

次期「経営改善及び連携・活用に関する方針」

(令和4(2022)年度～令和7(2025)年度)

| | | | |
|---------|--------------|-----|--------------------|
| 法人(団体名) | かわさき市民放送株式会社 | 所管課 | 総務企画局シティプロモーション推進室 |
|---------|--------------|-----|--------------------|

経営改善及び連携・活用に関する方針

法人の概要

- 1 法人の事業概要
 - ・放送法に基づく超短波放送事業
 - ・放送番組の制作及び販売
 - ・出版および録音事業
 - ・音盤の製作および販売
 - ・映画会、音楽会、講演会等の企画と実施
 - ・放送に関する人材の育成のための教育事業
 - ・防災関連用品の企画、販売
 - ・前記各号に関連附帯する事業
- 2 法人の設立目的
上記事業を行うことを目的とします。
- 3 法人のミッション
地域社会に密着した、市民が主人公のコミュニティFMとして、川崎市の豊かなまちづくり、市民生活の安心安全に貢献します。

本市施策における法人の役割

- ・市民生活に必要な地域の情報や市の魅力情報をタイムリーに提供します。
- ・市民が発信する情報を通じ、地域のコミュニティづくりに貢献します。
- ・災害時における緊急放送の担い手となります。

| 法人の取組と関連する市の計画 | 市総合計画上関連する政策等 | 政策 | 施策 |
|----------------|---------------|-------------------------|------------------------------------|
| | | 政策5-1 参加と協働により市民自治を推進する | 施策5-1-2 迅速で確かな広報・広聴と市民に開かれた情報共有の推進 |
| | 関連する市の分野別計画 | 川崎市地域防災計画 | |

現状と課題

- 1 現状
 - ・市内唯一のコミュニティFM局として、市政情報や安全・防災等の生活に役立つ情報から、音楽・芸術・スポーツ等の文化的な情報まで、地域密着の放送を継続しています。
 - ・コロナ禍のなか、スタジオ出演の人数制限を実施する一方で、電話出演を積極的に取り入れ、継続して地域のコミュニティづくりに貢献しています。
 - ・令和元年台風19号の際の特別放送の実施やコロナ関連情報の随時発信など、災害時には市民が必要とする地域のきめ細かい情報を迅速かつ的確に放送できるよう備えています。
 - ・平成29年度以降、継続して営業利益を確保しています。
 - ・AIアナウンサーを導入し、天気予報等の情報を発信しており、災害時には、長時間の放送にも備えることができます。
- 2 課題
 - ・高単価で販売可能な生放送枠はほぼ完売しており、放送収入を増収するには実勢価格の値上げが必要になりますが、メディアの多様化によりラジオへの広告出稿は減少をしている中での値上げは厳しい状況です。また、今後も放送外収入の拡大にも取り組むなど、安定経営を継続していくことが求められています。
 - ・災害時等における緊急放送の担い手として期待される役割は、近年の異常気象や新型コロナウイルス感染症の経験を踏まえ、一層重要になってきており、少人数で24時間365日災害時等に備える体制の構築が急務であるといえます。
 - ・近年、放送局がある中原区を中心に川崎市では若い世代の転入者が多くなっていますが、そういった新しい市民に対する認知度向上が課題となっています。

取組の方向性

- 1 経営改善項目
市内に特化した地域情報、災害情報などの提供というコミュニティFMとしての役割を一層発揮していくとともに、引き続き、適正なコスト管理やスポンサー獲得に向けた積極的な営業活動を行い、本市に依存しない財務体質の確立を図ります。また、市民と地域をつなぎ、街が盛り上がる番組制作やSNSと連動した情報発信などを行い、認知度の向上を図ります。
- 2 連携・活用項目
 - ・市内唯一のコミュニティFMとして、広域ラジオやテレビなどのメディアではカバーしきれない市民向けのきめ細やかな情報を発信できることから、市政情報や地域安全・防災等の生活に役立つ情報、音楽・芸術・スポーツ・イベントなどの市の魅力情報の発信を行います。
 - ・リモート出演等、新しい生活様式に合わせ、引き続き市民が出演し情報発信ができる環境を作ります。
 - ・災害時においては、川崎市地域防災計画に規定されている重要な情報媒体として、総務企画局危機管理室と連携を図りながら、災害応急・復旧時に市民に不可欠な情報を的確かつタイムリーに放送します。

