

# 2022年7月25日 日本テレビ 定例記者会見

## 《 要旨 》

### 1. 新体制の挨拶

#### 【石澤】

1980年入社以来、報道をはじめ多くの部署を経験した。直近は社長室、新規事業の開発等を行い、またICT戦略本部ではテレビの危機を実感した。昨今の現状は難儀な時代に直面していると認識している。このような時こそ若い方のアイデアや考え方が必要と感じ、縦、横、斜めの相互交通のコミュニケーションをしっかりとしながら、これまでもそうだったように、風通しの良い明るい社風の中で、課題解決に取り組んでいきたい。

#### 【福田】

担当は、コンテンツ戦略局、コンテンツ制作局、スポーツ局。  
テレビ発の前向きな話題を一つでも多く発信できるよう努めていく。

#### 【於保】

6年ぶりにHuluからテレビ局放送事業に戻ってきた。  
担当はICTビジネス局で、AVOD、SVODを含む配信事業、社長室新規事業やM&A、SDGs等も範囲になる。日本テレビ初の「チーフデジタルオフィサー」という名に恥じぬようやりたい。

#### 【沢】

グローバルビジネス局を担当。中心となる地上波は『コンテンツを育てる』、あるいは『人を育てる』ことが出来るメディアだと考える。どれだけ大きなコンテンツ、人、アーティスト等を育てられるか、そちらも頑張って取り組んでいきたい。

### 2. 営業状況

#### ・放送収入

視聴率を堅調に獲得している一方で、ウクライナ戦争など様々な影響を受けており、加えて昨今はコロナの感染状況もあり、スポットを中心に出稿状況が厳しいと実感している。

10月改編のセールスでは、しっかりと日本テレビのタイムテーブルのストロングポイントを説明し、理解を得ていきたい。

#### ・放送外収入

映画「キングダム2 遙かなる大地へ」が公開10日間で興行収入が22.7億円となり、週末の興収は2週連続で1位となり好スタートをきれた。同時に続編の制作も発表し、息の長いシーズンにしていきたい。

7月23日（土）から「ボストン美術館展 芸術×力」も、コロナによる2年の延期を経て、やっと開催できた。

「鈴木敏夫とジブリ展」は好調に推移している。

### **3. 質疑他**

#### **Q. 今後の経営の舵取りや抱負について**

**A.**

5月に公表した中期経営計画にもあるように、メディアとしての信頼性と、サステナビリティポリシーに基づく継続性を大事にしていきたい。これは目標というより、土台そのものであるという位置づけで構成している。メディアは広く、安心・安全で、その上に立った信頼性が全てのビジネスの根本であるという考え方で臨んでいきたい。

スローガンは「テレビを超える、ボーダーを超える。」。

「テレビを超える。」は以前の中期経営計画でも掲げ、地上波、あるいは放送を超える領域のチャレンジを進め、コロナ禍にあっても、2021年度決算は当期純利益が過去最高まで到達することが出来た。

改革はどんなに厳しくとも苦しくともやるべきところでしっかりとやり遂げる。  
厳しい時だからこそチャンスではないかと思う。

「ボーダーを超える。」は、これまでのテレビを超えるという作業を更に力強く、更に加速していく意味合いを含めており、これが経営姿勢と考えている。

海外事業にもしっかりと力を入れる。組織の壁を越えて、部分最適ではなく全体最適を戦略として立てながら、PDCAを回していきたい。

具体的には、メタバースにチャレンジするためにVTube事業を分社化してスタートしている。またドラマ制作をより量産していくこと、電子コミック会社のビーグリーに出資した。ストロングポイントの活用という意味では、教育事業にも力を入れていくために、社内の新規事業として立ち上げているHR事業をさらに加速し、外部の独立した教育研修事業会社への出資も決め、共創体制をこれから取っていく状況に入っている。放送を中心としてバリューチェーン展開をしていくうえで、ムラヤマという会社を完全子会社化し、よりスピーディーに様々なボーダーを超えて実現することを目指していく。

