

**2006年3月27日日本テレビ 定例記者会見**

<発表>

久保伸太郎社長：先週総務省より、私ども日本テレビの報道番組について、一部不適切な演出があったとして嚴重注意を受けました。この嚴重注意を嚴肅に受け止め、報道の社会的使命を自覚し、再発防止に向けて全社一丸となって取り組む所存です。改めて皆さまの前でご報告申し上げます。

私どもから2つ、日テレCM大賞と宮崎駿監督デザインの日テレ大時計の新設についてご案内申し上げます。

最初に「日テレCM大賞」ですが、日本テレビとして、50年を超える無料広告放送の根幹であるコマーシャルについて、このような形で大賞を設けるのは初めてのことです。私どもは、テレビコマーシャルは1つの文化であると位置づけ、CMクリエイターの皆さまやスポンサーの宣伝担当の皆さま、あるいは広告会社のCM制作部門などの皆さまと、もう一度CMが創り出している日本における文化的な価値を再認識し、ぜひ一緒に、さらなる優秀な作品を育てていければと思っています。ぜひとも趣旨をご理解、ご支援賜ればと思います。よろしく申し上げます。

2つ目ですが、今年の夏に、宮崎駿監督自らがデザインされた大時計が日本テレビにやってきます。大時計は、常時開設します。まだ詳しくお話しできない部分がありますが、実はちょっとした仕掛けがあります。それはいずれまた公表します。ぜひ汐留の名物にしたいと思っています。

**1. 編成3局新体制の狙いと2005年度視聴率の動向及び、4月期の編成方針**

記者：まず、2005年度の視聴率を受けて、4月編成の意気込み、期首特番についてお話し願います。

久保社長：直近の視聴率については、年度の視聴率争いがどうなるかということで、皆さまのご関心が非常に高いと思います。上半期（4月—9月）のナイターおよび10月の改編で、期待していたほど視聴率がとれませんでした。私としては年明け以降の数字にぜひご注目いただきたいと思っています。抜かれたものを抜き返すということで、制作現場に懸命に頑張ってもらっています。

新聞紙上の週間視聴率ベスト10やベスト20に入った番組の数では、日本テレビの番組が一番多いのです。しかし、そのことと平均視聴率の数字と営業成績とは必ずしも一致していません。勢いは再びついてきていると理解しています。したがって、よい視聴率をとり、力がついてきているレギュラー番組、単発番組、あるいは新番組の足を引っ張っているのは何かを分析し、まずは視聴率1桁の番組を追放すべく、今懸命に取り組んでいます。

後ほど個別にまたご説明しますが、ナイターに関しては、やはり私どものスポーツソフトの中でも基本ソフトであるという位置づけで、引き続き力を入れていきたいと思えます。

山根義紘取締役執行役員（編成担当）：先々週から少し前倒しで期末期首に入っています。3月13日（月）の週は、久々にゴールデン、プライム、全日と三冠王がとれています。これは「女王の教室」の2時間スペシャルが2夜連続で金曜日18.7%、土曜日21.2%という好成績をあげたことが寄与しています。土曜日のドラマがレギュラーで視聴率がとれるようになったため、期末期首の拡大版につながったということです。また、「1億人の大質問！？笑ってコラえて!」、「ザ！世界仰天ニュース」、「ザ！鉄腕！DASH!!」、「天才！志村どうぶつ園」、「ぐるぐるナインティナイン」など、レギュラー番組の拡大版についても、すべて期末期首で好成績を上げています。

先週火曜日に放送した、「春のダンス祭り」。これは「ウリナリ社交ダンス部」と、この4月から始まる土曜日の19時の新番組「シャル・ウィ・ダンス？～有名人社交ダンス選手権～」を合体させた4時間のスペシャル番組ですが、視聴率は、22.9%でした。

この日は、ご存じのとおりWBCの決勝戦中継があり、朝の6時から24時間まで全日視聴率が21.9%という驚異的な数字が出ました。「天才！志村どうぶつ園」や「世界一受けたい授業」などのレギュラー番組が数字をとれるように育ってきていますので、4月改編では「シャル・ウィ・ダンス？～有名人社交ダンス選手権～」や、「太田光の私が総理大臣になったら…秘書田中」といったエンタテインメント系新番組が視聴率をとれるソフトになるべく期待をしています。

