

■ 沿革年表

1995年	9月	「知多北部CATV推進協議会」発足
	5月	企画会社「知多ケーブルネットワーク(株)」設立
1996年	9月	「知多メディアスネットワーク(株)」に社名変更
	11月	有線テレビジョン放送施設設置許可取得
1997年	12月	第1期エリア本放送開始
1998年	6月	第2期エリア放送開始
1999年	3月	第一種電気通信事業許可取得
	6月	第3期エリア放送開始
	11月	インターネット接続サービス開始
	12月	第3期後期エリア放送開始
2000年	7月	第4期エリア放送開始
	12月	BSデジタル放送サービス開始
2003年	3月	新社屋完成、本社移転
	12月	地上デジタル放送・CSデジタル放送サービス開始
2004年	7月	IP電話サービス開始
	10月	知多半島総合情報ポータルサイト「ちたまるナビ」立ち上げ
2005年	6月	日本ケーブルテレビ大賞奨励賞受賞 (知多半島人紀行「命をつなぐ～助産師 山口みちるさん～」)
2006年	6月	日本ケーブルテレビ大賞グランプリ受賞 (知多半島人紀行「守り伝えて半世紀」)
2007年	2月	通販サイト「ちたまるショッピング」開設
	10月	コミュニティFM局「メディアスエフエム」開局
2008年	4月	ケーブルプラス電話サービス開始
	7月	(株)コミュニティネットワークセンターを親会社とする株式交換を実施
2011年	6月	日本ケーブルテレビ大賞 審査員特別賞受賞 (～あなたの“まち”を再発掘～ まちほれワンワン!)
	7月	フリーペーパー「ちたまるスタイル」創刊
2012年	7月	ケーブルテレビ・アワード プロモーション大賞 グランプリ受賞(ちたまるスタイル)
2013年	4月	「メディアス光」サービス開始
2016年	1月	「メディアスエフエム」知多市へ放送エリア拡大
	3月	知多半島ケーブルネットワーク株式会社を子会社化
2017年	9月	「メディアス防災チャンネル」開局

■ メディアスの名称の由来は…

メディア Media	+	US	=	皆様の(私たちの) メディア
メディア Media	+	S	=	複数の機能を 果たすメディア
メディア Media	+	明日	=	明日を映すメディア

■ 会社設立の経緯

知多メディアスネットワーク株式会社は、高度情報化社会が急速に整いつつあった1996年、放送サービスだけでなく、通信サービスを含めた多様なサービスを提供していくことで、市民生活の向上や活力ある地域社会づくりに貢献していこうと設立されました。

当時、ケーブルテレビ事業は、大容量・多チャンネル・双方向の情報伝達能力を持ち、マルチメディア時代の地域情報ネットワーク基盤を担う事業として注目されていました。

ケーブルテレビの空白地帯だった知多半島北部の3市1町行政(東海市、大府市、知多市、東浦町)は、「知多北部広域CATV研究会」を立ち上げ、その効果を調査。その調査結果(1995年3月)を経て、1995年9月、行政・商工会・農協・地元企業参画による「知多北部CATV推進協議会」が発足しました。参加団体のメンバーで構成された事務局を中心に事業化に関する調査・研究を行い、地元首長らも参加する第2回協議会で事業化を承認。1996年5月、企画会社「知多ケーブルネットワーク株式会社」が設立されました。

この企画会社は、地元民間企業6社で構成されていましたが、同年9月には、行政、農協、他の地元企業等が参加する第3セクター方式の事業会社へ移行。これに合わせて、社名も現在の「知多メディアスネットワーク株式会社」へ変更されました。



◀事業化が承認された第2回CATV推進協議会(1996年3月)



▶事業会社設立祝賀会の様子(1996年9月東海市立商工センター)

■ いざ本格始動 ～放送開始

ケーブルテレビ事業者として実際に放送を開始したのは、企画会社設立から約1年半後の、1997年12月。愛知県下15番目のケーブルテレビです。

開局時には、全エリア10万世帯のうち、3万4千世帯を第1期エリアとし、約7千世帯を接続しました。

当初は、4期4年での工期を予定していましたが、1998年6月には加入率の高いエリアを前倒して開局。12月には、約4,900世帯の既設共聴エリアをチャンネルリースで取り込みました。

この時点での接続世帯は、約2万1千世帯、多チャンネル加入約1万世帯。開局1年で、開局エリアカバー率65%、多チャンネル加入率15%を確保することができました。



国道247号線に面した旧社屋(場所は現在の太田川駅西大屋根広場向かい辺り)。この建物にいたのは総務・番組制作部門の社員。営業・技術部門は別棟のプレハブに事務所を構えていた。



