

200901026

## **2009年10月26日日本テレビ 定例記者会見**

### **《 全文 》**

<発表>

細川知正社長：日本テレビのドラマ「アイシテル～海容～」が2つの賞を受賞しました。1つは「MIPCOM BUYER AWARD」、もう1つは、「東京ドラマアウォード連続ドラマ部門グランプリ」で、いずれも受賞したということで非常に嬉しく思います。

海外番販が、今後、私どものコンテンツ商売の一つの柱になっていくと考えていますので、バイヤーの賞がいただけたということは、非常に価値のあることだと考えています。

もう1つ、24時間テレビに関して、募金の報告です。募金総額が歴代11位でした。今年は、会場の場所が武道館でなかったこと、昨年来の不況の影響等で多少心配していましたが、これだけの募金をしてくださる方たちがいらっしゃったということで、非常に感謝しております。

また、チャリTシャツに関しても、歴代3位の販売数を達成できました。いずれもチャリティーという番組の趣旨から、非常に感謝すべきことだと思っています。ありがとうございました。

#### **1. 最近の視聴率動向と10月改編について**

記者：最近の視聴率動向と10月改編の今までの状況について、お尋ねします。

舛方勝宏専務：まずドラマですが、この10月にスタートしたドラマが、良いスタートをしています。水曜日の「ギネ 産婦人科の女たち」が14.8%でスタートを切りました。2回目の先週は野球が25分押したこともあり、11.6%と落ちましたが、これはいずれ戻ってくる力を持っていると思っています。

そもそも水曜ドラマは、“社会性のあるもの”を発信していこうということは変わらず、この「ギネ」の視聴者の分布を見ると、20代、そして40代、50代の各女性層が集まっている、非常に良い傾向だと思います。

ちなみに、先ほど受賞のご報告をした「アイシテル～海容～」は、初回が13.2%でしたが、「ギネ」は初回で14.8%で、上回っています。これも関心の高さを示

していると思います。

土曜日のドラマ「サムライ・ハイスクール」についても、初回が14.0%をとり、2回目が11.3%、これも野球で50分押していくながらの結果で、子どもたち、二十歳前の若者たちが積極的に観てくれていると思っています。

私どもは今、世帯視聴率と共に、若い働き盛りの人たちがどの程度観ているのかということに一番関心を持っていますので、そういう意味で、全体的にドラマの力がついてきているし、成功していると思っています。

一方で、野球のクライマックスシリーズにつきましては、少し目算が外れたというのが正直なところです。昨年のクライマックスシリーズ4ゲームの平均が17.3%、それが今年12.7%と、4.6%ほど下がりました。

しかし、いよいよ日本シリーズも今週日曜日から始まり、当社では第3戦、4戦、5戦を放送する予定です。ちなみに、昨年の日本シリーズの第1戦は19.4%、第2戦は19.3%、第3戦は18.0%、第4戦が15.7%、第5戦が20.2%と、非常に高い視聴率をとっていますので、今年も期待しています。

そして視聴率について、全体的には、当社はとにかくフジテレビを追撃するべく奮闘しています。全日では年間平均でいいますと0.1%差で第2位、プライムでも差が0.8%ありますけれども第2位。ゴールデンでは1.1%と開いたのですが、これも第2位。ノンプライムでは同率首位という形で推移しています。

私どもの弱点といえば、やはり19時台かと思います。「サプライズ」をスタートさせたのですが、思ったように数字が取り戻せないところがあります。フジテレビはこの19時台がとても強く、苦戦をしている原因は、実はそこにあるのではないかと思います。

プライムの平均でみると、月曜日はフジテレビが17.2%、当社は10.7%。逆に日曜日はフジテレビは11.0%、当社は16.2%と差がある。しかし、他の曜日をみても、ややフジテレビのほうが上回っている傾向があります。これはやはり19時台の差だろうと思っています。これを改善していかなければならず、日々努力をしています。

ただ、全体的には、いわゆる若い働き盛りの人たちの視聴率の内容が非常に良くなってきたというのが今期の特色であることに変わりありません。

そして、平日のレギュラーパン組である「ズームイン!!SUPER」、「スッキリ!!」、「おもいッきりDON！」についてですが、「おもいッきりDON！」はリニューアルをして、まだすぐに効果は出てきていませんが、「ズーム」「スッキリ」は従来どおり、フジテレビと五分以上の闘いをしています。

