



2019年1月7日

早河洋代表取締役会長兼 CEO 「年頭挨拶」

テレビ朝日グループの社員の皆さん、構内で働く皆さん、明けましておめでとうございます。年末年始ご家族と過ごし、心も体もリフレッシュされたかと思います。元気で明るい顔で皆さんと一緒に新年を迎えられたことを大変うれしく思います。

年末年始休まずに放送対応など仕事をしていただいた皆さん、大変お疲れさまでした。できるだけ早い時期にしっかり休んでください。

皆さんの奮闘のおかげで、2018年は後半になってテレビ朝日の底力をみせた年となりましたし、新年も好調な滑り出しをみせています。まず2018年の年間視聴率は全日7.7%、ゴールデン10.5%、プライム10.6%で3区分とも2位と健闘しました。中でも10月クールの全日視聴率は7.8%と5年半ぶりにトップを飾りました。また全日は9月から12月まで4カ月連続のトップ、開局以来初めてのことです。新年の幕開けは元日で三冠を達成、三が日のゴールデン・プライムはトップで、第1週のゴールデン・プライムは民放トップという素晴らしいスタートを切ることができました。

今年は開局60周年イヤーです。人間にとっては還暦、別の言い方をすれば「本卦還り（ほんげがえり）」で、生まれ変わりを意識する人生の一区切りです。企業にもこの還暦の意味が当てはまるかどうかわかりませんが、私たちはこの60周年イヤーを極めて重要な節目と捉えて、新たなスタートを切る年、挑戦の年と位置づけたいと思います。

経営計画「テレビ朝日360°」は今年4月で3年目を迎えます。計画で掲げる戦略目標を達成するため、2019年はテレビ朝日の近未来の運命を決める年と言っても過言ではありません。報道・ドラマ・バラエティ・スポーツ・アニメなどあらゆるコンテンツを地上波・BS・CS・インターネット・リアルイベントに360°展開するのが、経営計画の基本コンセプトです。

これまで経営理念やテレビをめぐる環境の厳しさなどについては年頭あいさつ等で機会あるごとに訴えてきました。今年はもう理念や哲学、分析や見通しを語るのはやめて、具体的に60周年記念番組をこの場で明らかにすることにしました。60周年期間中、最強のコンテンツを世に送り出す、いわば「戦闘宣言」、勝負の年の覚悟と受け止めて下さい。

まずは大型連続ドラマ『24 Japan』です。『24』は2001年からアメリカFOXで放送されたテレビドラマで、連邦政府の架空のテロ対策組織・CTU、そのロサンゼルス支局に所属する捜査官ジャック・バウアーの戦いを描いています。ストーリーがリアルタイムで進み、1話が1時間、1シーズンが24話で、画面の24時間表示のデジタル時計が緊張感を与えます。同時に進行する複数のシーンを分割画面で描く「スプリット画面」も斬新です。まさに、この世界的な大ヒットとなったサスペンスドラマ1シーズン24話の日本版を、テレビ朝日が初めて制作する権利を獲得しました。日本版はアメリカ版のストーリーを翻案する形で制作します。もちろん出演者は日本人俳優が演じ、スタッフはテレビ朝日が中心となって制作します。日本初の女性総理大臣誕生まで秒読み段階となった選挙当日の暗殺計画をめぐる、テロ対策室の24時間の熱い戦いを描いていきます。60周年を飾る大型ドラマにふさわしい豪華な出演陣で、壮大なスケールの『24 Japan』にすべく、準備を進めています。今年中には撮影に入り、2020年の放送を予定しています。

さらに、昨年の4月クールに放送した『おっさんずラブ』です。男同士のピュアな恋愛を描き、一大センセーションを巻き起こしたこの作品は、パッケージやグッズの販売、イベント等で記録的な売上をあげました。「日経エンターテインメント」の2018年ヒット番付で「西の横綱」に選ばれましたし、数々の賞もとりました。この大ヒットドラマの第二弾を、満を持して制作・放送することにしました。

加えて、あの『時効警察』シリーズも地上波に帰ってきます。時効が成立した事件を主人公の警察官が趣味で解決していく姿をコミカルに描いたドラマです。金曜ナイトドラマ枠で放送され、2006年1月クールは最高視聴率12.1%、2007年4月クールの「帰ってきた時効警察」では最高13.5%を記録した、伝説的な作品です。

アニメでは、人気の『クレヨンしんちゃん』から新たな作品『SUPER SHIRO(スーパー・シロ)』を制作します。野原家の犬・シロが実は見えないところでヒーローに変身し、悪の手から平和を守っていたというドタバタ劇で、6分の作品を48話、計4時間に近い大作です。

