

## 2009年6月29日日本テレビ 定例記者会見

### 《 全文 》

＜発表＞

細川知正社長：

今日は、発表事項が3つあります。1つは、「GO ! SHIODOMEジャンボリー」。恒例の夏のイベントです。今年は、8月1日から31日まで。8月1ヶ月間に絞って盛り上げていきます。テーマは「お祭り」、サブタイトルが「ワッショイ2009」です。毎年恒例の大戯芸、「日テレART DAIDOGEI」もありますし、人気番組ブースや営業関連のブースも展開します。「いつ来ていただいてもおもしろい」と感じていただけるよう、趣向を凝らして参ります。

次に、携帯書籍「日テレ e ブックス」です。人気番組「世界の果てまでイッテQ！」から生まれた12万部突破のベストセラー「珍獣ハンターイモトの動物図鑑」が、「e ブックス」という形で登場しました。これもかなり期待しています。ぜひアクセスして下さい。

さらにもう1つ、地デジの1つの特色、「データ放送」のキャンペーン展開です。6月29日深夜から8月1日深夜まで、テレビ版「新世紀エヴァンゲリオン」全26話を9回に分けて一挙放送をします。ここで「日テレ系 e c o ウィーク」の時のように、番組を観れば観るほどデータ放送部分に「ポイント」が貯まるというシステムを活用します。今回は、作品のキーワードでもある「シンクロ率」を上げていくという形になっています。ぜひお試し下さい。

こういうデータ放送を使ったさまざまな試みを含め、地デジの新しい魅力の紹介と普及に取り組んでいきたいと思っています。

#### 1. 組織改編と人事異動のねらい

記者：まず、ドラマ局、バラエティー局等新しい局の設置を含めた組織改編と人事異動のねらいについて伺います。

細川社長：組織改編についての大きなポイントは2つです。

1つは、従来の制作局を「ドラマ局」と「バラエティー局」に分けたこと。もう1つは「ビジネス推進部」を編成局の中に新設したことです。

まず、制作局を2つに分けたことについてですが、これは日本テレビの商品

競争力という意味でメインになるドラマとバラエティーに、それぞれを得意とする人材を配し、きめ細かく業務を遂行することを目的としています。これは「商品力を強化」し「コストコントロールを行う」という会社目標に沿ったものです。ドラマ局長には、かつてドラマを手がけていた小松総務局長、バラエティー局長には日テレアックスオンの桜田社長を起用し、2つの局を運営して参ります。

次にビジネス推進部ですが、これはコンテンツ制作の中から生じてくるさまざまな形のビジネスを、具体的に収入にしていくことを目指すものです。よく「放送外収入」といわれますが、コンテンツ制作に関連した、いわゆる広告収入以外の収入を新たに得るということを推進していこうというものです。特に従来、放送外収入の両輪は商品事業と映画事業でしたが、これからはそれ以外のビジネスにも挑戦して参ります。例えばコンテンツを制作する際には、スタート時にたくさんの企画が上がってきます。しかしそれらの企画は限られたタイムテーブル上ですべて実現するわけではありません。そこで、日本テレビの放送に直接結びつくわけではないけれど、これらの企画段階のコンテンツを海外にフォーマット販売するなどといった別のビジネスに使えないかということを模索するのです。

このように、さまざまなコンテンツを最大限活用して、新しいビジネスを推進していこうということですので、営業局でもコンテンツ事業局でもなく編成局の中に置きました。これまでCM営業の中心的な立場を担っていた元営業推進部長を配置し、編成トラフィックの現場をやっていた人物をその下につける形をとりました。今すぐに実現できるわけではありませんが、これを収入の大きな入り口にしようと考えています。

もう1つ大きな要素は、グループ一体化の推進です。これは一昨年から「推進」あるいは「確立」ということを申して参りましたが、今回の人事異動ではグループ会社の社長クラスと本社の局長クラスの入れ替え・交流を積極的に行いました。これによって目に見える形でグループの一体化を確立したいと考えています。

