

2007年5月28日日本テレビ 定例社長記者会見

＜発表＞

久保伸太郎社長： 私からのお知らせは3つです。1つは、7月1日付で組織改正を行います。現在の21局（室）体制を15局（室）体制に整理・統合、組織をフラット化することで、業務効率の向上を図ります。業務窓口を一本化し、部門間の連携をより密にすることで、意思決定のスピードアップを図り、さらに、中期経営計画で示した「放送外収入の伸び率No.1」を実現するために関連部門を集中して配置し、柔軟な人的活用を推進します。買収防衛策の検討や、放送法改正など、様々な制度改正の動き等々に対応するため、間接部門が若干肥大化したきらいもあり、やはり我々の本業である番組づくり、報道、技術、あるいは放送外収入を上げていくため、そうした部署に人材を充てていきたいと考えています。

2つ目に、「日テレecoウィーク2007」についてですが、これまでの「ecoウイークエンド」の取り組みをさらに充実させ、6月3日から10日までの8日間、スペシャル番組だけでなく、レギュラーパン組でもeco企画を取り上げていこうと、「日テレecoウイーク」と名付けました。日本テレビは、環境保全活動、環境問題の重要性に関して、メディアとして社会的責任を果たしていくことが重要と考え、企業自身が取り組み、番組でも取り上げ、イベントも開催する。さらにBS日テレ・CS日テレプラス＆サイエンスでも、期間中に環境番組を放送するなどマルチ展開します。

さらには、今年で30回を迎える24時間テレビ、そして夏休みに学校・教育をテーマに番組をあげて取り組んでいくという“キャンペーン型の番組編成”を試みたいと考えています。会見の最後に、小杉編成局長から詳しく説明させていただきます。

3つ目は、技術統括局と総合広報部の発案で初めて実施した、日本テレビの最新の中継車が学校に出向く「日テレ体験教室」のご報告です。渋谷区立山谷（さんや）小学校のご協力、ご理解を得て、5月19日土曜日に開催しました。全校児童184名のうち、土曜日にも関わらず、107名の児童と保護者の方も参加してくださいました。どのようにテレビ番組ができるのか、普段放送機材に触れる事のない子どもたちに、カメラを構えてもらったり、音をミキシングしたりといった体験をしてもらいました。保護者の皆さまからの評価に加え、児童からは「実際にカメラを持つことができて嬉しかった」「中継車に乗る

ことができて楽しかった」「チームワークが大切だということを学んだ」「テレビを作っている人のことを思って番組を見ようと思った」といった感想が寄せられました。日本テレビを身近に感じていただける試みは、今後も積極的に取り組んでいきたいと思っています。

私からは以上です。

記者：「日テレ体験教室」を始めたきっかけは？

久保社長：どうやって番組をつくっているのか、テレビって何だろうかという素朴な疑問に対して、テレビ制作の現場から教育の現場へ一所懸命伝えるということです。若い社員のアイデアで、「テレビってこうやってできるんだよ」ということを伝えたいという気持ちもあったかと思います。快く引き受けていたいた関係者の皆さんには感謝しています。

これまでにも日本テレビは、「あなたと日テレ」という視聴者の皆さんと日本テレビを結ぶ番組や、テレビをよく知るテレビ「メディアマガジン」の放送を行い、また番組制作者たちが直接視聴者の皆さんと対話を持つ「日テレフォラム」を開催してきました。今回は技術の現場からの声で実現したというところが特徴です。

1. 最近の視聴率動向と7月期の編成戦略について

記者：最近の視聴率動向と、それから7月期の編成戦略について説明をお願いします。

久保社長：4月改編については、土曜、日曜日は、枠移動等も含めて合格点と自己採点できるのではないかと思います。いい方向に踏み出したかなと。平日については、方向性は確認されていますが、個別の番組を見ると、まだまだ視聴習慣を獲得するにはさらなる努力が必要かなと思っています。しかし、全体として思いきった改編ということについては、評価をいただけるのではないかと思っています。

それから、各局の視聴率や、HUTをご覧いただくと、半年前、1年前とはずいぶん競争環境が変わってきている。全体的に視聴率が落ちていますが、それをそのまま飲みこんでいいのかというと、私たちは決してそうではないと思っています。ワンセグの携帯端末とか、パソコンでテレビを見るといった、様々

な地上波番組を見る情報端末、媒体が増えてきていること。さらに、6時～24時のデータで算出される視聴率調査には取り込めない、午前0時以降の時間帯や、非常に朝早い時間帯で私どものニュース情報番組を中心にご覧いただいていることなど、明らかにちょっと視聴の形態が変わってきている傾向もあります。私どもがつかみきれない視聴機会の増大もあるのではないかと思っています。それにどう対応していくのかというのが課題です。

