

## 2006年4月24日日本テレビ 定例記者会見

### <発表>

久保伸太郎社長：3つほど、発表があります。1つは、地上デジタル放送普及促進のためにテレビ各局が自主的にいろいろなことを既にやっていますが、日本テレビ社員の名刺と業務用の封筒に、「地上デジタル2011年完全移行」と刷り込んでいくことにしました。もちろん、私どもはD-P A（地上デジタル放送推進協会）をはじめ民放連、NHK、あるいはメーカーも交えた様々な地上デジタル放送推進のための組織をつくっており、そこでも様々な地上デジタル放送普及の促進キャンペーン及び「2011年7月24日で現在のアナログの電波が停波されます」という告知キャンペーンを行っていますが、それ以前に各局ができるなどをもっとやろうではないかというのが、私どもの提案です。現在山手線で、「デジタルGトレイン」ということで、巨人戦主催ゲームのうち私どもが放送権を購入した試合について、初めての受信実験を行っています。これも、地上デジタル放送は、アナログ波と違って移動体の中でも安定的に受信できるということを、広く皆さんに知っていただきたくて始めたものです。

2つ目に、地上波の放送局では初の、ISMSという情報セキュリティ・マネジメント・システムの国際規格の認証を取得いたしました。個人情報保護法の施行に伴い、個人情報の安全管理ということが各企業、各組織に一段と厳しく求められています。私どもはこの認証を取得することによって、さらに自主的な情報セキュリティの管理に努めるということです。

3つ目は、岡本太郎さんの最大の作品である「明日の神話」の一般公開日が7月8日（土）に決定いたしました。日本テレビの大屋根広場で、無料で公開します。やはり現物に接していただくことが一番かと思います。夏休み中に、ぜひお出かけください。

## 1. 期首特番の手ごたえと4月改編の動向、GW特番について

記者：新年度ということで、期首の特番と4月改編の新番組の手ごたえや動向、それから、1週間後に迫っているゴールデンウィークに向けての特番等がありましたら、お話しください。

久保社長：期末期首の特番について、日本テレビの基本的な考え方は、特に人気の高いレギュラーパン組をスペシャル化したことと、新しいコンテンツを開発したことです。昨年6月の社長就任以来、日本テレビの伝統に則って、私どものDNAを呼び起こして、発明品を世の中に送り出してほしいと現場にムチを入れているところです。

それから4月改編に関しては、情報系の番組で新しいものを立ち上げ、視聴習慣の獲得を目指しています。情報系の番組はどうしても1回ごとの視聴率というよりは、やはりこの時間帯、このチャンネルに合わせて観ていただくという視聴習慣を確立していくことが勝負だと思います。

手ごたえとしては、まず期末期首の特番に関して、例えば番組視聴率上位50本を並べて、その中に日本テレビの番組が何本あるかを数えますと、善戦しているのかなと思います。それから、新しいコンテンツの開発に関しましても、それなりの滑り出しだと思っています。情報系の新番組に関しては、タイトルを変えただけではなくて、新しいコンセプトを盛り込んで、新しい視聴習慣、視聴者層の獲得を目指しているわけですけれども、多少時間がかかるのかなと思っています。

それからゴールデンウィークの特番については、普段テレビをご覧いただく機会の少ない方にも、テレビの前に座っていただきたいという考え方で編成します。テレビはこんなにおもしろいですよ、あまり難しいことを考えずに、ちょっと座って4チャンネルに合わせてくださいということを念頭に置いています。

酒井武取締役執行役員（スポーツ・情報局長）：もう少し具体的な話をしますと、既存のレギュラーパン組で4時間枠の編成を行いました。「春のダンス祭り」が22.9%、それから「ザ！世界仰天ニュース」が19.4%と、結果としてよい視聴率が出ました。今まで4時間編成というのはなかなかやろうと思っていてもできなかったのが、今回思いきってやったことでいい結果につながったと思っています。それから、新しいコンテンツについては、「中井正広のブラックバラエティ」をスペシャル化して、これも16.3%と、いい視聴率を残せました。早めに期末期首をスタートさせたこと、そして3月期のWBCの盛り上がりもあり、3月の月間四冠王をとれたことは、4月への大きなはずみになりました。