1. 本市が法人に求める経営改善及び連携・活用に関する計画

4カ年計画の目標

身近で役立つ魅力的な番組や地域安全・防災情報を提供するとともに、放送事業を中核とした収益の確保を図り、市に依存しない経営を目指します。

- ・市内唯一のコミュニティFMとして、地域の話題や、行政・イベント・交通等の地域に密着したきめ細かな情報を提供し、自社ワイド番組での情報発信を強化します。
- ・音楽・スポーツ等、魅力ある番組制作を行うとともに、市民の放送参加や番組出演についても積極的に推進します。
- ・災害時における緊急放送の担い手としての役割を果たすため、定期的に緊急割込放送の訓練を実施するとともに、防災意識の啓発に向けた番組の放送を一層強化します。
- ・新規番組等の獲得に合わせて、放送料金の実勢価格の値上げ及び放送外事業の開拓拡大に取り組み、継続的な収益確保に努めます。
- ・新たに転入してきた市民(特に若い世代)に対する認知度を向上させるため、SNS等を活用した情報発信を積極的に行います。

本市施策推進に向けた事業計画

| 取組No. | 事業名 | 指標 | 現状値 | 目標値 | | | | | 単位 |
|-------|------|--------------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----|----|
| | | | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 | | |
| ① | 放送事業 | 地域情報の発信件数 | R2:2,965 | 3,000 | 3,220 | 3,430 | 3,640 | 件 | |
| | | 市民の放送参加人数 | R2:759 | 802 | 845 | 887 | 930 | 人 | |
| | | 防災啓発番組の放送回数 | R2:162 | 165 | 170 | 175 | 185 | 回 | |
| | | 事業別の行政サービスコスト 本市財政支出(直接事業費) | R2:36,617 (R2:39,521) | 35,181 (40,993) | 33,802 (42,491) | 32,478 (42,445) | 31,208 (41,116) | 千円 | |

経営健全化に向けた事業計画

| 取組No. | 項目名 | 指標 | 現状値 | 目標値 | | | | | 単位 |
|-------|----------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----|----|
| | | | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 | | |
| ① | 市に依存しない経営体制の確立 | 営業費用のうち市財政支出額の占める割合 | R2:52.9 | 50.3 | 47.0 | 45.1 | 44.0 | % | |
| | | 営業収益(市財政支出額を除く。)の推移 | R2:37,668 | 36,883 | 38,089 | 39,889 | 41,089 | 千円 | |

業務・組織に関する計画

| 取組No. | 項目名 | 指標 | 現状値 | 目標値 | | | | | 単位 |
|-------|--------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---|----|
| | | | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 | | |
| ① | 認知度の向上 | 認知度向上のための情報発信件数 | R2:50 | 300 | 375 | 450 | 500 | 件 | |

