

**2008年3月24日日本テレビ 定例記者会見**

## &lt;発表&gt;

久保伸太郎社長：はじめに、ワンセグ・プレミアムナイターについて、発表します。改正放送法施行に伴い4月1日から携帯端末向けの地上デジタル放送、いわゆるワンセグ放送で、地上波放送とは違う独自の内容の放送が可能になりました。私どもは、まず巨人戦ナイターで、まだまだトライアルの段階ですが非サイマル放送を実施します。5月からのナイター中継で、10試合程度を予定しています。その内容は、①SBO（ストライク・ボール・アウト）スーパーなど画面表示の拡大、②イニングインターバルなど地上波でCM放送中に、ワンセグでは独自映像・音声を展開、③試合展開により、ワンセグのみ最大21時54分までナイター放送を延長、というものです。関東ローカルのみでの放送で、CMなしで展開します。いつでも、どこでも、視聴者の皆さまにナイター中継をたっぷりお楽しみいただくための、新たな可能性を探る試みです。

また、5月のワンセグ・プレミアムナイター放送実施に先駆けて、4月1日（火）から3日（木）まで、巨人・中日3連戦で、ワンセグ放送のSBOスーパーなど画面表示の拡大を行います。こちらの放送枠やCMについては、地上波放送と変わりません。

それから、私どもの関連会社のフォアキャスト・コミュニケーションズとバップが、動画配信ビジネスに取り組むためのLLP（有限責任事業組合）を設立することで合意しましたのでお知らせします。動画配信の第1弾は、4月8日（火）深夜からテレビ放送が始まるアニメ、「RD 潜脳調査室」です。

続いてのお知らせは、昨年4月にオープンした、横浜アンパンマンこどもミュージアムについてです。開館当初は、1年間で70万人の入館者を見込んでおりましたが、予想以上のお客さまにお越しただいて、間もなく100万人を突破します。

最後に、日本テレビ系列各局の皆さまと「NNSアナウンス大賞」を制定して、毎年各局で活躍したアナウンサーを表彰するイベントを開催していますが、今年も3月19日に表彰式が行われました。今年は特に男性陣の健闘、奮

闘が目立ちました。

## 1. 2007年度視聴率と2008年度への抱負

記者：2007年度も残すところあと1週間。年度視聴率の見通しと総括。さらに、2008年度の抱負、意気込みなどをお願いします。

久保社長：視聴率の改善は着実に進んでいます。私自身は、2008年総合優勝を目指そうということでやってまいりました。短期的な年間目標としては、今年は視聴率のトップ奪還という目標を掲げていますが、その方向に向かって全社挙げて取り組んでいる、同じ方向に向かって取り組んでいるということが言えると思います。

具体的には、ゴールデン、プライムの1桁番組をとにかく追放することです。それから、長い間続いてきた番組でも、金属疲労等々が散見されるようになった場合には、思いきって決断して、改革していこうということですね。2006年の秋、2007年の春、秋、今年の春とそれぞれの時間帯の改編に取り組んできましたが、今年の秋で一応その段階を踏んだ番組の構造改革は総仕上げにしたいと思っています。日々、あるいは毎週見れば視聴率のこぼこはありますし、改善点を言い出したら、まだまだきりがありませんが、少なくとも全社員一丸となって目指す方向に向かっていっていると思います。

室川治久取締役：年度の平均視聴率ですが、先週まで51週を終わって、現在のところ、全日が8.3%、プライムが12.3%、ゴールデン12.2%、ノンプライム7.2%で、すべてフジテレビに次いで2位です。あと1週残っていますが、おそらくそれほど大きく変わらないと思われます。

いずれにしても、昨年度よりゴールデン、プライムが順位を上げています。もう少し細かく言いますと、年度視聴率については前年度に比べて全て上がっています。年度視聴率で2位を取ることによって、来期4月以降に関して、闘える体制が整ってきたなと言えると思います。

特に、下半期だけで見ますと、全日が8.5%。昨年は8.3%でした。ゴールデンは昨年の11.8%から12.7%に上げています。プライムは12.7%から12.8%へ上昇。ノンプライムも7.2%から7.3%と、昨年度よりすべての部門で下半期においても顕著に数字を伸ばしています。それともう一つ、大きく言えますのは、メインの視聴者層と言える13歳から49歳のコアターゲットが改善されていまして、2006年10月からのタイムテーブルの構造改革の成果が非常によく出てきたということです。

