

2018年11月1日(木)発行

TOKYO MX

東京メトロポリタンテレビジョン株式会社

プレスリリース

関係各位

2018年11月1日 開局記念式 会長・社長 挨拶

東京メトロポリタンテレビジョン株式会社(TOKYO MX 東京都千代田区)は、11月1日(木)に開局23周年を迎えました。

これにあたり、本日開局記念式を行い、代表取締役会長・後藤亘、代表取締役社長・伊達寛が、社員に向けて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

「自由な発想で挑戦できる環境を皆で作ろう」

開局当初、TOKYO MX はアナログ放送だったので、アナログ時代における問題点は多々あり、デジタル時代の中でTOKYO MX がどう生き残るかが大きなテーマでした。2011年からデジタル時代になりましたが、今ではその上の、電波通信の大激動の時代にいよいよ入って来ました。これからの10年、20年は今まで以上に大きな変革になると思います。何故ならビジネスモデルそのものが変わってくる時代に入っていくからです。今まではデジタル化によってTOKYO MX にはいい方向に動いてきましたが、これからは、ここにいる皆さんと一緒にどういう挑戦をしていくかによって道筋が上向きか下向きか決まってくると思います。激動の時代ではありますが、大変面白い時代とも言えるかもしれません。これから開局50周年を目指して頑張っていただきたいです。現在、社長が始めているように、新しいプロジェクトとしてTOKYO MX の新しい方向性をどのように作っていくかを具体的に考える事が重要だと思います。

我が国は経済成長で戦後70年以上を過ぎました。しかし、中国がこれだけ大きくなってきますと、経済成長だけで日本も太刀打ち出来る時代ではないと考えます。政府は経済成長を推し進めていますが、やはり次のステップとしては「文化革命の時代」だと思います。日本は約2000年の歴史を持っています。そんな我々が育んできた文化は、芸術やスポーツ、食文化やファッションなど、あらゆる分野において我が国独特のものが生存しています。これは、やはり世界に誇るべき価値だと再認識しながら、どうやって世界にもっとアピールしていくかが大きなテーマになってきます。これからは、日本のカルチャー時代をどう宣伝していくかがメディアの立場にいる我々としては重要な事だと思います。

先日の朝日新聞に、イタリアの学者 ステファノー・バルトリーニ氏の記事が掲載されていました。その著書「幸せのマニフェスト」の中で“経済成長は幸せをもたらす、と大学で教わった。でも、この経験が私に疑いを抱かせたのです。経済成長はある程度、幸福に寄与する。だが人の時間を奪い、人間関係を乏しくし、環境を壊す。幸せに美は重要。美しい街での暮らしは研究にも良い影響を与えてくれます。”と書かれていました。これはカルチャー推進論と考えます。我々TV局は小さな集団なので、逆に言えば、どういう時代が来ても乗り越えられる自信を皆さんは持っていると思います。この難しい時代を乗り越えるためには、皆さん一人ひとりが恐れずに自由な発想で挑戦できる環境を社内に作っていく事が大事だと思います。クリエイティブ集団として優れた力を発揮できると信じております。

【挨拶】伊達 寛 代表取締役社長

開局 23 周年おめでとうございます。

社長として初めて皆さんの前でお話する機会となりました。先程の会長のお話にもございましたが、TV はいよいよ激動変革の時代に突入したと考えています。私たち TOKYO MX にとって、地上デジタル放送化以降、初めてチャレンジブルな時代を迎えたのではと強く実感しています。よく世間では、放送が通信に飲み込まれるとか、放送局に未来があるのかという話を耳にしますが、東京の TV 局として、放送も通信も活用して、視聴者により良いライフスタイルの提案をし、その事によりクライアントに今までの以上の満足度を得ていただく、そんな TOKYO MX になりたいと願っています。

本日は2つのテーマについて話をさせていただきます。

- ① 現状の TOKYO MX をさらに強いテレビ局にしたいという思い
- ② 「通信連携放送事業」についてお話しします。

まず、1つ目です。

TOKYO MX は東京という日本最大のマーケットに位置し、恵まれた環境にある放送局ですが、本当に十分であるのかと考える事があります。まだまだ「のりしろ」はたくさんあると思います。もっと多くの人に見てもらい、もっと多くのクライアントに満足していただきたいと考えています。そのためにも、今まで以上に東京人にもっと寄り添い、喜怒哀楽を共にし、TOKYO MX が東京が抱えた問題の解決の一端を担う事により、存在を高め、認知を加速させたいと思います。現在、TOKYO MX 自らがプレーヤーとなり、東京人と共に行動に移す事をコンセプトに、キャッチフレーズや行動指針を全社横断プロジェクトで検討していただいています。来年の春には発表し、番組やイベントなどを通して、実践に移っていきたいと考えています。

2つ目のテーマは、「通信連携放送事業」です。

とりわけ、放送とスマートフォンとの融合時代における社会的ニーズの解決に向けた挑戦です。新しい挑戦には、失敗・困難はつきものです。「人類の進歩の大半は、不可能を受け入れない人々によって達成された」と言われるように、思いの強さで超えていけると思っています。時代は、「手のひらの中の世界」と言われ、特に中国ではすべての物事が手のひらのスマートフォンの中で完結する時代です。具体的には、エムキャスと中国越境 EC 事業を推進したいと考えています。エムキャスは、放送の同時配信に加え、ISID（電通国際情報サービス）の協力のもと、決済システムを搭載する事が出来ました。先日も実際に福島県の農家と視聴者をエムキャスのライブコマースで結び、桃を販売する事に成功しました。また、中国越境 EC 事業では、日本各地の化粧品を軸に今年 1 月以降、中国の KOL（キー・オピニオン・リーダー：SNS で商品販売を行うインフルエンサー）を活用したライブコマースで実績を積み重ねてきています。これらは、生産者（ファクトリー）と消費者（コンシューマー）が、地域、国を越えて直接つながる「F to C」（ファクトリートゥシー）のプラットフォームを目指すものです。東京のテレビ局として全国の生産者のニーズに応え、地方創生の一助になればと願っています。

以上、今の TOKYO MX の足元を強固にしつつ、新たな挑戦も武器に、2020 年以降の TOKYO MX の飛躍を全社員で目指していきましょう。

本件に関するお問い合わせ
TOKYO MX 編成局編成部