

2008年6月30日日本テレビ 定例記者会見

久保伸太郎社長：まず、「アンパンマンデジタルLLP」（有限責任事業組合）の新規展開についてご説明します。6月に（株）フレーベル館と（株）トムス・エンタテインメントと日本テレビの三社で、1億円ずつ出資してLLPを作りましたが、その具体的な事業展開についてです。

NTTDocomo とは既に6月23日に、「それいけ！アンパンマン」のモバイルサイトのサービスを始めています。小さいお子さまをお持ちの方には、よく理解していただけたと思いますが、例えば待ち合わせで子どもがむずかるときなどに、アンパンマンの待ち受け画面を見せてなだめるのに用いたりします。このサービスを始めたところ、既に予想を大幅に上回る反響、ご利用をいただいています。ある時点でまとめてご報告したいと思います。

7月1日からサービスが開始されるソフトバンクモバイルと、既に開始されているNTTDocomo、KDDI 合計三社と事業を展開します。同じく7月1日に、「それいけ！アンパンマン」のポータルWEBサイトが立ち上がりますが、モバイルサイトで予想を上回る反響を既にいただいていますので、こちらにも期待しています。

1. 最近の視聴率動向。7月の特番、レギュラー編成について

記者：最近の視聴率動向についてお尋ねします。先週は、「ごくせん」の最終回が、非常に高い数字を出されたということですが、これについてどう思いますか。

久保社長：「開局 55 年記念番組 ごくせん」は、最終回で、視聴率が再び上向き、大変に高い視聴率を獲得することができました。

他のドラマ「おせん」と「ホカベン」は、業界関係者の皆さまの前評判も、放送されてからの評判も良かったのですが、いまひとつ幅広いファン層を獲得することが出来ず、高い視聴率が取れませんでした。

1月期は、全体として視聴率の改善が進んでいると繰り返し申し上げてきました。4月期は、もう少し視聴率が伸びて欲しかった。是非7月期には、さらなる躍進をと願っています。

室川治久取締役：「開局55年記念番組 ごくせん」ですが、最終回の視聴率が23.6%、全11回の平均視聴率が22.8%ということで、今期1位という状況です。歴代では、第1位が2回目の「ごくせん」です。続いて「土曜グランド劇場・家なき子」、「土曜グランド劇場・金田一少年の事件簿」と、それに続く歴代4位の視聴率でした。

年間視聴率では、上半期の視聴率で、全日、プライムともに確実にフジテレビとの差を詰めています。ただ、年度上半期12週の平均視聴率では、残念ながら差が詰まっていない、ちょっと足踏みしてしまった、というのが現実です。4つのカテゴリー、全日、ゴールデン、プライム、ノンプライムともにフジテレビに次いで2位に着けています。

差が詰まらなかった原因は、火曜日の「おせん」、水曜日の「ホカベン」といったドラマがいまひとつ伸び悩んだということにあります。また、月曜日の「人生が変わる1分間の深イイ話」は順調に育っていますが、その後番組の「オジサンズ11」や火曜日の「The M」が未だ伸び悩んでいます。このあたりが、この3ヵ月間の足踏みの原因だと思います。これを立て直すべく、10月改編含めて目下検討中です。

記者：7月放送予定の特番や、ドラマなど新番組についてご説明をお願いします。

室川取締役：7月の改編はドラマの3枠です。火曜のドラマは、深田恭子さん、谷原章介さん主演の「学校じゃ教えられない！」です。これまでずっと女子校だった学校が男女共学になって、初めて5人の男子学生が入ってきて、公式ダンスを通して学生たちが成長していく過程を描く、青春ドラマです。

水曜ドラマは、「正義の味方」です。主演は、志田未来さんと山田優さんです。山田優さんの役柄は、悪魔のような姉という設定で、非常に意地が悪く性格も悪いんですが、何故か結果は、他人に感謝されたり世の中のためになってしまうという二人の姉妹の面白さを描いたドラマです。

