

2006年9月25日日本テレビ 定例社長記者会見

< 発表 >

久保伸太郎社長：まず、ご報告申し上げます。先週の金曜日に報道されましたアナウンサーの不祥事ですが、日本テレビとしましては、事態の発生報告を受けるとともに、速やかに調査を重ねて、就業規則違反であるという判断のもとに、チーフアナウンサーからの降格という厳しい処分を速やかに下しました。併せて一定期間出演を見合わせるという謹慎の処分も担当部局内で管理職の裁量で実施していましたが、今回の報道を受け止められた視聴者の皆さま、関係者の皆さま等に対する配慮、今後出演するということについてもご不快の念をお持ちになるという方も当然いらっしゃると思いますし、総合的に勘案して今後の出演も見合わせるという措置を講じています。さらにその先については、適時適切かつ慎重に判断をしていきたいと考えています。この件の性格に鑑みて、相手の方への二次被害、三次被害を防ぐという観点から、必要最小限のお答えにとどめているということをご理解いただきたいと思います。

続いて3つほどご案内があります。1つは、NTTドコモとつくりましたLLP（有限責任事業組合）「D.N.ドリームパートナーズ」投資案件第二弾です。詳細はお手元の資料に配布してあるとおりです。

（リリース参照 <http://www.ntv.co.jp/info/news/315.html>）

2つ目は、既に公表済みのことですが、10月から11月にかけて慶應義塾大学のメディアコミュニケーション研究所と共催で公開講座を開きます。（リリース参照 <http://www.ntv.co.jp/info/news/313.html>）

3つ目は、財団法人日本テレビ系列愛の小鳩事業団の後援イベントで、今回で9回目を迎えるものですが、ラン・フォー・ビジョンという視覚障害者のマラソンのイベントに、箱根駅伝に出場している大学の部員の方が伴走していただけるとのことです。是非皆さんにご取材していただければということでお知らせいたします。実際に花の二区等を走っている選手が伴走していただける大学もあります。詳細につきましては、主催者にお問い合わせ願います。

1．上半期視聴率動向の総括と10月改編のポイント

記者：上半期、特に7月以降の視聴率の動向と総括、秋の改編のポイントは？

久保社長：上半期の視聴率動向を一言で総括すれば、私どもが期待していたところには届かず非常に残念、ということです。

一番残念なのは、やはりナイターの視聴率が予想に届かなかったということです。現時点でナイター中継をした全局平均の視聴率が9.6%。日本テレビ単独の平均視聴率は9.4%でナイター中継の全局平均よりも落ちているということです。繰り返し申し上げているとおり、スポーツソフト、さらにはプロスポーツソフトの中では、野球の人気は非常に高い。その中でも巨人の人気は非常に高いということで、開幕当初から、山手線の中での「デジタルGトレイン」実験を初めて行い、電車の中でも地上デジタル放送の中継を観ていただくなど、様々な取り組みもしました。また、球団、読売新聞社をはじめ、様々なスポンサー、あるいは通信、携帯電話の事業者の皆さんとワンセグサービスの魅力を伝えるようなキャンペーンをいろいろな形で展開してまいりましたが、視聴率は私どもの期待には届かなかったということです。それが上半期の総括でいえば一番のところですね。

平均視聴率で見ると、苦戦を強いられた上半期であったかもしれませんが、その週の番組別の視聴率ベスト10や20などを見ると、わが社の番組は決して見劣りしない数が必ず入っている。したがって、強い番組は非常に強いということは立証されていると思います。やはり日本テレビが独自に努力して送り出した、私は発明品と呼んでいますけれども、私どものDNAを生かした独創的な番組については、引き続き視聴者の皆様の支持をいただいているし、またスポンサーの皆さまからも高く評価されています。下半期、あるいは来年4月以降についても、やはり独創的な番組を送り出していくということが、「地上波のどのチャンネルを見てもみんな同じ番組じゃないか」といったご批判に対しても最大の回答かと思っています。

