

2018年1月4日

早河代表取締役会長兼 CEO 「年頭挨拶」

テレビ朝日グループ社員の皆さん、構内で働くスタッフの皆さん、明けましておめでとうございます。2018年もよろしく申し上げます。

年末年始、休みを返上して制作・放送対応など業務に当たられた方々は本当にお疲れ様でした。どこかのタイミングでゆっくり休んで下さい。

皆さんの奮闘のおかげで、新年もいいスタートを切れました。三が日の平均視聴率をご承知と思いますが、全日が8.6%、ゴールデンが15.4%、プライムも15.4%でした。「芸能人格付けチェック！これぞ真の一級品だ！2018お正月スペシャル」が19.6%、「相棒 season16 元日スペシャル」が15.4%、「夢対決2018とんねるずのスポーツ王は俺だ！！5時間スペシャル」が13.6%、そして映画「君の名は。」17.4%など、いずれも高視聴率を獲得いたしました。

昨年2017年は新しい経営計画「テレビ朝日360°」がスタートしました。この計画を一言で言えば、既存の「テレビ」「テレビ局」の概念を再定義してしまおう、というものです。コンテンツこそがすべての価値の源泉だと定義した上で、地上波だけにとどまらず、衛星波・インターネット・メディアシティという、私達が持っているあらゆるメディアに360°展開し、その総体で視聴者・利用者と接触し、マネタイズを図っていく。コンテンツ面でも、報道、スポーツ、ドラマ、バラエティなどの番組にとどまらず、AR・VR・AIなど先端技術を取り込んだ新たなコンテンツにもチャレンジしていく。この「メディア360°」「コンテンツ360°」を実践することで、2020年以降の不確実な時代を勝ち残れるテレビ局に進化することを謳っています。

この方針に基づき、去年私たちは様々な大胆な手を打ちました。

まずは、グループで最大の収益源である地上波のタイムテーブル改革です。社会が激動し、様々な天変地異が立て続けにおこる昨今、その動きをしっかりと視聴者の皆さんにお伝えできるよう、土日の朝と夜にニュース情報枠を設けました。日曜朝の「サンデーLIVE！！」はテレビ朝日がABC・メ〜テレという基幹局と初めて一緒に手掛ける番組です。また「サタデーステーション」は、好感度の高いニュース番組としてネットワーク各局から視聴率が上昇基調になっています。

老若男女に楽しんでいただけるストーリー系コンテンツをより多く作っていくために、ドラマ枠も増設しました。昼の帯ドラマ劇場「やすらぎの郷」は関係業界や視聴者から大変高い評価をいただき、数字を超える反響を得ました。テレビ朝日ブランドを押し上げる新たな風を吹かせてくれました。土曜日 23 時台には動画配信を視野に入れた若者向けの「土曜ナイトドラマ」枠を新設しました。既存の番組では全ドラマの中で最高の視聴率をたたき出した「ドクター X～外科医・大門未知子～」の爆発力、「相棒」の 17 年に及ぶ安定感、スポーツ番組の高視聴率などが局全体に勇気を与えてくれ、改革のエンジンともなりました。

バラエティでは、深夜枠などで様々なトライアルを実施しています。手ごたえが出始めています。バラエティだけに限りませんが、今回のタイムテーブル改革では、若い世代に実践の中で育ってもらい、活躍してもらおうべく、挑戦の機会を格段に増やしました。

こうした努力の積み重ねの結果、2017 年年間視聴率は、全日・プライムが 2 位、ゴールデンが民放 3 位でした。全日は「羽鳥慎一モーニングショー」「グッド！モーニング」をはじめ 5 つのベルト番組が堅調で、GRP 確保に貢献しましたが、ゴールデンはバラエティ系の新番組が想定を下回り、大きな反省材料となりました。それゆえに、正月第一週はテレビ朝日の並々ならぬ反転の意気込みを示した番組編成に取り組みました。ひとつの実験台として、良い結果が出ることを期待して、4 月編成、10 月編成を経て、来年の開局 60 周年につなげていきたいと考えています。

地上波の広告収入をみてみますと、2016 年度のスポット収入のキー局シェアが開局以来初めて 2 位を記録したのに続き、2017 年度の上期にはタイム・スポットの合計額のキー局シェアでも 2 位になりました。この着実な歩みは評価に値しますが、トップとの差はまだまだ大きなものがあります。2018 年はさらなる営業努力を積み重ねていかなければなりません。