以上のように今回の組織改正ならびに人事異動のポイントは「制作力のアップ」、そして「新しいビジネスへの集中」、さらに「グループ一体化のさらなる推進・具体化」です。

記者：ドラマ局とバラエティー局の2つに分けることによってそれぞれの競争心をあおり、より良い番組を作るという狙いもあるのでしょうか？

舛方勝宏専務：昨年来、編成・制作等を見て感じたのは、やはり組織が大きす

ぎるということです。また、バラエティー番組というのは喜怒哀楽のうち「喜びと楽しさを徹底して表現」します。ドラマは喜怒哀楽の「4つを同時に表現する」ソフトであるということです。その意味で2つを同じ局に置くよりも、分けて、それぞれの特性を追及して制作したほうが、効率がいいし集中できるだろうと考えたのです。

私は今、日本テレビのバラエティー番組の制作力は民放で一番だという自信を持っています。これについては余裕を持って今後も衰えさせないようにやつていきます。

一方、ドラマは、今は2枠しかありません。キー局でドラマ2枠というのはちょっと寂しい。3枠目の挑戦もしてきましたが、これまではどうしてもうまく視聴率がとれないという経験もありました。しかし、今は2枠だけですがドラマに対する女性たちの支持は大変強いわけですし、日本テレビのフラッグになりうるのなら、今ちょっと土壤は荒れていますが、これから戦略を考えながら、3枠、4枠にする準備に入るということです。

バラエティーは文句なしに「いっている」というならば、次はドラマを強化していくということです。

## 2. 最近の視聴率動向と編成戦略

記者：最近の視聴率動向と編成戦略について伺います。改めて社長から、ドラマ、バラエティーの総括や、最近の巨人戦の視聴率に対するご所感、まもなく始まる7月期のドラマへの期待などお聞かせ下さい。

細川社長：先週、視聴率四冠になりました。この4月期のドラマとバラエティーは順調だったと思います。水曜の「アイシテル - 海容 - 」も、土曜の「ザ・クイズショウ」も、驚異的な高視聴率ではなかったけれど、順調にいったと思っています。

バラエティーも安定しています。問題は敢えて言えば、「サプライズ」の視聴率の伸びが止まってしまった。この辺をもう少し建て直していかなければと思っています。

それから、あまり言いたくないが、全体にセットインユースが上がってきていません。特に金曜日。この対応をどうするかが今の問題と考えています。

プロ野球中継の視聴率は、4月スタート時点からそんなに変わっていません。毎年の傾向で、4月に比べると、5月、6月の視聴率は多少下がります。大きな変化は起こっていないと思っています。

舛方専務：スポーツ実況調で言うと、「まさに皆さんの記者会見を待ちかねたよう、合わせるように」視聴率四冠をとったと言わせていただきます。

視聴率四冠獲得は、今年初です。先々週がノンプライムで一位、先週が全日、ノンプライムで二冠をとつて、その次の週に四冠をとつた形で、私どもとしては非常に気持ちいい勝ち方ができたと思っています。

しかも、番組最高視聴率が5つ出ました。これはやはり、レギュラーパン組が強くなってきたということです。私どもは、期末期首や強化週では、新しいソフトを単発で放送するのではなく、今のレギュラーパン組を拡大放送しています。レギュラーパン組の拡大が、ソフトが強くなっていることを証明したと思っています。

毎週月曜日放送の「しゃべくり007」では、先週22日、2時間SPを放送し、番組最高視聴率の16.1%をとり、この時間帯横並びでトップとなりました。

昨日28日の「ミズノオーブンよみうりクラシックゴルフ」は、男女合わせてのゴルフの中継で今シーズン最高の視聴率13.6%をとりました。石川遼君の活躍も素晴らしかった。同じく28日の「世界の果てまでイッテQ！」が18.2%と番組最高視聴率を取りました。イモトがキリマンジャロ山登頂に挑戦しました。

