

シナぷしゅ  
synapusyu



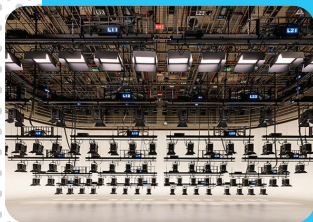
# テレ東の未来の価値を高める 新プロジェクト進行中!

## ファンコミュニティ事務局 & SDGsプロジェクト

テレビ東京グループは本年度からの新たな取り組みとして「ファンコミュニティ事務局」と4つのワーキンググループからなる「SDGsプロジェクト」を発足、この春から本格的な活動を開始しています。

番組単位だけでなく、テレビ東京という放送局のファンを増やし、関係性を強化していくファンコミュニティ事務局は、広く浅く新規視聴者だけを確保しようとしてきた従来の放送局の施策とは異なる画期的な試みです。

また、SDGsプロジェクトは、天王洲スタジオでの再生エネルギーの活用、神谷町スタジオでのLED照明の採用で既にCO2排出量削減という成果を着実に上げ始めています。発足から半年、メディア企業グループとしてのテレビ東京の価値を高める新プロジェクトの現在をお伝えします。



テレ東  
ファン支局  
TV TOKYO FAN SHIKYOKU

## ⇒ 視聴者に一番近いテレビ局へ

# 放送・配信+αでファンの熱量をアップ!

### PROJECT 1

## ファンコミュニティ事務局

### ファンプロジェクト

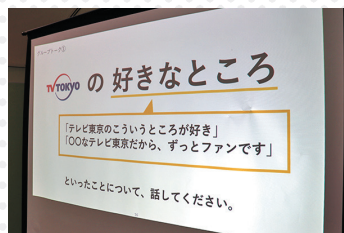
2019年12月から社内有志により活動を続け、成果を上げてきた「ファンプロジェクト」が、今年4月、「ファンコミュニティ事務局」の名で正式に組織として発足。テレビ東京ファンの熱量を高めることで、視聴率アップやビジネスにつなげるべく、さまざまな施策に取り組んでいます。これまでの成果、今後の展望をファンコミュニティ事務局長・曹絹袖が解説します。

### コアなファンの増加がビジネス拡大の糧に

「ファンプロジェクト」立ち上げのきっかけは、「テレビ東京が好き」と言ってくださっているファンを大事にするためには、まず、その方々がどういう属性で、テレビ東京のどういうところを好きと言ってくれているのかをきちんと調査・分析し、その結果を社内の共通言語として持つ必要があるの

ではないかと考えたことでした。

リーチ数が多いテレビは、新規視聴者を開拓して視聴率を上げることに注力しがちです。しかし、プライムタイム（PT帯・19:00～23:00）のテレビ東京の視聴時間を分析すると、全視聴時間の7割を占めるのは、視聴時間の長さで上位3割の視聴者、いわゆる“テレビ東京のコアな視聴者＝ファン”であることがわかります。その割合は民放のなかで一番高くなっています。つまり、テレビ東京は熱量の高いファンによって支えられている局ということ。新規視聴者の開拓も重要ですが、同時に上位3割の方々の意見を聞き、その方々が“良い”と言ってくださるポイントを伸ばし、熱量の高いファンの視聴時間をさらに増やすことが、ビジネス拡大の大きな糧になると考えました。



### ●ファンミーティングの開催



これまで対面やオンラインでファンミーティングを実施したほか(上)、昨年は「テレ東ファンWEEK」も実現(下左右)。テレ東を応援してくださる方々から貴重な意見を吸い上げました

### 分析したらわかった！ テレ東ファンの4大特徴

#### ▶ テレ東ファンの特徴

- ①「シャイでやさしい人」
- ②「健気さ」に共感を寄せる
- ③「人と日常の面白さ」を愛する
- ④「裏側の苦労と工夫」を応援

#### ▶ ファンが挙げた「テレビ東京愛」のポイント

- 「丁寧で真面目で型破り」
- 東京という“地域”に特化した「東京ローカル」
- テレ東スタッフに感じる「根性と温かみ」
- 気楽に一緒にいられる「ずーっと見て色々学べる」

