

フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策 2026年1月の進捗状況

2026年1月29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）
- これまでの主だった取り組み（4頁）
- 進捗のハイライト（5頁）
- コンテンツカンパニーとしての取り組み（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）
- 各部署における取り組み（8～9頁）
- 人権・コンプライアンス意識向上に向けた取り組み（10頁）
- ガバナンス向上に向けた取り組み（11頁）
- CM出稿の再開状況（12頁）

フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策（2025年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 守り抜きます
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 厳正な処分 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。	

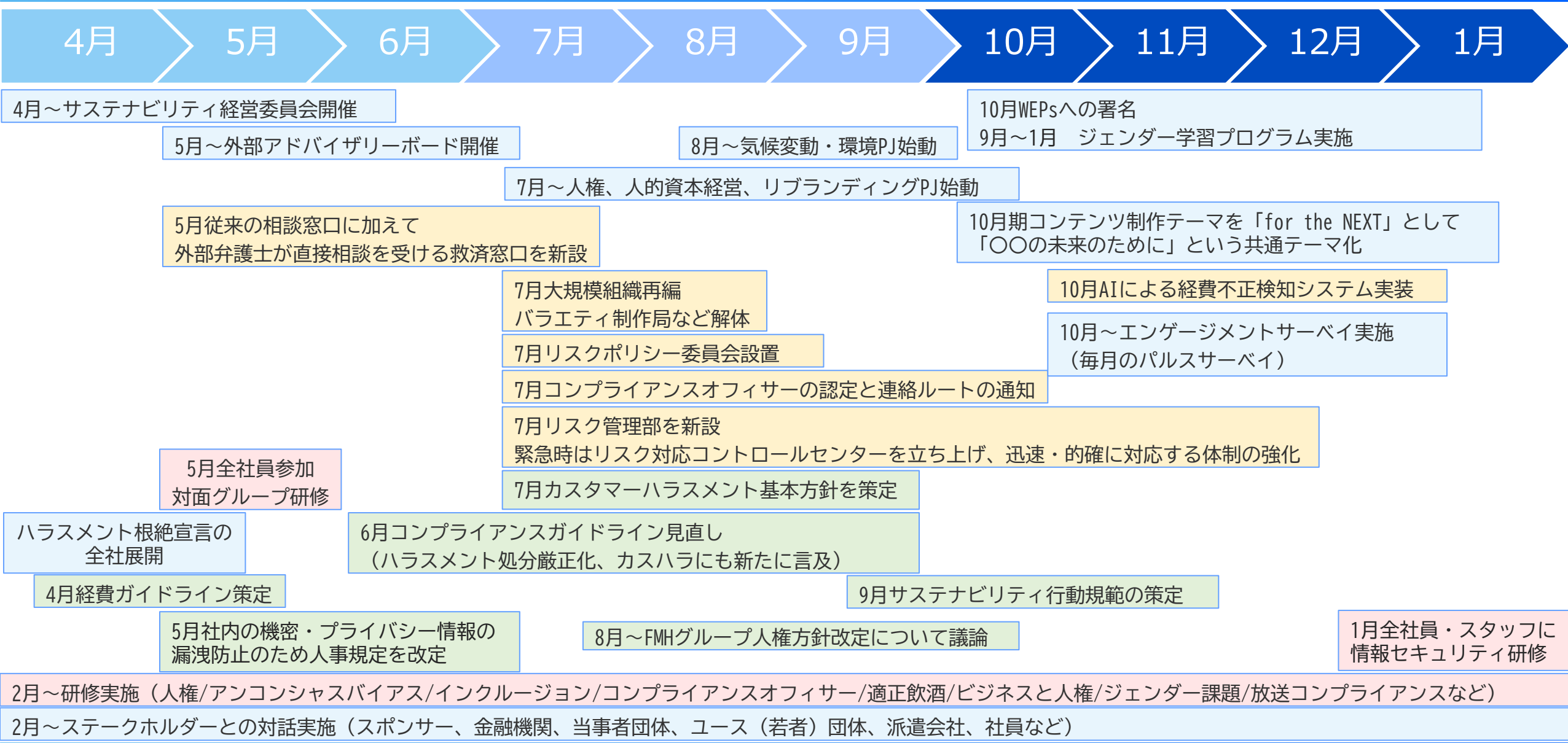
ガバナンス改革・組織改革	
5	編成・バラエティ部門を 解体・再編 アナウンス室を 独立 へ
社内の一部に「楽しくなければテレビじゃない」を過度に重視した風土が根付いていたことを重く受け止め、編成局、バラエティ制作局などの制作部門の組織を解体、再編します。また編成・制作がキャスティングをする側、アナウンサーがされる側、という従属的な関係性が問題を生んだと認識し、アナウンス室を編成・制作部門から独立させます。番組との調整役を果たす「コーディネーター制度」を創設し、番組への起用方法、マネジメントの流れを見直します。	
6	役員指名の 客観性・多様性・透明性 を確保します
役員の指名プロセスや人材配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	女性比率UPと若手登用 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	公共性と責任を再認識し、企業理念 を見直します
「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">・4月～社長直下に「サステナビリティ経営委員会」を開催 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議論し、経営の意思決定に人権方針を反映させ人権尊重を徹底・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・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・ハラスメントや人権に関する研修を随時開催	
2	人権侵害、ハラスメント被害者を 守り抜きます
<ul style="list-style-type: none">・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・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	
3	コンプライアンス違反への 厳正な処分 を行います
<ul style="list-style-type: none">・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・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・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・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・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・1月 再生・改革に向けた取り組みを進める過程で判明した情報漏洩事案で厳正処分を行い発表	
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">・7月 「リスク管理部」を新設。経営に重大な影響を与えるリスクへの初動対応の体制強化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・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。・各部署に潜むリスクを洗い出しその対策を確認する「リスクチェックシート」を作成。各部署からの回答を受け、リスクの評価や判定、対策についてヒアリングを実施しながら精査を進める。	

