



# フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策 11月の進捗状況

2025年11月27日



# 目次

- フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策（2頁）
- 8つの強化策 これまでの取り組み（3頁）
- 11月の進捗 ハイライト（4頁）
- コンテンツカンパニーとしての取り組み（5-6頁）
- サステナビリティ経営委員会における取り組み（7頁）
- 人権・コンプライアンス意識向上にむけて（8頁）
- ガバナンス向上にむけて（9頁）
- 11月のCM出稿の再開状況（10頁）

# フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策（4月30日公表）

人権・コンプライアンス意識向上・体制強化	
1	人権ファーストを徹底する仕組みを作ります
役員、社員ともに人権意識が希薄であるとの指摘に対応するため、人権ファーストを体現する組織体制にします。取締役会の下に、独立性の高い社外出身の取締役がトップの「リスクポリシー委員会」を設置し、人権リスクを含む執行側のリスク対応全般を監督する仕組みを導入します。また、「サステナビリティ経営委員会」を設置し、外部アドバイザリーボードによる助言を踏まえつつ日々の経営の意思決定に常に人権方針が反映され、人権DDが適切に継続される仕組みを作ります。	
2	人権侵害、ハラスメント被害者を <b>守り抜きます</b>
社内のコンプライアンス部門や相談窓口の信頼性を強化するための対策を講じます。従来の相談窓口を見直し、第三者委員会からの指摘と助言の下、外部弁護士が直接相談を受け付ける窓口を新設します。また、臨床心理士によるメンタルサポートを受けられる体制を整備した上で、分かりやすく周知し、幅広い相談に応えます。コンプライアンス部門の体制強化と人員増強も行い、より声を上げやすい、相談しやすい、心理的安全性の高い組織を構築します。	
3	コンプライアンス違反への <b>厳正な処分</b> を行います
一部の事案において、違反に対して適切な処分が行われていなかったことを真摯に反省し、賞罰審査委員会における処分決定のプロセスに、外部専門家の知見を取り入れて改善します。また処分の内容をイントラネットに掲示し、“見える化”を徹底、全ての社員に当事者意識を促し、再発防止とコンプライアンス意識の浸透を図ります。	
4	危機・リスクを減らす仕組みを導入します
平時から、コンプライアンス担当役員直下にフジテレビにおけるリスクを日常的に特定・評価し、危機を未然に防止するための「リスク評価・対応チーム」を新設。また重大な経営リスク発生時には全社横断的な「リスク対応コントロールセンター」を立ち上げ、必要に応じ弁護士・メディアアドバイザー・医師など外部専門家の意見を直ちに受け入れることができる体制とし、密室・少人数での誤った判断を防ぎます。	

ガバナンス改革・組織改革	
5	編成・バラエティ部門を <b>解体・再編</b> アナウンス室を <b>独立</b> へ
社内の一部に「楽しくなければテレビじゃない」を過度に重視した風土が根付いていたことを重く受け止め、編成局、バラエティ制作局などの制作部門の組織を解体、再編します。また編成・制作がキャスティングをする側、アナウンサーがされる側、という従属的な関係性が問題を生んだと認識し、アナウンス室を編成・制作部門から独立させます。番組との調整役を果たす「コーディネーター制度」を創設し、番組への起用方法、マネジメントの流れを見直します。	
6	役員指名の <b>客観性・多様性・透明性</b> を確保します
役員の指名プロセスや人材配置の透明性が低かったことを認識し、相談役・顧問制度を廃止するとともに、役員定年制を厳格化し、在任期間の上限を設定いたします。以上の施策によって、特定の個人に長期間権限が滞留しない仕組みを構築します。また、次世代の経営人材を育成するためのサクセッションプラン（後継者育成計画）を導入し、事業の継続性及び持続的な成長を実現していきます。	
7	<b>女性比率UP</b> と <b>若手登用</b> で多様性を実現します
男性優位構造が思慮に欠けた経営判断やハラスメントに対する感度の低さを招いたとの指摘を重く受け止め、人材に多様性を確保することを重視します。女性役員は30%に達しましたが、取締役の女性比率を継続して3割以上とします。管理職の女性比率も1年以内に3割にします。女性リーダーの育成に加え、若手も積極的に登用しながら、中堅若手社員も安心して自由な意見を発信できる環境を整え行動指針を見直します。	
8	<b>公共性と責任を再認識し、企業理念を見直します</b>
「楽しくなければテレビじゃない」から脱却し、放送法の原点に立ち返り、公共性をもって社会に貢献できる企業となり、社会の公器としての役割を果たします。取締役会が責任と覚悟を持って人権尊重意識の定着、人権侵害リスクの特定と予防・是正のため不断の取り組みを推進し信頼を取り戻します。「リブランディング」では中堅若手の声を吸い上げ、内外のステークホルダーとの対話を通じ企業理念を見直します。策定プロセスも、視聴者・国民の皆様へ詳細に発信します。	