「Oha! 4 NEWS LIVE」という朝4時から5時20分に放送している番組が、22日（月）に5.8%の視聴率をとっています。視聴率5%台は初めてです。週平均が4.4%だったんですが、22日（月）に5.8%をとっています。金曜日のセットニュースもちょっと落ちてきたと言われていますが、ライフスタイルが二極化してきている、視聴形態が変わってきたなと感じています。朝4時～5時20分の時間帯で5%を超える視聴率は、驚異的な数字です。

先週のプライムタイムの平均視聴率では、金曜と土曜以外全部日本テレビがトップをとりました。いろいろなターゲットの視聴が変わってきたのだと思います。

今まで私どもは、若い層に対する訴求がちょっと弱いと言われてきましたが、2006年から改革をしてきたものが具体的に数字になって表れてきたと思っています。日曜日のプライムタイムの視聴率の高さですが、先週は17時半の「笑点」が21.5%で、そこから22時30分まで5時間、私どもが視聴率15%以上をとっています。こういった形が3週続けています。それまでの視聴率の差を日曜日のプライムタイムで巻き返すパターンがとれていることが、今回視聴率四冠を取れた大きな理由かと思います。

7月期のドラマですが、水曜22時が7月8日から放送の「赤鼻のセンセイ」。これは院内学級を舞台にしたドラマです。大泉洋さんと小林聰美さんの非常に楽しいキャラクターをうまく活かしながらハートフルなドラマを作り上げてまいります。土曜21時が、7月18日から放送の「華麗なるスパイ」です。主演は

長瀬智也さんで、深田恭子さん、渡哲也さんにも出演していただきます。スペイコメディということで、主役の長瀬さんは、「マイ☆ボス マイ☆ヒーロー」以来2年ぶりの日本テレビ主演になります。深田恭子さんと渡さんに、本当に久しぶりに日本テレビに出ていただけるということで、ご家族で楽しめるスペイドラマになると思っています。

それからプロ野球中継の件ですが、WBCの影響があって、4月から6月までの平均視聴率が今年は10.6%でした。去年は9.9%でした。

7月24日には、札幌でのオールスター GAMEを、私どもが18時20分から中継します。ダルビッシュ選手も登場するでしょう。またWBCの興奮をつなげていければと取組んで参ります。

記者：プロ野球ですが、巨人の坂本選手や、最近1軍に上がってきた太田選手らの活躍に期待されていますか。

舛方専務：まさにそうですね。そのあたりの若い世代が出てくれないと、次のインパクトになっていきません。彼らは応えてくれているんじゃないでしょうか。いい感じできているなと感じています。

今までプロ野球中継を観るのは、団塊の世代が中心だと言われていましたが、若い世代、M1、M2、30代、20代、の方たちもWBC効果で観るようになつてくれたと思います。こういう方たちの開拓が今一番大事だと思います。プロ野球は、私どもにとって、また放送界にとって大変重要なコンテンツですから、裾野を広くしていくという意味で、そういう若くて活躍する選手も出てこなければいけないし、それでファンも拡大をしていきたいと思っています。時間はかかりましたが、WBC効果は非常に良かったと思っています。

記者：今年の24時間テレビについて、所感、ご期待をお聞かせ下さい。

細川社長：今年は既にご案内のとおり、メイン会場を日本武道館から東京ビッグサイトに変えました。「START！～一歩を踏み出そう～」をテーマにしています。広告会社さんへの説明会を先週の木曜日スタートしました。今回、番組の中身にもかなり自信を持っていますし、いろいろな工夫をして、従来よりもやや新規にセールする部分を増やしました。どうしても放送収入全体の地盤が下がっているところですから、この単発で一気に上乗せしていこうと考えています。

記者：やはり24時間テレビにも不況の影響はあるのですか。

細川社長：どちらかと言えば、こういうものに関してはそんなに影響はありません。番組としてここ数年間、視聴率的な面でもかなり具体的に実績を出しています。ですから、スポンサーの関心がかなり高い。不況といつても、選別の目が厳しくなっているというのが実際のところですから、いいものに対してはそれなりの反応を期待できると思っています。