ガバナンス改革・組織改革	
5	編成・バラエティ部門を 解体・再編 アナウンス室を 独立 へ
<ul style="list-style-type: none">・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・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・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	
6	役員指名の 客観性・多様性・透明性 を確保します
<ul style="list-style-type: none">・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・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・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・12月 親会社フジ・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「サクセッションプラン(後継者育成計画)」について審議、同プランに基づく施策の具体化を推進	
7	女性比率UP と 若手登用 で多様性を実現します
<ul style="list-style-type: none">・取締役の女性比率は前年9.1%から33.33%へ（11月8日時点） 平均年齢は67.3歳から57.25歳に若返り 今後も取締役の女性比率は継続して3割超維持の方針。・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	
8	公共性と責任を再認識し、企業理念を見直します
<ul style="list-style-type: none">・「サステナビリティ経営委員会」の下に「リブランディング・プロジェクト」が社内外のステークホルダーとの対話や全社アンケートを通して、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	

これまでの主だった取り組み



1月の進捗 **ハイライト**

年末年始の指令管制員を描いたドラマ「119エマージェンシーコール」を放送

ドラマ『119エマージェンシーコール』新春スペシャルを放送し、大晦日の停電による混乱に立ち向かう指令管制員の姿を通じて“生きることの尊さ”と“希望を信じ続ける力”を描くとともに、レギュラー放送後に約1万件の“ジャンクコール”（いたずらや間違い電話）減少という社会的効果も踏まえ、改めて“119番通報”の在り方を伝えました。

全社員・スタッフ向けに情報セキュリティ研修を実施

全社員・スタッフに向けてeラーニングによる情報セキュリティ研修を実施しました。これはフジ・メディア・ホールディングスがグループ共通で行っているもので、正しい知識を身につけることで、サイバー攻撃や意図しない情報漏洩による被害を未然に防ぐことを目的としています。

