



フジテレビの再生・改革に向けた8つの強化策 2026年2月の進捗状況

2026年2月26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）
- 2月の進捗 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頁、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）
- DX推進に向けた取り組み・職場環境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取り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

役員の名指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

- ・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

- ・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

- ・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

- ・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

- ・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

- ・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（FMH）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

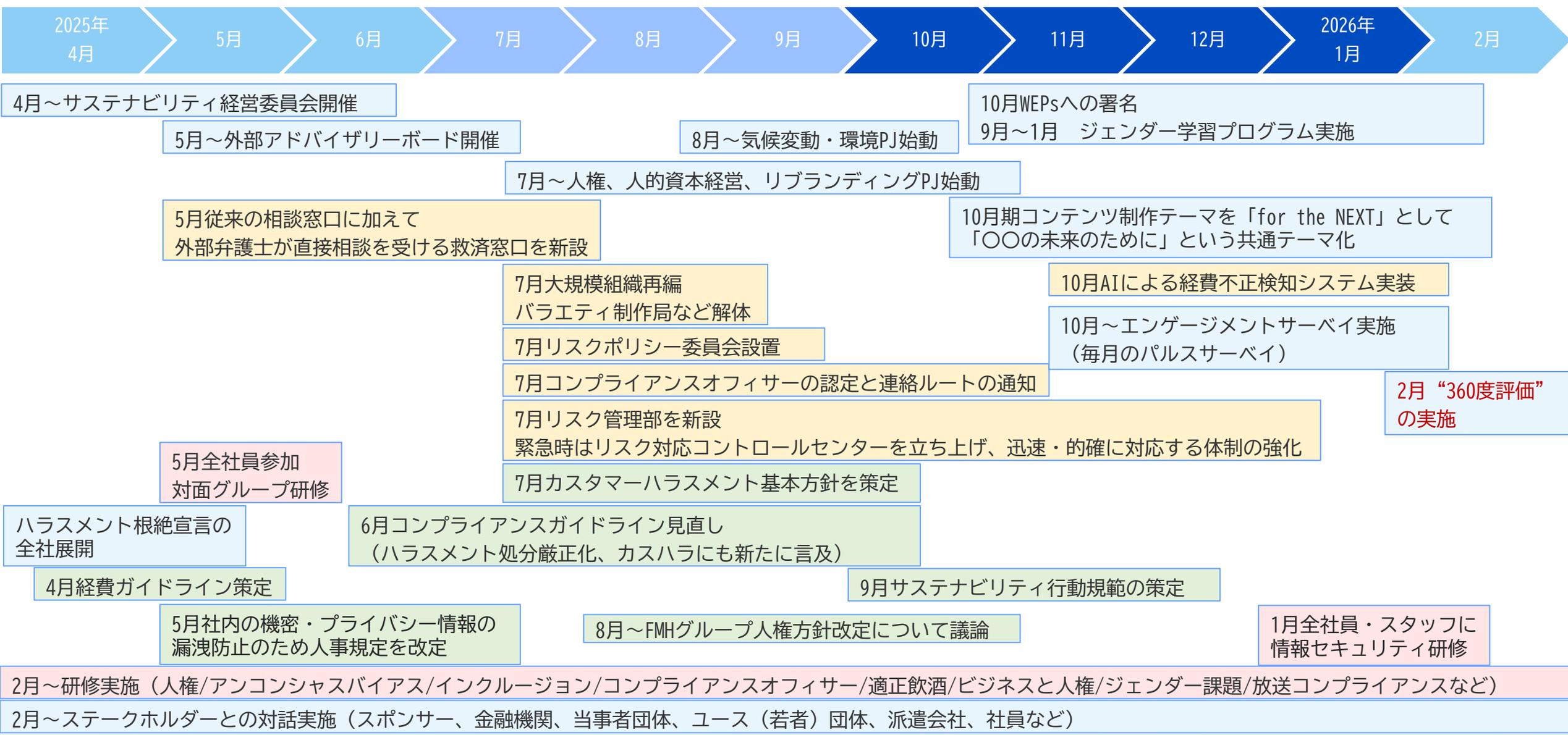
7 女性比率UPと若手登用で多様性を実現します

- ・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

- ・「サステナビリティ経営委員会」の下の「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



2月の進捗 ハイライト

「対話と傾聴 トレーニング」の実施

テックアートデザイン局では「対話と傾聴トレーニング」を全3回にわたって開催予定で、2月に第1回勉強会が開かれました。「男性が多い」「職人気質」とされる美術・技術チームのイメージを払拭し、男女間・世代間・部署間・会社間での上質なコミュニケーション能力を身に付けることを目標としており、ワークショップなどを通じて意識の醸成を目指します。