今後、下半期はドラマをさらに強化しながら安定して13.5%近辺を狙っていくことが一番の課題です。他局を見ると、例えばTBSの「JIN～仁～」が非常に好調です。1回目が16.5%、2回目が16.4%、昨日が17.2%と、好調なスター

トを切っているのですが、かと思うと1ケタのものも2、3本あったり、なかなかドラマで簡単に2ケタをとり続けるというのは難しいわけでリスクもありますが、私どもは少ない本数でも、確実に視聴率をとろうと、制作陣も構えています。

加えて、これから日本シリーズ、そして「ワールドグランドチャンピオンズカップ2009」グラチャンバレーがありますし、スポーツにも一層力をいれながら、しっかりとやっていきたいと思っています。

記者：フジテレビが50周年ということで、今後かなり攻勢をかけてくるようですが、これに対する対抗策は。

舛方専務：50周年ということで次から次へと特番を組まれていますし、次は「探そう！ニッポン人の忘れもの」というテーマで振り返り、テレビが持っている力をもう1回示そうという姿勢を前面に出されている、これは敬意を表するに値することだと思います。本当にフジテレビの今年のチャレンジ精神はすごいと思います。50周年に合わせて数年前から準備をされてきたのだろうなと思います。

その象徴はドラマ「不毛地帯」ですが、相当の期間と、おそらくお金も投入された話題作です。「黒部の太陽」もそうでしたが、非常にチャレンジされていると思います。日本テレビはお金はあまりありませんので、それほど大胆にはできませんが、フジテレビはやはりそのあたり大胆に、どんどんお金を投入していただいて“テレビの力”を示して頂きたいと思います。私どもは後をついでいます。私どもはしばらく手堅く固めながら、ベースをしっかりとさせていこうと思っています。

## 2. 営業状況と放送外収入

記者：営業状況と放送外収入についてお願ひします。

細川社長：10月期の営業状況で、まずタイムのレギュラーの厳しい状況は、やはり変わっていません。12月以降のネットタイムセールス枠でも、一部に空き枠を抱えてセールス中です。

一方で、プロ野球日本シリーズの組み合わせがやっと決まり、私どもは第3戦、第4戦、第5戦と中継します。放送枠の関係で、レギュラーの振り替えに加えて、プラスアルファを販売しますが、プラスアルファのセールス分に関しては完売しました。

それから11月にありますバレーボールの「ワールドグランドチャンピオンズカップ2009」も、女子の試合に関しては完売しましたし、男子の試合もほぼ順調にセールスが進んでいると感じています。

一方スポットですが、10月は前年同期比100%を超えるだろうというところまで参りました。11月もほぼ順調で、まだ現時点では100%達成しているわけではありませんが、着々と数字を積み上げています。スポットに関しては、とりあえず下げ止まったのかなという印象です。しかし、10月のエリア投下量はやはり95%前後ですから、まだ本格的に市況が回復したとは言えないと思います。

ただ、私どもだけに関して言えば、タイムの厳しさは変わりませんが、スポットは、とりあえず見える範囲では下げ止まったかなと感じています。ご存じのとおり昨年は前年比80%台でしたから、下げ止まったと言っても決して喜べる数字ではありませんが、とりあえず100%割れがちょっと立ち止まったかなと見ています。

記者：11月5日に中間決算の発表がありますが、現時点の見通しはいかがですか。

細川社長：昨年の上半期は赤字決算で、営業収支においても当期純利益においても非常に恥ずかしい思いをしたわけですが、今年の上半期は少なくともそんなことはないとはっきり申し上げられます。ただ、減収は減収です。

次に放送外収入です。映画に関しては、前回までに既にご報告している「サマーウォーズ」、「20世紀少年」はそれぞれ順調で、「サマーウォーズ」が16億円強、「20世紀少年〈最終章〉」は43億円強と、いずれも劇場公開でリケープする数字を達成しています。