土曜ドラマは、「ヤスコとケンジ」、松岡昌宏さんと広末涼子さん主演です。元暴走族の松岡さん、元ヤンキーの広末さん、その弟、妹との関わりを楽しく描いたドラマです。

また、7月19日から映画「崖の上のポニョ」、久々のスタジオジブリ作品が公開されます。それに合わせて、7月の金曜ロードショーは、「ジブリ祭」と銘打ち、今週から3週連続でスタジオジブリ作品を放送します。今週が「猫の恩返し」、来週が地上波初放送の「ゲド戦記」、その翌週が「となりのトトロ」。スタジオジブリの人気作品を放送し、「崖の上のポニョ」を盛り上げます。

今年の24時間テレビは、8月30日の土曜日から31日の日曜日に放送します。メインパーソナリティが嵐、チャリティパーソナリティが仲間由紀恵さん。番組パーソナリティが久本雅美さんとチュートリアル。マラソンランナーがエド・はるみさん。テーマは「誓い～一番大切な約束～」です。ドラマは現在検討中です。縦軸となる企画は、各界の有名人と障害を持った方の協力による津軽海峡横断リレーといったことを考えています。詳しい内容は、追って発表します。

記者：平日の番組強化のため、この7月期に何か考えていますか。

久保社長：ゴールデン、プライムの視聴率1桁番組追放という方針に全く変わりはないですし、多少の時間的猶予は与えて様々な改善は試みますが、「駄目な物は駄目」と割り切りもまた必要だと思っています。

月曜日の「人生が変わる1分間の深イイ話」も、番組開始当初は、結構苦戦しましたが、着実に視聴率は上がってきていて、12～13%出るようになってきました。他の番組については、どこまで待てるか。皆さん、だんだん気が短くなってきて、テレビ業界のみならず、短期決戦みたいな、四半期別決算の導入の影響ですか、どの業界もそういう感じにはなっていますが、てこ入れ策は当然探ります。

記者：24時間テレビの出演者への期待を、久保社長からいただけますか。

久保社長：私が常に心掛けているのは、マンネリ打破です。24時間テレビのコンセプトはまんべんなく、かなり広く受け入れられていると思います。そこに必ず毎年新しい工夫を入れています。そういう観点でチャリティパーソナリティの仲間さんにも、メインパーソナリティの嵐の皆さんにも、マラソンランナーのエド・はるみさんにも期待しています。

2. プロ野球中継について

記者：プロ野球中継について。現状をどのように分析していますか。

久保社長：交流戦は、実際に球場に行くと大変な盛り上がりで、特にソフトバンクホークス戦は、東京ドームは超満員でした。それが視聴率につながっていないということは、やはりわれわれ自身まだまだ改善する余地があると思っ

て今後頑張るということです。

レギュラーが欠けた場合に這い上がってポジションを獲得しようとする若い選手や、久しぶりに起用されたベテランの活躍など、材料は揃っているし、球場も興奮というのとも出てきていると思います。何かきっかけをつかんで、それがプラスの方向のよい循環になっていけばと期待しています。高橋由伸選手も戻ってきましたし、上原投手は1イニングですけれども投げました。これからだと期待しています。

記者：ワンセグプレミアムナイターが始まって、利用者からの反響など、手ごたえはいかがですか。

久保社長：手ごたえはしっかりとありました。「やはりお客さまはもう既にワンセグのことをよくご存じだな」ということと、逆に「意外とまだ知られていなかったんだな」ということの両面を感じました。反応としていただいたものは大変好評なものが圧倒的です。

ワンセグプレミアムナイターをご覧になった場所をお尋ねしました。電車、バス、職場、学校、駅のホーム、順番待ち、待ち合わせ、自分の部屋、テレビのない部屋、台所、洗濯場、レストラン、食卓、トイレの中、お風呂、車の中、球場でご覧になっている。要するにまんべんなくご覧になっていました。どういう場所でどう見ると、自分の欲求に合う見方になるのかということをお客さまが見つけていくことになるんだと思っています。ある程度回数を重ねないと、我々電波を送り出す側も、どういう場所でご覧いただける放送なのか、まだ手探り状態です。告知、PRは、相当いろいろ行ったつもりではいます。

先だっの岩手・宮城内陸地震で、系列局のテレビ岩手のアナウンサーが、あるイベント会場からの中継で、「ワンセグ放送で今の地震速報を確かめているお客さんがいます」と話していました。ワンセグの使い方は、手探り状態です。出荷台数で3,000万台というところまできたそうですから、これは大いに期待しています。スポンサーの意見を伺うことや意見交換を行うことはこれからです。

