

2002年12月2日 日本テレビ 定例会長社長記者会見
要旨

1. 中間決算評価

記者：中間決算の評価についてお願いします。

氏家齊一郎 CEO 会長：

民放全社が対前年比2ケタ台でのマイナスになった訳です。景気がいいとか言っていたテレビの社会も、圧倒的に不況の波を被っています。我々は、おかげ様で、いい所まで決算しましたが、もうこれが限度かなと思う。来年いっぱい、この不況が続けば、赤字決算する社も出てくるかもしれない。そういう転換点は、ほとんどなかったですよ。多かれ少なかれ、赤字になることは無かったというのが、今までの決算でしょ。

今年の決算はそうでもないけど、来年はどうなるのか。この景気がデフレ的に続くとすれば、私は続くほうが、多いと見てますがね。今の政策ではデフレは直すことできませんよ。潰すことばかり考えている政策では、デフレっていうのは絶対直らないんだから、デフレっていうのは、スパイラルがかかる訳だからね。そういう意味で言うと、赤字決算をする社も出て来ると思います。今年から来年にかけてが、日本のテレビ業界というものを基本的に転換させる、ターニングポイントになってやしないかと。そういうのが、私の率直な印象ですよ。

記者：今のお話はデジタル投資の経費が増大して、そうなるということでしょうか？

氏家会長：デジタル投資というのはまだ出てこないから、積極的には。デジタル投資の前に、先ほど申し上げた通り、政府のデフレ対策によるんですよ。今のままのデフレ対策だったら、全体の産業復興っていうのは、ほとんどありえない。デフレスパイラルに陥る。従ってそれを受けたテレビ業界っていうのは、デジタル投資とか何とかっていうことはナシに、弱い企業は赤字決算になりうる。地方局を含めればかなりの数になるのではないかと思います。今がそのターニングポイントである。今までは、曲りなりにも黒字で決算できていたけれど、いくつかは赤字決算になって来るのではないかと。そういう事です。

記者：会長の危機感の一步手前に、広告業界で博報堂とか読売広告などの経営

統合という報道がありましたけど、これが放送業界、また日本テレビが受ける影響というのはどうなのでしょう？

氏家会長：広告業界の統合というのは、これは必然だと思うんです。日本の広告業界というのは、非常に寡占化しており、広告流通という意味では問題化してくる可能性はあります。一方、小さな広告代理店がたくさん存在してやっているというのも、世界では珍しい例だと言われてますのでね。これが、いつくかに集約されていくのは非常に、好ましいことだと思います。

電通が寡占化状態じゃなくて、電通ぐらいの力を持った企業集団が3つから4つできれば、日本の広告の流通というのは、非常にスムーズにコンペティティブに行くのではないかなと考えておりまして、今後の日本の広告流通というものの方向は、そっちの志向がいいんじゃないかなと感じますね。

2．今年1年の回顧と来年の展望

記者：今年1年を振り返ってと、来年の展望を。

氏家会長：テレビ業界全体としましては、今年の最大のものは、言論及び表現の自由に対する、公権力の介入というものが一段と、おどろおどろしく、迫ってくるようになった。これが、第一点ですよ。

今年は話題となった個人情報保護も人権も、我々の反対が国民の皆様に通じて、それがまた国会に反映されて、廃案ないしは、継続審議になるだろうということです。ですが、この問題は手を変え品を変え出てきます。だから、それに対して我々自身も、行き過ぎの面もあることを自覚し、社会の批判が出ないようなもの作って行くということが、まず来年の一つの課題です。と同時に、言論弾圧の動きが出てきたら、躊躇なく戦わなくちゃいかん。全メディアを挙げて戦わなくちゃいけない。

それから、テレビ業界だけの特殊事情から言えば、いよいよ来年から、デジタル化が3大広域圏で始まります。デジタル投資もさることながら、まだ、大した投資にならないからいいんですけどね。番組の中身が大分変わってくるんじゃないかと思うんです。双方向性でしょ。NHKもその双方向を利用して、暮れの紅白の勝敗を投票で決めようかという話もあるくらいですから、そういうことが可能になる訳ですよ、デジタルになると。