さて、そうした中での4月改編ですが、土日が非常にいい状態になってきた、あとは月一金の弱いプライム帯、BC帯をどう改革していくかというところになるわけです。

プライム帯では、既に2月から月曜日21時に「人生が変わる1分間の深イイ話」を編成し、これは2桁の平均視聴率をキープしています。おそらく順調に伸びていくだろうと予想できます。

それから火曜の21時、これまで「週刊オリラジ経済白書」を放送していた枠に、「The M」という音楽番組が始まります。司会は米米クラブの石井竜也さん、それに酒井法子さん、劇団ひとりさん、この3人の進行で本格的な音楽番組をつくってみようじゃないかと考えています。その中にアーティストの歌の背景にある思い出話や、歌を作るきっかけというような話を入れ、ある種の波乱万丈的なものも含めて、ティーン層だけでなく、F2、F3までが楽しめる形をつくりたい。火曜日は「おネエ★MANS」があり、比較的ティーン層とF1、F2層にご覧いただいているので、このままその方たちを「The M」とその後にくく、蒼井優さん主演の「おせん」というドラマにつなげる編成で、若い層からF1、F2層までをしっかりと取り込もうという戦略です。

水曜日は、これまでの「今田ハウジング！！」の枠に「日本史サスペンス劇場」。今まで特番で放送し大変好評でしたが、これをレギュラー化して、船越英一郎さんらでやっていきます。この後に続くドラマ枠は、これまで大好評だった「斉藤さん」の流れをくむ、いわゆる女性の生き方シリーズで「ホカベン」という新人弁護士もの。上戸彩さんが主演し、新人弁護士の奮闘ぶりを描いたドラマです。

それと土曜21時には、ファミリーで楽しめるエンターテインメントということで、3年ぶりに「ごくせん」を放送します。前回の平均視聴率は、20.2%。今回も非常に期待しています。月一金で拮抗して土日の好調さで何とかひっくり返せないかという戦略です。

BCタイムについては、「おもいっきりイイ！！テレビ」の後に、13時55分から、よみうりテレビ制作の「情報ライブ ミヤネ屋」を1時間。その後、14時55分から、関東ローカル枠ですが、「アナ☆パラ」という情報番組をつくります。これは日替わりの司会で、「ズームイン！！SUPER」の西尾由佳理、「スッキリ！！」の葉山エレヌ、「ラジかるッ」の宮崎宣子、「おもいっきりイイ！！テレビ」の夏目三久、そして「NEWS ZERO」の鈴江奈々といった女性アナウンサーが中心となって、自分たちの番組で取り上げた情報なども含めていろいろな形で情報を伝えていくという番組です。当然事件があれば、報道と連動して多角的に番組を展開していきます。これで「NNN Newsリアルタイム」へつなげ、午後帯の視聴者を取り込もうと考えています。

## 2. プロ野球、六大学野球中継への取り組みについて

記者：プロ野球の開幕が迫りましたが、ペナントレースに向けての期待と、プロ野球中継への今期の取り組み、工夫などは？

久保社長：巨人戦中継については、この席で何度も繰り返しお話ししており、日本テレビ及び日本テレビ系列にとっては、上半期の特に重要なスポーツソフトですから、当然力を入れて、伝え方に一段と工夫を凝らして、視聴率も上げられるように全力を挙げていきたいと思えます。

そのために、社内体制についても、もう一度全部見直し、野球中継のプロモーション委員会である「プロ野球中継プロモーション・プロジェクト」をつくりました。この委員会と実働部隊であるワーキンググループには、日本テレビの関係部局員に加えて、私どものグループであるBS日テレ、CS日本、フォアキャスト・コミュニケーションズも入っています。野球中継を大いに盛り上げるためにこの体制を作り、それぞれ指差し確認をして取り組むぐらい、非常にきめ細かくかつ力を入れてやっているところです。

実際のプロ野球中継では、クロスプレーにこだわって、よりスリリングなシーンをきちんと視聴者の皆さまにご覧いただけるように最大限努力します。さらに、今年からデイゲームが増え、ナイターをなかなかご覧になれないお子さまも日曜日のデイゲームには親子連れで実際に球場に足を運ぶことができるようになりますから、それをまた中継演出の工夫で最大限盛り上げていきたい。デイゲームでは親子連れの招待企画や、インニングの合間に企画VTRを流す等の演出を計画しています。