4月改編では、朝の時間帯から枠切りを若干変えていますので、いつも申し上げているとおり、全日の視聴率9%台、またプライムタイムでの1桁番組の一掃を課題に掲げて良いスタートを切れるのではないかと考えています。

## 2. WBCの評価と、今シーズンのプロ野球に期待すること

記者：今回のWBCの評価と、今シーズンの国内のプロ野球に期待することは？

久保社長：WBCに関しては、ここまで持ってくるのに様々なことがありましたが、終わり良ければすべてよしで、視聴率としては期待以上のものでした。私どもが常々申し上げているとおり、プロスポーツの中では、やはり引き続き野球の人気が最も高いということが証明されたのかなと思います。これをバネに、ペナントレースや私どもが応援している少年野球のジャイアンツカップ等についても、取り組んでいきたいと思っています。

酒井武取締役執行役員(スポーツ・情報局担当)：私が予想していた以上の視聴率でした。スポーツの原点である、必死さやひたむきさがあれば、お客さんの感動を呼ぶのかなと思いました。それゆえに、私どもも今週末から始まる、ペナントレースでもそういったことをきちんと伝えていかないといけません。0対0の試合でもずっといい試合だとお客さまはついてくる。10対0は勘弁してほしいなど。いい試合をやれば間違いなくお客さまは球場に足を運んでくれますし、テレビも観てくれる。そういったことを本当に私どもテレビ業界も、それからプロ野球界も再認識させられたととらえています。これを良い形でつなげていければと思っています。

記者：今回のWBC盛り上がりが、巨人戦の今年の視聴率へ影響すると期待していますか？

久保社長：勝負事の世界ではありますが、去年の数字は例外中の例外であったと思いたいですね。ぜひとも今年はそれを回復するというのではなくて、野球はやっぱりおもしろいんだと、プロスポーツの中心なんだというふうになってほしいと願っていますし、なるだろうと思っています。そのように様々なPR作戦を展開していきたいと思っています。

記者：盛り上げていくための具体的な企画があれば教えていただきたいのですが？

久保社長：これは実験ですが、先月ご案内したとおりJR東日本のご協力を得て、地上デジタル放送推進キャンペーンの一環として、山手線に「デジタルG

トレイン」を実現させました(4月18日から6試合分放送)。

これは地上デジタル放送の魅力、移動中でも安定した画像が受信できるということを実験する狙いですが、当然帰宅途中の皆さまにナイターを楽しんでいただくことができます。

併せて、ワンセグ放送が4月1日から始まります。いつでも、どこでも携帯電話でナイターが楽しめます。焼き鳥屋さんやお寿司屋さんのカウンターに腰掛けて、野球放送を楽しめるということですね。

今年は、開幕戦の解説を星野仙一さんと山本浩二さんをお願いしました。WBCでもかなりご認識いただいたかと思うのですが、やっぱり野球の本当のおもしろさは、ゲームそのものです。野球の原点である、投げる、打つ、走る、守るという基本に帰って中継をしていこうというのが、私どもの今年の野球中継のテーマです。解説を星野さん、山本さんをお願いし、ジャイアンツの選手に檄を飛ばしていただくというか、かなり辛口の解説もお願いしようということで、ジャイアンツファンにヨイショのスポーツ中継でないところを工夫していく、ということです。

記者：いわゆるゲスト解説のような形ですか。

酒井取締役：星野さんには現在、年に4試合か5試合の解説をお願いしています。割と辛口に的確に巨人の批判すべきところは批判してくれます。日本テレビの野球中継にはたしかに巨人のOBの方も沢山いらっしゃいますが、ある意味ではフラットな目で、日本テレビの巨人中継を解説してもらうという姿勢です。