# 8つの強化策    これまでの取り組み

人権・コンプライアンス意識向上・体制強化	
1	人権ファーストを徹底する仕組みを作ります
<ul style="list-style-type: none"><li>・4月  社長直下に「サステナビリティ経営委員会」を設置 外部アドバイザーボードである3名の有識者の助言を踏まえて委員会を定期的に開催し、経営の意思決定に人権方針を反映させ人権尊重を徹底</li><li>・広告主、金融機関、社員、スタッフなど社内外のステークホルダーとの対話を継続</li><li>・9月  サステナビリティ推進のために遵守すべき項目を定めた「サステナビリティ行動規範」策定</li><li>・ハラスメントや人権に関する研修を随時開催</li></ul>	
2	人権侵害、ハラスメント被害者を <b>守り抜きます</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>・従来の窓口に加えて5月、外部弁護士が直接相談を受け付ける窓口を新設 「国連ビジネスと人権に関する指導原則」を踏まえ 客観性・独立性・匿名性が担保された運用体制開始</li><li>・ドラマやバラエティ番組などの台本に相談窓口につながるQRコードを掲載</li><li>・7月  「カスタマーハラスメント基本方針」を取締役会で決議し開示</li><li>・7月の組織改編でコンプライアンス推進局を発足させ、体制と権限を強化</li></ul>	
3	コンプライアンス違反への <b>厳正な処分</b> を行います
<ul style="list-style-type: none"><li>・6月  コンプライアンスガイドラインを改定、ハラスメント加害者の処分の厳正化を明記</li><li>・懲戒処分の内容をイントラネットに掲示し、類似事案の発生や再発を防止</li><li>・弁護士や会計士の知見を取り入れ厳格な経費ガイドラインを策定・運用開始</li><li>・内部監査で判明した経費不正利用者に対し厳正処分を行い発表</li><li>・10月  AI経費不正検知システムによる経費利用のチェック開始</li></ul>	
4	危機・リスクを減らす仕組みを導入します
<ul style="list-style-type: none"><li>・5月  社内の機密・プライバシー情報の漏洩防止のため人事規定を改定</li><li>・7月  組織改編で社長室に「リスク管理部」を新設。経営に重大な影響を与える「リスク」に対し迅速かつ適切な初動対応をとるための体制を強化</li><li>9月  過半数を社外出身の取締役で構成するリスクポリシー委員会 第1回会合を開催</li><li>・ライン部長をコンプライアンスオフィサーに任命し、部下からの申告をリスク管理部とコンプライアンス推進局に報告する体制を確立。8月にオフィサーに対する研修実施</li></ul>	