山根義紘取締役：連続四冠王の時代から、タイムテーブル自体にあまり大きな変化がないということが、プライムタイムの枠で大きく視聴率が上がらない原因だということは十分承知しています。現在の視聴率は、フジテレビが平均で14%台...それに続く2位、3位、4位というのは3局がダンゴ状態です。その中で、戦略がないままただ無闇に新番組を出すのではなく、どうやってプライムタイムのタイムテーブルを立ち上げていくかというのかというのが一番大きな課題ですから、今回の改編も戦略的に行いました。

一番の目玉は、開局以来のニュース番組である「きょうの出来事」を終了し、52年ぶりに「NEWS ZERO」という新番組を立ち上げました。これまでは、30分のニュース番組とスポーツニュースは別番組に分離されていましたが、これをストレートニュース、スポーツ、エンターテインメント性のある企画とまとめて1時間番組としました。ニュース戦争は非常に厳しいので、楽観視はしていませんが、新しい形でのスタートに期待しています。

よみうりテレビ（YTV）枠の改編が、木曜日の「ニッポン旅×旅ショー」と月曜日のアニメ「結界師」の2枠。この他、日本テレビでは「14歳の母」、「たったひとつの恋」というドラマと、月曜日の22時「極上の月夜」という新番組が始まります。10月期は、大規模なプライムタイム改編を行いませんが、その理由は、この4月、7月にスタートした番組が、ナイター中継のために放送される機会が少なかったため、10月の改編後ももう少し様子を見て、その結果によっては来年の1月、あるいは4月に大幅なプライムタイム改編を考えているからです。開局55周年の2008年に向けてトップを目指そうという旗が立っていますので、このスケジュールに向かった形でプライムタイム、そして4月以降の午前帯、午後帯、土日のタテ枠などについても取り組んでいきます。

期末期首編成については、今週9月25日から10月15日まで3週にわたって、大型単発番組等を含めた形での特別番組編成のスケジュールを決めています。

記者：甲子園の高校野球が人気を集める反面、巨人戦の視聴率は低迷していますが、巨人戦中継の今後については？

久保社長：私ども日本テレビ、放送権を払って購入して放送する側へのご質問ということでお答えしますが、やはり高校野球の斎藤投手の活躍や、WBCの試合など単発では野球の人気は衰えていないということは明らかです。それを毎週毎日2時間以上にわたってテレビの前でご覧いただくスポーツソフトとしての商品力というか、商品価値、市場価値はどうかというご質問だと思いますが、それについては、私からお答えするまでもなく結果が出ていると思います。今シーズンはほぼ終わりつつありますが、来シーズンの放送権の購入や、放送の試合展開については、その結果をもとに現時点から考えています。

というのは、一定のファンがいることは事実ですね。ゴールデン、プライムの時間帯で10%をとれないということがどういう意味を持つのか。しかし、必ずこの視聴率を稼ぐということはどういう意味を持つのか。地域差等もあります。そして依然として野球、プロ野球、巨人戦というのは、球場に行けばお客さまは待っています。ほぼ優勝の行方が決まった段階でも、ファンの熱狂ぶりが球場ではうかがえます。ただ、このソフトは、ドラマ番組のように視聴者

の皆さんから不評なので打ち切りにするとか、内容を変えていくとか、ヒューマンストーリーがないからもうちょっと工夫をしてというようなことができません。私どもが演出することができないソフトです。もちろん私どもの期待としては、人気チームが最後までデッドヒートで優勝争いを演じるという場面がほしいわけですが、しかし、ナショナルフラッグ、日の丸を背負ったような試合とか、ここ大一番というとき以外は、なかなかテレビの前では数字がついてこないことを十分に念頭に入れながら、来シーズン以降の編成戦略を考えていこうと思います。