### オンラインコミュニティでファンがテレ東支局員に

2020年2月に、ファンの方の意見を聞くべく初開催して以来、これまでオフラインで1回、オンラインで4回の「ファンミーティング」を行ってきました。そこで得られた調査結果やご意見は、イベントやSNS運用など、日々の施策に非常に効力を発揮しています。

他の調査の結果とも総合して、テレビ東京に「企画力」や「身近」と感じるとファンになってもらえることがわかりました。それをもとに、Twitterに立ち上げた「あつまれテレ東ファン」では、「お金がないから会議室で収録しがち」などの小ネタを盛り込んだ「テレ東あるある」など、クスッと笑えて、身近に感じていただける

### ●SNSを活用したマーケティング



これまでも社内有志でTwitter、noteを運用。SNSでの双方向の交流を通じて、ファンとの継続的な関係性を構築してきました

ようなコンテンツをはじめ、番組の名物プロデューサーから大道具さん、メイクさんなど、制作陣の素顔が見えるテレ東「中の人」ファイルなど、制作現場の内側を知ることでもっとテレビ東京の番組を楽しんでいただけるコンテンツを発信してきました。

さらに昨年は、5日間にわたり番組と同時時間帯に実施した配信イベントで、プロデューサー陣による番組制作裏話をつまみにビールを飲みながら一緒に番組を見る配信イベント「テレ東ファンWEEK supported by KIRIN～テレ東社員と一緒に乾杯してもらってイイですか?～」を行い、約200万回もの視聴を記録。好評につき、今年9月には、食に関する番組を集めた地上波企画「テレ東 秋のおいしい大感謝祭」に合わせ、「テレ東ファンと秋のおいしい大感謝祭 ビールに合う一番のおともだち、教えてください supported by一番搾り」を実施、昨年以上に再生いただきました。スタート直後は数百人だったTwitterのフォロワー数も、現在は2万人まで増えました。

「ファンコミュニティ事務局」発足をきっかけに、10月1日には、公式オンラインファンコミュニティ「テレ東ファン支局」をスター

### ●テレ東「中の人」とファンが交流



「テレ東ファンWEEK」では、テレ東の「中の人」（制作スタッフ）と乾杯しながら番組を見る配信イベントを実施

トさせました。登録したファンには、趣向を凝らしたさまざまなファン向け限定コンテンツをはじめ、テレビ東京の「支局員」として、テレ東について語る場や、ファン同士で交流する場を提供。今後は記者会見や試写会に「特命記者」として参加してもらい、書いていただいた記事を発信したり、共同でグッズの開発やイベント開催を行うなど、ファンの方がテレビ東京の一員として関与できる場を広げていきたいと考えています。



### 曹 絹袖

ちよ・きよす ●2000年入社。報道局配属となり、その後18年間にわたり、裁判所や検察庁、厚生労働省、都庁などを記者として担当したほか、ニュース番組のディレクターやデスク、またドキュメンタリー番組や映画製作も手掛ける。3年前にマーケティング部(現・総合マーケティング部)へ異動し、ファンマーケティングを推進している。

**テレ東ファン支局**  
TV TOKYO FAN SHIKYOKU

## スタッフの ココだけ話

新着投稿 1

カテゴリ

- すべて
- スタッフルームのご紹介
- ドラマの部屋
- 伊藤Pのモヤモヤ日記
- テレビ東京の鈴木拓哉が、コーヒー1杯分で書いたこと。
- 嵐の江のちゃんとお話と書く日記
- 番組Pを直撃 (会員以外も閲覧可)
- テレ東「中の人」ファイル (会員以外も閲覧可)

97 13 New

▶ついにオープン! ファンコミュニティサイト ●**テレ東ファン支局**

会員登録(無料)することで、「支局員」として、以下の会員限定コンテンツをお楽しみいただけます。「ファン支局」という新たなコミュニティの場で、情報発信の担い手としてぜひご参加ください。

- テレビ東京の番組や配信、イベント、グッズなどの最新情報
- 制作秘話満載のテレ東名物プロデューサーたちの連載
- 放送中のドラマの見どころや制作裏話が読める「ドラマPの部屋」
- 誰でも気軽に投稿できて、テレ東ファン同士がつながれる「トークルーム」
- ファンの方を支局内記者に任命する「特命記者」

