

2001年6月25日(月)日本テレビ 定例社長会見 要旨

① 大阪の小学生殺傷事件を踏まえての被害者報道について

質問: まず、大阪でおきた殺傷事件なんですけども、過剰な報道とか、報道被害とかそのような憂慮も、おきているんですけれども、局内の対応は?

氏家社長:

被害者のお宅で、取材してはいけないとは思ってはいないんですよ。ただ、悲しみを増幅させる為ね、被害者を利用するというようなことは、これはもう新聞とかテレビとかいう以前にね、人間的配慮の問題だろうな、ということがあるんで。まあ、過剰取材とかなんとか一言で言うんだけど、過剰取材って一言でくるのも非常に危険なところもあってね。これはケースバイケースできちつと見なければならないところもあって。非常識な言動、一般的な常識からかけはなれたことをね、マスコミだからやっていいってことには、ならないんであってね、そういうところを徹底しなければいけない。

今後とも、民放連としても徹底を図っていかなければいけないなという気はしますけどね。だいたいそんなところです。

質問: 実際かなり、ワイドショーの方には苦情ですとか「やりすぎじゃないか」というような声はきている?

氏家社長:

それは、あんまり私共には受けなかったんですが。私が見ていて、これは常識的におかしいという感じがしたところがあったものだから、それすぐ現場に言って研究をしろと。指示したんですけどね。

ただ、PTAから昨日かな、今日、今のご質問のような形でね、来ますよ。子供たちの、被害者のお宅のことは書いてありませんでしたけれども、被害者のそばにいた子供に聞くなんていうのは、子供たちの心を傷つけるようなことがあるからね、自粛してもらいたいと。我々もPTAからそういうこと言わされたからではなく、事前に考えるべきだ。とても恐かった子供に、とても恐かったことを思い出させて、そんなものレポーターとしての意味はどれだけあるの?あんまり、とぼけたことやっちゃいけないと。そういうことを言っておいたんですけどね。

質問: あれだけの事件現場となりますと、記者なりレポーターもそうとう興奮状態になると思いますけど、そのあたりは?

氏家社長：

それは、まったくその通りでね。古今未曾有に近い大事件だよね、あれ。だから、そういうふうになるのも無理は無いんで。その点について行き過ぎがあった場合には、放送するときには、デスクや編集者っていうのは冷静な訳ですからまだ。そういうことも考えて、放送するときに気を付ける必要が一方にある。

大きくて凄惨で言いようも無いような事件は言わずもがななんだけど、日々起こって来る事件が新しい事なんだね。新しいことって言うのは、一種の危機管理的なね、判断っていうものを自分でしていかないと、新しいことなんだから。

質問：たしかオウムのあとですか、日本テレビで報道ガイドラインってやりましたよね。その時はこういった被害者の被害については、あまりやりませんでしたか？

萩原専務取締役：

ちゃんと書いてありました。

質問：ありましたよね。では、再度、具体的に？

氏家社長：

かなり具体的なことが書いてあるはずですけど。あの時は、わりと抽象的だったんですね。あれもまあ、古今未曾有の事件だからね。

質問：系列局にも？

萩原専務：

回しております。

質問：民放連レベルではどうですか？

氏家社長：

民放連の中にもいろいろガイドラインみたいなものを、持っていますから。さらに、あれだけで充分にいけるかどうか、事務当局で検討してもらうことにはしてあります。つまり、もうちょっと細かくね、具体的なことをね、言った方がいいのかなって。一般的に被害者のプライバシーに留意しなくてはいかんと、こう書いてあると。その中味はどうなんだということを書いた方がいいのかなという気がしたりしてましてね。

質問：本格的なガイドラインというものは、今作っていらっしゃる？

氏家社長：

本格的なガイドラインの見直しは、一方では進めているわけだよな。とりあえず、こういった大阪の事件みたいな時には、こうしなさいよという一つの例として、これを作ったんです。

②個人情報保護法案延期について

質問：個人情報保護法案が継続審議になりましたけど、いわゆるメディア規制ですね。これについての総括と今後の取組みとして

氏家社長：

これはですね、我々マスコミ側で言うと、マスコミの表現の自由・報道の自由を、侵しかねない法案というものが、一時的に延期されただけである。ということだと、思っているんですね。継続審議だから、当然のことながらこの次の国会にかかる。それまでの、あいだには言論の自由圧迫っていうものは、ストレートに民主主義の成否に通じるわけですから、そのへんのところを徹底して当事者、関係者にPRしてそれで、きちんと正してやってもらいたいと、そういうふうにおもっていますね。