ただ、繰り返し申し上げますけれども、野球の人気というのは依然として高いということですね。それから、スポーツソフトというのは野球に限らず、今マーケットでも争奪戦が繰り広げられていますよね。それはいろいろな伝送手段が出てきても、依然としてライブの魅力を最も発揮できるのはスポーツ中継ということですし、だとすると、これを全部やめてしまうという選択肢というのはまずないと思います。

2. 営業状況について

記者：営業状況についてお話しいただけますでしょうか。

細川知正副社長：9月の終わりですので、上半期はまもなく、半期の決算でくわしくご報告しますので、10月期とそれ以降下半期の状況をお話いたします。ご承知のとおり、ネットワークセールスというのは、大体1年間に2度(4月、10月に)大きく動きます。この10月期のセールスは、もう既にご案内のとおり、全局相当厳しい背景の中でございました。私どももゴールデン、プライムタイムの中で、CMタイムにして約30分の入れ替わりが起きている状況です。今年の大きな特徴は、2つの大きくネガティブな要因がありました。1つは、いわゆる外資系保険業が、ほぼ半減しました。それから、いわゆる消費者金融各社の自粛がさらに進み、1社あたり1局に対して月間15秒換算100本まで。そしてゴールデン、プライムに入ります22時から24時に関しては、月間15秒換算1社1局50本までという自主規制をなさいました。結果として、いわゆるネットワークCM買いは、例外はあると思いますが、ほぼ1つのクライアントが1局あたり30秒、週30秒1回だけというような形に大体なっています。全局一律ではございません。その中で約30分の枠を売ることになったわけで、相当厳しい状態でしたが、現時点とりあえず完売いたしました。

明るい要素といえば、先ほど編成から紹介のありました「NEWS ZERO」という新番組で、これにはかなり期待値も高く、従来の「きょうの出来事」の

クライアントがそのまま残られ、新規セールスも非常に早く完売しました。やはりはっきり個性の出た、新しい魅力を持ったものに対する需要はあるのだと感じています。ネットワークセールスの下半期に関しては、今後単発の状況その他がどうなるかということがございますが、ほぼ会社が期のはじめに想定したようなレベルで収まるのではないかと考えています。

一方、スポットのセールスは、ご承知のとおり、8月、9月も前年に達しないという状態です。これはエリア全体も含めてですね。私どもエリアのシェアよりも落ちているという期間が、少し続いていましたが、ようやく9月からほぼエリアのシェア並み、つまり前年比のエリアのシェアと日本テレビのシェアが同じという形にほぼなってきました。10月に関してはおそらく前年比90は超えますが、95までいくかどうかというような感じだろうと思っていますが、11月、12月と前年をオーバーするという見通しはまだ立っていません。したがって、スポットに関しては、期のはじめから続いているやや低迷の状態をまだ脱していないというのが現状だろうと思います。現時点での営業状況のご報告は以上です。

3．増収を目指している放送外収入の動向 - 映画、事業など

記者：今テレビ局にとって放送外収入は非常に重要ですが、映画関係、事業関係含めて現時点での動向等をお願いします。

久保社長：私が社長に就任して以来、社内に放送外収入の増大確保を目指そうと呼びかけてきましたが、着実にその呼びかけに応える実績はあがりつつあります。収入、利益とも大幅な伸びを示しています。

これまで放送収入依存型の日本テレビでしたから、放送外収入の発射台が低いというか、もともと規模が小さいところから努力を重ねていますから、伸び率が大きくなるのは当たり前だと言われればそれまでですが、私として、やはり相当努力が実を結んでいると思います。本格的に取り組んできたことで、外部から共同事業のご提案も、今まで以上に盛んにいただくようになりました。

具体的には、まず映画事業ですが、「ゲド戦記」は、24日現在の最新興行収入では72億円強、観客動員が580万人。「DEATH NOTE デスノート」の前編も好調で、興行収入28億円、動員が223万人。それから「ALWAYS三丁目の夕日」のDVDが目標としました40万本は超えました。「DEATH NOTE」に関しては、後編も既に制作中ですが、11月には日本、香港、台湾、韓国の4カ国で同時公開し、それにあわせ前編のDVDを発売する計画です。

