

1. この会社が目指す姿が理解できるか

「正しく速やかな報道、質の高い映像・情報の提供と、テレビという枠を超えた多彩な文化の創造により、国民生活を豊かなものにする」という経営理念のもと、「あらゆる感動を創造し、信頼される No.1 企業を目指す」姿勢が記載されている。コーポレートレポートを見た限りでは、「あらゆる感動を創造」の部分については言及されていないが、メディア・コンテンツを通じた感動の創造であると思われる。一方、「信頼される No.1 企業を目指す」という部分については、報道の信頼性向上に向けた具体的な取り組みが記載されている。例えば、「法令遵守とガバナンスの徹底」については2ページにわたり記載がある。コンプライアンスや放送網の情報セキュリティ、配信コンテンツの知的財産権保護など、テレビ業界特有の課題について、対策と取り組みが詳細に書かれている。また、コーポレートガバナンス体制の図を用いて、経営の透明性と健全性を明確化するとともに、株主の権利・平等性を確保していることが明記されている。このように、信頼性向上に向けた取り組みが具体的に書かれているため、日本テレビホールディングスの目指す姿が理解できる。

2. この会社の競争優位性が理解できるか

日本テレビホールディングスのコーポレートレポートには財務ハイライトと非財務ハイライトの両方が記載されている。財務ハイライトには、売上高や当期純利益、ROE、配当性向などが過去5年の時系列推移で記載されている。これらを見ると、2022年3月期の数値がおしなべて高いことが読み取れ、本年度は当期純利益が過去最高額となったことも記載されていることから、財務情報からの競争優位性が理解できる。一方、非財務ハイライトには個人視聴率とコアターゲット視聴率が記載されており、全日、プライム、ゴールデンという3つの時間帯で9年連続個人視聴率3冠を果たし、10年連続でコアターゲット視聴率3冠を果たしたことが書かれている。そのため、非財務情報からも競争優位性が見て取れる。しかし他方で、同業他社との比較がなされておらず、コーポレートレポートからだけでは完全に競争優位性が理解できるとは言えない。また、TBSホールディングスの統合報告書を見ると、他のテレビ局との視聴率の比較などが記載されている。日本テレビホールディングスは自社の競争優位性を示すためにも、他局との比較を記載すべきだと考える。

3. その競争優位性に持続性があるかどうか理解できるか

コーポレートレポートには「中期経営計画 2022 - 2024」というのが掲げられている。ここには、2024年までに売上高をおよそ1.35倍にすることや、M&Aを含む新規ビジネスの

拡大なども目標として挙げられている。特に、メディア・コンテンツ事業の拡大に際して「コンテンツ中心主義」に立脚し、ネット配信サービス hulu や TVer と連携を取りながら経営拡大を目指しているところは十分に競争優位性の持続性が期待できる。その一方で、コンテンツの価値最大化は他局も同様に行っており、同業他社との大きな差異が見受けられない。テレビ業界全体に言えることだが、近年のテレビ離れをどう解消し、とりわけ若年視聴者層をどう取り込むかの具体的な取り組みをコーポレートレポートに明記する必要があると考える。その中で、他局との差異を明確化し、自局のコンテンツ価値を高めていくべきである。

4. この会社で自身の人的資本の価値向上を達成できると思うか

日本テレビホールディングスでは人材育成の観点から、新入社員には約半年にわたり各部署を回る現場研修を行うとともに、オリンピックが開催された年には全員をスポーツ局に配置し、実務を通じた指導・育成などを行っている。このような現場での実務は、報道に携わることの責任と自覚を改めて認識することができる貴重な経験であり、より高いモチベーションで仕事に臨むことができるのではないかと感じた。また、同社は「社外チャレンジ休職」という新たな制度を2021年6月より設けている。この制度は留学やボランティアなど、社外で経験を積みたいという社員に対し、最長で2年の休職を認めるものであり、社員の成長意欲を後押しし、サポートする制度だといえる。加えて、資格習得にかかる試験費用を補助する制度もあり、社員のスキルアップを支援する制度が充実しているといえる。ゆえに、日本テレビでは報道にかかわる貴重な現場経験を積めるのに加えて、自身のスキル向上を目的に、興味・関心に応じて留学や資格習得が可能であるため、自身の人的資本の価値向上を達成できると考える。

5. 報告書にはどのような改善余地があるか

日本テレビホールディングスのコーポレートレポートは写真やイラスト、図表を用いており、他社の統合報告書等に比べ、簡潔で分かりやすいものとなっている。しかしいくつかの改善余地もあり、ここでは主に3つの改善点を挙げることにする。

一つ目は、前述したように財務情報及び非財務情報の表示の仕方である。売上高や当期純利益といった財務情報についても、視聴率といった非財務情報についても、同業他社に対する競争優位性を明確にするべく、他局との比較データを掲載する必要があると考える。とりわけ、視聴率の数値は我々一般人にも感覚的に理解しやすいため、他局との比較が記載されていたほうが望ましいように思われる。これに加えて、他社のように女性の管理職比率やリサイクル率なども非財務データとして記載してもよいと考える。

二つ目は、番組制作にかかわる情報が同業他社に比べて少ない点である。TBSホールディングスや朝日放送グループホールディングスの統合報告書を確認すると、具体的な番組名を挙げながら、各分野におけるそれぞれの経営戦略や今後の方針を記載している。日本テレビホールディングスのコーポレートレポートは簡潔であり見やすいが、他局に比べメデ

ィア・コンテンツ事業の情報が少ないように感じられる。

三つ目は、長期にわたる経営戦略が明記されていない点である。中期の経営計画は具体的な数値目標とともに記載されていたが、より長いスパンでの経営目標、経営戦略が記されていない。テレビ離れが加速する中、それらにどう対応し、離れつつあるテレビ視聴者をどう再び呼び寄せるのかといったことが、テレビ業界が抱える喫緊の課題のように思われる。この課題を解決するべく、具体的な取り組みと経営戦略を記載する必要があると思われる。

以上が日本テレビホールディングスのコーポレートレポートにおける改善すべき点であると考えられる。