③巨人戦の視聴率の分析とテレビ局としての取り組みについて

質問：巨人戦の視聴率なんですが、分析と、それからテレビ欄に新しい工夫をされているということなんですか？ これで、このあたりをお願いします。

福島編成局長：

現在 70 試合が終わっておりまして、平均が 15.8% ということでございますから、まあ去年と比べますと 4% マイナス。日本テレビだけの数字を見ますと、39 試合終っておりまして 16.3%。マイナス 4.3% こういう数字になっております。4% も低い訳ですから、真摯に受け止めてますけれど 土日を見ますと 15.8% から昨日が 16.0% で、巨人が負けると数字が低いんですけども、勝つていい試合をするとプライムタイムが上がってくるという、結果が出ています。

サイドから巨人戦をですね盛り上げて行くことを考えていまして、ひとつは、今シーズンの開幕からやっております、午後8時の男というのをやっておりますけど、103 万通、昨日までにハガキがきております。

ということで、8時とか9時とかそういう俗に言う“またぎ”という時間帯では、視聴率はか

なり上がっているということありますけど。全体を通してそういうことをやったり、さつきご指摘の新聞のラテ欄につきましては、読売新聞さんと報知新聞さんにお願いしまして、これまで解説者とアナウンサーだけというような、ラテ欄でございましたけれども、面白い見どころといいますか、今日の試合というのはこういうところが見どころだよ、という事を書いて。そういうことで、視聴者のみなさんに関心を持つてもらおうということで、とりあえず先週の金曜日からなりました。で、金土日とカラーをつけてもらいました。日本テレビ内にプロジェクトを作っていますので、できることはどんどんやって行くと、そういうふうに思っています。

氏家社長：

あれはね、編成部長の土屋君の思いつきなんだけど、なるほどと思ったな。僕は常日頃、マスコミ人というのは、今もうやったことは過去のことで、絶えず新しい展開があるんだから、新しいことを考えなきやいけないって口を酸っぱくしていってたんだけど、見逃していたところがあるんだな。もう 10 年 1 日どころじゃない、30 年前から一緒だよな。なるほどな、こういうところ変えようっていうのを考えるのは、やはりちょっと僕も年とったのか、感覚が麻痺してるとかと思ったね。あの話を聞いたときには。

あれだろ、東京ニュース通信社。そういうところで規制がある、そんなものはね、おかしいんだよ。東京ニュース通信って何で食っているんだよ。だからね、そういうことはね、文句が出たらこっちからビシッと言えばいいんだよ。言わなきゃ、こっちで新しいニュース通信作ってやるって言えばいいんだよ。

④6月の視聴率

質問：6月の視聴率についてなんですが

福島局長：

一番接戦のプライムタイムにつきましては、フジテレビとの差が 0.7% ということで、かなり緊迫した緊張感のある視聴率競争を、続けているのですが。6月の特徴的なことは、コンフェデレーションカップが 2 週に渡ってフジテレビが高視聴率をとりまして、差が縮まった訳ですけれども。

あの週はゴールデン、プライムは CX にコンフェデレーションカップで負けましたけれども、週間で見ますとフジテレビに 3 冠はとらせない（当社が全日帯の週間視聴率トップを獲得）。我が社のレギュラーランクの強さといいますか、もうひとつ言えば土日の単発番組の強さということもあってですね。

それからあと、特徴的なことといえば、ドラマがですね、先週今週で終る訳ですけれども、

フジテレビと比較してみると、うち3枠平均でプラス3.5%という数字になります、CXがこれは1~3月の比較でございますが、マイナス5.2%ということでございます。こうして比較してみると、1週間プライムタイムで1.3%くらいの影響があった。このまま行きますと、6月の月間も取れるかなというふうに思っております。とりあえず、視聴率の分析からそういうことになります。

⑤B-BATの事業会社化

質問:B-BATの事業会社化が発表されたんですけど、今後のブロードバンド化の取り組みについてお願ひします。

久保メディア戦略局長:

今回お知らせするのは、B-BAT企画というのは、かなりの方にご記憶いただいていると思いますけど、日本テレビとNTT東日本、それとNTT東日本の100%子会社のNTT MEという3つの会社で作った企画会社でございます。現在資本金4億8000万ですけれども、企画会社ですからいろいろビジネス検証、企画検証をして、商売として成り立たないようでしたら辞めるという約束になっている訳ですけれども。もちろん企画会社を作る以上はなんとか、事業化をしようということでいろいろやって参りました。事業化できるという見通しに立って、それぞれ既存の株主3社が、それぞれの役員会で事業化を、それに伴う増資、それから事業会社化する際には広く株主も募って行くという3点に合意をいただいたということでございます。