新しく今月から公開している映画では、「カイジ 人生逆転ゲーム」が昨日までで14億円強、それから先週の土曜に公開した「僕の初恋をキミに捧ぐ」が興行収入で2億8,000万前後、観客動員数が21万9,000人です。いずれも作品のスケールからいえば、非常に順調なスタートを切ったと考えています。ここどころ、映画はいずれも順調に推移しています。今後の予定は前回にお話ししたとおりです。

それからイベント事業に関して、今後の大型イベントは「ポンペイ展」です。

11月11日に記者発表を行いますので、よろしくお願いします。

一方、通販事業に関しては上半期にこれまでで最大の売上げを記録しました。

従いまして、放送外収入は上半期、順調に推移していると言えます。下半期に向かっても、映画、イベントともに上半期ほど大型のものがないので、全体のスケールは少し小さくなるかもしれません、順調に推移する見通しです。

記者：映画が非常に順調だと思いますが、その理由は何でしょうか。

細川社長：映画では全部成功するということはありません。日本テレビも上半期全部当たったわけではありません。どうしても映画は当たり外れがありますが、あえて言わせていただければ、企画の段階で、単にやってみておもしろそうということだけではなくて、本当に集客するのか、どんな客層でいけるのか、厳密に精査するようになってきています。それが少しづつ実を結んでいるのかなと思います。

映画の話で1つ補足しておきますと、一時、興業で仮に当たらなくても、DVDの販売収入で何とかしようという考え方方が正直ありました。今その考え方はあるかもしれません。つまり、DVDの市況がかなり冷え込んでいますので、企画の段階で興行収入・配給収入が少なくともリクーブできる内容か検討し、そうでないなら企画にゴーを出さないという考え方で進めています。

記者：海外番販を今後の柱にということですが、「アイシテル～海容～」が東京ドラマアウードを取って、これまでとは違う売り込み方を考えていますか。

細川社長：いろいろ考えていますが、従来もいわゆるフォーマット販売で「¥マネーの虎」等がかなり広く売っています。これは余談ですが、この「¥マネーの虎」の海外番販担当者がアメリカ・ハリウッドの業界誌「ハリウッドレポーター」で、世界のテレビ業界で注目の若手20人に日本から唯一選ばれています。

これも1つのいいきっかけですから、この「アイシテル～海容～」も積極的に販売を進めていきたいと思っています。

記者：内容があまり海外で幅広く売れるソフトではないのかなと思う部分もあるのですが、いかがですか。

細川社長：やってみないとわかりませんが、今のところ、海外の評価は非常にいいようです。

記者：地域はアジアを中心とする形でしょうか。

細川社長：どちらかというとアジアからスタートしていくと思います。

舛方専務：「¥マネーの虎」も地上波で視聴率がものすごく良かったわけではあ

りません。それが海外で興味を持っていただけています。それから「出港！逆黒船テレビ」を前にご紹介しましたが、海外にいろいろ日本の番組のアイデアを持って行っていますが、強い引き合いがあります。日本人から見ると、そんな単純なもので大丈夫なのかという内容、シンプルなものの評価がいいと感じています。この「アイシテル～海容～」は、ここまで海外で注目されるとは思っていませんでしたが、教育、親と子の関係はどこの国でもあるということで、今回注目されたのかと思います。

一方でクイズ番組等もやはりシンプルなもの、わかりやすいものが売っています。「¥マネーの虎」もそうです。バラエティ番組は複雑なものでなく、シンプルに結果が出るものが売れます。国によっても違うでしょうが、どちらかというと日本のほうが複雑に番組を制作していると感じます。

その意味では、「出港！逆黒船テレビ」を見ていますと、クイズ番組等日本人のアイデアが相当通用するのではないかという密かな自信はあります。日本テレビの制作のアイデアは、海外で受け入れられる要素が非常に高いと、昨年から今年にかけて感じています。

### 3. 地デジの進捗状況

記者：地デジの進捗状況について、何かありましたでしょうか。

細川社長：基本的に着実に普及が進んでいると感じています。政権は代わりましたが、ネガティブな影響はほとんどありません。学校関係等の公共機関のテレビの買替え予算が、一時凍結となっているようなので気になりますが、今後も私どもは全力を尽くして普及に努めています。