その流れから言ってね、一般番組についてもある種の、今までに無いパターンのものが考えられてくるんじゃないかな。概括的に言うと、それらの点が今年の回顧と来年の問題点だと思います。

萩原敏雄 COO 社長：

日本テレビとしては、1つは視聴率の問題ですが、9年連続の四冠王という目標は、現時点で100%達成できたということです。また、今年の大きなクエスチョンマークとして、巨人戦がどうなるかということがあったのですが、昨年に比べて、アップしました。うちで言うと16.6%という数字が出ました。70年代の巨人のV6とV9の時に、同じ16.6%という数字が出ています。従って、16.6%という数字は、ソフト価値として決して、ないがしろに出来る数字ではないということで、言葉は悪いかもしれませんが、下げ止まりしたなと思います。やっぱり、巨人戦は強いということが、言えるのではないかな。

それから、もう一つは、うちだけの問題ではありませんが、連ドラが全体的に、非常に深刻なドラマ離れという状況になっている。うちも、ご多分に漏れないのですが、むしろドラマで視聴率を稼いでいた、フジテレビ、TBSの影響が非常に大きい。逆に言うと私どもはバラエティーで平均視聴率を支えていたということで、マイナスを少なくできたと考えてます。

それと、他局のことをここで言うのもどうかとは思いますが、10月以降のフジテレビの低迷というのは、我々にとっては、ライバルがそういう状況になったというのは、悪いことではないんですけど、やっぱり視聴率というのは、恐いなというのを感じた次第でありまして、1歩間違えるといつそういうことになるかもしれないということも含めて、ますますもって自戒しつつやらなきゃいけないという、これは私どもにとっても人ごとではないという感じを持っています。ただ、今年のことで言うならば、確かに視聴率的には4冠王も確保出来たし、いくつかのいい傾向も見られるんですが、いわゆる個人視聴率という問題が、こういう景気の状況ということもあって、蔑ろに出来なくなって来たと思います。

俗に言うF1信仰というやつですね。世帯視聴率で、フジテレビとの差は昨年に比べて拡大しているにも関わらず、収益的に言うとむしろ、差は縮まっているというのが、偽らざる事実でございます。

これには、F1信仰なるものが影響しているというのが、否定できない。対応策は2つあると思うんです。1つは、F1というものに対する、編成的な気配りと言いましょうか、多少配慮をせざるをえない。私どもは世帯視聴率で4冠王を取ることを、最大の目的としていることに変りはありません。変りはありませんが、同時に、このF1信仰なるものに、対応した編成というものも、ある程度考えなければならぬかなと思います。

もう1つは、このF1信仰なるものが、本当にそのままいいのかということです。ご承知の通り、F1というのは20～34歳までの女性です。20歳から、22、3歳までは女の子ですね。「セクハラだ」なんて言わないでくださいよ、でも30～34歳の女性は女の人ですね。女の子と女の人が同じターゲットの

中で、ひとくくりでF 1というのはどうかなと思います。これに関しては、いろいろなデータを集めています。仕事を持っているF 1と仕事を持っていないF 1が、本当にフジテレビを見ているのかとか。あるいは、結婚している女性と、結婚していない女性は日本テレビとフジテレビのどちらを見ているのか。子供のいるF 1はどちらを見ているのかとか、そういう事を一生懸命調べています。このF 1信仰なるものが、スポンサーにとっても本当にいいのかということを、営業活動を通じて、スポンサーにも知ってもらおうとデータを今、調べてますので、結果が出るにはちょっと時間がかかるかもしれませんが、そういう2つの方法で、この問題をアプローチして行かなければならないのかなと、考えております。