私の担当の情報系は、どうやって視聴習慣を視聴者の方につけるかが今後の課題で、のんびりもしていられません。今色々な手を打っている最中です。

ゴールデンウィークは、5月の1週目と2週目の2週にわたって考えています。特に2週目は「キリンカップサッカー」を5月9日と13日に放送します。これはワールドカップ前の日本代表チームの最後の試合になります。そういう意味で、徐々にワールドカップモードになりつつありますので、この2試合で頑張りたいなと思っています。

## 2. プロ野球中継について

記者：プロ野球中継がスタートして約1か月が経とうとしているのですけれども、この間の視聴率の動向についてお話しください。

久保社長：巨人戦のテレビ中継については、昨日の巨人・阪神戦が終わったところで私ども日本テレビは10試合放送して、平均視聴率が13.4%。他局が7試合中継して12.9%。全平均では、17試合消化したところで13.2%です。昨年の4月は21試合放送して、平均が12.9%ですから、0.3%上回っているということです。私としては、巨人はすばらしいスタートダッシュをし、原監督も、先陣を切ってすばらしいゲーム展開や、新しいジャイアンツの姿をファンやテレビ視聴者に見せていると思っています。

巨人戦は、もちろんまだまだこれからです。私は「例外中の例外」と申し上げましたが、昨年は残念なことに視聴率が低下して、巨人戦離れ、あるいはテレビ離れというようなことが言われました。そこからまだ帰ってきていない視聴者の皆さまがいたら、ぜひテレビの前に座って観ていただきたい。昨年とは全く違います。あのジャイアンツがダブルスチールをやるというような、スピーディーな、あるいはスリリングな試合運び。ファームから上がってきた若い選手も活躍していますし、次々新しい選手も生まれています。ぜひ昨年のジャイアンツとは明らかに違うというところを観ていただきたいと思います。

酒井取締役：私はほとんど毎試合東京ドームへ足を運んでいますが、お客様の雰囲気が昨年とはちょっと違っているかなと感じます。お客様の期待感が違っているのかなと。例えば昨日の試合で4対0になった時、昨年だとあのままずるずるといって10対0ぐらいで負けてしまうのが、途中で阿部選手がタイムリーを打って2点追加、4対2と追いすがりました。私も何回か原監督と会って話をしていますが、とにかく一人ひとりがひたむきに野球をやるんだとい

う想い、私どもがずっと望んでいた、スポーツの原点であるひたむきさが出ているのかなと実感しています。当然今後も、勝ったり負けたりしていきますが、その中で基本的にはいい試合を、それからひたむきな試合をしてほしいと思います。そういう部分が今シーズンはファンを満たしてくれます。そしてこういったことが少しずつ拡がっていけば、テレビの前のお客さまも戻ってくると思っています。

それから、金曜日と日曜日に私どもは巨人・阪神戦を中継しましたが、個人視聴率では、やっぱり野球を支えてくれるM3層の人気は引き続き高いものがあります。M3だけではなくて、M2も野球をちょっと観てみようかというふうに、昨年より伸びている。そういうデータがちょっと私どもに期待感を抱かせています。今後は、大差の試合もあるでしょうが、選手がひたむきに、一生懸命やれば、お客様は逃げないで継続して観てくれると思っています。

記者：山手線で地上デジタル放送の受信実験を行いましたが、山手線以外の路線でも同様の試みや違ったアイディアを考えていますか？

久保社長：これはナイターに限定せず、当然のことながら、私どもとしては様々な機会にチャレンジしていきたいと思っています。今回はJR東日本さんに特段のご協力とご理解をいただきて、先方も新しいビジネスチャンスの拡大という観点からどういうことができるかということで、ご一緒させていただいたのですが、映るところ、映らないところがあるんですね。せっかくご覧いただいている方がストレスを感じてしまうと、地上デジタル放送のキャンペーンとして、非常にマイナスになりますので、プラスの要素が確実に見込める路線ということで、きちんと技術検証をしなければいけません。

別に日本テレビだけしかできないということではありませんので、むしろこれが刺激になって、各局が様々な実験に取り組んでいただければ、そしてそれが地上デジタル放送、特に移動体に関する魅力だということが拡がれば、非常にいいのではないかと思っています。

記者：先ほど、今年のジャイアンツは変わったとおっしゃっていましたが、そういう野球を続けていけば視聴率もさらにアップしていくとお考えですか？

久保社長：それだけではだめだと思いますね。やはり勝負事ですから。例えば、巨人・阪神戦、伝統の1戦は非常に盛り上りましたよね。やっぱり対決の構図というか、どこがジャイアンツを倒すかとか、どの投手とバッターの対決になつたらどういう展開があるかとか、そういうことを私ども自身でも発掘して