2. 本市施策推進に向けた事業計画①

| 事業名 | | 放送事業 | | | | | | |
|--------|----|---|--------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----|
| 現状 | | 市民の身近な放送局として、市提供番組枠外においても市民に役立つ情報の提供や市民の番組出演を積極的に実施しています。防災関連放送については、コミュニティFMの最大のミッションとして取り組んでいます。市委託料の通減に対し、市委託料以外の民間等の売上増により事業収益の確保に努めています。 | | | | | | |
| 行動計画 | | ワイド番組(自社放送枠)内で、地域密着情報の発信、ニーズの高い市政情報の発信や市民の放送参加を可能な限り拡大します。また、防災関連については市と連携した訓練や防災啓発番組等の強化を推進します。 | | | | | | |
| スケジュール | | 現状値 | 目標値 | | | | 単位 | |
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | | |
| 指標 | 1 | 地域情報の発信件数 | R2:2,965 | 3,000 | 3,220 | 3,430 | 3,640 | 件 |
| | 説明 | 自社ワイド番組での地域情報発信件数 | | | | | | |
| | 2 | 市民の放送参加人数 | R2:759 | 802 | 845 | 887 | 930 | 人 |
| | 説明 | 自社ワイド番組出演の市民の人数 | | | | | | |
| | 3 | 防災啓発番組の放送回数 | R2:162 | 165 | 170 | 175 | 185 | 回 |
| | 説明 | 防災訓練放送及び防災啓発番組等の回数 | | | | | | |
| | 4 | 事業別の行政サービスコスト | R2:36,617 (R2:39,521) | 35,181 (40,993) | 33,802 (42,491) | 32,478 (42,445) | 31,208 (41,116) | 千円 |
| | 説明 | 本市財政支出(直接事業費) | | | | | | |

3. 経営健全化に向けた事業計画①

| | | | | | | | | |
|---------------|---|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|----|
| 項目名 | | 市に依存しない経営体制の確立 | | | | | | |
| 現状 | | 令和2年度決算における営業費用のうち市財政支出額の占める割合は52.9%と前年度比で減少し、市財政支出額を除く営業収益の額は37,668千円と前年度比で増加しています。 | | | | | | |
| 行動計画 | | 引き続き、スポンサー獲得に向けた積極的な営業活動により、放送枠・スポットCM等の販売を強化するだけでなく、朗読セミナーなど、放送外の収益も確保するとともに、適正なコスト管理により、費用を縮減します。 | | | | | | |
| スケジュール | | 現状値 | 目標値 | | | | 単位 | |
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | | |
| 指標 | 1 | 営業費用のうち市財政支出額の占める割合 | R2:52.9 | 50.3 | 47.0 | 45.1 | 44.0 | % |
| | | 説明 営業費用(売上原価、販売費及び一般管理費)に占める市財政支出額の比率 | | | | | | |
| | 2 | 営業収益(市財政支出額を除く。)の推移 | R2:37,668 | 36,883 | 38,089 | 39,889 | 41,089 | 千円 |
| | | 説明 営業収益から市財政支出額を除いた額 | | | | | | |

4. 業務・組織に関する計画①

| | | | | | | | | |
|---------------|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|---|
| 項目名 | | 認知度の向上 | | | | | | |
| 現状 | | 市内の認知度は必ずしも高いとは言えず、放送サービスを安定的に提供するための収益確保に向けて、認知度向上への取組の推進が求められています。 | | | | | | |
| 行動計画 | | ホームページやSNS等を活用し、認知度向上に資する情報発信の強化を推進します。その取組の中で、アウトカム指標(アクセス数、SNSフォロワー数等)を参考にしながら発信する情報内容の改善等を図ります。 | | | | | | |
| スケジュール | | 現状値 | 目標値 | | | | 単位 | |
| | | R3年度 | R4年度 | R5年度 | R6年度 | R7年度 | | |
| 指標 | 1 | 認知度向上のための情報発信件数 | R2:50 | 300 | 375 | 450 | 500 | 件 |
| | | 説明 HPやSNS等を活用した情報発信件数 | | | | | | |

| | | | |
|---------|--------------|-----|--------------------|
| 法人(団体名) | かわさき市民放送株式会社 | 所管課 | 総務企画局シティプロモーション推進室 |
|---------|--------------|-----|--------------------|