3. 年末年始特番の編成方針と目玉番組

記者：年末年始の特番の編成方針、目玉番組、ご紹介いただけますでしょうか。

萩原社長：一応3つあります。一つは大晦日の紅白の裏。紅白の裏は日本テレビが一時期ダントツにいったんですが、このところちょっと押され気味でしてですね。今年どうしようかということをしているところ、考えた結果、ラーメンの大特番を4時間45分に渡って放送します。ラーメン特番ということで、前に4時間ぶっ通しで「史上最大！全国民が選ぶ美味しいラーメン屋さんベスト99」というのをやって、あれが16%ぐらい、4時間の平均で取っている訳ですね。それを、大晦日にやろうということになりました。

これは、何がいいかと申しますと、例えば、同じ紅白でも誰それは見たいけど、他は見たくないといったとき、その間見ていられる、あるいは、よそさんの番組も含めてですが、そういうふうに、いつから見てもいいし、いつ止めてもいいというもの、合計した平均視聴率ということ考えた時に、これがいいんじゃないかなということになり、今年はラーメンで勝負というのがまず、第一です。

第二はですね、報道系と申しましょうか、いわゆる実録的なものですね、例えば私どもで言いますと、9月11日にやりましたテロの再現ドラマとか、あるいは、その後「よど号」の再現ドラマをやって、これも高い視聴率を取りました。これはある種のトライかもしれないんですけど、暮にその手の物を並べてみました。

24日に「赤軍の女たち（仮）」というこれも実録ドラマです。それから25日には3億円事件等々を、取り上げたこれもドキュメンタリードラマです。

それから、26日には「あの重大事件のウラ側（仮）」という、大韓航空機事件のキム・ヒョンヒの実録ドキュメンタリーと言ったようなドラマとドキュメンタリ

一の中間くらいのものを、思い切って3本並べてみた。というのが、2番目です。3番目は、1月2日9時から、2日が「箱根駅伝」の1日目ですが、この日の夜に「天国のダイスケへ」という箱根駅伝のこれまた、実録ドラマでありますけれども、これを福山雅治さんの主演でやることにいたしました。

4．一連の「電波少年に毛が生えた」トラブルについての見解と番組の今後

記者：「電波少年」のトラブルについて、お伺いしたいと思います。合唱団が民主党の鳩山代表を中傷するような歌を歌ったり、カップ騒動で大きな騒動になったりしていたので、その辺の放送のスタンスをお伺いしたいのですが。

萩原社長：たまたま、この2つのことが連続的に起こりましたんで、同じレベルでいろいろご批判を頂いているようですけど、ちょっとこれは別の問題として、考えていただきたいと思います。

一つは、例の鳩山代表の講演会、明治学院大学でやった講演会で、電波少年が入っていったという件について、これは、前もって予告できる種類の番組ではございませんので、それによって、もし、非常に不愉快に思われる方がいて、そういうものは放送して欲しくないという注文があった場合には、放送を止めるというのが、電波少年の鉄則です。

明治学院の学生さんたちは非常に真面目な意図を持って、あの講演会を設定したはずですが、これを、学生さんたちも、1つのチャレ、風刺、と受け止めていただけたのであればいいんですが、そうではなかった以上、お詫びもしなければならぬし、学生さんの方から、放送して欲しくないということであったので、原則に従って、放送を中止したというのが事実です。

それから、カップの話であります。これを、今の話と同様の視点で批判されますとあの手の番組はまったく、成立しなくなります。いわゆる、「どっきりカメラ」の仕掛けの大きいやつ、というふうな感覚で、番組の方ではやった訳ですね。これが、存在していてもおかしくないものであるならば、これはチャレにならないよ、というものもあるかもしれませんが、カップという架空のものでしょ、このカップが出た出ないという話で、これもいけないということになると、ほとんど、バラエティーは成立しないと言っていいと思うのです。

そういう意味で言うと、チャレがチャレでないかということ、非常に微妙な問題があると思いますが、これは一つ、チャレということで、エンターテインメントの一つの手法ということで、ご理解いただきたいというのが、私どもの考え方です。続けて申し上げますと、とは言うものの、こういう問題が、こういうふうに皆さん方から見られる、あるいは、視聴者の方から見られると言うことは、電波少年