イニングや点数などの表示が以前に比べて大きくなったことも好評です。

記者：ワンセグプレミアムナイターでは、地上波のCMの間にCMを入れずにやっていたと聞いています。今後は、どのようにするつもりですか。

久保社長：中継には当然コストがかかるわけですから、それを回収するのは中継の時間帯に適時適切に適量のCMを入れていくということが望ましいわけです。その方向は目指しています。ただ、単純にCMを入れるのか、それとも通信と連

携したクーポンのサービスとかにするのか。課題はいっぱいあります。

社内では、研究はもういい加減にして、具体的なビジネス展開をやらなければいけないと言っています。具体的にスポンサーのニーズを考慮してセールスに行くとか、そういう段階ではないかと思っています。

3. 組織改編と人事異動のねらい

記者：7月1日付組織改編と人事異動のポイント・狙いについてお願いします。

久保社長：私どもは株主総会終了後7月1日に定期異動、組織改正などを行っています。今回の大きな狙いは、コンテンツビジネス、特にライツビジネスについて重点を置き、事業局とコンテンツ事業局を統合しました。組織のスリム化という観点よりは、むしろ放送外収入、中でも特にライツ関係のビジネスの強化を図ろうということで、島田常務が陣頭指揮に当たります。

記者：改正のポイントで放送外収入の伸び率ナンバーワンを目指すと言っていますが、この点は重要なテーマなのでしょうね。

久保社長：全くそのとおりです。伸び率ナンバーワンを目指すとし上げたのは、われわれ映画、DVD、あるいはテレビショッピング等々についても、後発組というところがありましたから、とにかく伸ばしていく。統計の取り方はいろいろあるとは思いますが、実績としては中期経営計画を対外公表して以来、伸び率では総じてナンバーワンであると認識していますし、放送外収入ではフジテレビに次ぐところまで来ているのではないかなと捉えています。さらに絶対額でも追いつけるよう努力していきたいと思います。

4. 営業状況と放送外収入の動向について

記者：その、営業状況と放送外収入の動向などについて説明をお願いします。

久保社長：今日で今年度の第1四半期が締まります。いよいよ新たな会計制度、四半期別決算が上場企業で本格化するわけで、日本テレビも、まもなく第1四半期の決算については公表させていただきますので、ここで詳しく申し上げるのは控えさせていただきます。

営業状況ですが、ネットタイムは頑張っています。さらに、わが社でいえば特に関東、首都圏エリアを対象とする、関東ローカルの営業（首都圏営業）については、これは相当頑張っており、前年比100%を超える実績を上げています。一方で、スポットの収入は、残念ながら当初の見込みにはやはり及ばないというところ。これは、キー局全体にみられる状況ではありますが、その中で、わが社は落ち込みは当初想定していたよりは、落ち込み幅は大きいのですが、各局比較でいうと、落ち込み幅はそれでも少ない方であると。苦しい説明ですが、業界全体が落ち込んでいる中で踏ん張っているというところ。視聴率の改善が進んでいる結果、わが社のスポットのシェアは、着実に改善、数字は上がっています。しかし、いわゆる決算の数字ということでは、スポット収入は厳しい状況にあると、こういうことです。

放送外収入については、映画はこれから期待の作品が出てきます。テレビショッピングは、先ほど放送外収入のお話しをしましたが、非常に伸びてきました。その中で、何回か曲がり角を経験していますが、また次の曲がり角が見えてきたかなと感じています。セブン&アイ・ホールディングス、電通とご一緒に日テレ7という会社を作り、新しい形の取り組みを始めました。当然われわれとしては、同じビジネスで底上げを図ろうというのではなく、新しい展開で収入を増やしていこうという取り組みに期待しています。

5. 来月7月24日でアナログ停波まで3年、見通しと課題

記者：来月24日でアナログ停波まであと3年、先日の総務省の情報通信審議会の中間答申でも、生活保護世帯に簡易チューナーを配布すべきだという提言がありました。民放連が発表した普及率のアンケート調査でも、世帯普及率が43.3%と、総務省の調査と同じような数字でした。こうしたことを踏まえ、今後の見通しと課題をお願いします。