人権デューディリジェンス「対話」の継続

制作現場での人権リスクの洗い出しにむけ、ステークホルダーとの対話を継続しています。12月に制作現場にスタッフを派遣する派遣会社数社との対話を行い、1月に当社の担当者にその結果をフィードバックしました。さらなる環境改善のため2月はフジ・メディア・ホールディングス（FMH）の子会社の制作会社と対話を行ったほか、今後は芸能事務所や制作会社の業界団体との対話を予定していて、課題は随時現場に伝え早期の改善を図っています。

360度フィードバック「SelfCompass360」を実施

「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。今後も年一回実施予定です。

本社清掃勉強会とごみ集積・処理場の見学会を実施

CSV全社推進チームのメンバーを中心とした社員が、社屋の清掃を統括している管理会社の担当者から、社内のごみ分別や清掃についてお話を伺いました。その後、本社にあるごみの集積・処理場であるストックヤードの見学を行い、ごみ分別状況を実際に見ることで改めてルールや大切さを学びました。今後も職場環境と意識の向上に役立つ取り組みを推進していきます。

コンテンツカンパニーとしての取り組み

◆コンテンツにおける倫理表現についての勉強会を実施

コンテンツ事業局の事業部門担当者が、取引先であるゲーム・エンターテインメント事業会社の倫理部門担当者と勉強会を実施しました。主に、海外展開時のコンテンツ倫理表現について学び、局内幹部会議で共有しました。

◆制作イノベーションの継続

制作推進局を中心にコンプライアンス遵守、労務管理、制作工程、スタジオ効率化、宣伝PRなどの領域におけるDX化に向けて検討やPoCを継続しています。今後もコンテンツ制作におけるトラブルの防止や従業員の長時間労働の是正のため、デジタル戦略統括室やIT&データイノベーション部と連携したDX化などコンテンツ制作のイノベーションを加速させていきます。

◆衆院選での事前報道「もっと投票の前に」

報道局は、2月8日の衆院選挙の開票日まで、「もっと投票の前に」と題して事前報道を約2週間にわたりシリーズで行いました。選挙での各党公約をわかりやすく説明することに加えて、課題や実現性を解説し、有権者の投票判断の一助となる報道を目的としました。また、SNS上でのフェイク情報のチェックや、ファクトチェックなど、選挙期間中の正確な情報取得を促す放送を行いました。報道局は、視聴者の皆様に有益で信頼できる情報を伝えるという「コアバリュー」という価値に基づいて今後もニュース報道を続けます。



◆被災地の未来を応援する桜の植樹活動を実施

CSV全社推進チームを中心とする社内有志が、2月7日に福島県浜通りに位置する広野町・広野さくら公園で桜の植樹活動を行いました。フジ・メディア・ホールディングス (FMH) がグループ各社に呼びかけて参加している「ふくしま浜街道・桜プロジェクト」の一環で地震や津波、さらに放射能の影響を受けた福島県で「30年後に子どもたちが誇れる桜並木を作りたい」という思いでスタートし、今回で13回目です。取り組みについては福島テレビで放送し、ニュースサイトFNNプライムオンラインでも発信しました。午後には大熊町の帰還困難区域内の小学校や汚染土壌・廃棄物などの中間貯蔵施設を訪れ、視察しました。



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。
- 2025年
- 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。
- 2026年
- 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。
- 1月29日 第10回サステナビリティ経営委員会
外部アドバイザーの加藤茂博氏を招いて、人的資本経営の取り組みを加速するために当社が克服すべき課題や経営陣のコミットメントについて議論を行いました。
- 2月10日 第9回外部アドバイザリーボード開催
コンテンツ制作における「人権」と「信頼性」の確立に向けた助言や提案がされました。
- 2月27日 第11回サステナビリティ経営委員会
気候変動・環境プロジェクトによる「社として実現すべき施策」の提言と、それに基づいた議論などを行う予定です。

リブランディングプロジェクト

サステナビリティ経営委員会の下に設置されたリブランディングプロジェクトは、20代から40代の社員が中心となって、フジテレビが「目指すべき姿」や「提供していく価値」の再定義に向けて議論を進めています。1月には社長や取締役も参加して、終日にわたるワークショップを開催し、11月から12月にかけて実施した全社員向けアンケートの回答結果を元に議論を深めました。

