

2021年1月4日

早河洋代表取締役会長・CEO「年頭挨拶」

テレビ朝日グループの皆さん、新年明けましておめでとうございます。

新型コロナウイルスの感染拡大を考慮して、今年は役員・局室長とグループを支えていただいている関連会社社長にお集まりいただきました。館内共聴では多くのグループ社員の皆さんに見ていただけていると思います。

まずは、年末年始に放送対応などのため出社したグループ社員やスタッフの皆さん、大変お疲れ様でした。どこかのタイミングで心身をしっかりと休めて、リフレッシュして下さい。

皆さんの努力奮闘のおかげで、視聴率は終わったばかりの三が日のゴールデンタイムは個人全体・世帯ともに7年連続、プライムタイムが同じく13年連続のトップでした。最終週の週平均は、ゴールデンタイムが個人全体・世帯ともにトップ、プライムは個人全体が2位、世帯が1位でした。年間も締まり、全日、ゴールデン、プライムが2位のレベルでした。全日は歴代最高視聴率となりました。

視聴率の集計では、去年の4月から、個人全体視聴率が営業活動の中心の指標となりました。ここまで個人全体としては、4月クールに「報道ステーション」が歴代最高を記録、「羽鳥慎一モーニングショー」も自己最高ペースで全局トップを走っており、2つのベルト番組がタイムテーブルをけん引しています。またドラマでは「BG～身辺警護人～」 「相棒」 「七人の秘書」など5作品がトップ10にランクイン、バラエティでは「帰れマンデー見っけ隊!!」 「ザワつく!金曜日」 「ナニコレ珍百景」などが健闘し、個人全体は各区分2位レベルで推移しています。

これまで経験したことのない過酷な環境の中で、このような好成績をあげられたことは、関係スタッフや出演者の不退転の努力によるもので、特筆すべき成果といえると思います。

2020年は新型コロナウイルスの感染拡大がテレビという産業全体にかつてない深刻な打撃を加えた一年でした。インターネット広告費の急拡大に伴うテレビの停滞という、一昨年末までの流れとはまた別の、さらにそれを上回るような突然の大波でありました。

日本経済、世界の経済がコロナ前に戻るには2、3年はかかると言われています。必然的に、テレビ朝日の本業の広告収入やイベントなどの関連収入が戻るのにも一定の時間がか

かることを覚悟しなければなりません。

そのうえで、コロナで失ったものを取り返すため、私たちが生き残りをかけて短期的あるいは中長期的にどのように戦っていくのか、その戦略を改めて明らかにしておきます。

これまでも私たちは、このような時代を見越し、テレビだけに頼らない企業体に進化するため、着実に手を打ってきました。

インターネット上の動画配信では、サイバーエージェントと「ABEMA」を立ち上げ、ネットネイティブな若者向けの新しいマスメディアを創ろうと奮闘しています。当初の目標だった1,000万WAUは恒常的に超えるようになってきました。有料サービス「ABEMA プレミアム」の会員数は現在100万人に迫るところまで来ており、PPV（ペイパービュー）も人気を博し、売上高が順調に伸びてきています。

また、より幅広い層に向けては、定額型動画配信サービス TELASA を、KDDI と合弁で去年4月からスタートさせました。ABEMA を含めた三社連携プロジェクト作品の「24JAPAN」と「逃亡者」、「真夏の少年」や「なにわ男子と一流姉さん」などのジャニーズ系番組、「BG～身辺警護人～」をはじめとした各ドラマ、「ロンドンハーツ」をはじめとしたバラエティ番組が新規会員獲得や視聴回数で貢献して、順調に会員を増やしています。

また無料で動画を楽しみたいというニーズに応えるため、無料広告型見逃し配信、いわゆるキャッチアップも積極的に展開しています。さらに、巨大インターネット企業などに依存することなく、自らの力でキャッチアップなどで稼げるようになるため、日本有数のアドテク企業である Supership などと合弁で UltraImpression を設立しました。ネット動画広告を出すための技術基盤を自前で持つのは日本の民放業界では初めてです。アドバイザーの皆様の好評を博していて、現在順調に売上げをのぼしています。今後のインターネット時代を生き残るため、UltraImpression は重要な資産になっていくと確信しています。

5G時代を見越して、先進的なコンテンツビジネスにも挑戦しています。様々なパートナーとともに、マルチアングルコンテンツやARグラス向けのコンテンツを制作したり、戦略出資したクラスター社とバーチャル空間でのエンターテインメントのトライアルを実施するなど、来るべき時代に備えています。

また近年私たちはリアルなエンターテインメントビジネスも拡大してきました。2014年から開催している「テレビ朝日・六本木ヒルズ夏祭り SUMMER STATION」は6年間で延べ3,000万人を動員しています。