また、最近力を入れている通販事業も前年に比べて大幅な伸びです。この大幅というのも、いずれも何倍というスケールで伸びています。

事業関係についても、昨日終了したばかりのディズニー・アート展は、東京都現代美術館の史上3位の入場者数、18万人強の入場者数を記録しました。1位は朝日新聞社のポンピドー・コレクション展、2位が私ども日本テレビのスタジオジブリ立体造形物展、それに次ぐ好成績ということです。事業関係も好調に推移しております。下半期には、大エルミタージュ美術館展を開きます。前評判が高いのでありがたいと思っていますが、是非皆様にもご支援いただきたいと思います。

4．2日本テレビの状況と今後のビジネス展開

記者：始まってまもなく1年が経つ「第2日本テレビ」ですが、現状や今後の取り組みについてお願いします。

久保社長：1周年に向け、現場ではいろいろなことを企画しているようです。

現状は、会員が今朝の段階で43万4,000人です。男女の比率でいうと、6対4くらいですが、他の同様のサービス比べると「第2日本テレビ」の会員は女性の比率が高くなっています。それからもう1つの特徴が、ティーンエイジャーの会員比率が高いということで、全体の20%がティーンエイジャーです。

6 大学野球の録画中継の配信を、秋のリーグ戦から開始をしました。

それから動画投稿のシステムも11月から導入します。

詳細は、後ほど担当者からご説明させていただきます。是非、よろしくお願いいたします。

5．ワンセグサービス開始半年の評価

記者：ワンセグも始まってからそろそろ半年ですが、現状はどうでしょうか。

久保社長：「物理的にテレビを見ることができなかった場所」、あるいは「時間帯」に利用することが可能なワンセグサービスというキャッチフレーズとともに、展開してきました。朝食をとりながら、夕方ちょいと一杯カウンターの席でニュース速報を見る。例えば自民党三役決定のニュースをすぐに見ることができるのは、便利ですし、これはまさに理想的なワンセグの使い方ではないでしょうか。私たちから、こんな時に便利ですと宣伝するのではなくて、ご利用いただく皆さまに、どのように使ったら便利かを考えていただく、そのアイデ

アがいろいろなところから私どもに伝わり、サービスに繋がる、ということだ
と思うのです。朝の通勤・通学の時間帯やお昼休みの時間帯にどういう情報サ
ービスを流していくかということだろうと思います。

J E I T A（社団法人 電子情報技術産業協会）によると、6月で120万台の
ワンセグ搭載端末が出荷されたと発表されています。スピードからいって着実
にワンセグ対応の携帯端末は台数を伸ばしていくでしょうし、さらに普及が進
んでいくことを強く期待しています。

私どものデータ放送を活用したワンセグ連動番組は21あります。在京キー局
ではトップクラスの連動番組数ということで、「マイ ボス マイ ヒーロー」
や、「エンタの神様」、「ギャルサー」が非常に好評だったということです。それ
から、「24時間テレビ」も大変好評だったと聞いています。

冒頭発表させていただいた、LLP（D.N.ドリームパートナーズ）でも、「ルド
イア 星惑三第～別名：第三惑星 アイドル～」という番組で本格的なワンセ
グ連動企画を行いますし、今後も積極的に取り組んでいきたいと思います。ビ
ジネスモデルについては試行錯誤の状態、まだまだこれからだとは思いますが、
地上波テレビに対する接触時間、接触できる場所は限られています。テレ
ビの普及台数が4千数百万世帯に1億台、テレビ視聴時間は1日あたり3時間
30分から45分程度。やはり地上波デジタル放送によって可能になるこのワンセ
グサービスというのは、地上波局にとって大変なチャンスだということは思っ
ています。