バラエティでは、ナスDこと友寄隆英GPが新たに挑戦する『極限取材200日 ナスDアマゾンから標高4000mの秘境ヒマラヤに飛ぶ』も放送を予定しています。

以上のコンテンツは、当社で独自展開するのはもちろん、AbemaTVやSVODで協業しているKDDIの「ビデオパス」にも真っ先に供給していく予定です。60周年を記念したこれら強力コンテンツを投入することで、当社が重視するAbemaTV・ビデオパス両プラットフォームの成長により一層貢献してまいります。

このほかにも、ドラマでは、名作『白い巨塔』を5夜連続大型ドラマとして、帯ドラマ劇場『やすらぎの刻〜道』も4月から1年を通して、あの『科捜研の女』も4月から4クール連続で1年間放送する予定です。

スポーツでは、5日に開幕した『サッカーAFCアジアカップ2019』、4月の『世界フィギュアスケート国別対抗戦2019』、7月の『世界水泳2019』の放送が待ち受けています。

映画でも大型作品を順次投入していきます。先ほど申し上げた『おっさんずラブ』の映画版を公開する予定で、さらには、テレビ朝日の深夜アニメで喝さいを浴びた『ユーリ!!! on ICE 劇場版 ICE ADOLESCENCE』も準備しています。以上が今年以降60周年にあたって準備している強力ラインアップですが、ほかにも魅力的な作品群を順次投入していきます。

ところで、本業である地上波の広告市況は、皆さんもご存知の通り、2018年は低迷しました。信頼できる筋によりますと、「食品・飲料」「化粧品・洗剤」等のアドバイザーが商品を認知してもらう目的でインターネット動画広告を多く活用するようになってきたこと、テレビ広告上位のアドバイザーの中には広告の露出量をかなり減らしている社があること、新しい商品開発が遅れ、キャンペーンが減少していることなどが失速の要因とみられます。全体的にテレビ広告がインターネット広告に大幅にシフトしている兆候はありませんが、ここ数年じわじわと続くテレビ広告の変調は、昨年になって潮目が変わった感じで、広告市場の構造的変化の始まり、と危機感をもって受け止めるべきだと思います。

そのうえで、私たちはダイナミックに進化していかなければなりません。

ひとつのカギを握るのは、メディアシティ戦略です。メディアシティ戦略は、5年前のEXシアター、おととしのAbemaニュースのスタジオ稼働など、本社周辺全体を情報・コンテンツの発信拠点として拡大し、収益性の高いゾーンにしていくという構想です。毎年約500万人を集める夏祭りもこれに重なることは言うまでもありません。この戦略目標に向かって、テレビやインターネット、ミニコンサートや演劇などに使える多目的スタジオ、AR・VR・AIなど先端技術のショールーム、こうした多目的スペースを収容し、かつ賃貸に供する空間を2025年ごろまでに複数完成させるべく、作業を進めています。

もう一つ、2019年から2020年にかけて成長のカギを握るのは、中堅・若手社員です。昨年、ドラマの世界で素晴らしい成果を生んだのは「おっさんずラブ」でした。推進したのは入社7年目の女性プロデューサーでした。かなり前から私は「若手を登用せよ」と訴えてきました。その場のひとつとして、金曜日に加えてナイトドラマを土曜にも編成しました。

その枠で期待に応えてくれたこのプロデューサーに続いてもらうべく、中堅・若手に挑戦の場を設けました。「第2回バラエティトライアル番組総選挙」です。21人の中堅・若手が年末年始を中心に番組を競作し、社員が人気投票する試みです。深夜帯でのレギュラー化のほか、全番組にゴールデン進出の可能性をもたせます。

また、昨年11月1日に発足したIoTセンターは、2カ月間集中的な議論を行い、インターネットに関わる戦略目標を整理し、常務会で承認されました。こちらも中堅・若手の精鋭34人による、スピード感のあるスタートダッシュだと言えます。

将来を担う中堅・若手を先頭に、強力なコンテンツづくり、そして新たな収益源の確保、この両輪を推し進めていくことによって、私たちは「新しい時代のテレビ局」への進化を遂げ、将来待ち受ける荒波を乗り越えていきましょう。

10年前ですが、開局50周年記念にまとめた社史のタイトルは「チャレンジの軌跡」でした。後発局、教育局という逆境を乗り越えるために、私達はあくなきチャレンジを繰り返し、多くの成果をあげてきました。

還暦を迎えてもテレビ朝日グループは総力を挙げて、様々な命題に正面からチャレンジし、未来に向かって、一気呵成に突っ走っていく、これが年頭に当たっての私の決意表明です。

きょうから食堂を5日間、無料開放します。年末年始の視聴率が悪かったらやめようかと思いましたが、(会場笑い) 幸い素晴らしい出来ですので、5日間開放いたします。ぜひ食堂に駆け付けてください。ありがとうございました。

※視聴率はビデオリサーチ調べ・関東地区

以上