

2017年 会長・社長 新年あいさつ

新年おめでとうございます。本年もよろしくお願ひ申し上げます。
東京メトロポリタンテレビジョン株式会社（TOKYO MX）は1月5日（木）に「新年祝賀式」を開き、後藤会長、河内社長が社員にそれぞれ次のように挨拶しました。

【挨拶】後藤 亘 代表取締役会長

『リアルなLiveの時代に忘れて』

あけましておめでとうございます。

昨年、私が一番すごいな、面白いな、と思ったのは「5時に夢中！」にジョディ・フォスターが出演したことです。こういったサプライズがコンテンツには必要な条件であり、年に数回あれば、ますます当社の地位は不動のものになってくるのだろうと、彼女の何とも言えない腰の低さを見ながら感動しました。「5時に夢中！」や夜の「バラいろダンディ」でずっと映画紹介を続けた結果であり、大変良かったと思います。

テレビ界はご存知の通り、これから大変厳しい時代に入ってきます。2020年を契機に弱肉強食が全日本的に起こってくるだろうと予測しています。テレビとネットの融合という時代には、大海の荒波のような膨大な量のコンテンツの中にテレビ業界は入り、一緒になるのだということです。いかにその世界が難しく弱肉強食の世界であるかを認識し、どうやって打ち勝って我々の地位を確立できるのかを真剣に考えざるを得ません。もう既にその戦いは始まっています。

再三言っていますが、そんな時代において一番大事なものは、コンテンツだと思います。人間の心だけは一千年前から今後も変わらない。どんなコンピュータが出来ても、人の心までは作りきれないであろうと予想しています。人間の心に刺さるコンテンツ、番組であったり、時にはイベントであったり、自らが切り拓いていくことが必要です。それにより我々は、次の世界に導かれていくのだろうと思っています。

また、当社の報道の在り方も、再度原点に帰って見直す時に来ていると思います。開局時の報道の在り方・考え方は決して間違っておらず、すぐれたアイデアであり発想だと理解はしていますが、私から見るとその経営の手順論にいささか問題があったと考えております。ネット時代における当社の報道の在り方はどうあるべきかを、報道局を中心ともう一度検討して、色々なアイデアを出して次の道を見出していく時が来ています。

また、コンテンツは番組だけではなく、営業企画・事業のイベント等も全てがコンテンツです。私の世相論から言うと「LIVE」が非常に重要なコンテンツの要素になっていると見ています。CDは売れなくなりましたがコンサートホールは超満員で、それが東京のいわゆる「LIVE環境」、劇場の環境であります。このIT時代において、体で本当に共感したり感動したりすることが非常に重要ということを実は肌で感じているからこそ「LIVE」へ行っているのだと思います。単に事業として終わるのではなく、番組も含めた一体のコンテンツとしてまとめあげていくことが必要になってくると考えています。

「LIVE」という意味では、生放送の在り方についても、非常に良い成果を出してきていると思います。ただ、量的に全体の編成から言うと中途半端な気がするので、さらに力を合わせてやっていきたいと思っています。

エムキャスも、今年は編成・営業全てのセクションにおいてどう事業化するかを考え、エムキャスを使って新しい販売計画・営業計画・企画にトライすることが大事だと思います。システムを作り、チャレンジしていくことが2020年に向かっての新しい具体的な行動の一つと言えるのではないかと考えています。

最後に、このビルもやがて改装しなければなりません。この地において、どうすることが一番良いのか。皇居に面したこの地で、素晴らしい文化価値が生まれる建物になるよう、これも皆さんと一緒に考えて実現していくことが未来への布石の第二歩になるのではないかと考えています。