記者：地下鉄等で見られないという声が非常に高い中、実証実験の機運も高ま
っているようですね。

久保社長：皆さまにそういう声をあげていただければいただくほど、私どもと
してはありがたいです。携帯電話は地下街、地下鉄では通じないという声を受
け、それを解消すべくギャップフィラーをどんどんどんどん増設したことで、
携帯電話のサービスエリアが広がっていきました。

ワンセグ放送というのは、災害情報を一斉同報で一方的に送り出すという点
では、非常にメリットのある放送サービスですので、どんなところでも視聴が
可能になるよう期待しています。総務省との連携がいろいろな形で始まりまし
たので、担当役員から補足させていただきます。

島田洋一取締役：地下といっても、地下鉄の車内でのワンセグの視聴は、国土
交通省、地下街での視聴は総務省と担当官庁が違います。私どもに対して総務
省から、「地下街でワンセグが見られるように」と提案があったのは、大規模災

害等々があったときに、同時に一斉に状況を知らせるのにはワンセグが大変有効な手段であるからだと思います。現在民放各局とNHKでワーキンググループをつくり検討しているところです。

今候補に挙がっているのは、八重洲の地下街と川崎駅の地下で、今年度中、に実施する予定です。八重洲口のほうが進捗しており、具体的にどういう方法で電波を出すか。これはギャップフィラーという方法になると思いますが、実際にそれを行う場合、これは再送信になりますから、免許をどこかが受けなければいけないわけで、その受け皿をどこにするか。それから設置、メンテナンスを行うためのランニングコストの負担方法等々について、現在検討中です。8月末の時点で、検討ポイントをまとめ、現在各ポイントについて、鋭意各方面と検討中です。早ければ、年末までには試験電波を発信して、具体的にどの程度電波が受かって、有効利用できるかという実証実験にたどり着ければと思っていますが、今のところ具体的なものは見えていません。

記者：地下鉄についての実証実験は、まだ行われていないのですか。

島田取締役：いえ、国交省でも検討中とのことですが。ただ、地下街と地下鉄とは、電波を伝える方法が違います。地下街の場合は、アンテナを立てて、ギャップフィラーをつくって流せばいいわけですが、電車の場合はトンネル内を移動していますから、同軸ケーブルを引いて、そのケーブルの中から信号が漏れるという漏洩ケーブル（LCXケーブル）にしていけないとできないということです。

6．著作権の集中管理が始まるが、ネットへの番組配信は進むのか。

記者：先日レコード協会などから、著作権の集中管理というのが始まるという発表がありましたが、これでテレビ局側としてはネットに対する番組の流通が、より進むものとお考えですか。

久保社長：コンテンツの流通促進ということは、放送事業者としては、大いに歓迎したい事柄ですから、様々な関係者の間で仕組み等についてルールづくりができて、皆さんの合意ができれば大変ありがたいということだと思っています。したがって、今盛んに関係者の方が大変な努力をされているということについては敬意を表したいと思います。

レコード協会と、CPRA（芸団協）が9月8日に文化庁に対して、放送番組のネット配信などを含む使用料規定を届けて受理されたという報道がございま

したが、この報道の一部に関しては、レコード協会から民放連の事務局に対し、事実の誤認があるというような連絡があったと伺っています。つまり、私からこの席で申し上げたいのは、民放連として今回の使用料規定にある料率に関して、レコード協会、CPRAと合意してはおりませんということです。今後とも、日本テレビでは、実態に即したルールづくりができるように、努力をし、同時に、丁寧に対応していきたいと思っています。

D.N.ドリームパートナーズ

第一弾のアニメーション「DEATH NOTE デスノート」に続き、今回第二弾は、アニメーション並びにバラエティ、ドラマに出資します。権利調整はまだ引き続き交渉しているところもありますが、NTTドコモ独占で長尺、いわゆる番組丸ごとストリーミング配信することが今回のポイントとなっています。これは、この8月31日に発売されたドコモのN902IXという長尺配信用の端末に対応したサービス内容になっています。