二兎を追って二兎を得ようとする作業もあり、そこに三兎いるならば三兎を追うというようなことも、これからあると思っている。日本テレビで解決できない課題はステークホルダーやパートナーをつくって、資本提携もあり、あるいはM&Aもあり、そうやって価値を拡大することが、日本テレビグループの企業価値の向上につながると思っている。

#### **Q. 石澤新社長が大切にしている言葉について**

**A.**

『走りながら考え、必要な武器は拾って走る、転んでもまた走る。』

挑戦をし、挑戦したことを継続し、そして飛躍させる、という言葉だと思っている。

#### **Q. 組織改正で新設されたコンテンツ戦略本部について**

**A.**

70年近くテレビ局の編成を中心とした戦略は、地上波のタイムテーブルを充実させ、価値を高めてカロリーの高いセールスを実現させ、トップシェアを取っていくことを目指していた。しかし、ここ数年の間でメディア環境が大きく様変わりをし、この変化に対応するために組織も変えていくべきではないかという考えに至った。

まずはコンテンツ中心主義の徹底を図るため組織を変え、「編成局」をなくし「コンテンツ戦略局」を新設した。タイムテーブルのみならず、外部のプラットフォーム含め、当社発のコンテンツをいかに拡大していくかが、我々のテーマである。

再現映像を得意とした日本テレビの「ザ！世界仰天ニュース」チームが制作した、「THE重大事件」というドラマがHuluで配信されているが、これは日本テレビの放送とは関係なくドラマを作り、それをHuluが配信権を購入するというスタイルだ。おそらく今回の「コンテンツ戦略本部」は、こういった取り組みが増えるのではないかと思っている。

制作側も地上波だけを目的とせず、配信事業者側も放送コンテンツではないオリジナルのコンテンツが手に入るということで、このような取り組みが加速できることを非常に期待している。

地上波のビジネスは、どうしてもタイムテーブル＝24時間定量の中での勝負となり、イベントも会場のキャパシティーの定量ビジネスになってしまう。

それが配信や海外、あるいは映画化となると、定量ではなくて無定量に拡大していくことができる。

映画・ドラマはそこからスピンオフ、リアルイベント化していくということを考え、舞台は逆に配信や、海外への展開など、様々な掛け合わせが非常にやりやすくなるので、一気にビジネス拡大をしていきたい。

#### Q. TVerのリアルタイム配信の現状について

A.

TVerの取り組みは、民放の協調領域の真ん中にある事業と捉えている。従ってADVODを伸ばしていくならば、各社と一緒に盛り上げていくことが、見ていただく方にプラスに展開すると考えている。

視聴状況はそれなりに順調だが、人々の生活習慣を変えていくものであり、時間もかかる。続けていくことがユーザー数を伸ばす上で大切と考えている。

サッカーブラジル戦の配信ではアリーナが通常より非常に多くダウンロードされた。このような国民的な関心事の際は、しっかりと告知して視聴者の皆様にダウンロードして視聴いただく。このような取り組みを民放各局が協力して、継続してゆくことが重要となる。

#### Q. 今年の24時間テレビについて

A.

コロナ禍にあっても、どんな時でも我々の「24時間テレビ」は休むことなく、しっかりと制作をし、お届けをしてきた。これは日本テレビができるSDGs、社会貢献の1つの大きな取り組みという位置づけに他ならない。今年も工夫をしながら、この考え方方が全国の皆様に支持していただけるような内容を目指したい。

メインパーソナリティー「ジャニのちゃんねる」の4名とも、一人一人が実力も人気も、実績も備えているアーティストであり、個性もそれぞれ際立っている。新しい時代の「24時間テレビ」を作ってくれると期待している。

**Q. 参院選直前の、安倍元首相銃撃事件の報道の仕方について**

**A.**

銃撃事件時の映像は、事件の全容解明や警備が適切だったのかという検証などで重要な映像であると認識している。一方で視聴者の皆さんに心理的な影響を与えることに十分配慮しなければいけないという判断があった。放送する映像や音声は、かなり限定した形で放送させていただき、衝撃を和らげる加工等を施した。

(了)

石澤 順	代表取締役 社長執行役員
福田 博之	取締役 常務執行役員
於保 浩之	取締役 常務執行役員
沢 桂一	取締役 執行役員