ガバナンス改革・組織改革	
5	編成・バラエティ部門を <b>解体・再編</b> アナウンス室を <b>独立</b> へ
<ul style="list-style-type: none"><li>・7月に大規模組織改編を実施。編成機能を「コンテンツ投資戦略局」に集約し、バラエティ、ドラマ、情報番組など制作部門を「スタジオ戦略本部」に再編</li><li>・旧編成局にあったアナウンス室をアナウンス局として独立させ権限を強化 アナウンス局に「マネジメント・プロデュース部」を新設 制作現場出身の社員などが番組とアナウンサーとの調整役に</li><li>・法務、コンプライアンス、総務、人事、経財など「コーポレート本部」に集約し機能を強化</li></ul>	
6	役員指名の <b>客観性・多様性・透明性</b> を確保します
<ul style="list-style-type: none"><li>・代表取締役70歳、常勤取締役65歳、執行役員65歳を定年とする役員定年制を導入</li><li>・社外出身の取締役、社外監査役の在任期間上限を8年に設定</li><li>・相談役、顧問制度を廃止 ⇒特定の者に長期間権限が滞留しない体制を確立</li><li>・6月  フジ・メディア・ホールディングスに設置された指名・報酬委員会で フジテレビの「サクセッションプラン（後継者育成計画）」についても議論スタート</li></ul>	
7	<b>女性比率UPと若手登用</b> で多様性を実現します
<ul style="list-style-type: none"><li>・6月の株主総会後の取締役の女性比率は前年9.1%から36.4%に上昇 今後も取締役の女性比率は継続して3割超維持の方針。取締役の平均年齢は67.3歳から57.2歳に</li><li>・11月の取締役辞任をうけて11月8日現在の取締役の女性比率は33.33%、平均年齢は57.25歳に</li><li>・7月の人事異動で局長28人中8人が女性、女性割合は29%に上昇</li></ul>	
8	公共性と責任を再認識し、 <b>企業理念</b> を見直します
<ul style="list-style-type: none"><li>・7月  今回の事案について「検証報道番組」を放送</li><li>・7月  「サステナビリティ経営委員会」の下に 全局室のメンバーからなる「リブランディング・プロジェクト」を設置 社内外のステークホルダーとの対話や社員に向けたアンケートなどを通じ、 会社の在るべき姿、目指すべき方向を洗い出し、新たな企業理念を構築すべく議論</li></ul>	

# 11月の進捗 **ハイライト** (11月27日現在)

## デフリンピック関連ニュースに手話通訳を初導入

11月15日（土）から26日（水）まで開催された、耳が聞こえない・聞こえにくい人のためのオリンピック「東京2025 デフリンピック」を、トータルサポートメンバーとして協賛しました。夕方のニュース番組「Live News イット！」（午後4時台および週末）において、「東京2025 デフリンピック」関連ニュースで、フジテレビでは初となる同時手話通訳を導入しました。

## 逮捕報道に関する勉強会の実施

報道局と第2・第3スタジオ合同で、報道・放送と人権のあり方、調査報道について研修会を実施しました。研修会では、逮捕報道、その後の不起訴場合、有罪判決後の逆転無罪のケースなどについて、人権や名誉回復のあり方について議論を行いました。

## フジテレビのリブランディングにむけて全社アンケート実施

若手・中堅社員が中心となってフジテレビの「本質的な価値」や「目指すべき姿」の再定義に向けて議論を進めている「リブランディングプロジェクト」では、社員1人1人の想いを可視化するべく全社アンケートを開始しました。また、同時にプロジェクトメンバーが各部局を回り、リブランディングのロードマップの説明を行っています。プロジェクトでは今後、経営層へのインタビューや外部ステークホルダーへのヒアリングを行う予定で、多角的な視点からフジテレビについて再定義を行い、もう一度社会に必要とされる企業への変革を目指します。

## 社長と社員の対話の継続

11月は代表取締役社長の清水賢治による全社員向けオンライン説明会を2回開催しました。1回目は、元取締役の辞任の経緯を説明し、不適切な経費精算は決して許されないことを再確認した上で、社員からの質問に答えました。また2回目は11月28日に開催予定で、フジ・メディア・ホールディングスの「改革アクションプラン」とそれを踏まえたフジテレビの今後の方向性などを説明するとともに、事前質問に回答する予定です。