山根義紘取締役：上半期7週の平均視聴率は全日が8.1%、プライムタイムの平均が12.2%ということで、フジテレビに次いで2位で今のところスタートしています。ゴールデン、プライムの改編を10時間行いましたが、週末については枠移動を含めて大成功と思っています。土曜日の「天才！志村どうぶつ園」の枠移動が成功し、「世界一受けたい授業」が16%をコンスタントに取れるようになってきたということで、やはり19時台を含めた流れが良くなり、底上げされたというのが現状です。日曜日20時の「世界の果てまでイッテQ！」もコンスタントに13%を超えるまでに成長しました。

一方、月曜日、火曜日が非常に厳しい数字になっています。一ケタ番組を何とかなくそうということで改編をして、スタートした際には一ケタ番組が1本も出なかつたのですが、7週目に入り、火曜日の19時、火曜日の21時、22時、この辺がなかなか思ったとおりに視聴率がとれないというのが現状です。

木曜日は、2時間のスペシャル番組「モクスペ」を久々に復活させました。こちらは13%ぐらいの視聴率をとっており、底上げができたと考えています。

7月の改編については、火曜日、水曜日、土曜日のドラマ3枠と月曜日の22時、この4枠を改編いたします。火曜日のドラマは、「探偵学園Q」、主演は神木隆之介君と志田未来さん。これは少年マガジンに連載していた漫画で、過去に単発で、スペシャルドラマとして放送したところ15%を超える結果を出しています。これをレギュラー編成で火曜日の22時に放送します。

水曜日のドラマは、「ホタルノヒカリ」というタイトルで、綾瀬はるかさん主演。女性に非常に人気の高いマンガのドラマ化です。話題性は相当あると思います。土曜日のドラマは、「受験の神様」。主演はTOKIOの山口達也さんと成海璃子さん。社会現象となっている中学受験を背景に向き合う、父と息子の姿を中心に描きます。

最後に月曜日の22時枠ですが、「夏ドキュ」というタイトルで、7月23日から4週連続でドキュメンタリーをお送りします。ある定時制高校の4年間を密着取材し、入学から卒業に至るまでの生徒たちと教師の姿を真正面から取り上げていきます。

プロ野球ですが、5月3週までのナイター中継の平均視聴率は、日本テレビは11.2%。全局の平均が10.6です。昨年よりは少し下がっていますが、ジャイアンツは好スタートをしていますので、このままトップ前後を走っていると、交流戦に入ってどのような視聴率が出るか注目しています。

六大学野球については、6月3日（日）、14時55分から16時10分まで早慶戦の第2戦を放送いたします。

「24時間テレビ」は、8月18日（土）、19日（日）に放送します。「人生が変わる瞬間（とき）」というメインテーマで、人生を変えた出会い、言葉、歌、番組、友達などにスポットを当てていきます。スタートして30年、30回目の「24時間テレビ」になりますので、30年経ったら人生はどのように変わったかといった振り返りなどの構成も考えていきたいと思っています。

メインパーソナリティーは、ご存じのタッキー＆翼の2人。マラソンランナーは、萩本欽一さんです。第1回目のチャリティーパーソナリティが萩本さんでスタートした「24時間テレビ」ということもあります。快く走ってくださるということでマラソンランナーに選ばれました。

スペシャルドラマは、「君がくれた夏、頑張る幸せになるよ」。主演は滝沢秀明さんと深田恭子さんです。今年もまたご支援、ご協力をよろしくお願ひいたします。

記者：萩本さんのマラソン出場についてのお考えは？

久保社長：萩本さんは、30回続く24時間テレビの最初の司会を担当していただいた方です。さらに、私どもと縁の深い野球という事に関してみても、ご自身で行動を起こされたただ一人の方です。

毎年コーチをされる方は、どんな方でも走らせてしまうというすばらしいノウハウの持ち主ですから、もちろん100キロマラソンをぜひ走り抜いていただきたいですが、同時に次の31回以降の「24時間テレビ」につないでいくための1つの象徴とも受け止めています。正直に言ったら、「本当に気をつけてくださいね」というところもありますが、タレントの皆さまは体力勝負ですから、私どもの見えないところで相当いろいろそれぞれの努力をされているそうです。そういうところも見せていただけるのではないかと期待しています。