東海市立勤労センターで行われた開局記念式典(1997年12月)。華々しく開局を祝い、会場からの生中継も行われた。

■ 全社員営業・株主の協力でスタートダッシュに成功

ケーブルテレビの認知度が低いこの地域で加入者を獲得するために、加入営業は開局1年前から始めました。

開局までの1年間は、営業部員はもちろん、技術や番組制作の社員も含めて、全社員が目標を持って真剣に営業に取り組みました。

また、株主の協力も大きな力となりました。株主企業の社内に推進チームがあり、加入促進の成果を役員会で報告して競い合ったり、株主団体の職員が1軒1軒のお宅を訪問して加入を説得をしてくれたり、まるで数百名の営業部員がいるかのような営業活動が展開されました。

株主企業・団体のトップ同士が連携を図り、トップダウンで全社展開を図っていただいたことが大きな成果につながりました。



「全員参加で目標必達!! スパート(SPURT) 5,000」をスローガンとし、開局時の加入予約数5,000件を目標に各地で営業活動を展開。目標を大きく上回る成果を上げた。イベントでは「メディアスクン」の着ぐるみも大活躍。

■ 飛躍を象徴する新社屋の完成

開局以来、放送内容の充実、サービスエリアの早期拡大、通信事業の新規サービス開始など、積極的な事業展開を続け、開局5周年を迎える2002年度には、加入世帯数が多チャンネル約1万7千世帯、インターネット約8千8百世帯まで伸びていました。

会社が右肩上がりの成長を続ける一方で、開局時の社屋は、設備設置スペースや番組制作場所の不足、電源や空調設備の限界など、事業の規模拡大に耐えられない状況になっていました。

会社のさらなる成長のため、新社屋を建設することが決まり、2003年3月に念願の新社屋が完成しました。新社屋は、「地域の人々に親しまれ信頼される情報発信拠点にふさわしい外観とパブリックゾーン」「社員が快適に働ける環境」などをコンセプトに設計。

広々として明るく、会社の新しい未来を感じさせる新社屋の完成によって、メディアスの歴史は、新たなステージへと移りました。

▼完成したばかりの新社屋。明るく開放感にあふれている



■ 地域メディアとしての存在感を高める

開局時から地元密着型の番組づくりを続け、徐々に認知度も高まっていったコミュニティチャンネル。実力も評価されるようになり、地元の人を密着取材するドキュメンタリー番組「知多半島人紀行」が、日本ケーブルテレビ大賞で2005年に奨励賞、2006年にグランプリ獲得を果たしました。

テレビに留まらずメディアの幅を広げることに積極的に取り組み、2004年には知多半島総合情報ポータルサイト「ちたまるナビ」を開設。地元の物産の通販やメルマガサービスの提供など、ケーブルテレビとしては珍しいサービスの開拓にも果敢に挑んできました。

2007年10月には、災害対応力強化を図りたい東海市の要請を受け、コミュニティエフエムラジオ局「メディアスエフエム」を開局させました。市民パーソナリティの育成、学校給食中継など、テレビとはまた異なる取り組みで、地域メディアとしての価値を高めています。



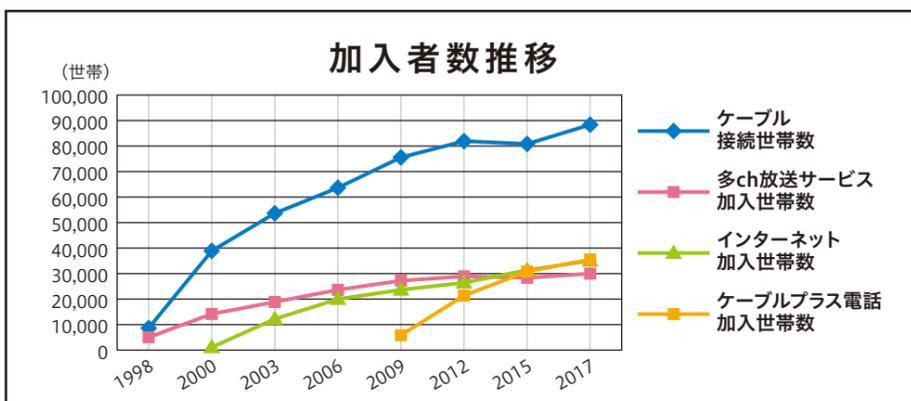
◀日本ケーブルテレビ大賞グランプリ受賞「知多半島人紀行～守り伝えて半世紀」



▼FM開局記念式典は1階のスタジオ前で行われた。初日の放送には、鈴木淳雄東海市長がゲストとして出演。



■ メディアスの加入者数の推移と売上高・経常利益の推移



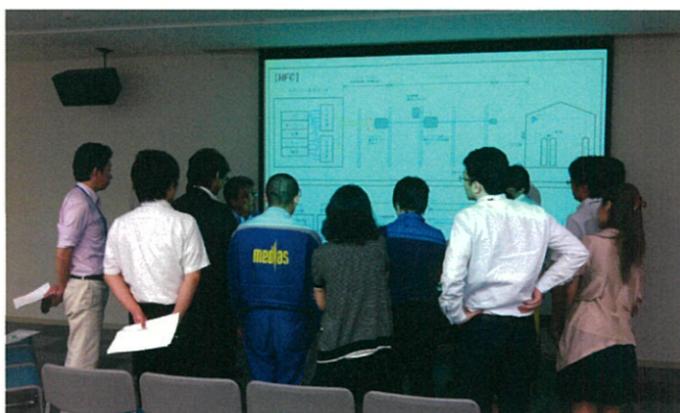
■ 激変する環境の中で事業連合発足

開局から約10年。放送と通信の融合が急速に進み、会社を取り巻く環境が激変する中で、東海地区のケーブルテレビ4社(キャッチネットワーク、知多メディアネットワーク、中部ケーブルネットワーク、ひまわりネットワーク)は、共にケーブルテレビ局の今後の在り方について検討を始めました。