それ以上に、私からは、ぜひ試合のスピードアップを実現していただきたいということを重ねて申し上げたい。先日東京キー局のプロ野球中継の担当者が日本プロ野球機構に申し入れをしましたが、それとはまた別の形で、私から、読売新聞社、読売巨人軍、あるいは原監督に、テレビで野球、巨人戦を楽しむ視聴者の皆さまのために、ぜひスピードアップを心掛けていただきたいということを重ねてお願いしました。強く期待しています。

記者：4月からは六大学野球も始まりますが、今年の取り組みは？

久保社長：基本的には昨シーズンと同じです。日テレG+と第2日本テレビでは全試合の中継を予定しています。それからBS日テレでは、早稲田の試合を

中心に10試合程度生中継いたします。地上波では早慶戦の中継1試合を予定しています。

記者：冒頭にご説明があったワンセグとの連動ですが、ワンセグでCMがなかったり、10試合で放送延長するとなると、逆に地上波の視聴者を奪いかねないということもあるかなと思いますが。

久保社長：ワンセグはまだ視聴率のカウントができるようになっていませんので、あくまでも実験ですね。せっかく制度上、法律上可能となったことについては、積極的に挑んでいきたい。その手掛かりとしてナイターを選んだということです。

記者：例えばすごく緊迫した試合になって、同点延長の場合には、急きょワンセグのみで放送延長対応ということもあり得ますか？

久保社長：いいえ。ワンセグ独自で放送延長をする日については、あらかじめ設定します。というのは、技術陣の対応も非常に重要なわけです。ワンセグだからいい加減な放送でいいとか、途中で電波が切れてもいいということにはなりません。あくまでも免許事業ですから、放送する以上は停波することのないように、きちんと番組、つまりこの場合は野球中継がきちんと流れるように、しかも独立した放送が流れるように対応しないといけませんから。

記者：実験として行うとのことですが、主にどんな反応を見たいのでしょうか？

久保社長：今までは全く同じ内容を12セグとワンセグで放送していましたが、ワンセグで独自のものを放送した場合に、番組の監視、マスター業務はどういうことになるのかといった技術的なこと。それから結果とその過程のスポンサーなどの反応ですね。非サイマル放送ではありませんが、4月の放送では、SBOの表示を大きくしたりする工夫をワンセグの部分だけで行います。既にデモの内容を見たのですが、明らかに見やすくなります。そういう放送内容に関して、スポンサー、広告会社、あるいは一般視聴者はどう感じるか。視聴者も若い人、あるいは中高年層で、どういう反応の違いがあるのか。検証しなければいけないテーマは、挙げていくと結構あると思います。

記者：希望としては何年ぐらいで実用化を目指していますか？

久保社長：希望は、できるだけ早くです。ワンセグ放送がスタートした当初は、例えば電池の寿命とか、あんな小さい画面で見る人がいるのかとか、いろいろな懸念があったと思うのですが、逆にこれだけワンセグ携帯がすごい勢いで出回って、携帯電話を次々に買い換えていくという需要動向、ワンセグ付きがほぼ当たり前という消費動向の中で、視聴者というか、消費者の皆さま自身が、こういうものがあれば便利だとか、こういう使い方があるという、声なり提案が出てくる。これは私どもの経験でも言えるわけですよ。携帯電話の最初の世界、ポケベルから始まって、新しい情報端末が出たときに、最初メーカーが想定していたのとは全く違うような使い方をされたことがありました。今後は、やはり一斉同報で同じ情報を同時に流せるという放送の特性、強さをどうやって発揮していくかということだと思っすね。やはり、その際には情報、ニュース等は非常に大きな強みだと思っています。

### 3. 北京オリンピックの特番についての方針

記者：北京五輪についてですが、先日女子マラソンの代表3選手が決まりました。3選手への期待と、日本テレビの取り組みについて伺いたいと思います。

久保社長：日本テレビの北京オリンピックの中継体制、MCの陣容等々については、おそらく4月早々にはお話しできるかと思っす。話題性も含めて、相当期待できる手厚い陣容になると思っす。ぜひご期待ください。

北京オリンピックについては、女子マラソンを放送することになりました。3選手が金銀銅のメダル独占というような、日本のオリンピック史上空前の出来事もあればいいなと思っすますが、女子マラソンだけでなく、その他の競技でも、ノーマークとは言わないが、あつというような選手の活躍もこぼれることのないようにきちんと伝えていきたい。

それから、どうしても日本のメディアは、日本選手の活躍を中心に伝えることが非常に多いんですが、世界の中の日本というかできるだけ世界的な視野から、活躍した選手について伝えていきたいと思っす。