**会員登録方法**

PCの場合 / 「テレ東ファン支局」のトップページより、リンクされたアカウント登録ページ ( <https://community.tv-tokyo.co.jp/view/signup/email/mMMoJW98rAWP> ) にお進みください。

スマホの場合 / 右のQRコードを読み込んで登録してください。

**放送エリア外のファンが番組配信の大きな味方に**

この2年間の活動を通してのファン分析では、放送エリア外にもテレビ東京のファンは多いことが明らかになりました。今後、インターネットでの同時配信も予定しており、エリア外でもテレビ東京の番組をご覧いただけるようになりますが、支局員の方々からは「うれしい」というお声とともに、「自分の住む地域ではまだなかなかテレビ東京の魅力が伝わってなくて悔しいので、周りに布教します!」という頼もしいお言葉もいただいています。SNS時代の今、マスコミの一方的な情報より、そのことが好きな誰かがネットを通じて全力で勤める情報が、より広く、強い影響力を持つのではないかと感じています。ファンの

方のお力をお借りして、その力を十二分に発揮していただく機会を提供することで、ファンの方に喜んでいただきつつ、売上にも地上波の視聴率にも貢献できる仕組みを築こうと考えています。

他方、「ファンプロジェクト」での活動は、社員のモチベーションアップにも効果を発揮しています。ファンミーティングを行う際は、アンケート調査で「愛があると言ってもいいほど大好き」という方をピックアップし、開催はあえて平日の午後、交通費も自己負担と、本当に好きな人だけが集まるよう設定しているのですが、熱量の高いファンの方のご意見を直接うかがうことは、社員にとって得ることが多くだけでなく、会社や番組を褒められることで「明日から、もっと仕事を頑張ろうと思った」という声も多数上がっています。今後も



テレ東ファン支局では、11月3日に「六本木本社会議」を開催。感染症対策をしながら支局員を招き、意見交換や社内ツアーを実施

ファンと社員とのコミュニケーションの輪がさらに広がるよう努めていきたいと思えます。

「ファンプロジェクト」での活動を通じて、一番、大切に考えるようになったのは「視聴者に一番近いテレビ局になりたい」ということでした。これからも、さまざまな施策でテレ東を愛してくれるファンたちの熱量をさらに高め、その意見を日々取り入れながら、番組単位、コンテンツ単位、サービス単位で活かし、グループ全体の力を高める貢献ができたと思えます。

➤ **大切にします、ミライ**  
~ずっと地球と一緒に~

PROJECT 2

**SDGs  
プロジェクト**

2015年に国連で採択されたSDGs“持続可能な開発目標”。貧困や飢餓、エネルギー、気候変動など、17のグローバル目標と169のターゲットで構成された2030年までに目指すべき世界共通の目標です。テレビ東京グループでは「大切にします、ミライ~ずっと地球と一緒に~」をキャッチフレーズに、グループ横断の「SDGsプロジェクト」を発足。今年4月から全力でSDGsへの取り組みをスタートさせています。

**放送局の特性を活かした4ワーキンググループを新設**

「SDGsプロジェクト」には、「コンテンツワーキンググループ」「CO<sub>2</sub>削減ワーキンググループ」「CSR発展ワーキンググループ」「新規アイデアワーキンググループ」の4つのワーキンググループ(WG)を設置しました。「コンテンツWG」では、番組や