という番組のひとつのコンセプトと言いましょうか、手法が、一時の電波少年に対する支持から、少し離れてきたのかなという感じがしております。前はシャレで済んだことが、シャレでは済まなくなっているということになっているとすれば、番組のパワーにも、多少の問題があるのかな、という気がいたします。そこへ持ってきて、編成部長が13%を取らないと、番組は打ち切るということを、言わなきゃいいのに言ったんですね。私どもは、バラエティーっていうのは、辛抱が必要だし、枠を代えて1時間にしたのでですから、本当言うともう少し様子を見るのが当たり前だと、思うんですけど、本人がそう言った手前、やっぱり、ひとつのけじめとして、ある意味で何らかの手を打たなければならんだろうということとは、ございます。

したがって来年から、リニューアル版で、今までのコンセプトよりは少し、癒し系・・・と本人はっております、癒し系のものに、リニューアルして再スタートするということにいたしました。

記者：リニューアル版、癒し系というのはどんなものなもののか、今公表できる範囲でもしお話しただけでしたら。

福島真平編成局長：

12月14日の放送で、電波少年こういうふうにも模様替えしますよ、というお話をすることになっておりますので、ちょっと今は社長のお話ぐらいで勘弁してください。

記者：癒し系の番組にも「電波少年」というタイトルはつくのですか？

萩原社長：「電波少年」というタイトルはつけません。ちょっと紛らわしい字の漢字になると聞いてますけど。(笑)かつて、「雷波少年」ってあったでしょ、「電」ではなく「雷」という字で、「雷波少年」っていうのをやってたんですよ。今回もたぶん、「雨」が上にくっついて、一見「電」に見えるようなものに、たぶんするはずですよ。

5．松井大リーグ移籍に伴う、大リーグ試合の放映計画と来季G戦中継の影響

記者：松井が大リーグに移籍することになりまして、来季の大リーグの完全生中継は、契約もありますので難しいかと思えますけど、その辺の放送計画や、ジャイアンツ戦への影響をどのように、捉えられていますか。

萩原社長：アメリカの場合、西海岸と東海岸で時差がありますから、どこのチームに入るかによって多少、放送時間の変化を考えなければなりませんけれど、いずれにしても早い時間で、しかも、ウィークデーがほとんどです。私どもは「ズームイン！！SUPER」「ザ！情報ツウ」というような高視聴率の情報番組を抱えているという状況の中で、地上波で仮に、契約のことを抜きにしても、大リーグの生中継をするということは考えられない。

だからといって、録画でどうだということがあるかもしれませんが、スポーツの場合、特に野球の場合、問題は松井が打ったか打たないかが全てです。それは、朝のワイドショーでもやるでしょうし、昼のニュースでもやりますね、今日は4打数1安打でしたと、間違いなくやと思います。それが、わかっていて、録画の試合中継をやるっていうことは、考えられない訳です。

ただ、やはり松井が今日どうだったんだろうか、あるいは、松井の試合の周辺部分での映像というのは、朝早かった場合は、「ズームインスーパー」では重要な情報になると思うんです。そういう情報番組の中で他局より充実した形で、広い形で情報を提供できればいいなあというのが、我々の最大の願いです。

そのためにどこまで出来るかということですが、試合の放映権に関しては、大リーグの場合は大リーグ機構が持っている訳です。それは、電通を通して、NHKとフジとTBSが放送権をもっている訳です。ですから、それ以外の映像ということになってくると、入る球団によって、交渉先も違うし、今のところ手が出ないという状況です。ただ、今言ったような形で、是非、放送したいと思っています。

それから、巨人戦に関する影響としては、今年の後半、視聴率が落ちなかったというのは、やはり松井の三冠というのが非常に大きく影響したと思います。そういう意味で言うと、もし松井がいなかったらと考えると影響は、あると思います。