### 3. 営業状況と放送外収入

記者：次に営業状況と放送外収入についてうかがいます。春の映画、ルーブル展についての所感、まもなく公開される夏の映画への期待などについてお聞かせください。

細川社長：東京でのルーブル美術館展は6月14日に終わり、6月30日からは京都に移ります。東京でのルーブル美術館展には多くの方に来ていただき、85万4,233人という記録的な入場者数となりました。終盤には入場が2時間ぐらいの待ちになり、終了時間、閉館時間の延長が連続して起こりました。

戦後日本で開かれた美術展の入場者数トップはモナリザ展ですが、ルーブル美術館展もベストテンに入りました。順位は8位で、私どもとしては最高の入場者数です。東京では大変な好評をいただきましたし、京都においても非常に期待できるということです。ある意味では、混み合いまして皆様には申し訳なかつたというのが、むしろ実情でございます。

次に映画ですが、「名探偵コナン」はたいへん好調でした。観客動員数は昨日までで294万人を超え、過去の名探偵コナンの13シリーズの中では最高の実績を上げております。

今後の映画ですが、7月4日にスタートする手塚治虫先生原作の「MW」。同じ日に毎年恒例の劇場版「それいけ！アンパンマン」も公開されます。7月11日には「ごくせん THE MOVIE」が公開されます。また8月に入りますと細田守監督のアニメ「サマーウォーズ」、そして、既に第1章、第2章でたくさんの方に観ていただきました「20世紀少年・最終章」がいよいよ8月29日から公開されます。このように、この夏はかなり映画に力を注ぎます。

営業状況は、タイムセールスに関しては大きな変化はございません。「24時間テレビ」を新しく売り出しているということぐらいです。

一方、ずっと低調だったスポットセールスですが、7月の第1週目は前年を上回る数字になっています。問題はこの勢いがどの程度続くかということです。低調な状態がどこかで底を打つことを期待していますが、まだ波が前年を1ヶ

月間通して上回るというところまではいっていません。しかし、一時に比べると多少いろいろなものが出てきているのかなという感じです。

営業状況の本当の回復は、たとえばスポットでいえば、前年を上回る出稿が2ヶ月なり3ヶ月続くという状態でなければなりません。しかし私どもは今、下半期の見通しが90%台に回復するかどうかということに注目しています。4月、5月の数字を見れば80%台ですから、それが年後半に90%台になれば、「回復の兆しあり」ということになります。しかし前年の100%をクリアしない限り「回復した」とは言えません。

したがって、ここしばらく極端な形で下がってきたものに「下げ止まりの傾向が見えているか」と言わればその通りですが、「はっきりと回復基調になっているか」と言わわれると、そこまでは言い切れないという状態だと思います。

#### 4. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況について伺います。エコポイントの導入で薄型テレビに対する購買意欲が高まっているようですが期待されていますか。

細川社長：いろいろとご批評もあるようですが、いわゆるエコポイントの効果を含めて、受像機の普及はかなり進んでいます。既に5,000万の大台に乗っていると伺っていますので、この後のいわゆるボーナス商戦が本格化してくれれば、一気に普及が伸びるのではないかと期待していますし、私どもも可能な限り、地デジの普及に協力していきたいと思います。例えば、アナログ放送の中で、可能な番組の幾つかをレターボックス化して、その無地の部分にアナログ停波と地デジの案内を表示し、地デジへの移行をアピールしていきます。ここまでは、かなり順調にきていると思っていますが、この機会に大幅に普及を伸ばしていきたいと考えています。

＜その他＞

記者：「真相報道 バンキシャ！」についての判断がまもなくBPOの放送倫理検証委員会から出される見通しですが、どのような判断が出されるとお考えですか？

細川社長：BPOとしての結論が、6月にも出されると言わされていましたが、多少異論が出たということで、次回7月には示されるのではないかと承ってい

ます。私どもとしては、その内容や判断について申し上げる立場ではないので、審議の行方を見守らせていただいているというのが現状です。

記者：その後の調査で新たな事実は判明しましたか？

細川社長：私どもが承知している限りで言えば、これまでの調査と大きく食い違っている、あるいは全く新しい事実が判明したり、認められているということではないと理解しています。

(了)