2月は、社員へのインタビューや誰でも参加できるアイデア会議を定期的で開催したほか、月末にはリブランディングについて全社員に理解を深めてもらうため、ブランドマネジメントの専門家を招いての「オープンセッション」を予定しています。

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

◆情報番組の社員・スタッフ向け 放送コンプライアンス研修実施

1月中旬から情報番組を担当する社員・スタッフに向けた放送コンプライアンス研修を実施しています。研修はディレクター・ADを対象とした「後輩編」とプログラムディレクター以上を対象とする「先輩編」に分かれており、来月中旬までに全員の受講を目指しています。この放送コンプライアンス研修は去年10月からドラマ、映画、バラエティ担当の社員にも実施されています。

◆「対話と傾聴 トレーニング」の実施

テックアートデザイン局では「対話と傾聴トレーニング」を全3回にわたって開催予定で2月に第1回勉強会が開かれました。「男性が多い」「職人氣質」とされる美術・技術チームのイメージを払拭し、男女間・世代間・部署間・会社間での上質なコミュニケーション能力を身に付けることを目標としており、ワークショップなどを通じて意識の醸成を目指します。

◆360度フィードバック「SelfCompass360」を実施

「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

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・声の通りやすさを高める

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、2月に実施、3月に決裁者へのフィードバックを行う予定です。

◆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」を実施しました。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ます

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

◆下請法・取適法研修会の実施

法務統括局では、社内にむけ下請法・取適法の研修会を社内各部署で実施しています。2025年12月にはIP・アニメ事業局、2026年2月には営業局で開催しました。

◆制作現場で起きやすいコンプライアンス違反についての勉強会

スポーツ局では社員・スタッフ向けに弁護士を講師に迎え「コンプライアンス研修」を実施しました。スポーツ報道・スポーツ中継における言論の自由について講義を受けた後に、スポーツの現場で起こりうるコンプライアンス違反の根絶対応策について学びました。

◆本社清掃勉強会とごみ集積・処理場の見学会を実施

CSV全社推進チームのメンバーを中心とした社員が、社屋の清掃を統括している管理会社の担当者から、社内のごみ分別や清掃についてお話を伺いました。その後、本社にあるごみの集積・処理場であるストックヤードの見学を行い、ごみ分別状況を実際に見ることで改めて分別ルールや、その大切さを学びました。今後も職場環境と意識の向上に役立つ取り組みを推進していきます。



本社ストックヤードを見学の様子

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。

2025年

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。

2026年

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。

2月

フジ・メディア・ホールディングス（FMH）グループの制作会社との対話を実施しました。これは12月の派遣会社との対話、1月の当社担当者へのフィードバックをうけてグループの制作会社でも課題の洗い出しを行ったものです。

社長と社員によるスモールミーティングも継続しています。

DX推進に向けた取り組み

社内AI勉強会開催

デジタル戦略統括室とAI利活用委員会の主催で「フジテレビ社内AI勉強会」を開催しました。第1部は全社員・スタッフ向けで「誰でも使えるAI講座」と題して、効率よくワンランク上の仕事ができるようAIについて分かりやすく解説しました。第2部は制作現場の社員スタッフ向けに、コンテンツ制作に活かせるAIの最先端の活用法を紹介しました。

フジ・メディア・ホールディングス（FMH）が「DX認定」取得

フジ・メディア・ホールディングス（FMH）は、DX推進を着実に実行している企業として、2月1日に経済産業省の「DX認定」を取得しました。中核事業会社であるフジテレビにおいても、FMHのDX方針と連動したDX戦略を策定・実行し、事業競争力の強化と業務高度化を推進していますが、今後はよりグループ連携を強化し、持続的な企業価値向上と社会的価値の創出を目指してまいります。

標的型攻撃メール訓練実施

フジ・メディア・ホールディングス（FMH）が行っているグループ研修の一環で、「標的型攻撃メール訓練」を実施しました。訓練では、全社員・スタッフ宛にフィッシングメールを模したメールを発出し、不審メールへ適切な対応をとるよう注意喚起しました。

自動プランニングシステム「AI作案士」を開発

営業局 総合営業センター スポット営業部は、AIを用いた自動プランニングシステム「AI作案士」を開発しました。過去のスポットCMプランをAIが学習することで、広告主の個々のニーズにより適合したプランの自動作成が可能になりました。営業局では今後も、他業務へのAI導入による業務改革をさらに推進してまいります。

タイム・スポットCMの取引社数

2025年4月～2026年2月の累計
870社 (前年同期 1027社)

2026年2月単月
479社 (前年同月 83社)

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。

