や補正予算化に成功。3年目には複数の自治体で当初予算化にもつなげました。3年間で実に県内の半数以上る10の自治体と連携できたことは大きな成果と言えます。

現地スタッフや自治体との「連携」がカギ

―は1700万を超える人気急上昇中の放送局です。その中でも人気の高い旅番組「MAKE A WAKE」の長崎ロケ誘致に成功しました。番組制作におけるポイントとはタイ人目線。長崎観光として見せたいものとタイ側が見たいものを、うまく折り合いをつけながら進めました。2年連続で同じ現地制作チームとタッグを結成し、臨んだ制作現場はどれもアットホームで、継続的な関係構築こそ自走化の近道であると確信しています。

次に自治体との連携です。弊社の強み（営業推進部長兼総合企画室 溝口貴史）

最後に「総合企画室」についてです。編成や制作、報道、さらには総務や事業、営業、営業推進など社内あらゆる部署の社員が兼務していて、さまざまな視点や専門的な知見を持って新たな事業に取り組んでいます……と響きは良いかも知れませんが、要するに通常業務の2倍、3倍汗をかき、楽しみながら働きなさいという部署です。

今後も「出島」の地から海外に向け新たなチャレンジを展開していきます。