バラエティに関しては、ワンセグのデータ放送部分を使います。このバラエティ番組は、アイドルを投票で選び、デビューさせ、いろいろ展開していきましようといった番組ですが、その投票システムをワンセグ連動で行います。放送時間が24時50分、投票締切が朝の4時で、それまでの間、ワンセグ並びに携帯サイトでの投票ができる形となっています。特徴は以上です。

【関連リリース】<http://www.ntv.co.jp/info/news/315.html>

第2日本テレビの展開について

第2日本テレビの現状についてお伝えします。第2日本テレビでは、10月の開局以来、多くの無料コンテンツを配信するとともに、さまざまな有料課金サービスに挑戦してきました。その代表的な作品が、ダウNTOWN・松本人志による第2日本テレビオリジナルのコント「Zassa (ザッサー)」ですが、配信開始から3ヶ月が経過した今も、人気コンテンツとして購入件数を増やしています。また9月1日からは、「電波・雷波100」と題して、圧倒的な動画再生数を誇る「電波・雷波シリーズ」の作品を、初月無料の月額課金サービスとして配信しています。さらに同日より、去る7月7日に、岡本太郎作「明日の神話」の前で行われた「神話ライブ」の模様を、9月末日までの予定で有料課金コンテンツとしてインターネット配信。この売上げは、岡本太郎記念現代芸術振興財団に寄付します。

日々、会員数が増え続けている第2日本テレビですが、開局当日を上回る会員登録数を記録したのが、今年8月26日、27日に放送した「24時間テレビ29」と連動したコンテンツの配信時でした。人気コンテンツである「ダンス甲子園」や「アンガールズのチャリティマラソン」のほか、ネットでしか見られないコンテンツとして「日産本社ギャラリーのイベント」の動画配信も実施。また、デジタルコンテンツチーム（任意の社内横断組織）を中心に、豊富なコンテンツとデータを、地上デジタル放送の12セグデータ、1セグ、携帯サイト「MY日テレ」、日テレホームページ、「第2日本テレビ」で効率的、かつ多角的に展開することができました。

こうした番組連動コンテンツを充実させるとともに、第2日本テレビでは新規コンテンツの獲得にも積極的に取り組んでいます。その一環として、東京六大学野球2006年秋季リーグ戦（9月9日～10月29日）の土日に予定されている全試合を配信することを決め、9月19日（火）からサービスを開始しました。期間中の毎週末、神宮の杜で繰り広げられている若き選手たちの熱戦をあますところなく伝えます。

【関連リリース】<http://www.ntv.co.jp/info/news/312.html>

今後の新たな展開としては、これまで木曜の深夜に放送してきた地上波番組「第2日本テレビ」が、10月4日（水）24：56から30分番組としてスタートします。その名も新たに「でじたるのバカ²」（「でじたるのばかばか」）。「第2日本テレビ」のサイト内で展開しているコンテンツのみならず、「デジタル」にまつわるありとあらゆる話題を取り扱う戦略的バラエティ番組になります。MCは、日テレ・地上デジタル推進大使の馬場典子アナウンサー、演出は、第2日本テレビ事業本部エグゼクティブ・ディレクターの土屋敏男が担当します。

また11月には動画投稿システムを導入します。これまでも投稿型のサイト「地球を作ろう！」や「投稿コロシウム」がありましたが、今回導入するのは、番組「でじたるのバカ²」内で発表するお題に基づいて、視聴者の皆さまから送られた動画を受け付けるシステムです。PCからの投稿はもちろん、年内には、カメラ付携帯からの投稿も可能となります。

【関連リリース】<http://www.ntv.co.jp/info/news/316.html>

「第2日本テレビ」は今後も、視聴者の皆さまにいっそう楽しんでいただけるコンテンツの充実を計りながら、「有料課金コンテンツの販売」と「広告付き無料コンテンツの配信」を2つの柱として、事業展開を進めてまいります。

（了）