配信、イベントなどのコンテンツをSDGsと結びつけ、テレビ局ならではの特性を生かした取り組みを展開しています。

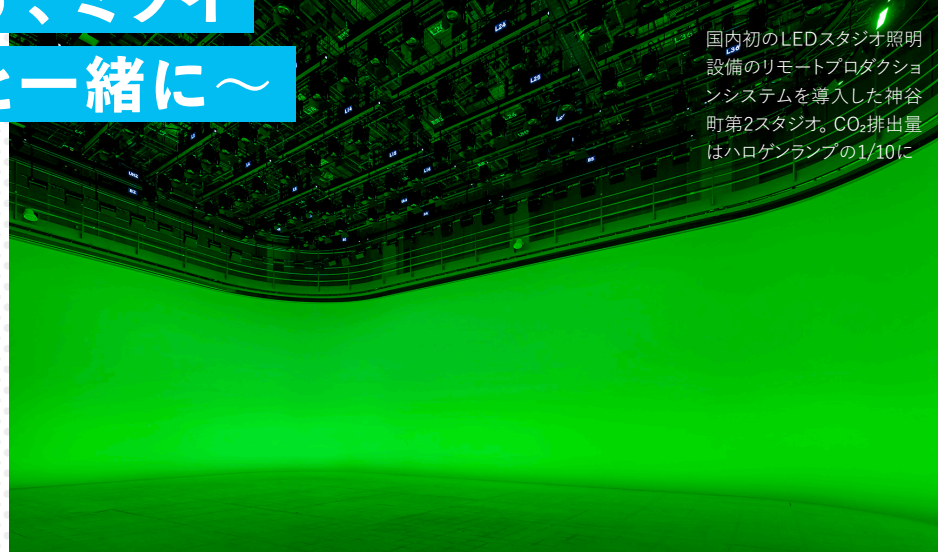
SDGsの趣旨をグループ内に浸透させる目的で8月に開催したのが「コレってSDGsですか? グランプリ」です。「身近な業務の中にあるSDGs」をテーマに、テレビ東京グループ内で案件を募集したところ、予想を上回る90件の応募が寄せられ、その中から“民放初の乳幼児向け教育番組”として人気の「シナぷしゅ」がグランプリを獲得しました。「言葉だけでは理解するのが難しい数や物の名前を映像でわかりやすく見せている点」がSDGsの目標4の「質の高い教育をみんなに」に、「お父さんお母さん、

男の子の子といたった男女を分ける表現を使わない点」が目標5の「ジェンダー平等を実現しよう」に当てはまると高い評価を得ました。

審査委員のSDGパートナーズ代表取締役CEO・田瀬和夫氏からは、「無理して行うSDGsは続きません。収益を上げて経済的後ろ盾のある事業展開が継続的な活動に必要です」とのコメントをいただきました。このグランプリの開催は、社内でも大きな話題となり、SDGsに対する機運が高まるきっかけにもなりました。



六本木本社スタジオと神谷町スタジオの照明設備を相互に遠隔で制御可能にしたリモートプロダクションシステム



国内初のLEDスタジオ照明設備のリモートプロダクションシステムを導入した神谷町第2スタジオ。CO<sub>2</sub>排出量はハロゲンランプの1/10に

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



再生エネルギーとLED化でCO<sub>2</sub>排出量削減を推進

「CO<sub>2</sub>削減WG」では、SDGsにおいて特に重要視されている環境問題、温暖化対策にさまざまなアイデアを探って取り組み、CO<sub>2</sub>排出削減を目指しています。今年11月、テレビ東京の天王洲スタジオの使用電力をすべて再生可能エネルギーに切り替えました。『開運!なんでも鑑定団』『ガイアの夜明け』などの番組は、CO<sub>2</sub>排出量実質ゼロの再生エネルギーを使って制作します。パーム椰子殻



CO<sub>2</sub>排出量実質ゼロの再生可能エネルギーを導入した天王洲スタジオ

を燃料とするバイオマス発電所で発電したこのエネルギーは、温暖化対策に取り組む国際的な団体の「RE100」「CDP」「SBT」などが定めるルールに対応。これにより、テレビ東京グループ全体の電力使用に伴うCO<sub>2</sub>排出量約8000トン(20年度)の20%を削減できます。

本プロジェクトのスタート以前、既にテレビ東京では2016年の本社移転の際、スタジオ照明にLEDは適さないといわれる中、メーカーと力を合わせ、六本木本社スタジオの全LED化を実現しました。その実績を活かし、今年6月には国内初となるLEDスタジオ照明設備のリモートプロダクションシステムを神谷町第2スタジオに導入。年間のCO<sub>2</sub>排出量を約80トン削減(ハロゲンランプ使用時の1/10)するとともに、リモートプロダクションシステムにより六本

木の本社とリアルタイムで照明の遠隔制御・操作を可能とし、スタジオ運営の省力化も実現。来年3月には、神谷町第1スタジオのLED化も実施します。

数々の教育プログラムや地域貢献活動も継続

「CSR発展WG」では、テレビ東京が長年取り組んできた校外学習や地域貢献活動などの社会貢献活動を引き継ぎ、さらに発展させていきます。校外学習は、これまで全国の小中高校・大学・専門学校など420校を