新人事制度「SelfCompass360」を社内にむけ公表

「SelfCompass360」は＜決裁権者の自己評価＞と＜部下からの評価＞を書いてもらうもので、いわゆる「360度評価」にあたります。本制度の目的は、決裁者の自己評価と他者評価の差分の可視化により、正しい自己認識をしやすくし、変化・成長を促すことと、部下が上司に対して意見を言える環境構築を制度として後押しすることにあります。この2月より年一回実施予定で1月には社員に向けた第1回説明会を開きました。

情報漏洩事案で厳正な処分を発表

再生・改革に向けたコンプライアンスに関する取り組みを進める過程で、社員による情報漏洩事案を把握しました。当該社員については、2026年1月23日付で懲戒解雇処分とし、社内においてはイントラネットにおいて、また、対外的には、企業ホームページを通じて事実の公表を行いました。再発防止に向け、引き続き、情報管理の徹底、社員教育の強化に取り組んでまいります。

コンテンツカンパニーとしての取り組み

◆年末年始の指令管制員を描いたドラマ「119エマージェンシーコール」を放送

ドラマ『119エマージェンシーコール』新春スペシャルを放送し、大晦日の停電による混乱に立ち向かう指令管制員の姿を通じて“生きることの尊さ”と“希望を信じ続ける力”を描くとともに、レギュラー放送後に約1万件の“ジャンクコール”（いたずらや間違い電話）減少という社会的効果も踏まえ、改めて“119番通報”の在り方を伝えました。



◆有権者の投票行動を促すため、役に立つ事前情報の提供を行うことを目的にしたキャンペーン「もっと投票の前に」の実施

2025年の参議院選挙に続き、報道局では2月の衆議院選挙を前に、「もっと投票の前に」というキャンペーンを始めました。事前報道の充実をはかり、より多くの人の投票行動につながる報道を目指しています。

「Newsイット!」「Live News days」「Live News α」などでは、消費税減税などの政策紹介と課題の検証など、連日シリーズで投票の選択に資する報道を行います。



◆ジェンダー勉強会の実施

報道局の新人記者・ディレクターを対象に阿部知代用語解説統括アドバイザーが「ジェンダー研修」を行いました。性的マイノリティ当事者は見えただけで自分の周囲にいること、セクシュアリティは多様であること。

日本社会の多くの場面で女性はマイノリティであり、ともに性別による差別や偏見という点で地続きであること。

私たちの放送では、古い価値観に基く言葉や表現に潜むジェンダーバイアスに気づき、全ての人が、傷つくことなく安心して番組を楽しめるよう努めなければならないことを話しました。

阿部用語解説統括アドバイザーは報道局でアナウンサー・コメンテーターを務める一方、性的マイノリティ当事者の理解・支援者として社外でも積極的に情報発信を行っています。



◆サステナビリティ・コンテンツ全社推進チームの始動

人権、気候変動、ジェンダー等のサステナビリティに関するコンテンツの発信を充実させるべく、社内を横断してアイデアを集約し、多様なコンテンツを企画・制作するために新設された「サステナビリティ・コンテンツ全社推進チーム」が始動しました。このチームは自発的に参加した様々な年代の社員により構成され、制作現場に加え、技術、国際、営業など各部署からのメンバーも参加しており、今後、サステナビリティに関するコンテンツの制作・発信を強化していきます。