### ◆10月期のコンテンツ制作テーマは「for the NEXT」

フジテレビでは「for the NEXT」を共通テーマに「若者の未来のために」「暮らしの未来のために」「多様性の未来のために」「誰かの未来のために」など、未来に向けたコンテンツを放送する長期キャンペーンを実施しています。

11月は「若者の未来のために」に向けたコンテンツの1つとして、能登半島地震に見舞われた日本航空高校石川野球部の軌跡を描いたドキュメンタリー第3弾「大震災から2年 日本航空石川野球部～最後の夏、夢の続きへ～」を放送しました。

### ◆デフリンピック関連ニュースで同時手話通訳を導入

11月15日（土）から26日（水）まで開催された、耳が聞こえない・聞こえにくい人のためのオリンピック「東京2025 デフリンピック」を、トータルサポートメンバーとして協賛しました。「Live News イット！」の16時台および週末の放送では、関連ニュースで初めて同時手話通訳を導入しました。デフリンピックについては、ニュースサイト・FNNプライムオンラインにも特集箱を設置し大会を盛り上げました。

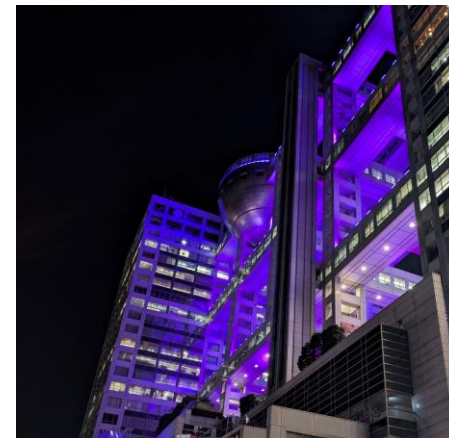


### ◆調査報道のYouTube配信スタート

11月4日にYouTubeの報道専門チャンネルを新設し、調査報道を深掘りする新企画「スポットライト」の配信を開始しました。「スポットライト」では社会課題の解決を主なテーマとしていて、4日に配信した「外交官特権を追及した動画」は92万回再生を記録するなど大きな反響がありました。

### ◆女性に対する暴力をなくすための「パープルリボン運動」との連動企画を放送

「FNN Live News イット! Weekend」の企画コーナーで若者と性教育の架け橋となる“街の保健室”＝「ユースクリニック」を広げる取り組みを放送。増加する家庭内性暴力を食い止める入り口となる“正しい性知識”を伝え、女性への暴力をなくすための「パープルリボン運動」を支える報道を行いました。加えてFNNプライムオンラインでも記事を発信しました。また、11月12日の「パープルリボン運動」の初日には、フジテレビの社屋を紫色にライトアップしました。



## 制作現場における研修など

## ◆人権意識の向上に向けた取り組み

各制作現場でジェンダー理解や人権尊重のための独自の取り組みが拡大しています。

11月には、ドラマ映画制作センターにて**コンプライアンス研修**を実施。局長以下50人が参加しました。

報道局と第2・第3スタジオ合同で、**報道・放送と人権のあり方、調査報道について研修会**を実施しました。研修会では、逮捕報道、その後の不起訴場合、有罪判決後の逆転無罪のケースなどについて、人権や名誉回復のあり方について議論を行いました。

## ◆労務の適正化に向けた取り組み

各制作現場で労務オフィサーなどを配置し、現場の状況に配慮しながら適正な労務ルールの策定などを進めています。

9月 代表取締役社長の清水が幹部役職員が出席する局長会にて

「労務の問題は重要課題の1つであり、特に長時間労働については速やかに解決すべき」と明言しました。

ドラマ・バラエティ・情報番組などを制作するスタジオ戦略本部で、**社会保険労務士の資格を持つ社員を講師に労務管理研修**を行いました。

11月 報道局において全社員・スタッフを対象に、社労士資格を持つ社員による**適正労務研修を実施**しました。時間外勤務・総労働時間・特別条項などについて理解を深め、適性な勤務の実践と適切な労務管理遂行に向けた講義を行いました。