受け入れ、スタジオ見学やカメラ体験、企業研究やキャリア教育プログラムなどを提供してきました。訪

れた学生には、バナナペーパーによって作られたテレビ東京の名刺も配布し、好評を得ています。バナナペーパーの名刺は現在、国連が報道機関に対して協力を呼びかける「SDGメディア・コンパクト」への加盟承認マークを加えてリニューアルしました。

斬新でユニークな発想で番組連動の取り組みを推進

「新規アイデアWG」は、斬新でユ



通常は廃棄されるバナナ繊維を原料とするバナナペーパーを使用した名刺

ニークなアイデアによってSDGsに貢献できるよう活動しています。11月から「シナぶしゅ」とコラボした『親子1万組ごみひろいキャンペーン』を実施。楽しみながらごみ拾いを身につけるだけでなく、街をきれいにするのは海の美化に、さらには豊かな未来へとつながることを番組やSNSなどを通じて、広く発信していきます。今後もテレビ東京ならではのユニークで新しい発想力で、SDGsの普及・啓発に尽力していきます。

そのほか、SDGsが国連で採択された9月25日を中心とした1週間、BSテレビ東京では「みんなで考えよう BSテレ東SDGsウィーク」を実施しました。「SDGsが変えるミライ〜小谷真生子の地球大調査〜」といったSDGsを正面から取り上げた番組をはじめ、報道、バラエティ、映画などさまざまな番組でSDGsにまつわる内容を放送。プロ野球(中日×巨人戦)では「あなたが挑戦したいSDGsの取り組み」について選手にインタビューを行い、「テレビ東京グループらしいユニークな発想」と評価を得ました。1週間にわたり幅広いジャンルの番組を巻き込むことで得られたノウハウをもとに、今後もテレビ東京グループでは、“伝える”ことを通じて、多様で豊かな社会づく

りに貢献していく方針です。

メディアとしての社会的責任を担っていく

昨年4月、東京証券取引所の市場区分が再編成されます。企業のガバナンスがますます厳しく問われ、サステナビリティをめぐる取り組みが重要課題として注目される時代に突入しました。テレビ東京グループは丸一となって、メディアとしての社会的責任を担うとともに、企業が果たすべき役割を自覚しながら、未来への持続的な発展を目指し、全力で行動していきます。



「BSテレ東SDGsウィーク」でアンバサダーを務めた中村雅俊さんとトラウデン直美さん



『東京湾のごみぜんぶ拾う大作戦』を放送した「緊急SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦」など、SDGsを反映した番組も増えている



グランプリの「シナぶしゅ」制作チーム



SDGパートナーズ代表取締役CEOの田瀬和夫氏も加わった「コレってSDGsですか? グランプリ」のリモート審査

コレってSDGsですか? グランプリ

- **グランプリ**  
**「シナぶしゅ」**  
 ● テレビ東京 制作局CB制作チーム  
 選考理由: 時代に合った乳幼児教育番組とジェンダーレスの推進  
 受賞コメント: 「未来を生きる子どもたちにさまざまな感性の種をまくシナぶしゅのあり方が、このように評価されてうれしく思います」(制作局CB制作チーム 飯田佳奈子)
- **準グランプリ**  
**テレ東BIZ配信コンテンツ「つなぐミライシリーズ」**  
 ● テレビ東京 総合編成局アナウンス部/報道局クロスメディア部  
 選考理由: 「人」に焦点をあて、視聴者に考える機会を提供する制作姿勢
- **「虎ノ門市場」**  
 ● テレビ東京ダイレクト 通販事業部  
 選考理由: 廃棄対象食材の有効活用
- **「SDGsが変えるミライ〜小谷真生子の地球大調査〜」等SDGs関連番組**  
 ● BSテレビ東京 制作局ニュース部  
 選考理由: 専門家目線で評価できる番組内容
- **「緊急SOS! 池の水ぜんぶ抜く大作戦」**  
 ● テレビ東京 制作局 CP制作チーム  
 選考理由: 環境保全と日本固有の在来種保存
- **「日経スペシャル ガイアの夜明け」**  
 ● テレビ東京 報道局経済番組センター  
 選考理由: SDGsテーマを2年間で24本放送