9月をメドに事業会社化することで、それまでに新規株主を募って行くということです。近くB-BAT企画の臨時株主総会を開いて、称号の変更ですね、企画会社の企画を取る。

ということは当然、ブロードバンドビジネスに一定の見通しをつけたということですね。それで、すでに一部新聞報道がされたように、7月早々からB-BAT企画は業界に先立って有料配信を始めます。実はB-BAT企画というものはですね、5月の末から無料で配信サービスというのを始めているんですね。これなぜ広くみなさんにお知らせしなかったかというと、いっぺんにアクセスされるとパンクしてしまうんじゃないかという、技術陣の強い要請でとりあえずそっと、ふりだしてみようと。これを経て、いよいよ7月早々から有料配信をスタートするということです。

質問:ADSLの普及状況はですね、日本はアメリカなんかにくらべて、まだまだと。そのへんの普及の状況どう、楽観的にとらえてらっしゃるのか、どうとらえてらっしゃるのか?

久保局長:

ベンチャーのビジネスですから、悲観的に見ればやらない訳ですよね。で、楽観的に見ればみなさんにアホかと言われる訳ですから、楽観的でもなければ悲観的でもない、だけど我々はCSビジネスでもそうですけれど、我社の有料課金ビジネスに対する見方っていうのは、非常に厳しいですから。社長はじめ役員がですね、ですから事業予測等についても、何回も練り直して恐る恐るあげていくという感じで、相当厳しく見ていく。

じゃあ、それで商売は本当に成り立つかっていうところは、ビジネス検証をして事業化に踏み切るというところでご案内いただきたいんですけど、問題はその足まわりのところですよね。韓国やアメリカ、ネットバブルがはじけたなんて見方もあるけれども、一方でインフラが急速に普及していて、実際に見ることができるようになると、それは普及するのではないかという見方と。一方で、やっぱり面白いコンテンツが無いと見ないのではないか。やはりブロードバンド向けのコンテンツっていうのは、あるのではないかな、というところに来ている訳ですよね、だからいかに既存のテレビとは違う、差別化できるコンテンツはあると思う。

⑥日本初のリアルタイムスーパー導入について

質問: 10月から「ニュースダッシュ」において、日本初の新方式のリアルタイム字幕がスタート。この、字幕スーパーについて、お願いします。

小林常務取締役:

ご存知のように、視聴覚障害者のバリアフリーのことというのは、総務省が非常に積極的に力をいれている課題でございまして、我々も対応を急いでいた訳ですけれど、新しい仕組みが開発できました。我々が開発したシステムというのは、リアルタイムキャッシュンシステムという名前でございまして、略称がリアルキャップです。一口で言うと字幕の同時通訳システムで、機能的にはほぼ万能ということでございます。

とりあえず一番ニーズの高い、ニュースに。それも「ニュースダッシュ」で始めて、だんだんと慣れてきましたら、他の「ニュースプラスワン」とか、「今日の出来事」とかに増やしていくといきたいとは思っておりますが、とりあえずは「ニュースダッシュ」からスタートしたいと思っております。

社長社長:

字幕を増やしてくれっていう、社会的な要望も非常に多いし。総務省その他から各社に要望がいってますからね。それで、我々も研究をしたんですが、ワンステップじゃないかなって気がしてますよ。ある程度機械化できなければしょうがない訳だしね、自動化でき

なければ。そういう意味ではワンステップになっているかなと思って。字幕放送はこのシステムを実験することによって、急速に増やすことができるかなって、わが社については、思いますね。

質問：結構費用もかかるということですか？

小林常務：

そうなんですね、今の計画だけで、月に数百万。これを高いと思うか安いと思うかは微妙で、我々は社会に対する還元ということで。

⑦質問：昨日、都議選があったんですけども、NHKの方でハイビジョンのデータ放送と、インターネットの方ですね、非常に詳細かつほとんどリアルタイムの報道があったんですけど、ああいったものはどのようにごらんになっていますか？