(参考)本市が法人に求める経営改善及び連携・活用に関する計画に設定する指標一覧

| 本市施策推進に向けた事業計画 | | | | | | |
|----------------|---------------|--|--------------------------|--------------------|---------|--|
| 指標 | 指標の考え方 | 現状値 | 目標値 | 単位 | 目標値の考え方 | |
| | | 令和3 (2021)年度 | 令和7 (2025)年度 | | | |
| 放送事業 | | | | | | |
| 1 | 地域情報の発信件数 | 法人の役割として、「市民生活に必要な地域の情報や市の魅力情報をタイムリーに提供」することが求められるため、スポンサーに提供していない自社の放送番組内で、できるだけ地域情報の発信を行った件数を指標とします。 | R2:2,965 | 3,640 | 件 | 平日に放送される自社ワイド番組(1日約7時間)について、1時間当たり2件の情報発信を目指し、7時間×2件×5日×52週を目標とします(参考 H29:1,690件、H30:2,354件、R1:2,743件、R2:2,965件)。 |
| | 算出方法 | | | | | |
| 2 | 市民の放送参加人数 | 法人のミッションに、「地域社会に密着した、市民が主人公のコミュニティFM」であることが含まれていることから、市民の放送参加人数を指標とします。 | R2:759 | 930 | 人 | ソーシャルディスタンスやリモートワークといった新しい生活様式が定着しつつあり、スタジオに多くの方を招きづらい状況が続くことを踏まえ、1回当たり15分から30分の出演時間を想定し、自社ワイド番組の編成を考慮した1週間当たり17名から18名の出演人数(52週換算だと884名から936名)を確保するための目標値としています(参考 H29:442件、H30:1,314件、R1:1,091件、R2:759件)。 |
| | 算出方法 | | | | | |
| 3 | 防災啓発番組の放送回数 | 市民向けのきめ細やかな情報を発信できるメディアとして、災害時の放送が川崎市地域防災計画にも盛り込まれていることから、平時から防災啓発番組等を積極的に放送することで、当該放送回数をその成果を測るための指標とします。 | R2:162 | 185 | 回 | 毎週放送の防災啓発番組、毎月の割込放送訓練、市や区の防災訓練の中継に加え、新たな防災啓発番組等の放送を目指した数値としています(参考 H29:119件、H30:122件、R1:149件、R2:162件)。 |
| | 算出方法 | | | | | |
| 4 | 事業別の行政サービスコスト | 放送事業に係る費用に対してどの程度本市から費用が発生しているのかを明らかにするものです。 | R2:36,617 (R2:39,521) | 31,208 (41,116) | 千円 | 安定的な放送サービス提供のために必要な設備投資等を行いつつ、社会全体での営業活動を強化することにより、市委託料以外の売上げを確保し、もって年間4%弱の市財政支出額の通減を図ることを目標としています(参考 H29:41,396千円、H30:39,937千円、R1:38,234千円、R2:36,617千円)。 |
| | 算出方法 | | | | | |

経営健全化に向けた事業計画

| 指標 | 指標の考え方 | 現状値 | 目標値 | 単位 | 目標値の考え方 |
|----------------|--|-----------------|-----------------|----|--|
| | | 令和3 (2021)年度 | 令和7 (2025)年度 | | |
| 市に依存しない経営体制の確立 | | | | | |
| 1 | 営業費用のうち市財政支出額の占める割合 | R2:52.9 | 44.0 | % | 市の委託料を減らし、その分を認知度向上の取組や積極的な営業活動等による市以外からの収益増により、営業費用を賅っていくことで、営業費用に占める市財政支出額の比率を令和2年度の現状値から9%弱引き下げること为目标としたもの(参考 H29:60.3%、H30:56.3%、R1:56.6%、R2:52.9%)。 |
| | 算出方法 営業費用(売上原価、販売費及び一般管理費)に占める市財政支出額の比率 | | | | |
| 2 | 営業収益(市財政支出額を除く。)の推移 | R2:37,668 | 41,089 | 千円 | 認知度向上の取組や積極的な営業活動等による市以外からの営業収益を令和4年度以降、年120~180万円の範囲で引き上げること为目标としたもの(参考 H29:39,619千円、H30:40,170千円、R1:39,004千円、R2:37,667千円)。 |
| | 算出方法 営業収益から市財政支出額を除いた額 | | | | |