さらに、今後はデジタルの特性を活かした先端コンテンツ事業者とコラボレーションを加速していきます。お台場と豊洲で人気ミュージアムを運営するチームラボと一緒に、3月からのおよそ半年間、本社近隣の再開発予定地で体験型アトラクションを手掛ける予定です。

す。また今年の夏祭りでは、過去にいくつかのイベントで一緒にしてきたネイキッド社とコラボレーションすることについて協議中です。また、あのライゾマティクスとは若葉台メディアセンターでの実験的なビジネス展開を模索しており、現在両社で具体策を練っています。日本の先端的なデジタルアート界のビッグスリーとともにビジネスの可能性を模索し、将来の収益に結び付けていきたいと考えています。

こうしたリアルエンターテインメントの可能性、さらには魅力的なコンテンツ制作のキャパシティを最大化していくために必要なのが「発信基地」です。2013年11月にこけら落とししたEXシアター六本木、2016年4月にABEMA NEWSのために開設したEXけやき坂スタジオ、2017年2月に開業した若葉台メディアセンターはメディアシティ戦略として開発してきたものです。

今後本社周辺や適切な立地に、情報やエンターテインメントを発信する拠点の整備を進める予定です。その具体策として、昨年暮れ、明るいニュースが飛び込んできました。東京都が臨海副都心・有明地区で公募していたおよそ13,000平方メートル、3,900坪の土地に入札した結果、取得することが決まりました。この地区は、仮称ですが「東京ドリームスクエア」と名付けて申請しましたが、エンターテインメントとテクノロジーが融合する発進拠点とする計画です。最大5,000人収容の多目的ホール、テレビスタジオとイベント・エンターテインメントを収容できる複合ビルを組み合わせた一大ゾーンとなります。来年春着工、2024年中に完成の予定です。メディアシティ戦略の大きな結節点になり得ますし、社員の皆さんが大きな夢を描けるような施設になるよう建設計画を構築していきたいと思えます。

これ以外にも様々な手を打っています。11月には通販会社のイッティを完全子会社化しました。商品を自社で企画・開発できる能力を有した会社で、グループの通販・EC事業の拡大に寄与していくことを期待しています。

また、同じく11月にはタイの人気ドラマを数多く手掛けるGMMTVと提携し、GMM作品の日本での展開を共同で手掛けることとなりました。「韓流（ハンリュウ）」「華流（ファーリユー）」に続き「泰流（たいりゅう）」の旋風を日本に巻き起こせればという狙いです。このように海外プレイヤーとの連携、グローバル市場の獲得もこれからは重要になってきます。

ここまで、動画配信、リアルエンターテインメントとメディアシティ戦略、先端技術を活用したコンテンツビジネス、通販・EC、グローバル展開と、多岐にわたる取り組みを改めて紹介しました。このように、テレビ朝日グループはすでにコロナ後に待ち受ける新しい時代に向けた準備を着々と進めています。

私は5年前の年頭挨拶から「新しい時代のテレビ局」「新しい時代のテレビ朝日」に生まれ変わらない限り生き残っていけないと、折にふれ力説してきました。

「IoT、5G、デジタルトランスフォーメーション…、こうした言葉に象徴される時代が到来している」「テレビ朝日はこの大きな流れに積極的に乗って、自己変革を加速しなければならない」。こういう意味です。

仕事始めにあたり、このことを皆さんにかみしめていただき、現在の経営計画が終わる2025年度までに第1ステップとしての進化を実現したいと考えています。

12年前の2008年度のことを、皆さんは今でも覚えているでしょうか。当時「未曾有の経済危機」と言われたリーマンショックに見舞われたテレビ朝日グループは、広告収入が大幅に減少し、最終赤字に転落してしまいました。

しかし、その後の反転攻勢により、わずか4年後の2012年度、そして2013年度に私たちは視聴率トップレベルに躍り出るという大躍進を遂げました。

テレビ広告の変調と今回のコロナ危機では、7月に緊急の組織改革を断行し、ビジネスソリューション本部を立ち上げました。編成、営業、ビジネス、インターネットの収益に関わる4部門を一体運用する組織です。わずか半年ですが、増収増益に貢献し、危機を抜け出す大きな原動力になりました。先ほど紹介した臨海副都心・有明地区の夢多きプロジェクト「東京ドリームスクエア」も、テレビ朝日の戦略拠点として、まさに新しい時代を切り拓く大きな可能性を秘めています。

全社・グループが一体となったこうした取り組みで、現在のコロナ禍の逆境を再び乗り越え、テレビ朝日グループが輝かしい未来を創造できることを私は確信しています。

一緒に「新しい時代のテレビ朝日」を創り上げていきましょう。

※視聴率はビデオリサーチ調べ・関東地区

以上