

テレビ東京の未来に向けて新体制発足

テレビ東京は2019年度に組織改編を行い、ステークホルダーの皆様により価値のあるコンテンツや情報を発信できるように体制を構築しました。今回はその中でもテレビ東京で初めて設置された CIO (Chief Information Officer) の新実 傑よりその役割と今後のテレビ東京についてご説明いたします。

メディアの大競争時代に向け 大きく変わる テレ東にご注目ください

株式会社テレビ東京ホールディングス
専務取締役 CIO 技術・報道・メディア戦略統括
新実 傑

1983年日本経済新聞社に入社。新聞の取材・編集に携わるとともに、日経電子版の開発・創刊なども手掛ける。2016年に、日経BPの社長に就任。雑誌や書籍の出版をはじめ、ビジネス、技術、女性分野のWebメディアの創刊などにも取り組む。2019年4月にテレビ東京ホールディングスのCIOに就任。6月から専務取締役として、技術・報道・メディア戦略も統括している。活字を中心に、紙媒体、Web媒体を長く手掛けてきた。

▶ CIOは情報テクノロジーを駆使して、経営、そして放送を変革させる

私が長年携わってきた活字メディアに比べ、テレビ、特に地上波は、メディアとしての瞬発力、短時間での拡散力が極めて大きいという特徴を持っています。一方で、公共の電波を利用している免許業種なので、決め事や制約が多いのも事実。加えて、ほかのメディアに比べて設備も大規模です。そうした様々な条件の上にビジネスが成り立っている業界だといえます。

普通 CIO といえば、コンピューターや通信といった情報テクノロジー (IT) を駆使して経営を変革し、ビジネスの価値を高めることをミッションとします。テレビの場合は一般的な情報通信技術に加えて、放送技術という独特の分野の比重が極めて高くなっています。これからは放送技術と、情報通信技術をうまく融合させていかないと映像ビジネスは成長できません。別の言い方をすると、コンテンツ戦略と情報通信戦略、技術戦略と経営戦略の整合性をとっていくことが不可欠です。テレビ局の CIO としては、新時代の映像メディア企業として、資金や人といった限られたリソースを、どのような優先順位で何に投入するのかを考えていくことが、一番大事な役割だと思っています。

▶ ビッグデータの有効活用で、変革の時代を生き抜く

テレビ東京は、かねて「地上波放送、BS放送、インターネット配信の一体的な運用」を掲げ、ネット配信などにも積極的に取り組んでいます。しかし、テレビ業界全体に言えることですが、Webメディアに比べると、データの活用が意外なほど進んでいません。

民放は地上波を中心としたテレビ放送を主な収益源としてきました。そんな中、来年春にはNHKが地上波の番組をインターネットに常時同時配信するサービスを始める予定です。携帯電話各社による新しい通信サービス「5G」も本格的に始まり、スマートフォンなどへの映像配信環境は格段に向上します。そうするとテレビ番組の視聴は場所もデバイスも選ばない。つまりテレビ受像機でもスマートフォンでも、家の中でも外出していてもシームレスに見られるようになるわけです。そうなったら、テレビ番組、映像コンテンツの視聴習慣は劇的に変わってくるのではないのでしょうか。

また AI (人工知能) や VR (仮想現実)、AR (拡張現実) といった新しい技術も登場し、映像表現も大きく変わっていきます。デジタルテクノロジーがより進化していくと、放送以外の部分も含めてビジネスを多面的に成長させていかなければなりません。映像メディア自体が、相当大きな変革期を迎えているのは間違いありません。

今後は、新たな技術を取り入れることも

に、より効率的にデータを収集し、効果的に活用していかなければ、新しい時代に対応できなくなるでしょう。インターネットの普及により、現在は様々なところにビッグデータが存在します。これに加えて視聴データをうまく活用すれば、多彩なデータ分析が可能になります。ネット配信のデータも含め、膨大なデータを総合的に分析し、必要なところに戦略的に投資していく。こうした取り組みを進める上での土台づくりを現在進めているところです。

▶ 放送・配信から社内業務まで、新たな技術を有効に取り入れる

具体的な活動としては、大きく三つが挙げられます。一つは、社内の様々な部署に点在するデータを、共有できる形にしておくこと。現在は部署ごとに必要なデータを保有しており、それぞれを活用している状況ですが、このデータをつなぎ合わせることでわかることもあります。これを社内でオープンにし、うまく価値を高めていくような仕組みをつくらなければならないと考えており、今後の「地上波放送、BS放送、インターネット配信の一体的な運用」や、多面的なビジネス展開には不可欠だと思っています。

