

2023年1月19日
株式会社毎日放送

各位

社長記者会見を開催しました

本日、当社代表取締役社長の虫明洋一と、MBS メディアホールディングス代表取締役社長の高山将行が出席し、3年ぶりに記者と対面した形で会見を実施しました。記者会見での発言概要は、以下の通りです。

むしあきよういち

【毎日放送 虫明洋一社長】

今までなら新入社員が入ってきたらすぐに覚えていましたが、マスクを着用している状態で社員たちと接していると、顔と名前が一致しないということがありました。そこで、半年ほど前から、若い人から順番に、1人30分ずつくらいですが、1対1で面談してきました。現在、全社員の3分の1にあたる220人ほどと話してきましたが、全員と「しゃべる」まで続けます。

たかやままさゆき

【MBS メディアホールディングス 高山将行社長】

新春のグループ会社向けの年頭あいさつで、大事なことを3つ言ったつもりです。

- ・各社の得意技を活かしていこうということ、
- ・やわらかい頭でコンテンツを広げていこうということ、
- ・自分の信条になるべく Yes と言おうということに、新春版として「失敗を恐れずに」と付け加えたこと。

失敗を恐れずに、明るくやっていたらと思います。

【主な質疑応答】

Q. 秋の改編で「痛快！明石家テレビ」と「ごぶごぶ」を土曜日のお昼に移動し、朝から夕方まで自主制作番組を放送している。準キー局としての矜持、チャレンジ精神がうかがえる取り組みだが、こういった手応えを感じているか。

A. 「明石家テレビ」と「ごぶごぶ」を土曜日の昼に移動させることを、秋の改編の一番の策としました。深夜帯にテレビの前に座ってくださる方が減ってきている中、その深夜帯に放送していた2つの番組を、お客さまの多い土曜日の昼に持っていくことで、土曜ノンプライム帯の10～12月の視聴率は、昨年度同時帯3位でしたが、今年度は1位（他局タイ）という結果が出ました。

Q. コロナ禍での広告収入の変化・現状に対する受け止めと収入構造の見直しについて。

A. 昨年度上期のスポットCMは、2020年度比（コロナで最悪のときに比べて）106.5%と、いったん回復しましたが、今年度は昨年度比96.6%と落ち込んでいます。しかし、消費者の皆さまへのリーチなどを考えるスポンサーの方々が、テレビCMの価値を見直しつつあるとも感じていますので、配信なども組み合わせた収入・利益構造を作り上げていきたいと思っています。

以上
本件問い合わせ先：広報部