



## 2019年 佐々木社長新年挨拶

1月7日午後3時から放送センターにて、「2019年新春パーティ」が開催され、佐々木社長が以下のような新年の挨拶を行いました。

皆様あけましておめでとうございます。年末年始の番組・イベントを担当された皆さん、本当にお疲れ様でした。

まずはじめに、年末年始、よかったですね。12月29、30両日がG・P帯1位、年が明けて1月3日もG・P帯1位でしたし、1月2日もP帯1位で、これは実に15年ぶりです。年末年始の全時間帯(全日・G・P)が前年を上回るという、大きな前進を遂げました。また、3が日は、G帯11.5%、P帯11.7%と、前年を2ポイント以上も上回る大躍進でした。

さらに、「ファミリーコア」という指標をアップさせることが課題だと話してきましたが、この年末年始、そのファミリーコアが6%超という、大変高い数字を出した番組が相次ぎました。年末では、『ぶっこみジャパニーズ』、『金スマ』、『さんまのご長寿グランプリ』、『レコ大』、年始では、『ドリーム東西ネタ合戦』、『モニタリング』、『下町ロケット』、『消えた天才』と、8番組もファミリーコアの高い番組がありました。

さて、話は変わりますが、新年、大きな動きが2つあります。1つはTBSスパークルという会社がスタートしました。1,200人の社員を擁する、おそらく日本最大の制作会社です。我々は、コンテンツ作り、モノづくりを軸に、今後もぶれることなく、今年も来年も再来年もやっていくのですが、その中核を担う制作集団を大同団結して作りました。TBSグループには7,000人いますが、そのクリエイティブ部門の中核に、このTBSスパークルという会社を作り、TBSテレビ、BS-TBS、TBSラジオなどとしっかりタッグを組んで、最強のコンテンツ集団になり、クオリティの高い、世界に通じるコンテンツを作っていきたいと思っています。

2つ目は、メディアビジネス局に「海外ビジネスセンター」を新設しました。これまでも海外事業部がTBSの番組を海外へ販売することで、着実に利益を上げてきましたが、これをさらに拡張しました。このセンター内に、これまでのように番組を海外で販売する、「海外販売事業部」のほかに、「海外事業開発部」という新しい部署を作りました。番組販売以外のあらゆる事業、たとえば共同制作で海外向けのコンテンツを作る、海外の放送局・企業と連携して直接ビジネスをする、などのような展開をしていきたいと思っています。

事業の展開・拡張は3本柱で考えており、その1本がこの海外市場に進出していくことです。そしてもう1つは、プレースホルダ社とともに夏サカスで行った「リトルプラネット」のような、VR・ARを使った知育・教育のジャンルに進出していくこと。そして、ステージアウンドの成功のように、演劇、そしてそれ以外のライブにさらに進出していくことです。そう考えると、我々の仕事は、番組作りというよりも、多くの視聴者、もしくはお客様に“ちょっと良い時間”を提供する仕事と、言い方を変えたほうがいいのではないかと思っています。

もう一つ申し上げたいのは、今年は、やはりチャレンジの年にしたいと思っていますことです。個人的に評価したいのは、1番は、チャレンジをして成功した人。2番目に、チャレンジをして失敗した人。3番目は、自分はチャレンジしなかったけれども、チャレンジする人を手伝った人。4番目は、何もしなかった人で、5番目の最低ランクは、チャレンジしている人の足を引っ張った人。この5段階評価でやっていきたいなと思っています。ここでいう「チャレンジ」を補足しますと、新しいモノを発明した人や、ずっとやってきたルーティンを思い切って改善した人、これも大いなるチャレンジだと思いますし、ずっと無駄だと思っていたことをやめる、これもチャレンジだと思います。

ぜひ、みなさん、一緒にチャレンジしていきましょう。今年もよろしくお願いします。

以上