サステナビリティ経営委員会における取り組み

「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。
- 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28日 第8回サステナビリティ経営委員会
人権・人的資本経営についての社内アンケートの結果を共有、議論しました。
- 12月19日 第9回サステナビリティ経営委員会
外部アドバイザーからの指摘を踏まえた議論を行ったほか、制作推進局とデジタル戦略統括室が合同で、番組制作における制作フローを洗い出し、AIなどを使った制作工程DXの進捗状況について報告を行いました。人権侵害につながる長時間労働を解消し労務改善につなげるための制作工程DX化などを、経営全体の課題として進めていきます。
- 1月9日 第8回外部アドバイザリーボード開催
サステナビリティ経営委員会の推進力強化や、問題を起こさないだけでなく、新たな挑戦をモニタリングし何か起きた時に自分たちで軌道修正できる仕組みの構築などについて助言・提案されました。
- 1月 人的資本経営プロジェクトでは、「採用」「組織設計」「配置」など課題別の分科会がスタートしました。
今後の人事施策や組織設計にむけて提案を行う予定です。

ジェンダー課題解決に向けたワークショップの実施

フジテレビが職場や社会でジェンダー平等を進めるための「WEPs（女性のエンパワーメント原則）」に署名したことをうけ、その理念を実現するため、「人権」と「人的資本経営」プロジェクトメンバーを中心に、半期にわたるジェンダー学習プログラムを行っています。

10月と11月に行った当事者団体との対話に加え、風土改革に必要な①土台となる知識づけ②課題の言語化③周囲との共有を目標とした全3回のワークショップが終わりました。

- 10月27日 ワークショップ第1回
「人権」と「フジテレビ特有のジェンダー課題」について議論しました。
- 12月8日 ワークショップ第2回
若手社員が多く参加し、ジェンダー平等を実現しなかった場合に想定されるシナリオと、ジェンダー平等を実現した場合の「理想シナリオ」についてロールプレイングを用いて考察しました。
- 1月14日 ワークショップ第3回
「理想シナリオ」実現のためにとるべきアクションなどを議論し、ロードマップを各班で作成しました。



（1月14日開催第3回ワークショップの様子）

各部署における取り組み

人権意識の向上・職場環境の改善にむけて

◆新人事制度「SelfCompass360」を社内に発表

「SelfCompass360」は＜決裁権者の自己評価＞と＜部下からの評価＞を書いてもらうもので、いわゆる「360度評価」にあたります。
本制度の目的は

1:決裁者の能力を高め、行動をより良いものにすること

決裁者の自己評価と他者評価の差分を可視化し、自分の行動を正しく自己認識できるようにするとともに、自身の言動が周囲・組織へ与える影響を把握し、変化・成長の起点にする。

2:組織内の関係性・信頼・声の通やすさを高めること

部下が上司に対して意見を言える環境づくりを制度として後押しし、職場の心理的安全性を高めること、相互フィードバックの文化を醸成し、組織内の協働を促進すること、自己認識のズレを減らすことで、コミュニケーションの摩擦を抑え、信頼関係を強化する。

の2点です。かねて社員から要望があったもので、この2月より年一回実施予定で、1月には社員向け説明会を開催しました。

◆エンゲージメントサーベイを継続的に実施

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」（パルスサーベイ）を毎月行っています。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。12月の回答では『経営陣への信頼感』が1.8ポイント低下しており、11月の取締役の辞任が要因のひとつであると推察されます。

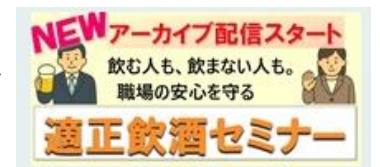
◆人と組織の力を最大化するための個別面談を実施

コンテンツ投資戦略局では、人と組織の力を最大化するためのマネジメント力強化に取り組んでおり、2月に「マネジメント層の研修」を実施予定です。室長と室員との「1on1」面談実施の際の「1on1」を受ける側に対する研修も合わせて実施し、組織全体で意識改革を行っていく予定です。

全社向け適正飲酒研修をオンラインにて引き続き実施

11月、12月に実施した適正飲酒研修をオンラインで引き続き実施しています。希望者には、パッチテストのキットを配布し、アルコールに対する自分の「体質」を確認した上で、オンラインで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できます。