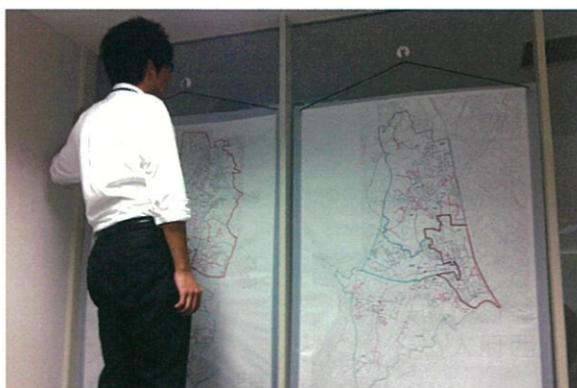
大手通信事業者が推進する光ケーブル網を使ったサービスに対抗していくためには、各社が連携しスケールメリットを生かして競争力強化を図るべきであると、参加各社の意見が一致。

2008年7月、東海地区のケーブルテレビ局の事業連合として、株式会社コミュニティネットワークセンター(CNCi)が業務を開始しました。

これによって、メディアスはCNCiの完全子会社に。各社の個性はそのまま生かしながらも、グループ全体で、人材・ノウハウの有効活用、設備・システムの統合による合理化、スケールメリットを生かしたコストダウン等に取り組み、経営基盤強化に努めています。



◀「メディアス光」導入に向けて、社内勉強会を実施



▼光ファイバー(左)と光ファイバーのドラム(右)。FTTH伝送路の総延長は約860kmで、社内には大きなエリア図を貼り出し、工事進捗を管理した。



◀開局10周年に合わせ、様々な記念行事を実施。社屋正面玄関前では記念植樹を行った。また、地域還元イベントとして、「Medias Music Fes.」を初開催(2008年1月)。地域住民900名を無料招待した。



■ 「メディアス光」で競争力強化を図る

2012年、メディアスはブランド力、商品力を向上させ、顧客から信頼され選ばれる存在となることを目指し、幹線の光化を決断しました。投資額は、約36億円。年間売上を上回る投資となるものの、光ファイバーを使ったサービスが普及する中で競争力を維持するためには不可欠な施策でした。

インターネット全コースの高速化、TVの安価な新コース(パスルーコース)の新設など、大手に十分対抗可能なサービス内容と価格を設定。

2013年4月のサービス開始に向け、技術部は1年をかけてサブセンター用地の確保、伝送路設計・工事を進めました。他の部署も連携してプロモーション活動や獲得活動を進め、「メディアス光」のブランドが地域に浸透するよう全社で取り組みました。

サービス開始後も、特別体制を組んで光への移行工事を続け、1年後には戸建世帯の46%、約2万世帯の移行が完了。

2017年10月末現在では、戸建世帯83.2%の移行が完了しています。

▶社屋前の看板でも「メディアス光」を大々的にPR



■「知多はひとつ」の考えのもとに

2016年3月、メディアスは、常滑市に本社を置く知多半島ケーブルネットワーク株式会社(設立:1990年2月/略称:CCNC)を完全子会社化しました。

CCNCのグループ化により、知多半島南部の1市3町(常滑市、武豊町、美浜町、南知多町)が、メディアスのグループエリアとなりました。

知多半島は、半島全体で観光事業を推進するなど、昔から「知多はひとつ」という考え方があります。メディアスとCCNCも、同じ知多半島内のケーブルテレビ局として、開局以来、共同で番組を制作するなど連携を図ってきました。

グループ化以降は、営業・技術ノウハウの提供、人事交流などを開始。両社の結びつきを強めることで、これまで以上に地域活性化の活動を進めるとともに、さらに質の高いサービスを提供することを目指しています。

■暮らしに欠かせないパートナーへ

社会が目まぐるしく変化し、先を予測することが難しくなった現在において、将来の姿を描くことは容易ではありません。

しかしそんな時代だからこそ、「こうありたい」という意志が不可欠です。メディアスの願いは、地域の皆様から信頼され、暮らしになくてはならないパートナーとして頼られる存在でありたいということ。

日々の暮らし、娯楽、安全安心など、様々な面から地域社会の発展に貢献し続けられる会社を目指していきます。



■ CCNCサービスエリア