伝えていくということが必要だと思います。原監督のもとで巨人は変わりましたから、あとは丁寧に放送さえしていけばよいということではないと思います。新しいスター、矢野選手が出てきて、それではこの新しい選手とどういう選手が競り合っているかとか、どういう選手を彼はライバル視しているかとか、そういうことを伝えていかないといけないなと思っています。

酒井取締役：例えば、もう間もなくすると交流戦が始まりますが、巨人対オリックス・清原選手ですとか、巨人対日本ハム・新庄選手とか、2年目の交流戦は、ちょっと見てみたいなというような要素もあるのかなと思っています。

それから、私どものスポーツニュースでもご紹介しましたが、韓国SBSのケーブルテレビで巨人の主催ゲームを全部中継しているんです。これはケーブルですが、シェア（占拠率）でいくと大体25%前後をとっています。それだけ韓国でも、ジャイアンツ人気が出てきています。これはちょっと今までになかったことかなと思います。

### 3. 3月期決算の見通しと営業状況

記者：3月期の決算について簡単な概況と、今年度の営業展開についてお聞かせ下さい。

細川知正副社長：3月期の決算の見通しですが、まさに今数字を集計している最中です。残念ながら、全体の情勢は最終的なものではありませんが、やはり第3四半期のときにお話ししたように、減収減益かなと思っています。今申し上げているのは単体の決算の話です。

ただその中で、例えば映画が予想以上に収入の下支えになっているということ。それから今の集計段階で言いますと、やはりコストコントロールが、私たちが想定したよりもうまくいっているかなという部分があり、おそらく第3四半期で発表させていただいたものに比べると、やや上ブレすると予測しています。近々に何らかの形で正式な数字が出せるのかなというふうに思っています。

それから、4月の営業状況ですが、状況は相変わらずかなり厳しいというのが実感です。その中で野球の状況ですが、いわゆる野球特有のセールス（延長セールス、エキストラCM、看板セールス等）に関しては、ジャイアンツが好調ということもあります、スタート前よりはかなり好転しています。特にバックネットの看板セールスは完売しており、順調に進んでいると感じています。

スポットは、4月の厳しさは残念ながら変わらないものの、5月は、ある程度見えてきており、6月以降についても、まだ2か月先なのではっきりしているわけではありませんが、一時言われたほど悪くはないのかなと読んでいます。

記者：映画は、「ALWAYS 三丁目の夕日」の影響ですか？

細川副社長：もちろん「三丁目の夕日」がその中心になっています。数字は、まだ全部ではないですが、数億円の規模と、とりあえず申し上げておきます。

記者：DVDも再来月出るそうですけれど。

細川副社長：そうですね。6月9日に株式会社バップから発売されます。

久保社長：映画業界の皆さまからは、「ALWAYS 三丁目の夕日」は映画館に観に行く映画というよりは、DVDで観る映画ではないかという話を聞いており、期待しています。

#### 4. ワンセグスタート1か月の反響と今後の対応について

記者：4月1日にワンセグがスタートして、もうすぐ1か月が経とうとしていますが、今後の戦略は何かありますか。

久保社長：私自身、手ごたえは十分と思っています。既にご案内の数字でしょうが、ワンセグ携帯の販売台数は50万台、出荷台数が70万台で、まだまだ持っていない人のほうが圧倒的に多いということですが、4月19日の日経新聞にありました電通総研が行ったワンセグ、テレビ付き携帯電話についての調査結果（「情報メディア一人利用・実態調査」）によりますと、43%が買いたい、持ちたいという回答だったということで、非常に関心度は高いのではないかと思います。したがって、機種が増え、サービスの魅力が伝わっていけば、またその努力をテレビ局自身がやっていけば浸透してくれると思います。

データ放送部分の魅力も、自己採点では、自画自賛ですが、◎ではないかなと。他局の皆さんも、かなり積極的に取り組んでおられるという印象を持っており、日本テレビとして、まだ取り組み方が足りない部分などいろいろ見てきています。こういう競争がどんどん出てくれればサービスやコンテンツの質の向上につながるのではないかと思っています。

