

《 要旨 》

**1. 視聴率動向と編成戦略**

6月から9月まで4か月続いた月間三冠王は10月で途切れたが、世代別の分析では、高齢層以外の支持は得ているので、ターゲット戦略を変えずに更なる番組強化に努めたい。

10月期の改編では金曜日を重視したが、結果に手ごたえを感じている。新番組「クイズ!あなたは小学5年生より賢いの?」は、狙い通り家族視聴できる番組になっている。放送時間を午後8時台に移動した「沸騰ワード10」も良い結果が出ており、「金曜ロードSHOW!」のラインナップ強化と共に、金曜全体で良いフローが出来ている。

**2. 営業状況**

・放送収入

10月は、タイムセールスは「ラグビーW杯」単発が好調で、レギュラーも堅調であった。スポットセールスに関してはここしばらく続いている不調が響き苦戦している。

**3. その他**

・ラグビーワールドカップ2019日本大会について

期待していた以上の大成功だった。日本戦5試合を約8731万人（重複除く）が視聴したというデータがある。当社が放送した「日本×スコットランド戦」は世帯視聴率39.2%を獲得、「決勝・イングランド×南アフリカ戦」は世帯視聴率20%を超えた。

ラグビーというスポーツが浸透、相乗効果で見える人が増えた結果だと思っている。予想以上に女性ファンを獲得できた事も成功の理由だった。

大会終了後も、代表選手の方々には当社の番組にご出演頂き、大変感謝している。

・NHKの常時同時配信について

総務省がNHKに求めたことに、我々も賛同する。

・NHKのJOCDNへの出資について

民放とNHKは競争と協調という関係を目指している。オールジャパンで放送事業者の連携と協力が欠かせないという点で、非常に歓迎する。

・イモトアヤコさんと当社社員の結婚について

12年間、番組で活躍する戦友の二人が結婚に至ったということは非常に嬉しく微笑ましく思う。

(了)

小杉 善信 代表取締役 社長執行役員

廣瀬 健一 取締役執行役員

福田 博之 取締役執行役員