インターネットの領域では、AbemaTV が大きく飛躍しました。アプリダウンロード数は 2,500 万件を超えました。年末年始の視聴数は今年の 1.5 倍と聞きました。11 月 2 日から 5 日にかけて放送された「7 2 時間ホンネテレビ」は 7,400 万視聴を記録、視聴者だけでなく、アドバイザーの注目も集めました。こうした単発スペシャルの爆発力・効用は非常に大きなものがありますが、それとともにレギュラーのコンテンツを強化して、ユーザーの支持を底上げしていくこと、それに伴い営業努力にも力を入れていくことが今年の大事なポイントです。

またグループ戦略の観点で言えば、2017 年は既存のグループ会社との絆を強めて、効率化を図った一年でした。文化工房・テレビ朝日サービス・テレビ朝日メディアプレックスを完全子会社にしたほか、ポスプロ業務を手掛ける東京サウンド・プロダクションとビデオパックスニッポンを合併させました。

同時に、時代の要請に応じて業容や収益の多様化にも努めた一年でもありました。多面展開できるコンテンツとして期待できるプロレスをグループ内に取り込むため、新日本プロレスリングを関連会社にしました。また、AbemaTV上でインターネットテレビショッピングを手掛ける「売れる AbemaTV 社」をサイバーエージェントと合弁で設立しました。AbemaTVの収益源を広告収入だけでなく、通販にも広げることが目的です。さらに、映像制作からイベント運営まで幅広く手掛ける株式会社レイの株式を 20%取得し、関連会社としました。今後はイベントなど様々な分野での連携のほか、VR・AR・プロジェクションマッピングなど先端コンテンツの領域で力を発揮していただくことも期待しています。

このほか、昨年は東日本の系列局 6 社を持分法適用関連会社にしました。テレビ朝日系列はいずれの局も経営状況が順調ですので、今何か手を打つ必要はありません。2020 年以降、少子高齢化が進み、地方経済がシュリンクする時代にも、地方の報道拠点として、また営業拠点として、その役割をいかに発揮できるよう、今からネットワークの結束を強め、果敢に行動できる体制を整えておこうという意図です。

これら系列 6 局を含めて、本日時点でテレビ朝日グループは 41 社まで拡大しました。今後も効率性を重視しながら、300 億円の戦略投資枠を活用して、グループ体制を一層強化・拡大していく方針です。グループのひとつのカギを握る BS 朝日は 12 月から 4 K放送に挑戦しますが、厳しい環境を突破してくれることを期待しています。

経営計画「テレビ朝日 360°」を実行に移していく上で強調しておきたいのは、パートナーの重要性です。地上波では全国の系列局との連携が不可欠です。インターネット事業では、その中核を担う AbemaTV はサイバーエージェントというパートナーあってこそ成立したものです。彼らとのコラボレーションは、デジタルネイティブを含む中堅・若年層獲得に大きな力となるはずです。動画配信の中でも SVOD の領域で連携し、かつニュース事業でも協業をしている KDDI も重要な戦略パートナーです。テレビが中心だった時代から、スマホが人々の中心になった新しい時代に移り変わり、個人の嗜好、求めるコンテンツやサービスはどんどん多様化するばかりです。こうした時代の要請に応じていくためには、私達が持たない資産や能力を持つパートナーとの密接な連携がますます重要になります。

2018 年は、グループの皆さんとの結束を強め、さらにはパートナーの皆様と一層密接に連携していくことで、「新しい時代のテレビ局」への進化をさらに力強く推し進めていきます。

最後にテレビ朝日グループが今年目指すべき姿を別の表現でもう一度確認しておきます。この 4 年間でテレビ朝日の夏祭りには計 2,000 万人が来場しました。これだけ多くの人達が何らかの形でテレビ朝日に接し、楽しんでくれたことになります。視聴者にテレビ朝日に親んでもらう形の、このメディアシティ戦略こそ、「新しい時代のテレビ局」になる絶対条件だと思っています。テレビ離れが指摘される中、圧倒的な視聴者・大衆の中に息づ

くテレビ局こそ、今求められているテレビジョンの姿だと確信します。

この原点を肝に銘じ、来年の開局 60 周年というピークに向けて、360° 見回しながら、グループ全体で力を合わせ、魅力的な番組群、事業を連発し、視聴者の期待に応えていきたいと思えます。

*視聴率は ビデオリサーチ調べ・関東地区

以上