2. プロ野球及び六大学野球の中継について

記者：プロ野球、セ・パ交流戦への期待感はいかがですか。

酒井武取締役：今、セ・リーグは中日と巨人が2強の構図になっていますが、交流戦を通じて、これから夏場に向けての優勝争いも含んで、いい展開になってくれるかなと思っています。本当は3球団ぐらいで首位を争ってほしいのですが、そういう意味では長いペナントレースの中では交流戦もそのきっかけですし、期待しています。

記者：地上波放送での早慶戦中継への期待は？

酒井取締役：以前お話ししたとおり、私どもは、早慶戦や斎藤投手人気の前から、六大学野球の放送に取り組もうということで考えていました。結果として斎藤君が1年目から活躍して、現在のような盛り上がりになりました。ただ、ご存じのとおり、六大学野球を編成するのは非常に難しいですね。というのは、雨が降ると当然中止になりますし、中継する試合に斎藤君が投げる保証は何もない。6月2日（土）、3日（日）と早慶戦がありますが、早稲田が1勝すると多分優勝が決まります。今、日本テレビが編成しているのは3日の試合ですが、ひょっとすると2日に斎藤君が投げてしまうかもしれません。ただ今度の早慶戦がある意味ではこの春のシーズンの締めくくりですので、開幕戦からの斎藤君を中心とした総集編のような形での放送を考えています。

記者：今回視聴率がよかつたら、秋の早慶戦を地上波でという話も視野にあるのですか。

山根取締役：もうちょっと大きい意味で言いますと、プロ野球の大物選手がアメリカへ行ってしまうといったことがある中で、少年野球、高校野球、六大学野球など、話題性のあるものについては、やはり将来に向けて注目し、野球全体の底上げを考えていきたい、ということです。斎藤君や、楽天へ入団した田中君といったスーパースターが出てきましたので、いろいろな形で野球を底上げできるような機会には思いきってやっていきたいと思います。今後も臨機応変に考えていき、できれば本当にそういうチャンスがあればやってみたいとは思っています。

3. 3月期決算と企業防衛策について

記者：先日発表がありました3月期の決算と買収防衛策について、改めて社長から説明をお願いします。

久保社長：5月17日に発表させていただきましたが、単体では微増収増益、連結ベースでは減収増益です。増益部分については、放送外収入によるところが非常に大きいです。放送収入の部分は、当然視聴率動向とも密接にからむところがありますから、何としても視聴率を回復していくことが重要だと思っていますが、構造改革に時間を費やしている間、放送外収入については中期経営計画でお示しした方向性を社員、あるいはグループ会社も確認して、ほぼ私どもの計画している方向に歩み出したのではないかなどは思っています。

放送外収入を稼いでいこうといっても、私どもの収入の源泉である地上波の番組から遠く離れたところで種を蒔いて、肥やして刈り取りしていくのではなく、やはり地上波を中心としたところから様々な展開をしていくという考え方には則って、編成・制作一体になっていた大編成局を分離しました。

7月に行う組織改正では、さらに社会情報局、スポーツ局、制作局と分けました。編成局には地上波番組の置き方、並べ方といった編成戦略ももちろんですが、それ以上に経営戦略とも密接に結びついた編成、それは地上波番組の編成だけではない、様々な展開をして稼いでいく戦略を考えてもうべく、「編成戦略センター」「デジタルコンテンツセンター」「映画センター」など5つのセンターを置きます。地上波の番組からどうやって私どものコンテンツを最大限活かしていくかという発想で、組織としても人員体制としても、特に社員の意識改革を進め、大きく育てていきたいと思っています。

買収防衛策に関して、株主の皆さんから様々なお声は頂戴しているのですが、昨年の株主総会で提案して、80%強の賛成で支持を得ました。様々な環境の変化もありますので、1年限りとして毎年提案し、その都度株主の皆さんのご意見を踏まえて導入していくというもので、今回以降は過半数の賛成を得て成立するという仕組みになっています。内容は昨年提案したところと基本的に変わっていません。放送事業の特性を考えると、短期間の利ざや稼ぎで売買をして、どんどんどんどん持ち主が変わっていくのみならず、経営内容にもその都度様々な介入が出てくるということは、決して好ましいとは思っていませんし、私ども自身で示した成長戦略の下で、株主の皆さんのご支持を得て企業価値を上げていきたいという趣旨です。

記者：第2日本テレビ事業本部は廃止ですか？

久保社長：第2日本テレビ事業は、編成局の「デジタルコンテンツセンター」に発展的に吸収させ、引き続きやっていきます。皆さんにアピールしていく初

期の段階は過ぎ、今後の展開には地上波番組との連動が非常に重要で、ネット配信の展開等についても、地上波番組の制作者、制作現場、そして編成との連携が必要と考えました。