氏家社長：

これ非常に難しいのは、東京都だけを対象としないでしょ、視聴者のみなさんに対するコンセプトっていうのはね。それで、我々のところは非常に苦労する訳なんですよ。ああいう問題は。NHKさんは公共放送という建前があるから、多少そのへんは犠牲にしてもね、選挙とかそのへんのことは優先してやると。

まるで、衆議院か参議院の選挙みたいだったよね。あれは、当然のことながら関東ローカルかな、だと思うんだけど。NHKとしては、一つの編成的なコンセプトがあったんですね、だからそれでやられたと思いますけど、我々の方はとてもとても、やっぱりあれだけ出来ないよね。

NHKさんはたくさん波持っているから。そこでひとつ潰しても他のものがやれるというのはあったかもしれませんね。そういう意味では、我々みたいに持っていない企業じゃなくて、持てる企業の強みっていうかんじでしょう。

⑧質問：マスメディアの集中排除規制について、伺いたいんですけども、とくに地方なんかで、新聞社の放送支配みたいなものも出てくるんじゃないかという話しがでているんですけども、このことについて氏家さんどう思われますか？

氏家社長：

地上波の民間放送がネットを組んでいる限りにおいては、私はそれほど新聞社の支配というものが強まるというのは疑問があります。

どうのは、非常に極端なことを言えば株を100%持っていたって番組やらなければどうしようもない。ですから、そういう意味でね、新聞社さんの地方紙の方もですね、それを機会に100%株を持つちゃうとか、そんなようなことを思考することはありえないと思いますね、今の状況では。

マスコミの集中排除ってことでもって、そもそも1県4波って原則を打ち立てちゃったでしょ、30年か40年前にね。ところが、そのことが何をもたらしたかって言うと、マスコミの経営の高コスト化っていうのを、もたらした訳ですよ。仮にNHKみたいに、ネットワークがそれぞれ全国展開が出来るとすればね、そうすればもっと、コストのかからない全国展開が出来たんじゃないかなと思っているんですよ。

そういう意味でね、コストエフェクティブじゃない政策をずっととり続けてきた訳なんですよ。

私は今までの電波政策というのは、他の要因にこだわるあまり、電波の効率的な利用っていうものを、考えないでやった向きがあるんじゃないかと。それを今、急速に直そうとしている、だからかなりいろんなところで矛盾が生じてくるし、これからも生じるんじゃないかなと、個人的ですよこれは、認識を持っていますよ。

質問:もう少し市場原理を導入したほうがいいということですか？

氏家社長:

これが非常に難しいんです。今、急激に市場原理ということになると、1県4波っていうのは、ものすごい規制だよね。地上波の1波は、47都道府県か、一つだけ竹下さんが政治力でやったって言われているんだけど、島根と鳥取は2県でやってますわね。それから、岡山と香川は2県でやってますけど、そういう例を除いてはあとは全部1県4波ということはね、それだけ分割して電波を使わなくちゃいかんという方針でしょ。

分割して使うということは、経済原則から見れば非常に市場的にはマイナスマリットだよね。それで今こうなって来て、かなり地方局なんかが大変なことになってきているわけです。デジタル化なんかでね。

そういう経済的要因と国の政策というものがここで、始めて矛盾がバーッと露呈してきたなというので、それを慌てて整合させるためにいろいろなことを考えてる、というのが現状じゃないですか。

そのへんをいい知恵が出るのか出ないのか、これ難しいんですよ。

⑨質問:先週急逝した石川 元日本テレビ専務取締役、現福岡放送代表取締役社長さ

んのお話を。

氏家社長：

あれは、僕は話さなかったけど、彼の兄弟分だった佐藤君っていう常務がいろいろ言ってましたけど、やはりね 20 世紀末のテレビ界を背負った大プロデューサーであったことだけは確かでしょう。いろいろと発明品を残したよね、だいたい「ドミノ倒し」なんていうのは、あれもそうじゃないか？、当時としたら奇想天外、ビックリするようなことをいくつもいくつも持って来たから。そういう意味では彼はテレビ人間だったと思いますね。

⑩質問：今後の社長会見なんですけれども…

氏家社長：

これでおしまいなんですよ(笑)萩原君にやってもらいますから。

質問：引き続き氏家さんにご出席いただきたいという要望が非常に多いんですがいかがでしょうか？

氏家社長：

もし出て来いというのでしたら、出てきます。

萩原専務取締役：

お願いしますから(笑)名前は社長会見のままで、出ていただくなつもりであります。

氏家社長：

漫談係りで。この人真面目だから。

記者：それでは、次回もお会いできることを楽しみにしております。

以上