もう来年に関して言えば、松井はいないってことはわかっている訳ですから、渡辺オーナーもそれに似合う補強はして、人気実力ともに、ちゃんと補強するから、視聴率は心配するなと、だから、60分延長してくれと、おっしゃっていますので、信じてやりたいと思います。そんなに、何パーセントも落ちるとか、そういうことは巨人ファンの心理的にいっても、考えられないと思います。

心配はしていませんけれども、やっぱり、万全は期さなければなりませんから、来年のシーズンが始まる前に、いろいろな意味のキャンペーンとか、あるいは、キャンプ情報なんかも、話題性はつねに持っていなきゃいけないと思います。ペタジーニが入るとか、そういった情報を積極的に取り上げていくというような企業努力は当然のことながらしなければいけないと思います。

6．総務省の電波利用料加算案について

記者：電波利用料の加算についてのお考えを。

氏家会長：電波利用料の加算というのは、民放連の会長という立場があり、色々持ち込まれて、押し問答をしていました。結局、我々が考えたのは、電波利用料500億円弱と言われているところに、放送業者が支払うのが1%というのは、世間様的に言うと、少し少ないという事になるのではないかということがありまして。10%以内なら上がっても仕方がないかな、という感覚は個人的に持っていました。

NHKと我々が払った電波料の比率は2対3で、これを維持してくれというのが、我々の考え方でした。総務省の持ってきたのが1.8対3.2で、切り上げ、切り捨てすれば、2：3になるから、その原則さえ守れば、ということでした。NHKさんが、6倍弱かな、我々は8倍くらいかな、ということになります。

そこで、テレビ東京が、ほかのキー局と同じに扱われたらたまらないという話が出てきました。そういうことは、総務省その他には伝えてありますが、電波料自体が利用料ですから、儲かっているとはいないとかは関係なく払わなくてはならないという、そういう種類の問題です。総務省の回答待ちで今日明日のうちには、何か言ってくると思います。

総務省は、地上波のデジタル化というのは、IT戦略の機軸になる、ひとつの投資であって、国策であるということを、言っています。だから、私たちは国策にある程度協力しなければならない。デジタル化が国策であるという基本線を政府は重ねて認識してもらいたい。

7．メディア規制法案継続審議へ、今後の取組み

記者：メディア規制法案について廃案っていう方向も出てますけど、これについて。

氏家会長：個人情報廃案になるだろうと。人権は継続審議になるだろうというのが今の見通しだと言われています。いずれにしても、こういうものが出てくるということは、出す方に非常に問題がある、と同時に、出される方にも問題があるだろうということがあって、我々はBROを中心とした、自律的な自己規制的な手段を、組み立てている訳です。

従って、今度はこれをさらに拡大していく、必要があるだろうと思っています。

来年早々にも、NHKの会長と一緒に、いわゆる自主規制、自律のシステムを強化する案を発表しようってことにはなっております。

記者：NHKのBSアナログをいつ止めるかについて。

氏家会長：BSアナログをいつ止めるかというのは、非常に大きい問題です。仮に、設計寿命である2007年に辞めるんだっていったら、買い替えは比較的早く進むだろう。そうすると、地上波デジタルに結びつき易いというのが、私の基本的な考え方だったのです。ところがNHKは「2007年にBSアナログをやめると500万台を積み残してしまう、そこを、何とかしなくてはいけない、それを理解してくれ」と言っている。そして2011年は絶対守る、ということを書いていした。要するに2007年の設計事業が尽きる時から、2011年までの間のどこかにBSアナログは辞めるということになるだろうと、思います。

最大の問題は地上波デジタルですから、地上波デジタルの普及の為には、早ければ早いほどいいんですこれは。というのは、ご案内の通り、デジタル受信機が普及する、スピードが速ければ早いほど、地上波に切り替わりやすい訳です。だから、ありとあらゆる方法があれば、そういうものをやらなくてはならない。

以上