例えば、水曜ドラマ「バンビーノ」は、HPでスピンオフドラマを無料で配信していますが、その累積再生回数（4月18日～5月27日まで）が100万回を突破し、日本テレビのHPで配信した動画で史上最高の数字となりました。携帯サイトでも累計15万1000回再生されました。こうした展開をみても、今後は、編成局も今までとは質が変わっていくと思います。「デジタルコンテンツセンター」や「映画センター」については、さらなる成長を期待しています。

4. 国民投票法が成立、民放連も危惧しているがどのように見ているか

記者：先日国会で国民投票法が成立しました。これについては「放送法があるのに改めて規制するのはおかしい」とか、「広告が2週間前から禁止されるのは、言論と表現の自由の抑制につながる」など様々な意見が出ていますが、社長の見解をお願いいたします。

久保社長：既に民放連会長の会見で、民放連としての意見は開陳されており、重複する部分があるかと思いますが、放送法という、既存の法律で定められていることをそっくりもう一度法律に記入したというのはいかがなものか。民間放送事業者にのみ、その文案の対象とされていることはいかがなものかと考えています。私ども放送事業者の自主的な判断というのを尊重してほしかったということです。

一方で、NHKを含め、テレビ局の影響力が年ごとに大きくなっているということに対して、国会の皆さまの関心が高いのかなと。その関心の高さに対して、放送事業者がこれまでどう応えてきたのか。私ども放送事業者だけでなく、活字媒体を含めてメディア全体で、これはどういう動きなのか皆で真剣に考える必要があると思います。表現の自由とか言論の自由、報道の自由というのは、新聞社、活字媒体の皆さまが先行して長い歴史の中で勝ち取ってきたものです。テレビ放送は戦後誕生した新しいメディアです。放送が対象になっているということのみ絞って議論するのではなく、やはり150年近い歴史の中で獲得してきたものに対して、メディア全体でもっと議論すべきだったのではないかと感じています。

キャンペーン型番組編成について

司会：小杉編成局長から、今後の編成戦略についてのご説明をいたします。

小杉編成局長：この夏考えています編成に関してご説明いたします。先ほど、社長から日テレecoウィークの話がありましたが、日本テレビではキャンペーン型の番組編成というのを今後展開していきます。

第1弾として、ecoウィークです。6月3日から10日までの8日間、これは情報番組や報道番組だけではなく、ゴールデン、プライムのバラエティ一番組も中心になって環境を考えていきます。例えば、「週刊オリラジ経済白書」では、環境の値段を取り上げてみたり、「今田ハウジング!!」ではecoの家を紹介したり、「ザ！世界仰天ニュース」では世界のエコ事情など、それぞれの番組の特性を活かし、番組自らがecoに関して考えるという内容でお届けします。

第2弾といたしまして、「学校って何」と題し、夏休みに合わせて親子で学校、教育を考えてほしいというキャンペーン型番組編成を行います。7月23日から「24時間テレビ」までの1ヶ月間を予定しています。

これも「NEWS ZERO」や「NNN News リアルタイム」といったニュース番組だけではなく、情報番組やその他の番組も、学校について考えるというキャンペーン型の編成をやるということです。先ほど話が出た「夏ドキュ」の中で定時制高校のドキュメンタリーを4週連続で放送するというのもその一環です。

そして、第3弾が8月18、19日放送、今年で30回目を迎える「24時間テレビ」です。これは1年間かけたキャンペーンと思っていただければわかりやすいと思います。ecoをテーマに1週間、学校をテーマに1ヶ月、24時間テレビのチャリティーは1年通して行うキャンペーン番組の編成をやっていこうということです。

3つのキャンペーン編成の全てに共通しているのは、ちょっとしたことからみんな始めようじゃないかということです。個々の番組が単独にではなくて、日本テレビはこれに取り組むぞという形でやっていくというのが、eco、学校、そして24時間テレビの3つ連続のキャンペーン型編成ということです。

学校のキャンペーンに関しましては、現在番組の内容を考えていますが、パーソナリティーも立てて、展開していこうと思っています。次回の社長会見には第2弾の学校キャンペーンに関する詳細についてご報告できると思います。

記者：キャンペーン型番組編成というのはよくあることなんですか。

小杉編成局長：多分キャンペーン型の番組編成というのは、他局ではまだやつていないのでないかと認識しています。

社長から発明品をつくれ、と言われていますが、番組の発明品は、制作局など、それぞれの原局が中心になってやります。編成でできる発明品というのはこういうことだと思いますので、今後もまたいろいろやっていこうと思っています。

(了)