### 3. 4月から始まるワンセグ放送への取り組みについて

記者：4月から始まるワンセグ放送への取り組み等についてお願いします。

久保社長：4月1日からテレビ付き携帯電話への配信サービスが始まります。既に試験電波は流れています。特にデータ放送との連動については、各局様々な競争になると思っています。私どもとしては非常によい機会を得られたと、意欲的に取り組んでいきたいと思えます。ワンセグに関しては、実際にテレビ付きの携帯機器が普及していくに伴って、私自身は相当のスピードで普及していくだろうと思っています。台数が増えれば増えるほど、視聴者の皆さま、ご利用になった皆さまからいろいろなご意見がテレビ局に届くと思えますので、それらを先取りするような形で、柔軟な編成および番組作りをしていきたいと

思っています。

詳細について、日本テレビで早くからワンセグ放送に取り組んできた、メディア戦略局の佐野からご説明させていただきます。

佐野：日本テレビのワンセグ戦略とサービス内容について説明いたします。まずワンセグの基本戦略の立案にあたり、いつ、何を、どうやって見るのか、といったユーザーニーズや特性を入念に調べました。その結果、視聴時間は通勤や通学の時間帯や、ふと暇になったときではないか、また、コンテンツの内容もスポーツ中継やニュース、GP帯番組ももっといろいろ楽しみたいというニーズが高いのではないかと分析し、連動データサービスのコンテンツ内容を用意することが重要と考えました。

家のテレビとは違いますので、ワンセグで3時間も4時間もテレビをご覧になる方は少ないと思います。ということは、連動データ放送の部分で情報をフォローしていけば、忙しい方、短時間視聴の方にもやさしいサービスが展開できるのではないのでしょうか。

さらにもう1点、テレビを観ながらも活発に指は動くなと。例えば、電車を待っている駅のホームで、かなり多くの方が携帯電話の画面を開いています。その方々を見ていると、親指が5秒以上止まっていません。おそらくメールを作成していたり、ゲームをしたり、何かやっていたらっしゃるんでしょう。携帯電話というのは端末のユーザーインターフェースにもいろいろポイントがあって、必ずテンキーが下にあって、十字キーが上にあります。そして親指が十字キーに当たるようになっていきます。この十字キーで、ほとんどの操作が完了するようになっていきます。若い方の層になればなるほど、高速で指が動きます。ということは、ここにワンセグでテレビ機能が付いても、指は動く状態ではないだろうかと思っています。結果として、テレビを観ながらも活発に指は動く、インターネット連携が積極的に展開できると思っています。クリックすることによりインターネットに連携し、双方向が始まります。インタラクティブテレビサービスの新しい世界が築けるのではないかと思っています。

具体的なコンテンツ内容としては、まず、ジャイアンツ中継です。スポーツのライブ中継はワンセグにとっても適したコンテンツだと思います。ドキドキ感もあり、是非生で見たいというニーズがあると思います。そこでテレビの画面の下部にあるデータ放送では、より中継を楽しんでいただけるような情報を置きます。トップページの一番上には、1球ごとに更新されるストライク、ボール、アウトの表示とスコアボード。スコアボードを下にスクロールしていきますと、打順のラインナップが出ます。

このほかのサービスとしては、野球というのは1対1の真剣勝負の連続ですから、その対戦が一体どうなっているのかというのを、「現在の対戦」というところで表示します。「過去の対戦成績」では、このバッターとピッチャーがどういう相性なのかというのがわかります。かつ、各選手とは一体どんな選手なのか、プロフィールや、きょうの成績、シーズン成績などがすべてわかるような仕組みです。他にも、他球場情報なども用意しています。

野球というのはデータの宝庫ですから、どんどん更新していきます。すべてリアルタイムに更新するには、実はかなりの人手とエネルギーがかかりますが、日本テレビが中継する野球中継は、全試合これを放送します。4月1日ワンセグサービス開始ですが、その前日から野球は開幕しますので、3月31日の開幕から開始する予定となっています。