それより以前に、無事開催にこぎつけることを強く念願しています。

### 4. 3月期末における業績予想と営業状況

記者：3月期における業績予想と営業状況について、お話しいただける範囲でお願いします。

細川知正会長：毎回申し上げていますように、上場会社ですので、傾向だけの説明とさせていただきます。

総売上、営業利益、経常利益ともに、上半期が終わった時点での予測に対して、多少上回るだろうということは言えます。ただ、本音で言うと、3月のスポットが予想ほどの伸びがみられなかったため、当初の期待ほどは上がらなかったというのが実情です。

総売上はうまくいけば前期を少し上回るとは思っていますが、営業利益、経常利益といった利益ベースでは前年の数字までは及ばないかなと。

当期純利益については、ご存知のような株価の状況ですから、有価証券の評価損を既に上半期でも立ててはいますが、下半期にも多少拡大する可能性があり、その分当期純利益は影響を受けざるを得ないだろうと考えております。

収入面では、CM広告収入が多少前年に比べると下がっており、それをいわゆる放送外収入、CM広告収入以外の数字の拡大で補っています。拡大しているのは、主に映画と商品事業になるのですが、これらにより総売上は上回ることになると思います。

以上はいずれも単体ベースですが、連結においてもほぼ同じ傾向になると考えています。

久保社長：営業状況ですが、最近の株式市場の混乱、株安、円高、原油高等、日本経済を取り巻く環境に、多少悲観ムードが漂っていて、日本の企業全体で何となく守りの姿勢にはいっていると感じます。交際費、交通費、広告費をとりあえず節約するという行動の原因となっているのではないのでしょうか。

我々の経験則では、年度末、期末には期余り予算というものがあつたものですが、広告費の期余りというものが期待ほどは出てきませんでした。

ただ、未来永劫出てこないとも思ってはいません。皆さんは今、極度に守りの姿勢に入っておられると、テレビ広告の出稿状況からうかがえます。

## 5. 放送外収入の動向について

記者：放送外収入のお話がありましたが、もう少し具体的に伺いたいと思います。

久保社長：いわゆる放送外収入といいますか、非広告、非テレビ広告収入は、映画及びテレビショッピング、DVDの販売等商品事業です。

ジブリ作品以外の映画についても、一生懸命やってきました。幸運に恵まれたというところもあり、目指す方向の確認ができたということで、積極的に取り組む姿勢を我々の取引先、関係先にも評価していただき、いろいろなお話を持ってきていただける。それにより相乗効果が生まれて、次々と話が進むというありがたい状況となっています。映画の収入について言えば、第3四半期末までで、前年の26%の増収、今年に入ってから「陰日向に咲く」「L change the World」など予想を上回る好調な推移をみせています。

テレビショッピング、商品事業等については、もっと大幅に伸びています。第3四半期末までで、前年の65%増。ただし、これは繰り返しお話ししているとおり、私どもは後発組ですので、発射台が低いところから一生懸命取り組んだ成果と思っています。

映画もテレビショッピングも、このまま一本調子で伸びていくとは思っていません。段階的に手を打ち、伸びてきたなりの体制もとらなければと考えています。例えば、昨年日本テレビがセブン&アイ・ホールディングスや電通とで設立した「日テレ7」は、その先取りで、新たなテレビショッピングの形として、実在の棚を持っている、流通の大手と一緒に取り組むのも1つの方法ではないかと思い、進めました。お店と組む以上は、私どもも番組の中で一緒にやっていく、新番組「買い物大スキ!女神の市場(マルシェ)」(毎週金曜16:00~関東エリアのみ)がその具体例です。放送業界だけではなく、流通関係者の方も注目されていますので、やるからにはきちんと評価していただけるように、成功という「はなまる」をもらえるよう頑張ります。

## 6. 日本テレビは持ち株会社化を検討しているのか

記者：先日、フジテレビが10月から持株会社に移行すると発表、TBSもその移行の方針を固めていらっしゃるようですが、持ち株会社化について、どのように考えておられますか。

久保社長：日本テレビ単体としては、今回の放送法改正によって経営の選択肢が増えたこと自体は、大変歓迎できることとは思いますが、少なくとも現時点では必要ないと考えています。

それは内容そのものを全否定するという意味ではありません。極めて中立的、繰り返し申し上げているとおり、内容等についても、十分勉強は重ねていくつ

もりです。しかし、当面は必要ないと判断しています。

(了)