どうぞ皆さんと一緒に夢を描いていきたいと思っておりますので、今年も宜しくお願ひします。

【挨拶】河内 功 代表取締役社長

新年あけましておめでとうございます。

放送界並びにその他の業界も含めて、大変な構造変革の時代に突入しています。インターネット時代の到来を契機にIoT、全てのものはインターネットに直結し、それによってビッグデータが形成され、そのビッグデータの運用技術が飛躍的な進歩を遂げる、すなわちAIを含めた運用技術の飛躍的な発展となっています。これまで、従来のビジネスモデルはBtoB(企業から企業へ)、BtoC(企業から個人へ)が基本的な在り方でしたが、これが逆転して、CtoB(個人から企業へ)という流れにならざるを得ない、またそうなるという変革でもあると私は捉えています。そうなる個人レベル・視聴者レベル・スポンサーレベルと、多様性の時代の多様なニーズに、いかに的確に対応できるか否かということでメディアたる放送局の盛衰は決まってくるのではないかと思います。その点、当社は予てより先進的であり、小回りも利き、柔軟性も有ります。そういう観点で考えると、この大変革の時代は当社にとってチャンスではないかと考えます。

年頭にあたり、後藤会長から具体的なビジョン、課題、基本的な方針について話が有りました。これらは全て、この大変革の時代に当社が胸を張って生き残り、メディアとして使命を果たしていくためにはこれだけは必要であるというテーマであります。本日私からは、このテーマを達成し、持続的な成長力を獲得してこの変革の時代に胸張って生き残っていくためには何が必要かということについて、いくつか申し上げたいと思います。

まず、持続的な成長力を獲得していくためには、環境変化に対応した事業構造の変革。すなわち事業、技術、業務、運営システム、そういった構造改革を実践していくことにあります。

具体的には、第一に、3か年計画「東京コンテンツ化計画」、これは構造改革を具体化して取り組んでもらっているものですが、「選択」「集中」「差別化」といった基本方針に基づき、独自性と強みを持った放送局になっていこうというものです。現在までに様々な課題を皆様の努力によってクリアしてきていますが、今後は、当社の強みについて、「縦横の深耕」を行っていく必要があります。縦はその強みを深耕させること、つまり深堀り。横はその強みを横展開、つまり横に拡大していくこと。縦横の進歩・前進であります。強みを軸足にして、新たな強みを一つまた一つという風に確実に開発していくということが、当社として非常に重要だと思っています。この強みから繋がる関連分野についても、より拡大の手を伸ばしていくべきではないかと考えています。それによって収益基盤の強化を確実に実現していくことが最も重要である。また、同時に業務や新技術運営システム等の改善・改革についても着実に実現をしていく必要があります。

第二として、インターネット時代において、インターネットマーケティング等、新たな手法・技法を駆使して視聴者動向に対する適応力と対応力・提案力を格段に強化し、その上で魅力的なコンテンツ、それに適合したコンテンツは何かということ今一度検討し、開発に引き続き注力していくことを考えています。

第三として、インターネット時代に突入した今、我々は電波と通信(インターネット)を合算・統合したメディアとしての信頼性ある総合的な発信力の強化をする体制の構築について、具体的な研究開発を進めていくことが必要です。総合発信力の差が業績の差になり、生き残りの差になると考えています。最後に、変革の時代には、様々なビジネスチャンスが発生し消えていきます。当社としては、選択的な新規事業・新技術開発・投資などに取り組んで参りたい。当社の体力、リスクやリターン、マネタイズ化の可能性等を引き続き十分に検討し、事業性の確保が可能であり、確実であり、見通しが立つものについては、ビジネスモデルの構築化に取り組んでいきたいと考えている。

ここまで、第一次構造改革・第二次構造改革と、皆さんの大変な努力により、ようやく今日を迎えることが出来ました。今後も、全役員・全社員力を合わせ、これまで申し上げた課題に取り組んで達成することにより、継続的な成長力を手にすることは十分可能です。「生き残りをかけた弱肉強食の戦いが始まる」と会長からも話がありましたが、これに向かってしっかりと努力して参りたい。今年もお互いに信頼し合い、明るく前向きに課題に取り組んでいきましょう。

以上

本件に関するお問い合わせ

TOKYO MX 編成局 編成部