

## 中央大学国際経営学部 企業訪問報告書

調査テーマ	株式会社フジテレビグループの企業研究
報告者	国際経営学部国際経営学科 1年 原田 康希
調査日	2022年11月2日(水) 16:00 ~ 17:30
調査先	株式会社フジアル (オンライン訪問)
担当教員身分・氏名	木村剛准教授
CVS 担当	鈴木萌恵、張博瀚、森旺介
授業科目/学部企画名	訪問調査(「企業訪問」)
参加学生数(学年)	1年生18名、2年生7名
調査趣旨・目的	フジテレビをはじめとするメディアグループの業務内容を知り、テレビ業界の近年の変革について学ぶとともに、テレビ局の経営戦略をご講義頂いた。また、就職活動について社員の方のご経験を伺った。
調査結果	<p>テレビ業界はデジタルシフト、モバイルシフト、コロナショックを通して大変革期を迎えている。2020年からのコロナ拡大によりテレビを含むメディア総接触時間が過去最高を記録した。その一方、若者の「テレビ離れ」が加速していて打撃を受けている。そのためテレビ業界は問題意識をもってテレビビジネスを見直しているようだ。テレビ局は企業からの広告収入による全国無料放送を行うため、広告収入確保に直接関係する視聴率を大事にしている。しかし、企業がテレビへの広告からネット広告へと移行していることにより、テレビ局の広告収入が減っていることや、広告収入減による番組の質低下などが原因で視聴率が低下しているようだ。そのように広告収入減による番組の質の低下、番組の質の低下から視聴率の低下とメディア価値の低下が生まれていると話していた。特に、M1 やF1層などのコア視聴率は広告収入に大きく関わるためそれらの層を獲得するために Tver でのスマートフォン視聴などにも注目しているようだ。また、最近では利用者が拡大している動画配信サービスの広告付き低額サービスの導入に、テレビ局は危機感を抱いているようだ。視聴者のテレビ受像機以外で視聴するという視聴形態の変化やドラマやバラエティの倍速視聴のようにコンテンツ消費が生まれてきており、その変化にどのように対応していくかが今後の課題でもあると話していた。このような「従来のテレビビジネス」から脱却するためにメディアグループとしては都市開発や、健康産業さらには国際ビジネスに力を入れている。特に国際ビジネスに関しては過去の人気番組のフォーマットを販売してリメイクしてもらったり、日本のアニメを利用したりとテレビ業界は放送外事業によって活性化をはかっている。イベントビジネスについては2022年に入り、今は海外</p>

アーティストの来日ライブなど行われ始めたため、イベントのリアルな価値が上がってきているようだ。先ほども述べた通り、広告収入減による番組制作費減の状況にあるため、ドラマやバラエティで使用されているセットは倉庫にあるものを再利用して少ない製作費の中でより良い番組を作ろうと努力していると話していた。加えて、社員の方々による就職活動報告では自己分析の大切さや自分の好きなことから得意なことを見つけ出すことや、自分のやってきたことを人に見せられるように形として残すことなど就活のアドバイスをいただいた。非常に有意義な経験となった。