少し前までは、世帯視聴率という指標だけがテレビ業界唯一のデータでしたが、個人視聴率をはじめ、様々なデータが出てきています。個人情報の保護やコンプライアンスの徹底は大前提ですが、それを整えた上で、どのようにデータを活用するかが重要。

分析した結果を、営業面はもちろん、コンテンツ制作や、視聴者サービスにも生かし、かつ新しいビジネスを生み出していきたいと考えています。

二つ目は、コンテンツの部分で、新たな映像表現や視聴体験の創造です。そこに新たなテクノロジーを生かしていく必要があると考えています。面白く、見応えのある番組をつくるためにも、新しいテクノロジーは欠かせません。たとえば、AIのアナウンサーは既に登場していますし、AIのカメラマンも、プロジェクトとしてスタートし、テストが始まっています。サイバー上のキャラクターが現実の人物のように活動する「VTuber」の活用や、VR、ARの体験などは、放送だけではなく配信の方でも、どのような形で視聴者に提供できるかを模索していかなければなりません。映像コンテンツを豊かにするために、テクノロジーの使い方を考えていくことが重要なのです。メディア人として、クリエイター集団としての志は、やはり大切にしていかなければならないし、それを新しい映像表現や体験といった、メディアの進化につなげていかなければならないと考えています。

そして三つ目は、社内的な業務の効率化の促進です。これはCIOのベースとなる業務として担っていかなければならない部分だと思っています。テクノロジーの進化で、日々の仕事の仕方どんどん変わっています。ク

ラウドの導入や、SaaSなどのソフトウェアサービスの活用、AIや認知技術を利用して業務の効率化・自動化を図るRPAなど、様々な技術を駆使して、効率化を進める。これまでベンダーに依頼して構築していたシステ



趣味はスキーとDIY。大好きなパラグライダーは周囲に止められ封印している。ニンニクが苦手。

ムを、パッケージを組み合わせることでコストを抑えるとともに、柔軟に進化させていく。システムに合わせた業務自体の変革も視野に入れながら、取り組んでいきたいと考えています。

▶ 逆風をチャンスととらえ、新しい時代に踏み出す

この6月、テレビ東京ホールディングスに技術IT統括局を新設し、事業会社であるテレビ東京とBSテレ東の各技術局やIT推進局などを統括する体制を整えました。さらにテレビ東京コミュニケーションズやテレビ東京システム、テクノマックスなどの関連会社も含めたテレビ東京グループ全体として、システムとサービスの開発、技術革新への対応、システム基盤の整備・運用などに取り組んでいます。

私自身、長年メディアの仕事に携わってきました。その経験から実感するのは、メディアは誰かの役に立つか、飛び切り面白くなければ存在意義はない、常に新しいことに挑戦していかなければ生き残れないという現実です。

今テレビ業界は逆風の時代を迎えています。外資系の動画配信サービスの台頭などもあって、映像コンテンツを抱えたすべてのメディアによる大競争時代が始まりました。ただ、こうした転換期は、既存の序列や常識を覆すチャンスでもあります。テレ東精神で尖ったものをつくりながら、新しい時代に踏み出していきたい。

これから大きく変わっていくテレビ東京に、ご注目ください。

組織改編について

地上波デジタル放送、BSデジタル放送など放送サービスが普及する中、インターネットやスマートフォンを利用した動画配信サービスが急速に拡大しています。技術面でも放送とITの融合が加速しており、変化も速いため、新技術に敏感な技術戦略が必要です。テレビ東京ホールディングスは、グループの技術系戦略部門を整備すべく、2019年6月、組織を再編しました。放送技術系戦略部門を担う「技術統括局」と業務系システム、配信事業、番組素材用インフラの整備を担う「IT推進局」の2局体制を見直し、「技術統括局」に「IT推進局」を移管して、「技術IT統括局」の1局体制としました。1局体制が重視するのは、技術システム分野のIT化戦略です。特に配信に関わる戦略については、配信技術部が主導し、アーカイブセンターは、放送局が強みとする素材の利活用を重視していきます。この新体制により、地上波、BS、配信事業による3波一体体制を一層強化していきます。



株式会社テレビ東京 IT推進局 局長 齋藤 善昭