もう1つは朝の時間帯です。朝の通勤時間帯は重要だと先ほど申し上げました。そこで、朝といえば「ズームイン!! SUPER」。番組スタッフの努力の結晶により、コンテンツがふんだんに用意されていく予定です。こちら情報宝庫ですから、どんどん情報が入ってきますし、ニュースが入ればそれで原稿を差し替えてまたニュースを伝える、その連続です。入ってきた新しい情報はデータ放送の部分に置かれていきます。エンタニュースや占い、ワンセグスペシャルなど、いろいろ楽しいコンテンツも展開する予定です。

朝の通勤時間帯というのは、決まった行動パターンをとる方が多いと思います。ということは、テレビ映像部分では、見たいと思っている情報が放送されていないかもしれません。ですからデータの部分で、自分の時間ペースでいつでも情報が取得できることはいいサービスになるのではないのでしょうか。ニュースやエンタニュースなどの情報により、ふと暇になったときに必ず日テレを見るといったような使い方をしていただければと考えています。

この他、「ダウンタウンのガキの使いやあらへんで!!」や「サルヂエ」、「ザ!鉄腕!DASH!!」、なども番組連動コンテンツを展開する予定で、モバイルコンテンツの世界に新しい風を吹かせることができるのではないかと考えています。番組スタッフと一体感を持って、さらに拡大していくつもりですので、ご期待ください。

番組連動のこうしたコンテンツがない時間帯でも、常時ページは出しておきます。「すぐ使いたいメニュー」として、ニュースや天気、エンタニュースは常に置いておきます。

また「日テレメニュー」という中でも、インターネット連携を活用したサービスを提供していきます。さらに今後インターネット連携ビジネスを展開できるような場所もつくり、随時拡大していきます。

久保社長：当面は内容については、放送番組及びCMもすべて12セグメントと同一の内容ということでサイマル放送になっていますが、データ放送の部分は、各社相当いろいろ工夫をし合うところです。お互いに切磋琢磨、競争して盛り上げていきたいと思っています。

#### 4. 第2日本テレビのグランドオープンとその後の戦略

記者：第2日本テレビがグランドオープンとなりますが、今後の戦略等をお聞かせ下さい。

久保社長：4月1日からグランドオープンとなります。昨年10月末に始めてから、とりあえず認知していただくということに全力を挙げてきました。おかげさまで会員は21万人を突破しました。この数字の評価は皆さまにさせていただくとして、私自身はまずまず、何とかここまで来たかなと思っています。

4月1日からは、これまで皆さまからいただいた意見を参考にして、早くコンテンツに到達できるような仕組み等々を考え、また、本格的な有料のコンテンツも流します。引き続き原則有料ではありますが、無料のコンテンツも豊富に揃えます。詳しくは、後ほど、担当者からご説明いたします。

ご参考までに、先週24日の自民党の片山前総務大臣が委員長をされている通信・放送産業高度化小委員会で、第2日本テレビをお見せしながら、放送局はネットの世界に後ろ向きになっているわけではなく、いろいろなことを自ら手掛けてやっていますという説明をさせていただきました。

#### <第2日本テレビについて>

土屋敏男商店会長：現在会員数21万人を突破した第2日本テレビですが、4月1日（土）正午に、リニューアルを行いグランドオープンします。この日、現在開催中の汐留イベント「春はDANCE&DANCE」と連動して、13時から第2日本テレビでもステージイベントを行います。PCと携帯電話からの投稿をもとに、選考を勝ち進んだ「第2日本テレビ専属女性アナ（学生アルバイト）」のお披露目や、「お笑いつち」に出演したタレントによるお笑いカーニバルなど、第2日本テレビワールドを展開。大物ゲストが登場するかもしれません。ぜひ多くの皆さまにご来場いただければと思います。



それでは4月1日より、一体何が変わるのか、そのリニューアルのポイントについてご説明します。

まずはサイトの操作性の大幅な向上です。この5ヶ月間、実際にサービスを開始して以来、ユーザーの方々より、第2日本テレビに関する様々なご意見・ご感想が寄せられました。これらを反映し、映像コンテンツの商店街というコンセプトはそのままに、充実したインデックスを設置。また商店街の広場中央に、巨大モニターを設置。「いちおし」のコンテンツや、新作コンテンツなどのPR動画を随時配信して、そこから即コンテンツに移動できるようにします。