**研修は4回行い、録画アーカイブ化**します。

## DX推進を通じた取り組み

## ◆「デジタル・ガバナンス小委員会」発足

個人情報保護、サイバーセキュリティ、データ利活用、AI利活用の領域にまたがるリスクを総合的に判断し最小化するための全社的なルールやガイドラインの策定を目的として11月に「**デジタル・ガバナンス小委員会**」の委員を委嘱しました。

当小委員会は「コンプライアンス等委員会」に紐づいており、リスク管理部、コンプライアンス推進部を事務局として月に一度開催する予定です。

## ◆文字起こしツール「もじセレブ」の普及

今まで一部の部署で使用していた文字起こしAIツール「**もじセレブ**」が、全社で利用可能になり業務効率化が実現しました。

## 「サステナビリティ経営委員会」の議論加速

- 4月に発足し、毎月開催しているサステナビリティ経営委員会では代表取締役社長出席のもと、外部アドバイザリーボードの有識者3名の助言を踏まえた議論を加速させています。
- 8月29日 第5回サステナビリティ経営委員会 外部アドバイザー大崎麻子氏による講座「WEPSに取り組む意義」
- 9月26日 第6回サステナビリティ経営委員会  
WEPSを踏まえ、フジテレビの職場環境におけるジェンダー平等の実現やコンテンツ等を通じた社会啓発の実現のために具体的に何をしていくべきであるか、グループディスカッションを実施しました。
- 10月31日 第7回サステナビリティ経営委員会  
人的資本経営プロジェクトのメンバーが「会社が抱える課題と解決策」についての中間報告をしました。
- 11月13日 **第6回外部アドバイザリーボード開催**  
「人的資本経営」プロジェクトメンバーが提示した「会社が抱える課題と解決策」の中間報告について議論したほか、  
「人権」「気候変動・環境」「リブランディング」プロジェクトの進捗について報告しました。
- 11月28日 **第8回サステナビリティ経営委員会 開催予定**

## リブランディングプロジェクトによる全社アンケートの実施

若手・中堅社員が中心となってフジテレビの「本質的な価値」や「目指すべき姿」の再定義に向けて議論を進めている「リブランディングプロジェクト」では、社員1人1人の想いを可視化するべく**全社アンケートを開始**しました。また、同時にプロジェクトメンバーが各部局を回り、**リブランディングのロードマップの説明**を行っています。プロジェクトでは今後、経営層へのインタビューや外部ステークホルダーへのヒアリングを行う予定で、多角的な視点からフジテレビについて再定義を行い、もう一度社会に必要とされる企業への変革を目指します。

## 人権教育研修プログラムの実施

国際基準の人権知識の習得、ジェンダー問題への理解促進などを目的として11月は以下の研修や対話を行いました。

- 11月19日 人権および人的資本経営プロジェクトメンバーが、**性被害当事者が生きやすい社会の実現を目指す当事者団体「一般社団法人 Spring」**とのステークホルダーエンゲージメントを実施しました。**日本の性暴力の現状と課題（改正刑法性犯罪規定、被害者支援、性的同意、被害者の心理・加害者の認知バイアス等）**や他国の動向のほか報道・ドラマ・バラエティ番組などのメディア表現の受け止めやメディアへの要望についてご意見を伺ったうえでグループディスカッションを行い、メディアとしての「反省」や「気づき」を共有し、今後のコンテンツ制作や組織風土改革にどう活かすかを話し合いました。