研修の映像は社内のイントラネットのトップページから入ることができ、全社員の受講を目指します。



各部署における取り組み

「障害者のリプレゼンテーション」勉強会を実施

社会貢献を推進してきたCSV全社推進チームのメンバーほか社員・スタッフが出席し、勉強会を実施しました。当事者の視点からユニバーサルデザインのインフラやソリューションの提供を行う（株）ミライロ垣内俊哉社長をお招きし、障害者がどのように社会の中で描かれ、理解され、語られているかについてお話を伺いました。出席者からは番組の社外モニターなどに当事者の視点を加えることも重要との意見や提案がありました。



「Google Workspace」導入による業務効率化の効果検証（PoC）を開始

デジタル戦略統括室とIT&データイノベーション部は12月末にGoogle Workspace（GoogleのAIサービス）を一部導入し、1月から、パイロットユーザーとともにさまざまな業務効率化の効果検証（PoC）を開始しています。今後、検証結果をもとに展開方針を検討していく予定です。

アナウンサーによる出前事業「あなせん」を2回実施

2005年から続けているアナウンサーの出前授業「あなせん」で、1月は埼玉県、東京都の小学校2校を訪問し「インタビュー＆スピーチ」の授業を実施しました。参加した児童に「伝え合うって楽しい」と感じてもらえるよう、伝え手であるアナウンサーがコミュニケーションを円滑にするためのコツを伝授しました。「あなせん」では、これまでにのべ341校を訪問し、約26,700人の児童が参加しました。



人権・コンプライアンス意識向上に向けた取り組み

ステークホルダーとの対話の継続

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テックアートデザイン局との対話を行いました。今後2026年5月までに全局室と社長ミーティングを行う予定です。
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説明する、オンライン社員説明会を開催しました。
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。 |
| 12月 | 制作現場にスタッフを派遣する派遣会社との対話を実施しました。コンプライアンス推進局、サステナビリティ経営推進室が派遣会社9社の担当者と対話を行い、人権リスクの発生しやすい場面や労務上の課題について洗い出しました。
主な課題については、サステナビリティ経営委員会などで共有し、人権侵害の予防や低減、救済に向け、改善策の検討を行っていきます。
また、スタッフ派遣会社の担当者約110人が出席した派遣会社合同連絡会において、9月に策定した「サステナビリティ行動規範」について説明しました。 |
| 1月 | 12月に行った派遣会社との対話について、制作推進局担当者にフィードバックを行い、改善にむけた議論を行いました。 |

ガバナンス向上に向けた取り組み

情報漏洩事案で厳正な処分を発表

再生・改革に向けたコンプライアンスに関する取り組みを進める過程で、社員による情報漏洩事案を把握いたしました。当該社員については、2026年1月23日付で懲戒解雇処分とし、社内においてはイントラネットにおいて、また、対外的には、企業ホームページを通じて事実の公表をいたしました。再発防止に向け、引き続き、情報管理の徹底、社員教育の強化に取り組んでまいります。

全社員スタッフに向けて情報セキュリティ研修を実施

全社員・スタッフに向けてeラーニングによる情報セキュリティ研修を実施しました。これはフジ・メディア・ホールディングスがグループ共通で行っているもので、オンラインで質問に答える形式となっています。正答率80%以上を合格としており、正しい知識を身に付けることで、サイバー攻撃や意図しない情報漏洩による被害を未然に防ぐことを目的としています。

「立替経費利用基準」が1月1日に施行

従来の経費利用ガイドラインを踏まえた新たな社内規程が施行されました。AIの活用も取り入れながら、社会通念に沿ったルールの整備・厳格化を進め、継続的な不正防止に取り組んでまいります。

CM出稿の再開状況 (2026年1月26日時点)

タイム・スポットCMの取引社数

	2025年4月～2026年1月の累計
	<div>817社</div> <div>(前年同期：1014社)</div> <div>前年比 <u>約81%</u></div>

	2026年1月単月
	<div>484社</div> <div>(前年同月：518社)</div> <div>前年比 <u>約93%</u></div>

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。