「どんなコンテンツがあるのかがすぐにわかる!」「見たいコンテンツに、すぐにたどり着ける!」「初めてVODに触れる人にも優しいナビゲーション」という3つのポイントを強化し、第2日本テレビがユーザーの皆さまにとって身近なサイトになることを目指します。

リニューアルのもう一つのポイントは、さらなるコンテンツの充実です。「ズームイン!!SUPER」をはじめとした番組連動コンテンツ、完全有料の第2日本テレビ・スペシャル・コンテンツ、またスポンサーニーズに応えるコンテンツなどが続々登場。地上波番組の制作スタッフが、番組の中では残念ながら放送できなかった内容を、「ディレクターズカット版」としてお届けしたり、オープン当初から多くの方が期待されている「あの人」によるスペシャル・コンテンツが登場したり、スポンサー企業とのコラボレーション店舗が登場したり、第2日本テレビの世界はどんどん広がっていきます。



最後に今後オープンが予定されている新店舗をいくつかご紹介します。

◆ **ズーミンの森**

「ズームイン!!SUPER」と連動した楽しいお店。名物「投稿ビデオ大賞」のコーナーなど、気になるコンテンツがいっぱい！

◆ **地球を作ろう**

第2日本テレビの視聴者から寄せられた海外を旅行した時のVTRを、世界地図にマッピング。やがて完成する、世界中のあらゆる場所の生きた動画データベースをお楽しみに！

◆ **投稿フラッシュコロシウム**

ここは闘いの場。腕に自信のあるWebクリエイターが、アニメーション作品の面白さ、素晴らしさを競う、ネットならではの格闘技は必見です。

## **5. 3月期末における業績予想と営業状況**

記者：3月期末における業績予想と営業状況について、よろしくお願ひします。

細川知正副社長：それでは簡単にご説明します。3月期末における業績予想ですが、前回、第3四半期までの決算並びにその段階での予想に対し、売上はほぼ予想通り、コストもその範囲内で収まっている、というのが現状です。

続いて営業状況ですが、ネットワークタイムセールスの4月期レギュラー番組に関しては完売しました。

皆さまご注目のナイターですが、ご存知のとおり、私どもは基本的にはレギュラーと一緒に売っており、そのほかにエキストラCMと延長CMを別売りしています。これに関してはここ数年そうですが、一試合毎の単発セールスですので、この時点で完売ということはありません。

それから、WBCの影響はたしかに直近の部分、特に開幕のシリーズなどにはプラスに働いており、順調にセールスできました。しかし、9月までの全体でいえば、まだ半分に達していないというのが現状です。

それから、もう1つの大きな要素であるスポットですが、昨年末のボーナスの状況並びにこの4月は久々にベースアップがあるというようなことで、かなり消費が刺激されるのではと期待をしていましたが、4月の状況がよくありません。ただ、四半期決算になってから大体最初の月は、今までの予測よりもちょっと落ちているので、その辺の影響かなとは思っていますが、多少、懸念の材料と感じ、鋭意努力をしています。

## 6. その他

記者：竹中総務大臣が、「マスメディア集中排除原則」の緩和を検討する考えを明らかにしましたが、この問題をどのようにお考えですか？

久保社長：通信と放送の融合というテーマで竹中懇談会が動いている過程で、IP再送信とかIPマルチキャストの話とか色々出てきましたが、そのときに、現在の県域別免許、地域別免許、マスメディア集中排除原則との兼ね合いはどうなのかということは、我どもの側からむしろ問いかけてきました。マスメディア集中排除原則が生まれた背景には、様々な歴史的な経緯があります。それは同時に表現の自由とか、言論の多様性を担保するという仕組みでもあるわけです。

これは戦後の私どもの放送制度の根幹を揺るがすテーマですので、一放送事業者、一通信事業者、一省庁の考え方で押し進められるものではないと思っていますし、大臣の側から、記者懇談という席で、そういうお考えが示されたのであれば、ぜひ広い、国民的な議論の場で解決していただきたいと思います。

(了)