それから、先ほどからお話をしているデジタルGトレインですが、12セグメントとワンセグが受信環境によって自動的に切り替わるわけですが、初日のナイター中継中に、北海道で地震があったという地震速報が出ました。ご家庭でテレビを観ている方はすぐに速報で知ることができますが、外にいても、ワンセグには同じように速報が流れますので知ることができます。自分が生活しているところだけでなく、実家や友人の住んでいる遠隔地の災害情報なども速やかに届けることも、私ども地上波放送局には義務付けられています。そういう新しい面も発見し、情報の充実を図る必要性を改めて感じました。ワンセグに関しては総務省も、災害情報等については非常に役立つと期待しています。

## 5. 地上デジタルの今後の展開とデジタル化の戦略について

記者：先日、総務省でデジタル放送のロードマップ等も発表されていますが、今後のデジタル化の戦略についてお聞かせ下さい。

久保社長：2011年7月24日、アナログ停波が法律で決められており、もちろん総務省からもいろいろご指導いただいていますが、私どものビジネスの根幹に触れるところでもあり、最大限の努力をしていきます。それに尽きます。やはりアナログの電波で見られていたものが、デジタルに切り替わった途端に見られなくなるという状態は、視聴者保護という観点から、決して好ましいことではないわけで、総務省も放送局に対しての最大限の自主努力を要請しています。それに従い、私どもとしてもサービスエリアを確保するというのは、セールスに直結する話ですから、最大限の努力をしたいと思います。

ただし、アナログでカバーできているものをデジタルの電波に切り替えるということは、国策で打ち出されたことですから、最大限の自主的な経営努力をしても、なお電波が届かないというところに関しては、最大限の公的支援をお願いしたい。これは日本テレビが単独で申し上げる話ではなくて、民放連、NHKを含めて、皆さんこれからも繰り返しもっと訴えていかなければいけないことだろうと思います。

記者：デジタル普及のきっかけは何になるとお考えですか。

久保社長：やはりスポーツ中継は非常に効果的だと思っています。今年はワールドカップがありますし、巨人戦のようなスポーツ中継、あるいは国際試合を含めたサッカーの試合など国内でも大型のスポーツイベントがたくさんあります。当然、2008年の北京オリンピックは、大変な機会になると思っています。

## 6. 「通信・放送の在り方に関する懇談会」の議論について

記者：竹中大臣の私的懇談会「通信・放送の在り方に関する懇談会」も、来月の今頃には結論をとりまとめなければいけないという状況になっています。今の議論の在り方等々について、意見や感想があればお聞かせください。

久保社長：通信・放送の在り方に関しては、この竹中大臣の私的懇談会のみならず、自民党の通信・放送産業高度化小委員会、片山（虎之助）小委員長のもとで、あるいは以前から存在している塩野（宏）先生が座長の放送政策研究会（「デジタル化の進展と放送政策に関する調査研究会」）等々、ざっとあげたところでも、この3つの場でいろいろな議論がされているわけですね。

私としては、前回も申し上げたように、放送制度というのは50年以上を超える歴史を持つ制度で、非常に国民生活にかかわりの深い制度ですから、できるだけ広い国民的議論のもとで解決していただきたい。その1点に尽きます。

やはり放送というのは、国の安全保障にかかわるという非常に大きな要素があります。私は制度の改革は全く必要がないとか、未来永劫現在の制度で十分だとか、そういうことを申し上げているのでありません。放送、その中でも特にテレビ放送は、技術の進歩の産物です。技術の進歩は受け入れるべく、私どもも様々な取り組みをして対応してきたわけですが、それにだけとらわれるのではなく、やはり放送が持つ、そもそもその根本的な機能は何かということを十分踏まえて議論していただきたいと思います。

放送は好きな人が好きな番組、あるいは好きな視聴をすればいいんだというものだけではない側面があるんですよね。だからこそ、私ども民間放送にも放送法16条、災害情報について速やかな放送が義務付けられているわけです。特に私ども地上波局の役割は、そういう面で非常に重い側面がある。

ですから、技術の進歩に伴う伝送経路の議論ばかりでなく、やはり放送というものは、どういう情報、内容を国民・視聴者の皆さんにお届けするものなのかということが、実は非常に重要であり、その視点をぜひ忘れないでいただきたい。もちろん私どもも様々な失敗をして皆さんから叱咤を受け、免許官庁から注意を受けたりもしているわけですが、それでも私どもとしては50年以上に及ぶ自己規律、番組の考查機能、コマーシャルの考查機能等々、そういう機能を持った上で総合編成というもとに情報を送り出している。それをぜひ忘れないでいただきたいと思います。

（了）