久保社長：民放各社の認識としましては、アナログ停波を延期しても、何もわれわれは得ることはないと思っていますから、国策として打ち出されたこの地上デジタル化については、設定された締め切り期限、2011年、平成23年7月24日に、何としてでもアナログ停波を実現させるということに尽きます。そのためにメーカーも含めて、NHKを含めた放送事業者、総務省、関係諸団体と全力を挙げて移行実現に努力するというように尽きます。

各局それぞれキャンペーン月を決めており、われわれは開局記念月の8月に、地上デジタル推進キャンペーンを様々な展開します。情報系の番組、あるいは

ゴールデン、プライムにかかる番組等々、幾つか選んで、連日連夜、朝から晩まで、様々な形でアナログ停波、デジタル推進キャンペーンを展開したいと思っています。

さらに、独自にできることも積極的に取り組みたいと思っており、ささやかですが、日本テレビのグッズを扱う日テレ屋というお店で、お買い上げ商品を入れるビニール袋に、「レッツ！地デジ」の地デジ推進のロゴを入れ、併せて、総務省や（社）デジタル放送推進協会（Dpa）から配られているデジタル放送を観るにはどうしたらいいかといったパンフレット等々を、お配りすることもやっています。これは、go!go!SHIODOMEジャンボリーが始まる7月の中旬から実施し、東京駅キャラクターストリートに出店している日テレ屋でも扱う予定です。

島田洋一常務：今年の7月24日これから実施しようと思っていることがもうひとつあります。テレビを観てくださっている方が、アナログで観ていらっしゃるのか、デジタルで観ていらっしゃるのか、区別がついていない。例えば、デジタル放送対応の薄型テレビをお買いになってもアンテナはアナログのままだというケース。実数はつかめないのですが、かなりそういうケースが存在するのはうかがえます。そこで、今観ている放送はアナログだと気づいていただけるように、現在放送しているアナログ放送に、薄いスーパーで「アナログ」と入れようと思います。これは私どもだけでなく、民放連加盟の127社全社で考えており、お客さま相談センターを設け、気づいた方にどのような対応が必要なのか相談していただけるようにするなど、今年の7月以降、周知徹底に全力を挙げ実施していこうと考えています。今後、デジタル移行のカウントダウンに合わせ、段階ごとに文言を変えていこうとも話し合っているところです。

記者：生活保護世帯への対策は、現状の案で十分とお考えですか？

久保社長：まだ決まった訳ではなく、これから予算要求をして、財政当局と予算折衝の上でなければ実現しない話ですから、第一歩だと思います。ご指摘のようにこれで十分なのかどうかということは、この中間答申等を受けて、今後総務省が様々なヒアリングをした上で予算要求をしていくということになると思います。

6. 夏のイベント「GO！GO！SHIODOMEジャンボリー」について

記者：夏のイベント、SHIODOMEジャンボリーについて見所などお願いします。

久保社長：今年は、7月19日（土）～8月31日（日）で開催します。見所はたくさんありますし、去年の10万人増の230万人を目標にしています。

新しい試みとしましては、今年は「アナウンサー落語」をご覧くださいます。男性アナウンサーが落語に挑戦、銀座の商店街のイベント「大銀座落語祭2008」に出演するものです。話す、喋るということが、本来の職業であるアナウンサーが、この伝統芸能の落語に挑戦するとどうということになるのか。日本テレビのアナウンサー陣の話術、話しぶりの技量を皆さまにお見せしたいという趣旨です。相当今訓練しているようです。

それから、「夏ドキュ55!」では、「NNNドキュメント」で過去5年ほどから選りすぐった作品をまとめて一挙上映します。この「NNNドキュメント」は、日本テレビのみならず、日本テレビ系列局全社が参加して制作しているドキュメンタリー番組で、日本テレビ系列ネットワークの中では、「笑点」と「3分クッキング」と並び、最も古い番組のうちの1つです。放送が日曜日の深夜で、なかなかご覧いただけない番組ですが、幾つかの賞をいただいているものもありますので、それをこの機会にぜひ皆さまにご覧いただきたいと。

このSHIODOMEジャンボリーは、ここに新しい社屋を建てた時から、汐留エリアの企業の皆さま、汐留町内会のみなさまと共に育ててたイベントです。大勢のお客さまに来ていただけるよう、話題性のある企画で盛り上げたいと思っています。

（了）