## 社員のエンゲージメントの向上に向けて

## ◆第1回のエンゲージメントサーベイ 結果を社内開示

社員一人ひとりのモチベーションや業務に対する満足度の向上を目指し、全社員を対象にした「エンゲージメントサーベイ」を10月に開始しました。サーベイはアンケート形式で毎月実施し、社員が自由に意見を書き込める欄も設けられています。回答から課題を洗い出し、**職場環境や組織・業務プロセス等を改善し、より快適に、効率よく働けるようにするための施策を検討・実施していきます。11月には10月に実施した第1回調査の結果を社内に開示しました。**

## ◆20代を対象にした新グループワーク研修の実施

26年4月時点で20代の社員を対象に、他部署理解と部署横断での連携強化を目的として3時間半に及ぶ対話型研修を12月から1月にかけて実施予定です。

## ステークホルダーとの対話の拡大

人権デューディリジェンスの一環としてステークホルダーとの対話を継続しています。

7～8月

広告主の皆様や金融機関などとの対話を継続。

9月

2月から通算4回目のフジテレビ労働組合との対話を実施。

10月

社長と社員によるスモールミーティングを再開しました。

BP03委員会合同意見交換会（BP0の放送倫理検証委員会・放送人権委員会・青少年委員会の合同意見交換会）でフジテレビの「再生・改革」と人権尊重への取り組みについて報告を行いました。

11月

**社長と社員によるスモールミーティングをデックアートデザイン局と行いました。**28日に上期決算をうけて、社長がフジテレビの目指す方向性について**オンライン社員説明会を開催予定**です。民放連「ジェンダー平等推進プロジェクト」において**フジテレビのジェンダー平等への取り組みについて説明**しました。

## 営業局・投資戦略局などの社員対象に適正飲酒研修

## ◆適正な飲酒についての学習

11月 営業局、投資戦略局などの社員を対象に**適正飲酒研修を実施**。パッチテストでアルコールに対する自分の「体質」を確認した他、飲酒の健康への影響やメカニズム、“飲む人”“飲まない人”の意識の差、**お酒のリテラシーと適正な飲酒について学習**しました。  
12月以降は、全社員を対象を拡大し、再度研修を実施予定です。

## リスク管理体制の強化

### ◆AI経費不正検知システム 本番運用開始

準備を進めてきた**AI経費不正検知システム**の本番運用を開始しました。今後はチェック体制の一層の強化に努めます。

### ◆リスクチェックシートの集約

10月からは、リスク管理部とコンプライアンス推進局が合同で、各部局からの**リスクチェックシートの集約**を開始しています。このシートは部署ごとにリスク項目を洗い出し、その対策などを可視化するもので、全社的なリスク感度の向上とリスク対策の徹底を狙いとしています。

## 元取締役の辞任について

当社および株式会社フジ・メディア・ホールディングス（以下「FMH」という）の取締役であった安田美智代氏が11月7日付で取締役を辞任しました。安田氏については本年9月中旬に社内のチェック機能により、一部不適切な経費精算の疑義が認められたため、FMHの社外取締役を委員長とする監査等委員会と当社の監査役が主体となって詳細な調査を指示し、外部専門家や関係部局を入れて調査を行ってまいりました。その結果、安田氏が会食費用や物品購入について事実と異なる経費精算を行っていたことが複数確認されました。安田氏本人も上記の事実を認め、返金の意向を示すとともに取締役の辞任を申し出たものです。当社およびFMHでは、一連の事案を受け、ガバナンス強化の一環である経費使用の適正化により、厳格な経費利用ガイドラインを策定し、チェック機能をより強化したことに伴い、この度の判明に至ったものです。全社一丸となって再生・改革に取り組んでいる中で不適切な経費精算が行われていたことは、断じて許されることではないと考えております。心よりお詫び申し上げます。再発防止に向け、引き続きガバナンスの強化を図ってまいります。

## タイム・スポットCMの取引社数

## 4～11月の累計

**616社**

(前年同期：909社)

前年比 約68%

## 11月単月

**424社**

(前年同月：495社)

前年比 約86%

引き続き、全ての広告主の皆様が安心してご出稿頂けるよう努めてまいります。