業務・組織に関する計画

| 指標 | 指標の考え方 | 現状値 | 目標値 | 単位 | 目標値の考え方 |
|--------|------------------------------|-----------------|-----------------|----|--|
| | | 令和3 (2021)年度 | 令和7 (2025)年度 | | |
| 認知度の向上 | | | | | |
| 1 | 認知度向上のための情報発信件数 | R2:50 | 500 | 件 | ホームページや公式ツイッターなどSNS等を活用した情報発信を強化し、現状の10倍程度までの発信数を目標とします(R2から統計開始)。 |
| | 算出方法 ホームページ及びSNS等での情報発信件数 | | | | |

5. 財務見直し

| 収支及び財産の状況(単位:千円) | | 現状 | | 見込み | | | | |
|------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--|
| | | 令和2(2020)年度 | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 | |
| 損益計算書 | 営業収益 | 74,285 | 73,092 | 72,064 | 71,891 | 72,367 | 72,297 | |
| | 営業費用(売上原価) | 39,521 | 41,187 | 40,993 | 42,491 | 42,445 | 41,116 | |
| | 営業費用(販売費及び一般管理費) | 29,709 | 29,114 | 29,010 | 29,384 | 29,626 | 29,868 | |
| | うち減価償却費 | 4,861 | 4,866 | 3,901 | 4,927 | 4,409 | 3,080 | |
| | 営業損益 | 5,055 | 2,791 | 2,061 | 16 | 296 | 1,313 | |
| | 営業外収益 | 24 | 16 | 16 | 16 | 16 | 16 | |
| | 営業外費用 | | | | | | | |
| | 経常損益 | 5,078 | 2,807 | 2,077 | 32 | 312 | 1,329 | |
| | 税引前当期純利益 | 5,078 | 2,807 | 2,077 | 32 | 312 | 1,329 | |
| | 税引後当期純利益 | 3,602 | 2,066 | 1,529 | 23 | 230 | 978 | |
| 貸借対照表 | 総資産 | 175,372 | 179,416 | 180,426 | 181,196 | 182,163 | 183,843 | |
| | 流動資産 | 97,015 | 102,913 | 107,812 | 105,212 | 108,741 | 111,976 | |
| | 固定資産 | 78,357 | 76,503 | 72,614 | 75,984 | 73,422 | 71,867 | |
| | 総負債 | 10,388 | 12,366 | 11,847 | 12,594 | 13,331 | 14,033 | |
| | 流動負債 | 4,773 | 6,104 | 4,901 | 4,964 | 5,017 | 5,035 | |
| | 固定負債 | 5,615 | 6,262 | 6,946 | 7,630 | 8,314 | 8,998 | |
| | 純資産 | 164,984 | 167,050 | 168,579 | 168,602 | 168,832 | 169,810 | |
| | 資本金 | 140,000 | 140,000 | 140,000 | 140,000 | 140,000 | 140,000 | |
| | 剰余金等 | 24,984 | 27,050 | 28,579 | 28,602 | 28,832 | 29,810 | |

| 主たる勘定科目の状況(単位:千円) | | | 令和2(2020)年度 | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 |
|-------------------|----------------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 営業収益 | 放送収入 | | 67,804 | 69,530 | 68,064 | 67,891 | 67,767 | 67,697 |
| 営業収益 | 経常費用(売上原価+販管費+営業外費用) | | 69,230 | 70,301 | 70,003 | 71,875 | 72,071 | 70,984 |
| 総資産 | 現金・預金 | | 88,266 | 92,198 | 100,144 | 97,560 | 101,046 | 104,287 |
| 総負債 | 有利子負債(借入金+社債等) | | | | | | | |