記者：政権が代わって、ニュースがすごく好調です。これに関して何か対応を考えていますか。

細川社長：私どもは金曜日に、「太田光の私が総理大臣になったら…秘書田中」という番組を放送しています。この番組では、やや現実問題から離れたテーマを取り上げているのではないかという反省があり、政治に高い関心が集まる中、もう少しリアリティーのあるテーマにした方がいいと考えて対応しています。ただ、いわゆる「報道」のニュースについては変わることはありません。

舛方専務：確かに、今年の衆議院総選挙前後からNHKの「NHKニュース7」が視聴率上位ベストテンに入る場合が多くなった。テレビ朝日の「報道ステーション」

もそうです。ニュースへの関心は間違いなく高いです。1年前と比べると、約2%上がっているのではないかでしょうか。だからと言って、ニュース枠を拡大するのではなく、「NEWS ZERO」も「真相報道 バンキシャ！」も今までどおりに内容を強化していかなければいけないなと思っています。

記者：先日、光市母子殺害事件の被告の精神鑑定をした精神科医から、日本テレビが提訴されました。コメントがあればお願ひします。

細川社長：この問題は、既に司法の場でその対応が始まっていますので、申し訳ないですが、コメントはご遠慮させて頂きます。

記者：各社、他に何か質問はありますか。

舛方専務：その前にちょっとPRですが、11月10日から男女の、大陸のチャンピオンが集まったバレーボール「ワールドグランドチャンピオンズカップ2009」、グラチャンが開幕して、日本代表の男女10試合をゴールデンタイムに放送します。「世界の果てまでイッテQ！」に出演のイモトアヤコさんを起用して応援してもらいます。それはイモトさんに人気があることに加え、もう一回バレーボールの持っている本当の楽しさ、すごさ、面白さを、イモトさんを中心にして若い人たちに訴求したいからです。プロ野球でもデーゲームを増やして若いファンを増やそうとしています。スポーツに対する感動が少し薄らいでいることが、スポーツ中継全体の低迷につながっているのだと思います。今、ワールドベースボールクラシック等は別にして、スポーツソフト全体に若い層の食いつきが悪くなっています。スポーツの持っている良さ、すごさをイモトさんを通じてPRしたい、解ってもらいたいなと思っています。

記者：フジテレビのお話が出たのであえてお聞きします。「不毛地帯」は確かにものすごい企画で、平均視聴率で20%を超すとフジテレビは言っていました。

舛方専務：すごく楽しみです。どう展開するのかなと。一番力を入れて観ているドラマです。フジテレビがとても力を入れているのは分かりますし、作品もすばらしいですから。だからこれはずっと楽しみながら、毎週木曜日早めに帰って見ようと思っています。

1年を通してのフジテレビのテーマに沿ったチャレンジは、本当にすばらしいと思います。私どもも見習わないといけないと思っています。

記者：先ほど、「SUPER SURPRISE」がいま一つだという話がありましたが、今後の打開策として何か考えていますか。

舛方専務：企画等は、いろいろ手を変え品を変えているのですが、あの時間帯はやはり若手層対策です。NHKのニュースには全部熟年の方が集まって驚異的な数字を取りますし、あと残る層はフジテレビが全部おさえています。TBSのニュースもちょっと苦戦しています。TBSの取るべき層はみんなNHKにいっているわけですから。私どもがとるべき層はみんなフジテレビにいっています。

商店街に例えると、20時以降ゴールデンの深い時間帯では、私どもはフジテレビにほとんど引けを取っていません。時には勝っています。しかし、商店街の入口がフジテレビはすごく賑やかです。子どもたちが集まるように賑やかな商店が並んでいます。私どもは、商店街の奥は相当明るい光が灯っていて良いお店があるのだけれど、入口がちょっと弱いかなと。フジテレビは入口がものすごい。花火を打ち上げたり賑やかで、子どもたちはスッとそこへ行きます。その差だろうと思います。20時以降は五分以上だと思います。その入口を何とかして、子どもたち、お母さん方をもう少し惹きつけるものを考えていかなければいけないなと思っています。口で言うのは簡単ですが、フジテレビのあの牙城を崩すのは半端なことではありません。フジテレビは19時台がとても強いです。

(了)