| 本市の財政支出等(単位:千円) | | | 令和2(2020)年度 | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 |
|---------------------|--|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 補助金 | | | | | | | | |
| 負担金 | | | | | | | | |
| 委託料 | | | 36,617 | 36,617 | 35,181 | 33,802 | 32,478 | 31,208 |
| 指定管理料 | | | | | | | | |
| 貸付金(年度末残高) | | | | | | | | |
| 損失補償・債務保証付債務(年度末残高) | | | | | | | | |
| 出捐金(年度末状況) | | | 77,000 | 77,000 | 77,000 | 77,000 | 77,000 | 77,000 |
| (市出捐率) | | | 55.0% | 55.0% | 55.0% | 55.0% | 55.0% | 55.0% |

| 財務に関する指標 | | 令和2(2020)年度 | 令和3(2021)年度 | 令和4(2022)年度 | 令和5(2023)年度 | 令和6(2024)年度 | 令和7(2025)年度 |
|---|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 流動比率(流動資産/流動負債) | | 2032.7% | 1686.0% | 2199.8% | 2119.5% | 2167.5% | 2224.0% |
| 有利子負債比率(有利子負債/純資産) | | | | | | | |
| 経常収支比率(経常収益/経常費用) | | 107.3% | 104.0% | 103.0% | 100.0% | 100.4% | 101.9% |
| 純資産比率(純資産/総資産) | | 94.1% | 93.1% | 93.4% | 93.0% | 92.7% | 92.4% |
| 経常費用に占める市財政支出割合 (補助金+負担金+委託料+指定管理料)/経常費用 | | 52.9% | 52.1% | 50.3% | 47.0% | 45.1% | 44.0% |
| 経常収益に占める市財政支出割合 (補助金+負担金+委託料+指定管理料)/経常収益 | | 49.3% | 50.1% | 48.8% | 47.0% | 44.9% | 43.2% |

| 現状認識 | | 法人コメント | 今後の見直し | 本市コメント |
|---|--|---|--------|--------|
| <p>【営業収益】依然として新型コロナウイルス感染症の影響が残っている状況の中、長年の取引関係や他局・他媒体との競争もあるため、放送料金の値上げ等により営業収益の上積みを図るのは厳しい状況です。また、新規スポンサー獲得も夜間等の収録放送枠に限定されることになり、増収も限定的です。</p> <p>【売上原価及び販管費】効率的な業務運営を図りつつ原価及び販管費の低減に努めていますが、放送環境の強化に資する設備投資は一定の間隔で行っていく必要があります。放送設備関係は対応年数を超えて利用している機器もあり、故障等により突発的な費用が発生する可能性もあります。</p> <p>【固定資産】効率的な業務運営を行うための省力化投資や防災放送の強化に資する投資に関しては積極的に進めていくべきと認識しています。</p> | <p>【営業収益】中長期的には、放送外収入などの収益源を模索していく必要があります。</p> <p>【売上原価及び販管費】<売上原価>短期的(1~2年)には機器の補修や修繕に定期的に費用が発生します。長期的(3~5年)には数百万レベルでの機器の更新投資が必要になるため、その部分の減価償却費や租税公課等が増加する可能性があります。</p> <p><販管費>人員増や大きな広告投資も行う予定はないので大きな変動はない見込みですが、売上や利益の状況をみながら社員やアルバイト、パーソナリティの待遇改善を図っていきたく、その部分の費用は増加する見込みです。</p> <p>【固定資産】長期的(3~5年)には数百万レベルでの機器の更新投資が必要になります。</p> | <p>今後も新型コロナウイルス感染症による影響が続くものと予想されますが、新番組のスポンサー獲得や放送料金の実勢価格の見直しのほか、朗読セミナーの開催など放送外事業の開拓拡大など、営業収益の向上に向けて、取組を一層進めることを期待します。また、安定的な放送サービス提供のために必要な設備投資等を行いつつ、適正なコスト管理を実施し、更なる費用削減に努めることを期待します。</p> <p>本市においても、法人と連携しながら、市に依存しない経営体制の確立に向けた取組を進めてまいります。</p> | | |